

Handel in Europa

Daten 1995-1999



EUROPÄISCHE
KOMMISSION



THEMENKREIS 4
Industrie,
Handel und
Dienstleistungen

4

Zahlreiche weitere Informationen zur Europäischen Union sind verfügbar über Internet, Server Europa (<http://europa.eu.int>).

Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, 2001

ISBN 92-894-1425-1

© Europäische Gemeinschaften, 2001

Handel in Europa, 2001
Diese Publikation wurde von GD
Unternehmen finanziert.
Management und Verantwortung
lagen bei Abteilung D2 von
Eurostat,
verantwortlich für die strukturelle
Unternehmensstatistik
(Abteilungsleiter Bernard
Langevin). Die hier geäußerten
Meinungen
spiegeln einzig und allein die
persönlichen Ansichten der
Verfasser wider
und müssen nicht unbedingt mit
dem Standpunkt der
Europäischen Kommission
übereinstimmen.

Koordinator:
Joachim Hubertus
Eurostat Unit D2
Statistisches Amt der
Europäischen Gemeinschaften
Bâtiment Joseph Bech
Rue Alphonse Weicker, 5
L-2721 Luxemburg.
joachim.hubertus@cec.eu.int

Produktion:
Datenverarbeitung, statistische und
wirtschaftliche Analysen, Design und
Desktop-Publishing:

Artemis Information Management SA
Rue du Fort Dumoulin, 1
L-1425 Luxemburg

Gruppo CLAS srl
Via Lattuada 20
20135 Milano, Italien

Wissenschaftlicher Berater für den
Handel:
Enrico Colla, Négocia, Paris

Übersetzung:
Übersetzung der Europäischen
Kommission, Luxemburg

Veröffentlicht vom:
Amt für amtliche
Veröffentlichungen der
Europäischen Gemeinschaften
Luxemburg 2001

Anfragen bezüglich des
Datenerwerbs sind zu richten
an:

Eurostat Datashop
Rue Alphonse Weicker, 4
L-2721 Luxemburg
tel: (352) 43 35 22 51
fax: (352) 43 35 22 221
dslux@eurostat.datashop.lu
<http://europa.eu.int/comm/eurostat/>

Darüber hinaus bietet das Internet
eine fülle von zusätzlichen
Informationen über die
Europäischen Union. Sie können
über den Europa-Server unter der
Adresse
<http://europa.eu.int>
abgerufen werden.

© Europäischen Gemeinschaften,
2001

Vorwort

Der Handel stellt innerhalb einer Volkswirtschaft die notwendige Verbindung her zwischen der Produktion eines Gutes und seinem letzten Verbrauch. Er stellt sicher, dass der Verbraucher Zugang hat zu der größtmöglichen Vielfalt an Waren wann und wo immer er das will. Gleichzeitig garantiert er dem Verbraucher, dass er immer mehr und bessere Dienstleistungen in Anspruch nehmen kann. Und wir sind alle Verbraucher – und das jeden Tag.

Aber der Handel sieht sich auch zahlreichen Herausforderungen ausgesetzt: der Binnenmarkt, die Währungsunion und die Globalisierung verschärfen den internationalen Wettbewerb, und die Händler werden gezwungen sich schnell anzupassen. Immer mehr Waren und Dienstleistungen werden benötigt, insbesondere im Bereich der neuen Informationstechnologien; zudem entwickeln sich neue Formen des Handels, wie beispielsweise der elektronische Handel, rasch.

Effektive politische Maßnahmen im Bereich Handel, die zur Verbesserung der Marktsituation dienen, die Wettbewerbsfähigkeit stärken oder das Unternehmertum fördern verlangen nach verlässlichen und aktuellen statistischen Daten, in der sich rapide ändernden Unternehmenswelt.

Die Ratsverordnung Nr. 58/97 vom 20. Dezember 1996 über die strukturelle Unternehmensstatistik (englisch: Structural Business Statistics – SBS), zusammen mit ihren verschiedenen Durchführungsverordnungen stellen den rechtlichen Rahmen dar, mit dem Ziel diese statistischen Daten zu erhalten.

Die Analyse in dieser Veröffentlichung basiert in erster Linie auf den Daten, die im Rahmen der vorgenannten SBS Verordnung geliefert wurden. Sie gibt einen Überblick über die Bedeutung des Handels und seiner verschiedenen Teilbereiche innerhalb Europas. Der Handel in Europa steht im Jahre 1999 für etwa rund 5 Millionen Unternehmen und 22 Millionen Arbeitsplätze.

Um weitere Aspekte des Handels genauer zu beleuchten werden die SBS Daten durch eine Reihe anderer Daten ergänzt, die von verschiedenen Direktionen innerhalb Eurostat's gesammelt werden, wie beispielweise die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) oder die Daten der Arbeitskräfteerhebung (englisch: Labour Force Survey – LFS).

Zusätzlich werden besondere Themen, die sich auf neuere Phänomene oder Entwicklungen im Handel beziehen, gesondert, in eigenständigen Kapiteln analysiert (z. B. der elektronische Handel – e-commerce oder die Internationalisierung und Konzentration) und zwar unter Verwendung von Daten, die nicht von Eurostat stammen.

Die Herausgeber der Veröffentlichung wünschen, dass diese die Bedürfnisse der Analysten, Wissenschaftler und Unternehmer sowie der politischen Entscheidungsträger befriedigt, die als Hauptnutzer der Daten angesehen werden und deren Feedback als nützlicher Input für die Datenproduzenten erwünscht ist.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yves Franchet'.

Yves FRANCHET
Generaldirektor
Eurostat

1. Zusammenfassung	3
1.1 Die Rolle des Handels in der Gesamtwirtschaft	5
1.2 Die großen Teilbereiche des Handels	6
1.3 Leistungsdaten des Handels	10
1.4 Überblick über die themenbezogenen Analysen	13
2. Strukturelle Analyse	17
2.1 Die Bedeutung des Handels in der Gesamtwirtschaft und seine langfristige Entwicklung	18
2.2 Unternehmen im Handel	21
2.3 Beschäftigung im Handel	24
2.4 Größenklassen-Aspekte im Handel	29
2.5 Leistungsdaten	32
2.6 Bedeutung von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen im Handel	41
Statistischer Anhang	47
3. Analyse nach Wirtschaftszweigen	51
3.1 Kraftfahrzeughandel	51
Statistischer Anhang	66
3.2 Großhandel	71
Statistischer Anhang	89
3.3 Einzelhandel	97
Statistischer Anhang	114
4. Länderbezogene Analyse	121
Belgien	122
Dänemark	124
Deutschland	126
Griechenland	129
Spanien	130
Frankreich	132
Irland	134
Italien	136
Luxemburg	138
Niederlande	140
Österreich	142
Portugal	144
Finnland	146
Schweden	148
Vereinigtes-Königreich	150
Island	152
Norwegen	154
5. Themenbezogene Analyse	157
5.1 Der Handel in der Triade	157
5.2 Internationalisierungs- und Konzentrationstendenzen im Einzelhandel	173
5.3 Der Handel in den Stadtzentren: Die Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtzentren und die Einzelhandelspolitik in Europa	193
5.4 Der elektronische Handel Verbreitung, Branchen, Unternehmen	205
Erläuternde Anmerkungen	225

Abkürzungen

EU-15	alle Mitgliedstaaten der EU
B	Belgien
DK	Dänemark
D	Deutschland
EL	Griechenland
E	Spanien
F	Frankreich
IRL	Irland
I	Italien
L	Luxemburg
NL	Niederlande
A	Österreich
P	Portugal
FIN	Finnland
S	Schweden
UK	Vereinigtes-Königreich
IS	Island
NO	Norwegen
EWR	Europäischer Wirtschaftsraum
US	Vereinigte Staaten
JAP	Japan
ECU	Europäische Währungseinheit
Mio.	Million
:	nicht verfügbar

1. ZUSAMMENFASSUNG

Zweck dieser Veröffentlichung

Diese **Ausgabe 2001** von 'Handel in Europa' bietet dem Benutzer eine detaillierte Analyse des Handels in Europa¹. Mit dieser Veröffentlichung soll dem erhöhten Informationsbedarf sowohl der Entscheidungsträger als auch der Analysten Rechnung getragen werden, die sich für diesen Sektor der Wirtschaft interessieren.

Umfang und Aufbau der hier dargebotenen Datensammlung sind in erster Linie auf den internen Bedarf der Kommission abgestimmt, sollten aber auch für andere, auf politischer oder Exekutivebene tätige Organe der Regierungs- und Verwaltungsstrukturen der beobachteten Länder von Nutzen sein.

Datenquellen

Hauptgrundlage dieser Veröffentlichung sind die aufgrund der **Verordnung Nr. 58/97 des Rates vom 20. Dezember 1996 über die strukturelle Unternehmensstatistik** (englisch: *Structural Business Statistics* - SBS) gelieferten Daten. Dieser Verordnung, die seit ihrer Verabschiedung erfolgreich umgesetzt wurde, ist ein ausschließlich dem Handel gewidmeter Anhang 3 angefügt.

Die vorliegenden SBS-Daten umfassen den Zeitraum von 1995 bis 1998; außerdem haben die meisten EWR-Länder vorläufige Daten für 1999 geliefert, auf deren Grundlage für manche Variablen das EU-15 Aggregat geschätzt wurde².

Die Erfassung der SBS-Daten erfolgt aufgrund der Statistischen Systematik der Wirtschaftszweige (NACE Rev. 1). In dieser Systematik erscheint der Gesamtbereich des Handels in Abschnitt G unter der Sammelbezeichnung

¹ Für die Zwecke dieser Veröffentlichung ist unter Europa der EWR zu verstehen.

² Alle EU-15 Aggregate in dieser Veröffentlichung, die auf SBS Daten beruhen, sind Schätzungen.

“Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern“; er ist in die folgenden Teilbereiche (NACE Rev. 1 Abteilungen) unterteilt:

Kraftfahrzeughandel: NACE Rev. 1 Abteilung 50, definiert als ‘Kraftfahrzeughandel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen, Tankstellen’;

Großhandel: NACE Rev. 1 Abteilung 51, definiert als ‘Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)’;

Einzelhandel: NACE Rev. 1 Abteilung 52, definiert als ‘Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und Tankstellen), Reparatur von Gebrauchsgütern’.

Die SBS-Daten werden ergänzt durch eine Anzahl von Datensätzen aus verschiedenen anderen Quellen innerhalb des Eurostat-Systems (z.B. aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, der Arbeitkräfteerhebung und der Bevölkerungsstatistik).

Alle Eurostat-Daten stammen aus New Cronos, der Referenzdatenbank von Eurostat.

Wenn, insbesondere für die thematischen Analysen, keine oder nur wenig amtliche Eurostat-Daten verfügbar waren, wurden zusätzliche Informationen aus anderen Quellen (z.B. von Wirtschaftsinstituten) hinzugezogen.

Methodische Unterschiede zwischen den einzelnen Datenquellen

Die Daten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und der Arbeitkräfteerhebung unterschieden sich in der ihnen zugrunde liegenden Methodik etwas von der SBS-Methodik, und das gleiche gilt für die aus Quellen außerhalb von Eurostat stammenden Daten.

*Die nicht aus der SBS-Datenbank stammenden Daten sollen allein dazu dienen, spezifische wirtschaftliche Entwicklungstendenzen aufzuzeigen oder die SBS-Daten durch zusätzliche Informationen zu ergänzen. **Zu direkten Vergleichen dürfen weder die verschiedenen Eurostat-Quellen noch die vorerwähnten ‘anderen’ Quellen verwendet werden, da dies zu Fehlinterpretationen führen kann.***

Inhalt der Veröffentlichung

Der Inhalt dieser Veröffentlichung lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die **strukturelle Analyse** (Kapitel 2) beleuchtet die Bedeutung des Handels innerhalb der Gesamtwirtschaft, seine Entwicklung im Zeitablauf und die wesentlichen Beschäftigungs- und Produktivitätsmerkmale des Sektors. Ferner zeigt sie die Hauptunterschiede zwischen den drei Teilbereichen (NACE Abteilungen), aus denen der Handel besteht, und die Bedeutung der in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen dieser Wirtschaftszweige.

- Die **Analyse nach Wirtschaftszweigen** (Kapitel 3) vermittelt detaillierte Informationen über die einzelnen Teilbereiche des Handels (Krafffahrzeughandel, Großhandel und Einzelhandel), und zwar sowohl auf der (zweistelligen) Abteilungs- als auch auf der (dreistelligen) Gruppenebene der NACE Rev. 1 Systematik.
- In der **Länderanalyse** (Kapitel 4) gibt eine Reihe nach Ländern aufgeschlüsselter Tabellen einen Überblick über die für den Handel verfügbaren Daten und die neueren Entwicklungstrends der wesentlichen Messgrößen.
- Die **thematische Analyse** (Kapitel 5) umfasst vier eigenständige Kapitel zu Einzelthemen aus dem Bereich des Handels. Kapitel 5.1 vermittelt einen vergleichenden Überblick über die Situation des Handels in den drei Wirtschaftsräumen der Triade. Die Kapitel 5.2 bis 5.4 befassen sich mit spezifischen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel: näher analysiert werden hier die Tendenz zur Internationalisierung des Handels, die Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtzentren und Aspekte des elektronischen Handels. Diese thematische Analyse ist getrennt von den anderen Kapiteln (2-4) dieser Veröffentlichung zu sehen, da die in den verschiedenen Kapiteln verwendeten Datenquellen untereinander nicht vergleichbar sind.

Im folgenden sind die Hauptergebnisse dieser Analysen zusammengefasst.

1.1 Die Rolle des Handels in der Gesamtwirtschaft

Für die Zwecke dieser Analyse wird die Bedeutung des Handels in der Gesamtwirtschaft an zwei Indikatoren gemessen: der *Wertschöpfung* und der *Beschäftigung* und den Anteilen des Handels an den jeweiligen gesamtwirtschaftlichen Werten.

Die Daten aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung³ zeigen, dass der Handel 1997 etwa 13% der gesamten Wertschöpfung der EU erbrachte. In den einzelnen Mitgliedstaaten sind die Wertschöpfungsanteile des Handels sehr unterschiedlich: die Werte reichen von 9% in Finnland bis 16.7% in Portugal.

Bei der Beschäftigung erreichte der Anteil des Handels an den Gesamtzahlen der EU 1997 fast 16%. Die für die einzelnen Länder ermittelten Anteile lagen zwischen 11% in Dänemark und 18% in den Niederlanden. Mit Ausnahme von Dänemark und

EU-weit entfallen auf den Handel
13% der gesamten Wertschöpfung
und fast 16% der Beschäftigung

³ Die Angaben zu den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) werden aufgrund der Systematik NACE-CLIO erfasst. Einer der hier erfassten Wirtschaftszweige heißt 'Rückgewinnung, Reparatur, Groß- und Einzelhandel' und wird für die Zwecke dieser Veröffentlichung auch als 'Handel' bezeichnet. Jedoch sind diese Angaben nicht voll vergleichbar mit den in anderen Kapiteln und Abschnitten dieser Veröffentlichung gelieferten Daten, die auf der Systematik NACE Rev. 1 beruhen. Trotzdem wurden die Daten der VGR benutzt um die allgemeine wirtschaftliche Bedeutung des Handels für die Volkswirtschaft aufzuzeigen.

Portugal waren die Beschäftigungsanteile des Handels in allen Ländern höher als seine Anteile an der Wertschöpfung.

In geographischer Sicht kann man aus den vorliegenden Daten schließen, dass das relative Gewicht des Handels in der Gesamtwirtschaft in den südeuropäischen Mitgliedstaaten⁴ im allgemeinen größer ist als in den nordeuropäischen Ländern⁵.

Diese Unterschiede erklären sich aus den spezifischen Merkmalen der Volkswirtschaften der einzelnen Länder; sie hängen zusammen mit dem Entwicklungsstand des Handels selbst und mit dem allgemeinen wirtschaftlichen Trend in dem jeweiligen Land. In weitgehend auf Industrieproduktion spezialisierten Ländern (wie z. B. in Deutschland oder im Vereinigten Königreich) findet man im allgemeinen eher geringere Anteile des Handels an der Gesamtwirtschaft.

Der Handel - ein Wirtschaftszweig,
in dem kleine Unternehmen
vorherrschen

Klein- und Kleinstunternehmen sind im Handel eindeutig vorherrschend. In den Ländern, für die diese Daten vorliegen, sind 95 oder mehr % aller Handelsunternehmen kleine Einheiten mit weniger als 20 Beschäftigten.

Die Anteile der Kleinstunternehmen (mit weniger als 5 Beschäftigten) liegen zwischen 70 und 92%. Der Anteil großer Unternehmen (ab 50 Beschäftigten) an der Gesamtzahl der Handelsunternehmen ist verschwindend gering, obwohl sie in den meisten der in die Beobachtung einbezogenen Länder einen erheblichen Teil der insgesamt im Handel tätigen

Der Handel besteht aus den Teilbereichen (NACE Rev. 1 -Abteilungen) Kraftfahrzeughandel, Großhandel und Einzelhandel. Die Dominanz kleiner Unternehmen gilt für alle drei Bereiche, vor allem aber für den Einzelhandel, der eine besonders starke Fragmentierung aufweist und in dem Kleinstunternehmen (mit 1-4 Beschäftigten) in den meisten beobachteten Ländern über 80% aller Unternehmen stellen.

1.2 Die großen Teilbereiche des Handels

Nach der Systematik der Wirtschaftszweige NACE Rev. 1 werden im Handel als erste grobe Unterteilung die folgenden drei Haupt-Teilbereiche (Abteilungen) unterschieden: *Kraftfahrzeughandel*, *Großhandel* und *Einzelhandel*.

Die wesentlichen Ergebnisse der Analyse dieser drei Bereiche sind nachstehend wiedergegeben.

⁴ Als südeuropäische Mitgliedstaaten gelten Griechenland, Spanien, Italien und Portugal. Für die Zwecke dieser Veröffentlichung ist Griechenland jedoch wegen Datenmangels unter den südeuropäischen Mitgliedstaaten nicht immer mitgezählt. So enthält insbesondere die SBS-Datenbank keine Daten über Griechenland.

⁵ Für die Zwecke dieser Veröffentlichung und je nach Verfügbarkeit der jeweiligen Daten sind mit dem Begriff 'nordeuropäische Länder' die nördlichen Länder des EWR gemeint.

Kraftfahrzeughandel

In der Gesamtzahl der Handelsunternehmen spielen die Unternehmen des Kraftfahrzeughandels nur eine untergeordnete Rolle. Für 1998 wurde ihre Zahl EU-weit auf etwa 600 000 Einheiten geschätzt.

Mit knapp 3,3 Millionen Beschäftigten in der EU (vorläufige Daten für 1999) ist auch der Anteil des Kraftfahrzeughandels an der Gesamtbeschäftigung im Handel relativ gering; er beträgt nur 14,8%. Die höchsten absoluten Zahlen meldeten Frankreich und Italien (mit 465 000 bzw. 382 000 Beschäftigten).

Der Gesamtumsatz des Kraftfahrzeughandels in der EU wurde für 1999 auf fast 880 Mrd. Euro geschätzt. Auf die fünf größten Mitgliedstaaten allein entfallen über 70% dieser Summe. Auch bei dieser Variablen ist der Anteil des Kraftfahrzeughandels am Gesamtvolumen des Handels (mit EU-weit 16,2%) eher gering. (Tabelle 1.1).

Innerhalb des Handels entfallen auf den Kraftfahrzeughandel sowohl hinsichtlich der Zahl der Unternehmen als auch beschäftigungs- und umsatzmäßig die geringsten Anteile

Tabelle 1.1
Handel: Hauptmessgrößen und relative Anteile (in %) der drei Teilbereiche des Handels

	Zahl der Unternehmen (1998)			Zahl der Beschäftigten (1999)			Umsatz (1999)		
	Kfz.-handel	Großhandel	Einzelhandel	Kfz.-handel	Großhandel	Einzelhandel	Kfz.-handel	Großhandel	Einzelhandel
EU-15	:	:	:	14.8	33.5	51.6	16.2	54.2	29.6
B	:	:	:	14.1	37.7	48.2	19.2	59.6	21.2
DK	17.4	38.7	43.9	14.9	40.1	45.0	11.6	63.4	25.0
D	:	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	:	12.0	34.2	53.8	16.2	55.5	28.3
F	13.0	25.7	61.3	15.4	36.1	48.5	13.7	53.2	33.1
IRL	16.5	16.0	67.4	14.2	23.6	62.2	20.7	46.3	33.0
I	12.6	30.7	56.7	14.4	32.8	52.8	19.4	49.3	31.3
L	12.6	44.4	43.0	16.5	35.1	48.3	19.5	57.6	22.9
NL	12.9	32.5	54.6	11.2	35.0	53.7	:	:	:
A	12.9	30.3	56.8	14.3	36.2	49.5	15.6	57.3	27.0
P	12.7	23.2	64.0	13.3	32.2	54.5	19.1	53.1	27.8
FIN	18.1	33.2	48.7	15.1	36.2	48.7	16.8	54.8	28.4
S	15.5	35.4	49.1	14.6	43.9	41.5	17.8	57.2	25.0
UK	17.7	29.4	52.9	:	:	:	17.9	49.2	32.8
IS	:	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	14.4	31.1	54.5	15.2	31.9	52.9	18.9	55.5	25.7

DK: alle Daten von 1995; IRL, NO: alle Daten von 1997; I, S: Unternehmenszahlen von 1997; L, NL: alle Daten von 1998
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Der Handel mit Kraftwagen ist in den meisten Ländern der wichtigste Zweig des Kraftfahrzeughandels. Dies gilt insbesondere für den Umsatz: in allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, entfällt mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes des Kraftfahrzeughandels auf den Handel mit Kraftwagen, was auf den im Vergleich zu den von den anderen Sparten des Kraftfahrzeughandels verkauften Gütern oder erbrachten Dienstleistungen hohen Stückpreis von Kraftwagen zurückzuführen ist.

Der Großhandel erzielt 54% der gesamten Umsätze des Handels

Großhandel

Die Zahl der in der EU arbeitenden Großhandelsunternehmen wird für 1998 auf etwas über 1,2 Millionen geschätzt. Sie liegt damit doppelt so hoch wie die Zahl der im Kraftfahrzeughandel tätigen Unternehmen und entspricht knapp 27% aller Handelsunternehmen.

Großhandelsunternehmen beschäftigen EU-weit rund 7,4 Millionen Arbeitskräfte (vorläufige Daten für 1999), was etwa einem Drittel der Gesamtbeschäftigung im Handel entspricht. Die höchsten absoluten Beschäftigungszahlen meldet Deutschland: hier zählt der Großhandel (ohne Handelsvermittlung, NACE Rev. 1 Gruppe 51.1) 1,2 Millionen Beschäftigte. Die beschäftigungsmäßig höchste relative Bedeutung hat der Großhandel in Schweden mit einem Anteil an der Gesamtbeschäftigung im Handel von 43,9%.

Umsatzmäßig ist der Großhandel bei weitem der bedeutendste Teilbereich des Handels. Mit mehr als 2 000 Mrd. Euro (1999) erwirtschaftet er in der EU 54% der gesamten Handelsumsätze. Nach Umsatzzahlen ist der Großhandel in allen Ländern ohne Ausnahme dominierend.

Die wichtigsten Sparten des Großhandels sind die folgenden, auf die zusammen auf europäischer Ebene 80% der Beschäftigung und 84% der Umsätze entfallen (1999).

- Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (NACE Rev. 1 Gruppe 51.3)
- Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern (NACE Rev. 1 Gruppe 51.4)
- Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Schrott und sonstigen Reststoffen (NACE Rev. 1 Gruppe 51.5)
- Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör (NACE Rev. 1 Gruppe 51.6).

Einzelhandel

Der Einzelhandel beschäftigt mehr als die Hälfte aller im Handel tätigen Arbeitskräfte

Die Zahl der Einzelhandelsunternehmen in der EU wurde für 1998 auf etwa 3 Millionen geschätzt, womit der Einzelhandel den weitaus größten Anteil an der Gesamtzahl der Handelsunternehmen hält. In den meisten Ländern sind mehr als die Hälfte aller Handelsunternehmen im Einzelhandel tätig - und in manchen Fällen sind es sogar zwei Drittel. Diese hohen Anteile des Einzelhandels stehen im Einklang mit den Hauptmerkmalen dieser Branche, die vor allem aus einer Vielzahl kleiner Unternehmen besteht. In den nordeuropäischen Ländern ist der Prozentsatz der im Einzelhandel tätigen Unternehmen eher geringer, was vermutlich auf die stärkere Entwicklung von Großformen des Einzelhandels und einen zeitlich weiter fortgeschrittenen Konzentrationsprozess zurückzuführen ist.

Auch bei der Beschäftigung spielt der Einzelhandel die beherrschende Rolle. In einer ganzen Reihe von Ländern beschäftigt er mehr als die Hälfte aller im Handel tätigen Arbeitskräfte; der EU-Durchschnitt liegt bei 52%. Die absolute Zahl der EU-weit im Einzelhandel Beschäftigten wird (für 1999) auf fast 11,4 Millionen geschätzt. In Deutschland allein arbeiten im Einzelhandel (ohne die NACE Rev. 1 Gruppe 52.7 Reparatur von Gebrauchsgütern) mehr als 2,5 Millionen Arbeitskräfte, und auch Italien zählt im Einzelhandel noch rund 1,7 Millionen Beschäftigte.

Der Einzelhandelsumsatz hat (nach Schätzung für 1999) fast 1 600 Mrd. Euro erreicht. Der Anteil am Gesamtumsatz des Handel liegt im EU-Durchschnitt bei 30% und damit erheblich niedriger als der entsprechende Anteil des Großhandels, andererseits aber deutlich über dem des Kraftfahrzeughandels.

Zwei Sparten sind im Einzelhandel klar vorherrschend:

- 'Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Ladenräumen)' (NACE Rev. 1 Gruppe 52.1). Hierzu gehören u.a. viele Großunternehmen des Einzelhandels;
- 'Sonstiger Facheinzelhandel (in Ladenräumen)' (NACE Rev. 1 Gruppe 52.4). Diese Branche umfasst den Einzelhandel mit verschiedenen Warenarten des Non-Food-Bereichs (z. B. Textilien, Möbel und Haushaltartikel).

Auf diese beiden Gruppen zusammen entfielen 1999 auf europäischer Ebene 75% der Beschäftigung und 80% des Umsatzes des gesamten Einzelhandels.

Der Anteil der Selbständigen ist im Einzelhandel besonders hoch. Die Branche beschäftigt auch relativ mehr Frauen und Teilzeitkräfte als der Großhandel oder der Kraftfahrzeughandel. Von den drei Teilbereichen des Handels hat der Einzelhandel mit im EU-Durchschnitt 27,1% die höchste Selbständigenquote aufzuweisen. Einer der Gründe hierfür ist, dass der Einzelhandel generell gekennzeichnet ist durch eine stärkere Präsenz kleiner Unternehmen, die vielfach vom Eigentümer selbst und seinen Familienangehörigen betrieben werden, wobei letztere nicht als Arbeitnehmer zählen. Die südeuropäischen Mitgliedstaaten, in denen der Handel traditionell stärker fragmentiert ist, ragen klar heraus mit besonders hohen Selbständigenanteilen. Das gilt für alle Teilbereiche des Handels, vor allem aber für den Einzelhandel. Hier erreichen die Selbständigenquoten in Italien und Griechenland etwa 60%, in Portugal etwa 45% und in Spanien 43%.

Auch der Anteil von Frauen an der Beschäftigung ist im Einzelhandel deutlich höher als in den beiden anderen Teilbereichen des Handels. EU-weit stellen Frauen nahezu 60% aller im Einzelhandel tätigen Arbeitskräfte, gegenüber 32% im Großhandel und weniger als 18% im Kraftfahrzeughandel. Österreich (68%) und Deutschland (67%) melden die höchsten Frauenanteile an der Beschäftigung im Einzelhandel.

Bei der Teilzeitbeschäftigung ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei den Frauenanteilen, wenn auch auf niedrigerem Niveau. Im EU-Durchschnitt meldet der Einzelhandel etwa 30% Teilzeitkräfte, während der Großhandel und der Kraftfahrzeughandel beide bei etwa 10% liegen. Die EU-weit höchste Teilzeitquote im Einzelhandel haben die Niederlande aufzuweisen, wo sie über 50% beträgt.

Der Einzelhandel hat einen hohen Anteil von Selbständigen und beschäftigt mehr Frauen und Teilzeitbeschäftigte als der Groß- oder Kraftfahrzeughandel

1.3 Leistungsdaten des Handels

Die Produktivität ist im Großhandel höher als im Einzelhandel oder im Kraftfahrzeughandel

Umsatz und Wertschöpfung je Beschäftigten

Eine einfache Methode zur Messung der Leistungsfähigkeit eines Wirtschaftszweigs besteht darin, die erbrachte Wertschöpfung in Beziehung zu setzen zur Beschäftigung. Die Wertschöpfung eines Wirtschaftszweigs ergibt sich aus dem Umsatz nach Abzug der Materialkosten und der sonstigen produktionsbezogenen Aufwendungen. Die Wertschöpfung je Beschäftigten (die einfache Arbeitsproduktivität) ist somit an die Höhe des Umsatzes geknüpft, und im allgemeinen kann man davon ausgehen, dass ein höherer Umsatz je Beschäftigten zu einer höheren Arbeitsproduktivität führt.

Der Großhandel ist der Teilbereich des Handels, der die höchste Produktivität (gemessen als Wertschöpfung je Beschäftigten) und auch den höchsten Umsatz je Beschäftigten aufzuweisen hat. Dies erklärt sich aus der Natur des Großhandels, bei dem es oft um den 'virtuellen' Kauf und Wiederverkauf von Waren geht, was sich in höherer Kapitalintensität und schnellerem Kapitalumschlag niederschlägt.

Im Gegensatz dazu hat der Einzelhandel unter den Teilbereichen des Handels die niedrigste Produktivität aufzuweisen. Hier liegt eine mögliche Erklärung in dem Umstand, dass diese Branche im allgemeinen eher arbeitsintensiv und weniger automatisiert ist als der Großhandel.

Der Kraftfahrzeughandel liegt zwischen den beiden anderen Bereichen, wobei die Werte allerdings oft nur unwesentlich unter denen des Großhandels liegen.

Auf Länderebene findet man die höchste Produktivität (gemessen als Wertschöpfung je Beschäftigten) für den Handel als ganzen in Luxemburg und Finnland, gefolgt von Frankreich und Belgien.

Bei Betrachtung der Produktivität in den drei Teilbereichen des Handels finden wir, dass Luxemburg 1998 sowohl im Kraftfahrzeughandel (46 000 ECU je Beschäftigten) als auch im Großhandel (60 000 ECU) die höchsten Werte erreicht. Im Einzelhandel liegt Finnland produktivitätsmäßig an der Spitze (32 000 ECU je Beschäftigten, 1998). Portugal meldet für alle drei Handelsbereiche die niedrigsten Produktivitätswerte.

Arbeitskosten je Einheit

Ausdruck des wirtschaftlichen Erfolgs eines Wirtschaftszweigs ist u.a. das Betriebsergebnis, berechnet aus der Wertschöpfung nach Abzug der Aufwendungen zur Entlohnung der Arbeitnehmer. Diese Aufwendungen äußern sich in den Arbeitskosten je Einheit (Personalkosten je Arbeitnehmer oder Pro-Kopf-Arbeitskosten), und wenn man diese mit der Wertschöpfung je Beschäftigten (der Arbeitsproduktivität) vergleicht, findet man, dass sich die beiden Messgrößen

Im Großhandel sind auch die Pro-Kopf-Arbeitskosten am höchsten, im Einzelhandel am niedrigsten

im Handel bei Betrachtung des gleichen Landes und der gleichen Branche jeweils auf vergleichbarer Höhe bewegen.

In den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, ist der Großhandel der Teilbereich des Handels, der die höchsten Pro-Kopf-Arbeitskosten (und auch die höchste Produktivität) aufzuweisen hat. Eine mögliche Erklärung hierfür liegt in dem Umstand, dass die im Großhandel beschäftigten Arbeitskräfte eine höhere Ausbildung benötigen, um die im hier anfallenden, komplexeren Verwaltungsaufgaben bewältigen zu können. Dementsprechend sind die durchschnittlichen Gehälter dieser Personen tendenziell höher als die der im Kraftfahrzeughandel oder im Einzelhandel beschäftigten Arbeitskräfte.

Ähnlich wie beim Umsatz und der Wertschöpfung je Beschäftigten, liegt der Kraftfahrzeughandel auch bei den Pro-Kopf-Arbeitskosten an zweiter Stelle, während der Einzelhandel die niedrigsten Werte meldet.

Auf Länderebene ergeben sich die höchsten Pro-Kopf-Arbeitskosten für den Handel insgesamt in Belgien mit 31 000 ECU je Arbeitnehmer (1998).

Auch im Kraftfahrzeughandel und im Großhandel liegt Belgien mit 31 000 bzw. 41 000 ECU je Arbeitnehmer an der Spitze, während im Einzelhandel Frankreich mit 25 000 ECU je Arbeitnehmer die höchsten Arbeitskosten aufzuweisen hat (alle Daten für 1998).

Portugal meldet für 1998 in allen Teilbereichen des Handels die niedrigsten Pro-Kopf-Arbeitskosten (Personalkosten je Arbeitnehmer).

Bruttobetriebsüberschußrate

Die Bruttobetriebsüberschußrate (oder Bruttoumsatzrendite) bezeichnet den Bruttobetriebsüberschuss, ausgedrückt in Prozent vom Umsatz; sie gilt als einer der Hauptindikatoren für den Erfolg eines Wirtschaftszweiges.

In allen Ländern, diese Daten geliefert haben, ist der Einzelhandel derjenige der drei Teilbereiche des Handels, der die höchsten Bruttoumsatzrenditen aufzuweisen hat.

Dabei ist jedoch anzumerken, dass das Betriebsergebnis im Einzelhandel etwas überhöht dargestellt sein kann, da es auch das Einkommen der Selbständigen mit einschließt, die in diesem Wirtschaftszweig einen besonders wichtigen Faktor darstellen.

Im Groß- und Kraftfahrzeughandel sind die Umsatzrenditen im allgemeinen niedriger, und zwar auf ähnlicher Höhe - was ebenfalls durch die Eigenart dieser Wirtschaftszweige zu erklären ist. In diesen beiden Branchen geht es um hochwertige Güter oder um den Kauf und Verkauf großer Warenmengen; damit erfolgt der Kapitalumschlag schneller als im Einzelhandel, sodass auch mit geringeren Spannen noch ein angemessener Gewinn erzielt werden kann.

Der Einzelhandel arbeitet im allgemeinen mit höheren Spannen als die anderen Teilbereiche des Handels

Für den Handel insgesamt hat Italien von allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, mit etwa 8% (1998) die höchste Umsatzrendite aufzuweisen.

Bei Betrachtung der einzelnen Teilbereiche des Handels finden wir, dass im Kraftfahrzeughandel das Vereinigte Königreich mit einer Umsatzrendite von 7,6% (1998) herausragt; im Großhandel liegen Spanien und Italien mit jeweils etwa 8% an der Spitze, und für den Einzelhandel meldet wiederum Spanien mit 11,2% (1997) die höchste Umsatzrendite.

Die geringsten Umsatzrenditen im Kraftfahrzeug- und Großhandel hat mit jeweils etwa 3% (1998) Frankreich zu verzeichnen, während für den Einzelhandel Schweden mit 4,2% (1998) die niedrigste Umsatzrendite ausweist.

Investitionen

Der Handel ist ein Wirtschaftsbereich, in dem die Investitionen z. B. im Vergleich zu manchen Industriezweigen nicht besonders hoch sind. In der Höhe der Investitionsquote (gemessen im Verhältnis zur Beschäftigung) sind von Land zu Land erhebliche Unterschiede festzustellen.

Relativ hoch sind die Investitionen im allgemeinen im Kraftfahrzeughandel, obwohl in einigen Ländern - in Nordeuropa und in Portugal - auch im Großhandel beachtliche Werte zu verzeichnen sind. Der Einzelhandel verzeichnet im allgemeinen die niedrigsten Werte für diese Messgröße; hier werden offenbar die Investitionen auf ein Mindestmaß reduziert.

Von den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, meldet Belgien für den Durchschnitt des gesamten Handels mit einer Investitionsquote von 7 000 ECU je Beschäftigten (1998) den höchsten Wert.

Bei den einzelnen Teilbereichen des Handels finden wir im Kraftfahrzeughandel Norwegen mit Investitionen von etwa 12 200 ECU je Beschäftigten an der Spitze; die höchsten Werte für den Großhandel melden Belgien und Schweden mit mehr als 8 000 ECU je Beschäftigten, und im Einzelhandel führt wiederum Belgien mit 5 300 ECU je Beschäftigten (1998).

1.4 Überblick über die themenbezogenen Analysen

In Kapitel 5 dieser Veröffentlichung (Themenbezogene Analysen) sind die folgenden, den Handel betreffenden Themen behandelt:

Der Handel in der Triade

Zu diesem Thema vergleicht Kapitel 5 einige zentrale Messgrößen und wirtschaftliche Entwicklungstendenzen des Handels in den USA, in Japan und in der EU. Die Hauptergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1997 betrug der Anteil des Handels an der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung in der EU etwa 13%, in Japan 12% und in den USA 14%. Die Beschäftigungsanteile des Handels sind überall in der Triade höher: in der EU etwa 16%, in den USA 19% und in Japan 18%.

In der Zeit von 1985 bis 1997 lag der inflationsbereinigte Anstieg der Wertschöpfung des Handels in den USA und in Japan über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft, in der EU dagegen etwas darunter.

Im gleichen Zeitraum hat jedoch die Beschäftigung im Handel in der EU schneller zugenommen als in der Gesamtwirtschaft. In den USA entsprach der Beschäftigungszuwachs im Handel etwa dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt, während in Japan die Beschäftigung im Handel langsamer zugenommen hat als in der Gesamtwirtschaft.

Internationalisierung und Konzentration im Einzelhandel

Die Internationalisierung des Einzelhandels ist eine weltweite Entwicklung, und in letzter Zeit haben die europäischen Einzelhandelsunternehmen im Streben nach Expansion in andere Länder aufgeholt.

Mit stetig zunehmender Sättigung der nationalen Märkte sahen sich mehr und mehr Unternehmen veranlasst, sich um Möglichkeiten der Expansion in weniger entwickelte Märkte zu bemühen. Im weiteren Verlauf zwangen neue handelsrechtliche Bestimmungen (z.B. in Frankreich und Spanien) manche Unternehmen, sich dem Ausland zuzuwenden. Die Erweiterung der EU und die Deregulierung der Weltwirtschaft, begleitet vom Entstehen anderer großer Freihandelsgebiete (NAFTA, Mercosur, Asean), begünstigen die Globalisierung der Märkte - zunächst im industriellen Bereich, dann aber auch im Einzelhandel. Zudem wurde die Internationalisierung des Einzelhandels erleichtert durch sinkende Kosten für Kommunikation und Informationssysteme.

Europäische Unternehmen des **Lebensmitteleinzelhandels**, vor allem aus Deutschland und Frankreich, halten 10 der 20 Spitzenpositionen in der umsatzmäßigen Weltrangliste. Zum Teil waren sie durch die Sättigung der

In den zur Triade zählenden Wirtschaftsräumen sind die Anteile des Handels an der gesamtwirtschaftlichen Beschäftigung überall höher als sein Beitrag zur Wertschöpfung

Die Sättigung der nationalen Märkte zwingt viele Einzelhandelsunternehmen, Expansionschancen in anderen Ländern zu suchen

nationalen Märkte in Europa gezwungen, sich dem Ausland zuzuwenden. Zugleich sind sie aber auch konfrontiert mit starkem Wettbewerb, zumal **Wal-Mart** als weltweit größter Lebensmitteleinzelhändler 1997 damit begonnen hat, sich in Europa zu etablieren.

Im **spezialisierten Non-food-Bereich** erreichen die Superstores in Europa in einigen Marktsegmenten (Spielzeug, Heimwerkerbedarf, Haushaltgeräte, Büromöbel) erst jetzt nach und nach den Sättigungspunkt; Konzentrationsbewegungen werden häufiger, und das gleiche gilt für internationale Formen der Geschäftstätigkeit.

Der Handel in den Stadtzentren

Einzelhändler aller Betriebsformen entdecken wieder die Vorteile von Standorten im Stadtzentrum

Im Zuge bedeutender gesellschaftlicher und demographischer Veränderungen beginnt sich in Europa ein neues Verhältnis zwischen dem Einkauf am Stadtrand und in den Stadtzentren herauszubilden. Sättigungserscheinungen und restriktive Bestimmungen für den Bau neuer Einkaufszentren in Vorstädten veranlassen die Einzelhandelsunternehmen, neue Expansionsmöglichkeiten in den Orts- und Stadtzentren zu suchen.

Besonders innovative Aspekte dieser Veränderungen sind die **Wiederentdeckung des Einkaufs in der Nachbarschaft** durch große Supermarktketten, die Vielfalt freiwilliger Zusammenschlüsse von Spezialgeschäften und die grundlegende Umgestaltung großer Bahnhöfe.

Der Einzelhandel in den Stadtzentren entwickelt sich schnell, wobei aber zu bedenken ist, dass ein solches Wachstum nur erfolgreich sein kann, wenn es den Wünschen und Erwartungen der Bürger und Verbraucher entspricht, die Einkaufsmöglichkeiten suchen, die ihnen zugleich auch Komfort und Vergnügen bieten. Neben der Vielfalt des Angebots sind auch ökologische und kulturelle Aspekte als entscheidende Faktoren zu sehen.

Der Erfolg beruht offenbar auch auf einem **gemeinschaftlichen Management** des Einzelhandels im Stadtzentrum. Nur ein gemeinsames Lenkungsorgan ist in der Lage, die mit verstärkter Handelstätigkeit in Orts- und Stadtkernen verbundenen zahlreichen Risiken rechtzeitig zu erkennen und zu vermeiden und die potentiellen Vorteile des Standorts voll zu nutzen. Es wird zunehmend deutlich, dass die Bewegung 'der Einzelhandel in den Stadtzentren' einer konsequenten Lenkung bedarf und dass es notwendig ist, die Privatinitiative zu fördern und für die Gesamtheit des Einzelhandels in den Stadtzentren geeignete Managementstrukturen zu schaffen.

Der elektronische Handel

In diesem Kapitel geht es um den elektronischen Handel (*E-commerce*), d.h. um Verkäufe aller Art über das Internet zwischen Unternehmen (*business-to-business - B2B*) oder von Unternehmen an Verbraucher (*business-to-consumer - B2C*).

Wenn auch der Internet-Handel bisher nur geringen Umfang hat, so ist doch von 1999 auf 2000 eine beachtliche Umsatzsteigerung festzustellen. Zudem sind die Prognosen für die nächsten Jahre sehr positiv - vor allem für das B2B-Geschäft, von dem sich die Unternehmen des Sektors erhebliche Vorteile versprechen.

In Europa ist der elektronische Handel vor allem wegen der geringeren Verbreitung des Internet noch weniger entwickelt als in den USA. Die europäischen Händler zeigen aber im B2B- und B2C-Geschäft keineswegs weniger Initiative als ihre amerikanischen Kollegen, und entwickeln sich in manchen Bereichen (z.B. bei Nahrungsmitteln) gleichfalls gut.

Erschien der Online-Handel zunächst als Gefahr für den traditionellen Handel durch Substitutions- oder Ausschaltungseffekte, so sieht man ihn heute eher als zusätzliche Trumpfkarte, und immer mehr Mehrweg-Anbieter, die diesen Absatzweg nutzen, finden Synergien zu ihrem herkömmlichen Geschäft im Laden.

Auch die Umsätze zwischen Unternehmen über das Internet (im B2B-Geschäft) steigen stetig, und die meisten großen Händler sind heute über so genannte virtuelle Einkaufszentren miteinander verbunden.

Der *E-Commerce* hat bisher nur marginale Bedeutung, sollte aber in naher Zukunft schnell wachsen

2. STRUKTURELLE ANALYSE

Der Gesamtbereich des Handels entspricht dem Abschnitt G der statistischen Systematik NACE Rev. 1 und umfasst damit drei Teilbereiche (Abteilungen): den Kraftfahrzeughandel (NACE Rev. 1 Abteilung 50), den Großhandel (NACE Rev. 1 Abteilung 51) und den Einzelhandel (NACE Rev. 1 Abteilung 52).

In dem nachfolgenden Kapitel wird der Handel als Gesamtheit dieser drei Teilbereiche betrachtet. Dabei geht es insbesondere um die Bedeutung des Handels innerhalb der Gesamtwirtschaft, seine Entwicklung im zeitlichen Ablauf und die Hauptmerkmale von Beschäftigung und Produktivität sowie um den ausländischen Unternehmensbesitz im Handel.

Die Daten stammen in erster Linie von der Datenbank zur Unternehmensstrukturstatistik (*Structural Business Statistics, SBS*) Eurostat's.

Angaben zur volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, zur Arbeitskräfteerhebung (*Labour Force Survey, LFS*) sowie Daten über kleine und mittlere Unternehmen (*Small and medium enterprises, SME*) ergänzen die vorhandenen Daten zum Handel aus der Unternehmensstrukturstatistik und sollen die verschiedenen Aspekte der Analyse verdeutlichen (z.B. längerfristige Entwicklungen, Aspekte zu Größenklassen oder Beschäftigung).

Die letztgenannten Quellen verwenden jedoch von der SBS Methodik zum Teil abweichende Regeln und dürfen daher nicht zu direkten Vergleichen mit SBS Angaben herangezogen werden.

Eine detaillierte Analyse der drei Teilbereiche findet sich in Kapitel 3 – Analyse nach Wirtschaftszweigen.

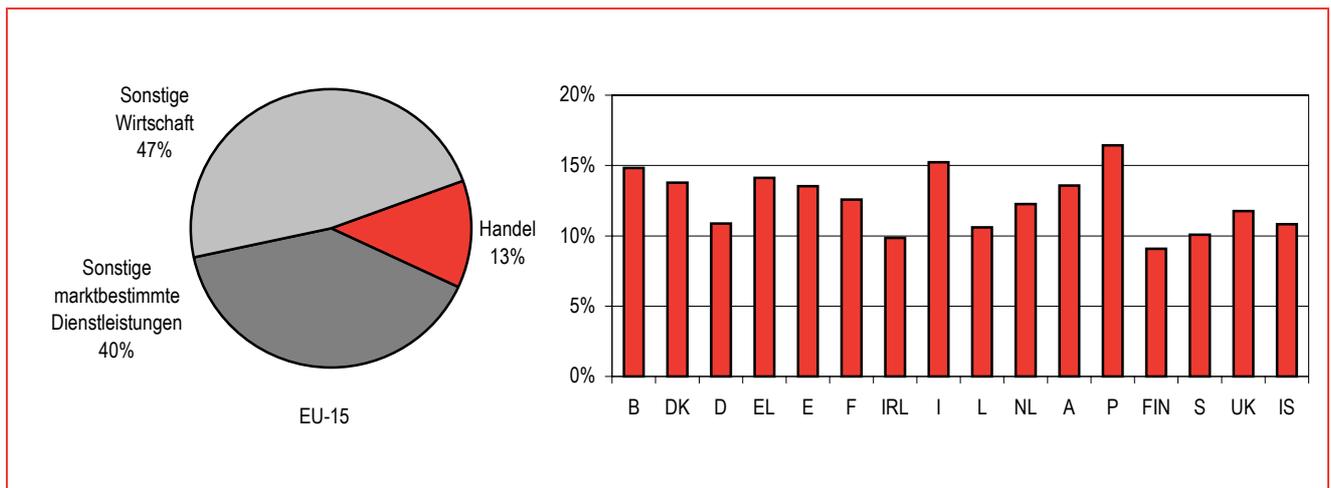
2.1 Die Bedeutung des Handels in der Gesamtwirtschaft und seine langfristige Entwicklung

Die Darstellung der Bedeutung des Handels innerhalb der Gesamtwirtschaft und der Vergleich mit anderen Bereichen, insbesondere den sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen, erfolgt anhand von zwei Hauptindikatoren: Wertschöpfung und Beschäftigung¹.

Wertschöpfung

Im Jahr 1997 betrug die gesamte Wertschöpfung in der EU (zu Marktpreisen) nahezu 6,7 Billionen ECU. Die Hälfte davon wurde in marktbestimmten Dienstleistungen erwirtschaftet und etwa 13% im Handel, auf den somit etwa ein Viertel der Wertschöpfung der marktbestimmten Dienstleistungen entfällt (Abbildung 2.1).

Abbildung 2.1
Handel: Anteil des Handels an der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung (zu laufenden Preisen), EU-15 und Länder, 1997



Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Datenbank HSEC2 und Schätzungen

Hinsichtlich des Anteils des Handels an der gesamten Wertschöpfung gibt es zwischen den Mitgliedstaaten der EU deutliche Unterschiede; die Werte reichen von 9% in Finnland bis zu 16,7% in Portugal.

¹ Die in Unterkapitel 2.1 vorgestellten Daten sind der Eurostat-Datenbank volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR) entnommen. Diese Datenquelle enthält Informationen über verschiedene Wirtschaftszweige, von denen einer den Bereich 'Rückgewinnung, Reparatur, Groß- und Einzelhandel' umfasst und im nachfolgenden auch als 'Handel' bezeichnet wird. Die Informationen über diesen Bereich werden aufgrund der Systematik NACE-CLIO erfasst und sind somit nicht voll vergleichbar mit den in anderen Kapiteln und Abschnitten dieser Veröffentlichung gelieferten Daten, die auf der Systematik NACE Rev. 1 beruhen. Trotzdem wurden die Daten der VGR benutzt um die allgemeine wirtschaftliche Bedeutung des Handels für die Volkswirtschaft aufzuzeigen.

In den südeuropäischen Mitgliedstaaten ist die relative Bedeutung des Handels in der Gesamtwirtschaft im allgemeinen größer als in den Ländern Nordeuropas.

Diese Unterschiede bei den Anteilen des Handels erklären sich aus dem unterschiedlichen Charakter der nationalen Volkswirtschaften; sie stehen im Zusammenhang mit der Entwicklung im Handel selbst und den allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklungstendenzen in den jeweiligen Ländern. Die Zahlen zeigen, dass die Anteile des Handels an der gesamtwirtschaftlichen Leistung in hochindustrialisierten Ländern (wie z.B. in Deutschland oder im Vereinigten Königreich) geringer sind, während sie in Ländern, in denen die Industrie weniger bedeutend oder der Handel noch nicht ausgereift ist, größer sind.

Beschäftigung

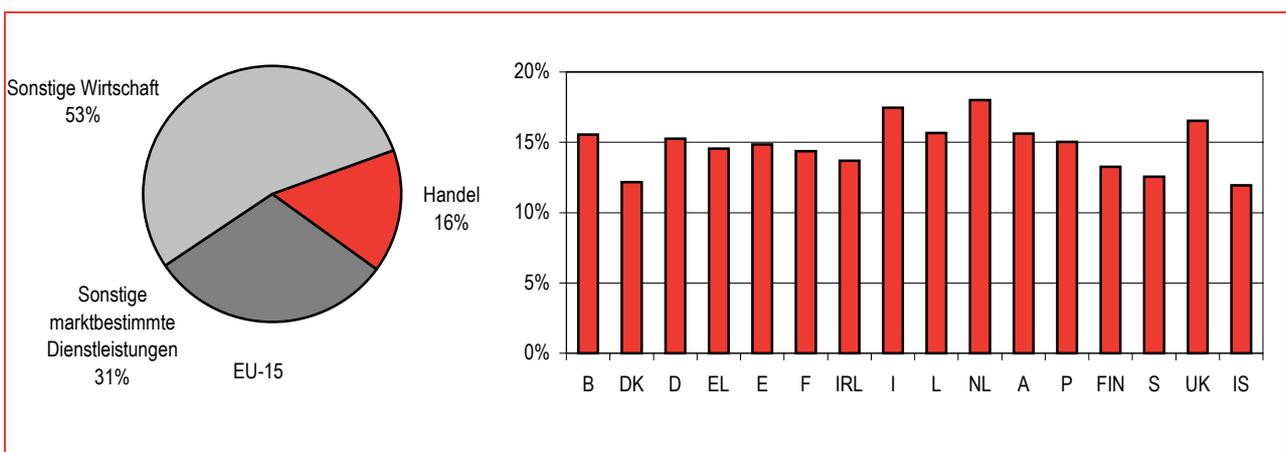
Aus Abbildung 2.2 ist ersichtlich, dass der Anteil des Handels an der Gesamtbeschäftigung im Jahr 1997 auf EU-Ebene 16% ausmachte und damit um 3% höher lag als sein Anteil an der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung.

Innerhalb Europas finden wir die niedrigsten Beschäftigungsanteile des Handels (mit Werten zwischen 12,2 und 13,2%) in den nordeuropäischen Ländern und in Irland. Dieses Verteilungsmuster ähnelt dem der Wertschöpfung.

Mit 18% haben die Niederlande den höchsten Anteil des Handels an der Gesamtbeschäftigung aufzuweisen. An zweiter Stelle folgt Italien mit 17,5%.

Im letzteren Fall liegt die Erklärung in der für die südeuropäischen Länder typischen, stark zersplitterten Struktur des Handels, die insbesondere in Italien zu beobachten ist. Im Fall der Niederlande kann eine durch historische und geographische Faktoren bedingte Spezialisierung der Grund sein.

Abbildung 2.2
Handel: – Anteil des Handels an der gesamtwirtschaftlichen Beschäftigung, EU-15 und Länder, 1997



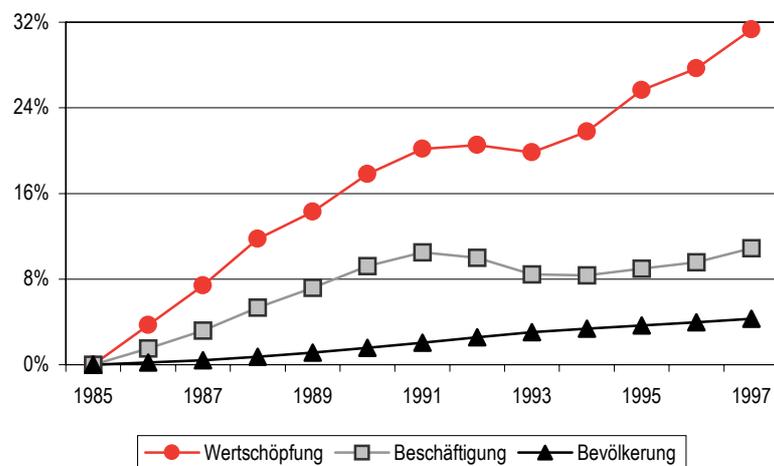
Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Datenbank HSEC2 und Schätzungen

Die langfristige Entwicklung des Handels

In der Zeit von 1985 bis 1997 hat sich der Handel in der EU sowohl wertschöpfungs- als auch beschäftigungsmäßig positiv entwickelt.

Bei der Wertschöpfung erreichte der Handel in diesem Zeitraum mit einer preisbereinigten Steigerung um 31% die gleiche Zuwachsrate, wie sie für die Gesamtwirtschaft der Mitgliedstaaten ermittelt wurde. In der gleichen Zeit nahm die Beschäftigung im Handel um 11% zu, womit die entsprechende gesamtwirtschaftliche Entwicklung in den Mitgliedstaaten um 3,5 Prozentpunkte übertroffen wurde².

Abbildung 2.3
Handel: Wertschöpfung und
Beschäftigung (zu konstanten
Preisen) im Handel -
Langzeitentwicklung in der EU-15,
1985-1997



Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Datenbank HSEC2 und Schätzungen. Für Bevölkerung, Datenbank demo.

Abbildung 2.3 zeigt, dass diese Entwicklung in dem hier betrachteten Zeitraum keineswegs gleichmäßig verlaufen ist. Nach stetigem Wachstum in der Zeit von 1985 bis 1990, begannen die 90er Jahre mit einem deutlichen Abschwung, der sich besonders auf die Beschäftigung auswirkte.

Diese rückläufige Entwicklung war eine Folge der in diesen Jahren in den meisten Ländern Europas zu spürenden allgemeinen Wirtschaftskrise und des dadurch bedingten langsameren Wachstums der Verbraucherausgaben.

Die Erholung begann 1994, und bis 1997 hatte der Handel sowohl bei der Wertschöpfung als auch bei der Beschäftigung positive Wachstumsraten aufzuweisen. Dabei entwickelte sich die Wertschöpfung schneller als die Beschäftigung, deren Steigerung lediglich der Zunahme der Bevölkerung entsprach.

² Siehe auch Kapitel 5.1 über den Handel in der Triade.

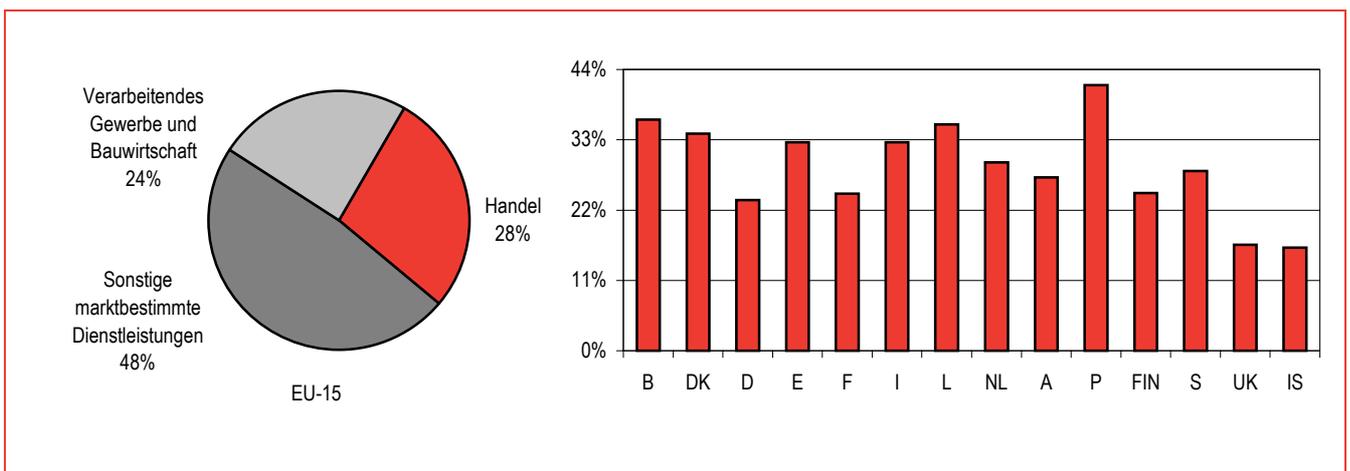
2.2 Unternehmen im Handel

Das relative Gewicht der Handelsunternehmen in der Gesamtwirtschaft

Schätzungen für 1997 (Abbildung 2.4) zeigen, dass in der EU etwa $\frac{3}{4}$ aller Unternehmen³ im Dienstleistungsbereich und etwa $\frac{1}{4}$ im verarbeitenden Gewerbe tätig sind. Der Hauptgrund für diese unterschiedlichen Anteile liegt in der im Vergleich zum industriellen Bereich wesentlich stärkeren Aufsplitterung des Dienstleistungssektors. Industrieunternehmen sind, an der Beschäftigung gemessen, in der Regel größer, dafür aber weniger zahlreich als die Unternehmen im Dienstleistungssektor, bei denen kleinere Einheiten vorherrschen.

Mehr als ein Drittel der Dienstleistungsunternehmen, was 28% aller in der EU tätigen Unternehmen entspricht, sind im Handel tätig. Dabei variieren die Anteile des Handels an der Gesamtzahl der Unternehmen von Land zu Land erheblich.

Abbildung 2.4
Handel: Zahl der Unternehmen im Handel und in der Gesamtwirtschaft, EU-15 und Länder, 1997



Ohne Landwirtschaft und nicht-marktbestimmte Dienstleistungen.
Länderangaben: DK, F, I, NL, P, S, IS: 1996; L: 1994.
Quelle: Eurostat, SME-Datenbank und Schätzungen

Die höchsten Anteile, deutlich über dem europäischen Durchschnitt, melden Portugal (42%), Belgien (36%) und Luxemburg (35%). Mögliche Gründe für diese hohen Anteile liegen in einer im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen besonders starken Zersplitterung des Handels, oder auch in einem höheren relativen Gewicht des Handels – oder des Dienstleistungssektors – in dem

³ Bei den in Abbildung 2.4 wiedergegebenen Daten sind die Landwirtschaft und die nicht-marktbestimmten Dienstleistungen ausgenommen. Daher sind die Anteile des Handels an der Zahl der Unternehmen in der Gesamtwirtschaft mit den in den vorausgegangenen Abschnitten dieses Kapitels dargestellten Anteilen des Handels an der Wertschöpfung und der Beschäftigung nicht direkt vergleichbar.

betreffenden Land. Letzteres trifft insbesondere für Luxemburg zu, dessen Wirtschaft vom Dienstleistungssektor beherrscht wird (auf den insgesamt fast 87% der im Lande tätigen Unternehmen entfallen).

Mit den niedrigsten Anteilen des Handels an der Gesamtzahl der Unternehmen sind Island (16%) und das Vereinigte Königreich (16,5%) Beispiele für einen hohen Konzentrationsgrad im Handel.

Unternehmensdichte

Einen weiteren Anhaltspunkt zur Einschätzung der Bedeutung eines Wirtschaftszweigs bietet die Unternehmensdichte, die zusammen mit der durchschnittlichen Unternehmensgröße zu betrachten ist.

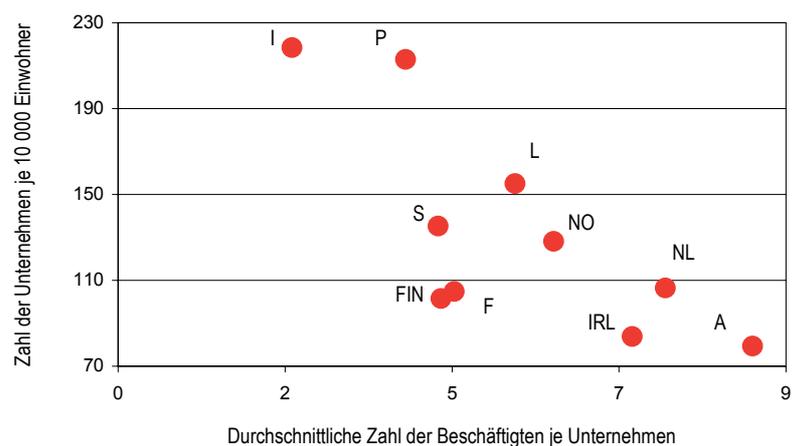
Abbildung 2.5 ermöglicht einen Quervergleich dieser beiden Messgrößen (wobei die Unternehmensdichte ausgedrückt ist als die Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner)⁴. Die zu erwartende Tendenz bestätigt sich insofern, als die Unternehmensdichte mit zunehmender Unternehmensgröße abnimmt.

Die höchste Unternehmensdichte und die kleinste durchschnittliche Unternehmensgröße finden wir in Italien mit 218 Unternehmen je 10 000 Einwohner und durchschnittlich 2,3 Beschäftigten je Unternehmen (Daten von 1998).

Portugal hat eine ähnliche Unternehmensdichte aufzuweisen (213 Unternehmen je 10 000 Einwohner), wobei die Unternehmen mit durchschnittlich 3,9 Beschäftigten aber etwas größer sind.

Die niedrigste Unternehmensdichte (mit etwa 80 Unternehmen je 10 000 Einwohner) haben dagegen Irland und Österreich aufzuweisen, wo die Unternehmen (mit durchschnittlich 7 bzw. 8,5 Beschäftigten) deutlich größer sind.

Abbildung 2.5
Handel: Unternehmensdichte und
durchschnittliche
Unternehmensgröße, 1998



IRL, I, S, NO: 1997

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen; für Bevölkerung: Eurostat, aux_ind Datenbank

⁴ Deutschland liefert keine SBS-Daten für die NACE Rev. 1 Gruppen 50.2 (Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen), 51.1 (Handelsvermittlung), 52.7 (Reparatur von Gebrauchsgütern) und kann daher bei direkten Vergleichen nicht berücksichtigt werden.

Die Unternehmen in den drei Teilbereichen des Handels

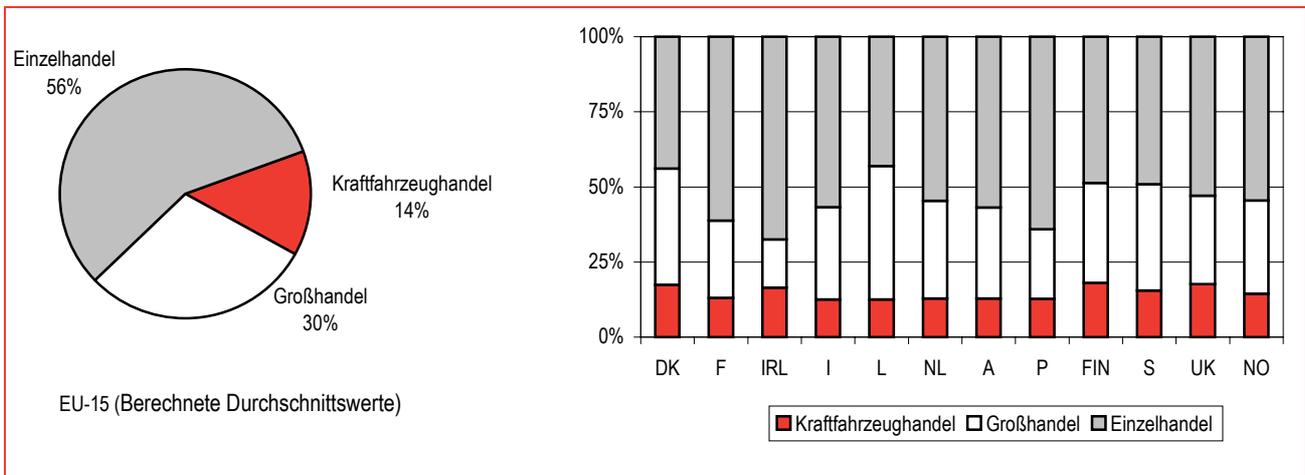
Abbildung 2.6 zeigt, dass in allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, der Einzelhandel nach der Zahl der Unternehmen an erster Stelle liegt – außer in Luxemburg (1998) und in Dänemark (1995), aber auch in diesen Ländern entfallen auf ihn 43-44% aller im Handel tätiger Unternehmen. In allen anderen Ländern liegen die Anteile des Einzelhandels zwischen 49% (Finnland) und 67% (Irland).

Diese hohen Anteile entsprechen dem Hauptmerkmal des Einzelhandels, das darin besteht, dass sich dieser Sektor zum guten Teil aus einer Vielzahl kleiner Unternehmen zusammensetzt.

In Luxemburg liegt der Großhandel mit einem Anteil von 44% an der Gesamtzahl der Handelsunternehmen leicht vor dem Einzelhandel. Den niedrigsten Anteil des Großhandels (16%) hat Irland aufzuweisen.

Die im Kraftfahrzeughandel tätigen Unternehmen spielen im Verhältnis zur Gesamtzahl der Handelsunternehmen nur eine geringere Rolle. Am stärksten vertreten ist der Kraftfahrzeughandel noch in Dänemark (1995), Finnland (1998) und im Vereinigten Königreich (1998), wo dieser Teilbereich zwischen 17 und 18% aller Handelsunternehmen stellt.

Abbildung 2.6
Handel: Zahl der Unternehmen in den Teilbereichen des Handels, EU-15 und Länder, 1998



Berechnete Durchschnittswerte; Daten ohne B, DK, D, EL, E
 Länderangaben: DK: 1995; IRL, I, S, NO: 1997
 Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

2.3 Beschäftigung im Handel

Die Beschäftigung in den drei Teilbereichen des Handels

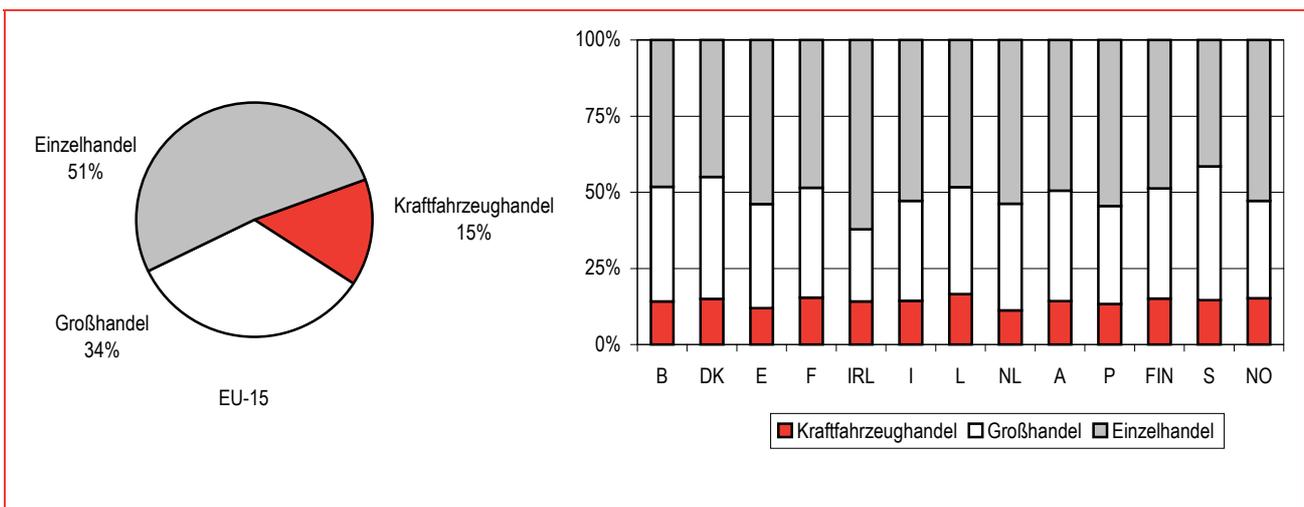
Die relative Bedeutung der Beschäftigung in den einzelnen Teilbereichen des Handels für die Gesamtbeschäftigung im Handel verhält sich ähnlich wie die Anteile an der Gesamtzahl der Unternehmen. Europaweit arbeitet etwa die Hälfte aller im Handel tätigen Personen im Einzelhandel und etwa ein Drittel im Großhandel. (Abbildung 2.7).

Wie schon bei der Zahl der Unternehmen, hat Irland auch bei der Beschäftigung im Handel den höchsten Anteil des Einzelhandels (62%) und den niedrigsten des Großhandels (24%) aufzuweisen.

Schweden ist eine Ausnahme: 44% der im Handel Beschäftigten arbeiten im Großhandel und 42% im Einzelhandel.

Der Kraftfahrzeughandel ist auch beschäftigungsmäßig der am wenigsten bedeutende Teilbereich des Handels; seine Anteile liegen zwischen 11% (Niederlande) und 16,5% (Luxemburg).

Abbildung 2.7:
Handel: Zahl der Beschäftigten in den Teilbereichen des Handels, EU-15 und Länder, 1999



Länderangaben: DK: 1995; IRL, NO: 1997; L, NL: 1998
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Merkmale der Beschäftigung im Handel

Selbständige

Wie Tabelle 2.1 zeigt, ist der Einzelhandel der Teilbereich des Handels, in dem Selbständige den größten Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten stellen. Auf EU-Ebene beträgt ihr Anteil 27,1%.

Einer der Gründe hierfür liegt darin, dass in einer ganzen Reihe von Ländern kleine Unternehmen im Einzelhandel stärker vertreten sind als in den anderen beiden Teilbereichen des Handels. Diese Kleinunternehmen werden oft allein vom Eigentümer und seinen Familienangehörigen betrieben, die nicht als Arbeitnehmer gelten.

Tabelle 2.1
Handel: Anteile der Selbständigen, Frauen und Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtbeschäftigung im Handel, nach Teilbereichen, 1999 (%)

	Selbständige			Frauen			Teilzeitbeschäftigte		
	Kraftfahrzeug-handel	Groß-handel	Einzel-handel	Kraftfahrzeug-handel	Groß-handel	Einzel-handel	Kraftfahrzeug-handel	Groß-handel	Einzel-handel
EU-15	23.7	17.0	27.1	17.6	32.0	58.5	9.5	10.6	29.8
B	30.6	23.9	37.5	21.6	36.6	57.0	7.1	8.7	23.3
DK	16.8	12.5	12.2	20.9	27.4	57.0	23.7	8.6	34.9
D	13.2	13.1	14.5	21.0	37.1	66.8	9.6	15.6	36.0
EL	50.2	30.9	60.2	10.9	30.0	46.7	2.1	2.7	5.1
E	25.3	22.4	42.7	10.7	30.0	56.1	3.2	4.9	10.5
F	18.4	7.9	21.1	17.9	31.2	58.4	9.2	8.1	25.6
IRL	26.4	18.7	16.0	17.7	28.8	60.2	13.5	9.9	34.3
I	49.7	44.4	58.9	14.5	30.6	45.6	4.3	6.4	10.2
L	10.8	12.7	20.1	24.7	23.8	63.4	10.2	6.1	14.0
NL	17.0	8.2	14.7	18.8	26.8	60.3	24.8	17.7	59.3
A	11.7	11.3	13.9	21.5	39.3	68.0	10.0	13.7	32.0
P	25.7	26.1	45.6	10.9	23.7	54.1	2.5	5.3	9.0
FIN	21.8	13.3	18.2	19.8	32.8	65.4	6.5	6.5	31.9
S	25.3	8.8	19.9	13.4	33.1	61.7	12.2	10.8	40.0
UK	16.7	10.3	11.9	20.3	31.0	60.5	15.6	12.8	48.8
IS	17.5	22.9	14.3	21.0	24.5	62.0	19.8	19.5	44.3
NO	5.5	2.7	8.5	22.8	27.3	64.6	21.7	10.4	47.9

Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

Im Großhandel ist der Beschäftigungsanteil der Selbständigen mit (EU-weit) 17% am niedrigsten, während er im Kraftfahrzeughandel 23,7% beträgt. Der relativ hohe Selbständigenanteil im Kraftfahrzeughandel ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass dieser Sektor auch Wartungs- und Reparaturbetriebe einschließt, die vielfach als kleine Familienunternehmen geführt werden.

Die südeuropäischen Mitgliedstaaten, in denen der Handel insgesamt stärker zersplittert ist als in anderen Teilen Europas, ragen heraus mit besonders hohen Selbständigenanteilen in allen Teilbereichen des Handels, besonders aber im Einzelhandel. Die Werte erreichen hier in Italien und Griechenland etwa 60%, in Portugal ca. 45% und in Spanien 43%. Belgien verzeichnet in allen Teilbereichen des Handels relativ hohe und über dem EU-Durchschnitt liegende Selbständigenanteile.

Die anderen europäischen Länder melden dagegen für alle Handelszweige deutlich geringere Beschäftigungsanteile der Selbständigen.

In den meisten nordeuropäischen Ländern gibt es im Kraftfahrzeughandel mehr Selbständige als im Einzelhandel. Der Hauptgrund hierfür ist die in diesen Ländern bestehende stärkere Konzentration des Einzelhandels (die zu größeren Unternehmen führt). Zudem wird der Kraftfahrzeughandel hier nicht von den

integrierten Handelsformen dominiert, so dass in dieser Branche eher kleine und mittelgroße Unternehmen vorherrschen.

Beschäftigung von Frauen

Auch der Anteil der Frauen an der Gesamtbeschäftigung ist im Einzelhandel erheblich höher als in den beiden anderen Bereichen des Handels. Auf EU-Ebene stellen Frauen im Einzelhandel 58,5% aller Arbeitskräfte, im Großhandel 32% und im Kraftfahrzeughandel weniger als 18%. In den einzelnen Ländern findet man ein ähnliches Verteilungsmuster, wenn auch auf etwas unterschiedlichem Niveau.

Speziell der Kraftfahrzeughandel ist gekennzeichnet durch eine starke Präsenz kleiner und mittlerer Unternehmen (z. B. Kfz-Händler). In diesem Umfeld sind Frauen immer noch in der Minderheit.

Österreich ragt heraus mit besonders hohen Frauenanteilen an der Beschäftigung im Handel: im Einzelhandel 68%, im Großhandel 39% (beides Spitzenwerte für Europa) und im Kraftfahrzeughandel 21,5%.

Vor allem die südeuropäischen Mitgliedstaaten melden für den Kraftfahrzeughandel (Griechenland, Spanien und Portugal: unter 11%) und den Einzelhandel (Griechenland und Italien: 46-47%) im allgemeinen relativ geringe Frauenbeschäftigungsquoten und entsprechend große Unterschiede gegenüber den anderen Ländern Europas. Im Großhandel dagegen liegen die Beschäftigungsanteile der Frauen meist über denen von Luxemburg (24%) und einigen anderen nordeuropäischen Ländern.

Teilzeitbeschäftigung

Bei der Teilzeitbeschäftigung im Handel bietet sich ein ähnliches Bild wie bei der Frauenbeschäftigung, wenn auch auf insgesamt niedrigerem Niveau. Im EU-Durchschnitt zählt der Einzelhandel etwa 30% Teilzeitkräfte, während die Teilzeitanteile im Großhandel und im Kraftfahrzeughandel bei jeweils etwa 10% liegen.

Die Niederlande und die nordeuropäischen Länder haben Teilzeitanteile aufzuweisen, die deutlich über dem EU-Durchschnitt liegen. Im Kraftfahrzeughandel melden Dänemark und die Niederlande für die Teilzeitanteile sogar höhere Werte als für die Beschäftigungsanteile der Frauen. Daraus ist zu schließen, dass die herkömmliche Vorstellung von den aus familiären Gründen Teilzeit arbeitenden Frauen zumindest in diesen beiden Ländern als überholt anzusehen ist.

Entwicklung der Frauen- und Teilzeitbeschäftigung

In allen Teilbereichen des Handels war in der Zeit von 1995 bis 1999 eine deutliche Zunahme der Frauenbeschäftigung zu verzeichnen. War der Einzelhandel schon

zuvor gekennzeichnet von einem hohen Frauenanteil an der Beschäftigung, so sind in dieser Zeit auch der Kraftfahrzeughandel (mit einer Zunahme um 9,2%) und der Großhandel (+ 6,4%) als Tätigkeitsfelder für Frauen eher zugänglich geworden. Wie in Abbildung 2.8 dargestellt, hat die Frauenbeschäftigung in diesen beiden Teilsektoren nach 1998 besonders stark zugenommen. Diese Angaben bestätigen die vermehrte Präsenz von Frauen an der Beschäftigung überhaupt, auch in sogenannten 'Männerdomänen'.

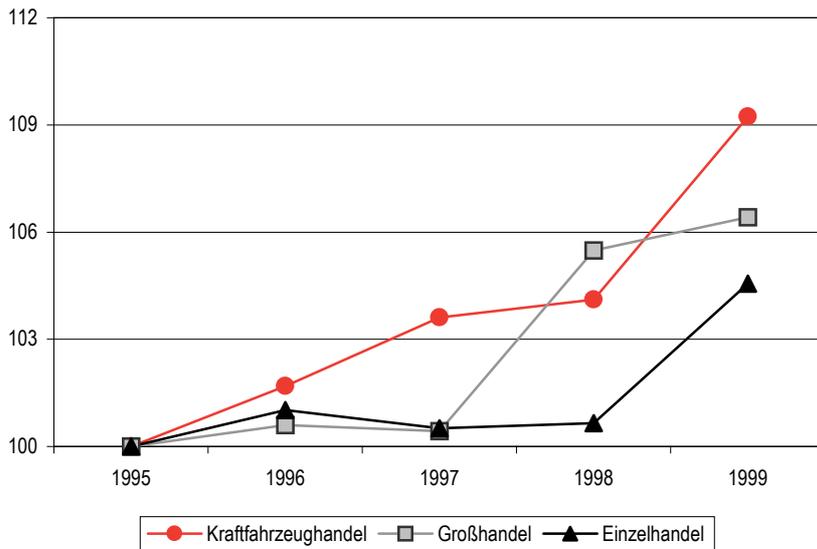


Abbildung 2.8
Handel: Entwicklung der Frauenbeschäftigung in den Teilbereichen des Handels in der EU-15 (1995=100)

Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

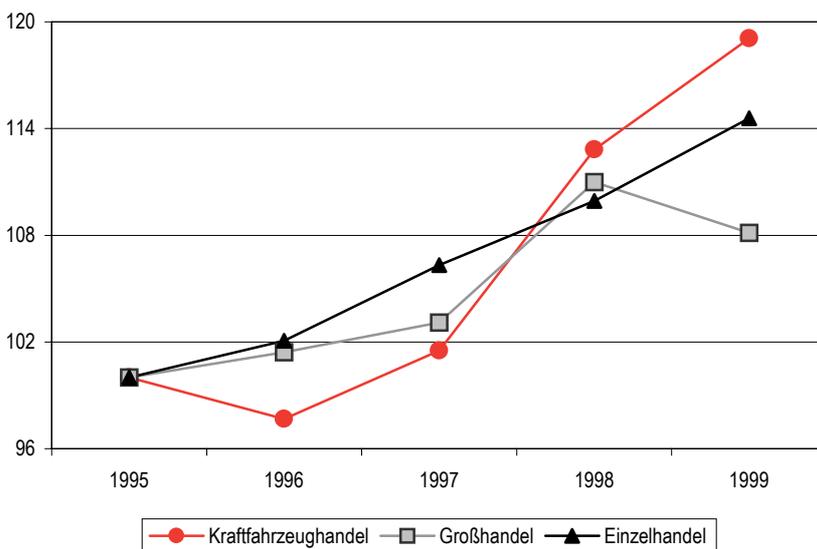


Abbildung 2.9
Handel: Entwicklung der Teilzeitbeschäftigung in den Teilbereichen des Handels in der EU-15 (1995=100)

Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

Im Zuge der Liberalisierung des Arbeitsmarkts hat die Teilzeitbeschäftigung in den letzten Jahren vor allem im Kraftfahrzeughandel und im Einzelhandel stark zugenommen.

Insbesondere der Einzelhandel verzeichnete eine nahezu lineare Zunahme, die in dem hier betrachteten Zeitraum (1995-1999) insgesamt 14,5% ausmachte. Im Kraftfahrzeughandel setzte der positive Trend erst ein Jahr später ein (von 1995 auf 1996 hatte es sogar noch einen Rückgang gegeben), er entwickelte sich aber dann so kräftig, dass die Gesamtzunahme im Berichtszeitraum (+ 19%) die des Einzelhandels übertraf.

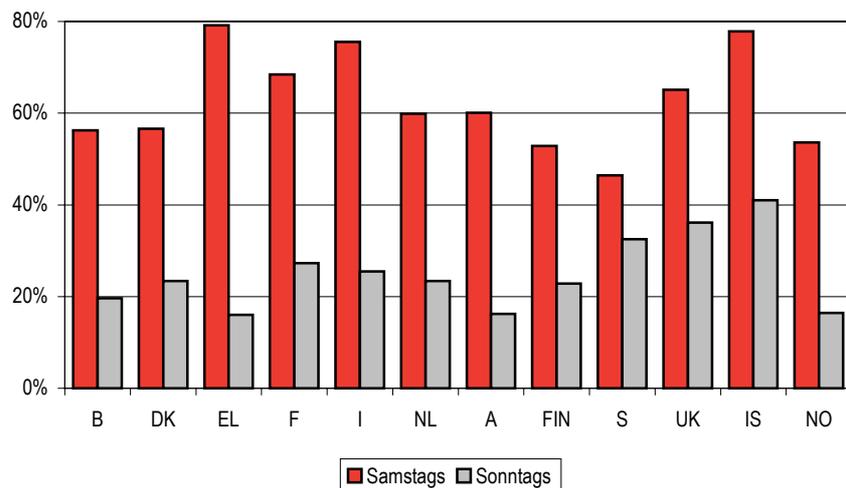
Im Großhandel zeigt sich ein anderes Bild: nach einer Zunahme bis 1998 folgte 1999 ein Rückgang, was insgesamt für den Berichtszeitraum von vier Jahren eine Veränderung um + 8% ergab.

Wochenendarbeit

Der Umstand, dass Einzelhandelsgeschäfte üblicherweise samstags und in manchen Fällen auch sonntags geöffnet sind, hat entsprechende Auswirkungen auf den gesamten Handelssektor, und daher haben alle Länder, soweit sie Daten geliefert haben, hohe Anteile von Wochenendarbeitern aufzuweisen.

Außer in Schweden, arbeiten über 50% aller im Handel tätigen Arbeitskräfte an Samstagen. In Griechenland, Frankreich, Italien und Island liegt der Anteil sogar bei zwei Dritteln. Insgesamt melden die nordeuropäischen Länder tendenziell geringere Anteile von Wochenendarbeitern.

Abbildung 2.10
Handel: Anteil der an Wochenenden arbeitenden (1) Personen an der Gesamtbeschäftigung im Handel, 1999



(1) Wochenendarbeiter sind Personen, die angaben, regelmäßig oder gelegentlich an Samstagen oder Sonntagen zu arbeiten.
Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

Was die Arbeit an Sonntagen anbetrifft, so sind die Anteile an der Gesamtbeschäftigung offensichtlich geringer, und offenbar besteht hier auch keine Verbindung zur Samstagsarbeit. Island und das Vereinigte Königreich nehmen mit 41 bzw. 36% die ersten Plätze ein; Schweden folgt mit 33%.

Am anderen Ende der Skala findet sich Griechenland, Österreich und Norwegen, alle mit etwa 16%. Mögliche Erklärungen für diese Unterschiede bieten religiöse Einflüsse, die Klimabedingungen und die Nähe von Ferienorten.

2.4 Größenklassen-Aspekte im Handel

Abbildung 2.11 zeigt, dass der Handel in allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, klar von kleinen Unternehmen beherrscht wird. Die Anteile der Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten liegen zwischen 95% (Österreich) und 99% (Italien). Diese beiden Länder sind zugleich auch diejenigen mit der größten bzw. geringsten durchschnittlichen Unternehmensgröße.

Eine weitere Aufschlüsselung zeigt, dass Kleinstunternehmen mit weniger als 5 Beschäftigten in allen Ländern, für die diese Daten vorliegen, den Hauptanteil stellen: in Italien erreicht er 92%, während die niedrigsten Werte (für Irland und Österreich) immer noch um 70% liegen.

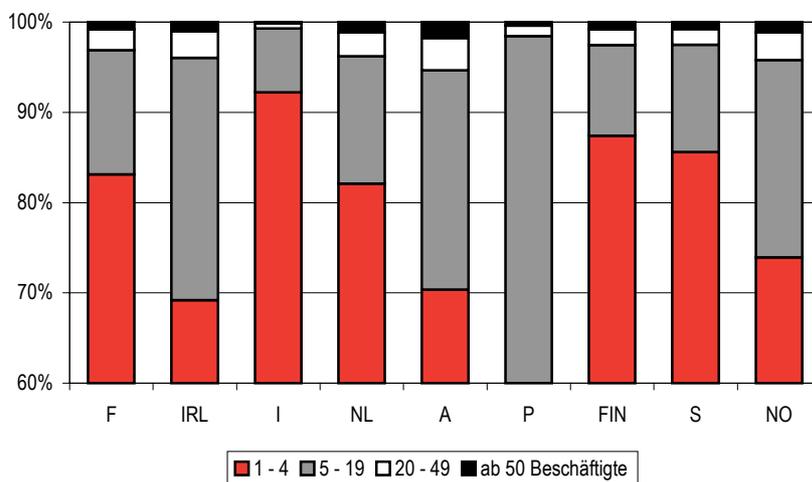


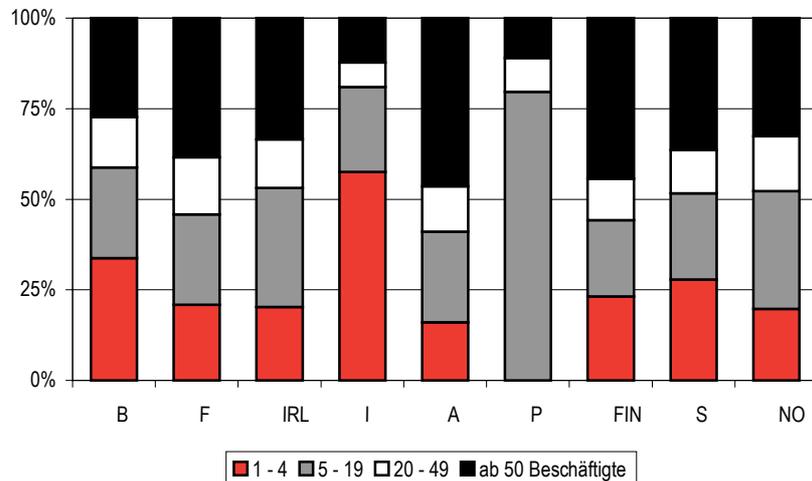
Abbildung 2.11
Handel: Zahl der Unternehmen im Handel, aufgeschlüsselt nach Beschäftigungsgrößenklassen, 1998

Aus Darstellungsgründen beginnt die Skala bei 60%.
Portugal: die Größenklasse 5-19 umfasst auch Unternehmen mit weniger als 5 Beschäftigten.
I, S, NO: 1997, IRL: 1996
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Der zahlenmäßige Anteil großer Unternehmen (ab 50 Beschäftigten) ist in allen Ländern, die diese Daten geliefert haben, gering, obwohl diese Unternehmen in der Regel den größten Teil der Beschäftigung stellen.

Abbildung 2.12 zeigt, dass Unternehmen ab 50 Beschäftigten in Österreich 46%, in Finnland 44% und in Frankreich 38% aller im Handel bestehenden Arbeitsplätze stellen. Die Höhe dieser Anteile erklärt sich u. a. aus dem Umstand, dass auch sehr große Unternehmen in dieser Größenklasse mit erfasst sind.

Abbildung 2.12
Handel: Zahl der Beschäftigten im
Handel, aufgeschlüsselt nach
Beschäftigungsgrößenklassen der
Unternehmen, 1998



Portugal: die Größenklasse 5-19 umfasst auch Unternehmen mit weniger als 5 Beschäftigten.
IRL, I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

In Portugal and Italien entfallen dagegen auf diese mit 11 bzw. 12% nur verhältnismäßig geringe Beschäftigungsanteile.

In Italien stellen Kleinunternehmen (mit weniger als 5 Beschäftigten) den überwiegenden Teil der Arbeitsplätze im Handel; ihr Beschäftigungsanteil beträgt hier 57%. Auch in Belgien entfällt auf diese Unternehmensgrößenklasse mit 34% noch ein relativ hoher Anteil an der Gesamtbeschäftigung des Sektors, während Österreich mit 16% den geringsten Beschäftigungsanteil dieser kleinen Einheiten ausweist.

Bei der Größenklasse von 5 – 19 Beschäftigten sind unter den Ländern, für die diese Daten vorliegen, keine bemerkenswerten Unterschiede festzustellen: ihre Anteile an der Gesamtbeschäftigung im Handel reichen von 21% in Finnland bis 33% in Irland. Unternehmen von 20 bis 49 Beschäftigten sind offenbar für die Gesamtbeschäftigung im Handel von geringerer Bedeutung.

Größenklassen in den Teilbereichen des Handels

Die Aufteilung der Unternehmenszahl und der Beschäftigung nach Beschäftigungsgrößenklassen ist in den drei Teilbereichen des Handels nicht sehr unterschiedlich, wobei kleine Unternehmen in allen Ländern vorherrschen.

Wie aus Tabelle 2.2 zu entnehmen ist, sind in den Ländern, für die diese Daten vorliegen, mehr als 75% aller im Kraftfahrzeughandel und im Großhandel tätigen Unternehmen kleine Einheiten (1-4 Beschäftigte). Ausnahmen sind Irland, Österreich und (im Fall des Kraftfahrzeughandels) Norwegen. In diesen Ländern findet man in den betreffenden Handelszweigen eine größere Zahl von Unternehmen mit 5-19 Beschäftigten.

Der Einzelhandel ist gekennzeichnet von einer ausgeprägten Fragmentierung und hat dementsprechend eine noch stärkere Präsenz sehr kleiner Einheiten aufzuweisen. Mit Ausnahme Irlands, Österreichs und Norwegens liegen die zahlenmäßigen Anteile dieser Kleinstunternehmen (mit 1-4 Beschäftigten) in allen erfassten Ländern über 80% (Italien meldet sogar 94%).

In Irland, Österreich und Norwegen entfallen beträchtliche Anteile auf die Größenklasse 5-19 Beschäftigte, was auf eine Tendenz zur Konzentration schließen lässt.

Tabelle 2.2
Handel: Zahl der Unternehmen in den Teilbereichen des Handels, aufgeschlüsselt nach Beschäftigungsgrößenklassen, 1998 (%)

	B	DK	E	F	IRL	I	NL	A	P	FIN	S	NO
Kraftfahrzeughandel												
Insgesamt	:	:	:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1 - 4 Beschäftigte	:	:	:	75.5	65.9	87.3	76.1	56.2	:	88.3	84.8	66.4
5 - 19	:	:	:	20.3	28.8	11.7	19.5	35.3	:	9.5	12.8	27.8
20 - 49	:	:	:	3.1	4.5	0.9	3.3	6.5	2.1	1.4	1.4	4.5
ab 50 Beschäftigte	:	:	:	1.0	0.8	0.1	1.1	1.9	:	0.8	1.0	1.3
Großhandel												
Insgesamt	:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1 - 4 Beschäftigte	:	77.7	78.1	77.4	56.5	90.4	76.3	67.7	:	86.1	82.1	77.5
5 - 19	:	15.0	18.5	16.9	33.3	8.5	17.1	24.0	:	10.6	13.9	17.6
20 - 49	:	4.8	2.5	4.1	7.2	0.9	4.5	5.2	2.7	2.2	2.8	3.2
ab 50 Beschäftigte	:	2.5	0.9	1.6	3.0	0.3	2.1	3.2	:	1.1	1.3	1.6
Einzelhandel												
Insgesamt	:	100.0	:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1 - 4 Beschäftigte	:	84.3	:	87.2	72.6	94.3	86.9	75.0	:	88.0	87.8	73.9
5 - 19	:	12.8	:	11.0	25.1	5.3	11.1	22.0	:	9.8	10.3	22.7
20 - 49	:	2.3	:	1.4	1.7	0.3	1.4	2.1	0.5	1.6	1.4	2.6
ab 50 Beschäftigte	:	0.7	:	0.4	0.7	0.1	0.6	1.0	:	0.6	0.5	0.8

IRL, I, NO: 1997
Quelle: Eurostat SBS-Datenbank

Tabelle 2.3 zeigt, dass der Beschäftigungsanteil der kleinen Unternehmen in allen Ländern und in allen Teilbereichen des Handels erwartungsgemäß deutlich niedriger ist als ihr jeweiliger Anteil an der Gesamtzahl der Unternehmen.

In vielen Ländern entfällt in allen Teilbereichen des Handels ein deutlicher Teil der Beschäftigung auf große Unternehmen. Italien ist insofern eine klare Ausnahme von dieser Regel, als hier immer noch mehr als 50% aller in den verschiedenen Teilbereichen des Handels tätigen Arbeitskräfte in kleinen Unternehmen beschäftigt sind.

Tabelle 2.3
Handel: Zahl der Beschäftigten in
den Teilbereichen des Handels,
aufgeschlüsselt nach
Beschäftigungsgrößenklassen,
1998 (%)

Besonders im Großhandel arbeiten mehr Menschen in großen Unternehmen, und nur die südeuropäischen Mitgliedstaaten und in geringerem Maße Belgien haben in diesem Bereich immer noch große Beschäftigungsanteile kleiner Unternehmen aufzuweisen.

	B	DK	E	F	IRL	I	NL	A	P	FIN	S	NO
Kraftfahrzeughandel												
Insgesamt	100.0	:	:	100.0	100.0	100.0	:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1 - 4 Beschäftigte	36.5	:	:	24.3	23.1	52.8	:	13.9	:	31.7	29.8	17.1
5 - 19	32.6	:	:	32.0	42.8	34.3	:	34.8	:	22.6	25.7	40.6
20 - 49	14.1	:	:	19.2	21.2	8.7	:	20.6	13.0	11.6	10.8	20.7
ab 50 Beschäftigte	16.8	:	:	24.5	12.8	4.2	:	30.7	:	34.1	33.7	21.6
Großhandel												
Insgesamt	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1 - 4 Beschäftigte	23.0	12.9	27.8	11.2	11.7	49.1	:	11.9	:	18.3	22.6	18.0
5 - 19	28.4	18.7	34.1	26.0	28.7	27.3	:	21.9	:	20.3	24.5	26.3
20 - 49	20.0	18.4	15.6	21.5	20.8	10.3	:	15.3	15.0	13.3	16.5	16.3
ab 50 Beschäftigte	28.6	50.0	22.6	41.3	38.8	13.3	:	50.8	:	48.1	36.4	39.5
Einzelhandel												
Insgesamt	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1 - 4 Beschäftigte	41.2	21.5	57.0	26.1	22.9	64.2	:	19.7	:	24.3	29.8	21.5
5 - 19	20.3	18.8	:	22.3	32.2	17.9	:	24.4	:	21.0	21.4	34.0
20 - 49	9.2	10.7	5.4	11.2	8.8	4.0	:	8.1	4.5	10.1	10.0	12.9
ab 50 Beschäftigte	29.3	48.9	:	40.4	36.1	13.8	:	47.7	:	44.6	38.9	31.6

E (nur Einzelhandel): 1997; IRL, I, NO: 1997;
Quelle: Eurostat SBS-Datenbank

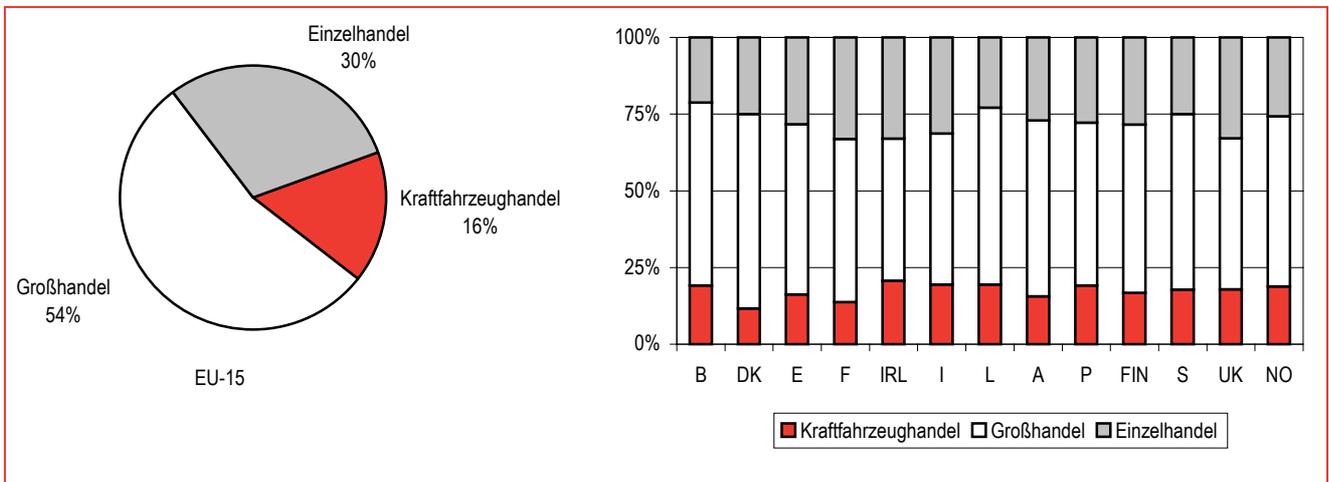
2.5 Leistungsdaten

Umsatz

Der Großhandel erreicht auf EU-Ebene mehr als 50% der im Handel insgesamt erzielten Umsätze und ist bei dieser Messgröße auch in den einzelnen Ländern ausnahmslos vorherrschend. Besonders hoch ist sein Anteil an den Gesamtumsätzen des Handels in Dänemark (63%), Belgien (60%) und in Luxemburg (58%); am niedrigsten ist er in Irland mit 46%.

Andererseits ist der Kraftfahrzeughandel in Irland anscheinend relativ bedeutender als in den anderen Ländern: mit 21% hält er hier einen höheren Anteil an den Gesamtumsätzen des Handels als in allen anderen Ländern, die einschlägige Daten geliefert haben.

Abbildung 2.13
Handel: Umsätze im Handel,
aufgeschlüsselt nach Teilbereichen,
EU-15 und Länder, 1999



Länderangaben: DK: 1995; IRL, NO: 1997; L: 1998
Quelle: Eurostat SBS-Datenbank und Schätzungen

Die Umsatzanteile des Kraftfahrzeughandels sind zwar geringer als die der anderen beiden Teilbereiche des Handels, sie liegen aber im allgemeinen höher als seine Anteile an der Zahl der Unternehmen und der Beschäftigten. Dies liegt naturgemäß daran, dass es hier, vor allem im Kraftwagenverkauf, um Güter mit relativ hohem Einzelverkaufspreis geht.

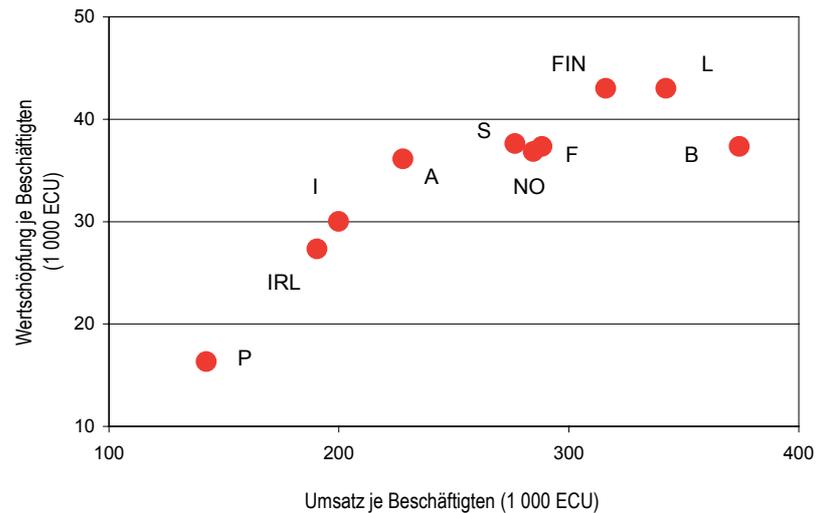
Der Einzelhandel, der die Mehrzahl der Handelsunternehmen stellt und in dem auch der größte Teil der im Handel tätigen Arbeitskräfte beschäftigt ist, hat dagegen nur geringere Anteile an den Gesamtumsätzen des Handels aufzuweisen – auch dies zweifellos wegen der Art der von ihm vertriebenen Güter. Seine Umsatzanteile reichen von 21 – 23% in Belgien und Luxemburg bis zu 33% im Vereinigten Königreich, in Frankreich und Irland.

Leistungsindikatoren

Um die Leistungskraft eines Wirtschaftszweigs zu messen, muss man den von ihm erzielten Umsatz im Verhältnis zur Beschäftigung sehen. Die Wertschöpfung eines Wirtschaftszweiges ergibt sich aus seinem Umsatz nach Abzug der Materialkosten und der sonstigen produktionsbezogenen Kosten.

Die auch als (einfache) Arbeitsproduktivität bezeichnete Wertschöpfung je Beschäftigten steht somit in engem Zusammenhang mit dem Umsatz, und im allgemeinen gilt, dass ein höherer Umsatz je Beschäftigten auf eine höhere Arbeitsproduktivität schließen lässt.

Abbildung 2.14
Handel: Umsatz und Wertschöpfung
je Beschäftigten, 1998



IRL, I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Unter den Ländern, für die einschlägige Daten vorliegen, hatten Finnland und Luxemburg 1998 mit jeweils 43 000 ECU je Beschäftigten die höchste Arbeitsproduktivität im Handel aufzuweisen. Im gleichen Jahr lagen die Werte für den Umsatz je Beschäftigten in diesen Ländern bei 316 000 bzw. 342 000 ECU⁵. Den höchsten Umsatz je Beschäftigten, ebenfalls für 1998, hatte jedoch Belgien zu verzeichnen (374 000 ECU je Beschäftigten), wobei jedoch die Arbeitsproduktivität im gleichen Jahr mit 37 000 ECU leicht unter dem für Luxemburg und Finnland ermittelten Wert lag. Das bedeutet, dass die jeweiligen Material- und sonstigen produktionsbedingten Kosten im Durchschnitt in Belgien höher sind als in Luxemburg und Finnland.

Die niedrigsten Werte, sowohl für die Arbeitsproduktivität als auch für den Umsatz je Beschäftigten, ergaben sich für Portugal (16 000 bzw. 142 000 ECU je Beschäftigten im Jahre 1998).

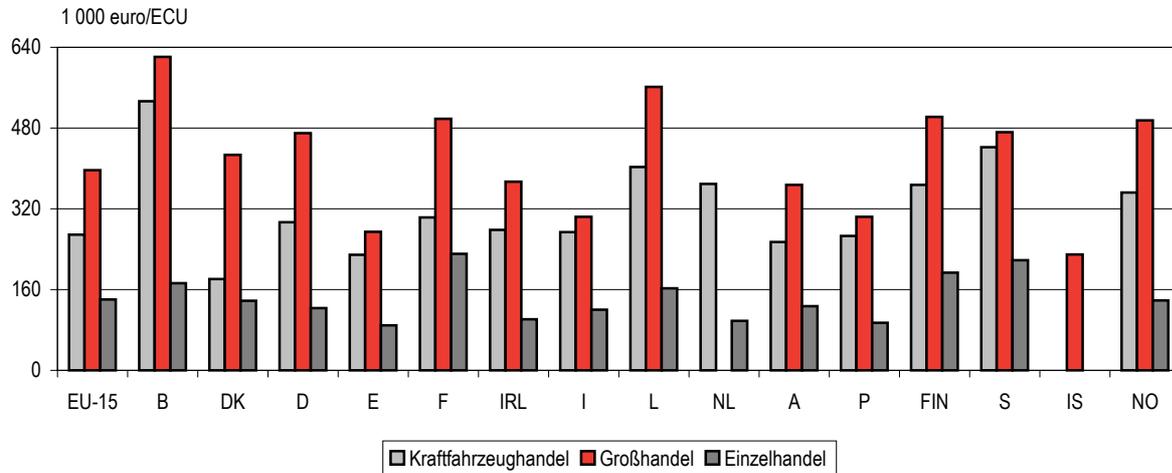
Leistungsdaten für die Teilbereiche des Handels

Der Großhandel ist der Teilbereich des Handels, der – gemessen an der Wertschöpfung oder am Umsatz je Beschäftigten – die höchste Leistung aufzuweisen hat. Eine Erklärung ergibt sich aus der spezifischen Eigenart dieses Handelszweiges, bei dem es vielfach um den virtuellen Kauf und Wiederverkauf von Waren geht und die somit eine höhere Kapitalintensität und einen schnelleren Kapitalumschlag bedingt.

⁵ Für einige Länder liegen Daten für 1999 zum Umsatz je Beschäftigten vor, werden aber aus Gründen des Vergleichs nicht in der Abbildung gezeigt.

Abbildung 2.15 zeigt, dass dieses Merkmal ausnahmslos allen hier betrachteten Ländern gemeinsam ist.

Abbildung 2.15
Handel: Umsatz je Beschäftigten, aufgeschlüsselt nach Teilbereichen, 1999



RL, NO: 1997; L, NL: 1998; IS: 1995; DK (nur Kraftfahrzeughandel): 1995.
D: Kraftfahrzeughandel ohne NACE Rev. 1-Gruppe 50.2; Großhandel ohne NACE Rev. 1-Gruppe 51.1; Einzelhandel ohne NACE Rev. 1-Gruppe 52.7
Angaben für 1999 in Euro, für die vorhergehenden Jahre in ECU
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Im Großhandel liegen die Werte für den Umsatz je Beschäftigten zwischen 229 000 ECU in Island (1995) und 620 000 Euro in Belgien (1999).

Der Einzelhandel hat dagegen unter den drei Teilbereichen des Handels die niedrigsten Umsätze je Beschäftigten aufzuweisen; sie liegen zwischen 89 000 Euro in Spanien und 231 000 Euro in Frankreich (beides Daten von 1999). Eine mögliche Erklärung liegt darin, dass dieser Teilbereich des Handels im allgemeinen arbeitsintensiver und weniger automatisiert ist als der Großhandel.

Der Kraftfahrzeughandel liegt im Mittelfeld, wobei die Werte in vielen Ländern (z.B. in Belgien, Irland, Schweden und in den südeuropäischen Mitgliedstaaten) nur unerheblich niedriger sind als im Großhandel.

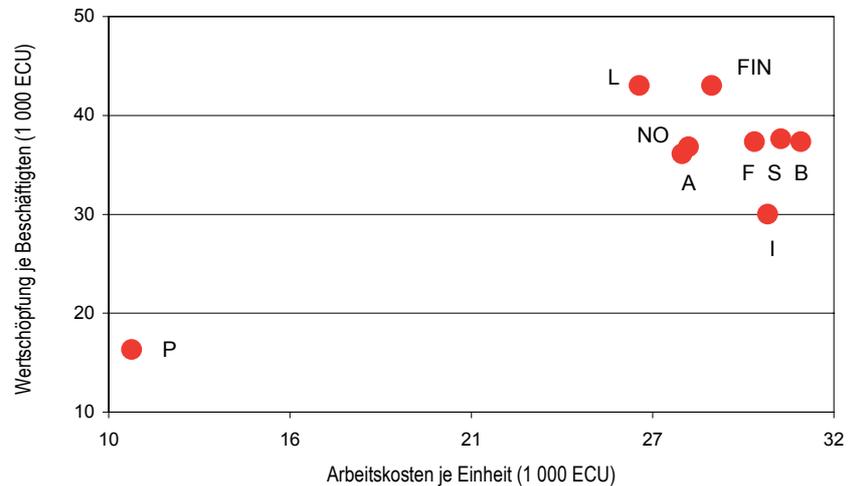
Arbeitskosten

Um die Ertragskraft eines Wirtschaftszweigs zu beurteilen, muss man die Wertschöpfung je Beschäftigten den pro Lohn- und Gehaltsempfänger anfallenden Personalkosten (den Pro-Kopf-Arbeitskosten oder Arbeitskosten je Einheit) gegenüberstellen.

Ein Vergleich zwischen Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) und Arbeitskosten je Einheit im Handel zeigt, dass fast alle Länder außer Portugal eine hohe Wertschöpfung zusammen mit hohen Arbeitskosten je Einheit aufweisen. Luxemburg und Finnland melden die höchste Arbeitsproduktivität, zugleich aber leicht geringere Arbeitskosten als die anderen Länder, die diese Daten geliefert

haben. Luxemburg ist offenbar das Land, in dem das Verhältnis zwischen diesen beiden wirtschaftlichen Messgrößen mit Arbeitskosten je Einheit von 26 000 ECU je Lohn- und Gehaltsempfänger und einer Produktivität von 43 000 ECU je Beschäftigten im Jahre 1998 im Handel am günstigsten ausfällt (Abbildung 2.16).

Abbildung 2.16
Handel: Arbeitskosten je Einheit
und Wertschöpfung je
Beschäftigten, 1998



I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Italien zählt zu den Ländern mit den höchsten Arbeitskosten, hat aber nur eine relativ geringe Produktivität aufzuweisen (ca. 30 000 ECU je Lohn- und Gehaltsempfänger bzw. Beschäftigten in 1997). Absolut gesehen, liegen die Arbeitskosten am höchsten in Belgien und in Schweden, wo sie 31 000 bzw. 30 000 ECU je Lohn- und Gehaltsempfänger betragen (Daten von 1998).

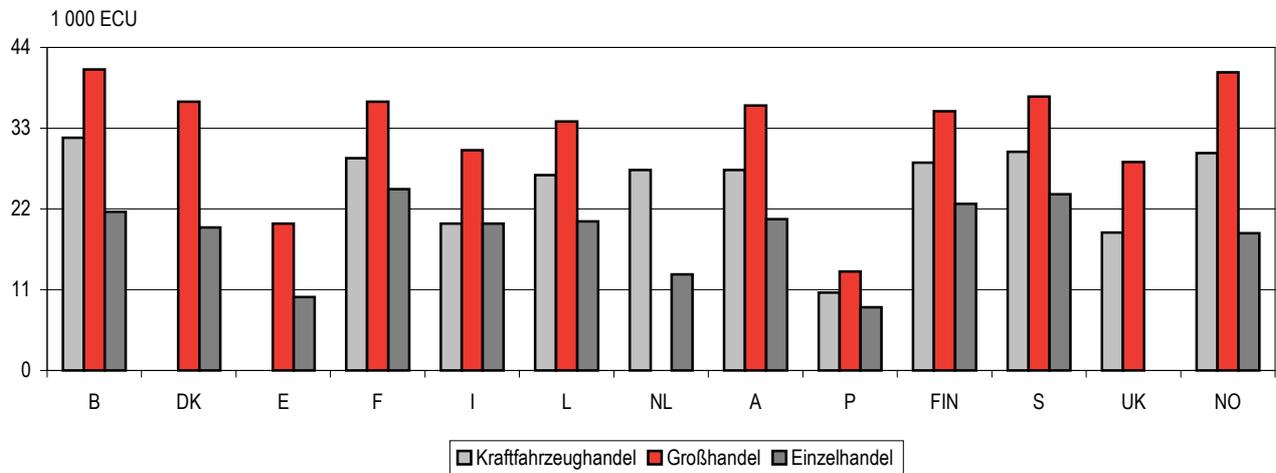
Portugal ragt heraus – nicht nur wegen geringer Produktivität, sondern auch wegen der sehr niedrigen Arbeitskosten im Handel (unter 11 000 ECU je Lohn- und Gehaltsempfänger), was z. T. dadurch erklärt ist, dass die Löhne in diesem Land niedriger liegen als in anderen europäischen Ländern.

Arbeitskosten in den Teilbereichen des Handels

Abbildung 2.17 lässt erkennen, dass der Großhandel in allen Ländern, für die diese Daten vorliegen, der Teilbereich des Handels mit den höchsten Arbeitskosten ist. Andererseits hat er aber auch die höchste Wertschöpfung je Beschäftigten aufzuweisen. Dies ist wohl u.a. darauf zurückzuführen, dass die im Großhandel tätigen Personen oft sehr komplexe Steuerungs- und Abwicklungsaufgaben zu erfüllen haben und daher im allgemeinen eine höhere Ausbildung benötigen als z. B. im Einzelhandel beschäftigte Arbeitskräfte.

Ähnlich wie beim Umsatz je Beschäftigten, liegt der Kraftfahrzeughandel auch bei den pro Kopf anfallenden Arbeitskosten an zweiter Stelle, während der Einzelhandel die niedrigsten Werte meldet.

Abbildung 2.17
Handel: Arbeitskosten je Einheit, aufgeschlüsselt nach Teilbereichen, 1998



I, S, UK, NO: 1997; E (nur Einzelhandel): 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Bruttobetriebsüberschußraten

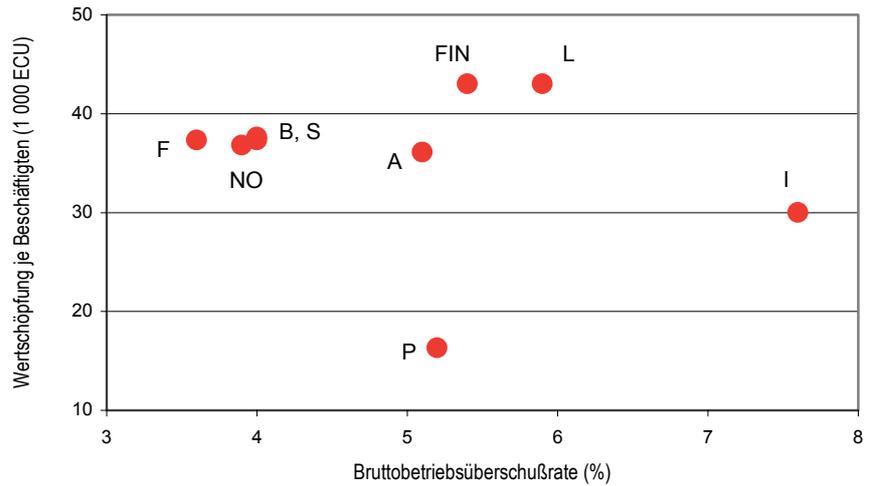
Die Bruttobetriebsüberschußrate (oder Bruttoumsatzrendite ausgedrückt als der Bruttobetriebsüberschuss in Prozent vom Umsatz) gilt als Indikator für den Erfolg eines Wirtschaftszweigs.

Hohe Produktivitätswerte allein können den Erfolg eines Wirtschaftszweiges nicht gewährleisten, denn sie sind nur einer der Faktoren, die zum Ergebnis beitragen. Immerhin jedoch bedeutet hohe Produktivität, dass die Arbeitskosten nur einen geringen Teil der Umsätze ausmachen, was die Unternehmen im allgemeinen in die Lage versetzt, mit niedrigen Spannen zu arbeiten.

Abbildung 2.18 zeigt, dass die Bruttobetriebsüberschußraten in einigen Ländern mit hoher Produktivität im Handel (Belgien, Frankreich, Schweden und Norwegen: 36 – 38 000 ECU je Beschäftigten – Zahlen von 1997 bzw. 1998) besonders niedrig sind (zwischen 3,6% und 4%).

Andererseits hat Italien bei relativ geringer Produktivität (30 000 ECU je Beschäftigten) mit 7,6% eine hohe Überschussrate aufzuweisen. Zu erklären ist dies einerseits durch die stark fragmentierte Struktur des Handels in diesem Land und andererseits durch die eher schwache Aktivität ausländischer Firmen. Der erste Grund besagt, dass hier viele Selbständige tätig sind und daher die Personalkosten weniger Einfluss auf den Betriebsüberschuss haben, oder, anders gesagt, dass die Personalkosten generell niedriger sind. Der zweite Faktor schwächt den Wettbewerb im Lande und ermöglicht es den Unternehmen, trotz geringer Produktivität hohe Spannen zu erzielen.

Abbildung 2.18
Handel:
Bruttobetriebsüberschußrate
und Wertschöpfung je
Beschäftigten, 1998

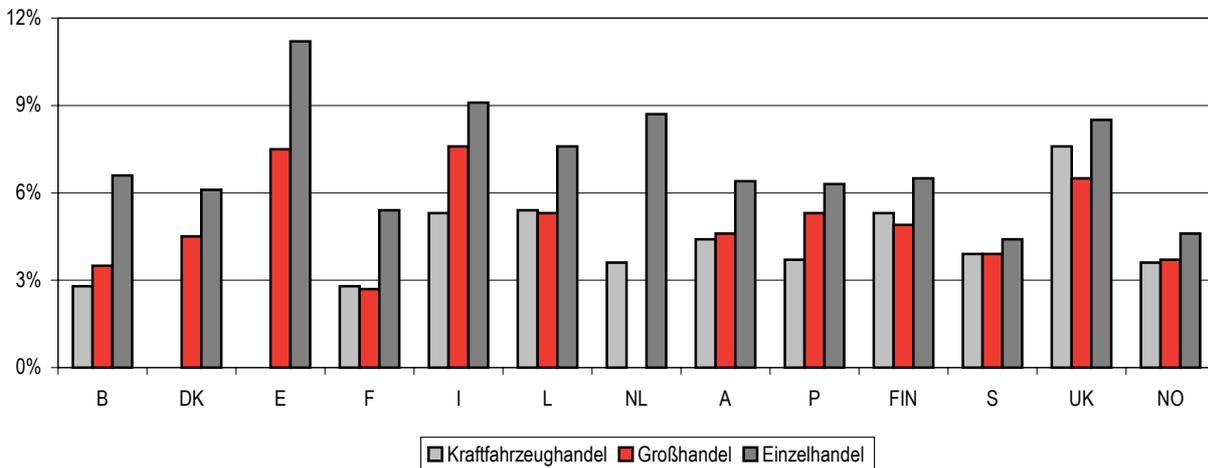


I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Bruttobetriebsüberschußraten in den Teilbereichen des Handels

Von den Teilbereichen des Handels verzeichnet der Einzelhandel die höchsten Bruttobetriebsüberschußraten in allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben (Abbildung 2.19). Spanien (11,2%), Italien (9,1%) und die Niederlande (8,7%) weisen die höchsten Werte in diesem Teilbereich auf, Schweden (4,4%) und Norwegen (4,6%) die niedrigsten.

Abbildung 2.19:
Handel:
Bruttobetriebsüberschußraten,
aufgeschlüsselt nach Teilbereichen,
1998



I, S, NO: 1997; E (nur Einzelhandel): 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Der Groß- und der Kraftfahrzeughandel weist im allgemeinen ähnliche Überschussraten auf. Die Unterschiede zwischen den hier gemessenen Werten und denen des Einzelhandels sind in den meisten betrachteten Ländern bedeutend. Spanien, Italien und das Vereinigte Königreich verzeichnen die höchsten Überschussraten für alle drei Teilbereiche des Handels.

Die relativ niedrigen Überschussraten des Groß- und des Kraftfahrzeughandels erklären sich aus dem Wesen dieser beiden Tätigkeiten: der Kraftfahrzeughandel setzt sich in erster Linie aus Verkäufen von Kraftwagen und Krafträdern zusammen und da diese Tätigkeit Waren mit einem hohen Wert je Einheit einschließt, können geringe Gewinnspannen trotzdem einen hohen Betriebsüberschuß bedeuten. Der Großhandel beinhaltet den Kauf und Wiederverkauf von großen Warenmengen, was einen höheren Kapitalumschlag bedeutet. Im Ergebnis kann also der Betriebsüberschuß hoch sein, auch wenn die Gewinnspannen niedrig sind.

Trotzdem muss angemerkt werden, dass der Betriebsüberschuß im Einzelhandel in gewisser Weise aufgebläht erscheinen kann, da er die Einkommen der Selbständigen enthält, die in diesem Teilbereich eine wichtige Rolle spielen.

Investitionen

Im Vergleich zum verarbeitenden Gewerbe sind die Investitionen im Handel eher niedrig.

Abbildung 2.20 vermittelt ein Bild von der Beziehung zwischen Wertschöpfung und Investitionen je Beschäftigten im Handel. Eine hohe Wertschöpfung ermöglicht es generell den Unternehmern in dem jeweiligen Bereich mehr zu investieren - natürlich nur, solange sie dies für angebracht halten.

In einigen Ländern sind jedoch leicht abweichende Tendenzen zu beobachten.

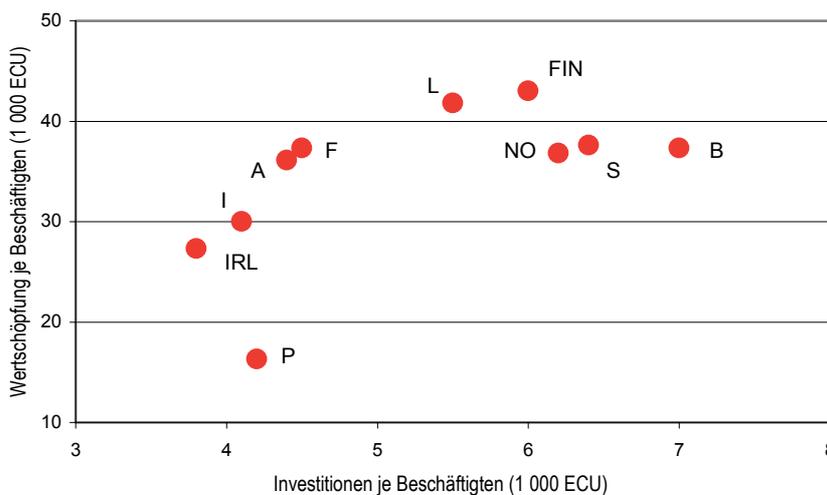


Abbildung 2.20
Handel: Investitionen und Wertschöpfung je Beschäftigten, 1998

IRL, I, S, NO: 1997, L: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Von den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, hat Belgien mit 7 000 ECU je Beschäftigten die höchste Investitionsquote im Handel aufzuweisen, gefolgt von Luxemburg und den nordeuropäischen Ländern (mit 5 500 bis 6 400 ECU, Daten von 1997-1998). Luxemburg und Finnland zeigen auch für die Produktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) die höchsten Werte.

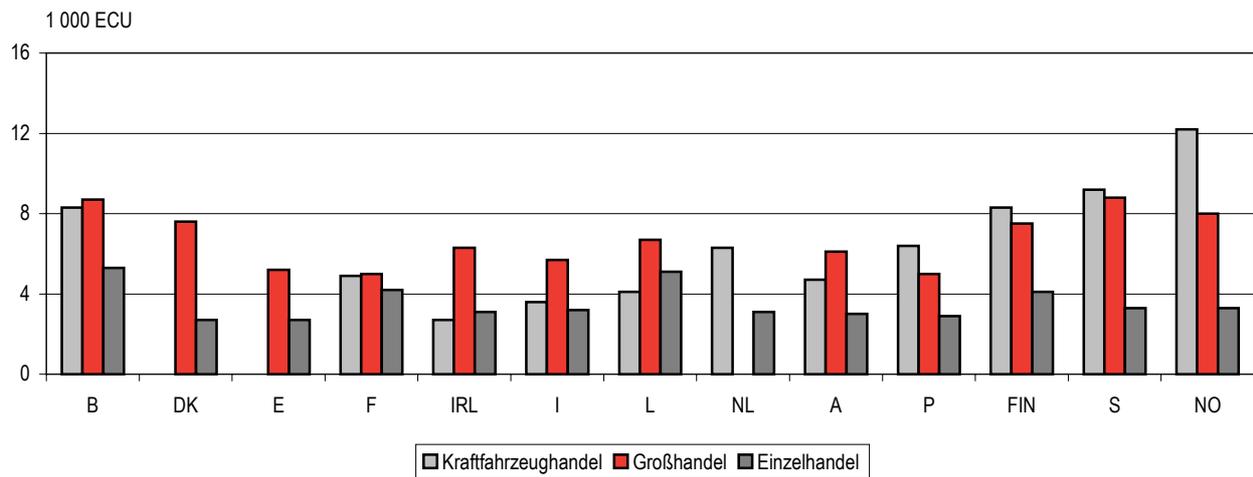
In Frankreich und Österreich erscheinen dagegen die Investitionen im Vergleich zu der in diesen Ländern verzeichneten hohen Arbeitsproduktivität mit 4 400 bis 4 500 ECU je Beschäftigten eher gering.

Portugal meldet Investitionen, die fast die für Österreich und Frankreich ermittelten Werten erreichen, obwohl das Land bei der Produktivität zurückliegt.

Investitionen in den Teilbereichen des Handels

Abbildung 2.21
Handel: Investitionen je Beschäftigten,
aufgeschlüsselt nach Teilbereichen,
1998

Die Einzelbetrachtung der drei Teilbereiche des Handels in Abbildung 2.21 zeigt, dass unter den Ländern, die diese Daten geliefert haben, bei den Investitionen je Beschäftigten deutliche Unterschiede bestehen.



IRL, I, S, NO: 1997; E (nur Einzelhandel): 1997 L: 1995; NL (nur Einzelhandel): 1996
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Im Krafffahrzeughandel sind die Investitionen generell höher, besonders in Norwegen, das 12 200 ECU je Beschäftigten in 1998 verzeichnet. In einigen Fällen, jedoch - Belgien und Schweden in 1998 mit mehr als 8 000 ECU je Beschäftigten - werden auch hohe Werte im Großhandel gemessen.

Der Einzelhandel zeigt eindeutig die niedrigsten Investitionen, die 5 300 ECU je Beschäftigten (Belgien, Daten von 1998) nicht übersteigen. Offenbar bemüht man sich in diesem Teilsektor des Handels, neben den Lagerbeständen auch die sonstigen Anlageinvestitionen auf ein Minimum zu beschränken.

2.6 Bedeutung von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen im Handel

Ende 1998 startete Eurostat ein Pilotprojekt, das darin bestand, von einer begrenzten Anzahl von Mitgliedstaaten Daten zu sammeln, um die Möglichkeit einer statistischen Erfassung von in ausländischem Besitz befindlichen und im Bereich der marktbestimmten Dienstleistungen tätigen Unternehmen zu prüfen. Die Studie wurde später auf den industriellen Bereich ausgeweitet. Seither haben die meisten der an dem Projekt teilnehmenden Mitgliedstaaten (Dänemark, Spanien, Irland, Italien, die Niederlande, Finnland, Schweden und das Vereinigte Königreich) für eine Anzahl ausgewählter Messgrößen Daten für drei aufeinanderfolgende Jahre (1996-1998) geliefert.

Eurostat hat zu diesem Thema in letzter Zeit zwei Veröffentlichungen herausgegeben: einen umfangreichen Bericht mit dem Titel *'Foreign Owned Enterprises in the EU - results for 8 Member States'* (in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen in der EU – Ergebnisse aus 8 Mitgliedstaaten) mit den Daten zum Bezugsjahr 1997 und einen im Rahmen der Reihe *Statistics in Focus* erstellten Kurzbericht über *'Foreign owned enterprises'* (in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen), in dem die Daten für die gesamte Zeitspanne analysiert werden.

Beide Berichte zeigen, dass innerhalb des Dienstleistungssektors der Handel derjenige Wirtschaftszweig ist, in dem ausländischer Besitz am stärksten auftritt.

Für in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen attraktive Wirtschaftszweige

Tabelle 2.4 vermittelt einen Überblick über die (am Beitrag zur Wertschöpfung gemessene) Bedeutung von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen für die verschiedenen Wirtschaftszweige in den betrachteten Ländern (1998).

Das verarbeitende Gewerbe (NACE Rev. 1 Abschnitt D) und der Handel (NACE Rev. 1 Abschnitt G) sind offenbar in den meisten der in die Analyse einbezogenen Länder die für in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen attraktivsten Wirtschaftszweige. In einigen Fällen entfallen auf sie mehr als 30% der insgesamt in dem betreffenden Sektor erbrachten Wertschöpfung.

Im Bereich Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden (NACE Rev. 1 Abschnitt C) erreicht der Wertschöpfungsanteil von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen im Vereinigten Königreich 1998 beachtliche 47%.

Tabelle 2.4
Industrie und
Dienstleistungssektor: Anteil in
ausländischem Besitz befindlicher
Unternehmen an der gesamten
Wertschöpfung, nach
Wirtschaftszweigen (Abschnitten
der NACE), 1998 (in%)

	DK	IRL	NL	FIN	S	UK
Industrie						
C - Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	:	:	15.4	12.5	10.7	47.0
D - Verarbeitendes Gewerbe	12.0	:	28.8	14.0	23.5	30.1
E - Energie und Wasserversorgung	:	:	0.0	2.5	5.5	4.1
F - Baugewerbe	3.8	:	3.1	9.0	4.9	4.5
Dienstleistungen						
G - Handel	14.5	31.7	15.1	19.1	20.9	13.6
H - Gastgewerbe	5.6	:	13.5	7.4	12.9	6.4
I - Verkehr und Nachrichtenübermittlung	:	4.9	5.0	3.4	7.9	8.7
K - Immobilien, Dienstleistungen für Unternehmen	9.5	10.3	10.2	9.8	9.8	9.4

IRL: Daten von 1997, erfasst sind nur Unternehmen ab 20 Beschäftigten
Quelle: Eurostat, FATS-Datenbank

Ausländischer Unternehmensbesitz im Handel

Obwohl der Handel in allen betrachteten Ländern der für in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen attraktivste Zweig des Dienstleistungssektors ist, ist ihr Anteil an der Wertschöpfung des Wirtschaftszweiges doch von Land zu Land sehr unterschiedlich. In Irland entfällt auf diese Unternehmen mit 31,7% fast ein Drittel der insgesamt im Handel erbrachten Wertschöpfung, während die entsprechenden Werte in den anderen hier betrachteten Ländern zwischen 13,6% im Vereinigten Königreich und 20,9% in Schweden variieren. Dabei ist anzumerken, dass die Daten für Irland und Italien von 1997 stammen und sich nur auf Unternehmen mit mehr als 20 Beschäftigten beziehen (Tabelle 2.5).

Tabelle 2.5
Handel: Relativer Beitrag von in
ausländischem Besitz befindlichen
Unternehmen zu Wertschöpfung
und Beschäftigung im Handel und
in seinen Teilbereichen (NACE
Rev. 1-Abteilungen), 1998 (%)

	Wertschöpfung				Beschäftigung			
	Handel	Kfz.- handel	Groß- handel	Einzel- handel	Handel	Kfz.- handel	Groß- handel	Einzel- handel
DK	14.5	12.2	20.5	4.5	8.8	2.6	17.6	2.9
E	:	:	19.4	:	:	:	8.3	:
IRL	31.7	23.1	36.0	29.0	21.1	6.9	22.5	22.8
I	:	:	:	:	13.0	12.3	20.6	6.9
NL	15.1	11.6	21.7	4.0	8.2	7.6	15.6	3.2
FIN	19.1	16.6	33.1	1.6	12.6	10.3	27.9	1.9
S	20.9	10.0	32.2	6.4	12.3	6.2	22.9	4.6
UK	13.6	22.3	20.2	2.9	6.5	6.1	16.2	2.4

IRL und I: Daten von 1997, erfasst sind nur Unternehmen ab 20 Beschäftigten
Quelle: Eurostat, FATS-Datenbank

Der Beitrag der in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen zur Beschäftigung ist in allen Fällen geringer als ihr Anteil an der Wertschöpfung, was darauf schließen lässt, dass die ausländischen Unternehmen im Handel mit höherer Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) operieren. Dies wiederum erklärt sich aus der Beobachtung, dass im allgemeinen nur gut organisierte, größere Unternehmen in der Lage sind, in Handelsmärkten anderer Länder Fuß zu fassen.

Von den drei Teilbereichen des Handels ist der Großhandel mit Abstand der von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen bevorzugte Bereich. Im Großhandel erbringen diese Unternehmen in Irland, Finnland und Schweden (mit 36%, 33% bzw. 32%) etwa ein Drittel der gesamten Wertschöpfung der Branche, und in den anderen hier betrachteten Ländern beträgt ihr Beitrag etwa 20%.

Die Beschäftigungsanteile sind stets niedriger und folgen damit dem für den Handel als ganzen geltenden Verteilungsmuster. Dabei zeigen sich allerdings von Land zu Land beachtenswerte Unterschiede (die Werte reichen von 8,3% in Spanien bis zu 27,9% in Finnland). Abgesehen davon beschäftigen in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen in fast allen Ländern im Großhandel mehr Arbeitskräfte als in den anderen Teilbereichen des Handels; die einzige Ausnahme ist Irland, wo der Einzelhandel mit einem Beschäftigungsanteil ausländischer Unternehmen von 22,8% (1997) etwas höher liegt.

Im Einzelhandel haben in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen generell weniger Gewicht als im Großhandel. Die einzige Ausnahme ist Irland, wo diese Unternehmen 1997 auf 29% der Wertschöpfung und 22,8% der Beschäftigung kamen. In allen anderen hier betrachteten Ländern spielen Unternehmen ausländischer Eigentümer im Einzelhandel mit Wertschöpfungs- wie Beschäftigungsanteilen von weniger als 10% nur eine geringere Rolle.

Im Kraftfahrzeughandel dagegen sind in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen bedeutender, zumindest was ihren Beitrag zur Wertschöpfung anbetrifft. Besonders auffällig ist dies im Vereinigten Königreich, wo sie 22,3% der gesamten in dieser Branche erbrachten Wertschöpfung stellen und damit einen höheren Anteil halten, als in den beiden anderen Teilbereichen des Handels.

Großhandel: der für in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen attraktivste Teilbereich des Handels

Die Tabellen 2.6 und 2.7 zeigen die Anteile von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen an der Wertschöpfung und der Beschäftigung in den einzelnen Zweigen (NACE Rev. 1 – Gruppen) des Großhandels. In den meisten der hier betrachteten Mitgliedstaaten findet man die höchsten Anteile von Unternehmen ausländischer Eigentümer im Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör (NACE Rev. 1 Gruppe 51.6). In Irland entfällt (1997) mehr als die Hälfte der gesamten Wertschöpfung dieser Branche auf in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen, und in Finnland sind es 46,0%. Spanien meldet mit 25,5% den niedrigsten Wert, während die Anteile dieser Unternehmen an der gesamten Wertschöpfung des Großhandels mit Maschinen, Ausrüstungen usw. in den anderen betrachteten Ländern bei etwa einem Drittel liegen.

Bei der Beschäftigung reichen die Anteile in dieser Branche von 16,2% in Spanien bis zu 44,4% in Irland (1997), und in allen Ländern, außer in Italien, sind diese

Anteile die höchsten der für die verschiedenen Zweige des Großhandels ermittelten Werte.

Außerdem haben im allgemeinen noch zwei weitere Großhandelszweige beachtliche Wertschöpfungs- und Beschäftigungsanteile von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen aufzuweisen: der Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern (NACE Rev. 1 Gruppe 51.4) und der Großhandel mit (nicht-landwirtschaftlichen) Rohstoffen, Halbwaren, Schrott und sonstigen Reststoffen (NACE Rev. 1 Gruppe 51.5). Daneben sind gewisse Großhandelssparten anscheinend für Unternehmen ausländischer Eigentümer nur in bestimmten Ländern interessant (z. B. der Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren – NACE Rev. 1 Gruppe 51.3 - in Finnland und Irland).

Tabelle 2.6
 Großhandel: Relativer Beitrag von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen zur gesamten Wertschöpfung in den einzelnen Zweigen (NACE Rev. 1 - Gruppen) des Großhandels, 1998 (%)

	DK	E	IRL	I	NL	FIN	S	UK
51 Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Kraftfahrzeughandel)	20.5	19.4	36.0	:	21.7	33.1	32.2	20.2
51.1 Handelsvermittlung	:	8.2	0.0	:	12.8	19.6	13.9	12.4
51.2 Großhandel mit landw. Grundstoffen und lebenden Tieren	:	16.9	0.0	:	8.1	:	6.8	7.6
51.3 Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren	11.0	6.4	25.6	:	9.6	28.9	7.4	5.1
51.4 Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern	19.8	27.3	:	:	19.5	33.1	39.1	19.9
51.5 Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial, Reststoffen	16.7	21.2	:	:	20.9	33.5	34.1	16.8
51.6 Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör	33.2	25.5	50.6	:	32.9	46.0	38.3	32.5
51.7 Sonstiger Großhandel	14.5	12.4	29.1	:	23.5	5.1	7.6	14.0

IRL, I: Daten von 1997, erfasst sind nur Unternehmen ab 20 Beschäftigten
 Quelle: Eurostat, FATS-Datenbank

Tabelle 2.7:
 Großhandel: Relativer Beitrag von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen zur gesamten Beschäftigung in den einzelnen Zweigen (NACE Rev. 1 - Gruppen) des Großhandels, 1998 (%)

	DK	E	IRL	I	NL	FIN	S	UK
51 Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Kraftfahrzeughandel)	17.6	8.3	22.5	20.6	15.6	27.9	22.9	16.2
51.1 Handelsvermittlung	:	3.8	0.0	10.5	9.5	12.6	10.5	10.8
51.2 Großhandel mit landw. Grundstoffen und lebenden Tieren	:	5.1	0.0	20.0	6.2	0.0	4.5	4.2
51.3 Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren	10.7	3.4	7.6	3.2	7.1	20.6	6.2	8.0
51.4 Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern	14.6	13.9	:	24.3	13.2	24.0	28.2	15.2
51.5 Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial, Reststoffen	16.5	6.3	:	21.5	17.3	32.4	23.7	11.0
51.6 Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör	27.1	16.2	44.4	27.9	23.1	41.5	28.8	33.3
51.7 Sonstiger Großhandel	12.0	5.7	21.2	46.0	21.9	4.6	5.6	11.6

IRL, I: Daten von 1997, erfasst sind nur Unternehmen ab 20 Beschäftigten
 Quelle: Eurostat, FATS-Datenbank

Herkunftsländer des ausländischen Besitzes an im Handel tätigen Unternehmen: EU-intern (andere EU-Mitgliedstaaten) oder EU-extern (Drittländer)

Informationen über die Herkunftsländer des ausländischen Besitzes an Unternehmen in der EU können nützliche Erkenntnisse über die Auswirkungen des Binnenmarkts liefern. Einerseits ist es denkbar, dass es dank der Vollendung des Binnenmarkts und der durch sie bewirkten Harmonisierung der Rechtsvorschriften für in der EU ansässige Unternehmen attraktiver geworden ist, in anderen Mitgliedstaaten der Union Filialen oder Tochtergesellschaften zu begründen. Andererseits ist anzunehmen, dass die Schaffung des einheitlichen Binnenmarkts und die sich aus ihr ergebende geringere Fragmentierung der europäischen Märkte auch den Unternehmensbesitz aus Drittländern gefördert hat.

Abbildung 2.22 zeigt, dass sich die Wertschöpfungsanteile des EU-internen und des EU-externen ausländischen Unternehmensbesitzes in Dänemark, den Niederlanden und im Vereinigten Königreich im Jahre 1998 etwa die Waage halten.

In den anderen hier betrachteten Ländern entfällt der größte Teil der von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen erbrachten Wertschöpfung (des Umsatzes im Fall Italiens) auf EU-internen Auslandsbesitz: in Irland 72%, in Italien 64% (in beiden Fällen Daten von 1997) und in Finnland 67%.

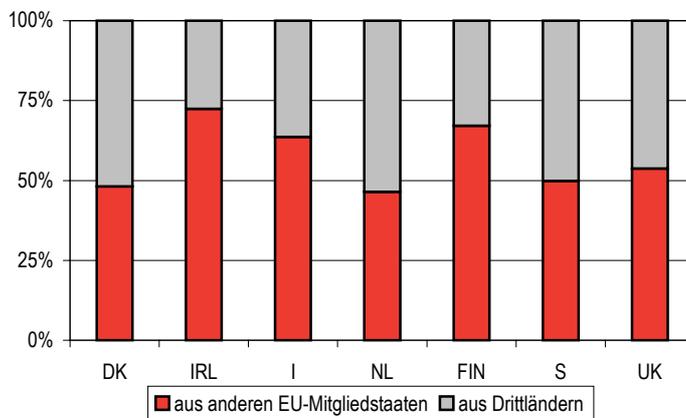


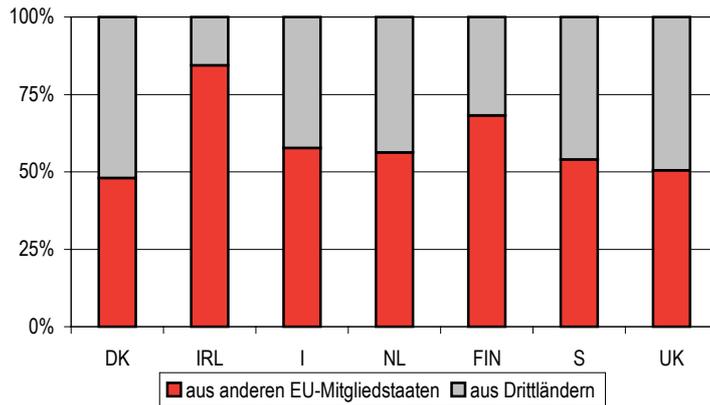
Abbildung 2.22
Handel: Wertschöpfung von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen, aufgeschlüsselt nach Herkunft des Besitzes, 1998

IRL: Daten von 1997, erfasst sind nur Unternehmen ab 20 Beschäftigten
I: Daten von 1997, erfasst sind nur Unternehmen ab 20 Beschäftigten - Wertschöpfung ersetzt durch Umsatz
Quelle: Eurostat, FATS-Datenbank

Bei der Beschäftigung (Abbildung 2.23) sind die Anteile der Unternehmen in EU-internem und EU-externem ausländischem Besitz in fast allen Ländern weitgehend ausgeglichen. Ausnahmen sind Finnland (68% EU-intern) und Irland (1997: 84% EU-intern), wo Unternehmen im Besitz von Eigentümern aus Nicht-EU-Ländern weit weniger bedeutend sind.

In Irland (Daten von 1997), den Niederlanden, Schweden und in geringerem Maße auch in Finnland sind die Anteile der im EU-internen Besitz befindlichen Unternehmen an der Beschäftigung im Handel höher als ihre Anteile an der Wertschöpfung, was darauf schließen lässt, dass Unternehmen aus anderen EU-Mitgliedstaaten in diesen Ländern mit geringerer Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) operieren als die aus Drittländern stammenden Unternehmen.

Abbildung 2.23
Handel: Beschäftigung bei in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen, aufgeschlüsselt nach Herkunft des Besitzes, 1998



IRL, I: Daten von 1997, erfasst sind nur Unternehmen ab 20 Beschäftigten
Quelle: Eurostat, FATS-Datenbank

In Italien (Daten von 1997) und im Vereinigten Königreich trifft das Gegenteil zu – in diesen Ländern ist die Wertschöpfung (in Italien: der Umsatz) je Beschäftigten bei in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen aus anderen EU-Mitgliedstaaten höher als bei den Unternehmen aus Drittländern. Dänemark zeigt bei dieser Messgröße zwischen EU-internem und EU-externem Besitz keinen wesentlichen Unterschied.

Tabelle 2.8: Hauptkennzahlen, 1998
G - Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	22 010 500	5 400 304	:	:	:	:	:
B	:	579 032	227 293	215 731	21 486	12 843	8 643	4 024
DK	73 049	421 586	97 789	:	21 395	:	:	:
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	2 723 933	460 947	:	:	:	:	:
F	627 303	2 484 589	841 369	224 910	106 143	76 931	29 212	12 895
IRL	30 628	212 259	40 450	9 023	5 801	:	:	810
I	1 255 460	3 232 991	655 833	246 497	76 548	32 590	43 958	12 074
L	6 647	35 590	12 182	2 444	1 530	815	716	188
NL	166 940	1 231 565	:	:	:	:	:	:
A	64 039	561 341	130 340	38 564	19 748	13 421	6 327	2 403
P	212 080	860 605	159 025	81 177	13 392	7 241	6 151	3 444
FIN	52 270	231 779	76 793	16 530	9 787	5 871	3 915	1 363
S	119 521	433 036	156 814	37 342	19 367	13 624	5 743	3 290
UK	408 206	:	1 066 909	:	150 752	80 046	70 706	22 981
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	56 376	331 070	94 254	25 272	12 183	8 476	3 706	2 039

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 2.9: Hauptindikatoren, 1998
G - Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	4.9	245.4	:	:	:	:	:
B	:	:	392.5	37.3	120.4	31.0	4.0	7.0
DK	139.9	5.8	232.0	50.7	:	:	:	:
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	169.2	:	:	:	:	:
F	104.7	4.5	338.6	37.3	126.3	29.6	3.6	4.5
IRL	83.7	6.9	190.6	27.3	:	:	:	3.8
I	218.3	2.3	202.9	30.0	103.8	30.0	7.6	4.1
L	154.9	5.4	342.3	43.0	164.8	26.1	5.9	5.5
NL	106.3	7.4	:	:	:	:	:	:
A	79.3	8.6	232.2	36.1	131.7	27.4	5.1	4.4
P	212.7	3.9	184.8	16.3	152.5	10.7	5.2	4.2
FIN	101.4	4.4	331.3	43.0	151.8	28.3	5.4	6.0
S	135.1	4.3	362.1	37.6	123.5	30.4	4.0	6.4
UK	68.9	:	:	:	:	:	7.3	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	128.0	5.9	284.7	36.8	133.6	27.6	3.9	6.2

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1997), L (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten;

L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 2.10: Hauptkennzahlen, 1998

50 - Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttowertinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	3 264 200	877 246	:	:	:	:	:
B	:	81 779	43 612	41 348	2 897	1 746	1 152	654
DK	12 726	62 997	11 377	:	2 731	:	:	:
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	326 550	74 768	:	:	:	:	:
F	81 777	381 754	115 635	27 530	14 180	11 096	3 084	2 061
IRL	5 061	30 089	8 378	1 348	865	:	:	81
I	157 960	464 526	127 323	39 366	10 620	4 860	5 760	1 563
L	836	5 885	2 372	380	269	141	128	24
NL	21 485	138 542	51 211	12 067	4 920	3 061	1 863	869
A	8 244	80 205	20 385	5 377	2 790	1 945	844	368
P	26 954	114 147	30 388	15 007	2 197	1 271	925	874
FIN	9 453	35 057	12 871	2 211	1 466	843	623	284
S	18 534	63 208	27 944	4 526	2 756	1 834	922	664
UK	72 105	:	191 209	:	25 085	11 324	13 760	2 995
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	8 133	50 455	17 767	3 658	2 032	1 391	641	617

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 2.11: Hauptindikatoren, 1998

50 - Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	5.1	268.7	:	:	:	:	:
B	:	:	533.3	36.6	115.5	31.7	2.8	8.3
DK	24.4	5.0	180.6	43.4	:	:	:	:
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	229.0	:	:	:	:	:
F	13.6	5.1	302.9	34.0	117.6	28.9	2.8	4.9
IRL	13.8	5.9	278.5	28.8	:	:	:	2.7
I	27.5	2.7	274.1	20.0	108.4	20.0	5.3	3.6
L	19.5	7.0	403.1	45.7	171.5	26.6	5.4	4.1
NL	13.7	6.4	369.6	35.5	130.3	27.3	3.6	6.3
A	10.2	9.5	254.2	35.6	130.1	27.3	4.4	4.7
P	27.0	5.0	266.2	16.2	152.3	10.6	3.7	6.4
FIN	18.3	3.6	367.2	43.0	151.8	28.3	5.3	8.3
S	21.0	3.9	442.1	38.2	128.3	29.8	3.9	9.2
UK	12.2	:	:	:	:	18.8	7.6	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	18.5	6.2	352.1	40.3	135.9	29.6	3.6	12.2

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 2.12: Hauptkennzahlen, 1998
**51 - Handelsvermittlung und Großhandel
(ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)**

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	7 379 600	2 924 676	:	:	:	:	:
B	:	218 244	135 521	129 409	11 556	7 043	4 514	1 882
DK	22 733	179 530	76 581	23 501	9 487	6 158	3 329	1 345
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	183 124	930 651	255 688	51 756	30 775	14 029	16 746	4 562
F	161 287	898 068	447 418	113 849	45 848	34 039	11 809	4 697
IRL	4 914	50 157	18 732	3 992	2 517	:	:	316
I	385 128	1 061 389	323 076	136 416	36 741	14 804	21 938	5 584
L	2 953	12 499	7 018	1 220	744	369	375	79
NL	54 300	431 243	218 001	:	:	:	:	:
A	19 409	203 452	74 741	21 582	9 947	6 641	3 306	1 213
P	49 308	277 165	84 395	39 606	6 403	3 250	3 153	1 341
FIN	17 358	83 809	42 083	8 593	4 749	2 799	1 950	624
S	42 295	190 022	89 671	21 815	10 263	7 036	3 227	1 853
UK	120 101	:	525 232	:	66 487	34 521	31 966	7 778
IS	1 469	7 018	1 610	:	278	:	:	:
NO	17 521	105 576	52 289	14 406	6 053	4 093	1 960	847

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für Zahl der Beschäftigten), IS (1995), NO (1997).

IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz;

L Daten für Investitionen von 1995; IS alle Daten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 2.13: Hauptindikatoren, 1998
**51 – Handelsvermittlung und Großhandel
(ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)**

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	5.7	396.3	:	:	:	:	:
B	:	:	621.0	53.7	130.9	41.0	3.5	8.7
DK	42.9	7.8	426.6	53.7	146.7	36.6	4.5	7.6
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	46.5	4.8	274.7	30.0	183.6	20.0	7.5	5.2
F	26.9	5.9	498.2	48.4	132.3	36.6	2.7	5.0
IRL	13.4	10.2	373.5	50.2	:	:	:	6.3
I	67.0	2.5	304.4	40.0	128.2	30.0	7.6	5.7
L	68.8	4.2	561.5	59.5	175.4	33.9	5.3	6.7
NL	34.6	7.9	:	:	:	:	:	:
A	24.0	10.3	367.4	49.9	138.4	36.1	4.6	6.1
P	49.5	5.4	304.5	24.0	178.4	13.5	5.3	5.0
FIN	33.7	4.8	502.1	57.2	162.2	35.3	4.9	7.5
S	47.8	5.0	471.9	49.0	131.3	37.3	3.9	8.8
UK	20.3	:	:	:	:	28.4	6.5	:
IS	55.0	4.8	229.4	39.6	:	:	:	:
NO	39.8	6.0	495.3	57.3	141.3	40.6	3.7	8.0

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997), IS (1995).

IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997; IS alle Daten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 2.14 Hauptkennzahlen, 1998

52 - Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	11 366 800	1 598 382	:	:	:	:	:
B	:	279 009	48 160	44 974	7 033	4 055	2 978	1 489
DK	31 912	198 470	27 322	8 147	4 990	3 371	1 619	519
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	555 609	1 466 732	130 491	32 736	23 579	10 702	12 877	3 771
F	384 239	1 204 767	278 316	83 530	46 115	31 797	14 319	6 137
IRL	20 653	132 013	13 340	3 683	2 419	:	:	412
I	712 372	1 707 076	205 434	70 715	29 186	12 926	16 260	4 927
L	2 858	17 206	2 792	845	518	305	212	86
NL	91 155	661 780	68 005	23 069	13 079	7 418	5 661	1 960
A	36 386	277 685	35 214	11 605	7 011	4 835	2 177	822
P	135 818	469 293	44 242	26 565	4 792	2 719	2 073	1 229
FIN	25 459	112 913	21 838	5 726	3 572	2 229	1 343	455
S	58 692	179 806	39 199	11 001	6 348	4 754	1 594	773
UK	216 000	:	350 468	:	59 181	34 201	24 980	12 208
IS	1 670	7 742	:	:	:	:	:	:
NO	30 722	175 039	24 198	7 208	4 098	2 992	1 106	576

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), IS (1995 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; IRL, NO alle Daten von 1997;

L Daten für Investitionen von 1995; NL Daten für Investitionen von 1996; IS alle Daten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 2.15: Hauptindikatoren, 1998

52 - Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	4.4	140.6	:	:	:	:	:
B	:	:	172.6	25.0	115.6	21.6	6.6	5.3
DK	60.2	6.1	137.7	25.5	130.7	19.5	6.1	2.7
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	141.3	2.5	89.0	20.0	128.4	10.0	11.2	2.7
F	64.1	3.9	231.0	31.2	126.4	24.7	5.4	4.2
IRL	56.4	6.4	101.1	18.3	:	:	:	3.1
I	123.9	2.2	120.3	20.0	85.7	20.0	9.1	3.2
L	66.6	6.0	162.3	30.1	148.5	20.3	7.6	5.1
NL	58.0	7.3	97.8	19.8	150.7	13.1	8.7	3.1
A	45.0	7.4	126.8	26.0	126.2	20.6	6.4	3.0
P	136.2	3.1	94.3	11.4	133.1	8.6	6.3	2.9
FIN	49.4	4.3	193.4	32.3	142.3	22.7	6.5	4.1
S	66.3	4.0	218.0	27.1	112.9	24.0	4.4	3.3
UK	36.5	:	:	:	:	:	8.5	:
IS	62.5	4.6	:	:	:	:	:	:
NO	69.7	5.7	138.2	23.4	125.1	18.7	4.6	3.3

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; NL, L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1996; IS alle Daten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

3. ANALYSE NACH WIRTSCHAFTSZWEIGEN

3.1 Kraftfahrzeughandel

Der Kraftfahrzeughandel (NACE Rev. 1 Abteilung 50) umfasst den Verkauf, die Instandhaltung und die Reparatur von Kraftwagen und Krafträdern sowie den Verkauf von Kraft- und Schmierstoffen (Tankstellen).

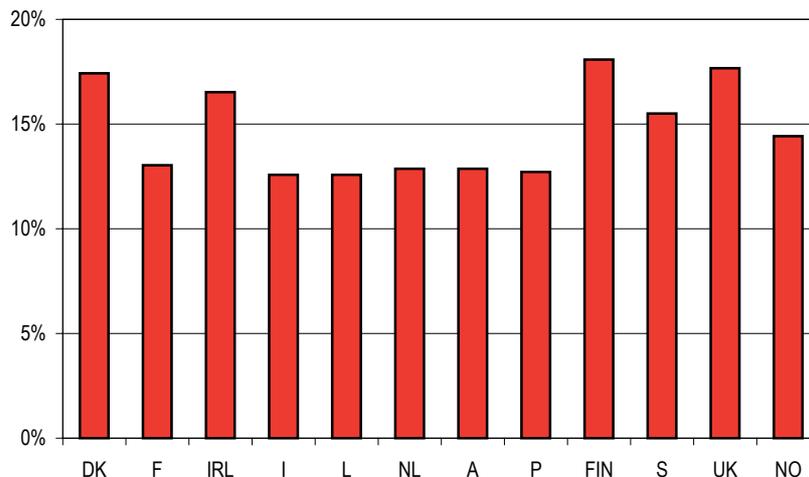
Der Kraftfahrzeugsektor ist ein besonders wichtiger Zweig der Gesamtwirtschaft; er ist gekennzeichnet von enormen Produktionskapazitäten und einem starken Wettbewerb.

Die statistischen Daten über den Kraftfahrzeughandel erfassen Groß- und Einzelhandelsfunktionen, die beide in der Wertschöpfungskette des verkauften Endprodukts eine wesentliche Rolle spielen.

Zum Kraftfahrzeughandel gehören auch eine Anzahl Kfz-bezogener Dienstleistungen (Instandhaltung, Reparatur usw.), die es den Herstellern ermöglichen, einen ständigen Kontakt mit den Endabnehmern zu halten, was für die Planung ihrer umfangreichen Investitionen von entscheidender Bedeutung ist.

3.1.1 Unternehmen im Kraftfahrzeughandel

Abbildung 3.1.1
Zahl der Unternehmen: Anteil des Kfz-
Handels am gesamten Handel, 1998



IRL, I, S, NO 1997; DK 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Die Zahl der in der EU im Kraftfahrzeughandel tätigen Unternehmen wird für 1998 auf etwa 600 000 geschätzt, was ungefähr 13% aller in den verschiedenen Zweigen des Handels tätigen Unternehmen entspricht. Von den Ländern, für die entsprechende Daten vorliegen¹, hat Italien die höchste absolute Zahl von Unternehmen aufzuweisen (1997 fast 158 000), gefolgt von Frankreich (1998 etwas über 81 000). In diesen Ländern entfallen auf den Kfz-Handel 12,6 bzw. 13% aller im Handel tätigen Unternehmen. Das an der Zahl der Unternehmen gemessene relative Gewicht des Kraftfahrzeughandels ist jedoch anscheinend in den nord-europäischen Ländern noch größer, wo der Anteil der im Kfz-Bereich tätigen Handelsunternehmen zwischen 14,4% (Norwegen) und 18,1% (Finnland) liegt.

Zwei Hauptebenen im
Kraftfahrzeughandel

Im Kfz-Handel sind in Europa zwei Ebenen zu unterscheiden:

Die erste Ebene umfasst das primäre Netz der Zweigniederlassungen der Fahrzeughersteller und ihrer Vertragshändler, während die zweite Ebene aus Vertretungen besteht, die diesen Niederlassungen bzw. Vertragshändlern angeschlossen sind. In Frankreich ist ebenso wie in Italien und Spanien das Netz der zweiten Ebene stärker vertreten, auf das hier etwa 70% aller Verkaufsstellen entfallen, während in Deutschland und in den meisten nördlichen Ländern das primäre Händlernetz vorherrscht.

Bei den Vertragshändlern ist eine allgemeine Konzentrationstendenz zu beobachten, und die Größe dieser Unternehmen nimmt stetig zu. Insgesamt aber ist die Branche immer noch stärker zersplittert als z.B. der Einzelhandel mit Lebensmitteln oder im Non-Food-Bereich.

In den Ländern, in denen der Besitz von Kraftfahrzeugen schon länger Allgemeingut ist (wie z.B. in Frankreich oder im Vereinigten Königreich), ist die Zahl der im Handel mit Kraftwagen tätigen Unternehmen höher als die der Einheiten, die Instandhaltungs- und Reparaturleistungen erbringen.

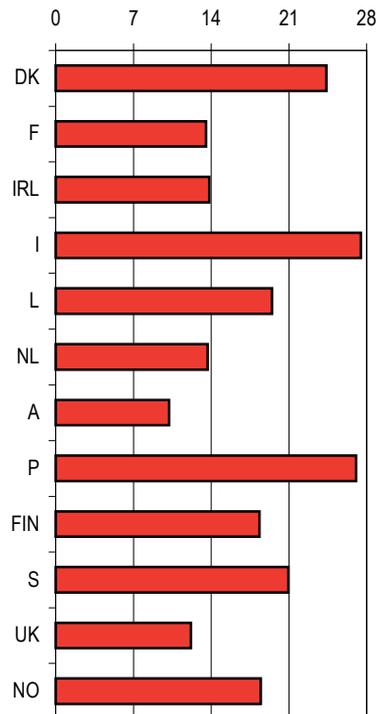
¹ Deutschland liefert keine SBS-Daten für die NACE Rev. 1-Gruppe 50.2 (Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen) und kann daher bei direkten Vergleichen nicht berücksichtigt werden.

Die Gesamtzahl der in einem Land tätigen Unternehmen steht in direkter Beziehung zu seiner Bevölkerung und zur Größe der Unternehmen. Das Verhältnis zwischen der Zahl der Unternehmen und der Bevölkerung (Unternehmensdichte) erscheint somit besser geeignet, die relative Bedeutung dieses Wirtschaftszweiges zu verdeutlichen.

Der europäische Durchschnittswert für diesen Indikator wird für 1998 auf etwa 16 Unternehmen je 10 000 Einwohner geschätzt.

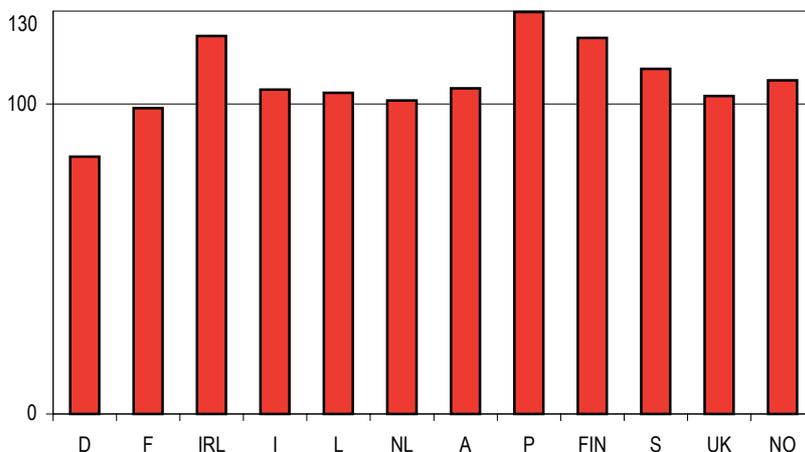
Von den hier betrachteten Ländern zeigt Italien, das schon die höchste absolute Zahl der Unternehmen aufzuweisen hatte, mit etwa 27,5 zugleich auch die europaweit höchste Unternehmensdichte; Portugal folgt dichtauf mit 27 Unternehmen je 10 000 Einwohner. Eine Erklärung hierfür liegt vermutlich in den hochgradig zersplitterten Handelsstrukturen beider Länder.

Die mit 10,2 bzw. 12,2 Unternehmen je 10 000 Einwohner geringsten Unternehmensdichten finden sich in Österreich und im Vereinigten Königreich.



IRL, I, S, NO 1997; DK 1995
 Quelle: Zahl der Unternehmen: Eurostat, SBS-Datenbank
 Bevölkerung: Eurostat, Datenbank aux_ind

Abbildung 3.1.2
 Kraftfahrzeughandel: Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner, 1998



D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 50.2
 Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Abbildung 3.1.3
 Kraftfahrzeughandel: Entwicklung der Unternehmenszahl, 1995-1998 (1995=100)

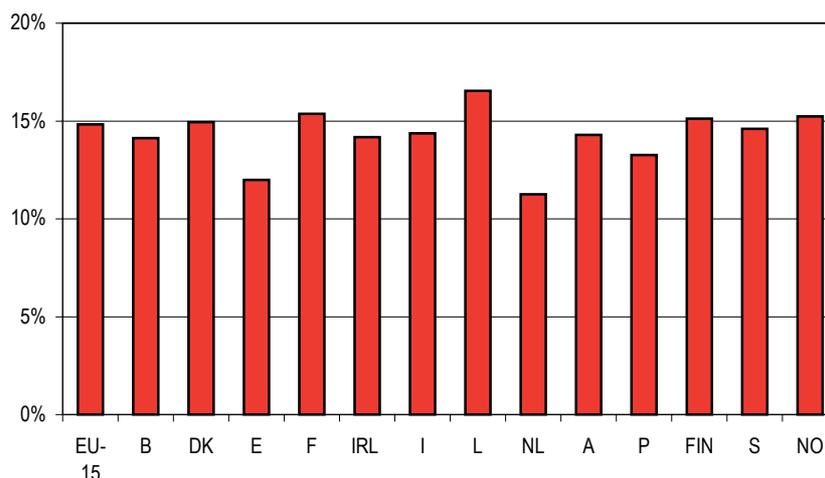
In der Zeit von 1995 bis 1998 hat sich die Zahl der Unternehmen in Europa unterschiedlich entwickelt², in den meisten Fällen jedoch positiv. Portugal (mit fast 30%), Irland (22%) und Finnland (21,3%) hatten in diesen Jahren die höchsten Zuwachsraten aufzuweisen. In diesen Ländern stieg die Zahl der im Kraftfahrzeughandel tätigen Unternehmen in dem genannten Zeitraum parallel zur Entwicklung des BIP und des privaten Verbrauchs.

Ein weiteres, für die Entwicklung der Unternehmenszahlen bestimmendes Element lag im Grad der Marktsättigung.

Länder, deren BIP oder Verbrauch im Berichtszeitraum weniger stark angestiegen ist, oder die schon zu Beginn einen höheren Sättigungsgrad aufzuweisen hatten (wie z.B. Deutschland, Frankreich und Italien) zeigten demnach auch bei der Zahl der im Kfz-Handel tätigen Unternehmen geringere oder sogar negative Zuwachsraten.

3.1.2 Beschäftigung im Kraftfahrzeughandel

Abbildung 3.1.4
Zahl der Beschäftigten: Anteil des
Kraftfahrzeughandels am gesamten
Handel, 1999



L, NL 1998; IRL, NO 1997; DK 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

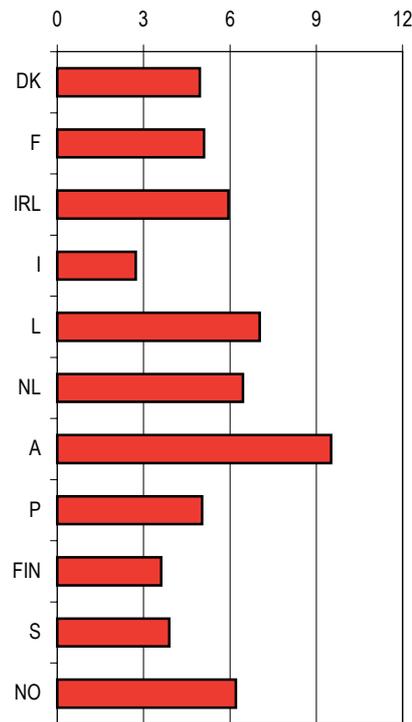
Nach vorläufigen Daten für 1999 lag die Zahl der Beschäftigten im Kraftfahrzeughandel in der EU bei fast 3,3 Millionen; dies entspricht etwa 14,8% der Gesamtbeschäftigung im Handel. Die höchsten absoluten Beschäftigtenzahlen meldeten Italien und Frankreich (mit 465 000 bzw. 382 000 Beschäftigten).

An der Beschäftigung gemessen, ist das durchschnittliche Unternehmen im Kraftfahrzeughandel geringfügig größer als in den anderen Zweigen des Handels.

² Einige Länder haben keine Daten für den gesamten Zeitraum geliefert. In diesen Fällen wurden die Zuwachsraten geschätzt oder aus den verfügbaren Daten errechnet.

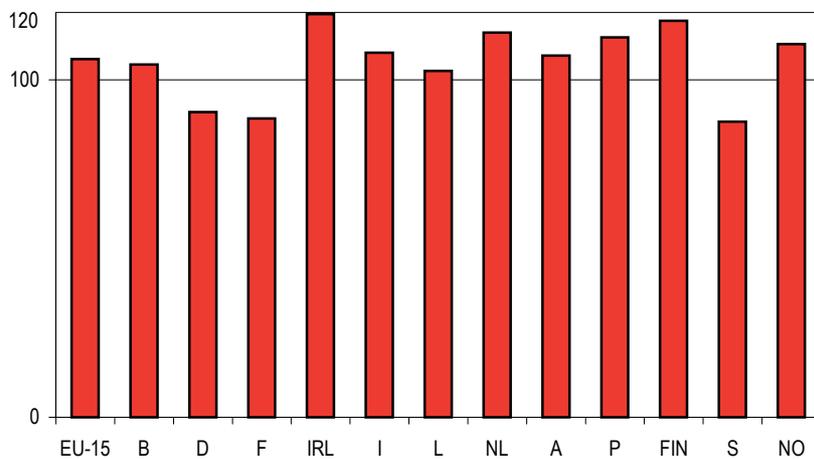
Beim Anteil der Beschäftigung im Kfz-Handel an der Gesamtbeschäftigung im Handel zeigen sich unter den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, keine wesentlichen Unterschiede: am höchsten liegt dieser Anteil in Luxemburg mit 16,5%, am niedrigsten in den Niederlanden mit 11,2%.

Abbildung 3.1.5 zeigt, dass das durchschnittliche Unternehmen im Kraftfahrzeughandel in Österreich mit 9,5 Beschäftigten je Einheit am größten ist. Die geringste durchschnittliche Unternehmensgröße (mit weniger als 3 Beschäftigten) hat Italien aufzuweisen, während der europäische Durchschnitt auf etwa 5 geschätzt wird.



IRL, I, S, NO 1997; DK 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 3.1.5
Kraftfahrzeughandel: Zahl der Beschäftigten je Unternehmen, 1998



D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 50.2; IRL, NO: 1995-1997; S: 1997-1999
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Abbildung 3.1.6
Kraftfahrzeughandel: Entwicklung der Beschäftigung, 1995-1999 (1995 = 100)

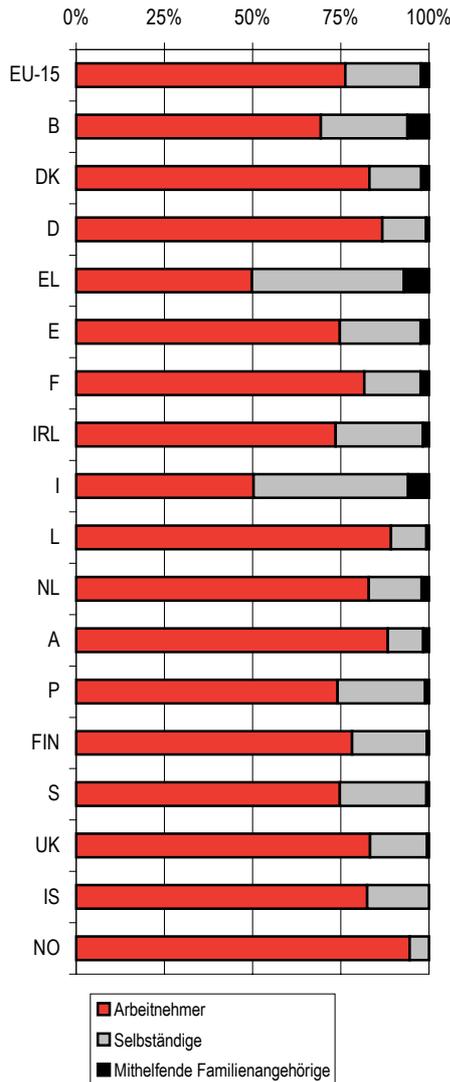
Schätzungen zufolge hat die Beschäftigung im Kraftfahrzeughandel in der Zeit von 1995 bis 1999 auf EU-Ebene um etwa 6% zugenommen (Abbildung 3.1.6)³. Irland

³ Einige Länder haben keine Daten für den gesamten Zeitraum geliefert. In diesen Fällen wurden die Zuwachsraten geschätzt oder aus den verfügbaren Daten errechnet.

meldet für die Jahre 1995-1997 einen Zuwachs um 19,5%; in Norwegen gab es in der gleichen Zeit eine Zunahme um 10,7%. Finnland (17,5%) und Portugal (12,6%) haben für 1995 - 1999 zweistellige Zuwachsraten aufzuweisen, während die Beschäftigungszahlen für Schweden (-12,4% für 1997-99), Frankreich (-11,4%) und Deutschland (-9,5%, ohne die NACE Rev. 1 Gruppe 50.2 – Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen) rückläufig waren.

Beschäftigungsmerkmale

Abbildung 3.1.7
Kraftfahrzeughandel: Anteil der Arbeitnehmer, Selbständigen und mithelfende Familienangehörige an der Gesamtbeschäftigung, 1999



Im Kraftfahrzeughandel ist der Anteil der Selbständigen an der Gesamtzahl der Beschäftigten im allgemeinen geringer als im Einzelhandel (aber höher als im Großhandel). 1999 waren im EU-Durchschnitt 76% der Arbeitskräfte abhängig Beschäftigte (Arbeitnehmer), während von den restlichen 24% nicht-abhängig Beschäftigten 21% als Selbständige und 3% als mithelfende Familienangehörige erfasst sind.

Griechenland, Italien (beide mit 50%) und in geringerem Maße Belgien (31%) haben merklich über dem EU-Durchschnitt liegende Beschäftigungsanteile der Selbständigen und deren Familienangehörige aufzuweisen. Die entsprechenden Werte für Norwegen (6%), Luxemburg (11%), Österreich (12%) und Deutschland (13%) liegen dagegen deutlich unter dem Durchschnitt, während die anderen Länder mehr oder weniger im durchschnittlichen Bereich liegen.

Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

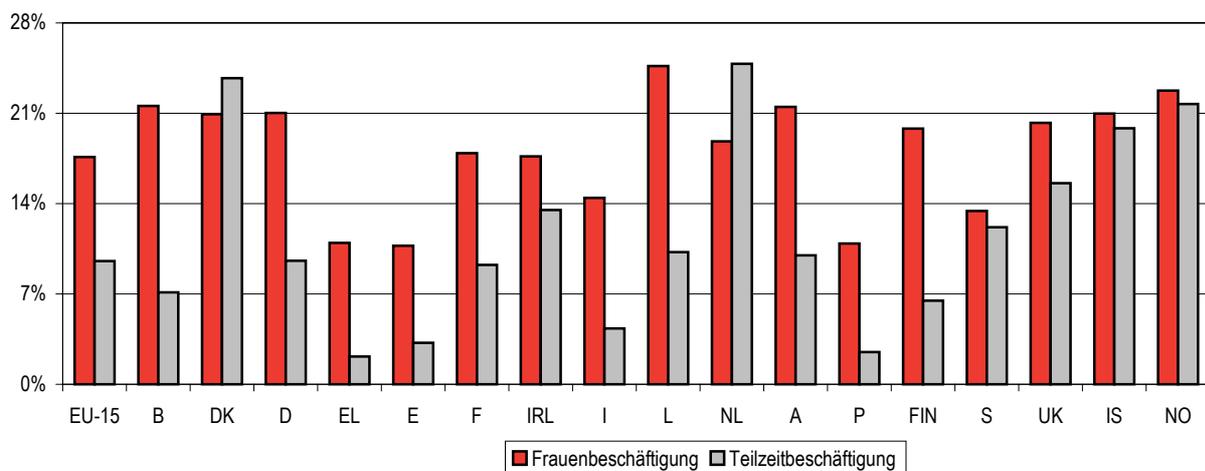
Sodann ist festzustellen, dass der Kraftfahrzeughandel offenbar noch eine Männerdomäne ist. Die Beschäftigung von Frauen ist nicht allgemein üblich, und im EU-Durchschnitt liegt ihr Anteil bei nur etwa 18%. Abgesehen von Schweden sind es vor allem die südeuropäischen Länder, deren Werte noch unter diesem Durchschnitt liegen, was vermutlich auf historisch-kulturell bedingte Gründe

zurückzuführen ist. Unter den anderen Ländern ragt Luxemburg heraus mit einer Frauenbeschäftigungsquote von 24%.

Teilzeitbeschäftigung ist (mit einem EU-Durchschnitt von 10%) noch weniger verbreitet, wobei auffällt, dass auch die in der Branche beschäftigten Frauen häufiger Vollzeit arbeiten. In den meisten Ländern (außer in Schweden, Island und Norwegen) sind die Anteile der Frauen- und der Teilzeitbeschäftigung jedoch sehr unterschiedlich.

Dänemark und die Niederlande sind jedoch klare Ausnahmen von dieser Regel. Offenbar ermöglicht die moderne Wirtschaft dieser Länder auch den im Kraftfahrzeughandel beschäftigten Männern eine Teilzeitarbeit.

Abbildung 3.1.8
Kraftfahrzeughandel: Frauen-
und Teilzeitbeschäftigung,
1999

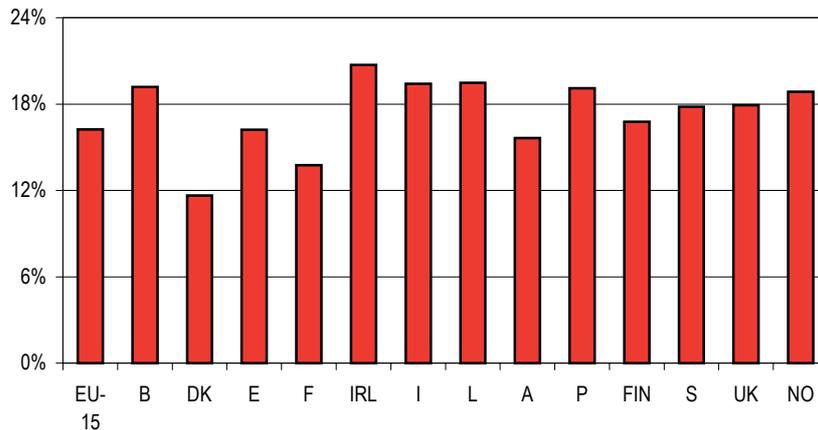


Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

3.1.3 Umsatz und Produktivität

Der 1999 im Kraftfahrzeughandel erzielte Umsatz wird für die EU insgesamt auf knapp 880 Mrd. Euro geschätzt. Mehr als 70% dieser Gesamtsumme entfallen auf die fünf größten Mitgliedstaaten. Das Vereinigte Königreich führt mit 191 Mrd. Euro (fast 22%); Deutschland kommt (ohne die NACE Rev. 1 Gruppe 50.2) auf 128 Mrd. Euro; Italien (das nach Beschäftigung und Zahl der Unternehmen an erster Stelle liegt) folgt mit 127 Mrd. Euro, danach Frankreich (115 Mrd. Euro) und Spanien (75 Mrd. Euro).

Abbildung 3.1.9
Umsatzanteile des
Kraftfahrzeughandels am
gesamten Handel, 1999



L 1998; IRL, NO 1997; DK 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Aus Abbildung 3.1.9 ist die an den Umsätzen gemessene relative Bedeutung des Kraftfahrzeughandels innerhalb des gesamten Handels zu ersehen. Die Anteile liegen im allgemeinen um 4-5% höher als die für die Beschäftigung ermittelten Werte, was besagt, dass der Umsatz je Beschäftigten im Kraftfahrzeughandel höher liegt als in den anderen Handelszweigen. Eine offensichtliche Erklärung für diese höheren Umsatzwerte liegt in der Tatsache, dass es im Verkauf von Kraftfahrzeugen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.1), dem wichtigsten Zweig des Kraftfahrzeughandels, um Güter mit sehr hohen Stückpreisen geht, im Vergleich z. B. zum Einzelhandel im allgemeinen.

Von den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, melden Belgien, Irland, Italien, Luxemburg und Portugal die höchsten Anteile, die alle über 19% liegen. Die niedrigsten Werte ergeben sich für Frankreich (13,7%) und besonders für Dänemark, das mit 9,8% zurückliegt.

Verordnung der Kommission
über den Handel mit
Kraftfahrzeugen

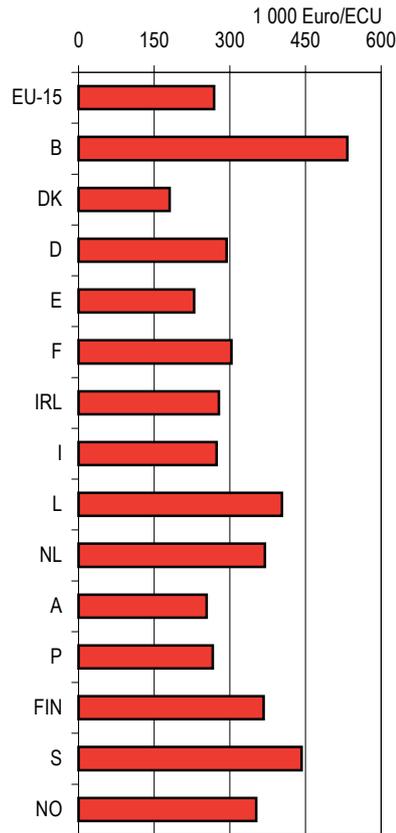
Der Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen wird von Vertragshändlern (Werkshändlern) beherrscht.

Für diesen Markt hat die Europäische Kommission eine Verordnung (Nr. 1475/95) erlassen, die es den Herstellern erlaubt, ihre Vertragshändler aufgrund von qualitativen Kriterien auszuwählen, die jedoch objektiv und einheitlich sein müssen. Die Verordnung erlaubt auch für bestimmte Gebiete und Marken geltende Ausschließlichkeitsverträge.

Dieses auf Selektivität und Ausschließlichkeit beruhende (und sowohl die Groß- als auch die Einzelhandelsfunktionen umfassende) System rechtfertigt sich durch die technische Komplexität der Kraftfahrzeuge, das erhebliche öffentliche Interesse an ihrer Sicherheit und die sich daraus ergebende Notwendigkeit, dafür zu sorgen, dass die Instandhaltung und Wartung der Fahrzeuge durch fachkundiges Personal erfolgt.

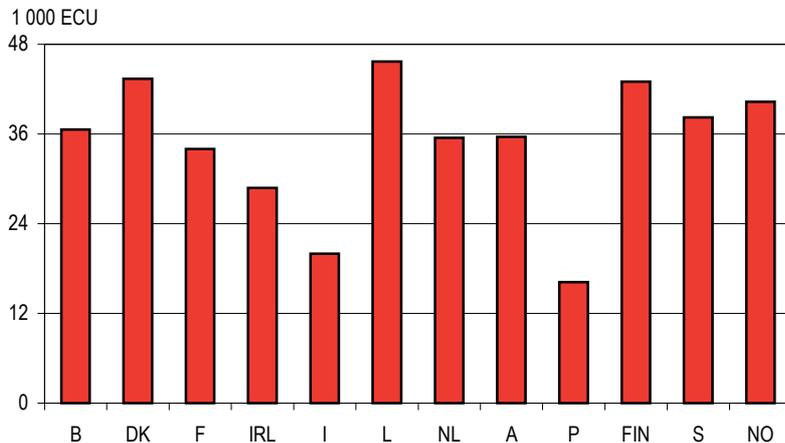
Im Durchschnitt der EU wurde 1999 im Kraftfahrzeughandel je Beschäftigten ein Umsatz von etwa 275 000 Euro erzielt (Abbildung 3.1.10). Dabei sind von Land zu Land erhebliche Unterschiede zu beobachten. Belgien liegt mit einem Umsatz von 533 000 Euro je Beschäftigten deutlich über dem EU-Durchschnitt, gefolgt von Schweden mit 442 000 Euro.

Am unteren Ende der Skala finden wir Österreich mit 254 000 Euro je Beschäftigten, Spanien mit 229 000 Euro und Dänemark mit (1995) 181 000 ECU.



*D: ohne NACE Rev. 1 50.2
L, NL 1998; IRL, NO 1997; DK: 1995
Die Angaben für 1999 sind in Euro, für
frühere Jahre in ECU.
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank*

Abbildung 3.1.10
Kraftfahrzeughandel: Umsatz je
Beschäftigten, 1999



*IRL, I, S, NO: 1997; DK: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank*

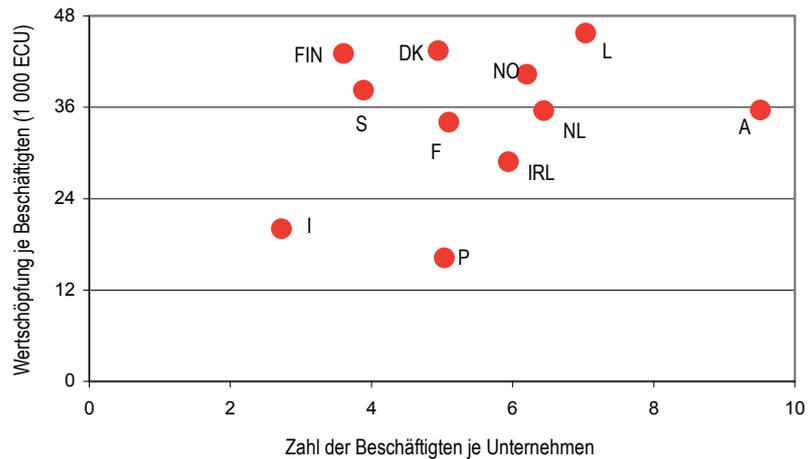
Abbildung 3.1.11
Kraftfahrzeughandel:
Wertschöpfung je Beschäftigten,
1998

Als Wertschöpfung bezeichnet man die Bruttoeinkünfte aus betrieblicher Tätigkeit nach Berichtigung um erhaltene Betriebszuschüsse und gezahlte indirekte Steuern. Im Verhältnis zur Beschäftigung gesehen, vermittelt sie ein erstes Bild von der in dem betrachteten Wirtschaftszweig herrschenden Produktivität (die Wertschöpfung je Beschäftigten wird auch als Arbeitsproduktivität bezeichnet - Abbildung 3.1.11).

Luxemburg (45 700 ECU - 1998) und die nordeuropäischen Länder haben die höchsten Produktivitätsraten innerhalb der betrachteten Länder; Italien (20 000 ECU - 1997) und Portugal (16 200 ECU - 1998) die niedrigsten. Die Produktivitätsraten im Kraftfahrzeughandel sind im allgemeinen niedriger als im Groß- oder Einzelhandel.

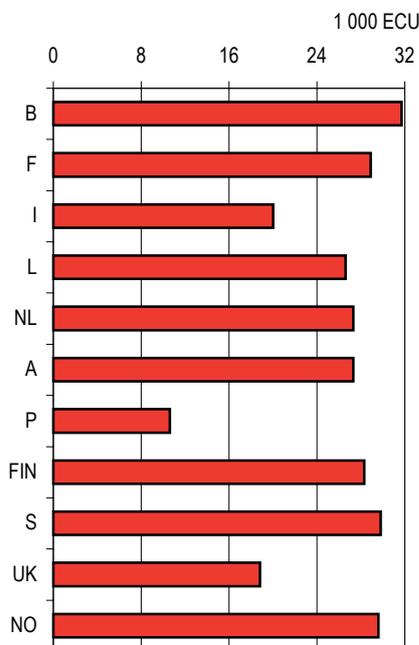
Abbildung 3.1.12 zeigt, daß nach der allgemeinen Tendenz die Produktivität bei im Durchschnitt größeren Unternehmen höher ist, wobei jedoch Österreich, Finnland und Schweden offenbar von dieser Regel abweichen.

Abbildung 3.1.12
Kraftfahrzeughandel: Wertschöpfung je Beschäftigten und durchschnittliche Unternehmensgröße, 1998



IRL, I, S, NO: 1997; DK: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 3.1.13
Kraftfahrzeughandel: Arbeitskosten je Einheit, 1998



I, S, UK, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Das Ergebnis einer wirtschaftlichen Tätigkeit (der Betriebsüberschuss) errechnet sich aus der Wertschöpfung nach Abzug der Aufwendungen zur Entlohnung des Faktors Arbeit (der Personalkosten). Maßstab hierfür sind die pro Kopf anfallenden Arbeitskosten (die Arbeitskosten je Einheit). Bei hoher Wertschöpfung je Beschäftigten kann auch bei höheren Pro-Kopf-Arbeitskosten ein positiver Betriebsüberschuss erwirtschaftet werden. Von den betrachteten Ländern (Abbildung 3.1.13) haben Belgien (mit 31 000 ECU) und die nordeuropäischen Länder besonders hohe Personalkosten aufzuweisen, während die pro Kopf anfallenden Arbeitskosten in Portugal (11 000 ECU) und Italien (20 000 ECU) deutlich niedriger liegen – was mit den entsprechenden Daten für die Wertschöpfung je Beschäftigten übereinstimmt.

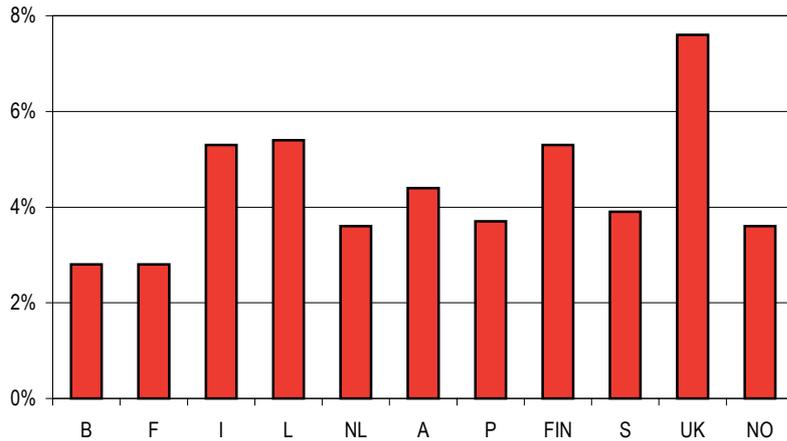


Abbildung 3.1.14
Kraftfahrzeughandel:
Bruttobetriebsüberschußrate, 1998

I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Die Umsatzrendite oder Betriebsüberschußrate (d.h. der Betriebsüberschuß in % vom Umsatz) als Hauptindikator des Erfolgs einer wirtschaftlichen Tätigkeit zeigt in den betrachteten Ländern sehr unterschiedliche Werte. Diese reichen von 2,8% in Frankreich bis etwa 5,4% in Luxemburg. Außerordentlich hoch (mit fast 8%) erscheint die Umsatzrendite im Vereinigten Königreich.

Offensichtlich besteht auch eine Beziehung zwischen der Umsatzrendite und dem Konzentrationsgrad eines Sektors und der Unternehmensgröße, was möglicherweise eine Erklärung für die hohe Rendite im Vereinigten Königreich liefern kann. In Großbritannien gehören die meisten Vertragshändler zu diversifizierten multinationalen Konzernen oder Unternehmensgruppen, die mehrere Vertragshandelsbetriebe besitzen.

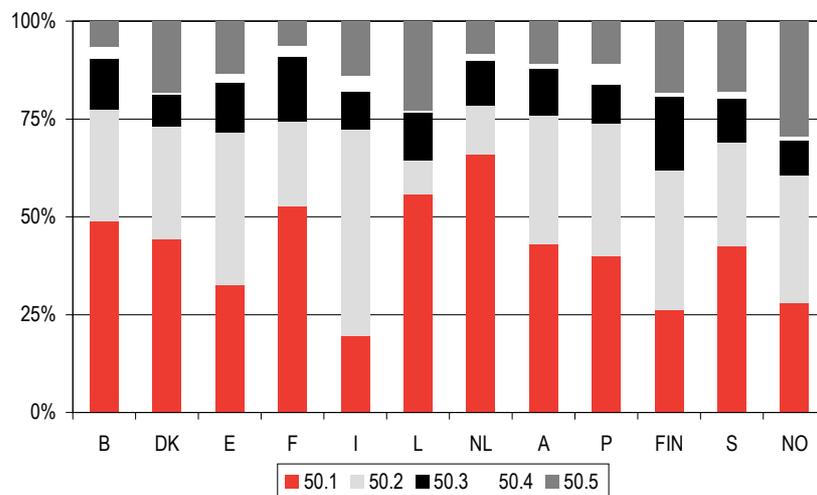
3.1.4 Die Teilbereiche des Kraftfahrzeughandels

Die NACE Rev. 1 Abteilung 50 (Kraftfahrzeughandel) gliedert sich in die folgenden Gruppen:

- 50.1: Handel mit Kraftwagen
- 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen
- 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
- 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör, Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern
- 50.5: Tankstellen

Abbildung 3.1.15
Kraftfahrzeughandel: Beschäftigung
aufgeschlüsselt nach NACE Rev. 1-
Gruppen, 1999

Anteile der Teilbereiche an der Beschäftigung im Kraftfahrzeughandel



L, NL 1998; NO 1997; DK 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Der Handel mit Kraftwagen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.1) ist der wichtigste Teilbereich des Kraftfahrzeughandels; sein Anteil beträgt im EU-Durchschnitt (d.h. im Durchschnitt der Länder, für die einschlägige Daten vorliegen) 38%.

In Frankreich, Luxemburg und den Niederlanden stellt dieser Bereich mehr als die Hälfte der Gesamtbeschäftigung im Kraftfahrzeughandel. In den südeuropäischen Mitgliedstaaten sowie in Finnland und Norwegen entfallen höhere Beschäftigungsanteile auf die Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.2), wobei Italien mit 53,8% herausragt. In allen anderen Ländern außer Luxemburg liegt dieser Teilbereich an zweiter Stelle; im Durchschnitt entfallen auf ihn 35% der Beschäftigung um Kraftfahrzeughandel.

Der Handel mit Kraftwagenteilen und -zubehör (NACE Rev. 1 Gruppe 50.3 – höchster Anteil in Finnland mit 18,7%) und das Tankstellengewerbe (NACE Rev. 1 Gruppe 50.5 – hier führt Norwegen mit 29,5%) stellen europaweit je etwa 12% der Beschäftigung. Auf den Handel mit Krafträdern, Teilen usw. (NACE Rev. 1 Gruppe 50.4) entfallen im europaweit nur 3% der Beschäftigung im Kraftfahrzeughandel (wobei Portugal und Italien allerdings Werte um 13 bzw. 10% melden).

Anteile der Teilbereiche am Umsatz des Kraftfahrzeughandels

Bei den Umsatzanteilen bietet sich ein ähnliches Bild. Die Anteile des Handels mit Kraftwagen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.1) liegen in allen Ländern, die Daten geliefert haben, über 50% (in Belgien und den Niederlanden nach Daten von 1998 sogar bei 75%); der europäische Durchschnitt (d.h. der Länder, für die einschlägige Daten vorliegen) liegt bei 67%.

Anders als bei der Beschäftigung, ist der Umsatzanteil des Tankstellengewerbes (NACE Rev. 1 Gruppe 50.5) mit im europäischen Durchschnitt 13% (in Luxemburg sogar 37,2%) höher als der des Bereichs Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.2), der als offensichtlich arbeitsintensive Sparte mit relativ geringen Umsätzen im Durchschnitt nur auf 9% kommt. Dabei sind jedoch von Land zu Land erhebliche Unterschiede zu beobachten: in Dänemark, Finnland und Norwegen erwirtschaftet der Bereich Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen über 15% der gesamten Umsätze des Kraftfahrzeughandels, in Luxemburg und den Niederlanden dagegen weniger als 3%.

Der Handel mit Kraftwagenteilen und -zubehör (NACE Rev. 1 Gruppe 50.3) kommt im Durchschnitt auf einen Umsatzanteil von 9%, wobei die Einzelwerte von 6,2% für Luxemburg bis 11,7% für Österreich reichen.

Der Anteil des Handels mit Krafträdern und Kraftradteilen und –zubehör und der Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern (NACE Rev. 1 Gruppe 50.4) ist auch umsatzmäßig mit nur 2% eher geringfügig.

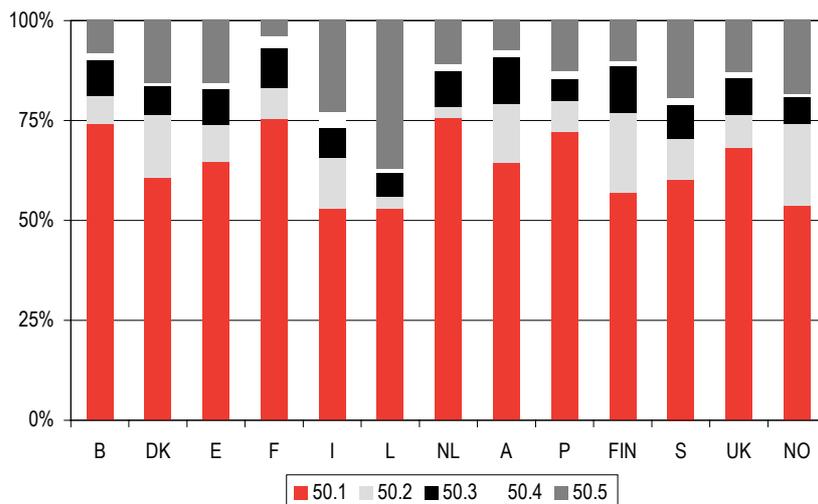


Abbildung 3.1.16
Kraftfahrzeughandel: Umsätze,
aufgeschlüsselt nach NACE Rev. 1-
Gruppen, 1999

L, NL 1998; NO 1997; DK 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Einzelbetrachtung der Teilbereiche

Handel mit Kraftwagen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.1)

Die im Handel mit Kraftwagen tätigen Unternehmen sind im allgemeinen größer als die in den anderen Teilbereichen des Kraftfahrzeughandels tätigen Einheiten (die Durchschnittsgröße liegt zwischen 6 und 16 Beschäftigten).

Dieser Teilbereich des Kraftfahrzeughandels hat in den meisten Ländern auch den höchsten Umsatz je Beschäftigten aufzuweisen – außer in den Niederlanden und in Luxemburg, wo die Umsätze der im Tankstellengewerbe (NACE Rev. 1

Gruppe 50.5) tätigen Unternehmen höher sind (in Luxemburg werden auch im Handel mit Krafrädern - NACE Rev. 1 Gruppe 50.4 – höhere Umsätze je Beschäftigten erzielt). Mit einem Umsatz von nahezu 790 000 Euro je Beschäftigten (1999) liegt Belgien an der Spitze.

Auch die Investitionen sind im allgemeinen höher als in den anderen Zweigen des Kraftfahrzeughandels, insbesondere in den nordeuropäischen Ländern (am höchsten in Norwegen mit 23 100 ECU je Beschäftigten im Jahr 1997), während die Umsatzrenditen (Bruttobetriebsüberschuss im Verhältnis zum Umsatz) im Handel mit Kraftwagen in der Regel niedriger sind als in den anderen Bereichen des Kraftfahrzeughandels (die höchsten Umsatzrenditen findet man im Bereich Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen - NACE Rev. 1 Gruppe 50.2).

Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.2)

Die in diesem Bereich tätigen Unternehmen sind im allgemeinen kleine Einheiten (am größten sind sie noch in Österreich mit durchschnittlich 8 Beschäftigten je Unternehmen) und erzielen normalerweise von allen Zweigen des Kraftfahrzeughandels die geringsten Umsätze je Beschäftigten.

Die Wertschöpfung je Beschäftigten (die Arbeitsproduktivität) ist ebenfalls geringer als im Handel mit Kraftwagen, dies wird aber aufgewogen durch niedrigere Arbeitskosten. Das Ergebnis sind höhere Umsatzrenditen (die in Italien, in den Niederlanden und im Vereinigten Königreich über 16,5% liegen).

Ein den meisten Ländern – mit Ausnahme der nordeuropäischen - gemeinsames Merkmal dieses Tätigkeitsbereichs sind relativ niedrige Investitionen. Norwegen ragt jedoch heraus mit Investitionen von 13 000 ECU je Beschäftigten.

Handel mit Kraftwagenteilen und -zubehör (NACE Rev. 1 Gruppe 50.3)

Die Durchschnittsgröße der in diesem Bereich tätigen Unternehmen ist von Land zu Land sehr unterschiedlich; sie reicht von etwa 4 Beschäftigten je Unternehmen in Italien und Finnland bis zu 10 in Frankreich und 12 in Deutschland und Österreich (diese beiden Länder weisen übrigens in allen Zweigen des Kraftfahrzeughandels außer dem Tankstellengewerbe⁴ die größten Unternehmen auf).

Der Umsatz je Beschäftigten liegt weit unter dem des Handels mit Kraftwagen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.1), aber die Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) ist etwa gleich hoch (in Frankreich, den Niederlanden und Österreich sogar noch höher).

⁴ Im Falle Deutschlands auch außer der NACE Rev. 1-Gruppe 50.2 (Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen), für die keine Daten geliefert wurden.

Die in diesem Bereich erzielten Umsatzrenditen sind in den meisten Ländern recht hoch. Den höchsten Wert für diesen Indikator meldet das Vereinigte Königreich mit 9,2%.

Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör und Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern (NACE Rev. 1 Gruppe 50.4)

Die im Kraftradbereich tätigen Unternehmen sind im allgemeinen eher klein. Die mit durchschnittlich 5 Beschäftigten größten Einheiten findet man noch in Deutschland und Österreich.

Mit fast 470 000 Euro (1999) meldet Schweden den höchsten Umsatz je Beschäftigten. Die Werte sind von Land zu Land sehr unterschiedlich. Am unteren Ende der Skala liegt Portugal mit 89 700 Euro je Beschäftigten (1999). In allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben - außer in Luxemburg - liegt der Umsatz je Beschäftigten in diesem Bereich niedriger als im Handel mit Kraftwagen.

Da dieser Bereich auch Instandhaltung und Reparatur einschließt, ist die Arbeitsproduktivität (die Wertschöpfung je Beschäftigten) im Vergleich zu anderen Teilbereichen des Kraftfahrzeughandels relativ gering, und das gleiche gilt für die pro Kopf anfallenden Arbeitskosten (Arbeitskosten je Einheit). Auch hier meldet Portugal die niedrigsten Werte.

Erhebliche Unterschiede gibt es bei der Bruttobetriebsüberschussrate (Umsatzrendite), die in Belgien, Frankreich und Norwegen unter 4% liegt, im Vereinigten Königreich dagegen 11,9% erreicht.

Tankstellen (NACE Rev. 1 Gruppe 50.5)

In diesem Tätigkeitsbereich gibt es von Land zu Land deutliche Unterschiede, insbesondere bei Umsätzen, Produktivität und Umsatzrenditen. Luxemburg (1998er Daten) meldet sehr hohe Werte, sowohl für den Umsatz je Beschäftigten (658 000 ECU, höchster Wert aller Zweige des Kraftfahrzeughandels in allen erfassten Ländern) als auch für die Arbeitsproduktivität (44 700 ECU).

Offenbar ist dies eine Auswirkung der im Lande herrschenden niedrigen Kraftstoffpreise, die einen regen Grenztankverkehr und eine hohe Tankstellendichte mit entsprechend hohen Umsätzen zur Folge haben. Frankreich und Österreich melden dagegen nur geringe Umsätze je Beschäftigten, dabei aber doch recht gute Produktivitätswerte. Die Umsatzrendite liegt im Tankstellensektor am höchsten in Österreich mit 6,3% (selbst in Luxemburg erreicht die Umsatzrendite nur 4,2%).

Frankreich und Portugal haben in dieser Sparte Umsatzrenditen von 1,6 bzw. 1,0% aufzuweisen – die niedrigsten Werte für alle Teilbereiche des Kraftfahrzeughandels.

Tabelle 3.1.1: Hauptkennzahlen, 1998

50.1 - Handel mit Kraftwagen

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	39 873	32 384	30 204	1 684	1 022	662	347
DK	3 670	27 789	6 913	:	1 382	:	:	:
D	21 523	304 159	101 973	:	:	:	:	1 811
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	106 155	48 462	:	:	:	:	:
F	29 505	201 769	87 179	15 996	8 081	6 371	1 710	1 452
IRL	984	10 764	5 623	746	484	:	:	35
I	12 669	91 222	67 453	15 068	3 153	1 816	1 337	382
L	379	3 289	1 259	230	166	88	78	17
NL	13 610	91 356	38 787	9 048	3 310	2 082	1 230	695
A	2 094	34 450	13 137	2 690	1 331	971	360	174
P	4 227	45 486	21 954	7 662	1 213	609	604	564
FIN	1 497	9 195	7 343	894	567	292	274	132
S	3 819	26 825	16 813	2 161	1 304	847	457	385
UK	31 196	:	130 238	:	14 834	5 984	8 849	1 811
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	2 105	14 046	9 535	1 569	789	502	288	324

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997;

I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.2: Hauptindikatoren, 1998

50.1 - Handel mit Kraftwagen

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebs- überschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	812.2	44.1	126.0	35.0	2.2	9.1
DK	7.0	7.6	248.8	49.7	:	:	:	:
D	2.6	14.3	335.3	:	:	:	:	5.9
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	456.5	:	:	:	:	:
F	4.9	7.4	432.1	37.1	121.1	30.6	2.2	6.7
IRL	2.7	10.9	522.4	45.0	:	:	:	3.3
I	2.2	6.5	739.4	40.0	137.9	30.0	2.4	4.7
L	8.8	8.7	382.7	50.3	179.9	28.0	6.2	5.2
NL	8.7	6.7	424.6	36.2	125.1	29.0	3.2	7.6
A	2.6	16.1	381.3	39.5	129.4	30.5	2.9	5.2
P	4.2	11.0	482.7	26.2	192.3	13.6	3.7	12.2
FIN	2.9	6.0	798.6	63.0	188.2	33.5	4.0	14.7
S	4.3	7.3	626.8	46.7	143.1	32.6	3.2	13.8
UK	5.3	:	:	:	:	25.3	6.9	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	4.8	6.7	678.8	56.2	149.3	37.6	3.0	23.1

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997;

I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995;

UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.3: Hauptkennzahlen, 1998
50.2 - Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto-betriebsüberschuß (Mio. ECU)	Brutto-investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	23 444	2 992	3 275	602	344	258	173
DK	6 738	18 318	1 771	:	652	:	:	:
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	127 148	6 820	:	:	:	:	:
F	34 739	82 715	8 850	5 461	2 809	2 109	700	304
IRL	2 094	7 051	578	186	121	:	:	23
I	100 562	245 357	16 136	10 386	4 202	1 777	2 426	858
L	126	498	67	22	18	9	9	1
NL	3 390	17 371	1 325	1 268	562	342	220	70
A	3 272	26 397	3 018	1 600	803	554	249	96
P	14 908	38 888	2 319	1 672	458	310	148	146
FIN	5 017	12 518	2 566	585	412	245	167	102
S	10 089	16 770	2 842	1 083	666	450	217	130
UK	24 680	:	16 049	:	4 735	2 540	2 195	646
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	3 182	16 592	3 663	1 170	635	487	148	215

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).
DK alle Daten von 1995; IRL alle Daten von 1996; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz;
L Daten für Investitionen von 1995; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.4: Hauptindikatoren, 1998
50.2 - Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	127.6	26.5	105.2	25.2	7.9	7.6
DK	12.9	2.7	96.7	35.6	:	:	:	:
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	53.6	:	:	:	:	:
F	5.8	2.9	107.0	28.1	109.1	25.7	6.8	3.0
IRL	5.8	3.4	82.0	17.2	:	:	:	3.3
I	17.5	2.3	65.8	20.0	97.3	20.0	17.8	3.7
L	2.9	4.0	133.5	35.4	152.9	23.2	13.0	2.2
NL	2.2	5.1	76.3	32.4	130.8	24.7	16.6	4.0
A	4.1	7.9	114.3	31.1	129.1	24.1	8.4	3.7
P	15.0	3.2	59.6	9.6	113.4	8.5	8.3	3.1
FIN	9.7	2.4	205.0	34.4	126.0	27.3	8.0	8.5
S	11.4	2.3	169.4	29.2	106.2	27.5	7.7	5.7
UK	4.2	:	:	:	:	12.9	16.5	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	7.2	5.2	220.8	38.3	116.6	32.9	4.0	13.0

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).
DK alle Daten von 1995; IRL alle Daten von 1996; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten;
L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.5: Hauptkennzahlen, 1998

50.3 - Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	10 594	3 933	4 292	400	287	114	50
DK	886	5 143	842	:	256	:	:	:
D	6 956	84 232	18 347	:	:	:	:	316
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	42 126	6 650	:	:	:	:	:
F	6 167	62 314	11 797	4 035	2 244	1 767	477	208
IRL	:	:	:	:	:	:	:	:
I	10 843	44 018	9 551	3 438	1 384	686	698	119
L	112	714	147	33	24	20	4	2
NL	2 150	15 826	4 666	982	615	381	234	74
A	784	9 675	2 390	667	405	269	135	73
P	2 873	11 464	1 682	1 625	264	173	91	78
FIN	1 445	6 544	1 496	424	286	169	118	28
S	1 704	7 176	2 388	565	314	213	102	54
UK	7 187	:	17 682	:	3 400	1 910	1 490	266
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	979	4 412	1 161	328	208	146	63	30

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.6: Hauptindikatoren, 1998

50.3 - Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	371.2	39.0	110.4	35.4	2.7	4.9
DK	1.7	5.8	163.6	49.7	:	:	:	:
D	0.8	11.9	217.8	:	:	:	:	4.0
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	157.9	:	:	:	:	:
F	1.0	9.7	189.3	37.5	124.5	30.1	4.3	3.5
IRL	:	:	:	:	:	:	:	:
I	1.9	3.8	217.0	30.0	127.9	30.0	7.9	2.9
L	2.6	6.4	206.1	33.6	103.8	32.4	2.5	3.0
NL	1.4	7.4	294.8	38.8	142.8	27.2	5.0	4.7
A	1.0	12.1	247.0	42.8	140.0	30.6	5.8	7.7
P	2.9	6.1	146.7	15.0	145.9	10.3	4.6	4.4
FIN	2.8	4.5	228.6	44.3	157.8	28.1	7.8	4.4
S	1.9	4.3	332.7	43.2	130.7	33.0	4.7	7.4
UK	1.2	:	:	:	:	17.9	9.2	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	2.2	4.5	263.1	47.2	131.5	35.9	5.4	6.8

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997;

I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995;

UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.7: Hauptkennzahlen, 1998
**50.4 - Handel mit Kraftfahrzeugen, Teilen und Zubehör;
Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen**

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	2 557	722	511	39	22	17	17
DK	142	355	78	:	24	:	:	:
D	1 857	8 925	2 557	:	:	:	:	49
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	7 311	1 261	:	:	:	:	:
F	4 625	11 229	3 450	769	414	292	122	39
IRL	:	:	:	:	:	:	:	:
I	9 210	19 844	5 024	1 247	389	140	249	40
L	12	45	18	4	2	1	1	0
NL	705	2 408	814	170	100	51	49	8
A	229	1 055	357	72	38	23	15	4
P	2 938	5 810	580	633	83	44	39	27
FIN	183	422	155	24	13	7	7	1
S	630	1 059	497	75	43	25	18	6
UK	1 782	:	2 527	:	373	149	223	38
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	213	542	138	27	15	11	4	8

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).
DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.8: Hauptindikatoren, 1998
**50.4 - Handel mit Kraftfahrzeugen, Teilen und Zubehör;
Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen**

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	282.5	21.2	81.3	26.1	3.3	9.1
DK	0.3	2.5	218.3	66.3	:	:	:	:
D	0.2	5.0	286.5	:	:	:	:	5.8
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	172.4	:	:	:	:	:
F	0.8	2.7	307.2	32.8	117.1	28.0	3.7	3.1
IRL	:	:	:	:	:	:	:	:
I	1.6	2.0	253.2	20.0	99.3	20.0	7.1	2.2
L	0.3	3.8	409.4	44.5	193.1	23.0	6.0	3.3
NL	0.4	3.4	338.2	41.6	161.5	25.8	6.1	3.3
A	0.3	4.5	338.6	37.0	134.7	27.5	4.5	3.5
P	2.9	2.7	99.8	10.4	137.3	7.6	5.5	3.3
FIN	0.4	2.0	366.8	35.9	149.7	24.0	6.1	3.1
S	0.7	2.1	469.6	32.2	117.3	27.5	5.3	4.6
UK	0.3	:	:	:	:	11.0	11.9	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	0.5	2.5	253.7	28.2	113.6	24.9	3.1	15.2

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).
DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995;
UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.1.9: Hauptkennzahlen, 1998

50.5 - Tankstellen

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	5 311	3 580	3 066	172	71	101	68
DK	1 290	11 392	1 774	:	419	:	:	:
D	6 839	39 176	5 218	:	:	:	:	151
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	43 810	11 576	:	:	:	:	:
F	6 741	23 727	4 360	1 270	633	557	76	58
IRL	1 255	7 896	1 311	211	140	:	:	12
I	24 676	64 085	29 160	9 228	1 491	441	1 050	164
L	207	1 339	882	90	60	23	37	4
NL	1 630	11 581	5 619	599	334	205	128	23
A	1 865	8 626	1 483	349	213	129	85	22
P	2 008	12 499	3 853	3 414	179	135	44	59
FIN	1 311	6 378	1 312	284	188	131	57	20
S	2 292	11 378	5 404	642	429	300	129	89
UK	7 260	:	24 714	:	1 743	741	1 002	234
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1 654	14 863	3 271	565	384	246	138	39

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen von 1997; IRL alle Daten von 1996; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank.

Tabelle 3.1.10: Hauptindikatoren, 1998

50.5 - Tankstellen

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	674.1	28.3	127.8	22.1	3.3	11.2
DK	2.5	8.8	155.7	36.8	:	:	:	:
D	0.8	8.1	133.2	:	:	:	:	2.8
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	:	:	264.2	:	:	:	:	:
F	1.1	4.0	183.8	23.5	104.6	22.5	1.6	2.2
IRL	3.4	6.3	166.0	17.7	:	:	:	1.5
I	4.3	2.4	455.0	30.0	121.1	20.0	3.8	2.8
L	4.8	6.5	658.3	44.7	213.4	20.9	4.2	2.8
NL	1.0	7.1	485.2	28.8	149.6	19.3	2.3	2.0
A	2.3	4.5	171.9	25.3	132.5	19.1	6.3	2.6
P	2.0	8.1	308.2	11.1	128.2	8.6	1.0	3.7
FIN	2.5	4.8	205.7	29.9	132.1	22.6	4.4	3.2
S	2.6	5.6	475.0	33.6	133.5	25.2	3.1	7.0
UK	1.2	:	:	:	:	13.0	4.6	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	3.8	9.0	220.1	25.8	149.9	17.2	4.2	2.6

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer DK (1995), IRL (1996), L (1998), NL (1998), NO (1997).

DK alle Daten von 1995; D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL alle Daten von 1996;

I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995;

UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997; NO alle Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

3. ANALYSE NACH WIRTSCHAFTSZWEIGEN

3.2 Großhandel

Der Großhandel (NACE Rev. 1 Abteilung 51) ist definiert als 'Handelsvermittlung und Großhandel mit Waren aller Art außer Kraftfahrzeugen sowie Kraftfahrzeugteilen und -zubehör'.

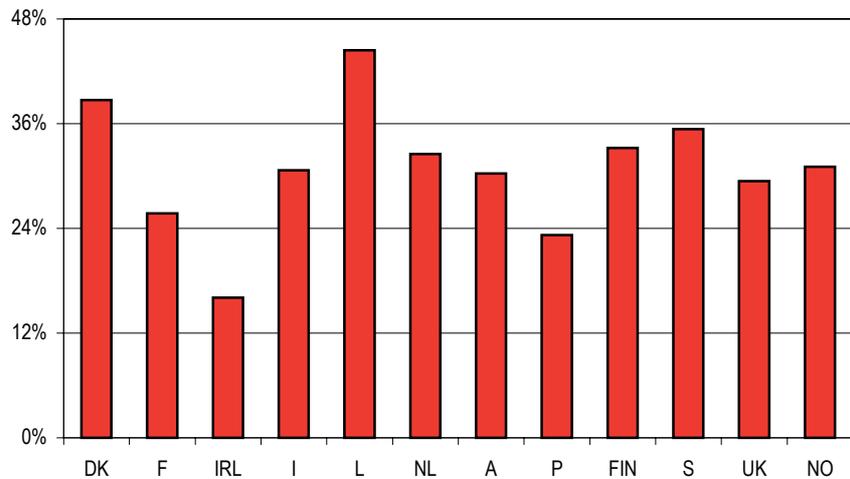
Es handelt sich um einen wichtigen Zweig der Wirtschaft; auf den Großhandel entfallen ein Drittel der Beschäftigung und mehr als die Hälfte der Umsätze im Handel insgesamt.

Der Großhandel ist ein kapitalintensiver Wirtschaftszweig, was eine Erklärung dafür liefert, dass die Produktivität hier im allgemeinen höher liegt als in den anderen Teilbereichen des Handels.

Die eigentliche Rolle des Großhandels ist die eines Vermittlers auf dem Weg der Güter vom Erzeuger zum Verbraucher. Die Branche ermöglicht es den Käufern, Waren und Erzeugnisse unabhängig von Ort und Zeit ihrer Produktion zu erwerben. Gleichmaßen wichtige Funktionen des Großhandels sind der Einkauf und die Zusammenstellung des Sortiments (die Auswahl der angebotenen Güter).

3.2.1 Unternehmen im Großhandel

Abbildung 3.2.1
Zahl der Unternehmen: Anteil des
Großhandels am gesamten Handel,
1998



IRL, I, S, NO: 1997; DK: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Die Zahl der Großhandelsunternehmen in der EU wird für 1998 auf über 1,2 Millionen geschätzt; das sind etwa doppelt so viele wie im Kraftfahrzeughandel und nahezu 27% aller im Handel tätigen Unternehmen. In absoluten Zahlen hat Italien die weitaus meisten Großhandelsunternehmen aufzuweisen (1997: 385 000, d.h. fast ein Drittel der insgesamt in der EU gezählten Einheiten). Spanien folgt mit 183 000 und Frankreich mit 161 000 Großhandelsunternehmen¹.

Die relative Bedeutung der Großhandelsunternehmen erscheint jedoch am höchsten in Luxemburg (mit 44,4%) und in den nordeuropäischen Ländern (z. B. in Dänemark mit 38,7%) (Abbildung 3.2.1).

Die für Italien (30,6%) und Frankreich (25,7%) ermittelten geringeren Anteile erklären sich durch die besonders große Zahl der Einzelhandelsunternehmen in diesen Ländern.

¹ Deutschland liefert keine SBS-Daten für die NACE Rev. 1 Gruppe 51.1 (Handelsvermittlung) und kann daher bei direkten Vergleichen nicht berücksichtigt werden.

Ein weiterer Indikator der relativen Bedeutung eines Wirtschaftszweigs in einem Land ist die Unternehmensdichte (Abbildung 3.2.2). Im Großhandel liegt Luxemburg hierbei mit 69 Unternehmen je 10 000 Einwohner an der Spitze der Länder, für die diese Daten vorliegen. Italien, dessen Handel eine stark fragmentierte Struktur aufweist, folgt mit 67 Einheiten (1997). Das Vereinigte Königreich (20) und Irland (13) melden sehr niedrige Werte, was dadurch zu erklären ist, dass in diesen Ländern weniger aber größere Unternehmen bestehen.

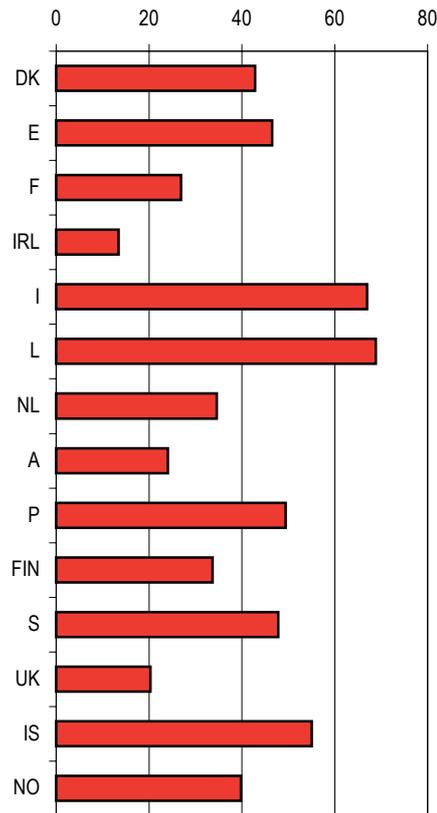


Abbildung 3.2.2
Großhandel: Zahl der
Unternehmen je 10 000
Einwohner, 1998

*IRL, I, S und NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank
Bevölkerung: Eurostat, Datenbank aux_ind*

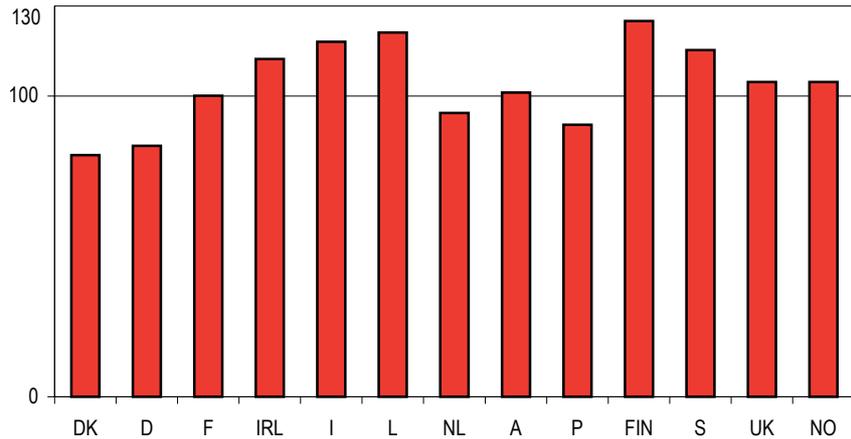
In der Zeit von 1995 bis 1998 ist die Zahl der Großhandelsunternehmen in den meisten Ländern im wesentlichen unverändert geblieben oder allenfalls etwas angestiegen (Abbildung 3.2.3)².

Finnland und Luxemburg haben Zuwachsraten von mehr als 19% aufzuweisen.

Den stärksten Rückgang zeigten im Beobachtungszeitraum Dänemark (-20%) und Deutschland (-17%, ohne NACE Rev. 1 Gruppe 51.1). Irland hatte von 1996 bis 1997 eine 12%ige Zunahme zu verzeichnen.

² Einige Länder haben keine Daten für den gesamten Zeitraum geliefert. In diesen Fällen wurden die Zuwachsraten geschätzt oder aus den verfügbaren Daten errechnet.

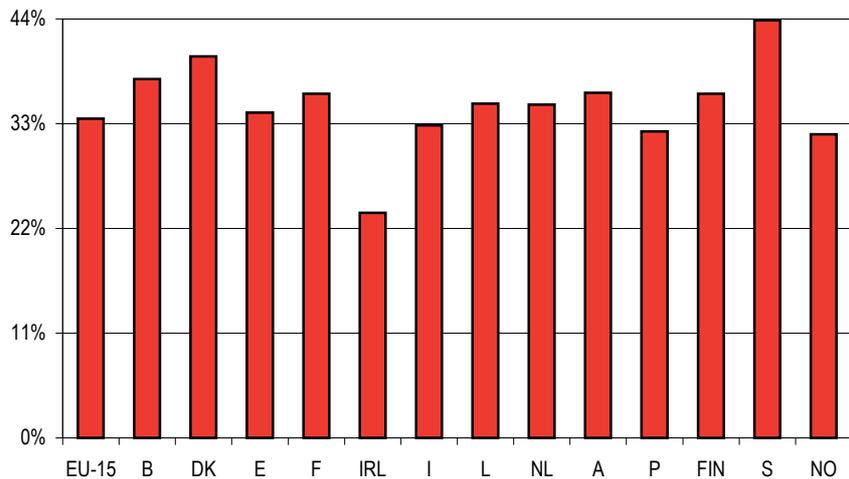
Abbildung 3.2.3
 Großhandel: Entwicklung der
 Unternehmenszahl, 1995-1998
 (1995 = 100)



D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 51.1; IRL: nur 1996-1997
 Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

3.2.2 Beschäftigung im Großhandel

Abbildung 3.2.4
 Zahl der Beschäftigten: Anteil des
 Großhandels am gesamten Handel,
 1999



L, NL: 1998; IRL, NO: 1997; DK: 1995
 Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

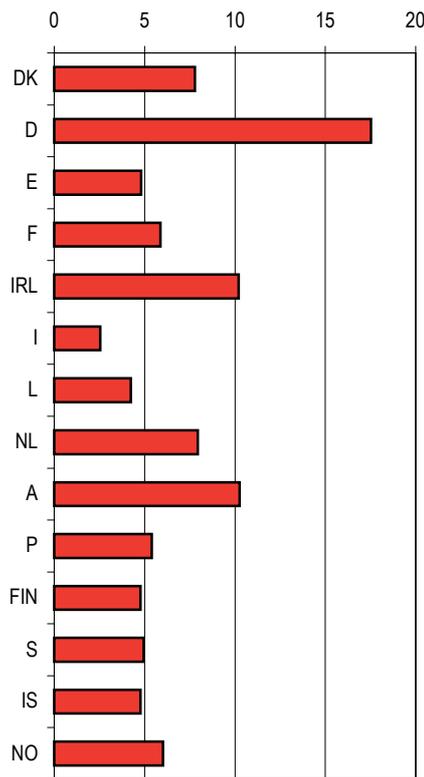
Die relative Bedeutung des Großhandels für die Beschäftigung und nach der Zahl der Unternehmen liegt in den in die Beobachtung einbezogenen Ländern offenbar überall etwa auf gleicher Höhe (Abbildung 3.2.4). Auf EU-Ebene arbeitet von den insgesamt im Handel beschäftigten Personen etwa ein Drittel im Großhandel. Schweden liegt mit einem Anteil von 43,9% klar über diesem Durchschnittswert, während Irland (23,6%) das einzige Land ist, in dem der Großhandel weniger als 30% der Gesamtbeschäftigung im Handel stellt.

In absoluten Zahlen schätzt man, dass die Beschäftigung im Großhandel 1999 EU-weit insgesamt 7,4 Millionen Personen erreicht hat. Deutschland steht an der Spitze mit 1,2 Millionen Beschäftigten im Großhandel (ohne NACE Rev. 1 Gruppe 51.1), gefolgt von Italien (ca. 1,1 Millionen), Spanien (930 000) und Frankreich (898 000).

In Italien gibt es innerhalb des Großhandels und vor allem im Teilbereich der Handelsvermittlung (NACE Rev. 1 Gruppe 51.1) eine Vielzahl kleiner Unternehmen, die im wesentlichen auf der Arbeit des Eigentümer selbst beruhen. Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl je Großhandelsunternehmen in diesem Lande ist mit 2,5 Personen außerordentlich niedrig (Abbildung 3.2.5).

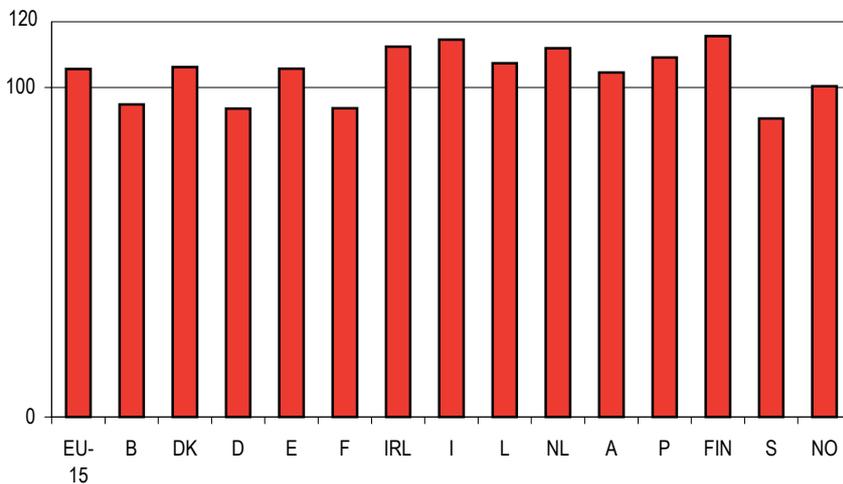
In Deutschland dagegen sind die Unternehmen wesentlich größer (im Durchschnitt 17 Beschäftigte je Unternehmen, wobei aber der Bereich Handelsvermittlung in den gelieferten Daten nicht erfasst ist).

Die anderen Länder melden für den Großhandel Werte zwischen 4 und 8 Beschäftigten je Unternehmen. Lediglich in Österreich und Irland ist das durchschnittliche Großhandelsunternehmen eher etwas größer.



D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 51.1; IRL, I, S und NO: 1997; IS: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 3.2.5
Großhandel: Zahl der Beschäftigten je Unternehmen, 1998



D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 51.1; E: 1998-1999; IRL: 1996-1997; S: 1997-1999; NO: 1995-1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Abbildung 3.2.6
Großhandel: Entwicklung der Beschäftigung 1995-1999 (1995 = 100)

Die Entwicklung der Beschäftigung im Großhandel in der Zeit von 1995 bis 1999³ zeigt für die meisten Länder eine leicht ansteigende Tendenz. Schätzungen zufolge

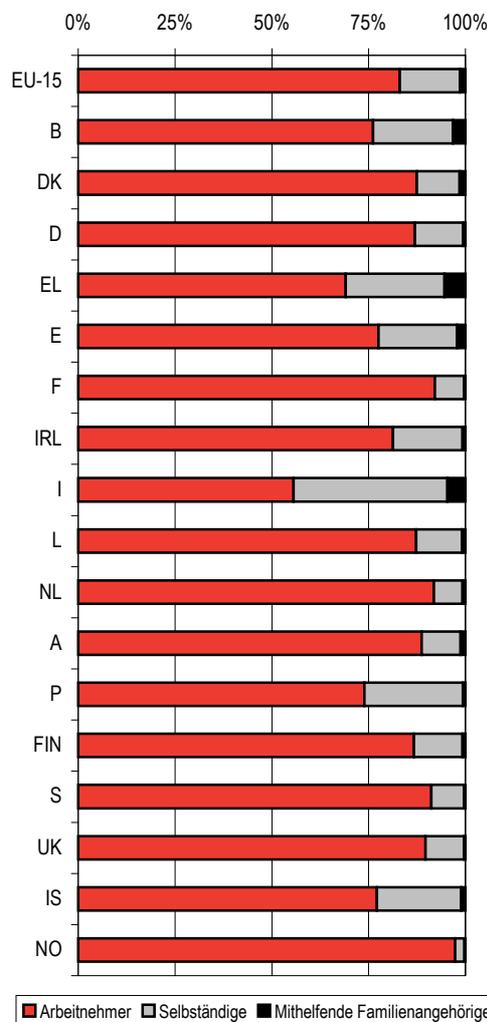
³ Einige Länder haben keine Daten für den gesamten Zeitraum geliefert. In diesen Fällen wurden die Zuwachsraten geschätzt oder aus den verfügbaren Daten errechnet.

hat die Beschäftigung im Großhandel in der Zeit von 1996 bis 1999 EU-weit jährlich um etwa 1,4% zugenommen. Von den Ländern, für die entsprechende Daten vorliegen, haben Finnland (+13% für den Zeitraum von 1996-1999) und Irland (+12% von 1996 bis 1997) zweistellige Zuwachsraten aufzuweisen, während die Beschäftigungszahlen für Belgien (-5%), Frankreich (-5% für 1996-99) und Schweden (-9% von 1997 bis 1999) rückläufige Werte zeigen.

Diese Entwicklungen entsprechen jedoch nicht immer denen bei der Zahl der Unternehmen. So hat z. B. in Dänemark und Portugal die Beschäftigung im Beobachtungszeitraum zugenommen, während die Zahl der Unternehmen in der Branche zurückgegangen ist, was bedeutet, dass die Großhandelsunternehmen in diesen Ländern offenbar größer geworden sind. Umgekehrt scheinen sich die Großhandelsunternehmen in Frankreich eher zu verkleinern, denn die Beschäftigung ging zurück, während die Zahl der Unternehmen konstant blieb.

Beschäftigungsmerkmale

Abbildung 3.2.7
 Großhandel: Anteil der Arbeitnehmer,
 Selbständigen und mithelfenden
 Familienangehörigen an der
 Gesamtbeschäftigung, 1999



Der Großhandel ist der Teilbereich des Handels mit dem geringsten Anteil Selbständiger an der gesamten Beschäftigung. 1999 lag der Anteil der Selbständigen im EU-Durchschnitt bei 16% (im Kraftfahrzeughandel 21% und im Einzelhandel 24%), während die mithelfenden Familienangehörigen nur auf 1% kamen.

Die südeuropäischen Länder (Griechenland und Portugal über 25%) und Belgien melden über dem genannten Durchschnittswert liegende Selbständigenanteile; Italien ragt heraus mit einem Anteil von 40% (zurückzuführen auf das Vorherrschen der direkt vom Eigentümer betriebenen Kleinunternehmen, vor allem im Bereich Handelsvermittlung – NACE Rev. 1 Gruppe 51.1).

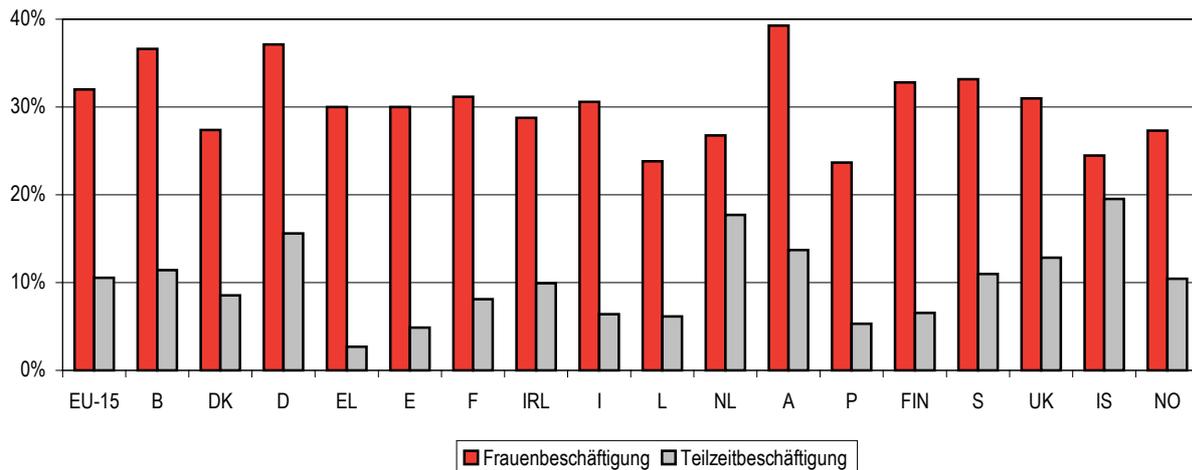
Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

Die Beschäftigungsanteile der mithelfenden Familienangehörigen sind in allen Ländern geringfügig, außer in Griechenland und Italien (wo sie jeweils 6% ausmachen).

Die meisten der im Großhandel beschäftigten Personen sind Männer, wobei der Frauenanteil auf EU-Ebene jedoch im Großhandel mit etwa einem Drittel deutlich höher liegt als im Kraftfahrzeughandel (Abbildung 3.2.8). Im Einzelhandel beträgt der Anteil der Frauen an der Beschäftigung mehr als 58%. In dieser Hinsicht gibt es zwischen den beobachteten Ländern keine besonders auffallenden Unterschiede: die Frauenanteile liegen zwischen 24% in Luxemburg, Portugal und Island und 39% in Österreich.

Der Anteil der Teilzeitbeschäftigung liegt im Großhandel im EU-Durchschnitt bei 11% (Abbildung 3.2.8). Die nordeuropäischen Länder melden Werte um den EU-Durchschnitt oder leicht darüber, während in Südeuropa die Teilzeitarbeit offenbar weniger verbreitet ist. Das Länderbild ist hier also ähnlich wie im Kraftfahrzeughandel oder im Einzelhandel, obwohl die Anteile im letzteren Bereich generell höher liegen.

Abbildung 3.2.8
Großhandel: Frauen- und
Teilzeitbeschäftigung, 1999



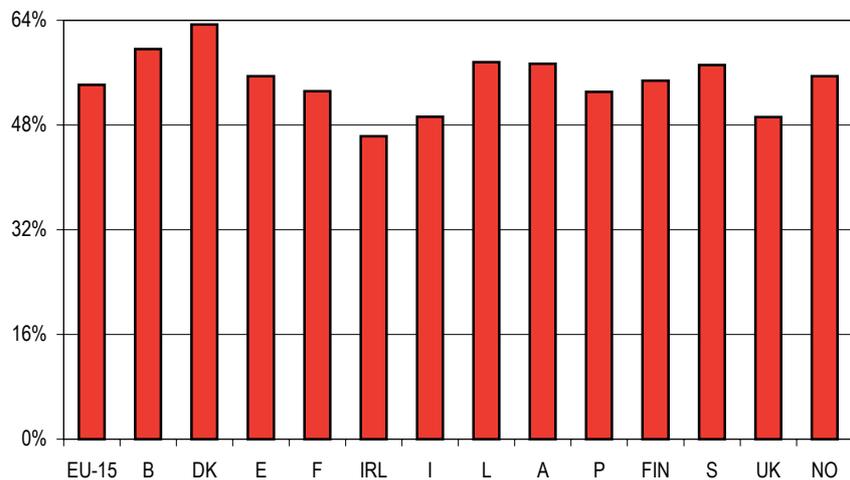
Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

3.2.3 Umsatz und Produktivität

Umsatzmäßig ist der Großhandel mit Abstand der wichtigste Zweig des Handels; EU-weit entfallen auf ihn 54% der vom Handel insgesamt erzielten Umsätze (1999). Am niedrigsten ist der Umsatzanteil des Großhandels in Irland, aber auch hier liegt er (mit 46,3%) nur knapp unter der Hälfte der Umsätze des gesamten Handels in diesem Land. In den meisten anderen Ländern liegt der Anteil z.T. deutlich über 50%, um in einigen Fällen fast an zwei Drittel aller Umsätze im Handel heranzureichen (in Dänemark 63,4%).

1999 erzielte der Großhandel in der EU Umsätze von mehr als 2 900 Mrd. Euro. Deutschland hatte (ohne die NACE Rev. 1 Gruppe 51.1) mit 570 Mrd. Euro etwa ein Fünftel dieser Gesamtsumme aufzuweisen. Das Vereinigte Königreich und Frankreich folgen mit 525 bzw. 447 Mrd. Euro. Die anderen großen Länder liegen etwas weiter zurück: Italien meldet 323 Mrd. Euro und Spanien 256 Mrd. Euro.

Abbildung 3.2.9
Umsatzanteile des Großhandels
am gesamten Handel, 1999



L: 1998; IRL, NO: 1997; DK: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Die Niederlande erreichen mit Großhandelsumsätzen von 218 Mrd. Euro im Jahre 1999 einen sehr beachtlichen Wert, der zeigt, dass die relative Bedeutung dieses Wirtschaftszweigs hier besonders groß ist⁴. Dies ist offenbar auf die geographische Lage des Landes und auf den Einfluss der großen Seehäfen und der damit zusammenhängenden Aktivitäten zurückzuführen. Belgien bietet ein ähnliches Bild.

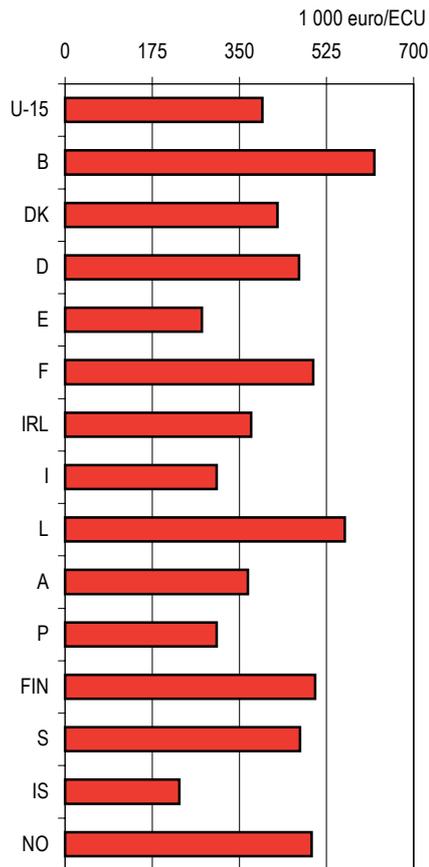
Die südeuropäischen Mitgliedstaaten haben verhältnismäßig hohe Beschäftigtenzahlen und eher bescheidene Umsatzwerte aufzuweisen und bestätigen damit erneut die auch im Großhandel herrschende hochgradige Zersplitterung ihrer Märkte.

⁴ Der Anteil des Großhandels am gesamten Handel kann nicht berechnet werden, da die Angaben zum Umsatz im Kraftfahrzeughandel nicht verfügbar sind.

Im Vergleich zu den Vorjahren sind die Umsätze nominell in allen Ländern angestiegen, wobei Spanien, Irland und Portugal die höchsten Zuwachsraten zu verzeichnen haben.

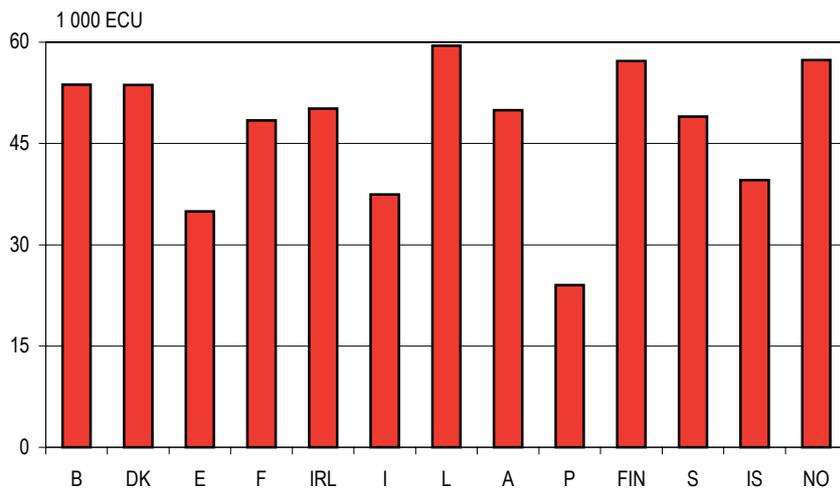
Abbildung 3.2.10 bestätigt die vorstehende Analyse insofern, als sie zeigt, dass Italien, Spanien und Portugal in Europa zu den Ländern mit dem niedrigsten Umsatz je Großhandelsbeschäftigten gehören. Nach den Schätzungen für das Jahr 1999 liegt dieser Wert für Italien und Portugal bei 304 000 Euro und für Spanien bei 275 000 Euro. Island meldet mit 229 000 ECU je Beschäftigten den niedrigsten Wert aller Länder, die diese Daten geliefert haben, wobei aber zu bedenken ist, dass in diesem Fall die neuesten Daten aus dem Jahr 1995 stammen.

Andererseits hat Belgien mit 621 000 Euro je Beschäftigten den höchsten Wert aufzuweisen, dicht gefolgt von Luxemburg mit 561 000 Euro (Daten von 1998).



D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 51.1; L: 1998; IRL, NO: 1997; IS: 1995. Die Angaben für 1999 sind in Euro, für frühere Jahre in ECU. Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 3.2.10
Großhandel: Umsatz je Beschäftigten, 1999

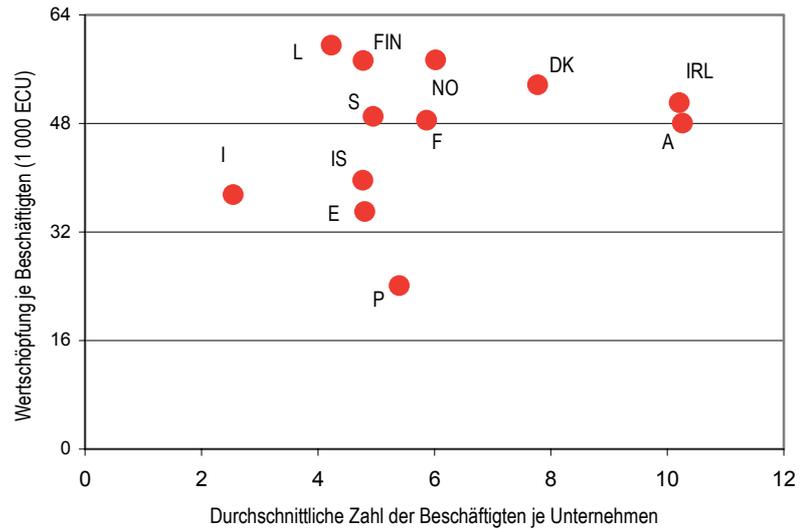


*IRL, I, S, NO: 1997; IS: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank*

Abbildung 3.2.11
Großhandel: Wertschöpfung je Beschäftigten, 1998

Was die Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) angeht ist das Bild im Großhandel dem des Kraftfahrzeughandels vergleichbar. Die südeuropäischen Mitgliedstaaten melden (1998) relativ geringe Werte, während die nördlichen Länder zusammen mit Belgien und Luxemburg am oberen Ende der Skala liegen. Die Werte reichen von 24 000 ECU je Beschäftigten in Portugal bis zu 60 000 ECU in Luxemburg⁵. Unter den nordeuropäischen Ländern meldet Island mit 40 000 ECU je Beschäftigten (Daten von 1998) den niedrigsten Wert.

Abbildung 3.2.12
 Großhandel: Wertschöpfung je
 Beschäftigten und
 durchschnittliche
 Unternehmensgröße, 1998



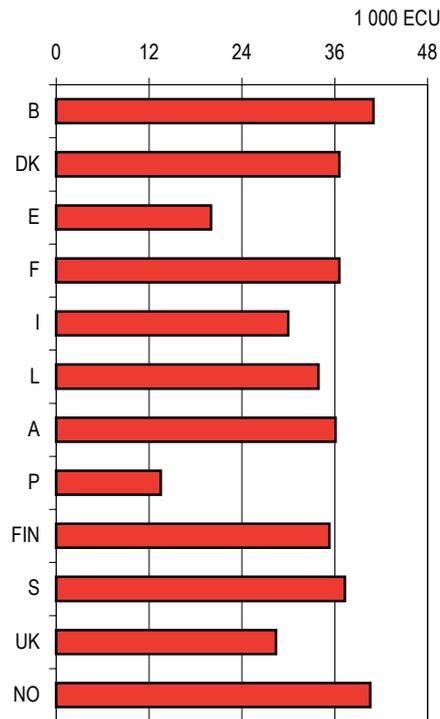
IRL, I, S, NO: 1997
 Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Die Unternehmen sind im Großhandel im allgemeinen etwas größer als in den anderen Teilbereichen des Handels. Aus der Relation zwischen Unternehmensgröße und Produktivität (Abbildung 3.2.12) lässt sich jedoch keine wirtschaftliche Entwicklungstendenz ableiten (wie etwa im Kraftfahrzeughandel).

Großhandelsunternehmen zählen in den meisten Ländern im Durchschnitt nicht mehr als 6 Beschäftigte. Unabhängig von der Unternehmensgröße zeigen die südeuropäischen Länder schlechtere Leistungsdaten als die anderen Länder, die entsprechende Angaben geliefert haben. Die einzigen Länder, in denen das durchschnittliche Unternehmen mehr als 10 Personen beschäftigt, sind Irland und Österreich. Letzteres hat in allen Teilbereichen des Handels die größten Unternehmen aufzuweisen.

⁵ Deutschland und das Vereinigte Königreich haben die zur Berechnung dieser Variablen erforderlichen Daten nicht geliefert.

Im Großhandel herrschen in den betrachteten Ländern sehr unterschiedliche Arbeitskosten je Einheit (Pro-Kopf-Arbeitskosten); 1998 reichten die Werte von 14 000 ECU in Portugal bis zu 41 000 ECU in Belgien und Norwegen. Die größten Spannen zwischen der Wertschöpfung und den Personalkosten je Arbeitnehmer ergeben sich für Luxemburg und Finnland. Allerdings zeigen beide Länder für die Zeit von 1995 bis 1998 einen negativen Trend, während die Tendenz in den anderen Ländern im gleichen Zeitraum leicht positiv ist.



I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

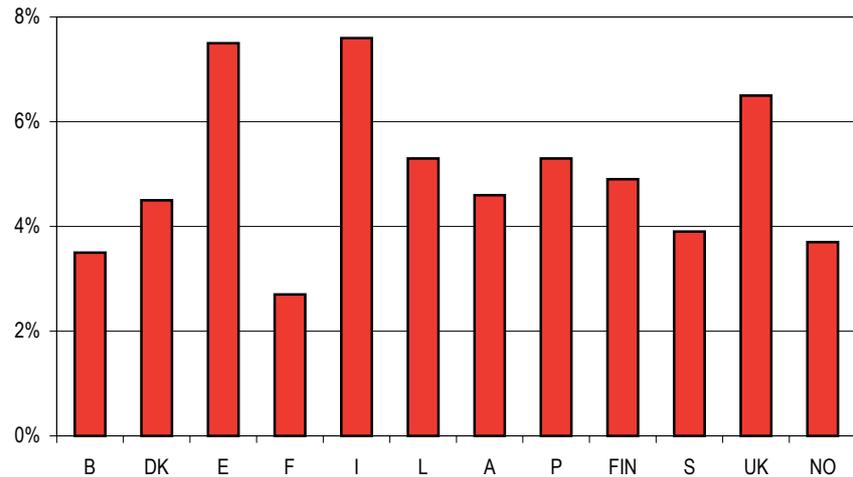
Abbildung 3.2.13
Großhandel: Arbeitskosten je Einheit, 1998

Zudem bestätigen diese Daten, dass der Großhandel mit höheren Personalkosten arbeitet als die im Kraftfahrzeughandel oder im Einzelhandel tätigen Unternehmen. Eine mögliche Erklärung hierfür liegt darin, dass die hier beschäftigten Personen einen höheren Bildungsgrad benötigen, um die mit einer Tätigkeit im Großhandel verbundenen organisatorisch-administrativen Aufgaben zu bewältigen, weshalb auch die Durchschnittsgehälter in diesem Bereich tendenziell höher liegen.

Italien ist insofern eine Art Sonderfall, als im Großhandel dieses Landes die Handelsvermittlung (NACE Rev. 1 Gruppe 51.1) sehr stark vertreten ist, und Handelsvertreter meist als Selbständige ohne Arbeitnehmer arbeiten. Rein methodisch gesehen handelt es sich um Unternehmen mit niedrigen Arbeitskosten; in Wirklichkeit findet der Unternehmer, der nicht als Arbeitnehmer gilt, sein Entgelt in einem Teil des Betriebsergebnisses. Sein Einkommen ist also in den 'Pro-Kopf-Arbeitskosten' (Personalkosten je Arbeitnehmer oder Arbeitskosten je Einheit) nicht mit berücksichtigt.

Dies ist offenbar auch der Grund dafür, dass Italien im Großhandel mit 7,6% die europaweit höchste Betriebsüberschußrate (oder Umsatzrendite = Bruttobetriebsüberschuß in % des Umsatzes) aufzuweisen hat (Abbildung 3.2.14).

Abbildung 3.2.14
Großhandel:
Bruttobetriebsüberschußrate, 1998



I, S, NO: 1997

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Hohe Betriebsüberschußraten (Umsatzrenditen) ergeben sich auch für Spanien (7,5%) und das Vereinigte Königreich (6,5%). Letzteres Land meldet auch für die anderen Bereiche des Handels hohe Umsatzrenditen und ist gekennzeichnet durch eine besonders stark konzentrierte Struktur der Branche und ein Vorherrschen dienstleistungsorientierter Strategien.

Von den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, meldet Frankreich mit 2,7% die niedrigste Umsatzrendite. Insgesamt findet man im Großhandel der beobachteten Länder sehr unterschiedliche Umsatzrenditen. Meist liegen sie niedriger als im Einzelhandel, während die Werte für den Großhandel und den Kraftfahrzeughandel mehr oder weniger auf gleicher Höhe liegen.

3.2.4 Die Teilbereiche des Großhandels

Die NACE Rev. 1 Abteilung 51 (Handelsvermittlung und Großhandel) umfasst folgende Teilbereiche (Gruppen):

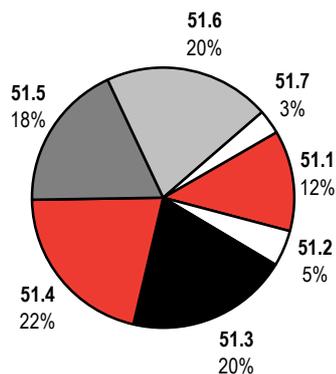
- 51.1: Handelsvermittlung
- 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren
- 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren
- 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern
- 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Schrott und sonstigen Reststoffen
- 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
- 51.7: Sonstiger Großhandel.

Die Abbildungen 3.2.15 und 3.2.16 vermitteln ein auf europäischer Ebene (berechneter Durchschnitt für die Länder, die Daten geliefert haben) zusammengefasstes Bild der relativen Bedeutung der einzelnen Zweige des Großhandels (NACE Rev. 1 Gruppen).

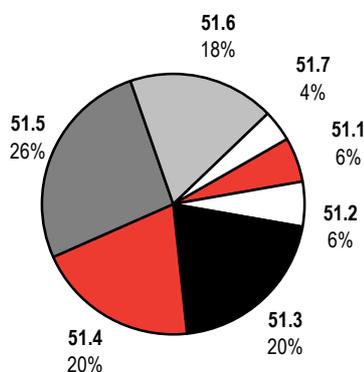
Die vier vorherrschenden Teilbereiche, die zusammen 80% der Beschäftigung und 84% des Umsatzes der Gesamtbranche repräsentieren, betreffen den Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (NACE Rev. 1 Gruppe 51.3), Gebrauchs- und Verbrauchsgütern (NACE Rev. 1 Gruppe 51.4), Rohstoffen, Halbwaren, Schrott und sonstigen Reststoffen (NACE Rev. 1 Gruppe 51.5) und Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör (NACE Rev. 1 Gruppe 51.6). Die Beschäftigungs- und Umsatzanteile dieser Teilbereiche sind einigermaßen ausgewogen (sie liegen zwischen 18 und 22%) - außer im Fall des Großhandels mit Rohstoffen, Halbwaren usw., auf den 26% des gesamten Großhandelsumsatzes, aber nur 18% der Beschäftigung im Großhandel entfallen.

Der Teilbereich der 'Handelsvermittlung' (NACE Rev. 1 Gruppe 51.1) bietet insofern ein völlig anderes Bild, als er bei einem verhältnismäßig hohen Beschäftigungsanteil (12%) nur 6% der gesamten Großhandelsumsätze erreicht. Der Grund hierfür liegt im spezifischen Charakter dieser Gruppe, in der sehr viele Kleinstunternehmen bestehen, die als Vermittler zwischen Herstellern und Einzelhändlern tätig sind und nicht als Käufer und Wiederverkäufer von Waren auftreten. Der von diesen Unternehmen ausgewiesene Umsatz umfasst nur die Vergütung für ihre Dienstleistungen nicht den Wert der vermittelten Waren.

Die Bereiche 'landwirtschaftliche Grundstoffe' (NACE Rev. 1 Gruppe 51.2) und 'sonstiger Großhandel' (NACE Rev. 1 Gruppe 51.7) haben auf europäischer Ebene offenbar nur marginale Bedeutung, ihre Anteile liegen bei der Beschäftigung im Durchschnitt (errechnet von den Ländern, die Daten geliefert haben) um 3-5% und beim Umsatz um 4-6%.



*berechneter Durchschnitt ohne Daten für D, EL, UK, IS
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen*



*berechneter Durchschnitt ohne Daten für D, EL, IS
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen*

Abbildung 3.2.15
Großhandel: Beschäftigung im EWR, aufgeschlüsselt nach NACE Rev. 1 Gruppen, 1999

Abbildung 3.2.16
Großhandel: Umsätze im EWR, aufgeschlüsselt nach NACE Rev. 1 Gruppen, 1999

Einzelbetrachtung der Teilbereiche

Handelsvermittlung (NACE Rev. 1 Gruppe 51.1)

Die meisten Handelsvermittler (Großhandelsvermittler) findet man in Italien, wo dieser Zweig des Großhandels mehr als 232 000 Unternehmen (1997) und fast 319 000 Beschäftigte (1999) umfasst. Spanien folgt mit großem Abstand, mit weniger als 50 000 Unternehmen (1998) und etwa 80 000 Beschäftigten (1999)⁶.

Der Grund für die hohen Zahlen Italiens liegt in der Gesetzgebung des Landes, nach der selbständige Handelsvertreter als Großhändler gelten. Auf diese entfallen in Italien 60% aller Großhandelsunternehmen und 30% der Beschäftigung, aber nur 6% der Großhandelsumsätze. In allen anderen Ländern ist die Handelsvermittlung ein weniger bedeutender Teilbereich des Großhandels.

Bei den Umsätzen je Beschäftigten ergeben sich unter den in die Beobachtung einbezogenen Ländern außerordentlich große Unterschiede. Spanien, Italien (Daten von 1999) und Irland (1997) melden Werte zwischen 50 000 und 75 000 ECU/Euro je Beschäftigten, während Luxemburg (1998) auf 518 000 ECU kommt und Frankreich (1999) einen Spitzenwert von über 1 Mio. Euro aufzuweisen hat.

Bei der Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) sind die Unterschiede dagegen weit weniger bemerkenswert: hier liegen die Werte im allgemeinen zwischen 30 000 und 60 000 ECU je Beschäftigten; lediglich Portugal liegt mit 17 300 ECU (1998) außerhalb dieser Spanne.

Des Weiteren sind die Personalkosten je Arbeitnehmer in Frankreich wesentlich höher als in den beiden anderen Ländern. Die für die Umsatzrendite (Betriebsüberschuß in % des Umsatzes) ausgewiesenen Werte scheinen dies zu bestätigen: Spanien (50,6% - 1998) und Italien (42,5% - 1997) kommen hier auf extrem hohe Prozentsätze, die mit Vorbehalt zu interpretieren sind. Vermutlich liegt der Grund darin, dass in beiden Ländern das Einkommen der Eigner u.a. der hier besonders zahlreichen Einmann-Unternehmen zum Betriebsergebnis dieser Einheiten rechnet. In Frankreich dagegen arbeiten im Großhandel hauptsächlich unselbständige Kräfte, deren Einkommen zu den Personalkosten zählt und letztlich die Umsatzrendite drückt (auf nur 1,9%). Generell sind die Umsatzrenditen im Bereich Handelsvermittlung höher als in den anderen Zweigen des Großhandels.

⁶ Für Deutschland und das Vereinigte Königreich liegen keine Beschäftigungsdaten vor.

Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren (NACE Rev. 1 Gruppe 51.2)

Die relative Bedeutung dieses Teilbereichs des Großhandels ist in allen beobachteten Ländern eher gering. Seine Anteile an Beschäftigung und Umsatz des gesamten Großhandels liegen zumeist unter 5%.

Der Umsatz je Beschäftigtem liegt zwischen 316 000 Euro in Österreich und 876 000 Euro in Frankreich (Daten von 1999).

Außer in Norwegen und in Irland ist die in diesem Bereich gemessene Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) die niedrigste aller Zweige des Großhandels. In Irland liegt sie (1997) über 65 000 ECU je Beschäftigten und ist damit die höchste aller Teilbereiche des irischen Großhandels und zugleich auch der höchste für irgendeines der beobachteten Länder in diesem Großhandelszweig ermittelte Wert.

Wie im Fall der Handelsvermittlung zeigt Frankreich auch hier den höchsten Umsatz je Beschäftigten und die niedrigste Umsatzrendite. Insgesamt liegen die Umsatzrenditen in den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, zwischen 1,5% in Frankreich und 5,9% in Spanien.

Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (NACE Rev. 1 Gruppe 51.3)

In mehreren Ländern liegt die durchschnittliche Unternehmensgröße über 10 Beschäftigten. Österreich, das in fast allen Zweigen des Großhandels die größten Einheiten aufzuweisen hat, ragt heraus mit 20 Beschäftigten je Unternehmen. Italien hat die kleinsten Unternehmen mit durchschnittlich jeweils vier Beschäftigten.

Beschäftigungsmäßig besonders bedeutend ist der Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren in Spanien, wo dieser Bereich mit 307 000 Personen ein Drittel aller im Großhandel des Landes tätigen Arbeitskräfte beschäftigt.

Der Anteil am gesamten Großhandelsumsatz liegt in Spanien, Irland, Luxemburg und Norwegen zwischen 27 und 29% und damit deutlich über dem europäischen Durchschnitt von 20%.

In Finnland hält der Nahrungsmittelgroßhandel bei beiden vorgenannten Variablen die niedrigsten Anteile am gesamten Großhandel: der Beschäftigungsanteil beträgt 9%, der Umsatzanteil 11%.

Mit einer Wertschöpfung von 62 700 ECU je Beschäftigten (1998) hat Luxemburg im Nahrungsmittelgroßhandel die höchste Arbeitsproduktivität aufzuweisen. In allen anderen, außer den südeuropäischen Mitgliedstaaten, liegt sie zwischen 40 000 und 50 000 ECU. Allgemein ist die Produktivität im Nahrungsmittelgroßhandel niedriger als in den anderen Teilbereichen des Großhandels.

Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern (NACE Rev. 1 Gruppe 51.4)

Im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern (Haushalt- bzw. Non-Food-Artikeln) steht Deutschland sowohl nach der Zahl der Beschäftigten (316 000) als auch nach dem Umsatz (über 120 Mrd. Euro) klar an der Spitze (Daten von 1999). Die Höhe dieser Zahlen ist nicht allein auf die bevölkerungsmäßige Größe des Landes zurückzuführen, sondern auch auf die bedeutende Stellung, die der Non-Food-Bereich im privaten Verbrauch und in Einzelhandel in Deutschland einnimmt. Die im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern tätigen deutschen Unternehmen sind mit durchschnittlich fast 16 Beschäftigten in diesem Bereich die größten Europas.

Die zwischen den beobachteten Ländern bestehenden Unterschiede in Umsatz und Wertschöpfung je Beschäftigten sind im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern weniger stark ausgeprägt als in den anderen Zweigen des Großhandels. Die Umsatzwerte (Daten von 1999) liegen zwischen 281 000 Euro je Beschäftigten in Spanien und 548 000 in Belgien. Bei der Wertschöpfung je Beschäftigten sind wir auf Daten aus früheren Jahren angewiesen; diese liegen zwischen 28 000 ECU je Beschäftigten in Portugal (1998) und etwa 58 000 ECU je Beschäftigten in den Niederlanden (1998) und in Norwegen (1997). Allgemein liegt die Produktivität in diesem Bereich höher als in den anderen Zweigen des Großhandels; lediglich der Großhandel mit Rohstoffen usw. und der mit Maschinen und Ausrüstungen (die NACE Rev. 1 Gruppen 51.5 und 51.6) haben höhere Produktivitätswerte aufzuweisen. Dies erklärt sich aus den relativ hohen Stückpreisen der im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern gehandelten Güter.

Andererseits arbeiten die im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern tätigen Unternehmen im allgemeinen mit höheren Personalkosten als in die anderen Teilbereiche des Großhandels - vor allem, weil die von ihnen vertriebenen Güter mehr technische Kenntnisse und mehr Serviceleistungen (technische Beratung, Kundendienst usw.) erfordern.

Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Schrott und sonstigen Reststoffen (NACE Rev. 1 Gruppe 51.5)

Umsatzmäßig ist dies der bedeutendste Teilbereich des Großhandels. Auf europäischer Ebene entfallen auf ihn 26% der gesamten Großhandelsumsätze, und in einigen Ländern (Belgien, Italien, Luxemburg, Österreich und im Vereinigten Königreich) liegt dieser Anteil sogar über 30%.

In absoluten Zahlen nimmt Deutschland mit einem Umsatz von 195 Mrd. Euro und 339 000 Beschäftigten (1999) auch hier wieder den ersten Platz in Europa ein.

Beim Umsatz je Beschäftigten zeigen sich in Europa von Land zu Land erhebliche Unterschiede. Der deutsche Wert liegt bei lediglich 575 000 Euro, während Belgien

erstaunliche 1,08 Mio. Euro je Beschäftigten aufzuweisen hat (beides 1999). Luxemburg kommt noch auf 850 000 ECU (1998), während Portugal mit 365 000 Euro (1999) den geringsten Wert meldet.

Die Arbeitsproduktivität ist in den mit der industriellen Produktion verknüpften Teilbereichen des Großhandels im allgemeinen höher als in den Zweigen, die sich mit Verbrauchsgütern oder landwirtschaftlichen Erzeugnissen befassen. Besonders deutlich wird dies in Luxemburg, wo die Wertschöpfung je Beschäftigten 1998 über 72 000 ECU lag (und damit den höchsten Wert aller Großhandelszweige in allen Ländern erreichte).

Diesem Vorteil stehen jedoch die in diesem Teilbereich des Großhandels anfallenden höheren Arbeitskosten entgegen. Nur im Großhandel mit Maschinen und Ausrüstungen usw. (NACE Rev. 1 Gruppe 51.6) liegen diese Kosten im allgemeinen noch höher. Das Ergebnis sind verhältnismäßig geringe Umsatzrenditen, die 1998 zwischen 2,2% in Belgien und 8,1% in Spanien lagen.

Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör (NACE Rev. 1 Gruppe 51.6)

Auf europäischer Ebene ist dieser Teilbereich des Großhandels beschäftigungsmäßig bedeutender als umsatzmäßig. Überall, außer in den südeuropäischen Mitgliedstaaten stellt er die größten Beschäftigungsanteile. Mit über 30% sind diese Anteile in den nordeuropäischen Ländern besonders hoch.

Der Umsatz je Beschäftigten ist relativ gering, und in den meisten Ländern zeigt er niedrigere Werte als in allen anderen Teilbereichen des Großhandels (mit Ausnahme der Handelsvermittlung – NACE Rev. 1 Gruppe 51.1). Die niedrigen Werte ergeben sich aus der Beschäftigungsintensität dieses Wirtschaftszweigs.

Für die Produktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) werden dagegen höhere Werte als in den meisten anderen Zweigen des Großhandels ausgewiesen. Dies ist insofern erstaunlich, als in dieser Branche eher hochwertige Güter umgesetzt werden, was normalerweise mit einer geringeren Wertschöpfung einhergeht. Eine Erklärung für diese Situation liegt jedoch darin, dass in den meisten Ländern auch die Pro-Kopf-Arbeitskosten (Arbeitskosten je Einheit) in diesem Bereich verhältnismäßig hoch sind – vor allem aufgrund der höheren Gehälter der im Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen usw. Beschäftigten, die höher qualifiziert sein müssen, um den hier anfallenden Aufgaben zu genügen. Die europaweit höchsten Produktivitätswerte ergeben sich für Belgien (64 000 ECU je Beschäftigten – 1998) und Norwegen (61 000 ECU je Beschäftigten – 1997).

Aber auch die verhältnismäßig hohen Pro-Kopf-Arbeitskosten beeinträchtigen kaum die in den beobachteten Ländern festgestellten Umsatzrenditen. Diese liegen im allgemeinen höher als in den anderen Teilbereichen des Großhandels und reichen von 3,4% in Frankreich bis zu 10,7% im Vereinigten Königreich.

Sonstiger Großhandel (NACE Rev. 1 Gruppe 51.7)

Auf diesen Teilbereich des Großhandels entfallen in den meisten europäischen Ländern nur geringe Umsatz- und Beschäftigungsanteile. Er umfasst den in keiner der anderen Kategorien erfassten Fachgroßhandel und den Großhandel mit Waren verschiedener Art ohne erkennbare Spezialisierung. Finnland ist das einzige Land, in dem dieser Zweig des Großhandels (mit für 1999 ausgewiesenen 10% der Beschäftigung im Großhandel und 20% der Großhandelsumsätze) anscheinend eine mehr als geringfügige Rolle spielt.

Deutschland ragt heraus mit einem sehr hohen Wert für die durchschnittliche Unternehmensgröße (53 Beschäftigte je Unternehmen). Auch in Finnland sind die in dieser Kategorie erfassten Unternehmen (mit durchschnittlich 16 Beschäftigten) noch relativ groß, aber in allen anderen Ländern haben sie weniger als 7 Beschäftigte.

Beim Umsatz je Beschäftigten liegt Finnland einem Wert von knapp über 1 Mio. Euro an der Spitze (1999). Überhaupt sind die für diese Variable ausgewiesenen Werte in diesem Zweig des Großhandels verhältnismäßig hoch. Dies führt aber nicht zu hohen Produktivitätswerten, denn diese liegen im allgemeinen unter dem Durchschnitt des gesamten Großhandels. Auch hier hat Finnland mit einer Wertschöpfung von 49 000 ECU je Beschäftigten (1998) den höchsten Wert aufzuweisen.

Die Umsatzrenditen sind unter den beobachteten Ländern sehr unterschiedlich: Frankreich liegt am niedrigsten mit 1,4%, während Spanien und das Vereinigte Königreich auf 7,5% kommen.

Tabelle 3.2.1: Hauptkennzahlen, 1998
51.1 - Handelsvermittlung

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	15 030	3 561	3 495	622	250	372	140
DK	1 980	6 320	1 893	757	325	200	125	37
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	48 947	80 478	5 964	2 642	1 832	420	1 413	147
F	38 538	58 961	60 194	11 449	3 509	2 390	1 119	310
IRL	510	1 931	102	92	61	:	:	2
I	232 763	318 589	19 825	14 708	7 827	746	7 081	1 084
L	479	618	320	84	37	13	24	2
NL	4 060	10 117	2 950	:	:	:	:	:
A	4 251	9 058	774	628	335	176	158	22
P	15 071	62 362	16 230	4 015	553	258	294	91
FIN	4 478	5 460	1 113	515	264	140	123	31
S	3 373	7 391	3 558	1 062	502	303	199	108
UK	15 734	:	17 619	:	3 088	1 561	1 527	324
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1 992	3 592	411	372	153	93	60	15

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz;
L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.2: Hauptindikatoren, 1998
51.1 - Handelsvermittlung

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	236.9	47.9	78.0	61.5	10.6	10.8
DK	3.7	3.1	299.5	52.2	137.9	37.8	6.9	6.0
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	12.4	1.3	74.1	30.0	128.5	20.0	50.6	2.3
F	6.4	1.6	1 020.9	57.1	139.4	40.9	1.9	5.0
IRL	1.4	3.8	52.6	31.6	:	:	:	1.0
I	40.5	1.2	62.2	30.0	101.2	30.0	42.5	3.7
L	11.2	1.3	518.2	60.4	160.5	37.6	7.6	2.6
NL	2.6	2.5	:	:	:	:	:	:
A	5.3	2.1	85.5	37.7	105.2	35.9	21.4	2.5
P	15.1	2.1	260.3	17.3	134.2	12.9	5.6	2.9
FIN	8.7	1.2	203.9	48.7	142.5	34.2	21.5	5.7
S	3.8	3.0	481.4	49.8	136.2	36.6	5.7	10.7
UK	2.7	:	:	:	:	25.8	11.3	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	4.5	1.8	114.4	42.7	121.2	35.2	14.6	4.1

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997).

IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten;

L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.3: Hauptkennzahlen, 1998

51.2 - Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	7 174	5 585	5 749	291	123	167	97
DK	1 214	10 480	6 059	3 208	498	318	180	110
D	6 441	51 033	30 207	:	:	:	:	325
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	10 478	45 236	14 488	1 930	1 145	369	776	197
F	7 979	50 415	44 141	8 417	2 503	1 776	727	522
IRL	200	1 617	850	172	105	:	:	16
I	9 222	27 681	11 279	4 728	865	337	528	143
L	103	388	203	33	20	9	11	6
NL	4 880	32 521	22 035	2 580	1 450	833	616	323
A	1 038	17 060	5 397	985	557	423	134	115
P	2 415	9 199	3 858	2 160	152	81	71	36
FIN	337	1 986	1 282	182	99	62	36	6
S	907	5 917	2 870	1 305	253	196	57	44
UK	2 721	:	9 755	:	871	479	392	114
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	383	3 417	1 901	473	160	126	34	29

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.4: Hauptindikatoren, 1998

51.2 - Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	778.5	37.6	121.5	30.9	2.9	12.6
DK	2.3	8.5	578.1	48.3	145.9	33.1	3.1	10.6
D	0.8	8.2	591.9	:	:	:	:	6.3
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	2.7	3.2	320.3	30.0	227.2	20.0	5.9	5.9
F	1.3	6.9	875.5	45.7	134.2	34.0	1.5	9.5
IRL	0.5	8.1	525.8	65.2	:	:	:	9.8
I	1.6	2.9	407.4	30.0	128.3	30.0	4.5	5.4
L	2.4	3.8	523.1	50.4	164.2	30.7	5.2	14.7
NL	3.1	6.7	669.0	44.6	146.5	30.4	2.8	9.9
A	1.3	16.1	316.4	33.3	123.4	27.0	2.4	6.9
P	2.4	4.1	419.4	15.5	156.5	9.9	2.3	3.7
FIN	0.7	6.6	645.4	44.5	150.3	29.6	2.6	2.9
S	1.0	7.2	485.0	38.6	119.5	32.3	1.9	6.7
UK	0.5	:	:	:	:	20.2	3.9	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	0.9	8.9	556.4	46.9	121.9	38.4	1.8	8.5

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.5: Hauptkennzahlen, 1998
51.3 - Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	36 257	23 365	22 163	1 351	838	513	268
DK	3 012	24 840	16 512	3 610	1 075	711	364	166
D	11 619	221 055	115 392	:	:	:	:	1 076
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	43 299	307 075	67 797	11 367	6 358	3 606	2 752	1 498
F	20 579	161 582	90 070	22 814	7 446	5 398	2 049	880
IRL	1 016	11 045	5 468	789	485	:	:	66
I	37 405	175 901	68 071	19 002	5 120	2 666	2 455	853
L	332	2 614	1 922	241	164	68	96	11
NL	6 380	66 900	42 006	5 393	3 097	1 647	1 449	522
A	1 781	37 086	12 216	3 999	1 452	1 004	448	202
P	8 134	59 125	20 024	8 166	1 085	558	526	252
FIN	1 211	7 423	4 712	727	329	216	113	47
S	3 818	22 036	15 994	2 246	1 029	794	235	324
UK	15 446	:	94 899	:	8 323	4 774	3 550	1 576
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1 646	16 330	15 145	3 101	857	571	286	200

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.6: Hauptindikatoren, 1998
51.3 - Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	644.4	38.6	128.3	30.0	2.3	7.7
DK	5.7	8.1	664.8	43.9	143.7	30.6	2.3	6.8
D	1.4	19.4	522.0	:	:	:	:	4.8
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	11.0	6.7	220.8	20.0	154.8	10.0	4.4	5.2
F	3.4	8.3	557.4	43.7	135.7	32.2	2.2	5.2
IRL	2.8	10.9	495.1	43.9	:	:	:	5.9
I	6.5	4.3	387.0	30.0	127.6	20.0	4.0	5.3
L	7.7	7.9	735.2	62.7	222.4	28.2	5.0	3.9
NL	4.1	10.5	604.1	46.3	171.2	27.0	3.6	7.8
A	2.2	20.4	329.4	40.0	138.3	28.9	3.7	5.6
P	8.2	6.9	338.7	19.3	181.9	10.6	3.8	4.5
FIN	2.4	5.9	634.8	46.3	147.6	31.4	2.7	6.6
S	4.3	6.7	725.8	40.1	118.7	33.8	1.5	12.6
UK	2.6	:	:	:	:	24.2	3.9	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	3.7	9.9	927.4	52.5	146.2	35.9	1.9	12.2

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.7: Hauptkennzahlen, 1998

51.4 - Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	55 212	30 269	30 298	3 083	1 914	1 168	401
DK	6 028	35 380	14 543	3 678	1 937	1 160	777	183
D	20 954	316 303	120 731	:	:	:	:	1 058
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	31 940	195 799	55 143	13 467	7 806	3 611	4 194	750
F	36 303	171 713	76 545	21 900	8 882	6 511	2 371	702
IRL	850	9 627	3 067	817	508	:	:	46
I	47 677	225 922	79 663	29 498	9 542	4 424	5 117	1 319
L	559	1 838	662	169	103	48	56	13
NL	14 755	92 779	42 537	10 599	5 345	2 716	2 629	643
A	4 132	45 841	16 586	4 641	2 398	1 621	777	177
P	9 661	62 206	18 492	10 297	1 909	941	968	265
FIN	3 871	15 115	5 304	1 543	831	474	357	76
S	12 130	47 944	21 050	5 379	2 383	1 598	785	297
UK	27 344	:	99 616	:	15 586	7 511	8 075	1 555
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	4 140	21 682	8 905	2 454	1 254	787	467	130

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.8: Hauptindikatoren, 1998

51.4 - Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	548.2	55.9	133.1	42.0	3.9	7.3
DK	11.4	5.8	411.0	55.6	156.3	35.6	5.6	5.3
D	2.6	15.7	381.7	:	:	:	:	3.2
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	8.1	5.9	281.6	40.0	189.9	20.0	8.2	4.0
F	6.1	5.0	445.8	49.1	134.1	36.6	3.3	3.9
IRL	2.3	11.3	318.6	52.8	:	:	:	4.8
I	8.3	4.5	352.6	40.0	151.5	30.0	7.5	6.2
L	13.0	3.3	360.0	56.1	177.2	31.7	8.4	6.8
NL	9.4	6.3	421.3	57.6	179.4	32.1	6.7	6.9
A	5.1	10.9	361.8	53.4	138.1	38.7	5.0	4.0
P	9.7	7.0	297.3	28.1	192.1	14.6	6.4	3.9
FIN	7.5	3.9	350.9	55.7	166.1	33.5	6.9	5.1
S	13.7	4.1	439.0	47.7	129.0	37.0	4.7	6.0
UK	4.6	:	:	:	:	25.5	8.9	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	9.4	5.2	410.7	57.8	151.5	38.2	5.2	6.0

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.9: Hauptkennzahlen, 1998
51.5 - Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto-betriebsüberschuß (Mio. ECU)	Brutto-investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	44 404	47 887	44 557	2 572	1 572	1 000	406
DK	3 360	37 800	18 825	6 564	2 179	1 266	912	426
D	17 552	338 893	194 965	:	:	:	:	2 831
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	26 109	153 915	71 151	13 423	7 691	2 873	4 818	1 335
F	17 628	187 332	83 314	21 175	9 353	6 861	2 491	1 009
IRL	766	10 017	5 280	978	593	:	:	125
I	30 665	168 418	97 713	52 224	7 155	3 362	3 793	1 446
L	509	3 011	2 560	359	217	92	126	33
NL	8 190	77 490	41 529	7 092	4 485	2 542	1 942	633
A	3 093	44 362	22 780	6 764	2 405	1 541	863	379
P	5 930	37 802	13 788	7 282	1 218	541	677	391
FIN	2 855	16 494	10 863	1 831	1 060	576	484	176
S	11 053	48 242	24 738	5 643	2 809	1 793	1 016	605
UK	17 657	:	167 884	:	12 384	7 285	5 099	1 595
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	2 687	21 457	13 163	4 507	1 295	850	444	209

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.10: Hauptindikatoren, 1998
51.5 - Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	1 078.4	56.8	140.9	40.3	2.2	9.0
DK	6.3	11.1	498.0	58.5	166.8	35.1	5.0	11.4
D	2.1	20.2	575.3	:	:	:	:	8.0
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	6.6	6.1	462.3	50.0	238.0	20.0	8.1	8.4
F	2.9	11.0	444.7	48.1	135.1	35.6	3.0	5.2
IRL	2.1	13.1	527.1	59.2	:	:	:	12.5
I	5.3	5.1	580.2	50.0	154.2	30.0	4.1	9.3
L	11.9	5.9	850.3	72.2	215.1	33.6	4.9	12.2
NL	5.2	9.5	497.6	57.9	167.6	34.5	5.0	8.2
A	3.8	14.0	513.5	55.3	148.8	37.2	3.9	8.7
P	5.9	7.1	364.8	29.1	213.6	13.6	6.3	9.3
FIN	5.5	5.9	658.6	62.6	179.6	34.9	4.7	10.4
S	12.5	4.9	512.8	51.7	141.8	36.5	4.2	11.1
UK	3.0	:	:	:	:	27.9	3.4	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	6.1	8.0	613.5	60.3	148.0	40.8	3.4	9.8

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.11: Hauptkennzahlen, 1998

51.6 - Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	54 114	21 705	20 267	3 353	2 167	1 186	529
DK	5 553	58 880	17 027	5 148	3 175	2 315	861	348
D	13 204	201 153	68 318	:	:	:	:	840
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	20 632	127 837	36 070	8 353	5 615	2 991	2 625	601
F	34 460	265 496	91 764	27 340	13 880	10 888	2 993	1 242
IRL	813	11 032	2 943	829	565	:	:	42
I	15 328	91 661	27 500	10 495	4 238	2 283	1 954	505
L	688	3 498	1 216	312	188	127	60	14
NL	11 470	128 761	59 725	11 401	7 191	4 099	3 092	726
A	4 642	47 339	14 835	4 340	2 698	1 801	897	306
P	4 402	31 336	7 630	4 498	1 034	605	429	216
FIN	4 073	28 992	10 141	2 598	1 672	1 046	626	197
S	10 546	57 198	21 139	5 911	3 217	2 307	910	452
UK	15 124	:	96 122	:	20 312	10 422	9 890	2 043
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	5 491	36 098	11 938	3 196	2 186	1 554	633	254

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.12: Hauptindikatoren, 1998

51.6 - Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	401.1	64.3	134.9	47.7	5.9	10.1
DK	10.5	10.4	289.2	54.8	133.0	41.2	5.3	6.0
D	1.6	15.4	339.6	:	:	:	:	4.2
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	5.2	6.6	282.2	40.0	171.5	20.0	8.2	4.4
F	5.7	8.0	345.6	50.1	126.1	39.7	3.4	4.5
IRL	2.2	13.6	266.8	51.2	:	:	:	3.8
I	2.7	5.6	300.0	50.0	138.2	40.0	8.2	5.9
L	16.0	5.1	347.5	53.6	134.0	40.0	4.9	4.5
NL	7.3	11.2	393.5	55.9	165.9	33.7	6.1	5.6
A	5.7	10.0	313.4	58.2	139.4	41.8	6.6	6.6
P	4.4	8.6	243.5	27.2	166.5	16.3	6.1	5.7
FIN	7.9	6.8	349.8	60.1	155.7	38.6	6.6	7.1
S	11.9	5.8	369.6	52.4	129.4	40.5	4.8	7.4
UK	2.6	:	:	:	:	35.8	10.7	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	12.5	6.6	330.7	60.6	136.2	44.5	5.3	7.0

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.13: Hauptkennzahlen, 1998
51.7 - Sonstiger Großhandel

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto-betriebsüberschuß (Mio. ECU)	Brutto-investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	6 053	3 150	2 880	285	179	106	41
DK	1 586	5 830	1 722	537	298	188	110	75
D	1 583	84 968	40 801	:	:	:	:	408
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	1 719	20 311	5 075	575	328	159	169	36
F	5 800	2 569	1 391	756	275	215	60	34
IRL	759	4 888	1 023	316	200	:	:	20
I	12 068	53 217	19 026	5 761	1 995	985	1 010	235
L	283	532	135	23	15	12	3	1
NL	4 565	22 675	7 220	1 639	1 060	547	513	151
A	472	2 706	2 153	224	103	75	29	11
P	3 695	15 135	4 373	3 188	453	265	188	90
FIN	533	8 339	8 669	1 197	495	284	211	90
S	468	1 294	323	270	70	46	25	24
UK	26 075	:	39 337	:	5 922	2 488	3 434	571
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1 182	3 000	826	304	148	112	36	11

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.2.14: Hauptindikatoren, 1998
51.7 - Sonstiger Großhandel

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	520.4	41.8	132.4	31.5	3.7	5.9
DK	3.0	3.6	295.4	52.0	146.1	35.6	6.7	13.1
D	0.2	53.4	480.2	:	:	:	:	4.9
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	0.4	5.3	249.9	40.0	171.5	20.0	7.5	3.9
F	1.0	1.2	541.5	38.7	120.0	32.3	2.1	4.7
IRL	2.1	6.4	209.2	40.9	:	:	:	4.1
I	2.1	4.0	357.5	40.0	133.7	30.0	7.3	4.9
L	6.6	1.9	253.4	27.8	93.2	29.9	2.3	1.8
NL	2.9	5.0	316.0	46.7	177.8	26.3	7.2	6.7
A	0.6	5.6	795.6	39.0	119.6	32.6	1.4	4.1
P	3.7	5.5	288.9	22.2	159.0	13.9	4.6	4.4
FIN	1.0	16.1	1 039.5	57.9	172.2	33.6	2.5	10.6
S	0.5	3.5	249.5	42.8	130.2	32.8	5.1	14.7
UK	4.4	:	:	:	:	30.1	7.5	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	2.7	2.5	275.4	49.5	116.4	42.5	4.4	3.6

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; IRL, NO alle Daten von 1997; I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; UK Daten für Arbeitskosten je Einheit von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

3. ANALYSE NACH WIRTSCHAFTSZWEIGEN

3.3 Einzelhandel

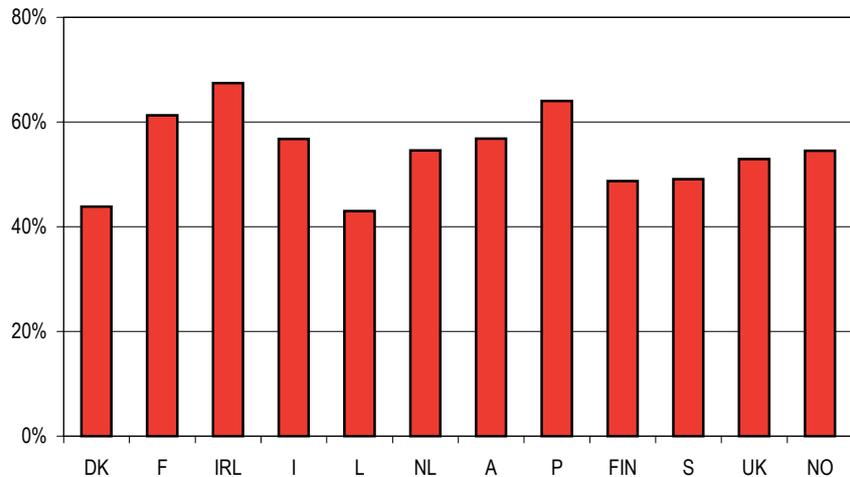
Die Definition des Einzelhandels als NACE Rev. 1 Abteilung 52 lautet 'Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); Reparatur von Gebrauchsgütern'.

Spezifisches Kennzeichen dieses Wirtschaftszweigs ist eine große Zahl relativ kleiner Unternehmen, die fast 11,4 Millionen Menschen (in 1999) und damit etwa die Hälfte aller im Handel tätigen Arbeitskräfte beschäftigen.

Wegen der starken Zersplitterung des Sektors und eines im Verhältnis zum Kapital vermehrten Einsatzes des Faktors Arbeit ist die Produktivität im allgemeinen geringer als im Großhandel oder im Kraftfahrzeughandel. Folglich ist auch der Anteil des Einzelhandels am Gesamtumsatz aller Zweige des Handels weniger hoch (in der EU etwa 30%).

3.3.1 Unternehmen im Einzelhandel

Abbildung 3.3.1
Zahl der Unternehmen: Anteil des
Einzelhandels am gesamten Handel,
1998



IRL, I, S, NO: 1997; DK: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Mit etwa 3 Millionen Einheiten entfallen auf den Einzelhandel etwa 60% - und damit der größte Teil - aller in Europa in den verschiedenen Teilbereichen des Handels tätigen Unternehmen.

In den meisten betrachteten Ländern sind mehr als die Hälfte aller Handelsunternehmen im Einzelhandel tätig - in einigen Fällen sogar zwei Drittel. In absoluten Zahlen hat Italien (mit ca. 712 000)¹ die meisten Einzelhandelsunternehmen aufzuweisen, während ihr relatives Gewicht in Irland (67,4%) und Portugal (64%) am höchsten ist. In den nordeuropäischen Ländern sind diese Anteile eher geringer, was darauf zurückzuführen ist, dass hier der Einzelhandel in großen Einheiten stärker entwickelt und auch der Konzentrationsprozess schon weiter fortgeschritten ist.

¹ Deutschland liefert keine SBS-Daten für die NACE Rev. 1 Gruppe 52.7 (Reparatur von Gebrauchsgütern) und kann daher bei direkten Vergleichen nicht berücksichtigt werden.

Spanien, Italien und Portugal melden mit 124-142 Unternehmen je 10 000 Einwohner eine sehr hohe Unternehmensdichte (Abbildung 3.3.2). Diese Zahlen bestätigen die starke Zersplitterung des Einzelhandels in diesen Ländern, der hier in hohem Maße aus kleinen Fachgeschäften besteht.

In den meisten der Länder, für die diese Daten vorliegen, liegt die Unternehmensdichte im Einzelhandel deutlich über der des Großhandels oder des Kraftfahrzeughandels - vor allem wegen der im Durchschnitt geringeren Größe der Einzelhandelsunternehmen.

Andererseits zeigt das Vereinigte Königreich mit 37 Unternehmen je 10 000 Einwohner von allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, die geringste Unternehmensdichte.

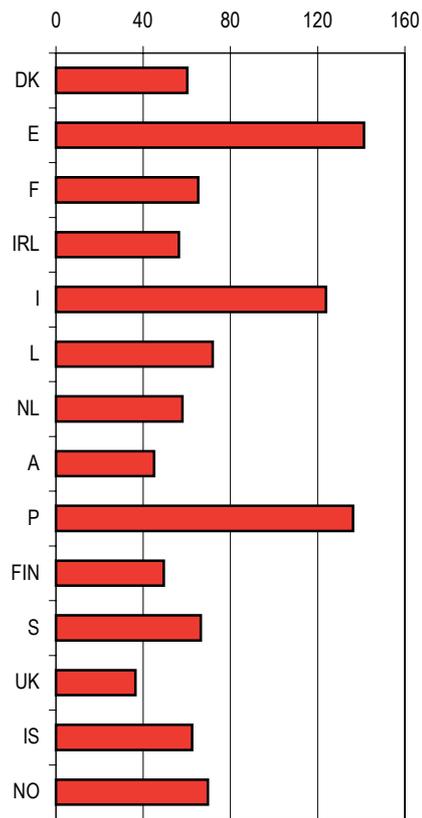


Abbildung 3.3.2
Einzelhandel: Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner, 1998

*E, IRL, I, S, NO: 1997; IS: 1995
Quelle: Zahl der Unternehmen: Eurostat, SBS-Datenbank
Bevölkerung: Eurostat, Datenbank aux_ind*

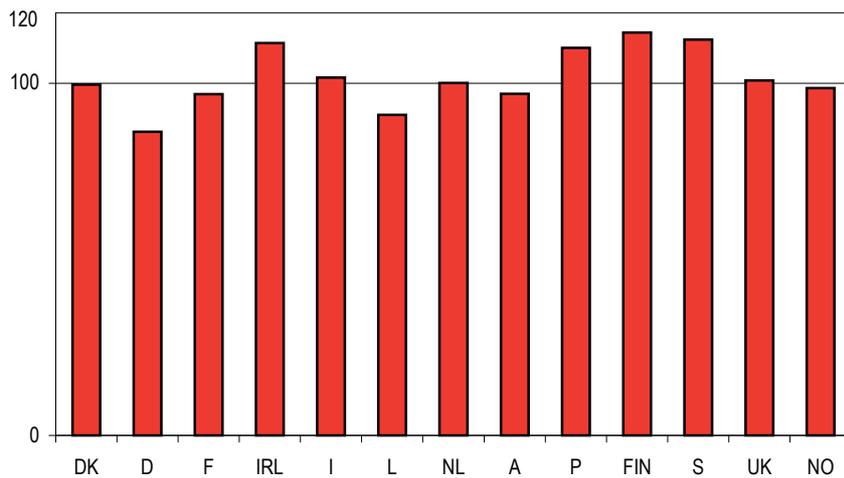


Abbildung 3.3.3
Einzelhandel: Entwicklung der Unternehmenszahl, 1995-1998 (1995 = 100)

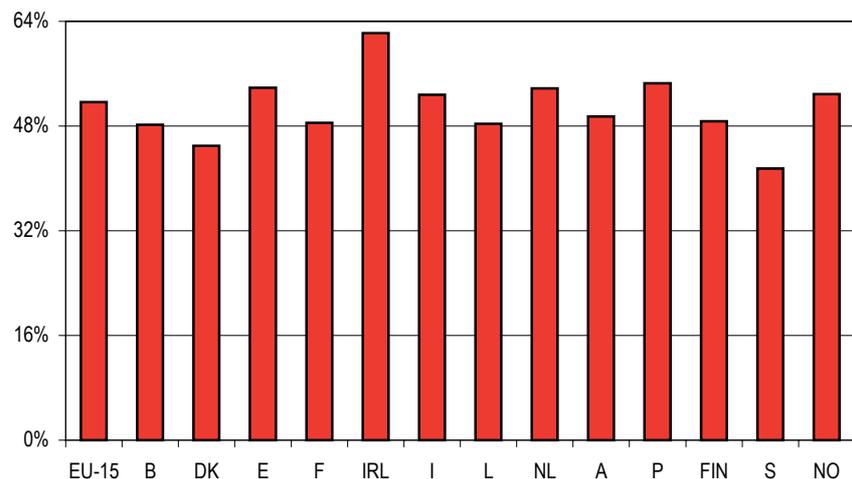
*D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 52.7
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen*

In den meisten der beobachteten Länder ist die Zahl der Einzelhandelsunternehmen in der Zeit von 1995 bis 1998² im wesentlichen unverändert geblieben (Abbildung 3.3.3). Soweit es in einzelnen Ländern Zunahmen oder Rückgänge gegeben hat, waren diese weniger bedeutend als in den anderen beiden Teilbereichen des Handels.

Irland, Finnland und Schweden haben für die Jahre 1995-98 hohe Wachstumsraten mit Werten von 11-14% aufzuweisen, was als Ausdruck der Fortentwicklung des Handels insgesamt in diesen Ländern zu werten ist. In Irland und Finnland ergaben sich für den Kraftfahrzeughandel und den Großhandel sogar noch höhere Zuwachsraten. Auch in Portugal ist die Zahl der Einzelhandelsunternehmen merklich angestiegen (um geschätzte 10%), während die Zahlen im Großhandel zurückgingen, aber im Kraftfahrzeughandel noch stärker anstiegen.

3.3.2 Beschäftigung im Einzelhandel

Abbildung 3.3.4
Zahl der Beschäftigten: Anteil des Einzelhandels am gesamten Handel, 1999



L, NL: 1998; IRL, NO: 1997; DK: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Die Zahl der im Einzelhandel Beschäftigten wird für 1999 auf fast 11,4 Millionen geschätzt, d. h. auf mehr als die Hälfte aller im Handel tätigen Personen. Deutschland allein beschäftigt im Einzelhandel (ohne die NACE Rev. 1 Gruppe 52.7) mehr als 2,5 Millionen Arbeitskräfte, und in Italien sind es etwa 1,7 Millionen.

Auch beschäftigungsmäßig wird somit der Handel in ganz Europa klar vom Einzelhandel dominiert, wobei die von Land zu Land zutage tretenden Unterschiede jedoch nicht allzu groß sind. Die niedrigsten Anteile an der Gesamtbeschäftigung im Handel hat der Einzelhandel in Schweden (41,5%) und Dänemark (43,0%), die höchsten in Portugal (54,5%) und Irland (62,2%).

² Einige Länder haben keine Daten für den gesamten Zeitraum geliefert. In diesen Fällen wurden die Zuwachsraten geschätzt oder aus den verfügbaren Daten errechnet.

Die durchschnittliche Größe der Einzelhandelsunternehmen ist in Europa sehr unterschiedlich. Die kleinsten Einheiten gibt es in Südeuropa: in Spanien, Italien und Portugal haben die Einzelhandelsunternehmen im Durchschnitt höchstens drei Beschäftigte (Abbildung 3.3.5).

Die größten Unternehmen mit Durchschnittsgrößen zwischen 7 und 9 Beschäftigten findet man in Deutschland (wo allerdings die NACE Rev. 1 Gruppe 52.7 in den Daten nicht erfasst ist), in den Niederlanden und in Österreich.

Im allgemeinen sind die Unternehmen im Einzelhandel kleiner als in den beiden anderen Teilbereichen des Handels.

In Irland, den Niederlanden, Finnland und Schweden sind sie jedoch zumindest größer als im Kraftfahrzeughandel, was sich einerseits aus der Struktur des Einzelhandels selbst erklärt (relativ große Unternehmen in den Niederlanden), andererseits aber auch durch die starke Fragmentierung des Kraftfahrzeughandels in Finnland und Schweden.

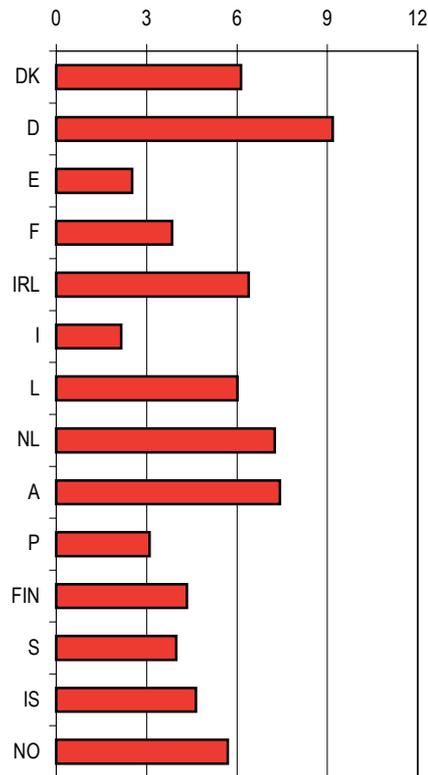
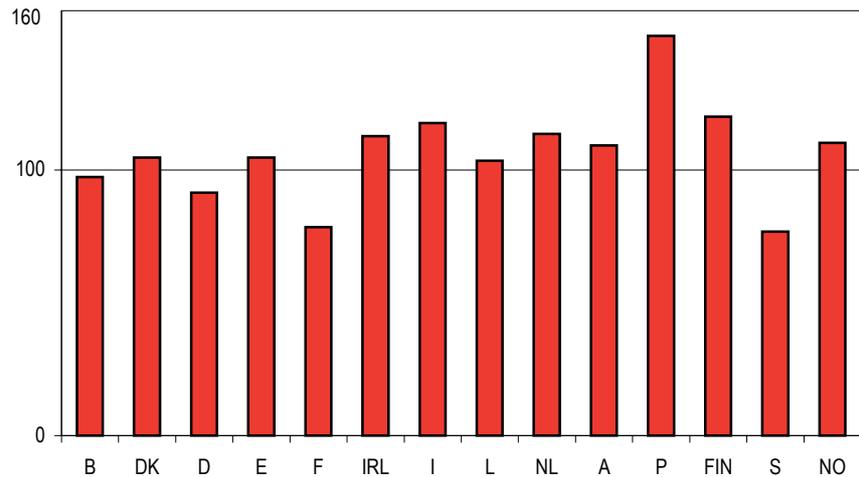


Abbildung 3.3.5
Einzelhandel: Zahl der Beschäftigten je Unternehmen, 1998

*D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 52.7;
E, IRL, I, S, NO: 1997; IS: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank*

Abbildung 3.3.6
Einzelhandel: Entwicklung der
Beschäftigung, 1995-1999
(1995 = 100)



D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 52.7; E, S: 1997-1999; IRL, NO: 1995-1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Als Folge der zunehmenden Verbreitung großflächiger Geschäfte und der fortschreitenden Konzentration der Unternehmen zeigt der Einzelhandel eine Tendenz zu größeren Unternehmenseinheiten - was aber anscheinend keine negativen Auswirkungen auf die Beschäftigung hat, die in der Zeit von 1995 bis 1998 in den meisten Ländern zugenommen hat (Abbildung 3.3.6)³. Abgesehen davon arbeiten in Systemen mit vielen kleinen Unternehmen relativ mehr Selbständige, während in großen Unternehmen abhängig Beschäftigte (Arbeitnehmer) vorherrschen. Eine zunehmende Unternehmensgröße kann somit auch zu einer Veränderung der Beschäftigungsstruktur führen, indem die Zahl der Selbständigen zurückgeht, während die der Arbeitnehmer ansteigt.

Insgesamt hat Portugal in der Zeit von 1995 bis 1999 mit erstaunlichen 50% den größten Beschäftigungszuwachs aufzuweisen, und auch Irland, Italien und die Niederlande melden für den Berichtszeitraum zweistellige Steigerungsraten. Einen Beschäftigungsrückgang haben lediglich Belgien, Frankreich und Deutschland zu verzeichnen. Schweden, dessen Beschäftigung auch in anderen Bereichen des Handels rückläufig war, zeigt allein für die Zeit von 1997 bis 1999 einen einschneidenden Rückgang um 23%.

³ Einige Länder haben keine Daten für den gesamten Zeitraum geliefert. In diesen Fällen wurden die Zuwachsraten geschätzt oder aus den verfügbaren Daten errechnet.

Beschäftigungsmerkmale

Der Einzelhandel ist der Teilbereich des Handels mit dem höchsten Anteil Selbständiger und mithelfender Familienangehöriger an der gesamten Beschäftigung. Ähnlich wie im Kraftfahrzeughandel und im Großhandel ist der Anteil der Selbständigen besonders hoch in Belgien (mit 30% der Gesamtbeschäftigung im Einzelhandel) und in den südeuropäischen Mitgliedstaaten, insbesondere in Spanien (37%) und in Italien und Griechenland (mit beachtlichen 49%). Die letztgenannten Länder melden auch einen erheblichen Beschäftigungsanteil der mitarbeitenden Familienangehörigen, die mit 10-11% den Gesamtanteil der Selbständigen in beiden Ländern auf etwa 60% bringen.

Norwegen steht hinsichtlich des Anteils Selbständiger an der Beschäftigung im Einzelhandel unter den beobachteten Ländern an letzter Stelle - hier sind 91% der Beschäftigten Arbeitnehmer. Die mitarbeitenden Familienmitglieder stellen in allen nordeuropäischen Ländern mit 1% oder weniger nur unbedeutende Anteile.

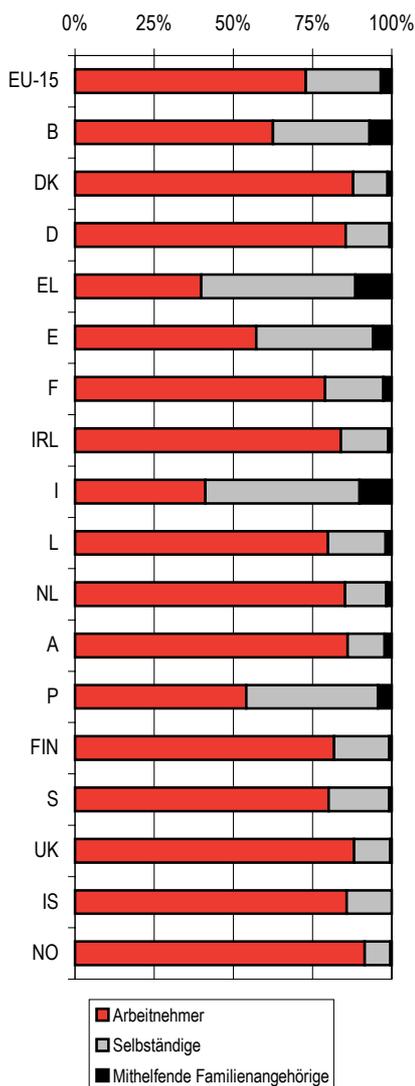


Abbildung 3.3.7 Einzelhandel: Anteil der Arbeitnehmer, Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen an der Gesamtbeschäftigung, 1999

Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

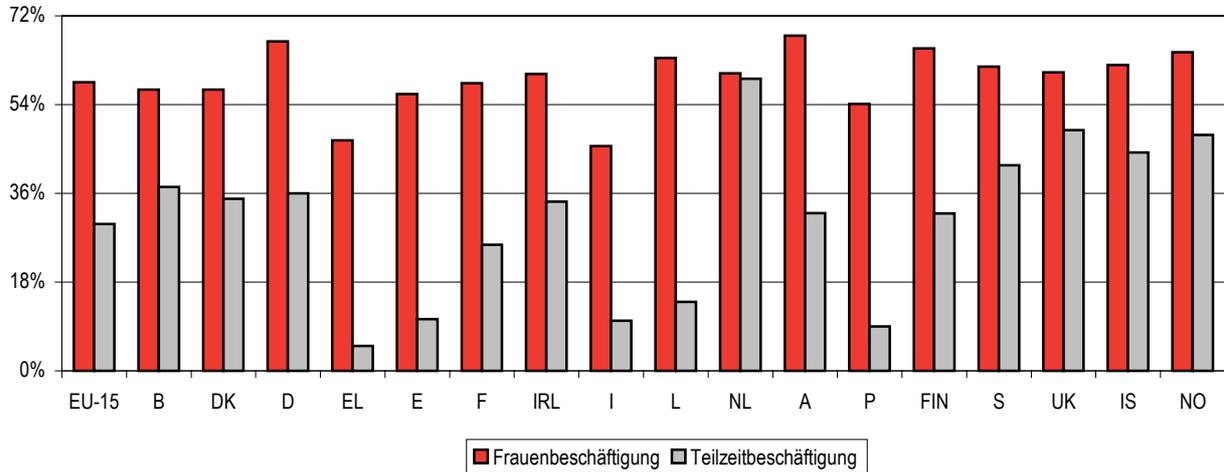
Nahezu 60% aller in Europa im Einzelhandel beschäftigten Personen sind Frauen. Im Großhandel (32%) und im Kraftfahrzeughandel (18%) ist der Frauenanteil weit geringer. Österreich (68%) und Deutschland (67%) melden die höchsten Anteile. In den südeuropäischen Mitgliedstaaten sind die Beschäftigungsanteile der Frauen - ähnlich wie in den anderen Bereichen des Handels - deutlich geringer. Aber auch hier liegen sie außer in Griechenland (47%) und Italien (46%) überall über 50%. Die Erklärung für diesen Unterschied zwischen Nord und Süd liegt wohl im wesentlichen im unterschiedlichen Bildungsstand der Frauen und in ihrer durch religiöse und soziale Traditionen in den verschiedenen Regionen bedingten Rolle in der Familie.

Der Einzelhandel zählt auch einen erheblichen Anteil von Teilzeitkräften, wobei zwischen den Ländern ähnliche Unterschiede festzustellen sind wie in den anderen Teilbereichen des Handels. Auf EU-Ebene stellen Teilzeitbeschäftigte im Einzelhandel etwa 30% der Gesamtbeschäftigung - deutlich mehr als im

Kraftfahrzeughandel (10%) oder im Großhandel (11%). Die südeuropäischen Mitgliedstaaten melden auch hier die niedrigsten Anteile, während die nördlichen Länder am oberen Ende der Skala stehen.

Abbildung 3.3.8 Einzelhandel: Frauen- und Teilzeitbeschäftigung, 1999

Die Niederlande sind das einzige Land, in dem die Anteile der Frauen- und der Teilzeitbeschäftigung mit gut 50% etwa auf gleicher Höhe liegen.

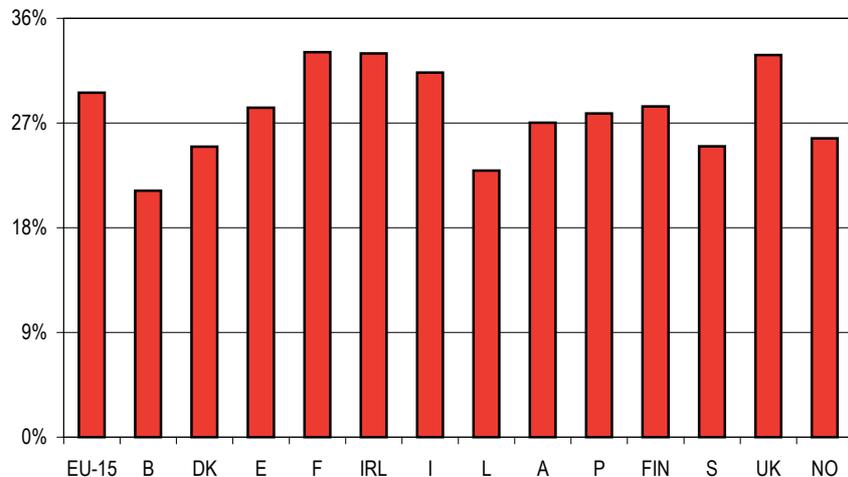


Quelle: Eurostat, Arbeitskräfteerhebung

3.3.3 Umsatz und Produktivität

Der Gesamtumsatz des Einzelhandels wird für 1999 auf fast 1,6 Billionen Euro geschätzt. Sein Anteil am Umsatz des Handels insgesamt liegt im EU-Durchschnitt bei etwa 30%, wobei unter den in die Betrachtung einbezogenen Ländern keine wesentlichen Unterschiede bestehen. Umsatzmäßig hat der Einzelhandel somit im gesamten Handel zwar mehr Gewicht als der Kraftfahrzeughandel, bleibt aber hinter dem Großhandel deutlich zurück (dessen Umsatzanteil im EU-Durchschnitt über 50% liegt).

Abbildung 3.3.9 Umsatz:anteile des Einzelhandels am gesamten Handel, 1999

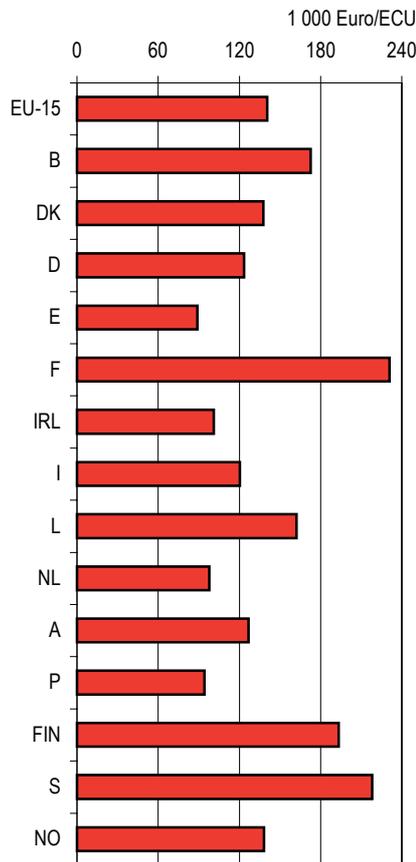


L: 1998; IRL, NO: 1997; DK: 1995
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Mit 350 bzw. 312 Mrd. Euro (1999) haben das Vereinigte Königreich und Deutschland im Einzelhandel die höchsten absoluten Umsatzwerte aufzuweisen (wobei der für Deutschland angegebene Wert die Umsätze der NACE Rev. 1 Gruppe 52.7 nicht einschließt). Frankreich folgt in einigem Abstand mit 278 Mrd. Euro. Frankreich und das Vereinigte Königreich zeigen gemeinsam mit Irland auch die mit etwa einem Drittel höchsten Anteile des Einzelhandels an den Gesamtumsätzen aller Teilbereiche des Handels (Abbildung 3.3.9).

Der Umsatz je Beschäftigten und die Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) liegen in allen Ländern ohne Ausnahme im Einzelhandel niedriger als im Kraftfahrzeughandel und im Großhandel. Die ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass der Einzelhandel arbeitsintensiver (d. h. weniger kapitalintensiv) als die anderen Teilbereiche des Handels ist und die Arbeitsabläufe hier weniger automatisiert sind.

Die zwischen den Ländern bestehenden Unterschiede sind jedoch erheblich (Abbildung 3.3.10). Frankreich hält die Spitze mit einem Umsatz je Beschäftigten (1999) von 231 000 Euro, gefolgt von Schweden und Finnland mit 218 000 bzw. 193 000 Euro je Beschäftigten. Am unteren Ende der Skala finden wir Spanien, Portugal und die Niederlande (letztere mit Daten von 1998) mit Werten unter der 'Schwelle' von 100 000 Euro je Beschäftigten.

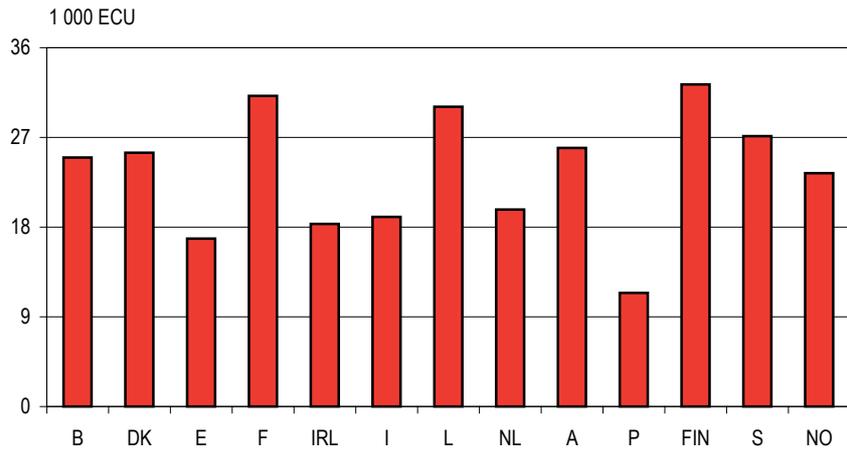


D: ohne NACE Rev. 1 Gruppe 52.7;
 L, NL: 1998; IRL, NO: 1997; IS: 1995.
 Die Angaben für 1999 sind in Euro,
 für frühere Jahre in ECU.
 Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 3.3.10
 Einzelhandel: Umsatz je
 Beschäftigten, 1999

Die für die Arbeitsproduktivität ermittelten Werte liegen im Einzelhandel generell niedriger als im Großhandel oder im Kraftfahrzeughandel (Abbildung 3.3.11); sie reichen von 11 400 ECU je Beschäftigten in Portugal bis zu 32 300 ECU in Finnland (Daten von 1998). Auch Luxemburg und Frankreich melden hohe Werte über 30 000 ECU je Beschäftigten.

Abbildung 3.3.11
Einzelhandel: Wertschöpfung je
Beschäftigten, 1998

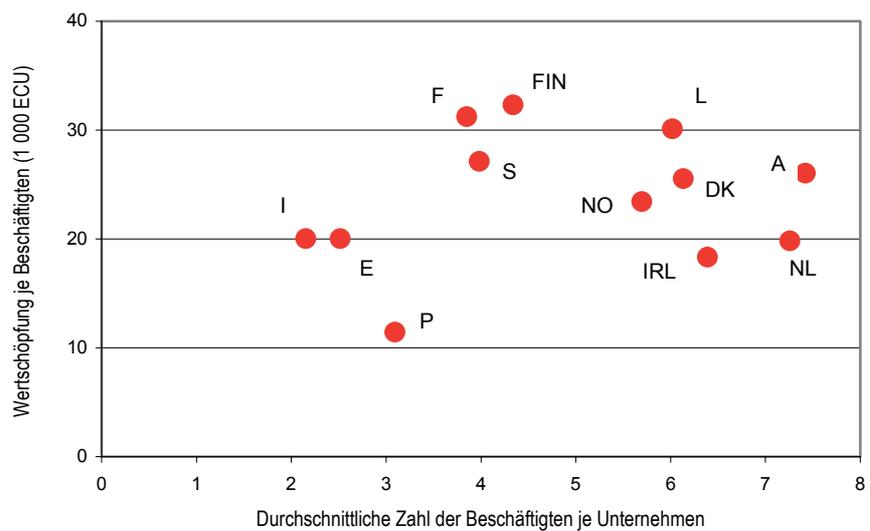


E, IRL, I, S, NO: 1997;
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Das gute Ergebnis der französischen Einzelhandelsunternehmen ist hauptsächlich auf die hier besonders starke Entwicklung großflächiger Geschäfte zurückzuführen. Diese großen Einheiten - vor allem die sehr attraktiven 'Hypermärkte' - bieten die Möglichkeit, durch Nutzung massiver Größenvorteile höhere Produktivitätsraten zu erzielen. Finnland und Luxemburg haben in allen Teilbereichen des Handels hohe Produktivitätswerte aufzuweisen.

Beim Vergleich von Arbeitsproduktivität und durchschnittlicher Unternehmensgröße im Einzelhandel können die in die Betrachtung einbezogenen Länder grob in drei Kategorien eingeteilt werden: die südeuropäischen Länder zeigen geringe Produktivität (am niedrigsten Portugal mit 11 400 ECU je Beschäftigten) und sehr kleine Unternehmen (mit durchschnittlich weniger als 4 Beschäftigten).

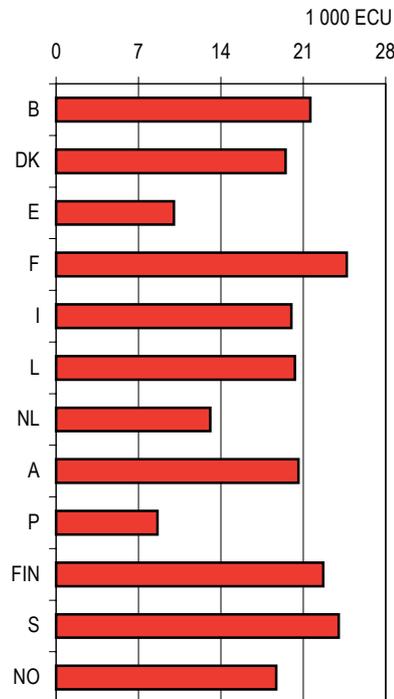
Abbildung 3.3.12
Einzelhandel: Wertschöpfung je
Beschäftigten und
durchschnittliche
Unternehmensgröße, 1998



E, IRL, I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Frankreich, Finnland und Schweden bilden die zweite Gruppe mit den höchsten Produktivitätswerten (Finnland hält 1998 die Spitze mit 31 700 ECU) und einer leicht höheren durchschnittlichen Unternehmensgröße (etwa 4-5 Beschäftigte); die restlichen Länder haben deutlich größere Unternehmen (mit im Durchschnitt 6-8 Beschäftigten), während ihre Produktivitätswerte (außer in Luxemburg) zwischen denen der anderen beiden Gruppen liegen.

Die Pro-Kopf-Arbeitskosten (Arbeitskosten je Einheit oder Personalkosten je Arbeitnehmer) liegen im Einzelhandel niedriger als in den anderen Bereichen des Handels (Abbildung 3.3.13). Dies erklärt sich einerseits aus der Tatsache, dass im Einzelhandel im allgemeinen geringer qualifizierte Kräfte eingesetzt sind, was sich in niedrigeren Durchschnittsgehältern niederschlägt. Andererseits ist zu bedenken, dass im Einzelhandel kleine Unternehmen vorherrschen und – methodisch bedingt – die Einkünfte der Unternehmenseigner als Teil des Betriebsergebnisses und nicht als Personalkosten ausgewiesen sind. Bei einem Vergleich der Arbeitskosten und Ertragsdaten der einzelnen Teilbereiche des Handels ist dies entsprechend zu berücksichtigen.



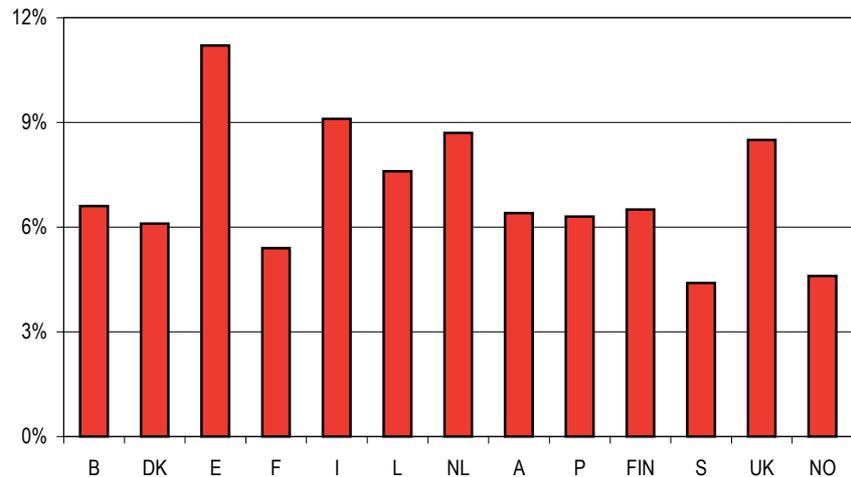
E, I, S, NO: 1997
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 3.3.13
Einzelhandel: Arbeitskosten je Einheit, 1998

Portugal und Spanien verzeichnen die niedrigsten Produktivitätswerte, zugleich aber mit 8 600 (1998) bzw. 10 000 ECU je Arbeitnehmer (1997) auch die niedrigsten Arbeitskosten je Einheit im Einzelhandel. Auch die Niederlande zeigen mit 13 100 ECU je Arbeitnehmer verhältnismäßig niedrige Arbeitskosten, was hier aber mit einer großen Zahl im Einzelhandel tätiger Selbständiger und vermutlich auch mit der verbreiteten Teilzeitarbeit zusammenhängt. Frankreich dagegen hat (mit 24 700 ECU je Arbeitnehmer) die höchsten Personalkosten, andererseits aber auch (mit 31 200 ECU je Beschäftigten) die zweithöchste Produktivität im Einzelhandel aufzuweisen.

Unbeschadet dessen wird der wirtschaftliche Erfolg eines Wirtschaftszweigs aber letztlich gemessen an der Differenz zwischen Wertschöpfung und Personalkosten. Je größer die Spanne zwischen Arbeitskosten und Produktivität ist, umso größer ist die Bruttobetriebsüberschurrate (oder Bruttoumsatzrendite = Bruttobetriebsüberschuss in% vom Umsatz), die man als Indikator des wirtschaftlichen Erfolgs ansehen kann (Abbildung 3.3.14).

Abbildung 3.3.14
Einzelhandel:
Bruttobetriebsüberschußrate, 1998



E, I, S, NO: 1997

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

In allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, zeigt der Einzelhandel höhere Umsatzrenditen als der Großhandel oder der Kraftfahrzeughandel, die jedoch mit einer gewissen Vorsicht interpretiert werden sollten, wie bereits vorangehend erläutert.

Spanien (11,2%) und Italien (9,1%) sind beides Länder, die durch eine Vielzahl von Kleinunternehmen gekennzeichnet sind und verzeichnen beide die höchsten Umsatzrenditen, und zwar sowohl im Einzelhandel, als auch in den beiden anderen Teilbereichen des Handels.

3.3.4 Die Teilbereiche des Einzelhandels

Die NACE Rev. 1 Abteilung 52 - Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und Tankstellen), Reparatur von Gebrauchsgütern - umfasst die folgenden Teilbereiche (Gruppen):

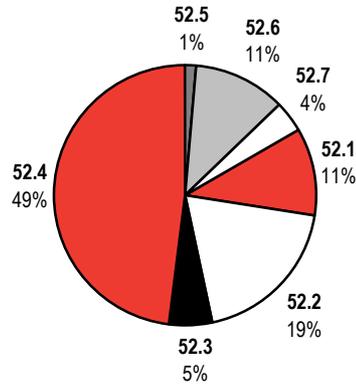
- 52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Ladenräumen)
- 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Ladenräumen)
- 52.3: Apotheken, Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Ladenräumen)
- 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Ladenräumen)
- 52.5: Einzelhandel mit Gebrauchsgütern (in Ladenräumen)
- 52.6: Einzelhandel (nicht in Ladenräumen)
- 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern

Wie der berechnete Durchschnitt auf EWR Ebene zeigt, wird der Einzelhandel sowohl beschäftigungs- als auch umsatzmäßig von zwei Wirtschaftszweigen dominiert: dem

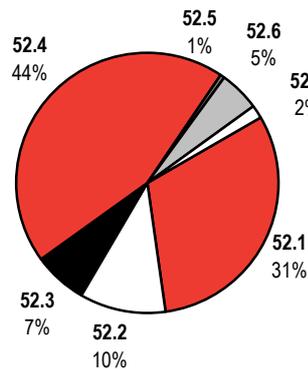
‘Einzelhandel (in Ladenräumen) mit Waren verschiedener Art’ (NACE Rev. 1 Gruppe 52.1), worunter u.a. die meisten Einzelhandels-Großbetriebe fallen, und dem ‘sonstigen Facheinzelhandel (in Ladenräumen)’ (NACE Rev. 1 Gruppe 52.4), der mehrere Sparten des Non-Food-Einzelhandels umfasst, u.a. in den Bereichen Textilien, Möbel und Haushaltbedarf. Auf diese beiden Gruppen zusammen entfallen 75% der Beschäftigung und 80% der Umsätze im Einzelhandel.

Der Bereich "Sonstiger Facheinzelhandel (in Ladenräumen) (NACE Rev. 1 Gruppe 52.4) führt auch nach der Zahl der Unternehmen; auf ihn entfällt fast die Hälfte aller im Einzelhandel gezählten Einheiten. Dies ist nicht überraschend, da es sich hier im allgemeinen um kleinere Fachgeschäfte handelt. Im Gegensatz dazu ist der Anteil des ‘Einzelhandels (in Ladenräumen) mit Waren verschiedener Art’ (NACE Rev. 1 Gruppe 52.1) an der Gesamtzahl der Einzelhandelsunternehmen wegen der hier vorherrschenden größeren Einheiten mit 11% deutlich geringer.

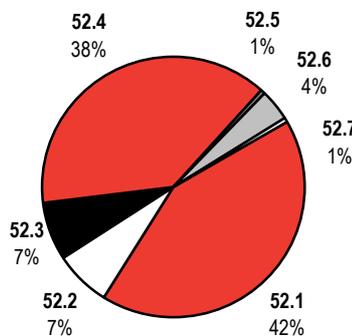
Ein weiterer wichtiger Zweig des Einzelhandels ist der ‘Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren’ (NACE Rev. 1 Gruppe 52.2) mit Anteilen von 19% an der Zahl der Einzelhandelsunternehmen, 10% an der Beschäftigung und 7% am Umsatz. Der Bereich ‘Apotheken, Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln’ (NACE Rev. 1 Gruppe 52.3) hält (mit jeweils 7%) ähnliche Beschäftigungs- und Umsatzanteile, ist aber nach der Zahl der Unternehmen (5%) weniger bedeutend.



berechneter Durchschnitt:
ohne Daten für B, D, EL, IS
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen



berechneter Durchschnitt:
ohne Daten für D, EL, UK, IS
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen



berechneter Durchschnitt:
ohne Daten für D, EL, IS
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Abbildung 3.3.15
Einzelhandel: Zahl der Unternehmen im EWR, aufgeschlüsselt nach NACE Rev. 1 Gruppen, 1998

Abbildung 3.3.16
Einzelhandel: Beschäftigung im EWR, aufgeschlüsselt nach NACE Rev. 1 Gruppen, 1999

Abbildung 3.3.17
Einzelhandel: Umsatz im EWR, aufgeschlüsselt nach NACE Rev. 1 Gruppen, 1999

Der "nicht in Ladenräumen" erfolgende Einzelhandel (NACE Rev. 1 Gruppe 52.6), zeigt ein Bild, das in etwa dem des Facheinzelhandels mit Nahrungsmitteln ähnelt: eine relative große Zahl von Unternehmen aber deutlich geringere Beschäftigungs- und Umsatzanteile (Zahl der Unternehmen 11%, Beschäftigung 5% und Umsatz 4%).

Auf die beiden verbleibenden Teilbereiche, den "Einzelhandel (in Ladenräumen) mit Gebrauchsgütern" (NACE Rev. 1 Gruppe 52.5) und die "Reparatur von Gebrauchsgütern" (NACE Rev. 1 Gruppe 52.7) entfallen in allen drei Variablen nur marginale Anteile (Zahl der Unternehmen 1-4%, Beschäftigung 1-2% und Umsatz 1%).

Einzelbetrachtung der Teilbereiche

Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Ladenräumen) (NACE Rev. 1 Gruppe 52.1)

Die im 'Einzelhandel mit Waren verschiedener Art' tätigen Unternehmen sind die größten aller Teilbereiche des Handels. Dies ist nicht besonders überraschend, da in dieser NACE-Gruppe u.a. auch viele Großunternehmen des Handels geführt werden. Die durchschnittliche Unternehmensgröße ist jedoch von Land zu Land sehr unterschiedlich. In Südeuropa sind die Unternehmen (mit 4 - 8 Beschäftigten) verhältnismäßig klein, während die Durchschnittsgrößen in den anderen Ländern zwischen 22 und 27 Beschäftigten liegen. Die Niederlande nehmen mit durchschnittlich 56 Beschäftigten je Unternehmen eine Sonderstellung ein.

Sowohl beschäftigungs- als auch umsatzmäßig hält der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art besonders in Dänemark, Finnland und Frankreich hohe Anteile am Gesamteinzelhandel. In Finnland liegt der Anteil bei beiden Messwerten über 50%. In Frankreich und Dänemark erzielt dieser Teilbereich die Hälfte der gesamten Umsätze des Einzelhandels, und er hat hier auch die höchsten Beschäftigungsanteile, die aber nicht über 50% liegen.

Der Umsatz je Beschäftigten liegt im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art im allgemeinen höher als in den anderen Zweigen des Einzelhandels. Den höchsten Wert meldet Frankreich 296 000 Euro je Beschäftigten (1999).

Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Ladenräumen) (NACE Rev. 1 Gruppe 52.2)

Bei den Unternehmen des Nahrungsmittel-Facheinzelhandels handelt es sich im allgemeinen um kleine Einheiten. Von den Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, melden Deutschland und Luxemburg mit durchschnittlich etwa 5 Beschäftigten je Unternehmen die größten Einheiten. Die kleinsten Unternehmen (mit weniger als 2 Beschäftigten) finden sich in den südeuropäischen Mitgliedstaaten, in denen der Handel insgesamt stärker fragmentiert ist und

Fachgeschäfte des Lebensmittelsektors oft als Familienunternehmen geführt werden.

Die südlichen Länder zeigen auch beim Umsatz je Beschäftigten und bei der Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) die niedrigsten Werte. Die höchsten Werte für beide Variablen hat Schweden aufzuweisen: Umsatz je Beschäftigten 287 000 Euro (1999) und Arbeitsproduktivität 37 500 ECU (1998).

Apotheken, Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Ladenräumen) (NACE Rev. 1 Gruppe 52.3)

Nach der durchschnittlichen Unternehmensgröße liegt der Facheinzelhandel mit Arzneimitteln, medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln unmittelbar hinter den Großunternehmen des Einzelhandels. Die hohe Durchschnittsgröße ist u. a. darauf zurückzuführen, dass unter diese Gruppe auch die so genannten 'Drugstores' fallen, große Einheiten, die neben verschreibungspflichtigen auch frei verkäufliche Arzneimittel Mittel sowie Kosmetika und Parfüms anbieten. Während in Deutschland, im Vereinigten Königreich und in anderen nordeuropäischen Ländern 'Drugstores' dominieren, sind in Südeuropa die Apotheken auf Arzneimittel und die Parfümerieläden auf Kosmetika spezialisiert. Die kleinsten Unternehmen (mit 3 - 5 Beschäftigten) findet man in dieser Branche in Südeuropa, die größten (mit 12 bzw. 13 Beschäftigten) in Österreich und Schweden.

Die in diesem Bereich tätigen Unternehmen melden hohe Umsätze je Beschäftigten: die Werte liegen zwischen 107 000 ECU in Irland (1997) und 294 000 Euro (1999) in Schweden. In den meisten Ländern haben sie auch die höchste Arbeitsproduktivität aller Zweige des Einzelhandels aufzuweisen.

*Sonstiger Facheinzelhandel (in Ladenräumen)
(NACE Rev. 1 Gruppe 52.4)*

Im 'sonstigen Facheinzelhandel' geht es um den Vertrieb sehr vielfältiger Verbrauchsgüter: Textilien und Bekleidung, Möbel, Elektroartikel, Haushaltgeräte, Bücher usw. Die in diesem Teilbereich des Einzelhandels tätigen Unternehmen sind verhältnismäßig klein; die Durchschnittsgrößen liegen zwischen 2 Beschäftigten in Italien und 8 in Deutschland.

Beim Umsatz je Beschäftigten ergeben sich hier von Land zu Land weniger ausgeprägte Unterschiede als in den andern Zweigen des Einzelhandels. Die Werte reichen von 74 000 Euro in Spanien bis zu 179 000 Euro in Frankreich (beides 1999). Bei der Arbeitsproduktivität liegt Finnland mit 31 200 ECU je Beschäftigten (1998) an der Spitze, gefolgt von Dänemark, Frankreich und Luxemburg (die alle Werte um 30 000 ECU in 1998 melden).

Einzelhandel mit Gebrauchsgütern (in Ladenräumen)

(NACE Rev. 1 Gruppe 52.5)

Mit durchschnittlich etwa 2 Beschäftigten sind die im Gebrauchsgütergeschäft tätigen Unternehmen die kleinsten Einheiten im gesamten Einzelhandel.

Da diese kleinen Unternehmen mit kleinen Mengen arbeiten und sich ihr Warenbestand nur langsam umschlägt, ist es nicht verwunderlich, dass sie trotz hoher Umsatzrenditen (im allgemeinen über 12%) nur eine geringe Produktivität erreichen. Tatsächlich liegt die Arbeitsproduktivität im Gebrauchsgüterhandel zwischen 5 600 ECU je Beschäftigten in Belgien und 23 300 ECU in Frankreich (Daten von 1998) und ist damit in allen Ländern, die entsprechende Daten geliefert haben, die niedrigste aller Teilbereiche des Einzelhandels - außer in den südeuropäischen Mitgliedstaaten, in denen sie die für den nicht in Ladenräumen erfolgenden Einzelhandel (NACE Rev. 1 Gruppe 52.6) und den Bereich Reparatur von Gebrauchsgütern (NACE Rev. 1 Gruppe 52.7) ermittelten Werte erreicht oder übertrifft

Auch der Umsatz je Beschäftigten ist im allgemeinen gering. Frankreich und Schweden ragen heraus mit außerordentlich hohen Werten für diese Variable (1999: über 212 000 Euro).

Einzelhandel (nicht in Ladenräumen) (NACE Rev. 1 Gruppe 52.6)

Der nicht in Ladenräumen erfolgende Einzelhandel besteht aus drei sehr unterschiedlichen Zweigen: dem Versandhandel, dem Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten und dem sonstigen nicht an Ladenräume gebundenen Einzelhandel (Vertreter, fliegende Händler, Automaten).

Während Versandhäuser vielfach automatisierte Verfahren einsetzen, beruht der Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten vor allem auf der persönlichen Dienstleistung. Dieser Unterschied äußert sich in der Produktivität, die für die beiden Bereiche ein gegensätzliches Bild bietet: Versandhäuser haben im allgemeinen hohe Umsätze und Wertschöpfung je Beschäftigten aber auch hohe Arbeitskosten und relativ geringe Umsatzrenditen; der Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten arbeitet dagegen mit hohen Umsatzrenditen aber geringen Umsätzen und geringer Wertschöpfung je Beschäftigten und auch geringen Arbeitskosten.

In Nordeuropa (außer in den Niederlanden) sowie in Frankreich und Österreich sind die Versandhäuser vorherrschend, während in Südeuropa der Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten dominiert.

Im Gesamtbereich des nicht in Ladenräumen erfolgenden Einzelhandels haben Österreich (1998) und Irland (1997) mit Werten um 32 000 ECU je Beschäftigten die europaweit höchste Arbeitsproduktivität aufzuweisen. Beim Umsatz je Beschäftigten führt Schweden mit 271 000 Euro vor Frankreich mit 226 000 Euro (beides 1999er Daten). Die Bruttobetriebsüberschussrate (Bruttoumsatzrendite) ist

in den genannten Ländern eher gering: 2.2% in Schweden, 4.3% in Frankreich und 6.2% in Österreich.

In Südeuropa, wo dieser Teilbereich des Einzelhandels vom Handel an Verkaufsständen und auf Märkten beherrscht wird, liegt der Umsatz je Beschäftigten unter 62 000 ECU und die Arbeitsproduktivität im Bereich von 6 - 10 000 ECU je Beschäftigten. Die Bruttoumsatzrendite liegt in Spanien und Italien über 15% ,ist aber in Portugal mit 6,8% verhältnismäßig niedrig (alle Daten von 1998). Die Niederlande zeigen insofern ein besonders Bild, als sie im nicht in Ladenräumen erfolgenden Einzelhandel trotz Vorherrschens des Handels an Verkaufsständen und auf Märkten für Umsatz und Wertschöpfung je Beschäftigten relativ hohe Werte ausweisen.

Reparatur von Gebrauchsgütern (NACE Rev. 1 Gruppe 52.7)

In dieser NACE-Gruppe sind nur solche Reparaturleistungen erfasst, die nicht im Zusammenhang mit der Herstellung der Güter oder ihrem Verkauf im Groß- oder Einzelhandel erbracht werden.

Der Umsatz je Beschäftigten ist in dieser Branche generell niedriger als in Unternehmen, die sich mit dem Verkauf befassen - vor allem, weil er sich allein auf den Wert der erbrachten Reparaturleistungen bezieht und nicht auf den Endpreis der verkauften Güter. So liegen die für 1999 ermittelten Umsatzwerte zwischen 21 000 Euro je Beschäftigten in Portugal und 80 000 Euro in Frankreich (Schweden ist ein Sonderfall mit 121 000 Euro), und in allen Ländern außer Dänemark sind sie die niedrigsten aller Teilbereiche des Einzelhandels (Daten von 1999).

Die spezifischen Merkmale der Reparatur von Gebrauchsgütern ähneln tatsächlich eher denen anderer Dienstleistungszweige als denen des Handels. Den geringen Umsätzen je Beschäftigten steht entgegen, dass in den Dienstleistungssektoren im allgemeinen bei hoher Arbeitsproduktivität (Wertschöpfung je Beschäftigten) und vor allem dank niedriger Arbeitskosten relativ hohe Spannen erzielt werden.

Die Arbeitsproduktivität im Reparaturbereich entspricht europaweit etwa den Werten der anderen Teilbereiche des Einzelhandels. Die Bruttoumsatzrendite liegt dagegen deutlich höher - sie ist die höchste im ganzen Einzelhandel. In mehreren Ländern übersteigt sie 18% und erreicht in den Niederlanden sogar 30%.

Tabelle 3.3.1: Hauptkennzahlen, 1998

52.1 - Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	76 886	18 148	17 185	2 460	1 773	687	355
DK	3 537	88 360	13 857	3 123	1 871	1 403	468	193
D	30 339	841 959	123 386	:	:	:	:	2 046
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	39 390	406 157	50 134	9 357	6 565	3 954	2 611	1 731
F	33 913	478 404	141 536	30 300	16 972	12 039	4 933	2 663
IRL	5 795	63 416	6 864	1 612	1 118	:	:	259
I	82 296	416 351	69 949	19 256	7 993	5 744	2 249	1 695
L	257	4 852	1 022	218	131	90	42	44
NL	4 180	234 248	20 545	:	:	:	:	:
A	4 530	69 252	9 600	2 538	1 487	1 138	349	213
P	20 602	110 215	11 366	4 037	991	576	415	399
FIN	4 757	55 982	12 618	2 792	1 777	1 158	619	310
S	7 207	65 524	16 222	3 751	2 232	1 781	451	281
UK	38 360	:	162 371	:	26 615	14 930	11 685	6 855
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	5 885	67 607	11 180	2 617	1 502	1 045	456	324

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten und 1995 für den Umsatz), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.2: Hauptindikatoren, 1998

52.1 - Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	236.0	29.0	124.4	23.3	4.0	4.2
DK	6.7	24.7	156.8	21.5	128.2	16.7	3.5	2.2
D	3.7	27.3	146.5	:	:	:	:	2.3
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	10.0	8.0	123.4	20.0	141.3	10.0	6.5	5.5
F	5.7	15.6	295.9	32.0	136.4	23.5	3.6	5.0
IRL	15.8	10.9	108.2	17.6	:	:	:	4.1
I	14.3	4.5	168.0	20.0	92.8	20.0	3.6	4.6
L	6.0	18.9	210.5	27.1	139.5	19.4	4.1	11.1
NL	2.7	56.0	97.6	:	:	:	:	:
A	5.6	14.9	138.6	22.1	121.4	18.2	3.7	3.2
P	20.7	4.1	103.1	11.7	132.6	8.8	4.9	4.7
FIN	9.2	11.6	225.4	32.2	146.1	22.1	5.1	5.6
S	8.1	11.4	247.6	27.3	119.9	22.7	2.9	3.4
UK	6.5	:	:	:	:	:	8.2	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	13.4	11.5	165.4	22.2	138.1	16.1	4.1	4.8

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1995), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.3: Hauptkennzahlen, 1998
52.2 - Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	32 152	3 582	3 496	652	268	384	176
DK	4 617	16 520	1 479	549	327	188	139	19
D	32 945	152 460	12 503	:	:	:	:	279
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	156 055	220 611	17 062	4 130	3 159	983	2 176	341
F	47 348	70 805	12 030	4 463	2 574	1 605	968	392
IRL	2 856	9 694	842	251	167	:	:	18
I	120 620	211 575	15 122	7 019	2 775	548	2 227	504
L	315	1 689	236	85	56	32	25	4
NL	13 005	56 578	4 778	1 466	949	455	494	162
A	4 981	18 758	3 175	779	551	262	290	65
P	30 730	57 637	3 642	3 318	369	212	157	99
FIN	1 443	3 937	824	234	140	88	52	14
S	7 555	11 951	3 430	748	463	310	153	69
UK	50 435	:	21 491	:	3 754	1 842	1 912	386
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	2 360	8 921	1 241	279	172	131	41	18

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz;

IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.4: Hauptindikatoren, 1998
52.2 - Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	111.4	20.5	126.4	16.2	11.0	5.5
DK	8.7	3.5	89.5	20.1	133.6	15.0	9.7	1.1
D	4.0	5.0	82.0	:	:	:	:	1.6
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	39.7	1.8	77.3	10.0	119.5	10.0	11.6	1.2
F	7.9	2.0	169.9	26.7	108.9	24.5	8.8	4.1
IRL	7.8	3.4	86.9	17.2	:	:	:	1.8
I	21.0	1.6	71.5	10.0	75.8	20.0	15.8	2.6
L	7.3	5.4	139.5	33.3	167.3	19.9	10.5	1.8
NL	8.3	4.4	83.0	16.8	150.1	11.2	10.5	2.9
A	6.2	3.7	169.2	30.2	157.9	19.1	9.6	3.6
P	30.8	1.9	63.2	6.4	91.8	6.9	4.6	1.7
FIN	2.8	2.6	209.2	37.5	129.6	28.9	8.2	3.9
S	8.5	2.6	287.0	23.6	109.4	21.6	4.7	3.5
UK	8.5	:	:	:	:	:	10.1	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	5.4	3.8	139.2	19.3	107.5	18.0	3.3	2.0

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten;

IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.5: Hauptkennzahlen, 1998

52.3 - Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	20 491	3 913	3 632	722	323	398	107
DK	795	7 860	1 370	412	292	221	71	17
D	24 714	268 952	32 979	:	:	:	:	379
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	32 366	86 564	10 584	2 939	2 469	806	1 664	176
F	29 270	109 814	25 908	7 936	5 991	3 388	2 602	402
IRL	1 132	7 085	755	243	173	:	:	14
I	32 840	124 179	20 549	5 191	3 141	1 048	2 093	211
L	132	888	175	51	38	19	19	2
NL	3 615	38 041	5 673	3 651	1 114	593	521	121
A	2 082	24 730	3 234	1 034	717	460	257	52
P	4 120	15 768	1 894	2 326	439	214	226	51
FIN	1 253	7 462	1 379	453	309	173	136	13
S	996	10 807	3 179	702	567	394	173	36
UK	7 383	:	12 833	:	1 941	1 187	754	217
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1 066	7 498	1 074	290	209	164	45	15

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen von 1995; NL Daten für Investitionen von 1996.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.6: Hauptindikatoren, 1998

52.3 - Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	191.0	37.7	160.2	23.5	11.0	5.6
DK	1.5	9.8	174.3	37.6	123.4	30.5	5.4	2.1
D	3.0	10.7	122.6	:	:	:	:	1.5
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	8.2	2.8	122.3	30.0	197.0	10.0	16.6	1.9
F	4.9	5.1	235.9	39.9	155.0	25.7	10.7	2.7
IRL	3.1	6.3	106.6	24.4	:	:	:	2.0
I	5.7	2.9	165.5	30.0	147.0	20.0	13.5	2.2
L	3.1	6.7	197.5	43.1	169.8	25.4	11.0	2.9
NL	2.3	10.5	134.8	29.3	174.0	16.8	10.2	3.6
A	2.6	11.6	130.8	29.8	141.9	21.0	8.5	2.2
P	4.1	4.6	120.1	23.4	185.9	12.6	9.5	2.7
FIN	2.4	6.2	184.7	39.9	158.1	25.3	10.7	1.6
S	1.1	13.0	294.2	43.7	136.2	32.1	6.5	2.8
UK	1.2	:	:	:	:	:	6.8	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	2.4	7.0	143.3	27.9	115.9	24.0	4.2	2.1

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; NL Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1996.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.7: Hauptkennzahlen, 1998
52.4 - Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	132 525	20 575	18 928	2 939	1 583	1 356	755
DK	18 320	77 880	9 924	3 737	2 329	1 469	860	262
D	149 952	1 090 614	111 675	:	:	:	:	2 515
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	262 127	649 029	48 128	14 236	10 115	4 490	5 625	1 360
F	174 669	461 022	82 317	32 917	17 492	12 496	4 996	2 363
IRL	9 502	48 434	4 644	1 465	894	:	:	116
I	342 657	780 768	89 577	33 906	13 110	5 126	7 984	1 941
L	1 872	9 054	1 291	464	274	156	119	34
NL	45 050	295 408	31 812	10 961	6 645	3 733	2 912	1 060
A	21 268	153 259	17 843	6 524	3 948	2 778	1 170	472
P	66 732	256 831	26 378	16 215	2 868	1 650	1 218	661
FIN	14 660	41 044	6 503	1 994	1 230	746	484	108
S	35 055	82 535	14 475	4 908	2 725	1 998	727	344
UK	98 847	:	131 897	:	22 023	14 168	7 854	4 292
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	17 525	84 553	10 094	3 681	2 105	1 573	532	207

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.8: Hauptindikatoren, 1998
52.4 - Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	155.3	22.6	109.4	20.6	7.2	5.8
DK	34.5	4.2	127.4	30.3	135.2	22.4	8.9	3.4
D	18.3	7.5	102.4	:	:	:	:	2.2
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	66.7	2.3	74.2	20.0	129.5	10.0	13.4	2.2
F	29.1	3.3	178.6	30.3	120.7	25.1	6.3	4.1
IRL	26.0	5.1	95.9	18.5	:	:	:	2.4
I	59.6	2.0	114.7	20.0	88.0	20.0	10.3	2.8
L	43.6	4.8	142.6	30.3	148.8	20.4	9.2	3.7
NL	28.7	6.6	100.5	22.5	145.3	15.5	9.8	3.6
A	26.3	7.0	116.4	26.5	123.0	21.5	6.8	3.2
P	66.9	3.6	102.7	12.0	143.9	8.4	6.8	2.8
FIN	28.4	2.7	158.4	31.2	138.0	22.6	8.1	2.7
S	39.6	2.9	175.4	26.4	109.7	24.1	5.5	3.3
UK	16.7	:	:	:	:	:	7.5	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	39.8	4.8	119.4	24.9	122.3	20.4	5.3	2.5

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.9: Hauptkennzahlen, 1998

52.5 - Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren
(in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	2 859	233	226	15	9	7	17
DK	1 062	1 310	78	30	20	7	13	3
D	3 265	7 150	509	:	:	:	:	28
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	2 296	3 610	155	79	55	19	36	7
F	13 734	8 517	1 850	688	304	189	115	46
IRL	412	968	47	23	13	:	:	2
I	3 052	8 721	538	177	76	20	57	7
L	36	58	5	2	1	0	1	0
NL	2 995	6 627	262	132	65	15	50	15
A	983	1 844	119	62	37	16	21	3
P	503	1 033	38	53	9	7	2	2
FIN	804	717	52	24	11	5	7	2
S	1 476	428	91	66	32	15	17	6
UK	6 105	:	3 173	:	695	169	526	50
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	576	765	43	22	12	6	5	1

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten und 1995 für den Umsatz), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz;

IRL, NO alle Daten von 1997; L, NL Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.10: Hauptindikatoren, 1998

52.5 - Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren
(in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	81.4	5.6	37.5	14.8	2.9	6.1
DK	2.0	1.2	59.6	15.7	87.5	17.9	17.5	2.1
D	0.4	2.2	71.2	:	:	:	:	4.1
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	0.6	1.7	43.0	10.0	110.9	10.0	24.7	1.8
F	2.3	0.9	217.2	23.3	84.8	27.5	7.7	3.6
IRL	1.1	2.3	48.3	13.9	:	:	:	2.5
I	0.5	1.5	61.7	20.0	67.2	20.0	24.6	1.4
L	0.8	1.6	76.8	19.6	132.4	14.8	15.5	3.4
NL	1.9	2.2	69.4	17.2	243.9	7.0	18.9	3.9
A	1.2	1.8	64.4	20.8	107.9	19.2	18.6	1.6
P	0.5	2.2	36.6	7.7	89.9	8.6	3.5	2.0
FIN	1.6	0.9	73.1	15.8	85.4	18.5	14.3	2.2
S	1.7	1.3	212.1	16.3	73.3	22.2	9.4	3.1
UK	1.0	:	:	:	:	:	18.4	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1.3	1.3	56.2	15.2	74.2	20.5	12.6	0.8

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1995), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten;

IRL, NO alle Daten von 1997; L, NL Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.11: Hauptkennzahlen, 1998
52.6 - Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	10 287	1 523	1 345	186	70	116	41
DK	1 678	3 110	359	113	55	32	23	20
D	39 218	166 495	30 891	:	:	:	:	580
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	46 666	70 108	3 583	1 297	811	249	563	116
F	67 605	58 608	13 264	5 999	2 069	1 565	505	218
IRL	141	895	133	52	29	:	:	2
I	103 852	132 050	8 144	4 115	1 600	309	1 292	476
L	170	456	56	16	10	5	5	1
NL	18 790	24 969	2 651	1 104	619	193	427	78
A	1 355	7 138	1 131	582	223	151	71	14
P	6 858	18 483	731	408	56	26	31	8
FIN	943	1 827	336	152	52	32	20	3
S	2 854	5 103	1 384	486	177	151	25	24
UK	10 373	:	17 095	:	3 728	1 588	2 141	334
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1 800	3 192	425	193	50	39	11	6

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

D Daten für Investitionen von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.12: Hauptindikatoren, 1998
52.6 - Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen)

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	148.1	18.7	80.1	23.4	8.6	4.1
DK	3.2	1.8	115.5	18.0	83.9	21.4	6.7	6.6
D	4.8	4.6	185.5	:	:	:	:	2.9
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	11.9	1.5	51.1	10.0	89.6	10.0	17.2	1.7
F	11.3	1.2	226.3	24.8	91.3	27.2	4.3	2.6
IRL	0.4	6.3	149.1	32.6	:	:	:	2.1
I	18.1	1.3	61.7	10.0	49.4	20.0	15.6	3.5
L	4.0	2.7	122.0	21.9	111.7	19.6	8.6	1.7
NL	12.0	1.3	119.0	24.8	172.1	14.4	14.4	3.1
A	1.7	5.1	158.4	32.0	118.3	27.1	6.2	2.0
P	6.9	1.4	39.6	6.1	57.7	10.5	6.8	0.8
FIN	1.8	1.9	184.0	30.0	129.1	23.2	6.1	1.6
S	3.2	2.8	271.1	22.2	80.4	27.6	2.2	3.0
UK	1.8	:	:	:	:	:	15.7	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	4.1	1.8	133.3	15.7	74.8	21.0	2.5	1.8

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998), NO (1997).

D Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1997; E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.13: Hauptkennzahlen, 1998

52.7 - Reparatur von Gebrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro / Mio. ECU)	Produktionswert (Mio. ECU)	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personalaufwendungen (Mio. ECU)	Bruttobetriebsüberschuß (Mio. ECU)	Bruttoinvestitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	3 809	186	163	59	29	30	39
DK	1 903	3 430	255	183	96	52	45	6
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	16 709	30 653	844	698	404	201	203	40
F	17 700	17 597	1 412	1 228	714	515	200	53
IRL	815	1 521	54	36	25	:	:	1
I	27 055	33 432	1 556	1 052	491	132	359	93
L	76	209	9	9	6	4	2	0
NL	3 520	5 909	341	202	146	60	86	20
A	1 188	2 704	112	85	49	30	19	3
P	6 273	9 326	193	208	61	36	25	10
FIN	1 599	1 944	127	77	53	27	26	6
S	3 549	3 458	418	340	152	104	48	14
UK	4 497	:	1 609	:	426	318	108	74
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	1 510	2 503	139	125	49	33	15	5

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1998 für die Zahl der Beschäftigten), NO (1997).

E, I, S alle Daten von 1997 außer für die Zahl der Beschäftigten und für den Umsatz; IRL, NO alle Daten von 1997; L, NL Daten für Investitionen von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 3.3.14: Hauptindikatoren, 1998

52.7 - Reparatur von Gebrauchsgütern

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro / 1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
EU-15	:	:	:	:	:	:	:	:
B	:	:	48.7	20.1	80.2	25.1	18.3	13.3
DK	3.6	1.8	74.2	28.5	104.2	27.3	18.1	1.7
D	:	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	:	:	:	:	:	:	:
E	4.2	1.9	27.5	10.0	92.2	10.0	26.0	1.3
F	3.0	1.7	80.2	24.0	84.9	28.3	12.6	1.8
IRL	2.2	1.9	35.8	16.2	:	:	:	0.5
I	4.7	1.5	46.5	10.0	67.6	20.0	22.6	2.4
L	1.8	2.8	42.0	30.6	141.9	21.5	27.9	0.6
NL	2.2	1.7	49.6	25.7	94.9	27.1	30.5	3.4
A	1.5	2.2	41.4	18.5	93.4	19.8	18.3	1.2
P	6.3	1.7	20.7	5.8	72.8	8.0	11.9	0.9
FIN	3.1	1.3	65.3	26.3	108.9	24.2	20.4	2.7
S	4.0	1.8	120.8	23.7	83.0	28.6	9.6	2.1
UK	0.8	:	:	:	:	:	10.2	:
IS	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	3.4	1.7	55.7	19.4	76.1	25.5	11.0	2.0

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999, außer IRL (1997), L (1998), NL (1995), NO (1997).

E, I, S alle Daten von 1997 außer für den Umsatz je Beschäftigten; IRL, NO alle Daten von 1997; L Daten für Investitionen je Beschäftigten von 1995; NL alle Daten von 1995 außer für die Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner und für den Umsatz je Beschäftigten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

4. LÄNDERBEZOGENE ANALYSE

Dieses Kapitel stellt Informationen zum Handel und seinen Teilbereichen in den einzelnen EWR Staaten bereit. Es besteht aus einem Satz von Standardtabellen und Abbildungen, die für jedes Land einzeln gezeigt werden. Diese lassen sich kurz folgendermaßen beschreiben:

Führende Unternehmen im Einzelhandel: Die Tabellen zeigen die Verkäufe (insgesamt) und die Anzahl der Läden der fünf größten Einzelhandelsunternehmen in dem jeweiligen Land. Die Daten beziehen sich auf drei verschiedene Produktkategorien im Einzelhandel: a) Lebensmittel; b) Bekleidung, Textilien und Schuhe; c) Möbel, Hausrat und elektrische Haushaltsgeräte. In den meisten Fällen enthalten die Verkäufe insgesamt (z.T.Schätzungen) hier auch verkaufsbezogene Steuern, wie z.B. die Mehrwertsteuer (Quelle: Retail Intelligence).

- **Hauptkennzahlen und Hauptindikatoren:** Die Tabellen zeigen die wichtigsten SBS Daten (Daten zur Unternehmenstrukturstatistik) zum Handel (Abschnitt G der NACE Rev. 1 Klassifikation), über die Eurostat verfügt. Die Angaben werden untergliedert bis auf die Dreisteller Ebene der NACE Rev. 1 (NACE Rev. 1 Gruppen).
- **Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten:** Mehrere Abbildungen (auf Grundlage von SBS Daten erstellt) zeigen für ausgesuchte Kennzahlen einen Vergleich der Entwicklungen auf Ebene der drei Hauptteilbereiche des Handels (NACE Rev. 1 Abteilungen): Kraftfahrzeughandel, Großhandel, und Einzelhandel. Die jährlichen Wachstumsraten werden auf Grundlage des längsten Zeitraumes, für den Daten vorhanden sind, berechnet. Diese weichen je nach Kennzahl oder Teilbereich des Handels möglicherweise voneinander ab. In einigen Fällen können die Raten auch durch die voranschreitende Umsetzung der SBS Verordnung und dadurch möglichen Anpassungen in der Methodik des jeweiligen Landes beeinflusst sein.

Tabelle 4.1: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe		Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte			
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		
GB Group	4 502	552	C&A	221	42	Blokker	:	275
Delhaize "Le Lion"	2 801	380	Hennes & Mauritz	141	31	Eldi	:	125
Colruyt	1 698	146	Vendex-KBB	134	180	CV Tera	:	120
Louis Delhaize	1 311	723	Superconfex	112	67	Belgacom	:	105
Aldi	1 282	315	Etam/1.2.3	107	85	Photo Hall	:	72
Total - 5 Marktführer	11 594	2 116	Total - 5 Marktführer	714	405	Total - 5 Marktführer	:	697

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.2: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	:	579 032	227 293	215 731	21 486	12 843	8 643	4 024
Kraftfahrzeughandel	:	81 779	43 612	41 348	2 897	1 746	1 152	654
50.1	:	39 873	32 384	30 204	1 684	1 022	662	347
50.2	:	23 444	2 992	3 275	602	344	258	173
50.3	:	10 594	3 933	4 292	400	287	114	50
50.4	:	2 557	722	511	39	22	17	17
50.5	:	5 311	3 580	3 066	172	71	101	68
Großhandel	:	218 244	135 521	129 409	11 556	7 043	4 514	1 882
51.1	:	15 030	3 561	3 495	622	250	372	140
51.2	:	7 174	5 585	5 749	291	123	167	97
51.3	:	36 257	23 365	22 163	1 351	838	513	268
51.4	:	55 212	30 269	30 298	3 083	1 914	1 168	401
51.5	:	44 404	47 887	44 557	2 572	1 572	1 000	406
51.6	:	54 114	21 705	20 267	3 353	2 167	1 186	529
51.7	:	6 053	3 150	2 880	285	179	106	41
Einzelhandel	:	279 009	48 160	44 974	7 033	4 055	2 978	1 489
52.1	:	76 886	18 148	17 185	2 460	1 773	687	355
52.2	:	32 152	3 582	3 496	652	268	384	176
52.3	:	20 491	3 913	3 632	722	323	398	107
52.4	:	132 525	20 575	18 928	2 939	1 583	1 356	755
52.5	:	2 859	233	226	15	9	7	17
52.6	:	10 287	1 523	1 345	186	70	116	41
52.7	:	3 809	186	163	59	29	30	39

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

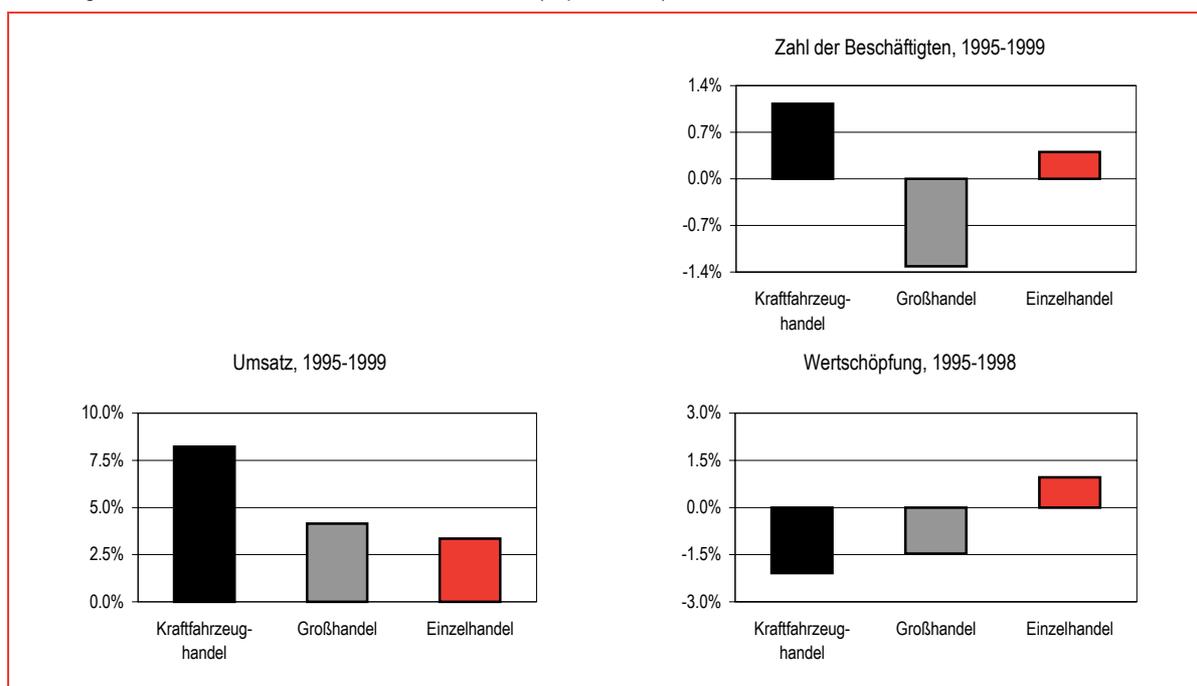
Tabelle 4.3: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	:	:	392.5	37.3	120.4	31.0	4.0	7.0
Kraftfahrzeughandel	:	:	533.3	36.6	115.5	31.7	2.8	8.3
50.1	:	:	812.2	44.1	126.0	35.0	2.2	9.1
50.2	:	:	127.6	26.5	105.2	25.2	7.9	7.6
50.3	:	:	371.2	39.0	110.4	35.4	2.7	4.9
50.4	:	:	282.5	21.2	81.3	26.1	3.3	9.1
50.5	:	:	674.1	28.3	127.8	22.1	3.3	11.2
Großhandel	:	:	621.0	53.7	130.9	41.0	3.5	8.7
51.1	:	:	236.9	47.9	78.0	61.5	10.6	10.8
51.2	:	:	778.5	37.6	121.5	30.9	2.9	12.6
51.3	:	:	644.4	38.6	128.3	30.0	2.3	7.7
51.4	:	:	548.2	55.9	133.1	42.0	3.9	7.3
51.5	:	:	1 078.4	56.8	140.9	40.3	2.2	9.0
51.6	:	:	401.1	64.3	134.9	47.7	5.9	10.1
51.7	:	:	520.4	41.8	132.4	31.5	3.7	5.9
Einzelhandel	:	:	172.6	25.0	115.6	21.6	6.6	5.3
52.1	:	:	236.0	29.0	124.4	23.3	4.0	4.2
52.2	:	:	111.4	20.5	126.4	16.2	11.0	5.5
52.3	:	:	191.0	37.7	160.2	23.5	11.0	5.6
52.4	:	:	155.3	22.6	109.4	20.6	7.2	5.8
52.5	:	:	81.4	5.6	37.5	14.8	2.9	6.1
52.6	:	:	148.1	18.7	80.1	23.4	8.6	4.1
52.7	:	:	48.7	20.1	80.2	25.1	18.3	13.3

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.1: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Einzelhandel: 1996-1999 für Zahl der Beschäftigten und Umsatz; 1996-1998 für Wertschöpfung.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Tabelle 4.4: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe		Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte			
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		
FDB	3 581	1 051	Din Tøjmand/Various	256	217	Elbodan	276	232
Dansk Supermarked	3 082	338	H&M	160	44	Fona Gruppen	250	61
Dagrofa	1 336	523	Tøjeksperten	144	159	Jysk Sengetøjslager	232	79
Centralkøb	672	122	TOPS/Various	129	183	Idé Møbler	193	52
Samkøb	444	43	Mr	126	106	HTH Køkken	175	35
Total - 5 Marktführer	9 114	2 077	Total - 5 Marktführer	815	709	Total - 5 Marktführer	1 126	459

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.5: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	:	:	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	12 726	62 997	11 377	:	2 731	:	:	:
50.1	3 670	27 789	6 913	:	1 382	:	:	:
50.2	6 738	18 318	1 771	:	652	:	:	:
50.3	886	5 143	842	:	256	:	:	:
50.4	142	355	78	:	24	:	:	:
50.5	1 290	11 392	1 774	:	419	:	:	:
Großhandel	22 733	179 530	76 581	23 501	9 487	6 158	3 329	1 345
51.1	1 980	6 320	1 893	757	325	200	125	37
51.2	1 214	10 480	6 059	3 208	498	318	180	110
51.3	3 012	24 840	16 512	3 610	1 075	711	364	166
51.4	6 028	35 380	14 543	3 678	1 937	1 160	777	183
51.5	3 360	37 800	18 825	6 564	2 179	1 266	912	426
51.6	5 553	58 880	17 027	5 148	3 175	2 315	861	348
51.7	1 586	5 830	1 722	537	298	188	110	75
Einzelhandel	31 912	198 470	27 322	8 147	4 990	3 371	1 619	519
52.1	3 537	88 360	13 857	3 123	1 871	1 403	468	193
52.2	4 617	16 520	1 479	549	327	188	139	19
52.3	795	7 860	1 370	412	292	221	71	17
52.4	18 320	77 880	9 924	3 737	2 329	1 469	860	262
52.5	1 062	1 310	78	30	20	7	13	3
52.6	1 678	3 110	359	113	55	32	23	20
52.7	1 903	3 430	255	183	96	52	45	6

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Kraftfahrzeughandel und Gruppen: alle Daten von 1995, Umsatz in ECU.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Verbrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

Tabelle 4.6: Hauptindikatoren, 1998

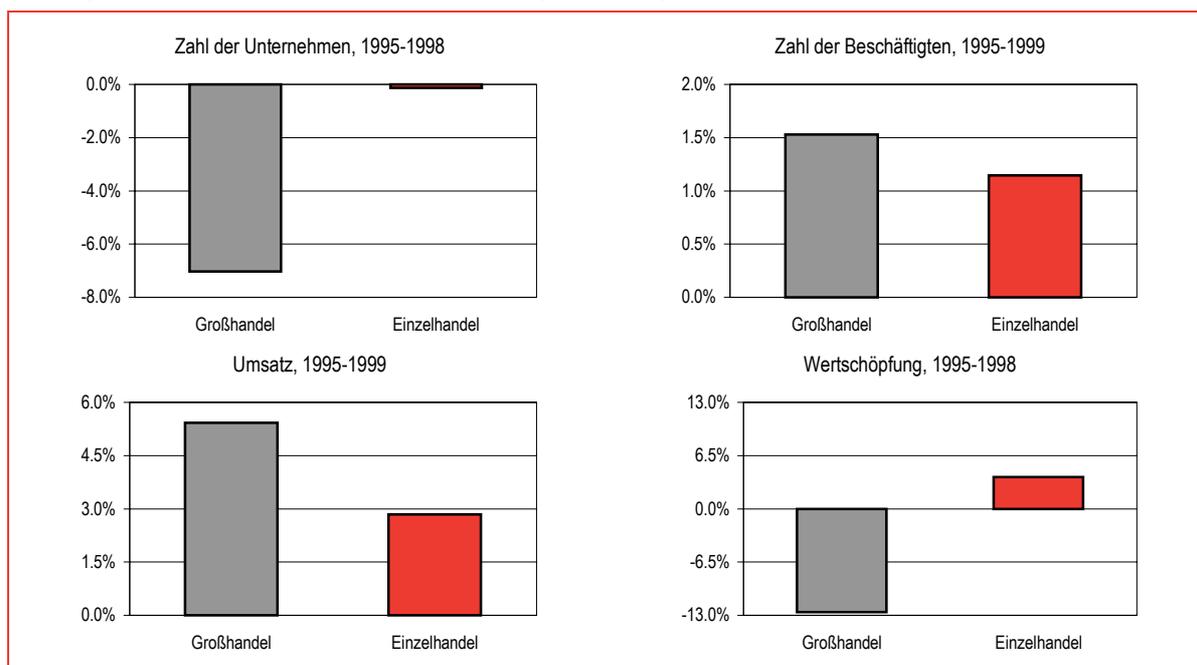
	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	:	:	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	24.4	5.0	180.6	43.4	:	:	:	:
50.1	7.0	7.6	248.8	49.7	:	:	:	:
50.2	12.9	2.7	96.7	35.6	:	:	:	:
50.3	1.7	5.8	163.6	49.7	:	:	:	:
50.4	0.3	2.5	218.3	66.3	:	:	:	:
50.5	2.5	8.8	155.7	36.8	:	:	:	:
Großhandel	42.9	7.8	426.6	53.7	146.7	36.6	4.5	7.6
51.1	3.7	3.1	299.5	52.2	137.9	37.8	6.9	6.0
51.2	2.3	8.5	578.1	48.3	145.9	33.1	3.1	10.6
51.3	5.7	8.1	664.8	43.9	143.7	30.6	2.3	6.8
51.4	11.4	5.8	411.0	55.6	156.3	35.6	5.6	5.3
51.5	6.3	11.1	498.0	58.5	166.8	35.1	5.0	11.4
51.6	10.5	10.4	289.2	54.8	133.0	41.2	5.3	6.0
51.7	3.0	3.6	295.4	52.0	146.1	35.6	6.7	13.1
Einzelhandel	60.2	6.1	137.7	25.5	130.7	19.5	6.1	2.7
52.1	6.7	24.7	156.8	21.5	128.2	16.7	3.5	2.2
52.2	8.7	3.5	89.5	20.1	133.6	15.0	9.7	1.1
52.3	1.5	9.8	174.3	37.6	123.4	30.5	5.4	2.1
52.4	34.5	4.2	127.4	30.3	135.2	22.4	8.9	3.4
52.5	2.0	1.2	59.6	15.7	87.5	17.9	17.5	2.1
52.6	3.2	1.8	115.5	18.0	83.9	21.4	6.7	6.6
52.7	3.6	1.8	74.2	28.5	104.2	27.3	18.1	1.7

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Kraftfahrzeughandel und Gruppen: alle Daten von 1995, Umsatz je Beschäftigten in ECU.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.2: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Die Wachstumsraten für den Kfz-Handel werden nicht gezeigt, da die Daten nur für 1995 verfügbar sind.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

4. LÄNDERBEZOGENE ANALYSE - Deutschland

Tabelle 4.7: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Edeka/AVA Gruppe	21 353	11 703	C&A	3 122	195	Media Markt/Saturn	4 458	195
Rewe	20 926	8 477	Peek&Cloppenburg/Anson's	1 189	74	Begros	3 579	100
Aldi	18 023	3 263	Hennes & Mauritz	978	156	VME Möbeleinkauf	2 558	330
Metro	15 545	845	SinnLeffers	812	39	Atlas	1 892	50
Lidl & Schwarz	10 791	2 111	Tengelmann	718	936	ElectronicPartner	1 861	3 021
Total - 5 Marktführer	65 285	26 399	Total - 5 Marktführer	6 819	1 400	Total - 5 Marktführer	14 348	3 696

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.8: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	:	:	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	:	:	:	:	:	:	:	:
50.1	21 523	304 159	101 973	:	:	:	:	1 811
50.2	:	:	:	:	:	:	:	:
50.3	6 956	84 232	18 347	:	:	:	:	316
50.4	1 857	8 925	2 557	:	:	:	:	49
50.5	6 839	39 176	5 218	:	:	:	:	151
Großhandel	:	:	:	:	:	:	:	:
51.1	:	:	:	:	:	:	:	:
51.2	6 441	51 033	30 207	:	:	:	:	325
51.3	11 619	221 055	115 392	:	:	:	:	1 076
51.4	20 954	316 303	120 731	:	:	:	:	1 058
51.5	17 552	338 893	194 965	:	:	:	:	2 831
51.6	13 204	201 153	68 318	:	:	:	:	840
51.7	1 583	84 968	40 801	:	:	:	:	408
Einzelhandel	:	:	:	:	:	:	:	:
52.1	30 339	841 959	123 386	:	:	:	:	2 046
52.2	32 945	152 460	12 503	:	:	:	:	279
52.3	24 714	268 952	32 979	:	:	:	:	379
52.4	149 952	1 090 614	111 675	:	:	:	:	2 515
52.5	3 265	7 150	509	:	:	:	:	28
52.6	39 218	166 495	30 891	:	:	:	:	580
52.7	:	:	:	:	:	:	:	:

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999; Bruttoinvestitionen in Sachanlagen: Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

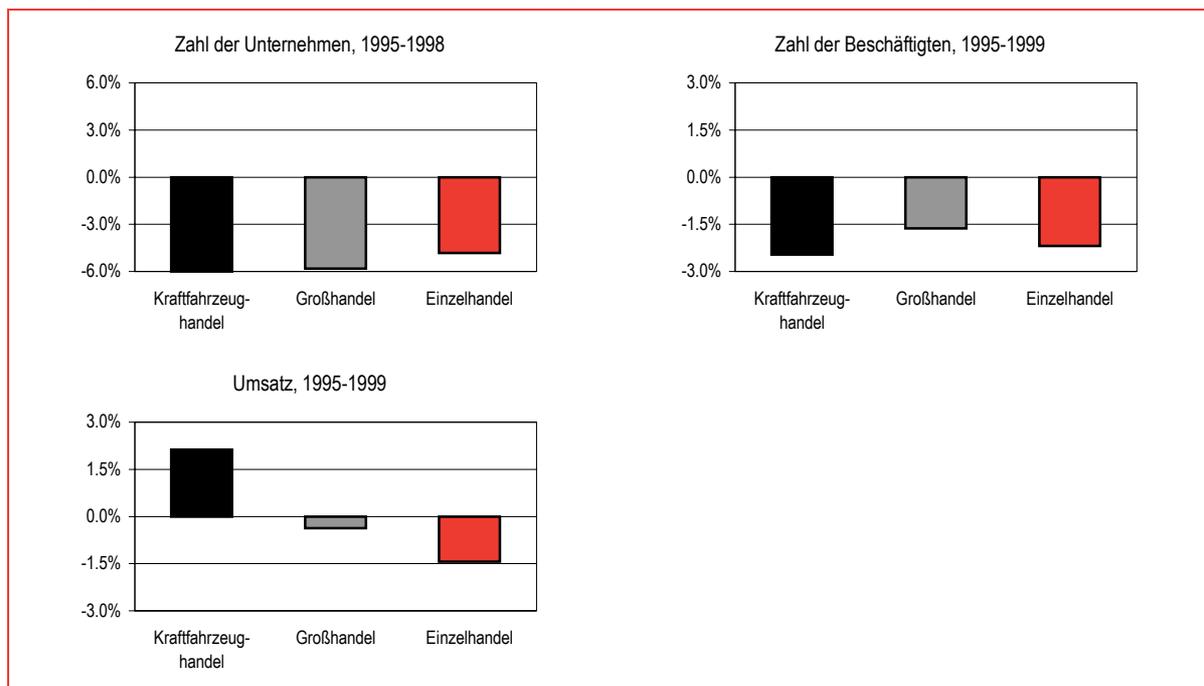
Tabelle 4.9: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	:	:	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	:	:	:	:	:	:	:	:
50.1	2.6	14.3	335.3	:	:	:	:	5.9
50.2	:	:	:	:	:	:	:	:
50.3	0.8	11.9	217.8	:	:	:	:	4.0
50.4	0.2	5.0	286.5	:	:	:	:	5.8
50.5	0.8	8.1	133.2	:	:	:	:	2.8
Großhandel	:	:	:	:	:	:	:	:
51.1	:	:	:	:	:	:	:	:
51.2	0.8	8.2	591.9	:	:	:	:	6.3
51.3	1.4	19.4	522.0	:	:	:	:	4.8
51.4	2.6	15.7	381.7	:	:	:	:	3.2
51.5	2.1	20.2	575.3	:	:	:	:	8.0
51.6	1.6	15.4	339.6	:	:	:	:	4.2
51.7	0.2	53.4	480.2	:	:	:	:	4.9
Einzelhandel	:	:	:	:	:	:	:	:
52.1	3.7	27.3	146.5	:	:	:	:	2.3
52.2	4.0	5.0	82.0	:	:	:	:	1.6
52.3	3.0	10.7	122.6	:	:	:	:	1.5
52.4	18.3	7.5	102.4	:	:	:	:	2.2
52.5	0.4	2.2	71.2	:	:	:	:	4.1
52.6	4.8	4.6	185.5	:	:	:	:	2.9
52.7	:	:	:	:	:	:	:	:

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999; Investitionen je Beschäftigten: Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.3: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz: nominale Wachstumsraten.

Kraftfahrzeughandel: ohne NACE Rev. 1 50.2;

Großhandel: ohne NACE Rev. 1 51.1;

Einzelhandel: ohne NACE Rev. 1 52.7.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.10: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

Lebensmittel			Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Carrefour-Promodès	1 048	219	Prince Oliver	12	26	Kotsovolos	181	38
Elomas/Elomes	840	349	Marinopoulos (1)	:	46	Be Smart	114	17
Sklavenitis	497	32	Benetton	:	20	Expert	101	78
Euro/Hella/Discount Spar	452	160	Kookaï	:	20	Seios	74	130
Asteras	445	280	Damart	:	14	Radio Athinai (2)	43	15
Total - 5 Marktführer	3 283	1 040	Total - 5 Marktführer	:	126	Total - 5 Marktführer	513	278

(1) Schließt Kosmetika mit ein (2) 56% Kotsovolos

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.11: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Contisa Continente	5 973	2 139	Inditex	1 040	507	Expert	822	840
Pryca	3 203	61	Cortefiel	427	436	Consortio Euronics	357	625
Grupo Eroski	3 846	2 870	Mango	246	191	Master Cadena	280	1 128
Auchan	2 993	144	Benetton Espana	120	300	IKEA	240	6
El Corte Inglés	2 524	51	C&A Modas Espana	120	26	Merkamueble	168	28
Total - 5 Marktführer	18 539	5 265	Total - 5 Marktführer	1 953	1 460	Total - 5 Marktführer	1 867	2 627

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.12: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	:	2 723 933	460 947	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	:	326 550	74 768	:	:	:	:	:
50.1	:	106 155	48 462	:	:	:	:	:
50.2	:	127 148	6 820	:	:	:	:	:
50.3	:	42 126	6 650	:	:	:	:	:
50.4	:	7 311	1 261	:	:	:	:	:
50.5	:	43 810	11 576	:	:	:	:	:
Großhandel	183 124	930 651	255 688	51 756	30 775	14 029	16 746	4 562
51.1	48 947	80 478	5 964	2 642	1 832	420	1 413	147
51.2	10 478	45 236	14 488	1 930	1 145	369	776	197
51.3	43 299	307 075	67 797	11 367	6 358	3 606	2 752	1 498
51.4	31 940	195 799	55 143	13 467	7 806	3 611	4 194	750
51.5	26 109	153 915	71 151	13 423	7 691	2 873	4 818	1 335
51.6	20 632	127 837	36 070	8 353	5 615	2 991	2 625	601
51.7	1 719	20 311	5 075	575	328	159	169	36
Einzelhandel	555 609	1 466 732	130 491	32 736	23 579	10 702	12 877	3 771
52.1	39 390	406 157	50 134	9 357	6 565	3 954	2 611	1 731
52.2	156 055	220 611	17 062	4 130	3 159	983	2 176	341
52.3	32 366	86 564	10 584	2 939	2 469	806	1 664	176
52.4	262 127	649 029	48 128	14 236	10 115	4 490	5 625	1 360
52.5	2 296	3 610	155	79	55	19	36	7
52.6	46 666	70 108	3 583	1 297	811	249	563	116
52.7	16 709	30 653	844	698	404	201	203	40

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Einzelhandel und Gruppen: alle Daten von 1997 (in ECU) außer für den Umsatz.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

Tabelle 4.13: Hauptindikatoren, 1998

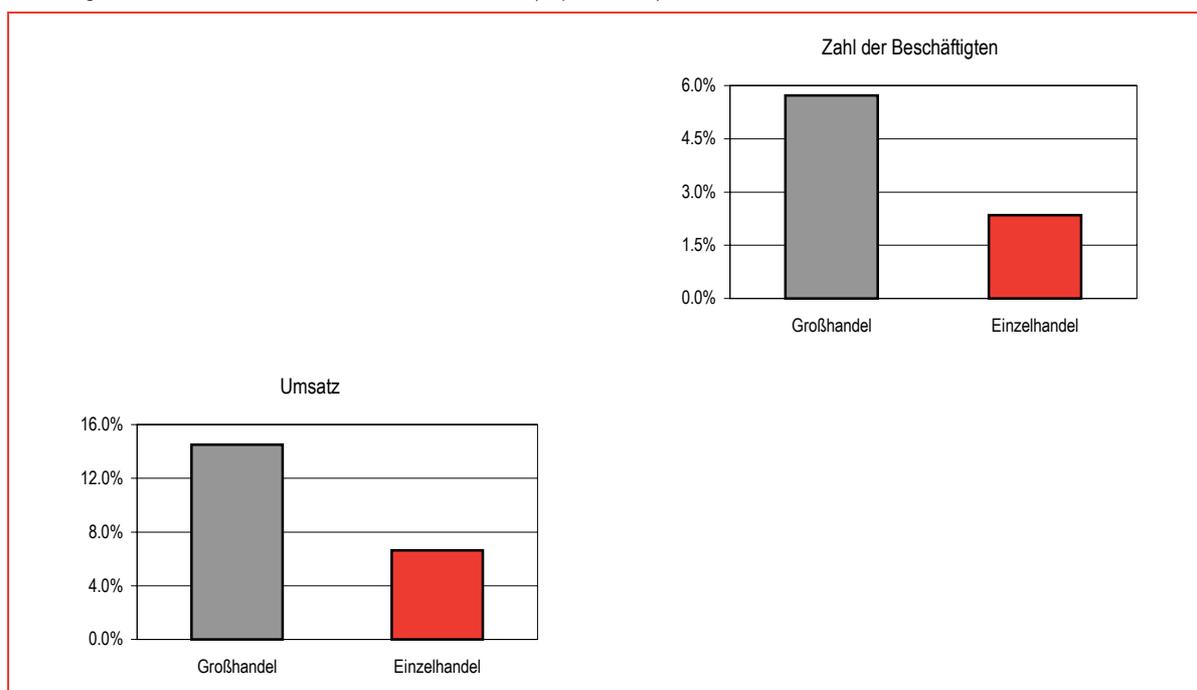
	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	:	:	169.2	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	:	:	229.0	:	:	:	:	:
50.1	:	:	456.5	:	:	:	:	:
50.2	:	:	53.6	:	:	:	:	:
50.3	:	:	157.9	:	:	:	:	:
50.4	:	:	172.4	:	:	:	:	:
50.5	:	:	264.2	:	:	:	:	:
Großhandel	46.5	4.8	274.7	30.0	183.6	20.0	7.5	5.2
51.1	12.4	1.3	74.1	30.0	128.5	20.0	50.6	2.3
51.2	2.7	3.2	320.3	30.0	227.2	20.0	5.9	5.9
51.3	11.0	6.7	220.8	20.0	154.8	10.0	4.4	5.2
51.4	8.1	5.9	281.6	40.0	189.9	20.0	8.2	4.0
51.5	6.6	6.1	462.3	50.0	238.0	20.0	8.1	8.4
51.6	5.2	6.6	282.2	40.0	171.5	20.0	8.2	4.4
51.7	0.4	5.3	249.9	40.0	171.5	20.0	7.5	3.9
Einzelhandel	141.3	2.5	89.0	20.0	128.4	10.0	11.2	2.7
52.1	10.0	8.0	123.4	20.0	141.3	10.0	6.5	5.5
52.2	39.7	1.8	77.3	10.0	119.5	10.0	11.6	1.2
52.3	8.2	2.8	122.3	30.0	197.0	10.0	16.6	1.9
52.4	66.7	2.3	74.2	20.0	129.5	10.0	13.4	2.2
52.5	0.6	1.7	43.0	10.0	110.9	10.0	24.7	1.8
52.6	11.9	1.5	51.1	10.0	89.6	10.0	17.2	1.7
52.7	4.3	1.9	27.5	10.0	92.2	10.0	26.0	1.3

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Einzelhandel und Gruppen: alle Daten von 1997 (in ECU) außer für den Umsatz je Beschäftigten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.4: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz: nominale Wachstumsraten.

Die Wachstumsraten für den Kfz-Handel werden nicht gezeigt, da die Daten nur für 1999 verfügbar sind.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Tabelle 4.14: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
New Carrefour	32 347	1 699	Groupe André	1 633	1 689	Conforama	2 026	168
Auchan	20 276	940	Auchan Mulliez	1 174	552	Darty	1 614	163
ITM Intermarché	19 888	2 180	Eram	960	2 000	BUT International	1 479	226
Leclerc	17 532	501	Etam Développement	609	654	Atlas/Fly/Crozatier	633	275
Casino	12 193	4 549	C&A	473	51	IKEA	556	9
Total - 5 Marktführer	102 236	9 869	Total - 5 Marktführer	4 849	4 946	Total - 5 Marktführer	6 307	841

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.15: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	627 303	2 484 589	841 369	224 910	106 143	76 931	29 212	12 895
Kraftfahrzeughandel	81 777	381 754	115 635	27 530	14 180	11 096	3 084	2 061
50.1	29 505	201 769	87 179	15 996	8 081	6 371	1 710	1 452
50.2	34 739	82 715	8 850	5 461	2 809	2 109	700	304
50.3	6 167	62 314	11 797	4 035	2 244	1 767	477	208
50.4	4 625	11 229	3 450	769	414	292	122	39
50.5	6 741	23 727	4 360	1 270	633	557	76	58
Großhandel	161 287	898 068	447 418	113 849	45 848	34 039	11 809	4 697
51.1	38 538	58 961	60 194	11 449	3 509	2 390	1 119	310
51.2	7 979	50 415	44 141	8 417	2 503	1 776	727	522
51.3	20 579	161 582	90 070	22 814	7 446	5 398	2 049	880
51.4	36 303	171 713	76 545	21 900	8 882	6 511	2 371	702
51.5	17 628	187 332	83 314	21 175	9 353	6 861	2 491	1 009
51.6	34 460	265 496	91 764	27 340	13 880	10 888	2 993	1 242
51.7	5 800	2 569	1 391	756	275	215	60	34
Einzelhandel	384 239	1 204 767	278 316	83 530	46 115	31 797	14 319	6 137
52.1	33 913	478 404	141 536	30 300	16 972	12 039	4 933	2 663
52.2	47 348	70 805	12 030	4 463	2 574	1 605	968	392
52.3	29 270	109 814	25 908	7 936	5 991	3 388	2 602	402
52.4	174 669	461 022	82 317	32 917	17 492	12 496	4 996	2 363
52.5	13 734	8 517	1 850	688	304	189	115	46
52.6	67 605	58 608	13 264	5 999	2 069	1 565	505	218
52.7	17 700	17 597	1 412	1 228	714	515	200	53

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen

Tankstellen; 50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Kraftfahrzeugen, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

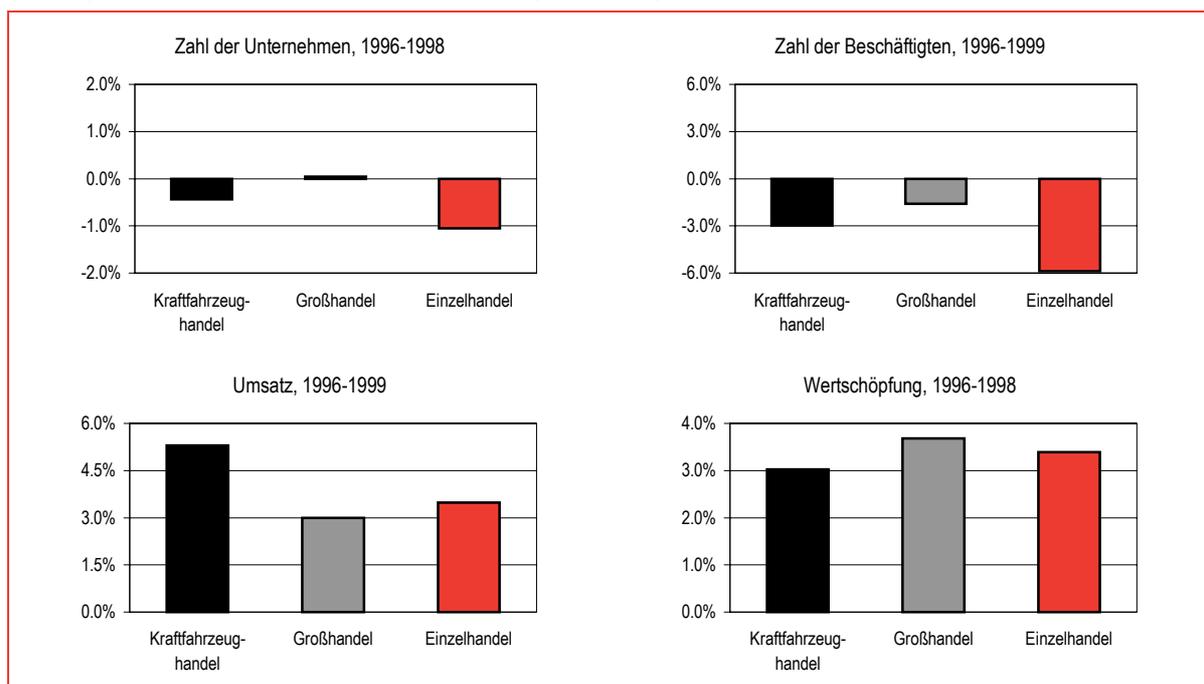
Tabelle 4.16: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	104.7	4.5	338.6	37.3	126.3	29.6	3.6	4.5
Kraftfahrzeughandel	13.6	5.1	302.9	34.0	117.6	28.9	2.8	4.9
50.1	4.9	7.4	432.1	37.1	121.1	30.6	2.2	6.7
50.2	5.8	2.9	107.0	28.1	109.1	25.7	6.8	3.0
50.3	1.0	9.7	189.3	37.5	124.5	30.1	4.3	3.5
50.4	0.8	2.7	307.2	32.8	117.1	28.0	3.7	3.1
50.5	1.1	4.0	183.8	23.5	104.6	22.5	1.6	2.2
Großhandel	26.9	5.9	498.2	48.4	132.3	36.6	2.7	5.0
51.1	6.4	1.6	1 020.9	57.1	139.4	40.9	1.9	5.0
51.2	1.3	6.9	875.5	45.7	134.2	34.0	1.5	9.5
51.3	3.4	8.3	557.4	43.7	135.7	32.2	2.2	5.2
51.4	6.1	5.0	445.8	49.1	134.1	36.6	3.3	3.9
51.5	2.9	11.0	444.7	48.1	135.1	35.6	3.0	5.2
51.6	5.7	8.0	345.6	50.1	126.1	39.7	3.4	4.5
51.7	1.0	1.2	541.5	38.7	120.0	32.3	2.1	4.7
Einzelhandel	64.1	3.9	231.0	31.2	126.4	24.7	5.4	4.2
52.1	5.7	15.6	295.9	32.0	136.4	23.5	3.6	5.0
52.2	7.9	2.0	169.9	26.7	108.9	24.5	8.8	4.1
52.3	4.9	5.1	235.9	39.9	155.0	25.7	10.7	2.7
52.4	29.1	3.3	178.6	30.3	120.7	25.1	6.3	4.1
52.5	2.3	0.9	217.2	23.3	84.8	27.5	7.7	3.6
52.6	11.3	1.2	226.3	24.8	91.3	27.2	4.3	2.6
52.7	3.0	1.7	80.2	24.0	84.9	28.3	12.6	1.8

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.5: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.17: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe		Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte	
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Tesco (1)	1 422	75	Dunnes Stores	77	Electricity Supply Board	80
Musgrave	1 385	487	Arcadia Group	77	Expert	45
Dunnes Stores	980	77	Japan/Angel etc	37	Eircom	21
BWG Foods	480	351	Lifestyle	36	Carphone Warehouse	19
Superquinn	432	16	Penneys	35	Des Kelly Carpets&Furnit.	15
Total - 5 Marktführer	4 699	1 006	Total - 5 Marktführer	262	Total - 5 Marktführer	180

(1) Schließt Quinnsworth/Crazy Prices mit ein

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.18: Hauptkennzahlen, 1997

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. ECU)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	30 628	212 259	40 450	9 023	5 801	:	:	810
Kraftfahrzeughandel	5 061	30 089	8 378	1 348	865	:	:	81
50.1	984	10 764	5 623	746	484	:	:	35
50.2	2 094	7 051	578	186	121	:	:	23
50.3	:	:	:	:	:	:	:	:
50.4	:	:	:	:	:	:	:	:
50.5	1 255	7 896	1 311	211	140	:	:	12
Großhandel	4 914	50 157	18 732	3 992	2 517	:	:	316
51.1	510	1 931	102	92	61	:	:	2
51.2	200	1 617	850	172	105	:	:	16
51.3	1 016	11 045	5 468	789	485	:	:	66
51.4	850	9 627	3 067	817	508	:	:	46
51.5	766	10 017	5 280	978	593	:	:	125
51.6	813	11 032	2 943	829	565	:	:	42
51.7	759	4 888	1 023	316	200	:	:	20
Einzelhandel	20 653	132 013	13 340	3 683	2 419	:	:	412
52.1	5 795	63 416	6 864	1 612	1 118	:	:	259
52.2	2 856	9 694	842	251	167	:	:	18
52.3	1 132	7 085	755	243	173	:	:	14
52.4	9 502	48 434	4 644	1 465	894	:	:	116
52.5	412	968	47	23	13	:	:	2
52.6	141	895	133	52	29	:	:	2
52.7	815	1 521	54	36	25	:	:	1

NACE Rev. 1 50.2: alle Daten von 1996.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1**50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen**

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdem, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdem; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

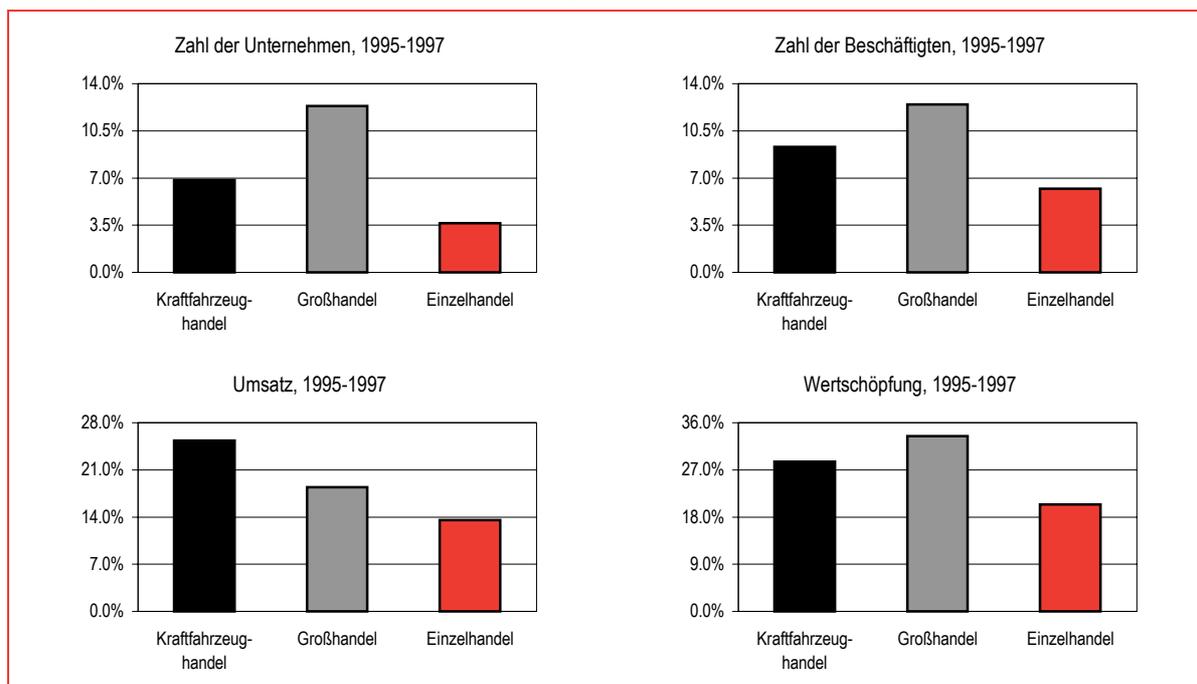
Tabelle 4.19: Hauptindikatoren, 1997

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	83.7	6.9	190.6	27.3	:	:	:	3.8
Kraftfahrzeughandel	13.8	5.9	278.5	28.8	:	:	:	2.7
50.1	2.7	10.9	522.4	45.0	:	:	:	3.3
50.2	5.8	3.4	82.0	17.2	:	:	:	3.3
50.3	:	:	:	:	:	:	:	:
50.4	:	:	:	:	:	:	:	:
50.5	3.4	6.3	166.0	17.7	:	:	:	1.5
Großhandel	13.4	10.2	373.5	50.2	:	:	:	6.3
51.1	1.4	3.8	52.6	31.6	:	:	:	1.0
51.2	0.5	8.1	525.7	65.2	:	:	:	9.8
51.3	2.8	10.9	495.1	43.9	:	:	:	5.9
51.4	2.3	11.3	318.6	52.8	:	:	:	4.8
51.5	2.1	13.1	527.1	59.2	:	:	:	12.5
51.6	2.2	13.6	266.8	51.2	:	:	:	3.8
51.7	2.1	6.4	209.2	40.9	:	:	:	4.1
Einzelhandel	56.4	6.4	101.0	18.3	:	:	:	3.1
52.1	15.8	10.9	108.2	17.6	:	:	:	4.1
52.2	7.8	3.4	86.9	17.2	:	:	:	1.8
52.3	3.1	6.3	106.6	24.4	:	:	:	2.0
52.4	26.0	5.1	95.9	18.5	:	:	:	2.4
52.5	1.1	2.3	48.3	13.9	:	:	:	2.5
52.6	0.4	6.3	149.1	32.6	:	:	:	2.1
52.7	2.2	1.9	35.8	16.2	:	:	:	0.5

NACE Rev. 1 50.2: alle Daten von 1996.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.6: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten. Großhandel: 1996-1997

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Tabelle 4.20: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		
Co-op Italia	7 520	1 240	Benetton	611	1 900	GET Italia	1 541	370
Conad	7 360	5 150	Chicco Artsana	248	500	Expert Serta	675	207
New Carrefour	4 937	943	Bernardi	160	114	GRE	478	75
Rinascente/Auchan	3 533	478	Cisalfo gruppo	176	68	Media World	410	23
Esselunga	2 686	90	Compar Bata	119	184	Europiù	382	180
Total - 5 Marktführer	26 035	7 901	Total - 5 Marktführer	1 314	2 766	Total - 5 Marktführer	3 486	855

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.21: Hauptkennzahlen, 1997

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	1 255 460	3 232 991	655 833	246 497	76 548	32 590	43 958	12 074
Kraftfahrzeughandel	157 960	464 526	127 323	39 366	10 620	4 860	5 760	1 563
50.1	12 669	91 222	67 453	15 068	3 153	1 816	1 337	382
50.2	100 562	245 357	16 136	10 386	4 202	1 777	2 426	858
50.3	10 843	44 018	9 551	3 438	1 384	686	698	119
50.4	9 210	19 844	5 024	1 247	389	140	249	40
50.5	24 676	64 085	29 160	9 228	1 491	441	1 050	164
Großhandel	385 128	1 061 389	323 076	136 416	36 741	14 804	21 938	5 584
51.1	232 763	318 589	19 825	14 708	7 827	746	7 081	1 084
51.2	9 222	27 681	11 279	4 728	865	337	528	143
51.3	37 405	175 901	68 071	19 002	5 120	2 666	2 455	853
51.4	47 677	225 922	79 663	29 498	9 542	4 424	5 117	1 319
51.5	30 665	168 418	97 713	52 224	7 155	3 362	3 793	1 446
51.6	15 328	91 661	27 500	10 495	4 238	2 283	1 954	505
51.7	12 068	53 217	19 026	5 761	1 995	985	1 010	235
Einzelhandel	712 372	1 707 076	205 434	70 715	29 186	12 926	16 260	4 927
52.1	82 296	416 351	69 949	19 256	7 993	5 744	2 249	1 695
52.2	120 620	211 575	15 122	7 019	2 775	548	2 227	504
52.3	32 840	124 179	20 549	5 191	3 141	1 048	2 093	211
52.4	342 657	780 768	89 577	33 906	13 110	5 126	7 984	1 941
52.5	3 052	8 721	538	177	76	20	57	7
52.6	103 852	132 050	8 144	4 115	1 600	309	1 292	476
52.7	27 055	33 432	1 556	1 052	491	132	359	93

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

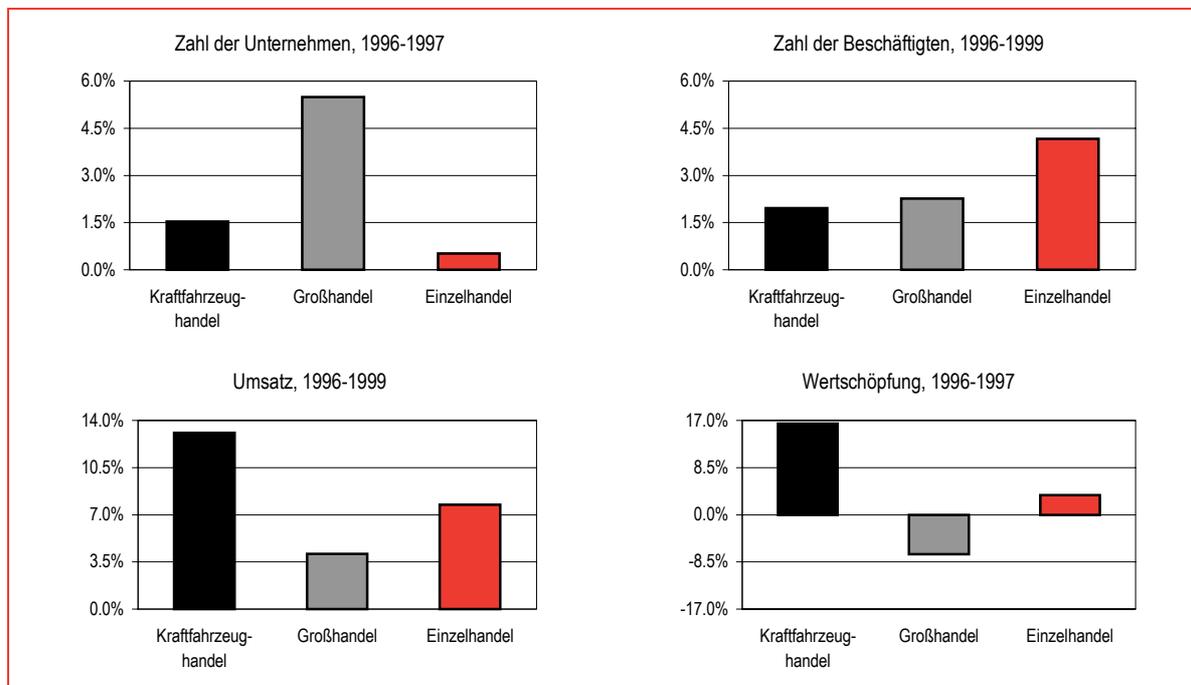
Tabelle 4.22: Hauptindikatoren, 1997

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	218.3	2.3	202.9	30.0	103.8	30.0	7.6	4.1
Kraftfahrzeughandel	27.5	2.7	274.1	20.0	108.4	20.0	5.3	3.6
50.1	2.2	6.5	739.4	40.0	137.9	30.0	2.4	4.7
50.2	17.5	2.3	65.8	20.0	97.3	20.0	17.8	3.7
50.3	1.9	3.8	217.0	30.0	127.9	30.0	7.9	2.9
50.4	1.6	2.0	253.2	20.0	99.3	20.0	7.1	2.2
50.5	4.3	2.4	455.0	30.0	121.1	20.0	3.8	2.8
Großhandel	67.0	2.5	304.4	40.0	128.2	30.0	7.6	5.7
51.1	40.5	1.2	62.2	30.0	101.2	30.0	42.5	3.7
51.2	1.6	2.9	407.4	30.0	128.3	30.0	4.5	5.4
51.3	6.5	4.3	387.0	30.0	127.6	20.0	4.0	5.3
51.4	8.3	4.5	352.6	40.0	151.5	30.0	7.5	6.2
51.5	5.3	5.1	580.2	50.0	154.2	30.0	4.1	9.3
51.6	2.7	5.6	300.0	50.0	138.2	40.0	8.2	5.9
51.7	2.1	4.0	357.5	40.0	133.7	30.0	7.3	4.9
Einzelhandel	123.9	2.2	120.3	20.0	85.7	20.0	9.1	3.2
52.1	14.3	4.5	168.0	20.0	92.8	20.0	3.6	4.6
52.2	21.0	1.6	71.5	10.0	75.8	20.0	15.8	2.6
52.3	5.7	2.9	165.5	30.0	147.0	20.0	13.5	2.2
52.4	59.6	2.0	114.7	20.0	88.0	20.0	10.3	2.8
52.5	0.5	1.5	61.7	20.0	67.2	20.0	24.6	1.4
52.6	18.1	1.3	61.7	10.0	49.4	20.0	15.6	3.5
52.7	4.7	1.5	46.5	10.0	67.6	20.0	22.6	2.4

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.7: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Kraftfahrzeughandel: 1995-1997 für Zahl der Unternehmen und Wertschöpfung; 1995-1999 für Zahl der Beschäftigten und Umsatz.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Tabelle 4.23: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Cactus Leesch Frères	436	188	C&A	24	4	Hifi	53	12
Match Courthéoux	268	28	Adler	18	2	Roller	9	1
Auchan	149	1	Hennes & Mauritz	16	4	Vobis	5	2
Rosenstiel (1)	114	2	Vendex KBB	:	14	Magasins Jules Neuberger	:	4
Monopol/Markant	26	10	Brantano	:	4	Conforama	:	1
Total - 5 Marktführer	992	229	Total - 5 Marktführer	:	28	Total - 5 Marktführer	:	20

(1) Kaufhäuser.

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.24: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. ECU)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	6 647	35 590	12 182	2 444	1 530	815	716	188
Kraftfahrzeughandel	836	5 885	2 372	380	269	141	128	24
50.1	379	3 289	1 259	230	166	88	78	17
50.2	126	498	67	22	18	9	9	1
50.3	112	714	147	33	24	20	4	2
50.4	12	45	18	4	2	1	1	0
50.5	207	1 339	882	90	60	23	37	4
Großhandel	2 953	12 499	7 018	1 220	744	369	375	79
51.1	479	618	320	84	37	13	24	2
51.2	103	388	203	33	20	9	11	6
51.3	332	2 614	1 922	241	164	68	96	11
51.4	559	1 838	662	169	103	48	56	13
51.5	509	3 011	2 560	359	217	92	126	33
51.6	688	3 498	1 216	312	188	127	60	14
51.7	283	532	135	23	15	12	3	1
Einzelhandel	2 858	17 206	2 792	845	518	305	212	86
52.1	257	4 852	1 022	218	131	90	42	44
52.2	315	1 689	236	85	56	32	25	4
52.3	132	888	175	51	38	19	19	2
52.4	1 872	9 054	1 291	464	274	156	119	34
52.5	36	58	5	2	1	0	1	0
52.6	170	456	56	16	10	5	5	1
52.7	76	209	9	9	6	4	2	0

Bruttoinvestitionen in Sachanlagen: Daten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

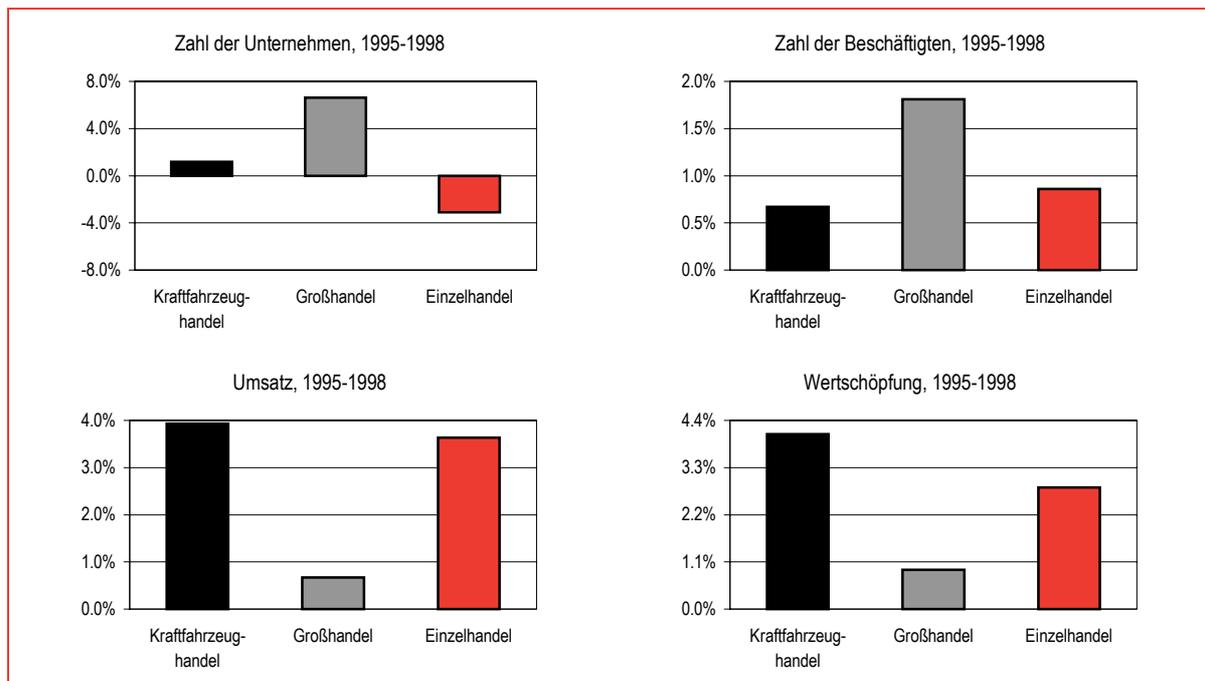
Tabelle 4.25: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	154.9	5.4	342.3	43.0	164.8	26.1	5.9	5.5
Kraftfahrzeughandel	19.5	7.0	403.1	45.7	171.5	26.6	5.4	4.1
50.1	8.8	8.7	382.7	50.3	179.9	28.0	6.2	5.2
50.2	2.9	4.0	133.5	35.4	152.9	23.2	13.0	2.2
50.3	2.6	6.4	206.2	33.6	103.8	32.4	2.5	3.0
50.4	0.3	3.8	408.9	44.5	193.1	23.0	6.0	3.3
50.5	4.8	6.5	658.3	44.7	213.4	20.9	4.2	2.8
Großhandel	68.8	4.2	561.5	59.5	175.4	33.9	5.3	6.7
51.1	11.2	1.3	518.3	60.4	160.5	37.6	7.6	2.6
51.2	2.4	3.8	523.2	50.4	164.2	30.7	5.2	14.7
51.3	7.7	7.9	735.2	62.7	222.4	28.2	5.0	3.9
51.4	13.0	3.3	360.0	56.1	177.2	31.7	8.4	6.8
51.5	11.9	5.9	850.3	72.2	215.1	33.6	4.9	12.2
51.6	16.0	5.1	347.5	53.6	134.0	40.0	4.9	4.5
51.7	6.6	1.9	253.4	27.8	93.2	29.9	2.3	1.8
Einzelhandel	66.6	6.0	162.3	30.1	148.5	20.3	7.6	5.1
52.1	6.0	18.9	210.5	27.1	139.5	19.4	4.1	11.1
52.2	7.3	5.4	139.6	33.3	167.3	19.9	10.5	1.8
52.3	3.1	6.7	197.5	43.1	169.8	25.4	11.0	2.9
52.4	43.6	4.8	142.6	30.3	148.8	20.4	9.2	3.7
52.5	0.8	1.6	77.6	19.6	132.4	14.8	15.5	3.4
52.6	4.0	2.7	121.9	21.9	111.7	19.6	8.6	1.7
52.7	1.8	2.8	42.1	30.6	141.9	21.5	27.9	0.6

Investitionen je Beschäftigten: Daten von 1995.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.8: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung nominale Wachstumsraten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.26: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Ahold	7 912	1 766	Euretco	:	999	Blokker	:	1 037
Laurus	3 959	1 174	Vendex KBB	:	800	Intres	:	485
Aldi Nederland	1 180	359	Intres	:	793	Euretco	:	471
Dirk van den Broek	1 134	139	Various (Garant Schuh)	:	617	Profiel Verf&Behang	:	194
Makro	1 094	12	Zeeman	:	369	Interkleur	:	139
Total - 5 Marktführer	15 279	3 450	Total - 5 Marktführer	:	3 578	Total - 5 Marktführer	:	2 326

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.27: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	166 940	1 231 565	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	21 485	138 542	51 211	12 067	4 920	3 061	1 863	869
50.1	13 610	91 356	38 787	9 048	3 310	2 082	1 230	695
50.2	3 390	17 371	1 325	1 268	562	342	220	70
50.3	2 150	15 826	4 666	982	615	381	234	74
50.4	705	2 408	814	170	100	51	49	8
50.5	1 630	11 581	5 619	599	334	205	128	23
Großhandel	54 300	431 243	218 001	:	:	:	:	:
51.1	4 060	10 117	2 950	:	:	:	:	:
51.2	4 880	32 521	22 035	2 580	1 450	833	616	323
51.3	6 380	66 900	42 006	5 393	3 097	1 647	1 449	522
51.4	14 755	92 779	42 537	10 599	5 345	2 716	2 629	643
51.5	8 190	77 490	41 529	7 092	4 485	2 542	1 942	633
51.6	11 470	128 761	59 725	11 401	7 191	4 099	3 092	726
51.7	4 565	22 675	7 220	1 639	1 060	547	513	151
Einzelhandel	91 155	661 780	68 005	23 069	13 079	7 418	5 661	1 960
52.1	4 180	234 248	20 545	:	:	:	:	:
52.2	13 005	56 578	4 778	1 466	949	455	494	162
52.3	3 615	38 041	5 673	3 651	1 114	593	521	121
52.4	45 050	295 408	31 812	10 961	6 645	3 733	2 912	1 060
52.5	2 995	6 627	262	132	65	15	50	15
52.6	18 790	24 969	2 651	1 104	619	193	427	78
52.7	3 520	5 909	341	202	146	60	86	20

Umsatz: vorläufige Daten von 1999 außer für Kraftfahrzeughandel und Gruppen (Daten von 1998 in ECU), NACE Rev. 1 52.1 und 52.5 (beides Angaben von 1995 in ECU). Einzelhandel und NACE Rev. 1 52.3: Daten von 1996 für Investitionen.

NACE Rev. 1 52.5: Daten von 1995 außer für die Zahl der Unternehmen und die Zahl der Beschäftigten (beides Angaben von 1998).

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmateriale und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

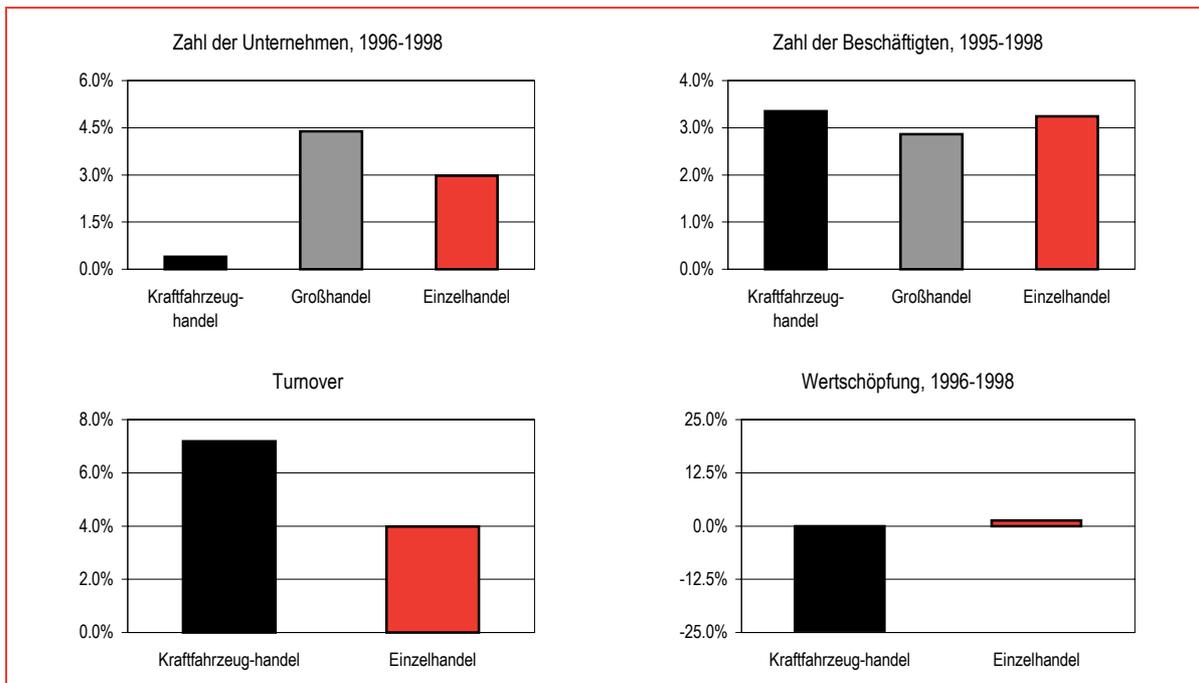
52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

Tabelle 4.28: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	106.3	7.4	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	13.7	6.4	369.6	35.5	130.3	27.3	3.6	6.3
50.1	8.7	6.7	424.6	36.2	125.1	29.0	3.2	7.6
50.2	2.2	5.1	76.3	32.4	130.8	24.7	16.6	4.0
50.3	1.4	7.4	294.8	38.8	142.8	27.2	5.0	4.7
50.4	0.4	3.4	338.2	41.6	161.5	25.8	6.1	3.3
50.5	1.0	7.1	485.1	28.8	149.6	19.3	2.3	2.0
Großhandel	34.6	7.9	:	:	:	:	:	:
51.1	2.6	2.5	:	:	:	:	:	:
51.2	3.1	6.7	669.0	44.6	146.5	30.4	2.8	9.9
51.3	4.1	10.5	604.1	46.3	171.2	27.0	3.6	7.8
51.4	9.4	6.3	421.3	57.6	179.4	32.1	6.7	6.9
51.5	5.2	9.5	497.6	57.9	167.6	34.5	5.0	8.2
51.6	7.3	11.2	393.5	55.9	165.9	33.7	6.1	5.6
51.7	2.9	5.0	316.0	46.7	177.8	26.3	7.2	6.7
Einzelhandel	58.0	7.3	97.8	19.8	150.7	13.1	8.7	3.1
52.1	2.7	56.0	97.6	:	:	:	:	:
52.2	8.3	4.4	83.0	16.8	150.1	11.2	10.5	2.9
52.3	2.3	10.5	134.8	29.3	174.0	16.8	10.2	3.6
52.4	28.7	6.6	100.4	22.5	145.3	15.5	9.8	3.6
52.5	1.9	2.2	69.4	17.2	243.9	7.0	18.9	3.9
52.6	12.0	1.3	119.0	24.8	172.1	14.4	14.4	3.1
52.7	2.3	1.7	49.6	25.7	94.9	27.1	30.5	3.4

Einzelhandel und NACE Rev. 1 52.3: Daten von 1996 Investitionen je Beschäftigten. NACE Rev. 1 52.1: Daten von 1995 für Umsatz je Beschäftigten. NACE Rev. 1 52.5 und 52.7: Daten von 1995 außer für die Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (1998) und die der Beschäftigten je Unternehmen (1998).
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.9: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten. Kraftfahrzeughandel: 1995-1998 für die Zahl der Unternehmen; 1996-1998 für Umsatz.
Einzelhandel: 1996-1999 für Umsatz. Großhandel: die Veränderungen beim Umsatz werden nicht gezeigt, da die Daten nur für 1999 verfügbar sind; die Veränderungen bei der Wertschöpfung werden nicht gezeigt, da keine Daten verfügbar sind.
Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.29: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
BML	3 504	1 114	Hennes&Mauritz	337	33	Leiner-Kika	1 206	56
Spar Österreich	3 150	1 547	Palmer's	289	425	Lutz	727	52
ADEG	1 624	1 181	Dominici/Top Schuh (1)	182	200	Media Markt	506	17
Hofer	1 562	220	Jello/Humanic	181	176	Ruefach/Elekt. Partner	327	800
Metro	908	11	Hervis	151	55	Funkberatering-Redzac	298	300
Total - 5 Marktführer	10 748	4 073	Total - 5 Marktführer	1 140	889	Total - 5 Marktführer	3 064	1 225

(1) Schließt Shoe 4 you mit ein.

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.30: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	64 039	561 341	130 340	38 564	19 748	13 421	6 327	2 403
Kraftfahrzeughandel	8 244	80 205	20 385	5 377	2 790	1 945	844	368
50.1	2 094	34 450	13 137	2 690	1 331	971	360	174
50.2	3 272	26 397	3 018	1 600	803	554	249	96
50.3	784	9 675	2 390	667	405	269	135	73
50.4	229	1 055	357	72	38	23	15	4
50.5	1 865	8 626	1 483	349	213	129	85	22
Großhandel	19 409	203 452	74 741	21 582	9 947	6 641	3 306	1 213
51.1	4 251	9 058	774	628	335	176	158	22
51.2	1 038	17 060	5 397	985	557	423	134	115
51.3	1 781	37 086	12 216	3 999	1 452	1 004	448	202
51.4	4 132	45 841	16 586	4 641	2 398	1 621	777	177
51.5	3 093	44 362	22 780	6 764	2 405	1 541	863	379
51.6	4 642	47 339	14 835	4 340	2 698	1 801	897	306
51.7	472	2 706	2 153	224	103	75	29	11
Einzelhandel	36 386	277 685	35 214	11 605	7 011	4 835	2 177	822
52.1	4 530	69 252	9 600	2 538	1 487	1 138	349	213
52.2	4 981	18 758	3 175	779	551	262	290	65
52.3	2 082	24 730	3 234	1 034	717	460	257	52
52.4	21 268	153 259	17 843	6 524	3 948	2 778	1 170	472
52.5	983	1 844	119	62	37	16	21	3
52.6	1 355	7 138	1 131	582	223	151	71	14
52.7	1 188	2 704	112	85	49	30	19	3

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

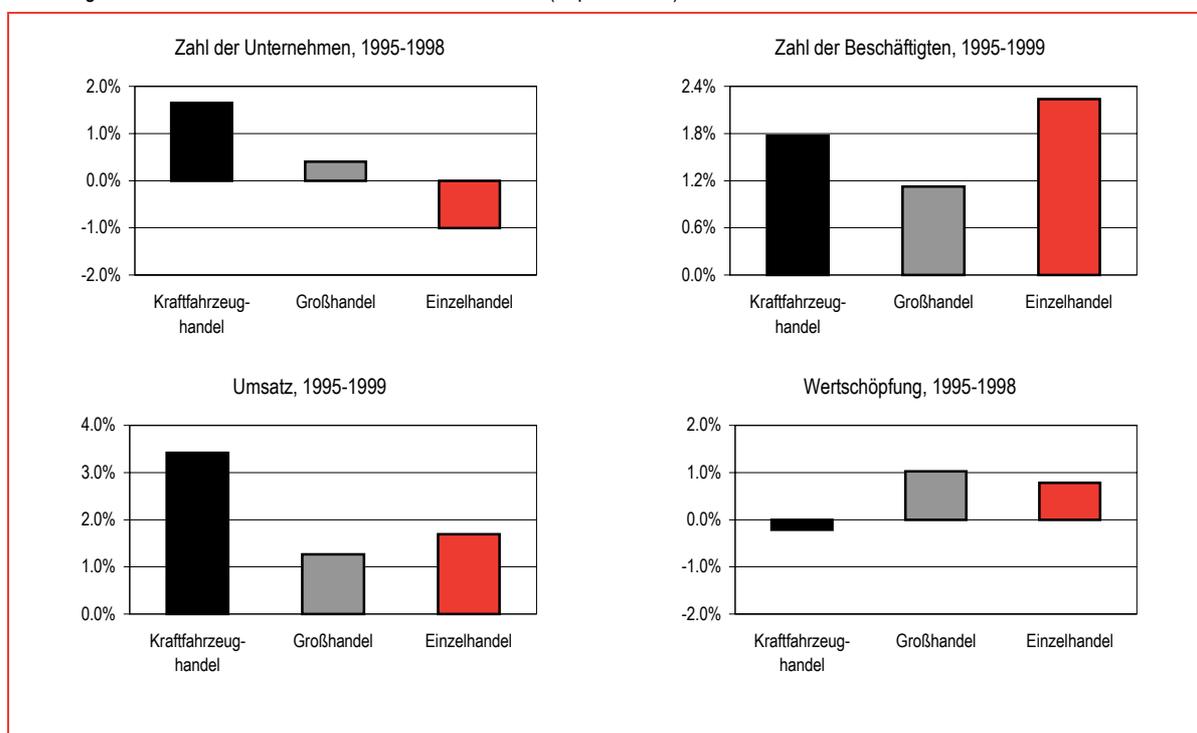
Tabelle 4.31: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	79.3	8.6	232.2	36.1	131.7	27.4	5.1	4.4
Kraftfahrzeughandel	10.2	9.5	254.2	35.6	130.1	27.3	4.4	4.7
50.1	2.6	16.1	381.3	39.5	129.4	30.5	2.9	5.2
50.2	4.1	7.9	114.3	31.1	129.1	24.1	8.4	3.7
50.3	1.0	12.1	247.0	42.8	140.0	30.6	5.8	7.7
50.4	0.3	4.5	338.6	37.0	134.7	27.5	4.5	3.5
50.5	2.3	4.5	171.9	25.3	132.5	19.1	6.3	2.6
Großhandel	24.0	10.3	367.4	49.9	138.4	36.1	4.6	6.1
51.1	5.3	2.1	85.5	37.7	105.2	35.9	21.4	2.5
51.2	1.3	16.1	316.4	33.3	123.4	27.0	2.4	6.9
51.3	2.2	20.4	329.4	40.0	138.3	28.9	3.7	5.6
51.4	5.1	10.9	361.8	53.4	138.1	38.7	5.0	4.0
51.5	3.8	14.0	513.5	55.3	148.8	37.2	3.9	8.7
51.6	5.7	10.0	313.4	58.2	139.4	41.8	6.6	6.6
51.7	0.6	5.6	795.6	39.0	119.6	32.6	1.4	4.1
Einzelhandel	45.0	7.4	126.8	26.0	126.2	20.6	6.4	3.0
52.1	5.6	14.9	138.6	22.1	121.4	18.2	3.7	3.2
52.2	6.2	3.7	169.2	30.2	157.9	19.1	9.6	3.6
52.3	2.6	11.6	130.8	29.8	141.9	21.0	8.5	2.2
52.4	26.3	7.0	116.4	26.5	123.0	21.5	6.8	3.2
52.5	1.2	1.8	64.4	20.8	107.9	19.2	18.6	1.6
52.6	1.7	5.1	158.4	32.0	118.3	27.1	6.2	2.0
52.7	1.5	2.2	41.4	18.5	93.4	19.8	18.3	1.2

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.10: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.32: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Modelo Continente	1 821	66	Inditex	118	93	Worten (Sonae)	:	20
Jerónimo Martius	1 739	189	Cortefiel	65	28	Singer	:	147
Jumbo/Pão de Açúcar	878	12	Modalfa (Sonae) (1)	:	26	Casa	:	27
Promodès	259	287	C&A	29	5	KA International	:	18
Grala	241	371	Lanidor	15	54	Tito Cunha	:	8
Total - 5 Marktführer	4 938	925	Total - 5 Marktführer	:	206	Total - 5 Marktführer	:	220

(1) Heimtextilien und Bekleidung.

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.33: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	212 080	860 605	159 025	81 177	13 392	7 241	6 151	3 444
Kraftfahrzeughandel	26 954	114 147	30 388	15 007	2 197	1 271	925	874
50.1	4 227	45 486	21 954	7 662	1 213	609	604	564
50.2	14 908	38 888	2 319	1 672	458	310	148	146
50.3	2 873	11 464	1 682	1 625	264	173	91	78
50.4	2 938	5 810	580	633	83	44	39	27
50.5	2 008	12 499	3 853	3 414	179	135	44	59
Großhandel	49 308	277 165	84 395	39 606	6 403	3 250	3 153	1 341
51.1	15 071	62 362	16 230	4 015	553	258	294	91
51.2	2 415	9 199	3 858	2 160	152	81	71	36
51.3	8 134	59 125	20 024	8 166	1 085	558	526	252
51.4	9 661	62 206	18 492	10 297	1 909	941	968	265
51.5	5 930	37 802	13 788	7 282	1 218	541	677	391
51.6	4 402	31 336	7 630	4 498	1 034	605	429	216
51.7	3 695	15 135	4 373	3 188	453	265	188	90
Einzelhandel	135 818	469 293	44 242	26 565	4 792	2 719	2 073	1 229
52.1	20 602	110 215	11 366	4 037	991	576	415	399
52.2	30 730	57 637	3 642	3 318	369	212	157	99
52.3	4 120	15 768	1 894	2 326	439	214	226	51
52.4	66 732	256 831	26 378	16 215	2 868	1 650	1 218	661
52.5	503	1 033	38	53	9	7	2	2
52.6	6 858	18 483	731	408	56	26	31	8
52.7	6 273	9 326	193	208	61	36	25	10

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

<p>NACE Rev. 1</p> <p>50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen</p> <p>50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdem, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdem; 50.5: Tankstellen;</p> <p>51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)</p> <p>51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;</p> <p>52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern</p> <p>52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.</p>
--

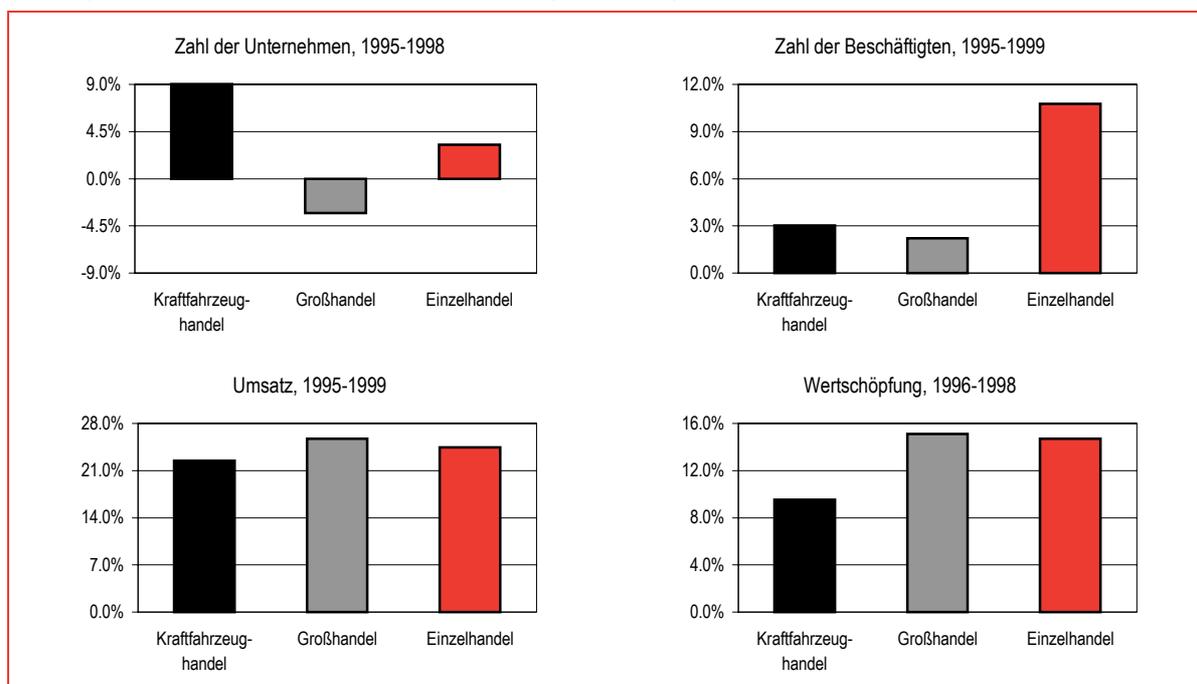
Tabelle 4.34: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	212.7	3.9	184.8	16.3	152.5	10.7	5.2	4.2
Kraftfahrzeughandel	27.0	5.0	266.2	16.2	152.3	10.6	3.7	6.4
50.1	4.2	11.0	482.7	26.2	192.3	13.6	3.7	12.2
50.2	15.0	3.2	59.6	9.6	113.4	8.5	8.3	3.1
50.3	2.9	6.1	146.7	15.0	145.9	10.3	4.6	4.4
50.4	2.9	2.7	99.8	10.4	137.3	7.6	5.5	3.3
50.5	2.0	8.1	308.2	11.1	128.2	8.6	1.0	3.7
Großhandel	49.5	5.4	304.5	24.0	178.4	13.5	5.3	5.0
51.1	15.1	2.1	260.3	17.3	134.2	12.9	5.6	2.9
51.2	2.4	4.1	419.4	15.5	156.5	9.9	2.3	3.7
51.3	8.2	6.9	338.7	19.3	181.9	10.6	3.8	4.5
51.4	9.7	7.0	297.3	28.1	192.1	14.6	6.4	3.9
51.5	5.9	7.1	364.8	29.1	213.6	13.6	6.3	9.3
51.6	4.4	8.6	243.5	27.2	166.5	16.3	6.1	5.7
51.7	3.7	5.5	288.9	22.2	159.0	13.9	4.6	4.4
Einzelhandel	136.2	3.1	94.3	11.4	133.1	8.6	6.3	2.9
52.1	20.7	4.1	103.1	11.7	132.6	8.8	4.9	4.7
52.2	30.8	1.9	63.2	6.4	91.8	6.9	4.6	1.7
52.3	4.1	4.6	120.1	23.4	185.9	12.6	9.5	2.7
52.4	66.9	3.6	102.7	12.0	143.9	8.4	6.8	2.8
52.5	0.5	2.2	36.6	7.7	89.9	8.6	3.5	2.0
52.6	6.9	1.4	39.6	6.1	57.7	10.5	6.8	0.8
52.7	6.3	1.7	20.7	5.8	72.8	8.0	11.9	0.9

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.11: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Großhandel: 1996-1998 für die Zahl der Unternehmen; 1996-1999 für die Zahl der Beschäftigten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.35: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe		Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte			
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		
Kesko	3 914	1 296	Kesko Group	189	203	Expert	219	140
SOK Corporation	2 843	595	Seppälä	135	119	Tekniset	199	103
Suomen Spar	1 001	349	Texmoda Fashion Group	131	122	Musta Pörssi	149	71
Tradeka	987	528	Sokos	57	14	Anttila Kodin Ykkönen	80	5
Wihuri	494	693	KappAhl	42	24	Academica	6	1
Total - 5 Marktführer	9 239	3 461	Total - 5 Marktführer	553	482	Total - 5 Marktführer	652	320

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.36: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	52 270	231 779	76 793	16 530	9 787	5 871	3 915	1 363
Kraftfahrzeughandel	9 453	35 057	12 871	2 211	1 466	843	623	284
50.1	1 497	9 195	7 343	894	567	292	274	132
50.2	5 017	12 518	2 566	585	412	245	167	102
50.3	1 445	6 544	1 496	424	286	169	118	28
50.4	183	422	155	24	13	7	7	1
50.5	1 311	6 378	1 312	284	188	131	57	20
Großhandel	17 358	83 809	42 083	8 593	4 749	2 799	1 950	624
51.1	4 478	5 460	1 113	515	264	140	123	31
51.2	337	1 986	1 282	182	99	62	36	6
51.3	1 211	7 423	4 712	727	329	216	113	47
51.4	3 871	15 115	5 304	1 543	831	474	357	76
51.5	2 855	16 494	10 863	1 831	1 060	576	484	176
51.6	4 073	28 992	10 141	2 598	1 672	1 046	626	197
51.7	533	8 339	8 669	1 197	495	284	211	90
Einzelhandel	25 459	112 913	21 838	5 726	3 572	2 229	1 343	455
52.1	4 757	55 982	12 618	2 792	1 777	1 158	619	310
52.2	1 443	3 937	824	234	140	88	52	14
52.3	1 253	7 462	1 379	453	309	173	136	13
52.4	14 660	41 044	6 503	1 994	1 230	746	484	108
52.5	804	717	52	24	11	5	7	2
52.6	943	1 827	336	152	52	32	20	3
52.7	1 599	1 944	127	77	53	27	26	6

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Kraftfahrzeugen, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Verbrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

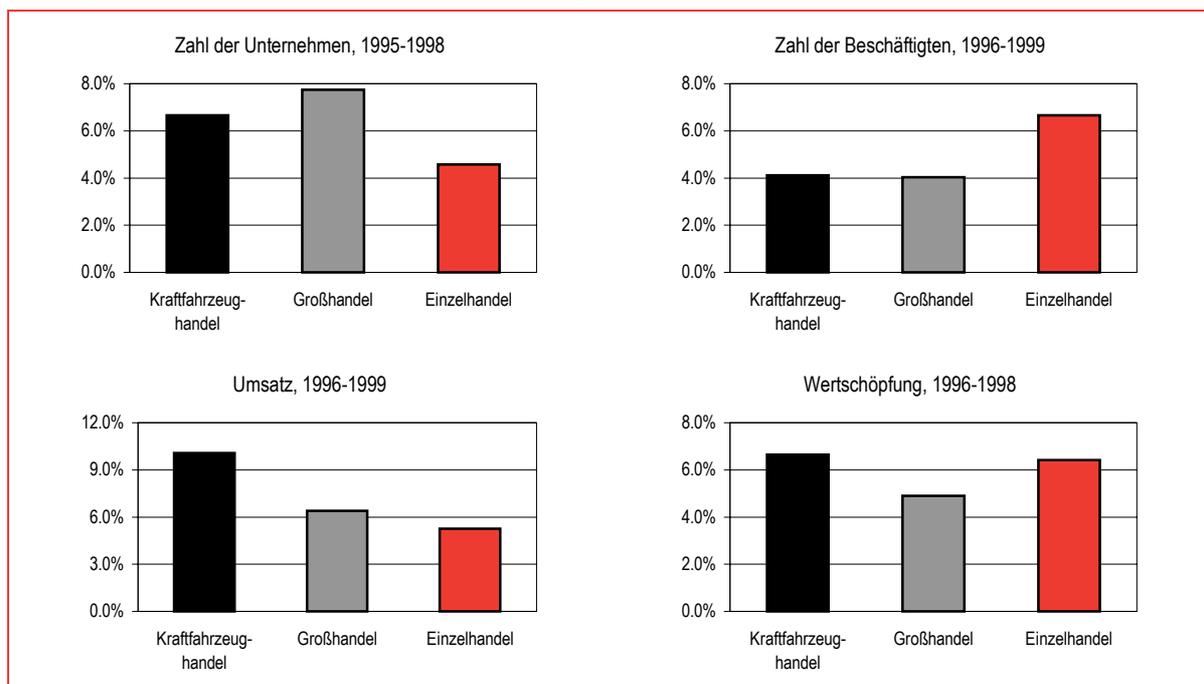
Tabelle 4.37: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Bruttobetriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	101.4	4.4	331.3	43.0	151.8	28.3	5.4	6.0
Kraftfahrzeughandel	18.3	3.6	367.2	43.0	151.8	28.3	5.3	8.3
50.1	2.9	6.0	798.6	63.0	188.2	33.5	4.0	14.7
50.2	9.7	2.4	205.0	34.4	126.0	27.3	8.0	8.5
50.3	2.8	4.5	228.6	44.3	157.8	28.1	7.8	4.4
50.4	0.4	2.0	366.8	35.9	149.7	24.0	6.1	3.1
50.5	2.5	4.8	205.7	29.9	132.1	22.6	4.4	3.2
Großhandel	33.7	4.8	502.1	57.2	162.2	35.3	4.9	7.5
51.1	8.7	1.2	203.9	48.7	142.5	34.2	21.5	5.7
51.2	0.7	6.6	645.4	44.5	150.3	29.6	2.6	2.9
51.3	2.4	5.9	634.8	46.3	147.6	31.4	2.7	6.6
51.4	7.5	3.9	350.9	55.7	166.1	33.5	6.9	5.1
51.5	5.5	5.9	658.6	62.6	179.6	34.9	4.7	10.4
51.6	7.9	6.8	349.8	60.1	155.7	38.6	6.6	7.1
51.7	1.0	16.1	1 039.5	57.9	172.2	33.6	2.5	10.6
Einzelhandel	49.4	4.3	193.4	32.3	142.3	22.7	6.5	4.1
52.1	9.2	11.6	225.4	32.2	146.1	22.1	5.1	5.6
52.2	2.8	2.6	209.2	37.5	129.6	28.9	8.2	3.9
52.3	2.4	6.2	184.7	39.9	158.1	25.3	10.7	1.6
52.4	28.4	2.7	158.4	31.2	138.0	22.6	8.1	2.7
52.5	1.6	0.9	73.1	15.8	85.4	18.5	14.3	2.2
52.6	1.8	1.9	184.0	30.0	129.1	23.2	6.1	1.6
52.7	3.1	1.3	65.3	26.3	108.9	24.2	20.4	2.7

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.12: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Kraftfahrzeughandel: 1995-1999 für die Zahl der Beschäftigten und Umsatz; 1995-1998 für Wertschöpfung.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank und Schätzungen

Tabelle 4.38: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
ICA Handlamas	7 448	2 029	Hennes&Mauritz	559	120	IKEA	580	14
D&D	2 975	924	Lindex	301	164	Onoff	379	66
KF	2 430	499	KappAhl	262	104	Expert	261	220
Systembolaget	2 169	397	JC Jeans&Clothes/Brother	215	165	Siba	196	27
Axel Johnson	954	135	The Stadium/MAP (1)	211	62	Aktiebolaget Mio	177	69
Total - 5 Marktführer	15 975	3 984	Total - 5 Marktführer	1 548	615	Total - 5 Marktführer	1 594	396

(1) Schließt Sports Outlet mit ein.

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.39: Hauptkennzahlen, 1997

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	119 521	433 036	156 814	37 342	19 367	13 624	5 743	3 290
Kraftfahrzeughandel	18 534	63 208	27 944	4 526	2 756	1 834	922	664
50.1	3 819	26 825	16 813	2 161	1 304	847	457	385
50.2	10 089	16 770	2 842	1 083	666	450	217	130
50.3	1 704	7 176	2 388	565	314	213	102	54
50.4	630	1 059	497	75	43	25	18	6
50.5	2 292	11 378	5 404	642	429	300	129	89
Großhandel	42 295	190 022	89 671	21 815	10 263	7 036	3 227	1 853
51.1	3 373	7 391	3 558	1 062	502	303	199	108
51.2	907	5 917	2 870	1 305	253	196	57	44
51.3	3 818	22 036	15 994	2 246	1 029	794	235	324
51.4	12 130	47 944	21 050	5 379	2 383	1 598	785	297
51.5	11 053	48 242	24 738	5 643	2 809	1 793	1 016	605
51.6	10 546	57 198	21 139	5 911	3 217	2 307	910	452
51.7	468	1 294	323	270	70	46	25	24
Einzelhandel	58 692	179 806	39 199	11 001	6 348	4 754	1 594	773
52.1	7 207	65 524	16 222	3 751	2 232	1 781	451	281
52.2	7 555	11 951	3 430	748	463	310	153	69
52.3	996	10 807	3 179	702	567	394	173	36
52.4	35 055	82 535	14 475	4 908	2 725	1 998	727	344
52.5	1 476	428	91	66	32	15	17	6
52.6	2 854	5 103	1 384	486	177	151	25	24
52.7	3 549	3 458	418	340	152	104	48	14

Zahl der Beschäftigten und Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

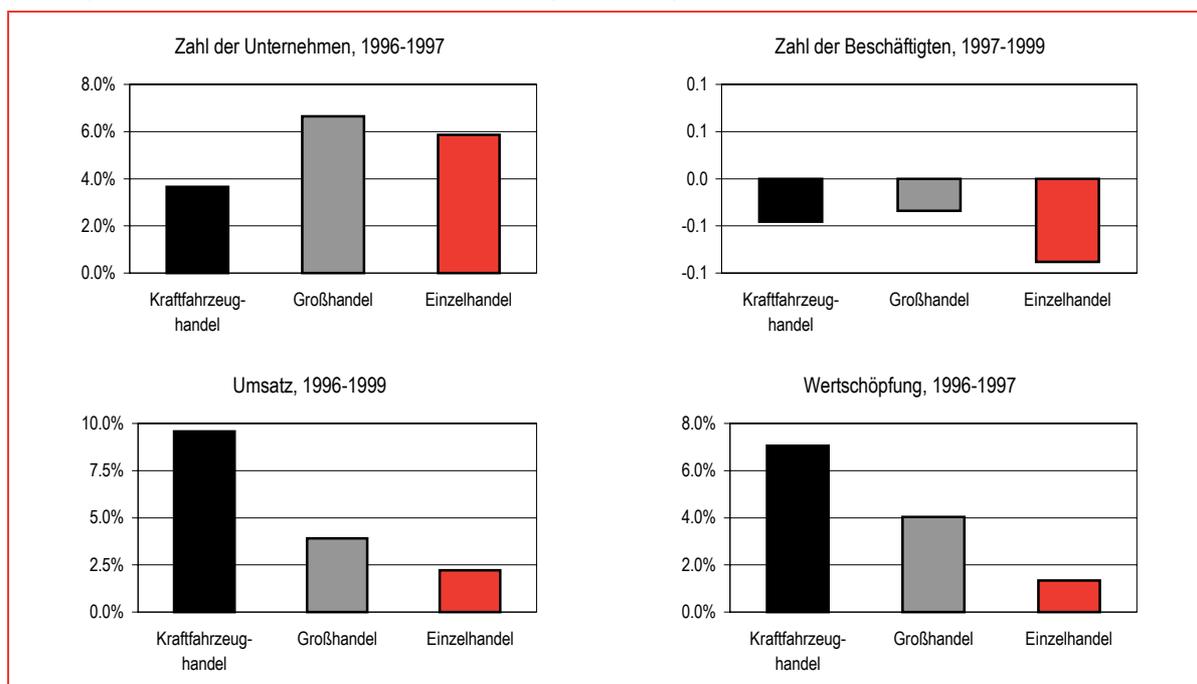
Tabelle 4.40: Hauptindikatoren, 1997

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	135.1	4.3	362.1	37.6	123.5	30.4	4.0	6.4
Kraftfahrzeughandel	21.0	3.9	442.1	38.2	128.3	29.8	3.9	9.2
50.1	4.3	7.3	626.8	46.7	143.1	32.6	3.2	13.8
50.2	11.4	2.3	169.4	29.2	106.2	27.5	7.7	5.7
50.3	1.9	4.3	332.7	43.2	130.7	33.0	4.7	7.4
50.4	0.7	2.1	469.6	32.2	117.3	27.5	5.3	4.6
50.5	2.6	5.6	475.0	33.6	133.5	25.2	3.1	7.0
Großhandel	47.8	5.0	471.9	49.0	131.3	37.3	3.9	8.8
51.1	3.8	3.0	481.4	49.8	136.2	36.6	5.7	10.7
51.2	1.0	7.2	485.0	38.6	119.5	32.3	1.9	6.7
51.3	4.3	6.7	725.8	40.1	118.7	33.8	1.5	12.6
51.4	13.7	4.1	439.0	47.7	129.0	37.0	4.7	6.0
51.5	12.5	4.9	512.8	51.7	141.8	36.5	4.2	11.1
51.6	11.9	5.8	369.6	52.4	129.4	40.5	4.8	7.4
51.7	0.5	3.5	249.5	42.8	130.2	32.8	5.1	14.7
Einzelhandel	66.3	4.0	218.0	27.1	112.9	24.0	4.4	3.3
52.1	8.1	11.4	247.6	27.3	119.9	22.7	2.9	3.4
52.2	8.5	2.6	287.0	23.6	109.4	21.6	4.7	3.5
52.3	1.1	13.0	294.2	43.7	136.2	32.1	6.5	2.8
52.4	39.6	2.9	175.4	26.4	109.7	24.1	5.5	3.3
52.5	1.7	1.3	212.1	16.3	73.3	22.2	9.4	3.1
52.6	3.2	2.8	271.1	22.2	80.4	27.6	2.2	3.0
52.7	4.0	1.8	120.8	23.7	83.0	28.6	9.6	2.1

Umsatz je Beschäftigten: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.13: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Kraftfahrzeughandel: 1995-1997 für die Zahl der Unternehmen und Wertschöpfung ; 1995-1999 für Umsatz.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

4. LÄNDERBEZOGENE ANALYSE - Vereinigtes-Königreich

Tabelle 4.41: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden
Tesco (1)	25 743	659	Arcadia Group	2 224	2 795	Dixon/Currys/PCWorld (2)	5 394	1 058
Sainsbury's/Savacentre	18 742	446	Next	1 495	337	Comet	1 491	262
ASDA	12 445	233	Clarks/K Shoes/Ravel	717	625	MFI Homeworks	908	186
Safeway	11 627	488	C&A	683	119	Homestyle	820	792
Somerfield	8 298	1 371	Matalan	657	99	IKEA	732	8
Total - 5 Marktführer	76 855	3 197	Total - 5 Marktführer	5 776	3 975	Total - 5 Marktführer	9 344	2 306

(1) Schließt Tesco Metro, Tesco Express und Tesco Extra mit ein.

(2) Schließt The Link und @jacara mit ein.

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-,gruppen oder zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.42: Hauptkennzahlen, 1998

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. Euro)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	408 206	:	1 066 909	:	150 752	80 046	70 706	22 981
Kraftfahrzeughandel	72 105	:	191 209	:	25 085	11 324	13 760	2 995
50.1	31 196	:	130 238	:	14 834	5 984	8 849	1 811
50.2	24 680	:	16 049	:	4 735	2 540	2 195	646
50.3	7 187	:	17 682	:	3 400	1 910	1 490	266
50.4	1 782	:	2 527	:	373	149	223	38
50.5	7 260	:	24 714	:	1 743	741	1 002	234
Großhandel	120 101	:	525 232	:	66 487	34 521	31 966	7 778
51.1	15 734	:	17 619	:	3 088	1 561	1 527	324
51.2	2 721	:	9 755	:	871	479	392	114
51.3	15 446	:	94 899	:	8 323	4 774	3 550	1 576
51.4	27 344	:	99 616	:	15 586	7 511	8 075	1 555
51.5	17 657	:	167 884	:	12 384	7 285	5 099	1 595
51.6	15 124	:	96 122	:	20 312	10 422	9 890	2 043
51.7	26 075	:	39 337	:	5 922	2 488	3 434	571
Einzelhandel	216 000	:	350 468	:	59 181	34 201	24 980	12 208
52.1	38 360	:	162 371	:	26 615	14 930	11 685	6 855
52.2	50 435	:	21 491	:	3 754	1 842	1 912	386
52.3	7 383	:	12 833	:	1 941	1 187	754	217
52.4	98 847	:	131 897	:	22 023	14 168	7 854	4 292
52.5	6 105	:	3 173	:	695	169	526	50
52.6	10 373	:	17 095	:	3 728	1 588	2 141	334
52.7	4 497	:	1 609	:	426	318	108	74

Umsatz: vorläufige Daten von 1999.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdem, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdem; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

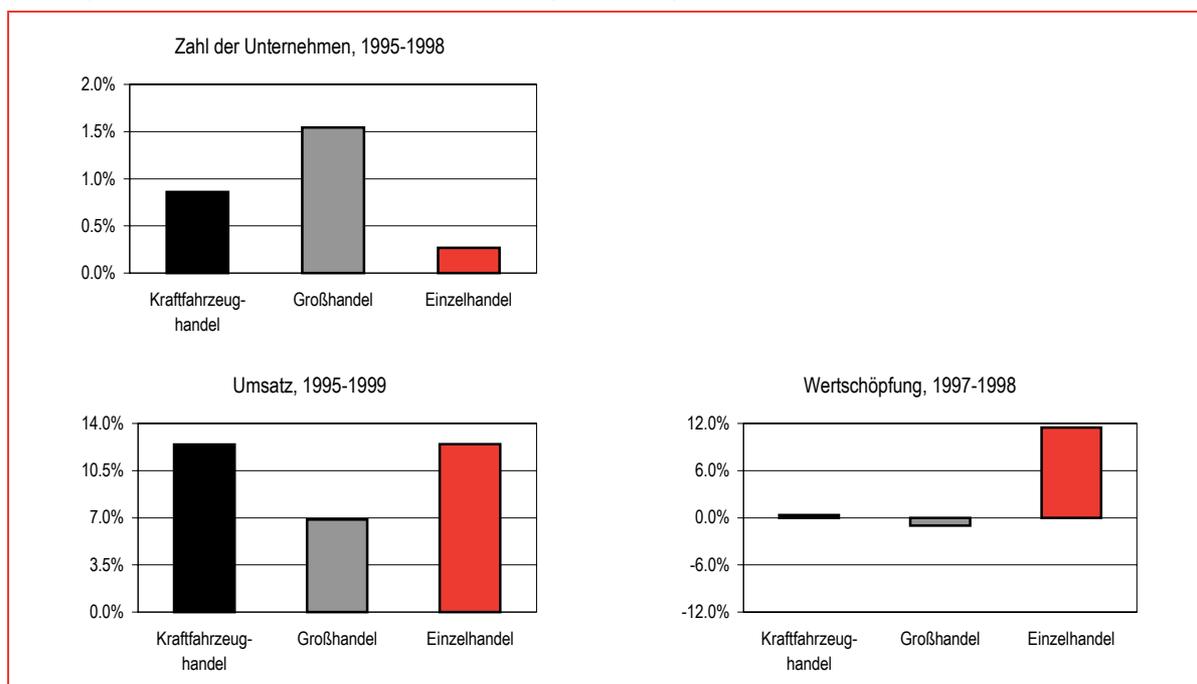
Tabelle 4.43: Hauptindikatoren, 1998

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 Euro)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	68.9	:	:	:	:	:	7.3	:
Kraftfahrzeughandel	12.2	:	:	:	:	18.8	7.6	:
50.1	5.3	:	:	:	:	25.3	6.9	:
50.2	4.2	:	:	:	:	12.9	16.5	:
50.3	1.2	:	:	:	:	17.9	9.2	:
50.4	0.3	:	:	:	:	11.0	11.9	:
50.5	1.2	:	:	:	:	13.0	4.6	:
Großhandel	20.3	:	:	:	:	28.4	6.5	:
51.1	2.7	:	:	:	:	25.8	11.3	:
51.2	0.5	:	:	:	:	20.2	3.9	:
51.3	2.6	:	:	:	:	24.2	3.9	:
51.4	4.6	:	:	:	:	25.5	8.9	:
51.5	3.0	:	:	:	:	27.9	3.4	:
51.6	2.6	:	:	:	:	35.8	10.7	:
51.7	4.4	:	:	:	:	30.1	7.5	:
Einzelhandel	36.5	:	:	:	:	:	8.5	:
52.1	6.5	:	:	:	:	:	8.2	:
52.2	8.5	:	:	:	:	:	10.1	:
52.3	1.2	:	:	:	:	:	6.8	:
52.4	16.7	:	:	:	:	:	7.5	:
52.5	1.0	:	:	:	:	:	18.4	:
52.6	1.8	:	:	:	:	:	15.7	:
52.7	0.8	:	:	:	:	:	10.2	:

Arbeitskosten je Einheit: Daten von 1997.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.14: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.44: Hauptkennzahlen, 1995

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. ECU)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	:	:	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	:	:	:	:	:	:	:	:
50.1	:	:	:	:	:	:	:	:
50.2	:	:	:	:	:	:	:	:
50.3	:	:	:	:	:	:	:	:
50.4	:	:	:	:	:	:	:	:
50.5	:	:	:	:	:	:	:	:
Großhandel	1 469	7 018	1 610	:	278	:	:	:
51.1	:	:	:	:	:	:	:	:
51.2	:	:	:	:	:	:	:	:
51.3	:	:	:	:	:	:	:	:
51.4	:	:	:	:	:	:	:	:
51.5	:	:	:	:	:	:	:	:
51.6	:	:	:	:	:	:	:	:
51.7	:	:	:	:	:	:	:	:
Einzelhandel	1 670	7 742	:	:	:	:	:	:
52.1	:	:	:	:	:	:	:	:
52.2	:	:	:	:	:	:	:	:
52.3	:	:	:	:	:	:	:	:
52.4	:	:	:	:	:	:	:	:
52.5	:	:	:	:	:	:	:	:
52.6	:	:	:	:	:	:	:	:
52.7	:	:	:	:	:	:	:	:

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1**50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen**

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

Tabelle 4.45: Hauptindikatoren, 1995

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 ECU)	Einfache Arbeits- produktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeits- produktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto- betriebsüber- schußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	:	:	:	:	:	:	:	:
Kraftfahrzeughandel	:	:	:	:	:	:	:	:
50.1	:	:	:	:	:	:	:	:
50.2	:	:	:	:	:	:	:	:
50.3	:	:	:	:	:	:	:	:
50.4	:	:	:	:	:	:	:	:
50.5	:	:	:	:	:	:	:	:
Großhandel	55.0	4.8	229.4	:	:	:	:	:
51.1	:	:	:	:	:	:	:	:
51.2	:	:	:	:	:	:	:	:
51.3	:	:	:	:	:	:	:	:
51.4	:	:	:	:	:	:	:	:
51.5	:	:	:	:	:	:	:	:
51.6	:	:	:	:	:	:	:	:
51.7	:	:	:	:	:	:	:	:
Einzelhandel	62.5	4.6	:	:	:	:	:	:
52.1	:	:	:	:	:	:	:	:
52.2	:	:	:	:	:	:	:	:
52.3	:	:	:	:	:	:	:	:
52.4	:	:	:	:	:	:	:	:
52.5	:	:	:	:	:	:	:	:
52.6	:	:	:	:	:	:	:	:
52.7	:	:	:	:	:	:	:	:

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Tabelle 4.46: Führende Unternehmen im Einzelhandel, 1999-2000

	Lebensmittel		Bekleidung, Textilien und Schuhe			Möbel, Hausrat und elektr. Haushaltsgeräte		
	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden	Verkäufe Mio. Euro	Zahl der Läden		
NorgesGruppen	3 660	3 400	Hennes&Mauritz	319	55	El-kjeden	694	210
Hakon Gruppen	2 451	1 151	Vamer-Gruppen	304	327	Elkjøp Norge	376	101
NKL Co-op	2 406	1 079	Scandinavian Retail Group	177	397	Bohus Kjeden	185	53
Rema 1000	1 479	281	KappAhl	148	88	Skeidar Detalj	145	26
Vinmonopolet	729	120	Euro Sko	129	235	Servicingen	124	92
Total - 5 Marktführer	10 725	6 031	Total - 5 Marktführer	1 076	1 102	Total - 5 Marktführer	1 525	482

Die Angaben betreffen alle Organisationsformen (Einkaufsketten-, gruppen oder Zusammenschlüsse).

Quelle: Retail Intelligence

Tabelle 4.47: Hauptkennzahlen, 1997

	Zahl der Unternehmen (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten (Einheiten)	Umsatz (Mio. ECU)	Produktions- wert (Mio. ECU)	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten (Mio. ECU)	Personal- aufwendungen (Mio. ECU)	Brutto- betriebs- überschuß (Mio. ECU)	Brutto- investitionen in Sachanlagen (Mio. ECU)
Gesamthandel	56 376	331 070	94 254	25 272	12 183	8 476	3 706	2 039
Kraftfahrzeughandel	8 133	50 455	17 767	3 658	2 032	1 391	641	617
50.1	2 105	14 046	9 535	1 569	789	502	288	324
50.2	3 182	16 592	3 663	1 170	635	487	148	215
50.3	979	4 412	1 161	328	208	146	63	30
50.4	213	542	138	27	15	11	4	8
50.5	1 654	14 863	3 271	565	384	246	138	39
Großhandel	17 521	105 576	52 289	14 406	6 053	4 093	1 960	847
51.1	1 992	3 592	411	372	153	93	60	15
51.2	383	3 417	1 901	473	160	126	34	29
51.3	1 646	16 330	15 145	3 101	857	571	286	200
51.4	4 140	21 682	8 905	2 454	1 254	787	467	130
51.5	2 687	21 457	13 163	4 507	1 295	850	444	209
51.6	5 491	36 098	11 938	3 196	2 186	1 554	633	254
51.7	1 182	3 000	826	304	148	112	36	11
Einzelhandel	30 722	175 039	24 198	7 208	4 098	2 992	1 106	576
52.1	5 885	67 607	11 180	2 617	1 502	1 045	456	324
52.2	2 360	8 921	1 241	279	172	131	41	18
52.3	1 066	7 498	1 074	290	209	164	45	15
52.4	17 525	84 553	10 094	3 681	2 105	1 573	532	207
52.5	576	765	43	22	12	6	5	1
52.6	1 800	3 192	425	193	50	39	11	6
52.7	1 510	2 503	139	125	49	33	15	5

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

NACE Rev. 1

50: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen; 50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen; 50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör; 50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern; 50.5: Tankstellen;

51: Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung; 51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren; 51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren; 51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern; 51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen; 51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör; 51.7: Sonstiger Großhandel;

52: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); reparatur von Gebrauchsgütern

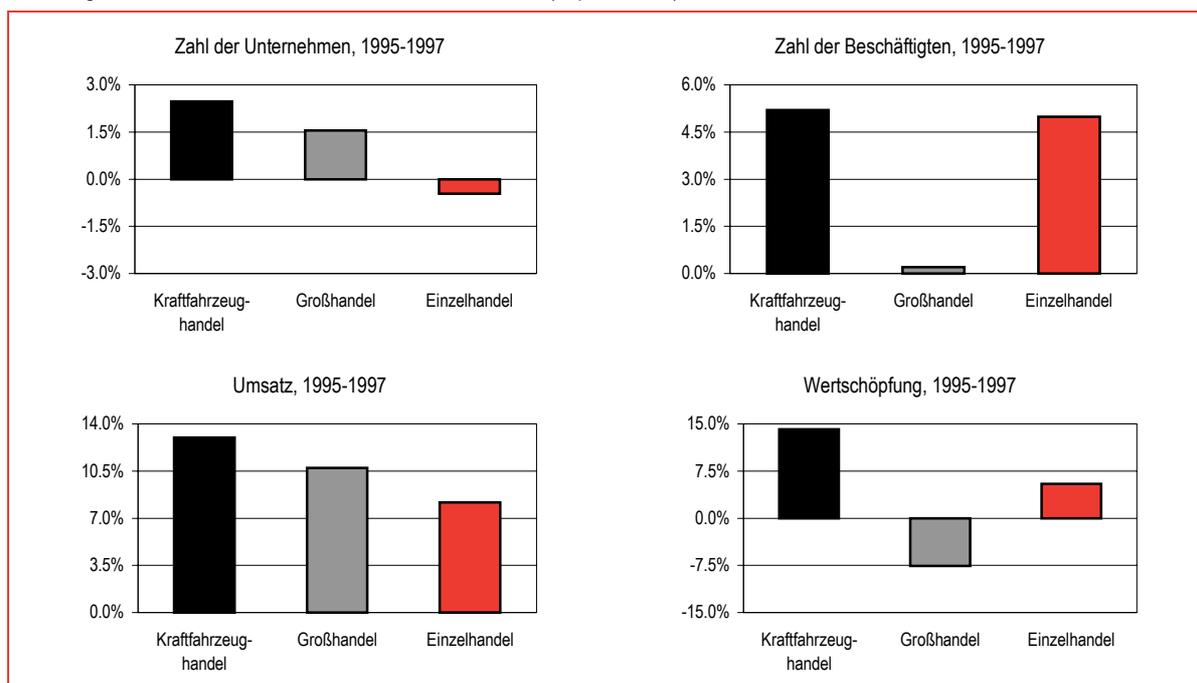
52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen); 52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen); 52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen); 52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen); 52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen); 52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen); 52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.

Tabelle 4.48: Hauptindikatoren, 1997

	Zahl der Unternehmen je 10 000 Einwohner (Einheiten)	Zahl der Beschäftigten je Unternehmen (Einheiten)	Umsatz je Beschäftigten (1 000 ECU)	Einfache Arbeitsproduktivität (1 000 ECU)	Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität (%)	Arbeitskosten je Einheit (1 000 ECU)	Brutto-betriebsüberschußrate (%)	Investitionen je Beschäftigten (1 000 ECU)
Gesamthandel	128.0	5.9	284.7	36.8	133.6	27.6	3.9	6.2
Kraftfahrzeughandel	18.5	6.2	352.1	40.3	135.9	29.6	3.6	12.2
50.1	4.8	6.7	678.8	56.2	149.3	37.6	3.0	23.1
50.2	7.2	5.2	220.8	38.3	116.6	32.9	4.0	13.0
50.3	2.2	4.5	263.1	47.2	131.5	35.9	5.4	6.8
50.4	0.5	2.5	253.7	28.2	113.6	24.9	3.1	15.2
50.5	3.8	9.0	220.1	25.8	149.9	17.2	4.2	2.6
Großhandel	39.8	6.0	495.3	57.3	141.3	40.6	3.7	8.0
51.1	4.5	1.8	114.4	42.7	121.2	35.2	14.6	4.1
51.2	0.9	8.9	556.5	46.9	121.9	38.4	1.8	8.5
51.3	3.7	9.9	927.4	52.5	146.2	35.9	1.9	12.2
51.4	9.4	5.2	410.7	57.8	151.5	38.2	5.2	6.0
51.5	6.1	8.0	613.5	60.3	148.0	40.8	3.4	9.8
51.6	12.5	6.6	330.7	60.6	136.2	44.5	5.3	7.0
51.7	2.7	2.5	275.4	49.5	116.4	42.5	4.4	3.6
Einzelhandel	69.7	5.7	138.2	23.4	125.1	18.7	4.6	3.3
52.1	13.4	11.5	165.4	22.2	138.1	16.1	4.1	4.8
52.2	5.4	3.8	139.1	19.3	107.5	18.0	3.3	2.0
52.3	2.4	7.0	143.3	27.9	115.9	24.0	4.2	2.1
52.4	39.8	4.8	119.4	24.9	122.3	20.4	5.3	2.5
52.5	1.3	1.3	56.2	15.2	74.2	20.5	12.6	0.8
52.6	4.1	1.8	133.3	15.7	74.8	21.0	2.5	1.8
52.7	3.4	1.7	55.7	19.4	76.1	25.5	11.0	2.0

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

Abbildung 4.15: Jährliche durchschnittliche Wachstumsraten (% per annum)



Für Umsatz und Wertschöpfung: nominale Wachstumsraten.

Quelle: Eurostat, SBS-Datenbank

5. THEMENBEZOGENE ANALYSE

5.1 Der Handel in der Triade

Die verschiedenen Zweige des Handels leisten einen erheblichen Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung. Mit 14% (1997) ist der Anteil des Handels in den Vereinigten Staaten am größten; in der Europäischen Union liegt er bei 13% und in Japan bei 12%.

Auch der Anteil des Handels an der gesamten Beschäftigung ist sehr beachtlich: 16% in der EU, 19% in den USA und 18% in Japan.

Die reale Steigerung der Wertschöpfung seit 1985 lag in diesem Sektor in den USA und in Japan über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt, in der EU dagegen etwas darunter.

Andererseits hat die Beschäftigung im Handel in der Zeit von 1985 bis 1997 in der EU schneller zugenommen als in der Gesamtwirtschaft. In den USA entsprach der Beschäftigungszuwachs im Handel etwa dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt, während er in Japan etwas darunter lag.

Von den drei Teilbereichen des Handels ist der Großhandel wertschöpfungsmäßig bei weitem der bedeutendste, insbesondere in Japan. Bei der Beschäftigung liegt dagegen das Hauptgewicht in allen drei Wirtschaftsräumen der Triade klar beim Einzelhandel, der mehr als die Hälfte aller im Handel tätigen Arbeitskräfte zählt.

Der Umsatz je Beschäftigten ist im Großhandel höher als in den beiden anderen Bereichen, und dabei liegen Japan und die USA vor der EU. Die niedrigsten Werte hat der Einzelhandel aufzuweisen, wobei hier aber die EU vor den USA und Japan liegt.

5.1.1 Die drei Wirtschaftsräume der Triade

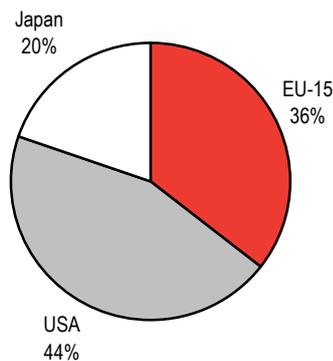
Prognose für 2001: die USA haben das höchste Pro-Kopf-BIP in der Triade

Die Triade besteht aus den 15 Mitgliedstaaten der EU, den USA und Japan. Mit einer für 2001 auf über 379 Millionen Einwohner geschätzten Bevölkerung ist die EU der größte Markt, gefolgt von den Vereinigten Staaten mit 278 Millionen und Japan mit 127 Millionen.

Vorausberechnungen für das Jahr 2001 zufolge wird das BIP der drei Wirtschaftsräume der Triade zusammen etwa 24 800 Mrd. Euro betragen, von denen 44% von den USA, 36% von der EU und 20% von Japan erwirtschaftet werden.

Mit (für 2001 vorausgesagten) 40 000 Euro je Einwohner haben die USA das höchste Pro-Kopf-BIP in der Triade aufzuweisen. Japan folgt dichtauf mit 38 500 Euro je Einwohner, während die EU mit 23 300 Euro deutlich zurück liegt.

Abbildung 5.1.1
BIP-Anteile der drei Wirtschaftsräume in der Triade (zu Marktpreisen, 2001)



Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Aggs-Datenbank

Tabelle 5.1.1
BIP und Bevölkerung in der Triade (Prognose für 2001)

	BIP (Mio. Euro)	Pro-Kopf-BIP (1 000 Euro)	Bevölkerung (1 000)
EU-15	8 846 544	23.3	379 174
USA	11 099 177	40.0	278 064
Japan	4 868 859	38.5	126 889

Quelle: GDP: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Aggs-Datenbank;
Bevölkerung: Eurostat, Datenbank aux_ind

5.1.2 Anteile des Handels an den Volkswirtschaften der Triade

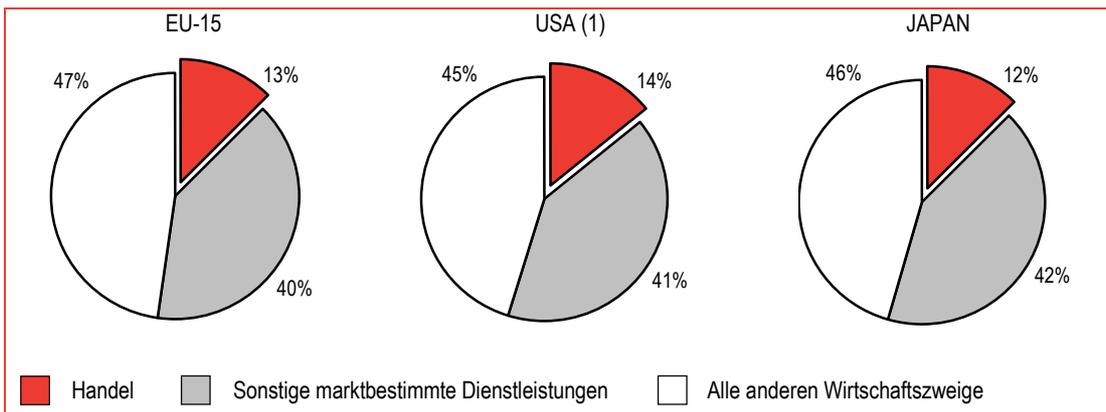
Wegen der größeren Bevölkerung liegen die für die europäische und die US-amerikanische Wirtschaft ermittelten absoluten Werte sowohl für die Gesamtwirtschaft als auch für den Handel deutlich über den entsprechenden japanischen Zahlen.

Bei der relativen Bedeutung des Handels, d.h. seinem Anteil an den gesamtwirtschaftlichen Werten liegen jedoch die USA klar vorn, und das gilt sowohl für die Wertschöpfung als auch für die Beschäftigung.

Wertschöpfung

1996 erbrachte der Handel¹ in den USA eine Wertschöpfung zu laufenden Preisen von 855 Mrd. ECU, d.h. 14% der Gesamtwirtschaft. 1997 betrug die Wertschöpfung des Handels in der EU 834 Mrd und in Japan 471 Mrd. ECU; die beiden letzteren Werte entsprechen etwa 12-13% der jeweiligen gesamtwirtschaftlichen Leistung.

Abbildung 5.1.2 Anteil des Handels an der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung in der Triade, 1997



(1) USA: Daten für 1996
Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

	EU-15	USA (1)	Japan
Gesamtwirtschaft (Mio. ECU)	6 660 779	6 024 493	3 780 523
davon (%)			
Handel	13	14	12
Sonstige marktbestimmte Dienstleistungen	40	41	42
Alle anderen Wirtschaftszweige	47	45	46

Tabelle 5.1.2 Wertschöpfung in der Triade (zu laufenden Marktpreisen, 1997)

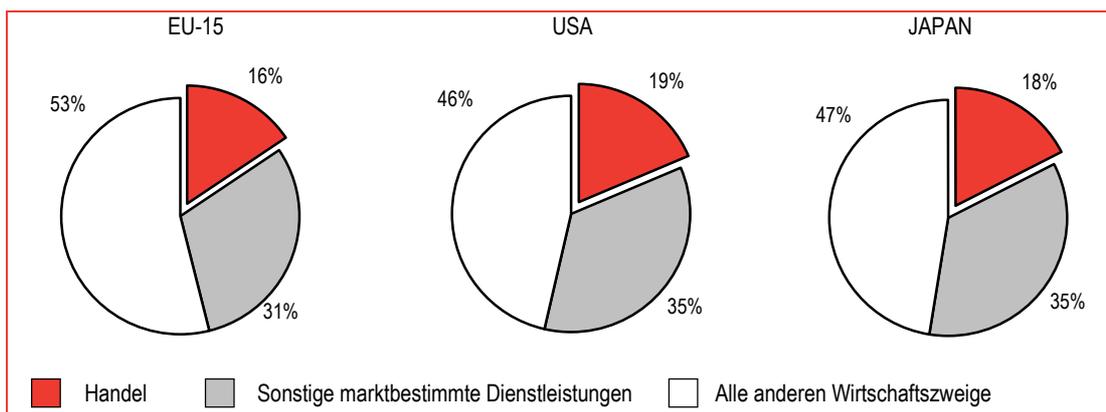
(1) USA: Daten für 1996
Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

¹ Die Daten zur volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) werden auf Grundlage der NACE-CLIO Systematik erhoben. Einer der darunter erfassten Produktionsbereiche heißt 'Rückgewinnung und Reparatur, Großhandel und Einzelhandel' und wird für die Zwecke dieser Veröffentlichung als 'Handel' bezeichnet. Die Angaben sind jedoch nicht vollständig mit den in den anderen Kapiteln dieser Veröffentlichung gezeigten Daten vergleichbar, die auf der NACE Rev. 1 Klassifikation beruhen. Trotzdem wurden die Daten der VGR benutzt um die allgemeine wirtschaftliche Bedeutung des Handels für die Volkswirtschaft aufzuzeigen.

Beschäftigung

Mit etwa 23,6 Millionen Beschäftigten (1997), d.h. 19% aller in der Wirtschaft tätigen Arbeitskräfte erreicht der Handel in den USA von allen Volkswirtschaften der Triade den größten Anteil an der Gesamtbeschäftigung. Japan liegt mit 18% (entsprechend 11,6 Millionen Beschäftigten) an zweiter Stelle, während in der EU der Anteil der (22,7 Millionen) im Handel beschäftigten Personen an der Gesamtbeschäftigung 16% beträgt.

Abbildung 5.1.3
Anteil des Handels an der Gesamtbeschäftigung in der Triade, 1997



Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

Tabelle 5.1.3
Beschäftigung in der Triade, 1997

	EU-15	USA	Japan
Gesamtwirtschaft (1 000)	145 814	127 254	66 006
davon (%)			
Handel	16	19	18
Sonstige marktbestimmte Dienstleistungen	31	35	35
Alle anderen Wirtschaftszweige	53	46	47

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

5.1.3 Die längerfristige Entwicklung des Handels in der Triade (1985 - 1997)

Wertschöpfung

Tabelle 5.1.4 zeigt, dass sich die japanische Wirtschaft in den Jahren von 1985 bis 1997 am besten entwickelt hat. Die Wertschöpfung stieg in dieser Zeit preisbereinigt um 43,9%, was einer durchschnittlichen Jahreszuwachsrate von 3,1% entspricht. Die USA folgten dichtauf mit 42,2% und einer Jahreszuwachsrate von 3,0%, während die EU eine Gesamtsteigerung um 32,9% (2,4% pro Jahr) zu verzeichnen hatte.

Mit jeweils mehr als 52% war in Japan in dem betrachteten Zeitraum das durchschnittliche Wachstum im Handel und in den sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen² besonders hoch.

Ein Vergleich zwischen den USA und der EU liefert dagegen ein unterschiedliches Bild. In den marktbestimmten Dienstleistungen (ohne die verschiedenen Bereiche des Handels) hatte die EU im genannten Zeitraum einen Zuwachs um 53,7% zu verzeichnen, während die Steigerung bei den marktbestimmten Dienstleistungen in den USA nur 27,6% betrug. Im Handel selbst war dagegen die Steigerung in den USA (mit +48,3%) wesentlich höher als in der EU (+31,3%).

In der Zeit von 1985 bis 1997 hatte Japan sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch im Handel die höchsten Zuwachsraten aufzuweisen

	EU-15	USA (1)	Japan
	Gesamtwachstum 1985 - 1997 (%)		
Handel	31.3	48.3	52.4
Sonstige marktbestimmte Dienstleistungen	53.7	27.6	52.3
Gesamtwirtschaft	32.9	42.2	43.9
	Durchschnittliche Jahreszuwachsrate (%)		
Handel	2.3	3.3	3.6
Sonstige marktbestimmte Dienstleistungen	3.6	2.1	3.6
Gesamtwirtschaft	2.4	3.0	3.1

Tabelle 5.1.4
Zunahme der Wertschöpfung in der Triade (preisbereinigt, 1985-1997)

(1) Die Zuwachsrate für 1997-1998 wurde geschätzt
Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

Die Entwicklung in der EU

Abbildung 5.1.4 beschreibt die Entwicklung der Wertschöpfung in der EU, sowohl für die Gesamtwirtschaft als auch für den Handel und die sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen. In der Zeit von 1985 bis 1997 waren die Zuwachsraten im Handel praktisch identisch mit denen der Gesamtwirtschaft.

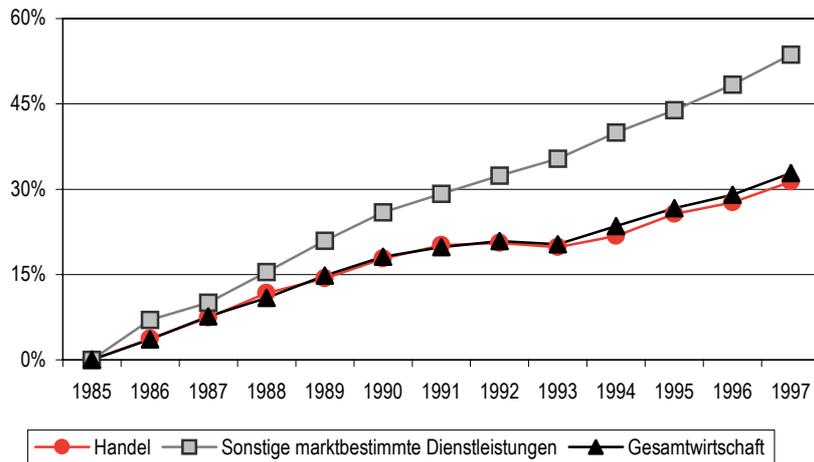
Beide Werte sind von 1985 bis 1990 stetig angestiegen und verlangsamten dann ihren Anstieg zu Beginn der 90er Jahre. Nach einem Rückgang im Jahr 1993 haben sie bis 1997 wieder aufgeholt.

In der EU ist die Wertschöpfung im Handel etwa gleich schnell angestiegen wie in der Gesamtwirtschaft

² NACE CLIO 68 (marktbestimmte Dienstleistungen) außer NACE-CLIO 56 (Rückgewinnung und Reparatur, Großhandel und Einzelhandel).

Die sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen (also ohne den Handel) verzeichneten dagegen einen kontinuierlichen Anstieg und übertrafen am Ende des Beobachtungszeitraums den Handel und alle anderen Bereiche der Wirtschaft um mehr als 20 Prozentpunkte. Dieses gute Ergebnis ist wahrscheinlich vor allem auf die Entwicklung neuer Dienstleistungen im Hochtechnologiebereich zurückzuführen.

Abbildung 5.1.4
Zunahme der Wertschöpfung in der EU-15 preisbereinigt, 1985-1997



Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

Die Entwicklung in den USA

In den USA liegen die Wachstumsraten des Handels über denen der Gesamtwirtschaft und der sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen

Während die Entwicklung in der EU im Handel von ähnlichen Tendenzen gekennzeichnet ist wie in der Gesamtwirtschaft, zeigen die USA ein völlig anderes Bild. In der Zeit von 1985 bis 1997 ist hier die Wertschöpfung im Handel schneller angestiegen als in der Gesamtwirtschaft und in den sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen.

In Abbildung 5.1.5 ist die Entwicklung der Wertschöpfung in den USA im genannten Zeitraum dargestellt. Im Handel betrug der (preisbereinigte) Anstieg 48,3%, während der entsprechende Wert für die Gesamtwirtschaft mit 42,2% ermittelt wurde.

Die marktbestimmten Dienstleistungen (ohne den Handel) hatten dagegen ein weniger günstiges Ergebnis zu verzeichnen – hauptsächlich wegen eines Einbruchs in den Jahren 1991-1992. Die Erholung begann 1992, war aber nicht stark genug, um mit der Gesamtwirtschaft oder dem Handel gleichzuziehen. Insgesamt blieb die Leistungssteigerung der sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen in der Zeit von 1985 bis 1997 unter 28%.

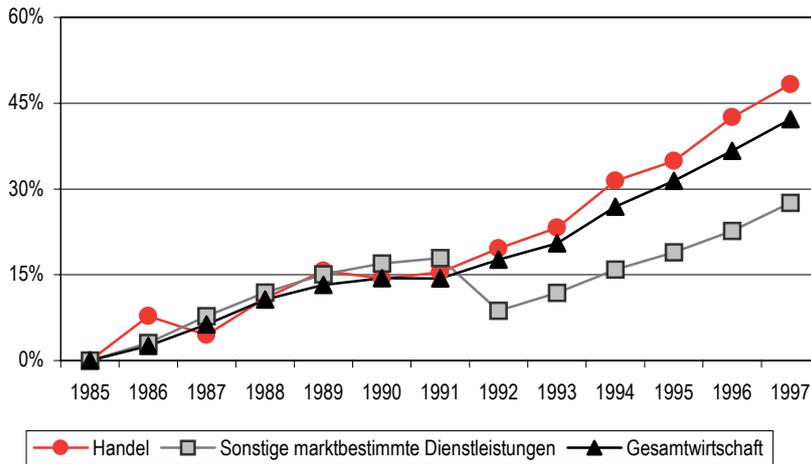


Abbildung 5.1.5
Zunahme der Wertschöpfung in den USA (preisbereinigt, 1985-1997)

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

Die Entwicklung in Japan

Abbildung 5.1.6 zeigt, dass die Entwicklung in Japan in dem hier betrachteten Zeitraum von zwei unterschiedlichen Situationen gekennzeichnet war. In der Zeit von 1985 bis 1992 stieg die Wertschöpfung des Handels um 48,7%, was einer durchschnittlichen Jahreszuwachsrate von 5,8% entspricht, während die sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen und die Gesamtwirtschaft mit 3,4 bzw. 3,8%/Jahr deutlich niedrigere Zuwachsraten meldeten (alle Werte preisbereinigt).

Von 1992 an verlangsamte sich der Zuwachs im Handel, während die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung dank guter Ergebnisse anderer Wirtschaftszweige und insbesondere der sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen aufholen konnte.

Letzten Endes erzielten der Handel und die sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen über den Gesamtzeitraum von 1985 bis 1997 mit Zuwächsen von jeweils etwa 52% nahezu das gleiche Ergebnis, während die Wertschöpfung der Gesamtwirtschaft nur um 43,9% zunahm.

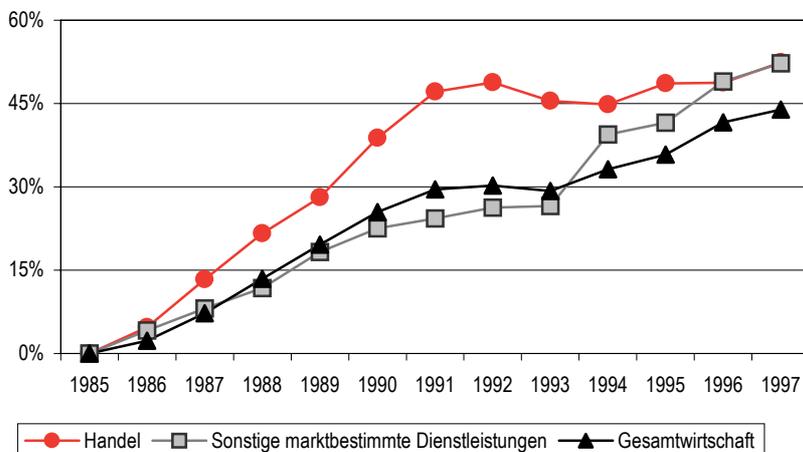


Abbildung 5.1.6
Zunahme der Wertschöpfung in Japan (preisbereinigt, 1985-1997)

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

In der EU ist der Beschäftigungszuwachs im Handel stärker als in der Gesamtwirtschaft

Beschäftigung

In der Zeit von 1985 bis 1997 hat die gesamtwirtschaftliche Beschäftigung in den USA um 23,4%, in Japan um 10,5% und in der EU um 7,5% zugenommen.

Im Handel hat es innerhalb der Triade in Japan den geringsten Beschäftigungszuwachs gegeben; er betrug im genannten Zeitraum nur 2,9% und lag damit weit unter dem Durchschnitt der japanischen Wirtschaft.

Die EU hatte in der gleichen Zeit im Handel einen Zuwachs um 10,9% aufzuweisen. An der Spitze liegen aber die USA mit einem Beschäftigungszuwachs um 23%, der damit etwa dem gesamtwirtschaftlichen Steigerungswert entspricht (Tabelle 5.1.5). Die EU wiederum ist in der Triade der einzige Wirtschaftsraum, in dem der Beschäftigungszuwachs im Handel über dem der Gesamtwirtschaft liegt.

Die höchsten absoluten Wachstumsraten lieferten aber überall in der Triade die sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen. Auch hier liegen die USA vorn mit einem Beschäftigungszuwachs von 42,7% (1985-1997), während die EU und Japan im gleichen Zeitraum auf 39,1 bzw. 31,4% kommen.

Tabelle 5.1.5
Zunahme der Beschäftigung in der Triade, 1985-1997

	EU-15	USA	Japan
	Gesamtwachstum 1985 - 1997 (%)		
Handel	10.9	23.0	2.9
Sonstige marktbestimmte Dienstleistungen	39.1	42.7	31.4
Gesamtwirtschaft	7.5	23.4	10.5
	Durchschnittliche Jahreswachstumsrate (%)		
Handel	0.9	1.7	0.2
Sonstige marktbestimmte Dienstleistungen	2.8	3.0	2.3
Gesamtwirtschaft	0.6	1.8	0.8

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

Die Entwicklung in der EU

EU: Beschäftigungszuwachs im Handel stärker als in der Gesamtwirtschaft, am stärksten aber in den sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen

Die Entwicklung der Beschäftigung in der EU in der Zeit von 1985 bis 1997 kann man in zwei Hauptzeitabschnitte unterteilen.

Die Zeit von 1985 bis 1991 war gekennzeichnet von einem stetigen Zuwachs, sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch im Handel und in den sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen (Abbildung 5.1.7).

Danach war die Beschäftigung in der Gesamtwirtschaft und im Handel in den Jahren 1992 - 1993 zunächst rückläufig, um dann in den Folgejahren eher stabil zu bleiben.

In den sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen sind die Beschäftigungszahlen dagegen seit 1985 kontinuierlich – und insgesamt schneller – angestiegen.

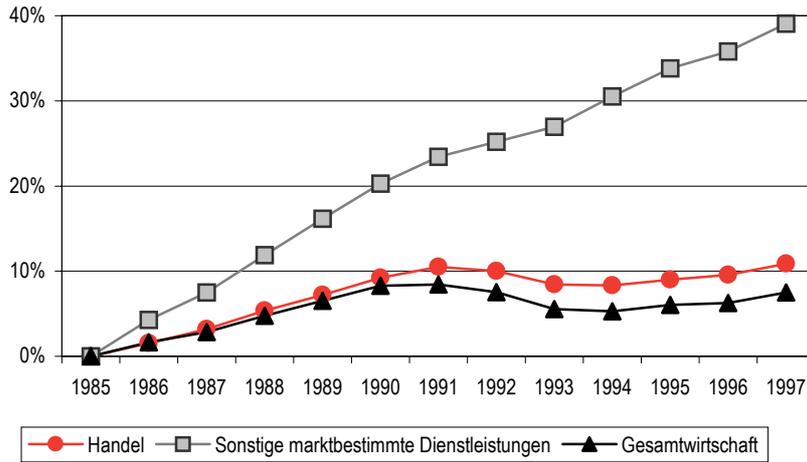


Abbildung 5.1.7
Zunahme der Beschäftigung in der EU-15, 1985-1997

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

Die Entwicklung in den USA

Auch in den USA hat es in den frühen 90er Jahren eine Abschwächung in der Beschäftigungsentwicklung gegeben. Die sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen (außer dem Handel) waren von diesem negativen Trend weniger beeinflusst, und auch dank der starken Steigerung ihrer Beschäftigungszahlen in den späten 80er Jahren hatten sie über den gesamten hier betrachteten Zeitraum – ähnlich wie in Europa – ein besseres Ergebnis zu verzeichnen.

Im Handel folgt die Beschäftigung ähnlichen Entwicklungstendenzen wie in der Gesamtwirtschaft: stetiger Zuwachs von 1985 bis 1989, rückläufige Werte von 1990 bis 1992 und nach der Erholung im Jahr 1993 wieder positive Wachstumszahlen bis 1997.

USA: Größter Beschäftigungszuwachs in den sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen

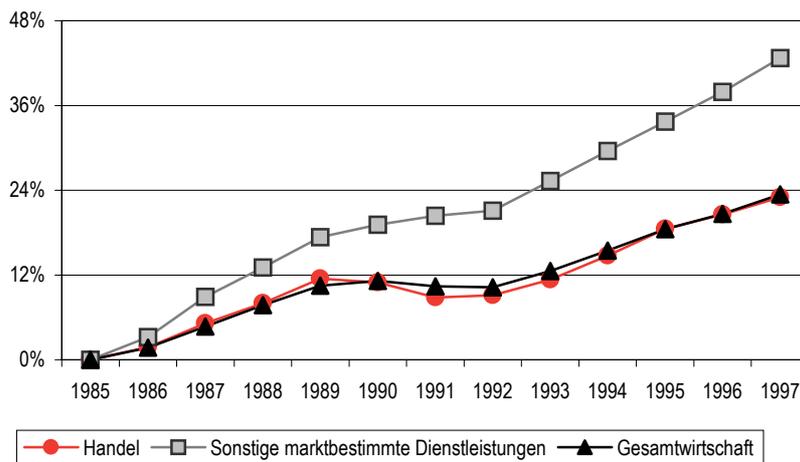


Abbildung 5.1.8
Zunahme der Beschäftigung in den USA, 1985-1997

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

Die Entwicklung in Japan

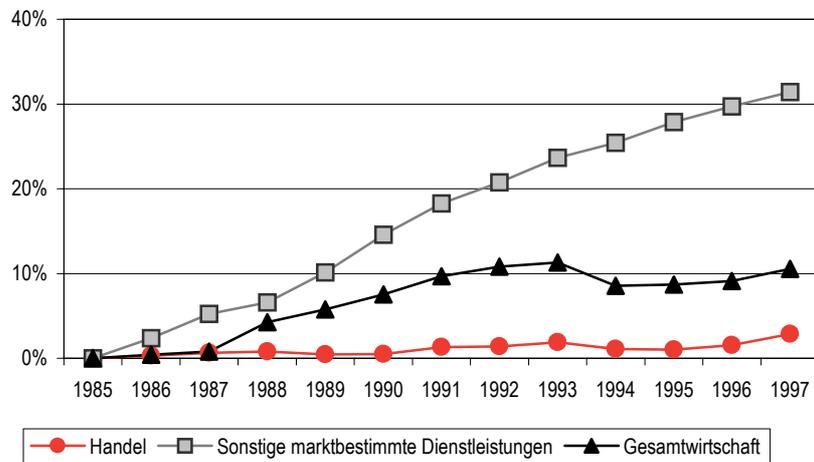
Japan: Beschäftigung im Handel nur um 2,9% angestiegen

Abbildung 5.1.9 zeigt, dass die Gesamtbeschäftigung in Japan in der Zeit von 1985 bis 1993 kontinuierlich angestiegen ist und sich nach einem Rückgang im Jahr 1994 seither wieder langsam erholt.

Während jedoch die Gesamtbeschäftigung in der Zeit von 1985 bis 1997 insgesamt um 10,5% zunahm, hatten die sonstigen marktbestimmten Dienstleistungen (ohne den Handel) insofern ein besseres Ergebnis aufzuweisen, als die Beschäftigung in diesem Bereich nicht nur kontinuierlich, sondern auch schneller angestiegen ist (insgesamt im genannten Zeitraum um 31,4%).

Im Handel hat sich die Beschäftigung dagegen im wesentlichen stabil verhalten und sich im betrachteten Zeitraum insgesamt nur um 2,9% erhöht.

Abbildung 5.1.9
Zunahme der Beschäftigung in Japan, 1985-1997



Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, HSEC2-Datenbank und Schätzungen

5.1.4 Kraftfahrzeughandel, Großhandel und Einzelhandel in der Triade

Beschäftigung und Umsatz

In allen drei Wirtschaftsräumen der Triade hält der Einzelhandel die größten Anteile an der Beschäftigung, während der Großhandel umsatzmäßig vorn liegt

Beschäftigung

Die hier verwendete Statistik der EU beruht auf der Systematik NACE Rev. 1³, in der der Handel in drei Haupt-Teilbereiche unterteilt ist⁴: Kraftfahrzeughandel, Großhandel und Einzelhandel.

³ Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, gemäß der Verordnung (EWG) Nr. 3037 des Rates vom 9. Oktober 1990 und nachfolgender Änderungen.

⁴ In der NACE Rev. 1 Systematik werden diese drei Teilbereiche als Abteilungen bezeichnet.

Der Kraftfahrzeughandel (NACE Rev. 1 Abteilung 50) umfasst den Handel mit Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeugteilen und -zubehör, die Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen und Krafträdern sowie das Tankstellengewerbe. Der Großhandelssektor (NACE Rev. 1 Abteilung 51) ist beschrieben als Handelsvermittlung und Großhandel mit Gütern und Erzeugnissen aller Art außer Kraftwagen, Krafträdern und Kraftfahrzeugteilen und -zubehör. Der Bereich Einzelhandel (NACE Rev. 1 Abteilung 52) umfasst den Einzelhandel mit Waren aller Art und die Reparatur von Gebrauchsgütern, wobei auch hier Kraftwagen und Krafträder sowie Kfz-Teile und -Zubehör ausgenommen sind.

In den Statistiken der USA und Japans ist der Kraftfahrzeughandel in den Haupt-Teilbereichen Großhandel und Einzelhandel erfasst. So findet man innerhalb des Einzelhandels einige zum Kraftfahrzeughandel gehörende Teilbereiche, in den USA 'Kraftwagen- und -teilehändler' und 'Tankstellen'⁵ und in Japan 'Kraftwagen, Zweiräder und Kleinanhänger' und 'Kraftstoffe'.

Die Tabellen 5.1.6 und 5.1.7 vermitteln ein ungefähres Bild von der beschäftigungs- und umsatzmäßigen Bedeutung der drei Teilbereiche des Handels in den drei Wirtschaftsräumen der Triade. Da die Daten jedoch aus unterschiedlichen Quellen stammen, die auf unterschiedlichen Datenerfassungsmethoden und unterschiedlichen Definitionen beruhen, und sie sich außerdem z.T. auf unterschiedliche Jahre beziehen, sind diese Zahlen nur bedingt vergleichbar.

	EU-15 (1)	USA (2)	Japan (3)
	1999	1997	1997
Handel insgesamt	22 011	19 788	11 516
Kraftfahrzeughandel	3 264	2 641	971
Großhandel	7 380	5 797	4 165
Einzelhandel	11 367	11 350	6 380

Tabelle 5.1.6
Beschäftigung in den
Teilbereichen des Handels in der
Triade, 1999 und 1997 (1 000)

(1) Zahl der Beschäftigten, vorläufige Daten

(2) Zahl der gegen Entgelt Beschäftigten

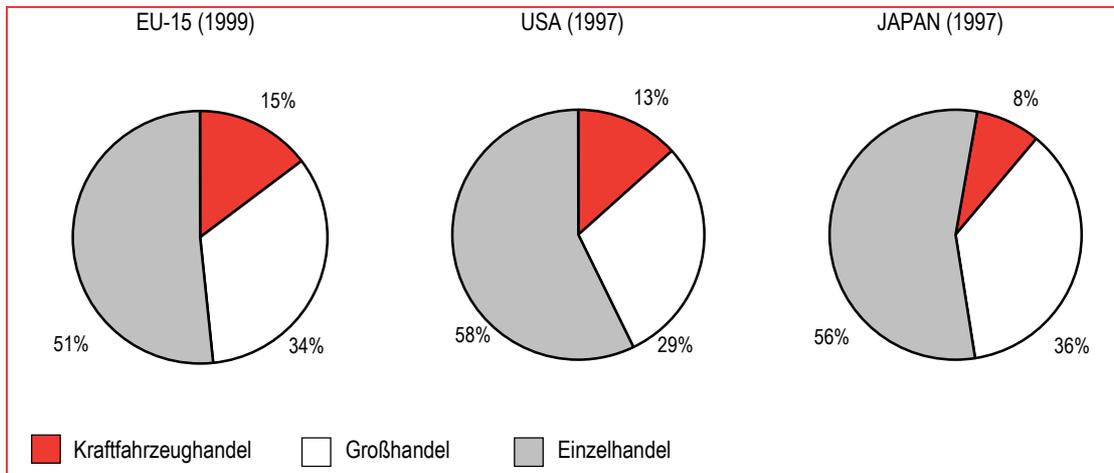
(3) Zahl der Arbeitnehmer

Quellen: Eurostat, SBS-Datenbank; US Bureau of Census, 'Statistical Abstract of the United States, 1999'; Japan: MITI

Eine Betrachtung des Beitrags der einzelnen Teilbereiche zur Gesamtbeschäftigung im Handel zeigt ein starkes Vorherrschen des Einzelhandels, der in allen Volkswirtschaften der Triade mehr als die Hälfte der insgesamt im Handel tätigen Arbeitskräfte beschäftigt. Der Großhandel beschäftigt etwa ein Drittel der im Handel arbeitenden Personen, während der Kraftfahrzeughandel mit Anteilen an der Gesamtbeschäftigung im Handel von gut 8% (Japan) bis knapp 15% (EU) den geringsten Beitrag leistet.

⁵ NAICS-Code 441 bzw. 447.

Abbildung 5.1.10
Beschäftigung im Handel,
aufgeschlüsselt nach Teilbereichen



Quellen: Eurostat, SBS-Datenbank; US Bureau of Census, 'Statistical Abstract of the United States, 1999'; Japan: MITI

Umsatz

Eine Aufschlüsselung der insgesamt im Handel erzielten Umsätze auf die drei Teilbereiche zeigt, dass der Anteil des Großhandels in allen drei Wirtschaftsräumen weit über denen der beiden anderen liegt. In besonderem Maße gilt dies für Japan, wo drei Viertel der gesamten Handelsumsätze auf den Großhandel entfallen. Allerdings ist hier zu bedenken, dass die Daten über den Großhandel in Japan und in den USA auch gewisse Tätigkeiten einschließen, die in der EU in der Rubrik Kraftfahrzeughandel erfasst sind.

Tabelle 5.1.7
Umsätze des Handels und seiner
Teilbereiche

	EU-15 1999 (Mio. Euro)(1)	USA 1997 (Mio. ECU) (2)	Japan 1997 (Mio. ECU)(3)
Handel insgesamt	5 400 304	5 749 836	4 578 128
Kraftfahrzeughandel	877 246	743 831	229 324
Großhandel	2 924 676	3 579 819	3 500 317
Einzelhandel	1 598 382	1 426 186	848 487

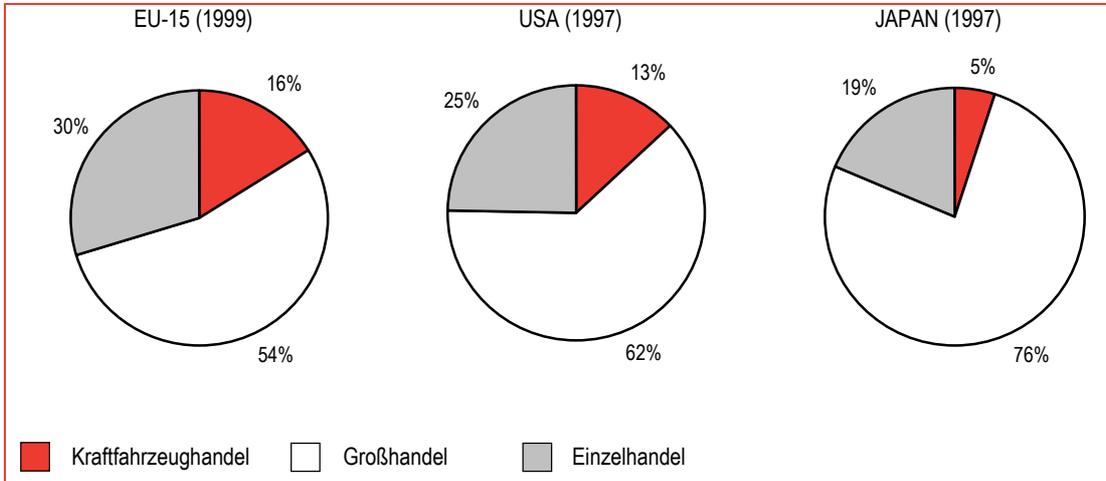
(1) Vorläufige Daten

(2) 1 ECU = \$ 1.13404 (Quelle: New Cronos, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung)

(3) 1 ECU = Yen 137.077 (Quelle: New Cronos, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung)

Quellen: Eurostat, SBS-Datenbank; US Bureau of Census, 'Statistical Abstract of the United States, 1999'; Japan: MITI

Abbildung 5.1.11
Im Handel erzielte Umsätze,
aufgeschlüsselt nach
Teilbereichen



Quellen: Eurostat, SBS-Datenbank; US Bureau of Census, 'Statistical Abstract of the United States, 1999'; Japan: MITI

Struktur- und Leistungsdaten

Die drei Teilbereiche des Handels weisen in den drei Volkswirtschaften der Triade unterschiedliche Merkmale auf: Japan ist gekennzeichnet durch eine starke Präsenz des Großhandels und durch einen sehr zersplitterten Einzelhandelssektor, in dem kleine Verkaufsstellen vorherrschen. In den USA liegt die durchschnittliche Betriebsgröße vor allem im Einzelhandel wesentlich höher: Supermärkte beschäftigen hier mehr als doppelt so viele Mitarbeiter als in der EU oder in Japan.

Unternehmensdichte

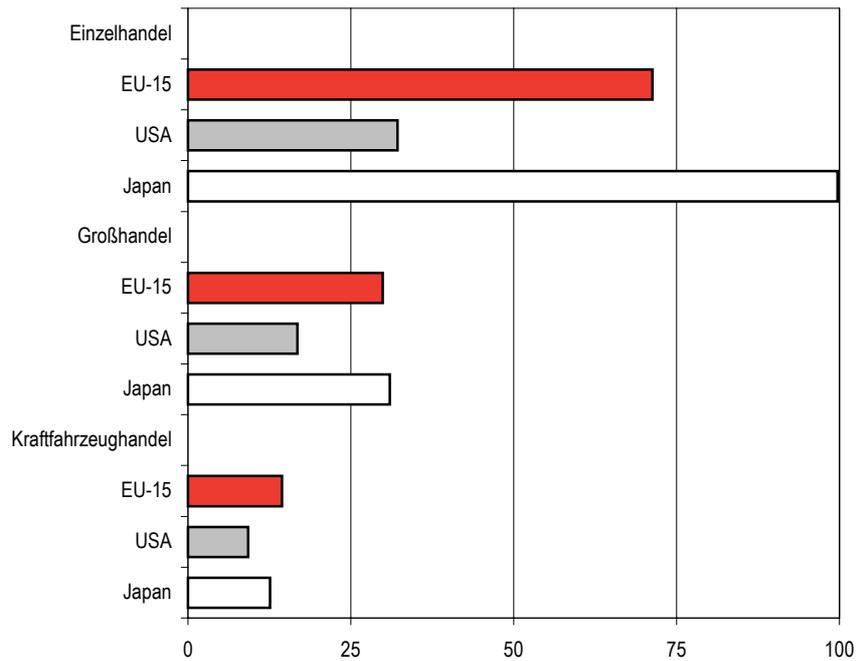
Bei der Betriebs- bzw. Unternehmensdichte⁶ hat der Einzelhandel in allen Volkswirtschaften der Triade die höchsten Werte aufzuweisen, während der Kraftfahrzeughandel die niedrigsten meldet (Abbildung 5.1.12).

Die USA zeigen für alle drei Teilbereiche die niedrigsten Werte, Japan dagegen außer im Kraftfahrzeughandel die höchsten.

Im Kraftfahrzeughandel ist die Unternehmensdichte in der EU höher als in den USA und Japan. Dies ist vermutlich auf die Vielzahl der kleinen, als Familienbetriebe geführten Verkaufsgeschäften und Reparaturwerkstätten zurückzuführen, die in den südlichen EU Ländern (vor allem in Italien) zu finden sind.

⁶ Gemessen als Zahl der Unternehmen (Betriebe) je 10 000 Einwohner.

Abbildung 5.1.12
Zahl der Unternehmen je 10 000
Einwohner, 1997



Quellen: Basisdaten von Eurostat, der SBS-Datenbank; dem US Bureau of Census und dem japanischen MITI

Im Einzelhandel kommt Japan mit seinem sehr stark fragmentierten Sektor auf 100 Verkaufsstellen je 10 000 Einwohner, gegenüber 71 Unternehmen je 10 000 Einwohner in der EU und 32 in den USA. Ähnlich ist die Situation im Großhandel; auch hier meldet Japan mit 31 Einheiten je 10 000 Einwohnern die größte Dichte. Die EU folgt knapp dahinter mit 30 Unternehmen, während die USA mit nur 17 Betrieben je 10 000 Einwohner wiederum deutlich unter den beiden anderen Werten liegen (Abbildung 5.2.12).

Unternehmensgröße

Die größten Betriebe finden sich in den USA, die kleinsten Unternehmen in der EU

Die für 1997 vorliegenden Daten zeigen - sowohl für den Handel insgesamt als auch für die drei Teilbereiche getrennt - dass die größten Betriebe in den USA zu finden sind, während die kleinsten Unternehmen in der EU ansässig sind. Die durchschnittliche Größe beträgt in den USA 12,6 Arbeitnehmer je Betrieb und in Japan 6,4, während in der EU 4,7 Beschäftigte je Unternehmen ermittelt wurden.

Allerdings sind diese Zahlen möglicherweise beeinflusst von unterschiedlichen Methoden der Datenerfassung. In den USA und in Japan wird zur Ermittlung der Betriebsgröße die Zahl der Arbeitnehmer zugrunde gelegt, während die bei der Berechnung der Unternehmensgröße in der EU verwendete Zahl der Beschäftigten auch die Selbständigen einschließt - was vermuten lassen könnte, dass der Abstand in Wirklichkeit noch größer ist. Andererseits sind aber in den USA-Daten

nur die Betriebe mit mindestens einem gegen Entgelt beschäftigten Arbeitnehmer berücksichtigt, während die Daten für die EU alle Unternehmenstypen erfassen.

	EU-15 (1)	USA (2)	Japan (3)
Handel insgesamt	4.7	12.6	6.4
Kraftfahrzeughandel	5.5	10.6	6.1
Großhandel	4.3	12.8	10.6
Einzelhandel	4.7	13.1	5.1

(1) Beschäftigte je Unternehmen

(2) Gegen Entgelt beschäftigte Arbeitnehmer je Betrieb

(3) Arbeitnehmer je Betrieb

Quellen: Eurostat, SBS-Datenbank; US Bureau of Census, 'Statistical Abstract of the United States, 1999'; Japan: MITI

Tabelle 5.1.8
Durchschnittliche Unternehmens-
bzw. Betriebsgrößen, 1997

Umsatzbezogene Indikatoren

Der Großhandel ist im Vergleich zum Einzelhandel kapitalintensiver, und die Arbeitsverfahren sind in höherem Maße automatisiert – beides Faktoren, die im allgemeinen für höhere Umsatz- und Produktivitätszahlen sprechen. Die Werte für den Umsatz je Beschäftigten⁷ liegen daher im Großhandel deutlich höher als im Einzelhandel oder im Kraftfahrzeughandel. In der EU ist der Umsatz je Beschäftigten im Großhandel etwa drei mal so hoch wie im Einzelhandel, in den USA nahezu fünf mal und in Japan etwa sechs mal.

Auch bei der absoluten Höhe der im Großhandel je Beschäftigten erzielten Umsätze ergeben sich zwischen den drei Wirtschaftsräumen der Triade erhebliche Unterschiede: in der EU erwirtschaftet ein Beschäftigter im Großhandel durchschnittlich einen Umsatz von 396 000 Euro (1999), während die entsprechenden Vergleichswerte für die USA und Japan 618 000 und 840 000 ECU betragen (1997). Im Gegensatz dazu liegen die Pro-Kopf-Umsatzwerte im Einzelhandel und im Kraftfahrzeughandel in den Triade-Ländern auf ähnlicher Höhe (Tabelle 5.1.9); im Einzelhandel reichen sie von 126 000 ECU bis 141 000 Euro und im Kraftfahrzeughandel von 236 000 bis 282 000 ECU je Beschäftigten.

Im Kraftfahrzeughandel haben die USA die höchsten Umsätze je Beschäftigten in der Triade aufzuweisen, während die EU im Einzelhandel vorn liegt.

	EU-15 (1) 1999	USA (2) 1997	Japan (3) 1997
Handel insgesamt	245	291	398
Kraftfahrzeughandel	269	282	236
Großhandel	396	618	840
Einzelhandel	141	126	133

(1) Umsatz je Beschäftigten, Vorläufige Daten

(2) Umsatz je gegen Entgelt beschäftigten Arbeitnehmer

(3) Umsatz je Arbeitnehmer

Quellen: Eurostat, SBS-Datenbank; US Bureau of Census, 'Statistical Abstract of the United States, 1999'; Japan: MITI

Tabelle 5.1.9
Umsatz je Beschäftigten bzw.
Arbeitnehmer (in 1 000 Euro/ECU)

In allen Ländern der Triade ist der Umsatz je Beschäftigten im Großhandel höher als im Einzelhandel oder im Kraftfahrzeughandel

⁷ Umsatz je Arbeitnehmer in Japan und Umsatz je gegen Entgelt beschäftigten Arbeitnehmer in den USA.

Parallel dazu ist auch der Umsatz je Unternehmen⁸ im Großhandel wesentlich höher als in den beiden anderen Teilbereichen des Handels, vor allem in den USA und in Japan. In der EU beträgt er mehr als das Vierfache des entsprechenden Werts für den Einzelhandel, in Japan knapp das Fünffache und in den USA sogar das Zwölfwache (Tabelle 5.1.10).

Auch bei der absoluten Höhe der je Einheit, d.h. je Unternehmen oder Betrieb erzielten Umsätze ergeben sich zwischen den drei Wirtschaftsräumen der Triade erhebliche Unterschiede, besonders im Großhandel: In der EU macht ein in diesem Teilbereich des Handels tätiges Unternehmen im Durchschnitt einen Umsatz von 2,1 Mio. ECU, während die entsprechenden Werte für die USA und Japan bei 8,9 und 7,9 Mio. ECU liegen. Im Einzelhandel und im Kraftfahrzeughandel sind diese Unterschiede zwischen den drei Wirtschaftsräumen der Triade weniger drastisch. Im Einzelhandel reichen die Umsätze je Einheit von 0,5 bis 1,6 Mio. ECU und im Kraftfahrzeughandel von 1,2 bis 3 Mio. ECU.

Für den Handel insgesamt ist Japan der Wirtschaftsraum, in dem die höchsten Umsätze je Beschäftigten und je Unternehmen erzielt werden, was offensichtlich auf die erstaunlich hohen Werte für den Großhandel zurückzuführen ist.

Tabelle 5.1.10
Umsatz je Unternehmen bzw.
Betrieb (1997 – in Mio. ECU)

	EU-15 (1) (Mio. ECU)	USA (2) (Mio. ECU)	Japan (2) (Mio. ECU)
Handel insgesamt	1.1	2.5	3.7
Kraftfahrzeughandel	1.2	1.4	3.0
Großhandel	2.1	8.9	7.9
Einzelhandel	0.5	0.7	1.6

(1) Umsatz je Unternehmen

(2) Umsatz je Betrieb

Quellen: Eurostat; US Bureau of Census, 'Statistical Abstract of the United States, 1999'; Japan: MITI

⁸ Umsatz je Betrieb in den USA und in Japan.

5. THEMENBEZOGENE ANALYSE

5.2 Internationalisierungs- und Konzentrationstendenzen im Einzelhandel

Weltweit nimmt die Internationalisierung im Einzelhandel zu. In den letzten Jahren haben die europäischen Einzelhandelsunternehmen in der internationalen Expansion aufgeholt.

Mit zunehmender Sättigung der Inlandsmärkte sahen sich immer mehr Unternehmen veranlasst, Ausdehnungsmöglichkeiten in weniger entwickelten Märkten zu suchen. Im weiteren Verlauf zwangen neue handelsrechtliche Bestimmungen (z. B. in Frankreich und Spanien) manche Unternehmen, sich dem Ausland zuzuwenden. Die Erweiterung der EU und die Deregulierung der Weltwirtschaft, begleitet vom Entstehen anderer großer Freihandelsgebiete (NAFTA, Mercosur, Asean), begünstigen die Globalisierung der Märkte – zunächst im industriellen Bereich, dann aber auch im Einzelhandel. Zudem wurde die Internationalisierung des Einzelhandels erleichtert durch rasch sinkende Kosten für Kommunikation und Informationssysteme.

Die Wettbewerbsfähigkeit wird für die Unternehmen der entscheidende Motivationsfaktor. Neben den immer häufiger anzutreffenden Präventivstrategien (im Sinne einer Vorwegnahme des Wettbewerbs) zählen Nachahmungseffekte zu den Hauptgründen für die immer schnellere Abfolge der Aktionen im Auslandsgeschäft. Da die Einzelhandelsunternehmen im Allgemeinen am besten über ihre nationalen Rivalen informiert sind, zeigen aus dem gleichen Land stammende Unternehmen der gleichen Geschäftsformen vielfach die Tendenz, sich auf eine begrenzte Zahl von Ländern zu konzentrieren. Aus diesem Grunde soll die Internationalisierung hier in einer Reihe von Ländern u. a. auch nach Gruppen bzw. Kategorien von Unternehmen analysiert werden.

5.2.1 Internationalisierung von Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen

Tabelle 5.2.1 zeigt, dass europäische¹ Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen, vor allem aus Deutschland und Frankreich, in der (umsatzmäßigen) Weltrangliste 10 der obersten 20 Plätze einnehmen.

Ein Grund hierfür liegt im Umfang des jeweiligen Inlandsmarkts der einzelnen Unternehmen, wobei festzustellen ist, dass die Lebensmittelbranche in den USA stärker aufgesplittert ist als in Europa. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Entwicklung von Ketten wie Aldi oder Tengelmann in ost- oder westeuropäischen Nachbarländern.

Carrefour greift noch weiter über seinen Inlandsmarkt hinaus nach Lateinamerika (Brasilien, Argentinien, Chile, Kolumbien, Mexiko) und in den Fernen Osten (China, Korea, Malaysia, Singapur, Taiwan, Thailand).

Tabelle 5.2.1
Marktführende Unternehmen im
Lebensmitteleinzelhandel und ihre
internationalen Aktivitäten, 1998

Unternehmen	Herkunftsland	Umsatz (Mio. Euro)	Zahl der Länder	Zahl der Geschäfte im Ausland
Wal-Mart	USA	144 920	10	944
Carrefour+Promodès (1)	Frankreich	54 000	25	3 407
Metro AG	Deutschland	46 884	19	248
Kroger	USA	41 425	-	-
Sears Roebuck	USA	36 704	3	:
ITM Enterprises	Frankreich	35 000	7	1 511
Albertson's	USA	34 492	-	-
Ahold	Niederlande	33 369	16	2 290
Kmart	USA	32 378	6	:
Dayton Hudson	USA	29 761	-	-
JC Penney	USA	29 284	2	:
Home Dépôt	USA	29 056	2	:
Rewe	Deutschland	28 990	10	1 827
Tengelmann	Deutschland	27 504	9	1 602
Edeka	Deutschland	26 587	7	637
Tesco	Vereinigtes Königreich	26 397	9	180
Aldi	Deutschland	26 092	11	2 204
Safeway	Vereinigtes Königreich	26 048	3	292
Ito-Yokado	Japan	26 020	3	5 658
Costco	USA	22 914	7	88

(1) Auf Carrefour entfallen 495 Verkaufsstellen im Ausland und auf Promodès 2 912.

Quellen: *Négocia*, Enrico Colla, gestützt auf Umsatzdaten von Pricewaterhouse-Cooper's und auf Daten über Länder und Geschäfte von CIES

¹ Es wird auf Europa im geografischen Sinne bezug genommen; nicht EU-Ländern sind daher mit eingeschlossen.

Europäische Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen im Ausland

Die großen europäischen Einzelhandelsgruppen sind stärker global orientiert als die entsprechenden nordamerikanischen Unternehmen. Zum Teil waren sie durch die Sättigung der nationalen Märkte in Europa gezwungen, sich dem Ausland zuzuwenden. Ihre Präsenz in lateinamerikanischen Ländern ist kann als Ausdruck kultureller Verbundenheit verstanden werden (Tabelle 5.2.2).

Unternehmensgruppe	Herkunftsland	Inland %	Europa %	Andere Länder %
Wal-Mart	USA	83.0	11.0	6.0
Carrefour+Promodès	Frankreich	59.0	23.0	18.0
Metro AG	Deutschland	65.0	34.3	0.7
Ahold	Niederlande	29.0	26.0	45.0
Rewe	Deutschland	81.0	19.0	0.0
Tengelmann	Deutschland	51.0	30.0	19.0
Tesco	Vereinigtes Königreich	92.0	7.9	0.1
Aldi	Deutschland	64.0	32.0	4.0
Carrefour	Frankreich	57.0	14.0	29.0
Sainsbury's	Vereinigtes Königreich	87.0	11.0	2.0
Auchan	Frankreich	66.0	33.3	0.7
Delhaize Le Lion	Belgien	21.0	21.0	58.0
Promodès	Frankreich	62.0	35.0	3.0

Tabelle 5.2.2
Marktführende Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel: Regionale Aufteilung der Umsätze, 1998

Quelle: *Négocia, Enrico Colla, aufgrund von Daten aus Elsevier Food International, Lsa, Point de Vente*

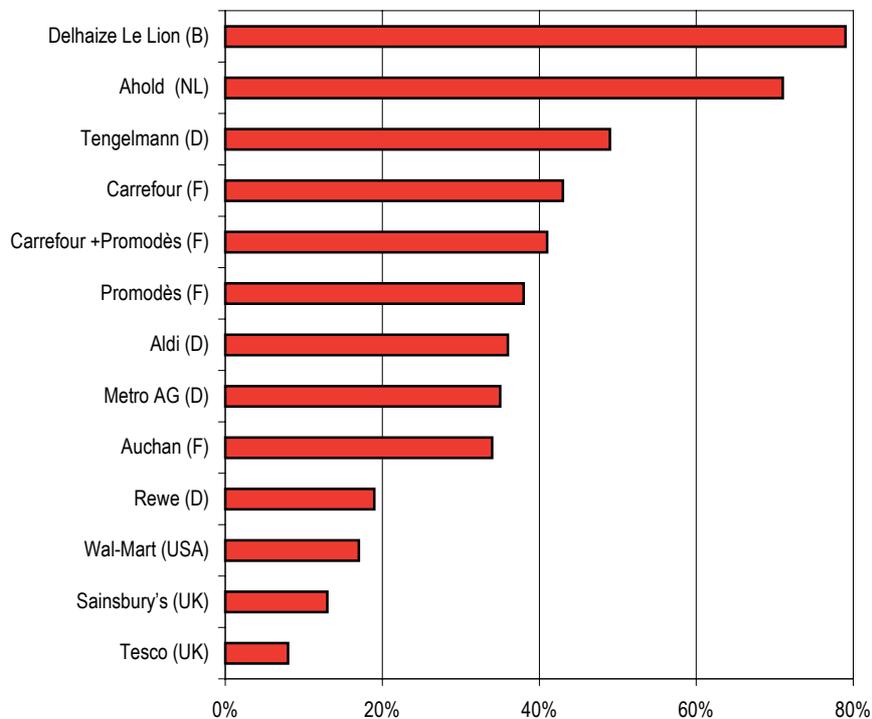


Abbildung 5.2.1
Marktführende Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel: Umsätze außerhalb des Inlandsmarkts in % des Gesamtumsatzes, 1998

Quelle: *Négocia, Enrico Colla, aufgrund von Daten aus Elsevier Food International, Lsa, Point de Vente*

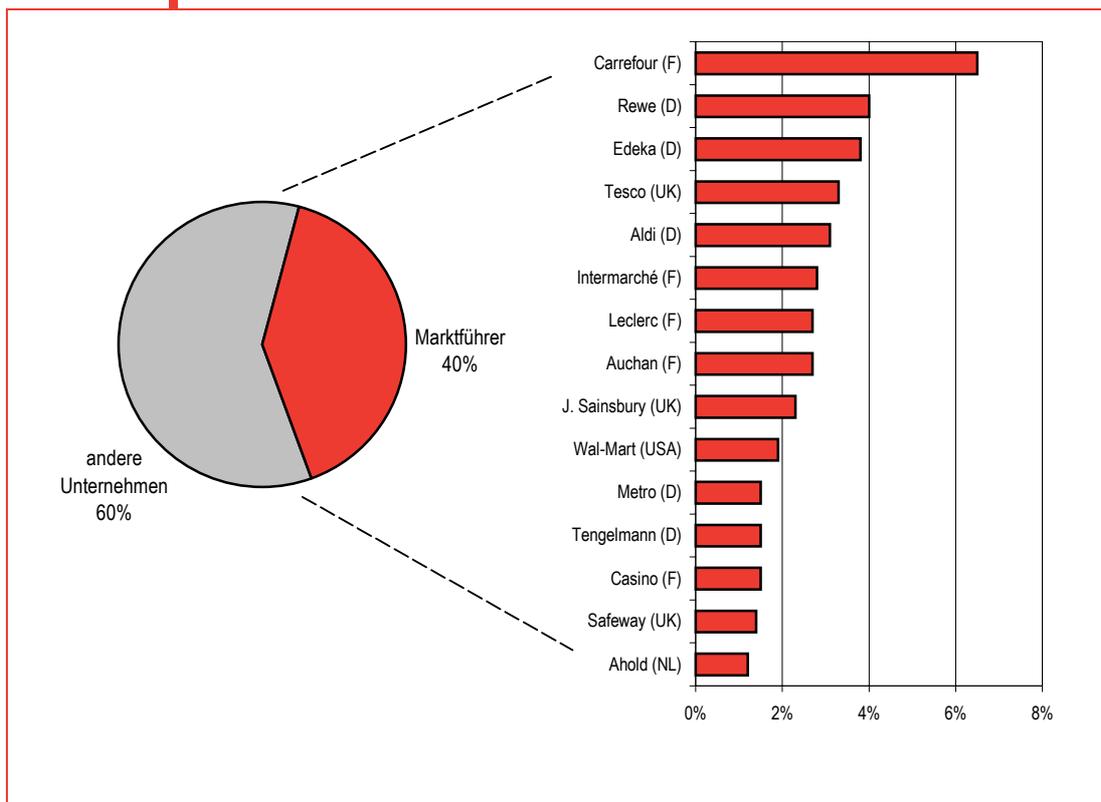
Einzelhandelsunternehmen des Vereinigten Königreichs sind bei der Internationalisierung eher zurückhaltend

Im Vereinigten Königreich bietet sich ein anderes Bild

Unter den 20 weltweit größten Lebensmittel-Einzelhandelsfirmen findet sich nur ein einziges Unternehmen aus dem Vereinigten Königreich - Tesco, das den 16. Rang hält (Tabelle 5.2.1). Dies zeigt, dass Filialunternehmen aus dem Vereinigten Königreich bisher eher zögernd an ihre internationale Entwicklung herangegangen sind. Auch eine liberalere Gesetzgebung hat die Unternehmen nicht dazu gebracht, ins Ausland zu gehen und sich dort weiter zu entwickeln. Stattdessen wurde weiter in den Inlandsmarkt investiert – bis in den 90er Jahren der Sättigungspunkt erreicht war, was die Unternehmen schließlich dazu veranlasste, ihre Internationalisierung aktiver zu betreiben.

Auf europäischer Ebene steht derzeit **Carrefour** an der Spitze (Abbildung 5.2.2). Dabei ist jedoch anzumerken, dass fast alle großen europäischen Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen eine beachtliche Präsenz in anderen Ländern aufzuweisen haben, während keine der amerikanischen Gruppen wirklich internationalisiert ist.

Abbildung 5.2.2
Marktführende Unternehmen im
Lebensmitteleinzelhandel:
Anteile am europäischen
Nahrungsmittelmarkt, 1998



Quelle: M+M Eurodata.

Wal-Mart: das weltweit führende Einzelhandelsunternehmen - jetzt auch in Europa

Dieses Unternehmen, das sich inzwischen zum weltweit größten Einzelhandelskonzern entwickelt hat, ist 1962 von Sam Walton gegründet worden. Die Größe des nordamerikanischen Markts und eine konsequent befolgte Strategie der Diversifizierung der Geschäftsformen machten aus Wal Mart eine echte *Erfolgsstory*.

Diversifizierung der Geschäftsformen

Discount Department Stores (DDS-Wal Mart Stores): hier handelt es sich um Großgeschäfte außerhalb der Städte, in denen Non-food-Waren und – Erzeugnisse zu Discount-Preisen angeboten werden. Ende der 60er Jahre besaß Wal Mart 18 solche Discount-Läden, 1980 waren es 276, 1990 1 402 und 1999 1 827.

Wholesale Membership Clubs (WMC-Sam's stores): Cash & Carry-Betriebe, die Lebensmittel und Non-food-Artikel zu Discount-Preisen verkaufen. Kunden sind Kleinunternehmen (unabhängige Ladenbesitzer, Restaurants, Kantinen usw.) sowie private Verbraucher, die eine Mitgliedskarte (Kundenkarte) erworben haben. Die ersten drei 'Sam's'-Läden wurden 1984 eröffnet; 1990 bestanden bereits 123 Betriebe, und 1999 waren es 460.

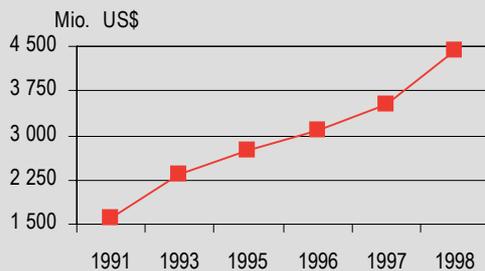
Nach dem Scheitern der französischen Hypermarket-Ketten in den Vereinigten Staaten hat das führende amerikanische Einzelhandelsunternehmen dieses Konzept übernommen und an die örtlichen Marktverhältnisse angepasst. Nach dem neuen Konzept wird nun in den *Wal-Mart Supercenters* ein erweitertes Lebensmittel-Sortiment zu Niedrigpreisen angeboten. Das Wachstum dieser Sparte ist besonders beeindruckend: nachdem das erste Supercenter erst 1992 eröffnet wurde, ist die Zahl dieser Einheiten bis 1999 auf 715 angewachsen.

Wal-Mart: Umsatzentwicklung nach Geschäftsbereichen (Mio. US\$)

Geschäftsbereiche	1991	1993	1995	1996	1997	1998	1999
Wal-Mart (DDS)	31 342	44 900	54 611	56 000	58 002	58 800	:
Supercenters	600	3 500	11 512	19 300	25 775	36 595	48 600
Sam's (WMC)	9 430	14 749	19 100	19 700	20 668	22 880	:
International	:	:	3 700	4 500	7 500	12 000	16 600
McLane	2 515	3 977	4 704	5 000	5 200	:	:
INSGESAMT	43 887	67 345	93 627	104 500	117 900	137 600	165 394

Quelle: DSN

Wal-Mart: Entwicklung des Gesamtergebnisses



Quelle: DSN

Wal-Mart wird international

1994 bildete Wal-Mart eine internationale Abteilung, und seither hat das Unternehmen im Ausland zahlreiche Verkaufsstellen eröffnet.

Abgesehen von Nord- und Lateinamerika (erst Kanada, Mexiko und Puerto Rico, dann Argentinien und Brasilien), hat Wal-Mart nun auch in Asien (Indonesien und China) begonnen, Geschäfte der verschiedenen Betriebsformen zu eröffnen.

Auf dem europäischen Markt begann der Vormarsch 1997

In den letzten Jahre ist Wal-Mart auch in den europäischen Markt vorgedrungen. Im Dezember 1997 wurde die deutsche Hypermarktkette WERTKAUF übernommen, und ein Jahr später folgte INTERSPAR. 1999 kaufte Wal-Mart mit ASDA die viertgrößte Lebensmittelgruppe im Vereinigten Königreich.

Eine stärkere Präsenz von Wal-Mart auf dem europäischen Markt schafft Probleme für diejenigen europäischen Ketten, die sich darauf eingestellt haben, ihre Expansion eher in Entwicklungsländern als in Europa zu suchen (z. B. Carrefour und Ahold). Die Umsatzzahlen (Abbildung 5.2.2) zeigen aber die europäischen Ketten immer noch in Führung.

Die USA erleben hier nicht nur eine heftige Preisschlacht, sondern auch eine Art Revolution. Die Supermarktketten sehen sich von dem neuen Konzept der *Wal-Mart Supercenter* hart bedrängt. Zum ersten Mal seit der Aufspaltung der großen Lebensmittelketten in den 1920er Jahren und dem Niedergang von A&P erfasst mit Wal Mart ein einzelner Anbieter den gesamten Inlandsmarkt der USA.

Besonders wichtig für die Entwicklung der *Wal-Mart Supercenter* war auch die Übernahme von *McLane*, eines auf den Absatz von Lebensmitteln spezialisierten Großhandelsunternehmens. Damit erhielt Wal-Mart Zugang zu sektorspezifischen Logistik-Strukturen und entsprechendem Know-how. Ungeachtet der enormen Größe des amerikanischen Markts haben die Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen fast alle nur regionale Bedeutung. Nur Wal-Mart schafft mit der Entwicklung seines Supercenter-Konzepts eine landesweite Lebensmittelkette – ähnlich wie zuvor mit seinen Discountkaufhäusern (*DDS-non food*) and den Einkaufsclubs (*WMC-Sam's*).

Wal-Mart International (1998)

Land	Betriebsformen	Zahl der Geschäfte
Argentinien	10 Supercenter Wal-Mart	13
	3 WMC Sam's	
Brasilien	9 Supercenter Wal-Mart	14
	5 WMC Sam's	
Mexiko (53%-ige Beteiligung an Cifra)	27 Supercenter Wal-Mart	416
	31 WMC Sam's +	
	129 Cifra-Läden	
Puerto Rico	9 Wal-Mart DDS	15
	6 WMC Sam's	
Kanada	Wal-Mart DDS	153
	5 WMC Sam's	
Korea	4 Supercenters	4
China	4 Wal-Mart DDS	5
	1 WMC Sam's	
Deutschland	74 Interspar (Hypermärkte)	95
	21 Wertkauf (Hypermärkte)	
Ver. Königreich	Asda (Hypermärkte)	229

Quelle: Food Business News, Oktober 1999, versch. Ausgaben

5.2.2 Internationalisierung der Einzelhandelsaktivitäten führender Non-food-Marken

Im Non-food-Einzelhandel treten neue Akteure auf den Markt, und es wird mehr und mehr international gearbeitet

Im spezialisierten Non-food-Bereich erreichen die Superstores in Europa in einigen Marktsegmenten (Spielzeug, Heimwerkerbedarf, Haushaltgeräte, Büromöbel) erst jetzt nach und nach den Sättigungspunkt; Konzentrationsbewegungen werden häufiger, und das gleiche gilt für internationale Formen der Geschäftstätigkeit.

Neue Akteure wie z. B. Home Depot oder Office Depot haben begonnen, auf internationaler Ebene tätig zu werden, wobei auch Fusionen oder Übernahmen in Europa möglich erscheinen. Die neuen Marktteilnehmer schließen zu den traditionell führenden Unternehmen auf.

Tabelle 5.2.3
Internationalisierung marktführender Einzelhandelsunternehmen im Non-food Bereich, 1998

Unternehmen	Herkunftsland	Zahl der Verkaufsstellen	Zahl der Länder
Benetton	Italien	7 000	100
The Body Shop	Vereinigtes Königreich	1 486	45
Levi's	USA	570	15
Nike	USA	35	6
Reebok	USA	58	120
Ikea	Schweden	130	25
Blockbuster	USA	4 000	22
Toys 'R' Us	USA	1 032	18
Zara	Spanien	471	7
Timberland	USA	612	60
Marks & Spencer	Vereinigtes Königreich	441	26
Hugo Boss	Italien	139	12
The Gap	USA	1 582	5
Esprit	USA	1 080	:
Hennes & Mauritz	Schweden	357	9
Disney	USA	436	9
Warner	USA	244	3

Quelle: Retail Week, versch. Ausgaben

Spielzeugsektor

Im **Spielzeugsektor** haben Toys 'R' Us in beachtlichem Maße in europäische Märkte eindringen können, seit 1997 konnte ihr Vordringen in Italien jedoch gestoppt werden, während ihre Marktanteile in Frankreich sogar rückläufig sind.

In den Bereichen Sport, Bekleidung und Freizeitbedarf entwickeln sich neue Konzepte. Im **Sportsektor** sind Integrationsbestrebungen führender Markenhersteller (Nike, Reebok usw.) zu beobachten. Warner und Disney sind Beispiele für **Freizeitläden**, die sich außerhalb des nordamerikanischen Markts auszubreiten beginnen.

Bekleidungssektor

Im **Bekleidungs**sektor treten spanische Ketten (Zara, Mango) auf den Markt, während führende Designer vermehrt dazu übergehen, eigene Einzelhandels-Verkaufsstellen zu eröffnen (was offenbar eine wichtige strategische Option zur Förderung des Absatzes ihrer Produkte ist).

Eine ganze Reihe von **Designer**firmen (Prada, Thierry Mugler, Ferragamo, Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein, Versace, Tommy Hilfiger, Ralph Lauren) haben Integrationsprojekte gestartet.

Während solche Verkaufsstellen im europäischen Einzelhandel schon seit langem zum gewohnten Bild gehören, ist diese Entwicklung in den Vereinigten Staaten noch weitgehend unbekannt. Diese Geschäfte erlauben eine bessere Darstellung des Produktangebots, sie bieten eine umfassende und zunehmend diversifizierte Produktpalette und bessere Möglichkeiten, das Image des betreffenden Designers zu pflegen.

Schönheitspflegemittel

Im Bereich der **Schönheitspflegemittel** sind Integrationstendenzen insbesondere bei der französischen Gruppe LVMH zu beobachten, die in letzter Zeit DFS (Duty Free Shoppers, die größte Kette von Zollfreiläden und -supermärkten im asiatischen Markt), die französische Sephora und die deutsche Douglas International übernommen hat. Hauptziele dieser Übernahmen waren die Darstellung der Produktpalette, die Imagepflege und die Stärkung des Auslandsabsatzes über abhängige Verkaufsnetze.

5.2.3 Bewährung im internationalen Wettbewerb

Konzentration auf nationaler Ebene

Die fortschreitende Sättigung der nationalen Märkte durch moderne Einzelhandelsformen führt in zunehmendem Maße zur Konzentration von Akteuren mit dem gleichen Konzept – und mit unterschiedlichen Konzepten innerhalb der gleichen Gruppe. Der direkte Wettbewerb zwischen den Anbietern in einem fragmentierten Markt verschärft den Preiswettbewerb - und den Kampf um Kostenvorteile aller Art (Größenvorteile, Standardisierung, Diversifizierung). Das Streben nach mehr Volumen treibt die Unternehmen zur Konzentration durch Fusionen und Übernahmen (Tabelle 5.2.4).

Konzentration auf nationaler Ebene in den USA und in Europa fördert die Internationalisierung

Tabelle 5.2.4
Konzentration auf nationaler Ebene:
Marktanteile der jeweils drei führenden
Unternehmensgruppen, nach Ländern,
1999

Land	Gruppen	Marktanteil (%)
Schweden	Ica, KF, D Group	95
Niederlande	A. Heyn, Super Unie, Vendex	83
Frankreich	Carrefour, Leclerc, Intermarché	66
Belgien	Gib, Delhaize, Aldi	62
Österreich	BML, Spar, Adeg	56
Deutschland	Rewe, Edeka, Aldi	53
Vereinigtes Königreich	Tesco, Sainsbury, Asda	52
Spanien	Pryca, Continente, Alcampo	44
Italien	Coop, Auchan, Carrefour	32

Quelle: Nielsen

1996 war ein Rekordjahr für Unternehmenszusammenschlüsse, -übernahmen und sonstige Formen der Konzentration im Einzelhandel. Diese Aktivitäten haben sich seither sowohl in den USA als auch in Europa weiter verbreitet, und vermutlich wird diese Entwicklung in den nächsten Jahren andauern.

Die weitere Konzentration auf nationaler Ebene beginnt tendenziell langsamer zu verlaufen, sobald vier oder fünf Akteure in mehreren europäischen Ländern größere Marktanteile erworben haben – womit dann die internationale Dimension des Konzentrationsprozesses deutlich wird.

Französische und deutsche Unternehmen im Vordringen auf die Märkte anderer europäischer Länder

Französische und deutsche Unternehmen dringen weiter in die Märkte anderer europäischer Länder vor und bestätigen hier ihre Fähigkeit, Fuß zu fassen und ihre Marktposition zu stärken, während Unternehmen aus dem Vereinigten Königreich nach wie vor kaum Interesse an den Festlandmärkten zeigen.

Die französischen Unternehmen setzen auf Hyper- und Supermärkte, die deutschen eher auf Discountläden. Vor allem in Italien, Spanien und Portugal leiden nationale Unternehmen unter der grenzübergreifenden Expansionspolitik französischer und deutscher Supermarkt- und Discountketten. Die italienische Coop-Gruppe, nach wie vor der einzige nationale Marktführer, hat - wie kürzlich fehlgeschlagene Versuche zeigen - offenbar nur wenig Chancen, ihre inländische Marktstärke zur Entwicklung in anderen europäischen Ländern zu nutzen.

Verknüpfungen auf internationaler Ebene

Um auf ausländischen Märkten erfolgreich sein zu können, folgen die Einzelhandelsunternehmen je nach ihrer Zielsetzung und Marktposition unterschiedlichen Strategien.

Organisches Wachstum oder Direktentwicklung (Aufbau eines Verkaufsnetzes im Ausland durch Errichtung eigener Niederlassungen und Verkaufsstellen) – dieses Verfahren gibt dem investierenden Unternehmen ein Höchstmaß an Kontrolle über die Realisierung seines Konzepts. Hindernisse im Marktzugang können die Unternehmen jedoch zwingen, andere Strategien zu wählen, wie z. B. Übernahmen (Abbildung 5.2.3), Jointventures oder Franchising-Verträge.

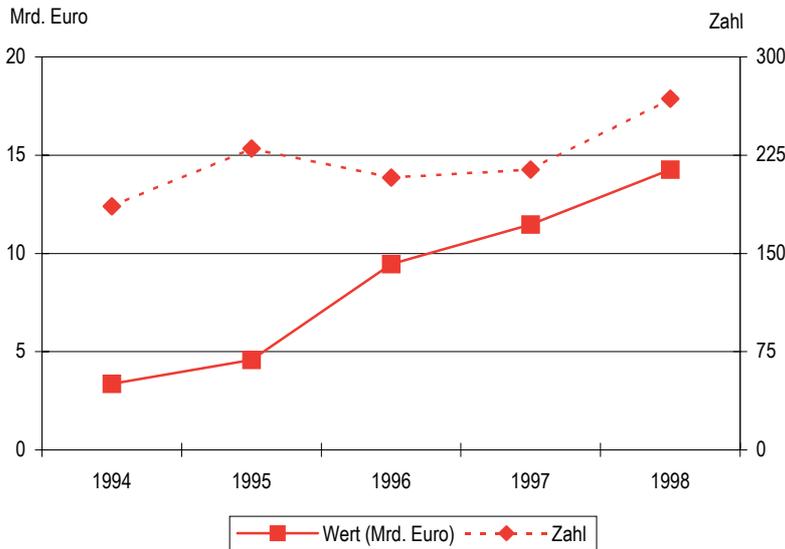


Abbildung 5.2.3
Internationale Unternehmenszusammenschlüsse und -übernahmen, 1994-98

Quelle: Thomson Financial Securities Data

Die Bildung eines **Jointventure** gilt als Zwischenlösung zwischen der direkten Expansion und der Übernahme eines bereits bestehenden Unternehmens. Ein Jointventure ist ein von den örtlichen und ausländischen Partnern gemeinsam getragenes Unternehmen, das als Plattform für ihre gemeinsame Arbeit dient. Dieser Weg wird von europäischen Unternehmen oft gewählt, insbesondere in den Märkten Südeuropas, Lateinamerikas und Asiens. Diese Strategie eignet sich im allgemeinen sowohl für das Vordringen in geographisch nahe oder ferne Regionen mit kulturellen Unterschieden als auch für kulturell ähnliche Gebiete mit aus verschiedenen anderen Gründen (z. B. Handelshemmnisse oder rechtliche Probleme) erschwertem Marktzugang.

Die örtlichen Unternehmen wollen wesentliche Kenntnisse über spezifische Einzelhandelsformen oder Managementmethoden erwerben, die sich bei ihrer weiteren Expansion als nützlich erweisen können.

Andererseits benötigen die ausländischen Partner Informationen über Verbraucherschaft und Marktmerkmale (Konsumgewohnheiten, Wettbewerb, Rechtsvorschriften) und Erfahrungen im Umgang mit der örtlichen Geschäftswelt (Zulieferer, Gewerkschaften, Banken usw.).

Jointventures – eine von europäischen Unternehmen vielfach genutzte Strategie, um Eingang in ausländische Märkte zu finden

Diversifizierung

Der Erfolg auf ausländischen Märkten erwächst aus der perfekten Beherrschung eines bestimmten Konzepts - durch organisatorisches Know-how, die Qualität von Exklusivmarken, ein effizientes Einkaufsmanagement oder Vorherrschaft in einer Produktkategorie (Tabelle 5.2.5).

Tabelle 5.2.5
Spezifisches Know-how global operierender Einzelhandelsunternehmen

Grundstrategie, wesentliche Erfolgsfaktoren, Know-how-bedingte Hauptstärken	Unternehmen
Kosten, Logistik, Beziehungen zu Zulieferern	Aldi, Lidl
Entwicklung einer breiten, auf den Verbraucher abgestimmten Palette von Massenkonsumartikeln, logistische Organisation	Carrefour, Wal-Mart/Sam's, Auchan, Makro/Metro
Starke Eigenmarke, innovatives Geschäftsformat	Marks & Spencer, The Gap, Next, Body Shop
Modische Differenzierung, Ausrichtung auf segmentierte Verbraucher-Zielgruppen	Hennes & Mauritz, Zara, The Gap/Banana Republic, C&A
Beherrschung einer Produktkategorie, Auswahl	Toys 'R' Us, IKEA, Staples, Office Depot, Blockbuster
Firmenname, hoher Bekanntheitsgrad	Warner Bros., Disney

Quelle: *Négocia, Enrico Colla, 'Market Management', Nr. 1-2, 2000*

Diversifizierung als Antwort auf die Sättigung der Inlandsmärkte und die Notwendigkeit, internationale Märkte zu erkunden

Ein erster Schritt ins Ausland besteht für Einzelhandelsunternehmen vielfach darin, (im Wege der direkten Expansion) das Konzept zu 'exportieren', mit dem sie ihre starke Stellung auf dem heimischen Markt errungen und langjährige Erfahrungen gesammelt haben. Das gilt insbesondere für Discountketten und Hypermärkte im Lebensmittelsektor und für Ketten kleiner Spezialbetriebe im Non-food-Bereich.

Starke Spezialisierung auf eine bestimmte Geschäftsformel begünstigt eine 'globale' Strategie, die darin besteht, diese gleiche Formel mit möglichst geringen Veränderungen in verschiedenen Ländern anzubieten. Die Unternehmen können sich so in allen diesen verschiedenen Märkten auf identische Segmente konzentrieren und damit wirtschaftlich einen hohen Standardisierungsgrad erreichen.

Später, wenn die heimischen Märkte gesättigt sind, spricht die Notwendigkeit der Bearbeitung ausländischer Märkte eher für eine Diversifizierung. Die wirtschaftliche Situation der Branche, die zu Beginn der Internationalisierung die Konzentration auf ein bestimmtes 'Kerngeschäft' forderte, tendiert nun eher zu einer Diversifizierung der Geschäftsformeln.

Abgesehen davon eröffnet eine diversifizierte Präsenz in anderen Ländern den Unternehmen die Möglichkeit, in jedem einzelnen dieser Länder ein Mehr an Marktmacht und Synergien aufzubauen. Für Unternehmen, die in diesem Sinne auf Diversifizierung im Ausland abzielen, sind Übernahmen und Jointventures offenbar der geeignetste Weg (Tabelle 5.2.6).

Operation	Gleiches Format	Angepasstes Format	Anderes Format
Organisches Wachstum	Aldi, Lidl, Penny	Carrefour, Continent, Auchan (S), Intermarché (I, S), Leclerc (I, P)	
Übernahmen		Delhaize (F), Continent (D), Carrefour (I)	Delhaize (USA), Tesco (F, P), Sainsbury (USA), Ahold (USA), Tengelmann (USA), Casino (USA), Docks de France (USA), Intermarché (F), Wal-Mart (D)
Joint-ventures		Ahold (P), Continent (B, EL, I, P), Champion (B, EL, E), Carrefour (China), Plus (I), Auchan (I)	

Tabelle 5.2.6
Internationalisierungsstrategien einiger europäischer Unternehmensgruppen, 1998

Die Buchstaben in Klammern stehen für die Zielländer

Quelle: *Négocia*, Enrico Colla, Protokoll des Seminars über die Entwicklung des Handels in Europa, Europäische Kommission, 1999

5.2.4 Neue Zielregionen für Investitionen im Einzelhandel

In den großen Märkten (insbesondere in Lebensmitteln und Haushaltsgütern) hat der Wettbewerb globale Dimensionen angenommen. Die Unternehmen beginnen, bei ihren Strategieentscheidungen der Notwendigkeit Rechnung zu tragen, auf dem globalen Markt eine strategische Position zu erlangen.

Es sind **vier Hauptregionen** zu erkennen, in denen viele Unternehmen eine massive Präsenz anstreben:

- Europa
- Vereinigte Staaten
- Südamerika
- Asien

Die Wettbewerbsstellung der einzelnen Unternehmen ist nicht nur abhängig von ihren finanziellen Ressourcen, sondern auch von der Qualität ihres Managements.

Hauptherkunftsländer internationalisierter Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen sind Frankreich, Deutschland, das Vereinigte Königreich, Belgien und die Niederlande. Hauptexpansionsziele sind Italien, Spanien und die mitteleuropäischen Länder Polen, Ungarn, die tschechische Republik und die Slowakei (Tabelle 5.2.7).

Tabelle 5.2.7
Herkunftsländer und (europäische)
Investitionsziele europäischer
Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen

Herkunft	Deutschland	Frankreich	Vereinigtes Königreich	Belgien	Niederlande
Ziel					
<i>Deutschland</i>		Promodès, Intermarché			
<i>Frankreich</i>	Aldi, Lidl Norma, Rewe Edeka		Tesco	Delhaize, Colruyt	
<i>Vereinigtes Königreich</i>	Aldi, Lidl, Rewe				
<i>Belgien</i>	Aldi, Lidl	Promodès, Cora, Intermarché			Vendex
<i>Niederlande</i>	Aldi, Tengelmann				
<i>Spanien</i>	Tengelmann, Lidl, Rewe	Carrefour, Promodès, Auchan, Docks de France, Compt Mod, Leclerc, Intermarché			
<i>Italien</i>	Rewe, Lidl, Aldi, Tengelmann	Carrefour, Auchan, Intermarché, Promodès			
<i>Portugal</i>		Carrefour, Promodès, Intermarché, Leclerc, Auchan			Ahold
<i>Griechenland</i>		Promodès		Delhaize	
<i>Türkei</i>		Carrefour, Promodès			
<i>Tschechische Republik</i>	Tengelmann, Aldi, Rewe, Norma, Lidl, Edeka			Delhaize	Ahold
<i>Ungarn</i>	Tengelmann, Aldi		Tesco		
<i>Polen</i>	Aldi, Rewe, Dohle	Leclerc, Auchan	Tesco		
<i>Österreich</i>	Tengelmann				
<i>Dänemark</i>	Aldi				

Quelle: *Négocia, Enrico Colla, Protokoll des Seminars über die Entwicklung des Handels in Europa, Europäische Kommission, 1999*

Nach der Fusion mit Promodès ist Carrefour die führende Hypermarktkette in Spanien

Internationalisierungsziel Südeuropa: Spanien und Italien

In Spanien und Italien haben ausländische (und insbesondere französische) Unternehmen traditionell eine sehr starke Position. Ihr Vordringen in den spanischen Markt, das in den 70er Jahren begann, wurde durch die örtliche Gesetzgebung gefördert. Seither haben die führenden französischen Hypermarktketten die Führung übernommen (Tabelle 5.2.8). Die kürzlich erfolgte Fusion von Carrefour und Promodès verstärkte die Konzentration auf dem spanischen Markt und gab die Spitzenposition an die neue Gruppe.

	Umsatz (Mio. Euro)	Markt- anteil (%)		Umsatz (Mio. Euro)	Markt- anteil (%)
Hypermärkte			Supermärkte		
Continente - Promodès (F)	5 443	14.4	Mercadona	2 174	5.2
Eroski	3 588	8.7	Unigro	1 082	2.6
Pryca - Carrefour (F)	3 456	8.3	Caprabo	914	2.2
Alcampo - Auchan (F)	3 185	7.6	Supersol	874	2.1
Hypercor - Corte Ingles	2 735	6.6	Comptoirs Modernes (F)	481	1.1
Makro (D)	787	1.9	Ahold (NL)	421	1.0
Leclerc (F)	168	0.4	Intermarché (F)	120	0.3

Quelle: *Distribución Quinzenal*

In Italien ist es ausländischen Einzelhandelsunternehmen erst in letzter Zeit gelungen, in den Markt einzudringen, und auch sie sahen sich gezwungen, Jointventures mit örtlichen Partnern einzugehen. So haben kürzlich Auchan und Rinascente sowie Promodès (Carrefour) und Gruppo GS (Benetton) zwei Jointventures gebildet, die es den französischen Unternehmen ermöglichten, gemeinsam mit ihren örtlichen Partnern den zweiten bzw. dritten Rang unter den führenden Einzelhandelsgruppen Italiens einzunehmen (Tabelle 5.2.9).

Gruppe	Markt- anteil (%)	Gruppe	Markt- anteil (%)
Coop Italia	17.3	Standa Commerciale	2.9
Gruppo Gs (Carrefour)	9.5	Crai	2.3
Rinascente (Auchan)	9.0	Sigma	2.1
Conad	8.4	DI.TEX.AL	1.7
Esselunga	7.6	Lombardini	1.1
Selex	5.8	Independents	0.9
Interdis	4.8	Carrefour Hypermarkets	0.8
Pam	3.8	Il Gigante	0.8
MDO (Gea, Gigad, Italmec)	3.5	Billa Italia	0.6
Sintesi	3.5	Unvo	0.6
Sisa	3.4	AL.GRO	0.3
C3	3.1	Conitcoop	0.1
Finiper	2.9	Itm Italia	0.1
S.U.N.	2.9		

Quelle: *IRI Infoscan*

Mitteleuropa

Im Lebensmittelbereich haben sich in den letzten Jahren Osteuropa und einige asiatische Länder dem internationalen Wettbewerb geöffnet.

Die europäischen Ketten sind in großer Zahl in diese Märkte geströmt. Deutsche und österreichische Unternehmen haben als erste Marktpositionen bezogen. Die französischen Unternehmen, die zunächst etwas langsamer waren, beginnen nun mit einigen bedeutenden Aktionen (vor allem in Polen) aufzuholen.

Tabelle 5.2.8
Marktanteile französischer und spanischer Unternehmen am spanischen Hypermarktsektor, 1998

Nach Italien kommen ausländische Einzelhandelsunternehmen vor allem durch Jointventures

Tabelle 5.2.9
Marktanteile französischer und italienischer Einzelhandelsgruppen im italienischen Lebensmittelsektor, 1999

In Mitteleuropa sind deutsche und österreichische Unternehmen vorherrschend – Französische Unternehmen holen auf

Viele europäische Einzelhandelsunternehmen haben nach der Öffnung Osteuropas beschlossen, sich in den mitteleuropäischen Ländern langfristig zu engagieren.

Mehrere deutsche und österreichische Unternehmen (Metro, Tengelmann und Rewe; Julius Meinl, Dohle), Ahold (NL) und die schwedische Firma Ikea zeigten sich besonders optimistisch und starteten schon in den frühen 90er Jahren. Unternehmen aus dem Vereinigten Königreich waren tendenziell eher zurückhaltend, aber auch Littlewoods, Marks & Spencer und Tesco haben einige bedeutende Schritte unternommen – und das gleiche gilt für einige italienische Unternehmen (wie Benetton und Stefanel). Die großen französischen Einzelhandelsgruppen (Leclerc, Auchan und Carrefour) haben erst 1995 begonnen, in Polen Super- und Hypermärkte zu eröffnen. Auch Casino (F) hat kürzlich begonnen, auf den mitteleuropäischen Markt vorzudringen (Tabellen 5.2.10 und 5.2.11).

Tabelle 5.2.10
Marktführer im Einzelhandel Polens
und Ungarns, 1999

Unternehmen	POLEN		Unternehmen	UNGARN	
	Gesamtumsatz (Mio. Euro)	Marktanteil (%)		Gesamtumsatz (Mio. Euro)	Marktanteil (%)
Metro (D)	2 188	10.5	Metro (D)	940	19.8
Społem	1 658	8.0	Coop Hungaria	792	16.7
Jeronimo Martins (NL)	692	3.3	CBA	772	16.3
Carrefour (F)	513	2.5	Cora (F)	740	15.6
Rewe (D)	405	1.9	Tengelmann (D)	615	12.9
Géant (F)	389	1.9	Honiker	440	9.3
Auchan (F)	346	1.7	Tesco-Global (D)	329	6.9
Hit (D)	339	1.6	SPAR Hungaria (A)	293	6.2
Tengelmann (D)	320	1.5	Rewe (D)	281	5.9
Leclerc (F)	249	1.2	BEE	116	2.4
Ahold Polska (NL)	242	1.2	Mecsek Fűszért	72	1.5
KFD	237	1.1	A-Walhallá	71	1.5
CBZ	190	0.9	Héliker Trading	71	1.5
DSH	184	0.9	Tisza Coop	65	1.4
McLane (USA)	159	0.8	Alföld Pro-Coop	59	1.2
Savia - Tesco (UK)	148	0.7	Sláger	58	1.2
Multi-Ex	112	0.5	Eszak-Kelet Pro-Coop	57	1.2
Eldorado	97	0.5	Auchan (F)	55	1.2
Bos	89	0.4	Hadjù-Bèt	51	1.1
Polo Market	81	0.4	Csopak	48	1.0

Quelle: M+M Eurodata

TSCHECHISCHE REPUBLIK			SLOWAKEI		
Unternehmen	Gesamtumsatz (Mio. Euro)	Marktanteil (%)	Unternehmen	Gesamtumsatz (Mio. Euro)	Marktanteil (%)
Coop Ceskych	923	14.0	Coop Centrum Slovakia	536	17.9
Makro (D)	516	7.8	Spona	165	5.5
Ahold (NL)	495	7.5	Tesco (UK)	144	4.8
Rewe (D)	457	6.9	Prima Zdroj	86	2.9
Kaufland - Lidl (D)	375	5.7	SLOVPOS	85	2.8
Delvita - Delhaize (B)	319	4.8	Billa - Rewe (D)	79	2.7
Plus - Tengelmann (D)	307	4.7	Zdroj	77	2.6
Tesco (UK)	271	4.1	Opal Fytos	64	2.1
Vega	204	3.1	Zdroj-Hos	63	2.1
Globus (D)	192	2.9	Smoker	57	1.9
Cepos	176	2.7	Euroholding Verex	48	1.6
Meinl (A)	173	2.6	M-Market	41	1.4
Ardanas	153	2.3	Kon-Rad	40	1.3
Enapo	119	1.8	Essex	39	1.3
Interkontakt Group	109	1.6	Labaš	36	1.2
SVOP	92	1.4	Jednota Nové Zámky	35	1.2
SPAR Ceskych (A)	91	1.4	Sintra	32	1.1
Hopi	73	1.1	Jednota Trenčín	31	1.0
Spar Ceska (A)	66	1.0	Nitra Zdroj	29	1.0
Carrefour (F)	62	0.9	Jednota Nitra	25	0.8

Tabelle 5.2.11
Marktführer im Einzelhandel der Tschechischen Republik und der Slowakei, 1999

Quelle: M+M Eurodata

Stärken und Schwächen der mitteleuropäischen Länder

Neben Wachstums- und Gewinnaussichten müssen die Unternehmen, die sich in den mitteleuropäischen Ländern etablieren wollen, in diesen Märkten auch mit u. U. erheblichen Schwierigkeiten rechnen.

Mögliche Schwächen liegen in einem begrenzten örtlichen Wettbewerb, der Anfälligkeit der Industrieproduktion, hoher Inflation und Arbeitslosigkeit und dem daraus erwachsenden Risiko politischer Instabilität.

Andererseits gibt es aber auch einige beachtliche Stärken: gute Wachstumsperspektiven des Markts aufgrund steigender Nachfrage und hoher Verbrauchs-Zuwachsraten, niedrige Grundstücks- und Arbeitskosten sowie gute Chancen für Zusammenarbeit mit Zulieferern.

Unternehmen, die ihr Geschäft in einem oder mehreren mitteleuropäischen Ländern aufbauen wollen, müssen bereit sein, mit gewissen Schwierigkeiten fertig zu werden. Ein ineffizientes Großhandels- und Logistiksystem in Verbindung mit einem noch im Aufbau befindlichen Informations- und Telekommunikationsnetz, unzureichende Sprachkenntnisse und der Mangel an geeignetem Führungspersonal (insbesondere im Marketingbereich) können ernste Probleme darstellen. Auch gewisse makroökonomische und sozio-politische Probleme sind hier zu erwähnen: Instabilität von Währung und Regierung oder das Fortbestehen eines allgegenwärtigen Schwarzmarkts sind Faktoren, die das von den Investoren zu tragende finanzielle Risiko erheblich erhöhen können. Viele Investoren wählen

Jointventures und Franchising-Systeme als Strategien für das Vordringen auf die Märkte mitteleuropäischer Länder

daher für ihren Markteintritt Strategien, die darauf abzielen, die genannten Risiken so weit wie möglich zu reduzieren - insbesondere Jointventures mit örtlichen Unternehmern oder den Abschluss von Franchising-Verträgen.

Lateinamerika

Stärkerer Wettbewerb in Lateinamerika; Carrefour an der Spitze

Europäische und insbesondere französische Einzelhandelsunternehmen sind in erheblichem Maße auf südamerikanische Märkte vorgedrungen, vor allem in Argentinien und Brasilien. Als erster ist **Carrefour** schon in den 70er Jahren in dieser Region tätig geworden. In der Zeit von 1974 bis 1985 hat das Unternehmen in Brasilien jedes Jahr wenigstens einen Hypermarkt eröffnet, und seither hat man den Ausbau weiter beschleunigt und das Netz bis 1998 auf 67 Einheiten erweitert.

In Argentinien erfolgte das Vordringen von Carrefour auf den Markt später (1982) und auch langsamer. Innerhalb von 10 Jahren wurden in Buenos Aires vier Hypermärkte eröffnet, und landesweit verfügte Carrefour 1998 über insgesamt 21 Geschäfte. Nach der Fusion mit Promodès gelangte die 'neue' Carrefour 1999 mit einem Marktanteil von mehr als 30 % an die Spitze des argentinischen Markts (Tabelle 5.2.12).

Im Einzelhandel Argentiniens und Brasiliens ist Carrefour Marktführer

Tabelle 5.2.12
Marktanteile führender Einzelhandelsunternehmen in Argentinien und Brasilien, 1998

ARGENTINIEN		BRASILIEN	
Unternehmen	Marktanteil (%)	Unternehmen	Marktanteil (%)
Carrefour + Promodès (F)	33.2	Carrefour (F)	33.9
Disco - Ahold (NL)	16.9	Pão de Açúcar	26.0
Coto/Cicsa	11.7	Sonae	10.2
Jumbo	4.8	Bompreço	10.1
Wal-Mart (US)	4.4	Sendas Mendonça	8.2
La Anonima	4.3	Wal-Mart (US)	3.1
Casino - Lib (F)	3.8	Cia Zaffari	2.6
Andere	20.9	Sé	2.3
		Cooperhodia	1.9
		G. Barbosa	1.7

Quelle: LSA

In letzter Zeit hat **Casino** in einigen lateinamerikanischen Ländern eine stärkere Position eingenommen. Das Unternehmen tätigte eine Reihe von Übernahmen in Argentinien (28 Geschäfte), Brasilien (349 Einheiten durch Übernahme des brasilianischen Unternehmens 'Pão de Açúcar'), Mexiko (Übernahme der Supermarktkette Smart & Final), Uruguay (21 Disco-Läden) und Venezuela (50 Geschäfte).

Asien

In Asien hat die Finanzkrise von 1997-98 für besonders dynamische Unternehmen neue Möglichkeiten eröffnet, sich in diesem Markt zu etablieren.

Durch die Krise und den daraus resultierenden Rückgang der inländischen Nachfrage verlangsamte sich das Wachstum, und in einigen Branchen wurden auch weniger Geschäfte eröffnet. Andererseits sind örtliche Übernahmen durch die Abwertung der Landeswährungen und die Liquiditätskrise attraktiver geworden.

In der unmittelbaren Folge der Wirtschaftskrise gerieten die Regierungen der Länder unter Druck, und mussten ihre Investitionsgesetzgebung liberalisieren.

In einigen Ländern (z. B. in Thailand oder den Philippinen) wurde ausländischen Einzelhandelsunternehmen zum ersten Mal seit vielen Jahren die Niederlassung gestattet (oder sogar dazu angeregt). Änderungen in den Vorschriften über die Eigentumsrechte ermöglichten eine deutliche Steigerung der Zahl örtlicher Einzelhandelsunternehmen, die effektiv von Unternehmen aus anderen asiatischen Ländern, aus Europa oder den USA übernommen wurden oder von diesen kontrolliert werden.

Die in diesen Ländern bereits etablierten Einzelhandelsketten konnten ihre Präsenz erweitern, wobei ihnen ihre Kenntnis der örtlichen Marktstrukturen zugute kam.

Gestützt auf die bestehenden Ladenketten in ihren Heimatländern und in anderen Überseegebieten, angetrieben von der Sättigung ihrer heimischen Märkte und unter Nutzung ihrer Erfahrungen im Übertragen von Managementprinzipien auf die örtliche Ebene haben europäische Einzelhandelsunternehmen in Asien expandiert – und tatsächlich waren sie dabei letztlich erfolgreicher als ihre US-amerikanischen oder japanischen Wettbewerber.

Mit Verkaufsstellen in Taiwan, Thailand, Hongkong, Singapur, China and Malaysia steht **Carrefour** unter den europäischen Einzelhandelsunternehmen in Asien klar an erster Stelle (Tabelle 5.2.13). Aber auch Delhaize (B), Ahold und Makro (NL), Tesco, Marks & Spencer, Body Shop, Kingfisher und Boots (UK) haben ihre Präsenz in Asien verstärkt.

Die Asienkrise bietet europäischen Einzelhandelsunternehmen Chancen, in östlicher Richtung zu expandieren

Tabelle 5.2.13
Ausländische Einzelhandelsunternehmen
in Asien (Zahl der Verkaufsstellen)

	Japan	Hong-kong	Singapur	Taiwan	Korea	Thailand	Malaysia	Indonesien	China
Carrefour (F)		4	1	21	9	8	5	1	14
Auchan (F)						1			
Tesco (UK)					2	14			
Casino (F)				2		20			
Makro (NL)				7	1	16	7	8	4
Ahold (NL)			14			39	45		15
Marks & Spencer (UK)		8	7		1	2	2	6	
Body Shop (UK)	x	x	x	x		x	x	x	
Otto Versand (D)	J.V.								J.V.
Ikea (S)		5	1	1					
Wal-Mart (USA)		3			4	1		2	5
Toys'R'Us (USA)	76	4	4	6			4		
Delhaize (B)			22			11		13	

Anm.: 'x' steht für eine Präsenz in dem betr. Land, die Zahl der Verkaufsstellen ist jedoch nicht verfügbar.
JV' = Jointventure.

Quelle: *Négocia*, Enrico Colla, 'Market Management', Nr. 1-2, 2000

Zunehmende Europäische Investitionen auf dem nordamerikanischen Markt

In den USA wird der Lebensmittelmarkt von Superstores beherrscht, während die so genannten Wholesale Membership Clubs (C&C-Läden mit Kundenkarten) und Supercenters (Hypermärkte amerikanischen Stils) kräftig vordringen. Während die Versuche französischer Ketten, mit ihren Hypermärkten Fuß zu fassen, erfolglos blieben, haben andere europäische Unternehmen (Tengelmann, Ahold, Delhaize, Sainsbury, Docks de France) vor allem im Bereich der Supermärkte einige größere Übernahmen örtlicher Ketten realisieren können (Tabelle 5.2.14).

Europäische Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen kommen auf den Markt durch Übernahme von US-Supermarktketten

Tabelle 5.2.14
Ausländische Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen in den USA, 1996

Unternehmen	Herkunftsland	Ausdehnung
Ahold	Niederlande	906 Läden: Stop & Shop, Edwards, Giant Foods, Tops, Finast, Bi-lo
Aldi	Deutschland	über 400 Teilsortiment-Läden; 27 Trader Joe's; 11% von Albertson's
Auchan France	Frankreich	Ein Hypermarkt in Houston
Carrefour	Frankreich	11% von Price-Costco
Casino	Frankreich	53% von Smart & Final
Delhaize	Belgien	Kontrolle von Food Lion; Interesse an Super Discount
Docks de France	Frankreich	501 Lil' Champ Kleineinzelhandelsläden
Ito Yokado	Japan	Southland (7-Eleven-Läden)
Marks & Spencer	Vereinigte Königreich	19 Kings Supermärkte
Metro	Deutschland	40% von Makro (Betreiber der Jetro-Läden)
Tengelmann	Deutschland	54% von A&P
Yaohan	Hongkong	8 Supermärkte

Quelle: CIES, June 1996

5.2.5 Entwicklung europäischer Einkaufsorganisationen

Auf dem europäischen Festland neigen die großen multinationalen Einzelhandelsunternehmen eher dazu, eigene Einkaufszentren aufzubauen. Die nur auf nationaler Ebene operierenden Ketten haben angeschlossene Einkaufsgruppen gebildet.

In dem ständig schärfer werdendem Preiswettbewerb spielen europäische Einkaufszentren eine wichtige Rolle bei Entwicklung und Verbreitung von Eigenmarken und so genannten 'Erstpreis'-Produkten. Sie sind jedoch nicht in der Lage, mit führenden multinationalen Markenherstellern Preise auszuhandeln.

Man geht davon aus, dass die Rolle der Einkaufszentren an Bedeutung weiter zunehmen wird. Insbesondere gilt dies für kleine, unabhängige Organisationen (z. B. freiwillige Zusammenschlüsse, Einkaufsgruppen, kleine Ketten) selbständiger Marktteilnehmer, die in der möglichen Entwicklung einer breiteren Palette von Eigenmarken u. U. einen guten Grund für eine fortschreitende Zentralisierung ihrer Entscheidungsprozesse sehen.

Einkaufsgruppen als Strategie, um im Preiswettbewerb mithalten zu können

Einkaufsgruppen	Jahr (1)	
<i>Angeschlossen</i>		
AMS (Zug, Schweiz)	1988	A. Heijn (NL), Allkauf (D), Argyll (UK), Casino (F), Edeka (D), Hakon (NO), Ica (S), Kesko (FIN), La Rinascente (I), Mercadona (E), Jmr Pingo Doce (P), Superquin (IRL).
BIG'S (Amsterdam, Niederlande)	1990	Bergag Ovag (S), Dagrofa (DK), Despar (I), Spar Autriche (A), Spar Landmark (UK), Tuko Spar (F), Unigro (E), Hella Spar (EL), Bwg Foods (IRL).
EMD (Pfäffikon, Schweiz)	1989	Leclerc (F), Markant (D,CH), Nisa Toda's (UK), Selex (I), Euromadi Iberica (E), Zev Markant (A), Superkob (DK), Uniarme (P), Daumb Ab (S), Unk As (NO), Musgrave (IRL).
EUROGROUP (Brüssel, Belgien)	1988	Coop Suisse (CH), Vendex Food (NL), Rewe (A), Bml Group (A).
EUROPARTNER (Amsterdam, Niederlande)	1995	Cora (F), Superuni (NL), Somerfield (UK).
NAF (Dänemark)	1988	Coop Italia (I), Cws (UK), Inex (FIN), Fdb (DK), Kf (S), Nkl (NO).
SEDD	1993	Delhaize le Lion (B), Docks De France (F), Esselunga (I), Sainsbury (UK).
<i>Integriert</i>		
Aldi (Deutschland)		Deutschland, Österreich, Belgien, Dänemark, Italien, Frankreich, Vereinigtes Königreich, Niederlande
Promodès World Trade (Schweiz)		Deutschland, Frankreich, Spanien, Griechenland Italien, USA
Carrefour Marchandises Internationales (Paris, Frankreich)		Frankreich, Italien, Spanien, Türkei, Argentinien, Brasilien Taiwan, Malaysia, Thailand, China.
Eurolec (Leclerc, Frankreich)	1997	Frankreich, Spanien, Polen.

Tabelle 5.2.15
Bedeutende europäische Einkaufsorganisationen des Lebensmitteleinzelhandels, 1998

(1) Gründungsjahr
Quelle: L.S.A. Nr. 1481, 1996, aktualisiert von Enrico Colla, Négocia

5. THEMENBEZOGENE ANALYSE

5.3 Der Handel in den Stadtzentren:

Die Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtzentren und die Einzelhandelspolitik in Europa

Diese Analyse des Einzelhandels in den Stadtzentren enthält:

- einen kurzen Abriss der geschichtlichen Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtzentren und eine Analyse der Gründe seines Rückgangs;
- eine Analyse der derzeit in den wichtigsten Ländern Europas zu beobachtenden Tendenzen zu einer Wiederbelebung der Stadtzentren;
- eine Darstellung der wesentlichen Faktoren der Stärke und der Schwäche des Einzelhandels in den Stadtzentren.

Außerdem werden einige aus verschiedenen europäischen Ländern stammende Beispiele für die Durchführung einer aktiven Politik zur Wiederbelebung der Stadtzentren vorgestellt. Dabei wird analysiert, in welchen Bereichen die Maßnahmen erfolgen, welche Kräfte aktiviert und welche Mittel eingesetzt werden.

5.3.1 Geschichtlicher Überblick: die Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtzentren

Der soziale Wandel sowie Neuerungen in Handel und Technik begünstigen die Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtzentren

Von den Anfängen bis 1960

Die Ausbildung der Stadtzentren folgt den Einflüssen einer Vielfalt wirtschaftlicher, demographischer, soziologischer und technologischer Kräfte, die sich in den verschiedenen Ländern und geschichtlichen Zeiträumen auf unterschiedliche Weise durchsetzen.

Sozio-ökonomische Entwicklung

Vor dem 19. Jahrhundert gab es nur sehr wenige Städte mit mehr als 100 000 Einwohnern. Die Leute tätigten ihre Einkäufe in ihrem Dorf oder in dem Stadtteil, in dem sie wohnten.

Das demographische Wachstum, die Konzentration der Bevölkerung in den großen städtischen Ballungsgebieten und die Entwicklung eines wohlhabenden Bürgertums begünstigten das Aufkommen einer immer stärker werdenden **Nachfrage nach Einzelhandelsleistungen** in den Zentren der Städte.

Im ersten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts beginnen insbesondere in den Stadtzentren von **London** und **Paris** Geschäfte zu entstehen, die ihre Kundschaft nicht nur im Zentrum selbst fanden, sondern auch aus anderen Teilen der Stadt anlockten.

Neuerungen

Diese Entwicklung wurde durch eine ganze Reihe von Neuerungen begünstigt u.a.:

- Personenverkehr
 - Entwicklung der öffentlichen Nahverkehrsmittel: Pferdebahnen, elektrische Straßenbahnen usw.;
 - Eisenbahnlinien als Verbindung zwischen Zentrum und Vororten;
 - Omnibuslinien und in den größten Städten U-, Hoch- und S-Bahnnetze.
- Bauwesen
 - Verwendung von Eisen, Stahl und später Beton;
 - Einbau von Aufzügen.
- Verbreitung der Elektrizität
- Neue Verfahren in der Glasindustrie (z.B. Herstellung großer Schaufensterscheiben).

Erstes Auftreten von Kaufhäusern

Um die Mitte des 19. Jahrhunderts kamen die ersten **Kaufhäuser** auf, deren Verkaufsfläche sich nicht nur in die Breite und Tiefe, sondern auch in die Höhe entwickelte, um die steigenden Mietkosten in vertretbaren Grenzen zu halten.

Die Kaufhäuser mit ihren Neuerungen (niedrige Gewinnspannen, große Umsätze, Festpreise, freier Eintritt, große Auswahl) waren die Vorkämpfer einer **ersten Revolution des Einzelhandels**.

Das 20. Jahrhundert

Eine der markantesten Entwicklungen des 20. Jahrhunderts und insbesondere der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen, war die fortschreitende **Motorisierung** sowohl des öffentlichen als auch des Individualverkehrs (mit Bussen und Pkw). Sie leistete einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung des Einzelhandels in den nun leichter zu erreichenden **mittelgroßen Städten** und begann zugleich, die **Abwanderung der Bevölkerung in die Randgebiete** der Städte zu begünstigen.

Die Wirtschaftskrise der 20er und 30er Jahre war ein weiterer wichtiger Faktor in dieser Entwicklung; sie begünstigte u.a. das Aufkommen von **Großkaufhäusern**.

Die Zeit von 1960 bis 1990

Die Entwicklung von Großformen des Lebensmittel-Einzelhandels auf Kosten der herkömmlichen Geschäfte

Seit den 60er Jahren haben die schnelle Zunahme der Bevölkerung (der 'baby boom') und die massive Zuwanderung in die Industriestädte die städtische Landschaft grundlegend verändert. Das demographische Wachstum und ein steigender Wohlstand erklären die zunehmende Zahl der in den Stadtzentren verkehrenden Kraftfahrzeuge und die daraus resultierenden Verkehrs- und Parkprobleme. Die **Stadtzentren** erweisen sich für die wachsende Bevölkerung schnell als **unzulänglich**, während sich die Vororte ungeordnet und besonders schnell entwickeln. Die Zunahme der Frauenarbeit, technische Innovationen und insbesondere die Verbreitung von Haushaltgeräten für die **Frischhaltung** von Lebensmitteln begünstigen die Entwicklung der Supermärkte und anderer großflächiger Lebensmittelgeschäfte. Gemeinsame Merkmale dieser aus Kostengründen meist **in den Randgebieten angesiedelten Märkte** sind bei einer starken Konzentration des Einkaufs, die Selbstbedienung, knappe Gewinnspannen, Discount-Preise und kostenloses Parken.

Das Vordringen der großen Lebensmittel-Supermärkte und anderer großflächiger Handelsmärkte, der Einkaufszentren und auch des Versandhandels bewirkt eine erneute Revolution im Einzelhandel: die Zahl der 'traditionellen' Geschäfte im

Die Abwanderung der Bevölkerung in die Außenbezirke und Vororte und die 'Revolution des Einzelhandels' schwächen die Stadtzentren

Facheinzelhandel geht massiv zurück, und auch die **Kaufhäuser** verlieren immer mehr an Marktanteil.

Noch schwerwiegender ist, dass die **vorstädtischen Einkaufszentren** neben ihrem Warenangebot auch Restaurants, Kinos, Spiel- und Unterhaltungsstätten umfassen und es ihnen oftmals gelungen ist, durch Angebote in Unterhaltung, Vergnügung und Entspannung **attraktiv** zu werden.

Die einschlägige **Politik** in den verschiedenen europäischen Ländern reagiert nur langsam auf diese Erscheinung; in manchen Fällen fördert sie diese sogar als Mittel im Kampf gegen die Inflation (in Frankreich in den 60er und im Vereinigten Königreich in den 80er Jahren) oder sie erweist sich als ungeeignet, die Entwicklung aufzuhalten. Den in den Stadtzentren ansässigen **Händlern** ihrerseits gelingt es nicht, einen gemeinsamen Willen und eine Strategie für eine Reaktion auf die in dieser Wettbewerbssituation liegende **Bedrohung** zu entwickeln.

5.3.2 Gegenwärtige Tendenzen zur Wiederbelebung der Stadtzentren

Stärken und Schwächen des Einzelhandels in den Stadtzentren: Vielfalt des Waren- und Dienstleistungsangebots – Verkehrs- und Umweltprobleme

Die Stärken und Schwächen des Einzelhandels in den Stadtzentren

Aus Sicht des Bürgers/Verbrauchers, stellen sich die positiven Aspekte (d.h. die **Stärken**) der Stadtzentren, im wesentlichen, wie folgt dar:

- + Vielfalt des Angebots im Sinne von Anbietern und Geschäftsformen;
- + große Auswahl an Erzeugnissen, verbraucherbezogene Dienstleistungen und Preise;
- + parallele Öffnungszeiten der Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe und die Möglichkeit, Einkäufe mit anderen Aktivitäten in der Stadt zu verbinden;
- + gute Anbindung an die öffentlichen Verkehrsmittel;
- + Sicherheit und Sauberkeit und ein qualitätsbetontes Umfeld;
- + Vermischung der Aktivitäten mit Dienstleistungen wirtschaftlicher Art (Gaststätten, Bankdienstleistungen usw.) mit Erholung oder Unterhaltung (kulturelle Veranstaltungen, Museen usw.);
- + soziale Vielfalt mit multikulturellem Charakter.

Wenn und soweit einige dieser Elemente – vom Standpunkt des Bürgers/Verbrauchers gesehen – als ungenügend, unvollständig oder unbefriedigend anzusehen sind, wird aus der jeweiligen "Stärke" naturgemäß eine 'Schwäche'.

Als für den Einzelhandel in den Stadtzentren vielfach typische **Schwächen** sind folgende Punkte zu nennen:

- fehlende oder unzureichende Parkmöglichkeiten;
- überfüllte Geschäfte, schwieriger Verkehr, Zeitaufwand für die Anfahrt vom Stadtrand;
- hohe Preise;
- mangelnde Anpassung an Kundenwünsche;
- unbehagliches Umfeld;
- ungenügende Finanzmittel, Interessenkonflikte und das Fehlen klarer Zuständigkeiten.

Unterschiedliche Situation von Land zu Land

Die Situation in Europa lässt für den Einzelhandel in den Stadtzentren seit einigen Jahren positive Tendenzen erkennen. Trotz der durch die verbreiteten Konzentrations-, Internationalisierungs- und Globalisierungsprozesse geförderten Angleichungstendenzen ist die Lage jedoch **in den betrachteten Ländern unterschiedlich**.

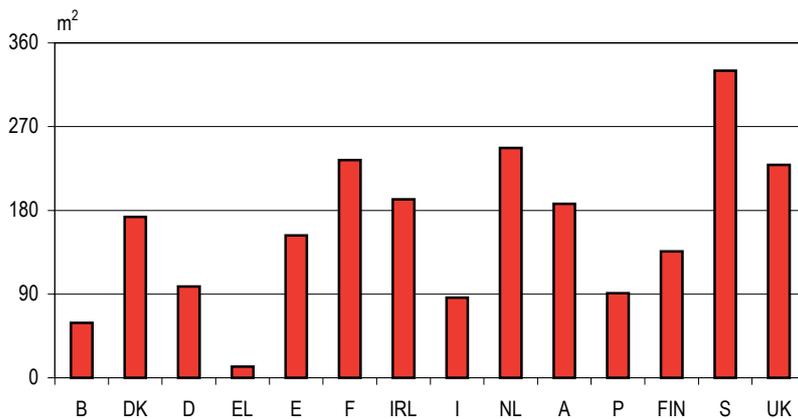


Abbildung 5.3.1
Einkaufszentren in der EU (m²
Verkaufsfläche je 1 000 Einwohner
- 1999)

Quelle: Healey & Baker

Die Verbreitung der Einkaufszentren in einem Land kann Hinweise auf politische Präferenzen und Verbrauchergewohnheiten liefern. Abbildung 5.3.1 verdeutlicht die von Land zu Land bestehenden Unterschiede: in Schweden, Frankreich, den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich gibt es mehr Einkaufszentren (gerechnet in m² pro Einwohner) als z.B. in Deutschland oder Italien.

Auch der Charakter dieser Einkaufszentren ist nicht einheitlich; er ist in erheblichem Maße abhängig von der Struktur des Einzelhandels in den verschiedenen Ländern – einerseits von der relativen Bedeutung der Super- und Hypermärkte im Lebensmittelhandel und Non-Food-Bereich gegenüber dem herkömmlichen Fachhandel und andererseits von der Rolle der Ketten, der Kooperativen und der selbständigen Händler.

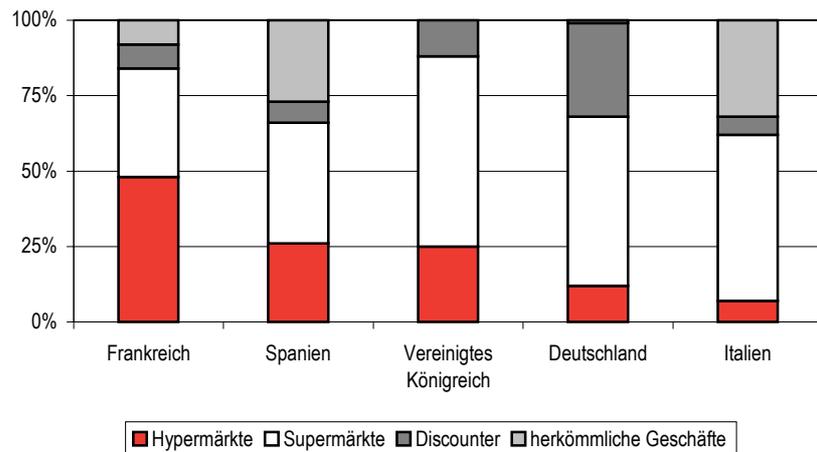
Die Rolle der Lebensmittel-Super- und Hypermärkte und der spezialisierten Ketten in den großen Ländern der EU

Großflächige Lebensmittelsupermärkte

Bei den vorwiegend auf Lebensmittel ausgerichteten Geschäftsformen findet man, dass die **Hypermärkte in Frankreich und im Vereinigten Königreich** besonders stark entwickelt sind; auch in Spanien sind sie gut vertreten, in Italien dagegen kaum. In Frankreich sind die Hypermärkte die Lokomotiven der vorstädtischen Einkaufszentren, und das gleiche gilt für die *Superstores* im Vereinigten Königreich. In **Deutschland**, wo die Kaufhäuser und auch der Versandhandel größere Marktanteile halten konnten, hat die **starke Stellung der 'harten' Discounter** zu einer stärkeren Position des Einzelhandels in den Stadtzentren beigetragen. In **Italien** haben die Hypermärkte zumindest in der Mitte und im Süden des Landes bisher noch keine große Verbreitung gefunden; die Beschleunigung ihrer Entwicklung in den 90er Jahren hat aber zu einem sehr starken **Rückgang bei den herkömmlichen Geschäften** und entsprechenden Auswirkungen auf den Handel in den Stadtzentren geführt.

Die vor allem in den Randgebieten der Städte entstandenen Lebensmittelsupermärkte nähern sich in einigen Ländern dem Sättigungspunkt

Abbildung 5.3.2
Marktanteile der überwiegend auf Lebensmittel ausgerichteten Geschäftsformen, 1999



Quelle: Analysen von McKinsey auf Grundlage von Nielsen Daten

Spezialisierte Ketten und Kleingroßhandel

Eine gewisse Wiederbelebung der Stadtzentren hat insofern stattgefunden, als die zunehmend international entwickelten Ketten kleiner, mittlerer und größerer Fachhandelsgeschäfte sich mehr und mehr in den Stadtzentren und den traditionellen Geschäftsstraßen ansiedeln.

Dieser Vorgang nimmt derartige Formen an, dass man bei bestimmten Kleingroßhandelsläden (wie den **convenience stores**) und auch bei kleinen Supermärkten (wie z.B. *Sainsbury Local* oder *Tesco Express* im Vereinigten Königreich) bereits von einer **Rückkehr in die Stadtzentren** sprechen kann.

Rasch internationalisierende spezialisierte Ketten siedeln sich immer häufiger in den Stadtzentren an

In **Dänemark** ist der Marktanteil dieser mit einem breiten, aber nicht umfangreichen Sortiment arbeitenden Kleineinzelhandelsläden besonders groß; Italien als Land mit einem sehr fragmentierten Einzelhandel liegt an zweiter Stelle. Selbst im **Vereinigten Königreich**, also in einem Land, das ansonsten gekennzeichnet ist durch eine sehr starke Konzentration der Supermarktketten, halten die **convenience stores** nach wie vor einen beachtlichen Anteil.

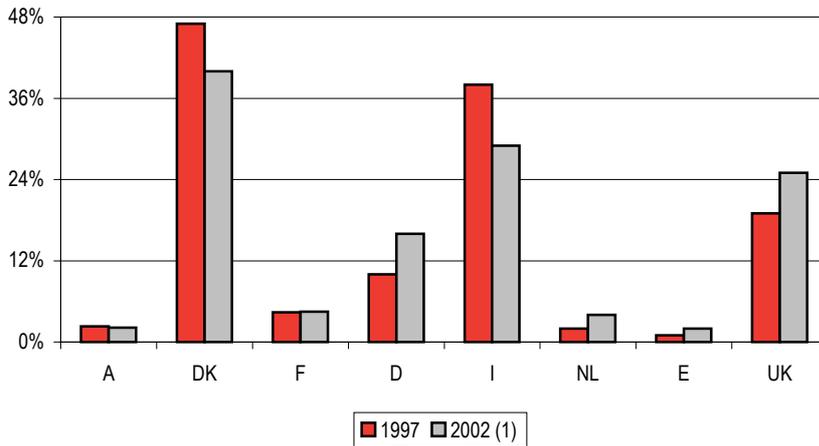


Abbildung 5.3.3
Anteil der Käufe in
Kleineinzelhandelsläden an den
Gesamtausgaben für
Lebensmitteln (in %, 1997)

(1) Prognose

Quelle: The Ebeltoft Group: 'Global Convenience Store Retailing', Financial Times, 1998

Wiederbelebungstrategien

Neugestaltung der großen Bahnhöfe

Eine in mehreren europäischen Ländern zu beobachtende Tendenz ist die **Neugestaltung der großen Bahnhöfe**, die sich aus historischen Gründen oft in den Stadtzentren befinden. Dabei wird das Ziel verfolgt, ihr Erscheinungsbild mehr an das moderner Flughäfen anzunähern – insbesondere hinsichtlich der den Reisenden gebotenen Dienstleistungen und der Sicherheitsstandards.

Eine wesentliche Rolle kommt dabei den für den Einzelhandel vorgesehenen Bereichen zu, von denen man erwartet, dass sie als Anziehungspunkt für eine – über den Kreis der Reisenden hinausreichende - breitere Öffentlichkeit wirken können.

Die zwei nachstehend beschriebenen Beispiele aus Italien und Deutschland sollen diese Entwicklung veranschaulichen:

Die Erneuerung der großen Bahnhöfe begünstigt letztlich die Stadtzentren

Italien:
Neues Einkaufszentrum im
Bahnhof Roma Termini

In **Italien** wurde kürzlich für die Nutzung des Raumangebots in den 13 wichtigsten Bahnhöfen des Landes unter dem Namen **Grandi Stazioni** eine neue Gesellschaft gegründet, deren Hauptaktionär die **Benetton-Gruppe** ist.

Die Renovierung des **Bahnhofs Roma Termini** mit einer Gesamtfläche von 225 000 m² und einem täglichen Aufkommen von 400 000 Personen ist vor kurzem abgeschlossen worden.

Das **neue Einkaufszentrum** erstreckt sich über 12 000 m²; es umfasst etwa hundert Geschäfte, verschiedene Gaststätten und eine sich über zwei Etagen erstreckende, rund 1 200 m² große Bücherei.

Im Jahr 2000 begannen die Arbeiten an den großen Bahnhöfen in Mailand (Centrale) und Neapel; danach sollen Turin, Florenz, Bologna, Venedig, Genua, Verona, Bari und Palermo folgen. Insgesamt geht es um Flächen von rund 900 000 m² mit einem Jahresaufkommen von 600 Millionen Personen.

Deutschland:
Der Leipziger Hauptbahnhof

Eine in diesem Zusammenhang viel beachtete Bauleistung in **Deutschland** ist die Neugestaltung des Hauptbahnhofs der rund 500 000 Einwohner zählenden sächsischen Stadt Leipzig, des größten Kopfbahnhofs Europas mit 24 Gleisen, der täglich von etwa 70 000 Reisenden benutzt wird.

Das Zentrum von **Leipzig** hat von 1992 bis 1996 ein Drittel seiner Kunden verloren, und heute entfallen auf die Stadtmitte nur noch 15% der im Stadtgebiet vorhandenen Verkaufsfläche (während es im allgemeinen 20-30% sind).

Im Bahnhof findet man um eine 300 m lange und 60 m breite Zentralhalle in drei Ebenen (davon 2 Untergeschossen) 140 Geschäfte mit 30 000 m² Verkaufsfläche, dazu Parkraum für 600 Fahrzeuge im Bahnhof selbst und 700 Plätze in der Nähe. Ein Hauptmagnet ist Saturn (Unterhaltungselektronik und Elektro-Haushaltgeräte) mit 60 000 Artikeln auf 3 900 m² in drei Etagen; an Lebensmittelketten sind **Aldi** (770 m²) und **Minimal-Markt** (1 700 m²) vertreten.

Ausstellungen, Musikdarbietungen, Modeschauen, Seniorentage usw. sollen mithelfen, den Bahnhof **attraktiv** genug zu machen, um einem Abwandern der Kundschaft entgegenzuwirken. Wichtig ist auch, dass die Geschäfte die Erlaubnis erhalten haben, **an allen 7 Tagen der Woche bis 22 Uhr geöffnet zu halten**.

Vielfalt in den Stadtzentren

Der Einzelhandel in den Stadtzentren und insbesondere seine Wiederbelebung beruhen nicht zuletzt auch auf der Verschiedenartigkeit der im Stadtzentrum anzutreffenden Handelstypen.

Von Stadt zu Stadt zeigen die Zentren ein unterschiedliches Gesicht. Sie variieren nach Größe (Weltstädte, Kleinstädte, Kunstzentren usw.), nach der Lage des Zentrums innerhalb der Stadt (echtes Stadtzentrum, Geschäftsstraßen, Bahnhöfe usw.) sowie nach dem Wesen der Stadt (Geschichte, Kultur usw.). Diese Faktoren verleihen der Stadt oft einen sehr spezifischen Charakter, der für die möglichen Wiederbelebungsstrategien entscheidend ist.

Das Zentrum der hanseatischen Metropole **Hamburg** ist ein positives Beispiel für eine Wiederbelebung eines Stadtzentrums durch die Vorteile, die sich aus einer geschickten **Kombination von Nutzung zu Einzelhandels- und Erholungszwecken** ergeben

In **Hamburg** gibt es seit einigen Monaten das landesweit größte **Saturn**-Geschäft (weiße und braune Ware), gerade gegenüber dem größten Sportgeschäft Europas mit Namen **Karstadt-Sport**.

Letzteres wurde am 3. November 1999 eröffnet; es erstreckt sich über 10 000 m² auf sieben Etagen.

Das Untergeschoss ist ausschließlich **Spielen** aller Art vorbehalten. Auf dem obersten Geschoss befindet sich ein **Restaurant** mit betonter 'Relax'-Atmosphäre und eine **Sportanlage**, die sowohl als Eisbahn als auch als Basketball-Arena dienen kann, und von der man einen schönen Ausblick über die Dächer Hamburgs hat.

Der Einzugsbereich der Hansestadt wird auf 2-3 Millionen Einwohner geschätzt.

Wiederbelebung des
Stadtzentrums von Hamburg

Die Rolle der gesetzgeberischen Politik im Einzelhandel

Die Einzelhandelspolitik hat wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung der Handelsstrukturen in den europäischen Ländern. In den 70er Jahren wurde die Eröffnung neuer Super- oder Hypermärkte in mehreren europäischen Ländern, u.a. in Italien, im Vereinigten Königreich, in Österreich, in den Niederlanden und in den nordischen EU-Ländern eher restriktiv behandelt, in Belgien, Frankreich, Spanien und Deutschland dagegen eher liberal. Im Gegensatz dazu ist die Politik in den 80er Jahren im Vereinigten Königreich liberaler und in Belgien und Deutschland restriktiver geworden.

In den 90er Jahren wurden in mehreren Ländern **verschärfte Beschränkungen** für die Entwicklung von Lebensmittel-Super- und Hypermärkten eingeführt – insbesondere in **Frankreich**, im **Vereinigten Königreich** und auch in **Italien** (wo die geltende Liberalisierung vor allem für Einheiten geringer und mittlerer Größe gilt). In **Spanien** wurde die Eröffnung großer Supermärkte mit mehr als 2 500 m² Verkaufsfläche einer **Genehmigung** durch die Regionalbehörden unterworfen, die u.a. eine Studie der Auswirkungen auf den vorhandenen Einzelhandel voraussetzt.

Bei den **Öffnungszeiten** einschließlich der Samstage und Sonntage ist – abgesehen von den traditionellen Unterschieden zwischen Deutschland und Österreich und allen anderen Ländern – eine allgemeine Tendenz zur **Liberalisierung** festzustellen (und zwar insbesondere in Deutschland, in den Niederlanden und in Italien).

Haben sich alle diese **Einschränkungen** bisher eher **zugunsten ausländischer Handelsunternehmen** ausgewirkt, so könnten sie jetzt auch den **Einzelhandel in den Stadtzentren** begünstigen, da sie auch eine Rückorientierung auf kleinere Geschäftsformen, die sich eher in den Stadtzentren ansiedeln, bedeuten.

Die gesetzlichen Regelungen für den Einzelhandel laufen auf eine Eindämmung des Wachstums der großen Handelsmärkte in den Randbezirken der Städte hinaus

5.3.3 Beispiele für eine auf Wiederbelebung gerichtete Politik

Wiederbelebung von Stadtzentren im Vereinigten Königreich durch Projekte im Sinne des 'Town Centre Management'

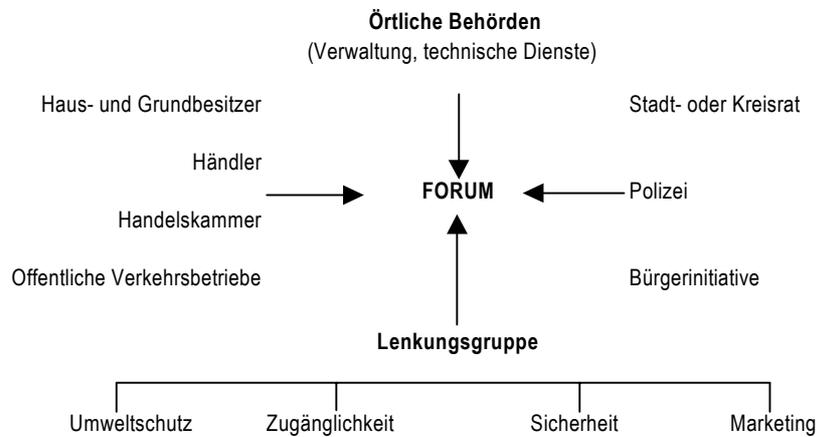
Das Vereinigte Königreich und das 'Town Centre Management'

Im Vereinigten Königreich standen die letzten Jahre im Zeichen der in der *Planning and Policy Guidance (PPG6) 'Town Centres and Retail Developments'* von 1996 formulierten Politik. Gegenüber den 80er Jahren ist dieser Plan insofern eine Fortentwicklung der regierungsseitigen Politik, als die Stadtzentren als bevorzugter Standort des Einzelhandels betrachtet und die negativen Folgen des Wachstums der außerhalb der Städte entstandenen Superstores und Einkaufszentren erkannt werden.

1991 wurde die **Association 'Town Centre Management' (ATCM)** gegründet, und diese Initiative ging einher mit einer schnellen Entwicklung solcher Projekte (mehr als 200 Stadterneuerungs-Programme in den 90er Jahren).

Es handelt sich um partnerschaftliche Strukturen, in denen der öffentliche Sektor (die örtliche Verwaltung), die Privatwirtschaft (Einzelhandel) und freiwillige Kräfte zusammenwirken und die auf der Erkenntnis beruhen, dass es in den Stadtzentren eine Vielfalt von wirtschaftlichen, kulturellen und sonstigen Interessen, Funktionen und Aktivitäten gibt und es daher wichtig ist, die verschiedenen Akteure einzubinden.

Schema einer 'Town Centre Management'-Initiative im Vereinigten Königreich



Hinsichtlich der Finanzierung sind die **Ergebnisse durchaus positiv**: 85% der 'Town Centre Management'-Initiativen erhalten von den Einzelhändlern Finanzierungsbeiträge, 74% davon in Form von Dienstleistungen.

Alle im 'Town Centre Management' aktiven Gruppierungen betonen die Bedeutung einer angemessenen **Vermarktung** der in den Stadtzentren geschaffenen Innovationen und Umweltverbesserungen, um die angestrebte **Verbesserung der Kundenfrequenz** zu erreichen.

Um die Anstrengungen der Städte bezüglich der Erneuerung ihrer Zentren besser zu würdigen, wurde 1991 die Auszeichnung 'British Council Shopping Center

Environmental Award gestiftet. Unter den Preisträgern dominieren die **historischen Städte** des Vereinigten Königreichs, wie die nachstehenden Beispiele zeigen:

- **Hereford** gewann 1991 den ersten Wettbewerb mit einem Stadterneuerungsprogramm, das die Schaffung von Fußgängerzonen, Erleichterungen für Behinderte und eine Verbesserung der Einzelhandelsstrukturen umfasste.
- **Wolverhampton** war der Sieger von 1993. Hier hat das *'town center management'* ebenfalls Fußgängerzonen und baumbestandene Bereiche geschaffen, sonstige städtische Anlagen erneuert und ein erstes geschlossenes Fernsehnetz aufgebaut.
- In **Hemel Hempstead**, der Siegerstadt von 1995, wurden u.a. mehr Wert auf die Qualität der Reinigungsunternehmen gelegt: Graffiti und nicht genehmigte Plakate wurden schnell und wirksam entfernt.

Die historischen Städte im Vereinigten Königreich sind erfolgreich bei der Erneuerung ihrer Zentren

Seit einigen Jahren hat sich in **Spanien** das Tempo der Eröffnung neuer Einkaufszentren auch infolge des restriktiveren neuen Gesetzes von 1995 merklich verlangsamt. Die neuen Zentren sind weniger auf die großen Hypermärkte ausgerichtet, bei ihnen geht es eher um kleinere Geschäfte im Bereich **Freizeit, Mode und Sport**.

Die Einkaufszentren in den Stadtzentren werden zahlreicher, die Erneuerung von Bahnhöfen und Häfen kommt voran, und das gleiche gilt auch für die Entwicklung der Märkte unter freiem Himmel.

Man spricht mehr und mehr von **Einkaufszentren unter freiem Himmel**, die im allgemeinen von Gruppen von Händlern geschaffen werden, die sich in einer speziellen Organisation oder nach Straßen zusammenschließen.

Die von den Zentren gebildete **operative Organisationseinheit** in der Rechtsform einer wirtschaftlichen **Interessengemeinschaft** wird in der Regel von einem Geschäftsführer geleitet, der unmittelbar dem Vorsitzenden der Händlervereinigung untersteht, von der das Projekt ursprünglich ausgeht.

Nach einer Analyse des vorhandenen Raums, des Angebots und der Nachfrage sorgt die operative Organisationseinheit für die Erstellung und Durchführung von Plänen zur Verbesserung der Umwelt, und - durch Werbeaktionen, Veranstaltungen usw. - zur Verbesserung und Aufwertung des Angebots.

Zwei Beispiele für solche Einkaufszentren unter freiem Himmel sind die Städte Martorell mit 102 Einzelhandelsgeschäften und Maragall mit 460 Geschäften.

An der Finanzierung solcher Projekte können sich neben den Einzelhändlern selbst, auch die Handelskammern und die örtlichen Verwaltungen beteiligen.

Wiederbelebung in Spanien durch Einkaufszentren unter freiem Himmel

Neue Rechtsvorschriften und
Wiederbelebungsprogramme in
Italien

In **Italien** wird die Wiederbelebung des innerstädtischen Geschäftslebens durch eine **neue Gesetzgebung** (das Dekret Bersani von 1998) begünstigt. Hauptmerkmal der neuen Regelungen ist eine vor allem für die kleinen und mittleren Geschäfte wirksame Liberalisierung des Einzelhandels.

Außerdem geht es um Pläne für die Neugestaltung der historischen Zentren.

In speziellen **Programmen für die nachhaltige Entwicklung des städtischen Raums** ('PRUSST') ist eine öffentliche Finanzierung von Projekten (aber nicht der Bauarbeiten) zur Neugestaltung der Stadtzentren vorgesehen (insgesamt 930 Mio. Euro, davon 362 Mio. aus privaten Quellen).

Daneben existieren die **Pläne des Ministers für öffentliche Arbeiten** zur Förderung von Abriss und Neubau illegal errichteter oder unansehnlicher Wohngebäude.

Die Grundelemente dieser Maßnahmen liegen im Übergang von einem eher ästhetischen Ansatz zum Prinzip der Funktionalität des Raums, der Mischung von Aktivitäten und der Bedeutung von Übergangszonen. Beispiele für in letzter Zeit angelaufene Projekte zur Neugestaltung und marketingmäßigen Förderung italienischer Städte sind Perugia, Pavia, Trento, Piacenza und Reggio Emilia.

Fazit

- In der Folge bedeutender **sozio-demographischer Veränderungen** beginnt sich in Europa ein **neues Gleichgewicht** zwischen dem Einzelhandel in den Stadtrandgebieten und in den Stadtzentren abzuzeichnen. Als Reaktion auf die beginnende Sättigung und die Schwierigkeiten bei der Eröffnung neuer großflächiger Geschäfte am Stadtrand oder in den Vororten beginnt der Handel, sich auf die Wachstumsmöglichkeiten im Stadtzentrum zu besinnen.
- Eher innovative Aspekte dieser Veränderungen liegen in der **Wiederentdeckung der Verbrauchernähe** durch die großen Supermarktketten, der vermehrten Ansiedlung anderer **großflächiger Handelsmärkte** und in der Neugestaltung großer **Bahnhöfe**.
- Wenn der Einzelhandel in den Stadtzentren derzeit auch einen gewissen Rückenwind genießt, so lässt sich ein echtes Wachstum nur unter Berücksichtigung der Wünsche und **Erwartungen der Bürger/Verbraucher** erreichen, und denen geht es vor allem um Zeit, Sinn, Komfort und Vergnügen. Wichtige Trümpfe sind hierbei die Unterschiedlichkeit der möglichen Aktivitäten, ein angenehmes Umfeld und das kulturelle Angebot.
- Offensichtlich ist ein Erfolg auch nicht möglich, solange es an einer **gemeinschaftlichen Leitung** des Einzelhandels in den Stadtzentren fehlt. Nur einer einheitlichen Leitung kann gelingen, die mit einer stärkeren Präsenz des Einzelhandels in den Stadtzentren verbundenen vielfältigen Schwächen und Unannehmlichkeiten auszuräumen oder zu vermeiden und **ihre Vorteile voll zur Geltung zu bringen**.
- Man erkennt mehr und mehr, dass der Handel in den Stadtzentren an einem Strang ziehen muss und dass **Privatinitiative** und **effiziente Managementstrukturen** für die Gesamtheit des Handels in den Stadtzentren erforderlich sind.

5. THEMENBEZOGENE ANALYSE

5.4 Der elektronische Handel: Verbreitung, Branchen, Unternehmen

Dieses Kapitel befasst sich mit dem elektronischen Handel, dem 'e-Commerce', d.h. dem gesamten über das Internet abgewickelten Handel zwischen Unternehmen ('*Business to business*' oder 'B2B') oder zwischen Unternehmen und Verbrauchern ('*Business to Consumer*' oder 'B2C').

In absoluten Zahlen hat der Handel über das Internet bisher nur marginale Bedeutung, die Steigerungsraten der Umsätze waren aber 1999 und 2000 sehr beachtlich. Die Prognosen für die kommenden Jahre sind zudem sehr positiv – vor allem für das B2B-Geschäft, von dem sich die Unternehmen des Sektors erhebliche Vorteile versprechen.

In Europa ist der elektronische Handel noch weniger entwickelt als in den Vereinigten Staaten, wobei dieser Rückstand im wesentlichen auf die geringere Verbreitung des Internet zurückzuführen ist. Die europäischen Händler sind aber mit Initiativen im B2B- und B2C-Geschäft keineswegs weniger aktiv also ihre amerikanischen Kollegen, und in manchen Bereichen – so z.B. im Lebensmittelsektor – haben sie sogar die Führung übernommen.

Sah man den Online-Handel zunächst als eine Bedrohung des traditionellen Handels im Sinne von Substitutionseffekten und der Ausschaltung von Zwischenstufen, so erscheint er heute eher als zusätzlicher Trumpf in der Hand des Handels (immer mehr auf mehreren Absatzwegen tätige Handelsunternehmen - 'Mehrweg-Anbieter' - integrieren diese neue Absatzform und erkennen Synergien zu ihrem herkömmlichen Ladenverkauf).

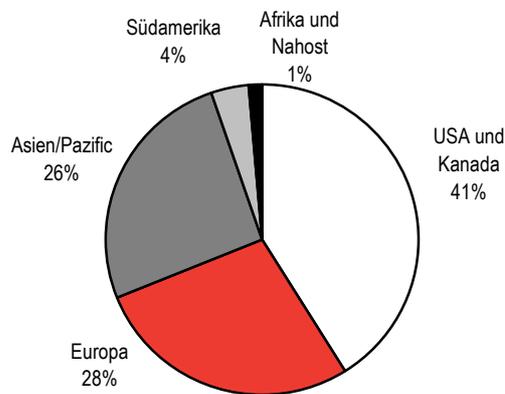
Auch die Umsätze zwischen Unternehmen (im B2B-Geschäft) über das Internet entwickeln sich weiter. Es sind 'virtuelle' Einkaufszentralen entstanden, denen in Zukunft die wichtigsten Händler angehören werden.

5.4.1 Die Verbreitung des Internets

Um am elektronischen Handel teilnehmen zu können, muss man zunächst einmal über einen PC mit Internet-Anschluss verfügen. In den einschlägigen Datenquellen wird unterschieden zwischen **Internet-Site-Betreibern** (die an bestimmten Netzpunkten und auf verschiedenen Ebenen eigene, unbegrenzt zugängliche IP-Adressen besitzen – .com oder .de, .ch, .fr, .uk usw.), und den **Internet-Benutzern** (d.h. die an das Internet angeschlossenen Personen), deren durch Haushalt-erhebungen ermittelte Zahl naturgemäß viel höher ist.

Im November 2000 betrug die geschätzte Zahl der Internet-Benutzer weltweit 407,1 Millionen, die sich auf die verschiedenen Weltregionen sehr ungleich verteilen (Abbildung 5.4.1).

Abbildung 5.4.1
Verteilung der Internet-Benutzer in
der Welt, 2000



Quelle: Nua Internet Surveys

Eine gewisse Vorherrschaft Nordamerikas (USA und Kanada) ist nicht zu übersehen. Aber auch Europa und der asiatisch-pazifische Raum halten beachtliche Anteile. Die Zahl der Internet-Benutzer konzentriert sich in starkem Maße auf bestimmte Länder, von denen die in Tabelle 5.4.1 aufgeführten 15 wichtigsten mehr als 85% der weltweiten Gesamtzahl stellen.

Land	Zahl der Internet-Benutzer		Zahl der Internet-Site-Betreiber	
	(Millionen)	% vom Total		% vom Total
USA	153.8	37.8	75 414	66.0
Japan	38.6	9.5	5 623	4.9
Deutschland	20.1	4.9	3 529	3.1
Ver. Königreich	20.0	4.9	3 797	3.3
China	16.9	4.2	135	0.1
Südkorea	16.4	4.0	532	0.5
Italien	13.4	3.3	2 179	1.9
Kanada (1)	13.3	3.3	5 066	4.4
Brasilien	9.8	2.4	742	0.6
Russland	9.2	2.3	295	0.3
Frankreich	9.0	2.2	1 455	1.3
Australien	8.4	2.1	1 671	1.5
Niederlande	7.3	1.8	1 648	1.4
Taiwan	6.4	1.6	1 462	1.3
Spanien	5.5	1.3	938	0.8
Welt	407.1	100.0	114 296	100.0

Tabelle 5.4.1
Die 15 wichtigsten Internet-Benutzerländer: Zahl der Internet-Benutzer und Zahl der Internet-Site-Betreiber, 2000

(1) Zahl der Internet-Benutzer: Daten von 1999
Quelle: Nua Internet Surveys, Telcordia - Internet Netsizer

Abbildung 5.4.2 zeigt, dass innerhalb der Europäischen Union die großen Länder nach der absoluten Zahl der Internet-Benutzer, die das Netz von zu Hause aus benutzen, an der Spitze liegen (wobei die Niederlande einen beachtlichen Platz einnehmen).

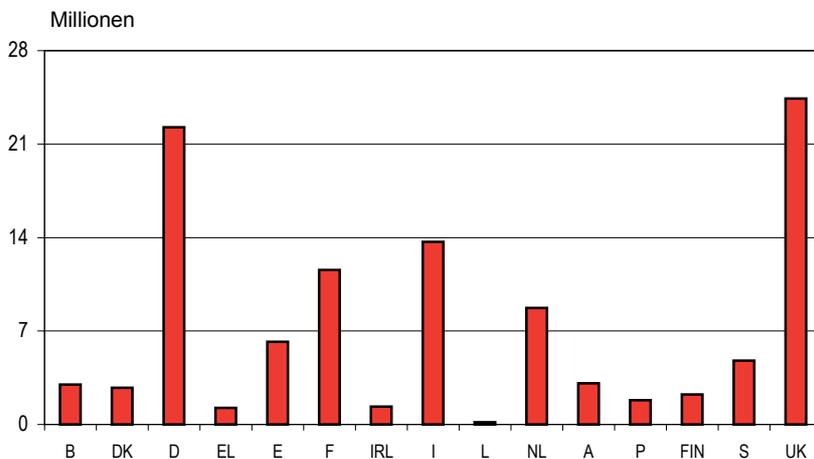


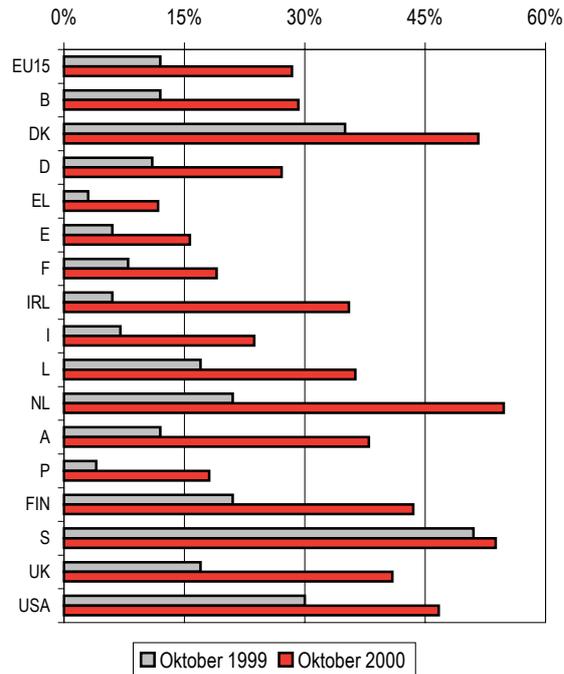
Abbildung 5.4.2
Personen in der EU, die zu Hause einen Internet Zugang haben, Oktober 2000

Quelle: Schätzungen von Eurostat auf Grundlage von Zahlen der GD INFSO

Ein besseres Maß der Verbreitung des Internet ergibt sich jedoch, wenn wir den Anteil der an das Internet angeschlossenen Personen an der Bevölkerung der verschiedenen Länder betrachten. Dabei zeigt sich, dass die nordeuropäischen Länder die eigentlichen Pioniere und Hauptnutzer des Internet in Europa sind.

Die anderen großen Länder liegen dagegen in der Entwicklung des Internet und damit auch des elektronischen Handels gegenüber den Vereinigten Staaten deutlich zurück (Abbildung 5.4.3).

Abbildung 5.4.3
Anteil der Personen, die Internet
Zugang zu Hause haben, in % der
Gesamtbevölkerung, EU-15 und USA,
1999 und 2000



Quelle: Europäische Kommission GD INFSO

5.4.2 Die Verbreitung des elektronischen Handels in den USA

In den USA erwartet man für die nächsten Jahre eine starke Zunahme, vor allem im B2B-Geschäft

In letzter Zeit haben die 'traditionellen' Handelsunternehmen in den USA ihre Aktivitäten im Internet vervielfältigt. Und es gibt auch erste statistische Daten über diesen Wirtschaftszweig. Nach Angaben des statistischen Amtes des amerikanischen **Handelsministeriums** beliefen sich die über das Internet abgewickelten Umsätze (Online-Verkäufe im B2C-Geschäft) im Jahr 2000 auf 28 Mrd. Euro¹, entsprechend 0,8% der Gesamtumsätze.

Bisher stammten die verfügbaren Daten über den elektronischen Handel hauptsächlich von Privatinstiuten wie z.B. **Forrester Research**, die das Online-Geschäft (B2C) für 2000 auf 42,1 Mrd. Euro schätzen, gegenüber 16,9 Mrd. Euro für 1999 und 7,1 Mrd. Euro für 1998.

Die Schätzungen der **Boston Consulting Group** (BCG) sind noch optimistischer: BCG zufolge hätten die Online-Umsätze (B2C) in den USA im Jahr 2000 66,3 Mrd. Euro (gegenüber 33,8 Mrd Euro in 1999) erreicht, was 1,2% der gesamten Einzelhandelsumsätze entsprach. Andere Beratungsfirmen und Forschungsstellen kommen dagegen zu weniger positiven Schätzungen (Abbildung 5.4.4).

¹ Die Angaben in diesem Kapitel wurden unter Verwendung der Wechselkurse aus der Eurostat Datenbank New Cronos, aux_ind, in Euro umgerechnet.

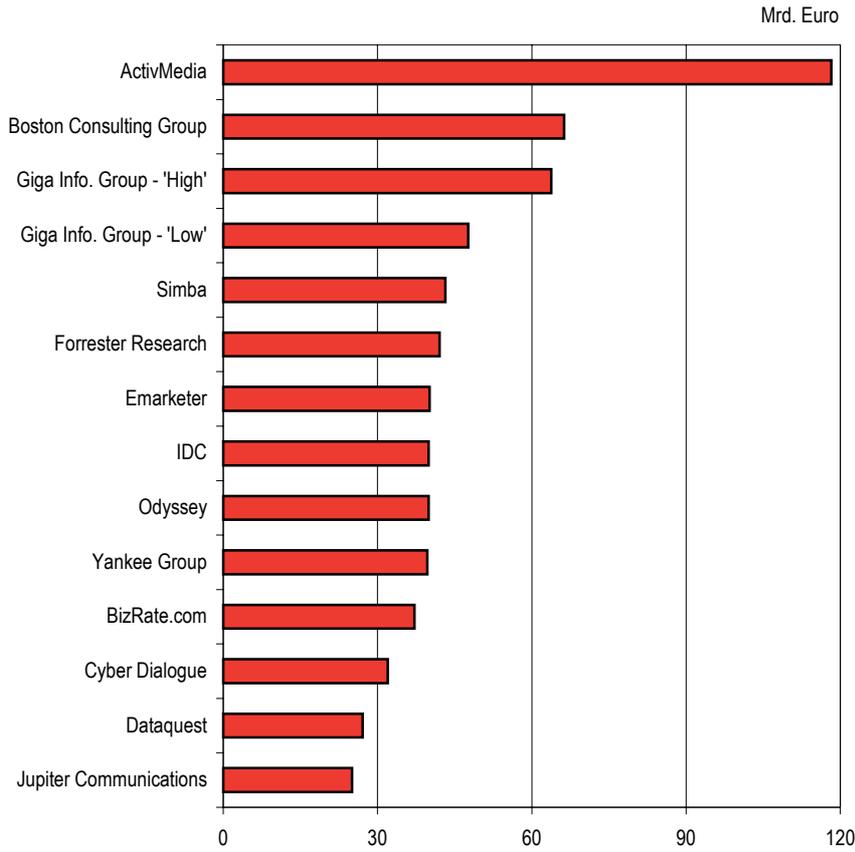


Abbildung 5.4.4
Verschiedene Schätzungen der Online-Umsätze (B2C) in den USA, 2000

Quelle: eMarketer, 2000

Wenn die Umsätze nach den vorliegenden Daten derzeit auch noch sehr gering sind, so ist doch allen Voraussagen zufolge im Laufe den kommenden Jahre mit einer deutlichen Wachstum zu rechnen (Abbildung 5.4.5).

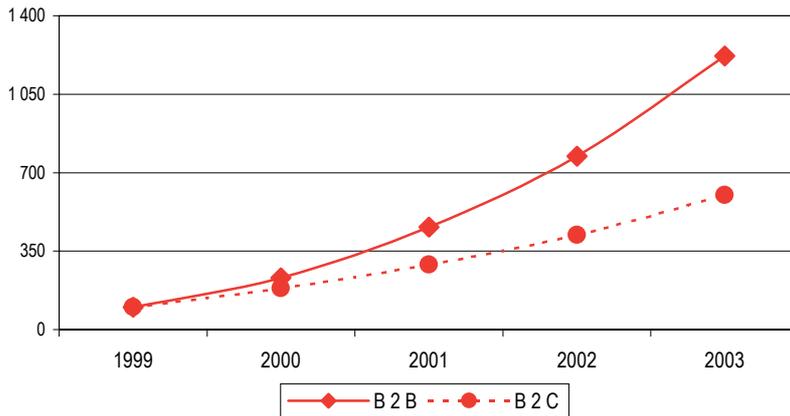


Abbildung 5.4.5
Geschätzte Steigerung der Umsätze im elektronischen Handel in den USA (1999 = 100)

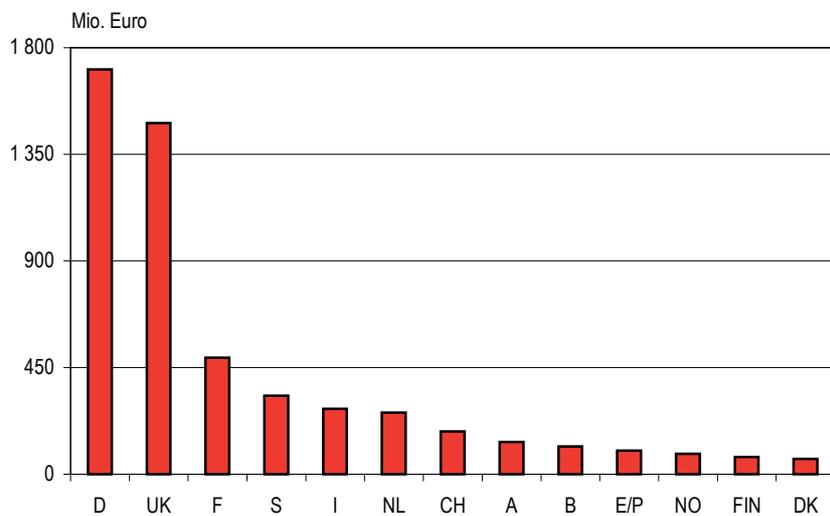
Quelle: Forrester Research

5.4.3 Der elektronische Handel und seine Entwicklung in Europa

Die derzeitige Situation

Nach Angaben der Boston Consulting Group (BCG) beliefen sich die Umsätze im Einzelhandel über das Internet (B2C) in Westeuropa² im Jahr 1999 auf 5,3 Mrd. Euro, etwa 0,2% der gesamten Einzelhandelsumsätze. Die Prognosen lassen erwarten, dass diese Zahl im Jahr 2000 auf 13,6 Mrd. Euro und bis 2002 auf 68,3 Mrd. Euro ansteigen wird. Die Marktanteile der verschiedenen europäischen Länder sind sehr unterschiedlich, Deutschland und das Vereinigte Königreich zusammen stellen allein 60%. Der Rückstand gegenüber den USA ist erheblich: nach der BCG beträgt er 18 Monate (Abbildung 5.4.6).

Abbildung 5.4.6
Der elektronische Handel in Westeuropa, 1999



Quelle: BCG, Boston Consulting Group

Mögliche Gründe für den Rückstand Europas im elektronischen Handel

Dieser Rückstand erklärt sich nur zum Teil aus der unterschiedlichen Zahl der Internetbenutzer, die in der Zeit von Anfang 1999 bis Ende 2000 in den USA von 79 auf etwa 154 und in Westeuropa von 60,6 auf 96 Millionen angewachsen ist. Die frühzeitige Verbreitung des Netzes in den USA gab den amerikanischen Unternehmen die Möglichkeit, ihre Web-Sites früher als ihre europäischen Kollegen zu entwickeln.

Daneben aber gibt es andere Hemmnisse, die diesen Rückstand erklären können: u.a. die höheren Kosten für den Zugang zum Internet und für die mit dem E-Handel verbundenen Transaktionen, das geringere Vertrauen der Verbraucher, die beschränkte Verfügbarkeit von Risikokapital und eine gewisse Zurückhaltung bei den traditionellen Händlern.

- *Höhere Kosten:* die Europäer müssen für den Zugang zum Internet jeweils ein Ortsgespräch bezahlen und zahlen damit im Durchschnitt etwa doppelt so viel wie die Amerikaner. Hinzu zu rechnen sind die Kosten für die

² EWR und die Schweiz.

Zahlungsabwicklung auf traditionellem Wege: etwa die Hälfte der Online-Kunden zahlen bar bei Empfang der Ware oder verlangen vor der Zahlung eine Rechnung. Lediglich im Vereinigten Königreich ist der Anteil der Online-Zahlung mit Kreditkarte mit 93% ähnlich hoch wie in den USA, während er in Frankreich und Italien 70-75% und in Deutschland und den nordeuropäischen Ländern sogar nur 20% beträgt.

- *Geringeres Vertrauen der Verbraucher:* Auf europäischer Ebene wurden Anstrengungen unternommen, Rechtsverordnungen zu erarbeiten, um den Bereich elektronischen Handel abzudecken. Trotzdem fühlen sich die Verbraucher immer noch im Ungewissen über ihre Rechte beim Online-Einkauf, insbesondere bei Käufen in einem anderen Land.
- *Beschränkte Verfügbarkeit von Risikokapital:* In Europa ist es für neue Unternehmer schwerer, zu Beginn ihrer Tätigkeit die benötigten Finanzmittel zu finden. So betrug z.B. 1999 die Risikokapitalinvestitionen 45% von denen der Vereinigten Staaten (in der Expansion und Erneuerungsphase). Ein Vergleich der Risikokapitalinvestitionen bei der Anschubphase fiel noch weniger vorteilhaft für Europa aus (23%)³.
- *Zögerliches Verhalten der traditionellen Händler:* Bisher haben nur wenige traditionelle Händler ein eigenes Online-Angebot entwickelt. Sie fürchten Konflikte zwischen den Absatzwegen und einen Prozess der internen Abwerbung von Kunden auf Kosten ihrer Ladengeschäfte.

Die Lage verbessert sich: im Vereinigten Königreich sieht man erste Angebote für den Internet-Anschluss, die die Telefonkosten einschließen, neue missbrauchsichere Zahlungsmethoden (wie z.B. Set - Secure Electronic Transaction) sind getestet worden, und die Europäische Union hat nach dem Gipfel von Lissabon eine Reihe von Maßnahmen angekündigt, die darauf abzielen, die Transparenz der Kommunikation, die Zuverlässigkeit der Zwischenfunktionen und die Klarheit der Vertragsbedingungen zu verbessern. Zudem steigt das Risikokapital schnell an (schneller als in den USA) und mehr und mehr Händler treten im Netz auf.

Europa muss sich jedoch beeilen, wenn es seinen Rückstand aufholen will. Derzeit gibt es nur einen einzigen Sektor, in dem die Europäer vor den USA liegen – im Online-Vertrieb von Nahrungsmitteln, und dies hauptsächlich dank der Initiativen von **Tesco** und **Asda** (im Vereinigten Königreich).

Dank der Initiativen britischer Unternehmen liegt Europa bei Nahrungsmitteln vor den USA

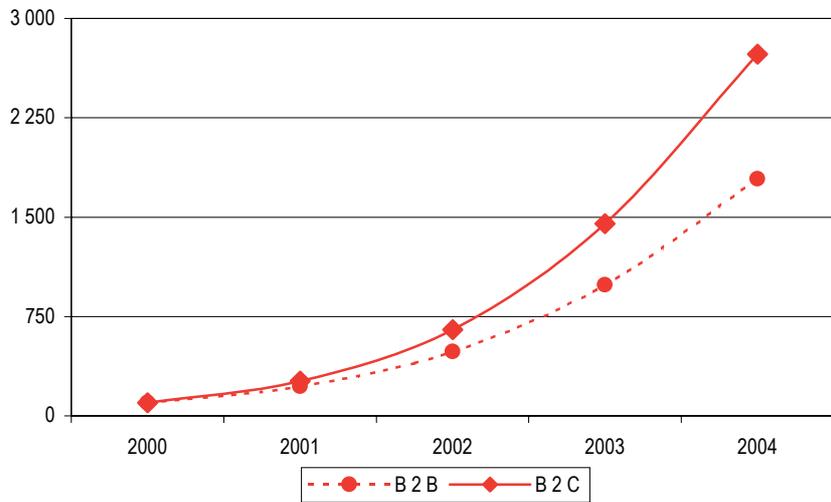
Prognosen für den elektronischen Handel in Europa

Nach Forrester Research wird der elektronische Handel in den nächsten Jahren im europäischen Rahmen außerordentlich stark zunehmen. Der B2B-Bereich (der elektronische Handel zwischen Unternehmen), der derzeit etwa 90% der Online-Umsätze ausmacht, dürfte sich langsamer entwickeln als das B2C-Geschäft (der

³ Quelle: Eurostat Web-Site- Strukturelle Indikatoren (Angaben in % des BIP).

elektronische Handel zwischen Unternehmen und Verbrauchern), das den Voraussagen zufolge von 10% im Jahr 2000 bis 2004 auf 15% des gesamten elektronischen Handels anwachsen wird (Abbildung 5.4.7).

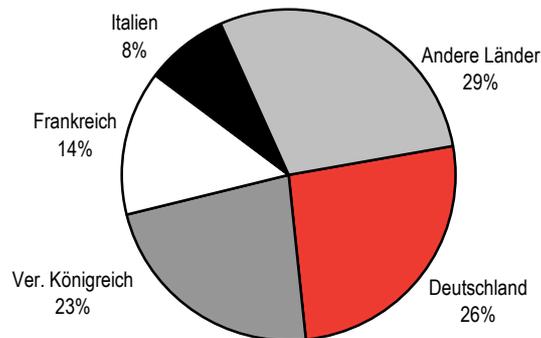
Abbildung 5.4.7
Geschätzte Zunahme der Umsätze im elektronischen Handel in Europa (2000 = 100)



Quelle: Forrester Research

Der Umfang des elektronischen Handels in Europa sollte bis 2004 auf insgesamt 1 550 Mrd. Euro ansteigen, wovon 1.318 Mrd. auf das B2B-Geschäft und 232 Mrd. auf das B2C-Geschäft entfallen würden. Deutschland allein würde 26% dieses Gesamtvolumens stellen (Abbildung 5.4.8).

Abbildung 5.4.8
Prognose: Umfang des elektronischen Handels in Europa im Jahr 2004



Quelle: Forrester Research 2000

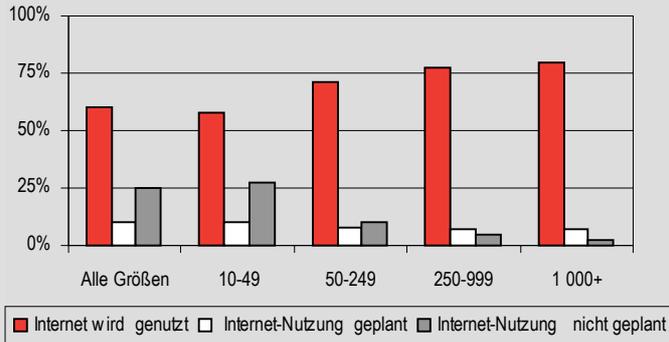
Der Vorsprung Deutschlands und des Vereinigten Königreiches gegenüber Frankreich und Italien liegt zum Teil an der größeren Bevölkerung (zumindest gilt dies für Deutschland). In Frankreich erklärt die Bedeutung des 'Minitel' die langsamere Entwicklung beim Internet und damit beim elektronischen Handel. In Italien spielte der Versandhandel nie eine besondere Rolle, da es oft Mängel im Bereich Vertrieb und Lieferung gibt. Die Verbraucher in Italien hingegen, bevorzugen immer noch die Nähe und den persönlichen Kontakt bei ihren Einkäufen.

Vereinigtes Königreich: erste Unternehmensbefragung über den elektronischen Handel im Jahr 2001

Um auf EU-Ebene verlässliche und vergleichbare Daten zu erhalten, hat Eurostat, das statistische Amt der EU, im Frühjahr 2001 in 13 Mitgliedstaaten eine Piloterhebung über den elektronischen Handel (B2B und B2C) gestartet. Die Stichprobe umfasst in den teilnehmenden Mitgliedstaaten etwa 100 000 Unternehmen. Vorläufige Ergebnisse werden für Ende Juni 2001 erwartet; der Abschlussbericht über die Erhebung soll im Herbst 2001 veröffentlicht werden.

Für das Vereinigte Königreich hat das Office for National Statistics (ONS) im Mai 2001 die ersten Ergebnisse dieser Erhebung bekannt gegeben. Im Vereinigten Königreich erfasste die Erhebung 9 000 nach dem Zufallsprinzip aus dem Interdepartmental Business Register ausgewählte Unternehmen, aufgeschlüsselt nach Beschäftigungsgrößenklassen. Die auf dieser Basis erstellten Schätzungen umfassen die meisten Wirtschaftszweige und alle Unternehmen mit 10 oder mehr Arbeitnehmern.

Geplanter Internet-Zugang



Nutzung des Internet

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass heute 92% der Unternehmen im Vereinigten Königreich PCs, Workstations oder Terminals benutzen und dass 63% Internet-Zugang haben.

Dieses Bild gilt durchgängig für die meisten Branchen und die meisten Unternehmensgrößen. Die einzige Ausnahme bilden anscheinend kleine Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe und im Hotel- und Gaststättenbereich, wo die eingangs genannte Zahl bei etwa 70% liegt.

Beim Internet-Zugang liegt der Gesamtanteil mit 63% niedriger. Hinter dieser Zahl verbergen sich erhebliche Unterschiede: so sind in manchen Industrie- und Einzelhandelsbranchen weniger als die Hälfte der Unternehmen angeschlossen, während die entsprechende Zahl für die größten Unternehmen aller Sektoren 94% beträgt. Gut 10% der Unternehmen wollen sich im nächsten Jahr Zugang zum Internet verschaffen.

Verkauf im elektronischen Handel

Insgesamt benutzen 16% aller Unternehmen ein computergestütztes Verkaufnetz, und weitere 12% planen, damit im nächsten Jahr zu beginnen. Nahezu 70% der Unternehmen, haben keine Pläne, im nächsten Jahr computergestützte Verkaufnetze zu nutzen. Diese Zahl variiert jedoch mit der Größe der Unternehmen. Die Versicherungs-, Flugreise-, Datenverarbeitungs- und Bürogerätebranchen sind im elektronischen Handel wesentlich aktiver: hier werden 30-40% der Umsätze über elektronische Netze erzielt.

Die durchschnittliche Dauer der Verkaufserfahrung der Unternehmen im elektronischen Handel beträgt nur einige Monate, und auch bei den größten Unternehmen liegt sie im Durchschnitt unter einem Jahr.

Auf die Frage nach Hindernissen beim Erzielen von Umsätzen im E-Handel nannten mindestens 40% der Befragten als wichtigste Faktoren die vertragliche Unsicherheit und die Kosten der Entwicklung und des Betriebs des Systems. Der von Unternehmen aller Größen meistgenannte Vorteil des E-Handels war die Möglichkeit, mehr Kunden zu erreichen. Von den kleineren Unternehmen sahen aber nur weit weniger irgendwelche Vorteile.

Einkauf im elektronischen Handel

Mit 33% nutzen doppelt so viele Unternehmen den E-Handel für den Einkauf wie für den Verkauf. Weitere 9% planen ihn im kommenden Jahr zu nutzen, 58% dagegen nicht. Die Datenverarbeitungs- und Versicherungsbranchen nutzen mit 74 bzw. 60% den E-Handel am häufigsten für Einkäufe. Auch hier liegt die durchschnittliche Dauer der Nutzung des E-Handels für die Vergabe von Aufträge unter einem Jahr.

Umsätze im E-Handel nach Größenklassen und Branchen

	Internet-Umsätze		Alle elektronischen Netze	
	Mrd. Euro	%	Mrd. Euro	%
Unternehmens-Größenklasse				
10-49 Arbeitnehmer	5.63	0.12	9.80	0.21
50-249	13.31	0.29	39.82	0.87
250-999	38.08	0.84	95.44	2.10
1 000+	35.90	0.79	120.35	2.64
Wirtschaftszweig				
Verarbeitendes Gewerbe	6.55	0.14	81.15	1.78
Groß- u. Einzelhandel, Gastgew., Reise	12.49	0.27	48.65	1.07
Finanzdienstleistgn, Versicherung	71.77	1.58	131.10	2.88
Datenverarb. u. sonst. Dienstl.f. Untern.	2.10	0.05	4.51	0.10
Insgesamt	92.87	2.04	265.39	5.83

Schätzung des Werts des E-Handels

Aufgrund der Ergebnisse der Erhebung ist der Wert der Internet-Verkäufe im Jahr 2000 auf 92,9 Mrd. Euro zu schätzen. Dies entspricht 2,04% der Gesamtumsätze der erfassten Wirtschaftszweige. Fast 80% aller E-Handels-Umsätze entfielen auf größere Unternehmen, und 77% allein auf den Finanzsektor. Wenn man den Finanzsektor ausschließt, fällt der Wert der Verkäufe über das Internet auf 21,1 Mrd. Euro (oder 0,94% der Gesamtumsätze). Mit einem geschätzten Wert von 16,4 Mrd. Euro ging weniger als ein Fünftel aller Internet-Verkäufe an Haushalte (B2C). Auch hier entfällt der weitaus größte Teil auf den Finanzsektor, und wenn man diesen herausnimmt, verbleiben Internet-Verkäufe an Haushalte von 2 Mrd. Euro entsprechend 0,09% der Gesamtumsätze. Die Einkäufe über das Internet (ohne den Finanzsektor) werden auf 27,2 Mr. Euro geschätzt, was 1,78% der gesamten Einkäufe entspricht. Die teilnehmenden Unternehmen aus dem Finanzsektor schätzten den Anteil ihrer über das Internet abgewickelten Einkäufe auf 10%.

Quelle:

Die hier wiedergegebenen Daten und Information sind der Veröffentlichung des ONS – UK Office for National Statistics, (www.statistics.gov.uk) entnommen. Die Umrechnung in Euro erfolgte nach den von Eurostat in der New Cronos aux_ind-Datenbank veröffentlichten Wechselkursen.

5.4.4 Online-Verkäufe (B2C): Kaufmotive und meistverkaufte Produkte

In Tabelle 5.4.2 sind neben möglichen Motive für Online-Käufe auch einige bremsende Faktoren aufgezeigt. Wie alles neue, so muss auch das Internet zunächst eine gewisse Trägheit der potentiellen Marktteilnehmer überwinden. Unter den Motiven findet sich eine ganze Reihe von Faktoren, u.a. der Umstand, dass der elektronische Handel alle Tage rund um die Uhr funktioniert. Aber auch die Hemmnisse sind recht zahlreich, als Beispiel wäre hier das Fehlen eines persönlichen Kontakts zu nennen.

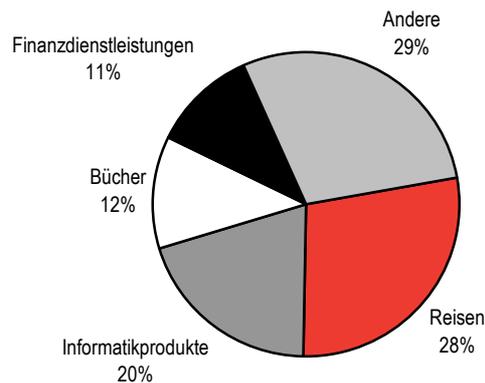
Tabelle 5.4.2
Motive und Hemmnisse bei Online-Kauf, 1999

Motive	(%)	Hemmnisse	(%)
Praktisch	59	Risiken im Zusammenhang mit der Benutzung von Kreditkarten	75
Schnell	41	Zweifel hinsichtlich des Kundendienstes	67
Größere Auswahl	35	Notwendigkeit, das Produkt konkret zu sehen	59
Preis	27	Zahlung vor Erhalt der Ware	58

Quelle: Computer Industry Almanac, 1999

Angesichts dieser Argumente und der Verschiedenartigkeit der zur Vermarktung anstehenden Güter und Dienstleistungen ist es nicht verwunderlich, dass der Online-Einzelhandel von bestimmten Produkt- bzw. Dienstleistungskategorien beherrscht wird. So entfallen in Europa (wie übrigens auch in den USA) mehr als zwei Drittel des Online-B2C-Markts auf Reisen, Informatik (Hard- und Software), Bücher und Finanzdienstleistungen (Abbildung 5.4.9).

Abbildung 5.4.9
Online-Umsätze in den Hauptproduktkategorien, 1999



Quelle: BCG, Boston Consulting Group

Insgesamt ist der Anteil des elektronischen Handels an den Einzelhandelsumsätzen immer noch gering, wenn auch mit steigender Tendenz (Tabelle 5.4.3).

Kategorie	% der Online-Verkäufe am Total	
	Europa	USA
Finanzdienstleistungen	5.3	15.2
Informatikprodukte	3.5	9.2
Bücher	1.6	5.1
Musik / Video	1.2	1.8
Reisen	0.8	1.8
Unterhaltungselektronik	0.3	2.3
Theater- u. Konzertkarten	0.2	0.1
Lebensmittel / Wein	0.1	<0.1
Spielwaren	0.1	5.0
Blumen / Grußkarten	0.1	:
Bekleidung	0.1	0.3
Haus / Garten	<0.1	0.1
Durchschnitt:	0.2	1.2

Quelle: BCG, Boston Consulting Group

Tabelle 5.4.3
 Marktanteile (% der Online-Verkäufe
 am Verkauf insgesamt) in
 verschiedenen Produktkategorien,
 1999

Die Unterschiede zwischen Europa und den Vereinigten Staaten sind nicht bedeutend. Trotzdem verzeichnet Europa im Verhältnis höhere Anteile im Online-Verkauf bei den Bereichen Musik/Video, Reisen, Theater -und Konzertkarten sowie Lebensmittel/Wein. In den Vereinigten Staaten hingegen werden höhere Marktanteile bei Unterhaltungselektronik und Spielwaren erreicht. Diese Unterschiede sind durch unterschiedliche Verbraucher- und Kaufgewohnheiten sowie durch die Präsenz von besonders aktiven und innovativen Unternehmen auf den nationalen Märkten erklärbar. Als Beispiele seien Tesco im Lebensmitteleinzelhandel (Vereinigtes Königreich) und Dell in der Computerbranche (Vereinigte Staaten) erwähnt. Im Bereich Spielwaren hat, der im Vergleich höhere Verbrauch in den Vereinigten Staaten, den Wettbewerb zwischen den auf den E-Handel spezialisierten Unternehmen, wie z.B. E-toys, den 'category killers' (Toys-R-Us) und den Diskountmärkten (Wal-Mart) angeregt.

Frankreich: Minitel und der elektronische Handel

Die Online-Umsätze in Frankreich

Während Europa insgesamt im E-Handel hinter den USA zurückliegt, nimmt Frankreich in Europa eine Sonderstellung ein. Im Jahr 2000 erreichte das Internet 15% der Bevölkerung, 1999 waren es 13%. Das ist deutlich weniger als in den skandinavischen Ländern (54%) oder in Deutschland (24%). Der Anteil steigt aber auf 34%, wenn man Minitel hinzurechnet.

Die B2C-Verkäufe über das Internet beliefen sich 1999 auf 324 Mio. Euro, d.h. 0,14% der Einzelhandelsumsätze, aber wenn man die Verkäufe über Minitel hinzurechnet, kommt man auf 1,6 Mrd. Euro oder 0,7% der Einzelhandelsumsätze, gegenüber 1,2% in den USA und 0,2% im europäischen Durchschnitt (Datenquelle: BCG).

Wenn man die Gesamtheit der Verkäufe über Minitel und das Internet zugrundelegt, ist Frankreich marktanteilmäßig das führende Land in Europa. Berücksichtigt man dagegen nur die Verkäufe über das Internet, liegt Frankreich hinter allen anderen europäischen Ländern (außer Italien, Spanien und Portugal) zurück.

Auch die branchenmäßige Verteilung der im elektronischen Handel erzielten Umsätze ist stark von der Existenz des Minitel beeinflusst. Während auf europäischer Ebene Reisen, Informatik und Bücher die drei Hauptbranchen sind, lautet die Reihenfolge der wichtigsten Bereiche in Frankreich Textil / Bekleidung, Reisen und Möbel / Elektro-Haushaltgeräte.

Elektronischer Handel und Minitel

Sowohl bei den Käufern als auch bei den führenden Betreibern gibt es zwischen den beiden Kanälen deutliche Unterschiede. Im Minitel entfallen auf die Versandhäuser 75% aller Verkäufe mit jetzt schon 21% der Minitel-Umsätze und der stärksten Steigerung innerhalb dieses Markts. Die wichtigsten Betreiber sind die rein virtuellen Händler, die 40% des Markts halten, während die Mehrwege-Anbieter (ohne Versandhäuser) auf 39% kommen.

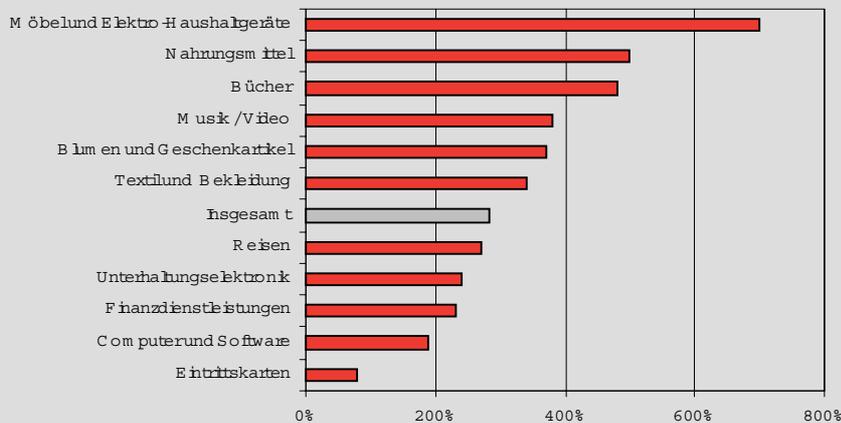
Die Marktanteil der 'rein' virtuellen Händler liegt somit in Frankreich über dem europäischen Durchschnitt (34%) und wird lediglich von dem für Italien ermittelten Anteil übertroffen. Das im Reise- und Freizeitsektor tätige Unternehmen Dégriftour war zunächst im Minitel und arbeitet heute über das Internet. Die Entwicklung neuer rein virtueller Händler, die von vorn herein im Internet gestartet haben, ist dagegen in Frankreich enger begrenzt als in anderen europäischen Ländern oder gar in den USA.

Der Konzentrationsgrad ist recht hoch: insgesamt, d.h. in allen Branchen zusammen, halten die fünf führenden Händler 34% und die ersten zehn 49% des Markts. In den einzelnen Branchen ist die Konzentration noch stärker: auf Branchenebene erzielen die jeweils drei führenden Händler im Durchschnitt 65% der Umsätze. Der Wettbewerb ist somit sehr hart, und die führenden Unternehmen haben bereits starke Positionen bezogen.

Entwicklung der Verkäufe über Minitel und das Internet

Die Zunahme der Verkäufe über das Internet steht somit zum Teil im Zusammenhang mit der rückläufigen Entwicklung im Minitel. Tatsächlich sind die Verkäufe über Minitel 1999 um 6% auf 1,3 Mrd. Euro zurückgegangen. Der Rückgang der Minitel-Umsätze ist je nach Branche mehr oder weniger stark ausgeprägt: stärker im Lebensmittelbereich, weniger stark in den Sparten Textil/Bekleidung, Finanzdienstleistungen und Reisen. Bei den Verkäufen über das Internet haben alle Bereiche in Frankreich eine deutliche Steigerung aufzuweisen.

Internet-Umsätze im französischen Handel: Steigerungsraten 1998-1999



Quelle: BCG Boston Consulting Group

Der Rückgang ist aber langsam und es gibt kein offensichtliches Überwecheln. Dennoch bemühen sich viele der im Minitel aktiven Unternehmen, den Wechsel zum Internet durch eigene e-commerce-sites aufzufangen. Dabei ist aber zu beachten, dass die Minitel-Kundschaft ein anderes Profil hat als die Personen, die über das Internet kaufen. Sie wird also weiter das Minitel benutzen. Dessen Benutzung ist einfach, und die Verbindungen sind schnell und ohne die im Internet üblichen Wartezeiten. Zudem decken oder übersteigen die Rückvergütungen von France Telecom die Betriebskosten des Minitel, was die Wirtschaftlichkeit dieses Kanals erhält, in dem derzeit etwa 400 Anbieter tätig sind.

Nichtsdestoweniger ist anzunehmen, dass das Minitel im Wettbewerb mit dem Internet seine Aktivitäten einschränken und sich auf die Funktionen konzentrieren muss, in denen es besonders effizient ist, wie z.B. die Annahme von Bestellungen im Versandhandel oder die Lieferung einfacher Informationen. Aber während es zunächst schien, als hätte die starke Stellung des Minitel die Verbreitung des Internet behindert, kann man heute auch sagen, dass das Minitel dazu beigetragen hat, einen Teil der Kundschaft und manche Anbieter an den Online- Handel zu gewöhnen.

5.4.5 Online-Verkäufe (B2C): Marktstruktur und Unternehmensstrategien

Die verschiedenen Akteure im B2C-Geschäft

Unter den im virtuellen Markt tätigen Unternehmen lassen sich grundsätzlich zwei Typen unterscheiden: die für das Netz geschaffenen sogenannten 'pure players' (wie z.B. Amazon.com) und die traditionellen Handelsunternehmen ('brick and mortar'), die beginnen, eigene virtuelle Dienste zu entwickeln (und damit zu 'click and mortar'-Häusern werden). Angesichts der zu erwartenden rapiden Zunahme des elektronischen Handels ist es besonders interessant, Überlegungen darüber anzustellen, welche Akteure von dieser Entwicklung profitieren können. Werden die Online-Spezialisten die traditionellen Händler nach und nach verdrängen können, werden die letzteren in der Lage sein, ihr Geschäft mit Hilfe des Internet auch online weiter zu entwickeln?

Im Internet tätige Anbieter:
Online-Spezialisten und
traditionelle
Handelsunternehmen

Die Händler von morgen: Spezialisierung auf das Internet oder Mehrwege-Strategien?

Zu dieser Frage ist einer neueren Studie der Boston Consulting Group (BCG) zu entnehmen, dass die Mehrweg-Anbieter in Europa zwei Drittel des gesamten Online-Umsätze erzielen, während das restliche Drittel auf die Online-Spezialisten (die sogenannten 'e-tailers') entfällt (Daten für 1999). Die Anteile der beiden Anbietergruppen variieren jedoch je nach Produktkategorie erheblich (Abbildung 5.4.10).

Die Mehrweg-Anbieter
kontrollieren zwei Drittel des
Online-Markts

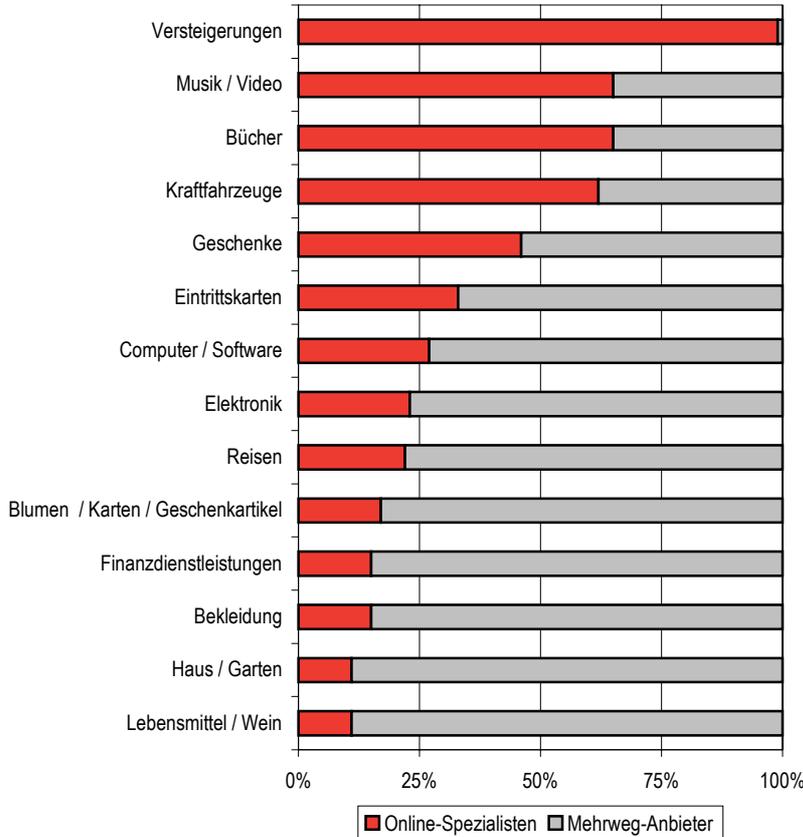


Abbildung 5.4.10
Online-Einzelhandelsumsätze in
Europa: Marktanteile der Online-
Spezialisten ("e-tailers") und der
Mehrweg-Anbieter, 1999

Quelle: BCG, Boston Consulting Group

Die Online-Übermittlung von Produkten, bei der wirklich erhebliche Einsparungen möglich sind, ist jedoch noch begrenzt. Auch die echten Innovationen sind nicht sehr zahlreich.

In den anderen Produktkategorien haben die Online-Spezialisten größere Schwierigkeiten, an den Mehrweg-Anbietern vorbeizuziehen. Tabelle 5.4.4 enthält eine Liste der im Online-Geschäft in Europa führenden Unternehmen.

Bei den Finanzdienstleistungen, im Reise- und im Bekleidungssektor haben starke traditionelle Anbieter ihre Marken und ihre logistische Kompetenz auch im Netz zur Geltung bringen können.

Bei Büchern, im Bereich Musik / Video und bei Versteigerungen haben sich dagegen die Spezialisten durchgesetzt. Hier handelt es sich im wesentlichen um Produkte bzw. Dienstleistungen, die direkt online übermittelt werden können (Musik, Software), die als echte Neuerungen durch das Netz erst möglich gemacht wurden (Versteigerungen), oder bei denen der Informations- und Datenverarbeitungsgehalt sehr hoch ist (Bücher, Informatikprodukte, Eintrittskarten).

Bei den Produkten bzw. Dienstleistungen der beiden erstgenannten Kategorien können Online-Spezialisten den Verbrauchern größere Preis- und Service-Vorteile bieten als die traditionellen Anbieter.

Tabelle 5.4.4
Marktführer im europäischen B2C-
Online-Geschäft, 1999

Unternehmen	Herkunftsland	Umsätze in Mio. Euro				
		< 200	200-400	400-600	600-800	> 800
Dell	USA					X
Lufthansa	Deutschland				X	
Minitel	Frankreich				X	
Airtours	Ver. Königreich			X		
British Airways	Ver. Königreich		X			
Avis	USA		X			
Trader	Ver. Königreich		X			
Tesco	Ver. Königreich		X			
Comdirect	Deutschland	X				
Consors	Deutschland	X				
Ryanair	Irland	X				
Schwab Europe	USA	X				
Merita/NordBanken	Schweden	X				
Egg	Ver. Königreich	X				
Ebay	USA	X				
Amazon	USA	X				
Carphone Warehouse	Ver. Königreich	X				
Iberia	Spanien	X				
SEBanken	Schweden	X				
Direkt Anlage Bank	Deutschland	X				
Bank 24	Deutschland	X				
Cortal	Frankreich	X				
Direct Line	Ver. Königreich	X				
QXL – Ricardo	Ver. Königreich	X				
EasyJet	Ver. Königreich	X				

Quelle: *European Retail Analyst*

Wenn Hersteller direkt über das Internet verkaufen, handelt es sich um echte Ausnahmefälle (z.B. im Bereich der Informatik-Produkte). Um hier Erfolg zu haben, muss der Hersteller (wie z.B. Dell) ein Produkt mit hohem Informationsgehalt und hoher Wertschöpfung mit einer starken Marke und einem sehr individuellen Kundendienst verbinden können. Normalerweise stellen die einzelnen Hersteller aber nur einen kleinen Teil des am Markt wirksamen Angebots und haben daher nur wenig Chancen, ausschließlich über das Netz verkaufen zu können.

Es kann sich auch ein Konflikt der Absatzwege ergeben. Ein bezeichnendes Beispiel hierfür ist Levi's: das Unternehmen musste den Verkauf über seine Website einstellen, um seine traditionellen Händler in ihrer Stellung zu bestätigen. In solchen Fällen kann die Site natürlich als Informationsmedium dienen, zur Stärkung der Kundentreue und zur Förderung des Verkaufs, der aber selbst im wesentlichen über den Handel erfolgt.

Online-Verkäufe von Herstellern

Erfolgsfaktoren im Wettbewerb zwischen Online und Offline

Für die Online-Händler ist es keineswegs einfach, die traditionellen Händler zu verdrängen. Im Buchhandel ist z.B. die von den Spezialisten online angebotene Auswahl deutlich größer als die der traditionellen Händler, deren Umfang durch die räumliche Kapazität der Läden bzw. Lager begrenzt ist. Letztere haben aber inzwischen reagiert und sind heute ebenfalls im Netz und erweitern so ihr Angebot.

Im Gegensatz zu den Online-Spezialisten verfügen diese Mehrweg-Anbieter auch über eigene Lager. Insbesondere die Versandhändler besitzen beachtliche logistische Ressourcen und Kompetenzen. Ihre Markennamen genießen oft einen hohen Bekanntheitsgrad. Zudem haben sie auch gute Erfahrungen im Umgang mit ihrer Kundschaft und mit den verschiedenen Aspekten des Kundendienstes – alles Faktoren, die sich als Wettbewerbsvorteile niederschlagen können.

Die Schaffung des nötigen Bekanntheitsgrades erfordert erhebliche Investitionen in Marketing und Kommunikation, die für Online-Spezialisten möglicherweise finanziell schwer zu verkraften sind. Mehrweg-Anbieter können dagegen die Verbraucher dank ihrer eingeführten Marken mit weit geringeren Aufwendungen auf ihre Web-Site locken.

Die Logistik ist besonders von den Online-Spezialisten vielfach vernachlässigt worden; sie waren voll damit beschäftigt, die Verbraucher an ihre Sites zu locken. Die Verluste einiger Anbieter im elektronischen Handel erklären sich zum guten Teil aus den Marketing- und Logistikkosten. Diese unterscheiden sich dadurch, dass die letzteren im wesentlichen variable Kosten sind, die nicht mit steigenden Umsätzen geringer werden. Auf diesem Gebiet haben die Versandhäuser insofern einen unbestreitbaren Vorteil, da sie über größere Erfahrungen in der Lagerhaltung und im Betreiben von Hauslieferungssystemen verfügen. Aber auch die traditionellen Händler haben in dieser Funktion mehr Erfahrung. Tesco und Sainsbury, die Marktführer im Online-Verkauf von Lebensmitteln im Vereinigten Königreich, liefern ein in dieser Hinsicht bezeichnendes Beispiel.

Und dann gibt es noch die Ladengeschäfte. Der Online-Verkauf bietet Flexibilität, Auswahl und Personalisierung, aber die Ladengeschäfte erweitern dies um die

Die logistische Kompetenz der (traditionellen) Mehrweg-Anbieter ist entscheidend für ihre Wettbewerbsfähigkeit

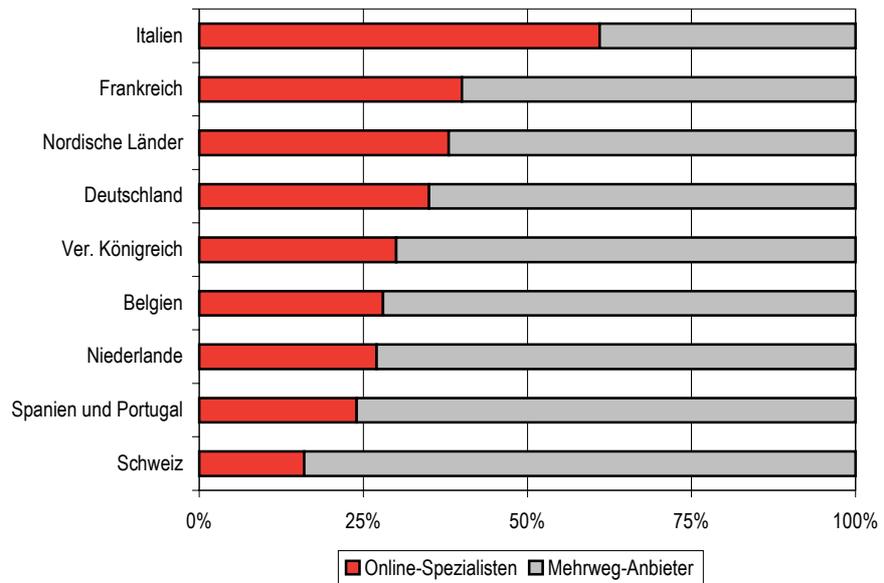
Die Logistik ist von den Online-Spezialisten vernachlässigt worden, bleibt aber unerlässlich

Der Online-Verkauf bietet den Verbrauchern gewisse praktische Vorteile und mehr Auswahl, im Ladengeschäft können sie aber die Ware sehen und anfassen, was auch Impulsivkäufe begünstigt

menschliche Dimension. Sie begünstigen Impulsivkäufe und bieten vor allem die physische Präsenz der Produkte, die die Verbraucher immer erst sehen wollen. Der Wunsch, die Produkte sehen, fühlen und riechen zu können, ist der Hauptfaktor, der die Verbraucher in die traditionellen Verkaufsstellen lockt und sie vom Netz fernhält.

Alle diese Faktoren erklären die relative Stärke der Mehrweg-Anbieter im Online-Geschäft in Europa. 1999 hielten sie zwei Drittel des europäischen B2C-Handels.

Abbildung 5.4.11
 Marktanteile der Mehrweg-
 Anbieter und der Online-
 Spezialisten in Europa, 1999



Quelle: BCG; Boston Consulting Group

Das Zusammenspiel von On- und Offline-Geschäft

Der sich gegenseitig ergänzende Charakter von 'Online' und 'Offline' im Sinne des 'Click and Mortar' wird zur klaren Erkenntnis – sowohl für die im Handel tätigen Akteure als auch für die Anleger an der Börse. Unternehmen, die dies beherzigen (Gap, Office Dépôt, Fnac) bieten den Verbrauchern in ihren Geschäfte einen Internet-Zugang und ermuntern ihre Kunden, Rückware aus Online-Käufen in ihren Geschäfte abzugeben, sie fördern die Vielseitigkeit ihrer Käuferfahrten und lassen ihnen die Wahl, auf welchem Wege sie kaufen, Ware zurückgeben, Informationen sammeln oder sich beraten lassen wollen.

Auch die Online-Spezialisten erkennen den Wert der 'physischen Präsenz', was übrigens einige von ihnen veranlasst hat, Partnerschaften mit traditionellen Händlern zu schließen oder solche Unternehmen aufzukaufen.

Wenn es zutrifft, dass der 'click and mortar'-Ansatz effizienter ist, müssen die traditionellen Händler schnell eigene Web-Sites aufbauen und lernen, ein aus On- und Offline bestehendes Gesamtgeschäft zu führen.

In den meisten Produktparten halten sie hierfür die wichtigsten Trümpfe in der Hand: vollentwickelte Netze, logistisches Know-how, bekannte Marken, Kundendaten, starke Kaufkraft gegenüber den Zulieferern. Die Gefahr der internen Abwerbung darf sie nicht

Überlebensstrategien von
 Online-Spezialisten und
 Mehrweg-Anbietern

bremsen, zumal sie erkennen müssen, dass die wettbewerbliche Bedrohung mehr und mehr von den Mehrweg-Anbietern und weniger von den reinen 'e-tailern' ausgeht.

Die letzteren laufen Gefahr, in den meisten Produktkategorien aus dem Markt verdrängt oder auf geringe Anteile beschränkt zu werden, was sich auch in den in Tabelle 5.4.5 wiedergegebenen Prognosen niederschlägt.

Unternehmen	Herkunftsland	Umsatz in Mio. Euro			% vom Gesamtumsatz	
		1999	2000	2001	2002	2002
Ahold	Niederlande	61	240	500	950	1.59
Carrefour	Frankreich	0	15	46	250	0.34
Casino	Frankreich	0	31	70	150	0.68
Colruyt	Belgien	0	1	4	12	0.42
Delhaize	Belgien	12	21	54	90	0.78
Galeries Lafayette	Frankreich	42	58	105	164	3.76
GIB	Belgien	2	8	25	62	1.10
Kingfisher	Ver. Königreich	135	363	644	893	4.00
Laurus	Belgien	0	5	25	50	0.77
Metro	Deutschland	0	5	38	200	0.36
Pinault Printemps	Frankreich	38	150	450	1 130	4.35
Tesco	Ver. Königreich	206	380	660	1 238	3.00
Vendex KBB	Niederlande	9	20	35	70	1.28

Tabelle 5.4.5
Umsatzprognosen für den Online-Verkauf (B2C) bedeutender Handelsunternehmen

Quelle: Meeschaert-Rousselle (Fortis-Bank), Vorhersagen für 2000 - 2002

Folgerungen für den Online-Markt (B2C)

- In Europa und den Vereinigten Staaten wird der Online-Markt im Einzelhandel (B2C) von bestimmten Produkt- oder Dienstleistungskategorien beherrscht: Reisen, Informatikprodukte (Hardware und Software), Bücher und Finanzdienstleistungen machen zwei Drittel dieses Marktes aus.
- In Frankreich herrscht eine besondere Situation innerhalb Europas. Die B2C Internet Verkäufe erreichten, 1999, 324 Millionen Euro, was 0,14% des Einzelhandels entspricht. Rechnet man aber die Verkäufe über 'Minitel' hinzu, so erhält man 1,6 Mrd. Euro, also 0,7% des Einzelhandelsumsatzes, gegenüber 1,2% in den Vereinigten Staaten und 0,2% im europäischen Durchschnitt (Angaben von BCG).
- Es gibt zwei Haupttypen von Unternehmen, die im virtuellen Markt tätig sind: die 'pure players', also diejenigen, die das Netz praktisch hat entstehen lassen, wie z.B. Amazon.com, und die traditionellen Unternehmen (brick and mortar), die begonnen haben den virtuellen Markt zu bearbeiten und damit 'click and mortar' zu werden.
- In Europa werden zwei Drittel der Online-Verkäufe von Mehrweg-Anbietern gemacht, während die Spezialisten (die e-tailers) für ein Drittel verantwortlich zeichnen (Angaben von 1999). Die Anteile sind jedoch stark unterschiedlich bei den verschiedenen Produktkategorien. Die traditionellen Händler haben sich bei den Finanzdienstleistungen, den Reisen und im Bereich Bekleidung durchgesetzt, die Spezialisten in den Bereichen Bücher, Musik/Video und Versteigerungen.

- Für Online-Händler ist es keineswegs einfach die traditionellen Händler zu ersetzen, deren logistische Kompetenzen eine entscheidende Rolle im Wettbewerb spielen. Die Logistik wurde von den E-Handel Spezialisten weitgehend vernachlässigt, obgleich sie unverzichtbar ist. Obwohl der Online-Verkauf dem Verbraucher offenbar Auswahl und Praktikabilität bietet, erlauben die traditionellen Geschäfte immer noch Waren zu sehen und anzufassen und begünstigen den Impulsivkauf.

5.4.6 Das B2B-Geschäft des Handels: Schaffung virtueller Einkaufszentralen

Die Haupteinkaufszentralen des Handels

Nach Schätzungen verschiedener Forschungsgesellschaften entfallen auf das B2B-Geschäft (den Handel zwischen Unternehmen) derzeit etwa 80 - 90% der Gesamtumsätze im elektronischen Handel. Auch hier werden außerordentlich hohe Zuwachsraten vorausgesagt.

Im Jahr 2000, während die Aktivitäten im B2C-Geschäft offensichtlich stark zunahmen, haben die großen Handelsunternehmen auf dem Gebiet der Zusammenarbeit von Käufern und Lieferanten und im Bereich des Logistik-Managements wichtige Schritte unternommen.

Im Weltmaßstab wurden zwei bedeutende Plattformen für den elektronischen Austausch im B2B-Geschäft geschaffen, von denen man sich erhebliche Vorteile verspricht: *Worldwide Retail Exchange* und *GlobalNetxchange* (Tabelle 5.4.6 und Abbildung 5.4.12).

Virtuelle B2B-Einkaufszentralen:
- Worldwide Retail Exchange
- GlobalNetxchange

Tabelle 5.4.6
Die virtuelle Einkaufszentrale
'Worldwide Retail Exchange', 1999

Unternehmen	Herkunftsland	Umsatz in Mio. Euro
Albertson's	USA	41 481
Kmart	USA	39 762
Target	USA	37 302
JC Penney	USA	34 744
Ahold	Niederlande	33 560
Safeway	USA	31 942
Tesco	Ver. Königreich	30 558
Auchan	Frankreich	24 000
CVS	USA	20 031
Walgreen	USA	19 744
Kingfisher	Ver. Königreich	17 696
Casino	Frankreich	15 637
Jusco	Portugal	15 000
Delhaize	Belgien	14 310
Best Buy	USA	13 828
Marks & Spencer	Ver. Königreich	13 331
Insgesamt		402 926

Quelle: Auchan

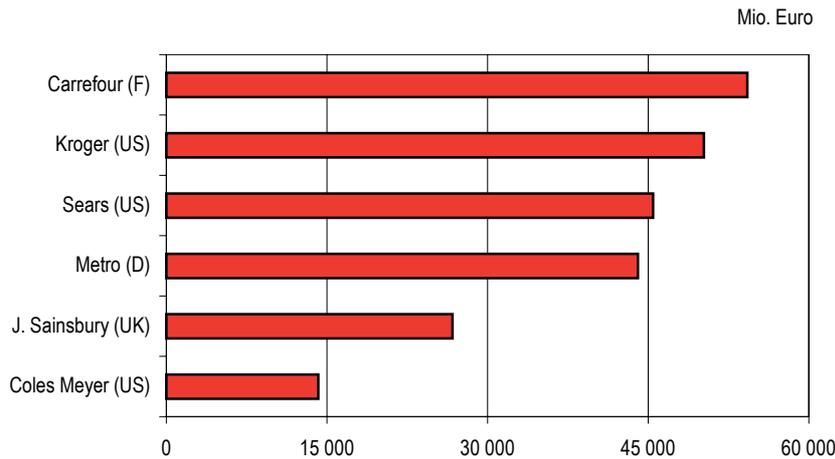


Abbildung 5.4.12
Die virtuelle Einkaufszentrale 'Global Netxchange': Aufteilung der Umsätze, 1999

Quelle: Carrefour

Vorteile und Leistungskraft der Einkaufszentralen

Im gemeinsamen Handeln der verschiedenen an diesen Zentralen beteiligten Unternehmen äußert sich ein offensichtlich hochgradig strategisches Interesse und ein intensives Streben nach Kosteneinsparungen.

Im Kontext virtueller Märkte lassen sich folgende Bereiche einer möglichen Einschaltung solcher Zentren erkennen:

- *Ablauf der Einkaufsfunktion:*

Grundlage sind vor allem die von den Bezugslieferanten online eingegebenen Kataloge und Produktdaten. Die Anfrage- und Bestellverfahren sind voll automatisiert, unter weitgehender Übernahme der bereits über den elektronischen Datenaustausch EDI (Electronic Data Interchange) praktizierten Verfahren.

- *Aufbau einer integrierten Lieferkette der Partner:*

Hier geht es um die Integration der Informatiksysteme der die logistische Kette bildenden Leistungsträger, um Bestellungen in Echtzeit behandeln zu können. Das System reicht vom Hersteller bis zum Warenausgang an der Kasse und zielt darauf ab, die Warenbestände auf allen Stufen der Kette auf ein Minimum zu reduzieren.

- *Entwicklung gemeinsamer Normen:*

Von den Mitgliedern erarbeitete gemeinsame Normen können zu neuen Produkten oder Händlermarken oder zu günstigeren Einstandspreisen führen.

Diese zentralen Aspekte finden ihren Niederschlag in einer ganzen Reihe von Vorteilen, u.a. in einer Einsparung von Kosten durch höhere Wirtschaftlichkeit der Lieferkette und durch Echtzeit-Steuerung der Lieferungen, in größerer Schnelligkeit und Effizienz der Geschäftsabläufe, in einer möglichen weltweiten Suche nach Bezugsquellen, in der Möglichkeit der Durchführung von Versteigerungen und in einem im Vergleich zum EDI kostengünstigeren und wesentlich leichteren Marktzugang.

ERLÄUTERnde ANMERKUNGEN

Der hier folgende, erläuternde Abschnitt enthält Angaben über die bei der Erstellung dieser Veröffentlichung angewandte Methodik und die genutzten Datenquellen.

Die in dieser Veröffentlichung vorgestellten und analysierten Eurostat-Datensätze stammen aus den folgenden Quellen innerhalb der von Eurostat geführten Referenzdatenbank New Cronos:

- Strukturelle Unternehmensstatistik (*Structural Business Statistics*) – SBS-Datenbank
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung - HSEC2-Datenbank
- Arbeitskräfteerhebung (*Labour Force Survey*) - LFS-Datenbank
- Kleine und mittlere Unternehmen - SME-Datenbank

Außerdem enthält dieser Abschnitt Informationen über die dargestellten SBS-Messgrößen und über die Klassifizierung der Teilbereiche des Handels nach der statistischen Systematik NACE Rev. 1.

Datenquellen

Strukturelle Unternehmensstatistik (Structural Business Statistics - SBS)

Die SBS-Datenbank enthält strukturstatistische Daten über die Industrie- und Dienstleistungsunternehmen in Europa. Der rechtliche Rahmen für die Erfassung dieser Daten im Bereich des Handels ergibt sich aus der **SBS-Verordnung** (Verordnung Nr. 58/97 des Rates vom 20.12.1996), ihrem **Anhang 3** und den einschlägigen Durchführungsbestimmungen.

In der SBS-Verordnung sind die notwendigen Anforderungen, Normen und Definitionen festgelegt, ohne auf methodische Details der eigentlichen Datenerfassung einzugehen. Den nationalen statistischen Ämtern der einzelnen Mitgliedstaaten bleibt es also freigestellt, die Datenerfassung so vorzunehmen, wie es ihnen in Anbetracht der örtlichen Gegebenheiten angebracht erscheint. Das in der SBS-Verordnung vorgesehene Ausschussverfahren bietet insofern eine gewisse Flexibilität, als die Kommission die Möglichkeit hat, nach Rücksprache mit den betreffenden Mitgliedstaaten Anpassungen zur Berücksichtigung wirtschaftlicher und technischer Entwicklungen vorzunehmen.

Die in dieser Veröffentlichung vorgestellten Unternehmensstrukturdaten entsprechen dem Stand der SBS-Datenbank vom 7. März 2001. Bei den Zahlen für 1999 handelt es sich um vorläufige Daten. Alle EU-15 Aggregate, die auf SBS Daten beruhen, sind Schätzungen. Für Länder oder EU-Aggregatwerte, die in den Grafiken nicht angegeben sind, liegen keine Daten vor.

Ferner ist auf eine Reihe weiterer wichtiger Punkte hinzuweisen:

Viele Zweige des Handels sind gekennzeichnet durch eine dynamische Unternehmenspopulation und eine Vielzahl kleiner Unternehmen. Daher ist insbesondere bei länderübergreifenden Vergleichen absoluter Unternehmenszahlen Vorsicht geboten, da hier auch schon kleine methodische Unterschiede zu erheblichen Unstetigkeiten führen können.

Die Beschäftigung beruht im wesentlichen auf der Kopfzahl, ohne Berücksichtigung der Arbeitszeit oder der Bedeutung der Teilzeitbeschäftigung, die von Branche zu Branche und von Land zu Land stark variiert.

Der Begriff des Umsatzes vermittelt nicht immer ein gutes Bild des wirtschaftlichen Gewichts oder der Bedeutung eines Wirtschaftszweigs. So können z. B. im Großhandel Unternehmen mit wenigen Beschäftigten hohe Umsätze abwickeln, und die gleichen Waren können mehrfach berechnet werden. Der Kraftfahrzeughandel erscheint als eine Mischung aus Groß- und Einzelhandel.

Als Maß der Produktivität gilt im allgemeinen die Wertschöpfung zu Faktorkosten je Beschäftigten, wobei in den Jahresabschlüssen der Unternehmen als 'finanziell' oder 'außerordentlich' ausgewiesene Einkünfte oder Aufwendungen

unberücksichtigt bleiben. Da aber die Beschäftigungsdaten nicht auf Vollzeitäquivalenz-Basis berechnet sind, ergeben sich bei Verhältniswerten wie z. B. der Wertschöpfung je Beschäftigten Abweichungen, die Vergleiche zwischen Branchen oder Ländern beeinträchtigen können.

Die meisten Länder ändern im Zuge der Umsetzung der SBS-Verordnung ihre Datenerfassungs-Methoden. Aus diesem Grunde ist bei der Analyse von Wachstumsraten besondere Vorsicht geboten.

Die in dieser Veröffentlichung wiedergegebenen Informationen stammen im wesentlichen aus drei Datensammlungen innerhalb der SBS-Datenbank¹:

➤ **ENTERPR – Jährliche Unternehmensstatistik (Reihen ENTER und PRELIM).**

• **ENTER:**

Diese Datenbank enthält detaillierte Daten über alle Unternehmen (im allgemeinen ab 1995). Die Datenreihen umfassen alle Wirtschaftszweige außer den Finanzdienstleistungen. Die Daten werden gemäß den Bestimmungen der SBS-Verordnung erfasst; ihre Aufschlüsselung entspricht der vierstelligen Ebene der Systematik der Wirtschaftszweige NACE Rev. 1.

• **PRELIM:**

Vorläufige Ergebnisse für 1999, für alle Unternehmen (NACE Rev. 1 C-K) – Hauptindikatoren. Die PRELIM-Daten erfassen alle Unternehmen ohne Größengrenzen. Die genannte Reihe enthält EU-Gesamtzahlen für Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes (NACE Rev. 1 Abschnitt D) und des Handels (NACE Rev. 1 Abschnitt G) ohne Größengrenzen.

➤ **SIZCLASS – Jährliche Unternehmensstatistik, aufgeschlüsselt nach Größenklassen**

Diese Datensammlung umfasst fünf Reihen, die alle mit 1995 beginnen, dem ersten Jahr der Durchführung der Verordnung. Die für diese Veröffentlichung verwendete Reihe findet sich in der Datei **TRADEMP**, die Beschäftigungsgrößenklassendaten für Unternehmen enthält, deren Haupttätigkeit im Handel liegt (Abschnitt G der Branchensystematik NACE Rev. 1). Die Daten sind nach Beschäftigungsgrößenklassen aufgeschlüsselt, die nach der Zahl der Beschäftigten wie folgt definiert sind: 1, 2-4, 5-9, 10-19, 20-49, 50-99, 100-249, 250-499, 500-999 und ab 1000. Branchenmäßig sind die Daten bis zur dreistelligen Ebene der Systematik NACE Rev. 1 aufgeschlüsselt, sie betreffen aber nur eine begrenzte Zahl von Hauptindikatoren.

¹ In einem Fall wurden Daten aus der SME Datenbank für Schätzungen verwendet. Diese Datenbank enthält strukturelle Unternehmensdaten, die von den Mitgliedstaaten auf freiwilliger Basis geliefert wurden und die nach und nach durch SBS Daten ersetzt worden sind.

➤ **FATS – (Foreign affiliates trade statistics) Statistik über den Handel von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen**

Diese Statistik beschreibt die Gesamtaktivität von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen; sie kann als eingehende und ausgehende FATS entwickelt werden. Bei der eingehenden FATS geht es um die Aktivitäten von in ausländischem Besitz befindlichen Unternehmen in dem berichtenden Land, während sich die ausgehende FATS mit im Ausland befindlichen abhängigen Unternehmen befasst. Bei allen in dieser Sammlung veröffentlichten FATS-Statistiken handelt es sich um eingehende FATS. Der im Titel FATS erscheinende Begriff 'ausländisch' (foreign) bezieht sich auf nicht im Inland ansässige natürliche oder juristische Personen. Für die Zwecke der FATS-Studie kann die nicht im Inland ansässige Partei entweder eine einzelne ausländische Person oder eine Gruppe ausländischer Personen sein, die alle im gleichen Land ansässig sind und gemeinsam handeln.

Weitere Informationen zur Methodik der Unternehmensstatistik findet man im Internet unter <http://europa.eu.int/comm/eurostat/ramon/> oder http://forum.europa.eu.int/Public/irc/dsis/bmethods/info/data/new/main_de.html

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung

Aus dem Eurostat-Bereich Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (Referenzdatenbank New Cronos – Thema 2) werden in dieser Veröffentlichung die folgenden Datenbanken verwendet:

HIST-HSEC2

Die Datenbank **HIST-HSEC2** enthält Daten über Produktionszweige, Investitionsgüter und den Verbrauch privater Haushalte nach den Normen des europäischen Systems integrierter volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen ESVG-79, der EU-Version des Systems der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Vereinten Nationen (SNA). Dieses System enthält einheitliche Definitionen für den Gesamtsatz der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, für die Input/Output-Tabellen und für die finanzielle Rechnungslegung (über Bewegungen und Bestände). Die Aufschlüsselung der Aggregatwerte nach Wirtschaftszweigen erfolgt aufgrund der Systematik NACE-CLIO, die auch bei der Erstellung der Input/Output-Tabellen verwendet wird. Die Bruttowertschöpfung der einzelnen Branchen ist definiert als die Differenz zwischen dem Wert des effektiven Outputs und dem Wert des Zwischenverbrauchs.

Bei der Beschäftigung zählen zur arbeitenden Bevölkerung sämtliche Personen, die eine im Sinne der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung als produktiv geltende Tätigkeit ausüben, gleich ob es sich um Zivilpersonen oder Angehörige der Streitkräfte handelt. Der Begriff umfasst sowohl im Inland ansässige als auch nicht ansässige Personen (Lohn- und Gehaltsempfänger, Selbständige, unbezahlt

mitarbeitende Familienmitglieder, Streitkräfte) soweit sie für im Inland ansässige Produktionseinheiten arbeiten.

AGGS

Diese Datenbank enthält Daten zu den hauptsächlichen Aggregatwerten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung wie z. B. das Bruttoinlandsprodukt (BIP), den Endverbrauch, die Ausgleichsposten der Rechnung usw. Die Daten sind verfügbar zu laufenden und festen Preisen und auch als Preisindices. Das ihr zugrundeliegende Konzept stützt sich auf die Verordnung (EG) Nr. 2223/96 des Rates vom 25. Juni 1996 zum Europäischen System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen auf nationaler und regionaler Ebene in der Europäischen Gemeinschaft (ESVG 95). Das ESVG 95 ist der Rechtsakt, der das ESVG 79 ersetzt hat.

AUX_IND

Bevölkerungsdaten zur Berechnung von auf die Bevölkerung bezogenen Verhältniswerten sind der Datenbank **AUX_IND** entnommen, die Indikatoren zu Bevölkerung, Beschäftigung und Wechselkursen gemäß den Definitionen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung enthält. Die verfügbaren Daten beziehen sich auf die EU-Mitgliedstaaten und eine große Anzahl von Drittländern. Im Falle des längerfristigen Wachstums der Bevölkerung (ab 1985) wurden die Daten ausnahmsweise von der DEMO Datenbank (Themenkreis 3, Bevölkerung und soziale Bedingungen) genommen, die über lange Zeitreihen für EU-15 verfügt.

Arbeitskräfteerhebung

Die erste Arbeitskräfteerhebung (LFS - Labour Force Survey) der Gemeinschaft wurde 1960 vom Statistischen Amt der Europäischen Gemeinschaften in den sechs ursprünglichen Mitgliedstaaten durchgeführt. 1992 wurden eine Reihe von Änderungen eingeführt, um die Qualität der Daten und ihre Zuverlässigkeit auf nationaler und regionaler Ebene zu verbessern. Die Verordnung (EWG) Nr. 3711/91 vom 16. Dezember 1991 spezifizierte die inhaltlichen und qualitativen Kriterien für die neue Erhebung, die von 1992 an und bis auf weiteres jährlich durchgeführt werden soll. Die Begriffe und Definitionen blieben im wesentlichen die gleichen, wie sie von der 13. internationalen Konferenz der Arbeitsstatistiker von 1982 angenommen und in den Erhebungen der Gemeinschaft von 1983 bis 1991 angewendet wurden, sodass ein hoher Grad an Vergleichbarkeit zwischen beiden Reihen gewährleistet ist. Eine Beschreibung der methodischen Grundlage und des Inhalts der neuen Erhebungsreihe findet sich in der Veröffentlichung 'Arbeitskräfteerhebung – Methoden und Begriffsbestimmungen – 1996'.

1998 verabschiedete der Rat die Verordnung Nr. 57/98, um neue statistische Anforderungen zu berücksichtigen. Die methodische Grundlage und der Inhalt dieser neuen Erhebungsreihe sind beschrieben in der Veröffentlichung "Arbeitskräfteerhebung – Methoden und Begriffsbestimmungen – Ausgabe 1998". In der LFS-Datenbank werden die wesentlichen Ergebnisse der in der Gemeinschaft in der Zeit von 1983 bis zur Gegenwart durchgeführten Erhebungen in Form von Zeitreihen vorgehalten.

Das statistische Hauptziel der Arbeitskräfteerhebung besteht darin, die Bevölkerung im arbeitsfähigen Alter (ab 15 Jahren) in drei einander ausschließende, umfassende Gruppen (Beschäftigte, Arbeitslose und nicht arbeitende Personen) aufzuteilen und für jede dieser Gruppen beschreibende und erläuternde Daten zu liefern. Die Zuordnung der Befragten zu einer dieser Gruppen erfolgt aufgrund von möglichst objektiven Informationen, die über einen Erhebungsfragebogen gewonnen werden, in dem im wesentlichen nach ihrer effektiven Tätigkeit in einer bestimmten Bezugswoche gefragt wird.

Die nationalen Statistischen Ämter sind zuständig für die Auswahl der Stichproben, die Vorbereitung der Fragebogen, die Durchführung der Interviews bei den Haushalten und für die Übermittlung der Ergebnisse an Eurostat nach einem einheitlichen Codesystem. Eurostat entwickelt das Programm zur Analyse der Ergebnisse und sorgt für die Verarbeitung und Verbreitung der von den nationalen Statistischen Ämtern gelieferten Informationen.

Eine wirklich perfekte Vergleichbarkeit über 15 Länder ist kaum zu erreichen – auch nicht in einer einheitlichen Direkterhebung, d.h. in einer zur gleichen Zeit, mit dem gleichen Fragebogen und einheitlichen Erfassungsmethoden durchgeführten Erhebung. Trotzdem ist der Grad der Vergleichbarkeit der Ergebnisse der Arbeitskräfteerhebung der Gemeinschaft erheblich höher als der jeder anderen verfügbaren Statistikreihe über Beschäftigung oder Arbeitslosigkeit in den Mitgliedstaaten. Gründe hierfür sind:

- a) die Erfassung des gleichen Satzes von Merkmalen in allen Ländern;
- b) die enge Übereinstimmung zwischen der Fragenliste der Gemeinschaft und den nationalen Fragebogen;
- c) die Anwendung der gleichen Definitionen in allen Ländern;
- d) die Verwendung gleicher Klassifizierungen (z.B. der Systematik der Wirtschaftszweige NACE Rev. 1);
- e) die zentrale Verarbeitung der Daten durch Eurostat.

Abgesehen von den statistischen Anforderungen der Gemeinschaft ist die Arbeitskräfteerhebung der EU eine gemeinsame Aktion der Mitgliedstaaten zur Koordinierung ihrer nationalen Beschäftigungserhebungen, die ihren jeweiligen nationalen Erfordernissen genügen müssen. Daher ist es trotz der engen Koordinierung zwischen den nationalen Statistischen Ämtern und Eurostat unvermeidlich, dass es in der Erhebung nach wie vor von Land zu Land gewisse Unterschiede gibt.

Seit 1983 ist die Vergleichbarkeit der Ergebnisse aufeinanderfolgender Erhebungen verbessert worden, hauptsächlich durch verstärkte Stabilität des Inhalts und gesteigerte Häufigkeit der Erhebungen, und diese Kontinuität soll in der neuen Erhebungsreihe (ab 1992) beibehalten werden. Allerdings gibt es einige Faktoren, die einer vollkommenen Vergleichbarkeit entgegenstehen:

- a) die zur Anpassung der Populationen dienenden Bevölkerungszahlen werden von Zeit zu Zeit aufgrund neuer Volkszählungsdaten aktualisiert;
- b) der für ein bestimmtes Land gewählte Bezugszeitraum kann sich ändern;
- c) um die Qualität der Ergebnisse zu verbessern, ändern einige Länder möglicherweise den Inhalt oder Aufbau ihres Fragebogens;
- d) die Länder können Änderungen in der Zusammensetzung ihrer Stichproben vornehmen;
- e) die Beantwortung bestimmter Fragen kann von den zur Zeit des Interviews herrschenden politischen oder sozialen Umständen beeinflusst sein.

Eurostat bemüht sich, in der die Ergebnisse enthaltenden Veröffentlichung die Hauptfaktoren anzugeben, die die Vergleichbarkeit der Daten aus aufeinanderfolgenden Erhebungen beeinträchtigen – soweit sie bekannt sind. Es ist auch möglich, dass von einem Jahr zum nächsten ein Stichprobenfehler auftritt, der in bestimmten Fällen die Schwankungsbreite übersteigt und zu einer geschätzten Veränderung führt, die möglicherweise in die der "echten" Veränderung entgegengesetzte Richtung weist.

Andere Quellen

Zusätzlich zu den Daten von Eurostat, enthalten Kapitel 4 (Länderbezogene Analyse) und Kapitel 5 (Themenbezogene Analyse) der Veröffentlichung auch Daten von anderen Quellen als Eurostat. Diese Quellen sind nachfolgend aufgeführt:

Auchan

BCG, Boston Consulting Group

Carrefour

CIES, The Food Business Forum

Computer Industry Almanac

Distribución Quinzenal

DSN, Discount Store News

EMarketer

European Retail Analyst

Financial Times

Food Business News

Forrester Research

Global Convenience Store Retailing

Healey & Baker

IRI Infoscan
LSA, Libre Service Actualités
M+M Eurodata
Market Management
McKinsey (Analysen auf Grundlage von Nielsen Daten)
Meeschaert-Rousselle (Fortis Bank)
MITI (Ministerium für Handel und Industrie), Japan
Négocia, gestützt auf Daten von Pricewaterhouse Cooper, Cies, Elsevier Food International, Lsa, Point de Vente
Nielsen
Nua Internet Surveys
ONS, Office for National Statistics, UK
Retail Intelligence
Retail Week
Telcordia - Internet Netsizer
The Ebeltoft Group
Thomson Financial Securities
US Census Bureau, Statistical Abstract of the United States, 1999

SBS-Messwerte (Variablen)

Die in der strukturellen Unternehmensstatistik SBS verwendeten Messwerte (Variablen) sind in der Verordnung der Kommission (EG) Nr. 2700/98 vom 17. Dezember 1998 aufgeführt. In der vorliegenden Veröffentlichung erscheinen die folgenden Begriffe:

Zahl der Unternehmen:

Zahl der im Unternehmensregister für die betreffende Population verzeichneten Unternehmen nach Fehlerbereinigung und Ausschluss inaktiver Einheiten.

Beschäftigung (Zahl der Beschäftigten):

Gesamtzahl der in der Bezugseinheit tätigen Personen (gegen Entgelt beschäftigte Arbeitnehmer, mitarbeitende Eigentümer und Gesellschafter und unentgeltlich mithelfende Familienangehörige) und der außerhalb der Einheit arbeitenden, aber zu ihr gehörenden und von ihr bezahlten Personen.

Umsatz:

die Summe aller von der beobachteten Einheit im Bezugszeitraum in Rechnung gestellten Beträge, entsprechend dem Gesamtwert der an Dritte gelieferten Waren und für Dritte erbrachten Dienstleistungen. Zum Umsatz zählen alle von der Einheit auf die gelieferten Waren und Dienstleistungen

zu zahlenden und weiterberechneten Zölle, Steuern und Abgaben mit Ausnahme der den Abnehmern in Rechnung gestellten Mehrwertsteuer und ähnlicher, direkt mit dem Umsatz verbundener abziehbarer Steuern.

Produktionswert:

der Wert der produzierten Güter und Dienstleistungen nach Abzug zugekaufter Waren und Berichtigung für Bestandsveränderungen.

Wertschöpfung zu Faktorkosten:

die Bruttoeinnahmen aus betrieblicher Tätigkeit nach Berichtigung um Betriebszuschüsse und indirekte Steuern, berechnet aus Umsatz *plus* kapitalisierte Produktionsleistung *plus* sonstige Betriebseinkünfte *plus/minus* Bestandsveränderungen *minus* Aufwendungen für Fremdleistungen *minus* produkt- oder produktionsgebundene Steuern und Abgaben.

Personalkosten:

das gesamte Entgelt in Geld oder in Sachwerten, das die Arbeitgeber ihren Arbeitnehmern als Gegenleistung für die von diesen im Bezugszeitraum geleistete Arbeit zu zahlen haben, einschließlich der von der beschäftigenden Einheit abgeführten Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer und der obligatorischen und freiwilligen Sozialbeiträge der Arbeitgeber.

Bruttobetriebsüberschuß:

der sich aus der betrieblichen Tätigkeit ergebende Überschuss nach Abgeltung des Faktors Arbeit. Er entspricht der Wertschöpfung *minus* Personalkosten.

Bruttoinvestitionen in Sachanlagen:

Investitionen in neue oder bereits vorhandene, von Dritten erworbene oder zur eigenen Nutzung produzierte Sachgüter mit einer Nutzungsdauer von mehr als einem Jahr, einschließlich nicht-produzierter Sachgüter wie Grundstücke. Aufgrund von Miet- oder Leasingverträgen genutzte Anlagegüter sind ausgenommen.

Arbeitnehmer:

Personen, die für einen Arbeitgeber tätig sind, einen Arbeitsvertrag besitzen und eine Vergütung in Form von Lohn oder Gehalt, Provisionen, Gratifikationen, leistungsabhängigen Entgelten oder Sachleistungen erhalten. Der Begriff Arbeitnehmer umfasst auch Teilzeitbeschäftigte und Saisonarbeiter.

Einfache Arbeitsproduktivität:

Wertschöpfung je Beschäftigten.

Lohnbereinigte Arbeitsproduktivität:

(Wertschöpfung zu Faktorkosten: Personalkosten) * (Zahl der Arbeitnehmer: Zahl der Beschäftigten) * 100.

Arbeitskosten je Einheit:

Personalkosten je Arbeitnehmer.

Bruttobetriebsüberschußrate:

Bruttobetriebsüberschuss in % vom Umsatz.

Statistische Systematik der Wirtschaftszweige

Die Kategorisierung der verschiedenen Industrie- und Dienstleistungszweige erfolgt nach der Statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft NACE Rev. 1, die beschlossen wurde, um eine einheitliche Klassifizierung der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft zu schaffen und für Vergleichbarkeit der Klassifizierungen und damit der Statistiken auf nationaler und Gemeinschaftsebene zu sorgen. Die an die Stelle von NACE '70 getretene Systematik NACE Rev. 1 ermöglichte eine direkte Verbindung zwischen der europäischen Klassifizierung und der unter der Schirmherrschaft der Vereinten Nationen entwickelten und international anerkannten Branchensystematik ISIC Rev. 3. Die Systematik NACE Rev. 1 findet sich im Anhang der Verordnung (EWG) Nr. 3037/90 des Rates vom 9. Oktober 1990 in der durch die Verordnung (EWG) der Kommission Nr. 761/93 geänderten Fassung.

Die Systematik der Wirtschaftszweige NACE Rev. 1 gliedert die Wirtschaftszweige in mehreren Ebenen:

Erste Ebene: Abschnitt – gekennzeichnet durch einen einstelligen Buchstabencode

Zwischenebene: Unterabschnitt - gekennzeichnet durch einen zweistelligen Buchstabencode

Zweite Ebene: Abteilung - gekennzeichnet durch einen zweistelligen Zahlencode

Dritte Ebene: Gruppe - gekennzeichnet durch einen dreistelligen Zahlencode

Vierte Ebene: Klasse - gekennzeichnet durch einen vierstelligen Zahlencode

Der Handel erscheint in der Systematik NACE Rev. 1 als Abschnitt G, der wie folgt aufgeschlüsselt ist:

50 Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen

50.1: Handel mit Kraftwagen

50.2: Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen

50.3: Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör

50.4: Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern

50.5: Tankstellen

51 Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

51.1: Handelsvermittlung

51.2: Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren

51.3: Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren

51.4: Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern

51.5: Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen

51.6: Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör

51.7: Sonstiger Großhandel

52 Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); Reparatur von Gebrauchsgütern

52.1: Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen)

52.2: Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)

52.3: Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln (in Verkaufsräumen)

52.4: Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen)

52.5: Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen)

52.6: Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen)

52.7: Reparatur von Gebrauchsgütern.