

7.3 Die ifo Managerbefragung

STEFAN SAUER

Zielsetzung und Konzeption

Neben den Konjunkturumfragen, die ihren Fokus auf die Abfrage von Variablen richten, welche die aktuelle konjunkturelle Situation sowie die Aussichten für die nahe Zukunft beschreiben, sowie den Investitionsumfragen und der Personalleiterbefragung, wo Angaben zu Personalsteuerungsmaßnahmen erhoben werden, hat das ifo Institut mit der Managerumfrage noch ein weiteres Instrumentarium zur Abfrage wichtiger Themen für die deutsche Wirtschaft geschaffen.

Ursprünglich wurde die Managerumfrage im Jahr 1988 als Telefonumfrage eingeführt, um die schriftlichen Erhebungen des ifo Instituts zu ergänzen. Ziel war es, Manager deutscher Unternehmen nach sensiblen wirtschaftlichen Themen von aktueller Relevanz zu befragen. Im Laufe der Jahre wurde das Konzept dann dahingehend geändert, dass die Erhebung nicht mehr per Telefon, sondern durch Zusendung eines Papierfragebogens erfolgt. Bezüglich der Themenfindung und Formulierung der Fragestellungen arbeitet das ifo Institut dabei eng mit der Zeitschrift "WirtschaftsWoche" zusammen. Im Gegensatz zu den anderen Unternehmensbefragungen des ifo Instituts gibt es für die Managerbefragung keine festen – etwa monatlichen oder vierteljährlichen – Erhebungszeiträume. Dadurch kann flexibel auf aktuelle Fragestellungen reagiert und je nach Bedarf ein Fragebogen an die Umfrageteilnehmer versendet werden. In der Regel geschieht dies zwei- bis viermal pro Jahr.

Die Ergebnisse der Umfrage werden zunächst exklusiv in der WirtschaftsWoche und anschließend ausführlich im ifo Schnelldienst (vgl. Garnitz und Wohlrabe 2017) sowie auf der Website des ifo Instituts veröffentlicht.

Zusammensetzung des Panels der befragten Unternehmen

Um eine für die deutsche Wirtschaft möglichst repräsentative Stichprobe zu erhalten, werden deutschlandweit Manager aus dem Verarbeitenden Gewerbe, dem Baugewerbe, dem Groß- und Einzelhandel sowie dem Dienstleistungssektor befragt. Die Anzahl der teilnehmenden Manager lag in der Vergangenheit zumeist in der Größenordnung um 500, zuletzt konnte die Anzahl der von den Managern ausgefüllten Fragebögen auf etwa 700 gesteigert werden. Da auch für unterschiedliche Größenklassen und Wirtschaftsbereiche Aussagen getroffen werden sollen, ist eine ausreichende Menge an Antworten unerlässlich, damit eine differenzierte Auswertung vorgenommen werden kann.

Bei der Trennung nach Wirtschaftsbereichen bilden die Manager aus dem Dienstleistungsbe-

reich mit knapp 42% den größten Teil, gefolgt von den Managern aus dem Verarbeitenden Gewerbe mit 34%, dem Handel mit 13% und dem Baugewerbe mit 11%. Die Verteilung der befragten Unternehmen auf die Größenklassen spiegelt ebenfalls in etwa die Struktur der deutschen Wirtschaft wider. Gut ein Drittel der befragten Manager stammt aus Unternehmen mit 1-49 Mitarbeitern, 20% aus Unternehmen mit 50-99 Mitarbeitern, 27% aus Unternehmen mit 100-199 Mitarbeitern, 12% aus Unternehmen mit 200-499 Mitarbeitern und 7% aus Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern.

Fragenkatalog

Im Gegensatz zu den anderen Befragungen des ifo Instituts gibt es in der Managerumfrage kein fest vorgegebenes Fragenprogramm mit Standardfragen, die bei jeder Erhebung vorkommen. Ziel ist es auch nicht, Variablen über einen längeren Zeitverlauf zu beschreiben, sondern lediglich Einschätzungen der befragten Manager zu aktuellen Entwicklungen und deren potenziellen Auswirkungen beziehungsweise Planungen der Unternehmen abzufragen, um durch deren Beschreibung Input für aktuelle wirtschaftliche Diskussionen und Information für die breite Öffentlichkeit zu liefern. Die Fragen sind in der Regel qualitativ mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten konzipiert.

Dennoch können in unregelmäßigen Zeitabständen durchaus auch wiederkehrende Fragen gestellt werden. So wurden die Manager in den vergangenen Jahren jeweils zum Jahresende stets nach ihren Erwartungen bezüglich des deutschen Wirtschaftswachstums für das kommende Jahr, Einschätzungen der größten Risiken für die Konjunktur in Deutschland sowie nach ihren Planungen bezüglich der Investitionstätigkeit und der Personalentwicklung in ihrem Unternehmen befragt. In unregelmäßigen Abständen wurden die Umfrageteilnehmer zudem auch schon mehrere Male gebeten, Bewertungen der Zusammenarbeit mit Verbänden und eine Beurteilung des politischen Einflusses von Gewerkschaften abzugeben (vgl. Garnitz und Wohlrabe 2016). In diesen Fällen können die Befragungsergebnisse auch qualitativ verglichen werden, um längerfristige Grundtendenzen und Strukturveränderungen zu erkennen.

Einmalige Fragen zu aktuellen wirtschaftlichen oder politischen Themen bezogen sich in der näheren Vergangenheit etwa auf die voraussichtliche Entwicklung der Geschäftsbeziehungen des eigenen Unternehmens in die USA unter der Präsidentschaft Donald Trumps oder die Priorisierung von Maßnahmen, die die neu gewählte Bundesregierung nach der Bundestagswahl 2017 der Meinung der Manager zufolge umsetzen sollte. In der Vergangenheit waren etwa die Meinung zur Unternehmenssteuerreform im Jahr 2006 oder Einschätzungen zum Fachkräftemangel Themen der Managerumfrage.

Auswertungen und Analysepotenziale

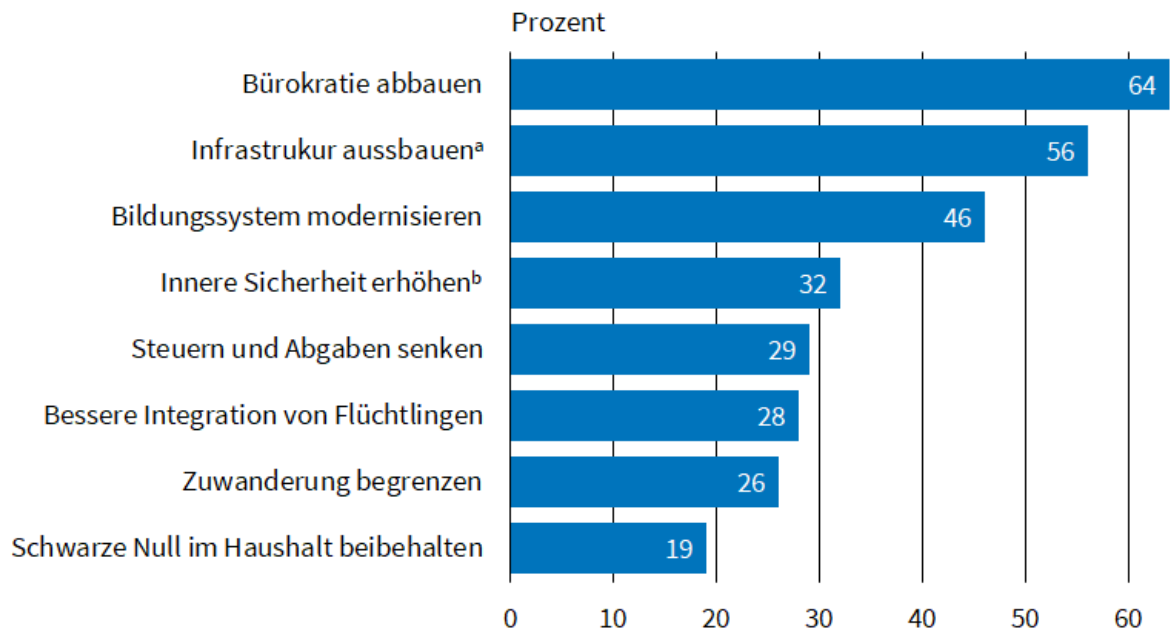
Anders als bei den übrigen ifo-Befragungen steht im Mittelpunkt der Managerbefragung kein zentraler Indikator, der aus den Umfrageergebnissen gewonnen wird. Das Ziel ist lediglich eine qualitative Einschätzung aktueller Themen. Dabei werden in der Regel nur die Anteile der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten berechnet. Gewichtungen der Firmengrößen oder der verschiedenen Wirtschaftsbereiche, wie etwa bei den Konjunkturumfragen, kommen nicht zum Einsatz. Die Ergebnisse werden in Grafiken und Tabellen aufbereitet und können auch differenziert nach Wirtschaftsbereichen, Regionen oder Firmengrößen dargestellt werden.

Als Beispiel für eine solche Auswertung sei hier eine Frage aus der Managerbefragung vom Dezember 2016 genannt, die sich mit den von den Managern gewünschten Maßnahmen der neuen Bundesregierung nach der Bundestagswahl 2017 befasst hatte (vgl. Garnitz und Wohlrabe 2017). Wie Abbildung 7.12 zeigt, forderten die befragten Manager dabei vor allem einen Abbau der Bürokratie sowie einen Ausbau der Infrastruktur und des Bildungssystems, während der Beibehaltung der schwarzen Null im Haushalt eher eine geringe Priorität zugeordnet wurde. Diese Prioritäten waren über die ausgewerteten Wirtschaftsbereiche Industrie, Handel, Bau und Dienstleistungen hinweg relativ homogen. Bei einer Auswertung mit Differenzierung nach Unternehmensgröße ließ sich erkennen, dass mit zunehmender Firmengröße dem Infrastrukturausbau eine höhere Bedeutung zugewiesen wird. Auch die bessere Integration von Flüchtlingen ist für größere Unternehmen mit mindestens 500 Mitarbeitern im Vergleich erheblich wichtiger.

Strukturelle Veränderungen können bei der Managerbefragung lediglich mit Hilfe der wenigen wiederholt gestellten Fragen festgestellt werden. Beispielsweise wurde die Frage zur Einschätzung der Zusammenarbeit mit Verbänden und Gewerkschaften in den Jahren 2008, 2011 und 2016 gestellt. Dabei ist der politische Einfluss der Gewerkschaften der Einschätzung der befragten Manager zufolge seit der Ersterhebung leicht gestiegen. Die Kooperation mit Verbänden wurde über die letzten Jahre unverändert als befriedigend eingestuft.

Die Umfrage ist als Instrument zur Evaluierung von politischen Maßnahmen und Ereignissen sowie als Indikator für die Bedeutung von Themen für die Unternehmensführungen angelegt. Daher ist das Potential für über die oben beschriebenen Auswertungen hinausgehende Forschung eher gering. Eine Verknüpfung mit anderen Umfragen des ifo Instituts, wie den Konjunkturumfragen, ist ebenfalls nicht möglich, da es sich um ein separates Unternehmenspanel handelt.

Abbildung 7.12: Maßnahmen für die neu gewählte Bundesregierung



^a Verkehr, Digitalisierung und Breitbandausbau. ^b Kriminalität und Terror.
Quelle: ifo Managerbefragung 2016.

© ifo Institut