



13 | **2005**

58. Jg., 27.–28. KW, 15. Juli 2005

ifo Schnelldienst

Zur Diskussion gestellt

Peter Bauer, Norbert Walter, Randolph Rodenstock,

- Flucht aus Deutschland? Unternehmen zwischen wirtschaftlicher Logik und sozialer Verantwortung

Forschungsergebnisse

Monika Ruschinski

- Die Rolle von Frühindikatoren bei Exportprognosen

Volker Rußig und Ludwig Dorffmeister

- Dreizehn Jahreseinkommen für ein Reihenhaus

Daten und Prognosen

Günter Weitzel

- Einzelhandel mit Bekleidung: Allgemeine Nachfrageschwäche

Gernot Nerb

- Wettbewerbsposition der deutschen Wirtschaft

Im Blickpunkt

Georg Goldrian

- Eine Anmerkung zur Aussagekraft von Wachstumsraten

Hans G. Russ

- ifo Konjunkturtest Juni 2005

ifo Schnelldienst ISSN 0018-974 X

Herausgeber: ifo Institut für Wirtschaftsforschung e.V.,
Poschingerstraße 5, 81679 München, Postfach 86 04 60, 81631 München,
Telefon (089) 92 24-0, Telefax (089) 98 53 69, E-Mail: ifo@ifode.de.

Redaktion: Dr. Marga Jennewein.

Redaktionskomitee: Prof. Dr. Dr. h.c. Hans-Werner Sinn, Prof. Dr. Gebhard Flaig,
Dr. Gernot Nerb, Dr. Wolfgang Ochel, Dr. Heidemarie C. Sherman, Dr. Martin Werding.

Vertrieb: ifo Institut für Wirtschaftsforschung e.V.

Erscheinungsweise: zweimal monatlich.

Bezugspreis jährlich:

Institutionen EUR 225,-

Einzelpersonen EUR 96,-

Studenten EUR 48,-

Preis des Einzelheftes: EUR 10,-

jeweils zuzüglich Versandkosten.

Layout: Pro Design.

Satz: ifo Institut für Wirtschaftsforschung.

Druck: Fritz Kriechbaumer, Taufkirchen.

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise):

nur mit Quellenangabe und gegen Einsendung eines Belegexemplars.

Zur Diskussion gestellt

Flucht aus Deutschland? Unternehmen zwischen wirtschaftlicher Logik und sozialer Verantwortung

3

Vom 27. bis 29. Mai 2005 veranstaltete die Akademie für politische Bildung Tutzing unter der Leitung von Prof. Dr. *Peter Hampe*, Akademie Tutzing, eine Konferenz zu dem Thema »Outsourcing«. Im Mittelpunkt der Tagung stand die Frage nach der wirtschaftlichen Entwicklung Deutschlands: Verlagern die Unternehmen im Zuge der Globalisierung via Outsourcing und Offshoring massenhaft Arbeitsplätze ins Ausland, und gerät Deutschland auf diese Weise in Gefahr, sich zu einer Basar-Ökonomie zu entwickeln? Die Vorträge von *Peter Bauer*, Infineon, Prof. Dr. *Norbert Walter*, Deutsche Bank, und *Randolf Rodenstock*, Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V., sind hier dokumentiert.

Forschungsergebnisse

Die Rolle von Frühindikatoren bei Exportprognosen

13

Monika Ruschinski

Makroökonomische Variablen können mittels einer Vielzahl von ökonometrischen Verfahren prognostiziert werden. Dazu zählen z.B. strukturelle Zeitreihenmodelle, vektorautoregressive Modelle, Schätzung von Einzelgleichungen bis hin zu simultanen Mehrgleichungsmodellen. Bei Exportprognosen hat sich gezeigt, dass die Berücksichtigung von zusätzlichen Informationen am aktuellen Rand die Prognosegüte verbessern kann. In diesem Beitrag werden Datenreihen vorgestellt, die bei einer kurzfristigen Einschätzung des deutschen Exportgeschäfts Anwendung finden können, und ökonometrische Schätzansätze, die es ermöglichen, mittels dieser Frühindikatoren das Wachstum der deutschen Warenausfuhr am aktuellen Rand zu quantifizieren. Die Analyse am aktuellen Rand zeigt, dass diese Frühindikatoren eine Abschwächung der Exportkonjunktur für die ersten Quartale 2005 anzeigen. Die aus den Indikatoren abgeleitete Prognose für die reale Warenausfuhr im zweiten Quartal 2005 beläuft sich auf rund 198 bis 206,7 Mrd. €. Für das dritte Quartal ergibt sich eine Spanne von 188,5 bis 195,3 Mrd. €.

Dreizehn durchschnittliche Jahreseinkommen für ein Reihenhaus – Zu Niveau und Entwicklung der Wohnimmobilienpreise

20

Volker Rußig und Ludwig Dorffmeister

In Deutschland gibt es in der amtlichen Statistik bislang keine Daten zur Entwicklung der Wohnimmobilienpreise. Die Deutsche Bundesbank hat vor einiger Zeit – basierend auf Angaben der BulwienGesa AG – Preisindikatoren für Wohnimmobilien vorgelegt. Danach sind die Preise für Standard-Reihenhäuser und -Eigentumswohnungen in Westdeutschland seit 1975 unter leichten Schwankungen zwar deutlich gestiegen, in realer Betrachtung waren sie aber leicht rückläufig. Für den Erwerb eines Reihenhauses mussten 2004 – bei deutlich fallender Tendenz – rund 13 durchschnittliche Jahreseinkommen (Volkseinkommen pro Einwohner) aufgewandt werden, für eine typische Eigentumswohnung rund 8^{1/2} Jahreseinkommen. Wesentlich größer ist der Aufwand für freistehende Eigenheime bzw. bei gehobener Ausstattung und Lage sowie bei Bezugnahme auf die verfügbaren Einkommen pro Haushalt. Insbesondere in Irland und Spanien sind die Wohnimmobilienpreise in den letzten Jahren weitaus schneller und auch wesentlich stärker als die Einkommen gestiegen.

Daten und Prognosen

Einzelhandel mit Bekleidung, Sportartikeln und Schuhen in Deutschland: Allgemeine Nachfrageschwäche und positive Firmenkongjunktoren

31

Günter Weitzel

Der Bekleidungseinzelhandel beendete das Jahr 2004 erneut mit einem Umsatzrückgang, der zwischen 2 und 3% gelegen haben dürfte. Eine schwache Nachfrage nach Bekleidung, aber vor allem sinkende Durchschnittspreise führen zu dieser negativen Umsatzentwicklung. Im Schuheinzelhandel waren die Umsatzeinbußen der vergangenen Jahre so groß, dass die Branche allmählich die Talsohle erreicht hat, und auch der Sporteinzelhandel, der sich bis 2001 noch positiv von der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung abgehoben hatte, musste Umsatzeinbußen verkraften. Im Gegensatz zu diesen wenig dynamischen Branchenkongjunktoren gibt es eine ganze Reihe von expandierenden Handelsunternehmen, die ihre Marktposition zu Lasten des mittelständischen Fachhandels kontinuierlich verbessert haben.

Indikatoren zur Wettbewerbsposition der deutschen Wirtschaft – Wie schätzen deutsche Industriefirmen ihre Wettbewerbsposition ein?

41

Gernot Nerb

Die deutsche Industrie schätzt ihre Wettbewerbsfähigkeit insgesamt als hoch ein; dies gilt insbesondere für eine Reihe von Produktgruppen des Maschinenbaus und der Elektroindustrie. Zu einem erheblichen Teil dürfte dieses an sich positive Gesamtergebnis durch Teilebezug von ausländischen Unternehmen in Niedriglohnländern und durch Verlagerung von ganzen Produktionsstufen in eigene Betriebe im Ausland erreicht worden sein. Die Kehrseite dieser Entwicklung sind häufig erhebliche personelle Freisetzen an deutschen Standorten. Im Dienstleistungssektor sieht die internationale Wettbewerbsposition demgegenüber wesentlich ungünstiger aus. Die deutschen Dienstleister haben sich auch in jenen Branchen, wo ein internationaler Leistungsaustausch in anderen Ländern die Regel ist, zu sehr auf das Inlandsgeschäft konzentriert.

Im Blickpunkt

Eine Anmerkung zur Aussagekraft von Wachstumsraten

47

Georg Goldrian

Kürzlich veröffentlichte das Statistische Bundesamt eine Wachstumsrate des realen Bruttoinlandsprodukts für das erste Quartal 2005. Demzufolge nahm das saisonbereinigte BIP gegenüber dem Vorquartal um 1% zu. Das Ausmaß des Wachstums überraschte die Fachwelt. Sieht man aber genauer hin, so muss man zur Kenntnis nehmen, dass infolge der Saisonbereinigung die Aussagekraft der Wachstumsrate nur als ziemlich unscharf eingeschätzt werden kann.

ifo Konjunkturtest Juni 2005 in Kürze

49

Hans G. Russ

In der gewerblichen Wirtschaft Deutschlands hat sich das Geschäftsklima in Juni wieder etwas erholt. Dabei wurde die aktuelle Situation von den Unternehmen geringfügig etwas weniger negativ beurteilt als im Vormonat, die Skepsis hinsichtlich der künftigen Entwicklung hat dagegen spürbar nachgelassen.

Flucht aus Deutschland? Unternehmen zwischen wirtschaftlicher Logik und sozialer Verantwortung

Vom 27. bis 29. Mai 2005 veranstaltete die Akademie für politische Bildung Tutzing unter der Leitung von Prof. Dr. Peter Hampe (Akademie Tutzing) eine Konferenz zu dem Thema »Outsourcing«. Im Mittelpunkt der Tagung stand die Frage nach der wirtschaftlichen Entwicklung Deutschlands: Verlagern die Unternehmen im Zuge der Globalisierung via Outsourcing und Offshoring massenhaft Arbeitsplätze ins Ausland, und gerät Deutschland auf diese Weise in Gefahr, sich zu einer Basar-Ökonomie zu entwickeln? Einige der dort vorgetragenen Referate sind hier im Anschluss dokumentiert.

Ist Outsourcing out? Erfahrungen eines betroffenen Unternehmens

Durch den rasanten Fortschritt in der Informations-, Telekommunikations- und Unterhaltungsindustrie ist die Halbleiterbranche wie keine andere durch eine extreme Technologiedynamik geprägt. Dazu kommen eine hohe Zyklizität, ein immenser Preisdruck und ein harter globaler Wettbewerb. Um auch in absatzschwachen Zeiten international wettbewerbsfähig zu bleiben, sind Halbleiterunternehmen mehr als Unternehmen aus anderen Branchen auf ein Höchstmaß an Effizienz und Produktivität angewiesen. Gleichzeitig muss ausreichend Raum für Innovationen bleiben, denn Innovationskraft ist einer der zentralen Erfolgsfaktoren in der Halbleiterindustrie.

Wie kann ein Halbleiterunternehmen diese Herausforderungen erfolgreich meistern? Sich genügend Flexibilität verschaffen, um sich weniger abhängig von Absatzschwankungen zu machen, ist eine Möglichkeit, die viele produzierende Unternehmen schon lange praktizieren. In der Fertigung ist es gang und gebe, Auftragspitzen abzufedern, indem man Kapazitäten von Fremdunternehmen in Anspruch nimmt. Ein anderer Weg ist, Aufgaben, die nicht zum Kerngeschäft und wenig zur Differenzierung im Wettbewerb beitragen, an spezialisierte Unternehmen auszulagern, also Outsourcing zu betreiben.

Was genau ist eigentlich Outsourcing?

Outsourcing ist immer wieder Motor für kontroverse Debatten in der Öffentlich-

keit. Verfolgt man die öffentliche Diskussion, stellt man jedoch sehr schnell fest, dass es weder ein einheitliches Bild davon gibt, was unter Outsourcing zu verstehen ist, noch davon, welche Implikationen Outsourcing hat. »Arbeitsplatzverlust«, »Rationalisierung«, »Billiglohnländer« – das sind die Schlagworte, die immer wieder im Zusammenhang mit Outsourcing fallen. Aber treffen sie auch tatsächlich zu?

Zunächst einmal bezeichnet Outsourcing nicht mehr und nicht weniger als die Nutzung fremder Ressourcen. Konkret heißt dies, dass ein Unternehmen Aufgaben, die es zuvor selber erledigt hat, an ein Fremdunternehmen überträgt, das diese Aufgaben wirtschaftlicher erbringen kann. Letztlich verbirgt sich dahinter immer das Prinzip der Arbeitsteilung. Das ist so alt wie der Handel selbst und wurde von Nationalökonomien wie Adam Smith und David Ricardo schon vor 200 Jahren treffend beschrieben. Damals wie heute stehen Unternehmen immer wieder vor der Entscheidung, ob es günstiger ist, eine Leistung selber zu erbringen oder sie von jemand anderem zu beziehen.

Was die Abwanderung von Arbeitsplätzen in Billiglohnländer anbelangt, so ist eine solche Verlagerung nicht neu. Schon in den sechziger Jahren haben Unternehmen ihre Produktion in großem Umfang nach Asien verlagert, seit den neunziger Jahren betrifft dies zunehmend auch Dienstleistungen. In diesem Fall spricht man aber nicht von Outsourcing, sondern von Offshoring. Durch Offshoring werden vor allem personalintensive Prozesse an ausländische Standorte mit niedrigeren



Peter Bauer*

* Peter Bauer ist Mitglied des Vorstands der Infineon Technologies AG, München.

Lohnkosten ausgelagert, in der Regel an eigene Tochterunternehmen.

Aufgrund der Besonderheiten unserer Industrie sind Halbleiterunternehmen vermutlich Spitzenreiter bei diesem Thema. Als ein im weltweiten Wettbewerb stehendes Unternehmen werden Halbleiterunternehmen international immer an der besten Kostenposition gemessen. Die europäische Halbleiterindustrie steht in einem extremen nationalen Wettbewerb mit den großen Chipherstellern in den USA und zunehmend in Asien. Um auch in Zukunft unter den Top-Spielern der Branche mitzumischen, ist es unerlässlich, Teile der Wertschöpfung in Regionen mit Kostenvorteilen zu verlagern. Infineon hat daher nicht nur einen Fertigungsverbund mit Produktionsstätten in aller Welt, sondern ist auch im Bereich Forschung und Entwicklung international aufgestellt und siedelt viele Aufgaben in den Regionen an.

Outsourcing bei Infineon – mehr Transparenz und Flexibilität

Auch wenn man die Themen Outsourcing und Offshoring sehr differenziert betrachten muss, ist ihnen eines gemeinsam: Kostenoptimierung und höhere Effizienz des Unternehmens im globalen Wettbewerb. Während wir beim Offshoring die Vorteile der globale Arbeitsteilung nutzen und damit unsere internationale Wettbewerbsfähigkeit sichern, nutzen wir beim Outsourcing die Kompetenz eines Drittunternehmens, um flexibler zu sein und davon zu profitieren, dass dieses Unternehmen bestimmte Leistungen kostengünstiger anbieten kann als wir.

Gerade im Hinblick auf das Thema Flexibilität gibt es sogar eine sachliche Notwendigkeit für unsere Industrie, bestimmte Bereiche auszulagern. Das gilt vor allem für die Produktion. Hier setzt Infineon schon lange auf eine Kombination aus Eigen- und Fremdfertigung mit einem Verhältnis von durchschnittlich 85:15, um auf die für die Halbleiterbranche typischen Nachfrageschwankungen flexibel zu reagieren und Spitzenbelastungen abfedern zu können. In der Halbleiterindustrie dauert es aufgrund der technologischen Gegebenheiten etwa ein bis zwei Jahre, die vorhandenen Produktionskapazitäten anzupassen. Ändert sich der Bedarf in der Zwischenzeit wieder, entstehen zusätzliche Verwerfungen, man läuft mit seinen Anpassungen stets hinterher und verliert viel Geld. In unserer kapitalkostenintensiven Industrie, in der man für eine Fabrik etwa 3 Mrd. € aufbringen muss, gibt es nichts Teureres als eine halbleiere Fertigungsstätte.

Seit geraumer Zeit verfolgen wir verstärkt auch die Auslagerung von Dienstleistungen. Dabei unterscheiden wir zwischen Bereichen, die nicht zu unseren Kernkompetenzen gehören und in denen eine Auslagerung offensichtlich Sinn macht wie etwa Gebäude- und Facility-Management, Logistik und

Teile des Personalwesens, und sehr komplexen Bereichen, wo allenfalls eine selektive Auslagerung Sinn macht. Ein Beispiel dafür ist der Bereich Informationstechnologie.

Outsourcing administrativer Aufgaben im Personalwesen

Anfang 2004 haben wir die Lohn- und Gehaltsabrechnung, administrative Teile des Recruitings sowie die Betreuung von Werkstudenten in Deutschland und Österreich an einen externen Dienstleister ausgelagert. Neben Vorteilen wie Flexibilisierung und Kostenersparnissen profitieren wir von einer höheren Transparenz und mehr Effizienz durch die Vereinheitlichung von Prozessen. Bei den Kosten ging es vor allem darum, die Fixkosten zu senken. Dank Outsourcing sind wir heute in der Lage, den Aufwand an die tatsächlichen Gegebenheiten anzupassen. Wir können damit nicht nur unsere Kosten besser kontrollieren, sondern auch langfristig reduzieren. Natürlich stellen sich die Erfolge nicht von heute auf morgen ein, und wir befinden uns noch in einer Phase der Feinanpassungen. Insgesamt gesehen haben sich unsere Erwartungen jedoch erfüllt, und wir verzeichnen zum Beispiel im Bereich Gehaltsabrechnung heute eine Vertragserfüllung von nahezu 100%.

Mit einer deutlich komplexeren Situation müssen wir uns im Bereich International Assignments auseinandersetzen. Wir haben zum einen die Komplexität unterschätzt, die das Aufsetzen eines weltweit einheitlichen Prozesses für einen solchen Bereich mit sich bringt, zum anderen gab es Versäumnisse bei der Definition und Standardisierung der auszulagernden Prozesse. Die größten Probleme sind heute jedoch beseitigt, und wir sind trotz aller Schwierigkeiten überzeugt, dass wir die richtige Entscheidung getroffen haben, diesen Bereich auszulagern. Nicht zuletzt bringen Geschichten wie diese immer einen Lernerfolg mit sich, und wir wissen heute besser denn je, wie wichtig eine ausgereifte Vorbereitung ist.

Informationstechnologie – Auslagerung einzelner IT-Dienstleistungen

Bei unserem internationalen Personalentsendungsprozess haben wir uns entschlossen, die anfänglichen Probleme in Kauf zu nehmen, weil unserer Meinung nach längerfristig die Vorteile von Outsourcing überwiegen werden. Ein Beispiel aus dem Bereich IT zeigt, dass man Projekte, die angesichts ihrer Komplexität aus dem Ruder zu laufen drohen, besser rechtzeitig stoppen sollte.

Wir hatten ursprünglich geplant, unsere gesamte IT-Infrastruktur an einen externen Dienstleister auszulagern. IT-Outsourcing-Verträge haben in der Regel aber nur eine Halbwertszeit von einem halben Jahr, insbesondere in einer

schnellelebigen Industrie wie der Halbleiterbranche. Die Zyklichkeit der Branche macht es uns schwer, langfristige Prognosen über den tatsächlichen Aufwand zu treffen, und solche Unsicherheiten lässt sich ein Dienstleister teuer bezahlen. Allein der Aufwand für die ständigen Vertragsanpassungen, die bei komplexen Projekten wie der Auslagerung einer kompletten IT-Infrastruktur notwendig wären, hätte das Budget in astronomische Dimensionen getrieben.

Wir hatten uns daher entschlossen, das Projekt nach anfänglicher Euphorie zu stoppen und statt der Auslagerung der gesamten IT-Infrastruktur eine Art selektives Outsourcing zu betreiben, also ausgewählte Aufgaben an einen Dienstleister zu übertragen. Damit lässt sich nicht nur eine deutlich bessere Kostenposition erzielen als mit Komplet-Outsourcing, der Auftraggeber behält auch die Kontrolle über die ausgelagerten Services, was gerade im Bereich IT eine wichtige Rolle spielt.

Exkurs: Arbeitsplatzvernichtung durch Outsourcing – ja oder nein?

Ich möchte an dieser Stelle nochmals kurz auf die Debatte um die vermeintliche Vernichtung von Arbeitsplätzen durch Outsourcing eingehen. Es gibt weder beim Statistischen Bundesamt noch bei der Bundesagentur für Arbeit offizielle Statistiken, die dies verlässlich misst, und daher werde ich mir auch nicht anmaßen, ein Gesamturteil zu fällen. Im Fall Infineon trifft die Befürchtung im Kern nicht zu – trotz aller Ankündigungen beschäftigen wir noch immer über 16 000 Mitarbeiter, d.h. knapp die Hälfte unserer Mitarbeiter, in Deutschland, obwohl Deutschland nur noch 21% unseres weltweiten Umsatzes repräsentiert.

Im Rahmen unseres bisher betriebenen Outsourcings ist de facto bei den Bereichen Gehaltsabrechnung und Recruiting ein Großteil der betroffenen Mitarbeiter zu unserem Dienstleister gewechselt. Die übrigen Mitarbeiter sind bei Infineon verblieben und kümmern sich zum Beispiel um die Steuerung des Dienstleisters und die Koordination und Optimierung der jeweiligen Bereiche. Im Bereich IT zeichnet sich ein ähnliches Bild ab, wo den betroffenen Kollegen die Möglichkeit gegeben wurde, sich in Richtung Projektarbeit zu entwickeln. Natürlich gab es in beiden Fällen Abwanderungen, teilweise auch ungewollte, das ist bei einer Veränderung des Arbeitsbereichs aber auch unter normalen Umständen gang und gebe. Viele Kollegen haben diese Veränderung jedoch als Chance betrachtet und arbeiten heute erfolgreich in Projektteams.

Ist Outsourcing out?

Angesichts der Erfahrungen, die wir bei Infineon mit dem Thema Outsourcing machen, möchte ich die Frage »Ist Out-

sourcing out?« mit einem klaren Nein beantworten. Die Auslagerung von administrativen Bereichen, die sich durch immer wiederkehrende Prozesse und ein hohes Maß an Standardisierung auszeichnen, hat bei Infineon dazu beigetragen, dass wir uns heute verstärkt auf strategischere Aufgaben in den jeweiligen Bereichen konzentrieren können. Das ist im Personalwesen zum Beispiel die Weiterentwicklung von Führungskräften, im Bereich IT sind das strategische Projekte, mit denen wir unsere Effizienz steigern können.

Dadurch dass wir im Zuge der Verlagerung bestimmter Aufgaben die jeweiligen Prozesse genauestens analysieren und überprüfen mussten, profitieren wir heute von einem hohen Maß an Transparenz, das es uns erlaubt, die Dinge besser zu kontrollieren. Darüber hinaus haben wir unsere Kostenstruktur in den einzelnen Bereichen optimieren können. Dies resultiert größtenteils daraus, dass wir einen guten Teil unserer Fixkosten in variable Kosten umwandeln konnten und damit unsere Wettbewerbsfähigkeit erhöhen können. Natürlich stellen sich wirtschaftliche Vorteile wie Kosteneinsparungen nicht sofort ein, gerade am Anfang entstehen Überleitungskosten, die sich erst später amortisieren. Dies ist auch bei uns der Fall.

Outsourcing ist also nicht out. Out ist jedoch Outsourcing um jeden Preis beziehungsweise alleinig um den Preis des »Lohndrückens«. Wenn man feststellt, dass die Kosten aus dem Ruder laufen, oder wenn man Gefahr läuft, kostbares Expertenwissen zu verlieren, sollte man sich nicht davor scheuen, auch ein geplantes Outsourcing-Vorhaben wieder einzustellen. Denn die Kosten des Scheiterns sind deutlich höher als die Kosten einer gründlichen Vorbereitung. Aus diesem Grunde haben wir auch die geplante Auslagerung unserer IT-Infrastruktur nicht realisiert, obwohl die Planung bereits weit vorangeschritten war und wir natürlich auch bereits einiges an Geld in die Hand genommen haben.

Outsourcing ist kein Mittel für kurzfristige Kostensenkungen, sondern erst einmal eine Investition. Oftmals wird man »nur« schneller und flexibler und daher in einem schwankenden und sehr wettbewerbsaktiven Markt produktiver, aber im »steady state« nicht unbedingt billiger. Darüber muss man sich im Klaren sein. Außerdem ist Outsourcing nur als langfristig ausgerichtetes Projekt erfolgreich, und auch nur dann, wenn das Unternehmen und seine Prozesse darauf eingestellt sind. Es kommt immer wieder vor, dass Unternehmen ihre Prozesse nicht richtig kennen oder Probleme im System einfach auslagern wollen. Dies funktioniert nicht und ist mit großer Wahrscheinlichkeit zum Scheitern verurteilt beziehungsweise erfordert einen hohen Aufwand, um das System ins Rollen zu bringen.

Erfolgreiches Outsourcing erfordert eine stringente Vorgehensweise, bei dem man zunächst seine Hausaufgaben machen und sich einen Überblick über seine Prozesse und

seine Kostenstruktur verschaffen muss. Sind Verträge zu starr gefasst, läuft man Gefahr, dass der Dienstleister jede kleine Änderung doppelt und dreifach berechnet. Wichtig sind auch klare Absprachen. Wenn ein Unternehmen durch Outsourcing vor allem seine Kosten senken will, der Dienstleister aber den Qualitätsaspekt in den Vordergrund rückt, sind Missverständnisse vorprogrammiert, und in der Regel ist es das auslagernde Unternehmen, das draufzahlt. Das führt dazu, dass einige Unternehmen wieder zurückrudern und angesichts eines gesprengten Kostenrahmens oder nicht akzeptablen Leistungen ausgelagerte Aktivitäten wieder ins Unternehmen zurückholen. Vor allem im Falle von IT-Outsourcing ist dies kein Einzelfall.

Outsourcing hat Vor- und Nachteile, die man sorgfältig gegeneinander abwägen muss. Outsourcing sollte nicht um jeden Preis betrieben werden, nur weil es gerade »in« ist. Das Potential von Outsourcing kann nur jedes Unternehmen für sich individuell auf der Grundlage einer umfassenden Wirtschaftlichkeitsbetrachtung ermessen. Outsourcing sollte kein Ergebnis einer von Beratern getriebenen Restrukturierung sein, sondern ureigene Überzeugung des Managements. Und eines ist sicher: Trotz vereinzelter Backsourcing-Aktivitäten wird Outsourcing auch weiterhin ein Thema auf der Agenda von Industrie, Politik und Gewerkschaft sind. Aus Unternehmenssicht möchte ich dazu abschließend sagen: Wer sich den Themen Outsourcing und Offshoring verschließt, läuft Gefahr, im internationalen Wettbewerb den Kürzeren zu ziehen.



Norbert Walter*

Standortverantwortung in einer sich globalisierenden Wirtschaft

Was war

Die Deutsche Bank, zusammen mit der Allianz und der Münchener Rück, waren das Rückgrat der so genannten Deutschland AG. Die Überkreuzbeteiligungen wie auch die gegenseitige Vertretung in den jeweiligen Aufsichtsgremien, sogar oft als Aufsichtsratsvorsitzende, waren die Merkmale dieser Verflechtungen und wurden oftmals als der Grund für das Wirtschaftswunder angesehen. Das Land, das diese Struktur am weitesten kopierte, war Japan.

Die Deutsche Bank war aber von Anfang an auf den globalen Markt ausgerichtet. Sie wurde als Auslandsbank für Siemens in Berlin gegründet. Das Ziel war, den deutschen Unternehmen die Abwicklung der ausländischen Geschäfte zu erleichtern. Erst später wurden wir zur Universalbank. In den siebziger Jahren wurde das Internationale wieder stärker betont. Mit dem Erwerb von Bankers Trust wurden die Geschäftszuwächse endgültig internationalisiert, insbesondere im Investmentbanking. So hat sich die Deutsche Bank, von einem Unternehmen mit drei Viertel der Belegschaft in Deutschland innerhalb von 30 Jahren zu einer Bank entwickelt, in der 50% des Personals in Deutschland angestellt sind, aber drei Viertel des Gewinns in der Welt gemacht werden.

Wider die Missverständnisse

Der Titel dieser Veranstaltung »Flucht aus Deutschland« spiegelt eine falsche Vorstellung von der Wirklichkeit vor. Deutsche Unternehmer sind auf den internationalen Märkten

* Prof. Dr. Norbert Walter ist Chefvolkswirt der Deutsche Bank Group, Frankfurt/Main.

ten viel zu wenig präsent. Wenn wir als Deutsche, die durch die Globalisierung gebotenen Chancen früher und besser genutzt hätten, würden wir heute besser dastehen. Dabei haben wir gerade viele Fähigkeiten, die uns für den globalen Wettbewerb besonders prädestinieren. Unsere Sprachausbildung an den Schulen ist viel besser als die vergleichbarer große Volkswirtschaften wie Frankreich, England, Italien oder Spanien. Wir sind oftmals komplementär zu den Fähigkeiten anderer. Wir haben noch immer eine sehr gründliche, systematische Ausbildung. Diese Kompetenz, Dinge gründlich und systematisch zu erledigen, ist in vielen anderen Volkswirtschaften Mangelware. Das beste Beispiel dafür ist der Handwerker in Amerika, der seinen deutschen Namen als Markenzeichen stolz vor sich her trägt. Doch sind wir Deutsche oft zu gemütlich und träge, diese Vorteile im internationalen Wettbewerb einzusetzen.

Auch in der Aussage Outsourcing versus Patriotismus liegt der Denkfehler im »versus«. Outsourcing ermöglicht den Unternehmen dynamisch und wettbewerbsfähig zu bleiben und zu überleben. Dadurch wird verhindert, dass die ausländische Konkurrenz rechts überholt und das Unternehmen im globalen Wettbewerb untergeht. Der gute Mann, der sich an althergebrachte Produktionsweisen klammert und dabei an Wettbewerbsfähigkeit verliert, zeigt zwar Sorge um sein Land, effektiv schützt er es nicht.

Ordnungspolitisch ist der verordnete Patriotismus noch viel schlimmer. Die Verpflichtung von Unternehmen, Investitionen nach politischen Maßgaben zu tätigen, ist dabei der erste Schritt zur Abhängigkeit. Denn wer die Freiheit des Unternehmens einschränkt, übernimmt auch die Verantwortung, dort wo die Sache schief geht, das Unternehmen zu übernehmen, zu sanieren, zu subventionieren. Diese Maßnahmen sind durch Steuermittel teuer zu finanzieren. Da im Moment die staatlichen Defizite schon durch die bestehenden Ausgaben so hoch sind, finde ich solche Vorstellungen überhaupt nicht realistisch.

Wir können es noch

Unser Leistungsbilanzüberschuss wächst jedes Jahr um einen zweistelligen Milliardenbetrag. Er ist größer als der von China, und er lässt sich nicht mehr lange verheimlichen, denn wir nähern uns langsam der magischen Marke von 100 Mrd. €. Wir sind also immer noch fähig, Wertschöpfung zustande zu bringen. Doch diese Republik kann sich nicht einmal über diesen Erfolg freuen. Es ist doch erstaunlich, dass diese 82 Millionen mehr exportieren als die 120 Mill. Japaner, mehr als die 1,3 Mrd. Chinesen oder die 250 Mill. Amerikaner. Wir exportieren sogar mehr im Gegenwind der Euro-Aufwertung von 82 Cents auf 1,25 €. Wenn wir unseren Erfolg endlich anerkennen würden, wäre meiner Mei-

nung nach Dynamik bei den seit vier Jahren vernachlässigten Investitionen zu erwarten.

Die ganze Nation debattiert über die Investitionen in der Slowakei oder China. Wenn man diese aber mit der Höhe der japanischen oder amerikanischen Gelder vergleicht, wird es offensichtlich, wie wenig wir uns in diesen Märkten engagieren. Dabei wären die Deutschen gern gesehene Geschäftspartner. Dadurch, dass wir kaum eine koloniale Vergangenheit vorweisen, werden wir als unbelastete Partner mit offenen Armen empfangen. Auch verdächtigt uns niemand des Imperialismus. Deutsche sind eine willkommene Alternative zu den Amerikanern. Auch die Qualität unserer Produkte wird sehr geschätzt.

Noch viel düsterer sieht es bei uns Zuhause aus: Nicht nur Inländer haben nicht bei uns investiert, sondern auch die Ausländer sind kaum als Investoren aufgetreten. Wir sollten versuchen, dass nicht nur deutsche Unternehmer wieder investieren, sondern auch, dass ausländische Geldgeber sich wohl bei uns fühlen und anfangen bei uns zu investieren. Wir sollten ihr Geld, aber auch ihr Management Know-how aufnehmen und uns davon befruchten lassen, denn es gibt einige Stellen, wo auch wir lernen können.

... brauchen aber auch Hilfe

Der Reflex, den wir zum Thema Einwanderung haben, ist Abwehr, Sorge, Angst vor dem Verlust unserer Identität, Angst vor dem Verlust von Einkommenschancen. Wir konzentrieren uns bei der Betrachtung der Migration nur auf den Nettozufluss. Doch dies ist nur ein Ausschnitt des viel größeren Prozesses der Wanderung. Es wäre außerordentlich nützlich, die Bruttoströme zu beachten. Viele der Menschen, die zu uns kommen, tun dies in der Absicht wieder zurückzukehren und setzen diese auch um. Genau dasselbe gilt für die Menschen, die weggehen. Viele dieser Auswanderer verlassen Deutschland nur für einen bestimmten Zeitraum und kehren danach wieder zurück. Dies bedeutet, Migration ist sehr oft ein Lernprozess. Die Ein- und Auswanderer erfahren eine andere Schulbildung, andere Lebensweisen und Denkmuster. Die Folge ist, dass diese Menschen oftmals mit einem erweiterten Horizont zurückkommen bzw. in ihre Heimatländer zurückkehren. Dieser Befruchtungsprozess wird in unserer Gesellschaft nicht anerkannt.

Was gemacht wurde

Es wird oft gesagt, Deutschland hat kein Erkenntnisproblem, Deutschland hat lediglich ein Umsetzungsproblem. Ich bin der Meinung, wir haben beides. Die rot-grüne Regierung hat Schritte unternommen, um einige Probleme anzugehen. Das Steuersystem ist wesentlich leistungsfreundlicher als im Jah-

re 2000. Die Unternehmensbesteuerung ist wesentlich wachstumsfreundlicher, als sie im Jahre 2000 war. Es ist offenkundig, dass sich an unserem Arbeitsmarkt durch eine Reihe von Gesetzesänderungen auch in der Sozialpolitik (Harz I-IV) Veränderungen ergeben haben, die die wirtschaftliche Dynamik, die Anpassungsbereitschaft nennenswert erhöht. Es ist offenkundig, dass wir im Bereich des Finanzmarktes mit der Unterstützung von Herrn Eichel gegen den Widerstand der Bundesbank enorme Fortschritte gemacht haben. Auch Herr Bolkestein, als EU-Kommissar, half bei dieser Aufgabe tatkräftig mit. Auch im Bereich der Altersvorsorge wurde einiges voran gebracht. Der Satz »Die Renten sind sicher« ist endlich begraben worden, und es wurde eine zweite private Säule aufgebaut. Dabei war Herr Riester leider nicht ganz so erfolgreich, wie er sich das gewünscht hat. Auch diese Anstrengungen werden in der deutschen Diskussion nicht gewürdigt. Sonst hätten die Bürger nicht diejenigen, die diese Schritte unternommen haben, so abgestraft.

Es gibt aber auch Bereiche, in denen Probleme zwar erkannt sind, aber noch nicht sachgerecht in Angriff genommen wurden. Gesundheit und Bildungsreform gehören dazu.

Sehr beeindruckend ist der Rückgang der Lohnstückkosten in den letzten Jahren, der sich insbesondere unseren Konkurrenten in Europa gegenüber als wettbewerbsfördernd darstellt. So hat sich die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Anbieter gegenüber ihren italienischen Konkurrenten um 20% erhöht. So hat der deutsche Weißwein nicht nur wegen der höheren Qualität an Marktanteil gewonnen, sondern auch Dank seiner Preisgünstigkeit. Wir müssen nicht nur immer an High Tech und internationale Banken denken, wenn wir von Veränderung reden, auch gute Winzer gehören dazu. Sie sind Teil des Verbesserungsprozesses.

Aber auch in anderen Bereichen hat Deutschland an Wettbewerbsfähigkeit gewonnen. Der deutsche Krankenstand ist derzeit niedriger, als er in den letzten 40 Jahren war. Heute ist das durchschnittliche Renteneintrittsalter um zwei Jahre höher als bei seinem Tiefpunkt vor sieben Jahren.

Wir sind Weltspitze – hier und da

Unsere Unternehmen haben sich der Globalisierung gestellt und Umstrukturierungen vorgenommen. Sie haben damit die Chancen genutzt, kostengünstiger herzustellen. Dadurch haben wir Unternehmen, die besonders gute Gewinne erzielen. Die gesamtwirtschaftlichen Gewinne sind um 10% gestiegen, und die Steigerung der deutschen und europäischen Aktienindizes übertrifft ihre internationalen Gegenstücke, sowohl die asiatischen wie auch die amerikanischen. Die Medizintechnik ist ein solcher Bereich, in dem Deutschland eine ganz besondere Stärke zeigt. Wir haben Unternehmen wie Dräger Lübeck, die über die Frage, wo ihre Hei-

mat ist, nicht diskutieren. Dies sind Unternehmen, die ihren Forschungsvorsprung groß gehalten haben. So groß, dass ihre Konkurrenten erschrakten, wenn sie das Forschungsbudget auch nur sahen.

Wir haben aber nicht nur in diesem Bereich Erfolg. Auch in Bereichen, wo es aussieht, als ob wir in Deutschland auf keinen grünen Zweig kommen, feiern wir weltweite Erfolge. Beispiel Einzelhandel. Wir haben mehrere außerordentlich erfolgreiche Mittelständler, die ihre Konzepte europa- und auch weltweit ausrollen und damit Erfolge feiern. Aldi, Lidl, Metro, REWE. Diese vier Unternehmen sind erfolgreich neben der Tesco und Walmart. Aldi und Lidl haben für den »Wohlstand« vieler Haushalte mehr Gutes getan als alle Bundeskanzler. Sollen wir diese Unternehmen nun beschimpfen, dass sie ihre Geschäftsidee auf einer offenen globalisierten Welt aufbauen?

Was noch zu tun ist

Was sind die ungelösten Herausforderungen? Ein Problem, das erst in einigen Jahren seine vollen Auswirkungen zeigen wird, aber jetzt schon vorhersehbar ist: Die brutale Alterung in Deutschland verbunden mit einer Schrumpfung der deutschen Bevölkerung. Diese Veränderung ist von enormer Bedeutung für die Nachfragestruktur, jedoch noch bedeutender für die Alterszusammensetzung und Qualität unseres Arbeitskräftepotenzials. Es ist schon heute notwendig, sich darauf einzustellen und die Weichen dafür zu stellen, da die Inkubationszeit für solche Maßnahmen so lang ist. Aber die Weichen heute zu stellen, ist deshalb so schwer, weil viele Erscheinungen auf dem heutigen Arbeitsmarkt für die meisten Menschen die umgekehrten Maßnahmen als Notwendigkeit erscheinen lässt. Wenn ich den Ministerpräsidenten Carstensen dafür lobe, die Arbeitszeit für seine Beamten zu verlängern, ist das in einer Zeit, wo die Arbeitslosigkeit so gestiegen ist, nicht einfach zu verstehen. Warum sollen die, die Arbeit haben, noch länger arbeiten, wo so viele keinen Arbeitsplatz haben? Besonders nachdem wir über Jahre erklärt bekommen haben, dass es sinnvoll ist, die wenige Arbeit, die wir haben, auf mehr Leute zu verteilen.

Man kann dies damit erklären, dass die Altersvorsorge für die Beamten nur gewährleistet bleiben kann, wenn diese nicht nur eine längere Wochenarbeitszeit akzeptieren, sondern auch eine längere Lebensarbeitszeit. Wichtiger aber ist, dass bereits in wenigen Jahren nur noch viel weniger Junge nachwachsen und große Altersjährgänge aus dem Berufsleben ausscheiden.

Ich wünsche mir auch bei der Deutschen Bank jemanden, der sagt, dass wir es uns nicht mehr leisten können, unsere Mitarbeiter schon mit 60 in den Ruhestand zu schicken. Besonders deshalb nicht, weil Mitarbeiter von Betrieben mit einer betrieblichen Altersvorsorge sich auch durch eine

überdurchschnittliche Lebenserwartung auszeichnen. Dies ist besonders unerfreulich für die noch nicht eingestellten Mitarbeiter, welche die Rechnung dafür zu begleichen haben. Ob sie es schon wissen?

Altern ist sicher – Kinder kriegen nicht

Ich habe eines der größten Probleme schon genannt. Wir kennen heute schon die Namen der zukünftigen Mütter für die nächsten 20 Jahre. Sie sind ja alle schon geboren. An der zu kleinen Zahl können wir nichts mehr ändern. Wie wird sich aber das Geburtenverhalten in dieser Gesellschaft verändern? Wer müsste dazu etwas tun? Es ist offenkundig, dass ohne einen Bedeutungsgewinn für die Familie, aufgebaut auf dauerhafter Partnerschaft, keine Chance existiert, Geburtsfähigkeit zu erhöhen. Im Moment ist der Umstand, dass wir so wenige Kinder haben, noch stärker dadurch bedingt, dass junge Männer nicht partnerfähig sind, als dass junge Frauen keine Kinder wollen. Es scheint so, dass die jungen Männer nicht fähig sind, vor 34 Verantwortung zu übernehmen. Dadurch wird das Zeitfenster für Nachwuchs sehr kurz, und die Chancen, dass die Kinder Geschwister kriegen, sind sehr klein. Wenn Kinder keine Geschwister haben, fällt die ganze Erziehungsverantwortung auf die Eltern, was erfahrungsgemäß eine Katastrophe ist.

Wird daraus die Konsequenz gezogen? Haben Sie beobachtet, dass Eltern freudig ihren Kinder gegenübertreten, wenn diese, statt ihre Ausbildung in Karriere umzumünzen, Kinder kriegen? Dass an deutschen Unis Kinderkrippen eingerichtet werden? Oder handelt es sich dabei nur um eine Kinderkrippe an der katholischen Universität Eichstätt? Wie betrachtet eine 23-jährige Studentin ihre Kommilitonin mit einem dicken Bauch? Als ein idiotisches Wesen, das nicht weiß, wie man verhütet?

Diese Grundhaltung muss korrigiert werden. Und viel mehr. Wir Unternehmen müssen als Betriebe kreativer sein, um »Kinder kriegen und Karriere« gleichzeitig zu ermöglichen. Dafür müssen wir aber wissen, wo die Mitarbeiter in ihrem Lebenszyklus sind. Sonst bieten wir ihnen nicht die richtige Art von Arbeitsverhältnis an und verhindern damit, dass die Zahl hochqualifizierter Frauen bei uns eine Beschäftigung findet und werden dadurch unseren internationalen Konkurrenten gnadenlos unterlegen sein. Denn Schweden, Franzosen, Engländer und Amerikaner sind uns auf diesem Gebiet meilenweit voraus. Auf beiden Gebieten: Anzahl der Kinder pro gebärfähiger Frau und der Erwerbstätigkeit der Frau.



Randolf Rodenstock*

Unternehmen zwischen wirtschaftlicher Logik und sozialer Verantwortung

Es gilt das gesprochene Wort

»Unternehmen zwischen wirtschaftlicher Logik und sozialer Verantwortung« lautet der Titel der heutigen Veranstaltung.

Meine Damen und Herren,

eines möchte ich gleich vorweg nehmen: In den allermeisten Fällen ist die soziale Verantwortung der Unternehmen ein ganz selbstverständlicher Teil der wirtschaftlichen Logik. Deswegen gibt es für mich auch keinen zwingenden Widerspruch zwischen wirtschaftlicher Logik und sozialer Verantwortung. Vielmehr kann das Verfolgen wirtschaftlicher Logik in vielen Fällen gesellschaftlich durchaus wünschenswerte Ergebnisse zeitigen und umgekehrt sozialverantwortliches Handeln wirtschaftlich positive Wirkung entfalten.

Allerdings empfiehlt es sich bei der Behandlung dieses Themas, einmal dem Begriff »sozial« etwas genauer nachzuspüren. Er wird ja gerne als Gummiausdruck von interessierten Parteien geformt und gedehnt, je nachdem, wie es der jeweiligen Argumentation dient. Ich gehe von der ursprünglichen lateinischen Wurzel des Wortes aus, wo es gesellschaftlich, gesellschaftlich bedeutet. Deshalb verstehe ich unter sozial, was der Gesellschaft nutzt im Unterschied zu dem, was nur dem Einzelnen, vor allem auf Kosten anderer, im Sinne von Egoismus Vorteile bringt.

Wichtig ist es, sich die eigentliche wirtschaftliche Funktion eines Unternehmens vor Augen zu führen. Ein Unternehmen

* Randolph Rodenstock ist Präsident der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V.

dient dazu, die Bevölkerung mit Produkten und Dienstleistungen zu einem günstigen Preis-/Leistungsverhältnis zu versorgen. Nur dann kann es existieren, nur dann kann es sein Hauptziel erreichen, Gewinn zu machen.

Mit anderen Worten: Die Aussicht auf Gewinne schafft überhaupt erst den Anreiz, um unternehmerisch aktiv zu werden. Damit sind Gewinne die Basis für alles andere, zum Beispiel für Investitionen, für Innovationen, vor allem für Arbeitsplätze und für soziales Engagement.

Diese Binsen sind hierzulande offenbar nur Wenigen bekannt. Gemäß einer Forsa-Umfrage (Februar 2005) glauben über 98% aller Befragten, dass es die Hauptaufgabe von Unternehmen ist, Arbeitsplätze zu sichern. Nur 42% räumen dagegen ein, dass das Erzielen hoher Gewinne eine wichtige Aufgabe von Unternehmen ist.

Angesichts der immer wiederkehrenden Vorwürfe an angeblich »gewinnsüchtige Unternehmer«, die »den Hals nicht vollbekommen«, stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, welche Rendite bzw. welche Gewinnhöhe denn angemessen ist.

Der Gewinn hat ja mehrere Funktionen. Einmal als Risikoprämie für diejenigen, die der Firma das Geld zur Verfügung stellen, die Besitzer, und im Falle vieler Personengesellschaften, auch als Unternehmerlohn. Daneben dient der Gewinn zur Stärkung des Eigenkapitals, welches wiederum als Puffer für schlechte Zeiten die Risikofähigkeit des Unternehmens gewährleistet und die entscheidende Basis für Wachstum ist.

Tatsache ist: Die jeweiligen Renditeziele vieler Unternehmen ergeben sich längst aus den Anforderungen des internationalen Kapitalmarkts. Dies gilt auch für Firmen, die sich in traditioneller Weise mit Bankkrediten finanzieren. Die Banken stellen heute strenge Anforderungen an die Eigenkapitalhöhe und die Rendite, wenn sie überhaupt Darlehen gewähren. Hinter den Banken stecken nämlich wieder die Akteure der Kapitalmärkte. Und das sind nicht nur angelsächsische Großkapitalisten. Auch zahlreiche Arbeiter und Angestellte wollen als Kleinaktionäre oder als Rentner ihre hart verdienten Ersparnisse möglichst gut verzinst haben, z.B. in großen Pensionsfonds.

Für sich persönlich empfindet niemand eine hohe Rendite als unanständig. Mit welchem Recht kann man sie z.B. Anlegern, die damit ihren Ruhestand bestreiten wollen, verwehren? Freilich gilt für ein Unternehmen die alte Regel, dass der Gewinn nicht nur unter kurzfristigen, sondern sehr wohl auch unter mittel- und langfristigen Aspekten zu optimieren ist. Allerdings kann dies nicht bedeuten, dass man Gewinnmachen von Jahr zu Jahr auf die Zukunft verschiebt, die man dann niemals erleben würde. Knapp 40 000 Unternehmenszusammenbrüche in Deutschland sollten eine beredte Warnung sein.

Mancherorts entsteht der Eindruck, es gelte die Devise, viel Gewinn, weniger Arbeitsplätze. Früher konnte man davon ausgehen, dass es den Mitarbeitern gut geht, wenn es der Firma gut geht. Heute ist dies nicht mehr zwingend so. Die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Firmen und des deutschen Standorts und leider auch seiner Menschen laufen auseinander. Das World Economic Forum hat in einem Ranking ermittelt, dass die deutschen Firmen im internationalen Vergleich die dritthöchste Wettbewerbsfähigkeit aufweisen. Gleichzeitig stellt die Bertelsmann-Stiftung fest, dass der Standort Deutschland in puncto Wettbewerbsfähigkeit auf Platz 21 von 21 untersuchten Ländern liegt. Die Ursache liegt nicht quasi schicksalhaft in der Globalisierung, sondern in unangemessener nationaler Politik. Österreich, ähnlich strukturiert wie wir und denselben weltwirtschaftlichen Phänomenen ausgesetzt, hat doppelt so hohe Wachstumsraten und eine halb so hohe Arbeitslosigkeit wie Deutschland.

Stichwort Arbeitsplätze. Es unterliegt ja nicht unternehmerischer Willkür, je nach Lust und Laune Arbeitsplätze zu schaffen oder welche zu reduzieren. Im Grunde entscheidet der Kunde, der immer mehr auf ein günstiges Preis-/Leistungsverhältnis achtet, darüber, ob und wo Arbeitsplätze entstehen. Es erscheint mir auch sehr fraglich, ob man das Schaffen von Arbeitsplätzen im Ausland als unmoralisch bezeichnen kann. Unter dem Aspekt von Entwicklungshilfe und Armutsbekämpfung sieht das häufig in Wirklichkeit ganz anders aus.

Die wirtschaftliche Logik bedeutet jedoch nicht, dass sich die Verantwortung der Unternehmer allein auf das Hauptziel, Gewinn zu erwirtschaften, reduzieren lässt. Jeder Unternehmer ist gut beraten, nicht nur dem Shareholder Value einen hohen Stellenwert einzuräumen, sondern auch die wohlverstandenen Interessen anderer Gruppen, anderer Stakeholders, zu berücksichtigen, vor allem der Kunden, der Lieferanten, der Banken, der Gemeinde und ganz besonders der Mitarbeiter, dies allein schon aus motivatorischen Gründen.

Die soziale Verantwortung ist also Teil der Logik des Wirtschaftens. Denn in den allermeisten Fällen zahlt sich für die Unternehmen aus, sich sozial zu engagieren.

Gerade deutsche Firmen sind sich dieser Tatsache sehr wohl bewusst. In ihrem Engagement für Umwelt, Arbeitswelt und Gesellschaft leisten sie weit mehr, als der Gesetzgeber verlangt. Und der Gesetzgeber verlangt bei uns ja schon eine ganze Menge!

Die Ergebnisse eines Rankings des Manager Magazins, bei dem das gesellschaftliche Engagement von 80 europäischen Großunternehmen geprüft wurde, bestätigen das. Unter den zehn bestplatzierten Unternehmen sind allein vier deutsche Firmen vertreten. Gesellschaftliche Verantwortung tragen aber nicht nur die Großunternehmen. Vor allem klei-

ne und mittlere Betriebe engagieren sich häufig in ihrem lokalen Umfeld – bei Vereinen, Kindergärten oder lokalen Kulturprojekten.

Die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und die Bundesvereinigung der Deutschen Industrie (BDI) haben auf einer gemeinsamen Webseite Beispiele zusammengetragen, wie Unternehmen sich im sozialen, kulturellen oder Bildungsbereich engagieren. Ich empfehle Ihnen, diese Webseite zu besuchen und sich die Beispiele anzusehen. Sie werden staunen, was da von den Unternehmen alles freiwillig geleistet wird. Insbesondere Herrn Müntefering empfehle ich die Lektüre dieser Website (www.csrgermany.de).

Tragendes Prinzip für alle diese sozialen Maßnahmen sind Einsicht und Freiwilligkeit. Erst die Freiwilligkeit und der Verzicht auf Vorgaben durch den Gesetzgeber setzen die innovativen und kreativen Kräfte in den Unternehmen frei. Die sozialen Maßnahmen der einzelnen Firmen unterscheiden sich sehr stark. Sie hängen von zahlreichen Parametern ab, wie z.B. der Beschäftigtenzahl, der internationalen Verflechtung, der wirtschaftlichen Branche, der Kunden usw. Jedes Unternehmen weiß daher selber am besten, wo es aktiv werden sollte.

Für den Fall, dass die Freiwilligkeit allein nicht die wünschenswerte soziale Verantwortung produziert, gibt es bei uns eine Vielzahl von Gesetzen. Wir leben nämlich in einer sozialen Marktwirtschaft und nicht in einem ungezügelter Raubtierkapitalismus. Im Gegenteil, wir haben deutlich ein Zuviel an Gesetzen und Regulierungen, was übrigens auch viele Menschen abhält, sich selbstständig zu machen und auf diese Weise neue Arbeitsplätze zu schaffen.

Dennoch habe ich Verständnis, wenn bei dem einen oder anderen ein gewisses Unbehagen über die real existierenden Zustände übrig bleibt. Das liegt unter anderem daran, dass auch in Wirtschaftsunternehmen nicht nur Engel tätig sind, sondern es auch das eine oder andere schwarze Schaf gibt. Das liegt daran, dass auch Manager Fehlentscheidungen treffen können und es dem einen oder anderen, mit hoher Macht und Verantwortung ausgestatteten Manager, an der nötigen Sensibilität dafür fehlt, dass seine Entscheidungen nicht nur sachlich richtig sein, sondern der Öffentlichkeit auch richtig vermittelt bar sein müssen. Ob »Ökonomisierung des Lebens« die treffende Zustandsbeschreibung ist, möchte ich bezweifeln. Ich sehe aber schon eine sich sehr auf das Materielle beschränkende Lebenshaltung, nicht nur bei uns im Lande. Dies hat aber nichts mit der Marktwirtschaft der Unternehmen zu tun, sondern mit gesamtgesellschaftlichen Werteverchiebungen.

Ich gebe auch denjenigen Politikern Recht, die einen Machtverlust der Regierungen feststellen. In der Tat haben natio-

nale Regierungen ganz bewusst Einfluss etwa nach Brüssel abgegeben und weniger bewusst an andere neue Spieler auf diesem Erdball. Vor allem aber haben unsere Politiker Einfluss aufgegeben, weil sie es versäumt haben, wirkliche staatspolitische Führungsstärke, »Leadership« zu zeigen und den Menschen ein geschlossenes Konzept, eine positive Vision von einem attraktiven Deutschland vor Augen zu führen.

Andere Länder um uns herum machen es uns derzeit vor. Dort wird durch kluge Politik die Wettbewerbsfähigkeit der eigenen Wirtschaft erhöht und so Arbeitsplätze geschaffen. Nur wir in Deutschland weigern uns seit Jahren, endlich die notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um den Standort D voranzubringen.

Die wegweisende politische Konsequenz hieße: Die wirtschaftliche Logik durch kluge Rahmenbedingungen zum Wohle des eigenen Landes – und zwar aller Bürger – zu nutzen.

Die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft hat ein handfestes Konzept erarbeitet, wie das gelingen kann. Mit dem so genannten Drei-Säulen-Modell können wir den Wirtschaftsstandort Deutschland verbessern, um die Zukunftsfähigkeit dieses Landes zu sichern.

Weniger Subventionen für die Wirtschaft

Ich sage bewusst »Wirtschaft«. Es geht nicht darum, einzelne Wirtschaftsbereiche an den Pranger zu stellen. Es geht nicht allein um Steinkohle, Stahl, Landwirtschaft.

Es geht darum, dass Subventionen per se ordnungspolitische Sündenfälle sind. Sie behindern den Fortschritt, verlangsamen den Strukturwandel und verzerren den Wettbewerb, meist auf Kosten des Mittelstands. Es ist nicht marktwirtschaftlich, jedes Jahr Subventionen zu verteilen, die mit 150 Mrd. € jährlich größer sind als die Gesamtsumme der Lohn- und Einkommensteuer! Hier hilft nur die »Rasenmäher-Methode«: Wir schlagen vor, die Subventionen innerhalb von drei Jahren auf 50% abzusenken.

Weniger Steuern und Abgaben für alle

Die frei werdenden Mittel müssen – und das ist die zweite Säule in unserem Modell – genutzt werden, um die Steuern und Abgaben für alle zu senken. Bei der notwendigen Steuerentlastung geht es sowohl um die Höhe als auch um das ganze System. Am Ende muss eine radikale Vereinfachung des Steuerrechts stehen.

Einen mutigen Ansatz hat Prof. Kirchhof entwickelt: Die Steuererklärung »auf dem Bierdeckel«. Sein Modell sieht die Be-

seitigung aller Ausnahmetatbestände vor bei gleichzeitiger Absenkung des Einkommenssteuersatzes auf 25%. Das muss die Grundlage für unsere Überlegungen sein.

Die ganze Steuerpolitik muss, wohl gemerkt, eingebettet sein in die grundlegende Sanierung der Staatsfinanzen.

Mehr Eigenverantwortung in den sozialen Sicherungssystemen und beim Arbeitsmarkt

Solidarität muss sein, aber Solidarität im Sinne von Subsidiarität. Transferleistungen müssen sich beschränken auf die wirklich Bedürftigen, anstatt – kombiniert mit hohen Abgaben – Nichtarbeiten profitabler zu machen als Arbeiten.

Das ist alles andere als Ellenbogenmentalität. Das ist vielmehr ein Meilenstein auf dem Weg, Schluss zu machen mit dem Unsozialsten, was wir uns leisten: Über 5, in Wahrheit fast 8 Mill. Arbeitslose – diverse, staatlich finanzierte Maßnahmen der Bundesagentur für Arbeit »beschönigen« das Bild.

Die Stationen auf dem Weg zu einer Gesundung der sozialen Sicherung heißen

- Sanierung der GKV (Pauschalprämie),
- der Pflegeversicherung,
- der Rentenversicherung;
- Entrümpelung des Arbeitsrechts und
- eine beschäftigungsorientierte Tarifpolitik.

Diese drei Säulen stehen auf dem Fundament eines grundlegend reformierten Bildungssystems.

Sie sehen: Reformen sind das, was Deutschland braucht – und zwar dringender denn je. Die Wissenschaft liefert auch eine Vision oder zumindest eine Aussage darüber, was denn die Reformrendite für die Deutschen ist, wenn sie sich auf einen mutigen Reformkurs einlassen. Wir können die Arbeitslosigkeit in 20 Jahren auf etwa 4% drücken – statt sie auf 17% hochschnellen zu lassen, wenn wir so weiter machen. Das durchschnittliche Haushaltseinkommen liegt dann um etwa 18 000 € pro Jahr, das heißt 40%, höher als bei Fortschreibung des Status quo.

Dies finde ich ausgesprochen erfreuliche Aussichten, und wir handeln dann nach dem Motto, die Logik der Wirtschaft akzeptieren und nutzen, ohne eine Ökonomisierung des Menschen zuzulassen.

Makroökonomische Variablen können mittels einer Vielzahl von ökonometrischen Verfahren prognostiziert werden. Dazu zählen z.B. strukturelle Zeitreihenmodelle, univariate Schätzansätze, vektorautoregressive Modelle, Schätzung von Einzelgleichungen bis hin zu simultanen Mehrgleichungsmodellen. Bei Exportprognosen hat sich gezeigt, dass die Berücksichtigung von zusätzlichen Informationen am aktuellen Rand die Prognosegüte verbessern kann. In diesem Beitrag werden Datenreihen vorgestellt, die bei einer kurzfristigen Einschätzung des deutschen Exportgeschäfts Anwendung finden können. Dabei werden die Charakteristika der Zeitreihen wie Erhebungsart und -frequenz, zeitliche Verfügbarkeit, etc. beschrieben, und es wird auf die statistischen Eigenschaften der Zeitreihen als Frühindikatoren für die Exportentwicklung eingegangen. Außerdem werden ökonometrische Schätzansätze vorgestellt, die es ermöglichen, mittels dieser Frühindikatoren das Wachstum der deutschen Warenausfuhr am aktuellen Rand zu quantifizieren.

Frühindikatoren

Da Zahlen für die deutschen Exporte am aktuellen Rand – das gilt insbesondere für Quartalsdaten¹ – nicht unmittelbar zur Verfügung stehen, ist es für den Prognostiker wichtig, sich ein verlässliches Bild über die laufende Entwicklung mittels zeitnah verfügbarer Indikatoren zu machen. Die Auswahl der hier dargestellten Frühindikatoren wird anhand von zwei Kriterien vorgenommen. Zum einen sollte der Indikator einen zeitlichen Vorlauf vor der zu beobachtenden Variablen aufweisen und Wendepunkte im Verlauf der Variablen zuverlässig anzeigen. Zum anderen muss der Indikator zeitnah zur Verfügung stehen, um in der kurzfristigen Betrachtung Verwendung zu finden.

Die ausgewählten Frühindikatoren basieren auf schnell verfügbaren Monatsdaten aus unterschiedlichen Quellen. Sie weisen gute Indikatoreigenschaften hinsichtlich der deutschen Ausfuhr auf. Zum einen werden die Eigenschaften der Exporterwartungen aus dem ifo Konjunkturtest und des vom ifo Institut berechneten Exportklimaindex² als Frühindikatoren dargestellt. Zum anderen stehen die Auftragseingänge aus dem Ausland beim Verarbeitenden Gewerbe, die vom Statistischen Bundesamt erhoben werden, und der Indikator der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft, der von der Deut-

schen Bundesbank ausgewiesen wird, als weitere Frühindikatoren zur Verfügung. Als Referenzgröße für die zu beobachtende Variable wird die Wachstumsrate der realen Warenausfuhr gemäß der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) zum Vorjahresquartal gewählt. Da aufgrund der erst vor kurzem durchgeführten Umstellung der VGR auf die Vorjahrespreisbasis noch keine weitreichende Rückrechnung der Zeitreihen zur Verfügung steht, umfasst der hier dargestellte Zeitraum lediglich Daten vom ersten Quartal 1991 bis zum ersten Quartal 2005.³

Die Exporterwartungen aus dem ifo Konjunkturtest

Im Rahmen des monatlich erhobenen ifo Konjunkturtests geben rund 7 000 Unternehmen eine Einschätzung über die Geschäftslage und über die Geschäftsaussichten ab, unter anderem werden dabei auch Angaben über die Exporterwartungen gemacht. Die Unternehmen geben dabei Auskunft, ob sie die Entwicklung des Exportgeschäfts in den nächsten drei Monaten als »zunehmend«, »gleich bleibend« oder »abnehmend« einstufen. Der als Saldo aus den Antwortkategorien »zunehmend« und »abnehmend« ermittelte Wert spiegelt somit die erwartete Veränderung des Exportgeschäfts für die nächsten drei Monate wider und wird daher als Frühindikator für die Entwicklung der deutschen Exporte interpretiert.

¹ Gesamtwirtschaftliche Prognosen werden vorwiegend im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen vorgenommen, so dass eine gängige Prognosevariable die reale Warenausfuhr nach Abgrenzung der VGR ist.

² Der Exportklimaindex wird regelmäßig von der Zeitschrift »Wirtschaftswoche« veröffentlicht.

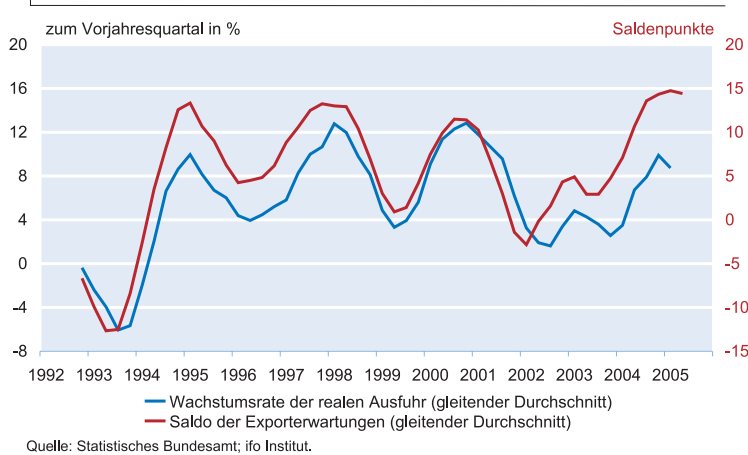
³ Die hier dargestellten statistischen Ergebnisse unterscheiden sich nur geringfügig von früheren Berechnungen mittels VGR-Daten mit Festpreisbasis von 1995.

Dieser Frühindikator gibt die Einschätzung der deutschen Unternehmer wieder, d.h. die Treffsicherheit des Indikators hängt insbesondere vom Vermögen der Exporteure ab, die Entwicklung ihres Exportgeschäfts unter Kenntnis ihrer eigenen Exportanstrengungen sowie wichtiger Rahmendaten wie Wechselkurse und Preise zu prognostizieren. Die Exporterwartungen sind die am schnellsten verfügbaren Daten, da sie noch im laufenden Monat zur Verfügung stehen.

Aus den monatlichen Werten werden Quartalsdurchschnitte gebildet, um sie der vierteljährlichen Erhebungsfrequenz der VGR anzupassen. Für die graphische Darstellung werden beide Zeitreihen, d.h. auch die Wachstumsraten der Exporte zum Vorjahresquartal, mittels gleitender Durchschnitte über die letzten vier Quartale geglättet. In Abbildung 1 misst die linke Skala die Wachstumsraten der realen Warenausfuhr, während die rechte Skala die Salden der Exporterwartungen angibt. Abgesehen von der Rezession 1993 waren die Wachstumsraten der deutschen Ausfuhr ausschließlich positiv. Hohe Wachstumsraten von rund 12,5% im gleitenden Durchschnitt wurden Ende 1997 und Ende 2000 erreicht. Die durchschnittliche Wachstumsrate der Exporte betrug im gesamten Beobachtungszeitraum 5,6%. Die Exporterwartungen spiegeln den Verlauf des Exportwachstums sehr gut wider. Der Durchschnitt der Exporterwartungen lag bei 4,8 Saldenpunkten. Im Zeitraum der Rezession 1993 waren die Salden ebenfalls stark negativ.

Mittels der statistischen Methode der Kreuzkorrelation kann gezeigt werden, dass die Exporterwartungen eine hohe Korrelation im gleichlaufenden Quartal und auch bei einem Vorlauf von einem Quartal vor der Referenzreihe aufweisen. Der Korrelationskoeffizient weist jeweils einen Wert von 0,89 auf (vgl. Tab. 1, Spalte 1). Die Wendepunkte werden – wenn auch häufig im gleichen Quartal – ebenfalls zu-

Abb. 1
Exportserwartungen



verlässig angezeigt. Am aktuellen Rand weisen die Exporterwartungen auf eine Abschwächung des Exportwachstums hin.

Die Auftragseingänge aus dem Ausland beim Verarbeitenden Gewerbe

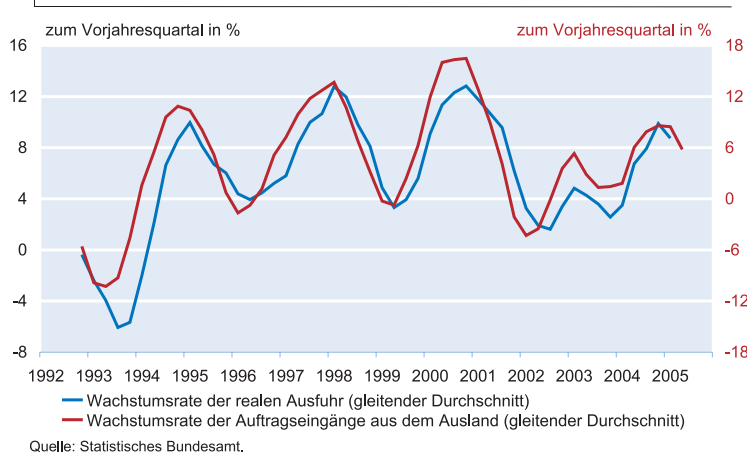
Die vom Statistischen Bundesamt ausgewiesenen Auftragseingänge aus dem Ausland beim Verarbeitenden Gewerbe stellen ein unmittelbares Maß für die Auslandsnachfrage nach deutschen Produkten dar. Die Umsetzung dieser Auslandsorders bei den Firmen kann je nach Art des Auftrags nahezu zeitgleich bei ausreichender Lagerhaltung oder mit einer zeitlichen Verzögerung von einigen Wochen und Monaten einhergehen. Bei Großaufträgen mit spezifischer Produkterstellung ist sogar mit einer längeren Zeitspanne bis zur Exportwirksamkeit zu rechnen. Der Indikator steht dem Beobachter mit einer Verzögerung von etwa zwei Monaten zur Verfügung, d.h. Mitte Juli sind Daten bis einschließlich Mai erhältlich. Es wird die relative Veränderung der Auftragseingänge zum Vorjahr als Frühindikator herangezogen.

Tab. 1
Kreuzkorrelationen

Exportserwartung		Auftragseingang		Wechselkurs (real)		Exportklima	
Lag	Korrelation*	Lag	Korrelation*	Lag	Korrelation*	Lag	Korrelation*
-4	-0,179	-4	-0,276	-4	-0,135	-4	-0,417
-3	0,088	-3	-0,033	-3	-0,212	-3	-0,399
-2	0,401	-2	0,294	-2	-0,363	-2	-0,228
-1	0,698	-1	0,635	-1	-0,546	-1	0,063
0	0,892	0	0,887	0	-0,700	0	0,412
1	0,889	1	0,936	1	-0,759	1	0,681
2	0,735	2	0,814	2	-0,706	2	0,801
3	0,478	3	0,555	3	-0,544	3	0,731
4	0,192	4	0,238	4	-0,317	4	0,498

* Korrelationskoeffizienten der Kreuzautokorrelationsfunktion.

Abb. 2
Auftragseingänge aus dem Ausland



Die monatlichen Daten werden wiederum mittels Quartalsdurchschnitten der Erhebungsfrequenz der VGR-Daten angeglichen und durch gleitende Durchschnitte geglättet. In Abbildung 2 wird der enge Zusammenhang zwischen der Veränderung der Auftragseingänge aus dem Ausland und dem Exportwachstum sichtbar. Die Auftragseingänge aus dem Ausland stiegen im Durchschnitt um 4,3% an.

Der Korrelationskoeffizient weist bei einem Vorlauf von einem Quartal den höchsten Wert mit 0,94 auf (vgl. Tab. 1, Spalte 2). Die Wendepunkte werden zuverlässig, wenn auch mehrmals zeitgleich, mit der zu beobachtenden Variablen angezeigt. Die Veränderung der Auftragseingänge aus dem Ausland weist auf eine Abschwächung des Exportwachstums am aktuellen Rand hin.

Der reale effektive Wechselkurs des Euro für die deutsche Wirtschaft

Zur Beobachtung der relativen Preisentwicklung im Außenhandelssektor wird der Indikator der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft gegenüber 19 Industrieländern auf Basis der Verbraucherpreise herangezogen, der monatlich von der Deutschen Bundesbank berechnet wird. Dieser Indikator steht zeitnah zur Verfügung⁴, so dass

⁴ Auf der Basis der Verbraucherpreise weist die Deutsche Bundesbank den Indikator der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft auch gegenüber einem größeren Länderkreis (49 Länder) aus (vgl. Monatsberichte der Deutschen Bundesbank).

⁵ Analog wird von der Europäischen Zentralbank der reale effektive Wechselkurs des Euro für die Eurozone gegenüber zwei Ländergruppen veröffentlicht. Die Berechnungen sind methodisch konsistent (vgl. hierzu Monatsbericht der Deutschen Bundesbank, November 2001, S. 54 ff.).

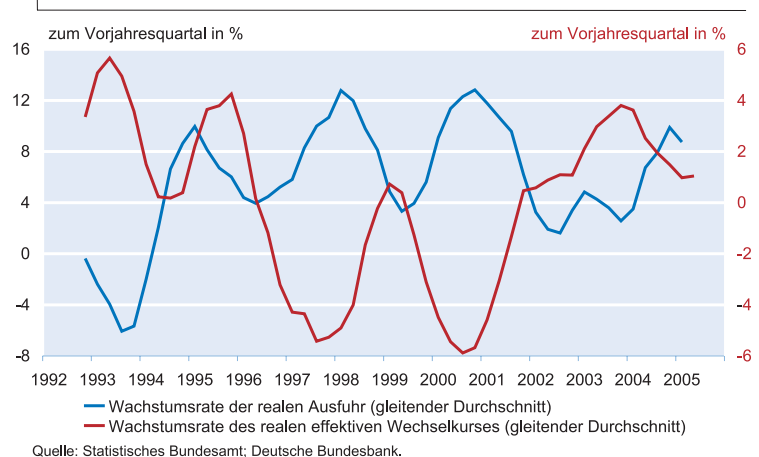
bereits Mitte Juli Werte für Juni erhältlich sind. Der Indikator spiegelt die Entwicklung des realen effektiven Wechselkurses für die deutsche Wirtschaft⁵ gegenüber den EWU-Ländern sowie Dänemark, Japan, Kanada, Norwegen, Schweden, Schweiz, Vereinigtes Königreich und Vereinigte Staaten wider.

Analog zur bisherigen Vorgehensweise werden die relativen Veränderungen des realen effektiven Wechselkurses für Deutschland gegenüber dem Vorjahresmonat herangezogen und mittels Quartalsdurchschnitten der VGR-Erhebungsfrequenz angepasst und anschließend geglättet. In Abbildung 3 sind die Verläufe des Indikators und der Referenzreihe dargestellt.

Dabei wird deutlich, dass die Entwicklung des Exportwachstums tatsächlich eng mit den Auf- oder Abwertungen des realen effektiven Wechselkurses verknüpft ist. Der Frühindikator läuft der Referenzgröße um ein Quartal voraus (vgl. Tab. 1, Spalte 3). Die höchste Korrelation – hier negativ aufgrund des gegenläufigen Zusammenhangs – wird mit $-0,76$ ausgewiesen.

Bis zum Jahr 2002 geht jedem Wendepunkt des Exportwachstums auch eine Umkehr in der Entwicklung des Wachstums des realen effektiven Wechselkurses voraus. So auch 1999, als die Einführung des Euro als Gemeinschaftswährung der Eurozone zuerst von einer starken Abwertung gegenüber dem US-Dollar begleitet wurde und die Wachstumsraten der deutschen Ausfuhr deutlich zunahm (bis auf rund 12,5% im gleitenden Durchschnitt im vierten Quartal 2000). Allein die starke Zunahme des Exportwachstums, die Mitte 2002 einsetzte, ist losgelöst von der Wechselkursentwicklung zu sehen. Anscheinend überwog in dieser

Abb. 3
Realer effektiver Wechselkurs für Deutschland



Phase ein mengenmäßig starker Nachfrageeffekt, der die sich abschwächende preisliche Wettbewerbsfähigkeit kompensierte. Zum einen verbesserte sich seit Mitte 2002 der reale effektive Wechselkurs der deutschen Wirtschaft relativ gegenüber dem realen effektiven Wechselkurs der gesamten Eurozone, d.h. Deutschland konnte aufgrund der besseren inländischen Preisentwicklung seine Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den Ländern der Eurozone deutlich verbessern (vgl. Abb. 4). Zum anderen hat neben diesem relativen Preiseffekt auch die starke Nachfrageausdehnung nach Investitionsgütern insbesondere der EU-Beitrittsländer und China sicherlich zum positiven deutschen Exportwachstum beigetragen.

Die einsetzende starke Aufwertung des Euro gegenüber dem US-Dollar und daran gebundene Währungen zu Beginn 2003 schlug sich jedoch auch in Deutschland wieder in sinkenden Exportwachstumsraten nieder. Der Anstieg der Ausfuhrwachstumsraten, der Ende 2003 einsetzte, geht dagegen wieder mit einer Umkehr in der Entwicklung der Wachstumsraten des realen effektiven Wechselkurses einher.⁶ Am aktuellen Rand ist eine Seitwärtsbewegung des Indikators auszumachen, die zumindest nicht für eine Zunahme des Exportwachstums spricht.

Der Exportklimaindex

Der Exportklimaindex wird einmal im Monat vom ifo Institut berechnet. Die Konstruktion dieses zusammengesetzten Exportindicators beruht auf der Überlegung, dass sich das wirtschaftliche Klima in den für deutsche Exporteure wichtigsten Handelsregionen mit einer zeitlichen Verzögerung auf deren Importnachfrage auswirkt.⁷ Eine Verbesserung des wirtschaftlichen Klimas im Ausland müsste demnach die Nachfrage nach deutschen Investitions- und Konsumgütern verbessern. Der Indikator basiert daher auf Geschäfts- und

Konsumklimaindizes, die in den Hauptabnehmerländern erhoben werden, und macht sich somit die Einschätzung der ausländischen Konsumenten und Unternehmen über die konjunkturelle Entwicklung zu Nutze. So gehen in diesen Index z.B. für die Vereinigten Staaten der Consumer Confidence Index des Conference Board und der Purchasing Managers Index der National Association of Purchasing Managers ein. Außerdem wird ein Indikator für die Konkurrenzfähigkeit der deutschen Produkte in die Berechnung miteinbezogen. Eingang findet dabei der Indikator der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft, der dem realen effektiven Wechselkurs gegenüber 19 Ländern entspricht. Der Exportklimaindex ist mit einem Monat Verzögerung erhältlich, d.h. Ende Juli wird der Index für Juni berechnet, wenn alle benötigten Daten vorliegen. Da der Index bereits saisonbereinigt, geglättet und in Wachstumsraten ausgedrückt ist, werden keine weiteren Transformationen vorgenommen.

In Abbildung 5 wird die hohe Korrelation zwischen dem Exportklimaindex und der Wachstumsrate der deutschen Ausfuhr deutlich. Ein Vorteil des Exportklimaindex ist, dass er der Referenzreihe zwei Quartale voraus läuft und damit sehr früh Wendepunkte markieren kann.

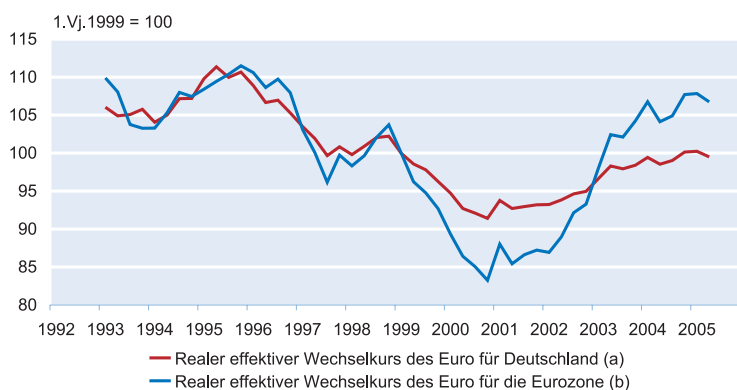
Der Korrelationskoeffizient hat ein Maximum von 0,80 bei einem Vorlauf von zwei Quartalen (vgl. Tab. 1, Spalte 4). Wiederum werden die Wendepunkte zuverlässig antizipiert. Der Exportklimaindex am aktuellen Rand weist deutlich auf eine Abschwächung des Exportwachstums hin.

Kurzfristige Prognose mittels Frühindikatoren

Die dargestellten Indikatoren beleuchten verschiedene Seiten der deutschen Ausfuhr – mengen- sowie preismäßig – und werden von unterschiedlichen Quellen gespeist. Die obige Analyse hat gezeigt, dass alle Variablen gute Eigenschaften als Frühindikatoren aufweisen. Ökonometrische Schätzungen mittels dieser Frühindikatoren unterstreichen diese Qualität (vgl. Tab. 2 sowie Tab. 3).

Geht man davon aus, dass die Frühindikatoren die Nachfrage- und Angebotsseite der deutschen Ausfuhr qualitativ und quantitativ gut erfassen, müssten diese Variablen mit einem Vorlauf von einem bis zu zwei Quartalen einen großen Teil der Variabilität der

Abb. 4
Realer effektiver Wechselkurs für Deutschland und die Eurozone



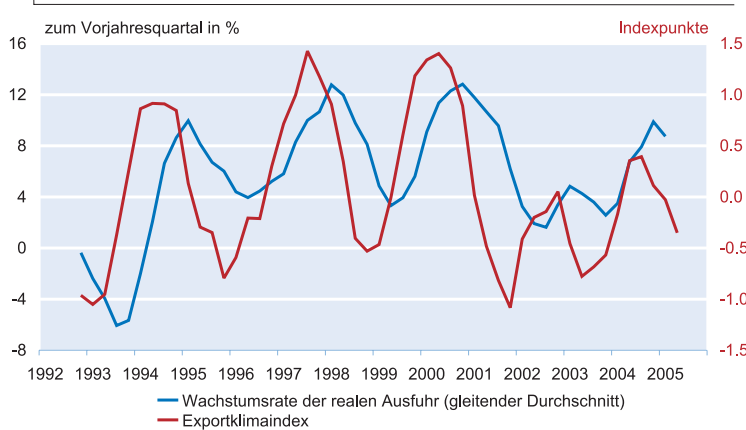
(a) Indikator der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft gegenüber 19 Industrieländern auf Basis der Verbraucherpreise
(b) Index der Eurozone gegenüber 23 Ländern auf Basis der Verbraucherpreise.

Quelle: Deutsche Bundesbank, Europäische Zentralbank.

⁶ Der reale effektive Wechselkurs verschlechtert sich zwar noch seit Mitte 2003, aber mit deutlich abnehmenden Raten.

⁷ Vgl. G. Goldrian, Der Exportindikator, in: K.H. Oppenländer (Hrsg.), Konjunkturindikatoren, Oldenbourg Verlag, München 1995, S. 430–440.

Abb. 5
Exportklimaindex



Quelle: Statistisches Bundesamt; ifo Institut und Wirtschaftswoche.

Wachstumsrate der Ausfuhr (dex) erklären können. Eine lineare Regressionsgleichung mit den Frühindikatoren der amtlichen Statistik, Veränderung der Auftragseingänge aus dem Ausland (daeg) und die Veränderung des realen effektiven Wechselkurses zum Vorjahresquartal (dpwett), bestätigt die statistischen Zusammenhänge und zeigt signifikante Ergebnisse⁸ auf (vgl. Tab. 2, Variante 1). Da die Zahl der Arbeitstage im Monat resp. im Quartal einen deutlichen Einfluss auf die Höhe der deutschen Warenausfuhr hat, fließt hier die relative Veränderung der Arbeitstage zum Vorjahresquartal nach VGR (datvgr) in die Schätzgleichung mit ein.⁹

Nach dieser Rechnung führt eine Aufwertung von 10% im Vorjahresvergleich zu einem Rückgang der Export-

wachstumsrate im nächsten Quartal von 3,6 Prozentpunkten, während ein um 10% höherer Auftragseingang gegenüber dem Vorjahresquartal einen Anstieg der Ausfuhrate von 4,8 Prozentpunkten bedingt. Auch der Arbeitstageeffekt weist eine hohe Elastizität von 0,46 auf. Auf Basis dieser Regressionsgleichung kann das Ausfuhrwachstum zum jetzigen Zeitpunkt für das zweite und dritte Quartal dieses Jahres prognostiziert werden, da zum einen nur die verzögerten Werte der Variablen eingehen und zum anderen Werte der Frühindikatoren für das zweite Quartal 2005 zu einem großen Teil bereits vorliegen.¹⁰ Folgt man diesem Schätzansatz, wächst die reale Ausfuhr im zweiten Quartal um 7,2% im Vorjahresvergleich und nimmt im dritten Quartal um 3,9% zu. Dies entspricht im zweiten sowie im dritten Quartal 2005 einem Ausfuhrvolumen von rund 201 resp. 189,5 Mrd. €.

Berücksichtigt man zusätzlich die Salden der Exporterwartungen (exerw) aus dem ifo Konjunkturtest in der Regressionsgleichung, so erhöht sich der Erklärungsgehalt der Schätzung ($R^2 = 0,85$), und die Exporterwartungen erweisen sich als hoch signifikant (vgl. Tab. 2, Variante 2). Indessen kann der Koeffizient der Exporterwartungen nicht direkt als Elastizität interpretiert werden, da die Saldenberechnung keine prozentuale Veränderung der Erwartungen ausdrückt. Er misst insbesondere einen Teil der Exportnachfrage, der sonst den Auftragseingängen zugeordnet wird. So wird nun für die Auftragseingänge eine

⁸ Alle Variablen erweisen sich als signifikant auf einem 5%-Niveau (siehe T- und F-Statistik), die Residuen sind nicht autokorreliert (siehe Durbin-Watson-Statistik) und das R^2 liegt bei 0,79.

⁹ Saisonale Effekte sind aufgrund der Betrachtung von Veränderungen zum jeweiligen Vorjahresquartal bereits überwiegend ausgeschlossen.

¹⁰ Zum Zeitpunkt der Prognose liegen alle drei Monatswerte für die Salden der Exporterwartungen sowie für den realen effektiven Wechselkurs der deutschen Wirtschaft vor. Die Auftragseingänge aus dem Ausland sind bis einschließlich Mai in die Berechnungen eingegangen. Der Exportklimaindex erfasst ebenfalls die Monate April und Mai.

Tab. 2
Lineare Schätzgleichungen für das Exportwachstum mit Frühindikatoren
Abhängige Variable dex
Quartalsdaten von 1992:02 bis 2005:01

Variable	Variante 1 Koeffizient	T-Statistik	Variante 2 Koeffizient	T-Statistik	
1. Constant	0,0358	(7,86)**	0,0325	(8,31)**	
2. DPWETT(1)	- 0,3616	(- 2,57)*	- 0,4455	(- 3,70)**	
3. DAEG(1)	0,4821	(7,53)**	0,1919	(2,29)*	
4. EXERW(1)	-----	-----	0,0031	(4,52)**	
5. DATVGR	0,4604	(2,67)*	0,4127	(2,83)**	
R**2		0,784	R**2		0,846
Standardfehler der Schätzung		0,026	Standardfehler der Schätzung		0,022
F(3,47)		62,606	F(4,46)		71,036
Durbin-Watson Statistik		2,031	Durbin-Watson Statistik		2,264

* 5%-Signifikanzniveau. ** 1%-Signifikanzniveau.

deutlich geringere Elastizität mit 0,19 ermittelt, während die Elastizität des realen effektiven Wechselkurses einen zur vorherigen Schätzung betragsmäßig leicht höheren Wert von -0,45 aufweist (vgl. Tab. 2). Der Koeffizient des Arbeitstageffekts ist mit 0,41 etwas niedriger als zuvor. Der Standardfehler der Schätzung verbessert sich mit 0,022 geringfügig im Vergleich zur Basisregression (0,026).

Abbildung 6 vergleicht die geschätzten Werte aus der Regressionsgleichung¹¹ unter Berücksichtigung der Exporterwartungen mit den tatsächlich realisierten Exportwachstumsraten. Dabei wird deutlich, dass insbesondere zu Beginn 2004 die Frühindikatoren den außerordentlich starken Anstieg des Exportwachstums sowie dessen Rückgang im dritten Quartal nicht ausreichend anzeigen konnten. Hingegen konnte die Wachstumsabschwächung zu Beginn des Jahres gut mittels der Frühindikatoren prognostiziert werden.

Gemäß dieser Schätzgleichung (Tab. 2, Variante 2) wächst die reale Warenausfuhr gegenüber dem Vorjahresquartal im zweiten Quartal um 10,2% und legt im dritten Quartal um 7,1% (vgl. Abb. 6) zu. Das entspräche einem Ausfuhrvolumen von 206,7 Mrd. € im zweiten und 195,3 Mrd. € im dritten Quartal. Diese Prognosewerte erweisen sich als deutlich optimistischer im Vergleich zur Basisregression ohne Unternehmenserwartungen, da die berücksichtigten Exporterwartungen¹² im Vergleich mit vergangenen Jahren weiterhin relativ hohe Salden aufzeigen (vgl. Abb. 1).

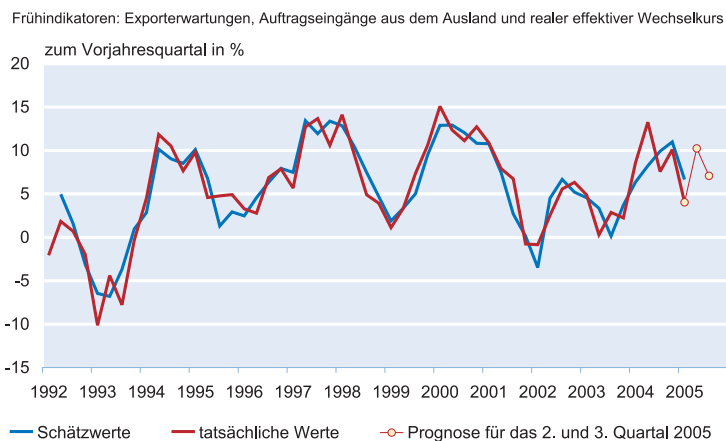
Da der Exportklimaindex einen aus verschiedenen Reihen zusammengesetzten Frühindikator darstellt, in den beispielsweise der Indikator der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft bereits Eingang gefunden hat, kann er nicht in die obige Prognose integriert werden. Ihm wird in einem gesonderten Schätzansatz Rechnung getragen. Der Exportklimaindex (exklima) geht dabei mit Verzögerungen von ein und zwei Quartalen ein (vgl. Tab. 3). Die Koeffizienten des Frühindikators¹³ sind hoch signifikant, und auch dieser Schätzansatz erklärt einen großen Teil des realen Ausfuhrwachstums ($R^2 = 0,75$). In die Schätzung wird die verzögerte Wachstumsrate der Ausfuhr (dex{1}) mit aufgenommen, um serielle Korrela-

¹¹ Für die Basisschätzgleichung aus Tabelle 2, Variante 1 ergibt sich ein sehr ähnliches Bild.

¹² Nach dem Urteil der statistischen Signifikanz (R^2 und Standardfehler der Schätzung) verbessern die Exporterwartungen der Unternehmen die Ergebnisse der Schätzgleichung, und sie sollten daher in der Prognose berücksichtigt werden.

¹³ Eine einfache Interpretation der Koeffizienten als Elastizitäten ist in diesem Ansatz nicht möglich.

Abb. 6
Wachstumsrate der realen Ausfuhr



Quelle: Statistisches Bundesamt, Deutsche Bundesbank; Berechnungen und Prognose des ifo Instituts.

tion bei den Residuen zu vermeiden. Der Arbeitstageffekt ist ebenfalls signifikant. Der Standardfehler der Schätzung mit 0,027 ist vergleichbar mit den Ergebnissen der anderen Modelle.

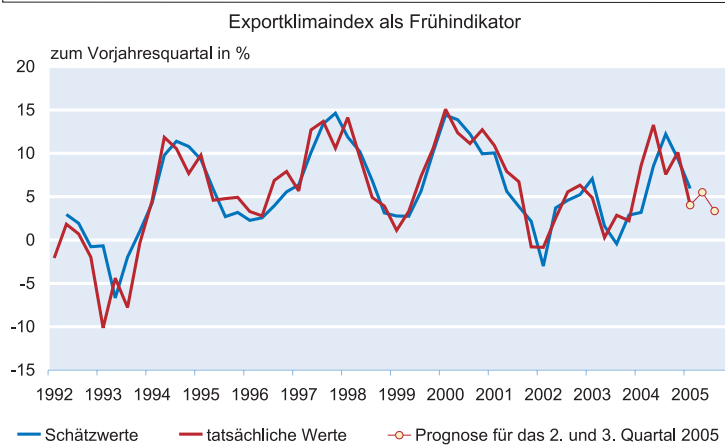
Abbildung 7 macht deutlich, dass die Schätzung mit dem Exportklimaindex den Verlauf der Ausfuhrwachstumsraten in 2004 – zwar ein Quartal verzögert – besser abzubilden vermag als das Modell mit den anderen Frühindikatoren, da diese Regressionsgleichung die verzögerte endogene Variable berücksichtigt.¹⁴ Dieser Schätzansatz zeichnet für das zweite und dritte Quartal mit einer Zunahme der Ausfuhr von 5,5 resp. 3,4% ein deutlich schwächeres Bild gegenüber den vorherigen Prognosen (vgl. Abb. 7). Damit liegt die Vorhersage des Ausfuhrvolumens für das zweite Quartal bei etwa 198 Mrd. € und rund 188,5 Mrd. € im nächsten Quartal.

¹⁴ Die verzögerte endogene Variable erweist sich in den Schätzansätzen aus Tabelle 2 (Variante 1 und 2) als insignifikant.

Tab. 3
Lineare Schätzgleichung für das Exportwachstum mit Exportklimaindex
Abhängige Variable dex
Quartalsdaten von 1992:02 bis 2005:01

Variable	Koeffizient	T-Statistik
1. Constant	0,0250	(3,44)**
2. DEX(1)	0,5303	(4,48)**
3. EXKLIMA(1)	0,0575	(5,61)**
4. EXKLIMA(2)	-0,0307	(-2,77)**
5. DATVGR	0,4201	(2,22)*
R^{**2}		0,752
Standardfehler der Schätzung		0,027
F(4,46)		39,605
Durbin-Watson Statistik		2,201
* 5%-Signifikanzniveau. ** 1%-Signifikanzniveau.		

Abb. 7
Wachstumsrate der realen Ausfuhr



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen und Prognose des ifo Instituts.

Fazit

Die dargestellten Frühindikatoren erfüllen die Voraussetzungen, die Wachstumsrate der deutschen Warenausfuhr kurzfristig abschätzen zu können. Die Analyse am aktuellen Rand zeigt, dass die Frühindikatoren eine Abschwächung der Exportkonjunktur anzeigen.

Die aus den Indikatoren abgeleiteten Prognosen für das Ausfuhrvolumen zeigen die Abschwächung des Exportwachstums im ersten Quartal deutlich an. Für das zweite Quartal wird die reale Warenausfuhr auf rund 198 bis 206,7 Mrd. € geschätzt. Für das dritte Quartal ergibt sich eine Spanne von 188,5 bis 195,3 Mrd. €. Die Schätzung des Exportwachstums am aktuellen Rand mittels Frühindikatoren ermöglicht dem Prognostiker aktuelle Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und diese in mittelfristigen Projektionen zu berücksichtigen.

In Deutschland gibt es in der amtlichen Statistik bislang keine Daten zur Entwicklung der Wohnimmobilienpreise. Die Deutsche Bundesbank hat vor einiger Zeit – basierend auf Angaben der BulwienGesa AG – »quasi-amtliche« Preisindikatoren für Wohnimmobilien vorgelegt. Danach sind die Preise für Standard-Reihenhäuser und -Eigentumswohnungen in Westdeutschland seit 1975 unter leichten Schwankungen zwar deutlich gestiegen, in realer Betrachtung waren sie aber deutlich rückläufig. Für den Erwerb eines Reihenhauses mussten 2004 – bei deutlich fallender Tendenz – rund 13 durchschnittliche Jahreseinkommen (Volkseinkommen pro Einwohner) aufgewandt werden. Insbesondere in Irland und Spanien sind die Wohnimmobilienpreise in den letzten Jahren weitaus schneller und auch wesentlich stärker als die Einkommen gestiegen.

Dieser Beitrag geht – nach einigen Angaben zu Wohnungsbestand und -versorgung in Deutschland – auf die unterschiedlichen Datenquellen für Wohnungspreise und auf ausgewählte methodische Aspekte ein. Anschließend werden die Datenreihen der Deutschen Bundesbank für Reihenhäuser und Eigentumswohnungen dargestellt und in Relation zur »allgemeinen« Inflation sowie zur Einkommensentwicklung gesetzt. In einem knappen »Blick über den Tellerrand« erfolgt ein Vergleich der Entwicklungen von Wohnungspreisen und Volkseinkommen in ausgewählten europäischen Ländern.

Wohnungsbestand: Nur ungenaue Angaben zum hohen Niveau ...

Nach der amtlichen Fortschreibung des Wohnungsbestands gab es Anfang 2004 in Deutschland fast 17,3 Mill. *Wohngebäude* mit knapp 38,4 Mill. *Wohnungen* (30,8 Millionen in West- und 7,6 Millionen in Ostdeutschland; vgl. Statistisches Bundesamt 2004a). Bei rund 80,5 Mill. Einwohnern und etwa 38,6 Mill. Privathaushalten kann von einer im Durchschnitt quantitativ guten Wohnungsversorgung gesprochen werden: Zumindes rechnerisch wird das Kriterium »Pro Haushalt eine Wohnung« erfüllt, für eine ausgewogene Beurteilung der Versorgungslage müssen allerdings regionale Unterschiede beachtet und Differenzierungen nach Einkommen, Status, Haushaltsgröße usw. berücksichtigt werden.

Grundlage für die Angaben zum Wohnungsbestand sind zum einen die letzten *Gebäude- und Wohnungszählungen* (1987 in West- und 1995 in Ostdeutschland) und zum anderen die amtliche *Fortschreibung des Wohnungsbestands*. Hierbei werden jährlich die durch Fertigstellungen hinzugekommenen Wohneinheiten zum Gesamtbestand hinzuaddiert (Bruttozugänge durch Neubau und Bestandsmaßnahmen), während im Gegenzug die physi-

schen Abgänge (vor allem durch Abriss) abgezogen werden.

Während die *Fertigstellungen* in der Bautätigkeitsstatistik ziemlich lückenlos und präzise erfasst werden, sind die *Wohnungsabgänge* aufgrund fehlender Berücksichtigung bestimmter struktureller Veränderungen im Bestand, wie etwa der Zusammenlegung mehrerer Wohnungen oder der Umwandlung von Wohnungen in Büros oder Arztpraxen, systematisch unterschätzt. Der amtlich fortgeschriebene Wohnungsbestand wird daher überhöht nachgewiesen. Da die angesprochenen Effekte in früheren Zeiten jedoch wesentlich stärker ausgeprägt waren, als sie es heute sind (vgl. z.B. Görhely und Rußig 1994), ist eine genaue Abschätzung des tatsächlichen Wohnungsbestands derzeit kaum möglich – hierzu müssten zusätzliche, für Außenstehende nur schwer zugängliche Informationen herangezogen und restriktive Annahmen getroffen werden.

Eine durchschnittliche Wohnung verfügte Ende 2003 über rund 85 m² *Wohnfläche* (89 m² in West- und 72 m² in Ostdeutschland) und über vier Wohnräume (vgl. Statistisches Bundesamt 2004a). Ein Einfamilienhaus hatte im Durchschnitt 119 m² *Wohnfläche*, Wohnungen in Zweifamilienhäusern dagegen nur 88 m²; wer eine Wohnung in einem Mehrfamilienge-

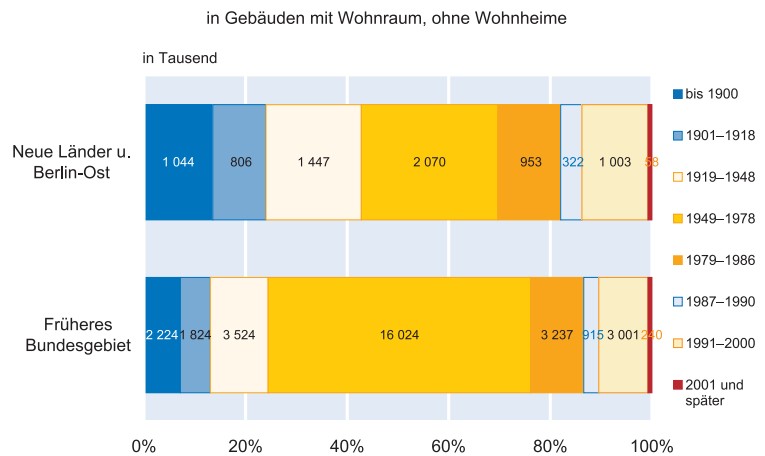
bäude bewohnte (fast 54% aller Wohnungen entfallen auf diese Gebäudekategorie), der musste sich zwar mit durchschnittlich 66 m² zufrieden geben, aber auch bei der Wohnfläche pro Einwohner wird mittlerweile ein hohes Versorgungsniveau erreicht.

... bei guter Qualität, aber erheblichen Auslastungsproblemen

Bei der Altersstruktur der Wohngebäude gibt es aufgrund der historischen Entwicklungen große Unterschiede zwischen neuen und alten Bundesländern. In Ostdeutschland verteilen sich die Wohneinheiten in Gebäuden mit Wohnraum 2002 relativ gleichmäßig auf die einzelnen Alterklassen (vgl. Abb. 1; vgl. Statistisches Bundesamt 2004b). Mit einem Anteil von über einem Viertel wurden die meisten der heute existierenden Wohneinheiten in der Zeit zwischen 1949 und 1978 errichtet. Aus der Zeit vor 1900 stammen immerhin noch rund 14% des Bestands. In Westdeutschland gibt es nur noch relativ wenige Wohnungen aus der Zeit vor 1949; fast jede zweite Wohneinheit des heutigen Wohnungsbestands wurde in den knapp drei Jahrzehnten zwischen 1949 und 1978 errichtet. Durch die nach Wende und Wiedervereinigung verstärkte Wohnungsbautätigkeit in den neuen Ländern hat sich die Altersstruktur des Wohnungsbestands in den beiden Teilgebieten stark angeglichen.

Der Wohnungsleerstand hat sich in den letzten Jahren deutlich erhöht. 2002 standen bundesweit nahezu 3,2 Mill. Wohnungen leer (vgl. Statistisches Bundesamt 2004b und 2000).¹ Das entspricht – bei einer »normalen« Fluktuationsreserve von 2 bis 3% – einem Anteil von über 8% am Wohnungsbestand. Während in Westdeutschland »nur« etwa jede 15. Wohnung dauerhaft oder längere Zeit unbewohnt war (Leerstandsquote rund 6 1/2%), war es im Osten jede siebte Wohnung (rund 14 1/2% des Bestands). Als Ursachen hierfür sind neben der durch die zunehmende Perspektivlosigkeit auf den Arbeitsmärkten induzierten Abwanderung der ostdeutschen Bevölkerung die »Flucht aus der Platte« in andere Wohnformen und die nach der Wende überwiegend aus Spekulationsgründen in großer Zahl neu errichteten Wohnungen zu nennen. Viele dieser Wohnungen, deren Entstehung einer exzessiven staatlichen Subventionspolitik zu verdanken ist, wurden vom Markt letztlich nicht angenommen. Als »rationale Konsequenz« aus dieser Entwicklung wird nach der Neuerrichtung jetzt der Abriss von Wohngebäuden mit staatlichen Mitteln gefördert.

Abb. 1
Altersstruktur des Wohnungsbestandes in West- und Ostdeutschland 2002



Quelle: Statistisches Bundesamt (2004b).

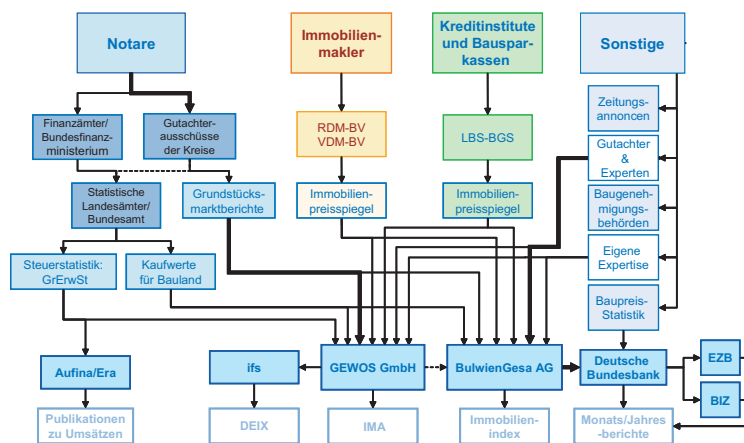
Nach einer auf Umfragen bei den zuständigen Landesbehörden basierenden Schätzung des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW) gab es 2002 in Deutschland rund 2 1/2 Mill. Sozialwohnungen. Deren Anteil am Wohnungsbestand lag demnach bei etwa 6 1/2%. Bis 2010 werden voraussichtlich deutlich über eine Million dieser Wohnungen aus unterschiedlichen Gründen aus der Bindung ausscheiden. Die Zusammenstellung des BMVBW berücksichtigt allerdings bereits die Auswirkungen des Anfang 2002 in Kraft getretenen Förderrechts. Das neue Wohnraumförderungsgesetz (WoFG) verfolgt das Ziel, eine flexiblere und bedarfsgerechtere soziale Wohnraumförderung für Personen sicherzustellen, die sich aufgrund ihrer Einkommensverhältnisse aus eigener Kraft nicht ausreichend mit Wohnraum versorgen können. Damit gibt es allerdings eine zweite Kategorie von Sozialwohnungen. Der Bestand an »klassischen« Sozialwohnungen dürfte nach BMVBW-Angaben derzeit noch bei knapp 2 Mill. Wohneinheiten liegen.

Große Vielfalt an Datenquellen und Angaben zu Wohnimmobilienpreisen

Angesichts der mit diesen Angaben bloß skizzierten Bedeutung der Wohnungsmärkte ist nur schwer zu verstehen, dass es in Deutschland zu Wohnimmobilienpreisen und -umsätzen weder offizielle Statistiken und damit amtliche Daten noch (bis vor kurzem) verlässliche Zahlenangaben von anderen »neutralen« Institutionen gibt. Dies bedeutet allerdings nicht, dass bislang ein Mangel an »irgendwelchen« Werten zu diesen wichtigen Variablen in einem von Politik und Öffentlichkeit besonders beachteten Bereich unserer Volkswirtschaft besteht – im Gegenteil: In die Lücke, die von der amtlichen Statistik gelassen wird, drängen in großer Zahl kommerziell ausgerichtete Privatunternehmen sowie die Verbände von unterschiedlichen Marktteilnehmern.

¹ Diese offiziellen Angaben zum Wohnungsleerstand werden von Fachleuten allerdings mit beachtenswerten methodischen Argumenten als überhöht angesehen (vgl. Freise und Ulbrich 2004).

Abb. 2
Datenquellen zu Wohnimmobilienpreisen und -umsätzen



Quelle: Zusammenstellung des ifo Instituts (2005).

Zu den Institutionen, die über originäre bzw. primäre oder aber über sekundäre, auf alle Fälle jedoch größere Fallzahlen umfassende Informationen zu *Preisen und Transaktionsvolumina* von (Wohn-)Immobilien verfügen (könnten), zählen insbesondere (vgl. Abb. 2):

- *Notare* aus ihrer Amtstätigkeit,
- *Immobilienmakler* und *Bausparkassen* aus der Vermittlungstätigkeit,
- *Kreditinstitute* und *Bausparkassen* aus dem Kreditgeschäft,
- Verlage über *Annoncen* (z.B. im Immobilienteil von Tageszeitungen) oder Provider o.Ä. für *Offerten* im Internet sowie
- Gremien von *Experten* und *Sachverständigen* (z.B. Gutachter in Grundstücksangelegenheiten, Gutachterausschüsse für Grundstückswerte).

In dieser Auflistung und in der graphischen Übersicht zu den theoretisch denkbaren und/oder tatsächlich zugänglichen Primär- und Sekundärquellen für Preise von und Umsätze mit (Wohn-)Immobilien wurde bewusst nicht auf die einzelnen Käufer und Verkäufer (vor allem Privathaushalte, aber auch Unternehmen und Staat) oder auf einzelne »Zwischeninformanten« (z.B. Kreditinstitute, Makler) abgestellt. Das Augenmerk richtete sich vielmehr auf *Informationssammelstellen*, bei denen eine Vielzahl an Informationen anfällt und teilweise auch schon aufbereitet wird. Bei einigen der aufgeführten, z.T. gar nicht explizit angesprochenen Institutionen müssen die Einzeldaten allerdings über aufwändige Befragungen oder Erhebungen und eigene Auswertungen gewonnen werden.

Notare mit vollständigen und differenzierten, aber »geheimen« Primärdaten

Jeder Vertrag über einen Grundstücks- bzw. Immobilienkauf bedarf grundsätzlich der notariellen oder gerichtlichen Be-

urkundung. Deshalb verfügen die Notare über umfangreiches Datenmaterial zur Ermittlung von *Preisindizes für Wohnimmobilien*. Da in den von ihnen beurkundeten Kaufverträgen sowohl Angaben zum Gesamtpreis als auch zu den Grundstücksgrößen bzw. zu den Wohn- und Nutzflächen von Wohnimmobilien und überdies Informationen zur Lagequalität der Grundstücke und zu weiteren Gebäudeeigenschaften enthalten sind, gibt es bei ihnen eine ungewöhnlich umfangreiche und differenzierte, theoretisch nahezu »perfekte« Datenbasis.

Die bei den Notaren gespeicherten Informationen sind allerdings nicht nur für Einzelpersonen bzw. die Öffentlichkeit, sondern auch für wissenschaftliche Zwecke nicht zugänglich (auch nicht in aggregierter oder anonymisierter Form). Die vorhandenen Daten können für statistische Auswertungen und empirische Analysen also nicht genutzt werden.² Die Notare unterliegen aber gegenüber den *Finanzämtern* (Berechnung und Erhebung der Grunderwerbsteuer) und den *Vermessungsämtern* (Änderung der Bodenkataster bzw. Grundbücher) sowie gegenüber den *Gutachterausschüssen* für Grundstückswerte (Ermittlung von Bodenrichtwerten) und der *amtlichen Statistik* einer direkten oder indirekten Auskunftspflicht. Wegen der unterschiedlichen Aufgabenstellung werden von diesen Ämtern bzw. Gremien längst nicht alle Informationen, die für den Aufbau eines verlässlichen amtlichen Preisindizes für Wohnimmobilien benötigt werden, auch tatsächlich ausgewertet und bereitgestellt.

Die in der *Grunderwerbsteuerstatistik* des Statistischen Bundesamtes nachgewiesenen Angaben zum Steueraufkommen werden von diversen Institutionen regelmäßig für Hochrechnungen zu den Immobilienumsätzen herangezogen. Die amtliche Statistik verwendet für die *Kaufwerte für Bauland* lediglich die Angaben zu den unbebauten Grundstücken, wobei nur die Zahl der Kauffälle und die Gesamtumsätze sowie – daraus abgeleitet – die durchschnittlichen Kaufwerte für unterschiedliche Kategorien von Flächen, aber keine »echten« Grundstückswerte ausgewiesen werden.³ Außer den Kaufwerten für Bauland verfügt die amtliche Statistik über

² Anders sieht es dagegen in Frankreich aus: Nach Auskunft der Deutschen Bundesbank wird dort ein auf den Notarverträgen basierendes Preisbeobachtungssystem aufgebaut, das zur Schätzung von *hedonischen Wohnungspreisen* verwendet wird bzw. werden soll.

³ In der Fachliteratur wird darauf hingewiesen, dass die amtlichen durchschnittlichen *Kaufwerte* für unbebautes Land die »wahren« *Grundstückswerte* für alle bebauten und bebaubaren Grundstücke nicht korrekt, sondern mit einem »bias« wiedergeben, weil unbebaute Grundstücke typischerweise in größerer Zentrumsentfernung liegen und daher weniger kosten als bebaute Grundstücke bzw. weniger wert sind als die Grundstücksanteile von (Wohn-)Immobilien (vgl. z.B. Kleiber, Simon und Weyers 2002). Flächendeckende Informationen für eine Korrektur der Wertansätze stehen allerdings nicht zur Verfügung.

zwei weitere Indikatoren zu den Immobilienwerten, nämlich die *veranschlagten Baukosten* für neu errichtete Wohngebäude/Wohnungen und die *Preise für Bauleistungen im Wohnungsbau*. Beide »Ersatzgrößen« sind für die Bestimmung der Wertentwicklung von Wohnungen bzw. Wohngebäuden jedoch nur sehr bedingt geeignet.

Weitere Datenquellen zu Wohnimmobilienpreisen ...

Auf der Grundlage der von den Finanzämtern und Gutachterausschüssen bereitgestellten Informationen zu Verkaufsfällen und Kaufwerten bzw. zum Grunderwerbsteuereinkommen ermittelt *Gewos GmbH* (Institut für Stadt-, Regional- und Wohnforschung) Preise und Umsätze auf den (Wohn-)Immobilienmärkten. Fehlende oder lückenhafte Angaben werden dabei durch eigene Erhebungen und Expertise ergänzt, es erfolgt aber keine Standardisierung oder weitergehende Typisierung der Wohngebäude bzw. Wohnungen. Die (nur teilweise frei zugänglichen) Ergebnisse zu den *Durchschnittspreisen* für Eigenheime bzw. Eigentumswohnungen werden auch von anderen Institutionen (z.B. von der *BulwienGesa AG*) genutzt. Eine Sonderaufbereitung erfolgt für das *ifs* (Institut für Städtebau, Wohnungswirtschaft und Bausparwesen e.V.), das mit diesen Daten den Deutschen Eigentums-Immobilien-Index (DEIX) berechnet.

Im Rahmen ihrer Berufsausübung erhalten *Immobilienmakler* aus einer primären Quelle, nämlich direkt von den Kauf-/Verkaufswilligen, einen guten Überblick über einen Teil des Immobilienmarktgeschehens in ihrem in aller Regel regional und unter Umständen auch sachlich abgegrenzten Betätigungsfeld. Sie sind daher »von Berufs wegen« Experten für die Entwicklung der Preise von Wohnimmobilien. Der seit 1973 vom RDM (Ring Deutscher Makler; ähnlich auch vom VDM – Verband Deutscher Makler; mittlerweile vereinigt zum IVD – Immobilienverband Deutschland) erstellte *Immobilienpreisspiegel* basiert auf Maklerangaben; er liefert eine Vielzahl stark differenzierter Wohnimmobilienpreise aus 255 ausgewählten deutschen Städten. Es muss jedoch davon ausgegangen und berücksichtigt werden, dass bei weitem nicht jede Immobilientransaktion über Makler abgewickelt wird, also lediglich ein nicht voll repräsentativer Teilmarkt abgebildet wird. Sowohl das Niveau als auch die Entwicklung der so ermittelten Wohnimmobilienpreise können also (unkontrollierbare) Verzerrungen aufweisen.

Mit ähnlichen Problemen hat der von der Bundesgeschäftsstelle der Landesbausparkassen erarbeitete *LBS-Immobilienpreisspiegel* zu kämpfen. Zwar fallen sowohl im Darlehensgeschäft als auch bei der von den Landesbausparkassen betriebenen umfangreichen Maklertätigkeit detaillierte Informationen über die Entwicklung der unterschiedlichen Immobilienmärkte an, es bleiben aber Zweifel hinsicht-

lich der regionalen und bundesweiten Repräsentativität der Daten. Auch von anderen (Gruppen oder Verbände von *Kreditinstituten*, z.B. vom *VDH* (Verband deutscher Hypothekenbanken), werden die bei ihnen anfallenden und gesammelten Geschäftsdaten mit dem Ziel ausgewertet, Angaben zur Entwicklung der Wohnimmobilienpreise zu erhalten (beim *VDH* wird die Schätzung hedonischer Preisindizes vorbereitet).

... mit eingeschränkter Verwendbarkeit als Preisindizes für Wohnimmobilien

Die gelegentlich vorgeschlagene oder praktizierte Auswertung von *Zeitungsannoncen* und/oder *Internetofferten* zur Gewinnung von Preisindikatoren für Wohnimmobilien ist nicht nur zeit- und arbeitsintensiv, sie erweist sich auch als höchst fragwürdig, weil die tatsächlich gezahlten Preise (effektive Marktpreise) nicht ermittelt werden können. Die in diesen Anzeigen bzw. Offerten angegebenen Preise spiegeln lediglich Erwartungen bzw. »Wünsche« der Verkäufer wider. Außerdem können Wohnobjekte mehrfach und mit unterschiedlichen Preisangaben angeboten werden.

Andere Institutionen haben zur Bereitstellung von Wohnimmobilienpreisen (Niveau und Veränderung) einen anderen Ansatzpunkt gewählt: Die *BulwienGesa AG* (früher *Bulwien AG*), die sich in einem Schwerpunkt mit der Analyse der Wohnimmobilienmärkte beschäftigt, stützt ihre Preisangaben vorwiegend auf eigenes Expertenwissen und »örtlichen« Sachverstand sowie auf eine umfangreiche Datensammlung und auf die im Rahmen ihrer Gutachtertätigkeit angefertigten *Markt- und Standortanalysen*. Durch gezielte empirische Erhebungen und umfangreiche Vorortbefragungen von *Experten* sowie durch Zeitungsauswertungen und Testkäufe wird diese Datengrundlage ständig erweitert. Außerdem werden von der *BulwienGesa AG* die Veröffentlichungen von *Maklerverbänden* (RDM und VDM bzw. IVD) und die Marktberichte von überregional arbeitenden Sachverständigen und Organisationen (z.B. der *IHKn*) sowie der *Bausparkassen* und der *Gutachterausschüsse* einbezogen.

Bei der Ermittlung der Preise für *standardisierte Reihenhäuser* und *Eigentumswohnungen* für das gesamte bzw. nur für das frühere Bundesgebiet, die bei der *BulwienGesa AG* auf den Preisangaben für 50 west- und 10 ostdeutsche Städte beruht, wird der unterschiedlichen Größe der Städte durch die Gewichtung der Ergebnisse mit der (konstanten) Einwohnerzahl Rechnung getragen.⁴ Mit der Beschränkung auf lediglich 60 deutsche Städte bleibt das Marktgeschehen in der Mehrzahl der deutschen Gemeinden, insbesondere im ländlichen Raum, unberücksichtigt. Es stellt sich die Frage,

⁴ Für Preisindizes angemessener wäre wohl die Zusammengewichtung der Angaben für die verschiedenen Standorte mit den Umsatzanteilen aus den entsprechenden Immobilientransaktionen.

ob die Immobilienpreisentwicklung in den größeren Städten als *voll repräsentativ* für den (west-)deutschen Gesamtmarkt angesehen werden kann. Detaillierte Angaben über die Gewinnung der Einzelindikatoren werden nicht publiziert, so dass die *Transparenz* (Quellen, Methodik der Erhebung und Gewichtung) kritisch zu beurteilen ist.

Preisindizes für Wohnimmobilien: Strenge Anforderungen und spezifische Probleme ...

Die kritische Betrachtung ausgewählter nicht-amtlicher *Preisindikatoren für Wohnimmobilien* in Deutschland (vgl. ausführlicher hierzu Rady und Rußig 2004) hat gezeigt: Ein »Volltreffer« ist offensichtlich nicht darunter. Dies liegt auch an den (zumindest in der Theorie) ziemlich strengen Anforderungen, die an die Erhebung und Aufbereitung der Basisdaten sowie an die Berechnung von Preisindizes gestellt werden.

Generell sollen *Preisindizes* die »reine« Verteuerung bzw. Verbilligung von Gütern (Waren und Dienstleistungen) im Zeitablauf widerspiegeln; sämtliche *Qualitätsveränderungen* sollen ausgeklammert oder explizit berücksichtigt und herausgerechnet werden. Diese Vorgaben gelten auch für *Wohnungsnutzungen* (tatsächlich gezahlte oder fiktive Mieten oder Wohnkosten) und für *Wohnimmobilien*. Damit unterscheiden sich Preisindizes grundlegend von *Durchschnittswerten* (Ausgaben oder Kosten) einer Grundgesamtheit oder einer Stichprobe. Der Durchschnittsumsatz mit (Wohn-)Immobilien oder der durchschnittliche Transaktionswert der in einer Periode gehandelten (neuen oder gebrauchten) Wohnungen sind Angaben von ganz anderer Qualität als ein *Preisindex für Wohnimmobilien*.

Allerdings stehen die »an sich« benötigten Preise für ein und dieselbe Wohnung oder »identische« Wohnungen zu verschiedenen, nicht zu weit auseinander liegenden Zeitpunkten nicht oder nur ausnahmsweise zur Verfügung. Man muss also auf unterschiedliche, aber möglichst »ähnliche« Objekte zurückgreifen. Dabei ergibt sich das Problem, dass *Wohngebäude und Wohnungen* (Eigenheime sowie Miet- oder Eigentumswohnungen; Neubau und Bestand) sehr *heterogene Güter* sind, die sich nach einer großen Zahl von Merkmalen voneinander unterscheiden:⁵

Einerseits nach

- Größe des Grundstücks(-anteils)
- Gebäudegröße und -typ
- Baujahr und Modernitätsgrad bzw. Bauzustand

⁵ Auf die meisten anderen Waren, auch auf langlebige Wirtschaftsgüter (z.B. Autos; Möbel) trifft dies nur in eingeschränktem Maße bzw. in geringerem Umfang zu. Die Vielfalt der Merkmale und Merkmalsausprägungen ist bei anderen Gütern wesentlich kleiner.

- Wohnfläche (Haupt- und Nebenräume)
- Etage und Ausstattungsqualität
- Transaktionsverfahren (z.B. mit/ohne Makler, Vermögensberater oder Bank),

andererseits nach

- Region (früheres Bundesgebiet oder neue Länder, Bundesland, Großstadt oder peripheres Gebiet)
- kleinräumiger Lage (z.B. Erreichbarkeit, Nachbarschaft, Zentrumsentfernung, Umgebung)
- Einzel- oder Paketverkauf
- Freiwilliger Verkauf oder Zwangsversteigerung
- Eigentübertypen bei Verkäufern und Käufern.

Insbesondere die *Immobilität* von Wohngebäuden bzw. Wohnungen führt dazu, dass der *Faktor Boden* mitsamt seinen Nutzungsbeschränkungen und der *Standort* sowie die *Lage* bei Wohnungen bzw. Wohngebäuden zu preisbestimmenden Merkmalen von herausragender Bedeutung werden.

Selbst bei konstanten Preisen für jede einzelne Wohnung können Preisindizes für Wohnimmobilien im Gesamtgebiet oder in Teilgebieten stark variieren und unterschiedlich starke Schwankungen im Zeitablauf aufweisen, wenn sich die Zusammensetzung des »Warenkorbes« an einem Stichtag oder zu verschiedenen Zeitpunkten nach einem oder mehreren der genannten Kriterien ändert. Es treten nicht nur *Niveaueffekte* auf, wenn »mehr München« und »weniger Paderborn« berücksichtigt wird, vielmehr kann auch die *Volatilität* der Zeitreihe stark beeinflusst werden, wenn *Struktureffekte* gegenüber den reinen *Preis(änderungs)effekten* ein mehr oder weniger großes Gewicht bekommen.

... sowie unterschiedliche Methoden zu ihrer Ermittlung

Zur bestmöglichen Ausschaltung des Einflusses der *Qualität der Wohnungen* auf Niveau und Entwicklung bzw. Fluktuation von *Preisindizes für Wohnimmobilien* wurde eine ganze Reihe von Methoden entwickelt. Die wichtigsten Verfahren lassen sich kurz wie folgt charakterisieren (vgl. Deutsche Bundesbank 2003; EZB 2003):

- *Mehrfach-Transaktionen derselben oder einer »identischen« Wohnung*
Dieses Verfahren ähnelt der bei der Ermittlung von Preisindizes für »andere« Güter häufig angewandten *»matched model-Methode«*, bei der die Preise von (für eine Produkt- oder Leistungsgruppe) typischen umsatzstarken Gütern beobachtet und erfasst werden. Ein und dieselbe Wohnung und selbst »identische« Objekte werden allerdings nur in größeren zeitlichen Abständen veräußert,

so dass dieses Verfahren für Deutschland (anders als z.B. für die USA) als wenig geeignet erscheint. Probleme ergeben sich dadurch, dass

- sich die (subjektive) Beurteilung der Lage einer Wohnung bzw. eines Eigenheimes zwischen »entfernteren« Beobachtungszeitpunkten geändert haben kann,
 - die Zuordnung der Preisänderungen zu einer bestimmten Periode (Jahre, Quartale) bei zeitlich relativ weit auseinander liegenden Transaktionen nur ungenau bzw. schätzungsweise möglich ist,
 - es zu Verzerrungen kommen kann, wenn und soweit die in die Beobachtungen einbezogenen Objekte nicht repräsentativ für die Grundgesamtheit sind und eine geringere oder größere Volatilität aufweisen.
- **Standardisierung oder Typisierung der Wohnobjekte**
Hierbei werden nur »ähnliche« Wohngebäude (freistehende Eigenheime, Doppelhäuser oder Reihenhäuser) oder (Eigentums- bzw. Miet-)Wohnungen einbezogen, die sich nach Lage, Grundstücksgröße, Wohnfläche, Baujahr, Ausstattung, Bauzustand usw. möglichst wenig unterscheiden (*Methode der typischen Fälle*). Ein einfaches Verfahren für eine derartige (unvollkommene) Normierung ist die Verwendung von Quadratmeterpreisen für Wohnungen in Mehrfamiliengebäuden. Zur Ausschaltung des Einflusses der großräumigen Lage können Teilindizes für bestimmte Regionen oder Regionstypen gebildet werden, wobei sich allerdings die Frage nach der adäquaten Methode für die Zusammengewichtung zu einem Gesamtindikator ergibt (z.B. Einwohner oder Wohnungsbestand oder noch besser Transaktionsvolumen).
 - **Ökonometrische Schätzung von »hedonischen« Wohnungspreisen**
Diejenigen Teile der Preisänderungen, die von Qualitätsunterschieden oder -veränderungen der jeweils in die Beobachtungen einbezogenen Wohnungen bzw. Wohngebäude verursacht wurden, werden mit regressionsanalytischen Ansätzen »explizit« den einzelnen qualitäts- und damit preisbestimmenden Merkmalen zugeordnet. Der bei einer derartigen »Qualitätsadjustierung« verbleibende Rest stellt dann die »reine« Preisveränderung für eine hypothetische Wohnung dar (vgl. EZB 2002). Für die Schätzung *hedonischer Wohnungspreise* wird eine Vielzahl von Informationen über sämtliche preisbestimmenden Faktoren benötigt; die Datenverfügbarkeit (Anzahl der Fälle bzw. der Beobachtungen; harte und »weiche« Qualitätsindikatoren) erweist sich also als »Hemmschuh« für den Einsatz dieses Verfahrens.⁶ Wenn die Qualitätsbereinigung nur unvollständig gelingt (und sämtliche Qualitätseinflüsse werden sich wohl nie bestimmten – beobachteten und erfassten –

Merkmale zuordnen lassen), kommt es zu Verzerrungen bei der »reinen« Preiskomponente; dieser »Fehler« kann im Zeitablauf oder in Teilgebieten unterschiedlich groß ausfallen.

Aussagekräftige Preisindikatoren von BulwienGesa/Bundesbank und Gewos

Trotz einiger Kritikpunkte (vgl. oben und Übersicht) sind die von der BulwienGesa AG ermittelten und bereitgestellten *Preisindizes für Wohnimmobilien* wohl die bestgeeigneten und durchaus brauchbare Preisindikatoren für Standard-Reihenhäuser und -Eigentumswohnungen in Deutschland (vgl. Bulwien 2004; Deutsche Bundesbank 2003). Sieht man von den Kaufwerten für Bauland ab, ist die Länge der verfügbaren Zeitreihen (ab 1975 für neu errichtete Wohngebäude und ab 1990 für Bestandsobjekte) konkurrenzlos. Als weitere wichtige Vorteile sind die relativ enge Standardisierung bzw. Typisierung bei Reihenhäusern und Eigentumswohnungen sowie die rasche und unkomplizierte Datenbereitstellung hervorzuheben.

Die *Deutsche Bundesbank* hat sich nach sorgfältiger kritischer Prüfung sämtlicher verfügbarer Daten und Informationen dazu entschlossen, als Grundlage für die eigenen *Preisindikatoren für Wohnimmobilien* die Angaben der BulwienGesa AG zu verwenden. Als Hauptgrund für diese Entscheidung wird auf die Standardisierung der Ausgangsdaten verwiesen, die es ermöglicht, einigermaßen unverzerrte Preise für typische Reihenhäuser und Eigentumswohnungen zu ermitteln. Es gibt damit und seitdem in Deutschland also »quasi-amtliche« Daten zu Wohnungspreisen. Eine weitere Verbesserung der Datenlage und für differenzierte Analysen kann von den angekündigten *Quartalswerten* erwartet werden.

Für seine (gebührenpflichtige) *Immobilienmarktanalyse IMA* werden von Gewos GmbH jährlich die Zahl der abgeschlossenen Grundstückskaufverträge und die damit verbundenen Umsätze für alle deutschen Stadt- und Landkreise erhoben. Grundlage hierfür sind die Berichte der *Gutachterausschüsse für Grundstückswerte* mit Korrekturen und Ergänzungen. Durch diese vollständige Flächendeckung unterscheiden sich die Angaben von Gewos GmbH positiv von denen der BulwienGesa AG (und damit der Deutschen Bundesbank).

Eine *Qualitätsbereinigung* der Wohngebäude bzw. Wohnungen (Standardisierung bzw. Typisierung), bei der zumindest nach Lage und Größe, nach Möglichkeit aber nach weiteren Merkmalen differenziert werden sollte, erfolgt bei Gewos GmbH allerdings nicht. Die *durchschnittlichen Preise* für Eigentumswohnungen und Einfamilienhäuser können also stark von Qualitätsänderungen beeinflusst sein. Angesichts

⁶ Das Ifo Institut hat vor längerer Zeit im Rahmen des Projektes »Wohnungsnachfrageprognose-Modell« mit gutem Erfolg *hedonische Wohnungsmieten* (nicht -preise) für (West-)Deutschland berechnet. Vgl. Behring, Börsch-Supan und Goldrian 1988 und Behring 1988.

**Übersicht
Ausgewählte Preisindikatoren für Wohnimmobilien in (West-)Deutschland**

Institution	Charakteristika und Kritik
BulwienGesa AG (früher Bulwien AG)	<ul style="list-style-type: none"> • Lange Zeitreihen für neu errichtete Wohnbauten (ab 1975; für Bestandswohnungen/-gebäude ab 1990) • Standardisierung und Typisierung für Reihenhäuser und Eigentumswohnungen • Probleme: Transparenz (Ursprungsdaten und Methodik), Flächenabdeckung und gesamtäumliche Differenzierung, Zusammengewichtung der Einzelstädte über (konstante) Einwohnerzahlen, grobe Typisierung nach Lagekriterien • keine vollständigen und konsistenten Immobilienumsätze • Angaben auch zu ausgewählten Nichtwohngebäuden
Deutsche Bundesbank	<ul style="list-style-type: none"> • Datenbasis: BulwienGesa AG, deshalb gleiche Vorteile und Probleme (Umrechnung aus den Index-Angaben mit Absolutwerten von BulwienGesa AG erforderlich) • Angaben nach kritischer Prüfung der Datenlage und »quasi-amtlich« • Regelmäßige Aktualisierung (mit Quartalswerten) vorgesehen, aber Einbeziehung von Nichtwohngebäuden erst für später geplant • Angaben zu Immobilienumsätzen nicht verfügbar und nicht im Programm
Gewos GmbH	<ul style="list-style-type: none"> • Umfangreiche Datenbasis mit voller Flächenabdeckung (nicht nur Städte, auch ländliche Gebiete) bei geringer Transparenz zu Daten und Methoden • Standardisierung erfolgt nicht, nur reine Durchschnittsbetrachtung von erfassten Kauffällen • Relativ kurze Zeitreihen (erst ab 1990) • Flächendeckende Angaben zu Immobilientransaktionen mit Differenzierung nach Gebäudekategorien • Keine Preisangaben zu Nichtwohngebäuden verfügbar
Statistisches Bundesamt	<ul style="list-style-type: none"> • Nur Durchschnittswerte aus Kauffällen von unbebauten Grundstücken (nach Kategorien, aber mit »bias« wegen Stadt-Umland); allenfalls als Referenzgrößen geeignet • Sehr lange Zeitreihen mit Quartalswerten • Flächendeckung mit tiefer regionaler Untergliederung (Bundesländer sowie Raumordnungsregionen, Stadt- und Landkreise)

Quelle: Zusammenstellung des ifo Instituts (2005).

der oben angesprochenen Heterogenität von (Wohn-)Immobilien stellt diese Vorgehensweise einen wesentlichen Nachteil für die Beobachtung von Preisentwicklungen dar. Die von Gewos GmbH konsistent zu den Preisen ermittelten *Immobilienumsätze* werden um Grundstücksübertragungen aus Zwangsversteigerungen und Gefälligkeitsakten sowie um Verträge über vorweggenommene Erbschaften und ähnliche Vorgänge bereinigt.

Möglicherweise »aufgeschreckt« von der Veröffentlichung von Preisindizes für Wohnimmobilien durch die Deutsche Bundesbank sowie die Europäische Zentralbank und die Bank für Internationalen Zahlungsausgleich, aber wohl auch wegen der großen Bedeutung von fundierten Informationen und Daten über die Preisentwicklung auf den (Wohn-)Immobilienmärkten hat das *Statistische Bundesamt* 2003 die Arbeiten an einem eigenen Immobilienpreisindex begonnen; erste Ergebnisse sollen in Kürze vorgelegt werden.⁷ Insofern

⁷ Zunächst sollen nur Informationen zur Preisentwicklung bei *neu errichteten Wohngebäuden* bereitgestellt werden. Die Einbeziehung des *Gebrauchwohnungsmarktes* sowie von *Nichtwohngebäuden* ist erst für einen späteren Zeitpunkt geplant.

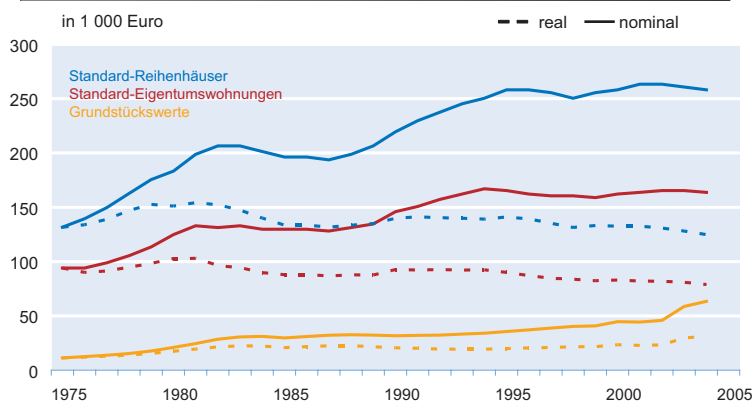
hierbei auf die Kaufwerte für Bauland und auf die Bauleistungspreise zurückgegriffen werden soll, erscheint eine gewisse Skepsis angezeigt.

Leichter Rückgang der realen Wohnungspreise in Westdeutschland

Verknüpft man die von der *Deutschen Bundesbank* bereitgestellten Indexwerte zur Preisentwicklung bei neu errichteten Wohnimmobilien in Westdeutschland mit den Absolutwerten der ihnen zugrunde liegenden Preisangaben der BulwienGesa AG, so erhält man nominale Preisreihen für *standardisierte Reihenhäuser* bzw. *Eigentumswohnungen* in den letzten 30 Jahren (vgl. Abb. 3). Beide Kurven zeigen im Zeitraum 1975 bis 2004 eine klare, nur von relativ leichten Schwankungen überlagerte Aufwärtstendenz. Die Preisdynamik ist bei den Reihenhäusern wesentlich stärker ausgeprägt als bei den Eigentumswohnungen.

Eine erste Welle mit kräftigen Wertzuwächsen gab es im früheren Bundesgebiet zu Beginn des Beobachtungszeit-

Abb. 3
Entwicklung der Wohnimmobilienpreise in Westdeutschland 1975 bis 2004^{a)}



^{a)} Deflationierung bis 1999 mit Preisindex für die Lebenshaltung für Westdeutschland, ab 2000 mit dem Verbraucherindex für Gesamtdeutschland.

Quelle: Bulwien AG (2004); Deutsche Bundesbank (2005); Statistisches Bundesamt (2005b und 2005d); Berechnungen des ifo Instituts.

raumes (Mitte der siebziger und Anfang der achtziger Jahre). Nach einer Phase mit deutlichen Preisrückgängen, insbesondere bei Reihenhäusern, folgte eine Periode mit stark anziehenden Preisen. Innerhalb eines Jahrzehnts wurden bei diesen kleineren Eigenheimen und auch bei Eigentumswohnungen Wertsteigerungen von über 30% beobachtet. Diese Entwicklung steht in Zusammenhang mit hohen, schon vor der Wiedervereinigung einsetzenden und danach verstärkten Zuwanderungen und mit den höheren Einkommenszuwächsen. Seit Mitte der neunziger Jahre stagnieren die Preise für beide Wohnungstypen auf hohem Niveau.

Ein *Standard-Reihenhaus* (Neubau in mittlerer bis guter Lage, rund 100 bis 120 m² Wohnfläche) kostete 1975 rund 131 500 €, 2001 waren es fast 263 500 € (Anstieg um 100%). Bis 2004 ist der Kaufpreis um fast 2% zurückgegangen. Für eine *Standard-Eigentumswohnung* (Erstbezug eines Neubaus in mittlerer bis guter Lage, rund 70 m² Wohnfläche) musste man Mitte der siebziger Jahre etwas mehr als 94 000 € bezahlen; der Spitzenwert wurde bereits 1994 mit knapp über 167 000 € erreicht (+ 78%), aber 2003 war der Aufwand nicht wesentlich kleiner (rund 165 400 €; gegenüber 1975: + 76%), und im vergangenen Jahr lagen die Preise um fast 1% niedriger.

Deflationiert man die einzelnen Absolutwerte der Haus- bzw. Wohnungspreise mit dem Preisindex für die Lebenshaltung bzw. mit dem – jetzt nur noch für Gesamtdeutschland ausgewiesenen – Verbraucherpreisindex, so erhält man ein etwas überraschendes Ergebnis: In *realer Betrachtung* sind die *Wohnimmobilienpreise* bis 2004 deutlich unter den Ausgangswert von 1975 *gesunken* (Reihenhäuser – 5,2% und Eigentumswohnungen – 16,2%; vgl. erneut Abb. 3). Vor allem von den hohen Preissteigerungen für Konsumgüter Anfang der achtziger Jahre hatten sich die Wohnimmobilien-

märkte abgekoppelt; in diese Zeit fällt ein Großteil der *realen Wertminderung* von Wohnungen, die sich am aktuellen Rand erneut beschleunigt hat.

Im Gegensatz dazu erreichten die »unechten« *Grundstückspreise* (berechnet aus den *Kaufwerten* für unbebautes baureifes Land multipliziert mit einer *Grundstücksgröße* von 500 m²; zur Kritik an diesen Angaben vgl. oben) nicht nur nominal, sondern auch real beachtlich hohe Zuwächse. Nach den amtlichen Kaufwerten kostete ein derartiges Grundstück 1975 nur knapp 11 300 €, 2004 aber in jeweiligen Preisen bereits fast 64 000 € und preisbereinigt nur wenig unter 31 500 € (Zunahme um über 460 bzw. fast 180%).

Immer weniger Pro-Kopf-Einkommen für den Erwerb einer Wohnimmobilie

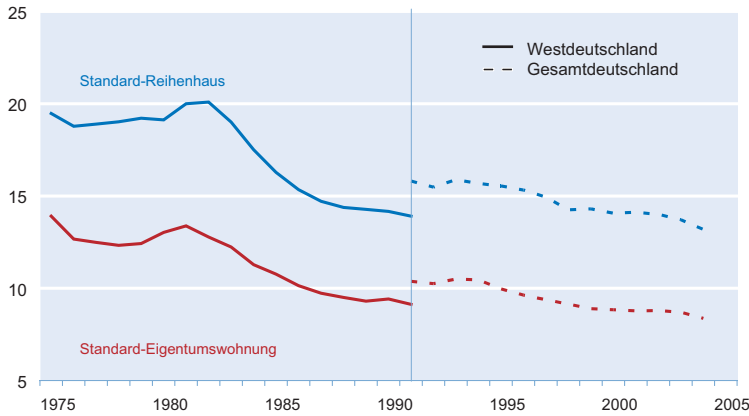
Setzt man die nominalen Preise für Reihenhäuser bzw. für Eigentumswohnungen in Beziehung zum durchschnittlichen Bruttojahreseinkommen, das hier zur Vereinfachung und besseren internationalen Vergleichbarkeit als *Volkseinkommen pro Einwohner* (VGR-Abgrenzung) berechnet wird, so erhält man die *Zahl der Jahreseinkommen*, die ein Durchschnittsbürger für den Erwerb einer Wohnimmobilie im früheren Bundesgebiet bzw. in Deutschland (mit den entsprechenden Preisen nach BulwienGesa AG) aufzubringen hatte.

Angesichts der in den letzten 30 Jahren in realer Betrachtung tendenziell gefallenem Wohnimmobilienpreise und gestiegenem Pro-Kopf-Einkommen kann es nicht verwundern, dass die für den Erwerb einer Wohnimmobilie erforderliche »Sparleistung« nach diesem Indikator im Beobachtungszeitraum deutlich *abgenommen* hat (vgl. Abb. 4):

- Für ein *Standard-Reihenhaus* mussten im ehemaligen Bundesgebiet 1975 durchschnittlich etwa 19½ und 1982 sogar etwas mehr als 20 Jahreseinkommen zusammengebracht werden. Bis zur Wiedervereinigung sank der Indikatorwert auf unter 14 (1991), aber auch danach setzte sich die Abwärtstendenz in Deutschland fast kontinuierlich fort (2004: wenig über 13 Jahreseinkommen).
- Bei den *Standard-Eigentumswohnungen* wurde der Spitzenwert mit knapp 14 Jahreseinkommen bereits 1975 erreicht. Auf ein leichtes Wiederanziehen folgte ein ziemlich stetiger Rückgang des Indikatorwertes (2004 für Deutschland: rund 8½ Jahreseinkommen).

Besonders deutlich ist die so definierte Zahl der Jahreseinkommen, die im Gesamtdurchschnitt für die »eigenen vier Wände« aufzubringen sind, zu Beginn der achtziger Jahre zurückgegangen. In dieser Zeit ist einerseits der Preisindex

Abb. 4
Anzahl der Jahreseinkommen für Reihenhaus und Eigentumswohnung



Quelle: Bulwien AG (2004); Deutsche Bundesbank (2005); Statistisches Bundesamt (2005a und 2005c); Berechnungen des ifo Instituts.

für die Lebenshaltung beschleunigt gestiegen, während die (Wohn-)Immobilienpreise nachgegeben haben, andererseits zog ab 1983 das Volkseinkommen pro Einwohner wieder stärker an. Der statistische Bruch und die besondere wirtschaftliche Situation zu Beginn der neunziger Jahre führten zwar zu einer leichten Niveaushiftung nach oben, jedoch zu keiner Umkehrung des Abwärtstrends.

Wesentlich *höhere Indikatorwerte* erhält man, wenn zu ihrer Berechnung statt des VGR-Volkseinkommens pro Einwohner das (früher allerdings vom Erwerb einer Wohnimmobilie zur Selbstnutzung stark beeinflusste) *verfügbare Einkommen pro Haushalt* und/oder anstelle der Standardwohnungen ein *durchschnittliches Eigenheim* oder eine *größere Eigentumswohnung* mit »gehobener« Ausstattung und in besserer Wohngegend verwendet werden. In attraktiven und deshalb teuren Regionen und Lagen kann der für den Bau oder Kauf eines freistehenden Eigenheimes aufzuwendende Betrag derzeit beim *18- oder 20-fachen Jahreseinkommen* eines Durchschnittsbürgers oder sogar noch höher liegen.⁸

Steiler Anstieg der Wohnimmobilienpreise in Irland und Spanien

In einigen europäischen Ländern ist die Datenlage bei den *Preisen für Wohnimmobilien* zwar besser als hierzulande, aber insgesamt sind die Beobachtungs- und Analyse-möglichkeiten für »einschlägige« Fragestellungen in ganz Europa stark durch fehlende oder mangelbehaftete Daten beeinträchtigt. Die europäische Zentralbank (EZB) hat (wie auch die Bank für Internationalen Zahlungsausgleich, BIZ) über die nationalen

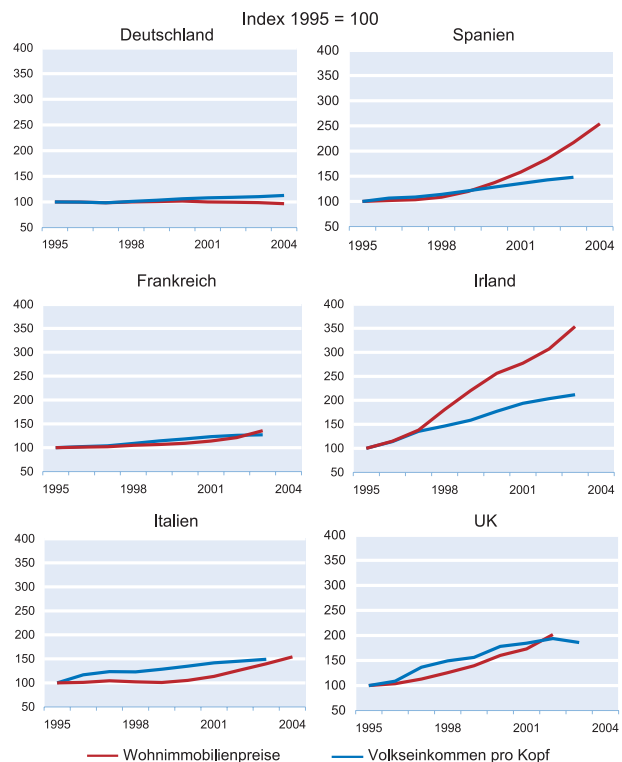
⁸ Für Bayern errechnete das IVD-Marktforschungsinstitut, dass 2004 das 20-Fache des (nicht präziser bezeichneten) »verfügbaren Einkommens« aufzubringen war, um ein Einfamilienhaus zu erwerben (1989 das 27- und 1992 sogar das 33-Fache eines Durchschnittseinkommens; vgl. IVD Süd e.V., Pressemitteilung vom 29. Juni 2005).

Zentralbanken ein Indikatorensystem aufgebaut, in dem allerdings nur ein aggregierter (Wohn-)Immobilienpreisindex für »Euro-land« bzw. die EU-Staaten nachgewiesen wird (vgl. EZB 2005; Rußig und Scharmanski 2004).

Da Angaben zu den *Absolutpreisen* von *Wohnimmobilien* (standardisierte bzw. vergleichbare Eigenheime oder Wohnungen) aus diesen Quellen nicht zur Verfügung stehen, werden hier für eine Auswahl von sechs europäischer Ländern einerseits die Wohnimmobilienpreise nach EZB, andererseits die nominalen Pro-Kopf-Einkommen (Volkseinkommen je Einwohner nach den VGR) in einer Indexdarstellung seit 1995 = 100 und bis zum aktuellen Rand (2002 bzw. 2003 bzw. 2004; vgl. Abb. 5 mit einheitlicher Ordinaten-Skalierung) dargestellt:

- Die *Wohnimmobilienpreise* sind im Beobachtungszeitraum in Irland und Spanien, aber auch im Vereinigten Königreich kräftig gestiegen; in Irland betrug der Anstieg in diesen acht Jahren (bis 2003) über 250%, in Spanien bis 2004 immerhin über 150%, und im Vereinigten Königreich haben sie sich bis 2002 verdoppelt. Nur einen

Abb. 5
Entwicklung von Wohnimmobilienpreisen und Jahreseinkommen



Quelle: EZB (2005; Sonderauswertung; Eurostat (2005; Internet-Datenbank); Berechnungen des ifo Instituts.

schwachen Preisanstieg hatten Italien und Frankreich zu verzeichnen, und in Deutschland haben die Preise für Wohnimmobilien stagniert.

- Während die Zunahme der *Pro-Kopf-Einkommen* in Irland und Spanien (trotz beachtlich großen Steigerungen um über 110 bzw. fast 50%) weit hinter dem Anstieg der Wohnimmobilienpreise zurückgeblieben ist, sind die beiden Größen im Vereinigten Königreich ungefähr gleich schnell und auch in Frankreich und Deutschland »im Gleichschritt« gestiegen. Nach Stagnation der Pro-Kopf-Einkommen bis 2000 wurde in Italien der »Vorsprung« der Wohnungspreise inzwischen wieder ausgeglichen.

Die Preisbildung wird auch bei Wohnimmobilien stark von den *Erwartungen* über die zukünftigen Entwicklungen in der Gesamtwirtschaft und auf den (regionalen) Wohnungsmärkten bestimmt. Deshalb fällt es schwer, eindeutige und abgesicherte Aussagen darüber zu machen, ob z.B. in Irland und Spanien eine weniger von der steigenden Wirtschaftsleistung als von spekulativen Anlegern getriebene »Immobilienpreisblase« entstanden ist, deren »Platzen« gravierende negative Auswirkungen nicht nur für die Bau- und Immobilienwirtschaft, sondern auch für die Gesamtwirtschaft haben könnte (vgl. EEAG 2005). Es gibt allerdings Hinweise, dass die »Euphorie« im Wohnungsneubau zumindest in Irland und Spanien demnächst abklingen könnte (z.B. abflachender Baupreisanstieg und rückläufige Bautätigkeit im Ausblick bis 2007; vgl. Euroconstruct 2005).

Fazit: Real rückläufige Preise für Wohnimmobilien und weniger Jahreseinkommen für ein Eigenheim

Für die Wohnimmobilienpreise gibt es (nicht nur) in Deutschland keine offiziellen, aber von der Deutschen Bundesbank – basierend auf BulwienGesa AG – seit einiger Zeit »quasi-amtliche« Zahlen. Im Zeitraum 1975 bis 2004 sind die Wohnungspreise im ehemaligen Bundesgebiet unter leichten zyklischen Schwankungen gestiegen (Reihenhäuser + 100%, Eigentumswohnungen + 76%). In den letzten Jahren dominierte allerdings eine stagnierende oder sogar leicht rückläufige Tendenz.

In realer Betrachtung, also deflationiert mit dem allgemeinen Verbraucherpreisindex, ergab sich ein völlig anderes Bild: Preisbereinigt sind die Durchschnittspreise sowohl für typische Reihenhäuser als auch für gängige Eigentumswohnungen in diesem fast 30 Jahre umfassenden Zeitraum leicht zurückgegangen (Reihenhäuser über – 5%, Eigentumswohnungen rund – 16%). Am aktuellen Rand hat sich die Abwärtstendenz eher noch beschleunigt.

Mit dem Volkseinkommen pro Einwohner als Indikator für das Durchschnittseinkommen zeigt sich, dass der Aufwand

für den Erwerb von Wohneigentum in den letzten drei Jahrzehnten in (West-)Deutschland tendenziell abgenommen hat: Mussten 1975 für ein neues Reihenhaus noch nahezu 20 Jahreseinkommen eingesetzt werden, so waren es 2004 nur noch etwas mehr als 13; bei typischen Eigentumswohnungen sank der Indikatorwert im gleichen Zeitraum von knapp 14 auf nur noch rund 8¹/₂ Jahreseinkommen. Wesentlich größer ist der Aufwand für freistehende Eigenheime bzw. bei gehobener Ausstattung und Lage sowie bei Bezugnahme auf die verfügbaren Einkommen pro Haushalt.

In Irland und Spanien, aber auch im Vereinigten Königreich (und in weiteren europäischen Ländern) sind die Wohnimmobilienpreise in den letzten Jahren weit stärker gestiegen als hierzulande (Irland 1995 bis 2003 um über + 250%, Spanien bis 2004 um deutlich mehr als + 150%, UK bis 2002 um rund + 100%). Die Pro-Kopf-Einkommen sind in dieser Zeit vor allem in Irland (+ 110%) und in Spanien (+ 50%) wesentlich schwächer angehoben worden. Insbesondere mit Blick auf diese Länder ist der Frage nachzugehen, ob sich dort nicht eine »Immobilienpreisblase« gebildet hat, deren baldiges »Platzen« zu befürchten ist – mit gravierenden Auswirkungen nicht nur auf die Bau- und Immobilienmärkte, sondern auch auf die Gesamtwirtschaft.

Literatur

- Behring, K. (1988), »Miethöhe: Bonus für Seßhaftigkeit – Eine Berechnung der Mietpreisbestandteile für freifinanzierte Mietwohnungen«, *ifo Schnelldienst* 41(11), 7–13.
- Behring, K., A. Börsch-Supan und G. Goldrian (1988), *Wohnungsnachfrageprognose 1995 – Analyse und Prognose der Nachfrage nach Miet- und Eigentümerwohnungen*, Schriftenreihe des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung Nr. 121, Duncker & Humblot, Berlin, München.
- Bulwien AG (2004), *Immobilienindex 1975 bis 2003 für Wohnen und Gewerbe/Mieten und Preise in 125 deutschen Städten*, München, Berlin; sowie Aktualisierungen (2005).
- Deutsche Bundesbank (2003), »Preisindikatoren für den Wohnungsmarkt«, *Monatsbericht* September, 45–59; mit Aktualisierungen (2005).
- Euroconstruct (2005; Ed.: Experian), *Prospects for the European Construction Markets 2005 to 2007 – Country Report of the 59th Euroconstruct Conference*; Cardiff/UK.
- European Economic Advisory Group at CESifo, EEAG (2005), *Report on the European Economy 2005*, ifo Institut für Wirtschaftsforschung, München.
- EZB (2005), *Jahresbericht 2004*, Frankfurt am Main.
- EZB (2003, Hrsg.), *Structural Factors in the EU Housing Markets*, Frankfurt am Main.
- EZB (2002, Hrsg.), »Hedonic house prices without characteristics: The case of new multiunit housing«, Working Paper No. 117, Frankfurt am Main.
- Freise, D.C. und R. Ulbrich (2004), »Leerstände im Osten sind deutlich niedriger als bisher angenommen«, *vhw Forum Wohneigentum* (3), 160–162.
- Gewos GmbH, Institut für Stadt-, Regional- und Wohnforschung (2004, Hrsg.), *Preisentwicklung für Wohneigentum in Deutschland. Eine Untersuchung für das ifo Institut für Städtebau, Wohnungswirtschaft und Bausparwesen*, Hamburg; sowie: Aktualisierung aus der IMA®-Datenbank (2005).
- Görhely, T. und V. Rußig (1994), »Wohnungsversorgung bis 2000: Nur langsamer Abbau des Defizits. »ifo Bauvorausschätzung« korrigiert Niveau des Wohnungsbestandes und aktualisiert Versorgungsindikator«, *ifo Schnelldienst* 47(9), 9–15.
- Kleiber, W., J. Simon und G. Weyers (2002), *Verkehrswertermittlung von Grundstücken*, Bundesanzeiger Verlag, Köln.
- Rady, S. und V. Rußig (2004), *Fluktuationen des Wohnimmobilienmarktes*, ifo Forschungsbericht Nr. 23, ifo Institut für Wirtschaftsforschung, München.
- Rußig, V. mit L. Dorffmeister, A. Scharanski und A. Kuhlmann (2005), *Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Immobilienwirtschaft*, Studie des ifo Ins-

tituts für Wirtschaftsforschung im Auftrag der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), als Manuskript, München.

Rußig, V. und A. Scharmanski (2004), »Wohnimmobilienpreise in Europa: Anhaltende Aufwärtstendenz mit stark ausgeprägten Entwicklungsunterschieden«, *ifo Schnelldienst* 57(11), 30–36.

Statistisches Bundesamt (2005a), *Fachserie 1/Reihe 1.3: Bevölkerungsfortschreibung 2003*, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2005b), *Fachserie 17/Reihe 5: Preise, Kaufwerte für Bauland*, 3. Vierteljahr 2004, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2005c), *Fachserie 18 / Reihe 1.2: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen*, Vorbericht 2004, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2005d), *Preise, Verbraucherpreisindizes für Deutschland, Lange Reihen ab 1948*, März 2005, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2004a), *Fachserie 5/Reihe 3: Bautätigkeit und Wohnungen, Bestand an Wohnungen*, 31. Dezember 2003; Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2004b), *Fachserie 5/Heft 1: Bautätigkeit und Wohnungen, Mikrozensus-Zusatzerhebung 1998, Bestand und Struktur der Wohneinheiten, Wohnsituation der Haushalte*, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2000), *50 Jahre Wohnen in Deutschland – Ergebnisse aus Gebäude- und Wohnungszählungen, -stichproben, Mikrozensus-Ergänzungserhebungen und Bautätigkeitsstatistiken*, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (1995), *Fachserie 5/Heft 1: Bautätigkeit und Wohnungen, 1%-Gebäude- und Wohnungsstichprobe 1993, Gebäude und Grundstücke – Struktur und Nutzung*, Wiesbaden.

Einzelhandel mit Bekleidung, Sportartikeln und Schuhen in Deutschland: Allgemeine Nachfrageschwäche und positive Firmenkonjunktoren

Eine schwache Nachfrage nach Bekleidung, aber vor allem sinkende Durchschnittspreise, führen zu einer negativen Umsatzentwicklung. Niedrigpreise, begünstigt durch Billigimporte, wobei China noch nicht einmal die größte Bedeutung hat, verhindern eine nachhaltige Trendwende.

Im Schuheinzelhandel waren die Umsatzeinbußen der vergangenen Jahre so groß, dass die Branche allmählich die Talsohle erreicht hat.

Auch der Sporteinzelhandel, der sich bis 2001 noch positiv von der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung abgehoben hatte, musste Umsatzeinbußen verkraften.

Im Gegensatz zu diesen wenig dynamischen Branchenkonjunktoren gibt es eine ganze Reihe von expandierenden Handelsunternehmen, die ihre Marktposition zu Lasten des mittelständischen Fachhandels kontinuierlich verbessert haben.

Rabattschlachten und der Partiehhandel von Discountern mit Niedrigstpreisen beschleunigen den Preisverfall und führen dazu, dass die wertmäßige Umsatzentwicklung wesentlich ungünstiger verläuft als der mengenmäßige Absatz. Dabei wird das Discount-Sortiment immer hochwertiger und erstreckt sich nicht nur auf so genannte Basics, sondern auch auf modische Artikel oder Sportbekleidung mit High-Tech-Geweben.

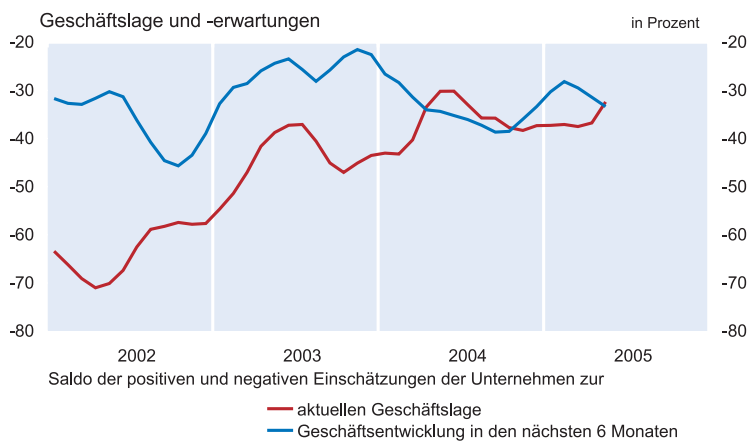
Im Bekleidungsmarkt herrscht ein harter Wettbewerb, der in weiten Bereichen als Verdrängungswettbewerb bezeichnet werden kann. Zu den Verlierern gehört der mittelständische Bekleidungsfachhandel, obwohl es auch kleinere inhabergeführte Fachgeschäfte gibt, die sich gut im Markt behaupten, sei es als Spezialisten oder bei größeren Modehäusern aufgrund ihres Standortrenommées. Die Unternehmensgröße allein bestimmt also nicht automatisch den Aufstieg oder Abstieg im Markt. Die Konzentration nimmt im Bekleidungseinzelhandel mit wachsendem Tempo zu. Für 1995 ermittelte das ifo Institut einen Marktanteil von 34,6% für die zehn größten Anbieter unter Berücksichtigung von Unternehmensverbindungen (vgl. Täger 2000). Im Jahr 2003 hatten im Gesamtmarkt für Textilien und Bekleidung (57 Mrd. €) die 20 größten Handelsunternehmen einen Umsatzanteil von rund 50% (vgl. Sümmerer 2004).

Auch 2004 verzeichnete der Bekleidungseinzelhandel einen Umsatzrückgang ...

Der Bekleidungseinzelhandel beendete das Jahr 2004 erneut mit einem Umsatzrückgang, der zwischen 2 und 3% gelegen haben dürfte. Mengenmäßig stagnierte der Absatz, d.h. die Durchschnittspreise gaben weiter nach. Die Rabattschlachten des Jahres 2003 blieben zwar weit-

gehend aus, trotzdem war der Preisdruck noch stark. Das resultierte aus niedrigeren Anfangspreislagen, preisgünstigen Handelsmarken und Importen. Nach Erhebungen der Zeitschrift Textilwirtschaft (TW), die regelmäßig durchgeführt werden (TW-Testclub), hatten die Fachgeschäfte für Damenoberbekleidung (DOB) 2004 ein Umsatzminus von 1%, die Spezialisten für Herrenbekleidung (HAKA) schlossen deutlich besser ab (+ 1%). Dagegen gehörten die Young-Fashion-Anbieter (- 2%), die Modehäuser (- 6%) sowie Textil- und Kaufhäuser (- 4%) zu den Verlierern (vgl. o.V. 2005a). Auch die einzelnen Sortimentsbereiche entwickelten sich höchst unterschiedlich. Bei der Damenbekleidung stiegen die Umsätze von Strick- und Wirkwaren sowie von Hosen (jeweils + 2%). Dagegen verkauften sich Röcke und Blusen nur schleppend (- 8 bzw. - 10%, o.V. 2005b). Der Trend zu Einzelteilen, der 2003 vielfach noch kaufbestimmend war, ließ im vergangenen Jahr nach. Das komplette Outfit mit passenden Accessoires ist wieder gefragt. Dabei geht der Trend eher weg vom Sportiven hin zu mehr Glanz und Glamour. Bei der Herrenbekleidung verzeichneten Anzüge ein kräftiges Umsatzplus (+ 8%). Jeans, sowohl für Damen als auch für Herren, entwickelten sich weiterhin positiv. Die Hersteller bemühen sich um immer neue Effekte, denn die Destroyed- und

Abb. 1
Einzelhandel mit Bekleidung



Quelle: ifo Konjunkturtest.

Used-Optik ist stark gefragt, ein Ende der Jeans-Welle ist noch nicht abzusehen.

Bei den Meldungen zur Geschäftslage ist seit Juli 2004 eine Seitwärtsbewegung festzustellen. Im Mai 2005 trat eine geringe Erholung ein, doch beurteilten noch fast 30% der Teilnehmer am ifo Konjunkturtest ihre Situation als schlecht (vgl. Abb. 1). Im Bereich der Warenwirtschaft nimmt der Lagerdruck seit der Jahreswende 2004/05 zu, obwohl die Orderpläne nach unten revidiert wurden. Der Pessimismus hinsichtlich der künftigen Geschäftsentwicklung ist zuletzt wieder gestiegen. Maßgeblich dafür ist einmal die ausgeprägte Schwäche der Binnennachfrage, die das »Sorgenkind« der deutschen Konjunktur bleibt. Für den Bekleidungseinzelhandel wäre es ein Erfolg, wenn zumindest die einkommensstarken Bevölkerungsschichten ihre Kaufzurückhaltung aufgeben würden und wieder mehr Spaß an der Mode bekämen. Allerdings dürfte es im Branchendurchschnitt kaum gelingen, die Vorjahresumsätze zu erreichen. Deshalb muss im laufenden Jahr erneut mit, wenn auch geringen, Umsatzeinbußen gerechnet werden.

... bei schwacher Nachfrage und steigenden Billigimporten

Die schwache Umsatzentwicklung im Bekleidungseinzelhandel lässt sich aber nicht nur aus der Kaufzurückhaltung der Verbraucher erklären, sondern steht ganz wesentlich mit Niedrigpreisen in Zusammenhang, die aus Billigimporten resultieren. Dabei führt der Wegfall der Quotenbeschränkungen für Warenbezüge aus China zum 1. Januar

2005 zwar zu extremen Steigerungsraten, die aber vielfach aus der relativ niedrigen Ausgangsbasis resultieren. So ist im ersten Quartal 2005 die mengenmäßige Einfuhr von T-Shirts aus China nach Deutschland um beachtliche 422% gestiegen, und zwar auf 13,1 Mill. Stück, denen aber jeweils rund 44 Mill. Stück aus der Türkei und Bangladesch gegenüberstanden (vgl. Tab. 1). Bei Strickstrümpfen aus Baumwolle stellt sich die Entwicklung noch extremer dar. Aber auch hier ist der Abstand Chinas zur Türkei sowohl mengen- als auch wertmäßig noch erheblich. Im Übrigen liegen »die Preise von Waren aus Bangladesch in fast allen Kategorien deutlich unter denen aus China« (vgl. o.V. 2005c). Die EU beobachtet seit Jahresbeginn sehr sorgfältig, ob eine Marktstörung

vorliegt. Zunächst konzentrierte sich die Analyse auf die Importentwicklung für neun textile Warenkategorien, dann wurden am 27. Mai 2005 formelle Verhandlungen zwischen der EU-Kommission und der chinesischen Regierung aufgenommen, die den Import von T-Shirts und Leinengarnen zum Gegenstand hatten. Die am 10. Juni 2005 erfolgte Einigung sieht vor, dass bis zum Jahr 2007 das Importwachs-

Tab. 1
Bekleidungsimporte nach ausgewählten Ländern
1. Quartal 2005/2004

Warenkategorie	Menge		Wert			
	Mill. Stück	Vg. in % ^{a)}	Mill. €	Vg. in % ^{a)}	Durchschnittspreis in €	Vg. in % ^{a)}
Hosen aus Baumwolle^{b)}	40,3	- 5	376,6	- 4	9,35	1
darunter:						
China	8,6	146	46,4	144	5,41	- 1
Türkei	3,6	- 19	47,5	- 12	13,33	9
Bangladesch	8,9	- 23	37,7	- 17	4,23	9
Indien	0,4	+ 15	4,1	+ 11	9,33	- 3
Pullover, Jacken^{c)}	34,8	7	219,0	- 3	6,29	- 10
darunter:						
China	4,6	860	26,1	+ 468	5,67	- 41
Türkei	7,9	- 1	64,3	20	8,14	22
Bangladesch	5,4	12	20,2	± 0	3,71	- 10
Indien	1,9	- 29	8,0	- 29	4,29	± 0
T-Shirts aus Baumwolle	172,5	- 8	432,3	- 10	2,51	- 2
darunter:						
China	13,1	422	31,5	249	2,39	- 33
Türkei	44,8	- 7	152,1	- 8	3,40	- 1
Bangladesch	43,6	- 5	57,9	- 4	1,33	1
Indien	11,0	32	24,9	10	2,26	- 17
Strickstrümpfe, Baumwolle	175,9	2	87,0	- 2	0,49	- 4
darunter:						
China	19,0	2 692	6,0	1 331	0,31	- 49
Türkei	78,1	± 0	32,0	2	0,41	2
Bangladesch	0,2	- 2	0,1	27	0,34	29
Indien	0,9	- 58	0,4	- 64	0,46	- 14

^{a)} Vg. = Veränderung gegenüber Vorjahresquartal. - ^{b)} Für Herren und Knaben, gewebt. - ^{c)} Westen usw. aus Baumwolle.

Quelle: Gesamtverband der deutschen Maschen-Industrie, Gesamtmasche e.V.

tum in zehn Warenkategorien auf 8 bis 12,5% jährlich grosselt wird (vgl. EU 2005). Tatsächlich werden die Steigerungsraten zumindest in 2005 um ein Mehrfaches höher sein, denn als Berechnungsbasis wurden die erhöhten Importmengen aus den ersten Monaten 2005 zugrunde gelegt. Es wird wieder – ähnlich wie in früheren Jahren – ein doppeltes Kontrollverfahren eingeführt mit chinesischen Exportlizenzen und Einfuhrgenehmigungen der EU. Der Zeitplan für die Einführung und Übergangsregelungen wurden von der Kommission am 23. und 28. Juni 2005 veröffentlicht (vgl. www.bafa.de).

Die »Vertikalen« expandieren weiter und gewinnen Marktanteile

Zu den Gewinnern in diesem Marktprozess gehören die vertikal organisierten Textilketten, die den Modemarkt durch häufigen Kollektionswechsel revolutioniert haben und die gesamte Wertschöpfungskette vom Design über Herstellung und Vertrieb bis hin zum Verkauf kontrollieren. Diese Anbieter sind modisch keine Trendsetter, sondern Meister im schnellen Kollektionswechsel, der inzwischen permanent stattfindet, d.h. neue Ware kommt nicht mehr jeden Monat, sondern zweimal pro Woche. Dies ist mit einem effizienten Informationsfluss verbunden: Die Abverkaufsdaten werden umgehend erfasst und ausgewertet, so dass aufgrund der Integration von Produktion und Distribution auf Nachfrageänderungen in kurzer Zeit reagiert werden kann, so wird zum Beispiel bei Zara Deutschland, an der die spanische Inditex-Gruppe und die Otto-Gruppe zu je 50% beteiligt sind, die durchschnittliche Reaktionszeit mit 15 bis 17 Tagen angegeben (vgl. Emig 2003). Der Umsatz in Deutschland mit 26 Filialen wurde 2003 auf 161 Mill. € (+ 26,8%) geschätzt; inzwischen sind es 37 Filialen in 25 Standorten. Ein weiteres Beispiel für den Absatzerfolg der Vertikalen bietet die in der Umsatzrangliste weltweit auf Platz 1 stehende Hennes & Mauritz Gruppe, die im Ranking der umsatzstärksten Textilhändler in Deutschland 2003 Platz 5 einnahm (1,8 Mrd. €, + 3,3%). Erinnert sei an die Lagerfeld-Aktion, die ein spektakuläres Werbe- und Marketingereignis war und dem Unternehmen ein zweistelliges Umsatzplus im November 2004 und darüber hinaus einen noch größeren Imagegewinn einbrachte. Im Gesamtjahr 2004 konnte in Deutschland immerhin ein Umsatzzuwachs von 5% und im ersten Halbjahr 2005 ein Anstieg von 11,8% erzielt werden.

Der BTE, Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandel, hat erst kürzlich darauf hingewiesen, dass sich Bekleidungseinzelhändler vom »Zwei-Saison-Schema« (Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter) verabschieden und konsequent den »Vier-Saison-Gedanken« verfolgen sollten. Auf diese Weise könnten mit gestaffelten Lieferterminen häufig neue Kollektionen präsentiert werden, statt die vorhandene Ware mühsam in Rabattaktionen loszuschlagen (vgl. BTE 2005).

Fashion-Outlet-Center nur mit geringer Bedeutung

Zur Vermarktung von Überkapazitäten setzen die BekleidungsHersteller auch auf den Fabrikverkauf in eigenen Verkaufsräumen oder in Fashion-Outlet-Centern. In Deutschland gibt es gegenwärtig nur drei große Zentren (Berlin/Wustermark, Zweibrücken, Wertheim), weil die genehmigungsrechtlichen Verfahren schwierig und zeitraubend sind. Die Geschäftsfläche insgesamt bleibt deutlich unter 100 000 qm, während der Spitzenreiter Großbritannien mit 36 Centern auf über 550 000 qm kommt. An zweiter Stelle folgt Italien mit einer Gesamtfläche von 244 000 qm (vgl. Institut für Gewerbezentren 2005). Im Herbst dieses Jahres will der anglo-amerikanische Betreiber Value Retail in Ingolstadt seine zweite Anlage eröffnen. Außerdem sind in den nächsten Jahren in Grenznähe weitere Projekte geplant, z.B. im elsässischen Roppenheim, im niederländischen Roermond und in der Nähe von Salzburg. Zumindest von Roppenheim wird über massive Proteste und Klagen von deutschen und französischen Handelsverbänden berichtet, die das Projekt verzögern oder sogar stoppen könnten.

Fortschritte bei der Konsolidierung der Ertragslage im Bekleidungseinzelhandel

Betriebsvergleichsergebnisse des Instituts für Handelsforschung, Köln, die sich schwerpunktmäßig auf Einzelhandelsgeschäfte mit Damenoberbekleidung erstrecken, deuten darauf hin, dass sich die Ertragslage im Jahr 2003 bemerkenswert verbesserte, was vor allem einer kräftigen Anhebung der Handelsspanne von 40,0 auf 42,1% vom Umsatz (einschließlich Mehrwertsteuer) zu verdanken war (vgl. Tab. 2). Dies dürfte weniger auf eine Anhebung der Verkaufs-

Tab. 2
Ergebnisrechnung im Textileinzelhandel
in % des Umsatzes^{a)}

Position	2002	2003
= Gesamter Rohgewinn (Betriebshandelsspanne)	40,0	42,1
./. Handlungskosten	39,5	39,2
davon:		
Personalkosten	19,7	19,0
Miete oder Pacht	6,9	6,8
Sachkosten für Geschäftsräume	1,5	1,9
Kosten für Werbung	3,3	3,1
Gewerbesteuer	0,4	0,4
Kraftfahrzeugkosten	0,7	0,7
Zinsen für Fremdkapital	1,5	1,6
Abschreibungen	2,2	2,3
Alle übrigen Kosten	3,3	3,4
= Ergebnis vor Steuern	+ 0,5	+ 2,9
./. Unternehmerlohn	3,6	3,4
Zinsen für Eigenkapital	0,6	0,6
= Betriebswirtschaftliches Ergebnis	- 3,7	- 1,1

^{a)} Einschließlich Mehrwertsteuer.

Quelle: Institut für Handelsforschung, Köln; Berechnungen des ifo Instituts.

preise zurückzuführen sein, denn der wettbewerbsbedingte Preisdruck gehört nach wie vor zu den Kernproblemen der Branche. Vielmehr haben wohl sinkende Einstandspreise zu dieser günstigen Entwicklung beigetragen, wobei die erwähnten Billigimporte hier die größte Rolle gespielt haben. Neben den besseren Margen konnte aber auch die Kostenexpansion gestoppt werden, die Handlungskosten wurden sogar geringfügig reduziert. Auf diese Weise wurde eine steuerliche Umsatzrendite von + 2,9% erwirtschaftet, die die kalkulatorischen Kosten Unternehmerlohn und Zinsen für Eigenkapital zu einem nennenswerten Teil deckte, so dass »nur« ein betriebswirtschaftlicher Verlust von 1,1% vom Umsatz ausgewiesen werden musste (2002: – 3,7%).

Eine Differenzierung der Betriebsvergleichsergebnisse nach Größenklassen zeigt aber, dass die kleineren Textilfachgeschäfte tiefrote Zahlen schreiben. Bei den Firmen mit 500 000 bis 1 Mill. € Jahresumsatz lag der betriebswirtschaftliche Verlust im Jahr 2003 bei 3,5% vom Umsatz. Diesen Erhebungsteilnehmern ist es nicht gelungen, die Kostenbelastung nachhaltig zu senken. Neben den Personalkosten schlugen vor allem die Mieten und Aufwendungen für Werbung zu Buche. Außerdem war die Flächenproduktivität mit einem Umsatz von 2 087 € pro qm unzureichend, ebenso lag die Ware zu lange auf Lager, entsprechend niedrig war der Lagerumschlag. Die größeren Bekleidungshäuser mit Jahresumsätzen zwischen 2 und 5 Mill. € haben offensichtlich konsequent rationalisiert und auch ihre Warenwirtschaft im Griff: Die Ware blieb nicht lange liegen, sondern wurden ziemlich schnell verkauft. Dass dennoch ein geringer betriebswirtschaftlicher Verlust entstanden ist, liegt im Wesentlichen an der relativ niedrigen Handelsspanne. Offensichtlich haben diese Unternehmen vermehrt ihren Umsatz mit Hilfe von Sonderangeboten angekurbelt, was die Margen zwangsläufig verschlechterte.

Für kleine und mittlere Bekleidungsgeschäfte wird der Wettbewerb immer härter

Der Umsatzschwund hat die Branche auch im Jahr 2004 belastet. Zahlreiche Häuser – teilweise mit langer Tradition – mussten aufgeben. Der BTE schätzt, dass im vergangenen Jahr 2 500 Firmen schließen mussten. Für den mittelständischen Bekleidungshandel werden die Anforderungen des Marktes mehr und mehr zum Spagat. Einerseits sind insbesondere die Inhaber weiter Generalisten, so wie es das traditionelle Berufsverständnis erfordert, das sowohl Einkauf als auch Verkauf umfasst und sich auch auf Bereiche wie Personalführung oder Finanzierung erstreckt. Andererseits ist heute spezielles Know-how gefragt, haben sich ganz neue Aufgaben entwickelt: »Sourcing« oder »Merchandising« sind nicht nur neue Bezeichnungen, sondern stehen für neue Inhalte in der Beschaffung oder Warenpräsentation. In diesem hart umkämpften Markt steht die Befriedigung von Kundenbedürfnissen nicht mehr am Ende der Lieferket-

te, sondern am Anfang. Darauf muss sich das Marketing, insbesondere die Sortimentsbildung, konzentrieren. Dazu ist eine Marktsegmentierung erforderlich, wobei im Wesentlichen drei Bereiche unterschieden werden können: Der gehobene Markt mit hohen Ansprüchen an Qualität und Stil, der am ehesten noch Wachstumschancen hat. Der Markt der Mitte, der mit besonderen Schwierigkeiten zu kämpfen hat, weil die Kunden Fachhandelsansprüche haben, aber zu Discountpreisen einkaufen wollen. Hier haben in den vergangenen beiden Jahren vor allem die Rabattschlachten stattgefunden, die zu deutlichen (nominalen) Umsatzrückgängen geführt haben. Schließlich der Markt für Standardartikel (Basics), bei dem sich die Kunden ausschließlich an niedrigen Preisen orientieren. Die Umsatzentwicklung verläuft hier mit relativ großen Diskrepanzen: Mengenmäßig expandiert der Markt, während er wertmäßig schrumpft.

Vertriebsallianzen als Lösung aus der schwierigen Wettbewerbssituation

Der Bekleidungsfachhandel reagiert auf diesen Wettbewerbsdruck unter anderem mit Vertriebsallianzen. Wichtigstes Ziel dieser Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Händlern ist eine Verminderung des Absatzrisikos. Über die Aufgabenteilung bestehen aber vielfach Meinungsunterschiede. Der Handel tendiert dazu, die Sortiments- und Preispolitik nicht aus der Hand zu geben. Nach der jüngsten Umfrage im TW-Testclub ist nur jeder dritte Händler bereit, dem Lieferanten die Flächenbewirtschaftung zu überlassen (vgl. Reinhold 2005). Damit sind zahlreiche Entscheidungen über das Warenprogramm, die mengenmäßige Bestückung der Verkaufsfläche, Lieferrhythmen und Lagerhaltung verbunden. Die Zahl der gemeinsam von Handel und Markenherstellern bewirtschafteten Verkaufsflächen hat in den vergangenen Jahren so stark zugenommen, dass das Flächenpotential weitgehend ausgeschöpft ist. In der aktuellen TW-Erhebung wurden 113 Hersteller befragt, die insgesamt 29 746 Flächen gemeinsam mit dem Handel betreiben. Die Formen der Zusammenarbeit sind vielfältig und lassen sich nicht immer klar abgrenzen. Im Wesentlichen lassen sich aber folgende Konzepte unterscheiden (vgl. Tab. 3).

Am häufigsten und relativ eng in der Zusammenarbeit sind Shop-in-Shop Systeme, deren Zahl sich im vergangenen Jahr um 1 819 auf 11 497 erhöht hat. Sie haben aber inzwischen nur noch einen Anteil von 37% gegenüber 45% im Jahr zuvor. Demgegenüber wurden 9 926 Vertragsflächen erfasst, die einen deutlichen Anstieg zu verzeichnen hatten. Bei dieser Form der noch engeren Zusammenarbeit werden die Ladeneinrichtung und das gesamte Erscheinungsbild vom Hersteller bestimmt, wobei auch von »möbilierten Markenflächen« gesprochen wird. Die Concessions, bei dem die Hersteller Verkaufsflächen in Bekleidungshäusern mieten und eigenständig betreiben, spielen nur ei-

Tab. 3
Ausgewählte Flächensysteme in Deutschland
(Anzahl)

Marke	Shop-in-Shops	Corners	Vertragsflächen	Concessions	Franchise-läden
Esprit	2 106	–	3 045	2	170
S. Oliver	855	200	1 020	–	158
Tom Tailor	581	–	896	–	32
Lerros men + women	500	263	177	–	–
Tommy Hilfiger	460	–	–	–	5
Alberto	411	–	–	–	–
Brax	357	202	–	–	–
Street one	325	290	–	–	240
Oui	322	350	–	–	7
Mac	307	–	316	–	–
Mexx	280	–	–	14	14
Schiesser	260	170	64	–	–
Gerry Weber	251	–	–	–	19
Delmod	250	–	–	–	6
Anvil	240	–	50	50	–
Betty Barclay	232	125	–	3	22

Quelle: TextilWirtschaft, 28.4.2005.

ne ganz geringe Rolle und sind anteilmäßig in etwa gleich geblieben (2%). Diese Form ist zum Beispiel bei Wäschefirmen beliebt, die vom Markenumfeld und dem Image der Bekleidungsgeschäfte profitieren. Am stärksten haben die Franchisesysteme zugenommen. Ihre Zahl hat sich im Vorjahresvergleich mit 1 111 nahezu verdoppelt. Mit diesen Monomarken-Stores entwickelt sich bei den Vertriebsallianzen ein neuer Trend. Es handelt sich weniger um das klassische Franchising, sondern eher um »Partner-Stores«, weil in der Regel keine Eintrittsgebühren verlangt werden.

Das Gegenmodell zu den Vertriebsallianzen sind Monomarken-Stores, die von den Markenherstellern selbst betrieben werden. Ihre Zahl ist von 430 auf 640 gestiegen, weitere 200 Läden befinden sich in Planung. Der Direktvertrieb in so genannten »Flagship-Stores«, in denen ein komplettes Markensortiment präsentiert wird, und die wachsende Bedeutung internationaler Sportmarken haben die Märkte tiefgreifend verändert.

Der Sporteinzelhandel profitiert vom Breitensport in Deutschland...

Sportliche Aktivitäten prägen breite Bevölkerungsschichten und damit auch die Konsumgütermärkte. Insbesondere der Spitzensport begeistert durch die Berichterstattung in den Medien die Menschen und weckt damit das Interesse an der Sportausführung, so dass über Nachahmungseffekte letztlich auch der Breitensport davon profitiert. Die Bedeutung von Sport als Massenphänomen wird deutlich in den Zahlen des Deutschen Sportbunds, der nahezu 27,5 Mill. Mitglieder in über 87 000 Turn- und Sportvereinen ver-

zeichnet. Die Jugendarbeit bildet traditionell einen besonderen Schwerpunkt. Nahezu 75% der 7- bis 14-jährigen Jungen gehören einem Sportverein an. Zu den beliebtesten Sportarten zählen Fußball und Turnen, aber auch Golf hat sehr hohe Zuwachsraten. Mit rund 457 000 hat sich die Zahl der organisierten Golfspieler in den letzten zehn Jahren verdoppelt (vgl. Deutscher Sportbund, o.J.). Damit liegt Deutschland in Europa auf Rang 3, hinter England und Schweden, aber vor Frankreich.

Im Gegensatz zu den Sportvereinen, die durch Ehrenamtlichkeit von Trainern und Betreuern gekennzeichnet sind, stehen kommerzielle Anbieter, die in den letzten Jahren als personenorientierte Dienstleister den Markt erobert haben. Die Entwicklung der Fitness-Studios war in der Vergangenheit

durch Rekordzuwächse gekennzeichnet, scheint aber vorerst ihren Zenit erreicht zu haben. Die Zahl der Anlagen verzeichnete 2001 mit 6 550 ihren vorläufigen Höchststand, 2003 kam es zu einem spürbaren Rückgang hinsichtlich der Zahl der Anlagen, der Mitglieder und auch des Umsatzes. 2004 war eine Erholung festzustellen. Die Zahl der Anlagen ging zwar noch einmal auf 5 610 zurück, aber die Zahl der Mitglieder erhöhte sich um 6,4%. Bei den Umsätzen wurde aber nur ein Zuwachs von 5,4% erzielt (vgl. Tab. 4). Das Durchschnittsalter der Kunden lag je nach Anlagentyp zwischen 35,8 und 37,6 Jahren, hat sich also im Vorjahresvergleich etwas nach oben verschoben (vgl. DSSV o.J.). Das wirtschaftliche Überleben der als Einzelbetriebe geführten Fitnessanlagen gestaltet sich immer schwieriger, Geschäftsaufgaben sind die Folge. Demgegenüber können Filial- und Franchisesysteme ihre Marktstellung ausbauen, weil sie wesentlich stärker wachsen als der Bundesdurchschnitt (vgl. Tab. 5). Aufgrund der demographischen Entwicklung richtet sich das Marketing zunehmend auf die über 50-Jährigen aus. Im Hinblick auf gesundheitliche Beschwerden (Rü-

Tab. 4
Entwicklung von Fitnessanlagen

Jahr	Anzahl der Anlagen	Mitglieder in Mill.	Umsatz in Mrd. €	Umsatz je Anlage in €
1990	4 100	1,70	0,82	199 526
1995	5 400	3,30	1,72	318 136
1996	5 500	3,41	1,79	325 365
1997	5 700	3,56	1,86	326 439
1998	5 900	3,89	2,05	347 504
1999	6 100	4,27	2,31	377 946
2000	6 500	4,59	2,69	414 376
2001	6 550	5,39	3,20	487 952
2002	6 500	5,08	3,16	486 154
2003	5 700	4,38	2,23	391 228
2004	5 610	4,66	2,35	418 103

Quelle: DSSV, Eckdatenerhebung 2004.

Tab. 5
Ausgewählte Fitnessketten 2004

Fitnesskette	Zahl der Studios	Durchschnittsfläche der Studios in qm	Zahl der Mitglieder	Veränderung 2004/03 in %
Fitness Company	85	2 200	206 426	14
Kieser Training ^{a)}	110	750	200 000	14
INJOY ^{a)}	110	1 290	126 850	18
Elixia	26	3 325	87 500	2
Eisenhauer Training ^{a)}	14	1 000	42 250	12
TEAM World of Fitness ^{a)}	21	1 500	33 250	12
Future Sports	15	2 000	27 580	9
Karstadt fitness	9	2 400	24 500	2
Fitness Park				
Pfitzenmeier	11	2 350	29 001	22
Meridian	5	6 700	24 600	26

^{a)} Franchise-Clubs.

Quelle: Deloitte & Touche, Dezember 2004 und Focus, Der Markt für Fitness und Wellness, Mai 2005.

ckenleiden, Probleme durch Übergewicht) wird die Prävention in den Vordergrund gestellt.

... doch seine Umsatzentwicklung war rückläufig

Auch wenn dem Sportartikelmarkt zugute kommt, dass eine große Zahl von Menschen Sport aktiv ausübt und eine relativ hohe Ausgabenbereitschaft dafür aufweist, kann sich dieses Segment nicht gänzlich von konjunkturellen und strukturellen Einflüssen lösen. Bis 2001 entwickelten sich die Umsätze im Sporteinzelhandel in Deutschland noch besser als die Einzelhandelskonjunktur allgemein. In den beiden folgenden Jahren waren aber nominale Umsatzeinbußen von jeweils 5% zu verkräften. 2004 fiel der Gesamtumsatz aller Vertriebskanäle im Sportartikelmarkt in Deutschland nach Schätzungen des Verbands Deutscher Sportfachhandel (VDS) unter die 7-Milliarden-Grenze (6,97 Mrd. €). Maßgeblich hierfür waren eine schwächere Nachfrage, vor allem aber deutliche Preisreduzierungen. Die Kauflust der Verbraucher soll durch Rabattaktionen stimuliert werden, was jedoch kaum gelingt, so dass ein Ende des Preiskampfes nicht abzusehen ist. Die Reduzierungen betreffen sowohl Einzelartikel als auch kombinierte Angebote, z.B. Ski, Bindungen und Montage. Die Einsparungen gegenüber Einzelverkaufspreisen oder unverbindlichen Preisempfehlungen der Hersteller werden in der Werbung auffällig herausgestellt.

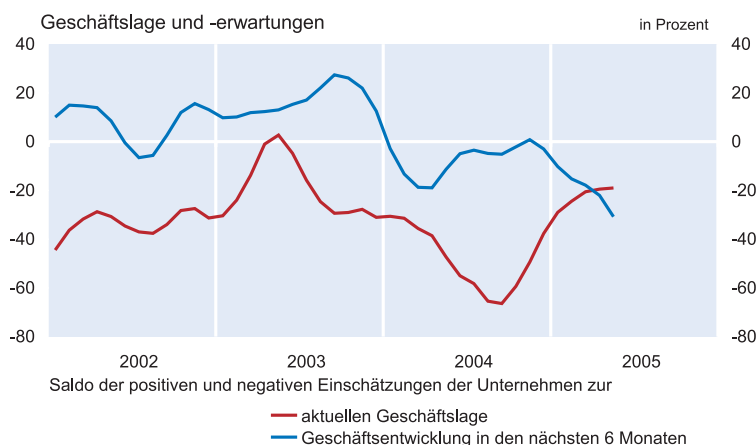
Schrittmacher dieses aggressiven Preiswettbewerbs sind vor allem Warenhäuser, große Unternehmen des Sporteinzelhandels und Discounter. Dabei wird in Kauf genommen, dass diese Maßnahmen in doppelter Hinsicht

negativ wirken. Zum einen werden Niedrigstpreise von den Herstellern als problematisch angesehen, weil sie das sorgfältig gepflegte Markenimage ihrer Produkte in Gefahr bringen. Zum anderen ruinieren die Rabatte die Margen des Sporteinzelhandels und verschlechtern damit rapide die Ertragslage. Die wirtschaftliche Existenz vieler Sportfachgeschäfte dürfte mit diesen Entwicklungen in Frage gestellt sein. Geschäftsaufgaben sind die Folge, Übernahmen scheitern nicht so sehr an mangelndem Interesse junger Kaufleute, sondern an fehlenden Geschäftsperspektiven.

Das Bild zur konjunkturellen Lage der Branche, das sich aus den Meldungen der Teilnehmer am ifo Konjunkturtest ergibt, ist gespalten. Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage fiel von Monat zu Monat weniger schlecht aus (vgl. Abb. 2). Maßgeblich dafür war eine exzellente Wintersaison mit reichlich Schnee, der bis zum März 2005 die Nachfrage ankurbelte, so dass die Lager weitgehend geräumt werden konnten. Der April und auch noch der Mai verliefen witterungsbedingt weniger zufriedenstellend. Doch dann dürfte das gute Badewetter im Juni der Branche geholfen haben, die Vorjahresumsätze leicht zu übertreffen. Allerdings trübte sich die Stimmung hinsichtlich der künftigen Geschäftsentwicklung seit dem Jahreswechsel 2004/05 spürbar ein, so dass sich die Hoffnungen auf eine nachhaltige Geschäftsbelebung für 2005 in Grenzen halten dürften.

Im Gegensatz zur mäßigen Umsatzentwicklung im Branchendurchschnitt gelingt es auf der Angebotsseite immer wieder, neue Themenschwerpunkte oder auch innovative Sportideen zu entwickeln, die auf eine rege Nachfrage tref-

Abb. 2
Sporteinzelhandel



Quelle: ifo Konjunkturtest.

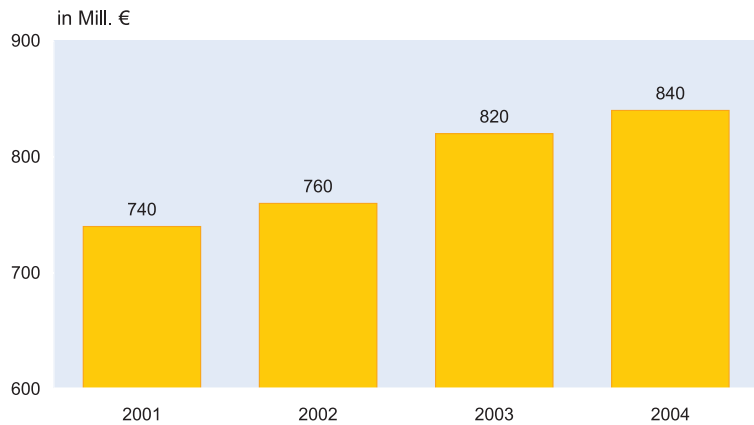
fen und damit zu deutlichen Umsatzsteigerungen führen. So konzentrierte sich z.B. auf der Frühjahrs-ispo in München Anfang Februar 2005 das Interesse von Ausstellern und Besuchern auf frauenspezifische Produkte, die immer stärker den Markt erobern. Das Angebot umfasst die gesamte Sortimentsbreite von Bekleidung über Schuhe bis hin zu Ski und Boards. Bei technisch orientierten Markenprodukten wird der Anteil der Damenmodelle auf 30 bis 40% geschätzt. Der Umsatzanteil liegt aber niedriger, weil beispielsweise bei hochwertigen Gore-Tex-Jacken in höheren Preislagen immer noch die Herrenmode dominiert. Dennoch haben die Hersteller Frauen als Kundinnen entdeckt und entwickeln Damenkollektionen mit eigenen Farben und speziellen Schnitten.

Nordic Walking bzw. das Thema »Outdoor« sind Impulsgeber

Nordic Fitness ist eine Sportart, die auch Kunden mittlerer bis älterer Jahrgänge anspricht und deshalb auf längere Sicht gute Absatzchancen bietet. Nach einer Studie der GfK, Nürnberg, sind Frauen mit einem Anteil von 69% überproportional beteiligt. Die Zahl der aktiven Nordic-Walker in Deutschland wird auf 2 Mill. geschätzt, was vergleichsweise wenig ist. Denn die Anzahl der Läufer wird mit 17 Mill., die der Walker mit 6,5 Mill. angegeben. Allerdings hat Nordic Walking noch ein recht großes Nachfragepotential, denn 10 Mill. Bundesbürger sind interessiert und wollen diese Sportart demnächst ausprobieren (vgl. GfK 2005). Für den Handel ist dieses Marktsegment aber kein »Selbstläufer«, vielmehr muss es den Kunden durch Beratung, Information und auch Werbung nahe gebracht werden. Als hilfreich haben sich dabei sportliche Veranstaltungen auf lokaler Ebene erwiesen, die von Herstellern und örtlichem Sportfachhandel gemeinsam organisiert werden. Diese »eventgestützte« Verkaufsförderung scheint sehr wirksam zu sein. Die Nachfrage konzentrierte sich zunächst auf Walking-Stöcke. Inzwischen werden aber zunehmend auch spezielle Walking-Schuhe verlangt, die mit beachtlichen Wachstumsraten glänzen, allerdings bisher nur einen geringen Umsatzanteil am gesamten Sportschuhmarkt haben. Im Vergleich zu Running-Schuhen sind sie auch wesentlich preisgünstiger.

Nordic Fitness liegt auch im Trend, weil diese Sportart den Running- und den Outdoor-Bereich verbindet, wobei sich das Thema »Outdoor« zu einer wichtigen Stütze des Sportartikelmarktes entwickelt hat, weil es zu den innovativen Marktsegmenten gehört. In diesem Bereich spielen jedoch nicht nur Funktionsmaterialien eine große Rolle, auch die Mode gewinnt immer mehr an Bedeutung. Die Grenzen zwischen Sportbekleidung, Funktionsbekleidung und »norma-

Abb. 3
Outdoor-Bekleidung: Marktvolumen



Quelle: BBE/Textilwirtschaft.

ler« Kleidung werden zunehmend fließender. Mit einem Anteil von 56% hat Outdoor-Bekleidung den größten Anteil am gesamten Outdoor-Markt und erreichte nach BBE-Schätzungen 2004 ein Marktvolumen von 840 Mill. € (vgl. Abb. 3). Es folgen in der Umsatzbedeutung Accessoires, Rucksäcke, Berg- und Wanderschuhe sowie das restliche Outdoor-Sortiment mit Zelten, Schlafsäcken und Wassersportartikeln. Unter den Vertriebskanälen dominiert bei Outdoor-Bekleidung der Sportfachhandel mit einem Umsatzanteil von 49%, gefolgt von Outdoor-Spezialgeschäften, die rund 18% auf sich vereinen. Warenhäuser und der Versandhandel sind mit jeweils 10% beteiligt, auf Verbrauchermärkte entfallen 6%, bei Schuhgeschäften ist der Anteil mit 1% ganz gering. Lebensmitteldiscounter und Kaffeeröster vermarkten in Sonderaktionen zu Niedrigpreisen rund 7% des Outdoor-Umsatzes (vgl. Dieterich 2005). Damit wird der Preiswettbewerb kräftig angekurbelt, wobei vor allem Kunden, die Outdoor-Artikel im Alltag tragen, bevorzugt zu Sonderangeboten und Discountware greifen. Dagegen spielt der Preis bei den aktiven Sportlern keine so große Rolle, weil Funktion und Qualität bei Materialien und Verarbeitung im Vordergrund stehen.

Der Schuhmarkt polarisiert sich zunehmend

Verändertes Verbraucherverhalten trifft den Schuheinzelhandel sowohl strukturell als auch konjunkturell in besonderem Maße. Als problematisch erweist sich, dass die Konsumausgaben der privaten Haushalte seit 2002 nur durch geringe Wachstumsraten zwischen 0,6 und 1,4% gekennzeichnet waren. Hinzu kommt, dass der Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch beständig sinkt. Die Ausgabenschwerpunkte der Verbraucher haben sich verschoben. Innovative Technologien haben beispielsweise die Ausgaben für Nachrichtenübermittlung kräftig anwachsen lassen. Als

Tab. 6
Nominale Konsumausgaben der privaten Haushalte
für ausgewählte Konsumzwecke
 Veränderungen gegenüber Vorjahr in %

Jahr	Ausgaben für	Zum Vergleich: Ausgaben für ...			Insgesamt ^{a)}
	Schuhe	Bekleidung	Nachrichtenübermittlung	Gesundheitspflege	
2000	- 0,3	0,9	12,3	3,3	3,2
2001	1,5	3,4	18,5	3,9	3,7
2002	- 2,9	- 2,5	1,6	4,3	0,6
2003	- 2,5	- 3,2	1,6	2,9	1,3
2004	1,1	- 1,7	1,0	10,8	1,4
Mrd. € ^{a)}	10,08	56,71	35,41	58,50	1 234,27

^{a)} Konsumausgaben insgesamt.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, revidierte Jahresergebnisse; Berechnungen des ifo Instituts.

Folge der Gesundheitsreform wurden auch die Ausgaben für Gesundheitspflege beachtlich erhöht. Schließlich absorbieren hohe Ölpreise und damit verbunden steigende Ausgaben für Heizung und Kraftstoffe die Kaufkraft der Verbraucher in nennenswertem Umfang. Einschränkungen in anderen Konsumbereichen sind bei nur mäßig erhöhten Mas-seneinkommen unabwendbar. Gespart wird offensichtlich bei Schuhen und in noch stärkerem Umfang bei Bekleidung (vgl. Tab. 6).

Bei insgesamt schwacher Nachfrage polarisiert sich der Schuhmarkt zunehmend. Auf der einen Seite haben Filialsysteme mit einem qualitativ hochwertigen Angebot durchaus günstige Perspektiven. Auch Topmarken und handgemachte Schuhe florieren. Insbesondere international führende Markenhersteller zielen mit Lifestyle-Konzepten und einem Komplettangebot von sportiven Schuhen und Bekleidung auf bestimmte Käufertypen, etwa auf fitnessinteressierte Erwachsene oder funorientierte Jugendliche (vgl. Tab. 7). Auf der anderen Seite expandieren die Discounter, die einen starken Wettbewerbsdruck ausüben, weil sie in

Tab. 7
Kauf ausgewählter Schuhmarken
 in den letzten vier Jahren

Männer		Frauen	
Marke	%-Anteil	Marke	%-Anteil
Deichmann	40,6	Deichmann	52,2
Adidas	32,1	Salamander	25,3
Nike	19,9	Reno	22,2
Salamander	19,2	Gabor	21,1
Reno	16,9	Adidas	20,1
Puma	15,9	Nike	13,6
Reebok	13,9	Puma	11,7
Fila	11,6	Reebok	10,0
Lloyd	9,1	Fila	9,7
Sioux	7,7	Ecco	9,5

Quelle: TdW Intermedia 2004/05 (Trend III).

vielen Unternehmensbereichen über entscheidende Vorsprünge verfügen.

Große Filialsysteme mit einem relativ dichten Verkaufsstellennetz dominieren den Markt. Der Umsatzsteuerstatistik 2003 zufolge entfielen auf 38 Unternehmen mit Umsätzen zwischen 10 Mill. € bis 250 Mill. € und darüber, deren Umsätze zur Wahrung des Steuergeheimnisses nicht in den einzelnen Größenklassen veröffentlicht wurden, rund 54% des Gesamtumsatzes. Die Unternehmenskonzentration ist damit weit fortgeschritten, wobei diese Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist. Denn die kleinen und mittleren Schuhfachgeschäfte unterliegen einem spürbaren Schrumpfungsprozess. In den letzten vier Jahren soll ihre Zahl um ca. 10% abgenommen haben. Es gibt jedoch immer noch einen großen Bereich leistungsfähiger, mittelständischer Schuheinzelhandelsfirmen, die inhabergeführt sind. In den Größenklassen mit Umsätzen zwischen 500 000 und 10 Mill. € waren es 1 169 Unternehmen, die mit rund 30% am Umsatz der Branche beteiligt waren.

Neue Rekorde bei Schuhimporten und sinkende Umsätze im Schuheinzelhandel

In Deutschland verläuft zumindest der mengenmäßige Verkauf von Schuhen noch positiv. Das inländische Angebot (inländische Produktion – Export + Import) stieg nach Angaben des HDS – Hauptverband der Deutschen Schuhindustrie 2004 um 4,1%. Dagegen waren die (wertmäßigen) Umsätze 2002 und 2003 rückläufig. Für 2004 lässt sich die Umsatzentwicklung nur schwer einschätzen. Für den mittelständischen Schuheinzelhandel liegen die Angaben über Umsatzrückgänge im vergangenen Jahr zwischen 1,5 und 3%. Folgt man der amtlichen Statistik, die für den Schuheinzelhandel ein Umsatzplus von gut 2% angibt, dann wäre dies ausschließlich auf eine weit überdurchschnittlich positive Entwicklung der großen Filial- und Discountunternehmen des Schuheinzelhandels zurückzuführen.

Nach Angaben des HDS stiegen die Importe im Jahr 2004 mengenmäßig um 7,6% auf 412 Mill. Paar Schuhe, wertmäßig gingen sie dagegen um 2,1% zurück. Das Auseinanderklaffen von (wertmäßiger) Umsatz- und (mengenmäßiger) Absatzentwicklung, das auf vielen Konsumgütermärkten zu beobachten ist, macht also auch vor den Schuhimporten nicht halt. Bezogen auf die Einfuhrmenge war China mit einem Zuwachs von 39% und einem Anteil von 28% der Hauptlieferant, gefolgt von Vietnam mit einer Steigerung von 7,6% und einem Anteil von 20%. Die anderen Länder in Europa und Asien spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle mit Importanteilen von 2 bis 3%. Hervorzuhe-

ben sind die Schuhimporte aus Italien, die zwar eine rückläufige Tendenz aufweisen, aber immerhin noch einen Anteil von 11% erreichten. Im vergangenen Jahr sind die Importpreise um 9% auf durchschnittlich 9,17 € pro Paar gesunken. Der Durchschnittspreis chinesischer Importe fiel um 13,7% auf 4,63 €. Die Aufhebung der Importquoten zu Beginn dieses Jahres betrifft nicht nur Textilien, sondern auch Schuhe. Die EU registrierte aufgrund von Erhebungen der Zollbehörden in den 25 Mitgliedsländern in den ersten vier Monaten 2005 einen Anstieg der Schuhimporte aus China um 681% und einen Preisrückgang um 28% (vgl. TWnetwork.de 2005). Auch wenn sich diese vorläufigen Zahlen als überhöht herausstellen sollten, muss doch mit einer deutlichen Verschiebung der Importstrukturen und mit weiter sinkenden Durchschnittspreisen gerechnet werden. Die EU-Kommission hat für den Import von Sicherheitsschuhen aus China und Indien bereits ein Anti-Dumping-Verfahren eingeleitet. Auch für Lederschuhe liegen der Kommission Beschwerden vor wegen »vermeintlichen Dumpings chinesischer Hersteller« (vgl. o.V. 2005d). Bislang ist aber noch nicht entschieden, ob ein solches Verfahren in Gang gesetzt wird.

Steigende Importe kommen vor allem den großen Filial- und Discountunternehmen des Schuheinzelhandels zugute, die durch den zentralen Einkauf großer Mengen ihre Waren zu sehr niedrigen Einstandspreisen beschaffen können. Diese Vorteile werden teilweise über einen aggressiven Preiswettbewerb an die Verbraucher weitergegeben. Gleichzeitig sind damit aber auch erhebliche Wettbewerbsvorteile gegenüber dem mittelständischen Schuheinzelhandel verbunden. In dieser Situation überrascht es nicht, dass die Teilnehmer am ifo Konjunkturtest ihre Geschäftslage seit Beginn 2005 zunehmend als schlecht beurteilen. Die sich zuletzt abzeichnende leichte Verbesserung dürfte nur vorübergehend sein. Denn die Geschäftsaussichten, die zum Jahresbeginn noch durch Optimismus geprägt waren, haben sich wieder etwas

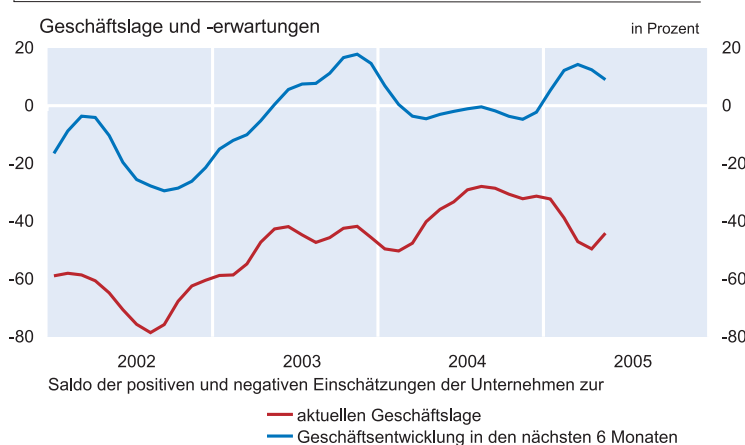
eingetrübt (vgl. Abb. 4). Dem Schuhhandel kann höchstens noch eine günstige Witterung zu Hilfe kommen. Sieht man einmal von diesem unwägbareren Faktor ab, dürfte der Schuhmarkt auch im laufenden Jahr gespalten verlaufen. Der (mengenmäßige) Absatz entwickelt sich gar nicht so schlecht, bei den Umsätzen muss sich die Branche allein schon wegen der weiter sinkenden Durchschnittspreise auf einen Rückgang einstellen.

Die Anstrengungen zur Verbesserung der Ertragslage zeigen Erfolge

In dieser Situation sind viele kleine und mittlere Schuheinzelhändler in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht. Eine Marktberingung ist die Folge, wobei Geschäftsschließungen unrentabler und die Weiterführung ertragreicher Fachgeschäfte dicht beieinander liegen. Bestes Beispiel hierfür ist das Filialunternehmen Salamander, Kornwestheim, bei dem im Zuge des Insolvenzverfahrens etwa 50 Filialen geschlossen wurden. Die übrigen 52 Filialen in Deutschland wurden zum 31. März 2005 von EganaGoldpfeil übernommen und sollen zusammen mit 116 Filialen im Ausland schon im ersten Geschäftsjahr Gewinne erwirtschaften. Auch die Sanierung der Düsseldorfer Verbundgruppe Garant Schuh + Mode AG macht Fortschritte und dürfte dem größten Teil der angeschlossenen Mitglieder das wirtschaftliche Überleben sichern.

Bessere Nachrichten kommen von einer anderen Einkaufskooperation, die regelmäßig Betriebsvergleiche durchführt. Die Daten der anwrSchuh GmbH zeigen, dass viele Mitglieder trotz Umsatzeinbußen und steigender Fixkostenbelastung erfolgreich in der Restrukturierung ihrer Firmen waren (vgl. Tab. 8). Den für 2004 vorliegenden Daten zufolge verbesserte sich das Ergebnis (ohne Berücksichtigung von Abschreibungen und Zinsen für Eigenkapital) von 1,5 auf 2,3% vom Umsatz (einschließlich Mehrwertsteuer). Damit dürften im Durchschnitt nur geringe betriebswirtschaftliche Verluste entstanden sein, wobei sich die Anstrengungen zur Verbesserung der Ertragslage auf zwei »Fronten« gleichzeitig konzentrierten. Einmal konnte die Handelsspanne 2004 leicht auf 39,8% vom Umsatz erhöht werden. Dies dürfte auf Beschaffungsvorteile durch die Verbundgruppe zurückzuführen sein. Darüber hinaus haben sich die Teilnehmer aber auch mit Sonderverkäufen und den damit verbundenen Preisreduzierungen zurückgehalten. Zum anderen erfolgte offensichtlich eine strikte Kostendisziplin, wobei sich insbesondere die Personalkosten (einschließlich Unternehmerlohn) in Grenzen hielten.

Abb. 4 Einzelhandel mit Schuhen



Quelle: ifo Konjunkturtest.

Tab. 8
Ergebnisse des Betriebsvergleichs 2004
der anwrSchuh Kooperation
 in % des Umsatzes^{a)}

	2003	2004
Rohgewinn (Handelsspanne)	39,5	39,8
Gesamtkosten	38,0	37,5 ^{b)}
darunter		
Personalkosten	20,1	19,9
Unternehmerlohn	1,4	1,5
Miete bzw. Mietwert und		
Raumnebenkosten	7,2	9,4
Gewerbesteuer	0,3	0,4
Werbekosten	1,9	2,0
Kfz-Kosten	0,6	0,6
Zinsen für Fremdkapital	1,5	1,4
Sonstige Kosten	2,6	2,5
Ergebnis ^{c)}	+ 1,5	+ 2,3

^{a)} Einschließlich Mehrwertsteuer. – ^{b)} Bei der Addition der Kostenarten zu den Gesamtkosten ergeben sich Rundungsdifferenzen. – ^{c)} Betriebswirtschaftliches Ergebnis ohne Berücksichtigung von Abschreibungen und Zinsen für Eigenkapital.

Quelle: anwrSchuh GmbH.

Grundlegende Veränderungen der Märkte belasten die Ertragslage im Handel

Viele Handelssparten, also nicht nur der Einzelhandel mit Bekleidung, Sportartikeln und Schuhen, sind seit Jahren mit grundlegenden Veränderungen der Märkte durch Internationalisierung und Online-Handel konfrontiert. Insbesondere im Bekleidungssektor gehörten Hersteller und Handel zu den ersten in Deutschland, die auf außereuropäische Märkte gesetzt haben. Das Versandhandelsunternehmen Quelle eröffnete schon 1962 ein Einkaufsbüro in Hongkong (vgl. Roth 2005). Es gibt zwar viele Handelsunternehmen, die erfolgreich auf diese Herausforderungen reagieren und zum Teil ihre Marktposition mit Hilfe modernere Marketingkonzepte und konsequenter Rationalisierung der Warenwirtschaft ausbauen. Dennoch arbeiten viele mittelständische Handelsunternehmen immer noch mit traditionellen Methoden und orientieren sich an Erfolgsstrategien der Vergangenheit. Hinzu kommt, dass sich seit einigen Jahren der (mengenmäßige) Absatz und der (wertmäßige) Umsatz disparat entwickeln. Das führt aber zu einer grundsätzlichen Belastung der Ertragslage. Denn die Kundenfrequenz ist weitgehend stabil oder steigt sogar, weil Schnäppchenjäger auf der Suche nach immer preiswerteren Sonderangeboten die Läden füllen. Der durchschnittliche Einkaufsbetrag pro Kunde (Durchschnittsbon) fällt aber geringer aus, der Druck auf die Margen nimmt zu, und die Produktivität in Bezug auf das eingesetzte Personal oder auf die Verkaufsfläche lässt sich unter diesen Umständen kaum anheben. Die Zukunft liegt deshalb kaum in mittleren Marktsegmenten, sondern in der Polarisierung, der Spezialisierung und in der Inszenierung von Warenwelten. Während die Polarisierung international führende Anbieter auf der einen Seite

und Billigvermarkter auf der anderen Seite begünstigt, bietet die Spezialisierung für mittelständische Handelsunternehmen durchaus Chancen. Mit der Besinnung auf Kernkompetenzen lässt sich das Profil von Fachgeschäften im härteren Wettbewerb durch einen individuellen Marktauftritt, eine intensive Beratung und durch kundenorientierten Service schärfen.

Literatur

- BTE (2005), Pressemitteilung vom 3. Mai, www.bte.de/presseinfo/.
 Deutscher Sportbund (o.J.), Bestandserhebung 2004.
 DSSV (o.J.), Deutscher Sportstudio Verband e.V. Hamburg, »Eckdaten 2004«.
 Dieterich, E. (2005), »Aufsteiger Outdoor«, *TextilWirtschaft* Nr. 21 vom 26. Mai, 20–25.
 EU (2005), »China textile agreement 10 June 2005«, MEMO/05/2001 vom 12. Juni.
 GfK (2005), »Nordic-Walking – neuer Volkssport?«, Pressemeldung vom 20. Januar.
 Institut für Gewerbezentren (2005), 3. *European Factory Outlet Center Report*, Starnberg.
 o.V. (2005a), »Das Geschäft im Jahr 2004«, *TextilWirtschaft* Nr. 2 vom 12. Januar, 24.
 o.V. (2005b), »Nominale Umsatzentwicklung bei ausgewählten Warengruppen des textilen Fachhandels«, *Textil Markt* vom Februar, 2.
 o.V. (2005c), »Importe: China erhöht Ausfuhrzölle, EU und USA machen weiter Druck«, *TextilWirtschaft* Nr. 21 vom 26. Mai, 7.
 o.V. (2005d), »EU geht gegen Schuheinfuhr vor«, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 1. Juli 2005, 13.
 Reinhold, K. (2005), »Verbindung mit System«, *TextilWirtschaft* Nr. 17 vom 28. April, 49–65.
 Roth, M. (2005), »Die Nähmaschinen ziehen um«, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 14. Juni, 11.
 Sümmere, Th. (2004), »Die Größen im Deutschen Textileinzelhandel 2003«, *TextilWirtschaft* Nr. 34 vom 19. August, 22–28.
 TWnetwork.de (2005), Schuheinfuhren in die EU stark gestiegen, vom 9. Juni.
 Träger, U. Chr. (2000), »Wie lässt sich die Konzentrationsstatistik verbessern?«, *ifo Schnelldienst* 53 (16-17), 10–11.

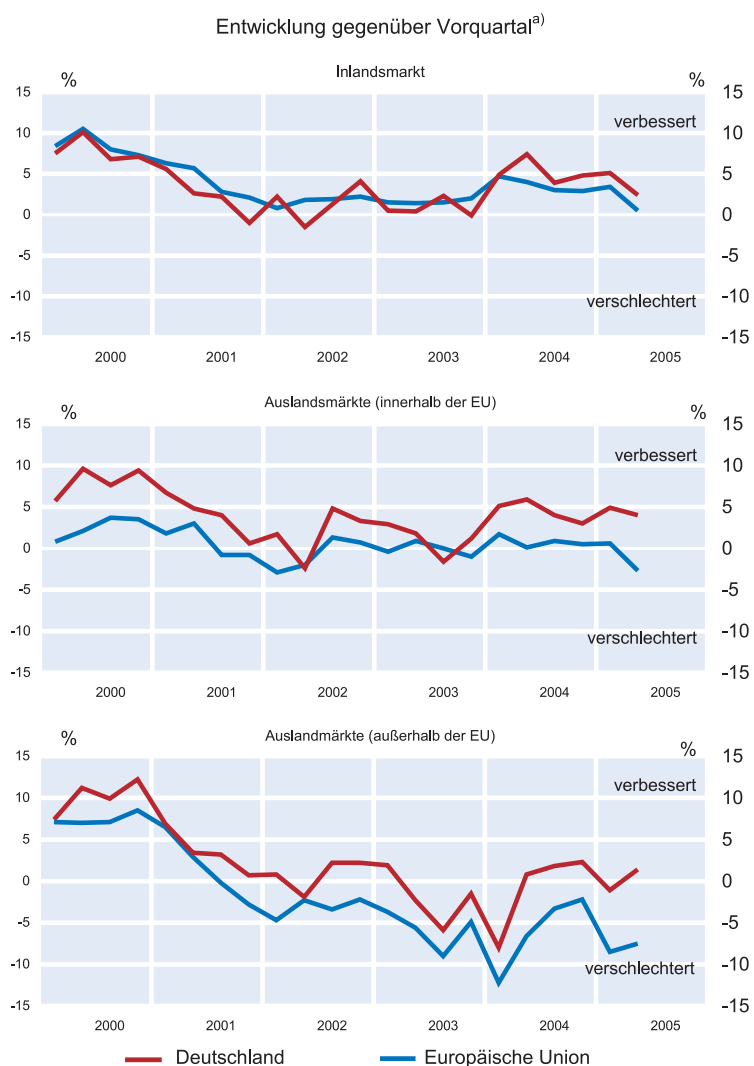
Für ein einzelnes Unternehmen ist ein Hauptkriterium für die Beurteilung der Wettbewerbsposition, ob es gelingt, den eigenen Marktanteil zu erhalten oder zu erhöhen. Die wesentlichen Stellgrößen des Unternehmens sind dabei der Preis und die Qualität der angebotenen Leistungen. Hinzu kommen noch eine Reihe anderer Faktoren, die – nicht erschöpfend – am Beispiel von Dienstleistungsunternehmen in Tabelle 2 zusammengestellt sind. Angesichts der Komplexität der Einflussgrößen ist es eine große Hilfe für den außenstehenden Analysten, dass seit 1997 in vierteljährlichem Rhythmus die Industrieunternehmen im Rahmen der harmonisierten EU-Konjunkturumfragen selbst eine Einschätzung ihrer Wettbewerbsposition abgeben.¹ Diese Meldungen zur Entwicklung der Wettbewerbsposition in den zurückliegenden Monaten erfolgen getrennt für den nationalen Markt, den EU-Markt und den internationalen Markt außerhalb des EU-Raums.

Vor kurzem haben die zwei französischen Konjunkturforscher Aubert und Leclair (2005) nachgewiesen, dass ein Indikator auf der Basis dieser Selbsteinschätzungen der Unternehmen sehr gut übereinstimmt mit anderen traditionellen Indikatoren für die Wettbewerbsfähigkeit, die u.a. auf der Entwicklung der Arbeitsproduktivität, der realen Wechselkurse oder der relativen Kostenentwicklungen (Kosten des eigenen Unternehmens in Relation zu denen der Wettbewerber) basieren und die meist nur mit erheblicher zeitlicher Verzögerung erstellt werden können. Sie kommen zu dem Schluss, dass diese Umfragedaten zur Wettbewerbsposition nicht nur sehr aussagefähig sind auf der Unternehmens-ebene, sondern auch – was für den Konjunkturforscher noch wichtiger ist – auf aggregierter Ebene, um damit die Wettbewerbsentwicklungen einer Branche oder in einem ganzen Sektor beurteilen zu können. Diese französischen Forschungsergebnisse legen es nahe, solche Umfragedaten auch für einen europäischen Vergleich zu nutzen.

Wie aus Abbildung 1 hervorgeht, hat die Einschätzung der Wettbewerbsposition

Abb. 1

Wettbewerbsposition: Industrie Deutschland – Europäische Union

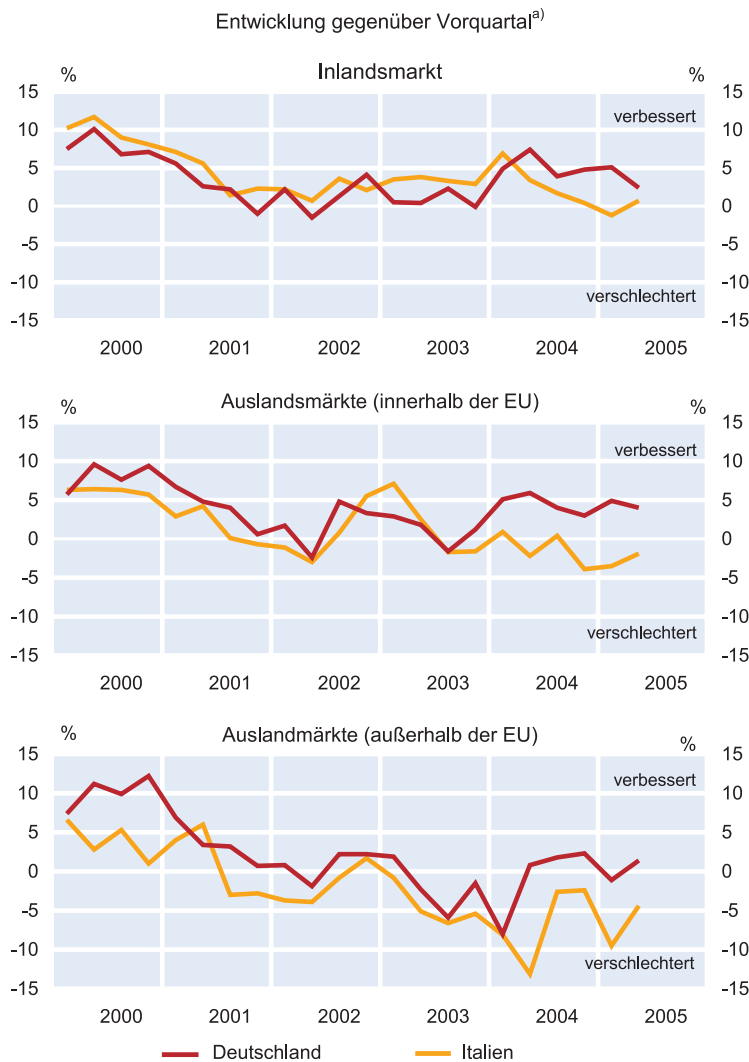


^{a)} Salden (Differenz d. positiven u. negativen Meldeanteile), saisonbereinigte Werte.

Quelle: EU-Kommission; ifo Konjunkturtest.

¹ Wortlaut der Fragestellung: Unsere Wettbewerbsposition für Produktgruppe xy hat sich in den letzten drei Monaten gegenüber den drei Monaten davor auf dem Inlandsmarkt, den Auslandsmärkten innerhalb und den Auslandsmärkten außerhalb der Europäischen Union verbessert/nicht verändert/verschlechtert/bzw. wir exportieren nicht. Die mit der Firmengröße gewichteten Meldeanteile sind in Abb. 1 bis 3 zu sog. Salden, d.h. Differenzen der positiven und negativen Meldeanteile, zusammengefasst.

Abb. 2

**Wettbewerbsposition: Industrie
Deutschland – Italien**

^{a)} Salden (Differenz d. positiven u. negativen Meldeanteile), saisonbereinigte Werte.

Quelle: EU-Kommission; ifo Konjunkturtest.

der deutschen Industrie auf den Auslandsmärkten (innerhalb und außerhalb der EU) sich schon seit Anfang 2000 günstiger entwickelt als im Durchschnitt aller europäischen Industrieunternehmen. Auch auf dem Inlandsmarkt wurde zuletzt die Entwicklung der Wettbewerbsfähigkeit in Deutschland positiver eingeschätzt, als dies im EU-Durchschnitt der Fall ist. Der deutsche Wettbewerbsvorsprung wird besonders deutlich bei einem Vergleich mit den entsprechenden Umfragedaten aus der italienischen und französischen Industrie (vgl. Abb. 2 und Abb. 3).

Der Hauptgrund für das relativ gute Abschneiden der deutschen Industrie dürfte vor allem in der in Deutschland schon seit mehreren Jahren konsequenteren Kostenreduktion als

in den anderen EU-Ländern liegen. Häufig ging dieser Prozess in Deutschland einher mit einer Auslagerung von lohnintensiven Produktionsaktivitäten in kostengünstigere Länder, insbesondere nach China und nach Osteuropa. Aber auch die stärkere Umstrukturierung der Produktion an deutschen Standorten in Richtung auf ein längerfristig erfolgreiches Produktsortiment führte offenbar in den deutschen Industrieunternehmen zu Wettbewerbsvorsprüngen. Im Vergleich dazu erfolgte z.B. in Italien der Strukturwandel in der Industrie wesentlich zögerlicher. Dies rächt sich unter anderem darin, dass die italienische Industrie viel mehr als die deutsche unter den Einfuhren von Fertigwaren aus Niedriglohnländern zu leiden hat, wo etwa im Falle von Textilien und Schuhen ähnliche Produkte zu weitaus niedrigeren Kosten produziert werden können als in Italien.

Die unterschiedlichen Unternehmensstrategien schlagen sich auf der Gesamtebene z.B. darin nieder, dass nach der jüngsten Erhebung des Ifo World Economic Survey die Hauptprobleme in Italien in mangelnder internationaler Wettbewerbsfähigkeit gesehen werden, während in Deutschland – nicht zuletzt wegen der Verlagerung von lohnintensiven Produktionsaktivitäten in das kostengünstigere Ausland – Arbeitslosigkeit und eine zu geringe Binnennachfrage die Hauptprobleme darstellen, nicht dagegen die internationale Wettbewerbsfähigkeit (Nerb und Stangl 2005).

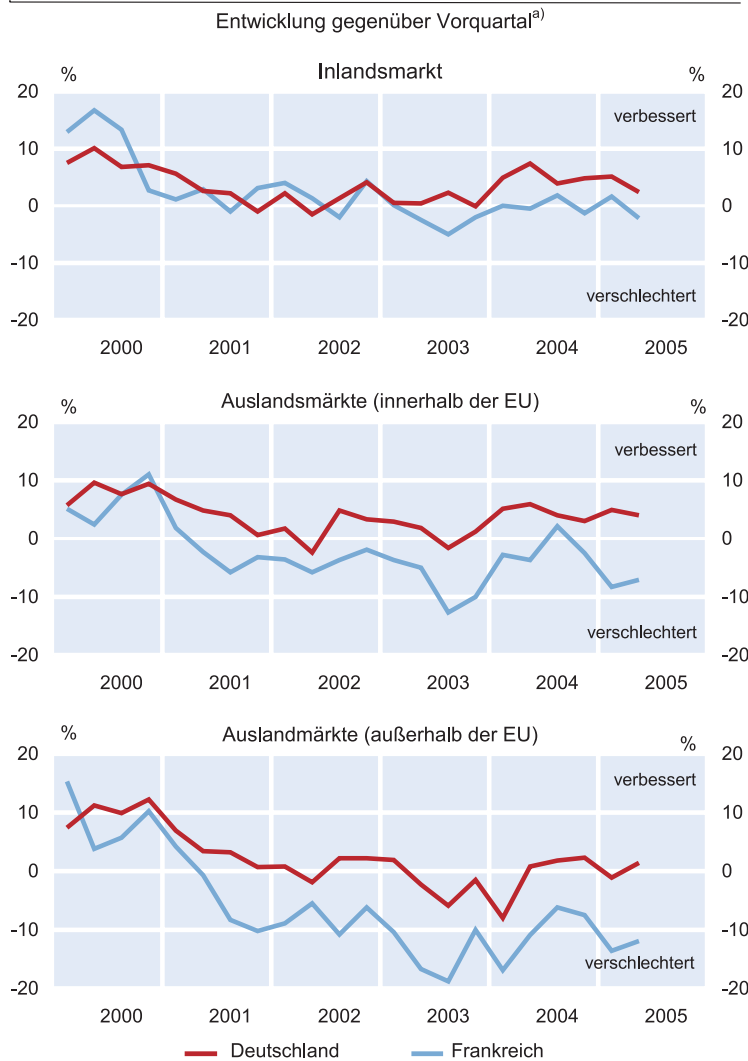
Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Industrie und des Dienstleistungssektors im internationalen Vergleich anhand von Rating-Ergebnissen

Industrie

Die relativ gute Wettbewerbsposition der deutschen Industrie spiegelt sich auch in dem Rating von FERI² wider. Bei diesem Rating werden nicht nur Indikatoren der preislichen Wettbewerbsfähigkeit berücksichtigt, sondern auch Indikatoren zu Wachstumsperspektiven und zur Ertragsentwicklung (vgl. Tab. 1). Nach diesen Rating-Ergebnissen liegt die deutsche Industrie deutlich über dem Durchschnitt des Euroraums und weist auch bessere Werte auf als die US-amerikanische Industrie. Einige EU-Länder wie z.B. Österreich,

² FERI Research GmbH, Bad Homburg.

Abb. 3
Wettbewerbsposition: Industrie
Deutschland – Frankreich



^{a)} Salden (Differenz d. positiven u. negativen Meldeanteile), saisonbereinigte Werte.

Quelle: EU-Kommission; ifo Konjunkturtest.

Polen und die Tschechische Republik liegen aber im Ranking noch deutlich vor Deutschland.

Dieses Bild, wonach Deutschlands Industrie im internationalen Vergleich einen guten Mittelplatz einnimmt, gilt für die meisten Branchen, so z.B. für die Nahrungsmittelindustrie, den Maschinenbau, die Elektroindustrie und auch die Textil- und Bekleidungsindustrie. In einigen speziellen Produktsparten – vor allem des Maschinenbaus und der Elektroindustrie – steht Deutschland sogar an der Spitze der Industrieländer. Dies gilt z.B. für den Spezialmaschinenbau, den Werkzeugmaschinenbau für Dampfturbinen sowie für elektro-optische Ausrüstungen (vgl. Abb. 4).

Dienstleistungen

Deutlich weniger günstig als in der Industrie fallen die FERI Rating-Ergebnisse im Dienstleistungsbereich aus (vgl. Abb. 5). Es sei allerdings nochmals betont, dass in diese FERI-Einstufungen nicht nur Indikatoren für die preisliche oder qualitative Wettbewerbsfähigkeit eingehen, sondern auch Faktoren wie die Wachstumsaussichten und der Ertragstrend.³ Da für die meisten Dienstleistungsbranchen in Deutschland der Inlandsabsatz bei weitem dominiert, schlägt sich in den deutschen Rating-Ergebnissen die seit einigen Jahren zu beobachtende Schwäche der inländischen Nachfrage besonders negativ nieder. Es macht sich schmerzlich bemerkbar, dass die deutschen Dienstleistungsunternehmen – ganz anders als dies in der Industrie üblich ist – das Auslandsgeschäft bisher häufig vernachlässigt haben. Selbstverständlich gibt es eine Reihe von Ausnahmen, wie etwa die Firma SAP, aber generell zeigt sich, dass auch in jenen Dienstleistungsbranchen, wo in anderen Ländern ein reger internationaler Leistungsaustausch üblich ist, die deutschen Firmen häufig weit unterdurchschnittlich am Außenhandel beteiligt sind. Es gibt viele Anzeichen dafür, dass die mangelnde Auslandsaktivität der deutschen Dienstleister nicht nur mit den hohen deutschen Lohnkosten zu tun hat, sondern auch auf Faktoren wie mangelnde internationale Kooperationsbereitschaft, unterentwickelte Dienstleistungsmentalität und zum Teil auch auf Ausbildungsdefizite, wie insbesondere mangelnde Fremdsprachenkenntnisse und Auslandserfahrung, zurückzuführen ist. Offensichtlich hat sich an diesem Defizit in den letzten Jahren wenig geändert; bereits im Jahre 1999 hat das ifo Institut diese Faktoren als Hauptursachen für die mangelnden Auslandsaktivitäten bei unternehmensbezogenen Dienstleistungen herausgefunden (Hild et al. 1999). Eine – nicht erschöpfende – Auflistung der Erfolgsfaktoren für internationale Dienstleistungsunternehmen findet sich in der Tabelle 2.

Zusammenfassung

Die deutsche Industrie weist insgesamt eine hohe Wettbewerbsfähigkeit auf; dies gilt insbesondere für eine Reihe von Produktgruppen des Maschinenbaus und der Elektroindustrie. Zu einem erheblichen Teil dürfte dieses an sich po-

³ Siehe Klassifikationsschema in Tabelle 1.

Tab. 1
FERI-Klassifikation

Indikatoren	Industrie	Dienstleistungen
Wachstum	30	40
Wettbewerbsfaktoren	30	20
Inlandspreise	9	–
Auslandspreise	9	–
Importanteile	6	–
Exportanteile	6	–
Gewinnrate	30	40
Konjunkturanfälligkeit	10	–
Summe	100	100

Die Einzelindikatoren werden auf einer Punkteskala von 1 bis 100 normiert. Für jeden Indikator werden zwei historische Jahre und fünf Prognosejahre einbezogen. Die in der Tabelle wiedergegebenen Gewichte entsprechen der Bedeutung der jeweiligen Messzahl für die Gesamtbewertung.

Quelle: FERI Research Bad Homburg.

sitive Gesamtergebnis durch Teilebezug von ausländischen Unternehmen in Niedriglohnländern und durch Verlagerung von ganzen Produktionsstufen in eigene Betriebe im Ausland erreicht worden sein. Die Kehrseite dieser Entwicklung sind häufig erhebliche personelle Freisetzungen an deutschen Standorten. Es ist bisher nur unzureichend gelungen, die im Zuge dieser Umstrukturierung freigesetzten Arbeitnehmer anderweitig wieder zu beschäftigen, was zu dem starken Anstieg der Arbeitslosigkeit in Deutschland führte.

Im Dienstleistungssektor sieht die internationale Wettbewerbsposition demgegenüber wesentlich ungünstiger aus. Die deutschen Dienstleister haben sich auch in jenen Branchen, in denen ein internationaler Leistungsaustausch in anderen Ländern die Regel ist, zu sehr auf das Inlandsgeschäft konzentriert. Hierdurch wurden viele Beschäftigungsmöglichkeiten verschenkt. Nachdem der Dienstleistungssektor der mit Abstand wichtigste Arbeitgeber ist – rund 70% der Erwerbstä-

tigen sind hier angesiedelt – muss alles daran gesetzt werden, die wirtschaftliche Dynamik im Dienstleistungssektor zu erhöhen. Hierzu gehören neben der Flexibilisierung des Arbeitsmarktes (Stichworte: Erhöhung der Arbeitsmobilität, Lohnflexibilisierung) eine verstärkte internationale Kooperation und die generelle Bereitschaft, sich stärker auf Auslandsmärkten zu engagieren. Inwieweit die geplante EU-Dienstleistungsrichtlinie dazu beitragen kann, die Hindernisse beim Dienstleistungsexport zu verringern und gleichzeitig den Wettbewerb im Inland zu beleben, soll in einem separaten Beitrag erörtert werden.⁴

Literatur

Aubert, P. und M. Leclair (2004), »How Informative Are Firms' Statements about Competitiveness? Assessing the Quality of Information about Competitiveness in the French Quarterly Business Survey«, Paper präsentiert auf der 27. CIRET Konferenz in Warschau, September 2004.
 FERI, Market Forecast and Rating, Bad Homburg, Branchenberichte verschiedener Jahrgänge.
 Hild, R. et al. (1999), *Marktpotentiale für unternehmensbezogene Dienstleistungen im globalen Wettbewerb*, ifo Studien zur Strukturforchung 30, ifo Institut für Wirtschaftsforschung, München.
 Krämer, H. (2000), »Erfolgsfaktoren für globale Dienstleistungsunternehmen«, in K. Mangold (Hrsg.), *Dienstleistungen im Zeitalter globaler Märkte – Strategien für eine vernetzte Welt*, Gabler Verlag, Frankfurt/M. und Wiesbaden, 205–236.
 Nerb, G. und A. Stangl (2005) »Indikator für Weltwirtschaftsklima bleibt in der Abkühlungsphase«, in *ifo Schnelldienst* 58(10), 33–40.
 O'Farrell, P.N., M. Scheurer und E. Schmidt (1999), *Internationalisierung von Unternehmensdienstleistungen*, Untersuchungen des RWI, Heft 30, Essen.

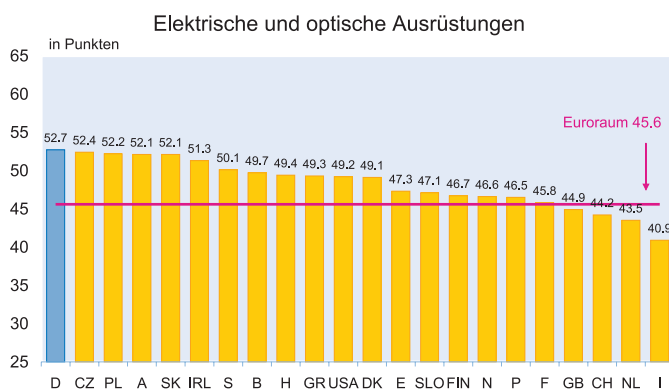
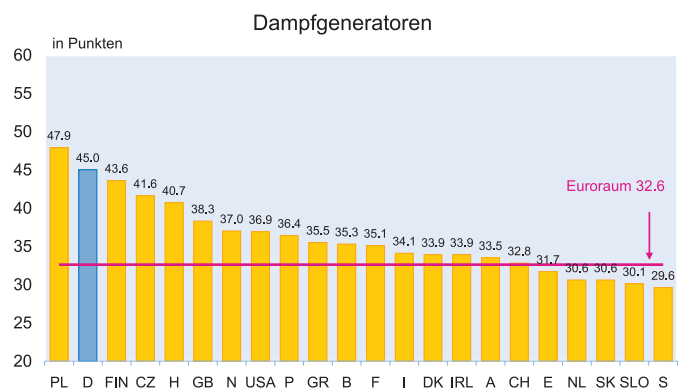
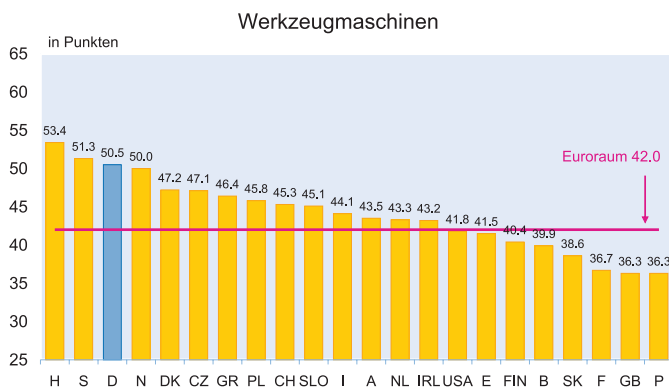
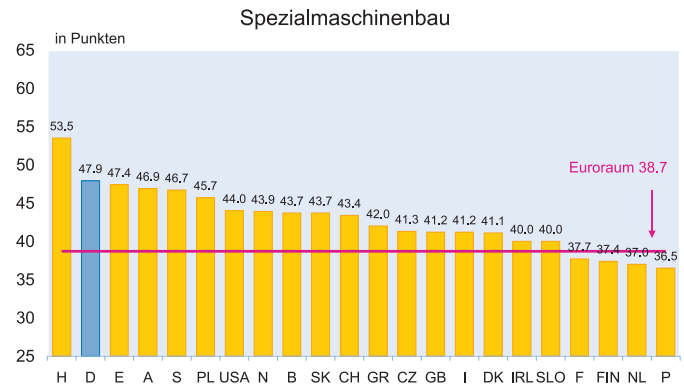
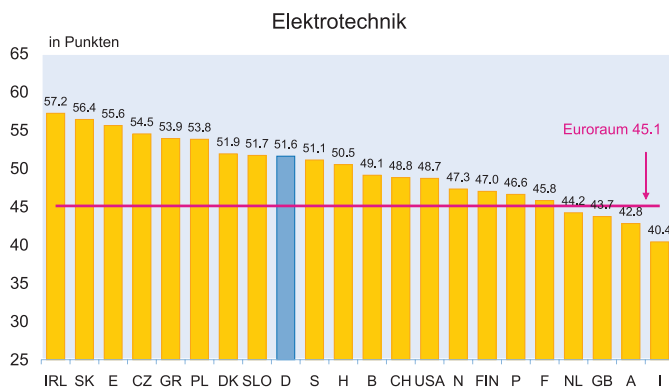
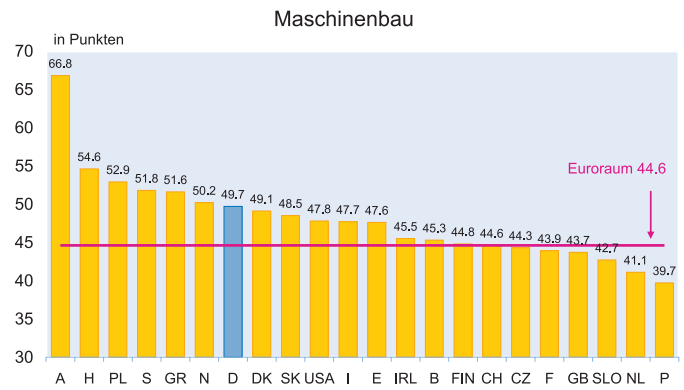
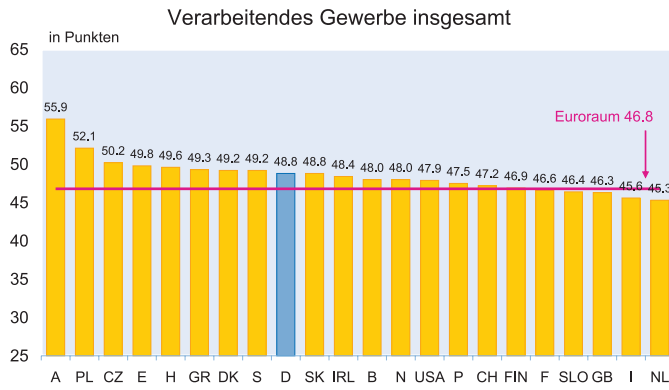
⁴ Eine Studie zum Thema »Chancen und Risiken veränderter Rahmenbedingungen für die Dienstleistungsunternehmen durch die EU-Dienstleistungsrichtlinie« ist in Vorbereitung.

Tab. 2
Erfolgsfaktoren für internationale Dienstleistungsunternehmen

– Qualifiziertes Personal	– Breite an Serviceleistung, Skalenerträge
– Reputation, Image, Markenname	– Spezialisierung und Angebotstiefe
– Qualität, Qualitätskonstanz und -garantie	– Alter und Erfahrung des Unternehmens
– Termintreue	– Erfolg auf dem angestammten Markt
– Fähigkeit, neue Geschäftsfelder zu erschließen	– Art der Dienstleistung
– Erfahrung und Präsenz auf Auslandsmärkten	– Eigenkapitalausstattung, Finanzierungs-Know-How
– Informationen über Auslandsmärkte	– Innovationspotential
– Kostenniveau, Preis der Leistung	– Service Engineering
– Auslandserfahrung der Mitarbeiter	– Art der Kundenbeziehungen
– Betriebliche Aus- und Weiterbildung, Training	– Kooperationsfähigkeit, Netzwerkbildung
– Dienstleistungsspezifische internationale Managementfähigkeiten	– Unternehmensstrategie
– Serviceorientierung der Fachkräfte	– Existenz spezifischer Internationalisierungsvorteile
	– Kreative Problemlösungsfähigkeiten

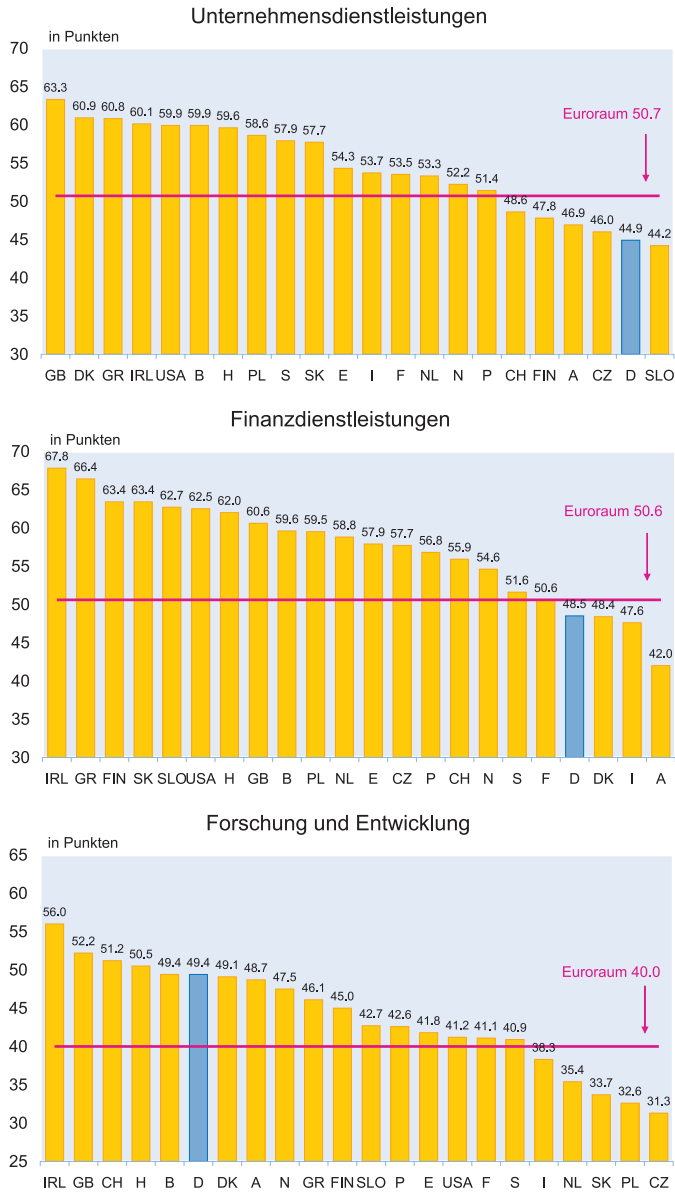
Quelle: Krämer (2000, 219), Hild et al. (1999); O'Farrell, Scheuer und Schmidt (1999).

Abb. 4
FERI Rating-Ergebnisse für einzelne Länder – Industrie
 – 4. Quartal 2004 –



Quelle: FERI Research GmbH, Bad Homburg.

Abb. 5
FERI Rating-Ergebnisse für einzelne Länder – Dienstleistungen
 – 4. Quartal 2004 –



Quelle: FERI Research GmbH, Bad Homburg.

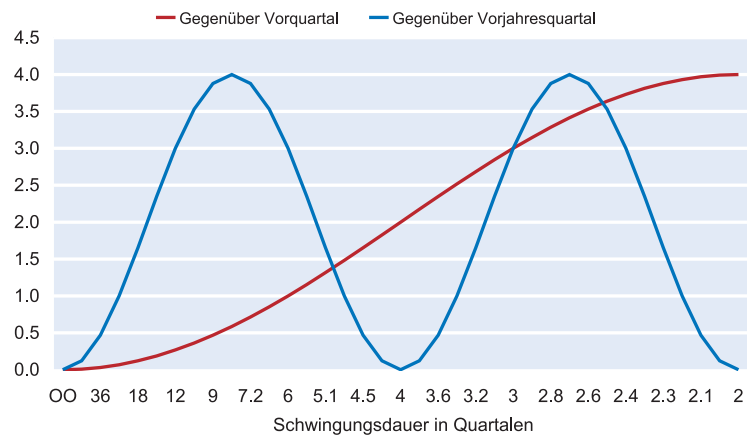
Kürzlich veröffentlichte das Statistische Bundesamt eine Wachstumsrate des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) für das erste Quartal 2005. Demzufolge nahm das saisonbereinigte BIP gegenüber dem Vorquartal um 1% zu. Das Ausmaß des Wachstums überraschte die Fachwelt. Sieht man aber genauer hin, so muss man zur Kenntnis nehmen, dass infolge der Saisonbereinigung die Aussagekraft der Wachstumsrate nur als ziemlich unscharf eingeschätzt werden kann. Die zugehörige Zeitreihe wurde mit dem Verfahren X-12 Arima nach den Vorgaben der Deutschen Bundesbank bereinigt. Dabei spielt die Berücksichtigung unterschiedlicher Arbeitstagezahlen gleicher Quartale eine gewisse Rolle. Wird beispielsweise der dazu verwendete Arbeitstage-Indikator der Bundesbank auch zur Saisonbereinigung mit dem Verfahren des ifo Instituts (ASA-II) herangezogen, so lässt sich mit der bereinigten Reihe ein Wachstum von gut 0,5%, also nur etwa die Hälfte des veröffentlichten Werts, berechnen.

Dass trotz dieser Unschärfe die Darstellungsform der Konjunkturentwicklung bei Analytikern beliebt ist, ist wohl damit zu erklären, dass das Quartalswachstum zum Wachstum des gesamten Jahres hochgerechnet werden kann. Ein weiteres Problem tut der Beliebtheit gleichfalls keinen Abbruch: Mit der Transformation zu Wachstumsraten findet eine Filterung der Reihe statt, die nicht nur, wie beabsichtigt, den Trend oder saisonale Bewegungen der betreffenden Zeitreihe unterdrückt, sondern auch sehr störende Nebenwirkungen auslöst. Insbesondere erfährt gerade die konjunkturelle Dynamik, die hier im Blickpunkt des Interesses steht, eine starke Dämpfung, zusätzlich werden hochfrequente und irreguläre Komponenten verstärkt, was zu einer weiteren Verschleierung der konjunkturellen Information führt, und es findet eine Phasenverschiebung statt.

Die Filterwirkungen der Transformation zu Wachstumsraten (mit Ausnahme der Phasenverschiebung) verdeutlicht die Amplitudenfunktion wie sie in Abbildung 1 dargestellt ist. Dort sind die systematischen Komponenten einer Zeitreihe aus Quartalswerten durch ihre Schwingungsdauer gekennzeichnet, während die irreguläre Komponente sich über das gesamte Spektrum verteilt. Die Amplitudenfunktion ist als ein Faktor zu verstehen, mit dem die Amplitude einer Komponente infolge der Filterung multipliziert wird. Demnach zeigt ein Wert von 0 eine vollständige Unterdrückung der betreffenden Komponente an, der Wert 1 signalisiert keine Wirkung und ein Wert größer als 1 eine Verstärkung der Dynamik der betroffenen Komponente.

Die beiden Wachstumsraten beziehen sich auf zwei unterschiedliche Basisquartale; auf das Vorquartal und auf das

Abb. 1
Amplitudenfunktion von Wachstumsraten

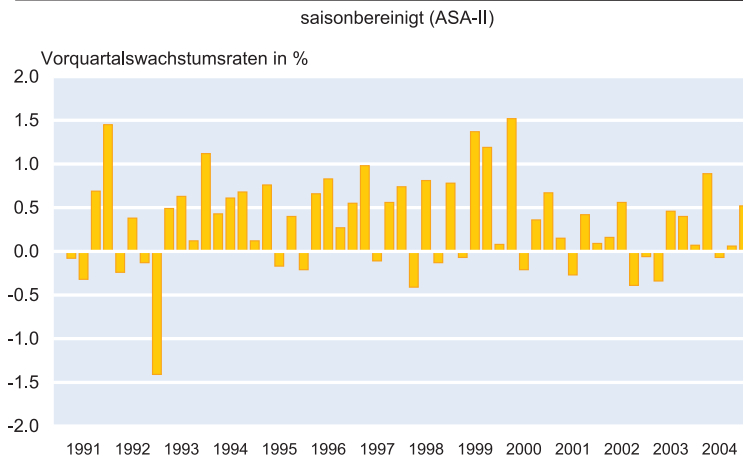


Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts.

Vorjahresquartal. Der Bezug auf das Vorquartal ist die hier interessantere Transformation. Die zugehörige Amplitudenfunktion signalisiert, dass zwar ein Trend unterdrückt wird, jedoch erfährt auch die konjunkturelle Dynamik eine mehr oder weniger starke Dämpfung, legt man nach Baxter und King (1995) die Grenze zwischen Trend und Konjunkturkomponente auf 32 Quartale und die Untergrenze des konjunkturellen Schwingungsbereichs auf sechs Quartale. Von der konjunkturellen Grundschwingung, die im Allgemeinen im Bereich von 18 bis 32 Quartale liegt, bleibt sogar nur etwa ein Zehntel der ursprünglichen Dynamik erhalten, während konjunkturelle Oberschwingungen relativ weniger gedämpft an Bedeutung gewinnen. Die Verstärkung der saisonalen Bewegungen stört hier nicht weiter, weil die Reihe vorab saisonbereinigt wurde. Aber es stört gewaltig, dass sowohl hochfrequente als auch irreguläre Bewegungsanteile verstärkt werden. Insgesamt gesehen spiegelt der Filter-Output nur sehr eingeschränkt die konjunkturelle Dynamik der behandelten Reihe wider, wie ein Blick auf die Abbildung 2 zeigt. Dort wird die entsprechend transformierte saisonbereinigte Reihe des realen Bruttoinlandsprodukts dargestellt.

Jahreswachstumsraten haben zumindest den Vorteil, dass sie ohne eine vorgeschaltete Saisonbereinigung auskommen, weil eine einfache Form einer solchen Bereinigung in den Filter integriert ist. Entsprechend fehlt dem Filterergebnis die oben beschriebene Unschärfe. Die zugehörige Amplitudenfunktion in Abbildung 1 verdeutlicht den Doppelleffekt von Trend- und Saisonbereinigung. Im konjunkturellen Bereich überwiegen nun Verstärkungseffekte, Gleiches gilt für die hochfrequenten Komponenten und für große Teile der irregulären Bewegungen. Auch die Transformation zu Jahreswachstumsraten ist demnach weit entfernt von einem idealen Filter, dessen Amplitudenfunktion für die zu unterdrückenden Frequenzbereiche 0 und für alle anderen Be-

Abb. 2
Reales Bruttoinlandsprodukt



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

reiche 1 anzeigt. Ein weiteres Problem ist, dass die beiden untersuchten Wachstumsraten gravierende Phasenverschiebungen verursachen. Verantwortlich für diese ungünstigen Nebenwirkungen ist der asymmetrische Charakter dieser Filter. Mit diesem Charakter ist aber auch ein Vorteil verbunden: Solche Filter liefern am aktuellen Reihenrand stabile Schätzwerte in dem Sinne, dass neu hinzukommende Reihenwerte die bisherigen Schätzungen nicht verändern. Der Vorteil wird aber durch die Nebenwirkungen mehr als ausgeglichen. Insbesondere verbietet es sich, die Transformation zu Jahreswachstumsraten als ein einfaches Saisonbereinigungsverfahren zu betrachten. Noch wichtiger ist aber, dass die Interpreten des Filter-Outputs die Nebenwirkungen mit in ihre Analyse einbeziehen.

Literatur

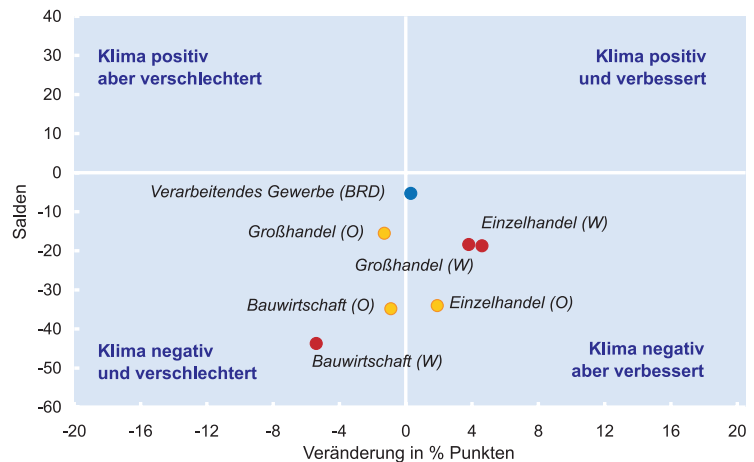
Baxter, M. und R.G. King (1995), »Measuring business cycles. Approximate band-pass filters for economic time series«, *NBER Working Paper 5022*.

Nach dem kontinuierlichen Rückgang in den vorangegangenen vier Monaten hat sich das Geschäftsklima in der gewerblichen Wirtschaft Deutschlands im Juni wieder etwas erholt (Saldowert: – 14,2 Prozentpunkte). Die aktuelle Situation wurde von den Unternehmen geringfügig weniger negativ beurteilt als im Vormonat (Saldowert: – 17,5 Prozentpunkte), die Skepsis hinsichtlich der künftigen Entwicklung (Saldowert: – 11,0 Prozentpunkte) hat spürbar nachgelassen. Wie die wieder etwas optimistischeren Exporterwartungen der Industriefirmen zeigen, werden die konjunkturellen Impulse weiterhin vor allem von der Nachfrage aus dem Ausland erwartet. Eine nennenswerte konjunkturelle Belebung lässt sich allerdings aus den Ergebnissen für die nahe Zukunft noch nicht ableiten. In den neuen Bundesländern hellte sich das Geschäftsklima ähnlich auf wie im Bundesdurchschnitt, allerdings nur aufgrund der verbesserten Erwartungen, während sich die Geschäftslage etwas eintrübte.

Im verarbeitenden Gewerbe tendierte das Geschäftsklima nur wenig nach oben. Einen kräftigen Anstieg meldete der Einzelhandel, vor allem in Westdeutschland. Im Großhandel besserte sich der Indikator nur in den alten Bundesländern, in den neuen schwächte er sich dagegen leicht ab. Die deutliche Klimaeintrübung im Baugewerbe ist auf die ungünstige Entwicklung im Westen zurückzuführen, aber auch im Osten war eine leichte Abwärtstendenz zu erkennen (vgl. Abbildung).

Die Unternehmen des **verarbeitenden Gewerbes** in Deutschland bewerteten ihre aktuelle Geschäftssituation ebenso wie im Vormonat leicht negativ. Einer Besserung bei den Vorleistungsgüterproduzenten und Gebrauchsgüterproduzenten stand eine Abwärtsentwicklung bei den Investitionsgüterproduzenten und den Verbrauchsgüterproduzenten gegenüber. Die Nachfrage war schwach, die Produktion wurde zurückgefahren. Nach wie vor klagten die Testteilnehmer über unzureichende Auftragsreserven und überhöhte Fertigwarenlager. In den Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate kam verringerte Skepsis zum Ausdruck, bei den Investitionsgüterproduzenten und Gebrauchsgüterproduzenten hat sie allerdings zugenommen. Größere Hoffnung setzte man wieder (nicht zuletzt in Anbetracht der Abwertung des Euro) auf das künftige Exportgeschäft. Die Produktionspläne zeigten nur noch vereinzelt nach unten. Die Verkaufspreise dürften in naher Zukunft den Meldungen zufolge etwas sinken. Ein Ende des Personalabbaus ist noch nicht in Sicht, der Anteil der Unternehmen, die von rückläufigen Beschäftigtenzahlen ausgingen (per saldo 19%), hat nur wenig abgenommen. In den neuen Bundesländern hat sich an der leicht posi-

Geschäftsklima nach Wirtschaftsbereichen im Juni 2005¹⁾



1) Saisonbereinigte Werte. BRD = Bundesrepublik Deutschland, W = Westdeutschland, O = Ostdeutschland. Quelle: ifo Konjunkturtest.

ven Beurteilung der Geschäftslage nichts verändert. Die Skepsis hinsichtlich der Perspektiven ist weitgehend abgeklungen, positive Impulse erwartete man nun wieder vom Export. Der Rückgang der Beschäftigtenzahl dürfte sich weiter verlangsamen.

Die ohnehin sehr unbefriedigende Geschäftslage im **Bauhauptgewerbe** der alten Bundesländer hat sich verschlechtert. Zwar tendierte sie im Tiefbau leicht nach oben, im Hochbau dominierten jedoch vermehrt die negativen Meldungen. Die Perspektiven haben sich offenbar sogar für beide Bereiche deutlich eingetrübt. Bei schwacher Bautätigkeit nahm der Auslastungsgrad der Gerätekapazitäten (60%) leicht ab und entsprach etwa dem Stand vom vergleichbaren Vorjahresmonat. An der Reichweite der Auftragsbestände hat sich nichts verändert, sie erhöhte sich im Tiefbau und verringerte sich im Hochbau. Im Durchschnitt verfügten die Unternehmen mit 2,2 Produktionsmonaten über etwas größere Auftragsreserven als vor Jahresfrist. Dennoch äußerten sie sich wieder etwas unzufriedener über ihre Auftragsituation. Auch im ostdeutschen Bauhauptgewerbe überwogen vermehrt die ungünstigen Geschäftslageurteile. Hier betraf dies auch den Tiefbau. Mit 68% war der Maschinenpark weniger ausgelastet als im Vormonat (71%) und im Vorjahr (70%). Die Reichweite der Auftragsbestände verharrte bei 2,2 Monaten. Der Pessimismus in den Erwartungen hat sich wieder abgeschwächt. Von einem Personalabbau gingen etwas mehr Unternehmen aus als im Vormonat, mit per saldo 17% war der Anteil aber weiterhin niedriger als im Westen (31%). In beiden Berichts-kreisen erwarteten die Testfirmen einen moderaten Anstieg der Baupreise.

¹ Die ausführlichen Ergebnisse des ifo Konjunkturtests sowie Unternehmensbefragungen in den anderen EU-Ländern werden in den »ifo Konjunkturperspektiven« veröffentlicht. Die Zeitschrift kann zum Preis von 75,- EUR/Jahr abonniert werden.

Der **Großhandel** in Westdeutschland war aufgrund der Besserung im Produktionsverbindungshandel nicht mehr so unzufrieden mit dem Geschäftsverlauf wie zuletzt. Allerdings konnten die zu großen Warenbestände nur teilweise reduziert werden. Etwas weniger skeptisch äußerten sich die Unternehmen auch hinsichtlich ihrer Geschäftsaussichten für das kommende halbe Jahr. Die Orderpläne kündigten – abgeschwächt – weitere Kürzungen an. Die ostdeutschen Großhändler stufen zwar ihre aktuelle Geschäftssituation ebenfalls weniger negativ ein, ihre Erwartungen ließen aber erhöhte Skepsis erkennen. Obwohl der Lagerdruck wieder nachließ, waren weitere deutliche Kürzungen der Bestellvolumina geplant. Im Osten wie im Westen gingen die Testfirmen von einem Anstieg der Verkaufspreise im Produktionsverbindungshandel aus (Ölpreis!). Während im Großhandel der neuen Bundesländer eine Verminderung der Zahl der Mitarbeiter nicht mehr erforderlich schien, beabsichtigte in den alten per saldo immerhin noch ein Zehntel einen Personalabbau in den nächsten Monaten.

Die Aufwärtsentwicklung der Geschäftslage im **Einzelhandel** Westdeutschlands resultiert aus der Besserung im Non-Food-Bereich, wengleich hier die negativen Urteile immer noch deutlich dominierten. Auch die Perspektiven wurden weniger pessimistisch eingeschätzt als zuletzt. Die Orderpläne zeigten daher trotz erhöhten Lagerdrucks nicht mehr so verbreitet nach unten. Die Einzelhändler in den neuen Bundesländern stufen ihre gegenwärtige Situation ebenfalls etwas weniger ungünstig ein. Der Pessimismus in den Erwartungen hat aber kaum nachgelassen, er war auch nach wie vor deutlicher ausgeprägt als im Westen. Da die zu großen Lager nur unwesentlich abgebaut werden konnten, sollen weiterhin weniger Order platziert werden als zur gleichen Zeit des Vorjahres. Im Gegensatz zu den Kollegen in den alten Bundesländern, die gewisse Spielräume für Preissteigerungen in den nächsten Monaten sahen, gingen die ostdeutschen Einzelhändler von einem Rückgang aus. Der Anteil der Testteilnehmer, die mit abnehmenden Beschäftigtenzahlen rechneten, hat im Osten wieder abgenommen; er war aber mit per saldo 14% doppelt so hoch wie im Westen.

6 2005

32. Jahrgang

ifo Konjunktur- perspektiven

Inhalt

- 1 Industrie (Deutschland):
Nahezu unveränderte Geschäftssituation
- 5 Bauwirtschaft (West):
Spürbare Klimaverschlechterung
- 9 Großhandel (West):
Verringerte Skepsis
- 13 Einzelhandel (West):
Erneute Aufwärtsentwicklung
- 17 Bauwirtschaft (Ost):
Schwächere Kapazitätsauslastung
- 21 Großhandel (Ost):
Nachlassender Lagerdruck
- 23 Einzelhandel (Ost):
Anhaltender Pessimismus
- 26 EU-Industrie



Institut für
Wirtschaftsforschung
an der Universität München

CESifo DICE REPORT

Journal for Institutional Comparisons

VOLUME 3, No. 2

SUMMER 2005

Forum

WELFARE TO WORK

Rebecca M. Blank
Jeffrey Grogger and
Lynn A. Karoly
Ivar Lødemel
Wolfgang Ochel
Gerard J. van den Berg,
Bas van der Klaauw

Research Reports

THE GERMAN ELECTRICITY SECTOR

Andreas Kuhlmann and
Ingo Vogelsang

Reform Models

FAMILY POLICY IN FRANCE

Jeanne Fagnani

US UNEMPLOYMENT INSURANCE

Julia Fath and
Clemens Fuest

Database

INTERNATIONAL RECRUITMENT
HEALTH-CARE FINANCING
TUITION FEES
PUBLIC DEFICITS
STUDENT LOAN REPAYMENT
DEPOSIT INSURANCE

News

NEW AT DICE DATABASE
CONFERENCES



The international platform of Ludwig-Maximilians University's
Center for Economic Studies and the Ifo Institute for Economic Research, Munich

ifo Institut für Wirtschaftsforschung

im Internet:

<http://www.ifo.de>

