

# Europas Wirtschaft in Zahlen

Die EuroFaktDatenbank verbindet die  
EuroDataPool-Informationen mit  
branchenspezifischen Zusatzinformationen aus  
europaweiten Quellen.

## Studie

### Marktdaten für Deutschland: Herstellung von DEMO- und MUSTERmaterial

mit den einbezogenen Geschäftsfeldern:

**MUSTER-Material**

**DEMO-Material**

Aktualisiert: 20. Dezember 2007

(C) Andreas Rüberg, Leverkusen 2006/2007 - All rights reserved. Alle Rechte vorbehalten.

Nutzung für den internen Gebrauch unter Quellenabgabe gestattet.

Verarbeitungsrechte auf Anfrage.

# Inhaltsverzeichnis

Seite

## A) Einführung und Methodik

1

## B) Markt und Wettbewerb

1. Konzentration des Wettbewerbs als strategischer Faktor
2. Spezielle Bedingungen in Deutschland
3. Produktorientierte Marktbewertung
4. Benchmarkingbasis -  
Kennzahlen für Unternehmensvergleiche und Risikobewertung

2

2

2

3

## C) Trends und Prognosen

1. Markttrends in den europäischen Staaten
2. Ausblick auf künftige Optionen und Entwicklungspotenziale

4

4

## D) Untersuchte Staaten im Detail

5

Deutschland

6

## E) Geschäftsfelder: Entwicklung, Trend und Prognose

16

**Impressum und Frequently Asked Questions (FAQ)**

**Bubble-Felder, wie dieses  
gibt's nur in der DEMO zur  
Erläuterung!**

Der Wettbewerb in den einzelnen Staaten ist ein wichtiges Kriterium für Standort- und Investitionsentscheidungen. Die Analyse "Marktpotenzial" stellt die Wettbewerbsverhältnisse der Branche. Der Bericht bietet einen guten Überblick über die Konzentration des Marktes und weitere wichtige Kriterien des Wettbewerbs.

Methodisch wird untersucht, wie sich die Umsätze im Verhältnis zur Anzahl der Unternehmen darstellen. Der Grad der Konzentration variiert von Staat zu Staat und Branche zu Branche. Für unternehmerische Entscheidungen ist die Kenntnis des Wettbewerbs eine entscheidende Größe. In stark konzentrierten Märkten ist der Wettbewerb bekanntlich sehr hoch.

Für die Analyse wurde eine spezielle, dimensionslose Kennzahl entwickelt, die es ermöglicht, die Staaten und Branchen nach der Konzentration zu strukturieren. Die Kennzahl ergibt sich aus der Interpretation der Lorenzkurven.

Je näher sich die Linie der Lorenzkurve der Diagonalen annähert, desto gleichmäßiger sind die Branchenumsätze auf die Unternehmen verteilt.

In der Regel verlaufen die Kurven aufgrund der Konzentrationsverhältnisse jedoch mehr oder weniger weit entfernt von der Diagonalen. In zahlreichen Staaten sind die kleinen Unternehmen zwar in großer Zahl vertreten, aber nur wenige Anbieter beherrschen - fast ohne Mittelstand - den Markt. Die Lorenzkurven zu den einzelnen Staaten finden Sie im Abschnitt D gemeinsam mit weiteren zugehörigen Kennzahlen.

Nimmt man zu den bisher ermittelten Ergebnissen noch die sich aus den weiteren Kennzahlen ergebenden Aussagen hinzu, ergibt sich ein deutliches Bild des zu erwartenden Wettbewerbsdrucks.

Zusätzlich werden im zugehörigen Kapitel B 2 auch Änderungen im Zeitablauf verdeutlicht. Die hierbei stellenweise auftretenden hohen Schwankungen sind meist auf statistische Zuordnungsänderungen in den betreffenden Ämtern zurück zu führen. Solche untypischen Werte werden daher nicht in die Überlegungen einbezogen.

Spezielle Bedingungen des Marktes in den Staaten werden anschließend in Kapitel B 3 behandelt. Hier geht es im Wesentlichen um die Entwicklung der Anzahl der Anbieter.

Die Analyse beantwortet die Frage, ob hinsichtlich der Umsätze weiterer Verteilungsspielraum durch Wegfall von Anbietern entsteht oder ob dies durch steigende Umsätze bei relativ konstanter Anbieterzahl erfolgt. Entsprechendes gilt natürlich auch für den gegenteiligen Fall.

### 1. Konzentration des Wettbewerbs als strategischer Faktor

Strategisch bedeutsam ist die Dichte des Wettbewerbs bzw. die Konzentration der Branchenumsätze auf wenige Anbieter.

- Der Konzentrationswert für Deutschland liegt bei 5. Er ist damit vergleichsweise niedrig. Aus der Lorenzkurve ergibt sich entsprechend auch eine starke Mittelstandsorientierung.

Einkäufer können bei geringer Konzentration auch mit nur moderater Verhandlungsmacht der Anbieter rechnen.

Ob sich aus einer geringen Wettbewerbskonzentration allerdings positive Aspekte für ein Engagement ergeben, muss noch unter Einbezug weiterer Kennzahlen überprüft werden.

Entsprechende Anhaltspunkte können aus den beigefügten Informationen im Kapitel D entnommen werden.

#### Konzentrationsgrad

Deutschland	5,0
-------------	-----

### 2. Spezielle Bedingungen in Deutschland

Neben der Konzentration des Marktes ist es auch wichtig, zu wissen, wie sich die Anzahl der Wettbewerber in den untersuchten Staaten entwickelt.

Nimmt die Anzahl der Anbieter stark zu, ist mit enger werdenden Verteilungsspielräumen zu rechnen.

Die Unternehmen müssen den Branchenumsatz dann unter mehr Wettbewerbern aufteilen. Ein Verteilungskampf ist zu erwarten, wenn der Branchenumsatz nicht ebenfalls entsprechend steigt.

Durchaus positive Effekte sind erwartbar, wenn sich die Zahl der Anbieter reduziert und gleichzeitig die Branchenumsätze steigen.

Klar ist hierbei aber auch, dass diese Auswertung nicht isoliert von anderen Untersuchungen gesehen werden kann. Wie entwickeln sich z. B. die Spannen?

#### Wachstum von Anbieterzahl und Unternehmensumsatz in %

	Anbieterzahl	Unternehmensumsatz
Deutschland	0,0	1,4

### 3. Produktorientierte Marktbewertung

Die in Kapitel E aufgeführten Geschäftsfelder mit Entwicklung des Marktvolumens, Trends und Prognose wurden auftragsindividuell zusammengestellt. Weitere Geschäftsfelder finden Sie auf unserer Homepage - oder fragen Sie - zur einfacheren Abstimmung - einfach an.

#### **4. Benchmarkingbasis -**

##### **Kennzahlen für Unternehmensvergleiche und Risikobewertung**

Bisher wurden verschiedene Aspekte der Märkte untersucht. Dabei sind bereits wichtige Erkenntnisse ermittelt worden.

Aus dem vorliegenden Material haben wir zusätzlich zu den bisher gemachten Auswertungen einige wichtige Punkte herausgearbeitet.

Umsatz je beschäftigter Person sowie Waren- und Dienstleistungskäufe sind wichtige Ansätze zur Beurteilung, ob ein Unternehmen "auf dem richtigen Weg" ist.

Optimale Vergleiche können nur in einer Gesamtschau der Kennzahlen im Abgleich mit den konkreten Zahlen des betroffenen Unternehmens vorgenommen werden. Hierbei sind wir gerne behilflich. In erster Annäherung ziehen Sie bitte die ausführlichen Daten im Abschnitt D zu Rate.

### 1. Markttrends in den europäischen Staaten

Generell ist das Zusammenwachsen der Staaten in Europa von Veränderungen geprägt. Aber auch die globalisierten Waren- und Geldströme hinterlassen ihre Spuren auf den Märkten.

Aussagen zu Trends auf nationalen Märkten sind daher auf lokal eingrenzbare Parameter ausgerichtet. Veränderungen bei Kennzahlen lassen Trends erkennen, die Aussagen auch für kurz- bzw. mittelfristige Prognosen ermöglichen. Ausgewertet wurden hierzu branchenübergreifende und warengruppenbezogene Daten der jeweiligen Staaten.

### 2. Ausblick auf künftige Optionen und Entwicklungspotenziale

Aufbauend auf die zuvor analysierten Trends ergeben sich Erkenntnisse zu künftigen Entwicklungen. Die wahrscheinliche Entwicklung liegt im Prognosestrichter zwischen deutlich positiveren bzw. erheblich ungünstigeren Entwicklungsmöglichkeiten. Wie beim Wetterbericht sinkt die Qualität der Prognosen allerdings mit der Länge der Vorausschau.

Daher sind die von uns vorgestellten Optionen und Entwicklungspotenziale nur für einen kurzen Zeitraum gültig. Die vorgestellten Prognosen gehen von im Wesentlichen beständigen Verhältnissen aus.

Die Branche hat in Deutschland gegenwärtig und auch in naher Zukunft mit einer "Seitwärtsbewegung" zu rechnen - siehe Chart im Kapitel D. Allerdings sind ist auch ein deutliches

- Wachstum möglich, was sich aus dem Verlauf der oberen Trichterbegrenzung der Vorhersage ableiten läßt.

Details zu den Prognosen entnehmen Sie bitte den Abschnitten D (Branchenprognose der jeweiligen Staaten) und E (Prognosen zu den einzelnen Geschäftsfeldern).

Die vorgenommenen Untersuchungen basieren auf einer zum Lieferzeitpunkt vorgenommenen Auswertung der uns vorliegenden Daten.

Die vorliegenden Angaben wurden zu Jahreswerten zusammengefasst.

### **Hinweis zu leeren Feldern bzw. zu Feldern mit der Angabe "k. A." oder "n. v."**

Die Daten der jeweiligen statistischen Ämter werden oft mit erheblicher Zeitverzögerung bekannt oder bleiben amtlich gesperrt. Wo Angaben lückenhaft vorlagen, wurden diese in einigen Fällen sinnvoll ergänzt, um graphische Ergebnisse zu ermöglichen. Unterjährig - zur Lieferung - aktualisierte Daten werden bei den Studien zur Branche berücksichtigt.

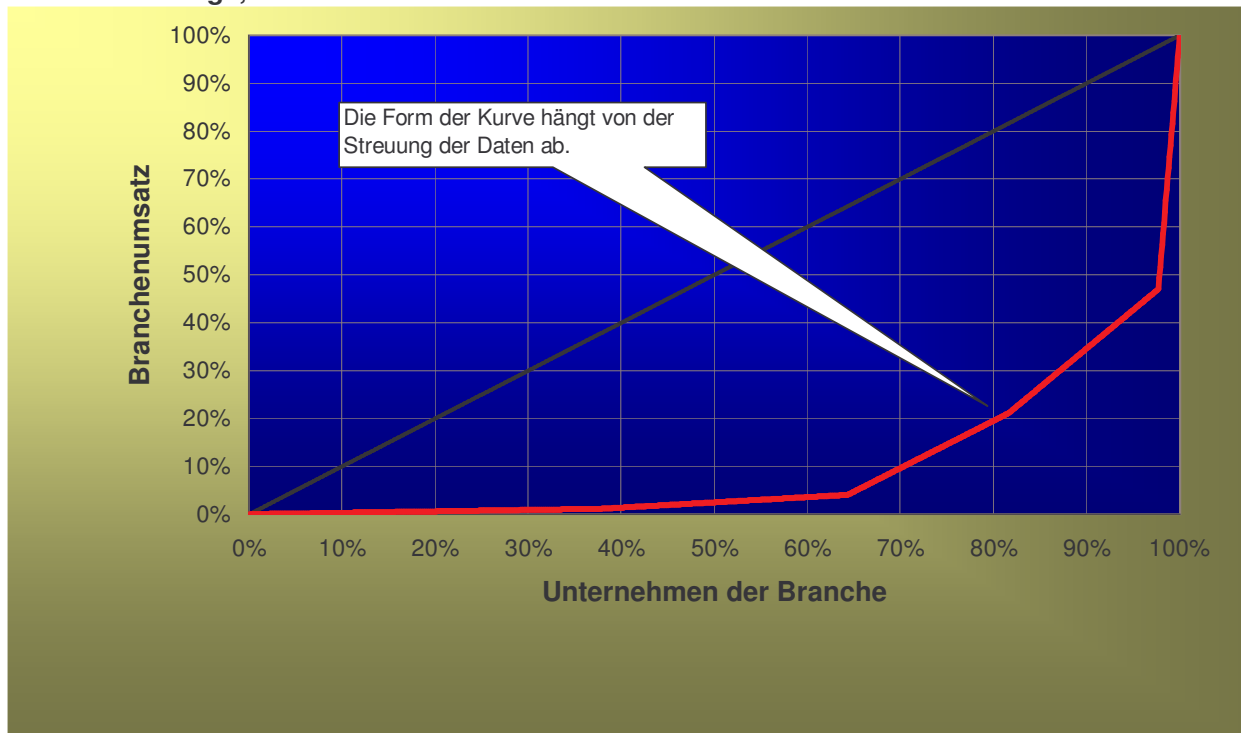
#### **Quellen:**

eigene Berechnungen und

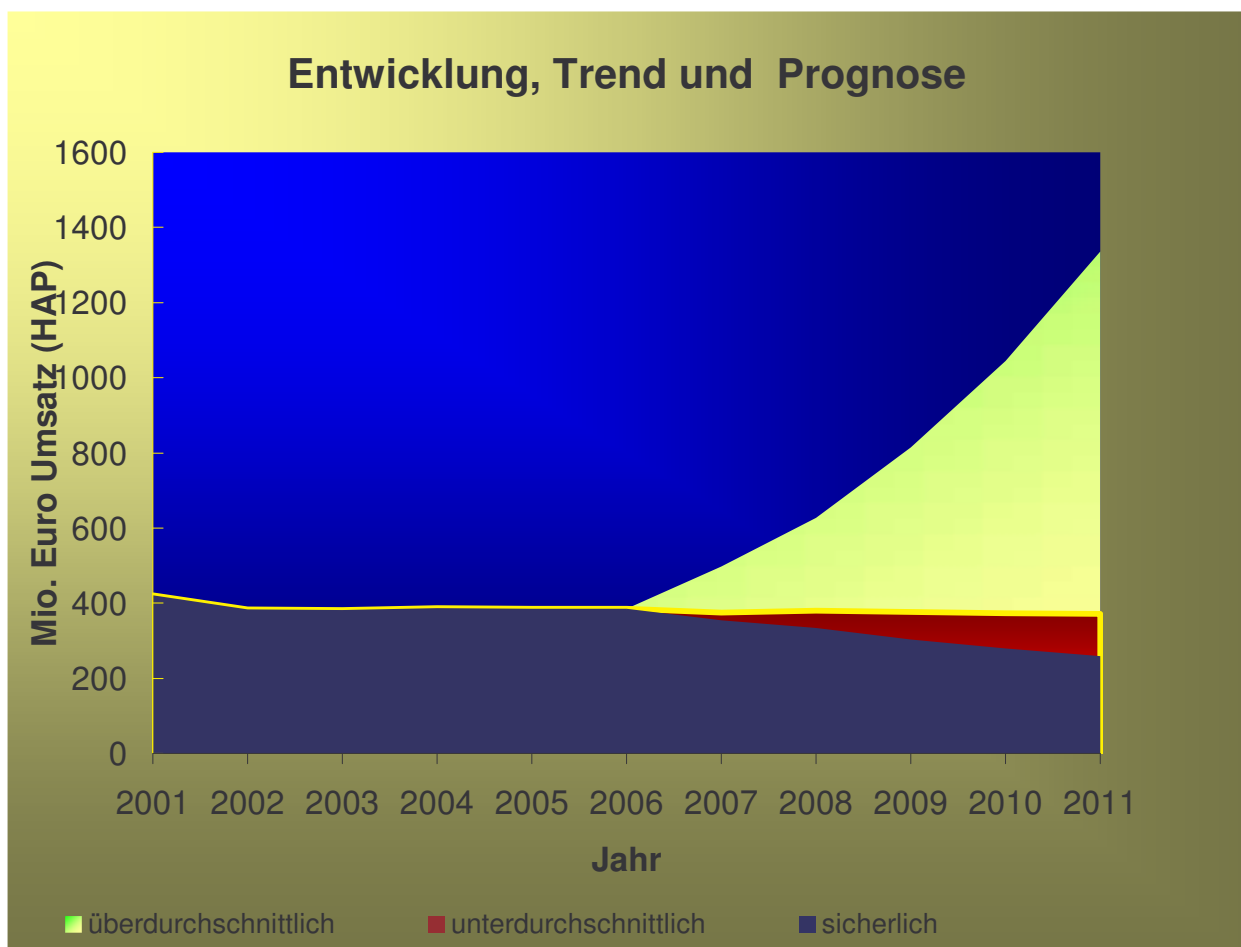
DE Deutschland Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

EU European Commission, Office for Official Publications of the European Communities

## Wettbewerbslage, Lorenzkurve



## Entwicklung, Trend und Prognose



Manchmal sind Daten noch nicht eingereicht worden. Deshalb aktualisieren wir die Studien jedesmal vor erneuter Veröffentlichung. Sie können sicher sein, dass wir für Sie die uns vorliegenden Daten aktuell auswerten.

## Gesamtwirtschaftliche Analyse

	2004	2003	2002	2001	2000
<b>Branchenvolumen in Mio. €</b>	386,9	381,6	382,7	420,9	319,0
in % des deutschen Volumens	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	1,4	-0,3	-9,1	31,9	
<b>Beschäftigtenzahl der Branche</b>	1.424	1.521	1.594	1.904	1.352
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-6,4	-4,6	-16,3	40,8	

Die gesamtwirtschaftliche Analyse der Branche kann noch durch andere Angaben erweitert werden. Diese sind jedoch nicht Gegenstand unserer Standard-Auswertung.

Das Branchenvolumen erfasst die Umsätze aller Geschäftsfelder der Branche. Zusätzlich sind auch noch solche Umsätze einbezogen, die sich nicht den Geschäftsfeldern der Branche zuordnen lassen.

Unternehmen, die ihren Umsatzschwerpunkt in anderen Branchen haben, werden dort erfasst. Deren Umsätze in Geschäftsfeldern der hier relevanten Branche fließen dort in den Branchenumsatz ein. Ein genaueres Abbild der Branchenumsätze ergibt sich aus unserer Geschäftsfeld-Analyse.

Die Summe der Umsätze aller Geschäftsfelder einer Branche ergibt das Marktvolumen der Branche - ohne branchenfremde Umsätze.

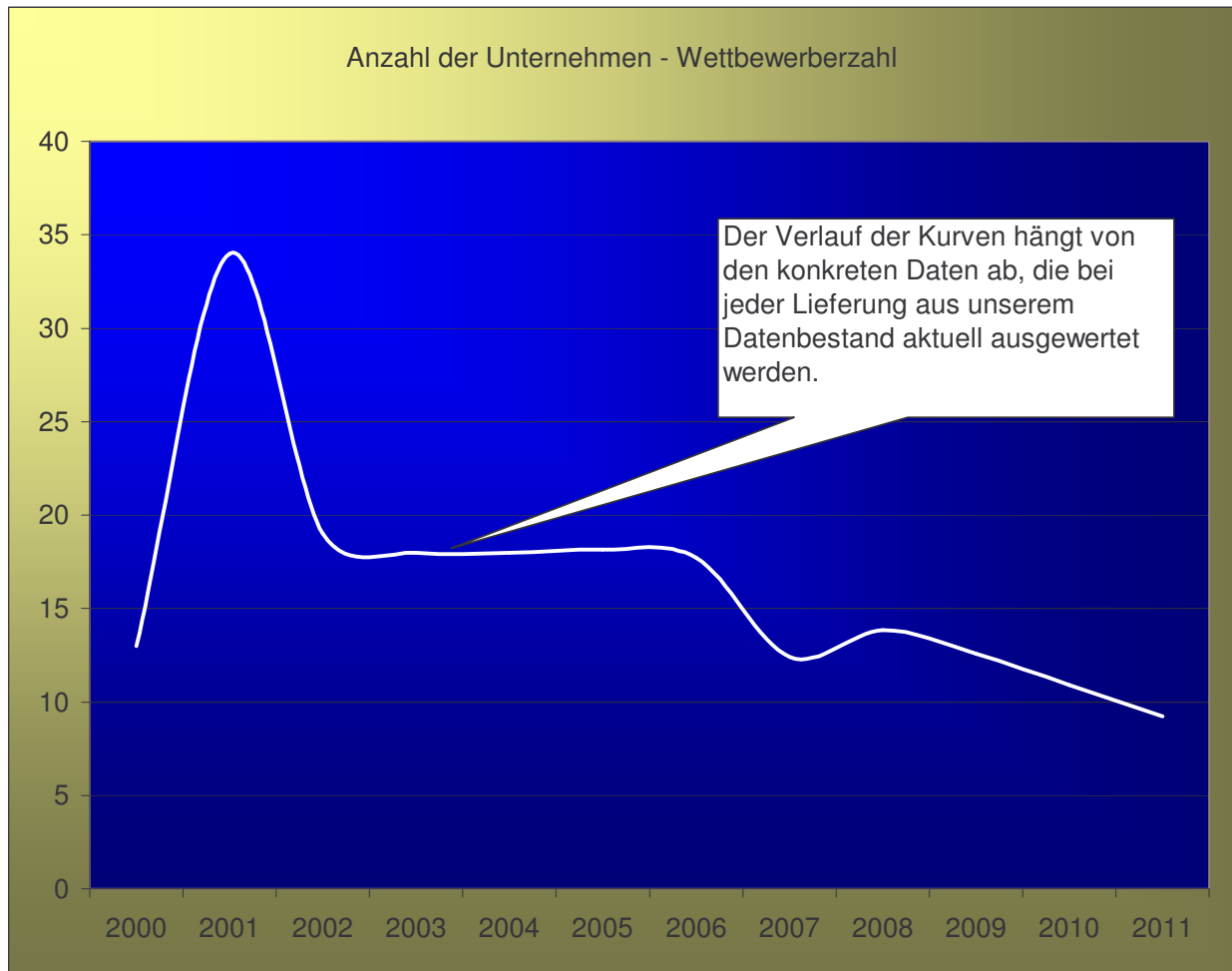
Die von uns analysierten Geschäftsfelder beziehen das Marktvolumen (zu HAP) mit ein, dass durch den Absatz der Produkte des jeweiligen Geschäftsfeldes entsteht. Unschärfen durch Umsätze mit Produkten anderer Geschäftsfelder oder Branchen sind dabei ausgeschlossen.

# Kennzahlen und Analyse typischer Unternehmen

## Anzahl der Unternehmen

Wenn hier "0" steht, gibt es definitiv keine Anbieter, die die Registration erreicht haben.

	2004	2003	2002	2001	2000
Anzahl der Unternehmen	18	18	19	34	13
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	0,0	-5,3	-44,1	161,5	

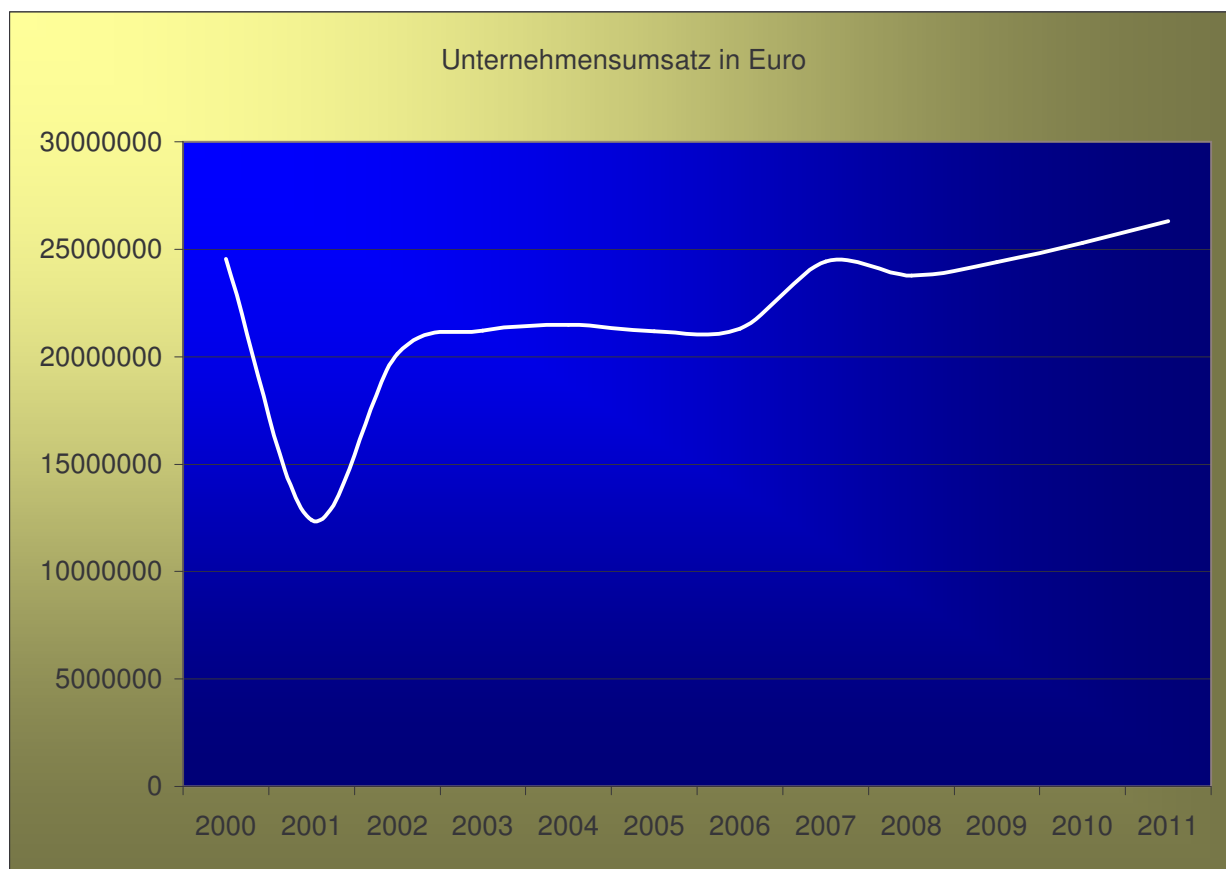


Die Anzahl der Unternehmen der Branche ergibt sich aus unseren Recherchen. Dabei wird das sogenannte Schwerpunktprinzip eingesetzt. Unternehmen, die ihren Umsatzschwerpunkt in der Branche haben, werden mitgezählt.

Unternehmen, die jedoch nach ihrem Umsatzschwerpunkt einer anderen Branche zugerechnet werden, trotzdem aber auch in der hier relevanten Branche tätig sind, werden NICHT mitgezählt, um Doppelnennungen zu vermeiden. Damit ist die Anzahl der Wettbewerber einer gewissen Unschärfe unterworfen.

## Umsatz je Unternehmen

	2004	2003	2002	2001	2000
Umsatz in €	21.494.444	21.200.000	20.142.105	12.379.412	24.538.462
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	1,4	5,3	62,7	-49,6	



Der Umsatz je Unternehmen ergibt sich als Ergebnis von Anzahl der Unternehmen und Branchenumsatz.

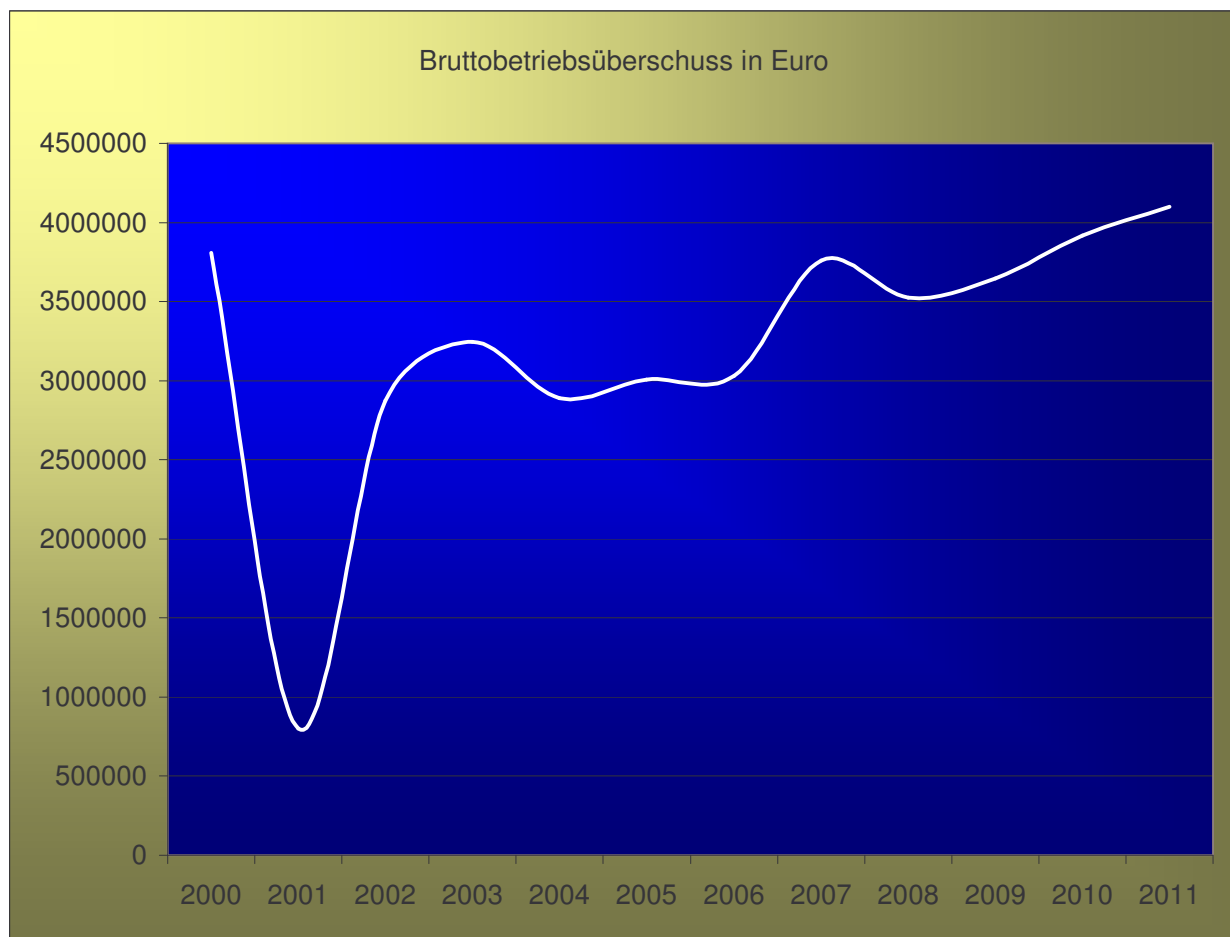
Dieser Umsatz typischer Unternehmen der Branche ist ein guter Anhaltspunkt bei der Beurteilung der Marktposition von konkreten Unternehmen.

Der Marktanteil bezüglich eines bestimmten Geschäftsfeldes wird in Bezug auf unsere Geschäftsfeldanalysen berechnet.

Soll der Marktanteil bezüglich eines Branchenvolumens errechnet werden, ist es erforderlich die Marktvolumina aller Geschäftsfelder der Branche zu analysieren und zum Branchenvolumen zu summieren.

## Bruttobetriebsüberschuss je Unternehmen

	2004	2003	2002	2001	2000
<b>Bruttobetriebsüberschuss in €</b>	2.888.889	3.244.444	2.873.684	800.000	3.807.692
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-11,0	12,9	259,2	-79,0	



Der Bruttobetriebsüberschuss stellt eine zentrale Größe für die Beurteilung von Investitionen dar. Der Bruttobetriebsüberschuss ergibt sich aus der Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten ohne Personalaufwendungen.

Die Leistungsfähigkeit der Unternehmen wird hier sichtbar.

Damit ist die Nachhaltigkeit von Investments gegeben, wenn der Betrieb auf Dauer positive Betriebsergebnisse einfährt, die über den individuellen Opportunitätskosten des Investors liegen.

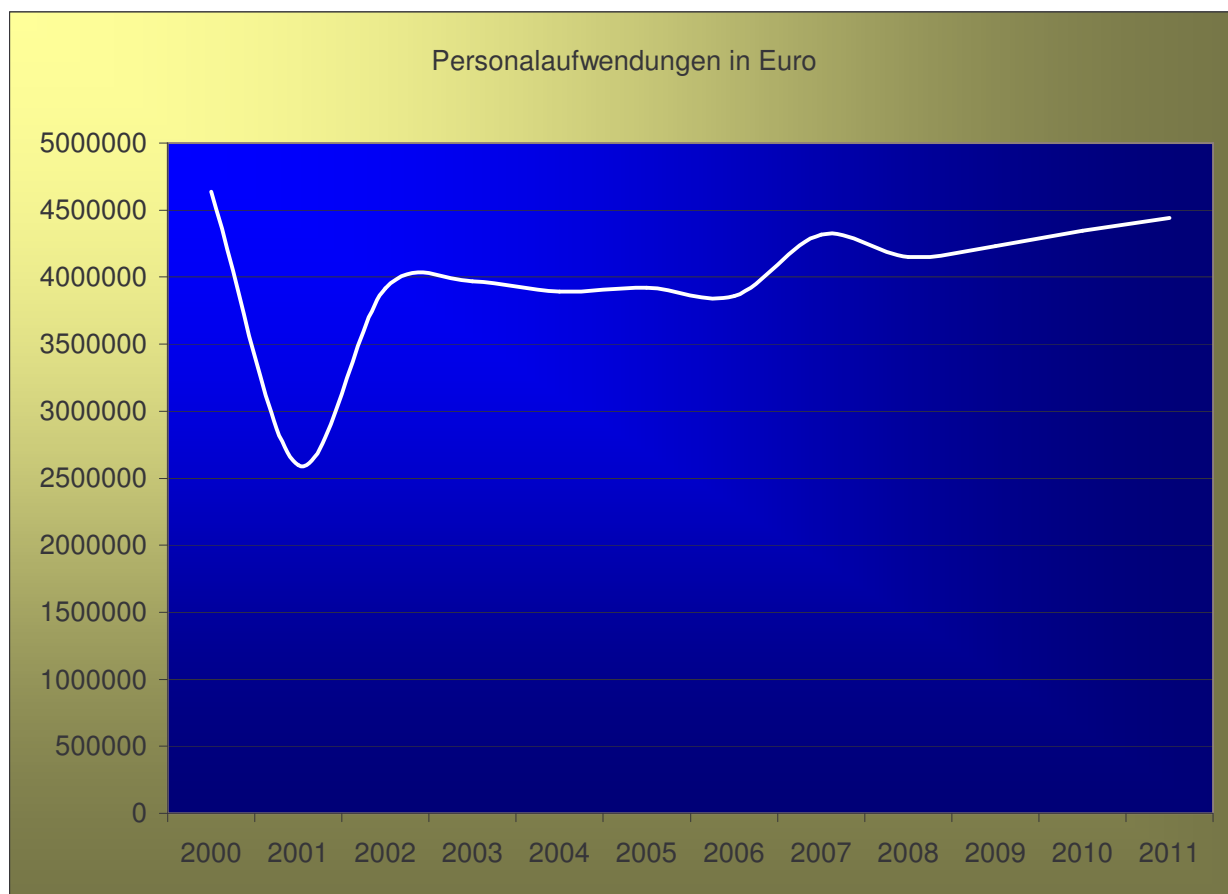
Wenn ein konkretes Unternehmen hierbei einen Wert hat, der deutlich außerhalb der üblichen Streubreite liegt, ist eine tiefere Analyse der Kostenstrukturen erforderlich, um die Ursachen zu klären. Hierfür stellen wir auf gesonderte Anfrage über 80 Kennzahlen zur Verfügung.

Als Optionen zur Optimierung des Bruttobetriebsüberschusses bieten sich an:

- Kostensenkung/Erlössteigerung
- Marktstrategie, Sortiments-/Produktionspolitik (nutzen Sie unsere Geschäftsfeldanalysen)
- Prüfung der Preispolitik und Preisspielräume, Vor- und Nachkalkulation
- Bei Auslandsaktivitäten ist je nach Lage der Wechselkurs zu beachten

## Personalaufwand je Unternehmen

	2004	2003	2002	2001	2000
Personalaufwendungen in €	3.894.444	3.966.667	3.915.789	2.600.000	4.638.462
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-1,8	1,3	50,6	-43,9	



Die Personalaufwendungen umfassen alle Leistungen des Arbeitgebers an die Arbeitnehmer - einschließlich aller Steuern und Sozialabgaben.

Hierbei ist zu beachten, dass regionale Tarifstrukturen die Vergleichbarkeit der Angaben aus unterschiedlichen Regionen beeinträchtigen können. Unsere Angaben sind branchentypisch für den gesamten Staat zu verstehen.

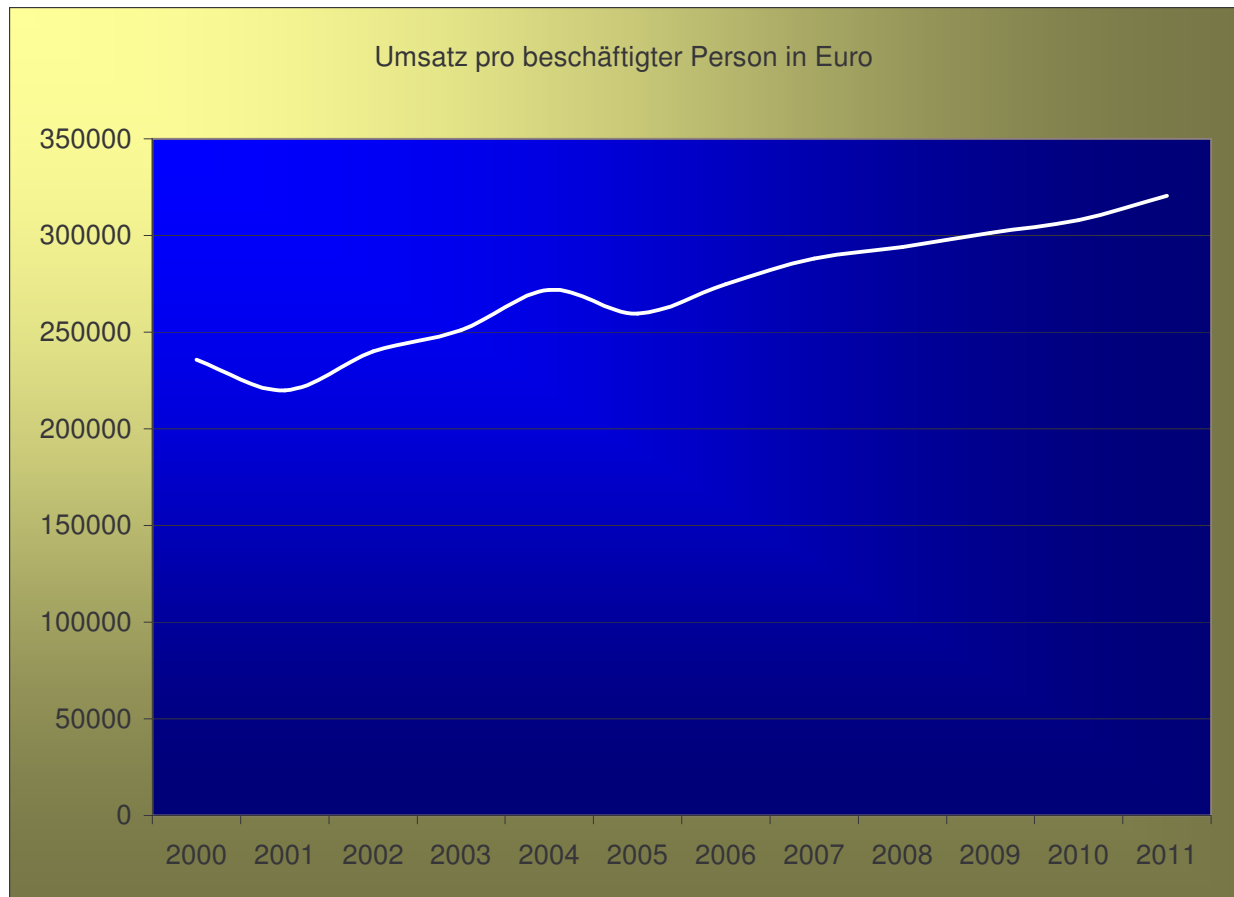
Der Unternehmerlohn wird oft aus dem Betriebsergebnis entnommen und schmälert dieses.

Optimierungen können vorgenommen werden, indem einige Punkte beachtet werden:

- Eigenfertigung versus Fremdfertigung/Auslagerung - hierbei ist aber eine korrespondierende Kostensteigerung in anderen Bereichen (Materialaufwand ...) zu beachten
- Fixe Lohnbestandteile möglicherweise in variable umwandeln und wenn möglich Lohnkosten bzw. Lohnnebenkosten reduzieren
- Produktivität steigern

## Umsatz je Beschäftigtem

	2004	2003	2002	2001	2000
Umsatz pro beschäftigter Person in €	271.700	250.900	240.000	220.000	235.800
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	8,3	4,5	9,1	-6,7	



Eine bedeutende Zahl für den Vertrieb und das Controlling. Sie ist Maßstab für die Produktivität des Personals insgesamt, aber insbesondere auch Maß des Erfolges im Vertrieb.

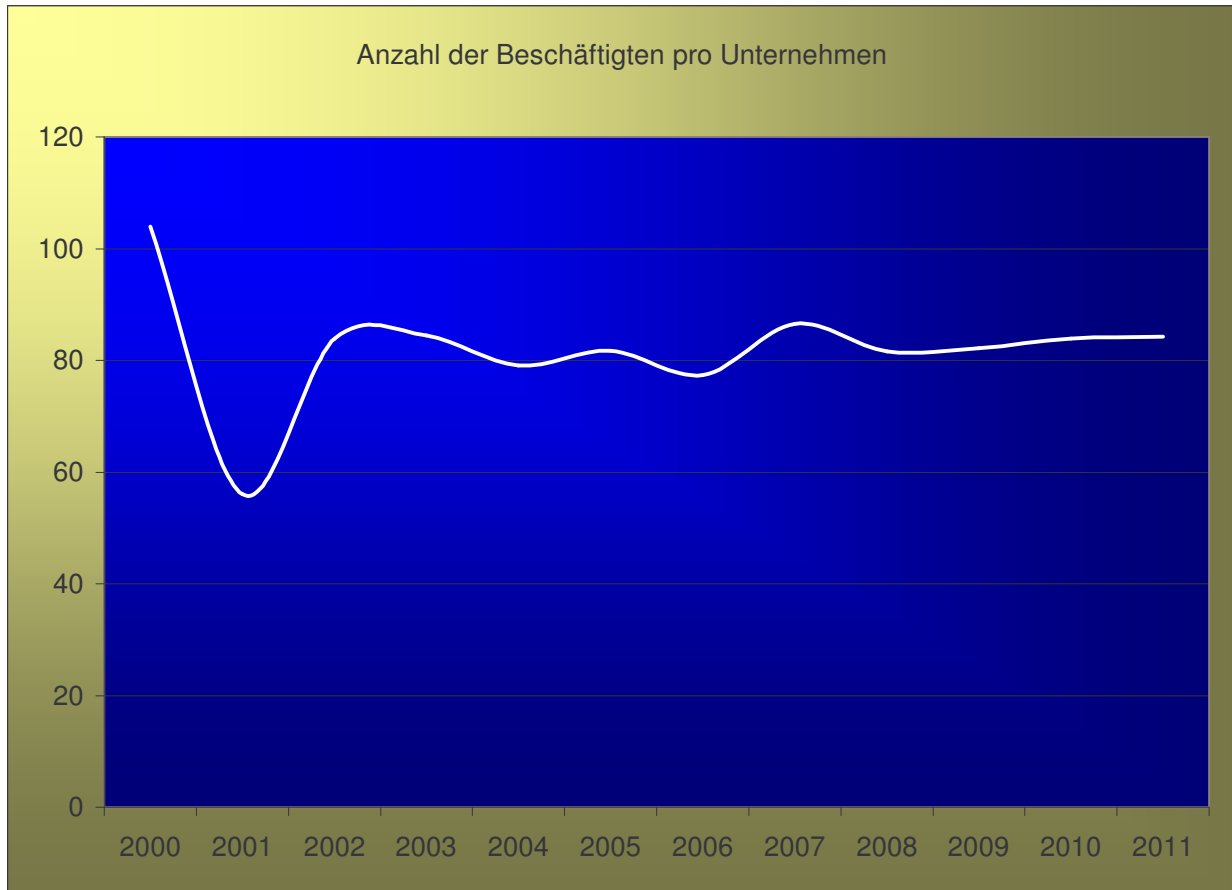
Diese Kennzahl ist nicht nur für einen Vergleich konkreter Unternehmen innerhalb der Branche einsetzbar. Aussagekräftig ist sie auch im Vergleich z. B. von Filialen eines Unternehmens. Einschränkungen der Vergleichbarkeit ergeben sich z. B. durch den unterschiedlichen Grad des Outsourcing verschiedener Unternehmen.

Optimiert werden kann der Umsatz je beschäftigter Person z. B. durch:

- Umsatzsteigerungen (bei gleichem Personalbestand)
- Outsourcing (dabei gehen allerdings Kosten in die Beschaffung über)
- Verbesserungen der Effizienz des Personaleinsatzes (Aufbau- und Ablauforganisation)

## Personalstand

	2004	2003	2002	2001	2000
<b>Anzahl der Beschäftigten pro Unternehmen</b>	79,1	84,5	83,9	56,0	104,0
Anderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-6,4	0,7	49,8	-46,2	



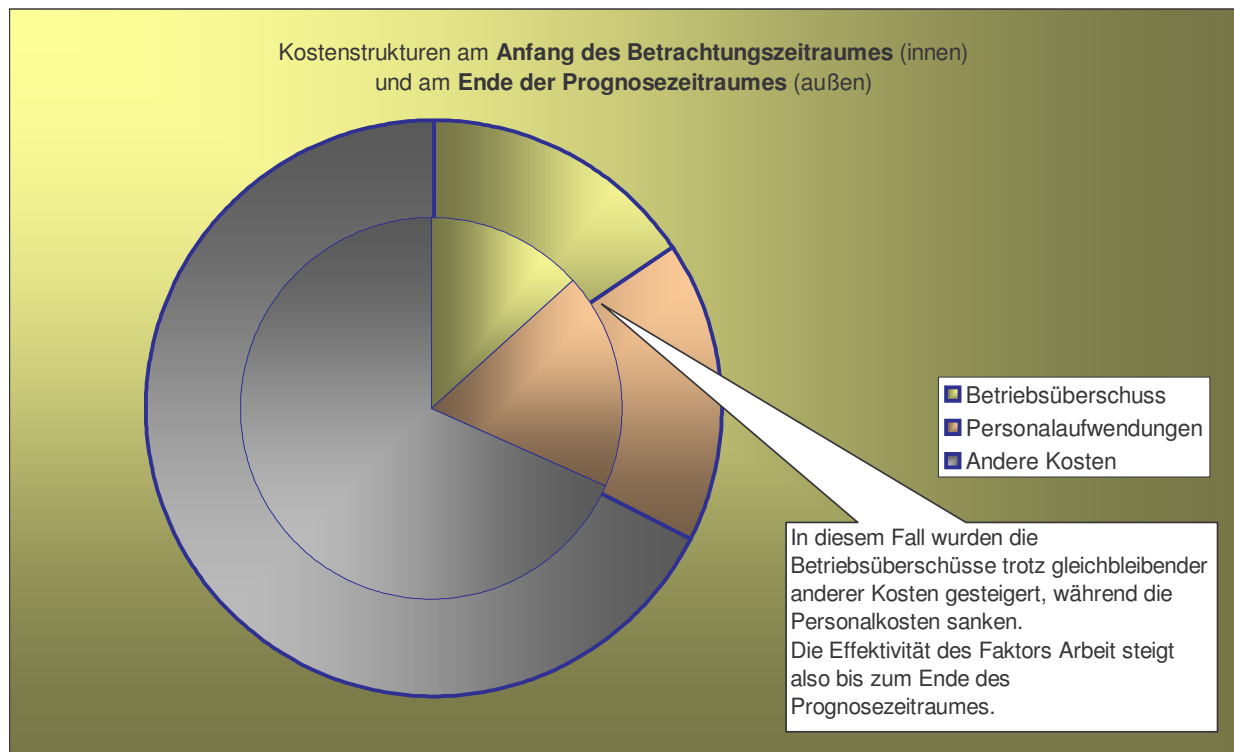
Eine steigende Anzahl der Beschäftigten je Unternehmen kann je nach Entwicklung des Umsatzes unterschiedlich bewertet werden. Entscheidend ist die Produktivität des Personals. Steigerungen hierbei sind aus der Kreisgraphik weiter unten zu entnehmen. Dort werden die Personalkosten zum Beginn des Beobachtungszeitraumes und zum Ende des Prognosezeitraumes verglichen.

## Weitere Kennzahlen

	2004	2003	2002	2001	2000
<b>Bruttogewinnspanne, Handelswaren in €</b>	1.400.000	1.311.111	1.336.842	620.588	984.615
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	6,8	-1,9	115,4	-37,0	
in % des Umsatzes	6,5	6,2	6,6	5,0	4,0
<b>Waren- und Dienstleistungskäufe insgesamt in €</b>	15.094.444	14.361.111	13.610.526	8.885.294	16.092.308
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	5,1	5,5	53,2	-44,8	
<b>Aufwendungen für Leiharbeiter in €</b>	83.333	144.444	84.211	23.529	46.154
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-42,3		257,9	-49,0	
<b>Umsatz aus Handel (Ankauf und Wiederverkauf) in €</b>	16.000.000	15.988.889	15.021.053	9.276.471	19.938.462
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	0,1	6,4	61,9	-53,5	
<b>Bruttowertschöpfung pro gearbeiteter Stunde der Beschäftigten in €</b>		37,67	39,00	35,00	47,00
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %		-3,4	11,4	-25,5	
<b>Anteil der Personalkosten an der Produktion in %</b>	21,3	21,9	22,8	25,4	21,6
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-2,7	-3,9	-10,2	17,6	
<b>Arbeitskosten pro gearbeiteter Stunde der Beschäftigten in €</b>		26,78	26,67	27,00	26,00
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %		0,4	-1,2	3,8	
<b>Anteil der Haupttätigkeit am Umsatz (Grad der Spezialisierung) in %</b>	74,4	75,4	74,6	75,0	81,3
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-1,3	1,1	-0,5	-7,7	
<b>Investitionsquote (Bruttoinvestition/Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten) in %</b>	15,5	16,3	15,3	22,5	18,9
Änderung im Vergleich zum Vorjahr in %	-4,9	6,5	-32,0	19,0	

Geschäftsfeldspezifische Angaben entnehmen Sie bitte dem Abschnitt E - sofern bestellt.

## Kostenstruktur



Die vorstehende Graphik lässt erkennen, wie sich Bruttobetriebsüberschuss, Personalaufwendungen und andere Kosten im Zeitablauf verhalten. Der innere, kleine Kreis gibt die Situation zum Beginn der Betrachtungsdauer wieder. Veränderungen in den Verhältnissen werden erkennbar, wenn sich die Trennlinien der Anteilsflächen auf dem äußeren, umgebenden Kreis gegenüber denen des inneren Kreises verschieben.

Für eine detaillierte Auswertung der "anderen Kosten" stellen wir auf Anfrage gerne über 80 Kennzahlen zur Verfügung.

### Entwicklung der Unternehmensumsätze ab 2004 in €

	2006	2005	2004
#BEZUG!	k. A.	k. A.	k. A.

### E: Entwicklung, Trend und Prognose in Euro für Deutschland

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>MUSTER-Material</b>									
<b>Produktion</b>	4.675.000	5.659.000	5.331.000	5.877.667	5.841.222	6.193.519	6.286.654	6.552.564	6.703.291
<b>Import</b>	3.614.890	4.994.330	2.803.220	2.992.477	1.594.822	1.255.109	uunterbesetzt	uunterbesetzt	uunterbesetzt
<b>Export</b>	6.356.930	7.709.550	6.674.810	7.231.643	6.727.428	6.930.578	6.662.151	6.708.109	6.544.477
<b>Saldo</b>	1.932.960	2.943.780	1.459.410	1.638.500	708.617	518.049	uunterbesetzt	uunterbesetzt	uunterbesetzt
<b>DEMO-Material</b>									
<b>Produktion</b>	33.367.000	35.329.000	45.362.997	50.015.663	58.255.883	64.104.400	64.47.385	77.927.392	85.016.051
<b>Import</b>	24.365.870	32.942.500	30.610.050	35.550.320	35.642.110	38.966.220	35.450	42.741.267	44.389.359
<b>Export</b>	14.899.330	18.751.350	24.779.280	29.356.603	34.900.998	39.800.678	30.168	50.173.118	55.407.095
<b>Saldo</b>	42.833.540	49.520.150	51.193.767	56.209.379	58.996.995	63.269.941	552.667	70.495.540	73.998.315

Import und Export werden administrativ bei einigen Geschäftsfeldern nicht erhoben. Die Angaben sind dann nur in einer höherer Aggregation verfügbar und nicht zu unseren Daten kompatibel. Dann weisen wir diese Angaben auch nicht aus. Eir Marktvolumen kann dann nicht berechnet werden. Statt dessen legen wir die Produktion als Anhaltspunkt für das Geschäftsfeld vor.

"Unterbesetzt" bedeutet, dass auf Basis von Hochrechnung und Prognose damit zu rechnen ist, dass Produktion und Import nicht die Exporte decken.

Das Marktvolumen wird jeweils berechnet als Saldo von Produktion, Import und Export zu Herstellerabgabepreisen (HAP).

### Entwicklung, Trend und Prognose - Veränderung zum Vorjahr in % für Deutschland

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>MUSTER-Material</b>									
<b>Produktion</b>		21,0	-5,8	10,3	-0,6	6,0	1,5	4,2	2,3
<b>Import</b>		38,2	-43,9	6,8	-46,7	-21,3			
<b>Export</b>		21,3	-13,4	8,3	-7,0	3,0	-3,9	0,7	-2,4
<b>Saldo</b>		52,3	-50,4	12,3	-56,8	-26,9			
<b>DEMO-Material</b>									
<b>Produktion</b>		5,9	28,4	10,3	16,5	10,0	11,6	8,9	9,1
<b>Import</b>		35,2	-7,1	16,1	0,3	9,3	3,0	6,5	3,9
<b>Export</b>		25,9	32,1	18,5	18,9	14,0	13,4	11,2	10,4
<b>Saldo</b>		15,6	3,4	9,8	5,0	7,2	5,2	5,9	5,0

# Impressum

## Herausgeber:

**Andreas Rüberg**

Carl - von - Ossietzky - Straße 22

51377 Leverkusen

USt-IdNr.: DE187956930

Telefon: 0214 - 96251

Abgesicherte E-Mail: [euroreports@gmx.net](mailto:euroreports@gmx.net)

Aktuelle Informationen, Lieferzeiten, AGB, Support und mehr: [www.euroreports.eu](http://www.euroreports.eu)

Wissenschaftlich begleitendes Institut:

**bbw Marketing Dr. Vossen & Partner**, Neuss

[www.bbwwmarketing.de](http://www.bbwwmarketing.de)

Die Veröffentlichung erfolgt freibleibend unter Ausschluss jeder Haftung. Änderungen des Konzepts und des Layouts ohne Vorankündigung vorbehalten. Nachdruck, Vervielfältigung (mit welcher Technik auch immer) und Speicherung über mehr als ein Archivexemplar für eigene Zwecke hinaus sind ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers nicht gestattet. Verwendung der Daten, Graphiken und Texte - auch auszugsweise - in eigenen Projekten ist nach vorheriger schriftlicher Zustimmung durch den Herausgeber unter Benennung des Herausgebers als Quelle gestattet.

**Für die DEMO gilt ausnahmsweise: Unveränderte Kopien dürfen weiter gegeben werden.**

# Frequently Asked Auestions (FAQ)

## Marktführer und Top-Listen

Verdeutlichung der Problematik der Daten von Marktführern:

1. Personengesellschaften veröffentlichen nicht immer ihre Daten. Daher kann es sein, dass bedeutende Marktteilnehmer nicht als solche gefunden werden. Selbst wenn man Daten bekommt gilt, das unter 2. Ausgeführte analog.
2. Markenhersteller sind oft große Unternehmen. Solche Unternehmen erzeugen in der Regel viele Produkte bzw. sind auf mehreren Geschäftsfeldern tätig. Daher kann man Zahlen, die möglicherweise beschaffbar sind, nur in Ausnahmen bestimmten Warengruppen zuordnen.
3. Konzerne sind in der Regel international tätig. Geschäftsfeldspezifische Daten sind daher meist nicht spezifisch auf Deutschland bzw. einzelne Staaten bezogen.
4. Es kann sein, dass bedeutende Anbieter nicht erfasst werden (können), weil sie einen anders gelagerten Geschäftsschwerpunkt haben und die gesuchten Angaben zur Branche nicht oder unzureichend kommunizieren.

Auf dieser Basis haben unsere Korrespondenten für über 600 Branchen Großunternehmen und auch kleine Anbieter europaweit archiviert. Die Branchenunterteilung entspricht nicht der administrativen Aufteilung. Bitte fragen Sie uns speziell zu den von Ihnen gewünschten Informationen an.

## Gibt es noch andere Kennzahlen zur Branche?

Ja. Es gibt ca. 80 verschiedene Kennzahlen aus denen die Studien zusammen gesetzt sind. Diese können - auf Kundenwunsch - individuell ausgewiesen werden. Eine Liste der Kennzahlen erhalten Sie auf Anfrage.

## Kann das Layout an Kundenwünsche angepasst werden?

Ja - aber: Unsere Marktdaten rekrutieren sich aus ca. 15 Mio. Datensätzen, die in großen Teilen monatlich aktualisiert werden. Dieser Umfang ermöglicht uns, für europaweit über 7.000 Branchen und Geschäftsfelder Studien vorzuhalten, die bei Auftragslegung datenmäßig an den jeweiligen Informationsstand angepasst werden. Das kann nur bei äußerst professioneller Nutzung komplexer technischer Module sichergestellt werden. Ein fallweises Layout nach Vorstellung von Kunden kann nicht für den von uns für standardisierte Studien über Marktdaten angebotenen Preis realisiert werden.

## Antworten auf weitere Fragen ...

... entnehmen Sie bitte unserer Homepage.