

Vielzahl von alternativen Fördermöglichkeiten existiert. So findet z. B. der § 18 Absatz 4 BSHG (Subvention an den Arbeitgeber bei Einstellung eines Sozialhilfeempfängers) wesentlich mehr Resonanz als § 18 Absatz 5 BSHG. In der Simulation wird dagegen unterstellt, dass das jeweils betrachtete Instrument das einzig verfügbare ist. Insofern handelt es sich bei den angegebenen Größenordnungen um Obergrenzen. Keinesfalls kann man davon ausgehen, dass sich die Effekte bei paralleler Anwendung unterschiedlicher Kombilohnkonzepte addieren lassen.

Teilweise dürfte die Ursache für die geringe faktische Inanspruchnahme von § 18 Absatz 5 BSHG im Vergleich zu § 18 Absatz 4 BSHG auch in nachfrageseitigen Restriktionen zu suchen sein. Im konkreten Fall ist davon auszugehen, dass Arbeitgeber im Interesse des Betriebsfriedens nur ungern bereit sind, untertarifliche Beschäftigungsverhältnisse einzugehen. Dies würde zu einem Nebeneinander von untertariflich bezahlten Arbeitskräften, deren Einkommen mit Subventionen aufgefüllt wird, und Arbeitnehmern ohne Subvention, eventuell aber tariflicher Bezahlung, führen. Akzeptanzprobleme sind somit vorprogrammiert. Hier handelt es sich um einen spezifischen Nachteil der Arbeitnehmer-Subvention, der im Falle einer arbeitgeberseitigen Subvention nicht zum Tragen kommen dürfte.

Fazit

Während flächendeckende Lohnsubventionen eher geringe Arbeitsmarkteffekte bei gleichzeitig hohen Kostenrisiken mit sich bringen, lassen Lohnsubventionen mit einer Zielgruppenbeschränkung in einem gewissen Umfang positive Integrationseffekte zumindest für die Zielgruppe erwarten. Im vorliegenden Fall werden durch die Beschränkung der Lohnsubvention auf arbeitslose Sozial- und Arbeitslosenhilfebezieher bis zu 15% der Zielgruppe erreicht. Zugleich stellt die gewählte Abgrenzung sicher, dass es zu fiskalischen Entlastungen kommt. Bei der Frage, ob Lohnsubventionen eher auf der Arbeitnehmerseite oder eher auf der Arbeitgeberseite gezahlt werden sollten, sprechen die aktuellen Erfahrungen mit dem Instrument des § 18 Absatz 4 bzw. 5 BSHG eher für arbeitgeberseitige Subventionen.

Freilich machen Zielgruppen immer nur einen Teilbereich des Arbeitsmarktes aus. Insofern fällt die generelle Entlastung des Arbeitsmarktes durch solche Lohn- und Einkommenssubventionen ebenso bescheiden aus wie bei einer flächendeckenden Einführung.

Wolfram Kempe (wke@iwh-halle.de)
Hilmar Schneider (schneider@iza.org)

Überregionale Absatzmärkte: Entwicklungschance für Betriebe des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes

– Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel von 1999 und 2000 –

Das ostdeutsche Verarbeitende Gewerbe richtet sich zunehmend auf die überregionalen Märkte aus. Etwa ein Drittel seiner Produktion wird laut Panelangaben von den alten Bundesländern absorbiert. Zusammen mit dem Absatz im Ausland wird die Hälfte außerhalb der neuen Länder verkauft. Dies spricht für eine gestiegene auswärtige Akzeptanz des Angebots aus ostdeutscher Herstellung.

Überregional aktiv ist aber nur jeder zweite Betrieb. Das sind zumeist mittlere und große Firmen, die seit Mitte der neunziger Jahre am Markt sind, vorrangig Vorleistungs-, Investitions- oder Gebrauchsgüter herstellen und über die Investorenbeziehungen mit der übrigen Welt Vorteile eines Unternehmensverbundes nutzen. Sie zeichnen sich zugleich durch eine ausgeprägte Stärke bei der Produktinnovation und strategischen Managementaktivitäten aus.

Trotz höherer Transaktionskosten als beim Absatz in Ostdeutschland sind die Betriebe, die mehr als die Hälfte ihrer Produktion außerhalb der neuen Bundesländer absetzen, mit ihrer Ertragslage zufriedener als die übrigen. Damit sind für den jungen Unternehmenssektor im Verarbeitenden Gewerbe der neuen Bundesländer die überregionalen Absatzmärkte in den Rang einer Entwicklungschance aufgerückt. Allerdings befördern diese Märkte erst dann die Expansionsfähigkeit der Betriebe, wenn der Absatz einen Schwellenwert überschreitet. Die Zahl der Betriebe, die eine solche Bedingung erfüllen, ist mit etwa einem Fünftel insgesamt aber noch sehr gering. Der überwiegende Teil der überregional tätigen Betriebe setzt weniger als die Hälfte seiner Produktion außerhalb der neuen Bundesländer ab.

Tabelle 1:

Exportquoten des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes nach Branchen

- Anteil des Auslandsumsatzes am Umsatz insgesamt in % -

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	<i>Nachrichtlich: Alte Länder 2000</i>
Verarbeitendes Gewerbe ^a	13,6	12,3	12,2	12,5	15,3	18,4	19,1	21,6	37,7
Verarbeitendes Gewerbe ohne Fahrzeugbau	12,3	11,0	11,3	12,0	14,6	15,0	15,5	17,8	32,8
darunter Branchen nach der Exportintensität									
Fahrzeugbau	24,1	22,9	19,8	17,3	20,9	41,8	42,5	46,8	58,1
Chemische Industrie	24,7	24,5	23,9	24,5	28,0	27,7	28,8	32,4	51,2
Herst. von Büromaschinen, DV-Geräten; Elektrotechnik, Feinmechanik, Optik	14,0	11,8	14,2	17,3	24,7	24,5	25,5	28,0	44,5
Maschinenbau	28,5	24,1	22,4	21,1	25,7	25,9	25,6	27,0	49,4
Holzgewerbe	4,1	7,9	7,7	10,1	13,2	15,3	19,4	22,6	14,8
Textil- und Bekleidungsindustrie	11,4	12,4	15,8	17,3	20,0	18,7	18,6	20,2	33,4
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	6,8	6,6	7,2	8,8	10,3	11,5	14,2	19,8	30,7
Metallerzeugung- und -bearbeitung	9,7	9,6	10,9	12,9	14,5	14,9	15,2	17,8	29,6
Papier-, Verlags- und Druckgewerbe	-	-	14,1	13,8	15,7	15,9	14,3	16,4	18,8
Herstellung von Möbeln, Schmuck u. a., Recycling	-	-	8,8	8,7	8,9	9,4	9,9	11,2	22,4
Glasgewerbe, Keramik	4,7	3,7	3,5	4,1	5,9	7,0	8,2	10,4	20,9
Ernährungsgewerbe und Tabakverarbeitung	6,3	6,0	6,1	6,1	6,2	6,5	6,5	6,9	12,3

^a Diese Tabelle spiegelt den Anstieg der Exportquote insgesamt verzerrt wider, da die Buchungen des Statistischen Bundesamtes einen Strukturbruch beim Übergang von 1997 zu 1998 enthalten. Der Datensprung kommt vom Fahrzeugbau, steht jedoch im Widerspruch zu den einschlägigen Veröffentlichungen der Statistischen Landesämter. Danach erhöhte sich die Quote seit 1995 stetiger. Im Längsschnitt ist daher die Betrachtung der Reihe Verarbeitendes Gewerbe ohne Fahrzeugbau aussagekräftiger.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

Das ostdeutsche Verarbeitende Gewerbe hat seit der Privatisierung der früher staatlich gelenkten Betriebsstätten und der Gründung vieler neuer Unternehmen, der Modernisierung der Produktionsanlagen und der Erneuerung der Produktpalette deutlich an Wettbewerbsfähigkeit gewonnen und seine Produktion kräftig ausgeweitet. Gemessen an den Lohnstückkosten der Wertschöpfung hat es inzwischen im Durchschnitt fast westdeutsches Niveau erreicht. Für einen Unternehmensbestand, in dem neun von zehn Unternehmen neu- oder umgegründet worden sind, ist dies beachtlich.

Die Fortschritte in der Wettbewerbsfähigkeit gingen mit einem Wandel der Marktpositionen einher. Solange die Unternehmen nicht voll wettbewerbsfähig waren, konzentrierten sie sich auf die regionalen Märkte vor Ort. Hier sammelten vor allem die Unternehmen, deren Eigentümer nach dem Ende der zentral gelenkten Planwirtschaft den Sprung in die Marktwirtschaft gewagt hatten, ihre

ersten Erfahrungen im Umgang mit konkurrierenden Anbietern aus dem früheren Bundesgebiet und dem westlichen Ausland. Mehr als zwei Drittel der Produktion aller Betriebe verblieb in dieser Phase bei den Kunden in Ostdeutschland. In der zweiten Hälfte der neunziger Jahre hat sich der Schwerpunkt des überregionalen Absatzes des neu formierten Unternehmenssektors deutlich verlagert. Die Industriebetriebe sind in zunehmendem Maße in neue Märkte eingedrungen, und sie haben Marktanteile hinzugewonnen. Besonders augenfällig ist dies beim Auslandsumsatz. Nach dem deutlichen Rückgang der Exportaktivitäten in den ersten Jahren des marktwirtschaftlichen Umbaus der ostdeutschen Wirtschaft richtet sich das Verarbeitende Gewerbe seit Mitte der neunziger Jahre wieder verstärkt auf die Außenmärkte aus. Ende des Jahrzehnts wurde knapp ein Fünftel seiner Produktion im Ausland abgesetzt, inzwischen sind es rund 23%. Der Beitrag des Verarbeitenden Gewerbes in Ostdeutschland

Tabelle 2:

Struktur des Auslandsumsatzes des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes nach Branchen

- Anteil des Auslandsumsatzes der Branchen am gesamten Auslandsumsatz des Verarbeitenden Gewerbes in % -

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	<i>Nachrichtlich: Alte Länder 2000</i>
Verarbeitendes Gewerbe	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Fahrzeugbau ^a	19,3	20,6	16,4	13,4	14,4	28,5	29,4	28,4	29,9
Herst. von Büromaschinen, DV-Geräten; Elektrotechnik, Feinmechanik, Optik	9,6	9,6	11,1	13,7	17,2	15,1	15,5	16,4	16,1
Chemische Industrie	13,3	14,1	14,8	13,6	13,5	10,5	10,5	11,9	14,4
Maschinenbau	26,0	20,5	17,5	15,8	15,7	12,7	12,0	10,1	16,2
Metallerzeugung- und -bearbeitung	8,8	9,8	11,6	13,1	11,7	10,2	9,7	10,1	7,9
Ernährungsgewerbe und Tabakverarbeitung	10,8	10,6	10,3	10,3	8,5	6,9	6,3	5,6	3,3
Papier-, Verlags- und Druckgewerbe	-	-	6,6	6,4	5,8	4,8	4,2	4,2	2,9
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	1,4	2,0	2,3	2,9	2,8	2,6	3,2	3,9	3,2
Glasgewerbe, Keramik	2,7	2,8	2,6	2,9	3,2	2,8	3,1	3,0	1,4
Holzgewerbe	0,4	1,0	1,2	1,6	1,8	1,8	2,4	2,4	0,5
Textil- und Bekleidungsindustrie	1,9	2,3	2,8	3,0	2,8	2,2	1,9	1,8	1,8
Herstellung von Möbeln, Schmuck u. a., Recycling	-	-	2,3	2,3	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4

^a Der Anteil des Fahrzeugbaus wird in den Jahren 1995 bis 1997 zu niedrig ausgewiesen. Vgl. Anmerkung Tabelle 1.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

zum Export an Industriegütern aus Deutschland liegt zwar immer noch bei knapp fünf Prozent, die Auslandsumsätze der ostdeutschen Betriebe haben aber in den letzten Jahren mit zweistelligen Zuwachsraten kräftig zugenommen.

Die zwei exportstärksten Branchen des Verarbeitenden Gewerbes, der Fahrzeugbau und der Bereich Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten, Elektrotechnik, Feinmechanik, Optik, stellten im Jahr 2000 rund 45% des gesamten Auslandsumsatzes der ostdeutschen Industrie, die vier exportstärksten – dazu gehören außerdem die chemische Industrie und der Maschinenbau – sogar zwei Drittel. Die exportstärksten Branchen waren – gemessen am Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz – zugleich die exportintensivsten (vgl. Tabelle 1 und Tabelle 2).

Die gewachsene Marktpräsenz der ostdeutschen Industriebetriebe lässt sich jedoch nicht allein am Vordringen auf Auslandsmärkte ablesen. Sie zeigt sich genauso im Absatz in Deutschland außerhalb der neuen Bundesländer. Auch für den überregionalen Umsatz, hier definiert als Summe der Verkäufe im früheren Bundesgebiet und im Ausland, lässt sich eine aufsteigende Entwicklung beobach-

ten. So nahm sein Anteil am Gesamtumsatz von 39% im Jahr 1995¹⁰ auf 50% im Jahr 1999 zu. Diese Entwicklung ist umso bemerkenswerter, als mit der Ausdehnung des Absatzgebietes über die regionalen Grenzen hinaus die Kosten des Austausches steigen, und zwar nicht nur die Transportkosten bei größer werdenden Entfernungen, sondern ganz allgemein die Markttransaktionskosten. Vor diesem Hintergrund wird hier den Fragen nachgegangen: Welche Betriebe beteiligen sich am überregionalen Absatz? Wo liegen ihre Hauptmärkte außerhalb der Region? Welche innerbetrieblichen Faktoren stehen in einem statistisch nachweisbaren Zusammenhang zur überregionalen Absatztätigkeit? Besteht eine Beziehung zwischen der Stärke des überregionalen Absatzes und der Ertragslage?

Angaben über den Auslandsumsatz der ostdeutschen Industriebetriebe hält die amtliche Statistik bereit. Seit der Einstellung der Statistik „Inner-

¹⁰ Vgl. SCHÄFER, R; WAHSE, J.: Trotz wirtschaftlicher Konsolidierung vieler Betriebe – weiterer Personalabbau in Ostdeutschland, in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung Nr. 1. Nürnberg 1997, S. 86.

deutscher Warenverkehr“ im Jahr 1995 berichtet sie jedoch nicht mehr über die Lieferbeziehungen zwischen Ost- und Westdeutschland. So müssen dazu andere Informationsquellen herangezogen werden. Hier bietet sich das Betriebspanel des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) an. Der Auswertung zugrunde liegen Angaben aus den Erhebungswellen 1999 und 2000 für das ostdeutsche Verarbeitende Gewerbe, die Hinweise über die Stetigkeit der überregionalen Absatzaktivitäten und deren erklärende Größen enthalten.¹¹

Überregionale Absatzstruktur nach Märkten und Gütergruppen

Das überregionale Engagement der ostdeutschen Betriebe ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und umfasst inzwischen die Hälfte ihres gesamten Umsatzes. Wegen der höheren Transaktionskosten im Auslandsgeschäft ist für die Industriebetriebe in Ostdeutschland ein überregionales Absatzverhalten zu vermuten, bei dem die Verkäufe im früheren Bundesgebiet ein größeres Gewicht einnehmen als solche im Ausland.

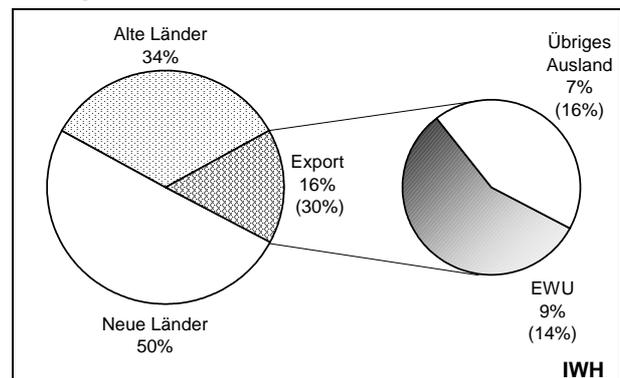
In der Tat verkaufen die Betriebe laut Panelangaben im Durchschnitt reichlich ein Drittel ihrer Produktion auf den Märkten in Westdeutschland und etwa ein Sechstel im Ausland. Im Exportgeschäft nimmt der Markt in der Europäischen Währungsunion (EWU) eine besondere Stellung ein. Hier wurde bereits im Vorfeld der Einführung der Einheitswährung die Transparenz der Transaktionen befördert, und die Markttransaktionskosten in diesem Teil des Auslands sind wegen des Wegfalls des Währungsrisikos geringer als anderswo. Ein Vergleich mit den Paneldaten für das westdeutsche Verarbeitende Gewerbe zeigt, dass der Exportanteil der Betriebe in Ostdeutschland etwa halb so groß ist wie der in den alten Bundesländern.¹²

Das auswärtige Engagement hat zwar im Untersuchungszeitraum an Breite verloren, in der Intensität hat es sich aber etwas verstärkt. Der Anteil des Exports wie auch des überregionalen Absatzes

am Umsatz insgesamt stieg 1999 gegenüber 1998 um etwa einen halben Prozentpunkt. Überregional verkauften 1998 rund 60% und 1999 etwa die Hälfte der Betriebe ihre Produktion. Im Rückgang der Beteiligung beim Vergleich zwischen 1998 und 1999 spiegelt sich die von den regionalen Finanz- und Wirtschaftskrisen in Südostasien und Russland ausgelöste Konjunkturschwäche wider.¹³

Abbildung:

Umsatz des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes 1999 nach Absatzgebieten^a
- in % des gesamten Umsatzes, hochgerechnet auf die Grundgesamtheit -



^a In Klammern sind die entsprechenden Werte für die Betriebe in Westdeutschland für das Jahr 1998 ausgewiesen. – ^b In der amtlichen Statistik (vgl. Tabelle 1) fällt dieser Anteil für Ost- wie für Westdeutschland wegen der Einschränkung der Erfassung auf die Betriebe von Unternehmen mit mindestens 20 Beschäftigten etwas höher aus. Die Relation Ost zu West ist aber nahezu identisch.

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Von den überregional tätigen Betrieben setzen zwei Drittel weniger als die Hälfte ihrer Produktion auswärts ab. Der überregional aktivste Teil, hier mit mehr als 50% des Absatzes außerhalb der neuen Bundesländer definiert, macht lediglich 20% aller Betriebe aus.

Die überregionale Absatztätigkeit unterscheidet sich sehr deutlich nach Produktgruppen (Branchen). Mit ihrem schwachen überregionalen Engagement fallen besonders die Hersteller von Nahrungs- und Genussmitteln ab. Nur knapp ein Fünftel der Betriebe dieser Gruppe verweist im Jahr 1999 auf überregionalen Absatz. Bei den Investitions- und Gebrauchsgüterproduzenten sind es fast drei Fünftel.

¹¹ Die hier ausgewerteten, von Infratest für 1998 und 1999 erhobenen und auf die Grundgesamtheit hochgerechneten Ausgangsdaten stammen, wenn nicht anders vermerkt, von 824 Betrieben des Verarbeitenden Gewerbes, die an beiden Befragungswellen teilgenommen haben.

¹² Vgl. LOOSE, B.; LUDWIG, U.: Entwicklungsrückstände der KMU des ostdeutschen Verarbeitenden Gewerbes im Exportgeschäft, in: Europäische Wirtschafts- und Währungsunion und KMU, erscheint im Band 3 der Reihe „Veröffentlichungen des Round Table Mittelstand“. Duncker & Humblot.

¹³ Die regionalen Finanz- und Wirtschaftskrisen vor allem in Südostasien und Russland führten zu drastischen Exportrückgängen in diese Gebiete und zeigten sich vom letzten Viertel des Jahres 1998 bis in die zweite Jahreshälfte 1999 hinein in einer vorübergehenden Wachstumsschwäche der Gesamtwirtschaft in Ost- und Westdeutschland. So stieg der Industrieumsatz in Ostdeutschland im Durchschnitt des Jahres 1999 nur um 6% nach 11% im Jahr davor.

Reichlich ein Fünftel der Investitions- und Gebrauchsgüterproduzenten realisiert sogar mehr als die Hälfte des Absatzes außerhalb der neuen Bundesländer. Diese Branchengruppe weist mit einer Exportquote von rund 8% auch das stärkste Engagement außerhalb der Euroregion auf. Dagegen setzen die Verbrauchsgüterproduzenten einen größeren Teil in den alten Bundesländern ab.

Tabelle 3:
Anteil des überregionalen am gesamten Umsatz 1998 und 1999 – Durchschnitt und Verteilung der Betriebe nach Gütergruppen
- Hochrechnung auf die Grundgesamtheit -

Hauptgruppen	Kein	1-50%	Mehr als 50%	Mittelwert
	in % der Betriebe		in %	
1998				
Verarbeitendes Gewerbe	39	40	21	49,2
Produktionsgüter	48	37	15	47,6
Investitions- und Gebrauchsgüter	26	48	26	50,9
Verbrauchsgüter ^a	39	32	29	61,5
Nahrungs- und Genussmittel	76	22	3	39,2
1999				
Verarbeitendes Gewerbe	51	33	17	49,7
Produktionsgüter	48	37	15	51,0
Investitions- und Gebrauchsgüter	43	35	22	51,8
Verbrauchsgüter ^a	50	35	15	51,1
Nahrungs- und Genussmittel	82	15	3	42,7

^a Ohne Nahrungs- und Genussmittel.

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Tabelle 4:
Die überregionalen Absatzgebiete 1999 nach Gütergruppen
- Absatz nach Regionen in % des gesamten Umsatzes, hochgerechnet auf die Grundgesamtheit -

Hauptgruppen	Alte Länder	Ausland	davon	
			EWU	Übriges Ausland
Verarbeitendes Gewerbe	34,1	15,7	8,9	6,8
Produktionsgüter	36,7	14,4	8,3	6,1
Investitions- und Gebrauchsgüter	35,7	16,1	7,7	8,4
Verbrauchsgüter ^a	41,9	9,2	7,7	1,5
Nahrungs- und Genussmittel	24,8	17,9	12,7	5,2

^a Ohne Nahrungs- und Genussmittel.

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Überregionale Absatzstruktur nach Märkten und Betriebsgrößen

Je niedriger die Produktionskosten bei gegebenen Verkaufserlösen sind, desto größer ist der Spielraum für die Deckung der unterschiedlich hohen Transaktionskosten in Abhängigkeit von der „räumlichen“ Lage des Absatzmarktes und seinem wirtschaftspolitischen Umfeld. Je größer ein Unternehmen ist, desto eher dürfte es wegen der Skaleneffekte der Produktion und der Verbundvorteile in der Lage sein, die zusätzlichen Transaktionskosten außerhalb der Region durch niedrigere Produktionskosten auszugleichen. Je kleiner es ist, desto weniger ist dies wahrscheinlich der Fall. Trifft diese Vermutung zu, werden das überregionale Engagement der Unternehmen und der Anteil des überregionalen am gesamten Umsatz mit steigender Betriebsgröße zunehmen.

Für das Auslandsengagement ist der Zusammenhang mit der Betriebsgröße auf nationaler¹⁴ und internationaler¹⁵ Ebene empirisch untersucht worden. Für den überregionalen Absatz lässt er sich am IAB-Betriebspanel nachweisen: So nehmen in Ostdeutschland sowohl die Beteiligung der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes am überregionalen Geschäft als auch dessen Quote mit steigender Betriebsgröße zu. Gegenüber 1998 geht 1999 der Anteil der überregional tätigen Betriebe in allen Größengruppen zurück. Verantwortlich dafür zeichnet die allgemeine Konjunkturschwäche in jenem Jahr. Besonders stark betroffen sind die Kleinst- und Kleinbetriebe mit weniger als 50 Beschäftigten.

¹⁴ Beispielsweise haben Krakowski u. a. den Zusammenhang zwischen Betriebsgröße und Exportquote für fünf Bundesländer in Deutschland Ende der achtziger Jahre analysiert. Vgl. KRAKOWSKI, M. u. a.: The Globalization of Economic Activities and the Development of Small and Medium Sized Enterprises in Germany. HWWA-Report Nr. 132, Institut für Wirtschaftsforschung-Hamburg, 1993, S. 30 f. Wagner berichtet über die Relation zwischen Betriebsgröße und Exportquote für die Industrie Niedersachsens. Vgl. WAGNER, J.: Exports, Firm Size, and Firm Dynamics, in: Small Business Economics 7, S. 29-39, Kluwer Academic Publishers 1995.

¹⁵ So präsentiert Schmidt eine Übersicht der OECD zum Exportengagement kleiner und mittelgroßer Betriebe. Vgl. SCHMIDT, K.-D.: Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in International Business: A Survey of Recent Literature, Kieler Working Papers, No. 721. Kiel 1996, S. 21. Das Rheinisch-Westfälische Institut für Wirtschaftsforschung ergänzt die Übersicht um Studien weiterer Länder. Vgl. KLEMMER, P. u. a.: Mittelstandsförderung in Deutschland – Konsistenz, Transparenz und Ansatzpunkte für Verbesserungen, Untersuchungen des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung, Heft 21. Essen 1996, S. 63 f.

Tabelle 5:

Anteil des überregionalen am gesamten Umsatz 1998 und 1999 – Durchschnitt und Verteilung der Betriebe nach Größengruppen

- Hochrechnung auf die Grundgesamtheit -

Betriebe mit ... bis...Beschäftigten	Kein	1-50%	Mehr als 50%	Mittel- wert
	in % der Betriebe			in %
1998				
Verarbeitendes Gewerbe	39	40	21	49,2
1 bis 9	51	32	17	28,6
10 bis 49	25	54	21	27,8
50 bis 249	11	30	59	55,2
250 und mehr	6	23	71	74,6
1999				
Verarbeitendes Gewerbe	51	33	17	49,7
1 bis 9	62	29	9	15,5
10 bis 49	40	39	21	31,8
50 bis 249	14	28	58	59,7
250 und mehr	9	20	71	66,2

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Tabelle 6:

Die überregionalen Absatzgebiete 1999 nach Größengruppen der Betriebe

- Absatz nach Regionen in % des gesamten Umsatzes, hochgerechnet auf die Grundgesamtheit -

Betriebe mit ... bis...Beschäftigten	Alte Länder	Aus- land	davon	
			EWU	Übriges Ausland
Verarbeitendes Gewerbe	34,1	15,7	8,9	6,8
1 bis 9	14,5	1,0	0,6	0,4
10 bis 49	24,5	7,3	4,5	2,8
50 bis 249	43,4	16,3	10,8	5,5
250 und mehr	38,9	29,5	14,1	15,4

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Im Exportgeschäft der kleinen und mittelgroßen Betriebe nimmt der Markt der Eurozone eine deutlich bevorzugte Stellung ein. Diese regionale Schwerpunktbildung ist mit etwa doppelt so hohen Exportquoten auch bei den Industriebetrieben im früheren Bundesgebiet zu beobachten. Dagegen deutet sich bei den ostdeutschen Betrieben ab 250 Beschäftigten nahezu ein Gleichstand in der Bedeutung der Euroregion und des übrigen Auslands als Absatzmarkt an, wie übrigens auch bei den Großbetrieben in Westdeutschland.¹⁶

¹⁶ Vgl. LOOSE, B.; LUDWIG, U., a. a. O.

Überregionale Absatzstruktur und Eigentümerstatus der Betriebe

Für einen Zusammenhang der regionalen Absatzstruktur der Betriebe mit der Herkunft der Investoren sprechen einzelne Kaufmotive bei der Privatisierung der früheren Staatsbetriebe. Einige der neuen Besitzer verbanden mit dem Erwerb der Betriebe beispielsweise den Zugang zu den etablierten Absatzbeziehungen der DDR-Betriebe in Mittel- und Osteuropa¹⁷ oder zum ostdeutschen und damit westeuropäischen Markt. Sie brachten in der Regel auch einen firmenspezifischen Wissens- und Produktionsvorteil mit. Dies sicherte ihnen einen Wettbewerbsvorteil. Traten Konzerne als Käufer auf, so war früher oder später auch mit der Integration der Betriebe in die interne, überregional und international ausgerichtete Arbeitsteilung zu rechnen.

Tabelle 7:

Anteil des überregionalen am gesamten Umsatz 1999 – Durchschnitt und Verteilung der Betriebe nach Eigentümergruppen

- Hochrechnung auf die Grundgesamtheit -

Eigentümergruppen	Kein	1-50%	Mehr als 50%	Mittel- wert
	in % der Betriebe			in %
Verarbeitendes Gewerbe	51	33	17	49,7
Ostdeutsche Investitionen	59	31	10	23,5
Westdeutsche Investitionen	28	30	42	60,4
Ausländische Investitionen	2	34	64	60,3

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Für die Betriebe in ostdeutscher Hand liegt die Konzentration auf den Absatz in den neuen Bundesländern nahe. Das sind mit wenigen Ausnahmen Kleinst- und Kleinbetriebe. Sie stellen fast 90% aller Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes in Ostdeutschland. Betriebe solcher Größenverhältnisse suchen ihren Absatz vor allem in der Nähe des Betriebsortes.¹⁸ Transaktionskosten auf den überregionalen Märkten werden damit vermieden. Die Analyse der Paneldaten bestätigt die Vermutung: In dieser Gruppe ist der Anteil der Betriebe ohne überregionalen Absatz am größten, nur 40% der Betriebe verkauften 1999 Waren außerhalb der neuen Länder, und der überregionale Absatz der Betriebe

¹⁷ Diese Erwartung erfüllte sich allerdings vor allem in den mittelosteuropäischen Reformstaaten in vielen Fällen nicht.

¹⁸ Vgl. zum Beispiel die Arbeiten von Lamberts für das frühere Bundesgebiet. LAMBERTS, W.: Betriebsgrößenstruktur und Arbeitskräftenachfrage im Verarbeitenden Gewerbe, in: RWI-Mitteilungen, Jg. 37/38 (1986/87), S. 159 ff.

in ostdeutscher Hand war in den betrachteten Jahren anteilig nicht halb so hoch wie in der ostdeutschen Industrie insgesamt. Auch die Exportquote dieser Betriebe liegt mit etwa 5% in beiden Jahren deutlich unter dem Durchschnitt von rund 16%.

Tabelle 8:

Die überregionalen Absatzgebiete 1999 nach Eigentümergruppen

- Absatz nach Regionen in % des gesamten Umsatzes, hochgerechnet auf die Grundgesamtheit

Eigentümergruppen	Alte Länder	Export	davon	
			EWU	Übriges Ausland
Verarbeitendes Gewerbe	34,1	15,7	8,9	6,8
Ostdeutsche Investitionen	18,8	4,8	3,3	1,5
Westdeutsche Investitionen	39,2	21,3	11,5	9,8
Ausländische Investitionen	31,3	29,0	16,5	12,5

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Die Paneldaten belegen eine hohe Beteiligung der Betriebe in ausländischem Eigentum am überregionalen Absatzgeschehen und darunter vor allem am Auslandsgeschäft. Knapp 30% der Produktion wurden 1999 im Ausland verkauft. Nur zwei Prozent dieser Betriebe setzten ausschließlich Waren in Ostdeutschland ab. Die Betriebe westdeutscher Investoren weisen zwar mit 21% ebenfalls eine leicht überdurchschnittliche Exportquote auf, mit 39% orientieren sich diese Betriebe aber stärker auf den westdeutschen Markt. Dies hängt damit zusammen, dass viele westdeutsche Unternehmen in der Privatisierungsphase in Ostdeutschland Betriebe kauften, die Zulieferfunktionen im Konzernverbund übernommen haben. Darauf deutet auch der hohe Anteil von Vorleistungsgüterproduzenten in dieser Betriebsgruppe hin. Der Output westdeutscher Tochterbetriebe gelangt möglicherweise über die Verkettung der Produktionsstufen im Mutterunternehmen in den Export, ist aber zunächst eine innerdeutsche Transaktion. Bei den ausländischen Investoren werden die Zulieferungen dagegen als Export erfasst. Dies erklärt, warum sich vor allem die ausländischen Investoren signifikant von den übrigen Betrieben hinsichtlich des Exportanteils abheben. Bei Ergänzung des Exports der westdeutschen und ausländische Betriebe um die Lieferungen nach Westdeutschland nähern sich die überregionalen Absatzquoten einander an. Ungeachtet dessen fällt der Anteil der Betriebe, die außerhalb Ostdeutschlands absatzaktiv sind, bei den ausländischen Investoren deutlich höher aus als bei den westdeutschen.

Überregionaler Absatz nach Betriebsform und Alter der Betriebe

Unter den Betrieben gibt es selbständige Unternehmen sowie Niederlassungen bzw. Filialen von anderen Unternehmen. Synergien, die sich aus der Integration von Betrieben in das Netzwerk eines Unternehmensverbundes¹⁹ bzw. aus der Arbeitsteilung zwischen einem Mutterunternehmen und den Niederlassungen oder Filialen ergeben, senken die Transaktionskosten. Vor diesem Hintergrund ist auch eine Abstufung im überregionalen Absatzengagement zwischen Niederlassungen und Filialen auf der einen Seite und Ein-Betriebs-Unternehmen auf der anderen Seite zu erwarten. Das überregionale Engagement dürfte bei ersteren stärker sein. Die Paneldaten reflektieren einen solchen Zusammenhang.

In der empirischen Analyse zeigt sich auch ein Zusammenhang zwischen der überregionalen Absatztätigkeit und dem Zeitpunkt der Gründung. Im allgemeinen erwartet man, dass das Exportengagement mit dem Alter der Betriebe und dem Erfahrungswissen zunimmt. Die Daten für Ostdeutschland reflektieren jedoch etwas anderes. Die vor 1990 gegründeten Betriebe²⁰ (hier in aller Regel ehemalige selbständige Handwerksbetriebe aus DDR-Zeiten) sind überwiegend lokal, das heißt bau- oder konsumnah, ausgerichtet. Eine ähnliche Orientierung zeigt sich auch bei den Betrieben, die in den ersten Jahren des deutschen Vereinigungsprozesses entstanden sind. In dieser Zeit sah sich die Wirtschaft einem großen infrastrukturellen und konsumtiven Nachholbedarf in der Region gegenüber. So entstanden viele industrielle Zulieferbetriebe für das boomende Baugeschehen, und frühzeitig wurde die Nahrungsgüterproduktion auf privatwirtschaftlicher Grundlage aufgenommen. Jüngere, nach 1993 gegründete Betriebe verweisen dagegen häufiger auf überregionale Präsenz als ältere.

Überregionales Absatzengagement und betriebsinterne Aktivitäten

Das überregionale Absatzengagement der Betriebe wird nicht nur von ihren allgemeinen Merkmalen bestimmt, sondern hängt auch von der internen, aktiven Einflussnahme auf die betrieblichen Belange

¹⁹ Vgl. hierzu auch WÖLFL, A.; RAGNITZ, J.: Netzwerkaktivitäten und die Produktivitätslücke Ostdeutschlands: Die Rolle von Agglomerationsvorteilen, in: IWH, Wirtschaft im Wandel 13/2001, S. 315-319.

²⁰ Für die meisten ehemals staatseigenen Betriebe gibt es wegen Aufspaltung, Ausgründung und Privatisierung keine unmittelbaren Nachfolger. Ihre Gründung datiert deshalb oft im Zeitraum nach 1990.

ab. Darunter werden hier die Produktinnovation und das Investitionsgeschehen, organisatorische Maßnahmen, der Personalbestand und die Arbeitskosten gefasst. Die empirischen Untersuchungen anhand der Paneldaten bestätigen die Bedeutung der einzelnen betriebsinternen Aktivitäten für die Marktpräsenz im früheren Bundesgebiet und im Ausland.

Tabelle 9:
Anteil des überregionalen am gesamten Umsatz 1999 – Durchschnitt und Verteilung der Betriebe nach innerbetrieblichen Aktivitäten
- Hochrechnung auf die Grundgesamtheit -

Innerbetriebliche Aktivitäten	Kein	1-50%	Mehr als 50%	Mittelwert
	in % der Betriebe			in %
Verarbeitendes Gewerbe	51	33	17	49,7
Produktinnovation				
ja	38	28	34	62,8
nein	54	34	12	36,5
Erweiterungsinvestitionen				
ja	44	32	24	58,0
nein	56	33	11	34,5
Zukauf von Produkten				
ja	36	40	25	66,2
nein	53	31	16	45,7
Reorganisation von Abteilungen				
ja	15	53	32	62,3
nein	54	31	15	43,2
Verbesserung der Qualitätssicherung				
ja	37	41	22	59,2
nein	56	29	15	38,9
Anteil des qualifizierten Personals				
bis 50 %	65	26	9	28,5
50 bis 80 %	53	39	8	36,1
100 und mehr %	35	30	35	59,8
Großer Bedarf an Weiterbildung/Qualifizierung				
ja	68	23	8	45,8
nein	49	33	18	50,2
Relation der Lohn- und Gehaltssumme zur Bruttowertschöpfung				
weniger als 60 %	46	33	21	59,9
60 bis 99 %	46	42	12	38,0
100 und mehr %	58	24	18	50,6

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Eine Ausrichtung der Produktion auf innovative Produkte oder Kostenvorteile ist – wie vermutet – häufiger bei den überregional aktiven als bei den dort inaktiven Betrieben zu beobachten. Produkte werden vor allem dann vom Markt außerhalb Ostdeutschlands akzeptiert, wenn sie einen hohen Innovationsgrad aufweisen. Dem gehen Innovationsaktivitäten im eigenen Betrieb bzw. im Unterneh-

mensverbund oder aber eine FuE-Kooperation voraus. Darüber hinaus setzt ein intelligentes Produktangebot in der Regel auch eine hohe Qualifikation des Personals voraus. So sind ein hoher Anteil qualifizierter Arbeiter und Angestellter und ein geringer Bedarf an Weiterbildung und Qualifizierung mit einer größeren Beteiligung am überregionalen Absatz verbunden. Eine stärkere Außenorientierung ist auch für Betriebe mit einer niedrigen Personalkostenlast zu beobachten. Diese Betriebe realisieren wohl Wettbewerbsvorteile infolge der niedrigeren Kosten. Eine hohe Beteiligung am überregionalen Absatz geht außerdem oft mit Produktionserweiterungen im Vorfeld einher.

Zugleich bestätigt sich die Erwartung, dass eine hohe Anpassungsfähigkeit des Managements an die Anforderungen der Märkte förderlich für den Absatz außerhalb der neuen Bundesländer ist. So haben Betriebe mit überregionalem Absatz häufiger Maßnahmen zur Reorganisation der Abteilungen oder Funktionsbereiche sowie zur Verbesserung der Qualitätssicherung umgesetzt als die übrigen.

Ertragslage der Betriebe und überregionale Absatztätigkeit

Für die betriebliche Bewertung der Absatzerfolge außerhalb Ostdeutschlands ist letztlich nicht die Akzeptanz der Produkte auf den überregionalen Märkten ausschlaggebend, sondern die Erwirtschaftung von Gewinnen. Die höheren Transaktionskosten beim Absatz in Westdeutschland oder im Ausland gegenüber der eigenen Region müssen sich auszahlen. Über die tatsächlichen Verhältnisse kann nur eine empirische Analyse Aufschluss geben, wozu das IAB-Betriebspanel Ansatzpunkte bietet. So kann hier auf eine der schulischen Leistungsbewertung folgende fünfstufige Skala der Selbsteinschätzung der Ertragslage durch die Betriebe zurückgegriffen werden. Sie bringt zwar nicht die spezielle Ertragssituation im überregionalen Geschäft zum Ausdruck, deutet aber mit den Antworten sehr gut bis mangelhaft näherungsweise darauf hin, wie die Ertragssituation im Betrieb insgesamt – unter Einschluss auch des Geschäftes innerhalb der eigenen Region – einzuschätzen ist. Dabei ist allerdings nicht auszuschließen, dass die Selbsturteile unterschiedlichen subjektiven Maßstäben folgen.

Für das Jahr 1999 bezeichnet knapp ein Drittel der ostdeutschen Industriebetriebe seine Ertragslage mit sehr gut bis gut. Deutlich mehr als die Hälfte empfindet sie als befriedigend bis ausreichend, etwa ein Zehntel der Betriebe bewertet sie

als mangelhaft. Hinter diesen Urteilen steht eine unterschiedlich starke überregionale Absatztätigkeit. Die vorwiegend überregionalen Anbieter geben für 1999 deutlich häufiger eine gute bis sehr gute Ertragslage an als die anderen Betriebe. Dagegen unterscheiden sich in dieser Beziehung die rein regionalen Anbieter kaum von denen, die weniger als die Hälfte ihres Umsatzes auf überregionalen Märkten erzielen. Das spricht wegen der höheren Transaktionskosten im überregionalen Geschäft eher für Gewinnschmälerungen bei der Betriebsgruppe mit weniger als der Hälfte Absatzanteil im früheren Bundesgebiet und im Ausland. Hier können auch kleine Losgrößen der Geschäfte eine Rolle spielen.

Tabelle 10:
Überregionaler Absatz und Ertragslage der Betriebe 1999

- in % der Betriebe, hochgerechnet auf die Grundgesamtheit -

Ertragslage	Anteil des überregionalen am gesamten Umsatz			Verarbeitendes Gewerbe insgesamt
	Kein	1-50%	Mehr als 50%	
	in % der Betriebe			
Sehr gut bis gut	26	25	54	30
Befriedigend bis ausreichend	62	65	35	59
Mangelhaft	12	10	11	11
	100	100	100	100

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

In beiden Jahren heben sich die Betriebe mit sehr guter oder guter Ertragslage durch ein höheres überregionales Absatzengagement von den übrigen ab. Mit 58% im Jahr 1998 bzw. 57% im Jahr 1999 hat mehr als die Hälfte dieser Betriebe seine Erzeugnisse auch außerhalb der Region Ostdeutschland verkauft, während dies bei den anderen beiden Ertragsgruppen in weniger als der Hälfte der Fall war. Das spiegelt sich 1999 auch in der überregionalen Absatzquote wider. Bezogen auf die Grundgesamtheit weisen die Betriebe mit sehr guter oder guter Ertragslage auch einen höheren überregionalen Umsatzanteil aus als die übrigen. Diese Betriebe haben zudem ihre überregionale Absatzquote gegenüber 1998 deutlich erhöht. Dagegen kennzeichnet die Betriebe mit mangelhafter Ertragslage im Durchschnitt eine wenig erhöhte Absatzquote außerhalb der Region. Ihre Quote übersteigt aber 1999 den Absatzanteil der Betriebe mit

befriedigender oder ausreichender Ertragslage. Die Betriebe mit mangelhafter Ertragslage haben wohl ihre Marktpräsenz über die Konjunkturdelle hinaus halten wollen, während die Betriebe mit ausreichender Ertragslage erlangte Marktpositionen wegen der ungünstigeren Marktbedingungen teilweise aufgegeben haben.

Tabelle 11:
Ertragslage der Betriebe und überregionaler Absatz in den Jahren 1998 und 1999

- in % der Betriebe, hochgerechnet auf die Grundgesamtheit -

Ertragslage	Anteil des überregionalen am gesamten Umsatz			
	Kein	1-50%	Mehr als 50%	Mittelwert
	in % der Betriebe			in %
1998				
Sehr gut bis gut	42	39	19	47,9
Befriedigend bis ausreichend	55	29	16	47,8
Mangelhaft	56	30	13	45,3
Verarbeitendes Gewerbe	39	40	21	49,2
1999				
Sehr gut bis gut	43	27	30	58,8
Befriedigend bis ausreichend	54	36	10	37,1
Mangelhaft	54	29	17	47,9
Verarbeitendes Gewerbe	51	33	17	49,7

Quellen: IAB-Betriebspanel 1999/2000; Berechnungen des IWH.

Alles in allem standen die Betriebe mit vorwiegend überregionalem Absatzengagement aus der Sicht der Ertragslage 1999 nicht schlechter, sondern eher etwas besser da als die übrigen. Dies legt den Schluss nahe, dass sich der Absatz außerhalb der Region Ostdeutschland für die Betriebe erst dann auszahlt, wenn er einen bestimmten Schwellenwert überschreitet. In der hier präsentierten Analyse macht er mindestens die Hälfte des Umsatzes aus. Bis dahin werden niedrigere Renditen hingenommen. Diese Phase müssen wohl viele expandierende Betriebe durchlaufen, bevor sie die überregionalen Absatzmärkte als Entwicklungspotential nutzen können.

Brigitte Loose
(blo@iwh-halle.de)
Udo Ludwig
(ldw@iwh-halle.de)