

Der Markt für Telefone in Deutschland: Auswirkungen der Liberalisierung	549
Einfluß des EG-Binnenmarktes auf die deutschen Bundesländer	556

Bibliothek
des
2.Ex. Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung

DEUTSCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

WOCHENBERICHT 43/92

Berlin

22. Oktober 1992

59. Jahrgang

Der Markt für Telefone in Deutschland: Auswirkungen der Liberalisierung

Im Bereich der alten Bundesländer dürfen Telefone für den einfachen Hauptanschluß seit dem 1. Juli 1990, in Ostdeutschland seit dem 1. Januar 1992 frei verkauft werden. Diese Liberalisierung betraf allerdings nach Stückzahlen nur gut zwei Drittel des Gesamtmarktes für Telefone bzw. drei Fünftel nach dem Produktionswert; der Anschluß von Apparaten an Nebenstellenanlagen unterlag nie dem Monopol der Deutschen Bundespost. In der Folge haben sich sowohl die Wettbewerbssituation der DBP Telekom als auch die Wettbewerbsbedingungen der deutschen Hersteller von Telefonen stark verändert. Das DIW hat die bisherigen Auswirkungen auf das Volumen und die Struktur sowie auf die Akteure des Marktes für Telefone untersucht und diese Entwicklung den an die Liberalisierung geknüpften Zielen und Erwartungen gegenübergestellt¹.

Rahmenbedingungen

Bis zum 1.7.1990 gehörten in Deutschland die Telefone am einfachen Hauptanschluß zum Postmonopol. Sie wurden mit dem Anschluß gemietet und waren in der Regel fest mit dem Netz verbunden. Seit der Liberalisierung dürfen Telefone privat erworben und mittels einer Steckdose, der Telekommunikations-Anschluß-Einheit (TAE), installiert werden. Voraussetzung ist, daß die Apparate zugelassen sind. Die DBP Telekom, der frühere Monopolist, nimmt als Anbieter von Telefonen am Wettbewerb teil, stellt aber selbst keine Geräte her.

Ein Kernpunkt des Poststrukturgesetzes war die Trennung des Unternehmens DBP Telekom von dem Hoheits-träger Bundesministerium für Post und Telekommunikation (BMPT). Das Ministerium soll als Regulierungsbehörde Bedingungen schaffen, die Wettbewerb im Endgeräte-markt möglich machen. Dazu gehören insbesondere die Neuregelung der Zulassung und die Installation von TAE.

Das im Wettbewerb mit anderen Anbietern stehende Unternehmen DBP Telekom konnte nicht mehr zugleich für die Zulassung von Telefonen zuständig sein; diese unter-

steht jetzt dem BMPT. Zudem wurde die technische Prüfung vom hoheitlichen Akt der Zertifizierung getrennt. Die eigentliche Zulassung wird vom BZT als vom BMPT beauftragter Behörde erteilt. Prüfungen hingegen können neben dem Bundesamt für Zulassungen in der Telekommunikation (BZT, früher ZZF: Zentralamt für Zulassungen im Fernmeldewesen) auch andere vom BMPT akkreditierte Labors vornehmen. Wie die Telefone jedes anderen Wettbewerbers müssen auch die Geräte, die die DBP Telekom vertreibt, zugelassen werden.

Mit der Neuregelung der Zulassung wurden die Voraussetzungen für eine Öffnung des deutschen Telefonmarktes auch für ausländische Anbieter deutlich verbessert. Darüber hinaus regelt die im November 1992 in Kraft tretende

¹ Heike Belitz, Jürgen Müller, Brigitte Preißl, Wolfgang Seufert: Die Entwicklung des Marktes für Telefone in der Bundesrepublik Deutschland. Auswirkungen der Liberalisierung des Endgeräte-marktes. Gutachten im Auftrag des Wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste (WIK). Erscheint in: Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste der Deutschen Bundespost, Bad Honnef, Diskussionsbeiträge Nr. 96, Oktober 1992.

Endgeräte-richtlinie der EG-Kommission² die Bedingungen für die gegenseitige Anerkennung von Zulassungen in den Mitgliedstaaten der EG.

Von zentraler Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs im Telefonmarkt ist der Austausch der alten Telefonanschlüsse gegen TAE in allen privaten Haushalten. Dies bildet die Voraussetzung für die Inbetriebnahme eines auf dem freien Markt gekauften Telefons. Das BMPT hat für die flächendeckende Installation von Telefonsteckdosen eine Frist bis zum 1.1. 1995 gesetzt und überwacht den Fortgang der Arbeiten. TAE-Dosen wurden bereits im Vorfeld der Liberalisierung installiert, ihre Zahl betrug aber Mitte 1992 erst 12,5 Millionen. In den knapp zwei Jahren seit der Liberalisierung wurden lediglich etwa 5 Millionen TAE-Steckdosen neu installiert. Zu kritisieren ist insbesondere, daß der Austausch auf Antrag des Kunden mit 65 DM in Rechnung gestellt wird. Damit wird der Wechsel von einem Miettelefon der Telekom zu einem im Einzelhandel gekauften verteuert; die Kunden werden also länger an die Telekom gebunden.

Erwartungen an die Liberalisierung

An die Liberalisierung des Marktes für Telefonendgeräte waren folgende Erwartungen geknüpft, die zum Teil auf Erfahrungen aus anderen Ländern, zum Teil auf wirtschaftstheoretischen Überlegungen beruhen³:

- die Zahl der Anbieter nimmt zu, und der Marktanteil der DBP Telekom geht sukzessive zurück;
- das Angebot an Telefonen wird vielfältiger in Bezug auf Design und Funktionen; die Konsumenten entscheiden über die Durchsetzungsfähigkeit des einzelnen Modells;
- die Gewinnerwartungen stimulieren technischen Fortschritt und führen zu einem ständigen Innovationsdruck;
- der Produktivitätsgewinn aus dem technischen Fortschritt führt bei funktionierendem Wettbewerb zu deutlichen Preissenkungen;
- die durchschnittliche Nutzungsdauer von Telefongeräten verkürzt sich, wodurch sich das Marktwachstum beschleunigt;
- ausländische Hersteller verdrängen die deutschen Telefonproduzenten durch Angebote von Billigtelefonen.

Die im folgenden dokumentierte Entwicklung des Telefonmarktes läßt bereits zwei Jahre nach der Liberalisierung erkennen, daß sich einige dieser Erwartungen erfüllt haben.

Entwicklung des Marktes seit 1990

Nach den vorliegenden Informationen über die Verkäufe bzw. Neuvermietungen der DBP Telekom und über die Ver-

Übersicht

Definition der einzelnen Telefongeräte-Typen

Standardtelefone	Herkömmliche Wählscheibenapparate, einfache Tastentelefone mit Wahlwiederholung, Kurzwahl und Tonruf
Kompakttelefone	Telefone mit integriertem Tastenfeld im Hörer
Komforttelefone	Telefone mit erweitertem Leistungsspektrum, wie z.B. Namenstasten, Display, Gebührenanzeige, Anrufbeantworter
Designtelefone	Telefone mit normalem Leistungsniveau und besonderer Formgebung
Schnurlose Telefone	Funktelefone mit einer Reichweite zur Sendestation am öffentlichen Netz von 50 Meter in Gebäuden und 300 Meter im Freien

käufe des Einzelhandels (Warenhäuser, Versender, Fachhandel, Verbrauchermärkte und in geringerem Umfang über das Fernmeldehandwerk) wurden 1991 in Westdeutschland 7,25 Mill. Telefone für den einfachen Hauptanschluß abgesetzt. Gegenüber 1990 bedeutete dies einen Zuwachs von 0,8 Mill. Apparaten (+12 vH).

Über die Endnachfrage nach Telefonen für den einfachen Hauptanschluß in Ostdeutschland gibt es für die Jahre 1990 und 1991 keine gesicherten Informationen. Laut Statistik über den innerdeutschen Warenverkehr wurden 1991 insgesamt 2,1 Mill. Telefone von West- nach

Tabelle 1

Der Markt für Telefone am einfachen Hauptanschluß¹⁾

Vertriebszweig	1990		1991	
	Stückzahl in Mill.	Anteil in vH	Stückzahl in Mill.	Anteil in vH
Telekom	6,00	93	6,00	83
Einzelhandel	0,45	7	1,25	17
Insgesamt	6,45	100	7,25	100
1) Nur Westdeutschland. Quellen: Gesellschaft für Konsumforschung; DBP Telekom; Berechnungen des DIW.				

² EG-Richtlinie 91/263/EWG.

³ Vgl. Michael Krakowski: Theoretische Grundlagen der Regulierung, in: Regulierung in der Bundesrepublik Deutschland, hrsg. von M. Krakowski, Hamburg 1988, S. 19-116. Der Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen (Hrsg.): Reform des Post- und Fernmeldewesens in der Bundesrepublik Deutschland, Heidelberg 1988.

Ostdeutschland geliefert. Einschließlich der ostdeutschen Produktion und der Direkteinkäufe in Westdeutschland dürfte die Endnachfrage 2,5 bis 3,0 Mill. Apparate betragen haben, wobei es sich zum großen Teil um Telefone für Nebenstellenanlagen handelte.

In Westdeutschland haben sich die Telefonverkäufe des Einzelhandels gegenüber 1990 nahezu verdreifacht, während Verkäufe und Neuvermietungen der DBP Telekom mit jeweils etwa 6 Mill. Apparaten gleichgeblieben sind. Der Anteil der DBP Telekom am Markt der Telefone für den einfachen Hauptanschluß ist damit 1991 von 93 vH auf 83 vH zurückgegangen (Tabelle 1). Dabei liegt der Mietanteil bei der DBP Telekom noch bei 90 vH, während von den anderen Vertriebskanälen so gut wie keine Mietapparate angeboten werden.

Betrachtet man die Nachfrage nach einzelnen Gerätekategorien (vgl. Übersicht), so zeigt sich seit 1990 eine Verschiebung hin zu höherwertigen, komfortableren und schnurlosen Telefonen. Im Einzelhandelsmarkt hatten 1990 Standardgeräte noch einen Mengenanteil von 28 vH und Komfort- und Schnurlosgeräte von gemeinsam knapp 50 vH des Telefon-Absatzes, 1991 lag der Anteil der Standardapparate nur noch bei 14 vH, und im Komfort- und Schnurlossegment wurden bereits etwa zwei Drittel aller Telefone verkauft (Tabelle 2). Gleiche Tendenzen stellt die DBP Telekom in ihrem Marktsegment fest.

Die Durchschnittspreise der im westdeutschen Einzelhandel verkauften Telefone sind von März 1990 bis zum Januar 1992 um 15 vH gefallen. In den einzelnen Gerätekategorien sind jedoch unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Besonders bei den in steigendem Umfang nachgefragten Komfort- und Schnurlostelefonen gab es erhebliche Preissenkungen (Tabelle 3). Auffällig ist auch, daß eine in anderen Ländern nach der Liberalisierung des Endgerätemarktes eingetretene „Überschwemmung“ des Marktes mit Billigangeboten in Deutschland ausgeblieben ist. Auch am hohen Anteil der Telefonverkäufe über den

Tabelle 2

Entwicklung der Gerätestruktur im Telefon-Einzelhandel¹⁾

Telefonapparate	Mengenanteil		Wertanteil	
	1990	1991	1990	1991
Typen	in vH		in vH	
Standard	28	14	13	6
Kompakt	21	17	8	6
Design	4	4	3	3
Komfort	34	42	29	27
Schnurlos	13	23	47	58
Insgesamt	100	100	100	100

¹⁾ Nur Westdeutschland.
Quellen: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK); Berechnungen des DIW.

Fachhandel, auf den Ende 1991 bereits zwei Drittel des westdeutschen Einzelhandelmarktes entfielen, wird sichtbar, daß die Konsumenten in Deutschland eher höherwertige Geräte bevorzugen, bei denen ein größerer Beratungsbedarf besteht.

Die Entwicklung der Zulassungszahlen von 40 zugelassenen Telefonmodellen im Juni 1990 auf 480 Telefonmodelle im Juni 1992 dokumentiert die Erweiterung der Angebotsvielfalt. Die Liberalisierung machte sich hier allerdings nicht sofort, sondern erst nach einem halben Jahr in Form einer Antragsflut bemerkbar.

Bei mindestens einem Drittel der durch das BZT zugelassenen Telefone ist der Zulassungsinhaber ein ausländisches Unternehmen. Im ersten Halbjahr nach der Marktöffnung ging der Anteil der im Ausland produzierten Geräte im westdeutschen Einzelhandel zunächst zurück. Das wachsende Angebot deutscher Marken und deren erstmaliges

Tabelle 3

Entwicklung der Endverkaufspreise im Telefon-Einzelhandel¹⁾

Telefonapparate	Durchschnittspreise März 1990 DM	Durchschnittspreise Januar 1992 DM	März 1990 = 100
Typen			
Standard	153	104	68
Kompakt	66	133	202
Design	164	253	154
Komfort	457	186	41
Schnurlos	988	752	76
Insgesamt			85 ²⁾

¹⁾ Nur Westdeutschland. — ²⁾ Gewichtet mit den Absatzmengen von 1991.

Quellen: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK); Berechnungen des DIW.

Tabelle 4

**Anteile deutscher und ausländischer Anbieter im Telefon-Einzelhandel¹⁾
in vH**

Zeitraum	8/89-1/90	2/90-7/90	8/90-1/91	2/91-7/91	8/91-1/92
Anbieter	Anteile an Telefonen				
Deutsche	60	60	70	59	57
Ausländische	5	25	27	45	37
„Andere“ ²⁾	35	15	3	6	6
Insgesamt	100	100	100	100	100
	Anteile am Umsatz				
Deutsche	65	62	69	54	47
Ausländische	19	30	29	43	50
„Andere“ ²⁾	16	8	2	3	3
Insgesamt	100	100	100	100	100

¹⁾ Nur Westdeutschland. — ²⁾ Nicht identifizierbar.
Quellen: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK); Berechnungen und Schätzungen des DIW.

Auftreten stützten hier den Absatz deutscher Hersteller. In der Folgezeit setzten sich ausländische Telefone jedoch immer mehr durch, insbesondere im Bereich der schnurlosen und der Komfortgeräte. Dies führte dazu, daß im 2. Halbjahr 1991 erstmals mehr Umsätze mit importierten als mit inländischen Telefonen getätigt wurden (Tabelle 4). Hinsichtlich der Menge geht der Trend in dieselbe Richtung, die deutschen Geräte haben hier jedoch immer noch den größeren Anteil. Die höheren Umsätze hatten aber die ausländischen Anbieter wegen des hohen Anteils an schnurlosen Telefonen. Daß in Deutschland kaum ausländische Billiganbieter vertreten sind, erklärt sich zum Teil daraus, daß sich die Kosten für das Zulassungsverfahren (bis zu 100 000 DM) bei einfacheren Geräten vielfach kaum amortisieren.

Die veränderte Rolle der DBP Telekom auf dem deutschen Telefonmarkt

Der Wettbewerb auf dem Telefonendgerätemarkt zwang die DBP Telekom, ihr Beschaffungswesen zu straffen und im Hinblick auf die Markterfordernisse flexibler zu gestalten. Vieles davon wurde durch unternehmensinterne Organisationsveränderungen erreicht. Durch die Umstellungen auf eine nachfragegerechte und effiziente Abwicklung der Telefoneinkäufe wird von den Zulieferern der DBP Telekom ein hohes Maß an Flexibilität verlangt; das Risiko des Marktes wird so in weiten Teilen auf die Telefonproduzenten verlagert.

Die Auftragsvergabe umfaßt zwei Stufen. Unter denjenigen Firmen, die Interesse an einer Ausschreibung bekunden, wird zunächst ein „Teilnahmewettbewerb“ veranstaltet, in dem die Unternehmen, die für einen Auftrag in Frage kommen, durch Erhebung gezielter Informationen zu Produktionskapazitäten, Erfahrungen in der Endgeräteherstellung und bei Qualitätssicherungssystemen heraus-

gefiltert werden. Die „Sieger“ werden zur Erstellung eines Angebotes aufgefordert. Der Gewinner in der zweiten Stufe des Anbieterwettbewerbs bekommt in der Regel nur einen Teil des Gesamtauftrages zugewiesen. Firmen mit weniger günstigen Angeboten erhalten eine Option für die Lieferung jeweils geringerer Mengen zum Preis des billigsten Angebotes.

Durch die Veränderung der Auftragsvergabe, die bereits Mitte der achtziger Jahre begann, erreichte die DBP Telekom eine ständige Senkung der Einkaufspreise für Telefone. Dies spiegelt einerseits technischen Fortschritt und gefallene Produktionspreise wider, geht andererseits auf verschärften Wettbewerb unter den Anbietern zurück. Der Einkaufspreis für ein Standardmodell fiel beispielsweise innerhalb von zwei Jahren um etwa 30 vH. Die Zahl der Auftragnehmer pro Lieferung nahm ständig ab, so daß nun nicht mehr — wie noch zu Beginn der achtziger Jahre — alle deutschen Telefonproduzenten mit einer ununterbrochenen Berücksichtigung bei der Auftragsvergabe rechnen können.

Die DBP Telekom hat sich strategisch auf die veränderten Bedingungen des Marktes eingestellt. Ihr Ziel ist es, in den nächsten Jahren etwa gleichbleibende Mengen von Telefonen abzusetzen und damit ihren Marktanteil nicht unter 70 bis 75 vH fallen zu lassen. Sie sieht ihren Wettbewerbsvorteil weniger im Preis als in der Qualität, den Verbundvorteilen als Netz- und Diensteanbieter, der Flächendeckung, dem Beratungs- und Kundendienst, dem charakteristischen Design und einer fortschrittlichen Technik.

Auswirkungen auf die Telefonproduktion in Deutschland

Die Datenlage zum Telefonmarkt läßt nur in begrenztem Umfang Aussagen zu den Auswirkungen der Liberalisierung auf die Produktion von Telefonen in Deutschland zu.

Tabelle 5

Produktion von Telefonen in Westdeutschland

	1990		1991	
	1. Hj.	2. Hj.	1. Hj.	2. Hj.
Menge in Mill.	6,8	12	9,8	8,3
Wert in Mill. DM	1 129,4	1 277,1	1 305,5	1 170,5
Durchschnittlicher Produktionswert in DM pro Stück	166	106	133	141
<i>Quellen:</i> Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.				

So sind die Daten der amtlichen Statistik zur Telefonproduktion mit den Informationen zur inländischen Verwendung in West- und Ostdeutschland sowie zu den Ausfuhren nicht kompatibel. Außerdem werden nur Telefonexporte, die vorwiegend für den einfachen Hauptanschluß vorgesehen sind, in der Außenhandelsstatistik explizit in der Position „Fernsprechapparate“ erfaßt, während Telefone für Nebenstellen in der Außenhandelsstatistik auch verdeckt in der Position „Vermittlungseinrichtungen“ enthalten sind.

In der Produktionsstatistik werden Telefone in der Position „Sprachendgeräte“ erst seit Beginn des Jahres 1990 separat ausgewiesen. Laut Produktionsstatistik wurden in Deutschland in den Jahren 1990 und 1991 18,8 Mill. bzw. 18,1 Mill. Telefone hergestellt. Mit der Liberalisierung gab es einen sprunghaften Anstieg der halbjährlichen Produktionsmenge von 6,8 Mill. Telefonen im 1. Halbjahr 1990 auf 12 Mill. Telefone im 2. Halbjahr 1990. Gleichzeitig sank der durchschnittliche Produktionswert pro Stück von 166 DM auf 106 DM (Tabelle 5). Seitdem sind die halbjährlichen Produktionsmengen bis zum Ende des Jahres 1991 gesunken, wobei der durchschnittliche Produktionswert pro Gerät auf 141 DM stieg.

Im Außenhandel Deutschlands mit Telefonen, die vorwiegend für den einfachen Hauptanschluß bestimmt sind, nimmt seit der Marktöffnung der negative Saldo zu. Während der durchschnittliche Wert eines eingeführten Telefons von 59 DM im Jahr 1989 auf 110 DM im Jahr 1991 stieg, sank er bei den ausgeführten Telefonen im gleichen Zeitraum von 95 DM auf 68 DM (Tabelle 6).

Reaktionsstrategien der Unternehmen

Seit Juli 1990 haben sich vier kleine und mittelgroße westdeutsche Anbieter vom Telefonendgerätemarkt zurückgezogen, ein Anbieter ist hinzugekommen. Außerdem produzieren in Ostdeutschland drei dem mittelständischen Bereich zuzuordnende Unternehmen Telefonendgeräte für den einfachen Hauptanschluß. Ein weiteres kleines Unternehmen hat dort die Telefonproduktion Mitte des Jahres 1992 aufgenommen.

Die Unternehmen, die zum Zeitpunkt der Liberalisierung in Westdeutschland Telefone herstellten, lassen sich drei Gruppen zuordnen, die in Reaktion auf die Veränderungen des Marktes jeweils verschiedene Strategien verfolgen:

1. Vier Marktführer, die in international operierende Konzerne eingebunden sind und ein breites Spektrum von Telekommunikationsgütern produzieren.

Zwei der größeren Produzenten gehören zu ausländischen Konzernen, die planen, ihre Telefonproduktion demnächst an Standorten außerhalb Deutschlands zu konzentrieren. Diese Unternehmen rationalisieren durch die Zusammenfassung von Produktionsstandorten und die Automatisierung der Fertigung. Ihre Anpassungsstrategie entspricht dem für viele Telekommunikationsprodukte zu beobachtenden Trend einer grenzüberschreitenden Konzentration.

2. Fünf mittelgroße Unternehmen mit elektrotechnischen Produkten und der Spezialisierung auf einzelne Bereiche der Telekommunikationstechnik.

Tabelle 6

Außenhandel Deutschlands mit Telefonen¹⁾

	1987	1988	1989	1990	1991
Stückzahl					
Einfuhr	857 681	1 223 880	1 484 559	2 469 557	3 525 381
Ausfuhr	717 880	1 011 414	1 869 244	2 206 024	2 819 294
Saldo	—139 801	—212 466	384 685	—263 533	—706 087
Wert pro Telefon in DM					
Einfuhr	75	104	59	64	110
Ausfuhr	147	142	95	78	68

¹⁾ Vorwiegend für den einfachen Hauptanschluß.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW.

Diese Unternehmen sind in vorwiegend nationalen Gesellschaften mit anderen verbunden oder sind Gemeinschaftsunternehmen von großen Konzernen. Einige dieser Unternehmen ziehen sich aus der Produktion analoger schnurgebundener Telefonendgeräte zurück, einige spezialisieren sich auf höherwertige Geräte und Geräte der nächsten Generation. Als Gründe für die Wahl dieser Strategie werden der rapide Preisverfall im Inlandsmarkt und die zu erwartenden Marktanteilsverluste der deutschen gegenüber fernöstlichen Herstellern angegeben.

3. Acht kleine mittelständische Unternehmen in Westdeutschland mit einem kleineren Produktspektrum, das neben Telefonen auch Meß- und Prüftechnik sowie Zulieferteile umfaßt.

Diese mittelständischen Hersteller schlossen sich im Mai 1989 zu einem Rationalisierungskartell, der Mittelstandsvereinigung Telefon (MVT), zusammen. Für eine Übergangszeit bis Ende 1992 bietet die DBP Telekom der MVT bei jeder für sie in Frage kommenden Auftragsvergabe Aufträge in einer Größenordnung an, die sich aus den Marktanteilen der beteiligten Firmen vor der Liberalisierung ergibt (etwa 20 vH). Die Auftragserteilung ist an den Preiseintritt in das günstigste Angebot gebunden.

Die Gründung der MVT ist ein Versuch, auf Produktivitätstrends zu immer höheren Mindestlosgrößen mit Mitteln der Kooperation und nicht, wie die größeren Hersteller, mit Konzentration zu reagieren. Ansatzpunkte der MVT-Aktivitäten sollten einmal die Verbesserung der Einkaufspreise und -bedingungen durch Zusammenfassung des Materialbedarfs sein. Zum anderen sollten durch Arbeitsteilung zwischen MVT-Mitgliedern Rationalisierungsvorteile in Entwicklung und Fertigung entstehen.

Die Entwicklung zeigt jedoch, daß die Größenvorteile des Rationalisierungskartells in Konkurrenz zur konzentrierten Fertigung der Großunternehmen nach der Liberalisierung immer weniger zum Tragen kommen. Die MVT hat bei der Vergabe großer Aufträge im Jahr 1992 ihre Eintrittsmöglichkeit in das jeweils günstigste Angebot bisher nicht mehr nutzen können; nach Herstellerangaben hätten die gebotenen Preise die variablen Stückkosten nicht mehr gedeckt.

Produktionsbedingungen

Die Telefonproduktion weist eine geringe Produktionstiefe auf, viele zur Herstellung notwendige Teile werden extern zugekauft, einer preisgünstigen Materialbeschaffung kommt also große Bedeutung zu. Eine Koordinierung der Einkaufsaktivitäten etwa in einer Unternehmenskooperation wie der MVT ist also ein durchaus sinnvoller Ansatz zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit kleinerer Unternehmen.

Insbesondere für das Segment der Standardapparate ist die Automatisierung in den letzten Jahren weiter fortgeschritten. Das hat dazu geführt, daß immer höhere Min-

deststückzahlen erreicht werden müssen, um die Anlagen auszulasten.

Waren 1988 für große und kleine Telefonproduzenten die Herstellkosten etwa gleich, da die einen Vorteile bei den variablen Stückkosten, die anderen bei den Gemeinkosten aufwiesen⁴, gilt dies nun nicht mehr uneingeschränkt. Insbesondere bei der automatisierten Massenfertigung von einfachen Telefonen dominieren inzwischen die Vorteile der Senkung der variablen Stückkosten.

Auf dem Telefonmarkt findet ein harter Kampf um den Verbleib im Markt statt, der sich nicht nur zwischen Groß- und Kleinunternehmen, sondern auch unter den Großen abspielt. Die schlechtere Ausgangsposition in diesem Wettbewerb haben die Unternehmen, die von ihrer Dimensionierung her nicht Kapazitäten aufbauen können, die die Produktion von über zwei Millionen Telefonen pro Jahr erlauben und die bei einem beschränkten Produktsortiment nicht über Spielräume verfügen, um die Erhaltung der Marktposition durch Inkaufnahme zeitweiliger Verluste bei einem Produkt zu ermöglichen.

Produkterneuerung, Sortimentspolitik

Der Modellwechsel wird in Zukunft in kürzeren Zeitabständen erfolgen. Die Erneuerung der Produkte zielt dabei eher auf eine Anpassung des Designs an modische Trends („facelifting“) als auf wesentliche technische Veränderungen. Um große Serien automatisiert fertigen und gleichzeitig eine große Variantenvielfalt anbieten zu können, werden zusätzliche Funktionen in Telefone eingebaut, die nach Bedarf aktiviert werden. Diese technische Entwicklung zur flexiblen automatisierten Telefonproduktion ermöglicht deren weitere Konzentration.

Da der Handel aus Kostengründen bei wachsender Angebotsvielfalt zur Bündelung der Bezugsquellen tendiert, sehen sich besonders die kleinen Hersteller zur Erweiterung ihres Produktspektrums gezwungen. Sie greifen dabei auch auf den Zukauf von Telefonen zurück, die sie unter ihrer Marke anbieten⁵.

Diversifizierung der Abnehmer

Eine wesentliche Veränderung durch die Liberalisierung des Endgerätmarktes ist die Erweiterung der Absatzmöglichkeiten für die Hersteller. Bei abnehmendem Marktanteil der DBP Telekom und ihrer Konzentration auf wenige Lieferanten ist es für Produzenten wichtig, sich andere Absatz-

⁴ Vgl. Peat Marwick: Branchen- und Wettbewerbsstruktur der Anbieter von Endgeräten (Fernsprechapparaten) in der Bundesrepublik Deutschland und in ausgewählten Ländern, Frankfurt 1988 (unveröffentlicht).

⁵ Es handelt sich um sog. OEM-Produkte, die von Original Equipment Manufactures bezogen werden.

kanäle zu erschließen. Auffällig ist, daß sich viele deutsche Herstellerfirmen im Hinblick auf die Liberalisierung des Marktes eher zurückhaltend auf den Einzelhandelsmarkt einstellten. Auch eine Ausdehnung des Absatzes auf ausländische Märkte als Reaktion auf die Öffnung des deutschen Marktes für die internationale Konkurrenz blieb auf wenige, überwiegend sehr große Unternehmen beschränkt. Der Auslandsmarkt ist allerdings für „Neueinsteiger“ oft wegen der Inkompatibilität der Geräte im analogen Netz wenig interessant. Zudem werden auch im europäischen Ausland von den jeweiligen PTT⁶ an ausländische Anbieter bisher nur in geringem Umfang Aufträge für Telefonendgeräte vergeben.

Die kleineren Telefonproduzenten — vorwiegend mittelständische Unternehmen — waren früher mit hohen Anteilen ihres Umsatzes Lieferanten der DBP Telekom. Große Unternehmen der Elektro- und Fernmeldeindustrie erzielen demgegenüber nur relativ geringe Teile ihres Umsatzes mit der Telefonproduktion. Die Erweiterung des Kundenkreises auf den Handel einerseits und auf das Ausland andererseits ist damit für die größeren Firmen oft leichter als für kleine, da diese durch die Tätigkeit auf anderen Märkten der Elektro- und Fernmeldebranche bereits über Vertriebskanäle verfügen, die auch für Telefone genutzt werden können.

Fazit

Die mit der Liberalisierung des Marktes für Telefone am einfachen Hauptanschluß verbundenen Erwartungen haben sich bislang zum Teil erfüllt. Dies gilt insbesondere für die starke Erweiterung der Produktpalette, die Preissenkungen und das vor allem durch den vorzeitigen Ersatz alter Telefone getragene Marktwachstum. Auch der weiterhin hohe Marktanteil des ehemaligen Monopolisten DBP Telekom, der 1991 noch über vier Fünftel der Endnachfrage bediente, entspricht den Erfahrungen aus anderen europäischen Ländern, in denen der Endgerätemarkt ebenfalls liberalisiert wurde.

Im Unterschied zu ausländischen Beispielen hat es in Deutschland allerdings keinen Nachfrageboom nach den

überwiegend im Fernen Osten produzierten Billigtelefonen gegeben. Die DBP Telekom bezieht bislang keine Telefone von ausländischen Herstellern, und im Telefoneinzelhandel, der Ende 1991 bereits über die Hälfte seiner Apparate aus dem Ausland bezog, lag das Schwergewicht des ausländischen Angebots bei den Komfort- und Schnurlosgeräten.

Trotz des bislang relativ geringen internationalen Wettbewerbsdrucks ist heute schon absehbar, daß die überwiegende Zahl der kleinen und mittleren deutschen Telefonhersteller nur geringe Überlebenschancen im Markt für Telefone am einfachen Hauptanschluß haben. Diesen Unternehmen ist es nur in Einzelfällen gelungen, einen Zugang zum Einzelhandelsmarkt oder zu Auslandsmärkten zu finden, da sich die Nachfrage der DBP Telekom mehr und mehr auf die großen deutschen Telefonhersteller konzentriert, die preisgünstiger anbieten können.

Die DBP Telekom wird mit großer Wahrscheinlichkeit auch in den nächsten Jahren noch eine dominierende Marktstellung haben. Die Konzentration unter den deutschen Telefonproduzenten bringt deshalb die Gefahr einer nachlassenden Wettbewerbsdynamik mit sich. Die DBP Telekom sollte deshalb ihren Lieferantenkreis prinzipiell auch für ausländische Anbieter offen halten. Um zu gewährleisten, daß die von der Telekom erzielten Preisvorteile von der Telekom auch an ihre Kunden weitergegeben werden, sollten außerdem die technischen Voraussetzungen für den Anschluß von im Einzelhandel gekauften Telefonen beschleunigt geschaffen werden. Mitte 1992 waren von der DBP Telekom erst knapp 40 vH der westdeutschen Telefonhauptanschlüsse mit einer Teilnehmerabschlußeinrichtung (TAE-Dose) versorgt worden. Sinnvoll wäre hier zunächst die Zulassung der Selbstinstallation des Netzabschlusses, wie er in diesem Jahr von der DBP Telekom bereits vorgeschlagen, bislang aber noch nicht realisiert wurde, sowie eine deutliche Senkung der Gebühren für ein vorzeitiges Anbringen von TAE-Dosen.

⁶ Staatliche oder halbstaatliche Monopolunternehmen für Post, Telegraphie, Telefon, PTT genannt.

Einfluß des EG-Binnenmarktes auf die deutschen Bundesländer

Die Vollendung des Europäischen Binnenmarktes steht — wenn auch mit einigen erwarteten Abstrichen — kurz bevor. Neben gesamtwirtschaftlichen und mikroökonomischen Analysen zu den Auswirkungen des Binnenmarktes gibt es eine Reihe von Untersuchungen, die sich besonders mit den Wirkungen auf die Bundesländer in Deutschland befassen. In einer jüngst vorgelegten Studie¹ hat das DIW den Stand der Forschung auf dem Gebiet der regionalen Auswirkungen untersucht. Die Querschnittsanalyse macht sowohl Chancen und Risiken, die sich aus dem Binnenmarkt für die Bundesländer ergeben, als auch Defizite in der Forschung, der Information und den Anpassungsstrategien der Politik und der Unternehmen offenkundig.

In der Studie wird zunächst eine Übersicht über die Forschungsergebnisse für die Bundesländer und verschiedene Unterregionen gegeben. Der Literaturanalyse folgt ein zusammenfassender Aufriß der wichtigsten Probleme, die sich aus der Realisierung des Binnenmarktes für die Wirtschafts- und Regionalpolitik ergeben, und der in den Untersuchungen gemachten Vorschläge, diese Probleme zu entschärfen bzw. die Impulse des Binnenmarktes besser zu nutzen. Um auch Anhaltspunkte für die — nicht oder kaum dokumentierten — neuen Bundesländer zu gewinnen, wurden über den Auftrag der Untersuchung hinaus auf Länderebene die Fraktionen der politischen Parteien, die Wirtschaftsministerien, Industrie- und Handelskammern sowie andere wichtige Institutionen befragt.

Ziel des „Cecchini-Berichts“² war die Erfassung der „Kosten der Nichtverwirklichung Europas“ auf mikroökonomischer (Unternehmens-) und makroökonomischer (gesamtwirtschaftlicher) Ebene. Ist es schon schwierig, fundierte wissenschaftliche Aussagen über gesamtwirtschaftliche Effekte zu machen, so gilt dies erst recht für eine Aufteilung dieser Effekte auf die Regionen — einen Bereich, den die Cecchini-Studie nicht berücksichtigt. So erstaunt es nicht, daß auch unter den vorliegenden Untersuchungen für die nationale Ebene sektorale Analysen unter Einbeziehung von Standortfaktoren dominieren. Um das regionale Entwicklungspotential zu bestimmen, werden in den meisten Studien Indikatoren zur Messung der regionalen Betroffenheit und Wettbewerbsfähigkeit verwendet.

Die grundsätzliche Problematik der Untersuchungskonzepte besteht darin, daß einmal unterstellt wird, die „Gesamteffekte“ — statistische Repräsentativität vorausgesetzt — würden auch entsprechend für die betrachtete Region gelten und daß zum anderen die regionsbezogenen Spezialeinflüsse und die Wechselwirkung mit anderen Faktoren, die durchaus dominieren können (deutsche Vereinigung) vielfach nicht berücksichtigt werden. Die Ergebnisse hängen dabei auch vom jeweils untersuchten Branchenspektrum bzw. Aggregationsgrad der Analyse ab, da sich für Teilsektoren im Binnenmarkt unterschiedliche Ergebnisse und Anpassungserfordernisse ergeben.

Es wurde auch deutlich, daß in viele Gutachten Vorurteile über scheinbar feststehende Tendenzen eingeflossen sind, die sich heute, nur wenige Jahre später, aufgrund der Veränderungen in Europa kaum noch halten lassen. Bis vor kurzem wurde in fast allen Studien für Deutschland ein in der Entwicklungsdynamik kaum veränderliches Nord-

Süd-Gefälle unterstellt, flossen von einem Gutachten in das andere populäre Versionen von der „Blauen Banane“ und vom „Sunbelt“ als den beiden zukünftigen Gewinnerregionen der europäischen Integration ein, während die aktuelle Entwicklung schon jetzt eine Verschiebung des wirtschaftlichen Schwerpunkts eher nach Norden und Osten erwarten läßt. Die fortschreitende Integration im Europäischen Wirtschaftsraum wird diesen Trend mit der Einbeziehung der skandinavischen Länder noch verstärken.

Trotz unterschiedlicher Ziele und Methoden der einzelnen Untersuchungen läßt sich ein allgemeiner Vergleich hinsichtlich der Ergebnisse zur jeweiligen regionalen Betroffenheit ziehen (s. Übersicht). Die Betroffenheit ist beispielsweise dann absolut hoch, wenn es sich um Grenzregionen handelt, wenn die Handelsverflechtung mit anderen EG-Regionen sehr hoch ist, wenn die absehbare Entwicklung der großräumlichen Struktur der Europäischen Gemeinschaft der Region einen zentralen Platz einräumt oder wenn Branchen, die durch die Binnenmarktmaßnahmen in herausragendem Maße gefördert oder beeinträchtigt werden, in der entsprechenden Region stark vertreten sind. Wirken mehrere dieser Faktoren in positiver Richtung (z.B. Raum Frankfurt/M.), so ist die positive ökonomische Betroffenheit insgesamt höher als etwa in ländlichen Gebieten Schleswig-Holsteins, Niedersachsens oder Bayerns. Tendenziell ist die (z.T. negative und positive) Betroffenheit in Grenzregionen oder den EG-Binnengrenzen nahen Bundesländern (Baden-Württemberg) größer als in EG-ferneren Regionen (Teile etwa Niedersachsens und Schleswig-Holsteins, Ostbayern).

Stärken-Schwächen-Analyse

Die aus der Betroffenheitsanalyse entwickelte vergleichende Darstellung zeigt ansatzweise, wo die regionsspezifischen Stärken und Schwächen liegen. Schwieriger wird es, wenn nach den notwendigen wirtschafts- und regional-

¹ Der Einfluß des Europäischen Binnenmarktes auf die Regionen in der Bundesrepublik Deutschland. Zum Stand der Forschung. Gutachten im Auftrag der Sozialistischen Fraktion des Europäischen Parlaments. Bearbeiter: P. Hrubesch, J. Volz. Berlin Juli 1992

² Vgl. Paolo Cecchini: Europa '92 — Die Vorteile des Binnenmarktes, Baden-Baden 1988.

politischen Anpassungsstrategien bzw. Antworten auf die Herausforderungen des Binnenmarktes für bestimmte Regionen gefragt wird. Hier wird bei der Analyse der verschiedenen Studien eine gewisse Verlegenheit offenbar, denn häufige Feststellungen z.B. der Art, daß eine bessere Qualifizierung der Arbeitnehmer oder eine bessere Infrastruktur die Wettbewerbsfähigkeit im EG-Binnenmarkt erhöhen, gelten so allgemein, daß sie für die jeweilige Region nur dann hilfreich sein können, wenn sie im einzelnen spezifiziert sind (z.B. bestimmte Sprachkenntnisse im Grenzraum oder die Ergänzung der FuE-Struktur im Hinblick auf bestimmte Binnenmarkt-Erfordernisse).

Es zeigt sich, daß eine Reihe von Studien sich zwar ausführlich mit der statischen Analyse der Situation der regionalen Wirtschaft und deren struktureller Anpassungsfähigkeit befaßt, Binnenmarktp Probleme aber nicht oder nur am Rande berührt. Auch bei den Ergebnissen und den wirtschaftspolitischen Strategieempfehlungen stellt man fest, daß — nicht zuletzt aufgrund von Unsicherheiten bezüglich der Regionalwirkung des EG-Binnenmarktes — Vorschläge unterbreitet werden, die auch ohne die Nähe des magischen Jahreswechsels 1992/93 sinnvoll sind. Dies trifft zum Beispiel auf den Handlungsbedarf im Bildungs- und Qualifizierungsbereich zu, ebenso auf die Forderung an die Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, ein Investitionsklima zu schaffen, das die Gewerbe- und Industrieansiedlung günstig beeinflusst. Der EG-Binnenmarkt akzentuiert in vielen Politikbereichen nur einen ohnehin vorhandenen Handlungsbedarf.

Ein besonderes Problem bilden die Gefahren, die für die klein- und mittelständischen Unternehmen vom EG-Binnenmarkt ausgehen. Daher werden in den Empfehlungen bzw. den schon praktizierten Strategien Maßnahmen für solche Unternehmen besonders hervorgehoben, und es wird betont, daß eine Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Region von zentraler Bedeutung sei. Alles in allem dominiert die Auffassung, der Staat habe die Rahmenbedingungen so zu gestalten, daß sich unternehmerische Eigeninitiative als die tragende Säule im weiteren Entwicklungsprozeß entfalten kann. Zentrales Anliegen der Unternehmen sei der Bedarf an speziellen Informationen über Fragen des EG-Rechts, der Finanzierung, der Kooperation und der ausländischen Märkte.

Defizite in der Abschätzung der Binnenmarktfolgen ...

Die Schwerpunkte der Regionalanalysen liegen bei den sektoralen Auswirkungen des Binnenmarktes. Dabei bleibt die ökologische Dimension zunächst unberücksichtigt. Verkehrspolitische Empfehlungen, die aus der mit Sicherheit zu erwartenden kräftigen Zunahme des Straßen- und Flugverkehrs abgeleitet werden, beziehen die Kosten der ökologischen Folgewirkungen wie Versiegelung der Landschaft durch Straßen und Flughäfen oder Erhöhung der Schadstoff- und Lärmemissionen nicht mit ein.

So müßten die sektoralen Einzelbetrachtungen der Regionalwirkung sehr viel stärker als bisher in eine integrierte Analyse einmünden, in der nicht nur die intersektoralen Wechselwirkungen von erwarteten Wachstumsveränderungen, sondern auch die ökologischen Implikationen Berücksichtigung finden. Nur so lassen sich längerfristige Konzepte entwickeln, die tragfähig sind.

Dabei müßten auch die ländlichen Räume einbezogen werden. Soweit der Agrarbereich in den Studien überhaupt angesprochen wird, werden aber bestenfalls allgemeine Empfehlungen zur einkommenssichernden und umweltfreundlichen Gestaltung der Agrarpolitik gegeben. Nötig wäre indes eine Analyse der Wirkungen des Binnenmarktes auf die ländlichen Räume unter Einbeziehung sowohl der Land- und Forstwirtschaft als auch der anderen raumordnungswirksamen Elemente. Die Zunahme der Konzentration in den Ballungsräumen verstärkt nämlich die Bedeutung der ländlichen Räume als ökologische Regenerationszonen und als Siedlungspotentiale für Wohnen, Freizeit, Gewerbe und Infrastruktur. Integrierte Agrar- und Regionalpolitik wird mit dem Binnenmarkt vordringlicher denn je. Dies zeigt sich heute bereits u.a. in der dringend erforderlichen Kooperation zwischen Stadtstaaten und den sie umgebenden Flächenstaaten (Berlin — Brandenburg, Hamburg Schleswig-Holstein, Bremen/Hamburg — Niedersachsen).

... insbesondere für die neuen Bundesländer

In den neuen Bundesländern sind die Binnenmarktwirkungen bisher kaum ein Forschungsthema. Aus der Befragung durch das DIW geht aber hervor, daß Unternehmen, Verbände und Behörden in dieser Hinsicht einen großen Bedarf an Information haben. Forschungs- und Informationsdefizite machen sich hier um so schmerzhafter bemerkbar, als sich mit der Verschärfung des Wettbewerbs im Binnenmarkt die Anpassungsprobleme Ostdeutschlands eher verstärken dürften. Zwar wird produktives Kapital aus anderen EG-Ländern unter Binnenmarktbedingungen leichter den Weg auch in die neuen Bundesländer finden, und mit der durchgängigen Einstufung als „Ziel-1-Regionen“³ werden auch mehr Mittel aus den Strukturfonds nach Ostdeutschland fließen. Auf der anderen Seite dürfte aber der Zustrom an Transferzahlungen angesichts knapper Kassen tendenziell eher sinken, und auch bei der Zubilligung von Steuererleichterungen setzt die EG-Beihilfenkontrolle enge Grenzen.

Ein wichtiger Grund für die mangelnde Thematisierung der Binnenmarkteffekte ist die Tatsache, daß in Ostdeutschland, sicher aber auch in Teilregionen der alten Bundesländer (Hof, Braunschweig) noch die Effekte der

³ Regionen mit Entwicklungsrückstand: das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner erreicht weniger als 75 vH des EG-Durchschnitts.

Charakteristische Stärken und Schwächen der Bundesländer/Regionen im EG-Binnenmarkt
ausgewählte Indikatoren

	Stärken	Schwächen
Baden-Württemberg	— Lage auf Wachstumsschiene — Infrastruktur — Branchenstruktur — Exportstruktur — Finanzdienstleistungen: Chancen, vor allem Bausparkassen — Maschinenbau, Pharmazie und Medizinaltechnik sehr wettbewerbsfähig — hoher Ausbildungsstand	— Gefahr für Zulieferer durch verstärkte Importe — Verkehrsleistungen unter Kosten- und Wettbewerbsdruck — Baugewerbe: Probleme durch zu kleine Unternehmensgrößen — Automobilindustrie: Zulieferer haben hohe Kosten — Arbeitskräftemangel
Bayern	— kaum Krisenbranchen — hoher Anteil des Produktionssektors — hoher Standard bei FuE — ausgewogene Struktur von unterschiedlichen Branchen und Betriebsgrößen — hoher Wohn- und Freizeitwert — günstige Verteilung von Subzentren — Entwicklungschancen durch Öffnung nach Süd-Osten	— relative Randlage, insbesondere Nordostbayern — Probleme im Ballungsraum München (Kosten, Umweltbelastung) — insgesamt relativ geringe regionale Disparitäten — niedriges durchschnittliches Lohn- und Produktivitätsniveau — hoher Agraranteil
Berlin	— Ost-West-Scharnier — langfristig: zentrale europäische Lage — hohes Forschungs- und Entwicklungspotential — günstige „weiche“ Faktoren (Kultur, Freizeitwert)	— Verzerrung der Struktur des verarbeitenden Gewerbes — Wegfall von Subventionen trifft mehrere Bereiche — hohe Energie- und Lohnkosten — Flächenknappheit
Brandenburg	— potentielle Transitregion für Ost- und Westeuropa — „know-how“ aus früheren Osthandelsbeziehungen — künftige Wirtschaftseinheit mit Berlin	— Randlage in der EG, sofern Handel mit Polen nicht entscheidend belebt wird — Schwierigkeiten durch erhebliche Altlasten (Militärstandorte) — Rückstand in der Wirtschaftsstruktur
Bremen	— gute Anbindung der Häfen nach Osteuropa, Skandinavien, Ost-Asien — günstige „weiche“ Standortfaktoren	— rückläufige Beschäftigungszahlen — schwache BIP-Entwicklung — Struktur der Banken u. Versicherungen
Hamburg	— traditionelle Beziehungen zu EFTA-Ländern jetzt von besonderem Vorteil, „Brückenkopf“ zu Skandinavien und dem nördlichen Osteuropa — starke Exportorientierung — Banken-, Versicherungs- und Finanzdienstleistungszentrum — Hafen wichtigster Wirtschaftsfaktor mit Expansionschancen	— Flächenknappheit — „Corporate Image“ unzureichend — als Zentrum der Mineralölverarbeitung Risiken durch Konzernpolitik — kleinbetriebliche Struktur des verarbeitenden Gewerbes verhindert Ausnutzung von Synergieeffekten — Feinmechanik, Optik usw. starkem Anpassungsdruck ausgesetzt
Hessen	— zentrale Lage — Frankfurt mit Großflughafen, ICE-Anbindung und Bankenzentrum — starker Dienstleistungssektor — positive Struktur des verarbeitenden Gewerbes und des Bausektors — sehr gute Infrastruktur, Verfügbarkeit moderner Kommunikationssysteme	— qualifizierte Arbeitskräfte werden knapp (vor allem Raum Frankfurt), hohe Lohnkosten — mangelnde administrative Flexibilität
Mecklenburg-Vorpommern	— Bindeglied zwischen Osteuropa und westeuropäischem Wirtschaftsraum — gutes Image für Tourismus	— hohe Arbeitslosigkeit vor allem in der Landwirtschaft — unzureichende Infrastruktur — Politik zur Entwicklung des Mittelstandes unzureichend

noch: **Charakteristische Stärken und Schwächen ...**

	Stärken	Schwächen
Niedersachsen	— Gefahr der Peripherisierung von Regionen durch deutsche Wiedervereinigung gebremst — Dienstleistungssektor unterdurchschnittlich, aber durch Hamburg und Bremen ergänzt — Raum Braunschweig (u.a. VW, Salzgitter) begünstigt — günstige Kostensituation (Arbeitsmarkt, Energie, Grundstücke)	— unterdurchschnittliche Exporttätigkeit — wenig FuE-Bereiche — schwache Standortattraktivität
Nordrhein-Westfalen	— durch Ostöffnung wieder stärker europäische Zentrums Lage — gute Infrastruktur — hohe Konzentration von Kaufkraft — neue Universitäten — niedrigeres Preisniveau als in anderen Ballungsgebieten — gute Anbindung an Seehäfen — 3 internationale Flughäfen — gutes S-Bahn-System	— vom Binnenmarkt profitierende Branchen unterrepräsentiert — hohe Umstrukturierungskosten in vielen Bereichen, Dienstleistungssektor schwach — chemische Industrie, Energie und Bergbau benachteiligt — Umweltbelastung und schlechtes Image als alt-industrielle Region — hohes Lohnniveau — große Verkehrsprobleme
Rheinland-Pfalz	— europäische Zentrallage — hohe Kompetenz im Medienbereich — günstiges Lohnniveau — moderne industrielle Struktur	— unzureichende Verkehrsinfrastruktur — wenig FuE-Aktivitäten — Mangel an qualifizierten Arbeitskräften
Saarland	— Brückenkopf zwischen F und D — NuG-Industrie hat bei Konzentration gute Chancen — Handwerk gut gerüstet — gutes Ausbildungsniveau gegenüber angrenzenden Regionen	— hohe Arbeitslosigkeit — Konkurrenz durch Lothringen — Bauunternehmen gefährdet, da zu klein — Automobilindustrie: Zulieferer haben hohe Kosten — Sprachbarrieren
Sachsen	— alte industrielle Tradition	— Energieversorgungspolitik der EVU
Sachsen-Anhalt	— zentrale Lage, gute Böden — gute Qualifikationen der Arbeitskräfte	— überalterte Infrastruktur — Struktur- und Umweltprobleme, vor allem in der chemischen Industrie
Schleswig-Holstein	— Nähe zu Skandinavien: Handelsimpulse, insbesondere aus Dänemark — Bedeutung der Häfen wird zunehmen — Wachstumsbranche Maschinenbau hat Chancen, wenn Produktivität erhöht wird — Angebot an Gewerbeflächen und Wohnraum günstig	— Wegfall der Grenzen bedeutet Abbau von Arbeitsplätzen — Baubranche vor großen Anpassungsproblemen, dänische Konkurrenz — großräumliche Verkehrsanbindung unzureichend — Schiffbau vor Problemen trotz Angleichung der Wettbewerbsregeln in der EG — Problem im Bereich NuG, wenn Produktivität nicht gesteigert wird — FuE-Bereich schwach entwickelt — Abbau der Regionalförderung
Thüringen	— zentrale Lage zwischen Nord- und Süddeutschland — Standort für grenzüberschreitende Aktivitäten (Osteuropa)	— hohe Lohnkosten im Vergleich zur Produktivität — hohe Steuerbelastung und Energiekosten

Quelle: Ergebnisse einer Auswertung von Gutachten und Befragungen durch das DIW.

deutschen Vereinigung dominieren. Zumindest das dokumentierte Bewußtsein in den neuen Bundesländern über die Bedeutung des EG-Binnenmarktes ist noch (zu) gering. Kurzfristig scheinen dabei die schon bestehenden EG-Regelungen (z.B. für die Landwirtschaft, die Werften oder den Aufbau von Energieversorgungsunternehmen) von größerer Bedeutung zu sein als die Verwirklichung des Binnenmarktes zum 1. Januar 1993. Unterschiedliche Sichtweisen in Ost- und Westdeutschland rühren nicht zuletzt daher, daß die westdeutschen Regionen die kumulierten Wirkungen all der bisherigen EG-Regelungen bereits mehr oder weniger „verdaut“ haben oder bereits als ordnungspolitische „Rahmenbedingungen“ empfinden, während die Einführung dieser Maßnahmen in den neuen Bundesländern — ebenso wie die Einführung einer marktwirtschaftlichen Ordnung überhaupt — hier grundsätzlich neue Bedingungen für die Unternehmen schaffen.

Fazit

Auch wenn angesichts der äußerst komplexen Problemstruktur an die Untersuchungen von vornherein keine allzu hohen Ansprüche gestellt werden sollten, lassen sich einige generelle Defizite in der Forschung feststellen:

- Es ist dringend erforderlich, die methodischen Ansätze weiterzuentwickeln. Mit Hilfe mehrerer unterschiedlicher methodischer Ansätze (etwa funktionelle Längsschnittenanalysen, Quervergleiche, Befragungen) ließe sich die Plausibilität der Ergebnisse erhöhen. In jedem Fall müßten statische Analysen durch dynamische Ansätze ergänzt werden.
- Insgesamt sollte der raumordnungspolitische Ansatz unter Einbeziehung der ländlichen Räume stärker ausgebaut werden. Entwicklungs-„Netze“ auf regionaler, überregionaler und EG-Ebene müßten miteinander verknüpft werden.
- Im Hinblick auf die deutschen Bundesländer/Regionen sind extreme Unterschiede in bezug auf Zahl, Qualität und Tiefe der Untersuchungen festzustellen. Defizite gibt es insbesondere für die neuen Bundesländer, die in Zukunft den Wettbewerbsdruck im Binnenmarkt besonders spüren werden.
- Während eine Reihe von Grenzregionen zum Ausland gut untersucht sind, gibt es kaum entsprechende Analysen für innerdeutsche „Grenzregionen“. Zwischen den Bundesländern scheint eher Konkurrenzdenken als Kooperation vorzuherrschen.

Um der Wirtschafts- und Regionalpolitik regionsspezifische Handlungsvorschläge bieten zu können, müssen die Untersuchungen sowohl konkreter als auch detaillierter als bisher sein. Deutlich sind aber die Grenzen ehrgeiziger Quantifizierungsversuche. Der Binnenmarkt ist letztlich ein offener Prozeß. Allerdings können die Mitgliedstaaten im Rahmen ihrer wirtschaftspolitischen Kompetenzen, aber auch die einzelnen Regionen ihre Stellung in diesem Prozeß beeinflussen. Dazu ist dreierlei wichtig. Erstens müssen die treibenden Kräfte des Binnenmarktes rechtzeitig erkannt werden. Diese Frage ist theoretisch hinreichend geklärt. Zweitens muß das Land/die Region im Hinblick auf diese treibenden Kräfte eine genaue Analyse der eigenen Lage vornehmen, wozu auch der Vergleich mit konkurrierenden Ländern/Regionen (Problem der Wettbewerbsfähigkeit) zählt. Und drittens muß das Land/die Region die Phantasie und die Kraft aufbringen, die erkennbar werdenden Gefährdungen und Chancen in politisches Handeln umzusetzen. Da der Binnenmarkt eine „Dauerveranstaltung“ sein wird, kann dabei gelten: Die längerfristigen (dynamischen) Effekte sind wichtiger als die kurzfristigen (statischen). Weil der Binnenmarkt ein komplexer, Systemflexibilität erfordernder Prozeß ist, kann des weiteren gelten: Rahmenregeln, die zu dezentralen Anpassungsentscheidungen führen, sind besser als diskretionäre Verwaltungshandlungen, die den Erfordernissen meist hinterherlaufen. Auch insofern erscheint es besonders wichtig, den Entscheidungsspielraum der Regionen durch Wahrung des Subsidiaritätsprinzips zu nutzen.

Herausgeber: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Königin-Luise-Str. 5, D-1000 Berlin 33
Telefon (0 30) 82 99 10 — Telefax (0 30) 82 99 12 00

Präsident: Prof. Dr. Lutz Hoffmann.

Abteilungsleiterkollegium: Dr. Doris Cornelsen, Dr. Heiner Flassbeck, Dr. Fritz Franzmeyer,
Dr. Kurt Hornschild, Prof. Dr. Wolfgang Kirner, Prof. Dr. Eckhard Kutter, Dr. Bernhard Seidel, Dr. Hans-Joachim Ziesing.

Präsident und Abteilungsleiter sind gemeinsam für die wissenschaftliche Leitung verantwortlich.

Schriftleitung: Dr. Klaus Henkner.

Der Markt für Telefone in Deutschland: Auswirkungen der Liberalisierung. Bearbeitet von Heike Bellitz, Brigitte Preißl und Wolfgang Seufert. —

Einfluß des EG-Binnenmarktes auf die deutschen Bundesländer. Bearbeitet von Peter Hrubesch und Joachim Volz.

Verlag Duncker & Humblot GmbH, Dietrich-Schäfer-Weg 9, D-1000 Berlin 41, Telefon (0 30) 7 90 00 60.

Nachdruck und sonstige Verbreitung — auch auszugsweise — nur mit Quellenangabe zulässig.

Druck: ZIPPEL-Druck, Oranienburger Str. 170, D-1000 Berlin 26.

Bezugspreis für den Jahrgang DM 150,—, vierteljährlich DM 45,—, Einzelnummer DM 5,—.

Zuzüglich Versandkosten