

Gliederung

Inhaltsangabe	1
Inhaltsverzeichnis	2
Abkürzungsverzeichnis	6
Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen	8
<b>Teil 1: Einleitung</b>	
1. Die ostdeutsche Wirtschaft im Umstellungsprozeß von der Zentralverwaltungs- zur Verkehrswirtschaft	11
1.1. Die Grenzen einer makroökonomischen Analyse	11
2. Ein mikroökonomischer Ansatz zur empirischen Analyse der Beziehung zwischen Arbeits- und Absatzmarkt in den NBL	12
2.1. Die Grundlagen der empirischen Analyse	12
2.2. Die Begründung der Branchenwahl	12
2.3. Die theoretische Fundierung der Untersuchungsmethoden	13
2.4. Die Wahl der statistischen Auswertungsmethoden	14
<b>Teil 2: Die Beschreibung der Datenlage</b>	
<b>A: Maschinen- und Anlagenbau</b>	
1. Der ostdeutsche Maschinen- und Anlagenbau	15
1.1. Die historische Entwicklung nach 1945	15
1.2. Die Notwendigkeit einer empirischen Analyse	16
2. Die Datenlage	16
2.1. Grundlegende Probleme	16
2.2. Treuhandbetriebe	17
2.3. Private Klein- und Mittelbetriebe	17
2.4. Gesellschaften zur Arbeitsförderung, Beschäftigung und Strukturentwicklung	18
2.5. Investoren	18
2.6. Durchführung der Datenerhebung	19
<b>B: Textil- und Schuhhersteller</b>	
1. Die Branche Textil, Bekleidung, Schuhe, Leder in Ostdeutschland	19
1.1. Die ökonomische Stellung der Textil- und Schuhindustrie in der ehemaligen DDR	19
1.2. Die Entwicklungen seit der Wende im November 1989	20
1.3. Die Motive zur Durchführung einer empirischen Analyse	20
2. Die Durchführung der Datenerhebung	20
2.1. NBL Textil- und Schuhhersteller	20
2.2. ABL Textil- und Schuhhändler	21
2.3. Der Zusammenhang zwischen NBL-Herstellern und ABL-Händlern	21
<b>C: Einzel- und Großhandel</b>	
1. Der ostdeutsche Einzel- und Großhandel	21
1.1. Die Situation nach der Wende im November 1989	21
1.2. Die Begründung einer empirischen Analyse	22
2. Die methodische Vorgehensweise und die Qualität der Daten	22
2.1. Die Vorbereitung der Datenerhebung	22
2.2. Das Angebot an Fachpersonal	23
2.3. Der NBL-Einzelhandel	23
2.4. Der NBL-Großhandel	23
2.5. Handelskonzerne	24
2.6. Die arbeits- und absatzmarktpolitische Zielsetzung der Analyse	25

Teil 3: Die theoretische Diskussion

## A: Maschinen- und Anlagenbau

1. Regionalwirtschaftliches und betriebliches Wachstum in den NBL	25
1.1. Die Auswirkungen staatlicher Fördermaßnahmen auf das regionale Wirtschaftswachstum	25
1.2. Das Aufdecken von regionalen Wertschöpfungspotentialen	25
1.3. Wachstum durch Verflechtung	26
1.4. Betriebliche Verflechtungen zur Nutzung des Humankapitals	27
1.5. Komplementäre Wirkungen zwischen KMB und ABS-Gesellschaften	29

## B: Textil- und Schuhhersteller

1. Die Bedeutung der Arbeitskräfte als Innovationsfaktor	30
1.1. Humankapital und Marktdifferenzierung	30
1.2. Markterschließung durch Produktdifferenzierung	30
1.3. Humankapital als Wettbewerbsfaktor	31
1.4. Die Entstehung von Teilarbeitsmärkten	32

## C: Einzel- und Großhandel

1. Der ostdeutsche Handel im Spannungsfeld der Segmentierung von Absatz- und Arbeitsmärkten	32
1.1. Die Auswirkungen der Organisationsstruktur des Handels auf das Arbeitsplatzangebot	32
1.2. Die Entwicklung des ostdeutschen Handels nach der Wende	33
1.3. Die Spaltung der Betriebstypen im ostdeutschen Handel	34
1.4. Die Bedeutung der Personalkosten für die Umstrukturierung des Handels	36

Teil 4: Die empirische Analyse

## A: Maschinen- und Anlagenbau

1. Der Transformationsprozeß vom Kombi- zum Treuhandbetrieb	38
1.1. Die Entwicklung des Umsatzes der Treuhandbetriebe aus produktionstechnischer Sicht	38
1.2. Die Auswirkungen divergierender Modernisierungsstrategien	40
1.3. Die Entwicklung der Absatzlage treuhandähnlich geführter Betriebe	41
1.4. Betriebsgröße und Innovationsprozesse	42
1.5. Markterschließungspotentiale der Treuhandbetriebe	43
1.6. Ehemaliger RGW und EG: konkurrierende Absatzmärkte für Treuhandbetriebe?	45
1.7. Real- und Humankapital als komplementäre Faktoren bei der Modernisierung der THA-Betriebe	47
2. Die wirtschaftliche Stellung der Klein- und Mittelbetriebe in den NBL	48
2.1. Innovative Produkte und Leistungen: der Schlüssel zum Erfolg	48
2.2. Die Auswirkungen der Marktnähe der Produkte auf die Entwicklung des Umsatzes der ostdeutschen KMB	51
2.3. Die Rolle strategischer Produkte für die Entwicklung des NBL-Absatzraums	52
2.4. Determinanten des Umsatzwachstums der KMB	53
2.5. Das Kooperationsverhalten der KMB in den NBL	54
2.6. Die Bedeutung der Fu&E-Aktivitäten der KMB auf deren Umsatz	55
3. Die Bedeutung der Verflechtung von THA-Betrieben und KMB für die Wachstumschancen der NBL	57
3.1. Die Bedeutung der KMB als Kooperationspartner für die THA-Betriebe	57
3.2. Die Bedeutung der Absatzmärkte der THA-Betriebe für Kooperationsmöglichkeiten mit KMB	59
3.3. Das Einkaufsverhalten bei Maschinen und Anlagen westlicher Investoren in den NBL	60
4. Die negativen Wirkungen der schleppenden Modernisierung des ostdeutschen Realkapitalstocks auf das Käuferverhalten westlicher Investoren bei neuentwickelten ostdeutschen Produkten	62
4.1. Integrierte gegenstandsspezifische Fertigungsabschnitte und die Produktionsplanung und -Steuerung	62
4.2. Schwachpunkte ostdeutscher Maschinen und Anlagen	64
4.3. Käuferverhalten der Investoren bei NBL-Maschinen und Anlagen	65
4.4. Die technische Verbesserung der Produkte und die Erschließung von Absatzmärkten	66
5. Die Rolle der ABS-Gesellschaften bei der Verbesserung der Absatzfähigkeit ostdeutscher Maschinen und Großanlagen	67
5.1. Die Chance wertschöpfungsintensiver Dienstleistungen	67
5.2. Die arbeitsmarktpolitische Schwäche der ABS-Gesellschaften	70
5.3. Die wirtschaftliche Isolation der ABS-Gesellschaften	72

5.4. Humankapitalpotentiale in ABS-Gesellschaften	74
6. Die Bedeutung des betrieblichen Leistungsprozesses als Instrument der Existenzsicherung	75
6.1. Das Verhalten der ABS-Gesellschaften	75
6.2. Potentiale zur Leistungssteigerung in TMA-Betrieben	77
6.3. Westliche Investoren	79
6.4. Instrumente der Leistungssteigerung bei den KMB	80

#### B: Textil- und Schuhhersteller

1. Die Umstellung ostdeutscher Textil- und Schuhhersteller auf die Belieferung westlicher Absatzmärkte	81
1.1. Kooperationswünsche und Absatzlage	82
1.2. Hemmnisse beim betrieblichen Erneuerungsprozeß	84
2. Die Modernisierungsaktivitäten der ostdeutschen Betriebe	84
2.1. Marketing und Innovationen	84
2.2. Nicht absetzbare Produktion: das Erbe der DDR-Planwirtschaft	87
2.3. Anforderungen an eine Sanierungsstrategie	88
3. Humankapital und wirtschaftliche Lage	89
3.1. Die Qualifizierungspolitik der Betriebe	89
3.2. Produktivitätssteigerung und Mitarbeiterfortbildung	90
3.3. Determinanten der Beschäftigtenzahl	92

#### C: Einzel- und Großhandel

1. Die Situation des Fachpersonals für Handelsberufe	95
1.1. Motive der Erwerbstätigkeit: die Arbeitspflicht der ehemaligen DDR	95
1.2. Bestimmungsgründe des Arbeitswunsches nach der Wende	95
1.3. Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsleben	96
1.4. Die Beziehung zwischen Arbeitsinhalt und Arbeitseinkommen	97
1.5. Die Lohnabhängigkeit des Arbeitsangebots	99
2. Das Arbeitsangebot im familiären Kontext	101
2.1. Sekundärer Arbeitsmarkt und Arbeitsangebot der Schülerinnen	101
3. Die Auswirkungen des Strukturwandels im ostdeutschen Handel auf das Fachpersonal	105
3.1. Konsequenzen für die Schülerinnen	105
3.2. Konsequenzen für den Handel	106
4. Die Auswirkungen des Lohngefüges auf das Stellenangebot	107
4.1. Divergenzen zwischen Einzel- und Großhandel	107
5. Die Bedeutung des Warensortiments für die Beschäftigung	110
5.1. Der Wandel auf den heimischen Absatz- und Arbeitsmärkten	110
5.2. Die Auswirkungen eines fehlenden Vertriebsnetzes	112
5.3. Marktsegmentation infolge von Nachfrageinstabilitäten	113
5.4. Kooperationsstrategien zwischen Herstellern und privaten Händlern	115
5.5. Anforderungen an den ostdeutschen Groß- und Außenhandel	115

#### Teil 5: Strukturpolitische Konsequenzen

##### A: Maschinen- und Anlagenbau

1. Kooperationsansätze für ostdeutsche Betriebe des Maschinen- und Anlagenbaus zur Erschließung von Absatzmärkten	118
1.1. Ein Ansatz zur Intensivierung der regionaler Wertschöpfung	118
1.2. Ein Ansatz zur Entwicklung von Kooperationskriterien	118
1.3. Strukturpolitische Anforderungen	119
2. Der traditionelle Weg der Absatzmarkterschließung	119
2.1. Mehr Kundenorientierung und Produktverbesserungen	119
2.2. Der Kostenpool als Instrument der Anpassungsoptimierung	124
2.3. Anforderungen an die Kostenverrechnung in Treuhandbetrieben	124
2.4. Der Einsatz von ABS-Gesellschaften zur Kostensenkung	126
3. Die Rückgewinnung des osteuropäischen Absatzmarkts	127
3.1. Einige Vorschläge zur Überwindung der fehlenden Absatzkanäle	127
3.2. Ein Beispiel für den Erhalt des Absatzmarkts in der GUS	128
3.3. Der osteuropäische Faktormarkt als Verflechtungsinstrument von MBL-Betrieben	128
4. Der Erhalt osteuropäischer Absatzmärkte: Forderungen an die Treuhandanstalt	130

4.1. Aufträge für Treuhandbetriebe	130
4.2. Aufgabebereiche für ABS-Gesellschaften	130
4.3. Die Entwicklung des Sanierungs-Know-how für THA-Betriebe zur Exportleistung nach Osteuropa	131
4.4. Ein Beispiel: die Modernisierung von Werkzeugmaschinen	131
5. Investment-Center als Sanierungsinstrument für Treuhandbetriebe	132
5.1. Die Umstrukturierung der Treuhandbetriebe zu Investment-Centern	132
5.2. Flexibilisierung der Fixkosten als Instrument der Absatzpreissenkung	133
5.3. Die Umgestaltung der Angebotspalette zu Systemlösungen	134
5.4. Die Einbindung des Investment-Center-Ansatzes in die Privatisierungsstrategie des MBO und MBI	134
5.5. Die humankapitalerhaltende Privatisierung als Gegenpol zur Deindustrialisierung	135
6. Der Betrag von Investment-Centern zur Steigerung der regionalen Wertschöpfung	136
6.1. Innovationsfördernde regionalwirtschaftliche Kooperationen auf betrieblicher Ebene	136
6.2. Die Wertschöpfungstiefe als Bestimmungsfaktor der regionalen betrieblichen Verflechtung	137
6.3. Die Auswirkungen der Verringerung der Wertschöpfungstiefe: das Beispiel Bearbeitungszentrum	137
7. Die Anwendung der Anpassungsoptimierung auf westlichen Absatzmärkten	137
7.1. Strategien zur Marktbearbeitung	137
7.2. Anforderungen an die ostdeutschen Maschinen- und Anlagenbauer	138
7.3. Die Neugestaltung der Arbeitsplätze als zusätzliche Angebotskomponente	139
7.4. Der Ansatz einer Hersteller-Anwender Kooperation	139
7.5. Der Ausbau des Verkaufs zum mehrstufigen Kunden-Marketing	140
7.6. Herstellerkooperationen als Reaktion auf die wachsende Kundenorientierung	140
8. Der Beitrag betrieblicher Kooperationen ostdeutscher Klein- und Mittelbetriebe zur Unterstützung des traditionellen Ansatzes	141
8.1. Die wirtschaftliche Situation der Existenzgründer	141
8.2. Kooperationen zwischen Treuhandbetrieben und privaten Klein- und Mittelbetrieben	142
8.3. Die Förderung von Zulieferkooperationen	142
8.4. Ein Ausschreibungsverfahren von Sanierungsarbeiten zur Förderung der Regionalwirtschaft	143
<b>B: Textil- und Schuhhersteller sowie Einzel- und Großhandel</b>	
1. Markterschließungsstrategien für den Facheinzelhandel	144
1.1. Die Auswirkungen des Wandels der Betriebstypen auf die Beschäftigtenstruktur	144
1.2. Eine Differenzierungsstrategie für ostdeutsche Konsumgüter	144
1.3. Eine Marketing-Strategie für Oberbekleidung	145
1.4. Eine Marketing-Strategie für Schuhe	146
1.5. Eine Marketing-Strategie für den Food Einzelhandel mit Nonfood Randsortiment	148
2. Die Auswirkungen neuer Marketing-Strategien auf den Arbeitsmarkt für Fachpersonal	153
2.1. Anforderungen an Umschulungen für Verkaufspersonal	153
2.2. Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt	153

#### **Teil 6: Zusammenfassung**

1. Zusammenfassung der Ergebnisse	155
1.1. Die Beurteilung der gewählten Analyseverfahren	155
1.2. Maschinen- und Anlagenbau	155
1.3. Textil- und Schuhbetriebe	156
1.4. Einzel- und Großhandel	156

#### **Literaturverzeichnis**