

junkturrellen Auf und Ab. Die Wachstumsimpulse, die bis in den Herbst von der Außenwirtschaft ausgegangen sind, verlieren derzeit an Kraft. Die Unternehmen sind deshalb gut beraten, sich rechtzeitig auf die Zeit nach dem Exportboom einzustellen.

Die hohe Exportdynamik deutet aber auf eine Verbesserung der Leistungsbilanz der Region Ostdeutschland hin. Zwar fehlen seit der Einstellung der einschlägigen Erhebungen und Berechnungen durch das Statistische Bundesamt für die Jahre nach 1994 amtliche Angaben, einige Indikatoren lassen

jedoch vermuten, daß das Defizit unter Einschluß der Lieferungen nach und der Bezüge aus den alten Bundesländern weiterhin hoch ist. Der Exportanstieg in das Ausland gibt in diesem Zusammenhang zumindest an, daß Entwicklungen im Gange sind, die dem Importüberschuß insgesamt entgegenwirken.

Ingrid Haschke (ihk@iwh.uni-halle.de)

Udo Ludwig (ldw@iwh.uni-halle.de)

Die Neustrukturierung des ostdeutschen Einzelhandels nach 1990: Eine Zwischenbilanz

Die Neustrukturierung des Einzelhandels in den neuen Ländern wird geprägt durch die Modalitäten der Privatisierung, durch Neugründungen ostdeutscher Einzelhändler und durch Neuinvestitionen westdeutscher Filialunternehmen. Diese Investitionen führten zum Aufbau moderner, vor 1990 nicht existierender Handelsnetze. Laut Handels- und Gaststättenzählung entfallen auf Filialbetriebe westdeutscher Unternehmen zwar nur ein Drittel des Umsatzes und ein Viertel der Beschäftigten im Einzelhandel; sie weisen aber im Durchschnitt einen fünffach höheren Umsatz und eine dreifach höhere Zahl an Beschäftigten auf als die Betriebe ostdeutscher Eigentümer. Die Erwartung, daß sich im ostdeutschen Einzelhandel ein starkes Mittelstandssegment herausbildet, wird durch die extrem kleinbetriebliche Struktur der Handelsbetriebe in ostdeutschem Besitz, durch ihren Eigenkapitalmangel und ihren räumlichen Lageschwerpunkt in kleineren Städten und im ländlichen Raum relativiert. Mit Blick auf die Zukunft zeichnet sich in den Zentren der größeren Städte im Gefolge rückgängiger Ladenmieten eine höhere Dynamik von Existenzgründungen einheimischer Personen ab.

Auf den Umbau und Neuaufbau des Einzelhandels in den neuen Ländern haben sich in den vergangenen acht Jahren unterschiedlichste Erwartungen gerichtet. Die Konsumenten waren und sind an einem den alten Ländern vergleichbaren Versorgungsstandard interessiert. Für die Einzelhändler, die die DDR überlebt hatten und für zahlreiche Exi-

stanzgründer war der Neuaufbau mit der Hoffnung verbunden, daß die Grundlage für einen stabilen neuen Mittelstand entstehen würde. Unternehmer aus den alten Ländern erblickten in der Vereinigung eine einzigartige Gelegenheit, Absatzchancen zu nutzen und Betriebsformen nach neuesten Erkenntnissen zu errichten.

Nicht alle dieser Erwartungen sind bisher in Erfüllung gegangen wie etwa die, daß sich mit dem Eintritt in die Marktwirtschaft ein stabiler Mittelstand herausbilden würde. Viele Einzelhändler befinden sich hinsichtlich des geeignetsten Standorts, Warenangebots und Marketing noch in einem anhaltenden Suchprozeß. Die Konkurrenz zu Filialisten wird als erschwerend erlebt, ist aber kein spezifisch ostdeutsches Problem, da sich ihr auch Mittelständler in anderen Ländern stellen müssen.

Im folgenden wird für die Entwicklung des Einzelhandels in den neuen Ländern eine Zwischenbilanz im Hinblick darauf gezogen, in welchen Segmenten es ostdeutschen Unternehmern besser und in welchen es ihnen weniger gut gelungen ist, Fuß zu fassen. Eine wichtige Datengrundlage hierfür bildet die Handels- und Gaststättenzählung, die auf eine bisher nicht praktizierte Weise ausgewertet wird.

Die Ausgangslage im ostdeutschen Einzelhandel und ihr Einfluß auf seine weitere Entwicklung

Ost-West-Unterschiede im Handel bestanden vor 1990 nicht nur hinsichtlich der Eigentumsverhältnisse bei den Handelsunternehmen. Mit Hilfe der Differenzierung des Handels in verschiedene Han-

delsnetze werden folgende Divergenzen und Übereinstimmungen erkennbar:⁴

Sowohl in der DDR als auch in der alten BRD existierte das klassische Ladeneinzelhandelsnetz in Innenstädten und Wohnsiedlungen (innerörtliches Zentren- und Streulagennetz). In der DDR war dieses Netz besonders gleichmäßig und wies auch im ländlichen Bereich kaum Lücken auf.

Nur in den alten Ländern hatte sich ein neues auf Pkw-Kunden orientiertes Ladennetz am Rand oder außerhalb von Siedlungsgebieten mit Verbraucher-, Fachmärkten und SB-Warenhäusern herausgebildet. Ebenfalls nur in den alten Ländern war ein Netz des Versandhandels und des Direktvertriebs entstanden.

Darüber hinaus gab es ein Netz des Kfz-Handels, der Kfz-Werkstätten und der Tankstellen, von dem in der DDR der Kfz-Handel überhaupt nicht, die Werkstätten in staatlicher, genossenschaftlicher aber auch in privater Regie und die Tankstellen in relativ geringer Zahl und unter kompletter staatlicher Lenkung existierten.

Zum innerörtlichen Einzelhandelsnetz: In der DDR bestanden Ende 1989 im innerörtlichen Handelsnetz noch etwa 22.000 private Einzelhandelsbetriebe, die ca. 30 vH der Verkaufsstellen, aber nur 11 vH des Umsatzes ausmachten und insgesamt nur ein kleines Marktsegment abdeckten.⁵ Um die 16.200 Läden in staatlicher Hand (HO-Handelseinrichtungen) zu privatisieren, wurde noch im Jahr 1990 die Gesellschaft zur Privatisierung des Handels (GPH, Tochtergesellschaft der Treuhandanstalt) gegründet. Im Rahmen einer Ausschreibung erfolgte die Veräußerung der kleineren Objekte unter 100 qm Verkaufsfläche, welche „in erster Linie von ortsansässigen ostdeutschen Selbständigen gekauft wurden“. Bei der anschließenden Ausschreibung der Objekte mit mehr als 100 qm kamen vermehrt westdeutsche Bieter zum Zuge, wobei von ostdeutschen Interessenten Kritik laut wurde, daß wettbewerbs- und mittelstandspolitische Gesichtspunkte ungenügend berücksichtigt worden seien.⁶

Vom konsumgenossenschaftlichen DDR-Einzelhandel haben nur einige wenige Konsumorganisationen überlebt. Dazu gehören z.B. Konsum Magdeburg und Konsum Leipzig, die in der Rangliste der 50 umsatzstärksten Lebensmittelhändler in Deutschland mit 610 Mio. DM bzw. 270 Mio. DM die Plätze 37 bzw. 49 einnehmen.⁷

Zum Verbraucher- und Fachmarktnetz in Randlagen: Der Neuaufbau des Netzes von Verbraucher- und Fachmärkten in Ortsrand- und Stadtrandlagen erfolgte fast vollständig in Regie westdeutscher Filialunternehmen. Zusätzlich wurden weitere großflächige Handelseinrichtungen in Form von Einkaufszentren durch westdeutsche und westeuropäische Investorengruppen geschaffen. Ende 1995 waren 64 solcher Einkaufszentren in Betrieb und weitere 15 in Planung bzw. vor der Fertigstellung.⁸ In diesen Zentren wird zwar ca. ein Drittel der Geschäfte vom einheimischen Mittelstand betrieben, jedoch entfallen auf diese im Hinblick auf Umsatz und Mietfläche nur marginale Anteile. Das Gros der Umsätze und Verkaufsflächen wird von westdeutschen Filialisten dominiert.⁹

Zum Versandhandelsnetz: Der westdeutsche Versandhandel hatte in den neuen Ländern große Startvorteile, da Warenwerbung und -distribution unabhängig vom Aufbau von Ladenlokalen über den Postweg erfolgen. Der Aufbau von Vertriebsagenturen kam rasch voran und die dynamische Expansion des ostdeutschen Marktes veranlaßte zumindest zwei große Anbieter (Quelle-, Otto-Versand), bedeutende Konzernteile in die neuen Länder zu verlegen.

Zum Tankstellen- und Kfz-Handelsnetz: Von den 1989 existierenden Tankstellen wurden aufgrund ihrer geringen Größe, ungünstigen Lage und unzureichenden Ausstattung nur wenige von den

⁴ Die Differenzierung in verschiedene Handelsnetze orientiert sich an TIETZ, B.: Einzelhandelsperspektiven für die Bundesrepublik Deutschland bis zum Jahre 2010. Frankfurt/M. 1992, S. 509.

⁵ Vgl. ACHEN, M.; ZARTH, M.: Existenzgründungen im ostdeutschen Einzelhandel, in: Raumforschung und Raumordnung, H. 4/5, 1994, S. 322 f. Die Verkaufsfläche der privaten Verkaufsstellen lag mit durchschnittlich 30 qm weit unter dem DDR-Durchschnitt von 70 qm.

⁶ Aufgrund der hohen Nachfrage konnte die GPH ihre Tätigkeit bereits im Juni 1991 beenden. 5.500 Läden wurden nicht veräußert und damit geschlossen. Vgl. ebenda.

⁷ Vgl. M+M EURODATA (Hrsg.): M+M TOP-Firmen 1997. Strukturen, Umsätze und Vertriebslinien des Lebensmittelhandels Food/Nonfood in Deutschland. Frankfurt/M. 1996, S. IV 3.

⁸ EUROHANDELSINSTITUT (Hrsg.): Shopping-Center-Report, Köln 1995, S. A 4.

⁹ Vgl. ACHEN, M.: Entwicklung des mittelständischen Einzelhandels in den neuen Ländern, in: Informationen zur Raumentwicklung, H. 1, 1996, S. 21.

Mineralölgesellschaften übernommen. Stattdessen kam es zum Aufbau eines hochmodernen Netzes großdimensionierter Tankstellen mit umfangreichem Angebot an Lebensmitteln und Waren des täglichen Bedarfs, das weit über den Reisebedarf hinausreicht.¹⁰

Existenzgründungen im Einzelhandel

Von 1990 an setzte in den neuen Ländern eine lebhafte Gründungsdynamik im Einzelhandel ein, die ihren vorläufigen Höhepunkt allerdings bereits 1991 erreichte und seitdem abflaut. Weder die Statistik der Gewerbean- und -abmeldungen noch die einzelnen Förderstatistiken informieren vollständig über diesen Prozeß. Behelfsweise werden hier Daten zur Existenzgründungsförderung durch das hierauf bezogene ERP-Programm (European Recovery Program) herangezogen, das vom Februar 1990 an in Anspruch genommen werden konnte. Bis Ende 1996 wurden im Rahmen dieses Programms mehr als 31.500 Anträge von der Deutschen Ausgleichsbank bewilligt, insgesamt 2,25 Mrd. DM an Krediten ausgezahlt, ein Investitionsvolumen von fast 7 Mrd. DM induziert und 150.000 Arbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert (vgl. Tabelle 1). Mehr als 22 vH der bewilligten Anträge entfallen auf den Lebensmittelhandel, wobei die Förderfälle in diesem Bereich seit 1992 – mit verstärkter Konkurrenz durch neue SB-Märkte und Discounter – stark rückläufig sind.¹¹ Im Vergleich zu den alten Ländern sind die Gründungsaktivitäten im Elektro- und Baustoffhandel über die gesamte Periode hinweg

überdurchschnittlich.

Die mehr als 31.500 Förderfälle sind nicht entsprechend der Bevölkerung über das Gebiet der neuen Länder verteilt, sondern bilden Schwerpunkte im ländlichen Raum, was vor allem für den Lebensmittelhandel zutrifft. Ursache hierfür ist wahrscheinlich, daß ländliche Räume dem Wettbewerb durch westdeutsche Filialketten weniger stark ausgesetzt waren.¹²

Viele der ostdeutschen Einzelhändler sind zwar formal eigenständig, aber doch in Handelskooperationen eingebunden, die von Westdeutschland aus gelenkt werden. Darunter fallen

- Filialbetriebe, die zwar rechtlich selbständig agieren, aber in eine größere Organisation eingegliedert sind und von ihr beliefert werden (z.B. SPAR- und ein Teil der REWE-Läden),
- Franchise-Unternehmen, die von einem größeren Unternehmen Know-how, Güter und Rechte gegen eine Lizenzgebühr zur Verfügung gestellt bekommen (z.B. Benetton, OBI),
- Mitgliedschaften in Einkaufs- und Verbundgruppen, durch die bestimmte Einkaufskanäle, Warensortimente und Marketingstrategien zugänglich und Kosteneinsparungen möglich werden (z.B. Intersport, Nürnberger Bund).¹³

Der Anteil ostdeutscher Mitglieder in Handelskooperationen wurde 1993 auf 15 bis 20 vH geschätzt.¹⁴ Vermittels solcher Handelskooperationen wird auch der besondere Bedarf ostdeutscher Mitglieder an Aus- und Weiterbildung, an Betriebsberatung und Finanzdienstleistungen mit abgedeckt,

Tabelle 1:

Daten zur ERP-Gründungsförderung in den neuen Ländern im Einzelhandel 1990-1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995a	1996a	Insgesamt
Bewilligte Anträge	5.357	9.697	6.320	4.247	2.653	1.934	1.379	31.587
Zugesagte Kredite (Mio. DM)	167,9	498,0	441,6	361,8	250,6	302,0	226,8	2.248,7
Geförderte Investitionen (Mio. DM)	621,3	1.664,9	1.485,4	1.253,5	853,4	k.A.	547,3	6.425,8
Beschäftigte (inkl. Gründer)	21.490	49.289	34.678	25.130	15.197	k.A.	k.A.	145.784

^a Handel insgesamt.

Quelle: Achen, M., a.a.O. 1996, S. 17; DtA; Berechnungen des IWH.

¹⁰ Aufgrund dieser Sortimentsausweitung und Schwerpunkterlagerung sind zahlreiche Tankstellen in der Handels- und Gaststättenzählung von 1993 unter anderen Rubriken erfaßt, so daß daraus keine exakten Zahlen zu gewinnen sind. Vgl. KROCKOW, A.: Kraftfahrzeughandel und Tankstellen, in: Wirtschaft und Statistik, H. 6, 1996, S. 359.

¹¹ Vgl. ACHEN, M., a.a.O. 1996, S. 17.

¹² Vgl. ebenda, S. 19.

¹³ Vgl. NASSUA, T.: Das Engagement westdeutscher Handelskooperationen in den neuen Bundesländern, in: ifo Schnelldienst, H. 1-2, 1995, S. 16 f.

¹⁴ Vgl. ebenda, S. 19.

so daß in den neuen Ländern eine vergleichsweise intensive Betreuung der Mitglieder durch die Zentrale gegeben ist.

Die Eigentumsstrukturen nach vollzogener Transformation

Daten der im Jahr 1993 durchgeführten Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) des Statistischen Bundesamts erlauben es, für die Eigentumsstrukturen im ostdeutschen Einzelhandel eine Zwischenbilanz zu ziehen. Bei der HGZ handelt es sich um eine *Vollerhebung* der Unternehmen, Arbeitsstätten, Beschäftigten und Umsätze im Handels- und Gaststättengewerbe in den neuen und den alten Ländern.¹⁵ Zwar wurde nicht direkt nach den Eigentumsverhältnissen gefragt, jedoch lassen sich aufgrund der exakten regionalen Zuordnung der Unternehmenssitze und der Arbeitsstätten indirekt Rückschlüsse zu den Eigentumsstrukturen im Handelsbereich der neuen Länder ziehen. Hierzu werden im folgenden Arbeitsstätten in den neuen Ländern, die einem Unternehmen mit Sitz in den alten Ländern zugeordnet sind, in Beziehung gesetzt zu den Arbeitsstätten in den neuen Ländern, mit Unternehmenssitz dort selbst.¹⁶ Der umgekehrte Fall, daß ein Unternehmen mit Sitz in den neuen Ländern Arbeitsstätten in den alten Ländern unterhält, tritt so selten auf, daß er zu vernachlässigen ist. Im Einzelhandel ist ein Umsatzanteil von 0,1 vH auf solche Fälle zurückzuführen.¹⁷ Niederlassungen solcher Unternehmen außerhalb der eigenen Landesgrenzen finden sich, wenn überhaupt, ganz überwiegend ebenfalls in den neuen Ländern.

In den folgenden Ausführungen bleibt – falls nichts anderes gesagt wird – Berlin unberücksichtigt, da für dieses Bundesland keine systematische

Trennung der Zahlen der HGZ nach Berlin-West und Berlin-Ost vorliegt.

Von den 473.388 Arbeitsstätten des Einzelhandels im gesamten Bundesgebiet (ohne Berlin) befanden sich im Jahr 1993 16,7 vH (78.922) in den neuen Ländern.¹⁸ Fast die Hälfte der Geschäfte (45 vH) läßt sich dem Sonstigen Facheinzelhandel zuordnen, worunter die breite Palette des Fachhandels mit Non-Food-Artikeln fällt (vgl. Tabelle 2).¹⁹

Etwa 15.000 Verkaufseinrichtungen entfallen auf den Einzelhandel mit Waren verschiedener Art. Dazu zählen Geschäfte mit einem breiten Warensortiment ohne besonderen Sortimentsschwerpunkt (Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser, Supermärkte mit Non-Food-Abteilungen). Hinter der nächstgrößten Zahl von 12.500 Betrieben außerhalb von Verkaufsräumen verbergen sich Versandhandel, Straßen- und Marktverkaufsstände sowie Lager- und ambulanter Warenverkauf.

Anhand der Prozentzahlen (in Klammern) läßt sich erkennen, welche Anteile der Arbeitsstätten von westdeutschen Personen oder Gesellschaften gehalten werden. Diese reichen von 16,2 vH bei den Apotheken und Geschäften für medizinischen Bedarf bis zu 2,1 vH im Lebensmittelfachhandel. Insgesamt befinden sich knapp 5.700 Arbeitsstätten in westdeutschem Besitz, was einem Anteil von 7,2 vH entspricht.

Die auf die Zahl der Arbeitsstätten bezogenen relativ niedrigen Anteile erscheinen in einem anderen Licht, wenn man die Umsatzangaben für die Arbeitsstätten hinzuzieht (vgl. Tabelle 3). Hier zeigt sich, daß die Unternehmen in westdeutschem Besitz einen Umsatzanteil von 32,2 vH erreichen, also fast das Fünffache des Arbeitsstättenanteils der Betriebe in ostdeutscher Hand (vgl. Tabellen 2 und 3). Am ausgeprägtesten sind diese Umsatzdifferenzen im Lebensmittelhandel – hier sogar um das 15fache höher – und bei Betrieben mit gemischtem Sortiment, worunter die westdeutschen Kaufhauskonzerne und Supermarktketten fallen. Westdeutsche

¹⁵ Die Umsätze wurden für das Jahr 1992 erhoben. Kleinunternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 25.000 DM blieben unberücksichtigt.

¹⁶ Eine Einschränkung der Aussagefähigkeit der Zahlen der HGZ besteht darin, daß Niederlassungen westdeutscher Unternehmen, die in Ostdeutschland als eigenständiges Unternehmen agieren, als ostdeutsches Unternehmen eingeordnet werden, auch wenn sie unter Leitung einer westdeutschen Unternehmenszentrale stehen. Die aus der HGZ ableitbaren Zahlen stellen somit eine untere Grenze der Eigentumsanteile westdeutscher Unternehmen dar, die bei Berücksichtigung der soeben geschilderten Fälle nach oben korrigiert werden müßte. Diese Ungenauigkeit muß hingenommen werden.

¹⁷ Auskunft des Statistischen Bundesamts.

¹⁸ Unter Einbeziehung Berlins ergibt sich eine Gesamtzahl von 494.703 Arbeitsstätten, wovon 17,5 vH (86.321) in den neuen Ländern einschließlich Berlin-Ost liegen. Kfz-Handel und Tankstellen bleiben in den Tabellen 2, 3 und 4 unberücksichtigt.

¹⁹ Ausgenommen hiervon sind die in Tabelle 2 separat aufgeführten Apotheken, Geschäfte mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Erzeugnissen sowie der Antiquitäten- und Gebrauchtwarenhandel.

Tabelle 2:

Arbeitsstätten des Einzelhandels in den neuen Ländern 1993 nach Unternehmenssitz

Einzelhandelszweig	Arbeitsstätten			
	mit Unternehmenssitz in den neuen Ländern	mit Unternehmenssitz in den alten Ländern (in vH)		Insgesamt
Einzelhandel mit Waren verschiedener Art	13.588	1.428	(9,5)	15.016
Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln usw.	10.765	231	(2,1)	10.996
Apotheken und Facheinzelhandel mit medizinischen Artikeln	3.852	744	(16,2)	4.596
Sonstiger Facheinzelhandel	32.776	2.763	(7,8)	35.539
Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern	267	8	(2,9)	275
Einzelhandel außerhalb von Verkaufsräumen	11.986	514	(4,1)	12.500
Einzelhandel insgesamt	73.234	5.688	(7,2)	78.922

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

Firmen hatten in diesem Handelssegment mit Waren verschiedener Art einen Marktanteil von nahezu 55 vH, darunter im Einzelhandel mit Nahrungsmitteln sogar von 62 vH.²⁰ Einzig bei den Apotheken und Fachgeschäften für den medizinischen Bedarf in westdeutschem Besitz bleibt der Umsatzanteil hinter ihrem Arbeitsstättenanteil zurück.

In den neuen Ländern betrug 1992 der mittlere Umsatz je Arbeitsstätte 890.000 DM. Drei Viertel aller Arbeitsstätten lagen mit ihren Umsätzen unter 500.000 DM, während eine sehr kleine Zahl von Arbeitsstätten mit mehr als 10 Mio. DM rund 30 vH des gesamten Einzelhandelsumsatzes in den neuen Ländern auf sich vereinigte.²¹

Die überwiegend kleinbetriebliche Struktur des Einzelhandels wird auch daran deutlich, daß in den neuen Ländern durchschnittlich vier Beschäftigte pro Arbeitsstätte tätig sind. In fast der Hälfte der Fälle arbeiten nur ein oder zwei beschäftigte Personen.²² Die Zahl der Beschäftigten pro Arbeitsstätte liegt für die Betriebe in westdeutschem Besitz im Schnitt um das Dreifache höher als für die Betriebe

ostdeutscher Eigener (vgl. Tabelle 4). Den höchsten (vierfachen) Beschäftigtenbesatz erreichen die Betriebe des Einzelhandels mit Waren verschiedener Art, also die Kaufhäuser, SB- und Supermärkte.

Die Filialbetriebe westdeutscher Unternehmen sind im Durchschnitt größer, aber auch produktiver. Ihr Umsatz pro Beschäftigtem liegt in den beiden größten Sparten (Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Sonstiger Facheinzelhandel) um ein Drittel über dem entsprechenden Wert für die Betriebe in ostdeutscher Hand (vgl. Tabellen 3 und 4).

Ein empirisch abgesichertes, über den Stand der HGZ von 1993 hinausreichendes Bild der Entwicklung der Eigentumsstrukturen des Handels zu zeichnen, fällt sehr schwer. Sicher ist, daß die Aufbaudynamik des großflächigen Einzelhandels bis ins Jahr 1996 angehalten hat. In diesem Bereich (Lebensmittel-Discounter, Bau- und andere Fachmärkte, Einkaufszentren) ist der Anteil von Betrieben in westdeutscher Hand vermutlich noch ausgebaut worden. Wie aus Umfragen der Forschungsstelle für den Handel geschlossen werden kann, sind zahlreiche 1993 noch existierende kleinflächige Geschäfte ostdeutscher Eigentümer zwischenzeitlich geschlossen worden.²³ Diesen ausgeschiedenen Be-

²⁰ Mitteilung des Statistischen Bundesamts; in Tabelle 3 nicht dargestellt. Eine auf anderer Zahlenbasis beruhende Schätzung kommt zu dem Resultat, daß 51,8 vH in 1993 und 59,8 vH in 1994 des ostdeutschen Einzelhandelsumsatzes auf westdeutsche Filialunternehmen entfielen.

²¹ Vgl. KROCKOW, A.: Branchen, Standorte und Verkaufsfläche im Einzelhandel, in: *Wirtschaft und Statistik*, H. 3, 1996, S. 157.

²² Vgl. ebenda, S. 158.

²³ Aus dem dort von 1992 bis 1996 befragten Panel kleinerer ostdeutscher Einzelhandelsunternehmen schieden in diesem Zeitraum 20 vH wegen Geschäftsaufgabe aus. Vgl. LACHNER, J.; NASSUA, T.; SPANNAGEL, R.: Ergebnisse des Transformationsprozesses im Handel der neuen Bundesländer. München 1997, S. 112.

Tabelle 3:

Umsätze des Einzelhandels in den neuen Ländern 1992

- in 1.000 DM nach Unternehmenssitz -

Einzelhandelszweig	Umsätze in Arbeitsstätten		
	mit Unternehmenssitz in den neuen Ländern	mit Unternehmenssitz in den alten Ländern (in vH)	Insgesamt
Einzelhandel mit Waren verschiedener Art	15.472.358	14.069.151 (47,6)	29.541.509
Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln usw.	3.660.678	1.626.655 (30,8)	5.287.333
Apotheken und Facheinzelhandel mit mediz. Artikeln	6.185.305	558.744 (8,3)	6.744.049
Sonstiger Facheinzelhandel	16.458.340	4.917.274 (23,0)	21.375.614
Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgüter	45.879	1.955 (4,1)	47.834
Einzelhandel außerhalb von Verkaufsräumen	3.965.349	589.933 (13,0)	4.555.282
Einzelhandel insgesamt	45.787.909	21.763.712 (32,2)	67.551.621

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

Tabelle 4:

Beschäftigte in Arbeitsstätten des Einzelhandels in den neuen Ländern 1993 nach Unternehmenssitz

Einzelhandelszweig	Beschäftigte in Arbeitsstätten		
	mit Unternehmenssitz in den neuen Ländern	mit Unternehmenssitz in den alten Ländern (in vH)	Insgesamt
Einzelhandel mit Waren verschiedener Art	62.645	41.540 (39,9)	104.185
Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln usw.	25.608	908 (3,4)	26.516
Apotheken u. Facheinzelhandel mit mediz. Artikeln	24.035	3.053 (11,3)	27.088
Sonstiger Facheinzelhandel	104.303	20.076 (16,1)	124.379
Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgüter	516	24 (4,4)	540
Einzelhandel außerhalb von Verkaufsräumen	25.292	3.858 (13,2)	29.150
Einzelhandel insgesamt	242.399	69.459 (22,3)	311.858

Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des IWH.

trieben stehen aber nach wie vor mindestens ebenso viele Neugründungen gegenüber, wie die Statistik der Gewerbean- und -abmeldungen – trotz ihrer Unzulänglichkeiten – erkennen läßt.

Die Überlebenschancen neugegründeter Handelsunternehmen hängen neben anderen Faktoren (Standortwahl, Sortiment) auch mit von der Eigenkapitalausstattung ab. Im Vergleich zu den Einzelhandelsunternehmen in den alten Ländern wiesen Betriebe in den neuen Ländern im Jahr 1995 eine etwas ungünstigere Kapitalausstattung auf (vgl.

Tabelle 5). Von 1994 auf 1995 nahm der Anteil der Unternehmen mit einer Eigenkapitalquote von mehr als 30 vH um 1,2 Prozentpunkte ab. Verfolgt man die Entwicklung seit 1993, so ist jedoch eine Annäherung erkennbar: Die Kapitalausstattung der westdeutschen Betriebe verschlechtert sich, die der ostdeutschen Betriebe verbessert sich.

Darüber hinaus ist es bei den erfolgreicherer Unternehmen mit ostdeutschen Eignern inzwischen

Tabelle 5:

Eigenkapitalausstattung von Einzelhandelsunternehmen in den neuen und alten Ländern 1993-1995

Eigenkapitalquote ^a	Neue Länder			Alte Länder		
	Angaben in vH der befragten Unternehmen					
	1993	1994	1995	1993	1994	1995
unter 10 vH	38,7	39,8	36,0	31,4	30,4	33,5
10 bis 20 vH	30,2	22,5	28,7	29,2	29,1	27,8
21 bis 30 vH	12,0	14,8	15,7	16,9	17,7	17,7
über 30 vH	14,2	15,6	14,4	17,7	18,5	16,0

^a Verhältnis Eigenkapital zur Bilanzsumme.

Quelle: Eli, M.; Batzer, E.; Vögtle, C.: Lage und Perspektiven des kleinbetrieblichen Einzelhandels im Freistaat Sachsen, Dresden 1996, S. 29 (= ifo dresden studien 8); Verband der Vereine Creditreform (Hrsg.): Wirtschaftslage Handel Spätsommer 1995. Neuss, 1995, S. 20.

vermehrt zu Filialgründungen gekommen.²⁴ Unter Berücksichtigung dieser verschiedenen Hinweise läßt sich schlußfolgern, daß die mit den Zahlen der HGZ vorliegenden Eckdaten weniger veraltet sind, als der Erhebungszeitpunkt nahelegt.

Resümee und Ausblick

Das bis 1990 in der DDR ausschließlich bestehende innerörtliche Einzelhandelsnetz war darin überfordert, die nach der Wende und der Währungsunion stark expandierenden Konsumbedürfnisse der ostdeutschen Bevölkerung abzudecken. Nur durch das Engagement westdeutscher Handelsketten beim Aufbau ergänzender und zusätzlicher Netze konnten diese Bedürfnisse am Ort befriedigt werden und sich Einkaufsfahrten in die alten Länder erübrigen. Trotz dieser von Anfang an gegebenen intensiven Konkurrenz aus den alten Ländern richteten sich auf den Einzelhandelsbereich durchaus Berufs- und Einkommenshoffnungen. Dies läßt die große Zahl von Förderanträgen und Handelsgewerbeanmeldungen – speziell zwischen 1991 und 1993 – erkennen. Ostdeutsche Unternehmer faßten am leichtesten in den zur Privatisierung anstehenden Geschäften des klassischen innerörtlichen Ladenetzes Fuß, genau jenem Segment, das aufgrund des sich intensivierenden Wettbewerbs mit einem hohen Überlebensrisiko belastet war und ist. Die innerörtliche Dominanz ostdeutscher Einzelhändler wider-

spricht dem visuellen Eindruck des Vorherrschens westdeutscher Filialen in den Zentren der Städte (Filialisierung). Aufgrund der sich abzeichnenden Beseitigung von Flächenengpässen in den Innenbereichen der Städte ist zukünftig zu erwarten, daß durch rückgängige Ladenmieten die Hürden für Existenzgründungen von Einheimischen niedriger werden. In die gleiche Richtung weist der forcierte Bau innerstädtischer Einkaufszentren und Ladepassagen. Im außerörtlich und in Randlagen aufgebauten Netz ist der ostdeutsche Einzelhandel zwar inzwischen auch vertreten, wird aber dort auf mittlere Sicht nur eine Ergänzungs- und „Branchen-Mix“-Funktion für Einkaufs- und Fachmarktzentren erfüllen.

Abschließend sei noch angemerkt, daß mit wachsender zeitlicher Entfernung vom Vereinigungsjahr 1990 und mit zunehmendem Bevölkerungsaustausch zwischen Ost und West der Rückschluß aus dem hier für die Auswertung der HGZ herangezogene Kriterium „Unternehmenssitz in den alten oder den neuen Ländern“ auf ost- oder westdeutschen Unternehmensbesitz immer unzuverlässiger wird. Für die ökonomische Funktion des angestrebten neuen Mittelstands spielt es letztlich keine Rolle, aus welchen Anteilen von gebürtigen Ost- oder Westdeutschen er sich zusammensetzt.

Peter Franz
(pfr@iwh.uni-halle.de)

²⁴ Vgl. FRANZ, P. et al.: Suburbanisierung von Handel und Dienstleistungen. Ostdeutsche Innenstädte zwischen erfolgreicher Revitalisierung und drohendem Verfall. Berlin 1996, S. 107.