

Die Konjunktur sagt Danke

Ölpreis. Die Kaufkraft der Verbraucher hat sich durch den niedrigen Ölpreis merklich verbessert. Und auch die Unternehmen freuen sich darüber, dass ihre Ölrechnungen geringer ausfallen und sie dadurch ihre Erzeugnisse günstiger anbieten können.

Als im Sommer 2014 der Ölpreis zu fallen begann, rieben sich Autofahrer an der Zapfsäule ungläubig die Augen. Denn bis dahin hatte der Preis für die Nordseesorte Brent etwa drei Jahre lang stolze 110 Dollar pro Barrel betragen – der Spritpreis war entsprechend hoch.

Den Verfall des Ölpreises hatten Fachleute indes erwartet. Denn die hohen Preise für Rohöl und der

technische Fortschritt hatten das Fracking-Verfahren zur Ölgewinnung, wie es in Nordamerika praktiziert wird, immer rentabler gemacht. Das Ergebnis:

Im März 2015 gewannen die USA pro Tag im Schnitt 9,4 Millionen Barrel Öl – fünf Jahre zuvor waren es erst 4 Millionen Barrel.

Das daraus resultierende Überangebot auf dem internationalen Öl-

markt sorgte letztlich dafür, dass der Ölpreis im Januar 2015 sogar die 50-Dollar-Marke unterschritt.

Allerdings kommt dieser Preisverfall bei deutschen Unternehmen, Autofahrern und Heizölkunden nicht komplett an. Denn gleichzeitig hat der Dollar gegenüber dem Euro stark aufgewertet (Grafik Seite 2) – deshalb schwächt sich der Ölpreiseffekt für den Euroraum spürbar ab:

Während der Ölpreis in den USA zwischen Juni 2014 und Januar 2015 um 60 Prozent zurückging, ist er im Euroraum lediglich um 53 Prozent gesunken. →

Billiges Öl entlastet Unternehmen

So viel Prozent der befragten Unternehmen meinen, sinkende Energiepreise hätten diese Auswirkungen



Rest zu 100: trifft nicht zu; Quelle: IW-Befragung von 2.951 Unternehmen in West- und Ostdeutschland im März/April 2015

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

© 2015 IW Medien - iwd 22

Inhalt

Fan-Anleihen. In den vergangenen zehn Jahren haben sich Bundesligavereine insgesamt 118 Millionen Euro bei ihren Fans geliehen.
Seite 3

Wirtschaftsethik. Die Werte in Unternehmensleitbildern müssen im betrieblichen Alltag auch gelebt werden. Führungskräfte haben dabei eine Vorbildrolle.
Seite 4-5

Bürokratie. Die administrativen Pflichten der Unternehmen haben in jüngster Zeit wieder zugenommen.
Seite 6

Migranten. Auch ausgebildete Zuwanderer arbeiten oft als An- und Ungelernte. Ihre Abschlüsse müssen daher stärker anerkannt werden.
Seite 7

Metall- und Elektro-Industrie. Die Umsätze der ostdeutschen M+E-Firmen sind gestiegen, der Abstand zum Westen bleibt aber groß.
Seite 8

Präsident:
Arndt Günter Kirchoff
Direktor:
Professor Dr. Michael Hüther
Mitglieder:
Verbände und Unternehmen in Deutschland

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

→ Inzwischen ist der Preis für die Sorte Brent wieder etwas gestiegen und hat sich bei 65 Dollar pro Barrel eingependelt.

Der im Vergleich zu früher aber nach wie vor niedrigere Ölpreis beflügelt die deutsche Wirtschaft, wie die Frühjahrsbefragung des IW Köln zeigt (Grafik Seite 1).

Drei von vier Unternehmen sagen, die sinkenden Energiepreise hätten die eigenen Produktions- und Betriebskosten zumindest etwas verringert, 15 Prozent verspüren sogar eine starke Kostenentlastung.

Dabei haben die Firmen nicht nur die direkten Effekte des Ölpreisverfalls im Blick. Denn niedrigere Ölpreise verbilligen auch andere Güter, die für die Produktion notwendig sind – zum Beispiel chemische Erzeugnisse. Mehr als 40 Prozent der befragten Unternehmen berichten deshalb von einem Rückgang der

Preise für nicht energetische Vorleistungen.

Die Konsumenten sind ebenfalls entlastet worden. Immerhin gibt ein Durchschnittshaushalt 5 Prozent seines Einkommens für flüssige Brennstoffe sowie für Kraft- und Schmierstoffe aus. Hinzu kommen andere Waren- und Dienstleistungsgruppen, deren Preise eng an den Ölpreis gekoppelt sind, etwa die Preise für Transportdienstleistungen, Gas oder Heizung.

Und weil den Autofahrern an der Zapfsäule und den Eigenheimbesitzern beim Befüllen der Öltanks weniger Geld abgeknöpft wird, haben sie mehr für den Konsum übrig:

Die Gesellschaft für Konsumforschung GfK meldete für April 2015 den höchsten Wert des Konsumklimaindexes seit gut 13 Jahren.

Dass die Verbraucher in Kauflaune sind, belegen auch die Ergebnisse

der IW-Konjunkturumfrage (vgl. iwd 18/2015). Rund 30 Prozent der Verbrauchsgüterproduzenten berichten von einer zusätzlichen Nachfrage inländischer Kunden.

Global gesehen ist die Ölpreisentwicklung indes ein Nullsummenspiel. Der kräftige Preisverfall sorgt für eine klare Zweiteilung in Gewinner und Verlierer. Die meisten ölimportierenden Staaten haben wesentlich geringere Energiekosten, was die Industrieproduktion verbilligt und die Konsumenten entlastet. Dagegen brechen der deutlich kleineren Gruppe der ölexportierenden Staaten die Einnahmen weg.

Die deutschen Exporteure betrachten dies aber eher mit einem lachenden als mit einem weinenden Auge. Denn unter ihren 20 wichtigsten Auslandskunden sind mit Russland und den Vereinigten Arabischen Emiraten nur zwei große Ölexporteure. Daher fühlen sich laut IW-Umfrage drei von vier Unternehmen nicht von den Einnahmeausfällen der Öllieferanten betroffen.

Inzwischen spricht ohnehin einiges dafür, dass der Ölpreis demnächst noch etwas weiter steigt. Denn die Ölproduktion in den USA wird sinken. Zum einen ist die Zahl der Bohrungen zur Erschließung neuer Quellen deutlich zurückgegangen. Zum anderen haben unproduktive Anlagen den Betrieb eingestellt. Die derzeit noch gut gefüllten Öllager werden sich also leeren.

Liegt der Preis für die amerikanische Sorte WTI dann wieder bei 65 bis 70 Dollar pro Barrel, könnte allerdings auch die Schieferöl-Förderung in den USA erneut Auftrieb bekommen und den Preisanstieg stoppen – denn in dieser Preisspanne liegt die Rentabilitätsschwelle vieler Fracking-Projekte.

Zinsen der Herzen

Fan-Anleihen. In den vergangenen zehn Jahren haben sich Bundesliga-vereine insgesamt 118 Millionen Euro bei ihren Fans geliehen – und die verzichten oft sogar auf ihre Zinsen.

Arm, aber sexy: Hertha BSC Berlin war 2004 der erste Fußballverein, der über eine sogenannte Fan-Anleihe 4,5 Millionen Euro Kapital eingesammelt hat. Inzwischen wird diese Finanzierungsmethode sogar in der Dritten Liga angewendet – etwa von Rot-Weiß Erfurt (Grafik).

Bei der typischen Fan-Anleihe handelt es sich um eine Inhaberschuldverschreibung mit einer Laufzeit von fünf bis sieben Jahren und einer jährlichen Verzinsung von durchschnittlich 6 Prozent. Doch der Teufel dieser durchaus rentierlichen Papiere steckt oft im Detail:

Fehlende Handelbarkeit. Da Fan-Anleihen nicht am Kapitalmarkt gehandelt werden, können sie erst mit Ende der Laufzeit wieder zu Geld gemacht werden – keinen Tag vorher.

Drohende Zweckentfremdung. Mit der Anleihe erwerben die Fans keinerlei Mitspracherecht über die Verwendung der Mittel. Selbst wenn ein Verein – wie im Jahr 2012 der Hamburger SV – verspricht, das Geld für den Bau eines Nachwuchscenters und nicht zum Stopfen von Finanzlöchern zu verwenden, ist so ein Versprechen nicht bindend.

Komplizierte Coupons. Der Großteil der Anleihen wird – auf Wunsch der Fans – als dekorative Schmuckurkunde ausgegeben. Um an ihre Zinsen zu kommen, müssen die Fans die Zinscoupons aus diesen Urkun-

Fußballvereine pumpen Fans an

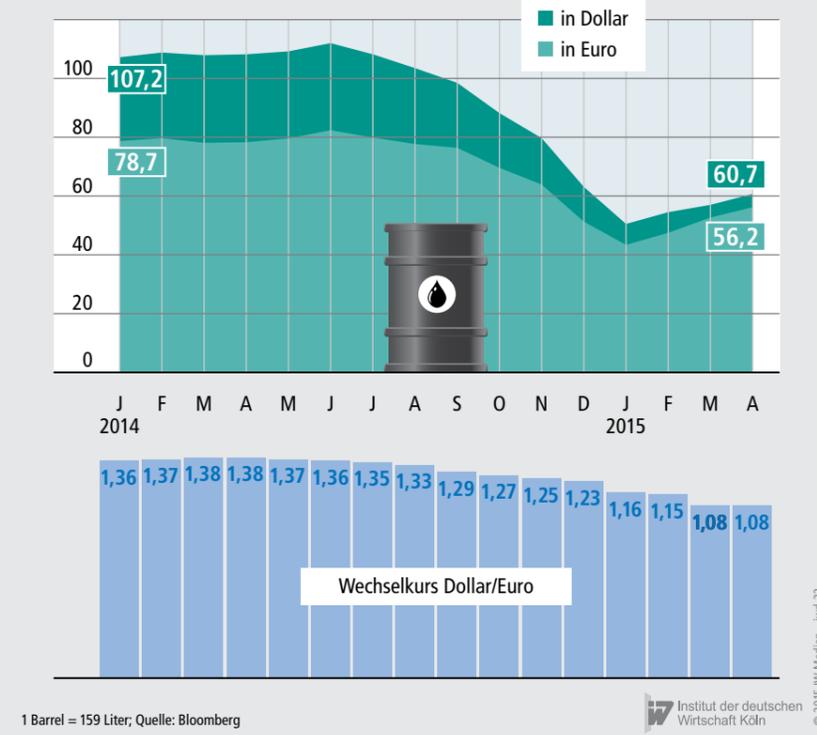
Bisher aufgelegte „Fan-Anleihen“ – in der Regel festverzinsliche Inhaberschuldverschreibungen – deutscher Fußballvereine

	Ausgabejahr	Gezeichnetes Volumen in Millionen Euro	Zinssatz in Prozent	Laufzeit in Jahren
Hertha BSC Berlin	2004	4,5	5,2	6
1. FC Köln	2005	5,0	5,0	5
Arminia Bielefeld	2006	3,0	6,5	5
Alemannia Aachen	2008	4,2	6,0	5
FC Schalke 04	2010	11,0	5,5	6
Hertha BSC Berlin	2010	3,5	5,0	6
1860 München	2010	0,7	6,0	5
1. FC Nürnberg	2010	6,0	6,0	6
Arminia Bielefeld	2011	2,0	6,5	5
FC St. Pauli	2011	8,0	6,0	7
Hansa Rostock	2011	0,3	5,0	6
FC Schalke 04	2012	35,0	6,8	7
1. FC Köln	2012	10,0	5,0	5
Hamburger Sportverein	2012	17,5	6,0	7
1. FC Kaiserslautern	2013	6,0	5,0	6,5
MSV Duisburg	2014	0,7	5,0	5
Rot-Weiß Erfurt	2015	0,6	1,0-9,0	7

Zinssatz: bei Kaiserslautern ligaabhängiger und bei Erfurt ligaabhängiger Basiszinssatz zuzüglich erfolgsabhängiger variabler Komponente; Quelle: IW Köln

Schwacher Euro dämpft Ölpreisverfall

Ölpreis für die Sorte Brent pro Barrel



1 Barrel = 159 Liter; Quelle: Bloomberg

den herauschneiden und einlösen. Weil das aber die schmucken Wertpapiere verschandeln würde, verzichten viele Fans auf ihr Geld:

Bei niedrigen Stückelungen – oftmals handelt es sich um 100-Euro-Anleihen – verzichtet die Hälfte der Fans sowohl auf die Zinsen als auf die Rückzahlung des Anlagebetrags.

Risiko des Totalausfalls. Bei einer Insolvenz des Vereins werden institutionelle Gläubiger vorgezogen und die Fans gehen im schlimmsten Fall leer aus. So geschehen im November 2013, als Alemannia Aachen Insolvenz anmelden musste und rund 4.000 Gläubiger der 2008 emittierten Fan-Anleihe den Großteil ihres Geldes abschreiben mussten.

Das Schlimmste: der Abstieg. Den HSV können jetzt nur noch die Relegationsspiele gegen Karlsruhe retten – sonst steigen die Hamburger nach 52 Jahren in der obersten Bundesliga erstmals ab. Generell sinken in so einem Fall nicht nur die Zu-

schauernzahlen, auch die Vermarktungserlöse und Sponsorengelder gehen deutlich zurück. Oft fehlt dem Absteiger dann auch das Geld, um die Fan-Anleihe fristgerecht – oder überhaupt – zurückzuzahlen.

Die letzte Hoffnung von Vereinen und Fans liegt dann oft bei den Unternehmen aus der Region oder reichen Mäzenen, die mit einigen Millionen aus ihrem Privatvermögen aushelfen und die Zahlungsunfähigkeit abwenden. Manchmal springt sogar die betroffene Stadt ein, um den Niedergang ihres regionalen Aushängeschildes zu verhindern.

Zwar ist es schon zehn Jahre her, dass mit Borussia Dortmund ein Erstligist an der Grenze zur Zahlungsunfähigkeit stand und seine Schulden nicht vereinbarungsgemäß bedienen konnte. Gleichwohl bleiben Fan-Anleihen ein hochriskantes Geschäft – zumal das fußballerische Herz meist mehr zu sagen hat als der ökonomische Verstand.

Warum sich Werte lohnen

Wirtschaftsethik. Auch für Unternehmen sind moralische Maßstäbe bedeutsam – entweder weil die Firmen sich freiwillig dazu verpflichten oder weil der Gesetzgeber dies verlangt. Sinnvoll sind wohlklingende Unternehmensleitbilder allerdings nur, wenn die formulierten Werte im betrieblichen Alltag auch gelebt werden. Den Führungskräften kommt dabei eine Vorbildrolle zu. 

Man muss nicht lange suchen, um Verfehlungen gesellschaftlicher Eliten und Organisationen zu finden: Der Manipulationsskandal beim ADAC oder der Steuerbetrug von Uli Hoeneß sind prominente Beispiele. Beide machen deutlich, dass Unternehmen und Manager eben nicht nur erfolgreich wirtschaften sollen. Von ihnen wird heute vielmehr auch erwartet, dass sie moralischen Ansprüchen gerecht werden und soziale wie ökologische Standards einhalten. Diesem Trend folgt auch die Europäische Union:

Die EU fordert Unternehmen in den Mitgliedsländern dazu auf, ab 2016 über ihre Aktivitäten in Sozial- und Umweltbelangen zu berichten.

In der Tat hat die Wirtschaft Imagepflege dringend nötig. Das Institut für Demoskopie Allensbach

erhebt seit vielen Jahren, welche Berufe von der Bevölkerung am meisten geschätzt werden (Grafik):

Ärzte liegen in den Beliebtheits-Rankings seit Jahren auf Platz eins, Unternehmer dagegen schneiden zunehmend schlechter ab.

Um ihr ramponiertes Bild in der Öffentlichkeit glaubwürdig zu verbessern, sollten Betriebe mithilfe moderner Wertemanagement-Systeme nach außen Transparenz schaffen und nach innen Orientierung geben. Dafür reichen wohlklingende Leitbilder in den Geschäftsberichten und Imagebroschüren allerdings nicht aus. Es kommt vielmehr darauf an, die formulierten Werte fest in der Unternehmens- und Führungskultur zu verankern. Und das funktioniert nur, wenn die Werte von den Führungskräften konsequent vorge-

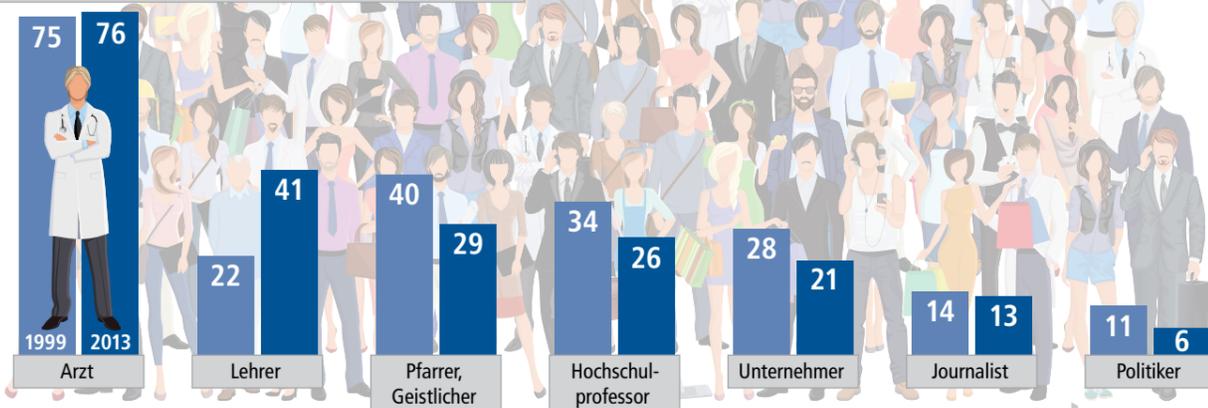
lebt und von allen Mitarbeitern umgesetzt werden.

In der Praxis sind viele Betriebe davon noch ziemlich weit entfernt. Eine Auswertung des Personalpanels des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln aus dem Jahr 2014 zeigt, dass nur 19 Prozent der Beschäftigten in ihrem Unternehmen eine vorbildlich umgesetzte Vision erleben; und lediglich 2 Prozent der Arbeitnehmer sagen, es gebe ein ausgeprägtes gemeinsames Werteverständnis in ihren Betrieben.

Vor allem junge Menschen erwarten inspirierende und wertschätzende Führungskräfte. Fragt man nach ihren Ansprüchen an die Arbeit, nennen regelmäßig mehr als acht von zehn Arbeitnehmern die Bedeutung der im Unternehmen gelebten Werte und die Stärkung der intrinsischen Motivation. Wenn der Chef einen respektvollen und wertschätzenden Führungsstil pflegt, verdoppelt sich der Anteil der sehr zufriedenen Mitarbeiter laut Umfrage auf mehr als 90 Prozent.

Angesehene Ärzte

So viel Prozent der Befragten wertschätzten die folgenden Berufe



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach

Vertrauenskultur schafft Wachstum

Um so viel Prozent ist der Börsenwert von US-Unternehmen zwischen 1997 und 2014 gestiegen



Attraktive Arbeitgeber: Unternehmen, die sich in besonderer Weise für gute und attraktive Arbeitsbedingungen starkmachen und eine besonders vertrauensvolle und begeisternde Zusammenarbeit mit den Beschäftigten pflegen; Marktkapitalisierung: spiegelt den aktuellen Börsenwert einer börsennotierten Firma wider; Quelle: Great Place to Work Institute

Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Manager und Studenten von sich überzeugt

So viel Prozent der Führungskräfte und Studenten schätzen ihre Eigenschaften im Vergleich zu anderen ... ein



Befragung von 684 Führungskräften und Studenten im Zeitraum von 2013 bis 2015 durch die IW Akademie, Fachhochschule Köln und Universität zu Köln; Quelle: IW Köln

Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Gelingt es Betrieben, eine entsprechende Unternehmenskultur zu etablieren, lohnt sich das auch finanziell. Diesen Zusammenhang legt eine Studie des Great Place to Work Institute nahe. Demnach konnten die 100 attraktivsten amerikanischen Arbeitgeber zwischen 1997 und 2014 ihren Börsenwert fast doppelt so stark steigern wie die 500 größten börsennotierten Unternehmen des S&P-500-Index (Grafik oben).

Weitere Zeitreihenanalysen zeigen zudem, dass Unternehmen mit einer Vertrauenskultur in Krisenzeiten deutlich weniger Reputations- und Motivationsverluste erleiden als der Durchschnitt aller Unternehmen.

Warum nutzen dann nicht längst mehr Unternehmen gezielt das Potenzial ethischer Führung? Eine Hürde in der Professionalisierung ethischer Kompetenzen ist die systematische Selbstüberschätzung von Führungskräften und Studenten, wie eine Studie des IW Köln zeigt. Egal, ob es um physische Attraktivität, Intelligenz oder Moral geht: In allen Punkten neigen beide Gruppen dazu, sich selbst als überdurchschnittlich zu definieren. Besonders stark fällt die Selbstüberschätzung in Sachen Moral aus (Grafik unten):

Fragt man nach der Moralität, zählen sich 46 Prozent zum Durchschnitt – genauso viele halten sich jedoch für moralischer als andere.

Dieser Effekt der Selbstüberschätzung hat zur Folge, dass die Betroffenen zwar höchst aufmerksam die moralischen Fehlritte ihrer Mitmenschen registrieren, ihr eigenes Handeln aber weit weniger kritisch hinterfragen.

Gemäß der Annahme: „Es sind böse Menschen, die böse Dinge tun“, sehen viele nicht die Notwendigkeit, ihr eigenes Verhalten kri-

tisch zu reflektieren – schließlich sind sie ja besonders moralisch.

Gleichwohl gibt es Möglichkeiten, die eigenen Entscheidungen einer Ethikprüfung zu unterziehen. Forscher der IW Akademie haben dafür den intuitiven Imperativ entwickelt: Wer die folgenden drei Fragen mit einem klaren „Ja“ beantworten kann, ist mit seiner Entscheidung auf der moralisch sicheren Seite:

- **Selbsteinschätzung:** Kann ich morgens und abends nach meiner Entscheidung guten Gewissens in den Spiegel schauen?
- **Fremdeinschätzung:** Können nahestehende Personen wie Lebenspartner, Kinder oder Freunde nach-

vollziehen, warum ich mich so verhalten habe?

- **Betroffeneneinschätzung:** Dürfen die von meinem Verhalten betroffenen Menschen meine wahren Motive erfahren?

Voraussetzung für die Anwendung des intuitiven Imperativs ist die Akzeptanz grundsätzlicher Werte wie der Menschenrechte.

IW-Positionen

Nr. 69: Dominik H. Enste: Markt und Moral – Eine ordnungsethische Reflexion
 Nr. 70: Dominik H. Enste, Julia Wildner: Mensch und Moral – Eine individuelle Reflexion
 Versandkostenfreie Bestellung unter: iwmedien.de/bookshop

Mindestlohn treibt Kosten

Bürokratie. Vor mittlerweile fast einem Jahrzehnt hat die Bundesregierung begonnen, bürokratische Vorgaben zu verringern – und sie war dabei durchaus erfolgreich. Jetzt aber nehmen die administrativen Pflichten der Unternehmer wieder zu.

Die Kosten, die der Wirtschaft durch Informations- und Dokumentationspflichten aus Gesetzen und Verordnungen des Bundes erwachsen, sind seit dem Jahr 2006 um rund 25 Prozent beziehungsweise 12 Milliarden Euro gesunken.

Das ist allerdings nur die halbe Wahrheit. Denn bisher wurde nur gemessen, welchen administrativen Aufwand Bundesgesetze verursachen – die Kosten für die Erfüllung der Auflagen fielen in dieser Berechnung unter den Tisch. Das hat sich geändert – wie das Beispiel Mindestlohn zeigt (Grafik).

Mit der Einführung des Mindestlohns sind für die Unternehmen Mehrausgaben von jährlich 9,6 Milliarden Euro verbunden.

Dieser Betrag setzt sich zusammen aus der Zahlung höherer Löhne und dem Aufwand für die zusätzliche Bürokratie. Denn in vielen Branchen – wie dem Baugewerbe – müssen die Arbeitszeiten bis zu einem Monatslohn von 2.958 Euro brutto detailliert dokumentiert werden. Damit will das Arbeitsministerium verhindern, dass Firmen das Arbeitszeitgesetz überschreiten und so viele unbezahlte Überstunden anordnen, dass letztlich doch Stundenlöhne von weniger als 8,50 Euro herauskommen. Allerdings hätten Bauarbeiter dann eine Wochenarbeitszeit von mehr als 78 Stunden zu stemmen – das ist realitätsfern.

Zudem müssen sich Unternehmen von allen inländischen Zulieferern – dies können Tausende sein – die Einhaltung des Mindestlohns garantieren lassen. Der Bürokratieaufwand für diese Kontrolle der Subunternehmer und Lieferanten wurde bislang noch nicht einmal gemessen, da er als indirekte Gesetzesfolge gilt: Eine Firma kann auf die Kontrolle

Wissenschaftspreis Bürokratie

Im Mai 2015 hat das Institut der deutschen Wirtschaft Köln zum ersten Mal den „Wissenschaftspreis Bürokratie“ vergeben. Der mit 5.000 Euro dotierte Preis für Arbeiten zum Thema administrative Auflagen und Methoden zu ihrer Verringerung wurde von IW-Gründungsdirektor Fritz Hellwig gestiftet. Eine hochrangig besetzte Jury sprach den Preis einer Arbeit zu, die sich mit der Arbeitsweise der Europäischen Kommission und ihren Regulierungsansätzen im Falle fehlender Einigkeit der 28 Mitgliedsländer befasst.

verzichten, haftet dann aber bei Unterschreitung der 8,50 Euro trotzdem auch für ihre Zulieferer.

Weitere bürokratische Regeln sind auf dem Weg. Das Arbeitsministerium will die Arbeitsstättenverordnung verschärfen. Viele fensterlose Räume dürfen dann nicht mehr genutzt werden. Problematisch ist auch das Vorhaben der Koalition, Teilzeitbeschäftigten ein Rückkehrrecht in Vollzeit einzuräumen. Mittelständler würden bei der Umsetzung des Vorhabens schnell an ihre organisatorischen Grenzen stoßen.

Demzufolge wundert es eigentlich niemanden, dass die Unternehmen den angeblichen Fortschritten beim Bürokratieabbau eher skeptisch gegenüberstehen. In einer von TNS Emnid für die Softwarefirma Sage vorgelegten Studie sagt nur 1 Prozent der 400 befragten Mittelständler, dass sie 2014 den Rückgang der Bürokratiebelastung wahrgenommen haben. Fast 70 Prozent beklagen stattdessen eine Zunahme.

Unternehmen: Die Kosten der Bürokratie

Jährliche Mehr- oder Minderausgaben durch 2014 beschlossene Bundesgesetze in Millionen Euro

Gesetz zur Stärkung der Tarifautonomie (Mindestlohn)	9.600,0
Mietrechtsnovellierungsgesetz	523,6
Modernisierung der Finanzaufsicht über Versicherungen	100,1
Kleinanlegerschutzgesetz	65,0
Verordnung zur Ausgestaltung des Gewerbeanzeigeverfahrens	-18,0
GKV-Finanzstruktur-Gesetz	-21,6
5. Gesetz zur Änderung des SGB IV	-126,8

5. Gesetz zur Änderung des SGB IV: Optimierung von Meldeverfahren in der Sozialversicherung; Quelle: Bundesregierung

Institut der deutschen Wirtschaft Köln © 2015 IW Medien - Iwd 22

Mehr Anerkennung tut not

Migranten. Viele Menschen, die nach Deutschland einwandern, haben keinen formellen Berufsabschluss. Doch selbst jene, die eine solche Qualifikation mitbringen, werden oft nur als An- und Ungelernte beschäftigt. Um dem abzuwehren, müssen ausländische Berufsabschlüsse stärker anerkannt und gegebenenfalls durch Nachqualifizierungen ergänzt werden.

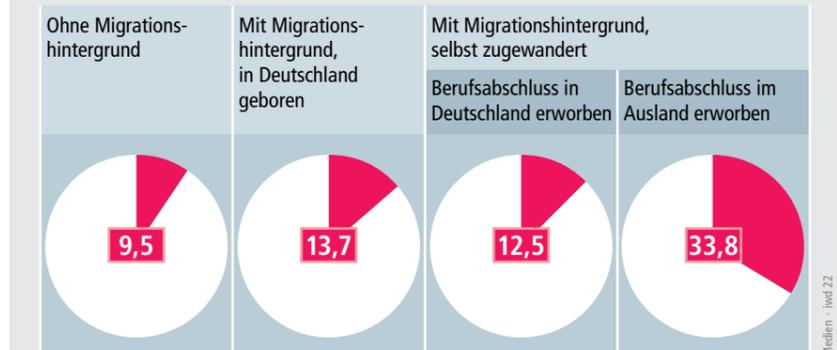
Die Zahlen sind eindeutig: Von den rund elf Millionen in Deutschland lebenden Menschen im erwerbsfähigen Alter, die einen Migrationshintergrund haben, hat jeder Dritte keinen beruflichen Abschluss. Besonders hoch ist der Anteil mit fast 37 Prozent bei jenen knapp neun Millionen Migranten, die selbst zugewandert sind. Zum Vergleich: Bei den Bundesbürgern ohne Migrationshintergrund beträgt der Anteil nur gut 9 Prozent.

Die Gründe für den Qualifikationsnachteil der Migranten sind vielschichtig. Eine Ursache liegt in der früheren Zuwanderungspolitik. Bis Anfang der 1970er Jahre warb Deutschland „Gastarbeiter“ an – und zwar ganz gezielt geringqualifizierte Arbeitskräfte. Auch nach dem Anwerbestopp von 1973 kamen im Rahmen des Familiennachzugs vor allem Menschen mit niedrigem Ausbildungsniveau hierher. Ein weiterer Grund könnte sein, dass die Zuwanderer aus Ländern gekommen sind, in denen formale Berufsabschlüsse eine geringere Rolle spielen als in der Bundesrepublik.

Doch selbst wer einen Abschluss in der Tasche hat, muss unter Umständen mit einem Job für An- und

Migranten: Einfache Jobs trotz Ausbildung

So viel Prozent der 16- bis 64-Jährigen mit Berufsabschluss arbeiten als An- und Ungelernte



Stand: 2011
 Ursprungsdaten: Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

Institut der deutschen Wirtschaft Köln © 2015 IW Medien - Iwd 22

Ungelernte vorliebnehmen. Auch hier stehen Migranten viel schlechter da als die übrige Bevölkerung – vor allem, wenn die Qualifikation im Ausland erworben wurde (Grafik):

Nur knapp 10 Prozent der 16- bis 64-Jährigen ohne Migrationshintergrund sind trotz Berufsabschluss als An- und Ungelernte beschäftigt – von den Zuwanderern mit ausländischem Abschluss dagegen fast 34 Prozent.

Eine Ursache für diese hohe Quote ist, dass ausländische Berufsausbildungen in Deutschland oft nicht anerkannt werden. Von den Zuwanderern dagegen, die ihre Berufsausbildung in Deutschland absolviert haben, üben lediglich etwas mehr als 12 Prozent einen Helferjob aus.

Mit dem im April 2012 in Kraft gesetzten Berufsqualifikationsfeststellungsgesetz will die Bundesregierung erreichen, dass ausländische Berufsabschlüsse besser anerkannt werden. Dabei zählt auch die Erfahrung, die die Migranten in dem entsprechenden Beruf bereits erworben haben. Die ersten Erfahrungen mit dem Gesetz sind ermutigend:

Migranten, deren ausländischer Berufsabschluss in Deutschland vollständig anerkannt wird, haben ein deutlich geringeres Risiko, nur als An- und Ungelernte beschäftigt zu werden.

Mit der gesetzlichen Anerkennung von Abschlüssen ist es allerdings nicht getan. Wichtig ist auch, die Migranten beim Erlernen der deutschen Sprache zu unterstützen. Zudem lassen sich die Zuwanderer – ob mit oder ohne beruflichen Abschluss – besser in den hiesigen Arbeitsmarkt integrieren, wenn es für sie passende Angebote zur Nachqualifizierung gibt (vgl. iwD 43/2014). Vor allem für ältere Migranten, die aus zeitlichen und/oder finanziellen Gründen keine vollständige Berufsausbildung nachholen können, steigert der Erwerb von Teilqualifikationen die Chancen, auf dem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen.

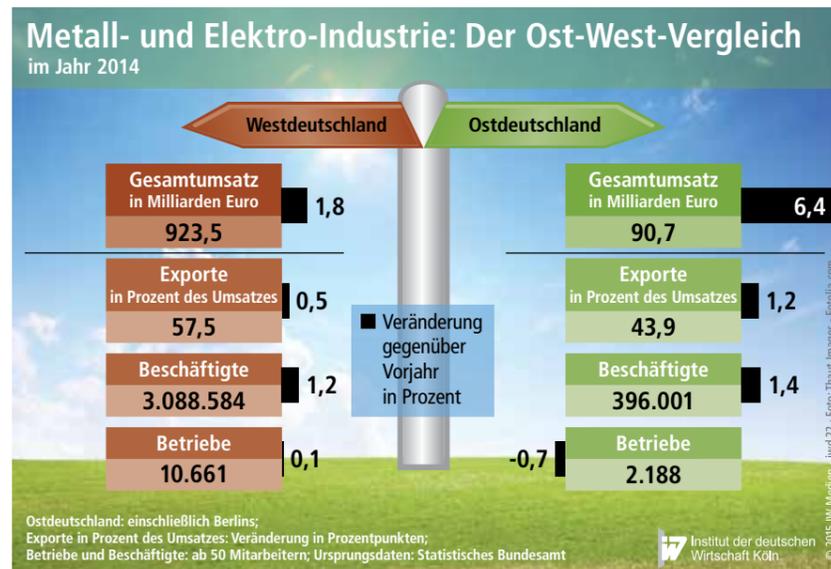
Informationen zur Bewertung ausländischer Berufsabschlüsse unter: bq-portal.de

Der Osten holt auf

Metall- und Elektro-Industrie. Die Entwicklung der ostdeutschen Metall- und Elektro-Industrie spiegelt den gesamten „Aufbau Ost“ wider: Es gibt inzwischen viele erfolgreiche mittelständische Betriebe und die Umsätze sind kräftig gestiegen – dennoch ist der Abstand zur starken M+E-Industrie im Westen weiterhin groß.

Die M+E-Industrie hat in Ostdeutschland einen wichtigen Beitrag zum Aufbau einer starken mittelständischen Wirtschaft geleistet. Seit dem Jahr 1994 haben die dortigen M+E-Unternehmen ihren Umsatz verdreifacht. Zuletzt beschäftigten jene fast 2.200 ostdeutschen M+E-Betriebe, die mindestens 50 Mitarbeiter zählen, insgesamt rund 400.000 Arbeitskräfte.

Gerade das vergangene Jahr war für die M+E-Unternehmen in Ostdeutschland sehr erfolgreich. Ihr Umsatz legte um mehr als 6 Prozent auf rund 91 Milliarden Euro zu,



während die westdeutschen Firmen einen Umsatzzuwachs von 2 Prozent verbuchten (Grafik). Allerdings tragen die Ost-Firmen nach wie vor lediglich einen verhältnismäßig geringen Teil zum gesamten M+E-Geschäft bei – das gilt vor allem für die Verkäufe ins Ausland:

Im Jahr 2014 exportierte die deutsche M+E-Industrie Waren im Wert von gut 570 Milliarden Euro – davon wurden nur 7 Prozent in Ostdeutschland hergestellt.

Auch die Produktivität – also der Umsatz je Beschäftigten – lag in der M+E-Industrie Ost mit 229.000 Euro zuletzt noch deutlich unter dem West-Niveau von 299.000 Euro.

Doch trotz dieses West-Ost-Gefälles ist die M+E-Industrie in Ostdeutschland mittlerweile stark vertreten. Sie konzentriert sich zudem keineswegs nur auf wenige große „Leuchttürme“ wie Dresden

mit seinen Chipfabriken und Jena mit seinen Betrieben der Optoelektronik. Vielmehr spielt die M+E-Industrie auch in strukturschwächeren ostdeutschen Regionen eine wichtige Rolle. So entwickelt und baut das Lokwerk Stendal energiesparende Hybrid-Rangierloks, und im brandenburgischen Umland Berlins werden Eisenbahnwaggons, Flugzeugtriebwerke, Lkws und Brillen gefertigt.

Insgesamt setzt die M+E-Industrie Ost immer stärker auf innovative Produkte und deren Export. Allerdings liegen auf dem Weg in die Zukunft diverse Hürden – unter anderem die Belastungen durch die Energiewende, der Fachkräftemangel sowie der Mindestlohn, der vor allem kleinere Zulieferer in den ostdeutschen Randgebieten trifft.

Dieser Ausgabe liegt unsere Veröffentlichung „Wirtschaft und Unterricht“ bei.

Adressaufkleber

Impressum

Herausgeber:
Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Chefredakteur: Axel Rhein
Stellv. Chefredakteur: Klaus Schäfer (verantwortlich)
Redaktion: Andreas Wodok (Textchef), 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

Bezugspreis: € 9,01/Monat, zzgl. € 3,08 Versandkosten, inkl. Mehrwertsteuer, Erscheinungsweise wöchentlich
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: pressemonitor.de

iW.KÖLN. WISSEN
SCHAFFT KOMPETENZ.

