



Auch Folgen für die Länderfinanzen

Volkszählung. Die jetzt veröffentlichten Ergebnisse des Zensus vom Mai 2011 kosten einige Bundesländer richtig viel Geld. Dafür sorgen die Spielregeln des Länderfinanzausgleichs.

In Deutschland wurde im Mai 2011 zum ersten Mal in der Geschichte der wiedervereinigten Republik das Volk gezählt. Davor gab es in der DDR 1981 eine Volkszählung und in Westdeutschland 1987. In der Zwischenzeit wurden die Einwohnerzahlen fortgeschrieben.

Das allerdings ging, wie man heute weiß, ziemlich daneben. Berlin

zum Beispiel musste sich jetzt vom Status der 3,5-Millionen-Stadt verabschieden, denn die bisherige Fortschreibung wies 176.000 Menschen zu viel aus (Grafik).

Schwamm drüber, könnte man sagen, das kratzt allenfalls am Reinnomee der Stadt. Aber die Sache ist etwas diffiziler, denn der Länderfinanzausgleich basiert letztlich auch

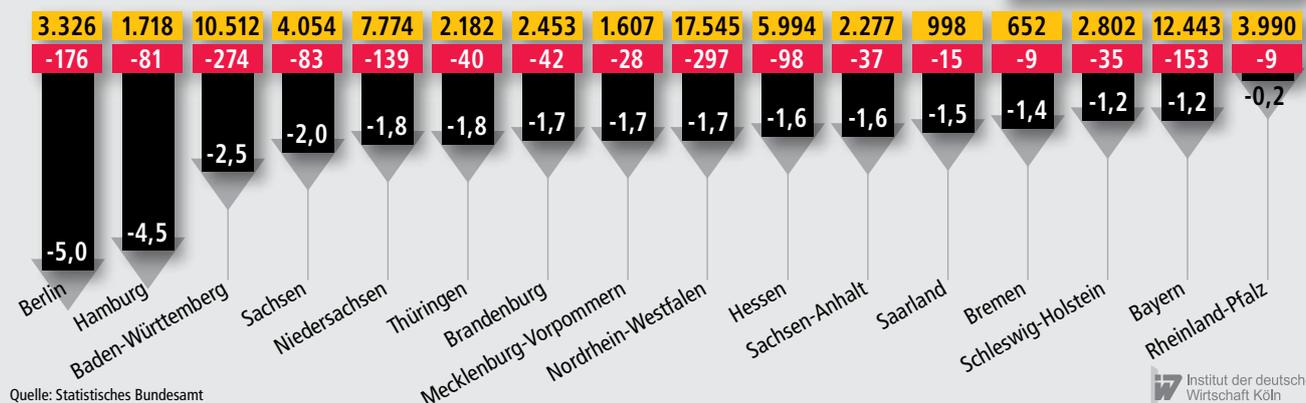
auf der Wirtschafts- bzw. Steuerkraft je Einwohner (Grafik und Kasten Seite 2). Laut den Spielregeln des Länderfinanzausgleichs bekommen wirtschaftlich schwächere Bundesländer Geld aus dem gemeinsamen Topf und stärkere müssen die Zeche zahlen. Die jetzige Korrektur der Einwohnerzahlen hat somit Gewinner und Verlierer hervorgebracht:

- **Verlierer.** Weil die Hauptstädter nicht mehr ganz so arm sind wie früher berechnet, müssen sie jetzt Zuweisungen zurückzahlen – →

Deutschland geschrumpft

Bevölkerung Ende 2011 in 1.000 auf Basis der im Mai 2011 durchgeführten Volkszählung

Differenz zum bisherigen Stand:
■ in 1.000 ■ in Prozent



Inhalt

Wohnungsbau. Die niedrigen Abschreibungssätze behindern Investitionen in Mietwohnungen – das schadet dem Wohnungsmarkt.
Seite 3

Deutsch-amerikanische Beziehungen. Beim Berlinbesuch von US-Präsident Obama standen wirtschaftliche Interessen im Mittelpunkt.
Seite 4-5

Mitarbeiterrekrutierung. Die meisten Betriebe setzen bei der Suche nach neuen Mitarbeitern auf persönliche Kontakte.
Seite 6

Währungsreform. Mit der Einführung der D-Mark vor 65 Jahren begann die Erfolgsstory der Marktwirtschaft in Deutschland.
Seite 7

Werbung. Die Einnahmen auf dem deutschen Online-Werbemarkt sind 2012 erstmals über die Marke von 1 Milliarde Euro gestiegen.
Seite 8

Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Präsident:
Arndt Günter Kirchoff
Direktor:
Professor Dr. Michael Hüther
Mitglieder:
Verbände und Unternehmen in Deutschland

→ und zwar rückwirkend seit dem Jahr 2011 insgesamt rund 1 Milliarde Euro. Denn das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner ist über Nacht von 29.400 auf 31.000 Euro gestiegen. Es liegt damit nur 6 Prozent unter dem deutschen Durchschnitt, zuvor waren es 9 Prozent.

Aber auch Länder, die in den Finanzausgleich einzahlen, sind gekniffen, wie zum Beispiel Baden-Württemberg. Für das Ländle ergab der Zensus ein Bevölkerungsminus von 274.000 Einwohnern gegenüber der Fortschreibung. Damit sind Schwaben und Badener pro Kopf gerechnet reicher als gedacht. Das Land muss daher nach Berechnungen des Finanzwirtschaftlichen Forschungsinstituts der Universität Köln allein für 2012 rund 220 Millionen Euro zurückzahlen.

Hamburg, das 2012 erstmals Geld aus dem Ausgleichstopf erhalten hatte, wird mit 81.000 Einwohnern weniger plötzlich wieder zum Geberland – und muss ebenfalls auf Millionen verzichten.

• **Profiteure.** Bayern, dessen Bevölkerung weniger stark nach unten korrigiert wurde als im Bundesdurchschnitt, steht auf der Gewinnerseite. Denn der Durchschnittsbayer ist durch die neuen Zahlen relativ gesehen ein wenig ärmer geworden – damit bleibt nun mehr Geld in der Landeskasse.

Freuen kann sich auch Rheinland-Pfalz. Da hier der Zensus nur 9.000 Einwohner weniger ergab, als die Statistik bislang auswies, erhält das strukturschwache Land erheblich mehr Geld aus dem Finanzausgleich als vorher.

Um die künftige Fortschreibung zu verbessern, wäre zu klären, warum sich die Zahlen für Hamburg und Berlin so viel weiter von der Realität entfernt hatten als die anderer Bundesländer und Großstädte. Ein Grund dafür ist sicherlich, dass die beiden Metropolen besonders viele Migranten anziehen. Viele Ausländer melden sich offensichtlich nicht ab, wenn sie zurück in ihre Heimat gehen, und stehen deshalb weiter im Melderegister. Köln indes, wo ebenfalls viele Migranten leben, hatte Ende 2011 genau 1,013 Millionen Einwohner – nur 0,3 Prozent weniger als seit 1987 fortgeschrieben.

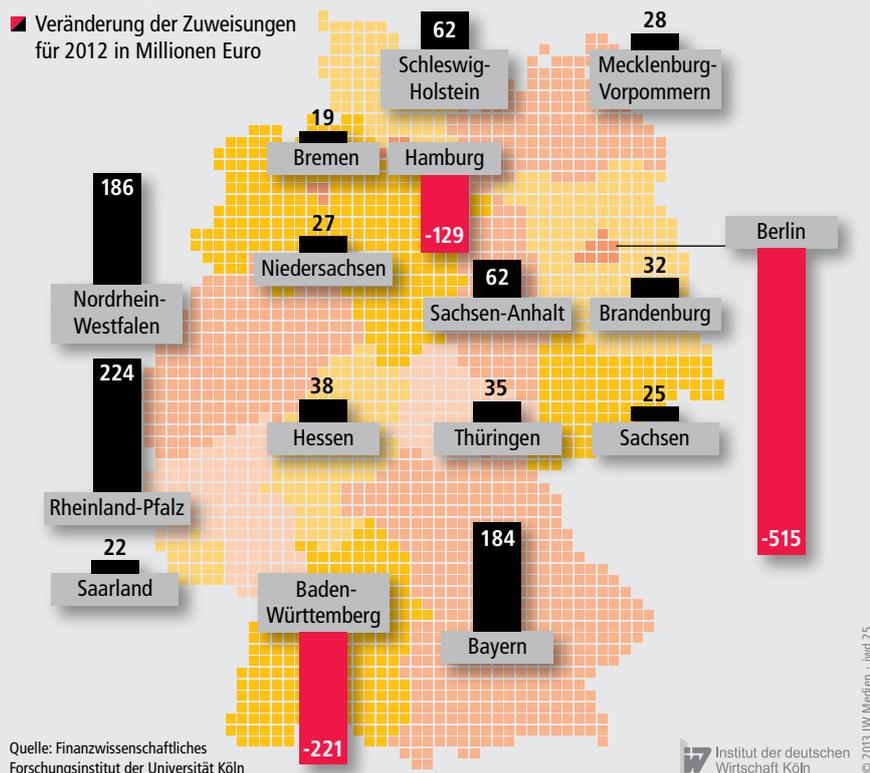
Länderfinanzausgleich

Der Länderfinanzausgleich (LFA) ist ein mehrstufiges Verfahren, mit dem laut Artikel 107 des Grundgesetzes „die unterschiedliche Finanzkraft der Länder angemessen ausgeglichen wird“. Vorgesaltet ist ein Ausgleich der Umsatzsteuer, deren Aufkommen schon aufgrund der ungleichen Verteilung großer Firmen stark zwischen den Ländern divergiert.

Die erste Stufe des LFA im engeren Sinne besteht aus Ausgleichszahlungen zwischen den Ländern. Dabei wird der Bedarf pro Land nach der Einwohnerzahl bestimmt, wobei Großstädten – vor allem den Stadtstaaten – ein höherer Finanzbedarf pro Einwohner zugewilligt wird. Dünn besiedelte Länder wie Mecklenburg-Vorpommern dürfen aber ebenfalls einen leicht überdurchschnittlichen Bedarf geltend machen. Auf dieser Ebene wurden 2012 rund 7,9 Milliarden Euro umverteilt. Nach diesem Schritt kommt der vertikale Ausgleich: Der Bund leistet Ergänzungszuweisungen, um dem Sonderbedarf etwa der neuen Länder und der Hauptstadtfunktion Berlins gerecht zu werden, aber auch, um die Zahlerländer nicht zu überfordern. Im Jahr 2012 waren dies insgesamt 11,5 Milliarden Euro.

Wie der Zensus den Länderfinanzausgleich beeinflusst

Weil der Länderfinanzausgleich auf der Differenz zwischen dem Steueraufkommen und dem Finanzbedarf je Einwohner basiert, werden die Zuweisungen nach der Volkszählung rückwirkend bis 2011 neu justiert. Für 2012 stehen drei Ländern demnach rein rechnerisch weniger Mittel zu, den anderen dagegen mehr Mittel.



Staat schreckt Bauherren ab

Wohnungsbau. Der Abschreibungssatz für Mietwohnungen reicht mittlerweile bei weitem nicht mehr aus, den jährlichen Wertverlust der Gebäude korrekt abzubilden. Dadurch werden Immobilieninvestitionen steuerlich benachteiligt – mit gravierenden Folgen für den Wohnungsmarkt. 

Wer in Deutschland Wohnungen baut oder kauft, um sie anschließend zu vermieten, kann die Baukosten oder den Kaufpreis steuerlich geltend machen. Diese Abschreibungen sollen möglichst jenem Wertverlust entsprechen, den eine Immobilie im Laufe der Zeit erleidet. Er entsteht unter anderem dadurch, dass das Dach oder die Heizungsanlage einem Verschleiß unterliegen. Und selbst bei bester Instandhaltung gilt: Der Zahn der Zeit nagt an jedem Haus. Zugleich steigen aber die Ansprüche der Mieter an den Wohnkomfort.

Dem Staat ist dies jedoch offenbar egal – er hat die Abschreibungsregeln stetig verschlechtert (Grafik):

Bis 1995 konnten Bauherren und Käufer schon in den ersten zehn Jahren 58 Prozent ihrer Kosten steuerlich geltend machen – seit 2006 dagegen nur noch 20 Prozent.

So vorteilhaft die niedrigeren Abschreibungssätze für den Fiskus auch sind, auf dem Immobilienmarkt haben sie eine fatale Wirkung. Denn der aktuelle Satz erfasst nur noch rund die Hälfte des tatsächlichen Wertverzehrs, wie das IW Köln errechnet hat:

Während der lineare Abschreibungssatz für Wohnimmobilien nur noch 2 Prozent pro Jahr beträgt, liegt der tatsächliche jährliche Wertverlust infolge technischer Abnutzung, Alterung und Inflation bei rund 4 Prozent.

Durch die unzureichenden Abschreibungsmöglichkeiten werden Investitionen in Immobilien gegen-

über anderen Kapitalanlagen – z. B. Investitionen in Maschinen – steuerlich benachteiligt. Damit sinkt für potenzielle Investoren der Anreiz, neue Wohnungen zu bauen. Angesichts des knappen Wohnungsangebots gerade in den Ballungsräumen trägt der Staat durch die niedrigen Abschreibungssätze also indirekt zu den steigenden Mieten bei.

Zudem macht es die geltende Rechtslage attraktiver, ältere Immobilien nur instand zu halten, anstatt sie zu sanieren oder ganz neu zu bauen – auch wenn die letzten beiden Optionen schon wegen der günstigeren Energiebilanz besser wären.

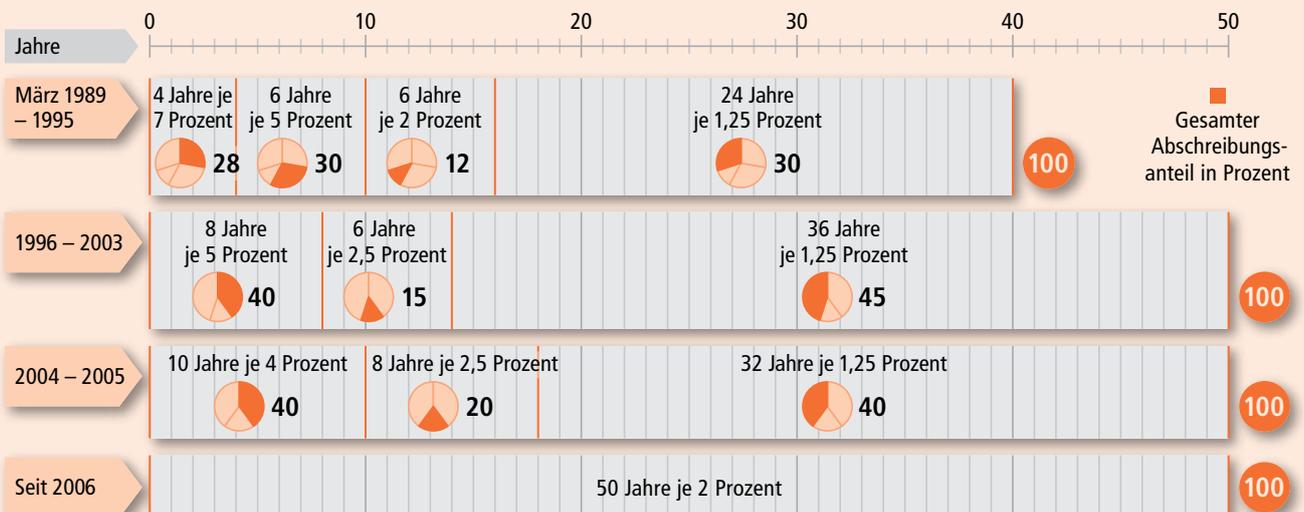


aus IW-Trends 2/2013

Ralph Brügelmann, Tim Clamor,
Michael Voigtländer:
Abschreibungsbedingungen
für den Mietwohnungsneubau
www.iwkoeln.de/trends

Mietwohnungen: Schlechter abzuschreiben

So viel Prozent der Kauf- oder Baukosten für neu errichtete Wohnimmobilien konnten die Besitzer in Deutschland pro Jahr maximal steuerlich absetzen



Von der Freiheit zum Freihandel

Deutsch-amerikanische Beziehungen. Als John F. Kennedy vor 50 Jahren Berlin besuchte, ging es ihm vor allem darum, die westlichen Werte von Freiheit und Demokratie hochzuhalten. Bei Barack Obamas Besuch standen nicht nur freundschaftliche, sondern auch wirtschaftliche Interessen im Mittelpunkt. Während seiner Europareise hat sich der US-Präsident unter anderem für ein transatlantisches Handelsabkommen eingesetzt.

Zwischen der Kennedy-Visite und Obamas erstem offiziellen Staatsbesuch in Berlin ist viel passiert: Vor 50 Jahren war Westberlin ein Symbol der Verteidigung von Freiheit und Demokratie, eine Insel inmitten eines feindlichen kommunistischen Umfelds, abgetrennt vom Rest Europas durch die kurz zuvor errichtete Berliner Mauer.

Seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs waren es vor allem die USA, die sich darum bemühten, die Bundesrepublik wieder in die westliche Gemeinschaft einzubinden. Der Marshallplan und die Berliner Luftbrücke kosteten die Amerikaner viele Milliarden Dollar. Allein für die Versorgung der 2,1 Millionen Westberliner zwischen Juni 1948 und

August 1949 durch die britischen und amerikanischen „Rosinenbomber“ gaben die beiden Westmächte insgesamt 200 Millionen Dollar aus.

Unter Mitwirkung der USA bekam die deutsche Wirtschaft nach und nach auch wieder Zugang zu den zuvor abgeschotteten Märkten. Gleichzeitig trieb der Wirtschaftsminister und spätere Bundeskanzler Ludwig Erhard die wirtschaftliche Liberalisierung der Bundesrepublik voran – ebenfalls eine wichtige Voraussetzung für das deutsche Wirtschafts- und Exportwunder:

Zwischen 1953 und 1963 wuchsen die deutschen Exporte um jahresdurchschnittlich fast 13 Prozent, die Ausfuhren in die USA sogar um annähernd 17 Prozent pro Jahr.

Ein halbes Jahrhundert später sind die deutsch-amerikanischen Wirtschaftsbeziehungen nicht minder intensiv (Grafiken Seite 5): Deutschland führte zuletzt für rund 137 Milliarden Euro Waren aus Amerika ein und nach Amerika aus – damit sind die USA Deutschlands viertwichtigster Handelspartner. Jeder zweite Kühlschrank und mehr als 500.000 Autos in den USA stammen aus der Bundesrepublik; umgekehrt finden vor allem pharmazeutische Erzeugnisse sowie medizinische und elektronische Geräte den Weg über den Atlantik hierher.

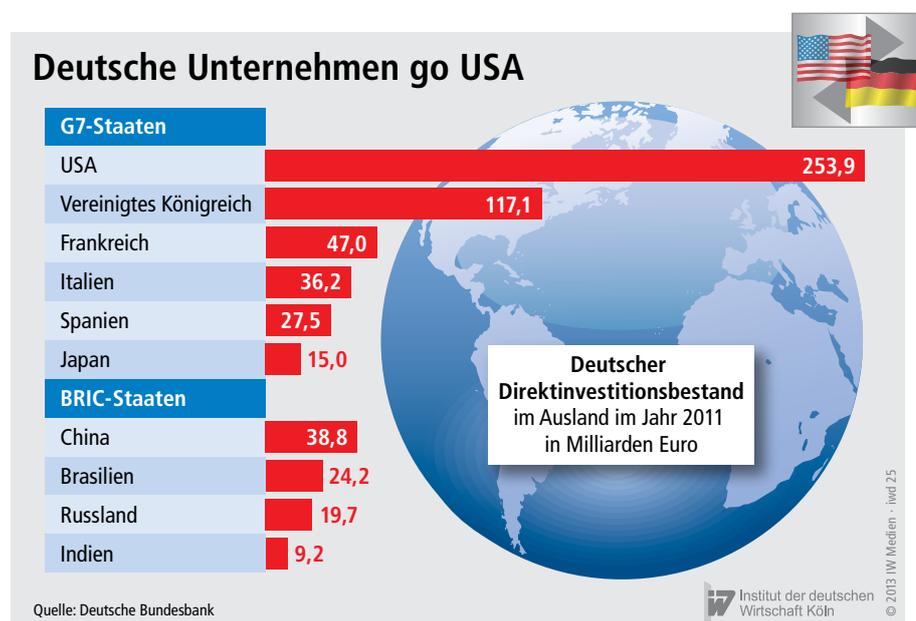
Im Dienstleistungshandel mit den USA verbucht Deutschland hingegen ein leichtes Defizit – im Jahr 2012 in Höhe von rund 2,5 Milliarden Euro. Das liegt vor allem am Reiseverkehr, den Dienstleistungen der Unternehmensberater sowie an der Filmwirtschaft – Branchen, in denen die USA seit jeher besonders stark sind.

Großes Vertrauen bezeugt auch das Volumen der Direktinvestitionen. In keinem anderen Land der Welt haben deutsche Unternehmen so viel investiert wie zwischen Seattle und Miami (Grafik):

Der Bestand an deutschen Direktinvestitionen in den USA belief sich 2011 auf fast 254 Milliarden Euro.

Amerikanische Unternehmen waren im selben Jahr immerhin mit rund 50 Milliarden Euro in Deutschland engagiert.

Die transatlantischen Wirtschaftsbeziehungen dürften zudem einen gewaltigen Aufschwung erfahren, wenn ein Projekt realisiert wird, das die europäischen und amerika-



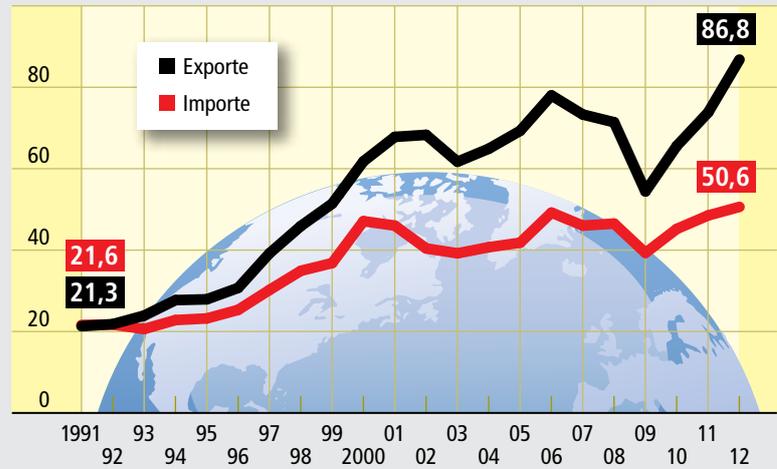
nischen Staatenlenker seit den 1990er Jahren umtreibt und für dessen Forcierung sich Obama in seiner jüngsten Rede zur Nation aussprach: ein Freihandelsabkommen zwischen Europa und den Vereinigten Staaten.

Diese Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP) wäre das größte bilaterale Handelsabkommen aller Zeiten. Damit würden nicht nur die verbliebenen Zölle im Handel zwischen den USA und der EU nach und nach abgebaut. Ein solcher Schritt würde vor allem – so die Hoffnung – Tausende von regulatorischen Vorschriften dies- und jenseits des Atlantiks angleichen. Es gäbe dann weder Schutzzölle noch Umrüstungspflichten für Pkws und Elektrogeräte oder Restriktionen für die Herstellung und Behandlung von Lebensmitteln.

Doch gerade der Agrarbereich könnte sich als Knackpunkt in den Verhandlungen erweisen. In der Eu-

Gute Geschäfte mit den Vereinigten Staaten

Deutscher Warenhandel mit den USA in Milliarden Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt

Institut der deutschen Wirtschaft Köln

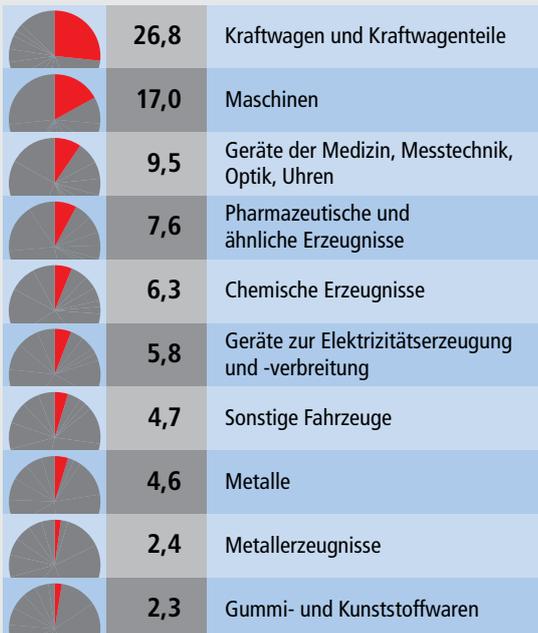
© 2013 IW Medien - Iwd 25

ropäischen Union existieren zum Beispiel deutlich strengere Regeln für gentechnisch veränderte Lebensmittel als in den USA. Auch die Zölle sind für landwirtschaftliche Produkte deutlich höher als für industrielle Waren. Die europäischen Restriktionen haben zur Folge, dass

nur ein sehr geringer Anteil der amerikanischen Agrarexporte in die EU kommt: Obwohl auf den Äckern der Vereinigten Staaten 38 Prozent der weltweiten Maiserträge wachsen, importiert Europa lediglich einen Bruchteil davon. Ähnlich sieht es bei Geflügel und Rindfleisch aus.

Amerikaner schätzen deutsche Autos

So viel Prozent der deutschen Exporte in die USA entfielen 2011 auf ...



Rest zu 100: sonstige Waren; Ursprungsdaten: OECD

Deutsche kaufen Pillen made in USA

So viel Prozent der deutschen Importe aus den USA entfielen 2011 auf ...



Institut der deutschen Wirtschaft Köln

© 2013 IW Medien - Iwd 25

Vitamin B hilft am besten

Mitarbeiterrekrutierung. Jedes Jahr werden mehrere Millionen Stellen neu ausgeschrieben. Die meisten Betriebe setzen, wenn sie neue Mitarbeiter suchen, auf bewährte Instrumente – wie persönliche Kontakte. Das Internet ist inzwischen auf der Rangliste der Suchwege auf Platz zwei geklettert.

Für die Betriebe ist es in den vergangenen Jahren nicht leichter geworden, qualifiziertes Personal zu finden: Die Zahl der Arbeitslosen ist innerhalb weniger Jahre von knapp 5 auf 3 Millionen gesunken. Und das Arbeitskräfteangebot schrumpft demografisch bedingt jedes Jahr um eine sechsstellige Zahl – da hilft es auch wenig, dass immer mehr Frauen und Ältere arbeiten wollen.

Ein Indiz dafür, wie schwierig es geworden ist, Stellen zu besetzen, ist die Vakanzzeit – also jener Zeitraum, der zwischen dem frühest-

möglichen Besetzungstermin einer offenen Stelle und der tatsächlichen Besetzung verstrichen ist.

Die durchschnittliche Vakanzzeit der gemeldeten offenen Stellen beträgt inzwischen 100 Tage – noch vor drei Jahren waren es 27 Tage weniger.

Wegen der wachsenden Schwierigkeiten bei der Personalfindung wurden zuletzt fast alle Instrumente der Mitarbeiterrekrutierung häufiger eingesetzt als im Jahr 2006 (Grafik):

- **Persönliche Kontakte.** Fast die Hälfte der Betriebe spannt die eigenen Mitarbeiter bei der Personalsuche ein, nach dem Motto: Kennt ihr nicht jemanden, der zu uns passt? Darüber hinaus bemühen sich die Unternehmen auch selbst um Kontakte zu potenziellen Mitarbeitern, so eine Befragung der IW Consult von mehr als 2.000 Betrieben im Jahr 2012. Demnach betreuen 20 Prozent

der Firmen Abschlussarbeiten von Hochschulabsolventen und 60 Prozent bieten Schülerpraktika an. Das wirkt: Mehr als die Hälfte der Betriebe findet über persönliche Kontakte tatsächlich neue Mitarbeiter.

- **Inserate in Zeitungen und Zeitschriften.** Je nach Konjunkturlage wird dieser Weg mal weniger und mal stärker genutzt. Im Krisenjahr 2009 waren nur 32 Prozent der Personalchefs bereit, Geld für Inserate auszugeben.

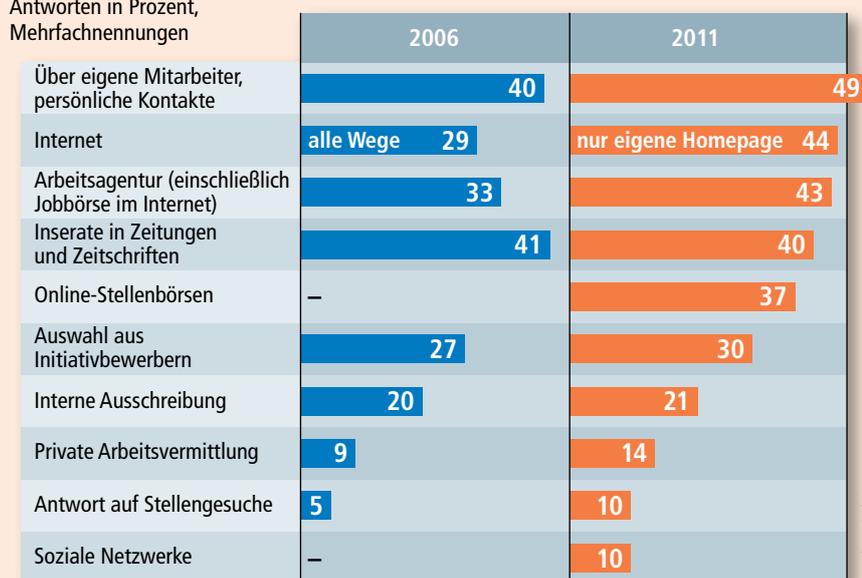
- **Internet.** Weil die Kosten für dieses Medium relativ gering sind, haben zuletzt 44 Prozent der Firmen Stellenangebote auf der eigenen Homepage platziert. Allerdings hatten lediglich 18 Prozent der Unternehmen mit der Suche über das Internet Erfolg, bei den Zeitungsinseraten waren es dagegen 50 Prozent.

- **Private Arbeitsvermittlung.** Ihr Marktanteil ist in den vergangenen Jahren zwar gestiegen, mit 14 Prozent aber immer noch recht niedrig, was angesichts einer Erfolgsquote von 37 Prozent zunächst verwundert. Zum Vergleich: Die Erfolgsquote der staatlichen Arbeitsagenturen beträgt nur 30 Prozent.

Dass die private Arbeitsvermittlung von so wenigen Betrieben genutzt wird, hat Gründe: So gehen die staatlichen Arbeitsagenturen mit Vermittlungsgutscheinen sehr sparsam um. Damit können Arbeitslose einen privaten Arbeitsvermittler beauftragen, für sie tätig zu werden. Im Jahr 2012 wurden für die Gutscheine nur rund 30 Millionen Euro ausgegeben – bei einem Gesamtbudget für Maßnahmen der aktiven Arbeitsmarktpolitik von 9 Milliarden Euro.

Wie Unternehmen Mitarbeiter suchen

Antworten in Prozent, Mehrfachnennungen



Befragung von mehr als 14.000/15.000 Betrieben im 4. Quartal 2006/2011
Quelle: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

Die Geburt des Wirtschaftswunders

Währungsreform. Mit der Einführung der D-Mark vor 65 Jahren fand der Handel auf dem Schwarzmarkt ein Ende – und die Erfolgsstory der Marktwirtschaft in Deutschland begann.

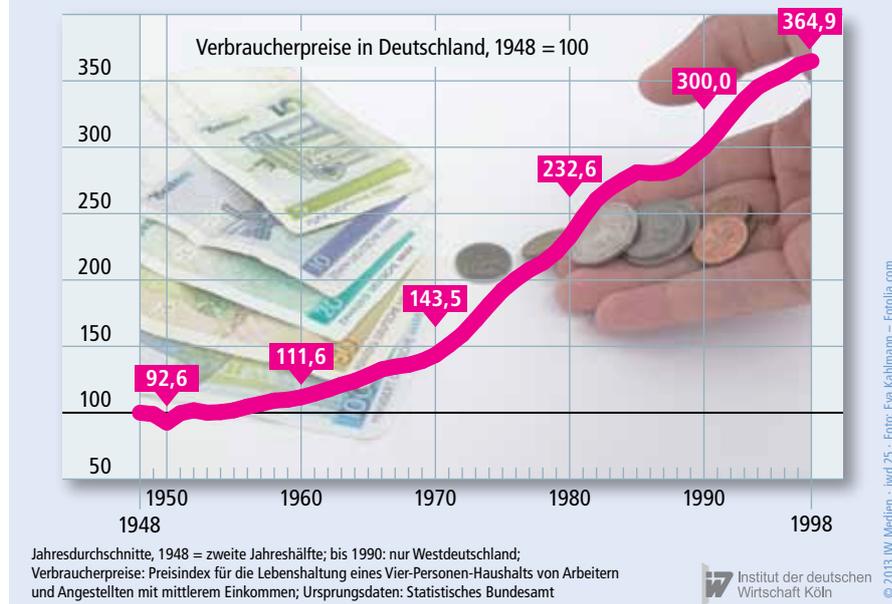
Das Jahr 2013 kann mit großen Jubiläen aufwarten: Vor 200 Jahren wurde Richard Wagner geboren, die SPD kann auf 150 Jahre zurückblicken – und vor 65 Jahren kam die D-Mark zur Welt. Am 21. Juni 1948 wurde in den drei westlichen Besatzungszonen die Reichsmark durch die Deutsche Mark ersetzt. Damit ist die D-Mark fast ein Jahr vor der Gründung der Bundesrepublik Deutschland eingeführt worden.

Zum Hintergrund der Währungsreform: Nach dem Zweiten Weltkrieg hatten die Besatzungsmächte zunächst das Versorgungssystem beibehalten, wonach viele Güter nur gegen Bezugsscheine zu bekommen waren. Mit der alten Reichsmark konnten die Menschen dagegen kaum etwas kaufen. Bereits bis Kriegsende hatte das Geldvolumen auf etwa 300 Milliarden RM zugenommen – gegenüber 60 Milliarden RM im Jahr 1938.

Der Geldüberhang führte dazu, dass Händler Waren horteten oder nur schwarz zu überhöhten Preisen anboten. Wirtschaftshistorikern zufolge war auf dem Schwarzmarkt in Hamburg im Mai 1948 ein Roggenbrot für 9,50 RM zu haben – ein Facharbeiter verdiente jedoch gerade einmal 10 RM am Tag.

Die Währungsreform beendete dieses Missverhältnis. Am 20. Juni 1948 erhielt jeder Bewohner der drei Westzonen 40 DM für 40 RM. Spä-

Die D-Mark-Ära: Kaufkraft lange recht stabil



ter im Jahr gab es weitere 20 DM pro Person. Die übrigen Ersparnisse wurden im Verhältnis von 100 RM zu 10 DM umgetauscht, wobei aber nur die Hälfte auf ein Konto kam, über das die Bürger sofort verfügen konnten. Der Rest landete zunächst auf einem Festkonto und wurde später sogar zum Teil vernichtet.

Unterm Strich betrug das Umstellungsverhältnis 100 RM zu 6,50 DM.

Laut Zeitzeugen verschwanden direkt nach der Währungsreform die Schwarzmärkte, die Auslagen der Läden füllten sich mit Waren und in den Fabriken wurde die Arbeit wieder aufgenommen. Laut Statistischem Jahrbuch von 1952 stieg die Industrieproduktion im ersten Jahr nach der D-Mark-Einführung um 65 Prozent. Die Investitionsgüterhersteller verdoppelten ihre Fertigung sogar.

Dieser Wirtschaftsboom war allerdings nur zum Teil dem neuen Geld zuzuschreiben. Ebenso wichtig

waren die Wirtschaftsreformen. Ludwig Erhard, damals Direktor der Verwaltung für Wirtschaft, setzte Ende Juni 1948 eine Vielzahl von Preiskontrollen und Bewirtschaftungsvorschriften außer Kraft. Hinzu kamen weitere Liberalisierungen. Im November folgte die Aufhebung des Lohnstopps.

Ganz ohne negative Begleiterscheinungen blieb die Währungsreform jedoch nicht – bevor die Güterproduktion mit der Nachfrage mithalten konnte, stiegen die Preise in der zweiten Jahreshälfte 1948 um gut 14 Prozent; 1949 gaben sie aber nach. Anschließend blieb die Teuerung lange Zeit moderat (Grafik):

In den 1950er Jahren stiegen die Verbraucherpreise im Schnitt nur um jährlich 1,9 Prozent.

Die junge D-Mark präsentierte sich also äußerst wertstabil. Erst in den 1970er Jahren mussten die Bundesbürger mit wesentlich höheren Inflationsraten zurechtkommen.

Boom im Web

Werbung. Die Einnahmen auf dem deutschen Online-Werbemarkt sind im vergangenen Jahr erstmals über die Marke von 1 Milliarde Euro gestiegen. Fast alle anderen Werbeträger mussten dagegen kräftige Umsatzrückgänge hinnehmen.

Wenn Reklame kommt, zappen wir weg, behaupten viele Fernsehzeitschauer. Und trotzdem ist das TV weiterhin das meistgefragte Werbemedium (Grafik):

Mit Einnahmen von rund 4 Milliarden Euro blieb das Fernsehen 2012 die beliebteste Werbepattform in Deutschland – auch wenn die Nettoerlöse seit 2007 um 2,5 Prozent gesunken sind.

Im Internet funktioniert Werbung anders als im TV. Entweder man klickt sie weg oder sie ist als Banner beim Surfen allgegenwärtig. Doch ob so oder so – das Web ist der Werbe-Überflieger der vergangenen Jahre:

Adressaufkleber

Werbemarkt: Shootingstar Online

2012 ■ Veränderung gegenüber 2007 in Prozent ■ Netto-Werbereinnahmen in Millionen Euro

Online-Angebote	62 Milliarden Besucher	177,7	1.079	56,6
Anzeigenblätter	Auflage 94 Millionen	3,5	2.001	1,5
Fernsehen	36,4 Millionen angemeldete TV-Geräte	-1,4	4.051	-2,5
Hörfunk	42,5 Millionen angemeldete Hörfunkgeräte	-0,7	720	-3,4
Fachzeitschriften	Auflage 22,2 Millionen	-9,4	858	-15,6
Kino	135,1 Millionen Besucher	7,7	88	-16,8
Wochenzeitungen	Auflage 1,9 Millionen	-9,5	199	-26,1
Tageszeitungen	Auflage 21,4 Millionen	-13,4	3.233	-29,2
Publikumszeitschriften	Auflage 120,8 Millionen	-9,4	1.281	-29,7

Quellen: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter, Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft

iw Institut der deutschen Wirtschaft Köln

© 2013 iw Medien - Iwd 25

Die Netto-Werbereinnahmen von Online-Angeboten lagen im Jahr 2012 bei gut 1 Milliarde Euro – das waren 57 Prozent mehr als 2007.

Online-Werbung greift auf Daten zurück wie die Surfprofile der Nutzer oder ihre Ortsangaben. Dadurch kann die Werbung individueller zugeschnitten werden und ist entsprechend effektiver. Ein Markt der Zukunft. Denn schon 2017 soll weltweit mehr als die Hälfte der Haushalte über einen mobilen Internetzugang verfügen, so die Prognose der Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers.

Neben dem Online-Bereich konnten 2012 lediglich Fernsehen, Hörfunk und Filmtheater ihre Werbeein-

nahmen im Vergleich zum Vorjahr steigern – aber nur leicht. Tageszeitungen und Publikumszeitschriften wie Programmzeitschriften und Unterhaltungsmagazine sind weiterhin die großen Verlierer. Die Werbeeinnahmen der Tageszeitungen gingen zuletzt um 9 Prozent zurück, die der Publikumszeitschriften um mehr als 11 Prozent. In den vergangenen fünf Jahren verloren beide sogar jeweils fast 30 Prozent.

Am meisten geworben wird übrigens für Handelsorganisationen wie Lebensmitteldiscounter oder Elektrohändler und für Autos. Damit ist Deutschland der viertgrößte Werbemarkt der Welt – hinter den USA, Japan und China.

Impressum

Herausgeber:
Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Chefredakteur: Axel Rhein
Stellv. Chefredakteur: Klaus Schäfer (verantwortlich)
Redaktion: Andreas Wodok (Textchef), Irina Berenfeld, Vanessa Dahm, Berit Schmiedendorf, Sara Schwedmann, Alexander Weber
Redaktionsassistent: Ines Pelzer
Grafik: Michael Kaspers, Ralf Sassen
Telefon: 0221 4981-523, **Fax:** 0221 4981-504
E-Mail: iw@iwkoeln.de

Erscheinungsweise wöchentlich
Bezugspreis: € 8,67/Monat, zzgl. € 3,08 Versandkosten, inkl. Mehrwertsteuer
Abo-Service: Therese Hartmann, Telefon 0221 4981-443, hartmann@iwkoeln.de
Verlag: Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH, Postfach 10 18 63, 50458 Köln, Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln
Telefon: 0221 4981-0, **Fax:** 0221 4981-445
Druck: Warlich Druck Meckenheim GmbH, Meckenheim

Dem iwD wird einmal monatlich (außer Juli und Dezember) „Wirtschaft und Unterricht“ beigelegt.

Rechte für den Nachdruck oder die elektronische Verwertung über: lizenzen@iwkoeln.de
Rechte für elektronische Pressespiegel unter: www.pressemonitor.de

iw.KÖLN.WISSEN
SCHAFFT KOMPETENZ.