

WIFO

A-1103 WIEN, POSTFACH 91
TEL. 798 26 01 • FAX 798 93 86

 **ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG**

**Interessante Absatzmärkte
und Exportpotentiale für die
österreichische Industrie**

Yvonne Wolfmayr, Jan Stankovsky

Dezember 2003

Interessante Absatzmärkte und Exportpotentiale für die österreichische Industrie

Yvonne Wolfmayr, Jan Stankovsky

Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung
im Auftrag der Oesterreichischen Kontrollbank AG
im Namen und auf Rechnung des Bundes
(Bundesministerium für Finanzen)

Projektkoordination: Yvonne Wolfmayr

Begutachtung: Fritz Breuss

Wissenschaftliche Assistenz: Irene Langer

Dezember 2003

Inhaltsverzeichnis

1. Potentielle Exportmärkte für die österreichische Industrie	1
1.1 Einleitung	1
1.2 Strukturübereinstimmungs- und Nachfrageindex – eine Analyse der Kennzahlen zur Bestimmung der Schwerpunktländer	4
1.2.1 Index für die Übereinstimmung von Angebots- und Nachfragestruktur (Strukturübereinstimmungsindex)	4
1.2.2 Nachfragedynamik	9
1.3 Auswahl der Schwerpunktländer	14
1.4 Die Wettbewerbsposition Österreichs in den Schwerpunktländern	17
1.4.1 Österreich und ausgewählte Konkurrenzländer im Vergleich	17
1.4.2 Die Wettbewerbsposition Österreichs auf Branchenebene	31
1.5 Methodischer Anhang	62
1.5.1 Die Standardisierungsfunktion	62
1.5.2 Die Berechnung gewogener Wachstumsraten für 1993 bis 2000	62
1.5.3 Das euklidische Distanzmaß	63
1.5.4 Das Winkelmaß	63
2. Potentielle Hindernisse bei der Erschließung neuer Märkte – Unternehmensbefragung	65
2.1 Einleitung	65
2.2 Umfang, Aussagekraft und Repräsentation der Unternehmensbefragung	65
2.3 Umfrageergebnisse	70
2.3.1 Die Exporttätigkeit der befragten Unternehmen	71
2.3.2 Regionalstruktur der Exporttätigkeit	74
2.3.3 Motive und Voraussetzungen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas	78
2.3.4 Schwierigkeiten und Hindernisse bei der Erschließung neuer Märkte	84
2.3.5 Exporthindernisse nach Regionen, Branchen, Unternehmensgröße und Exporterfahrung	86
2.3.6 Konkrete Exportpläne – Interessante Märkte und Einschätzung der Exportentwicklung	95
3. Gravitationsansatz zur Charakterisierung der bilateralen Handelsströme im österreichischen Warenaußenhandel und Schätzung von Exportpotentialen	105
3.1 Einleitung	105
3.2 Bestimmungsgründe für das Niveau bilateraler Exportströme – das Gravitationsmodell und seine Interpretation	106
3.3 Spezifikation des Modells und ökonometrische Schätzverfahren	109
3.4 Daten und Schätzergebnisse	112

3.4.1	Daten	112
3.4.2	Schätzergebnisse	112
3.5	<i>Prognose der österreichischen Exporte in ausgewählte Länder</i>	121
	Zusammenfassung	133
	Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen	147
	Literaturhinweise	151
	Statistischer Anhang	153

1. Potentielle Exportmärkte für die österreichische Industrie

Jan Stankovsky

1.1 Einleitung

In diesem Teil der Studie werden verschiedene Möglichkeiten zur besseren Ausnützung der Exportpotentiale Österreichs geprüft. Das Ziel der Untersuchung ist, regionale Märkte (Schwerpunktländer) zu identifizieren, deren intensive Bearbeitung und Erschließung überdurchschnittliche Exporterfolge versprechen:

Folgende Überlegungen liegen der Studie zugrunde:

- Eine Bündelung des österreichischen Angebots und Konzentration auf Erfolg versprechende Märkte bewirkt Synergieeffekte sowie eine kritische Masse der Marktdurchdringung und ist somit eine effiziente Strategie zur Exportsteigerung.
- Die vorgeschlagenen Strategien sollen bereits auf kurze und mittlere Sicht positive Auswirkungen zeigen.
- Die Zahl der Schwerpunktmärkte soll angesichts der begrenzten Ressourcen der österreichischen Wirtschaft nicht groß sein.

Die Untersuchung trägt der Mitgliedschaft Österreichs in der EU Rechnung: Eine Exportförderung darf zu keiner Wettbewerbsverzerrung zwischen Unternehmen aus Österreich und der EU führen, sie muss sich an die Vorgaben der Union halten. Unter diesem Aspekt steht die Bereitstellung von Marktinformationen im Vordergrund. Zu den in Frage kommenden Maßnahmen der Wirtschaftspolitik zur Unterstützung des Exports zählen u. a. eine intensive Teilnahme Österreichs an Messen und Ausstellungen, die Förderung von Niederlassungen österreichischer Unternehmen, Informationskampagnen über Österreich und über das Schwerpunktländ, Einladungen von Vertretern wichtiger Medien, der Ausbau kultureller Kontakte, Reisediplomatie und in manchen Fällen auch der gezielte Einsatz der Entwicklungshilfe. Eine besondere Rolle kommt in diesem Zusammenhang der Bereitstellung von Exportgarantien zu.

Obwohl die Studie eine Analyse der Wettbewerbsposition und der Handelspotentiale auf Ebene einzelner Branchen einschließt, bleibt der hier gewählte Ansatz regionalspezifisch, d. h. es werden keine "Wachstumsbranchen" u. ä. identifiziert, weil Produktionsentscheidungen nur auf Unternehmensebene getroffen werden können. Erfahrungen der Vergangenheit zeigen, dass Empfehlungen der Wirtschaftspolitik den betroffenen Unternehmen - und damit auch der gesamten Volkswirtschaft - nur selten nützen. Die empirische Wirtschaftsforschung kann überdies für die Zukunft nur allgemeine Hinweise liefern. Eine "sektorale Industriepolitik" ließe sich auch kaum mit den Grundsätzen der Wirtschaftsförderung der Union in Einklang bringen.

Der Vorteil des hier vorgelegten regionalen Ansatzes besteht darin, dass Resultate über wirtschaftspolitische Maßnahmen in der Regel einfacher und schneller zu erreichen sind, als

über die Warenstruktur. Dieser Ansatz folgt auch einem wichtigen Grundsatz des Exportmarketings: Mit neuen Produkten auf alte Märkte oder mit alten Produkten auf neue Märkte zu gehen, eine Kombination neuer Märkte und neuer Produkte zu vermeiden.

Die Ausgangsbasis der Studie bildet eine Liste der in Frage kommenden Zielmärkte (Exportdestinationen). Sie beinhaltet alle Länder außerhalb der EU, die eine wirtschaftliche Mindestgröße überschreiten. Insgesamt handelt es sich um 81 Länder, auf die in den Jahren 1993/94 34,2%, in den Jahren 1999/00 37,1% der Gesamtexporte entfielen. Die Handelsbilanz mit diesen Ländern ergab einen Überschuss von 2 Mrd. € (Übersicht 1.1).

Die Exportdestinationen wurden in zwei Gruppen eingeteilt, bei welchen unterschiedliche Marktstellungen Österreichs angenommen und unterschiedliche Marktstrategien eingeschlagen werden können:

- "traditionelle Märkte": OECD-Länder (ohne EU, Mexiko, Südkorea und die Türkei) sowie europäische Oststaaten (insgesamt 26 Länder);
- "neue Märkte": Entwicklungsländer, dynamische Länder in Asien und Nachfolgestaaten der UdSSR in Asien (55 Länder).

Die traditionellen Märkte waren im Durchschnitt der Jahre 1999/2000 mit 30% am Export beteiligt. Gegenüber 1993/94 nahm der Exportanteil dieser Ländergruppe um mehr als 4 Prozentpunkte zu. Überdurchschnittlich ausgeweitet wurden die Ausfuhren nach Osteuropa, aber auch in die USA und nach Kanada. Die Handelsbilanz mit den traditionellen Märkten ergab einen Überschuss von 2,7 Mrd. €. Auf die neuen Märkte entfielen 1999/2000 nur 7,1% der österreichischen Exporte, 1993/94 waren es noch 8,3%. Die Handelsbilanz war mit 0,7 Mrd. € passiv, wobei es vor allem gegenüber China und Taiwan große Defizite gab.

Für diese 81 Exportdestinationen wurden zwei analytische Kennzahlen berechnet: Der Strukturübereinstimmungsindex (SÜI), mit dessen Hilfe die Exportchancen Österreichs in Bezug auf das Angebot und die Nachfrage beurteilt werden sowie der Nachfrageindex (NI), mit dessen Hilfe "Wachstumsmärkte" identifiziert werden sollen. Auf Grundlage einer Kombination dieser beiden Kennzahlen wurden die Schwerpunktländer in diesem ersten Auswahlverfahren bestimmt.

Die Marktstellung Österreichs in den Schwerpunktländern wurde ferner mit Hilfe von Marktanteilsberechnungen analysiert sowie auch mit jenen wichtiger Konkurrenzländer verglichen. Folgende Staaten wurden als Vergleichsländer ausgewählt: Deutschland, die Niederlande, Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, die Schweiz und Ungarn.

Übersicht 1.1: Exportdestinationen

	Österreichs Export									Handelsbilanz
	Anteile am Gesamtexport in %		Veränderung in % ø 93/00	Marktanteile am OECD-Export in %			Unit Value in USD je kg			Mio. € ø 99/00
	ø 93/94	ø 99/00		ø 93/94	ø 99/00	Index 93/00	ø 93/94	ø 99/00	Index 93/00	
Neue Märkte										
Ägypten	0,203	0,199	7,2	0,88	1,00	113,8	1,7	1,9	113,6	108,0
Algerien	0,332	0,098	-6,4	1,98	0,88	44,3	1,6	1,4	90,7	-92,8
Argentinien	0,154	0,122	3,3	0,65	0,67	102,3	3,5	5,5	159,4	60,5
Bahrain	0,013	0,015	7,6	0,36	0,60	166,4	1,8	5,6	319,8	8,5
Brasilien	0,234	0,429	21,2	0,56	0,86	153,5	5,4	7,6	142,1	95,1
Chile	0,078	0,057	0,6	0,54	0,52	95,6	3,4	4,5	131,5	5,6
China	0,756	0,676	5,3	0,68	0,64	93,0	3,1	4,3	136,6	-639,4
Costa Rica	0,016	0,012	-1,8	0,32	0,24	74,1	4,6	4,5	99,1	-16,7
Dominikanische Republik	0,007	0,009	15,7	0,09	0,10	115,1	2,7	2,8	106,2	3,6
Ecuador	0,011	0,009	10,4	0,21	0,34	163,9	2,3	1,7	71,7	-30,2
El Salvador	0,007	0,006	15,5	0,23	0,17	73,1	4,0	6,1	151,8	-1,9
Guatemala	0,010	0,008	7,1	0,22	0,20	88,0	5,2	5,4	102,4	-6,9
Honduras	0,004	0,007	14,2	0,15	0,15	100,8	2,8	2,6	93,3	-3,7
Hongkong	0,552	0,572	11,7	0,43	0,61	140,6	5,3	6,9	129,4	186,6
Indien	0,179	0,168	5,4	0,56	0,58	103,0	2,6	4,8	187,0	-41,2
Indonesien	0,417	0,281	-4,6	1,03	1,35	130,0	3,8	4,2	110,5	51,0
Iran	0,627	0,303	-8,0	3,12	3,30	105,9	2,6	2,0	75,6	169,6
Israel	0,264	0,204	3,4	0,68	0,57	83,9	2,5	2,6	105,8	16,6
Jamaika	0,014	0,002	-14,8	0,44	0,06	13,0	9,3	3,5	37,8	0,5
Jordanien	0,065	0,056	0,6	1,49	1,81	121,7	1,7	1,1	64,9	34,8
Kolumbien	0,055	0,029	-1,8	0,35	0,31	90,0	4,3	4,5	104,0	-2,3
Kuwait	0,064	0,045	1,3	0,59	0,76	128,6	0,9	2,7	298,2	29,0
Libanon	0,056	0,040	0,2	0,74	0,73	98,8	1,7	2,2	127,1	24,7
Malaysia	0,254	0,129	2,6	0,42	0,27	63,0	4,8	3,3	69,2	-111,5
Marokko	0,047	0,042	1,4	0,35	0,34	99,3	3,2	3,0	92,8	-29,5
Mexiko	0,217	0,218	7,8	0,16	0,13	80,6	2,7	4,4	164,0	44,7
Nigeria	0,124	0,065	-3,6	1,23	0,94	76,3	5,4	2,1	40,0	-126,9
Oman	0,036	0,018	-6,3	0,59	0,53	88,8	4,9	4,5	91,0	11,6
Pakistan	0,075	0,040	-3,3	0,66	0,78	118,5	2,1	2,9	136,9	-15,0
Panama	0,006	0,008	14,2	0,03	0,05	150,3	5,6	9,0	159,8	-2,6
Paraguay	0,007	0,004	3,9	0,26	0,31	120,8	8,4	13,0	155,0	2,4
Peru	0,028	0,031	9,4	0,50	0,63	125,3	2,1	2,5	118,0	13,5
Philippinen	0,067	0,101	14,0	0,23	0,29	125,0	3,4	6,0	179,8	15,7
Saudi-Arabien	0,465	0,235	-5,8	0,83	0,67	80,8	1,1	0,8	69,6	53,1
Singapur	0,358	0,282	9,8	0,35	0,35	100,5	5,7	10,3	180,7	64,1
Sri Lanka	0,013	0,016	11,4	0,34	0,49	144,4	2,5	1,2	46,0	-6,7
Südafrika	0,313	0,389	15,3	1,01	-	-	3,2	5,3	165,1	60,1
Südkorea	0,497	0,354	3,7	0,39	0,32	82,7	3,5	7,3	209,0	-94,3
Syrien	0,092	0,047	-6,3	1,48	1,32	89,2	1,2	0,8	61,0	-5,5
Taiwan	0,358	0,355	7,9	0,29	0,33	114,8	2,5	3,4	134,2	-352,6
Thailand	0,290	0,184	-11,3	0,47	0,50	106,2	5,2	7,9	153,0	-65,2
Tunesien	0,053	0,053	13,2	0,46	0,48	104,5	2,1	1,9	91,5	-17,1
Türkei	0,516	0,726	8,0	1,23	1,64	133,2	1,8	2,3	129,3	42,8
Uruguay	0,018	0,012	2,0	0,64	0,56	87,8	8,5	7,1	84,2	5,8
Venezuela	0,083	0,067	0,0	0,45	0,47	105,8	2,1	3,7	172,9	42,3
Vereinigte Arab. Emirate	0,140	0,195	9,4	0,51	0,76	148,2	2,4	5,6	236,9	119,2
Vietnam	0,037	0,054	3,9	1,00	1,00	100,3	11,8	5,6	47,3	-33,5
Armenien	0,000	0,005	76,4	0,09	1,27	1.375,9	2,4	4,0	168,5	3,2
Aserbaidshjan	0,010	0,010	9,6	2,00	0,88	44,1	2,1	1,8	88,1	-24,1
Georgien	0,003	0,010	34,5	0,64	1,36	214,6	4,5	2,4	54,5	5,0
Kasachstan	0,076	0,030	-3,8	2,93	1,34	45,6	6,9	4,5	65,6	-246,3
Kirgisien	0,000	0,002	69,9	0,23	1,06	459,3	4,0	6,4	160,2	1,3
Tadschikistan	0,007	0,000	-30,5	3,11	0,58	18,8	10,2	2,5	24,9	-2,2
Turkmenistan	0,017	0,008	15,6	1,84	1,40	76,4	4,8	4,9	101,8	-8,8
Usbekistan	0,019	0,041	20,8	1,20	3,24	270,8	0,6	1,7	274,8	11,1
Summe	8,345	7,076								-686,9

Übersicht 1.1/Fortsetzung

	Österreichs Export									Handelsbilanz
	Anteile am Gesamtexport in %		Veränderung in % ø 93/00	Marktanteile am OECD-Export in %			Unit Value in USD je kg			Mio. €
	ø 93/94	ø 99/00		ø 93/94	ø 99/00	Index 93/00	ø 93/94	ø 99/00	Index 93/00	ø 99/00
<i>Traditionelle Märkte</i>										
Australien	0,363	0,461	10,3	0,50	0,77	153,4	4,2	5,0	119,6	264,7
Japan	1,546	1,261	4,6	0,64	0,68	106,6	6,3	2,2	35,2	-1.002,4
Kanada	0,651	0,690	9,0	0,23	0,25	105,1	7,1	6,6	93,3	50,1
Neuseeland	0,054	0,075	13,1	0,33	0,53	161,5	4,1	4,3	104,0	26,6
Norwegen	0,559	0,393	0,4	1,10	0,93	84,7	4,8	3,1	65,3	147,5
Schweiz	6,264	6,173	7,4	4,36	5,38	123,5	1,8	2,0	110,8	1.764,5
USA	3,391	4,791	13,5	0,39	0,53	134,6	5,0	6,2	123,9	-674,7
Albanien	0,014	0,017	5,9	1,03	1,33	129,6	1,0	1,4	138,5	8,1
Bosnien-Herzegowina	0,020	0,234	56,9	5,79	13,11	226,4	1,1	1,0	93,9	123,1
Bulgarien	0,275	0,326	8,0	5,24	6,23	119,0	2,5	3,0	119,0	130,3
Estland	0,013	0,045	40,3	0,69	0,98	142,2	3,2	4,2	132,7	11,0
Kroatien	0,712	0,958	14,1	8,59	13,61	158,4	1,1	1,2	108,8	365,4
Lettland	0,018	0,057	29,7	0,99	1,74	175,3	4,0	3,6	88,0	21,2
Litauen	0,017	0,071	32,8	0,81	1,87	232,7	3,7	2,8	76,2	15,0
Mazedonien	0,131	0,090	2,1	5,92	3,99	67,4	3,6	1,4	38,0	47,6
Moldawien	0,003	0,013	30,6	0,92	2,43	264,3	2,0	1,8	90,9	-5,7
Polen	1,276	1,587	9,2	3,51	3,10	88,5	2,0	1,8	93,1	355,9
Rumänien	0,284	0,671	22,8	3,23	5,35	165,7	2,1	2,0	96,6	141,6
Russland	1,394	0,859	1,8	2,71	2,71	99,7	2,4	2,8	116,6	-410,3
Serbien-Montenegro	0,047	0,245	41,1	10,20	9,41	92,3	2,7	1,9	69,6	129,8
Slowakei	0,876	1,108	10,5	16,16	11,50	71,2	1,4	1,2	88,3	-183,4
Slowenien	1,509	1,754	9,9	13,01	14,42	110,9	0,6	0,8	138,8	491,2
Tschechien	2,524	2,843	9,5	10,39	8,27	79,6	1,3	1,1	82,1	75,3
Ukraine	0,136	0,261	19,9	2,38	4,65	195,5	2,8	3,4	123,1	-26,1
Ungarn	3,727	4,948	12,3	16,66	14,63	87,8	1,3	2,1	157,4	825,9
Weißrussland	0,044	0,061	16,0	2,27	3,55	156,3	5,7	3,8	67,0	20,9
Summe	25,850	29,992								2.713,1
Summe aller Länder	34,195	37,068								2.026,2
Welt	100,000	100,000	6,9	1,57	1,70	108,2	1,8	1,7	97,5	-5.146,3

Q: WIFO, UNO.

1.2 Strukturübereinstimmungs- und Nachfrageindex – eine Analyse der Kennzahlen zur Bestimmung der Schwerpunktländer

1.2.1 Index für die Übereinstimmung von Angebots- und Nachfragestruktur (Strukturübereinstimmungsindex)

Die wichtigste Voraussetzung, um neue Auslandsmärkte zu erschließen bzw. bestehende auszubauen, ist die Verfügbarkeit wettbewerbsfähiger Produkte, die auf diesen Märkten nachgefragt werden. Die Warenstruktur des Exports spiegelt dabei die realisierten (revealed) komparativen Vorteile Österreichs wider.

Die Exportchancen werden anhand folgender Überlegung beurteilt: Österreichische Unternehmen werden - bei gegebener preislicher und technologischer Wettbewerbsfähigkeit - vor allem in Ländern erfolgreich sein, die im hohen Ausmaß Waren importieren, die von Österreich auch produziert und exportiert werden. Ob und in welchem Ausmaß das österreichische Exportangebot mit der Nachfrage des Partnerlandes übereinstimmt wird mit Hilfe des Strukturübereinstimmungsindex (SÜI) gemessen.

Die aktuellen Exportchancen sind in der Regel umso größer, je besser die Warenstruktur des österreichischen Exportangebots mit jener der Nachfrage übereinstimmt. Der Vergleich der österreichischen Exportstruktur mit der Importstruktur potentieller Absatzmärkte liefert somit Hinweise auf jene Länder, in denen günstige Voraussetzungen für die Umsetzung der vorhandenen Wettbewerbsvorteile Österreichs bestehen.

Dieser Ansatz gilt vor allem auf kurze bis mittlere Sicht, die in der vorliegenden Untersuchung auch im Mittelpunkt steht. Der österreichische Export kann dabei vor allem durch die Beseitigung von Informationsdefiziten bei den Exporteuren gefördert werden.

Auf längere Sicht sind Exporterfolge dann zu erwarten, wenn die österreichischen Erzeuger ihre technologische und preisliche Wettbewerbsfähigkeit verbessern: Sie müssen ihr Angebot laufend an die sich wandelnde Nachfrage anpassen, neue Produkte entwickeln, die Produktqualität steigern. Die Wirtschaftspolitik kann diese Entwicklung durch eine effiziente Forschungs- und Technologiepolitik, im begrenzten Umfang durch eine Erleichterung der Finanzierung und Risikoversicherung sowie durch Preisstabilität unterstützen.

In der vorliegenden Studie wurde als Struktur des österreichischen Angebots jene des österreichischen Gesamtexports verwendet¹⁾). Die Warenstruktur des Angebots könnte auch anhand der Produktion untersucht werden, da auch die Produktionsstruktur die komparativen Vorteile wiedergibt. Den Exportdaten wurde hier wegen der besseren statistischen Vergleichbarkeit der Vorzug gegeben, denn bei österreichischen Produzenten, die überwiegend auf den Inlandsmarkt orientiert sind, müssen in der Regel unternehmensinterne "Exporthemmnisse" vermutet werden. Diese Einschränkung stellt keineswegs in Frage, dass eine Ausweitung des Kreises der Exportunternehmen einen wirksamen Beitrag zur Steigerung des österreichischen Exports leisten könnte.

Die Struktur der potentiellen Nachfrage wird anhand der Gesamtimporte der betrachteten Absatzmärkte beurteilt. Das Ausmaß der Übereinstimmung der Warenstruktur der österreichischen Exporte mit jener der Importstruktur der Partnerländer wird mit Hilfe eines Strukturübereinstimmungsindex gemessen.

Der Vergleich der Exportstruktur Österreichs mit der Importstruktur der Partnerländer bezieht sich auf Industriewaren²⁾). Je niedriger der Indexwert, desto besser stimmt die Struktur der Importnachfrage des jeweiligen Partnerlandes mit dem österreichischen Exportangebot überein. Wenn die Warenstruktur des österreichischen Exports (auf SITC 3-Steller-Basis) vollständig mit der ausländischen Importstruktur übereinstimmt, ergibt sich ein Indexwert von 0. Wenn hingegen Österreich nur Waren exportiert, die vom Partnerland überhaupt nicht importiert werden, ergibt sich ein Indexwert von 100. Eine vollständige Übereinstimmung bedeutet selbstverständlich nicht, dass das Abnehmerland tatsächlich auch seine Importnachfrage zur Gänze mit Waren aus Österreich deckt. Der SÜI zeigt nicht die

¹⁾ In einer früheren WIFO-Studie (Breuss et al., 1997) wurde alternativ die Struktur der Gesamtexporte und jene der Exporte in die Nicht-EU-Länder untersucht. Da die Ergebnisse für beide Berechnungen nur wenig voneinander abwichen, wurden damals die Daten für die Gesamtexporte verwendet. Diese Vorgangsweise wurde auch in der vorliegenden Studie beibehalten.

²⁾ SITC 3-Steller der Warengruppen 5 bis 8; insgesamt 166 Warengruppen.

tatsächliche Übereinstimmung der bilateralen Handelsstrukturen zweier Länder an, sondern ein "Exportpotential" anhand der Übereinstimmung der Struktur der österreichischen Gesamtexporte mit der Struktur der Gesamtimporte des Partnerlandes. Der SÜI Österreichs in Bezug auf die insgesamt 81 erfassten Länder erreicht Werte zwischen 28,2 und 85,9. Für etwa die Hälfte der Länder ergibt sich ein SÜI von weniger als 47. Dieser Wert kann als die Grenze zwischen einer relativ guten und relativ schlechten Übereinstimmung der Außenhandelsstrukturen angesehen werden (Übersicht 1.2).

In der Gruppe der zehn Länder mit dem besten SÜI finden wir sieben traditionelle Märkte (davon sechs Oststaaten) und nur drei neue Märkte. Die ersten drei Spitzenplätze nehmen Polen, Slowenien und Tschechien ein, vor Kanada und der Slowakei. Ungarn erreicht den 8. Rang. In Bezug auf die Entwicklungsländer ergeben sich aufgrund der Außenhandelsstrukturen gute Exportchancen in der Türkei (Rang 6) sowie in Argentinien und Uruguay.

Die hohe Übereinstimmung zwischen Österreich und den osteuropäischen Staaten ist verblüffend. Die Produktionsteilung zwischen Ländern der österreichisch-ungarischen Monarchie war zwar auch in den zwanziger und dreißiger Jahren vorhanden, doch wäre anzunehmen, dass nach mehr als achtzig Jahren unterschiedlicher wirtschaftlicher und politischer Entwicklung kaum mehr Gemeinsamkeiten in der Produktionsverflechtung übrig geblieben sind.

Auch Anfang der neunziger Jahre stimmte die österreichische Exportstruktur am besten mit der Importstruktur Osteuropas überein. Den ersten Platz nahm damals Tschechien ein, den dritten die Slowakei, den vierten Kroatien, Polen lag an der 9. Stelle (Breuss *et al.*, 1997). Berechnungen für das Jahr 1986 bzw. 1982 haben hingegen eine eher geringe Übereinstimmung zwischen der Nachfrage der damaligen Tschechoslowakei und dem österreichischen Exportangebot ergeben (Stankovsky, 1988). Es wäre gut möglich, dass nach der allmählichen Rückkehr der Länder Osteuropas zu ihren alten, natürlichen Außenhandelsstrukturen nach 1989 die - systembedingt vorübergehend verdeckten - Gemeinsamkeiten auch statistisch wieder zum Vorschein kommen.

Unter den an der 11. bis 20. Stelle der Liste des SÜI gereihten Ländern sind sieben neue Märkte, davon fünf in Lateinamerika, zwei Oststaaten sowie Australien. Eine relativ günstige Exportstruktur hat Österreich auch in Bezug auf die Nachfrage in Kroatien, Mexiko, Russland, Ägypten, den USA sowie - bereits mit Einschränkungen - der Schweiz.

Übersicht 1.2: Strukturübereinstimmungsindex (SÜI)

	Strukturübereinstimmungsindex			Anteile am österr. Gesamtexport in % ø 99/00	Handelsbilanz Mio. € ø 99/00
	ø 99/00	ø93/94	Vergleich +=Verbesserung		
Polen	28,2	39,0	10,8	1,587	355,9
Slowenien	29,1	44,7	15,6	1,754	491,2
Tschechien	30,5	31,9	1,4	2,845	75,3
Kanada	33,8	47,3	13,5	0,693	50,1
Slowakei	34,7	33,7	-1,0	1,108	-183,4
Türkei	37,1	45,9	8,8	0,724	42,8
Argentinien	37,5	46,5	9,0	0,121	60,5
Ungarn	37,5	40,8	3,3	4,950	825,9
Uruguay	38,0	56,9	18,9	0,012	5,8
Mazedonien	38,7	51,6	12,9	0,089	47,6
Summe 10 Länder				13,884	1.771,7
Australien	39,1	42,3	3,2	0,460	264,7
Saudi-Arabien	39,7	47,7	8,0	0,234	53,1
Lettland	39,8	45,6	5,8	0,056	21,2
Panama	40,4	87,9	47,5	0,008	-2,6
Venezuela	40,6	47,6	7,0	0,067	42,3
Chile	40,9	39,2	-1,7	0,057	5,6
Jordanien	41,3	-	-	0,055	34,8
Serbien-Montenegro	41,3	-	-	0,247	129,8
Peru	41,5	44,7	3,2	0,030	13,5
Brasilien	41,8	48,9	7,1	0,430	95,1
Summe 20 Länder				15,528	2.429,2
Kroatien	42,0	34,5	-7,5	0,958	365,4
Mexiko	42,1	39,5	-2,6	0,218	44,7
Russland	42,3	47,3	5,0	0,864	-410,3
Ägypten	42,4	32,4	-10,0	0,198	108,0
Neuseeland	42,7	47,6	4,9	0,075	26,6
Algerien	42,8	51,1	8,3	0,098	-92,8
Bosnien-Herzegowina	42,8	-	-	0,235	123,1
USA	42,8	53,4	10,6	4,808	-674,7
Litauen	42,9	43,1	0,2	0,070	15,0
Guatemala	43,3	47,6	4,3	0,008	-6,9
Summe 30 Länder				23,061	1.927,3
Ukraine	43,7	49,8	6,1	0,264	-26,1
Kasachstan	44,5	60,6	16,1	0,030	-246,3
El Salvador	44,8	45,3	0,5	0,006	-1,9
Weißrussland	44,9	53,3	8,4	0,062	20,9
Estland	45,3	48,9	3,6	0,045	11,0
Iran	45,4	48,6	3,2	0,300	169,6
Schweiz	46,1	44,6	-1,5	6,186	1.764,5
Südafrika	46,4	41,9	-4,5	0,394	60,1
Kolumbien	46,7	46,0	-0,7	0,029	-2,3
Bulgarien	47,2	44,8	-2,4	0,324	130,3
Summe 40 Länder				30,700	3.807,1

Übersicht 1.2/Fortsetzung

	Strukturübereinstimmungsindex		Vergleich +=Verbesserung	Anteile am österr.	Handelsbilanz
	ø 99/00	ø93/94		Gesamlexport in % ø 99/00	Mio. € ø 99/00
Norwegen	47,3	54,9	7,6	0,391	147,5
Ecuador	47,4	54,6	7,2	0,009	-30,2
Kirgisien	47,4	63,4	16,0	0,002	1,3
Jamaika	47,8	-	-	0,002	0,5
Libanon	47,8	45,3	-2,5	0,040	24,7
Oman	48,2	66,6	18,4	0,018	11,6
Ver. Arab. Emirate	48,3	63,0	14,7	0,193	119,2
Honduras	49,2	-	-	0,006	-3,7
Costa Rica	49,5	37,4	-12,1	0,012	-16,7
Kuwait	49,5	58,8	9,3	0,045	29,0
Summe 50 Länder				31,417	4.090,3
Nigeria	49,7	45,1	-4,6	0,066	-126,9
Paraguay	49,7	53,2	3,5	0,004	2,4
Vietnam	51,2			0,053	-33,5
Syrien	51,3	55,9	4,6	0,046	-5,5
Georgien	52,5	57,7	5,2	0,010	5,0
Marokko	53,0	38,4	-14,6	0,042	-29,5
Aserbaidtschan	53,4	59,9	6,5	0,010	-24,1
Indonesien	53,6	50,9	-2,7	0,277	51,0
Tunesien	53,7	50,0	-3,7	0,054	-17,1
Pakistan	54,4	59,0	4,6	0,040	-15,0
Albanien	54,7	51,1	-3,6	0,017	8,1
Dom. Republik	54,7	65,2	10,5	0,009	3,6
Japan	55,0	48,8	-6,2	1,265	-1.002,4
Rumänien	56,2	54,3	-1,9	0,675	141,6
China	56,5	48,7	-7,8	0,678	-639,4
Moldawien	56,9	46,6	-10,3	0,013	-5,7
Usbekistan	57,7	67,2	9,5	0,042	11,1
Taiwan	58,1	56,5	-1,6	0,356	-352,6
Turkmenistan	59,1	66,1	7,0	0,008	-8,8
Thailand	59,9	48,4	-11,5	0,179	-65,2
Hongkong	61,7	55,6	-6,1	0,585	186,6
Südkorea	65,3	55,8	-9,5	0,356	-94,3
Sri Lanka	65,9	62,6	-3,3	0,016	-6,7
Israel	67,6	39,4	-28,2	0,204	16,6
Bahrain	68,4	53,8	-14,6	0,015	8,5
Singapur	68,6	64,4	-4,2	0,285	64,1
Malaysia	70,7	62,4	-8,3	0,131	-111,5
Philippinen	70,9	48,9	-22,0	0,102	15,7
Armenien	71,5	66,6	-4,9	0,005	3,2
Indien	75,9	61,7	-14,2	0,168	-41,2
Tadschikistan	85,9	71,9	-14,0	0,001	-2,2
Summe 81 Länder				37,128	2.026,2

Q: UNO.

Insgesamt stimmt die österreichische Exportstruktur am besten mit der Nachfrage Osteuropas überein. Von den Ländern dieser Region haben nur Albanien, Rumänien und Moldawien

einen von unserem Exportpotential abweichenden Importbedarf. In Bezug auf die Nachfolgestaaten der UdSSR in Asien ist das österreichische Exportangebot nicht sehr günstig. Am besten platziert ist in dieser Gruppe Kasachstan auf Rang 32.

Gute Ergebnisse liefert der SÜI auch in Bezug auf Lateinamerika sowie den Nahen Osten. Dieses Ergebnis legt es nahe, diesen bisher nur wenig beachteten Regionen mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Im Nahen Osten könnte Österreich Vorteile aus der Mittelmeerpolitik der EU ziehen, die die Schaffung einer europäisch-mediterranen Zone der politischen Stabilität und Sicherheit auf Grundlage einer umfassenden Freihandelszone bis zum Jahr 2020 zum Ziel hat (vgl. hierzu *Stankovsky - Wolfmayr-Schnitzer, 1996*). Auch die Handelsbeziehungen mit Lateinamerika werden von der EU gefördert³⁾.

Auf kurze Sicht weniger Erfolg versprechend scheint das österreichische Exportangebot in Bezug auf die fernöstlichen Länder Japan, China, Taiwan, Hongkong, Singapur, Südkorea sowie Malaysia zu sein. Auch zu den Importbedürfnissen von Indien passen unsere Exporte nur wenig. Eine Ausweitung der österreichischen Exporte in die Länder dieser Region wird sich vor allem auf eine Anpassung des Angebots stützen müssen.

Bei den gegenwärtig zehn bestplatzierten Ländern hat sich der SÜI (mit Ausnahme einer geringen Verschlechterung bei der Slowakei) gegenüber der Situation Anfang der neunziger Jahre verbessert. Auch bei den 30 bestplatzierten Ländern überwiegt die Verbesserung. Enttäuschend ist hingegen das Ergebnis eines Vergleichs des SÜI in Bezug auf Fernost, der in den meisten Fällen eine Verschlechterung zeigt.

Die zehn Länder mit dem besten SÜI waren mit 13,9% am österreichischen Export beteiligt, die Handelsbilanz war mit 1,8 Mrd. € aktiv. Länder mit besonders günstigen Importstrukturen für Österreich sind überwiegend relativ bedeutende Handelspartner, nur in einem Fall ist der Exportanteil geringer als 0,1% (Uruguay). Ebenfalls mit einer Ausnahme (Slowakei) war die Handelsbilanz mit Ländern dieser Gruppe aktiv. Diese Ergebnisse unterstützen die Vermutung, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen Exportanteil und SÜI gibt.

1.2.2 Nachfragedynamik

Die Exporte hängen im hohen Maß von der Größe und Dynamik der Märkte ab. Als Schwerpunktländer des österreichischen Exports sollten deshalb Länder ausgewählt werden, die in absehbarer Zukunft eine überdurchschnittliche Nachfragestärke und voraussichtlich eine überdurchschnittliche wirtschaftliche Dynamik erreichen werden. Während in Bezug auf Niveaugrößen (Nachfragestärke, z. B. BIP pro Kopf) zumeist auch auf mittlere Sicht eine relativ

³⁾ Die Beziehungen zwischen der EU und Lateinamerika werden sowohl auf bi-regionaler Basis (Rio-Gruppe, gegründet 1986, strategische Partnerschaft zwischen der EU und Lateinamerika und der Karibik) als auch in der Form eines spezialisierten Dialoges mit subregionalen Gruppierungen wie MERCOSUR, Anden-Gruppe usw. gefördert. Die EU ist der zweitwichtigste Handelspartner Lateinamerikas und der größte Investor. Die wirtschaftliche Kooperation zwischen der EU und Lateinamerika wird durch zahlreiche Programme unterstützt: AL-INVEST = Förderung von Investitionen europäischer Unternehmen in lateinamerikanischen Firmen; ALFA = Kooperation im Bereich höherer Bildung; ALURE = Förderung einer effizienten Verwendung von Energie; ATLAS = Erleichterung der wirtschaftlichen Kooperation zwischen Europa und Lateinamerika durch das Netzwerk von Industrie- und Handelskammern (vgl. hierzu näher http://europa.eu.int/comm/external_relations/la/index.htm).

hohe Konstanz erwartet werden kann, gibt es in Bezug auf die Dynamik erhebliche Unsicherheiten und länderspezifische Unterschiede.

Für die in die Untersuchung einbezogenen Länder liegen keine einheitlichen und verlässlichen, mittel- und längerfristigen Prognosen vor. Die Studie orientiert sich daher an den Ergebnissen der jüngeren Vergangenheit (neunziger Jahre). Dabei wird eine Stabilität der zugrunde liegenden wirtschaftlichen und politischen Strukturen angenommen: Länder, die rasch gewachsen sind, werden auch in naher Zukunft wirtschaftlich erfolgreich sein. Dieser Ansatz stellt natürlich ein gewisses Risiko bei der Bewertung der Schwerpunktländer dar. So muss z. B. bei den Oststaaten berücksichtigt werden, dass sie Anfang der neunziger Jahre eine vorübergehende Transformationsrezession durchgemacht haben.

Um eine Kennzahl für das Nachfragepotential zu bestimmen, wurde ein Nachfrageindex (NI) konstruiert, der sowohl das Niveau als auch die Dynamik der Nachfrage berücksichtigt. Der Nachfrageindex setzt sich aus folgenden sieben volkswirtschaftlichen Kennzahlen der Exportdestinationen zusammen:

Kennzahlen für das Niveau der Nachfrage ("Marktgröße"):

- Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2000 zu Preisen 1995 in Mio. USD (BIP real)
- Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2000 zu Preisen 1995 pro Kopf in USD (BIP real pro Kopf)
- Warenimporte nominell im Jahr 2000 in Mio. USD
- Bevölkerung im Jahr 2000 in Mio. Personen

Kennzahlen für die Nachfragedynamik

- Wachstumsrate⁴⁾ 1993/2000 des BIP real zu Preisen 1995
- Wachstumsrate 1993/2000 des BIP real pro Kopf zu Preisen 1995
- Wachstumsrate 1993/2000 der Importe von Waren und Dienstleistungen real zu Preisen 1995

Der Nachfrageindex wurde, ebenso wie in einer früheren WIFO-Studie (Url, 1991), aus standardisierten Werten in Form des Euklidischen Distanzmaßes berechnet. Den höchsten Wert des Nachfrageindex erreichen die USA vor China, Indien, Japan und Vietnam. Übersicht A1.1 (Anhang) enthält die Basiswerte, Übersicht A1.2 zeigt die standardisierten Werte für die einzelnen Teilkomponenten sowie den Gesamtindex. Die jeweils drei besten Werte jeder Kategorie wurden hervorgehoben. Die USA weisen Spitzenwerte bei zwei Kennzahlen der Marktgröße (BIP real und Warenimporte) aus, China bei zwei Kennzahlen der Wirtschaftsdynamik (Wachstum des BIP real und des BIP real pro Kopf) sowie bei der Bevölkerung. Der Spitzereiter beim BIP real pro Kopf ist die Schweiz, beim Importwachstum Vietnam.

Unter den zehn Ländern mit dem höchsten NI sind vier traditionelle Märkte (USA, Japan, die Schweiz und Norwegen) sowie sechs neue Märkte, davon vier aus Fernost (China, Vietnam, Singapur und Taiwan) sowie Indien (Übersicht 1.3). Etwas überraschend ist die gute

⁴⁾ Bei den Wachstumsraten wurde die durchschnittliche jährliche Veränderung in Prozent 1993/2000 berechnet, wobei die Periode 1993/1997 mit 30%, die Periode 1997/2000 mit 70% gewichtet wurde.

Platzierung der Dominikanischen Republik, die sehr gute Ergebnisse bei allen Kennzahlen der Dynamik erreicht. Europäische Oststaaten kommen in der Spitzengruppe nicht vor.

Bei den auf Rang 11 bis 20 des Nachfrageindex platzierten Ländern sind europäische Oststaaten fünfmal vertreten (Polen, Ungarn, Slowenien, Lettland und Albanien), ferner zwei OECD-Länder (Kanada, Australien) sowie Armenien, Südkorea und Sri Lanka. In der dritten Zehnergruppe sind drei Länder aus dem Nahen Osten (Tunesien, Ägypten, Israel), zwei Länder aus Lateinamerika (Mexiko, Costa Rica), zwei europäische Oststaaten (Estland, Slowakei) und zwei Nachfolgestaaten der UdSSR in Asien. Relativ schlecht schneiden Tschechien und Thailand ab, auf den letzten Rängen befinden sich Russland und die Ukraine. Der Aufholprozess Russlands in den letzten Jahren fand in der Statistik noch keinen Niederschlag.

Für die zehn erstplatzierten Länder dieser Gruppe sind 14,2% des österreichischen Exports (d. h. fast 40% des Samples) bestimmt. Dieses gute Ergebnis ist allerdings maßgeblich auf die Ausfuhren in die USA und in die Schweiz zurückzuführen. Ohne diese Exporte werden in Staaten mit hohem Nachfragepotential nur 3,2% der österreichischen Exporte abgesetzt. Gleichzeitig erwirtschaftet Österreich mit der Gruppe der zehn Länder mit dem höchsten Nachfrageindex ein Handelsbilanzdefizit von 0,8 Mrd. €. Wesentlich besser sind die Ergebnisse der zweiten Gruppe mit einem Anteil von fast 10% am österreichischen Export und einer deutlich positiven Handelsbilanz.

Frühere WIFO-Studien brachten in Bezug auf die Nachfragedynamik potentieller Exportmärkte ähnliche Ergebnisse wie die jetzt vorliegende Untersuchung. In *Breuss et al.* (1997) wurde der Nachfrageindex aus gewogenen Wachstumsraten des BIP und des BIP pro Kopf in der ersten Hälfte der neunziger Jahre berechnet, wobei OECD-Länder nicht einbezogen wurden. Unter den zehn bestplatzierten Ländern befanden sich sieben in Fernost (China, Singapur, Thailand, Malaysia, Südkorea, Indonesien und Taiwan). Mit Ausnahme von Indonesien und Thailand – Länder, die durch die Krise in Fernost in den Jahren 1997/98 besonders betroffen gewesen sind – nehmen auch Länder dieser Region nach der aktuellen Berechnung Spitzenplätze beim Nachfrageindex ein. Lateinamerika war durch Peru vertreten. Die Oststaaten – die in der ersten Hälfte der neunziger Jahre eine tiefe Transformationskrise durchgemacht haben – haben damals schlechtere Ergebnisse verzeichnet.

Übersicht 1.3: Nachfrageindex (NI)

	Nachfrage- index	Anteile am österreichischen Gesamtexport in % ø 99/00	Handelsbilanz Mio. € ø 99/00
USA	2,053	4,808	-674,7
China	1,969	0,678	-639,4
Indien	1,616	0,168	-41,2
Japan	1,602	1,265	-1.002,4
Vietnam	1,535	0,053	-33,5
Dom. Rep.	1,522	0,009	3,6
Singapur	1,520	0,285	64,1
Schweiz	1,519	6,186	1.764,5
Taiwan	1,473	0,356	-352,6
Norwegen	1,433	0,391	147,5
Summe 10 Länder		14,198	-764,1
Polen	1,412	1,587	355,9
Südkorea	1,405	0,356	-94,3
Armenien	1,403	0,005	3,2
Ungarn	1,400	4,950	825,9
Slowenien	1,387	1,754	491,2
Kanada	1,380	0,693	50,1
Australien	1,368	0,460	264,7
Sri Lanka	1,363	0,016	-6,7
Lettland	1,358	0,056	21,2
Albanien	1,354	0,017	8,1
Summe 20 Länder		24,093	1.155,2
Estland	1,350	0,045	11,0
Mexiko	1,348	0,218	44,7
Turkmenistan	1,345	0,008	-8,8
Costa Rica	1,343	0,012	-16,7
Tunesien	1,333	0,054	-17,1
Ägypten	1,330	0,198	108,0
Israel	1,302	0,204	16,6
Slowakei	1,297	1,108	-183,4
Hongkong	1,292	0,585	186,6
Aserbaidtschan	1,278	0,010	-24,1
Summe 30 Länder		26,535	1.272,0
Chile	1,265	0,057	5,6
Kroatien	1,261	0,958	365,4
Mazedonien	1,230	0,089	47,6
Weißrussland	1,230	0,062	20,9
Malaysia	1,228	0,131	-111,5
Neuseeland	1,228	0,075	26,6
Guatemala	1,225	0,008	-6,9
El Salvador	1,217	0,006	-1,9
Bahrain	1,197	0,015	8,5
Marokko	1,179	0,042	-29,5
Summe 40 Länder		27,977	1.596,8

Übersicht 1.3/Fortsetzung

	Nachfrage- index	Anteile am österreichischen Gesamtexport in % ø 99/00	Handelsbilanz Mio. € ø 99/00
Panama	1,179	0,008	-2,6
Bulgarien	1,164	0,324	130,3
Algerien	1,162	0,098	-92,8
Brasilien	1,162	0,430	95,1
Syrien	1,159	0,046	-5,5
Türkei	1,151	0,724	42,8
Peru	1,149	0,030	13,5
Tschechien	1,146	2,845	75,3
Jordanien	1,140	0,055	34,8
Oman	1,138	0,018	11,6
Summe 50 Länder		32,556	1.899,3
Nigeria	1,134	0,066	-126,9
Pakistan	1,133	0,040	-15,0
Philippinen	1,128	0,102	15,7
Iran	1,120	0,300	169,6
Litauen	1,106	0,070	15,0
Südafrika	1,103	0,394	60,1
Bosnien-Herzegowina	1,086	0,235	123,1
Honduras	1,080	0,006	-3,7
Libanon	1,073	0,040	24,7
Uruguay	1,070	0,012	5,8
Argentinien	1,050	0,121	60,5
Usbekistan	1,044	0,042	11,1
Thailand	1,042	0,179	-65,2
VAE	1,041	0,193	119,2
Kasachstan	1,041	0,030	-246,3
Kuwait	1,037	0,045	29,0
Rumänien	1,036	0,675	141,6
Saudi-Arabien	1,028	0,234	53,1
Georgien	1,025	0,010	5,0
Kirgisien	1,001	0,002	1,3
Russland	0,994	0,864	-410,3
Kolumbien	0,976	0,029	-2,3
Venezuela	0,960	0,067	42,3
Jamaika	0,951	0,002	0,5
Tadschikistan	0,950	0,001	-2,2
Indonesien	0,924	0,277	51,0
Paraguay	0,898	0,004	2,4
Ecuador	0,888	0,009	-30,2
Serbien-Montenegro	0,879	0,247	129,8
Ukraine	0,854	0,264	-26,1
Moldawien	0,812	0,013	-5,7
Summe 81 Länder		37,128	2.026,2

Q: WIFO, WIIW, IMF, OECD, World Bank.

Die Studie von *Url* (1991) stützte sich bei der Berechnung der Nachfrage auf (gewogene) Wachstumsraten des realen BIP und anderer Kennzahlen in den Jahren 1965 bis 1988, das Niveau der Nachfrage im Jahr 1988 sowie die Struktur der Nachfrage 1965 und 1988. Die OECD-Länder und auch die Oststaaten wurden hier nicht berücksichtigt. Verwendet wurde derselbe Index wie in der jetzt vorliegenden Studie. Die Spitzenränge erreichten China, Taiwan, Hongkong, Singapur, Südkorea, Malaysia und Indonesien. Aus der Region Naher Osten waren Israel, Jemen und Saudi-Arabien gut platziert, Südamerika war durch Ecuador und Argentinien vertreten.

1.3 Auswahl der Schwerpunktländer

Die Auswahl der Schwerpunktländer folgt einem mehrstufigen Konzept: Im ersten Schritt wurden durch eine Kombination der Kennzahlen Nachfrageindex und Strukturübereinstimmungsindex jene Länder gesucht, die den herkömmlichen Vorstellungen von "Wachstumsmärkten" (hohes Nachfragepotential) entsprechen und in welchen die österreichische Exportwirtschaft gleichzeitig auch die Chance hat, sich auf kurze und mittlere Sicht zu behaupten (gute Strukturübereinstimmung).

Dieser Auswahlprozess ergab folgende Ergebnisse:

Traditionelle Märkte: In der Gruppe der traditionellen Märkte erreichen die OECD-Länder die höchste Nachfragedynamik, während die höchste Übereinstimmung der Außenhandelsstrukturen bei den Ländern Ost-Mittleuropas besteht. Wird der Median als Unterscheidungskriterium gewählt (Länder, die beim SÜI unter diesem und beim NI über diesem liegen), so werden Polen, Ungarn, Slowenien, Kanada, Australien, Lettland und die Slowakei zu den Schwerpunktländern gezählt⁵⁾. In die Gruppe der Schwerpunktländer wurden auch Staaten mit einem guten SÜI bzw. NI aufgenommen, sofern sie bei dem jeweils anderen Kriterium zumindest mittlere Werte erreichen. Diese zusätzliche Qualifikation betrifft die USA (hoher NI) sowie Kroatien, Mazedonien und Tschechien (hoher SÜI). Von den insgesamt 26 traditionellen Märkten zählen somit 11 Länder zu den Schwerpunktländern: fünf Länder in Ost-Mittleuropa, zwei in Südosteuropa, eines im Baltikum sowie drei OECD-Länder in Übersee (Übersicht 1.4). Mit 1. Mai 2004 werden sechs dieser 11 Schwerpunktländer Mitglieder der EU (Polen, Ungarn, Slowenien, Lettland, Slowakei, Tschechien). Dies wird den Marktzutritt erleichtern und Österreich manche Wettbewerbsvorteile gegenüber Anbietern aus Ländern außerhalb der EU verschaffen. Andererseits werden einige Instrumente der Exportförderung nicht mehr anwendbar sein.

⁵⁾ Der Median teilt die nach der Größe geordneten Daten in zwei gleich große Hälften und zeigt damit den mittleren Wert der Datenreihe an.

Übersicht 1.4: Auswahl der Schwerpunktländer: Traditionelle Märkte

	Gereiht nach dem SÜI				Gereiht nach dem NI		AUSWAHL	NI	SÜI	SÜI und NI
	SÜI	NI	BI ¹⁾		SÜI	NI				
Polen	28,2	1,41	2	USA	42,8	2,05	USA	x	0	x
Slowenien	29,1	1,39	2	Japan	55,0	1,60	Japan	x	0	
Tschechien	30,5	1,15	2	Schweiz	46,1	1,52	Schweiz	x	0	
Kanada	33,8	1,38	0	Norwegen	47,3	1,43	Norwegen	x	0	
Slowakei	34,7	1,30	3	Polen	28,2	1,41	Polen	x	x	
Ungarn	37,5	1,40	2	Ungarn	37,5	1,40	Ungarn	x	x	
Mazedonien	38,7	1,23	7	Slowenien	29,1	1,39	Slowenien	x	x	
Australien	39,1	1,37	0	Kanada	33,8	1,38	Kanada	x	x	
Lettland	39,8	1,36	4	Australien	39,1	1,37	Australien	x	x	
Serbien-Mont.	41,3	0,88	7	Lettland	39,8	1,36	Lettland	x	x	
Kroatien	42,0	1,26	4	Albanien	54,7	1,35	Albanien	x	0	
Russland	42,3	0,99	5	Estland	45,3	1,35	Estland	x	0	
Neuseeland	42,7	1,23	0	Slowakei	34,7	1,30	Slowakei	x	x	
USA	42,8	2,05	0	Kroatien	42,0	1,26	Kroatien	0	x	x
Bosnien-Herzeg.	42,8	1,09	7	Mazedonien	38,7	1,23	Mazedonien	0	x	x
Litauen	42,9	1,11	4	Weißrussland	44,9	1,23	Weißrussland	0	0	
Ukraine	43,7	0,85	7	Neuseeland	42,7	1,23	Neuseeland	0	x	
Weißrussland	44,9	1,23	7	Bulgarien	47,2	1,16	Bulgarien	0	0	
Estland	45,3	1,35	3	Tschechien	30,5	1,15	Tschechien	0	x	x
Schweiz	46,1	1,52	0	Litauen	42,9	1,11	Litauen	0	0	
Bulgarien	47,2	1,16	5	Bosnien-Herzeg.	42,8	1,09	Bosnien-Herzeg.	0	0	
Norwegen	47,3	1,43	0	Rumänien	56,2	1,04	Rumänien	0	0	
Albanien	54,7	1,35	7	Russland	42,3	0,99	Russland	0	x	
Japan	55,0	1,60	0	Serbien-Mont.	41,3	0,88	Serbien-Mont.	0	x	
Rumänien	56,2	1,04	6	Ukraine	43,7	0,85	Ukraine	0	0	
Moldawien	56,9	0,81	7	Moldawien	56,9	0,81	Moldawien	0	0	
Median	42,75			Median		1,28				
Mittelwert	42,52			Mittelwert		1,27				

¹⁾ Bonitätsindex.

Übersicht 1.5: Auswahl der Schwerpunktländer: Neue Märkte

	Gereiht				Gereiht		AUSWAHL	NI	SÜI	SÜI und NI
	nach dem SÜI				nach dem NI					
	SÜI	NI	BI ¹⁾		SÜI	NI				
Türkei	37,1	1,15	6	China	56,5	1,97	China	x	0	
Argentinien	37,5	1,05	7	Indien	75,9	1,62	Indien	x	0	
Uruguay	38,0	1,07	6	Vietnam	51,2	1,53	Vietnam	x	0	x
Saudi-Arabien	39,7	1,03	3	Dom. Rep.	54,7	1,52	Dom. Rep.	x	0	
Panama	40,4	1,18	4	Singapur	68,6	1,52	Singapur	x	0	
Venezuela	40,6	0,96	6	Taiwan	58,1	1,47	Taiwan	x	0	
Chile	40,9	1,27	2	Südkorea	65,3	1,40	Südkorea	x	0	
Jordanien	41,3	1,14	6	Armenien	71,5	1,40	Armenien	x	0	
Peru	41,5	1,15	5	Sri Lanka	65,9	1,36	Sri Lanka	x	0	
Brasilien	41,8	1,16	6	Mexiko	42,1	1,35	Mexiko	x	x	
Mexiko	42,1	1,35	3	Turkmenistan	59,1	1,34	Turkmenistan	x	0	
Ägypten	42,4	1,33	4	Costa Rica	49,5	1,34	Costa Rica	x	x	
Algerien	42,8	1,16	4	Tunesien	53,7	1,33	Tunesien	x	0	
Guatemala	43,3	1,22	6	Ägypten	42,4	1,33	Ägypten	x	x	
Kasachstan	44,5	1,04	6	Israel	67,6	1,30	Israel	x	0	
El Salvador	44,8	1,22	4	Hongkong	61,7	1,29	Hongkong	x	0	
Iran	45,4	1,12	4	Aserbajdschan	53,4	1,28	Aserbajdschan	x	0	
Südafrika	46,4	1,10	4	Chile	40,9	1,27	Chile	x	x	
Kolumbien	46,7	0,98	6	Malaysia	70,7	1,23	Malaysia	x	0	
Ecuador	47,4	0,89	7	Guatemala	43,3	1,22	Guatemala	x	x	
Kirgisien	47,4	1,00	7	El Salvador	44,8	1,22	El Salvador	x	x	
Jamaika	47,8	0,95	5	Bahrain	68,4	1,20	Bahrain	x	0	
Libanon	47,8	1,07	7	Marokko	53,0	1,18	Marokko	x	0	
Oman	48,2	1,14	3	Panama	40,4	1,18	Panama	x	x	
VAE	48,3	1,04	2	Algerien	42,8	1,16	Algerien	x	x	
Honduras	49,2	1,08	7	Brasilien	41,8	1,16	Brasilien	x	x	
Costa Rica	49,5	1,34	3	Syrien	51,3	1,16	Syrien	x	0	
Kuwait	49,5	1,04	2	Türkei	37,1	1,15	Türkei	x	x	
Nigeria	49,7	1,13	7	Peru	41,5	1,15	Peru	x	x	
Paraguay	49,7	0,90	6	Jordanien	41,3	1,14	Jordanien	0	x	x
Vietnam	51,2	1,53	5	Oman	48,2	1,14	Oman	0	x	
Syrien	51,3	1,16	7	Nigeria	49,7	1,13	Nigeria	x	0	
Georgien	52,5	1,02	7	Pakistan	54,4	1,13	Pakistan	x	0	
Marokko	53,0	1,18	4	Philippinen	70,9	1,13	Philippinen	x	0	
Aserbajdschan	53,4	1,28	6	Iran	45,4	1,12	Iran	x	0	
Indonesien	53,6	0,92	6	Südafrika	46,4	1,10	Südafrika	x	0	
Tunesien	53,7	1,33	3	Honduras	49,2	1,08	Honduras	x	0	
Pakistan	54,4	1,13	7	Libanon	47,8	1,07	Libanon	0	x	
Dom. Rep.	54,7	1,52	5	Uruguay	38,0	1,07	Uruguay	0	x	x
China	56,5	1,97	2	Argentinien	37,5	1,05	Argentinien	0	x	x
Usbekistan	57,7	1,04	7	Usbekistan	57,7	1,04	Usbekistan	0	0	
Taiwan	58,1	1,47	1	Thailand	59,9	1,04	Thailand	0	0	
Turkmenistan	59,1	1,34	7	VAE	48,3	1,04	VAE	0	x	
Thailand	59,9	1,04	3	Kasachstan	44,5	1,04	Kasachstan	0	x	
Hongkong	61,7	1,29	2	Kuwait	49,5	1,04	Kuwait	0	x	
Südkorea	65,3	1,40	2	Saudi-Arabien	39,7	1,03	Saudi-Arabien	0	x	
Sri Lanka	65,9	1,36	5	Georgien	52,5	1,02	Georgien	0	x	
Israel	67,6	1,30	3	Kirgisien	47,4	1,00	Kirgisien	0	x	
Bahrain	68,4	1,20	3	Kolumbien	46,7	0,98	Kolumbien	0	x	
Singapur	68,6	1,52	1	Venezuela	40,6	0,96	Venezuela	0	x	
Malaysia	70,7	1,23	2	Jamaika	47,8	0,95	Jamaika	0	x	
Philippinen	70,9	1,13	4	Tadschikistan	85,9	0,95	Tadschikistan	0	0	
Armenien	71,5	1,40	7	Indonesien	53,6	0,92	Indonesien	0	x	
Indien	75,9	1,62	3	Paraguay	49,7	0,90	Paraguay	0	x	
Tadschikistan	85,9	0,95	7	Ecuador	47,4	0,89	Ecuador	0	x	
Median	49,5			Median	1,15					
Mittelwert	52,2			Mittelwert	1,19					

¹⁾ Bonitätsindex.

Neue Märkte: Unter den insgesamt 55 neuen Märkten erreichen den höchsten NI die meisten Länder in Fernost, einige Länder Lateinamerikas, einige Länder im Nahen Osten sowie drei Nachfolgestaaten der UdSSR in Asien. Von den zehn neuen Märkten mit der kräftigsten Nachfragedynamik hat nur ein Land (Mexiko) eine aus österreichischer Sicht günstige Importstruktur. Die meisten dynamischen Länder in Asien (China, Indien, Singapur, Taiwan, Südkorea) zeigen in Bezug auf den österreichischen Export einen ungünstigen Strukturübereinstimmungsindex. Bedenklich ist, dass sich dieser Index im Vergleich zu den Werten Anfang der 90er Jahre oft verschlechtert hat (China, Indien, Thailand, Israel). Zwischen dem NI und dem für Österreich günstigen SÜI besteht ein negativer Zusammenhang ($r = 0,325$). Wird der Median als Unterscheidungsmerkmal herangezogen, so qualifizieren sich 11 Staaten als Schwerpunktländer. Zusätzlich wurden als Schwerpunktländer auch Staaten mit einem guten SÜI bzw. NI aufgenommen, sofern sie bei dem jeweils anderen Kriterium zumindest mittlere Werte erreichen. Dies betrifft Vietnam (hoher NI) sowie Jordanien, Uruguay und Argentinien. Insgesamt zählen somit in der Gruppe der neuen Märkte 15 Staaten zu den Schwerpunktländern. Sie konzentrieren sich auf den Nahen Osten (Tunesien, Ägypten usw.) sowie auf Südamerika (Mexiko, Guatemala, usw., Übersicht 1.5).

Insgesamt wurden somit 26 Schwerpunktländer - davon 11 traditionelle Märkte und 15 neue Märkte ausgewählt.

1.4 Die Wettbewerbsposition Österreichs in den Schwerpunktländern

1.4.1 Österreich und ausgewählte Konkurrenzländer im Vergleich

Um die Exportchancen in den Schwerpunktländern besser beurteilen zu können, wurde die Marktposition Österreichs mit jener ausgewählter Konkurrenzländer verglichen. Analysiert werden die Kennzahlen Strukturübereinstimmungsindex und Marktanteil.

1.4.1.1 Strukturübereinstimmungsindex

Die Übersichten 1.6 und 1.7 bringen einen Vergleich der Strukturübereinstimmungsindizes von Österreich und ausgewählten Konkurrenzländern in den Schwerpunktländern. Die Werte für die Vergleichsländer wurden als Differenz zum österreichischen Wert dargestellt. Ein negativer Wert bedeutet, dass der SÜI des Konkurrenzlandes weniger günstig als jener von Österreich ist⁶⁾. Die jeweils "beste" Strukturübereinstimmung wurde hervorgehoben.

Der Vergleich zeigt, dass Österreich in fast allen Schwerpunktländern innerhalb der Gruppe der traditionellen Märkte das beste oder zumindest das zweitbeste Ergebnis erreicht. Auch wenn es sich bei den Schwerpunktländern um Länder handelt, die unter dem Aspekt einer hohen Strukturübereinstimmung mit Österreich ausgewählt worden sind, sind die guten Ergebnisse im internationalen Vergleich überraschend und keineswegs trivial. Sie bestätigen die Hypothese, dass Österreich in den Schwerpunktländern gute Exportchancen hat.

⁶⁾ Der SÜI in Polen zeigt für Österreich einen Wert von 28,2, für Deutschland von 36,5, die Differenz beträgt -8,3.

Übersicht 1.6: Strukturübereinstimmungsindex in den Schwerpunktländern: Traditionelle Märkte Österreich und die Konkurrenzländer im Vergleich

	Österreich		Konkurrenzländer ²⁾							
	ø99/00	Vergl. zu ø93/94 ¹⁾	Deutschland	Ungarn	Niederlande	Dänemark	Schweden	Schweiz	Finnland	Norwegen
			Differenz zwischen Österreich und Konkurrenzland ø99/00							
Polen	28,2	10,8	-8,3	-19,7	-19,8	-16,7	-16,0	-31,7	-31,3	-35,7
Slowenien	29,1	15,6	2,6	-20,3	-25,8	-23,6	-25,5	-36,9	-38,8	-36,0
Tschechien	30,5	1,4	-12,0	-18,3	-18,4	-14,3	-18,5	-28,9	-33,3	-33,4
Kanada	33,8	13,5	-0,4	-11,7	-18,0	-25,5	-22,7	-37,9	-37,7	-37,2
Slowakei	34,7	-1,0	-9,6	-17,4	-24,1	-17,9	-19,6	-29,0	-36,7	-32,8
Ungarn	37,5	3,3	-12,5		-12,7	-15,6	-14,1	-30,3	-26,2	-30,2
Mazedonien	38,7	12,9	5,3	-20,6	-17,6	-13,0	-16,1	-24,9	-25,1	-28,7
Australien	39,1	3,2	10,1	-6,8	-1,8	-10,9	-10,8	-25,8	-21,9	-30,6
Lettland	39,8	5,8	-5,0	-18,0	-12,9	0,8	-7,3	-16,0	-20,2	-29,3
Kroatien	42,0	-7,5	13	-16,0	-15,9	-13,4	-20,2	-27,8	-26,4	-21,1
USA	42,8	10,6	15,2	-1,1	0,7	-17,7	-18,8	-29,7	-27,1	-31,8
Mittelwert										
Traditionelle Märkte			-0,1	-10,4	-15,1	-15,3	-17,2	-29,0	-29,5	-31,5
Oststaaten			-3,3	-18,6	-18,4	-14,2	-17,2	-28,2	-29,8	-30,9
Übersee			8,3	-6,5	-6,4	-18,0	-17,4	-31,1	-28,9	-33,2

Q; UNO. - ¹⁾ Minus bedeutet eine Verschlechterung gegenüber dem Durchschnitt 93/94. - ²⁾ Minus bedeutet, dass Österreichs Exportstruktur besser zum Schwerpunktland passt.

In den traditionellen Märkten hat unter den Konkurrenzländern nur Deutschland eine ähnlich günstige Exportstruktur. Der Mittelwert des SÜI für die traditionellen Märkte erreicht für die beiden Länder fast genau denselben Wert. In den Oststaaten schneidet Österreich etwas besser ab (Mittelwert für Deutschland -3,3). Österreichs Exportstruktur ist vor allem in Bezug auf die Nachfrage von Ungarn und Tschechien, aber auch in Bezug auf die Slowakei und Polen deutlich günstiger als jene von Deutschland. Deutschland schneidet in den südosteuropäischen Ländern Kroatien, Mazedonien und Slowenien besser als Österreich ab.

Ein etwas anderes Bild zeigt sich in Bezug auf die restlichen OECD-Länder: Hier erreicht Deutschland einen deutlichen Vorsprung (Mittelwert 8,3) wobei die Exportstruktur Deutschlands vor allem in den USA und Australien günstiger als jene Österreichs ist. Die Werte für Kanada sind etwa gleich hoch.

Übersicht 1.7: Strukturübereinstimmungsindex in den Schwerpunktländern: Neue Märkte Österreich und die Konkurrenzländer im Vergleich

	Österreich		Konkurrenzländer ²⁾							
	ø99/00	Vergl. zu ø93/94 ¹⁾	Deutschland	Ungarn	Niederlande	Dänemark	Schweden	Schweiz	Finnland	Norwegen
			Differenz zwischen Österreich und Konkurrenzland ø99/00							
Türkei	37,1	8,8	2,2	-4,0	-13,6	-12,1	-15,7	-17,2	-26,5	-28,6
Argentinien	37,5	9,0	-4,1	0,3	-8,8	-10,7	-12,5	-14,5	-25,5	-29,3
Uruguay	38,0	18,9	-8,0	-6,8	-4,2	-13,4	-15,9	-21,6	-21,2	-30,0
Panama	40,4	47,5	11,8	-13,9	-10,3	-13,5	-13,1	-24,9	-25,9	-31,3
Chile	40,9	-1,7	-1,6	-3,8	-7,9	-3,8	-10,0	-13,1	-25,7	-26,2
Jordanien	41,3		14,1	-15,5	-15,4	-20,5	-21,7	-25,8	-25,6	-30,6
Peru	41,5	3,2	-4,7	-5,2	-8,3	-5,5	-12,1	-14,0	-21,1	-26,5
Brasilien	41,8	7,1	-3,7	-3,2	-9,3	-6,8	-13,5	-16,6	-16,6	-26,5
Mexiko	42,1	-2,6	-10,1	-14,8	-16,5	-12,1	-13,5	-26,9	-28,1	-29,6
Ägypten	42,4	-10,0	-14,3	-5,9	-10,8	-20,3	-23,7	-13,2	-18,3	-25,4
Algerien	42,8	8,3	-4,7	-7,9	-3,7	-17,7	-22,3	-26,0	-11,8	-27,3
Guatemala	43,3	4,3	-0,6	0,5	-5,1	-12,5	-16,2	-8,0	-20,4	-25,4
El Salvador	44,8	0,5	-4,4	6,0	1,0	-10,3	-15,2	-4,4	-16,6	-22,9
Costa Rica	49,5	-12,1	-3,7	-14,6	-12,9	-0,6	-17,3	-18,5	-17,3	-25,7
Vietnam	51,2		-6,9	-7,5	-2,6	-9,2	-18,2	-17,5	-4,8	-16,4
Mittelwert										
Neue Märkte			-2,6	-6,4	-8,6	-11,3	-16,1	-17,5	-20,4	-26,8
Südamerika			-2,9	-5,6	-8,2	-8,9	-13,9	-16,3	-21,8	-27,3
Naher Osten			-0,7	-8,3	-10,9	-17,7	-20,9	-20,6	-20,6	-28,0
Fernost			-6,9	-7,5	-2,6	-9,2	-18,2	-17,5	-4,8	-16,4

Q: UNO. - ¹⁾ Minus bedeutet eine Verschlechterung gegenüber dem Durchschnitt 93/94. - ²⁾ Minus bedeutet, dass Österreichs Exportstruktur besser zum Schwerpunktländ passt.

Österreich und Deutschland haben hinsichtlich der ausgewählten traditionellen Märkte eine deutlich günstigere Exportstruktur als alle anderen ausgewählten Konkurrenzländern. Der Mittelwert der Differenz zu Österreich beläuft sich für Ungarn auf über -10, für die Niederlande Dänemark und Schweden auf jeweils etwa -15 und für die Schweiz, Finnland und Norwegen auf jeweils -30.

Vor allem die Ergebnisse des Strukturvergleichs mit den neuen Märkten liegen deutlich über den Erwartungen. Von den insgesamt 15 Schwerpunktländern weist Österreich in neun Fällen die günstigste Exportstruktur auf. Auch in dieser Ländergruppe nimmt Deutschland den zweiten Rang ein, der Mittelwert der Differenz beträgt -2,6. Beachtlich sind vor allem die Ergebnisse in Südamerika. Etwa gleichwertig sind die Ergebnisse in den ausgewählten Ländern im Nahen Osten. Während Österreich in Ägypten und Algerien besser abschneidet, erreicht Deutschland bessere Ergebnisse in der Türkei und in Jordanien. Die österreichische Exportstruktur ist günstiger als jene der anderen Konkurrenzländer, wobei aber der Vorsprung

geringer als in Osteuropa ist. Auch Schweden hat in Bezug auf Südamerika eine günstige Exportstruktur.

Dieses bemerkenswerte Ergebnis eines Strukturvergleichs scheint darauf hinzuweisen, dass die Übereinstimmung der bestehenden Außenhandelsstrukturen eine Erklärungsvariable für den Markterfolg sein könnte. Dabei kommt es aber offensichtlich nicht allein auf den Anteil moderner Waren im Exportangebot an. Die Ergebnisse des Strukturvergleichs dieser Studie unterscheiden sich nicht wesentlich von jenen in Breuss (1997). Damals wurden zum Vergleich nur Deutschland und die Niederlande als Konkurrenzländer herangezogen. Auch damals wurde bei den Oststaaten eine etwa gleichwertige Exportstruktur wie in Deutschland und eine merklich bessere als in den Niederlanden festgestellt.

1.4.1.2 Marktanteil als Wettbewerbsindikator

Der Exportmarktanteil bzw. dessen Veränderung sind einfache, aber recht zuverlässige Indikatoren der internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Eine Analyse der Marktanteile Österreichs sowie jener der Konkurrenzländer in den Schwerpunktländern liefert wichtige Hinweise auf die jeweilige Wettbewerbsposition und kann auch als ein Indikator der Exportchancen dienen.

Österreichs Marktanteil am Weltexport⁷⁾ belief sich im Durchschnitt der Jahre 1999/2000 auf 1,7%. Mit diesem Wert erreicht Österreich unter den Konkurrenzländern eine mittlere Position (vgl. Übersichten 1.8a und 1.8b).

1.4.1.2.1 Starke Marktposition in Osteuropa

Österreichs Marktposition in den Schwerpunktländern spiegelt die wirtschaftliche Verflechtung mit den einzelnen Regionen. Stark vertreten ist Österreich in Osteuropa. Den höchsten Marktanteil erreicht Österreich mit jeweils etwa 14% in Ungarn, Slowenien und Kroatien. Für diese Länder stellt Österreich einen der wichtigsten Handelspartner dar. Auch in der Slowakei und in Tschechien hat Österreich eine gute Position. In Polen erreicht der österreichische Marktanteil etwa 3%.

Deutlich schwächer ist die Stellung Österreichs in den traditionellen Märkten in Übersee mit Marktanteilen von weniger als 1%. In den neuen Märkten zeigt sich eine relativ gute Position im Mittleren Osten (Jordanien, Türkei), in Vietnam, aber – etwas überraschend – auch in Brasilien (0,9%) und Argentinien. Nur ein marginaler Anbieter ist Österreich hingegen in Mexiko und in den kleineren Staaten Süd- und Mittelamerikas (Panama, El Salvador u. a).

⁷⁾ In der vorliegenden Studie wird der Marktanteil als der Anteil der Exporte Österreichs bzw. der Konkurrenzländer an den Exporten der Industriestaaten (OECD) berechnet.

Übersicht 1.8a: Marktanteile in den Schwerpunktländern: Traditionelle Märkte Österreich und die Konkurrenzländer im Vergleich

	Öster- reich	Deutsch- land	Nieder- lande	Schwe- den	Finn- land	Nor- wegen	Däne- mark	Schweiz	Ungarn
Marktanteile am OECD-Export in % - ø 99/00									
Australien	0,77	8,55	1,41	2,42	1,01	0,25	0,72	1,70	0,07
Kanada	0,25	2,07	0,37	0,50	0,18	1,54	0,16	0,39	0,02
Kroatien	13,61	27,82	3,54	2,14	0,57	0,94	1,06	1,76	3,91
Lettland	1,74	25,55	5,72	9,97	12,83	1,99	5,13	1,94	1,22
Mazedonien	3,99	18,13	3,61	1,62	0,47	0,12	1,58	3,03	3,12
Polen	3,10	40,04	5,61	4,34	2,23	1,14	2,41	2,05	1,71
Slowakei	11,50	48,62	3,71	1,65	1,14	0,32	0,70	2,01	4,58
Slowenien	14,42	27,37	3,31	2,22	0,50	0,15	0,61	2,21	3,50
Tschechien	8,27	50,09	3,51	2,07	0,05	0,90	0,72	2,04	1,88
Ungarn	14,63	42,39	3,18	1,58	1,36	0,12	0,57	1,87	
USA	0,53	9,50	1,37	1,06	0,57	0,70	0,41	1,78	0,24
Welt	1,70	14,42	4,63	2,02	1,15	1,39	1,30	2,14	0,70

	Marktanteile am OECD-Export in % - Index 99/00 im Vergleich zu 93/94								
Australien	153,4	97,2	90,9	107,2	94,0	93,8	120,4	94,0	102,9
Kanada	105,1	95,8	87,9	99,8	114,3	193,8	105,6	97,4	74,3
Kroatien	158,4	80,5	58,6	91,7	128,0	200,8	70,9	154,7	126,6
Lettland	175,3	75,2	124,2	87,6	112,4	184,7	112,8	234,6	105,4
Mazedonien	67,4	61,3	68,2	184,7	156,7	488,3	215,1	47,0	153,6
Polen	88,5	100,7	95,2	136,8	82,6	54,0	75,7	107,3	137,9
Slowakei	71,2	108,7	97,5	120,4	62,5	99,9	61,2	74,7	77,8
Slowenien	110,9	83,8	110,3	205,9	99,5	74,2	116,6	98,7	103,8
Tschechien	79,6	98,2	96,4	132,7	38,9	214,7	62,1	73,9	105,4
Ungarn	87,8	114,6	81,6	66,6	75,1	83,8	63,6	61,4	
USA	134,6	112,8	97,8	87,6	106,3	119,0	83,0	109,4	216,7
Welt	108,2	96,9	90,6	98,9	117,6	112,6	89,3	86,8	194,0

Q: UNO.

Übersicht 1.8b: Marktanteile in den Schwerpunktländern: Neue Märkte Österreich und die Konkurrenzländer im Vergleich

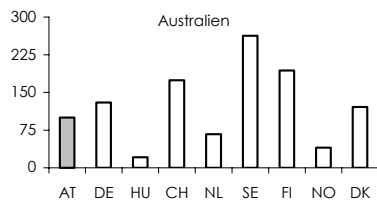
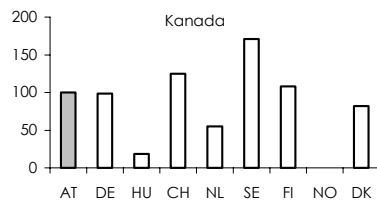
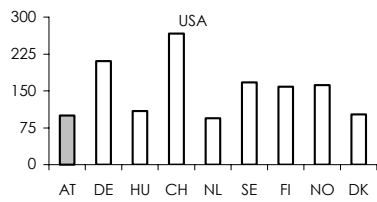
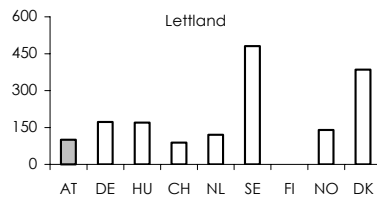
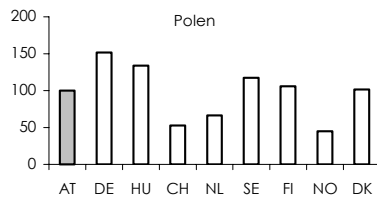
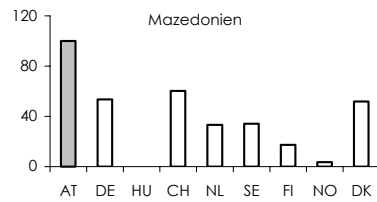
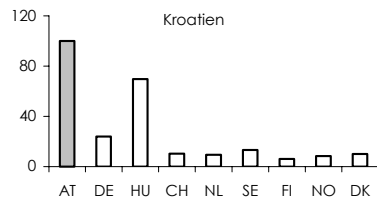
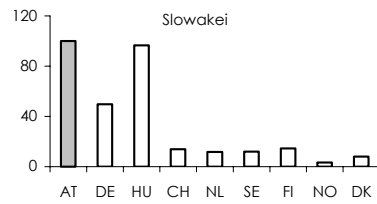
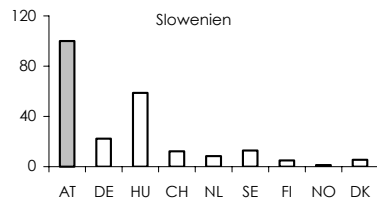
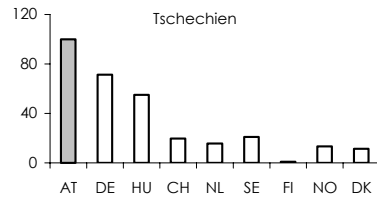
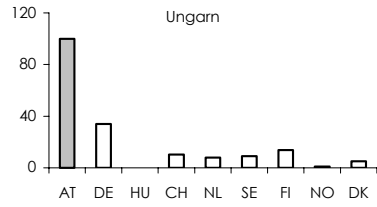
	Öster- reich	Deutsch- land	Nieder- lande	Schwe- den	Finn- land	Nor- wegen	Däne- mark	Schweiz	Ungarn
Marktanteile am OECD-Export in % - ø 99/00									
Ägypten	1,00	13,82	3,03	2,40	1,49	0,34	1,26	2,38	0,23
Algerien	0,88	8,08	1,89	0,70	1,02	0,09	0,33	1,11	0,16
Argentinien	0,67	10,46	1,64	2,30	0,89	0,13	0,58	2,28	0,08
Brasilien	0,86	14,65	1,40	2,31	0,91	0,52	0,53	2,31	0,18
Chile	0,52	8,52	1,88	3,26	0,92	0,35	0,72	1,46	0,06
Costa Rica	0,24	3,31	1,56	0,38	0,19	0,23	0,44	0,76	0,01
El Salvador	0,17	6,12	0,64	1,16	1,31	0,04	0,38	0,68	0,02
Guatemala	0,20	4,48	0,72	1,14	0,47	0,22	0,24	0,66	0,02
Jordanien	1,81	18,71	4,22	2,47	0,71	0,19	1,36	2,83	0,23
Mexiko	0,13	4,15	0,32	0,57	0,16	0,04	0,07	0,52	0,06
Panama	0,05	2,50	0,32	0,25	0,26	0,68	0,13	1,48	0,00
Peru	0,63	7,24	1,53	1,68	0,89	0,22	0,43	1,36	0,07
Türkei	1,64	23,11	4,50	3,32	1,80	0,56	0,57	2,68	0,44
Uruguay	0,56	8,58	2,28	1,25	0,55	0,16	0,68	3,30	0,14
Vietnam	1,00	7,16	1,09	1,22	0,55	0,15	0,76	1,41	0,41
Welt	1,70	14,42	4,63	2,02	1,15	1,39	1,30	2,14	0,70

	Öster- reich	Deutsch- land	Nieder- lande	Schwe- den	Finn- land	Nor- wegen	Däne- mark	Schweiz	Ungarn
Marktanteile am OECD-Export in % - Index 99/00 im Vergleich zu 93/94									
Ägypten	113,8	105,4	98,2	130,5	127,8	121,7	106,2	146,3	77,1
Algerien	44,3	137,5	104,9	104,6	322,2	26,6	142,8	135,5	149,9
Argentinien	102,3	95,8	111,7	145,4	141,5	61,0	92,0	105,6	92,1
Brasilien	153,5	89,7	59,2	155,9	181,3	66,2	115,3	93,9	223,1
Chile	95,6	92,3	106,9	255,8	91,6	76,8	95,3	83,6	130,3
Costa Rica	74,1	78,4	128,6	143,8	193,2	167,5	204,0	65,5	29,7
El Salvador	73,1	132,2	50,5	263,4	101,1	105,7	92,7	52,2	73,4
Guatemala	88,0	80,2	54,1	279,8	205,8	66,0	82,7	54,9	97,3
Jordanien	121,7	126,7	100,6	169,4	111,9	319,4	98,7	142,4	40,8
Mexiko	80,6	88,8	54,3	151,9	192,7	93,4	37,0	79,1	1.171,6
Panama	150,3	156,0	111,1	253,4	745,8	33,9	89,8	81,4	9,5
Peru	125,3	84,6	73,5	121,5	420,9	67,2	48,9	63,4	36,9
Türkei	133,2	89,8	106,9	220,6	262,0	138,2	80,7	95,1	128,0
Uruguay	87,8	103,7	140,1	152,9	245,5	200,8	82,5	149,3	30,0
Vietnam	100,3	82,4	96,6	95,6	25,6	40,2	37,2	130,9	65,8
Welt	108,2	96,9	90,6	98,9	117,6	112,6	89,3	86,8	194,0

Q: UNO.

Abbildung 1.1: Standardisierte Marktanteile 1999/00: Österreich und Konkurrenzländer in Schwerpunktländern (ohne Extremwerte): Traditionelle Märkte

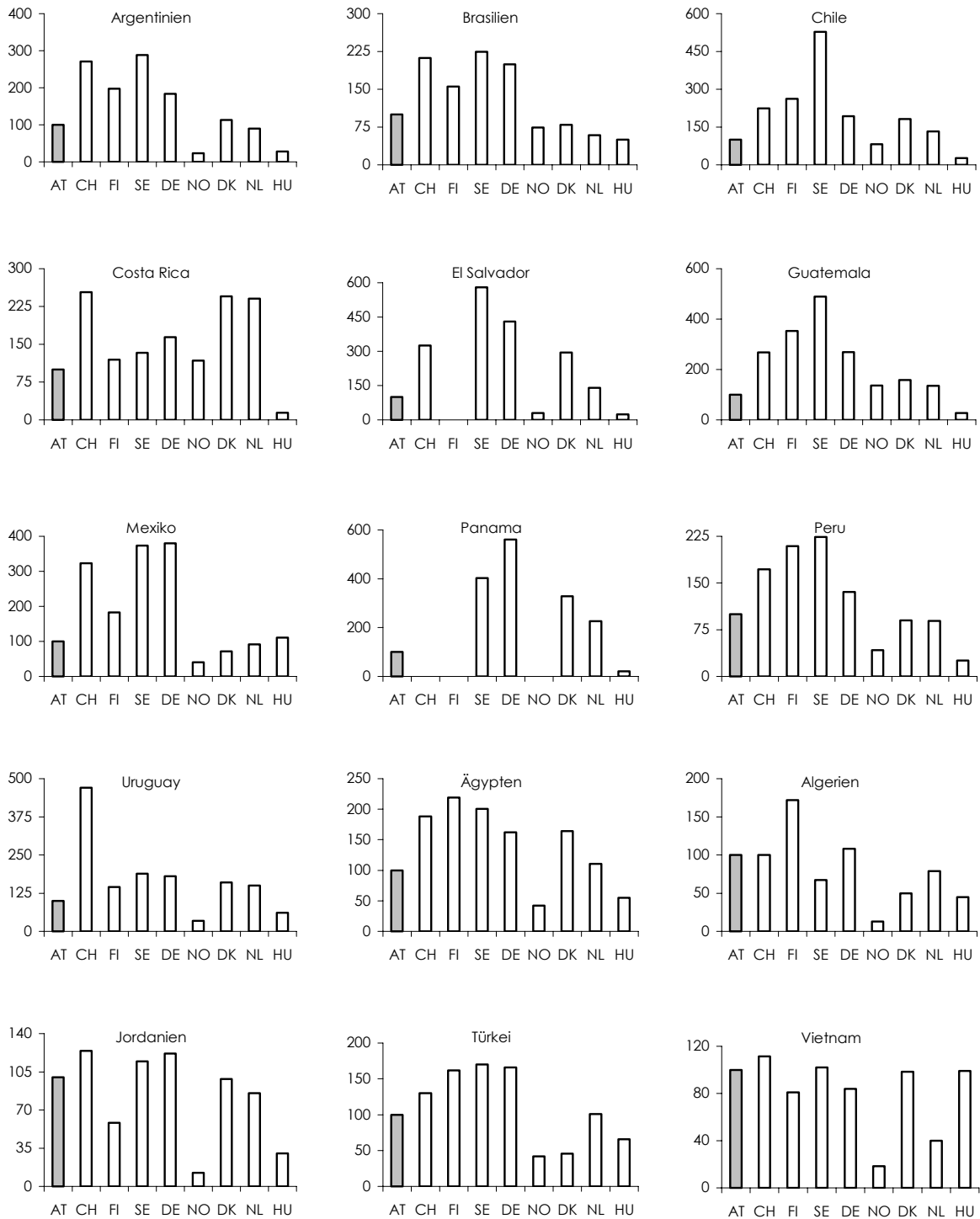
Marktanteil je Land und je Branche = 100



Q: WIFO.

Abbildung 1.2: Standardisierte Marktanteile 1999/00: Österreich und Konkurrenzländer in
Schwerpunktländern (ohne Extremwerte): Neue Märkte

Marktanteil Österreich = 100



Q: WIFO.

Der österreichische Marktanteil in den Schwerpunktländern liegt in den Nachbarländern deutlich über, in den meisten neuen Märkten unter jenem der Vergleichsländer. Die Marktanteile der Konkurrenzländer wurden auf Basis des österreichischen Marktanteils standardisiert. So ist der Marktanteil von Deutschland am Weltexport 8,5mal höher als jener Österreichs, jener von Schweden etwa gleich groß, jener von Ungarn nur halb so groß. Um die relative Wettbewerbsposition in den Schwerpunktländern besser vergleichen zu können und den Einfluss der unterschiedlichen Größe der Länder auszuschalten, wurden ferner alle Marktanteile von Österreich und den Konkurrenzländern auch auf Basis des jeweiligen Weltmarktanteils standardisiert. Eine Kombination dieser beiden Standardisierungen zeigen die Übersichten 1.9a und 1.9b, die als Basis für die weitere Analyse dienen.

In den Nachbarländern in Osteuropa sowie auch in Kroatien ist Österreichs Marktposition deutlich stärker als jene aller Konkurrenzländer. Vergleichbare Werte erreichen nur Deutschland und Ungarn, aber auch sie bleiben unter jenen Österreichs. Die relativen Marktanteile aller anderen Konkurrenzländer machen zumeist nur etwa 20% des österreichischen Wertes aus. Weniger deutlich ist der Vorsprung Österreichs in Mazedonien: Hier schneidet Ungarn besser ab als Österreich.

Keinen eindeutigen Vorteil im Vergleich zu den Konkurrenzländern erreicht Österreich in Polen. Hier sind Deutschland und auch Ungarn stärker vertreten, etwa gleichwertig ist die Position von Schweden, Finnland und Dänemark, schwächer jene der Schweiz. In Lettland wird Österreich von fast allen Konkurrenzländern überholt, hier dominieren Finnland und Schweden.

In den OECD-Ländern in Übersee hat Österreich nur eine relativ schwache Marktposition. In den USA schneiden fast alle Konkurrenzländer – auch Ungarn – besser als Österreich ab. Nicht ganz so groß ist der Rückstand Österreichs in Kanada und Australien.

Eine Analyse der österreichischen Marktposition in den neuen Märkten ergibt insgesamt nur wenig ermutigende, allerdings auch differenzierte Ergebnisse. Ohne Ausnahme schwach positioniert ist Österreich in den Schwerpunktländern in Südamerika. Alle Konkurrenzländer – mit Ausnahme von Ungarn – erreichen in den meisten Ländern Südamerikas eine bessere Marktposition als Österreich. Stark ist vor allem die relative Marktstellung der Schweiz sowie von Schweden und Finnland.

Merklich besser schneidet Österreich in den anderen Schwerpunktländern ab, zu welchen Vietnam sowie vier Staaten im Nahen Osten zählen. Überraschend ist die gute Position in Vietnam, wo nur die Schweiz stärker sowie Schweden und Ungarn etwa gleich stark wie Österreich verankert sind. In den Ländern im Nahen Osten sind Deutschland und die Schweiz besser als Österreich positioniert, auch Finnland und Schweden schneiden zumeist besser ab. Relativ gut ist Österreichs Position in Algerien und Jordanien.

Übersicht 1.9a: Marktanteile in den Schwerpunktländern: Traditionelle Märkte Österreich und die Konkurrenzländer im Vergleich

Marktanteile am Weltexport = 100 und Marktanteile Österreich = 100

	Öster- reich	Deutsch- land	Nieder- lande	Schwe- den	Finn- land	Nor- wegen	Däne- mark	Schweiz	Ungarn
Marktanteile am OECD-Export in % - ø 99/00									
Australien	100,0	129,9	66,9	262,5	193,4	40,0	120,9	174,3	21,0
Kanada	100,0	98,7	55,0	171,0	108,2	764,4	82,1	124,9	18,4
Kroatien	100,0	24,0	9,5	13,2	6,2	8,5	10,2	10,3	69,6
Lettland	100,0	172,5	120,4	480,6	1.086,7	139,9	384,7	88,6	169,7
Mazedonien	100,0	53,4	33,2	34,0	17,2	3,6	51,8	60,2	189,2
Polen	100,0	151,7	66,2	117,3	105,8	44,8	101,6	52,5	133,6
Slowakei	100,0	49,7	11,8	12,0	14,6	3,4	8,0	13,8	96,6
Slowenien	100,0	22,3	8,4	12,9	5,1	1,3	5,5	12,2	58,8
Tschechien	100,0	71,2	15,6	21,0	0,8	13,3	11,3	19,6	55,0
Ungarn	100,0	34,1	8,0	9,1	13,7	1,0	5,1	10,2	
USA	100,0	210,6	94,7	167,1	158,7	162,0	102,1	266,5	109,0
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Öster- reich	Deutsch- land	Nieder- lande	Schwe- den	Finn- land	Nor- wegen	Däne- mark	Schweiz	Ungarn
Marktanteile am OECD-Export in % - Index 99/00 im Vergleich zu 93/94									
Australien	100,0	70,7	70,8	76,5	56,4	58,7	95,0	76,4	37,4
Kanada	100,0	101,7	99,8	103,9	100,0	177,0	121,6	115,5	39,4
Kroatien	100,0	56,7	44,2	63,3	74,3	121,7	54,2	121,8	44,5
Lettland	100,0	47,9	84,6	54,7	59,0	101,2	77,9	166,8	33,5
Mazedonien	100,0	101,6	120,8	300,0	214,0	695,9	386,6	86,9	127,1
Polen	100,0	127,0	128,5	169,1	85,9	58,6	103,6	151,2	86,9
Slowakei	100,0	170,5	163,7	185,2	80,8	134,8	104,1	130,9	60,9
Slowenien	100,0	84,3	118,8	203,2	82,6	64,2	127,3	111,0	52,2
Tschechien	100,0	137,8	144,8	182,5	45,0	259,2	94,5	115,9	73,9
Ungarn	100,0	145,6	110,9	83,0	78,6	91,7	87,7	87,2	
USA	100,0	93,5	86,8	71,2	72,6	84,9	74,7	101,4	89,7
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: UNO.

Übersicht 1.9b: Marktanteile in den Schwerpunktländern: Neue Märkte Österreich und die Konkurrenzländer im Vergleich
Marktanteile am Weltexport = 100 und Marktanteile Österreich = 100

	Öster- reich	Deutsch- land	Nieder- lande	Schwe- den	Finn- land	Nor- wegen	Däne- mark	Schweiz	Ungarn
Marktanteile am OECD-Export in % - ø 99/00									
Ägypten	100,0	162,0	110,7	200,4	219,2	41,9	164,3	188,2	54,7
Algerien	100,0	108,4	79,0	67,2	172,0	12,8	49,9	100,1	45,0
Argentinien	100,0	183,9	89,8	288,6	197,4	23,0	113,0	270,5	28,2
Brasilien	100,0	199,3	59,2	224,6	155,4	74,1	79,7	212,1	49,9
Chile	100,0	193,5	132,8	528,0	261,9	82,2	182,2	223,8	27,3
Costa Rica	100,0	163,9	240,7	132,9	119,3	117,7	245,2	253,4	14,1
El Salvador	100,0	430,5	139,9	580,4	1.154,7	29,2	294,9	325,0	24,5
Guatemala	100,0	268,8	134,9	488,8	353,3	136,3	157,8	268,2	26,7
Jordanien	100,0	121,6	85,6	114,6	58,2	12,6	98,4	124,4	30,3
Mexiko	100,0	379,9	91,7	373,6	183,1	40,6	71,4	322,7	111,1
Panama	100,0	561,1	226,6	402,9	730,5	1.596,3	328,8	2.249,3	20,8
Peru	100,0	135,4	89,1	223,9	209,1	42,0	89,7	172,1	25,4
Türkei	100,0	165,8	100,7	170,1	161,9	41,9	45,8	130,0	65,7
Uruguay	100,0	180,9	150,2	188,6	145,1	35,0	160,4	469,9	61,2
Vietnam	100,0	83,9	40,0	102,0	80,8	18,3	98,5	111,4	99,2
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Öster- reich	Deutsch- land	Nieder- lande	Schwe- den	Finn- land	Nor- wegen	Däne- mark	Schweiz	Ungarn
Marktanteile am OECD-Export in % - Index 99/00 im Vergleich zu 93/94									
Ägypten	100,0	103,4	103,1	125,5	103,4	102,7	113,0	160,3	37,8
Algerien	100,0	346,2	282,5	258,2	668,6	57,6	390,0	381,1	188,5
Argentinien	100,0	104,5	130,5	155,5	127,3	57,2	109,0	128,7	50,2
Brasilien	100,0	65,2	46,1	111,2	108,7	41,5	91,0	76,3	81,1
Chile	100,0	107,6	133,5	292,6	88,1	77,1	120,7	109,0	76,0
Costa Rica	100,0	118,1	207,2	212,3	239,8	217,1	333,4	110,1	22,3
El Salvador	100,0	201,8	82,4	394,1	127,1	138,9	153,6	89,0	56,0
Guatemala	100,0	101,7	73,4	347,8	215,1	72,0	113,7	77,8	61,6
Jordanien	100,0	116,2	98,8	152,3	84,6	252,1	98,3	145,9	18,7
Mexiko	100,0	123,1	80,5	206,3	220,1	111,4	55,7	122,4	810,9
Panama	100,0	115,9	88,3	184,5	456,6	21,6	72,4	67,5	3,5
Peru	100,0	75,4	70,1	106,2	309,1	51,5	47,3	63,1	16,4
Türkei	100,0	75,2	95,9	181,2	180,9	99,6	73,3	89,0	53,6
Uruguay	100,0	131,8	190,6	190,6	257,3	219,7	113,9	212,1	19,0
Vietnam	100,0	91,7	115,1	104,3	23,5	38,5	44,9	162,7	36,6
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: UNO.

1.4.1.2.2 Österreich im internationalen Wettbewerb erfolgreich

In den neunziger Jahren (Durchschnitt 1999/00 gegenüber 1993/94) konnte Österreich seinen Marktanteil am Weltexport insgesamt um 8,2% (von 1,57% auf 1,7%) ausweiten.

In fast allen Ländern Osteuropas musste Österreich Positionsverluste um jeweils 10% bis 20% (in der Slowakei fast um 30%) hinnehmen. Dieser Rückgang sollte nicht als Misserfolg interpretiert werden. Österreich konnte in den ersten Jahren nach dem Umbruch im Osten nach 1989 seine Exporte in diese Region außergewöhnlich stark ausweiten. Nachdem sich auch andere westliche Länder in diesen Märkten engagiert haben, waren Positionsverluste unvermeidlich, sie hielten sich aber in Grenzen. In Kroatien und Slowenien – Länder, die lange als unsicher galten und deshalb weniger dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt waren – konnte Österreich in den neunziger Jahren Marktanteile gewinnen.

In den OECD-Ländern in Übersee erreichte Österreich Marktanteilsgewinne, die deutlich über jenen im Weltexport liegen (USA +35%). Eine Analyse der Lage in den neuen Märkten zeigt gemischte Ergebnisse: Österreich war im Nahen Osten (Türkei +33%) und auch in Brasilien erfolgreich. In den kleineren Ländern Süd- und Mittelamerikas mussten hingegen überwiegend Positionsverluste hingenommen werden.

Von den Konkurrenzländern konnte Ungarn – das seinen Außenhandel von Ost nach West umorientiert hat – seinen Marktanteil beinahe verdoppeln. Auch Finnland und Norwegen haben etwas besser als Österreich abgeschnitten. Alle anderen Vergleichsländer mussten hingegen Positionsverluste hinnehmen (Deutschland -3%, Niederlande -9%, Schweiz -13%). Österreich war somit insgesamt im internationalen Wettbewerb recht erfolgreich.

In den Schwerpunktländern liefert die Wettbewerbsanalyse gemischte Ergebnisse: An den standardisierten Veränderungen der Marktanteile gemessen war Österreich relativ erfolgreich in Kroatien, Slowenien und Lettland. In den wichtigsten Märkten im Osten (Ungarn, Tschechien, Slowakei, Polen) haben hingegen die meisten Konkurrenzländer besser als Österreich abgeschnitten.

Bemerkenswert – und etwas überraschend – ist, dass Österreich die beste Performance (gemeinsam mit der Schweiz) in den USA und auch in Australien ausweist. In den neuen Märkten liefert der Vergleich nur wenig zufrieden stellende Ergebnisse. Zum Teil besser als die Konkurrenz abgeschnitten hat Österreich in Vietnam, der Türkei und Brasilien.

1.4.1.3 Unit Values im österreichischen Export

1.4.1.3.1 Unit Values als Indikator der Qualität und Marktposition

Unit Values⁸⁾ im Export bzw. deren Änderungen stellen wichtige Erfolgsindikatoren im Außenhandel dar, die die "Qualität" der Exportwaren und auch die Marktstärke des

⁸⁾ Darunter können auch Durchschnittswerte oder Exportpreise verstanden werden. Diese wurden wie folgt berechnet: Wert dividiert durch Menge.

Exportlandes widerspiegeln. Waren mit hohem Durchschnittswert gelten als solche mit hoher Wertschöpfung bzw. mit Monopolcharakter.

Die Unit Values müssen allerdings mit Vorsicht interpretiert werden. Hohe Unit Values im Export können sich z. B. auch bei hohen ausländischen Vorleistungen und einer nur geringen inländischen Wertschöpfung ergeben. Vor allem bei hoch aggregierten Daten (z. B. Gesamtexport) zeigt der Unit Value nicht (nur) die "Qualität" (Wertigkeit) der Exportwaren an, sondern auch die Zusammensetzung der Warenpalette. Bei Exporten in entfernte Märkte, in die nur wenig transportkostenintensive Waren geliefert werden, sind daher tendenziell höhere Unit Values als im Export in benachbarte bzw. nahe liegende Länder zu erwarten⁹⁾.

Änderungen der Unit Values im Zeitverlauf werden durch zahlreiche Faktoren bestimmt: Nicht nur durch die Veränderung der Qualität bzw. der Marktstärke, sondern auch durch die Entwicklung des Wechselkurses, die Konjunkturlage und durch Änderungen der Exportstruktur.

1.4.1.3.2 Exportpreise in den neunziger Jahren rückläufig

Der Durchschnittswert des österreichischen Exports belief sich Ende der neunziger Jahre auf 1,7 USD je kg. Mit diesem Wert erreicht Österreich im internationalen Vergleich ein gutes Ergebnis: unter 23 OECD-Ländern liegt es an 6. Stelle, nach der Schweiz (4,3 USD je kg), Irland, Japan, Italien und Deutschland, aber noch vor Finnland, Frankreich und Großbritannien.

Die Unit Values im österreichischen Export in die Schwerpunktländer streuen erheblich, zwischen 9 USD je kg in Panama und 0,8 USD je kg in Slowenien (Übersicht 1.10; Abbildung 1.3). Erwartungsgemäß sind die Unit Values in den entfernten Ländern deutlich höher als in den Nachbarstaaten. In den neuen Märkten werden - mit wenigen Ausnahmen - überdurchschnittliche Ergebnisse erreicht. Die Werte in Südamerika und Vietnam sind höher als im Nahen Osten. Im Export in die traditionellen Märkte werden in Übersee Unit Values von 5 USD je kg bis 6,6 USD je kg erreicht; in Osteuropa werden hingegen insgesamt relativ niedrige Unit Values realisiert. In diesen Ergebnissen spiegeln sich der hohe Anteil transportkostenintensiver Waren am Ostexport, z. T. aber auch das bisher etwas geringere Anspruchsniveau und die niedrige Kaufkraft dieser Länder wider. Leicht überdurchschnittliche Unit Values werden in Osteuropa nur in Ungarn und Polen erzielt.

⁹⁾ Transportkosten spielen bei der Berechnung der Unit Values keine Rolle, da in der Außenhandelsstatistik die Exportwaren zu Preisen an der österreichischen Grenze bewertet werden.

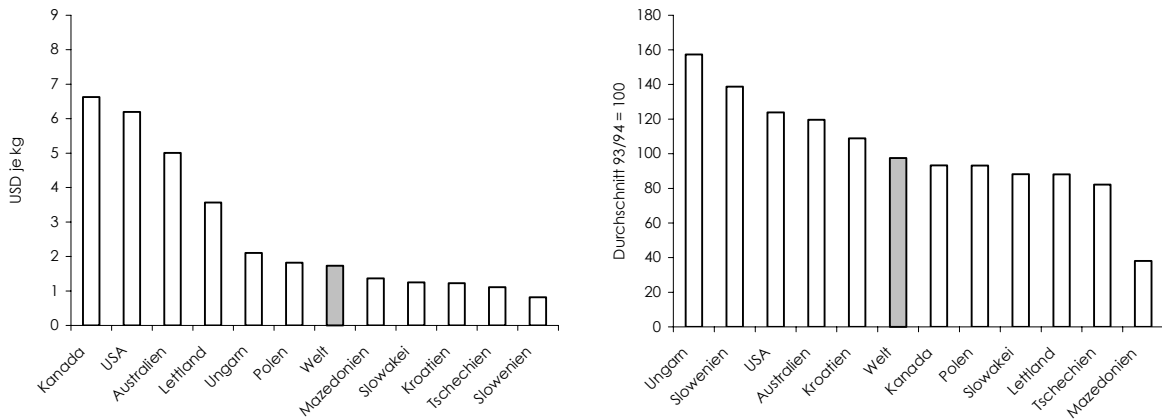
Übersicht 1.10: Unit Values im österreichischen Export in die
Schwerpunktländer

	USD je kg			Index: Welt = 100		
	ø 93/94	ø 99/00	Index 93/00	ø 93/94	ø 99/00	Index 93/00
<i>Traditionelle Märkte</i>						
Kanada	7,10	6,63	93,3	400,1	382,9	95,7
USA	5,00	6,20	123,9	281,9	358,1	127,0
Australien	4,18	5,00	119,6	235,7	289,1	122,6
Lettland	4,05	3,57	88,0	228,2	206,0	90,3
Ungarn	1,34	2,10	157,4	75,2	121,4	161,4
Polen	1,96	1,82	93,1	110,4	105,4	95,5
Mazedonien	3,58	1,36	38,0	201,7	78,6	39,0
Slowakei	1,41	1,24	88,3	79,4	71,9	90,5
Kroatien	1,13	1,23	108,8	63,5	70,8	111,6
Tschechien	1,35	1,11	82,1	76,1	64,0	84,2
Slowenien	0,59	0,81	138,8	33,1	47,1	142,3
Welt	1,77	1,73	97,5	100,0	100,0	100,0
<i>Neue Märkte</i>						
Panama	5,64	9,01	159,8	317,6	520,4	163,8
Brasilien	5,37	7,63	142,1	302,6	441,0	145,7
Uruguay	8,46	7,13	84,2	477,0	412,0	86,4
El Salvador	3,99	6,05	151,8	224,7	349,6	155,6
Vietnam	11,79	5,57	47,3	664,6	322,0	48,4
Argentinien	3,46	5,52	159,4	195,2	319,1	163,5
Guatemala	5,24	5,37	102,4	295,5	310,2	105,0
Costa Rica	4,56	4,52	99,1	257,1	261,3	101,6
Chile	3,40	4,47	131,5	191,5	258,2	134,8
Mexiko	2,69	4,41	164,0	151,5	254,7	168,2
Peru	2,08	2,46	118,0	117,4	142,1	121,0
Türkei	1,80	2,33	129,3	101,4	134,4	132,5
Ägypten	1,70	1,93	113,6	95,6	111,4	116,5
Algerien	1,58	1,44	90,7	89,3	83,0	93,0
Jordanien	1,71	1,11	64,9	96,3	64,1	66,6
Welt	1,77	1,73	97,5	100,0	100,0	100,0

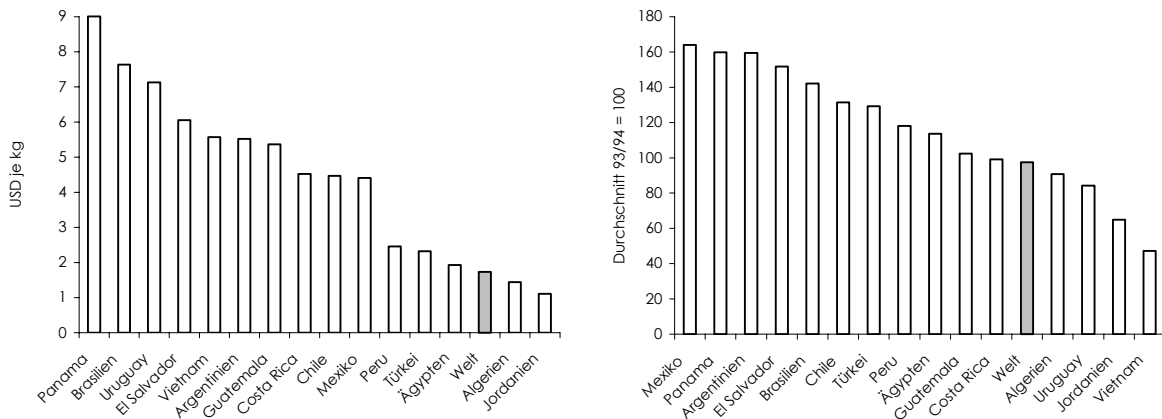
Q: UNO.

Abbildung 1.3: Unit Values im österreichischen Export in die Schwerpunktländer - Durchschnitt 1999/2000

Traditionelle Märkte



Neue Märkte



Q: WIFO.

Im Lauf der neunziger Jahre (Durchschnitt 1999/00 im Vergleich zu 1993/94) ist der Unit Value im österreichischen Gesamtexport geringfügig (um 2,5%) zurückgegangen. In den meisten neuen Märkten und den OECD-Ländern in Übersee sind die Indizes – z. T. kräftig – gestiegen. In den Oststaaten waren die Ergebnisse differenziert. In Ungarn – dem wichtigsten Markt der Region – nahmen die Unit Values um 61% zu; auch bei Exporten nach Slowenien und Kroatien haben sich die Exportpreise verbessert. In den anderen Schwerpunktländern in Osteuropa mussten Rückgänge von 5% (Polen) bis 15% (Tschechien) hingenommen werden.

1.4.2 Die Wettbewerbsposition Österreichs auf Branchenebene

1.4.2.1 Struktur des österreichischen Exports nach Branchen und Faktorausstattung

Dem wirtschaftlichen Entwicklungsniveau sowie der Ressourcenausstattung entsprechend exportiert Österreich vor allem industrielle Fertigwaren, doch spielen auch rohstoffintensive Vorprodukte (Papier, Holz) eine wichtige Rolle. Im Gesamtexport (63,8 Mrd. USD, Durchschnitt 1999/00) stellt der Maschinenbau die größte Position mit einem Anteil von 14% (8,9 Mrd. USD)

dar, gefolgt von der Kraftwagenindustrie (12,7%) und der chemischen Industrie¹⁰⁾ (vgl. Übersicht 1.11 sowie Abbildung 1.4).

Übersicht 1.11: Österreichs Exporte nach Branchen - Durchschnitt 1999/2000

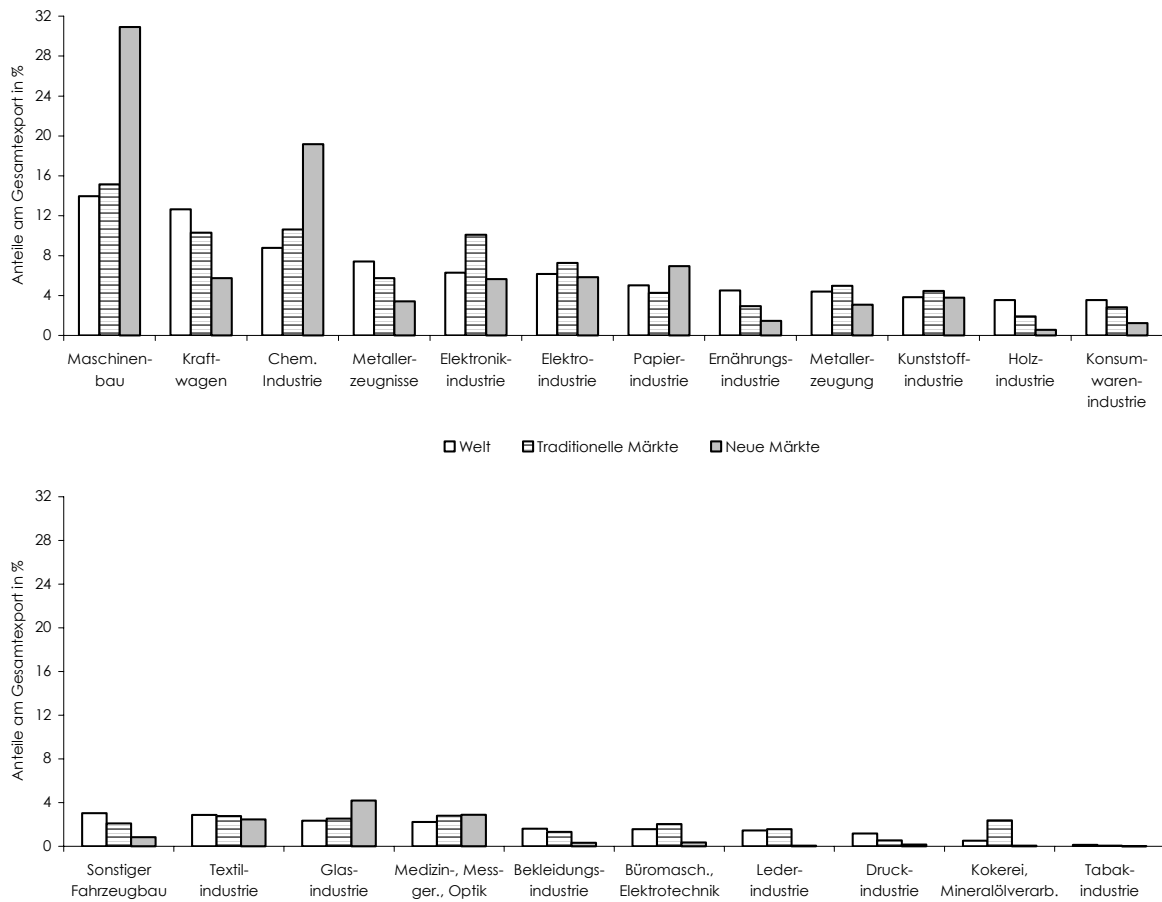
	Schwerpunkt- länder			Welt	Schwerpunkt- länder			Welt	Schwerpunkt- länder			Welt
	Trad. Märkte		Neue Märkte		Trad. Märkte		Neue Märkte		Trad. Märkte		Neue Märkte	
	Mio. USD				Regionalstruktur - Anteile in %							
Ernährungsindustrie	365	19	2.495	2.879	12,7	0,7	86,7	100,0	2,9	1,5	5,0	4,5
Tabakindustrie	7	0	75	83	8,9	0,2	90,9	100,0	0,1	0,0	0,2	0,1
Textilindustrie	343	32	1.450	1.825	18,8	1,8	79,4	100,0	2,8	2,5	2,9	2,9
Bekleidungsindustrie	164	4	870	1.038	15,8	0,4	83,8	100,0	1,3	0,3	1,7	1,6
Lederindustrie	195	1	734	930	20,9	0,1	79,0	100,0	1,6	0,1	1,5	1,5
Holzindustrie	237	7	2.023	2.267	10,5	0,3	89,2	100,0	1,9	0,6	4,0	3,6
Papierindustrie	531	91	2.589	3.211	16,5	2,8	80,6	100,0	4,3	7,0	5,2	5,0
Verlags- und Druckindustrie	66	2	681	749	8,8	0,3	90,9	100,0	0,5	0,2	1,4	1,2
Kokerei, Mineralölverarbeitung	296	1	38	334	88,5	0,3	11,3	100,0	2,4	0,1	0,1	0,5
Chemische Industrie	1.315	250	4.037	5.602	23,5	4,5	72,1	100,0	10,6	19,2	8,1	8,8
Kunststoffindustrie	551	50	1.845	2.446	22,5	2,0	75,4	100,0	4,5	3,8	3,7	3,8
Glas- und Keramikindustrie	314	55	1.132	1.501	20,9	3,6	75,5	100,0	2,5	4,2	2,3	2,4
Metallerzeugung, -bearbeitung	711	45	3.980	4.736	15,0	0,9	84,0	100,0	5,7	3,4	7,9	7,4
Metallerzeugnisse	615	40	2.162	2.817	21,8	1,4	76,7	100,0	5,0	3,1	4,3	4,4
Maschinenbau	1.875	404	6.625	8.904	21,1	4,5	74,4	100,0	15,1	30,9	13,2	14,0
Büromaschinen, Elektrotechnik	254	5	747	1.006	25,2	0,5	74,3	100,0	2,1	0,4	1,5	1,6
Geräte d. Elektrizitätserzeugung	899	76	2.943	3.919	22,9	2,0	75,1	100,0	7,3	5,8	5,9	6,1
Elektronikindustrie	1.250	74	2.692	4.016	31,1	1,8	67,0	100,0	10,1	5,6	5,4	6,3
Medizin-, Messtechnik, Optik	347	38	1.045	1.430	24,3	2,7	73,1	100,0	2,8	2,9	2,1	2,2
Kraftwagen und -teile	1.277	75	6.716	8.068	15,8	0,9	83,2	100,0	10,3	5,7	13,4	12,7
Sonstiger Fahrzeugbau	258	11	1.670	1.939	13,3	0,6	86,1	100,0	2,1	0,9	3,3	3,0
Konsumwarenindustrie	351	16	1.896	2.263	15,5	0,7	83,8	100,0	2,8	1,2	3,8	3,5
Industrie	12.219	1.297	48.447	61.964	19,7	2,1	78,2	100,0	98,7	99,3	96,7	97,2
Sonstige	163	9	1.635	1.808	9,0	0,5	90,5	100,0	1,3	0,7	3,3	2,8
Insgesamt	12.382	1.307	50.083	63.772	19,4	2,0	78,5	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: WIFO.

Die Schwerpunktländer der traditionellen Märkte sind am Export aller Waren mit 19,4%, die der neuen Märkte mit 2% beteiligt. Im Export von Fertigwaren sind die Schwerpunktländer größtenteils überdurchschnittlich vertreten: Die entsprechenden Anteile am Export des Maschinenbaus belaufen sich z. B. auf 21,1% bzw. 4,5%, der Fernseh- und Nachrichtentechnik auf 31,1% bzw. 1,8%.

¹⁰⁾ Einteilung entsprechend der Systematik der Wirtschaftstätigkeit ÖNACE 1995. Für den Bereich der Sachgütererzeugung ("Industrie") wurde die Gliederung nach 2-Stellern (22 Positionen) verwendet, die anderen Bereiche der Warenproduktion (Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau) wurden zur Gruppe "Sonstiges" zusammengefasst.

Abbildung 1.4: Branchenstruktur der österreichischen Exporte - Durchschnitt 1999/2000



Q: WIFO.

Von den Exporten in die Schwerpunktländer der traditionellen Märkte entfallen 15% auf den Maschinenbau sowie jeweils über 10% auf die chemische Industrie, die Kraftwagenindustrie und Fernseh- und Nachrichtentechnik. Im Export in die Schwerpunktländer der neuen Märkte dominieren der Maschinenbau(31%) und die chemische Industrie(19%).

Eine Analyse des Exports auf Basis des Strukturübereinstimmungsindex (Kapitel 1.4.1.1) hat ergeben, dass die Warenstruktur des österreichischen Exports in Bezug auf die Schwerpunktländer – verglichen mit jener der Konkurrenzländer – günstig ist, da das österreichische Angebot im hohen Ausmaß mit der ausländischen Nachfrage übereinstimmt.

Auf mittlere und lange Sicht haben im internationalen Wettbewerb österreichische Unternehmen vor allem bei solchen Produkten eine Chance, bei denen die spezifischen Standortvorteile (Qualifikation der Arbeitskräfte, Verfügbarkeit moderner Technologie) eine wichtige Rolle spielen. Hinweise auf solche Sektoren liefert eine Taxonomie der Industriebranchen nach der Faktorausstattung (Peneder, 2001). Eine solche Einteilung kann natürlich nur einen groben, dennoch aber aufschlussreichen Raster liefern.

Bei der Gliederung nach Faktorausstattung werden die Industriebranchen in fünf Gruppen eingeteilt¹¹⁾):

- traditionelle Sachgüterproduktion,
- arbeitsintensive Industrien,
- kapitalintensive Industrien,
- marketinggetriebene Industrien und
- technologiegetriebene Industrien.

Im Allgemeinen kann davon ausgegangen werden, dass Österreich spezifische Vorteile bei den technologiegetriebenen Industrien sowie bei der – vorwiegend auf mittlerer Technologie basierenden – traditionellen Sachgüterproduktion hat. Eine Analyse der Unit Values im österreichischen Export (vgl. Abschnitt 1.4.2.3) zeigt, dass die mit Abstand höchsten Werte eben in diesen zwei Gruppen erzielt werden.

Von den österreichischen Gesamtexporten entfallen 31,6% auf technologiegetriebene Branchen, im Export in die Schwerpunktländer der traditionellen Märkte 35,9%, der neuen Märkte 33,8%. Überdurchschnittlich sind die Schwerpunktländer auch am Export der traditionellen Sachgüterproduktion beteiligt. Relativ gering ist der Anteil am Export der marketinggetriebenen Industrien (Übersichten 1.12a, 1.12b).

¹¹⁾ Die ursprünglich auf NACE 3-Steller-Ebene beruhende Einteilung von Peneder wurde auf NACE 2-Steller umbasiert.

Übersicht 1.12a: Österreichs Exporte nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
Branchenstruktur - Anteile in %

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION							ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN				
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Ins- gesamt	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse	Ins- gesamt
Australien	2,1	5,9	2,9	2,5	14,8	6,8	4,1	39,2	0,2	0,9	5,6	6,7
Kanada	1,4	2,4	1,2	2,8	29,8	2,0	6,1	45,8	0,6	1,9	4,6	7,1
Kroatien	2,7	5,3	4,0	2,8	13,2	7,7	1,2	36,9	1,5	2,8	5,1	9,4
Lettland	4,0	3,7	3,3	2,1	22,8	5,5	5,7	47,1	3,6	0,9	4,0	8,4
Mazedonien	3,6	9,4	3,1	1,1	11,6	2,6	1,0	32,4	0,3	11,6	3,9	15,7
Polen	2,4	12,5	5,1	1,7	19,3	4,6	1,2	46,8	0,7	1,4	4,7	6,8
Slowakei	7,0	4,1	7,2	1,8	9,8	9,1	2,0	40,9	2,1	1,3	4,6	8,0
Slowenien	3,3	4,7	4,8	2,5	12,5	5,6	1,9	35,3	1,3	4,2	7,3	12,8
Tschechien	2,9	5,1	6,3	1,8	13,0	8,4	2,9	40,5	1,6	1,6	5,1	8,3
Ungarn	3,3	3,9	5,8	1,7	10,4	7,2	0,4	32,8	2,3	1,0	4,0	7,4
USA	1,3	1,3	1,7	4,2	20,4	8,5	3,1	40,4	0,3	2,3	5,2	7,8
Summe	2,8	4,3	4,5	2,5	15,1	7,3	2,1	38,5	1,3	1,9	5,0	8,2
Welt	2,9	5,0	3,8	2,4	14,0	6,1	3,0	37,2	1,6	3,6	4,4	9,6

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN					
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ins- gesamt	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie	Ins- gesamt
Australien	0,0	1,9	1,9	0,8	-	0,9	2,1	3,4	7,2
Kanada	0,0	3,4	3,4	0,7	-	0,5	0,2	4,6	5,9
Kroatien	0,7	3,9	4,6	7,3	0,0	5,6	0,6	1,5	15,0
Lettland	0,0	6,5	6,5	6,3	0,2	0,7	0,3	3,5	11,0
Mazedonien	0,7	1,4	2,1	25,1	0,1	0,3	0,1	0,7	26,2
Polen	0,5	5,6	6,1	2,5	0,0	0,4	0,7	1,8	5,3
Slowakei	8,3	4,6	12,9	3,7	0,1	2,1	0,4	2,7	8,9
Slowenien	1,0	11,5	12,5	6,4	0,4	3,7	0,4	2,3	13,1
Tschechien	8,6	8,9	17,5	3,9	0,0	1,8	0,7	3,3	9,7
Ungarn	1,8	4,1	6,0	1,6	0,1	1,5	0,6	3,2	7,0
USA	0,0	4,9	4,9	1,7	0,0	0,5	0,2	2,8	5,2
Summe	2,4	5,7	8,1	2,9	0,1	1,6	0,5	2,8	7,9
Welt	0,5	7,4	8,0	4,5	0,1	1,5	1,2	3,5	10,8

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT	
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen				Ins- gesamt
Australien	4,0	1,0	4,0	2,8	29,2	41,0	96,2	3,8	100,0
Kanada	5,5	0,7	2,2	3,0	26,3	37,7	99,8	0,2	100,0
Kroatien	10,8	3,1	7,9	2,2	6,0	29,9	95,9	4,1	100,0
Lettland	14,7	0,5	0,9	4,2	5,3	25,7	98,8	1,2	100,0
Mazedonien	8,6	2,4	4,4	2,4	4,8	22,6	99,0	1,0	100,0
Polen	12,0	2,4	5,0	3,4	9,5	32,3	97,3	2,7	100,0
Slowakei	13,4	4,3	2,9	2,3	5,1	28,0	98,7	1,3	100,0
Slowenien	11,6	1,6	4,9	1,7	3,7	23,5	97,2	2,8	100,0
Tschechien	10,4	1,4	1,9	2,2	7,2	23,1	99,1	0,9	100,0
Ungarn	6,9	2,9	27,3	1,8	7,3	46,2	99,4	0,6	100,0
USA	14,4	1,2	4,8	4,6	16,1	41,1	99,3	0,7	100,0
Summe	10,6	2,1	10,1	2,8	10,3	35,9	98,7	1,3	100,0
Welt	8,8	1,6	6,3	2,2	12,7	31,6	97,2	2,8	100,0

Q: WIFO.

Übersicht 1.12b: Österreichs Exporte nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Branchenstruktur - Anteile in %

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION							ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN				
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Ins- gesamt	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse	Ins- gesamt
Ägypten	0,6	10,8	2,5	6,0	35,8	8,0	0,6	64,3	0,4	0,2	3,5	4,1
Algerien	0,0	12,8	16,6	6,7	30,0	1,0	0,0	67,2	0,0	2,7	1,5	4,3
Argentinien	0,6	3,8	3,8	4,0	27,2	3,4	0,1	43,0	0,6	0,2	2,7	3,4
Brasilien	0,5	1,5	3,1	3,6	29,6	5,5	0,4	44,1	0,0	0,1	3,0	3,1
Chile	2,2	2,0	3,4	2,7	49,7	2,7	1,0	63,7	3,4	0,6	5,0	9,0
Costa Rica	0,4	8,9	4,1	4,1	37,8	1,5	0,9	57,6	0,4	0,7	4,2	5,4
El Salvador	1,1	2,5	2,0	1,9	22,1	14,6	1,1	45,2	0,4	0,5	2,8	3,7
Guatemala	0,5	1,3	3,2	7,4	39,1	0,9	1,5	53,8	0,9	-	1,9	2,9
Jordanien	0,8	21,5	2,4	4,0	10,7	3,0	0,1	42,5	0,4	0,1	1,5	2,1
Mexiko	3,3	1,2	2,0	9,3	35,8	3,9	2,5	57,8	0,1	0,1	3,5	3,7
Panama	0,3	2,3	0,7	0,5	32,0	0,2	0,6	36,6	4,0	0,0	0,7	4,8
Peru	0,5	19,7	2,8	3,4	20,2	20,6	0,8	68,0	0,0	0,1	2,5	2,6
Türkei	4,7	9,8	3,9	2,7	29,5	7,5	1,0	59,2	0,2	0,8	3,5	4,5
Uruguay	0,6	3,5	0,9	2,8	45,7	1,8	5,2	60,6	0,8	0,1	2,1	3,0
Vietnam	4,6	2,6	0,4	0,9	35,6	1,1	-	45,2	0,2	2,2	0,3	2,6
Summe	2,5	7,0	3,8	4,2	30,9	5,8	0,9	55,1	0,3	0,6	3,1	4,0
Welt	2,9	5,0	3,8	2,4	14,0	6,1	3,0	37,2	1,6	3,6	4,4	9,6

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN					
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ins- gesamt	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie	Ins- gesamt
Ägypten	0,1	7,4	7,5	0,7	-	0,1	0,3	0,6	1,7
Algerien	0,0	2,1	2,1	0,0	-	0,0	0,0	0,7	0,8
Argentinien	0,0	2,2	2,2	1,1	-	0,2	0,1	1,3	2,8
Brasilien	0,0	2,5	2,5	2,7	-	0,0	0,1	1,0	3,9
Chile	0,0	3,0	3,1	0,1	-	0,0	0,1	3,0	3,3
Costa Rica	-	2,5	2,5	2,1	-	0,2	0,1	2,5	4,8
El Salvador	-	3,8	3,8	0,7	-	0,0	0,1	3,6	4,3
Guatemala	0,0	6,3	6,3	0,0	-	0,0	0,6	2,5	3,1
Jordanien	0,0	1,4	1,4	4,8	-	0,0	0,1	1,3	6,2
Mexiko	0,0	2,2	2,2	0,6	-	0,1	0,1	1,1	1,8
Panama	-	0,8	0,8	0,9	2,6	0,0	0,2	1,8	5,4
Peru	0,2	3,5	3,7	0,1	-	0,0	0,2	3,7	4,0
Türkei	0,2	3,9	4,1	1,4	0,0	0,1	0,2	1,4	3,1
Uruguay	-	1,4	1,4	0,3	-	0,0	0,6	3,6	4,4
Vietnam	-	2,4	2,4	1,4	-	0,3	0,0	0,4	2,1
Summe	0,1	3,4	3,5	1,5	0,0	0,1	0,2	1,2	3,0
Welt	0,5	7,4	8,0	4,5	0,1	1,5	1,2	3,5	10,8

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN						INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen	Ins- gesamt			
Ägypten	10,4	1,2	5,5	1,9	2,8	21,8	99,4	0,4	100,0
Algerien	20,6	0,1	0,9	0,5	1,3	23,4	97,7	2,3	100,0
Argentinien	28,1	0,1	1,8	5,5	13,0	48,5	99,9	0,1	100,0
Brasilien	22,6	0,1	10,4	3,0	10,1	46,3	99,9	0,1	100,0
Chile	14,5	0,2	2,4	2,6	0,8	20,6	99,5	0,5	100,0
Costa Rica	11,0	0,0	0,5	5,7	12,4	29,7	99,9	0,1	100,0
El Salvador	31,7	2,3	2,0	6,9	0,1	42,9	99,9	0,1	100,0
Guatemala	15,7	0,2	1,1	4,6	12,4	33,9	99,9	0,1	100,0
Jordanien	15,1	0,2	1,0	17,6	3,2	37,1	89,3	10,7	100,0
Mexiko	15,5	0,1	11,8	3,4	3,6	34,4	99,9	0,1	100,0
Panama	43,0	0,0	0,7	3,5	5,0	52,2	99,8	0,2	100,0
Peru	15,8	0,1	0,6	4,7	0,3	21,4	99,7	0,3	100,0
Türkei	17,8	0,5	3,7	1,6	5,0	28,5	99,4	0,6	100,0
Uruguay	12,6	0,2	2,3	7,3	8,3	30,5	100,0	0,0	100,0
Vietnam	43,7	0,0	1,5	1,8	0,5	47,7	100,0	-	100,0
Summe	19,2	0,4	5,6	2,9	5,7	33,8	99,4	0,8	100,0
Welt	8,8	1,6	6,3	2,2	12,7	31,6	97,2	2,8	100,0

Q: WIFO.

1.4.2.2 Exportmarktanteile auf Branchenebene

1.4.2.2.1 Nur schwache Position im Weltexport bei Technologiebranchen

Eine Untersuchung des österreichischen Marktanteils für den Gesamtexport in den Schwerpunktländern (vgl. Abschnitt 1.4.1.2) hat ergeben, dass Österreich in Osteuropa stark vertreten ist. Deutlich schwächer ist die Position in den OECD-Ländern in Übersee sowie in den neuen Märkten. Hier erreicht Österreich eine relativ gute Stellung vor allem im Mittleren Osten sowie auch in Brasilien und Argentinien. Nur marginaler Anbieter ist Österreich hingegen in Mexiko sowie in den kleineren Staaten Süd- und Mittelamerikas.

Eine Analyse der Wettbewerbsposition Österreichs auf Branchenebene auf Basis von Exportmarktanteilen in den Schwerpunktländern liefert Hinweise auf die Grundlagen der Exporterfolge und auch auf Exportschwächen. Sie kann auch bei der Identifizierung von Marktnischen und von bisher versäumten Exportchancen behilflich sein.

Der Anteil Österreichs am Weltexport erreicht 1,7%. Die Marktanteile im Gesamtexport auf Branchenebene entsprechen nicht ganz der Stellung Österreichs als hoch entwickeltes Industrieland. In den Technologiezweigen ist Österreich auf dem Weltmarkt mit Marktanteilen von 0,5% (Elektrotechnik) bis 1,7% (Kraftwagen) nur schwach vertreten. Die stärkste Position erreicht Österreich in der Holzindustrie (Marktanteil 6%), Papierindustrie, bei Metallerzeugnissen (jeweils 3,3%) sowie in der Glasindustrie (3%). In der Gliederung nach Faktorausstattung gehören diese Branchen zu den arbeitsintensiven Zweigen bzw. zu der traditionellen Sachgüterproduktion. Relativ erfolgreich sind Österreichs Exporteure auch in der Metallerzeugung sowie in den meisten Zweigen der marketinggetriebenen Industrien (Druck-, Leder- und Konsumwarenindustrie). Eher niedrig ist der Marktanteil beim sonstigen Fahrzeugbau (Schiffe, Schienenfahrzeuge, Fahrräder; 1,1%).

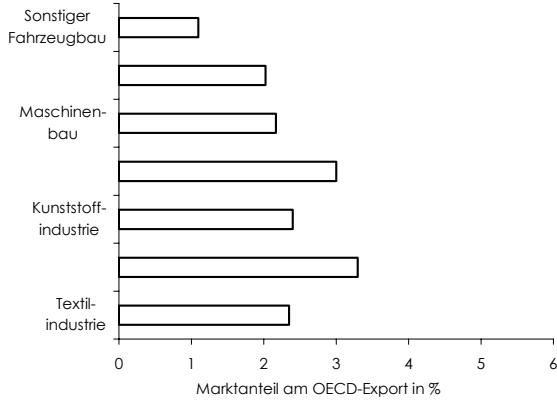
In den für den österreichischen Export wichtigsten Branchen – Maschinenbau (2,2%), Kraftwagen und chemische Industrie (1,3%) – zeigt Österreich keine überdurchschnittliche Wettbewerbsstärke (Abbildung 1.5).

Um die Wettbewerbsposition Österreichs in den Schwerpunktländern auf Branchenebene sinnvoll beurteilen zu können, wurden die Marktanteile nach Branche und Land auf Basis des gesamten Marktanteils in dem untersuchten Land und auch nach dem Marktanteil der Branche im Gesamtexport standardisiert¹²⁾.

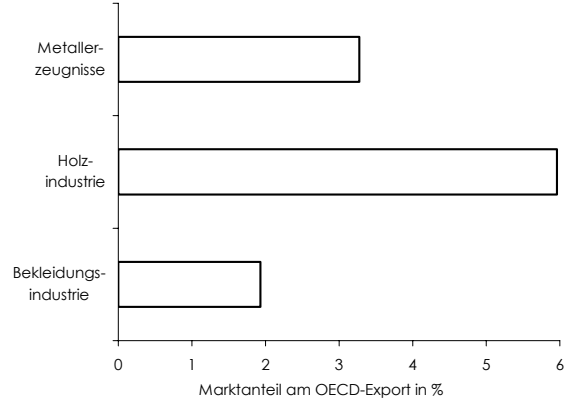
¹²⁾ Dieser Marktanteilsindikator hat den Wert von 100, wenn der Marktanteil im untersuchten Land in der Branche und im Export aller Waren dieselbe Relation wie der entsprechende Marktanteil im Weltexport erreicht. Der österreichische Marktanteil in Ungarn bei Holz beläuft sich z. B. auf 25,2%, im Export aller Waren auf 16,1%, was einen Quotient von 156,5 ergibt; der österreichische Marktanteil im Weltexport von Holz beläuft sich auf 6%, im Export aller Waren auf 1,7%, woraus sich ein Quotient von 346,5 ergibt. Der doppelt standardisierte Marktanteil bei Holz in Ungarn beträgt somit 45% (156,5/346,5) und ist somit relativ niedrig. In der Fernsehtechnik (Marktanteil in Ungarn 33,7%, im Weltexport 1,3%) erreicht der standardisierte Marktanteil 273%.

Abbildung 1.5: Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000

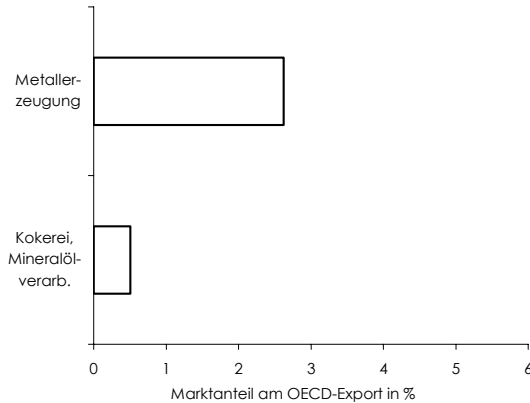
Traditionelle Sachgüterproduktion



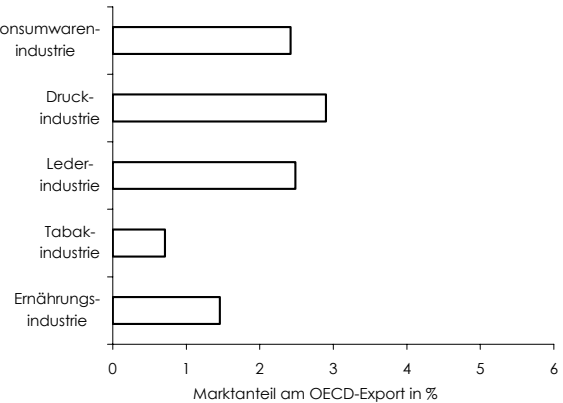
Arbeitsintensive Industrien



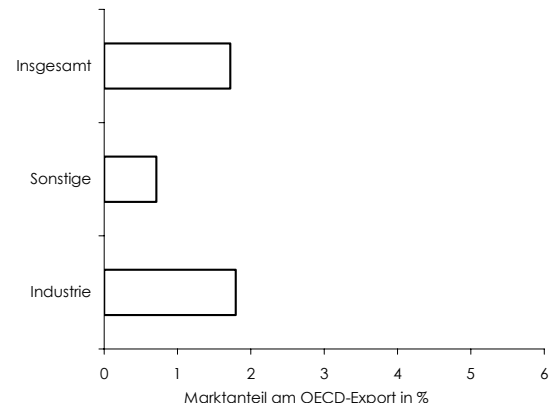
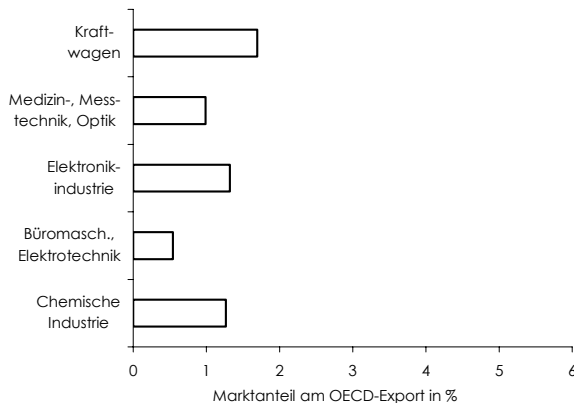
Kapitalintensive Industrien



Marketinggetriebene Industrien



Technologiegetriebene Industrien



Q: WIFO.

Ein standardisierter Marktanteilsindikator von mehr als 100 zeigt an, dass Österreich auf diesem Teilmarkt erfolgreich war. In den Übersichten 1.13b und 1.14b wurden Werte über 100 hervorgehoben. Für eine bessere Vergleichbarkeit wurden je Branche auch arithmetische Durchschnitte für die traditionellen und neuen Märkte berechnet, wobei bei den

traditionellen Märkten auch zwischen Oststaaten und den Ländern in Übersee unterschieden wird.

In den Schwerpunktländern der Oststaaten werden im Technologiebereich - mit wenigen Ausnahmen - in den Branchen chemische Industrie, Elektrotechnik, Fernstechnik und Messgeräte überdurchschnittliche Marktanteile erzielt. Besonders erfreulich sind die guten Ergebnisse in der Elektrotechnik – eine Branche, in der Österreich auf dem Weltmarkt nur sehr schwach vertreten ist.

Lediglich bei Kraftwagen ist die Marktstellung im Osten etwas schwächer. In der traditionellen Sachgüterproduktion ist Österreich beim Fahrzeugbau gut vertreten, in Tschechien, Polen und Mazedonien auch in der Papierindustrie (Übersicht 1.13b).

In den marketinggetriebenen Industrien fällt die gute Position in der Ernährungsindustrie auf. Nicht ganz genutzt wurden allerdings die Chancen in Ungarn und Polen. Der Handel mit Nahrungsmitteln zwischen der EU und den assoziierten Ländern in Osteuropa war bisher nur zum Teil liberalisiert. Mit dem EU-Beitritt am 1. Mai 2004 werden die noch bestehenden Handelshindernisse beseitigt. Dies wird zusätzliche Exportmöglichkeiten schaffen, gleichzeitig aber auch den Wettbewerb verstärken.

Die hohen Marktanteile in der Bekleidungsindustrie (arbeitsintensiv) in Ungarn, der Slowakei und Tschechien dürften hauptsächlich auf die Zulieferung von Vorprodukten zurückzuführen sein, die in den Nachbarstaaten veredelt und weiter exportiert werden. Auffallend sind die sehr hohen Marktanteile in der Mineralölverarbeitung in Ungarn, der Slowakei und Tschechien. Während Österreich in diesem Sektor auf dem Weltmarkt nur ein marginaler Anbieter ist, konnte in den Nachbarländern dank Tankstellennetz eine starke Position aufgebaut werden.

Nicht ganz so positiv ist die Branchenbilanz in den OECD-Ländern in Übersee: In den technologiegetriebenen Industrien hat Österreich bei Messgeräten sowie Kraftwagen eine relativ gute Position, in den USA auch in der chemischen Industrie. Die besten Ergebnisse werden in der traditionellen Sachgüterproduktion erreicht, in der Glasindustrie, im Maschinenbau, beim sonstigen Fahrzeugbau und in der Textilindustrie. Gut vertreten ist Österreich auch bei Metallerzeugnissen.

In den neuen Märkten sind erfolgreiche Exporteure auf vier Branchen konzentriert: Im Technologiebereich handelt es sich um Messgeräte und die chemische Industrie, in der traditionellen Sachgüterproduktion um den Maschinenbau und die Glasindustrie. Hiezu kommen im Mittleren Osten bzw. in Nordafrika noch die Papierindustrie sowie die Kunststoffindustrie, in mehreren Ländern Südamerikas die Kraftwagenindustrie (Übersichten 1.14a, 1.14b).

Übersicht 1.13a: Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
Österreichs Marktanteil am OECD-Export in %

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION							ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN		
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	11,84	23,34	20,54	15,46	12,88	12,85	14,66	20,91	25,23	15,64
Slowenien	8,06	23,38	17,97	16,70	14,61	13,04	14,44	10,67	43,59	25,37
Kroatien	6,07	17,75	16,50	17,04	14,35	19,97	4,50	7,25	41,90	15,80
Slowakei	13,53	15,97	18,20	14,92	8,01	12,75	20,54	21,70	23,45	13,70
Tschechien	5,58	17,32	9,00	8,16	7,38	7,90	15,04	12,78	18,46	9,50
Mazedonien	1,09	23,57	5,09	2,07	6,08	2,91	0,69	0,40	36,69	7,18
Polen	1,20	10,77	3,20	2,44	3,87	2,57	4,80	1,57	6,11	3,49
Lettland	1,13	1,80	1,29	2,24	2,95	1,99	24,70	2,73	2,35	1,78
Australien	1,15	1,67	0,74	1,57	0,79	0,81	0,57	0,26	0,64	2,47
USA	0,75	0,25	0,45	1,80	1,13	0,88	0,30	0,23	0,56	1,59
Kanada	0,23	0,25	0,09	0,50	0,62	0,08	0,43	0,40	0,61	0,33
Welt	2,35	3,30	2,40	3,00	2,17	2,03	1,10	1,93	5,96	3,28

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Ungarn	66,75	19,59	12,33	21,35	11,83	19,75	22,36
Slowenien	4,09	25,34	24,32	5,26	30,02	10,38	12,61
Kroatien	5,84	12,18	15,48	0,80	17,87	18,39	7,20
Slowakei	75,00	16,29	14,91	23,04	12,80	13,91	17,00
Tschechien	40,44	13,52	10,84	0,26	13,25	5,63	11,96
Mazedonien	0,35	3,49	12,92	0,23	0,49	2,47	1,44
Polen	1,12	4,21	2,03	0,03	0,81	3,19	2,75
Lettland	0,00	5,26	0,78	0,27	1,10	0,63	1,98
Australien	0,02	0,54	0,16	-	1,47	1,23	1,21
USA	0,00	0,66	0,27	0,09	0,39	0,27	0,45
Kanada	0,00	0,20	0,04	-	0,32	0,03	0,49
Welt	0,51	2,62	1,46	0,71	2,48	2,90	2,42

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT	
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik				Kraft- wagen
Ungarn	10,79	6,56	33,73	11,18	10,81	16,43	4,13	16,12
Slowenien	14,22	10,09	17,27	9,70	3,55	14,32	13,50	14,29
Kroatien	11,09	15,48	28,24	12,43	8,16	13,39	16,41	13,49
Slowakei	14,85	13,84	7,01	9,28	3,07	11,87	4,85	11,64
Tschechien	8,20	3,47	2,23	5,89	5,43	8,58	1,75	8,31
Mazedonien	3,88	4,96	5,26	5,75	2,70	4,50	0,29	3,93
Polen	2,76	2,20	2,63	4,22	2,66	3,19	2,26	3,15
Lettland	2,16	0,24	0,36	2,94	1,28	1,77	0,55	1,72
Australien	0,22	0,15	0,49	0,47	1,33	0,77	1,24	0,78
USA	0,87	0,15	0,37	0,63	0,39	0,58	0,05	0,54
Kanada	0,14	0,05	0,10	0,20	0,28	0,26	0,01	0,25
Welt	1,27	0,54	1,32	0,99	1,69	1,80	0,71	1,72

Q: WIFO.

Übersicht 1.13b: Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
Standardisierte Marktanteile¹⁾

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	53,8	75,5	91,3	55,0	63,4	67,7	142,9	115,5	45,2	51,0
Slowenien	41,3	85,3	90,1	67,0	81,2	77,5	158,7	66,5	88,0	93,2
Kroatien	32,9	68,6	87,7	72,4	84,4	125,7	52,4	47,8	89,6	61,5
Slowakei	85,1	71,6	112,1	73,5	54,6	93,0	277,1	166,0	58,2	61,8
Tschechien	49,3	108,8	77,7	56,3	70,6	80,8	284,4	137,0	64,1	60,1
Mazedonien	20,4	313,0	92,8	30,2	122,9	62,8	27,5	9,0	269,6	96,0
Polen	27,8	178,3	72,7	44,3	97,4	69,2	239,4	44,4	55,9	58,1
Lettland	48,1	54,3	53,6	74,3	136,0	97,8	2.249,4	140,9	39,3	54,2
Australien	107,8	111,9	68,2	115,4	80,1	88,1	114,2	29,2	23,6	166,3
USA	100,4	23,7	58,8	189,5	164,3	137,0	87,4	38,4	29,7	153,9
Kanada	67,3	53,3	24,9	116,5	198,2	26,5	272,0	143,1	70,5	70,0
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	44,8	119,4	84,8	59,1	88,8	84,3	429,0	90,9	88,7	67,0
Ø Übersee	91,8	63,0	50,6	140,5	147,5	83,9	157,9	70,2	41,3	130,0
Ø Traditionelle Märkte	57,7	104,0	75,5	81,3	104,8	84,2	355,0	85,2	75,8	84,2

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN			
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Ungarn	1.403,3	79,7	90,2	321,3	50,9	72,7	98,7
Slowenien	97,0	116,3	200,7	89,2	145,6	43,1	62,8
Kroatien	146,8	59,2	135,4	14,5	91,8	80,9	37,9
Slowakei	2.183,4	91,8	151,1	480,1	76,2	70,9	103,9
Tschechien	1.650,0	106,8	153,9	7,7	110,6	40,3	102,5
Mazedonien	30,6	58,3	387,9	13,9	8,6	37,3	26,0
Polen	120,7	87,6	76,0	2,1	17,8	60,0	62,1
Lettland	0,9	200,3	53,4	38,4	44,3	21,7	81,6
Australien	6,5	45,1	23,8	-	130,5	93,7	110,7
USA	2,6	80,0	58,3	40,8	49,6	29,9	58,6
Kanada	0,3	52,2	20,5	-	89,3	7,1	140,7
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	704,1	100,0	156,1	120,9	68,2	53,4	71,9
Ø Übersee	3,1	59,1	34,2	13,6	89,8	43,5	103,3
Ø Traditionelle Märkte	512,9	88,9	122,8	91,6	74,1	50,7	80,5

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT	
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik				Kraft- wagen
Ungarn	91,0	129,2	272,9	121,0	68,1	97,7	62,1	100,0
Slowenien	135,3	223,8	157,6	118,3	25,2	96,0	228,6	100,0
Kroatien	111,7	363,9	272,9	160,6	61,5	95,1	294,3	100,0
Slowakei	173,4	377,0	78,5	139,0	26,8	97,7	100,7	100,0
Tschechien	134,2	132,4	35,0	123,5	66,4	99,1	51,0	100,0
Mazedonien	134,4	400,8	174,5	255,0	69,8	109,7	17,8	100,0
Polen	119,1	221,6	109,0	233,4	85,7	96,9	173,8	100,0
Lettland	170,2	44,2	27,5	297,0	75,6	98,5	76,8	100,0
Australien	39,2	62,5	81,2	104,6	173,7	94,5	384,8	100,0
USA	216,9	86,6	88,7	202,7	73,5	103,0	21,1	100,0
Kanada	76,5	60,3	53,1	143,3	114,2	101,7	6,3	100,0
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	133,7	236,6	141,0	181,0	59,9	98,8	125,6	100,0
Ø Übersee	110,9	69,8	74,3	150,2	120,5	99,7	137,4	100,0
Ø Traditionelle Märkte	127,5	191,1	122,8	172,6	76,4	99,1	128,8	100,0

Q: WIFO. -¹⁾ Vergleiche Fußnote 12 im Text.

Übersicht 1.14a: Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Österreichs Marktanteil am OECD-Export in %

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	0,63	11,95	1,58	4,75	1,46	0,98	0,06	0,54	0,49	1,30
Türkei	2,02	7,07	2,74	3,68	3,19	2,15	0,31	0,48	4,40	2,68
Vietnam	0,59	1,58	0,24	0,82	1,79	0,14	-	0,38	6,60	0,09
Ägypten	0,70	5,06	1,46	4,16	1,66	1,11	0,10	0,51	0,17	1,49
Algerien	0,01	6,10	6,78	3,42	1,52	0,14	0,00	0,00	1,71	0,56
Brasilien	0,57	0,65	1,17	3,17	1,56	0,90	0,04	0,20	0,58	1,38
Argentinien	0,42	0,86	0,97	2,51	1,05	0,41	0,02	1,20	0,32	0,74
Peru	0,40	4,63	0,59	2,14	0,65	1,73	0,31	0,03	0,13	0,60
Uruguay	0,16	0,76	0,19	1,79	2,08	0,17	2,84	0,79	0,11	0,78
Chile	0,60	0,42	0,50	1,20	1,38	0,17	0,08	1,69	0,34	1,18
Costa Rica	0,03	0,39	0,32	0,91	0,85	0,08	0,14	0,01	0,46	0,54
Guatemala	0,03	0,06	0,25	1,75	0,65	0,04	0,21	0,02	-	0,19
El Salvador	0,02	0,14	0,17	0,76	0,58	0,54	0,02	0,00	0,90	0,45
Mexiko	0,14	0,06	0,05	1,24	0,42	0,05	0,31	0,01	0,03	0,12
Panama	0,06	0,18	0,07	0,10	0,59	0,01	0,00	0,45	0,01	0,07
Welt	2,35	3,30	2,40	3,00	2,17	2,03	1,10	1,93	5,96	3,28

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Jordanien	0,00	0,98	0,83	-	0,01	0,36	1,45
Türkei	0,12	1,63	0,96	0,01	0,13	1,13	1,63
Vietnam	-	0,32	0,24	-	0,17	0,16	0,24
Ägypten	0,07	2,33	0,12	-	0,22	0,87	0,57
Algerien	0,00	0,42	0,00	-	0,00	0,18	0,49
Brasilien	0,00	0,89	1,05	-	0,18	0,21	0,73
Argentinien	0,00	0,81	0,28	-	0,67	0,04	0,48
Peru	0,10	0,44	0,01	-	0,01	0,15	1,41
Uruguay	-	0,78	0,02	-	0,02	0,34	0,35
Chile	0,00	0,81	0,03	-	0,05	0,08	0,92
Costa Rica	-	0,36	0,18	-	0,05	0,05	0,29
Guatemala	0,00	0,74	0,00	-	0,01	0,21	0,20
El Salvador	-	0,38	0,02	-	0,00	0,03	0,42
Mexiko	0,00	0,08	0,02	-	0,02	0,02	0,08
Panama	-	0,07	0,02	1,54	0,00	0,05	0,03
Welt	0,51	2,62	1,46	0,71	2,48	2,90	2,42

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen			
Jordanien	1,74	0,15	0,47	6,42	0,49	1,78	2,14	1,81
Türkei	1,77	0,24	0,66	0,75	0,57	1,67	0,20	1,60
Vietnam	2,81	0,06	0,21	0,69	0,17	1,06	0,00	1,03
Ägypten	0,88	0,76	0,96	0,60	0,48	1,15	0,04	1,02
Algerien	1,53	0,03	0,32	0,22	0,09	0,99	0,21	0,91
Brasilien	1,01	0,02	0,89	0,52	1,18	0,92	0,03	0,89
Argentinien	0,97	0,01	0,14	0,81	0,73	0,70	0,03	0,69
Peru	0,77	0,02	0,06	1,03	0,02	0,70	0,03	0,65
Uruguay	0,32	0,01	0,19	0,82	0,64	0,58	0,01	0,57
Chile	0,58	0,03	0,16	0,35	0,04	0,54	0,06	0,52
Costa Rica	0,25	0,00	0,01	0,34	0,51	0,26	0,00	0,24
Guatemala	0,21	0,01	0,03	0,61	0,32	0,22	0,00	0,20
El Salvador	0,76	0,18	0,04	1,18	0,00	0,19	0,00	0,18
Mexiko	0,23	0,00	0,12	0,16	0,04	0,14	0,00	0,13
Panama	0,42	0,00	0,02	0,15	0,09	0,05	0,01	0,05
Welt	1,27	0,54	1,32	0,99	1,69	1,80	0,71	1,72

Q: WIFO.

Übersicht 1.14b: Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Standardisierte Marktanteile¹⁾

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	25,6	344,7	62,5	150,7	64,0	46,0	5,4	26,7	7,7	37,9
Türkei	92,3	230,4	122,8	132,0	158,2	114,1	30,4	26,6	79,4	88,1
Vietnam	42,2	79,8	16,5	45,5	137,9	11,2	-	32,7	185,0	4,8
Ägypten	50,4	259,1	102,6	234,3	129,0	92,8	14,7	44,7	5,0	76,9
Algerien	0,6	349,7	534,3	215,2	132,4	13,5	0,1	0,3	54,2	32,4
Brasilien	47,0	37,9	93,7	203,5	138,8	86,0	6,7	20,2	18,6	81,3
Argentinien	44,9	65,1	101,0	209,9	121,1	50,7	5,3	155,3	13,3	56,6
Peru	45,6	373,4	65,6	189,5	80,2	227,4	75,6	4,1	5,8	48,9
Uruguay	21,3	69,7	23,8	181,5	292,5	24,9	789,3	124,1	5,7	72,0
Chile	84,1	41,7	68,4	132,5	209,9	28,6	23,2	288,7	19,1	119,5
Costa Rica	7,8	82,4	93,2	212,7	275,2	26,7	91,6	2,8	54,5	115,3
Guatemala	9,4	14,3	88,2	499,1	258,3	15,5	167,8	10,4	0,0	50,6
El Salvador	9,2	40,1	67,3	242,7	254,6	256,3	18,6	1,8	143,7	129,7
Mexiko	75,6	22,3	25,0	531,3	246,7	34,7	365,6	4,5	7,5	46,8
Panama	77,3	178,8	89,1	106,5	894,1	9,9	1,4	767,7	7,6	68,8
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	42,2	146,0	103,6	219,1	226,2	69,2	106,4	100,7	40,5	68,6

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN			
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Jordanien	0,5	35,5	53,8	-	0,5	11,9	57,1
Türkei	25,1	67,0	70,5	1,5	5,5	42,1	72,6
Vietnam	-	20,5	27,3	-	11,5	9,3	16,7
Ägypten	23,7	149,8	13,3	-	15,0	50,4	39,8
Algerien	1,2	30,6	0,3	-	0,1	11,6	38,5
Brasilien	0,9	65,3	138,7	-	14,3	13,8	58,2
Argentinien	1,1	77,2	48,3	-	67,5	3,6	49,9
Peru	51,9	44,6	1,8	-	0,7	13,7	155,3
Uruguay	-	90,8	4,9	-	2,3	35,2	43,9
Chile	0,6	102,7	6,6	-	7,1	9,3	125,9
Costa Rica	-	97,6	85,9	-	14,0	11,5	85,6
Guatemala	0,2	243,0	0,2	-	3,4	61,8	72,0
El Salvador	-	136,3	11,6	-	0,2	8,8	167,3
Mexiko	0,4	39,0	18,6	-	12,5	7,0	40,2
Panama	-	87,1	55,9	7.114,0	1,1	54,3	41,4
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	7,0	85,8	35,9	474,4	10,4	23,0	71,0

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik			
Jordanien	130,9	26,7	33,6	619,0	27,5	94,1	286,0
Türkei	150,8	47,0	53,8	81,2	36,4	100,0	29,9
Vietnam	371,4	17,2	26,1	116,9	16,9	99,0	0,9
Ägypten	118,0	237,6	122,3	102,9	47,5	108,0	8,7
Algerien	228,1	9,2	45,3	42,8	10,3	104,1	55,8
Brasilien	153,1	8,0	129,3	102,4	134,7	99,1	6,8
Argentinien	191,3	6,6	26,8	206,2	107,6	97,5	10,3
Peru	161,4	8,1	11,7	276,6	2,7	103,8	9,8
Uruguay	76,2	5,3	43,7	253,2	115,6	98,2	3,0
Chile	150,4	15,3	40,1	117,1	7,3	99,3	29,4
Costa Rica	140,8	2,6	4,7	242,9	210,2	101,1	3,3
Guatemala	145,1	14,1	19,4	526,3	161,5	104,2	2,0
El Salvador	575,9	312,9	31,3	1.135,6	1,6	101,9	4,1
Mexiko	230,5	8,3	121,7	203,8	29,3	100,9	2,9
Panama	1.084,9	7,3	45,7	495,9	170,6	96,6	58,1
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	260,6	48,4	50,4	301,5	72,0	100,5	34,1

Q: WIFO. -¹⁾ Vergleiche Fußnote 12 im Text.

1.4.2.2.2 Marktanteilsgewinne breit gestreut

Die österreichische Exportwirtschaft war in den neunziger Jahren insgesamt recht erfolgreich. Der Marktanteil am Weltexport konnte um 9,3% ausgeweitet werden, wobei Positionsgewinnen in den OECD-Ländern in Übersee, im Nahen Osten sowie Brasilien und Argentinien Verluste in den meisten kleineren Ländern Südamerikas gegenüberstanden.

Im sonstigen Fahrzeugbau konnte der Weltmarktanteil mehr als verdoppelt werden, in den anderen Branchen der traditionellen Sachgüterproduktion konnte dieser nur etwa gehalten werden. In den Technologiebranchen gab es eine Ausweitung der Marktanteile in der Kraftfahrzeugindustrie und der Elektrotechnik. Die größten Erfolge erreichten die Exporteure in den marketinggetriebenen (Ernährungsindustrie) und kapitalintensiven Zweigen (Abbildung 1.6).

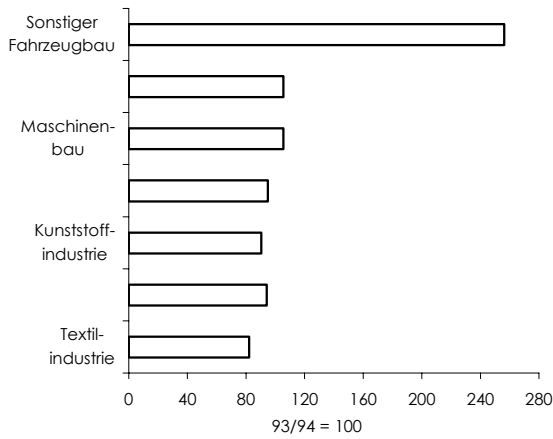
Eine Analyse der standardisierten Marktanteilsindikatoren (Übersichten 1.15a, 1.15b, 1.16a, 1.16b) zeigt, dass Österreich in den Schwerpunktländern in Osteuropa die meisten Gewinne in der traditionellen Sachgüterproduktion (Textil-, Papier-, Glas-, Elektroindustrie, sonstiger Fahrzeugbau) erreichte. Auch in der Bekleidungs-, Leder-, Holz- und Konsumwarenindustrie wurden überdurchschnittliche Gewinne erzielt. Weniger positiv war die Bilanz in den Technologiebranchen. Hier waren Gewinne auf Messgeräte und die Fernsehtechnik beschränkt.

In den OECD-Ländern in Übersee konzentrierten sich die Gewinne auf den Technologiebereich: Kraftwagen, Fernseh- und Elektrotechnik.

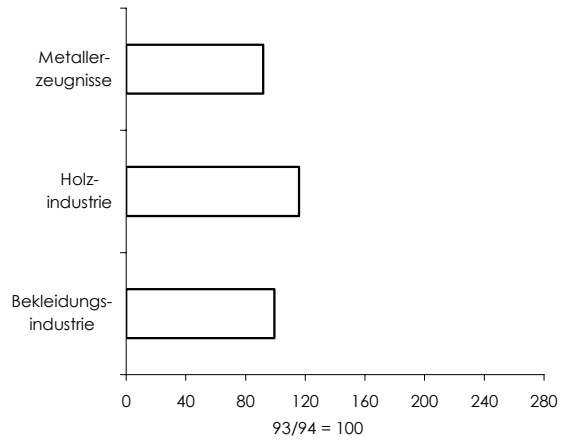
Positiv ist die Bilanz in Bezug auf die neuen Märkte. Hier wurden in allen Technologiebranchen und den meisten Zweigen der traditionellen Sachgüterproduktion gute Ergebnisse erreicht. Verluste mussten u. a. in der Ernährungsindustrie und Metallerzeugung hingenommen werden.

Abbildung 1.6: Entwicklung der österreichischen Exportmarktanteile nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000

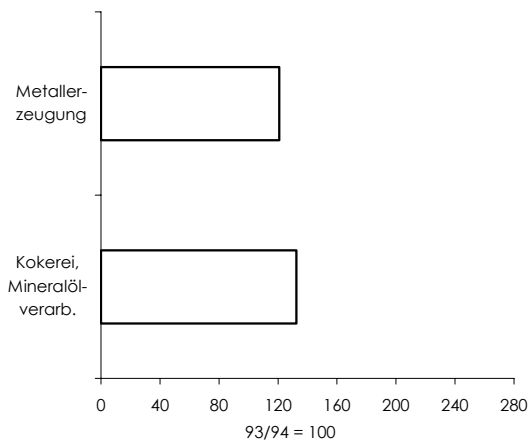
Traditionelle Sachgüterproduktion



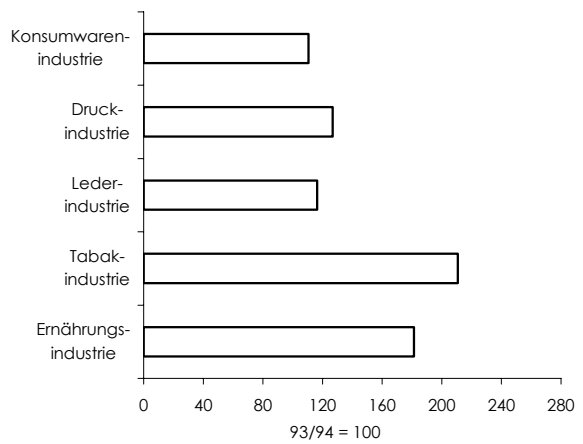
Arbeitsintensive Industrien



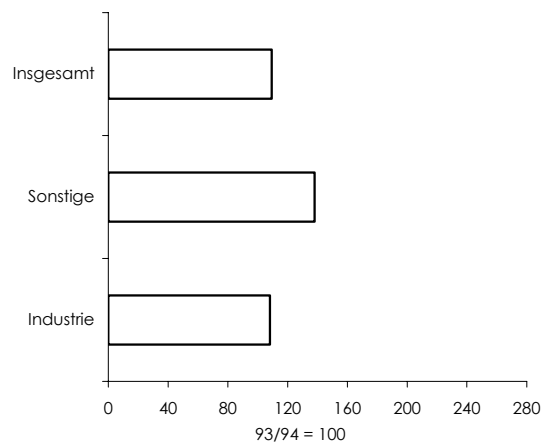
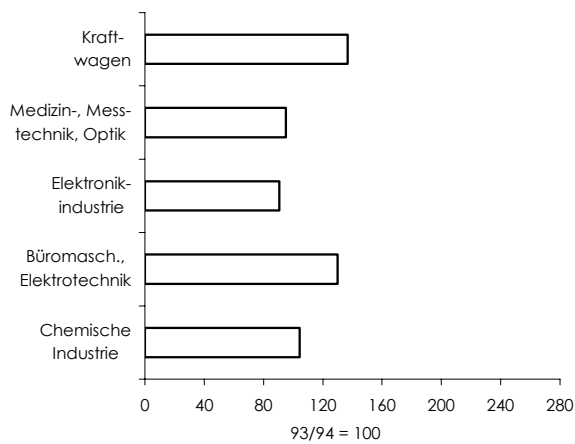
Kapitalintensive Industrien



Marketinggetriebene Industrien



Technologiegetriebene Industrien



Q: WIFO.

Übersicht 1.15a: Entwicklung der Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
Index - Marktanteil Durchschnitt 93/94=100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	127,4	76,2	71,5	83,5	87,8	73,1	438,1	105,7	75,1	57,9
Slowenien	219,2	88,9	87,5	97,9	134,2	118,3	152,5	170,5	100,5	120,8
Kroatien	187,2	119,5	114,8	148,1	150,0	328,6	73,4	293,9	94,3	131,9
Slowakei	230,5	66,6	59,0	96,1	54,1	81,5	784,0	81,6	112,6	46,4
Tschechien	92,6	83,6	57,6	54,6	81,6	80,7	235,3	119,0	71,7	67,6
Mazedonien	117,9	145,1	34,1	36,6	146,9	73,7	24,8	39,0	7.587,0	78,9
Polen	141,3	91,5	46,0	53,7	78,6	114,2	526,9	116,0	189,0	83,2
Lettland	316,7	152,7	34,2	572,9	143,7	266,8	4.810,8	5.803,2	105,0	98,1
Australien	206,4	124,1	114,7	73,1	86,5	127,6	347,2	172,9	2.264,6	82,9
USA	59,8	51,6	110,5	83,1	125,6	258,3	148,3	51,4	3.025,3	83,4
Kanada	48,0	82,7	91,8	138,9	84,8	158,7	423,9	59,1	1.345,9	54,4
Welt	82,2	94,2	90,3	95,0	105,4	105,6	256,4	99,3	115,7	91,8
	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie			
Ungarn	94,7	84,3	80,3	77,0	162,3	77,7	174,1			
Slowenien	11,6	131,8	132,7	29,0	335,6	126,3	146,6			
Kroatien	36,0	100,4	212,1	68,0	225,5	294,4	129,6			
Slowakei	136,0	99,2	120,6	102,2	508,7	64,3	103,2			
Tschechien	89,2	88,0	109,8	3,3	202,3	52,8	102,7			
Mazedonien	8,8	30,2	142,3	7,0	135,4	51,6	111,6			
Polen	77,7	71,5	80,1	7,2	48,2	48,1	65,1			
Lettland	24,7	809,1	169,9	-	141,4	277,1	99,6			
Australien	47,8	42,5	116,6	-	158,5	1.155,9	173,1			
USA	149,4	154,6	65,6	13.171,1	79,1	77,9	52,8			
Kanada	55,0	237,3	51,2	-	105,3	67,7	71,6			
Welt	132,6	120,9	181,3	210,8	116,4	126,7	110,7			
	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT		
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen					
Ungarn	88,1	47,9	117,9	107,9	90,3	98,1	27,8	96,7		
Slowenien	100,5	52,8	200,2	75,3	80,0	113,7	68,5	110,8		
Kroatien	134,3	60,6	305,6	160,4	126,6	152,9	309,1	157,9		
Slowakei	86,0	35,8	49,6	69,0	44,3	74,3	33,3	73,2		
Tschechien	71,7	30,5	22,9	56,1	157,1	79,8	49,2	79,5		
Mazedonien	66,2	19,9	57,0	106,7	23,6	74,0	17,3	68,5		
Polen	82,0	38,5	65,8	115,7	125,3	85,4	150,9	88,7		
Lettland	64,9	32,8	56,1	998,0	201,9	164,0	430,5	167,4		
Australien	84,5	887,8	164,0	109,1	5.797,8	148,3	1.316,5	153,5		
USA	125,8	129,6	216,6	90,9	391,9	137,7	87,9	136,0		
Kanada	66,9	185,5	160,3	119,4	158,8	104,1	57,4	104,1		
Welt	104,4	130,0	90,6	95,1	136,7	108,2	138,2	109,3		

Q: WIFO.

Übersicht 1.15b: Entwicklung der Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte

Index der Entwicklung des österreichischen Marktanteils - Marktanteil je Land und je Branche = 100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	175,3	91,5	89,5	99,4	94,2	78,3	193,1	120,4	73,4	71,3
Slowenien	263,1	93,1	95,5	101,7	125,6	110,6	58,7	169,5	85,6	129,9
Kroatien	157,6	87,8	87,9	107,9	98,5	215,4	19,8	204,9	56,4	99,5
Slowakei	418,9	105,5	97,6	151,0	76,7	115,3	456,5	122,8	145,3	75,5
Tschechien	154,9	122,0	87,6	79,0	106,4	105,0	126,1	164,6	85,1	101,3
Mazedonien	229,0	246,0	60,2	61,5	222,5	111,5	15,4	62,8	10.466,1	137,3
Polen	211,8	119,7	62,7	69,6	91,8	133,3	253,2	144,0	201,2	111,7
Lettland	251,7	105,9	24,7	393,9	89,0	165,0	1.225,1	3.817,5	59,2	69,8
Australien	178,8	93,8	90,3	54,8	58,4	86,0	96,4	124,0	1.392,9	64,3
USA	58,5	44,0	98,3	70,3	95,7	196,7	46,5	41,6	2.100,9	73,1
Kanada	61,3	92,2	106,6	153,5	84,4	157,9	173,6	62,5	1.221,0	62,3
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	232,8	121,4	75,7	133,0	113,1	129,3	293,5	600,8	1.396,5	99,5
Ø Übersee	99,5	76,7	98,4	92,9	79,5	146,9	105,5	76,0	1.571,6	66,6
Ø Traditionelle Märkte	196,4	109,2	81,9	122,0	103,9	134,1	242,2	457,7	1.444,3	90,5

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN					Konsum- waren- industrie
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie		
Ungarn	80,7	78,8	50,1	41,3	157,7	69,3	177,8	
Slowenien	8,7	107,5	72,2	13,6	284,5	98,3	130,7	
Kroatien	18,8	57,4	81,0	22,3	134,1	160,7	81,0	
Slowakei	153,1	122,5	99,3	72,4	652,5	75,8	139,3	
Tschechien	92,5	100,0	83,2	2,2	238,9	57,2	127,5	
Mazedonien	10,7	39,9	125,3	5,3	185,8	65,0	161,0	
Polen	72,2	72,9	54,4	4,2	51,0	46,7	72,5	
Lettland	12,2	437,1	61,2	-	79,3	142,7	58,8	
Australien	25,7	25,0	45,8	-	96,9	649,1	111,3	
USA	90,6	102,8	29,1	5.020,6	54,6	49,4	38,4	
Kanada	43,6	206,2	29,6	-	95,0	56,1	67,9	
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Ø Oststaaten	56,1	127,0	78,3	23,0	223,0	89,5	118,6	
Ø Übersee	53,3	111,3	34,8	2.510,3	82,2	251,5	72,5	
Ø Traditionelle Märkte	55,3	122,7	66,5	575,8	184,6	133,7	106,0	

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen			
Ungarn	95,4	41,6	147,0	128,3	74,6	102,6	22,7	100,0
Slowenien	94,9	40,1	217,9	78,1	57,7	103,7	48,9	100,0
Kroatien	89,0	32,3	233,3	116,7	64,1	97,8	154,8	100,0
Slowakei	122,9	41,2	81,7	108,4	48,4	102,5	36,0	100,0
Tschechien	94,3	32,2	34,7	81,0	157,8	101,4	48,9	100,0
Mazedonien	101,2	24,5	100,4	179,2	27,6	109,2	20,0	100,0
Polen	96,7	36,5	89,4	150,0	112,9	97,2	134,6	100,0
Lettland	40,6	16,5	40,4	685,4	96,4	99,0	203,5	100,0
Australien	57,6	486,3	128,7	81,7	3.018,2	97,6	678,2	100,0
USA	96,8	80,2	192,0	76,9	230,4	102,3	51,1	100,0
Kanada	67,3	149,8	185,7	131,9	121,9	101,0	43,6	100,0
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	91,9	33,1	118,1	190,9	79,9	101,7	83,7	100,0
Ø Übersee	73,9	238,7	168,8	96,8	1.123,5	100,3	257,7	100,0
Ø Traditionelle Märkte	87,0	89,2	131,9	165,2	364,6	101,3	131,1	100,0

Q: WIFO.

Übersicht 1.16a: Entwicklung der Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Index - Marktanteil Durchschnitt 93/94=100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	30,3	87,9	131,1	442,8	67,1	166,3	49,7	63,4	504,3	30,0
Türkei	141,8	88,3	133,9	51,5	213,9	118,7	457,2	43,7	442,6	108,7
Vietnam	261,4	38,9	79,6	311,1	79,9	87,4	-	177,0	-	24,3
Ägypten	112,5	74,7	122,5	100,0	107,1	171,9	17,3	76,0	96,6	107,9
Algerien	7,9	334,8	104,7	36,6	292,4	1,2	0,0	19,2	16,9	29,3
Brasilien	242,6	140,7	278,5	67,1	177,0	174,4	11,9	346,5	110,2	68,7
Argentinien	87,9	25,3	184,2	75,3	113,7	336,7	18,7	58,9	135,4	90,7
Peru	161,4	72,1	319,4	379,1	176,8	733,8	120,3	9,5	297,7	101,1
Uruguay	29,1	20,6	80,4	148,0	232,2	13,0	1.256,4	104,5	301,5	103,7
Chile	132,7	16,7	95,6	49,2	167,6	130,7	76,5	81,8	598,8	123,4
Costa Rica	23,3	226,9	187,9	112,8	188,9	37,1	145,5	7,6	-	60,1
Guatemala	177,1	20,7	290,9	65,1	187,0	60,0	-	62,4	0,0	49,7
El Salvador	307,3	11,4	144,5	58,8	100,7	796,4	87,0	3,1	-	60,1
Mexiko	64,2	6,5	210,5	76,8	81,5	156,2	196,7	50,8	38,8	76,9
Panama	82,6	135,1	22,6	37,9	182,6	16,3	-	38,2	6,5	22,3
Welt	82,2	94,2	90,3	95,0	105,4	105,6	256,4	99,3	115,7	91,8

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN			
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Jordanien	2,0	48,1	395,1	-	37,5	88,7	133,4
Türkei	34,1	101,9	249,8	74,8	230,6	9,0	115,0
Vietnam	0,0	155,7	-	-	2.502,1	13,3	172,8
Ägypten	1.484,1	179,1	42,6	-	215,0	780,2	162,2
Algerien	3,9	18,3	0,6	-	0,1	24,2	60,9
Brasilien	1.508,0	77,4	128,2	-	739,2	45,8	195,8
Argentinien	4,6	66,4	41,3	-	116,1	62,4	94,5
Peru	-	36,2	3,4	-	424,7	255,6	41,9
Uruguay	-	133,6	21,3	-	182,2	300,3	96,2
Chile	3,3	92,5	29,7	-	8,7	39,5	110,5
Costa Rica	-	44,9	358,6	-	198,3	273,2	143,3
Guatemala	-	46,7	20,7	-	57,8	109,7	43,9
El Salvador	-	57,8	403,0	-	8,1	23,8	223,7
Mexiko	109,0	94,6	67,7	-	77,4	61,9	76,8
Panama	-	513,0	43,5	-	510,3	232,2	60,6
Welt	132,6	120,9	181,3	210,8	116,4	126,7	110,7

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen			
Jordanien	83,3	17,9	163,3	572,0	89,8	104,1	7.131,2	121,2
Türkei	130,0	89,5	457,3	126,7	270,3	127,3	44,1	126,3
Vietnam	103,7	39,1	814,8	74,4	63,5	103,3	36,9	106,2
Ägypten	152,7	1.135,8	100,6	165,1	250,7	113,1	51,9	113,5
Algerien	70,7	11,5	19,5	99,5	51,0	43,3	219,7	44,2
Brasilien	269,3	91,4	384,2	163,2	102,7	144,0	36,0	149,2
Argentinien	73,8	181,3	92,4	136,9	1.827,4	101,6	10,9	101,1
Peru	111,4	65,8	152,5	301,2	77,3	129,7	22,6	127,2
Uruguay	27,8	13,0	212,5	38,8	40.590,6	88,8	8,8	88,7
Chile	65,8	245,1	212,7	77,6	430,2	97,5	250,8	98,2
Costa Rica	28,3	1,3	35,5	32,2	260,2	74,5	147,0	75,8
Guatemala	56,2	22,9	25,3	202,6	486,0	89,7	13,5	88,8
El Salvador	205,4	212,9	40,2	1.594,4	14,1	75,1	113,4	76,8
Mexiko	205,4	111,1	612,7	180,1	32,1	79,6	3,2	78,8
Panama	457,0	23,1	209,4	127,6	600,9	148,5	12.426,1	149,1
Welt	104,4	130,0	90,6	95,1	136,7	108,2	138,2	109,3

Q: WIFO.

Übersicht 1.16b: Entwicklung der Exportmarktanteile Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Index der Entwicklung des österreichischen Marktanteils - Marktanteil je Land und je Branche = 100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	33,2	84,1	130,7	420,2	57,4	142,0	17,5	57,6	392,8	29,5
Türkei	149,3	81,1	128,3	46,9	175,6	97,3	154,2	38,1	330,9	102,5
Vietnam	327,5	42,6	90,7	337,2	78,1	85,2	-	183,6	-	27,3
Ägypten	131,9	76,4	130,5	101,4	97,9	156,8	6,5	73,7	80,4	113,2
Algerien	23,8	878,1	286,4	95,3	685,4	2,9	-	47,8	36,1	78,9
Brasilien	216,3	109,4	225,8	51,7	123,0	121,1	3,4	255,7	69,8	54,9
Argentinien	115,6	29,0	220,3	85,6	116,6	344,6	7,9	64,1	126,4	106,8
Peru	168,7	65,7	303,8	343,0	144,1	597,3	40,3	8,2	221,0	94,7
Uruguay	43,7	26,9	109,5	191,8	271,4	15,2	603,4	129,7	320,8	139,2
Chile	179,8	19,8	117,9	57,7	177,0	137,9	33,2	91,7	576,0	149,7
Costa Rica	40,9	347,1	299,7	171,1	258,3	50,7	81,8	11,0	-	94,4
Guatemala	265,3	27,0	396,4	84,4	218,4	69,9	-	77,4	-	66,6
El Salvador	531,8	17,3	227,4	88,1	135,9	1.072,9	48,2	4,4	-	93,1
Mexiko	108,4	9,6	323,3	112,2	107,3	205,3	106,4	71,0	46,5	116,3
Panama	73,7	105,1	18,3	29,2	127,0	11,3	-	28,2	4,1	17,8
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	160,7	128,0	200,6	147,7	184,9	207,3	100,3	76,1	200,4	85,7

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN			
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Jordanien	1,4	35,8	196,4	-	29,0	63,1	108,6
Türkei	22,3	73,0	119,2	30,7	171,4	6,1	89,9
Vietnam	-	132,6	-	-	2.213,4	10,8	160,8
Ägypten	1.077,7	142,6	22,6	-	177,8	592,6	141,1
Algerien	7,2	37,4	0,8	-	0,1	47,2	135,9
Brasilien	833,2	46,9	51,8	-	465,3	26,5	129,6
Argentinien	3,7	59,4	24,6	-	107,8	53,2	92,3
Peru	-	25,7	1,6	-	313,6	173,3	32,5
Uruguay	-	136,1	14,5	-	192,8	291,8	107,0
Chile	2,8	85,2	18,2	-	8,3	34,7	111,1
Costa Rica	-	53,6	285,1	-	245,6	310,7	186,7
Guatemala	-	47,5	14,1	-	61,1	106,5	48,9
El Salvador	-	68,0	316,1	-	9,9	26,8	287,4
Mexiko	114,1	108,6	51,8	-	92,3	67,7	96,3
Panama	-	311,1	17,6	-	321,4	134,3	40,2
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	257,8	90,9	81,0	30,7	294,0	129,7	117,9

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik			
Jordanien	71,9	12,4	162,3	542,3	59,2	86,8	4.652,3
Türkei	107,7	59,5	436,4	115,2	171,0	101,8	27,6
Vietnam	102,2	31,0	925,3	80,6	47,8	98,3	27,5
Ägypten	140,7	841,4	106,8	167,2	176,5	100,7	36,2
Algerien	167,3	21,8	53,1	258,6	92,2	98,8	393,0
Brasilien	188,9	51,5	310,5	125,7	55,0	97,5	19,1
Argentinien	76,4	150,7	110,1	155,6	1.444,1	101,5	8,5
Peru	91,7	43,5	144,5	272,2	48,6	103,0	14,1
Uruguay	32,7	12,3	288,6	50,3	36.555,3	101,1	7,9
Chile	70,1	210,0	261,3	90,9	350,3	100,4	202,1
Costa Rica	39,1	1,4	56,4	48,8	274,2	99,3	153,4
Guatemala	66,3	21,7	34,4	262,3	437,5	102,1	12,0
El Salvador	279,7	233,0	63,0	2.384,7	14,7	98,8	116,7
Mexiko	272,8	118,5	937,6	262,7	32,6	102,1	3,2
Panama	320,8	13,1	169,3	98,4	322,1	100,7	6.592,4
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	135,2	121,5	270,7	327,7	2.672,1	99,5	817,7

Q: WIFO.

1.4.2.3 Unit Values nach Branchen

1.4.2.3.1 Höchste Exportpreise bei Messgeräten und in der Datenverarbeitung

Die bei Lieferungen in die Schwerpunktländer erzielten Exportpreise streuen stark (vgl. Abschnitt 1.4.1.3), wobei die Werte bei Exporten in entfernte Märkte in der Regel überdurchschnittlich hoch sind. Als eine der Ursachen für diese regionalen Unterschiede wurde der höhere Anteil transportkostenintensiver und deshalb "billigerer" Waren bei Exporten in nahe liegende Märkte vermutet. In einer Gliederung nach Branchen sollte dieser Struktureffekt auf die Länderergebnisse keinen – oder nur einen geringen – Einfluss haben.

Die Exportpreise im österreichischen Gesamtexport nach Branchen erreichen – bei einem Durchschnitt von 1,7 USD je kg – Werte zwischen 89,9 USD je kg (Messgeräte) bzw. 65,2 USD je kg (Elektrotechnik) und weniger als 0,5 USD je kg (Holz- und Mineralölverarbeitung). In der Gliederung nach Faktorausstattung werden die höchsten Unit Values in den technologiegetriebenen Industrien sowie in der traditionellen Sachgüterproduktion erzielt¹³⁾ (Abbildungen 1.7, 1.8).

Die Übersichten 1.17a, 1.17b, 1.18a und 1.18b zeigen die Unit Values im Export in die Schwerpunktländer in der Gliederung nach Branchen und Faktorausstattung. In den OECD-Ländern in Übersee werden – mit nur einer Ausnahme – in allen Branchen und Ländern überdurchschnittliche Werte erreicht. Die Unit Values sind in den meisten Fällen zwei- bis viermal höher als im Gesamtexport.

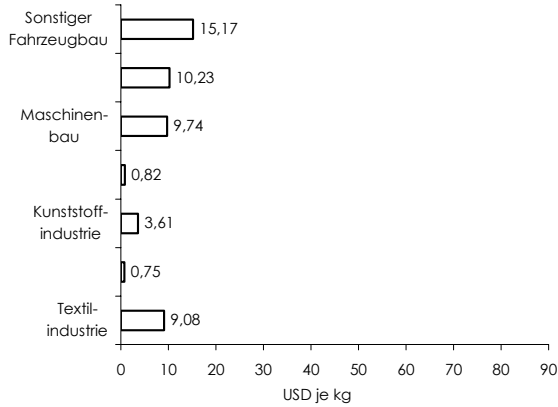
Auch im Export in die neuen Märkte werden in den meisten Teilmärkten deutlich überdurchschnittliche Exportpreise realisiert, wobei es in Bezug auf die Faktorausstattung keine signifikanten Unterschiede gibt. Hohe Unit Values werden u. a. in der chemischen Industrie, im Maschinenbau und in der Metallerzeugung erreicht.

Weniger erfreulich sind die Ergebnisse in den Oststaaten: Mit wenigen Ausnahmen fallen in den Technologiebranchen Werte an, die unter dem Durchschnitt liegen. Bei den Messgeräten wird in Osteuropa z. B. nur etwa die Hälfte der Werte im Gesamtexport erreicht, bei Kraftfahrzeugen und der Fernsehtechnik etwa 70%. Auch in der Glas-, Elektro-, Fahrzeugindustrie sowie bei Metallerzeugnissen und im Maschinenbau fallen überwiegend unterdurchschnittliche Ergebnisse an. In der Ernährungsindustrie sind die relativen Unit Values in den wichtigsten Absatzländern (Ungarn, Tschechien) niedrig. Andererseits werden im Osten in den meisten marketinggetriebenen Branchen (Tabak-, Leder- und Konsumwarenindustrie), arbeits- und kapitalintensiven Sektoren (Bekleidungsindustrie, Holz- und Mineralölverarbeitung bzw. Metallerzeugung) sowie in zwei Sektoren der traditionellen Sachgüterproduktion (Textil- und Papierindustrie) überdurchschnittliche Werte verbucht.

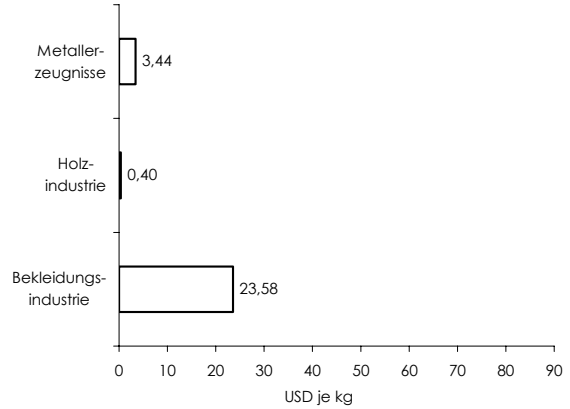
¹³⁾ Die hohen Unit Values im Export von Bekleidung (arbeitsintensiv) und Leder (marketinggetrieben) stützen sich auf Modeartikel sowie auf Zulieferungen für die Auslandsverarbeitung von Tochtergesellschaften bzw. im Rahmen einer Lohnveredlung in Ländern mit günstigen Produktionskosten.

Abbildung 1.7: Export-Unit Values Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000

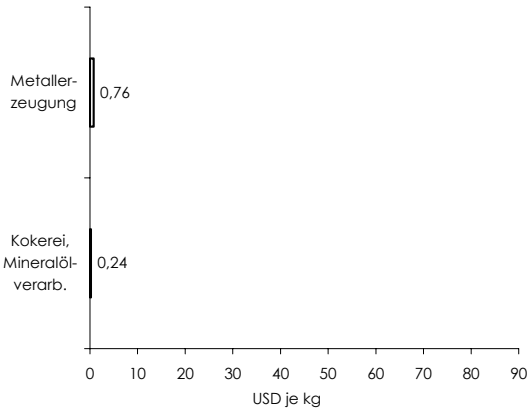
Traditionelle Sachgüterproduktion



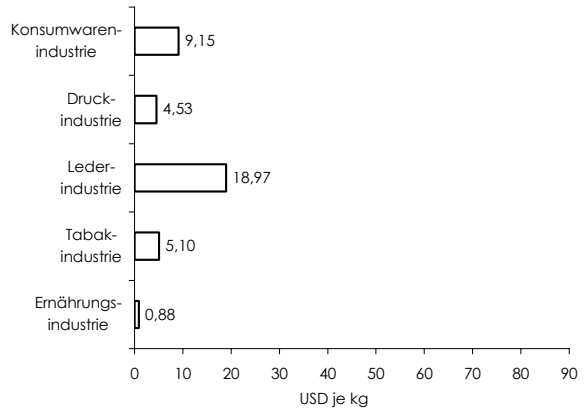
Arbeitsintensive Industrien



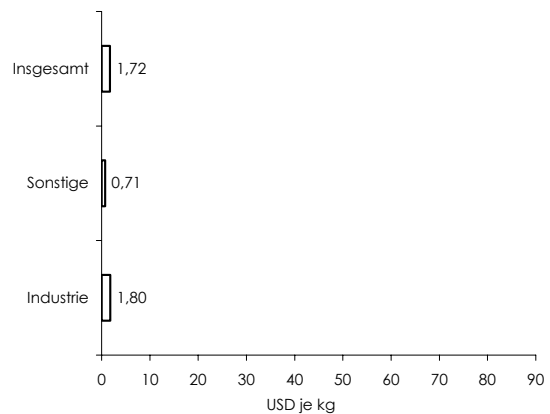
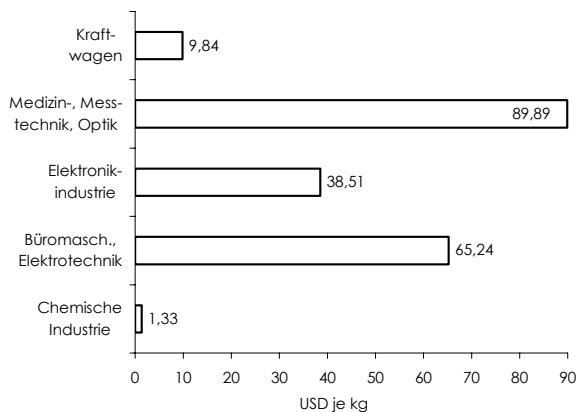
Kapitalintensive Industrien



Marketinggetriebene Industrien



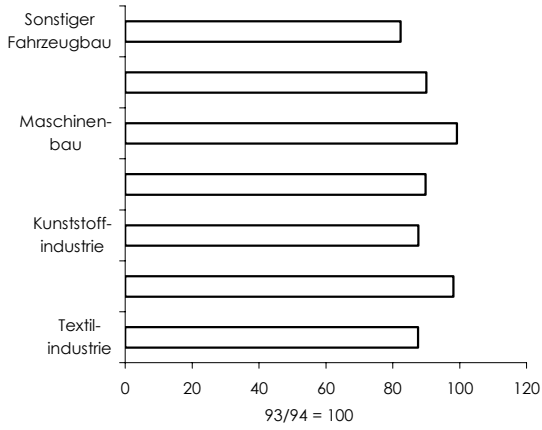
Technologiegetriebene Industrien



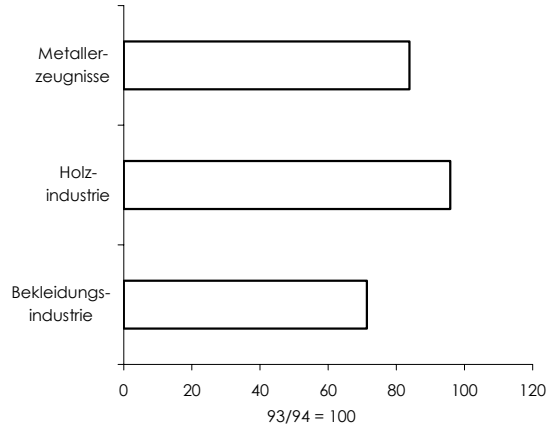
Q: WIFO.

Abbildung 1.8: Entwicklung der österreichischen Export-Unit Values nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000

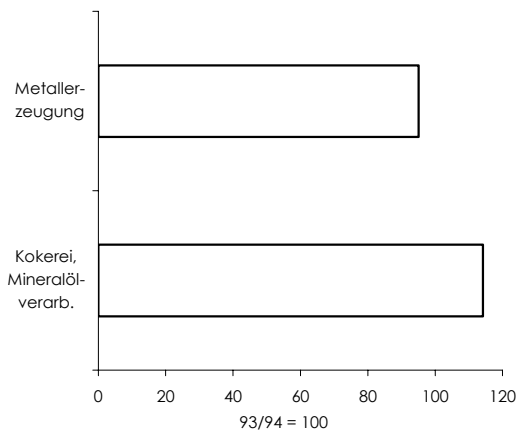
Traditionelle Sachgüterproduktion



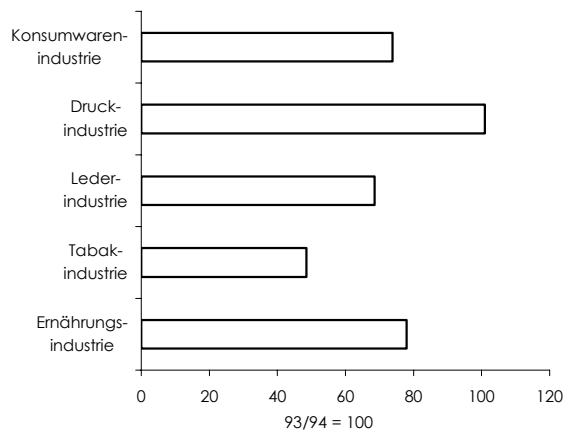
Arbeitsintensive Industrien



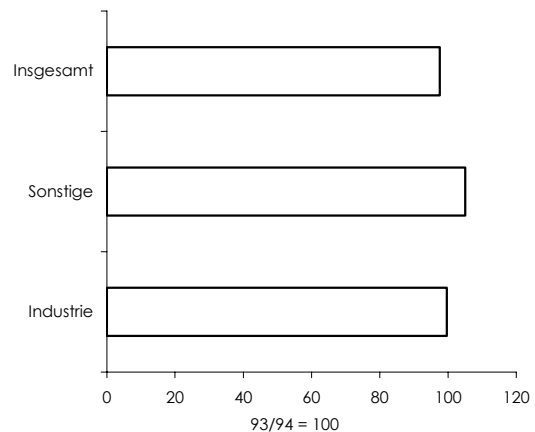
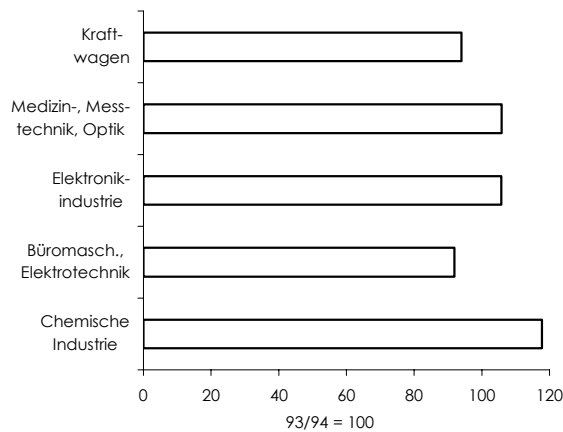
Kapitalintensive Industrien



Marketinggetriebene Industrien



Technologiegetriebene Industrien



Q: WIFO.

Übersicht 1.17a: Unit Values im österreichischen Export nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
USD je kg

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION							ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN		
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	10,75	0,72	4,89	0,31	7,37	10,35	3,69	19,28	0,66	2,56
Slowenien	11,02	0,55	3,53	0,28	7,54	7,57	7,34	27,50	0,19	3,41
Kroatien	9,55	0,45	3,78	0,25	7,37	10,41	19,05	24,85	0,33	3,03
Slowakei	10,87	0,86	4,38	0,58	8,94	5,07	0,72	8,29	0,88	2,76
Tschechien	9,97	0,80	2,99	0,51	8,84	9,68	14,96	16,33	0,69	2,99
Mazedonien	10,61	1,65	2,88	0,58	6,93	12,14	22,79	28,97	0,59	1,88
Polen	9,36	0,81	3,08	0,78	10,32	12,76	16,13	46,11	0,72	3,37
Lettland	18,55	1,16	3,07	0,73	12,30	4,77	21,88	72,17	0,74	2,67
Australien	18,91	1,01	6,55	2,33	11,76	10,78	31,94	129,45	0,49	3,98
USA	10,33	0,85	7,71	2,89	16,41	17,91	43,30	129,47	0,67	3,89
Kanada	15,09	1,04	8,72	1,26	16,91	13,87	160,05	122,95	1,00	4,46
Welt	9,08	0,75	3,61	0,82	9,74	10,23	15,17	23,58	0,40	3,44

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Ungarn	0,22	0,98	0,65	7,58	19,43	2,13	13,57
Slowenien	0,37	0,62	0,76	11,06	11,11	4,12	6,50
Kroatien	0,63	0,34	1,01	10,49	29,20	17,94	5,88
Slowakei	0,22	0,96	0,86	9,94	16,64	4,36	9,28
Tschechien	0,24	0,76	0,68	4,43	24,37	2,30	9,86
Mazedonien	1,64	1,77	0,82	10,76	13,90	7,94	9,30
Polen	0,81	0,88	0,95	1,55	19,51	4,36	9,17
Lettland	4,91	1,12	1,11	13,77	28,06	9,17	14,57
Australien	3,78	0,89	2,45	-	33,51	55,95	6,81
USA	11,59	1,64	1,66	7,65	44,71	18,48	20,35
Kanada	1,00	1,35	2,81	-	33,61	13,55	10,19
Welt	0,24	0,76	0,88	5,10	18,97	4,53	9,15

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen			
Ungarn	0,75	64,83	27,15	45,69	7,51	2,22	0,18	2,10
Slowenien	0,72	47,21	46,02	56,97	7,93	1,04	0,09	0,81
Kroatien	0,76	43,15	53,55	34,04	5,72	1,32	0,27	1,20
Slowakei	1,12	52,03	33,75	47,16	6,47	1,25	0,31	1,21
Tschechien	0,92	40,76	20,79	39,57	4,78	1,15	0,18	1,11
Mazedonien	2,13	26,02	17,49	60,32	5,66	1,41	0,25	1,35
Polen	1,41	44,19	22,59	55,06	6,93	2,14	0,27	1,81
Lettland	7,37	53,18	12,73	37,40	7,80	3,48	2,97	3,48
Australien	3,05	65,49	48,61	103,51	10,03	4,72	60,99	4,89
USA	12,71	143,51	133,94	142,03	15,50	6,15	4,86	6,14
Kanada	5,76	173,31	175,30	213,92	21,91	6,60	2,23	6,58
Welt	1,33	65,24	38,51	89,89	9,84	1,98	0,25	1,72

Q: WIFO.

Übersicht 1.17b: Unit Values im österreichischen Export nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
Index des österreichischen Export-Unit Values - Unit Value je Land und je Branche = 100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	118,5	95,7	135,5	37,5	75,7	101,2	24,3	81,8	162,8	74,4
Slowenien	121,4	73,1	97,7	33,9	77,5	74,0	48,4	116,6	45,7	99,3
Kroatien	105,2	60,1	104,6	31,0	75,7	101,8	125,6	105,4	80,9	88,2
Slowakei	119,7	113,9	121,2	71,2	91,8	49,6	4,7	35,1	217,9	80,4
Tschechien	109,8	105,5	82,8	62,5	90,8	94,7	98,6	69,2	171,0	87,1
Mazedonien	116,8	218,7	79,7	71,1	71,2	118,7	150,2	122,8	145,8	54,8
Polen	103,1	107,6	85,3	94,9	106,0	124,7	106,3	195,5	178,5	97,9
Lettland	204,3	153,5	85,0	88,3	126,4	46,6	144,2	306,0	183,7	77,6
Australien	208,3	133,9	181,3	284,1	120,8	105,4	210,5	548,9	120,9	115,7
USA	113,8	113,5	213,4	351,4	168,6	175,1	285,4	549,0	165,2	113,0
Kanada	166,2	138,3	241,4	153,2	173,7	135,6	1.054,8	521,4	245,9	129,9
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	124,9	116,0	99,0	61,3	89,4	88,9	87,8	129,1	148,3	82,5
Ø Übersee	162,8	128,6	212,0	262,9	154,3	138,7	516,9	539,8	177,3	119,5
Ø Traditionelle Märkte	135,2	119,4	129,8	116,3	107,1	102,5	204,8	241,1	156,2	92,6

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Ungarn	92,8	127,8	74,3	148,6	102,4	47,2	148,3
Slowenien	152,1	81,4	87,2	216,9	58,6	90,9	71,1
Kroatien	258,9	44,8	115,2	205,9	153,9	396,4	64,3
Slowakei	92,5	125,2	98,7	195,0	87,7	96,4	101,5
Tschechien	99,8	100,1	77,5	87,0	128,5	50,8	107,8
Mazedonien	678,6	231,6	94,0	211,1	73,3	175,5	101,6
Polen	335,6	115,8	108,1	30,5	102,9	96,2	100,2
Lettland	2.030,1	146,9	126,9	270,2	148,0	202,6	159,3
Australien	1.561,1	116,1	279,8		176,7	1.236,5	74,5
USA	4.794,5	215,2	189,4	150,0	235,7	408,4	222,5
Kanada	413,5	176,3	320,8		177,2	299,4	111,4
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	467,6	121,7	97,7	170,7	106,9	144,5	106,8
Ø Übersee	2.256,4	169,2	263,3	150,0	196,5	648,1	136,1
Ø Traditionelle Märkte	955,4	134,7	142,9	168,4	131,4	281,8	114,8

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT	
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik				Kraft- wagen
Ungarn	56,1	99,4	70,5	50,8	76,3	112,1	72,8	122,1
Slowenien	53,8	72,4	119,5	63,4	80,6	52,3	37,2	47,2
Kroatien	57,4	66,1	139,1	37,9	58,1	66,6	108,8	69,9
Slowakei	84,5	79,7	87,6	52,5	65,8	63,2	125,5	70,4
Tschechien	69,4	62,5	54,0	44,0	48,6	58,2	72,0	64,4
Mazedonien	160,1	39,9	45,4	67,1	57,5	71,2	101,8	78,7
Polen	106,1	67,7	58,7	61,3	70,5	108,1	107,5	105,2
Lettland	553,3	81,5	33,1	41,6	79,3	175,7	1.188,4	202,4
Australien	228,8	100,4	126,2	115,2	101,9	238,0	24.405,4	284,9
USA	954,1	220,0	347,8	158,0	157,6	310,2	1.945,7	357,4
Kanada	432,1	265,6	455,2	238,0	222,7	332,8	890,9	383,1
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø Oststaaten	142,6	71,2	76,0	52,3	67,1	88,4	226,8	95,0
Ø Übersee	538,4	195,3	309,8	170,4	160,7	293,7	9.080,7	341,8
Ø Traditionelle Märkte	250,5	105,0	139,7	84,5	92,6	144,4	2.641,5	162,3

Q: WIFO.

Übersicht 1.18a: Unit Values im österreichischen Export nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
USD je kg

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION					ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN				
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	12,13	0,61	3,53	0,49	13,82	10,11	9,41	15,56	1,39	4,24
Türkei	5,79	0,67	4,12	1,06	11,59	6,80	6,80	17,18	0,81	4,05
Vietnam	25,88	0,62	5,91	0,41	63,10	17,20	-	63,38	0,34	8,20
Ägypten	9,47	0,56	3,98	0,52	10,78	6,78	12,55	7,88	1,06	3,32
Algerien	10,00	0,50	2,87	0,60	15,04	13,33	44,00	19,50	0,19	3,81
Brasilien	16,83	1,10	4,54	2,04	15,90	8,08	8,78	40,71	0,88	6,01
Argentinien	6,69	0,74	3,56	1,43	13,43	9,65	21,11	102,71	0,98	4,58
Peru	2,72	0,88	3,46	0,91	9,81	9,57	11,00	-	0,98	9,26
Uruguay	17,26	2,90	3,86	0,81	9,80	9,75	17,41	183,20	1,30	3,19
Chile	4,11	1,84	5,36	1,19	10,11	3,60	25,49	284,62	1,08	9,55
Costa Rica	8,01	1,10	5,45	1,39	17,39	4,51	38,00	45,13	0,28	9,26
Guatemala	27,11	0,97	3,97	1,54	10,42	9,00	17,32	-	-	7,52
El Salvador	16,37	0,53	7,05	0,51	15,48	18,75	26,58	-	0,40	3,19
Mexiko	7,01	0,73	7,54	0,76	10,33	25,19	18,59	73,06	0,74	8,17
Panama	78,75	0,56	4,51	21,67	6,87	8,00	26,58	431,00	-	4,98
Welt	9,08	0,75	3,61	0,82	9,74	10,23	15,17	23,58	0,40	3,44

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Jordanien	-	1,27	1,33	-	-	3,06	14,23
Türkei	1,82	0,70	1,33	14,43	10,93	14,54	5,89
Vietnam	-	3,14	0,56	-	18,77	4,22	22,50
Ägypten	0,86	0,71	2,35	-	8,65	40,40	11,41
Algerien	12,50	4,11	1,19	-	-	2,54	17,70
Brasilien	1,20	2,81	1,22	-	30,54	9,98	21,99
Argentinien	4,13	5,04	2,41	-	10,05	9,73	13,10
Peru	0,88	5,60	4,08	-	-	15,30	51,95
Uruguay	-	3,88	4,37	-	9,00	7,01	20,12
Chile	10,00	4,77	3,83	-	17,23	11,25	30,85
Costa Rica	-	1,92	4,16	-	25,67	9,50	33,04
Guatemala	-	4,50	1,83	-	-	23,71	24,24
El Salvador	-	6,36	2,96	-	-	-	5,61
Mexiko	2,34	6,13	3,65	-	12,63	21,59	13,98
Panama	-	6,42	7,07	6,95	-	9,64	10,31
Welt	0,24	0,76	0,88	5,10	18,97	4,53	9,15

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT	
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik				Kraft- wagen
Jordanien	4,86	44,22	113,33	297,78	8,86	1,61	0,09	0,59
Türkei	1,74	19,49	15,41	52,60	8,86	2,32	0,90	2,30
Vietnam	42,69	66,50	172,51	180,00	17,60	5,55	0,38	5,55
Ägypten	4,58	31,41	58,52	49,96	4,34	1,93	0,50	1,91
Algerien	15,13	42,60	6,06	77,25	4,78	1,57	0,28	1,42
Brasilien	11,30	123,84	148,49	118,10	11,85	7,60	5,70	7,59
Argentinien	6,54	16,89	24,90	122,38	10,39	5,16	1,10	5,15
Peru	2,02	12,44	78,00	265,51	15,29	2,42	1,84	2,42
Uruguay	8,59	16,55	206,87	110,09	6,93	6,80	1,98	6,80
Chile	2,21	14,32	198,49	116,16	16,08	5,25	0,08	4,14
Costa Rica	3,33	-	72,80	37,83	16,51	4,04	4,86	4,05
Guatemala	2,84	13,00	66,71	58,58	17,24	5,07	4,50	5,07
El Salvador	12,29	98,69	130,38	116,40	-	5,59	8,00	5,59
Mexiko	5,75	36,51	16,67	83,50	11,76	4,27	5,07	4,27
Panama	12,95	-	101,00	31,48	11,96	6,96	214,00	6,98
Welt	1,33	65,24	38,51	89,89	9,84	1,98	0,25	1,72

Q: WIFO.

Übersicht 1.18b: Unit Values im österreichischen Export nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Index des österreichischen Export-Unit Values - Unit Value je Land und je Branche = 100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION							ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN		
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	133,6	80,5	97,9	59,1	142,0	98,8	62,0	66,0	342,5	123,4
Türkei	63,8	89,4	114,0	129,5	119,0	66,5	44,8	72,9	199,0	117,9
Vietnam	285,0	81,8	163,6	49,8	648,1	168,1	-	268,8	84,8	238,5
Ägypten	104,3	74,9	110,4	63,0	110,7	66,3	82,7	33,4	261,3	96,6
Algerien	110,1	66,4	79,5	73,6	154,5	130,3	290,0	82,7	46,8	110,8
Brasilien	185,4	145,9	125,7	248,1	163,4	79,0	57,8	172,6	216,1	174,7
Argentinien	73,6	98,3	98,5	174,4	138,0	94,3	139,1	435,5	241,2	133,3
Peru	30,0	116,3	95,8	111,2	100,8	93,6	72,5	-	243,2	269,5
Uruguay	190,1	384,3	106,9	98,5	100,6	95,3	114,8	776,9	320,4	93,0
Chile	45,3	244,2	148,4	145,0	103,8	35,2	168,0	1.206,9	265,5	277,9
Costa Rica	88,3	146,2	150,9	169,4	178,6	44,1	250,4	191,4	68,5	269,5
Guatemala	298,6	129,1	109,8	186,9	107,0	88,0	114,1	-	-	218,8
El Salvador	180,3	70,7	195,4	62,0	159,0	183,3	175,2	-	97,9	92,7
Mexiko	77,2	96,5	208,9	92,0	106,1	246,2	122,5	309,8	181,6	237,6
Panama	867,4	74,9	124,9	2.637,5	70,6	78,2	175,2	1.827,7	-	145,0
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	182,2	126,6	128,7	286,7	160,2	104,5	133,5	453,7	197,6	173,3
	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN						
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie			
Jordanien	-	166,7	151,9	-	-	67,5	155,5			
Türkei	751,7	91,4	152,2	283,1	57,6	321,4	64,4			
Vietnam	-	411,2	63,7	-	99,0	93,3	246,0			
Ägypten	355,9	93,1	268,0	-	45,6	892,8	124,8			
Algerien	5.169,3	537,9	135,8	-	-	56,1	193,5			
Brasilien	496,9	367,4	139,3	-	161,0	220,6	240,4			
Argentinien	1.705,9	659,7	275,4	-	53,0	215,1	143,3			
Peru	366,0	732,8	466,1	-	-	338,0	567,9			
Uruguay	-	507,5	498,9	-	47,5	154,9	219,9			
Chile	4.135,4	624,3	437,2	-	90,8	248,5	337,2			
Costa Rica	-	250,9	475,0	-	135,3	209,9	361,3			
Guatemala	-	588,4	209,3	-	-	524,0	265,1			
El Salvador	-	832,4	338,0	-	-	-	61,4			
Mexiko	967,9	802,3	416,8	-	66,6	477,1	152,9			
Panama	-	839,8	807,6	136,4	-	212,9	112,7			
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			
ø Neue Märkte	1.743,6	500,4	322,3	209,7	84,0	288,0	216,4			
	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN				INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT			
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen					
Jordanien	364,9	67,8	294,3	331,3	90,1	81,2	38,0			34,2
Türkei	130,4	29,9	40,0	58,5	90,1	117,1	361,4			134,0
Vietnam	3.205,4	101,9	448,0	200,3	178,9	280,2	151,6			323,0
Ägypten	343,8	48,1	152,0	55,6	44,1	97,6	202,0			111,4
Algerien	1.136,1	65,3	15,7	85,9	48,6	79,4	112,9			82,9
Brasilien	848,3	189,8	385,6	131,4	120,5	383,2	2.280,5			442,2
Argentinien	491,2	25,9	64,7	136,1	105,6	260,4	438,8			299,8
Peru	151,6	19,1	202,6	295,4	155,4	122,0	737,5			140,7
Uruguay	644,7	25,4	537,2	122,5	70,4	343,1	793,9			395,7
Chile	165,7	22,0	515,5	129,2	163,5	264,8	32,4			241,1
Costa Rica	250,3	-	189,1	42,1	167,8	204,0	1.943,7			235,6
Guatemala	213,2	19,9	173,2	65,2	175,2	255,7	1.800,7			295,1
El Salvador	922,7	151,3	338,6	129,5	-	281,8	3.201,3			325,3
Mexiko	431,9	56,0	43,3	92,9	119,5	215,2	2.028,9			248,4
Panama	972,2	-	262,3	35,0	121,6	351,2	85.635,5			406,2
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			100,0
ø Neue Märkte	684,8	63,3	244,1	127,4	117,9	222,5	6.650,6			247,7

Q: WIFO.

1.4.2.3.2 Exportpreise bei Technologiebranchen am stärksten gestiegen

Der Unit Value des österreichischen Gesamtexports ist in den neunziger Jahren um 2,5% zurückgegangen. In den meisten Schwerpunktländern in den neuen und traditionellen Märkten in Übersee sowie auch in Ungarn, Kroatien und Slowenien sind hingegen die Exportpreise – z. T. kräftig – gestiegen. In den anderen Schwerpunktländern in Osteuropa mussten allerdings Rückgänge von 4% (Polen) bis 15% (Tschechien) hingenommen werden (vgl. Kapitel 1.4.1.3).

Für die einzelnen Branchen zeigt die Entwicklung der Exportpreise im Gesamtexport nur relativ geringe Unterschiede. In fünf Branchen sind die Unit Values gestiegen (am stärksten in der chemischen Industrie +17,8%). Drei dieser Branchen mit Preisanstieg zählen zum Technologiebereich. In 17 Branchen sind die Unit Values zurückgegangen, in fünf Branchen – davon in vier Sektoren der marketinggetriebenen Industrien - belief sich der Rückgang auf mehr als 20% (Ernährungs-, Konsumwaren-, Bekleidungs-, Leder- und Tabakindustrie; Abbildung 1.8).

In Osteuropa konnten höhere Exportpreise in den marketinggetriebenen und arbeitsintensiven Zweigen sowie auch in der Elektrotechnik, bei Kraftwagen, im sonstigen Fahrzeugbau sowie in der Textilindustrie durchgesetzt werden. In drei Technologiebranchen und im Großteil der traditionellen Sachgüterproduktion mussten Preisrückgänge hingenommen werden (Übersichten 19a, 19b, 20a, 20b).

In den Schwerpunktländern der neuen Märkte und auch in den traditionellen Märkten in Übersee sind in den neunziger Jahren in den meisten Fällen die Unit Values überdurchschnittlich gestiegen.

Übersicht 1.19a: Entwicklung der Export-Unit Values Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
Index - Unit Values Durchschnitt 93/94=100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	85,5	81,0	96,6	41,2	477,0	74,0	53,0	149,3	114,7	79,6
Slowenien	84,9	105,3	74,1	47,4	90,2	84,0	140,3	92,1	91,9	76,7
Kroatien	120,6	67,8	79,8	39,3	80,2	118,5	93,1	85,3	132,6	58,9
Slowakei	74,7	78,5	104,1	107,9	74,5	40,7	7,9	46,3	65,5	64,7
Tschechien	113,6	80,2	70,8	78,4	70,3	70,1	244,1	166,2	59,1	64,7
Mazedonien	95,0	76,0	65,1	24,8	39,2	34,8	384,9	358,2	29,2	28,7
Polen	100,1	53,8	104,1	57,3	84,3	65,5	87,1	233,7	56,7	74,8
Lettland	443,9	32,9	36,3	24,5	82,5	93,4	635,1	370,1	494,6	70,9
Australien	115,7	101,7	100,5	118,2	77,0	49,9	85,5	95,0	18,9	87,0
USA	176,0	101,3	102,3	97,3	82,1	110,2	81,6	89,5	15,9	82,0
Kanada	90,7	109,5	73,7	33,7	99,5	117,0	291,7	111,9	41,7	90,0
Welt	87,5	98,1	87,6	89,8	99,2	90,1	82,4	71,4	95,8	83,9

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Ungarn	132,5	90,5	110,2	66,1	116,4	56,4	191,4
Slowenien	171,6	120,0	93,6	50,5	50,3	69,6	61,1
Kroatien	78,4	35,6	105,6	54,1	69,6	216,4	39,6
Slowakei	118,9	106,2	96,5	112,3	133,4	72,7	85,3
Tschechien	121,2	83,2	73,2	40,5	175,9	53,2	91,0
Mazedonien	133,5	87,6	53,7	107,6	40,3	93,1	67,9
Polen	218,4	74,3	63,2	43,1	101,2	167,2	72,8
Lettland	345,6	25,8	79,9	-	78,6	629,2	108,8
Australien	412,2	34,5	122,3	-	92,1	598,8	32,6
USA	789,5	118,1	60,0	45,0	119,8	111,9	75,3
Kanada	22,7	94,7	101,6	-	149,9	87,7	43,6
Welt	114,2	95,1	77,9	48,6	68,5	101,0	73,9

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen			
Ungarn	68,0	134,0	54,3	85,1	84,5	144,2	80,1	158,4
Slowenien	99,5	94,7	109,0	51,9	102,7	121,3	91,3	140,5
Kroatien	87,3	115,9	37,1	45,1	182,1	97,7	136,5	107,6
Slowakei	107,6	93,1	48,5	54,4	60,5	65,5	152,4	88,1
Tschechien	106,6	82,1	18,2	85,3	61,9	78,5	111,7	84,3
Mazedonien	80,0	56,4	15,8	149,8	75,3	36,2	33,0	37,8
Polen	94,7	89,8	34,9	50,7	83,9	76,8	149,1	96,3
Lettland	117,9	111,8	7,6	81,4	131,5	90,4	58,2	90,0
Australien	115,8	73,5	90,8	62,3	74,5	116,0	2.549,8	120,7
USA	332,7	73,9	139,6	209,3	37,7	119,6	419,0	123,0
Kanada	230,5	252,3	129,4	87,4	106,7	91,3	300,8	93,1
Welt	117,8	91,9	105,7	105,9	94,0	99,6	105,0	97,6

Q: WIFO.

Übersicht 1.19b: Entwicklung der Export-Unit Values Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Traditionelle Märkte
Index der Entwicklung des österreichischen Unit Values - Unit Value je Branche = 100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Ungarn	97,7	82,6	110,3	45,9	480,7	82,1	64,4	209,1	119,7	95,0
Slowenien	97,0	107,3	84,6	52,8	90,9	93,3	170,4	129,0	95,9	91,5
Kroatien	137,8	69,1	91,1	43,8	80,8	131,6	113,0	119,6	138,4	70,2
Slowakei	85,3	80,0	118,9	120,2	75,1	45,2	9,6	64,8	68,3	77,1
Tschechien	129,8	81,7	80,8	87,4	70,8	77,8	296,3	232,8	61,7	77,1
Mazedonien	108,5	77,4	74,3	27,6	39,5	38,6	467,3	501,8	30,4	34,3
Polen	114,4	54,8	118,8	63,8	84,9	72,7	105,7	327,3	59,2	89,2
Lettland	507,2	33,5	41,4	27,3	83,1	103,7	771,1	518,5	516,2	84,5
Australien	132,2	103,7	114,8	131,7	77,6	55,4	103,8	133,1	19,7	103,7
USA	201,1	103,2	116,8	108,4	82,7	122,4	99,1	125,3	16,6	97,8
Kanada	103,7	111,6	84,1	37,5	100,3	129,9	354,1	156,8	43,6	107,3
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Oststaaten	159,7	73,3	90,0	58,6	125,7	80,6	249,7	262,9	136,2	77,3
ø Übersee	145,6	106,2	105,2	92,5	86,9	102,6	185,7	138,4	26,6	102,9
ø Traditionelle Märkte	155,9	82,3	94,2	67,8	115,1	86,6	232,3	228,9	106,3	84,3

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN			
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie
Ungarn	116,0	95,1	141,4	136,1	169,9	55,8	259,1
Slowenien	150,3	126,1	120,0	103,9	73,4	69,0	82,7
Kroatien	68,6	37,5	135,5	111,4	101,6	214,4	53,6
Slowakei	104,1	111,6	123,9	231,2	194,6	72,0	115,5
Tschechien	106,1	87,5	93,9	83,4	256,7	52,7	123,2
Mazedonien	116,9	92,1	68,9	221,5	58,7	92,3	92,0
Polen	191,2	78,1	81,1	88,8	147,7	165,6	98,5
Lettland	302,7	27,2	102,5	-	114,7	623,2	147,3
Australien	360,9	36,3	156,9	-	134,4	593,1	44,2
USA	691,4	124,1	76,9	92,6	174,7	110,9	102,0
Kanada	19,9	99,6	130,3	-	218,7	86,8	59,1
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Oststaaten	144,5	81,9	108,4	139,5	139,7	168,1	121,5
ø Übersee	357,4	86,7	121,4	92,6	175,9	263,6	68,4
ø Traditionelle Märkte	202,6	83,2	111,9	133,6	149,6	194,2	107,0

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen			
Ungarn	57,7	145,7	51,4	80,4	89,9	144,8	76,3	162,4
Slowenien	84,5	103,0	103,1	49,0	109,2	121,8	86,9	144,0
Kroatien	74,1	126,1	35,1	42,6	193,7	98,1	129,9	110,3
Slowakei	91,3	101,3	45,9	51,4	64,3	65,7	145,1	90,3
Tschechien	90,5	89,3	17,2	80,6	65,9	78,8	106,3	86,4
Mazedonien	67,9	61,4	14,9	141,5	80,1	36,3	31,4	38,8
Polen	80,4	97,7	33,1	47,9	89,2	77,1	141,9	98,7
Lettland	100,1	121,6	7,2	76,9	139,8	90,7	55,5	92,3
Australien	98,3	79,9	85,9	58,9	79,3	116,5	2.427,8	123,7
USA	282,4	80,4	132,0	197,7	40,1	120,1	398,9	126,1
Kanada	195,7	274,5	122,4	82,5	113,5	91,6	286,4	95,4
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Oststaaten	80,8	105,8	38,5	71,3	104,0	89,2	96,7	102,9
ø Übersee	192,1	144,9	113,4	113,1	77,6	109,4	1.037,7	115,1
ø Traditionelle Märkte	111,2	116,4	58,9	82,7	96,8	94,7	353,3	106,2

Q: WIFO.

Übersicht 1.20a: Entwicklung der Export-Unit Values Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Index - Unit Values Durchschnitt 93/94=100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION					ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN				
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	183,6	97,9	121,9	23,0	86,2	160,7	29,0	1.129,2	221,9	48,1
Türkei	56,9	90,6	88,5	88,3	105,1	123,6	14,0	51,3	61,9	80,2
Vietnam	392,8	37,6	5,6	4,2	533,1	88,6	-	273,8	-	41,2
Ägypten	123,6	101,2	93,0	96,1	101,0	66,9	40,5	4,9	216,5	50,5
Algerien	30,6	65,7	79,4	80,2	123,6	53,0	2.244,5	57,4	73,9	59,4
Brasilien	61,9	137,2	95,7	23,3	85,4	149,7	36,1	55,0	75,3	68,0
Argentinien	52,4	99,5	41,4	94,6	129,0	208,2	271,8	107,0	153,8	59,2
Peru	104,9	87,9	45,4	48,9	66,1	234,3	19,8	-	4,6	99,4
Uruguay	429,1	363,8	39,7	2,4	101,3	30,7	48,6	173,2	21,6	43,4
Chile	31,1	206,8	65,7	74,0	91,5	86,8	77,7	233,3	110,7	128,9
Costa Rica	19,5	63,4	96,3	157,2	148,7	12,6	28,4	23,8	-	475,6
Guatemala	32,1	54,7	65,6	71,6	78,4	101,7	-	-	-	250,1
El Salvador	122,8	40,3	23,8	32,4	76,4	105,4	115,6	-	-	79,9
Mexiko	156,9	75,2	137,6	59,2	92,8	145,0	141,8	17,3	43,7	135,5
Panama	230,1	33,2	158,7	228,6	50,2	28,6	-	230,9	-	186,9
Welt	87,5	98,1	87,6	89,8	99,2	90,1	82,4	71,4	95,8	83,9

	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN		MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN					Konsum- waren- industrie
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie		
Jordanien	-	278,2	110,6	-	-	105,4	118,5	
Türkei	335,6	97,5	78,7	87,1	187,5	902,5	21,4	
Vietnam	-	306,2	-	-	-	5,6	56,2	
Ägypten	9,6	68,6	125,8	-	79,0	401,9	49,1	
Algerien	788,9	616,4	77,1	-	-	15,3	52,7	
Brasilien	34,3	220,2	88,7	-	265,5	50,4	190,2	
Argentinien	324,3	163,8	80,7	-	45,5	127,9	56,9	
Peru	-	181,8	245,6	-	-	93,9	168,2	
Uruguay	-	137,0	154,5	-	-	360,1	73,7	
Chile	1.472,1	202,3	168,2	-	87,0	74,0	132,6	
Costa Rica	-	304,2	145,6	-	-	65,5	126,3	
Guatemala	-	74,1	42,6	-	-	103,9	117,1	
El Salvador	-	105,3	186,4	-	-	-	18,5	
Mexiko	88,8	152,6	100,1	-	19,4	183,9	61,9	
Panama	-	99,2	206,6	-	-	107,1	25,4	
Welt	114,2	95,1	77,9	48,6	68,5	101,0	73,9	

	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen			
Jordanien	152,6	71,8	908,8	851,4	101,0	94,3	33,7	34,8
Türkei	95,3	17,4	77,0	55,7	42,1	129,4	237,1	137,0
Vietnam	123,1	36,4	53,2	39,9	42,5	52,3	-	52,2
Ägypten	187,8	461,3	30,6	92,5	296,9	108,9	178,8	113,2
Algerien	87,2	26,9	2,3	31,1	74,8	98,1	20,6	88,7
Brasilien	250,5	41,9	119,3	40,3	136,5	142,8	193,2	143,5
Argentinien	70,6	15,5	50,9	103,6	93,9	148,4	145,3	152,2
Peru	59,3	67,0	355,8	223,0	51,0	111,4	320,7	116,6
Uruguay	105,4	-	924,7	193,1	24,8	126,4	134,5	127,5
Chile	75,3	755,8	507,7	184,5	194,1	155,3	19,8	124,1
Costa Rica	47,7	-	-	53,1	169,4	101,8	56,5	101,7
Guatemala	42,3	81,3	53,9	38,7	96,3	105,4	1.186,6	110,4
El Salvador	134,1	572,6	80,8	211,6	-	144,3	468,6	144,5
Mexiko	218,1	28,4	30,7	52,4	118,0	147,7	1.096,3	160,7
Panama	622,1	-	462,5	231,1	47,7	136,6	-	136,8
Welt	117,8	91,9	105,7	105,9	94,0	99,6	105,0	97,6

Q: WIFO.

Übersicht 1.20b: Entwicklung der Export-Unit Values Österreichs nach Branchen und Faktorausstattung - Durchschnitt 1999/2000
Schwerpunktländer - Neue Märkte
Index der Entwicklung des österreichischen Unit Values - Unit Value je Branche = 100

	TRADITIONELLE SACHGÜTERPRODUKTION						ARBEITSINTENSIVE INDUSTRIEN			
	Textil- industrie	Papier- industrie	Kunststoff- industrie	Glas- industrie	Maschinen- bau	Elektro- industrie	Sonst. Fahr- zeugbau	Bekleidungs- industrie	Holz- industrie	Metall- erzeug- nisse
Jordanien	209,8	99,8	139,2	25,6	86,9	178,5	35,2	1.581,8	231,6	57,3
Türkei	65,0	92,3	101,0	98,4	105,9	137,3	17,0	71,8	64,6	95,7
Vietnam	448,8	38,4	6,4	4,7	537,2	98,4	-	383,5	-	49,1
Ägypten	141,2	103,1	106,1	107,1	101,8	74,3	49,1	6,8	226,0	60,2
Algerien	35,0	67,0	90,6	89,4	124,6	58,9	2.725,0	80,3	77,1	70,8
Brasilien	70,8	139,8	109,3	26,0	86,1	166,2	43,9	77,1	78,6	81,1
Argentinien	59,9	101,4	47,2	105,3	130,0	231,2	330,0	149,9	160,5	70,6
Peru	119,9	89,6	51,8	54,4	66,6	260,2	24,0	-	4,8	118,5
Uruguay	490,2	370,6	45,3	2,7	102,0	34,0	59,0	242,6	22,6	51,8
Chile	35,6	210,7	75,0	82,4	92,3	96,4	94,3	326,8	115,5	153,7
Costa Rica	22,3	64,6	109,9	175,1	149,9	13,9	34,5	33,3	-	567,2
Guatemala	36,7	55,8	74,8	79,8	79,0	113,0	-	-	-	298,2
El Salvador	140,3	41,0	27,1	36,0	77,0	117,0	140,3	-	-	95,3
Mexiko	179,3	76,6	157,1	65,9	93,6	161,0	172,2	24,3	45,6	161,6
Panama	262,9	33,8	181,2	254,7	50,6	31,7	-	323,5	-	222,9
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ø Neue Märkte	154,5	105,6	88,1	80,5	125,6	118,1	310,4	275,2	102,7	143,6
	KAPITALINTENSIVE INDUSTRIEN			MARKETINGGETRIEBENE INDUSTRIEN				SONSTIGE	INSGESAMT	
	Kokerei, Mineralöl- verarb.	Metaller- zeugung	Ernährungs- industrie	Tabak- industrie	Leder- industrie	Druck- industrie	Konsum- waren- industrie			
Jordanien	-	292,4	141,9	-	-	104,4	160,5	-	-	
Türkei	293,9	102,5	101,0	179,3	273,5	893,9	28,9	-	-	
Vietnam	-	321,9	-	-	-	5,5	76,2	-	-	
Ägypten	8,4	72,1	161,3	-	115,2	398,1	66,4	-	-	
Algerien	690,8	648,0	98,9	-	-	15,2	71,4	-	-	
Brasilien	30,1	231,5	113,7	-	387,4	49,9	257,5	-	-	
Argentinien	284,0	172,2	103,6	-	66,4	126,7	77,0	-	-	
Peru	-	191,1	315,1	-	-	93,0	227,7	-	-	
Uruguay	-	144,0	198,2	-	-	356,6	99,8	-	-	
Chile	1.289,1	212,7	215,9	-	126,9	73,3	179,6	-	-	
Costa Rica	-	319,8	186,8	-	-	64,9	171,0	-	-	
Guatemala	-	77,9	54,7	-	-	102,9	158,5	-	-	
El Salvador	-	110,7	239,2	-	-	-	25,1	-	-	
Mexiko	77,7	160,5	128,4	-	28,3	182,1	83,8	-	-	
Panama	-	104,2	265,0	-	-	106,0	34,4	-	-	
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-	-	
ø Neue Märkte	382,0	210,8	166,0	179,3	166,3	183,8	114,5	-	-	
	TECHNOLOGIEGETRIEBENE INDUSTRIEN					INDUSTRIE	SONSTIGE	INSGESAMT		
	Chemische Industrie	Büro-, masch., Elektro- technik	Fernseh-, Nachrichten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen					
Jordanien	129,6	78,2	859,7	804,3	107,4	94,7	32,0	35,6		
Türkei	80,9	19,0	72,8	52,6	44,8	129,9	225,7	140,4		
Vietnam	104,5	39,6	50,4	37,7	45,2	52,5	0,0	53,5		
Ägypten	159,4	501,9	29,0	87,4	315,8	109,3	170,2	116,1		
Algerien	74,0	29,2	2,2	29,4	79,6	98,5	19,7	91,0		
Brasilien	212,7	45,6	112,9	38,1	145,2	143,4	184,0	147,1		
Argentinien	60,0	16,9	48,2	97,9	99,9	148,9	138,3	156,0		
Peru	50,4	72,9	336,6	210,7	54,2	111,8	305,3	119,5		
Uruguay	89,4	-	874,7	182,4	26,3	126,9	128,0	130,7		
Chile	64,0	822,2	480,3	174,3	206,4	155,9	18,9	127,2		
Costa Rica	40,5	-	-	50,1	180,2	102,2	53,8	104,3		
Guatemala	36,0	88,4	51,0	36,5	102,4	105,8	1.129,9	113,2		
El Salvador	113,8	622,9	76,4	199,9	-	144,9	446,2	148,1		
Mexiko	185,2	30,9	29,1	49,5	125,5	148,3	1.043,8	164,7		
Panama	528,1	-	437,4	218,3	50,8	137,1	-	140,3		
Welt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		
ø Neue Märkte	128,6	197,3	247,2	151,3	113,1	120,7	278,3	119,2		

Q: WIFO.

1.5 Methodischer Anhang

1.5.1 Die Standardisierungsfunktion

Für die Standardisierung der Datenmatrix gibt es zwei wichtige Begründungen. Erstens beeinflusst die Maßeinheit einer Kennzahl deren Vergleichbarkeit willkürlich. Mit der Standardisierung in dimensionslose Einheiten kann dieser Effekt vollkommen ausgeschaltet werden. Zweitens wird durch die Transformation der einzelnen Kennzahlen ihr Beitrag zum Gesamtindex gleich groß. Sind zum Beispiel die Abstände zwischen den Realisationen einer Kennzahl wesentlich größer als die einer anderen (Bruttonationalprodukt pro Kopf und durchschnittliche Wachstumsraten desselben), wird die erste Variable wesentlich mehr Gewicht in der Erstellung des Index bekommen. Die genaue Gewichtung hängt von der Kombination einzelner Kennzahlen ab und ist nicht zu ermitteln. Ein weiterer Vorteil der Standardisierung ist die Erhaltung der relativen Abstände zwischen den Realisationen einer Variablen. Eine Eigenschaft, die bei der Erstellung eines Index mit mehreren zugrunde liegenden Kennzahlen besonders wichtig ist.

Als Standardisierungsfunktion wurde folgende Formel gewählt:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \min(x_j)}{\max(x_j) - \min(x_j)}$$

wobei x_{ij} ein Element aus der Datenmatrix bezeichnet, das für das Land i einen bestimmten Wert für die Kennzahl j aufweist. $\min(x_j)$ ist in diesem Fall die Einwohnerzahl des Landes mit der geringsten Bevölkerung und $\max(x_j)$ ist die Einwohnerzahl des größten Landes. Diese Art der Standardisierung berücksichtigt den Bereich über den die Daten gestreut sind, und erhält dadurch die relativen Abstände zwischen den Realisationen. Wenn ein Land einen besonders hohen Wert für die Kennzahl x_{ij} aufweist, zeigt sich das auch im standardisierten Wert durch einen relativ "großen" Abstand zum nächsten Land. Der Vorteil dieser Formel wird dadurch erhöht, dass die Variablen auf einem einheitlichen Intervall zwischen Null und Eins abgebildet werden, und die einzelnen Kennzahlen damit völlig vergleichbar werden.

1.5.2 Die Berechnung gewogener Wachstumsraten für 1993 bis 2000

Der Wachstumsindex wurde für jedes Land i mit der folgenden Formel für ein gewogenes geometrisches Mittel berechnet:

$$x_{ij} = \left(1 + \frac{x_{ij,93/97}^{0,3}}{100} \right) \left(1 + \frac{x_{ij,97/00}^{0,7}}{100} \right),$$

wobei x_{ij} die gewogene durchschnittliche Wachstumsrate des realen Bruttoinlandsprodukts, des realen BIP pro Kopf und der realen Importe von Waren und Dienstleistungen bezeichnet. Für diese drei Variablen wird eine gewogene durchschnittliche Wachstumsrate ermittelt.

1.5.3 Das euklidische Distanzmaß

Ähnlichkeitsmaße werden in erster Linie in der Clusteranalyse verwendet und dienen zum Aufzeigen von Ähnlichkeiten in einer Gesamtstruktur, die von einer Vielzahl von Merkmalen beschrieben wird. Das euklidische Distanzmaß ist das am häufigsten verwendete Maß zur Berechnung der Ähnlichkeit zwischen zwei oder mehreren Merkmalen:

$$e_{ij} = \sqrt{\sum_{j=1}^n (x_{ji} - x_{jk})^2}$$

Das Distanzmaß wird für jedes Land i berechnet, wobei der Abstand zum Referenzland k für jede Kennzahl j gemessen wird. Das Referenzland wird für alle Kennzahlen j getrennt ermittelt, indem das Land mit dem niedrigsten Wert herangezogen wird. Dadurch wird nicht nur die Berechnung erleichtert, sondern auch die Ähnlichkeit mit einem an sich nicht wünschenswerten Zustand gemessen. In diesem Fall ist $n=7$ die Zahl der Merkmale für jedes Land.

Da der niedrigste Wert in der standardisierten Datenmatrix per definitionem gleich Null ist, kann das euklidische Abstandsmaß leicht durch Aufsummieren der quadrierten Realisationen und anschließendes Wurzelziehen ermittelt werden. Wenn die Realisation des Merkmals identisch mit dem Wert des Referenzlandes k ist, besteht die maximale Ähnlichkeit und die euklidische Distanz ist gleich Null. Je weiter eine Merkmalskombination für ein Land vom Referenzland entfernt ist, desto größer wird das Distanzmaß. Auf diese Weise werden die, bei der Standardisierung ermittelten relativen Abstände eines Landes in allen Kennzahlen in den Gesamtindex übertragen. Ein Land mit einem relativ kleinen Bruttoinlandsprodukt pro Kopf kann dadurch mit relativ großen Werten für das Wirtschaftswachstum diesen Nachteil wieder wettmachen.

1.5.4 Das Winkelmaß

Für den Vergleich von Strukturen bietet die Statistik eine Vielzahl von Verfahren an. Die interessantesten Ansätze kommen aus der Varianzanalyse. Sie haben aber den Nachteil, dass man die Daten als Realisationen einer Zufallsvariable auffassen, und daher die Stochastik in den Griff bekommen muss. Da eine einzelne Handelsposition (SITC 3-Steller) sich im Zeitablauf verändert, d. h. mit der Zeit sowohl wachsen als auch schrumpfen kann, und dieser Zeittrend in unterschiedlichen Sektoren und Ländern einen anderen Verlauf nehmen kann, wäre eine sehr große Zahl von Parametern zu schätzen. Angesichts der relativ wenigen zur Verfügung stehenden Beobachtungen, ist eine Identifikation der Parameter nicht mehr möglich. Aus diesem Grund wird eine deskriptive Auswertung mit Hilfe des Winkelmaßes stochastischen Ansätzen vorgezogen.

Das Winkelmaß hat den Nachteil, dass keine Aussagen über die Gleichheit von Strukturen gemacht werden können, wohl aber der Grad der Unähnlichkeit zwischen unterschiedlichen Ländern festgestellt werden kann. Die Beantwortung der Frage, ob zum Beispiel Chinas Importstruktur der österreichischen Exportstruktur ähnlicher ist als die Indiens, wird durch das verwendete Maß völlig abgedeckt. Das Winkelmaß entspricht auch den Axiomen einer

Metrik und ist nach den allgemeinen Grundsätzen der Anschaulichkeit und Einfachheit ein ausgezeichnete Indikator zum Vergleich von Strukturen (Hahn, 1988).

Das Winkelmaß kann als Berechnung des Winkels zwischen zwei Vektoren aufgefasst werden, wobei die Vektoren in dieser Analyse aus den Fertigwaren nach der in den SITC-Gruppen 5 bis 8 verwendeten Definition auf Dreistellerebene gebildet werden. Für jedes Land wird ein Vektor für die Importe erstellt, und der Winkel zum Vektor der österreichischen Exporte mit folgender Formel berechnet:

$$c_{jk} = \arccos \frac{\sum_{j=1}^n x_{ji} \cdot x_{jk}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n x_{ji}^2} \sqrt{\sum_{j=1}^n x_{jk}^2}},$$

wobei über alle 166 Warengruppen j summiert wird. Mit den österreichischen Exporten werden die einzelnen Länderimportvektoren verglichen und der Winkel berechnet. Das Winkelmaß ist zwischen $0 \leq c_{jk} \leq 90$ definiert. Der Wert $c_{jk}=0$ zeigt die maximale Ähnlichkeit der beiden verglichenen Strukturvektoren, aber nicht notwendigerweise ihre Identität an. Der positive Extremwert von $c_{jk}=90$ zeigt eine minimale Ähnlichkeit oder maximale Unterschiedlichkeit der beiden Vektoren an.

2. Potentielle Hindernisse bei der Erschließung neuer Märkte – Unternehmensbefragung

Yvonne Wolfmayr-Schnitzer

2.1 Einleitung

In den vorangegangenen Kapiteln wurden mit dem Nachfrageindex und dem Strukturübereinstimmungsindex objektive Indikatoren entwickelt, mit Hilfe derer potentielle Exportmärkte für die österreichische Industrie ausgewählt wurden. Exporthindernisse, wie die große geographische Entfernung, Informationsdefizite und kulturelle und sprachliche Unterschiede zwischen Ländern, die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen in den jeweiligen Märkten, können ebenso wie unternehmensspezifische Faktoren wichtige Hemmnisse für ein Engagement in diesen Auslandsmärkten sein. Um die wichtigsten dieser Hindernisse, aber auch die aus Sicht der Unternehmen besonders interessanten Märkte außerhalb Westeuropas zu identifizieren, wurde im Rahmen der vorliegenden Studie eine schriftliche Befragung bei österreichischen Industrieunternehmen durchgeführt. Die Umfrage stellt daher eine wichtige Ergänzung zur Analyse und Auswahl potentiell interessanter Exportmärkte in den vorangegangenen Kapiteln dar. Sie stellt die Auswahl der Länder nach objektiven Kriterien der subjektiven Sichtweise der Unternehmen gegenüber und gibt damit Hinweise über die Wahrscheinlichkeit, mit der Unternehmen diese Märkte auch zu erschließen bereit sind.

Der Fragebogen gliedert sich dabei in vier Teile: Der erste Teil enthält einen kurzen Fragenblock zu allgemeinen Kennzahlen wie Unternehmensgröße, Umsatz oder Exportquote. Der zweite Teil bezieht sich auf die aktuellen Zielregionen und Schwerpunktländer für Exporte. Im dritten Abschnitt wird einerseits nach den wichtigsten Motiven, Voraussetzungen und Zielen für geplante Exporte in Regionen außerhalb Westeuropas gefragt, andererseits aber auch danach, welche Hindernisse ausschlaggebend dafür sind, in einen grundsätzlich für das Unternehmen interessanten Markt nicht zu exportieren. Im letzten Abschnitt des Fragebogens wurden die Unternehmen aufgefordert, die aus ihrer Sicht interessantesten Zukunftsmärkte anzugeben, bzw. für Exportmärkte außerhalb der EU, die sie schon beliefern, eine Einschätzung über die weitere Entwicklung der Exporte abzugeben.

2.2 Umfang, Aussagekraft und Repräsentation der Unternehmensbefragung

Der Fragebogen wurde im Zuge des vierteljährlich durchgeführten Konjunkturtests (KT) des WIFO an 1.880 Industrieunternehmen versandt. Von den 1.880 befragten retournierten insgesamt 487 den Fragebogen. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 26%. Insgesamt 392 der antwortenden Unternehmen konnten dabei als Exporteure eingestuft werden. Von den restlichen 95 Unternehmen gaben 70 an, dass für sie Exporte nicht in Frage kommen, für 25 Unternehmen kommen Exporte grundsätzlich in Frage, 11 davon geben konkrete Pläne an in den nächsten 2 Jahren in eine Region außerhalb Westeuropas zu exportieren (Übersicht 2.1).

Übersicht 2.1: Die Zusammensetzung der Stichprobe nach Exportstatus der Unternehmen

	Unternehmen	
	Zahl	Anteile in %
Exporteure	392	80,5
Nicht-Exporteure	70	14,4
Noch-nicht Exporteure	25	5,1
- ohne konkrete Exportpläne in Märkte außerhalb Westeuropas	14	2,9
- mit konkreten Exportplänen in Märkte außerhalb Westeuropas	11	2,3
Insgesamt	487	100,0

Q: WIFO-Befragung.

Die Auswahl der Unternehmen erfolgte dabei nicht nach den engen statistischen Kriterien eines Zufallstichprobenverfahrens. Die Erhebung ist daher nicht als eine Repräsentativerhebung im engen statistischen Sinn zu sehen, sondern das Unternehmenssample des Konjunkturtests ist historisch gewachsen und umfasst überwiegend große Unternehmen. Aus diesem Grund kann eher von einer geschichteten Stichprobe i. w. S. gesprochen werden. Da sich die Untersuchung aber auf Exportaktivitäten außerhalb der EU bezieht, erscheint die Schwerpunktsetzung auf größere Unternehmen durchaus als sinnvoll, weil eine kritische Unternehmensgröße erforderlich sein dürfte.

Einen Anhaltspunkt über den Repräsentationsgrad der Umfrage gibt ein Vergleich mit der österreichischen Industriestatistik. Übersicht 2.2 zeigt den Repräsentationsgrad sowie die Zusammensetzung der Stichprobe nach Branchen.

Die untersuchten Unternehmen beschäftigen 108.932 Arbeitskräfte, und repräsentieren damit 20,4% der Gesamtbeschäftigten in österreichischen Industrieunternehmen. Nach Branchen zeigt sich, dass besonders jene Bereiche, wo tendenziell große Unternehmen vorherrschen (Oligopole) einen höheren Anteil an den gesamten österreichischen Unternehmen sowie den Gesamtbeschäftigten der jeweiligen Industriebranche aufweisen. Es sind dies besonders die Bereiche Recycling, Metallerzeugung und -bearbeitung, die Fahrzeugindustrie, Rundfunk-Fernseh- und Nachrichtentechnik sowie die Lederindustrie. Darüber hinaus sind auch Unternehmen aus dem Bereich der Herstellung von Büromaschinen, der Elektrotechnik und Feinmechanik gut repräsentiert. In den eher kompetitiven Bereichen mit einer kleineren Bedeutung von "economies of scale" sind diese Anteile, aufgrund der durch die Marktstruktur bedingten geringeren Unternehmensgröße, deutlich niedriger. Das trifft in folgenden Branchen zu: Konsumwarenindustrie (Herstellung von Möbeln, Schmuck, Sportgeräten, Spielwaren und Musikgeräten), Ernährungsindustrie, Medizin-, Messtechnik und Optik, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung.

Übersicht 2.2: Branchenstruktur und Repräsentationsgrad der WIFO-Befragung

	Stichprobe			Industriestatistik	
	Beschäftigte	Branchenstruktur Anteile in %	Anteil der Stichprobe an der Gesamtbe- schäftigung in %	Beschäftigte	Branchenstruktur Anteile in %
Bergbau, Gewinnung von Steinen, Erden, Torf	1.368	1,3	32,1	4.256	0,8
Ernährungsindustrie	6.899	6,3	11,4	60.775	11,4
Tabakindustrie	0	0,0	0,0	1.125	0,2
Textilindustrie	2.965	2,7	18,3	16.225	3,0
Bekleidungsindustrie	1.755	1,6	21,4	8.202	1,5
Lederindustrie	2.230	2,0	39,2	5.694	1,1
Holzindustrie	3.286	3,0	12,3	26.714	5,0
Papierindustrie	3.186	2,9	18,4	17.361	3,3
Verlags- und Druckindustrie	2.612	2,4	12,3	21.321	4,0
Kokerei, Mineralölverarbeitung	0	0,0	0,0	2.202	0,4
Chemische Industrie	6.658	6,1	28,3	23.535	4,4
Gummi- und Kunststoffindustrie	4.926	4,5	19,2	25.615	4,8
Glas- und Keramikindustrie	4.362	4,0	13,6	32.112	6,0
Metallerzeugung und -bearbeitung	13.813	12,7	44,1	31.307	5,9
Herstellung von Metallerzeugnissen	10.213	9,4	18,6	54.919	10,3
Maschinenbauindustrie	16.914	15,5	24,0	70.465	13,2
Büromaschinen, Elektrotechnik	257	0,2	30,6	841	0,2
Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung	2.163	2,0	8,2	26.294	4,9
Rundfunk-, Fernseh- und Nachrichtentechnik	8.044	7,4	32,1	25.077	4,7
Medizin- und Messtechnik, Optik	2.685	2,5	22,9	11.733	2,2
Herstellung von Kraftwagen und -teilen	8.283	7,6	29,3	28.245	5,3
Sonstiger Fahrzeugbau	2.795	2,6	48,2	5.800	1,1
Konsumwarenindustrie	3.198	2,9	9,6	33.480	6,3
Recycling	320	0,3	54,2	590	0,1
Insgesamt	108.932	100,0	20,4	533.888	100,0

Q: WIFO-Befragung.

Betrachtet man die Branchenstruktur der Stichprobe im Vergleich zur Branchenstruktur der Gesamtindustrie zeigt auch dieser Vergleich, dass vor allem Unternehmen aus dem Bereich der Ernährungsindustrie, Verlags- und Druckindustrie und Konsumwarenindustrie stark unterrepräsentiert sind, während Unternehmen aus dem Bereich der Metallerzeugung und -bearbeitung, der Maschinenbauindustrie und der Fahrzeugindustrie überproportional stark vertreten sind (Abbildung 2.1 und 2.2). Unternehmen aus der Holzindustrie sowie der Industrie zur Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung sind gemessen an den Beschäftigten stark unterrepräsentiert, nicht aber gemessen an der Zahl der Unternehmen. Unternehmen aus dem Bereich der Tabakverarbeitung und Kokerei, Mineralölverarbeitung sind in der Stichprobe nicht berücksichtigt.

Abbildung 2.1: Verteilung der Unternehmen nach Branchen in der Stichprobe im Vergleich zur Industrie insgesamt - Beschäftigte

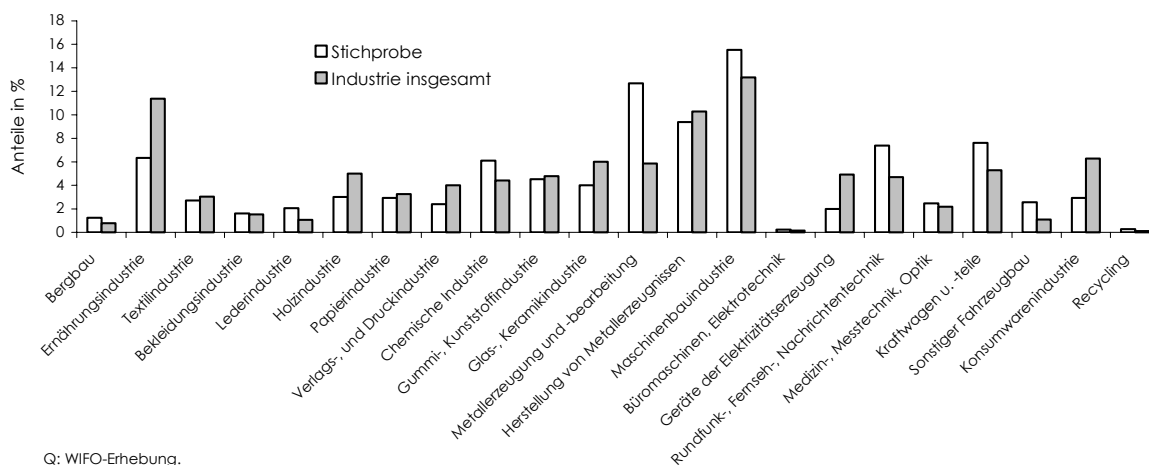
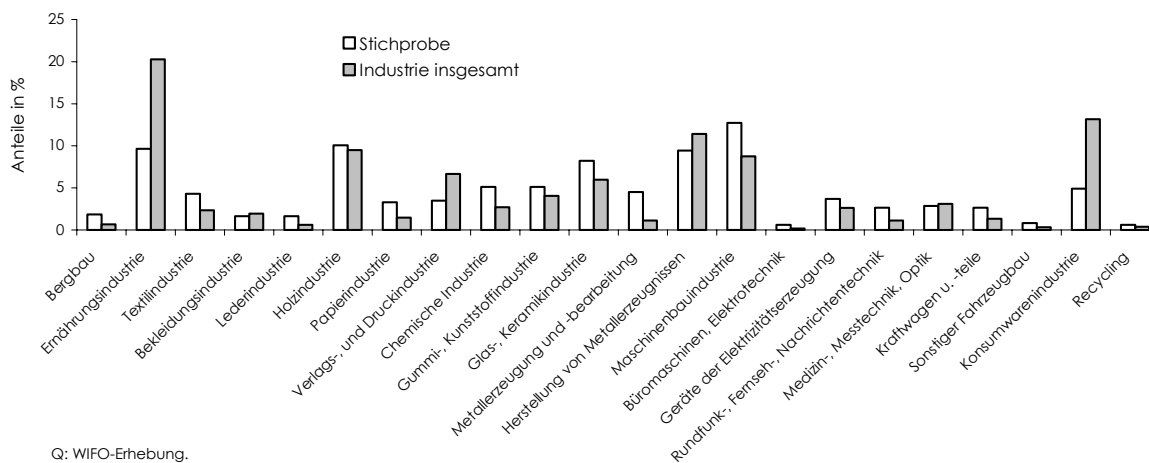


Abbildung 2.2: Verteilung der Unternehmen nach Branchen in der Stichprobe im Vergleich zur Industrie insgesamt - Zahl der Unternehmen



Gemessen an den Exportumsätzen (Abbildung 2.3) zeigt sich im Vergleich der Stichprobe mit der Warenstruktur der Gesamtexporte laut Außenhandelsstatistik, dass besonders

Unternehmen der chemischen Industrie, der Herstellung von Metallerzeugnissen sowie der Rundfunk-, Fernseh- und Nachrichtentechnik überrepräsentiert sind. Die Ernährungsindustrie, Konsumwarenindustrie, Elektronikindustrie (Büromaschinen, Elektrotechnik sowie Geräte der Elektrizitätserzeugung), Maschinenbauindustrie sowie Holz- und Papierindustrie sind hingegen unterrepräsentiert.

Abbildung 2.3: Verteilung der Unternehmen nach Branchen in der Stichprobe im Vergleich zu den Warenexporten laut Außenhandelsstatistik

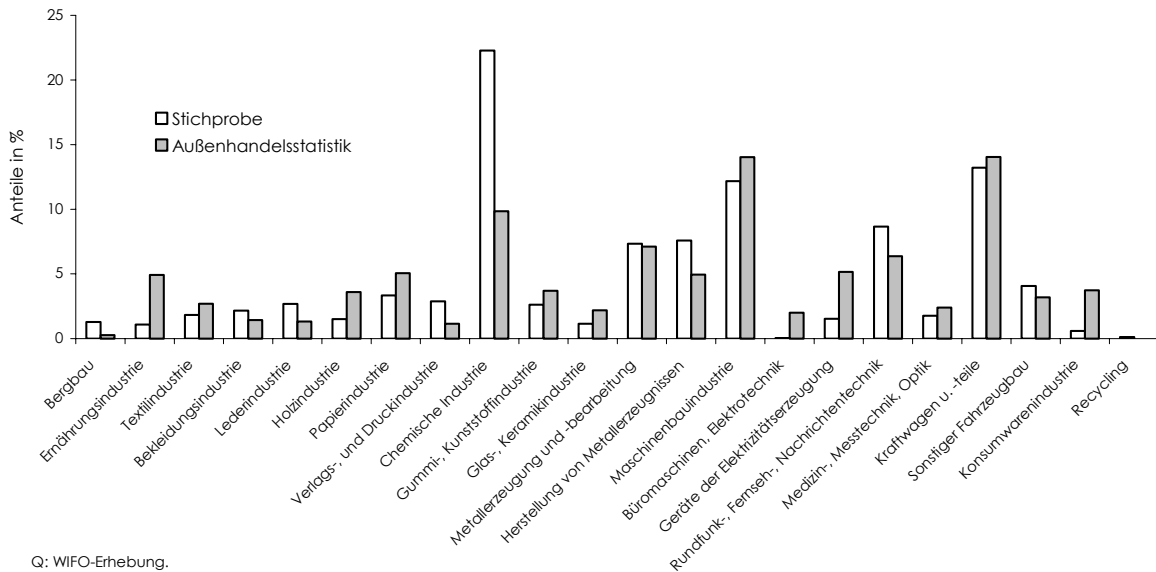
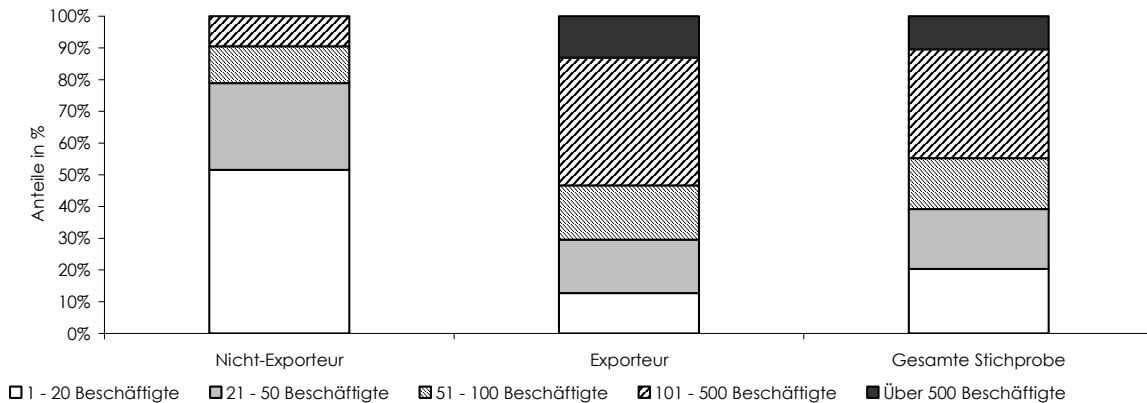


Abbildung 2.4: Unternehmensgrößenstruktur in der Stichprobe



Die Einteilung der Unternehmen nach ihrer Größe beruht auf der Zahl der Beschäftigten. Die Zahl der Beschäftigten in den Unternehmen der Befragung liegt zwischen 2 und 7.000 Personen bei einem Mittelwert von rund 224 und einem Median von 80 Beschäftigten. Die Schiefe der Verteilung belegt somit, dass das Unternehmenssample einige sehr große Unternehmen enthält. Abbildung 2.4 zeigt die Unternehmensgrößenstruktur der an der Umfrage beteiligten Unternehmen. Kleinunternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten sind mit

20,3%, jene mit 21 bis 50 Beschäftigten mit rund 19% vertreten. 16% der Unternehmen haben zwischen 51 und 100 Beschäftigten, während ein relativ großer Anteil (34,3%) der Unternehmen zwischen 101 und 500 Beschäftigte aufweist. 51 Unternehmen (10,5%) beschäftigen mehr als 500 Mitarbeiter (davon 4,3% oder 21 Unternehmen über 1.000 Beschäftigte). Ein Aufspalten des Unternehmenssamples in Nicht-Exporteure und Exporteure zeigt, dass bei den Unternehmen ohne Exporttätigkeit Kleinunternehmen vorherrschend sind.

2.3 Umfrageergebnisse

Die folgende Auswertung der Umfrageergebnisse wird in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden die Exporttätigkeit (Exportquote) und die Regionalstruktur der Exporte der befragten Unternehmen besprochen.

Im zweiten Abschnitt erfolgt eine Darstellung der Ergebnisse der Befragung hinsichtlich der wichtigsten Motive, Voraussetzungen und Ziele für geplante Exporte in Regionen außerhalb Westeuropas einerseits sowie der wichtigsten Exporthindernisse andererseits. Dabei wird bei der Auswertung der Hindernisse zwischen 10 Regionen unterschieden.

Im dritten Abschnitt werden die aus Sicht der befragten Unternehmen besonders interessanten Märkte ermittelt. Dafür wurden die Unternehmen einmal gebeten jene Länder zu nennen, für deren Neuerschließung es für die nahe Zukunft bereits konkrete Pläne gibt und zum anderen auch die aus Sicht des jeweiligen Unternehmens drei interessantesten Märkte darzustellen, für die es aber noch keine konkreten Umsetzungspläne gibt. Weiters wurde nach einer Einschätzung der weiteren Entwicklung der Exporttätigkeit für einzelne Länder in die die antwortenden Unternehmen bereits liefern gefragt.

Die Ergebnisse aus dem letzten Teil (Erschließungspläne und interessante Märkte) werden zudem mit der Auswahl von Schwerpunktländern auf Grundlage des Nachfrageindex sowie des Strukturübereinstimmungsindex verglichen.

Die Auswertungen in den einzelnen Teilbereichen erfolgen jeweils auch auf Basis von Branchen, Unternehmensgrößenklassen sowie Exporterfahrungsklassen.

Die Exporterfahrung richtet sich einmal auf die jeweilige regionalspezifische Erfahrung und teilt Unternehmen in solche, die nur nach Westeuropa (traditionelle, mit relativ geringen Risiken verbundene Märkte) exportieren und in solche, die auch in Regionen außerhalb Westeuropas, also in Märkte mit relativ größeren Risiken oder größerer geographischer Distanz liefern.

Diese regionalspezifische Erfahrung der Unternehmen wurde für Exporteure, die auch in Regionen außerhalb Westeuropas liefern weiters nach der Zahl der Jahre der Exporttätigkeit einer Firma in die Regionen außerhalb Westeuropas aufgespaltet. Auf dieser Basis kann zwischen Unternehmen mit erst kurzer Exporterfahrung (1 bis 3 Jahre), mit 4- bis 10-jähriger Erfahrung und über 10 Jahre langer Exporterfahrung unterschieden werden. Leider ist die Antwortzahl der Exporteure mit nur sehr kurzer Erfahrung für die meisten der nachfolgenden Fragen zu gering um eine vernünftige Auswertung machen zu können. Mehr Antworten gab es bezüglich der Exportanteile der Unternehmen in verschiedenen Regionen. Wie sich zeigt,

kann die Exporterfahrung in Jahren durch das Ausmaß der Exportverflechtung sehr gut angenähert werden – die angegebenen Jahre der Exporterfahrung korrelieren sehr eng mit dem Grad der Exportverflechtung der Unternehmen mit Regionen außerhalb Westeuropas (jeweils gemessen am höchsten ausgewiesene Exportanteil der Unternehmen in Exportregionen außerhalb Westeuropas) und kann daher sehr gut als Alternative zu den Jahren der Exporterfahrung verwendet werden. Folgend wurde zwischen Unternehmen mit geringer Exportverflechtung ("Erfahrung") mit Regionen außerhalb Westeuropas (Exportanteil bis 5%), Unternehmen die zwischen 5% und 20% in Märkte außerhalb Westeuropas liefern (Unternehmen mit mittlerer Exporterfahrung) und Unternehmen die über 20% der Exporte außerhalb Westeuropas absetzen (Unternehmen mit großer Exporterfahrung) unterschieden.

Die Auswertungen nach den unterschiedlichen Teilgruppen (Branchen, Unternehmensgröße, Exporterfahrung), die die Frage zu den Exporthindernissen und der Auswahl von interessanten Märkten betreffen, werden wegen ihres großen Umfanges, im statistischen Anhang zu diesem Kapitel in den Übersichten A2.1 bis A2.30 zusammengefasst.

2.3.1 Die Exporttätigkeit der befragten Unternehmen

Die Exporttätigkeit wird am Anteil der Exporte am Umsatz eines Unternehmens – der Exportquote - gemessen. Die durchschnittliche Exportquote der Exportunternehmen in der Stichprobe liegt bei rund 54% (Übersicht 2.3).

Unter den Exporteuren gibt es eine starke Korrelation zwischen der Außenhandelsintensität der Unternehmen und der Unternehmensgröße. Übersicht 2.3 zeigt die durchschnittlichen Exportquoten je Beschäftigtengrößenklasse. Neben den Mittelwerten ist auch der so genannte M-Schätzer nach Huber als Alternative zum klassischen Mittelwert ausgewiesen. M-Schätzer geben bei Verletzung der Normalverteilung die Mitte der Verteilung besser wieder. Der Vergleich zeigt, dass große Unternehmen eine stärkere Außenhandelsverflechtung ausweisen. Dennoch, auch kleine Unternehmen können intensiv auf Auslandsmärkten tätig sein. So ist gerade die durchschnittliche Exportquote der kleinen Unternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten mit rund 48% relativ hoch. 14 Unternehmen (30%) mit bis zu 20 Beschäftigten und 11 Unternehmen (19,3%) mit 21 bis 50 Beschäftigten haben einen Exportanteil von über 70%.

Übersicht 2.3: Exporttätigkeit der Unternehmen nach Unternehmensgröße und Exporterfahrung

	Zahl der Unternehmen	Exportquote Exporte in % des Umsatzes					Umsatz	Beschäftigte
		M-Schätzer ¹⁾	Mittelwert	Median	Minimum	Maximum	Mio. Euro Mittelwert ²⁾	Mittelwert ²⁾
<i>Gesamte Stichprobe</i>	368	54,9	53,8	56,6	0,2	100,0	12,2	81
<i>Unternehmensgrößenklassen</i>								
1 bis 20 Beschäftigte	46	48,0	47,7	49,0	0,3	100,0	1,4	11
21 bis 50 Beschäftigte	57	33,0	37,7	28,0	1,0	90,9	4,3	33
51 bis 100 Beschäftigte	65	52,6	51,6	52,0	0,2	100,0	10,9	73
101 bis 500 Beschäftigte	153	57,8	56,1	60,0	0,4	100,0	34,4	216
Über 500 Beschäftigte	47	88,2	74,9	90,0	1,0	100,0	201,7	964
<i>Experterfahrung</i>								
<i>Exporte nur nach Westeuropa</i>	81	27,6	35,6	20,0	0,3	100,0	6,4	48
<i>Exporte auch in andere Regionen</i>								
Insgesamt	264	63,2	60,1	65,5	0,2	100,0	25,7	146
1 bis 3 Jahre Erfahrung	9	24,2	40,1	17,0	7,0	99,0	7,8	57
4 bis 10 Jahre Erfahrung	55	52,6	52,4	52,0	1,0	100,0	20,3	123
Über 10 Jahre Erfahrung	60	75,2	67,0	80,0	1,0	100,0	26,2	148
<i>Exporte auch in die jeweilige Region</i>								
Osteuropäische EU-Beitrittsländer	210	62,2	59,9	65,0	0,2	100,0	13,4	149
Südosteuropa	139	62,4	59,9	65,0	0,2	99,5	15,8	188
GUS	88	75,3	70,1	78,5	5,5	100,0	20,7	202
USA, Kanada	132	82,8	76,0	84,0	0,5	100,0	22,0	216
Australien, Japan	105	80,1	74,0	81,0	4,0	100,0	23,4	190
Naher und Mittlerer Osten	113	79,5	74,0	81,0	7,0	100,0	24,5	200
Mittel- und Südamerika	89	87,8	80,4	90,0	17,0	100,0	32,9	240
Fernost	122	81,4	74,4	85,0	1,0	100,0	25,5	220
Afrika	73	88,5	80,2	90,0	7,0	100,0	31,9	226

Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ Robuster M-Schätzer nach Huber: gibt die Mitte der Verteilung als Alternative zum Mittelwert bei Verletzung der Normalverteilung besser wider. - ²⁾ Berechnung auf Basis der transformierten, logarithmierten (ln) Werte.

Ein interessantes Ergebnis liefert aber auch eine Kombination der Außenhandelsintensität mit der regionalspezifischen Erfahrung der Unternehmen. Auch diese Ergebnisse sind in Übersicht 2.3 dargestellt. Exporteure, die nur in Länder Westeuropas liefern, weisen mit 27,6% eine deutlich niedrigere Exportquote aus als Unternehmen, die auch in Regionen außerhalb Westeuropas (63,2%) exportieren. In der letzteren Gruppe scheint es sich um besonders experterfahrene Unternehmen zu handeln, bzw. ist dieses Ergebnis ein Hinweis auf einen Zusammenhang zwischen dem Grad der internationalen Verflechtung (Exportquote) und der Bereitschaft zur Überwindung größerer Handelsdistanzen. Auch die Unternehmensgröße unterscheidet sich deutlich zwischen diesen Gruppen. Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl der Unternehmen, die nur nach Westeuropa exportieren, ist mit rund 48 Personen deutlich niedriger als jene der Unternehmen, die auch über Exporterfahrung in anderen Regionen (rund 146 Beschäftigten) verfügen. Zum gleichen Ergebnis kommt man, wenn man den Durchschnittsumsatz betrachtet.

Wird die regionalspezifische Erfahrung der Unternehmen weiters nach der jeweiligen Exporterfahrung der Unternehmen nach Jahren der Exporttätigkeit in die Regionen außerhalb Westeuropas aufgespaltet zeigt sich, dass der Grad der Außenhandelsverflechtung mit der zeitlichen Erfahrung der Unternehmen deutlich ansteigt. Unterdessen handelt es sich bei den Unternehmen mit erst kurzer Exporterfahrung in Bezug auf Regionen außerhalb Westeuropas (1 - 3 Jahre) zum Großteil um kleinere Unternehmen.

Übersicht 2.4: Exporttätigkeit der Unternehmen nach Branchen

	Zahl der Unternehmen	M-Schätzer ¹⁾	Exportquote Exporte in % des Umsatzes				Umsatz	Beschäftigte
			Mittelwert	Median	Minimum	Maximum	Mio. Euro Mittelwert ²⁾	Mittelwert ²⁾
Gesamte Stichprobe	368	54,9	53,8	56,6	0,2	100,0	12,2	81
Ernährungsindustrie	31	13,1	19,0	12,0	0,4	88,0	12,0	58
Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie	29	70,1	63,5	76,0	4,0	100,0	7,5	66
Holzindustrie	29	49,7	48,8	55,0	1,4	95,0	3,9	30
Papier-, Verlags- und Druckindustrie	24	29,1	32,2	25,5	0,3	95,0	11,2	77
Chemische Industrie	24	57,7	55,4	62,5	5,0	93,0	36,9	120
Gummi- und Kunststoffindustrie	24	66,0	63,0	73,5	4,0	99,0	12,2	92
Glas- und Keramikindustrie	20	33,8	35,9	37,0	0,2	90,0	8,4	55
Metallerzeugung und -bearbeitung	21	76,4	63,9	82,0	6,0	100,0	33,9	182
Herstellung von Metallerzeugnissen	35	54,5	53,9	51,0	1,5	100,0	13,7	92
Maschinenbauindustrie	54	76,3	71,2	75,5	0,2	100,0	16,4	119
Elektronikindustrie	29	64,1	59,0	75,0	1,2	100,0	16,8	119
Medizin- und Messtechnik, Optik	11	67,4	65,8	70,4	25,0	99,0	10,3	99
Fahrzeugindustrie	15	91,0	79,7	93,7	40,0	100,0	57,7	292
Konsumwarenindustrie	14	39,5	41,8	44,7	6,0	100,0	4,9	54

Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ Robuster M-Schätzer nach Huber: gibt die Mitte der Verteilung als Alternative zum Mittelwert bei Verletzung der Normalverteilung besser wider. - ²⁾ Berechnung auf Basis der transformierten, logarithmierten (ln) Werte.

Weiters kann man die Unternehmen nach ihrer Exporttätigkeit in die verschiedenen Regionen einteilen. Die Art der Fragestellungen im Fragebogen wurde aus technischen Gründen so vorgenommen, dass regionale Angaben zu Exporten nicht isoliert werden können. Das heißt, dass Unternehmen mit Exporten in eine ausgewählte Region, durchaus auch in die anderen Regionen exportieren. Ein Vergleich zeigt deutlich: Die errechneten durchschnittlichen Exportquoten der Unternehmen die u. a. auch in Regionen mit größerer geographischer Distanz und in Märkte mit relativ größeren Risiken liefern sind deutlich höher als für den Rest, insbesondere im Vergleich zu Unternehmen die nur nach Westeuropa liefern. Sie ist mit 80% am höchsten für Unternehmen, die auch nach Mittel- und Südamerika und/oder nach Afrika exportieren.

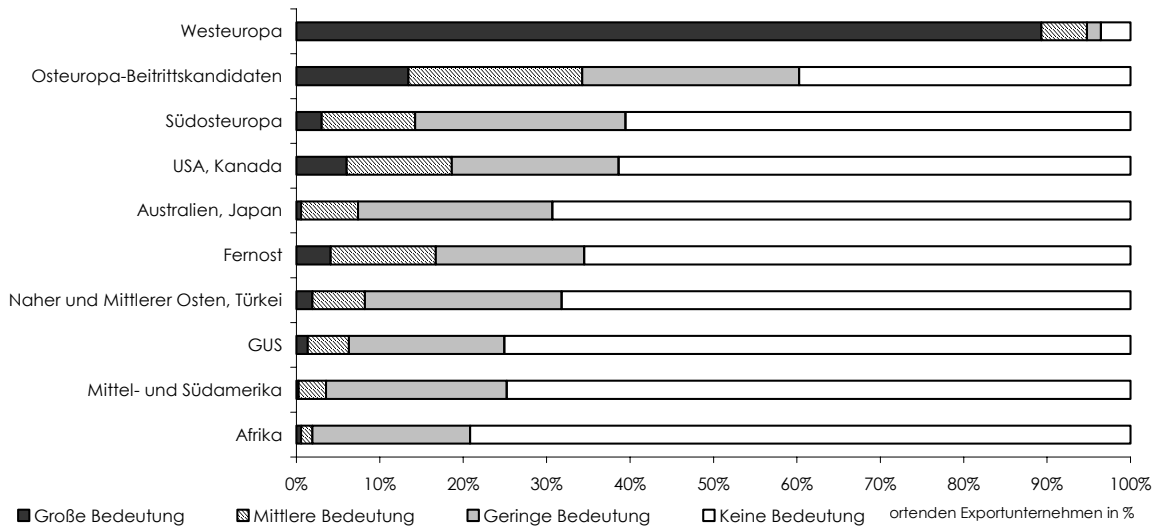
Nach Branchen zeigen sich die höchsten Exportquoten in der Fahrzeugindustrie (zum Großteil die Autozulieferindustrie), die 90% ihres Umsatzes im Ausland absetzen, aber auch in der Maschinenbauindustrie, Metallerzeugung und -bearbeitungsindustrie sowie Textilindustrie

(Übersicht 2.4). Die Ernährungsindustrie weist mit einer durchschnittlichen Exportquote von 13% die geringste Exporttätigkeit aus. Unterdurchschnittlich ist auch die Exporttätigkeit der Papier-, Verlags- und Druckindustrie (Exportquote von 29%) sowie der Glas- und Keramikindustrie (33,8%).

2.3.2 Regionalstruktur der Exporttätigkeit

Abbildung 2.5 gibt Aufschluss über die Bedeutung verschiedener Regionen für Exporteure in der Unternehmensbefragung. Es zeigt sich eine große Übereinstimmung mit der Regionalstruktur der Gesamtexporte laut Außenhandelsstatistik.

Abbildung 2.5: Bedeutung der Zielregionen



Q: WIFO-Erhebung.

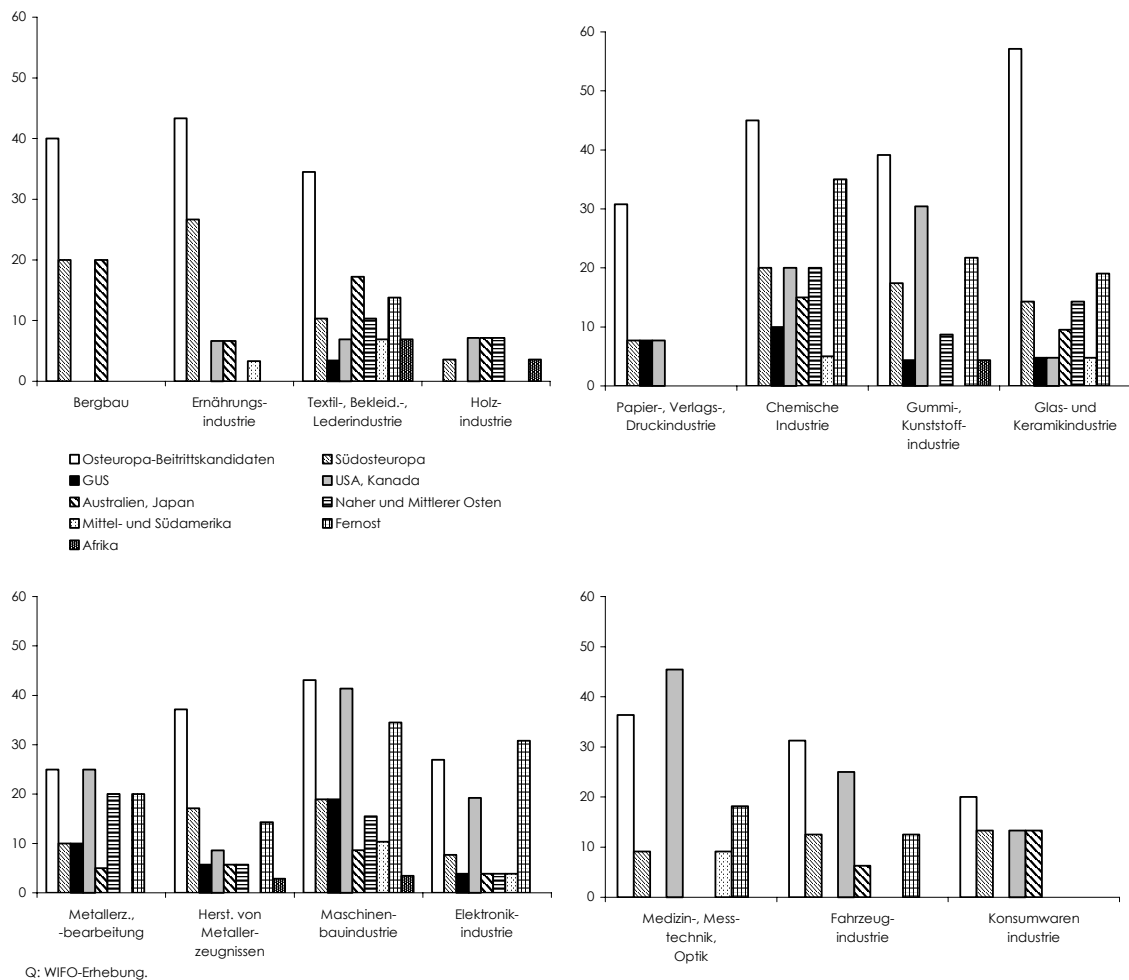
Westeuropa ist bei Weitem die wichtigste Exportregion, gefolgt von den osteuropäischen Beitrittskandidaten, die für rund 13% der Unternehmen der Stichprobe einen sehr wichtigen Exportmarkt (Exportanteil über 20%) darstellen. Nordamerika ist für rund 6% der Unternehmen ein sehr wichtiger Markt, gleichzeitig aber für einen hohen Anteil von Firmen (61%) ohne Bedeutung. Den Märkten in Fernost und Südosteuropa wird in etwa die gleiche Bedeutung beigemessen, wobei der Anteil der Unternehmen, die nicht nach Fernost liefern, höher ausfällt als für Südosteuropa. Danach folgen mit recht deutlichem Abstand der Nahe und Mittlere Osten mit der Türkei, die GUS, Australien und Japan, während Afrika und Mittel- und Südamerika die geringste Bedeutung zukommt.

Dieses Bild bestätigt die Veränderung der Regionalstruktur des österreichischen Außenhandels in den letzten zehn Jahren, nämlich die außergewöhnlich starke Expansion des Außenhandels mit drei Regionen: Osteuropa, Nordamerika und Fernost. Für 34% der Unternehmen ist Osteuropa von mittlerer bis sehr großer Bedeutung, Nordamerika, Fernost und Südosteuropa

für 15% bis 20% der Unternehmen. Die Analyse zeigt jedoch auch die ausgeprägte Konzentration der Exporte auf nahe liegende Regionen.

In Übersicht 2.5 sind die wichtigsten Exportländer dargestellt. Nicht unerwartet gibt der Großteil der Unternehmen (53,2%) Deutschland als wichtigsten Exportmarkt an, fließen doch laut Außenhandelsstatistik 32% der österreichischen Warenexporte auf diesen Markt. Interessant jedoch ist die Bedeutung von Ländern außerhalb Westeuropas als umsatzstärkste Märkte. Hier dominieren vor allem Ungarn und die USA mit jeweils 4,7% der Nennungen, gefolgt von Tschechien (2,3%), Slowenien und China (jeweils 1,5%).

Abbildung 2.6: Bedeutung der Zielregionen außerhalb Westeuropas nach Branchen
Anteil der Unternehmen, für die die Zielregion eine mittlere bis große Bedeutung hat in %



Übersicht 2.5: Wichtigstes Exportland
(Reihung der Länder nach Zahl der Nennungen)

	Unternehmen			Unternehmen	
	Zahl	Anteile in %		Zahl	Anteile in %
Gesamte Stichprobe			Glas- und Keramikindustrie		
Deutschland	183	53,2	Deutschland	7	41,2
Italien	44	12,8	Italien	5	29,4
Schweiz	17	4,9	Ungarn	2	11,8
Ungarn	16	4,7	Sonstige Länder	3	17,6
USA	16	4,7			
Großbritannien	8	2,3	Metallerzeug. u. -bearbeitung		
Tschechien	8	2,3	Deutschland	15	83,3
Slowenien	5	1,5	Italien	1	5,6
China	5	1,5	USA	2	11,1
Sonstige Länder	42	12,2			
Insgesamt	344	100,0	Herst. von Metallerzeugnissen		
			Deutschland	26	78,8
Ernährungsindustrie			Schweiz	2	6,1
Deutschland	11	35,5	USA	2	6,1
Italien	10	32,3	Sonstige Länder	3	9,1
Slowenien	3	9,7			
Bosnien-Herzegowina	4	12,9	Maschinenbauindustrie		
Sonstiges Westeuropa	1	3,2	Deutschland	20	36,4
Sonstige Länder	2	6,5	Ungarn	3	5,5
			Großbritannien	4	7,3
Textil-, Bekleidungs-, Lederindustrie			Russland	3	5,5
Deutschland	14	53,8	USA	6	10,9
Schweiz	2	7,7	China	3	5,5
Sonstiges Westeuropa	4	15,4	GUS	3	5,5
Sonstige Länder	6	23,1	Sonstiges Westeuropa	9	16,4
			Sonstige Länder	4	7,3
Holzindustrie					
Deutschland	9	31,0	Elektronikindustrie		
Italien	18	62,1	Deutschland	14	58,3
Sonstiges Westeuropa	1	3,4	Ungarn	4	16,7
Sonstige Länder	1	3,4	USA	2	8,3
			Sonstiges Westeuropa	1	4,2
Papier-, Verlags- und Druckindustrie			Sonstige Länder	3	12,5
Deutschland	13	54,2			
Schweiz	3	12,5	Medizin- und Messtechnik, Optik		
Ungarn	2	8,3	Deutschland	5	50,0
Sonstiges Westeuropa	5	20,8	Sonstiges Westeuropa	2	20,0
Sonstige Länder	1	4,2	Sonstige Länder	3	30,0
Chemische Industrie			Fahrzeugindustrie		
Deutschland	10	50,0	Deutschland	11	78,6
Italien	3	15,0	Ungarn	1	7,1
Tschechien	3	15,0	USA	1	7,1
Ungarn	2	10,0	Spanien	1	7,1
Sonstige Länder	2	10,0			
			Konsumwarenindustrie		
Gummi- und Kunststoffindustrie			Deutschland	11	73,3
Deutschland	16	72,8	Sonstiges Westeuropa	1	6,7
Sonstiges Westeuropa	3	13,6	Sonstige Länder	3	20,0
Sonstige Länder	3	13,6			

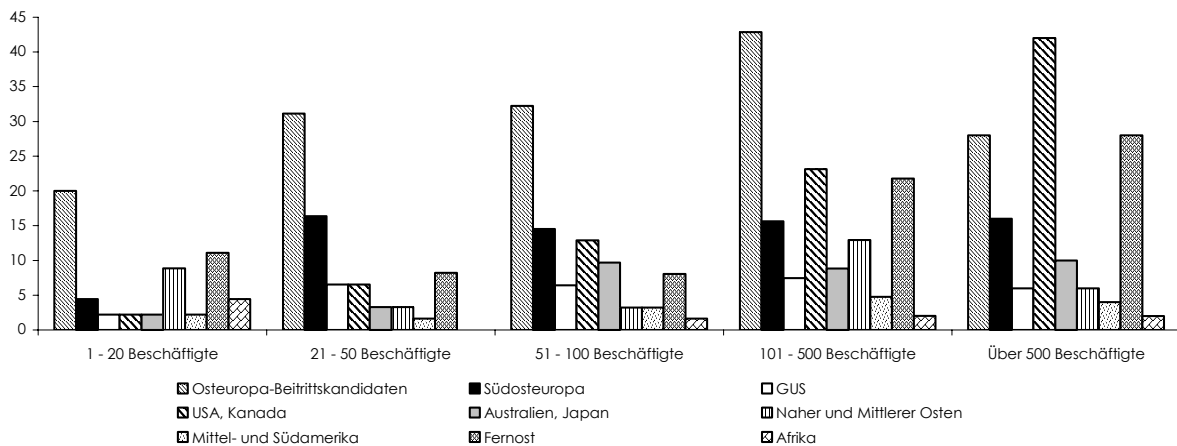
Q: WIFO-Erhebung.

Die Bedeutung der einzelnen Regionen für den Export weicht für die einzelnen Branchen, Unternehmensgrößenklassen bzw. Exporterfahrungsklassen voneinander ab.

Abbildung 2.6 zeigt für Unternehmen jeder Branche, die Bedeutung der einzelnen Regionen gemessen am Anteil der Unternehmen, die der jeweiligen Region eine mittlere bis große Bedeutung beimessen. Dabei zeigt die Glas- u. Keramikindustrie, die Papier- Verlags- und Druckindustrie sowie die Industrie zur Herstellung von Metallerezeugnissen eine besonders ausgeprägte Konzentration auf Osteuropa; die Ernährungsindustrie auf Ost- und Südosteuropa. Unternehmen aus dem Bereich der Medizin-, Messtechnik und Optik sind überdurchschnittlich auf Nordamerika ausgerichtet. Nordamerika hat jedoch auch für einen relativ hohen Anteil von Unternehmen aus dem Bereich des Maschinenbaus sowie der Gummi- und Kunststoffindustrie eine relativ große Bedeutung. Für die chemische Industrie, Elektronikindustrie sowie dem Maschinenbau ist der Anteil der Unternehmen, die Fernost eine hohe Bedeutung bemessen, hoch.

Nach Branchen zeigt sich auch in den Antworten zur Frage nach dem umsatzstärksten Exportland vor allem bei der Ernährungsindustrie eine besondere Konzentration auf die Märkte Bosnien-Herzegowina und Slowenien (Übersicht 2.5). Nach Deutschland (35,5%) und Italien (32,3%) ist Bosnien- Herzegowina für bereits 12,9% der Unternehmen dieser Industrie das wichtigste Exportland, für 9,7% ist es Slowenien. Im Bereich der Maschinenbauindustrie wird die USA (10,9%) nach Deutschland (36,4%) am häufigsten als wichtigstes Exportland angegeben, aber auch Russland, China und die GUS sind für jeweils 5,5% der Unternehmen dieser Branche das jeweils umsatzstärkste Exportland.

Abbildung 2.7: Bedeutung der Zielregionen außerhalb Westeuropas nach Beschäftigtengrößenklassen
Anteil der Unternehmen, für die die Zielregion eine mittlere bis große Bedeutung für Exporte hat in %



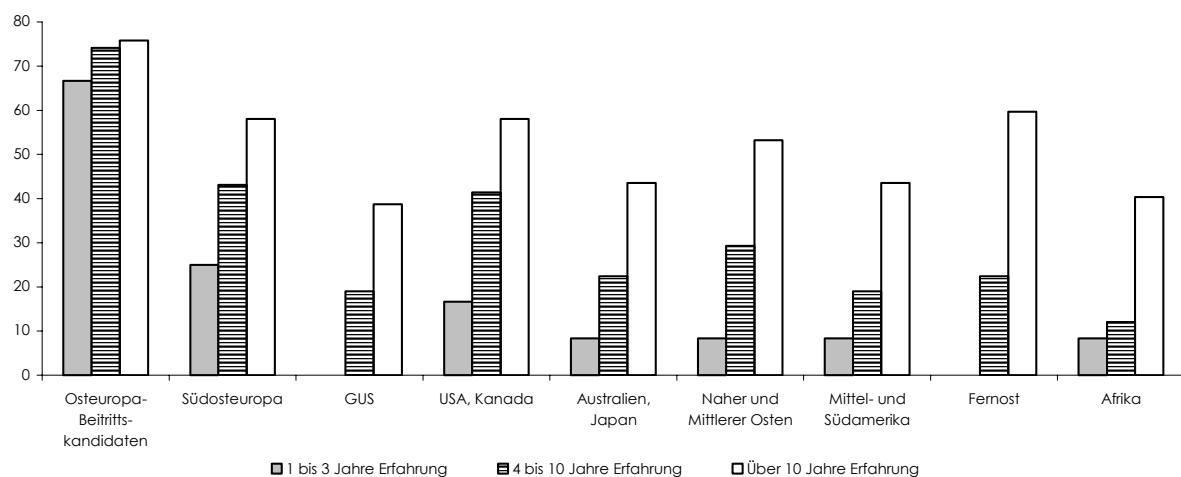
Q: WIFO-Erhebung.

Eine der Branchenanalyse analoge Darstellung nach Unternehmensgrößenklassen findet sich in Abbildung 2.7. Die große Bedeutung Osteuropas als Exportmarkt geht quer über alle

Unternehmensgrößen. Während Kleinunternehmen sich bei Exporten außerhalb Westeuropas vorwiegend auf die osteuropäischen Beitrittskandidaten sowie Südosteuropa konzentrieren, d. h. auf in der Nähe liegende, mit relativ geringen Risiken verbundene Standorte, steigt die Bedeutung der Regionen Nordamerika und Fernost mit der Unternehmensgröße. Die Ausnahme bilden allerdings gerade Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten, für die Fernost und der Nahe und Mittlere Osten bedeutende Regionen sind. Grossunternehmen (über 500 Beschäftigte) exportieren überdurchschnittlich stark nach Nordamerika, mit Osteuropa und Fernost als zweitwichtigste Regionen.

Eine Unterteilung der Unternehmen nach der Exporterfahrung zeigt ähnlich plausible Ergebnisse. Unternehmen, die erst seit 1 bis 3 Jahren in Regionen außerhalb Westeuropas liefern, konzentrieren sich vor allem auf Osteuropa, mit der Erfahrung steigt auch die Häufigkeit der Exporte in die restlichen Regionen (Abbildung 2.8).

Abbildung 2.8: Bedeutung der Zielregionen nach Exporterfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas
Anteil der Unternehmen, die in die jeweilige Region exportieren in %



Q: WIFO-Erhebung.

2.3.3 Motive und Voraussetzungen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas

In Übersicht 2.6 und Abbildung 2.9 ist die Bewertung der Wichtigkeit einzelner Motive und Voraussetzungen für die Aufnahme bzw. Intensivierung der Exporttätigkeit in Regionen außerhalb Westeuropas wiedergegeben. Insgesamt 11 Motive waren von den Befragten, die in naher Zukunft Exporte außerhalb Westeuropas planen, mit Bewertungen zwischen "sehr wichtig" (1), "wichtig" (2), "zum Teil wichtig" (3), "wenig wichtig" (4) und "nicht wichtig" (5) zu versehen. Die Ergebnisse werden anhand von 2 Merkmalen abgebildet. Einmal durch den Anteil der Unternehmen, die den einzelnen Motiven eine hohe Bedeutung beimessen (Anteil der Antworten sehr wichtig und wichtig) und zum anderen als Durchschnittsnoten der fünfstufigen Bedeutungsskala.

Übersicht 2.6: Motive und Voraussetzungen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas

	Sehr wichtig		Sehr wichtig und wichtig		Durchschnittl. Bewertung ¹⁾
	Zahl der Unternehmen	Anteile in %	Zahl der Unternehmen	Anteile in %	
Rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten	66	35,5	130	69,9	2,2
Neue Marktnischen	55	29,6	128	68,8	2,2
Neue Konzentration auf ein besseres Marktsegment möglich	15	8,1	53	28,5	3,3
Gewinn von Marktanteilen im Vergleich zu Westeuropa leichter	33	17,7	79	42,5	2,9
Höhere Preise	14	7,5	57	30,6	3,3
Weniger Wettbewerb	9	4,8	48	25,8	3,3
Kompensation zu schwacher Nachfrage in Westeuropa	45	24,2	104	55,9	2,6
Hauptabnehmer befindet sich in der Zielregion	20	10,8	54	29,0	3,4
Sicherung strategischer Vorteile durch frühen Markteintritt	48	25,8	114	61,3	2,4
Hauptkonkurrenten beliefern Zielregion	11	5,9	37	19,9	3,6
Abbau von Handelshemmnissen	26	14,0	65	34,9	3,3

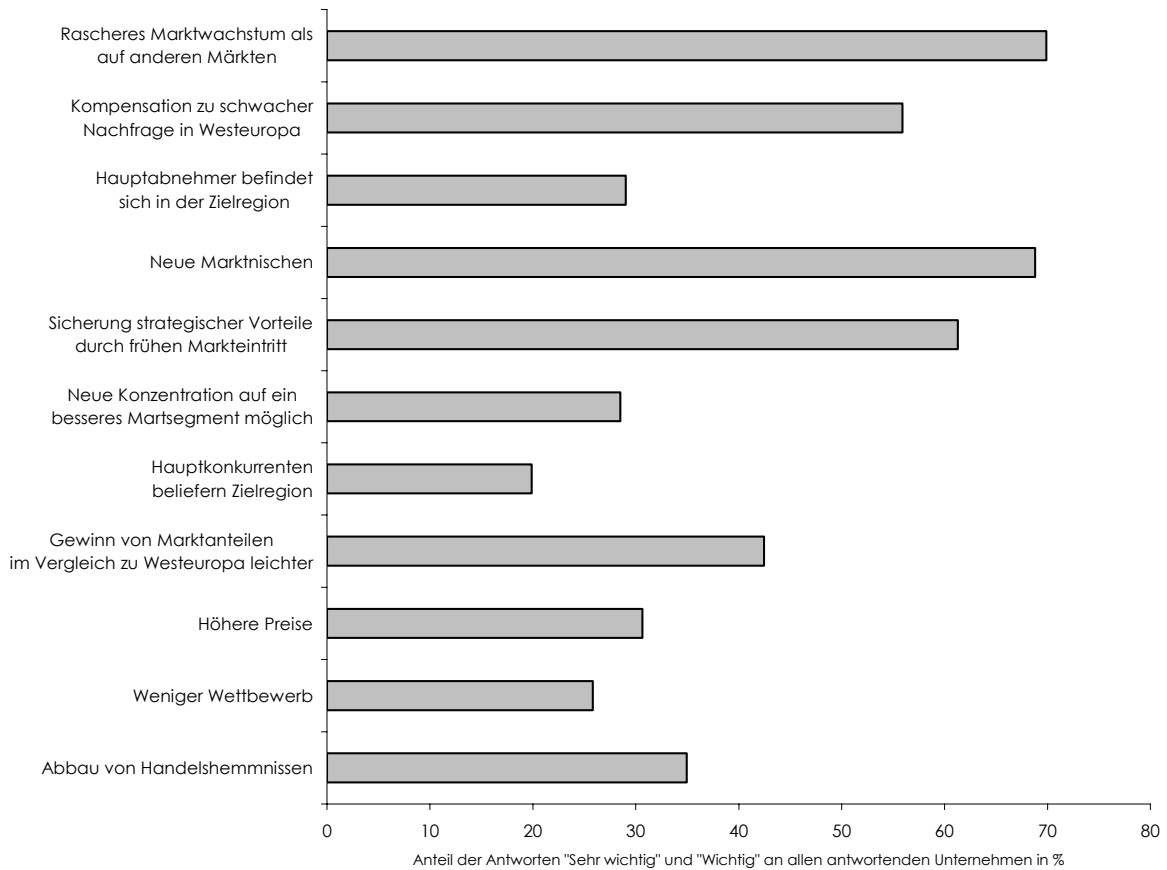
Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ 1 = Sehr wichtig, 2 = Wichtig, 3 = Zum Teil wichtig, 4 = Wenig wichtig, 5 = Nicht wichtig.

Es zeigt sich, dass den eher nachfrageorientierten Motiven und Anreizen eine relativ hohe Bedeutung zukommt. So ist für rund 70% der Unternehmen das im Verhältnis zu anderen Märkten raschere Marktwachstum des neu zu erschließenden Marktes eine Chance und ein Motiv für Exporte; für 55,9% ist die Kompensation zur schwachen Nachfrage in der EU ein wichtiges Motiv für ein Engagement auf neuen Märkten. Gleichzeitig ist eine Vielzahl der antwortenden Unternehmen durch das Angebot von Nischenprodukten im Ausland erfolgreich (69%). In einer weiteren Motivgruppe, die man mit einer offensiven Marktstrategie in Verbindung bringen kann, kommt der Nutzung von "first mover"-Vorteilen durch eine frühe Marktpräsenz große Bedeutung zu (Sicherung strategischer Vorteile durch frühen Markteintritt; 61,3%). In einen neuen Markt zu exportieren, weil der Hauptkonkurrent die Zielregion beliefert, ist dagegen nur für etwa 20% der Unternehmen ein Motiv zur Neuerschließung eines Marktes.

Wettbewerbsorientierte Motive spielen im Vergleich eine kleinere Rolle. Ein Anteil von 42,5% der Unternehmen meint aber, dass es im Vergleich zu Westeuropa leichter ist, Marktanteilsgewinne zu erzielen.

Ein Abbau von Handelshemmnissen ist für 34,9% der Unternehmen ein Anstoß, in einen bisher noch nicht erschlossenen Markt zu exportieren.

Abbildung 2.9: Motive und Voraussetzungen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas



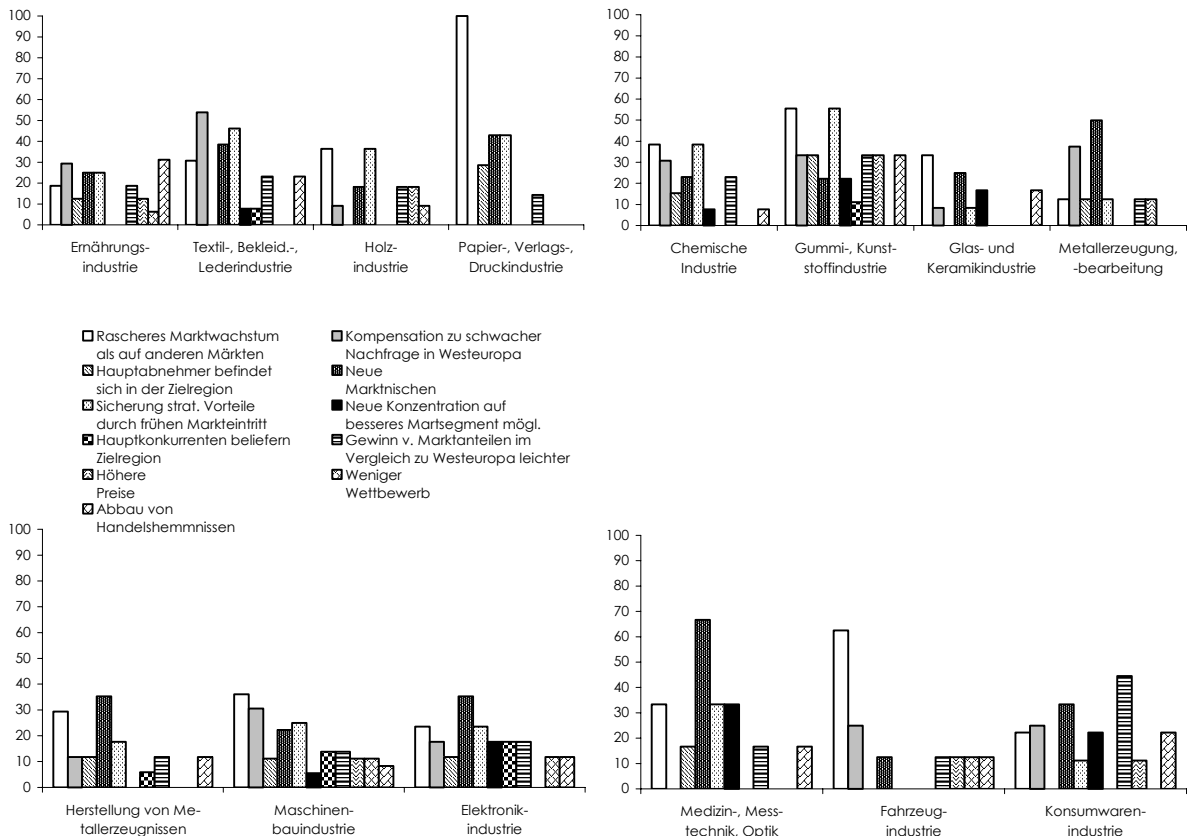
Q: WIFO-Erhebung.

2.3.3.1 Exportmotive nach Branchen

In der Analyse nach Branchen zeigt sich eine Dominanz der nachfrageorientierten Motive in fast allen Bereichen. Größere Unterschiede zwischen den betrachteten Branchen gibt es aber in der Bewertung der Einzelmotive innerhalb dieser Gruppe (Abbildung 2.9). Ein "rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten" ist das eindeutig wichtigste Motiv in der Papier-, Verlags- und Druckindustrie, der Fahrzeugindustrie und in der Maschinenbauindustrie.

"Neue Marktnischen" sind das entscheidende Motiv für Exportpläne außerhalb Westeuropas vor allem für die Metallerzeugung und -bearbeitungsindustrie, ebenso wie für die Elektronikindustrie und für die Medizin-, Messtechnik und Optik. Das wichtigste Motiv der Unternehmen der Konsumwarenindustrie ist, dass der "Gewinn von Marktanteilen im Vergleich zu Westeuropa leichter" ist, das Vorfinden neuer Nischen ist auch in dieser Branche das zweitwichtigste Motiv (Abbildung 2.10).

Abbildung 2.10: Motive und Voraussetzungen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas nach Branche
Anteil der Antworten "Sehr wichtig" und "Wichtig" an allen antwortenden Unternehmen in %



Q: WIFO-Erhebung.

Für die Gummi- und Kunststoffwarenindustrie, die chemische Industrie und die Holzindustrie ist neben dem Marktwachstum auch das Motiv der "Sicherung strategischer Vorteile durch einen frühen Markteintritt" von Bedeutung. Auch für die Textil- und Bekleidungsindustrie ist nach dem nachfrageorientierten Motiv "Kompensation zur schwachen Nachfrage in Westeuropa" die "Sicherung strategischer Vorteile" das zweitwichtigste Motiv.

Ob die beschriebenen Unterschiede signifikant sind, also nicht nur zufällig sind, kann mittels des so genannten Kruskal-Wallis Tests überprüft werden. Dies ist ein Test aus der Gruppe der nicht-parametrischen Tests, der keine besonderen statistischen Voraussetzungen an die Verteilungen der gegenübergestellten Populationen (wie etwa Normalverteilung) macht, sondern nur Ranginformationen nutzt, und deshalb für diese Analyse besonders gut geeignet ist. Das Ergebnis des Kruskal-Wallis Tests zeigt, dass sich die Einschätzung der Wichtigkeit verschiedener Motive der Unternehmen aus verschiedenen Branchen signifikant voneinander unterscheidet und zwar bei einem Signifikanzniveau von 5% (Übersicht A2.31 im statistischen Anhang).

2.3.3.2 Exportmotive nach Unternehmensgröße

Eine Auswertung nach Unternehmensgröße zeigt, dass für kleine Unternehmen, insbesondere jene mit weniger als 20 Beschäftigten, "neue Marktnischen" von relativ großer Bedeutung sind, bei den größeren Unternehmen dominiert das Motiv des "rascheren Marktwachstums" sowie die "Sicherung strategischer Vorteile durch einen frühen Markteintritt" (Übersicht 2.7). "first mover"-Vorteile eines frühen Markteintritts sind auch für kleinere Unternehmen zwischen 20 und 50 Beschäftigten das wichtigste Motiv. Nach dem Ergebnis des Kruskal-Wallis Tests (berechnet auf Basis der Rangfolge aller Motive je Größenklasse) unterscheidet sich die Beurteilung der Motive der Unternehmen nach unterschiedlichen Größenklassen nicht signifikant voneinander. Hinsichtlich der Bewertung einzelner Motive ergeben sich aber in der Beurteilung der Unternehmen zur "Wichtigkeit eines rascheren Marktwachstums" und des "strategischen Vorteils durch einen frühen Markteintritt" signifikante Unterschiede.

2.3.3.3 Exportmotive nach Exporterfahrung

Die Exporteure wurden auch nach den Jahren ihrer Exporterfahrung gefragt. Leider ist die Antwortzahl der Exporteure mit nur sehr kurzer Erfahrung (1 bis 3 Jahre) für diese Frage zu gering, um eine vernünftige Auswertung machen zu können. Wie schon angesprochen, kann die Exporterfahrung in Jahren durch das Ausmaß der Exportverflechtung angenähert werden – die angegebenen Jahre der Exporterfahrung korrelieren sehr eng mit dem Grad der Exportverflechtung der Unternehmen. Übersicht 2.8 zeigt die Bewertung der Motive nach dem unterschiedlichen Grad der Exportverflechtung mit Regionen außerhalb Westeuropas (jeweils gemessen am höchsten ausgegebenen Exportanteil der Unternehmen in Exportregionen außerhalb Westeuropas) und nach Unternehmen ohne jegliche Exporterfahrung sowie nach solchen, die bisher nur nach Westeuropa geliefert haben. Wiederum dominieren quer über alle Gruppen die nachfrageorientierten Motive (rascheres Marktwachstum, Kompensation zu schwacher Nachfrage in Westeuropa). Marktnischen werden bei exportunerfahrenen Unternehmen und jenen die bisher nur Westeuropa beliefert haben, und solchen mit geringerer Verflechtung mit Märkten außerhalb Westeuropas tendenziell stärker betont als beim Rest. Mit der Exporterfahrung steigt die Wichtigkeit des Motivs "Sicherung strategischer Vorteile durch einen frühen Markteintritt". Für Unternehmen mit einem Exportanteil von über 50% in einer Region außerhalb Westeuropas, also sehr exporterfahrene Unternehmen, ist dies das wichtigste Exportmotiv. Unterschiede gibt es auch hinsichtlich der Bewertung des Motivs "neue Konzentration auf ein besseres Marktsegment", dem nur bei einigen der exporterfahrenen Unternehmen eine sehr wichtige Rolle zukommt.

Der Kruskal-Wallis Test ergibt, dass sich die Gruppen von Unternehmen nach der unterschiedlichen Exportverflechtung in ihren Bewertungen insgesamt signifikant voneinander unterscheiden.

Übersicht 2.7: Motive und Voraussetzungen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas nach Unternehmensgröße

	Antworten "Sehr wichtig"		Durchschnittliche Bewertung ¹⁾
	Rang	Anteile in %	
<i>1 bis 20 Beschäftigte</i>			
Rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten	4	21,7	2,6
Kompensation zu schwacher Nachfrage in Westeuropa	1	43,5	2,5
Hauptabnehmer befindet sich in der Zielregion	7	13,0	3,7
Neue Marktnischen	2	39,1	1,8
Sicherung strategischer Vorteile durch frühen Markteintritt	7	13,0	3,2
Neue Konzentration auf besseres Marktsegment möglich	11	4,3	3,5
Hauptkonkurrenten beliefern Zielregion	6	17,4	3,7
Gewinn v. Marktant. im Vergleich zu Westeuropa leichter	4	21,7	3,1
Höhere Preise	7	13,0	3,4
Weniger Wettbewerb	10	8,7	3,5
Abbau von Handelshemmnissen	3	26,1	3,2
<i>21 bis 50 Beschäftigte</i>			
Rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten	4	18,8	2,6
Kompensation zu schwacher Nachfrage in Westeuropa	3	25,0	2,4
Hauptabnehmer befindet sich in der Zielregion	8	6,3	3,2
Neue Marktnischen	2	31,3	2,1
Sicherung strategischer Vorteile durch frühen Markteintritt	1	40,6	2,1
Neue Konzentration auf besseres Marktsegment möglich	4	18,8	3,0
Hauptkonkurrenten beliefern Zielregion	11	3,1	3,7
Gewinn v. Marktant. im Vergleich zu Westeuropa leichter	6	15,6	2,8
Höhere Preise	8	6,3	3,3
Weniger Wettbewerb	8	6,3	3,3
Abbau von Handelshemmnissen	7	9,4	2,9
<i>51 bis 100 Beschäftigte</i>			
Rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten	1	33,3	2,2
Kompensation zu schwacher Nachfrage in Westeuropa	3	25,9	2,3
Hauptabnehmer befindet sich in der Zielregion	7	14,8	3,5
Neue Marktnischen	1	33,3	2,3
Sicherung strategischer Vorteile durch frühen Markteintritt	5	18,5	2,5
Neue Konzentration auf besseres Marktsegment möglich			3,4
Hauptkonkurrenten beliefern Zielregion	9	3,7	3,7
Gewinn v. Marktant. im Vergleich zu Westeuropa leichter	3	25,9	2,7
Höhere Preise	8	7,4	3,1
Weniger Wettbewerb	9	3,7	3,1
Abbau von Handelshemmnissen	5	18,5	3,1
<i>101 bis 500 Beschäftigte</i>			
Rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten	1	42,7	1,9
Kompensation zu schwacher Nachfrage in Westeuropa	4	18,3	2,7
Hauptabnehmer befindet sich in der Zielregion	6	11,0	3,4
Neue Marktnischen	2	25,6	2,4
Sicherung strategischer Vorteile durch frühen Markteintritt	3	23,2	2,4
Neue Konzentration auf besseres Marktsegment möglich	8	8,5	3,4
Hauptkonkurrenten beliefern Zielregion	11	2,4	3,6
Gewinn v. Marktant. im Vergleich zu Westeuropa leichter	5	17,1	2,9
Höhere Preise	9	6,1	3,2
Weniger Wettbewerb	10	3,7	3,3
Abbau von Handelshemmnissen	6	11,0	3,4
<i>Über 500 Beschäftigte</i>			
Rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten	1	50,0	1,8
Kompensation zu schwacher Nachfrage in Westeuropa	4	22,7	2,8
Hauptabnehmer befindet sich in der Zielregion	7	9,1	3,5
Neue Marktnischen	3	27,3	2,1
Sicherung strategischer Vorteile durch frühen Markteintritt	2	36,4	2,0
Neue Konzentration auf besseres Marktsegment möglich	10	4,5	3,3
Hauptkonkurrenten beliefern Zielregion	5	13,6	3,2
Gewinn v. Marktant. im Vergleich zu Westeuropa leichter	7	9,1	3,0
Höhere Preise	7	9,1	3,3
Weniger Wettbewerb	10	4,5	3,6
Abbau von Handelshemmnissen	5	13,6	3,6

Q: WIFO-Erhebung. -¹⁾ 1 = Sehr wichtig, 2 = Wichtig, 3 = Zum Teil wichtig, 4 = Wenig wichtig, 5 = Nicht wichtig.

Übersicht 2.8: Motive und Voraussetzungen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas nach Exporterfahrung der Unternehmen - Antworten "Sehr wichtig"

	Noch keine Exporte		Exporte nur Westeuropa		Exporte auch in Regionen außerhalb Westeuropas							
					Exportanteil außerhalb Westeuropas							
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Bis 5%	5% bis 20%	Über 20%	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	
Rascheres Marktwachstum als auf anderen Märkten	4	33,3	2	26,3	2	33,3	1	38,4	1	39,2		
Kompensation zu schwacher Nachfrage in	1	44,4	2	27,8	4	16,7	2	28,8	4	19,2		
Hauptabnehmer befindet sich in der Zielregion	8	11,1			6	12,5	8	12,3	7	9,8		
Neue Marktnischen	1	44,4	1	31,6	1	37,5	2	28,8	3	23,5		
Sicherung strat. Vorteile durch frühen Markteintritt	5	22,2	4	10,5	3	20,8	2	28,8	2	35,3		
Neue Konzentration auf besseres Marktsegment							6	13,7	7	9,8		
Hauptkonkurrenten beliefern Zielregion	5	22,2					11	5,5	7	9,8		
Gewinn v. Marktant. i. Vgl. zu Westeuropa leichter	5	22,2	4	10,5	4	16,7	5	19,2	5	17,6		
Höhere Preise	8	11,1	7	5,3			6	13,7	10	3,9		
Weniger Wettbewerb	8	11,1	7	5,3			10	8,2	11	2,0		
Abbau von Handelshemmnissen	1	44,4	4	10,5	6	12,5	9	11,0	5	17,6		

Q: WIFO-Erhebung.

2.3.4 Schwierigkeiten und Hindernisse bei der Erschließung neuer Märkte

In der Frage zu den wichtigsten Hindernissen wurden die Unternehmen aufgefordert, jeweils regionalspezifisch, die Gründe zu nennen, die ausschlaggebend dafür sind, in einen für das Unternehmen grundsätzlich interessanten Markt nicht zu exportieren. Dabei wurde zwischen 10 Regionen unterschieden: vier OECD-Staaten in Übersee (USA, Kanada, Australien und Japan), osteuropäische EU-Beitrittskandidaten, Südosteuropa, europäische GUS, asiatische GUS, Mittel- und Südamerika, Naher und Mittlerer Osten einschließlich der Türkei, dynamische Länder in Fernost, sonstige Länder in Fernost und Afrika. Dazu wurde eine Liste von insgesamt 24 Hindernissen, mit der Möglichkeit zur Erweiterung, vorgelegt, die die Unternehmen getrennt für jede einzelne Region ankreuzen konnten. Diese Hindernisse bezogen sich auf unternehmensspezifische und strategische Aspekte (wie die Kleinheit der Unternehmen, die große Konkurrenz, Absatzpreise, Transportkosten, etc.), auf die Rahmenbedingungen in den Exportmärkten der Regionen (Zölle, Sprachbarrieren, Zahlungsausfallsrisiko etc.) und auf Informations- sowie Finanzierungsaspekte (Exportfinanzierung, -und -versicherung, Markteintrittskosten, Information über den Zielmarkt etc.). Insgesamt sechs Unternehmen erweiterten diese Liste mit dem Hinweis, dass Exporte nicht über das österreichische Unternehmen, sondern über den Mutterkonzern laufen.

In Übersicht 2.9 wird der Anteil der "Ja"-Antworten auf Basis der Gesamtzahl der Antworten je Region dargestellt. Aufgrund der Fragestellung sind nur Anteile verschiedener Hindernisse innerhalb einer Region direkt vergleichbar, nicht aber Anteile einzelner Hindernisse in verschiedenen Regionen. Aufschluss über Unterschiede in der Wertung von Hindernissen über die Regionen ist nur durch die unterschiedliche Rangfolge der Hindernisse nach Häufigkeit ihrer Nennung möglich.

Übersicht 2.9: Exporthindernisse nach Regionen

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteurop. Beitritts- kandidaten		Südost- europa		Europäische GUS		Asiatische GUS	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
	<i>Unternehmensspezifische, strategische Aspekte</i>									
Unser Unternehmen ist zu klein	1	42,5	6	17,6	4	21,2	4	20,4	3	22,0
Erzielbare Preise sind zu niedrig	8	11,8	1	42,1	1	35,6	2	27,7	2	25,4
Konkurrenz zu groß	3	23,5	8	16,4	8	12,7	13	8,8	7	12,7
Transportkosten zu hoch	2	37,3	3	20,8	2	27,1	6	16,1	1	30,5
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	7	13,1	10	13,2	11	10,2	17	7,3	15	7,6
Mangelnde Akzeptanz unserer Produkte	11	7,2	12	7,5	12	9,3	13	8,8	17	5,9
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	6	15,0	7	17,0	8	12,7	8	10,2	10	10,2
Strateg. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	12	6,5	12	7,5	24	2,5	24	3,6	24	1,7
<i>Rahmenbedingungen</i>										
Hohe Zölle	13	5,9	12	7,5	21	3,4	10	9,5	17	5,9
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	9	9,8	18	5,7	25	1,7	22	5,1	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	14	5,2	20	3,8	19	4,2	20	5,8	17	5,9
Sprachbarrieren	15	4,6	9	15,1	7	15,3	7	10,9	10	10,2
Unterschiedliche Mentalität	19	3,3	22	3,1	15	5,9	24	3,6	21	5,1
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	16	3,9	2	30,2	3	24,6	3	24,1	4	20,3
Rechtsunsicherheit, Korruption	19	3,3	5	18,9	5	19,5	1	28,5	4	20,3
Politische Instabilität			17	6,3	8	12,7	10	9,5	8	11,0
Mangelnder Marken-/Patentschutz	22	2,6	24	1,9	21	3,4	20	5,8	21	5,1
<i>Information / Finanzierungsaspekte</i>										
Mangelnde Information über den Zielmarkt	10	9,2	11	8,8	13	8,5	10	9,5	8	11,0
Markteintritt wäre zu teuer	4	19,6	15	6,9	14	7,6	16	8,0	10	10,2
Keine Ansprechpartner im jeweiligen Land	5	15,7	4	19,5	5	19,5	5	19,0	6	17,8
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	16	3,9	24	1,9	15	5,9	18	6,6	17	5,9
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung			18	5,7	15	5,9	8	10,2	13	8,5
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	19	3,3	15	6,9	19	4,2	13	8,8	15	7,6
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	22	2,6	22	3,1	21	3,4	18	6,6	13	8,5
	Mittel- und Südamerika		Nahe und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstiges Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
<i>Unternehmensspezifische, strategische Aspekte</i>										
Unser Unternehmen ist zu klein	3	21,9	2	25,0	2	23,5	2	23,9	4	20,5
Erzielbare Preise sind zu niedrig	2	22,7	3	23,1	3	21,8	4	18,3	2	26,8
Konkurrenz zu groß	11	8,6	7	12,5	5	12,6	7	11,9	12	9,8
Transportkosten zu hoch	1	30,5	1	29,8	1	33,6	1	32,1	1	33,9
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	13	7,0	22	2,9	11	7,6	11	8,3	18	4,5
Mangelnde Akzeptanz unserer Produkte	6	10,9	10	9,6	9	9,2	7	11,9	8	16,1
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	8	10,2	7	12,5	7	11,8	9	11,0	11	10,7
Strateg. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	19	3,1	19	4,8	23	2,5	22	2,8	-	-
<i>Rahmenbedingungen</i>										
Hohe Zölle	13	7,0	14	6,7	13	6,7	13	7,3	22	3,6
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	25	1,6	-	-	17	4,2	18	4,6	24	1,8
Wechselkursrisiko zu groß	19	3,1	19	4,8	21	3,4	15	6,4	23	2,7
Sprachbarrieren	18	3,9	10	9,6	14	5,9	15	6,4	16	5,4
Unterschiedliche Mentalität	19	3,1	21	3,8	15	5,0	20	3,7	14	6,3
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	4	14,1	9	10,6	9	9,2	9	11,0	7	17,0
Rechtsunsicherheit, Korruption	6	10,9	6	13,5	11	7,6	11	8,3	4	20,5
Politische Instabilität	12	7,8	4	18,3	17	4,2	13	7,3	6	18,8
Mangelnder Marken-/Patentschutz	23	2,3	15	5,8	17	4,2	18	4,6	13	7,1
<i>Information / Finanzierungsaspekte</i>										
Mangelnde Information über den Zielmarkt	8	10,2	10	9,6	7	11,8	5	13,8	9	15,2
Markteintritt wäre zu teuer	10	9,4	10	9,6	5	12,6	5	13,8	10	13,4
Keine Ansprechpartner im jeweiligen Land	5	13,3	4	18,3	4	16,8	3	20,2	3	24,1
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	23	2,3	24	1,9	17	4,2	24	1,8	18	4,5
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	19	3,1	22	2,9	21	3,4	24	1,8	14	6,3
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	16	4,7	15	5,8	24	1,7	22	2,8	18	4,5
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	15	5,5	15	5,8	24	1,7	20	3,7	18	4,5

Q: WIFO-Erhebung.

Insgesamt zeigt sich quer über alle Regionen eine häufigere Nennung der Hindernisse aus der Gruppe der strategischen und unternehmensspezifischen Hindernisse. Betrachtet man die Rangordnung der Hindernisse, so stehen Transportkosten gemeinsam mit der Kleinheit des Unternehmens und den zu niedrigen Absatzpreisen meist unter den Hindernissen mit den drei höchsten Nennungen. Transportkosten spielen dabei natürlich in den geographisch weiter entfernten Ländern die größte Rolle, aber auch für näher liegende Märkte in den osteuropäischen Beitrittsländern und in Südosteuropa stellen Transportkosten offenbar eines der wichtigeren Hindernisse dar.

Die Kleinheit des Unternehmens ist ein weiterer wichtiger Hindernisgrund, insbesondere für Nordamerika sowie Australien und Japan, weniger für Unternehmen, die Interesse an Exporten in die osteuropäischen Beitrittsländer zeigen.

Dass die erzielbaren Preise zu niedrig sind, wird insbesondere von Unternehmen mit Interesse an den osteuropäischen und südosteuropäischen Ländern angegeben, aber auch für die restlichen Regionen. Mit Ausnahme der OECD-Staaten in Übersee zählt dieses Hindernis zu den am häufigsten genannten Gründen, nicht in einen Markt der Region zu exportieren.

Rechtsunsicherheit und Korruption, ein zu hohes Zahlungsausfallsrisiko, der Mangel an Ansprechpartnern im jeweiligen Land sind ebenfalls relativ häufig genannte Hindernisse quer über alle Regionen und folgen den drei wichtigsten Hindernissen. Das Zahlungsausfallsrisiko wird aber für die Region der osteuropäischen Beitrittskandidaten sowie für Südosteuropa, die GUS und Mittel- und Südamerika etwas stärker betont, die Rechtsunsicherheit und Korruption insbesondere für die europäische GUS. Der Mangel an Ansprechpartnern ist hingegen vor allem ein Hindernis für Exporte in die Gruppe der restlichen Fernostländer und Afrika.

Exportfinanzierungs- und -versicherungsaspekte spielen eine eher untergeordnete Rolle und werden am ehesten noch für die europäische GUS genannt.

Zu den restlichen Hindernissen mit einiger Bedeutung, die sich aber weiter hinten in der Rangfolge der Hindernisse finden, zählt die Konzentration der Unternehmen auf EU-Märkte. Zu hohe Markteintrittskosten werden vor allem für die OECD-Märkte in Übersee sowie die Fernostländer betont. Sprachbarrieren sind für einige Unternehmen ein Exporthemmnis für Lieferungen in die Oststaaten sowie den Nahen und Mittleren Osten, jedoch kaum für die USA, Mittel- und Südamerika, Fernost oder auch Afrika ein Problem. Die mangelnde Information über den Zielmarkt wird ebenfalls von einigen Unternehmen quer über alle Regionen genannt, etwas stärker für Länder außerhalb Osteuropas, wie auch eine mangelnde Akzeptanz der Produkte.

2.3.5 Exporthindernisse nach Regionen, Branchen, Unternehmensgröße und Exporterfahrung

Im Folgenden werden die Exporthindernisse nach Regionen getrennt voneinander und genauer besprochen. Weiters wird eine Auswertung nach Branchen, Unternehmensgröße und Exporterfahrung präsentiert. Dabei muss vorausgeschickt werden, dass aufgrund der Zusammensetzung der Stichprobe und aufgrund des Umstandes, dass nur wenige Unternehmen die Fragen zu den Exportschwierigkeiten beantworteten, nur eingeschränkte

Informationen auf den disaggregierten Ebenen ausgewertet werden können. Aus diesem Grund finden hier nur jene Ergebnisse Erwähnung, die sich aus einer relativ deutlichen Polarisierung der Antworten von zumindest fünf Unternehmen ergeben. Da man auf diese Weise keine statistisch gesicherten Resultate erhält, ist bei der Interpretation Vorsicht geboten. Die Übersichten zu diesen Auswertungen finden sich im Anhang (Übersichten A2.1 bis A2.24).

Auch hier bestätigt der Kruskal-Wallis Test die Signifikanz der Unterschiede in der Bedeutung unterschiedlicher Hindernisse für Unternehmen unterschiedlicher Gruppen nach Branchen, Unternehmensgröße und Exporterfahrung (Übersicht A2.32).

2.3.5.1 Exporthindernisse nach Regionen

Regionen laut Fragebogen

OECD-Übersee:	USA, Kanada, Australien, Japan
Osteuropa-Beitrittskandidaten:	Polen, Ungarn, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Lettland, Estland, Litauen
Südosteuropa:	Kroatien, Bosnien, Rest-Jugoslawien, Mazedonien, Albanien, Rumänien, Bulgarien
Europäische GUS:	Ukraine, Weißrussland, Moldawien, Russland
Asiatische GUS:	Georgien, Armenien, Aserbaidschan, Kasachstan, Turkmenistan, Tadschikistan, Kirgisien, Usbekistan
Naher und Mittlerer Osten:	Türkei, Libanon, Syrien, Irak, Iran, Israel, Westjordanland/Gaza, Jordanien, Saudi-Arabien, Kuwait, Bahrain, Katar, Vereinigte Arabische Emirate, Oman, Jemen
Dynamische Länder in Fernost:	Hongkong, Südkorea, Malaysia, Singapur, Taiwan, Thailand
Sonstige Länder in Fernost:	China, Indonesien, Indien, Philippinen, Brunei, Myanmar, Vietnam, Laos, Kambodscha

USA, Kanada, Australien, Japan

Insgesamt 153 Unternehmen von 291 Unternehmen, die die Hindernisfrage beantwortet haben, geben ihr grundsätzliches Interesse an mindestens einem der vier OECD Märkte in Übersee an, sehen sich aber den folgenden Schwierigkeiten gegenüber: Für die Gruppe der OECD-Staaten in Übersee wird die Kleinheit des Unternehmens an die erste Stelle der Exporthindernisse gestellt. Ein Anteil von 42,5% mit grundsätzlichem Interesse an einem dieser Märkte gibt dies als den wichtigsten Hindernisgrund an. An zweiter Stelle stehen die Transportkosten (37,3%), für etwa ein Viertel der antwortenden Unternehmen ist die Konkurrenz auf diesen Märkten zu groß. Dass ein Markteintritt zu teuer wäre wird von 19,6% der Unternehmen als Exportschwierigkeit gesehen. Ein Mangel an Ansprechpartnern im jeweiligen Land und die Konzentration auf EU-Märkte sind Hindernisgründe, die in der Reihung der Wichtigkeit für diese Gruppe von Ländern an der fünften und sechsten Stelle stehen. Der jeweilige Anteil von Unternehmen, die diese Gründe nennen ist jedoch mit 15,7%, bzw. 15% schon relativ gering und die eindeutige Mehrheit von Unternehmen sieht darin keine Schwierigkeit.

Osteuropäische Beitrittskandidaten

159 Unternehmen beziehen sich auf Fragen nach Schwierigkeiten bei Exporten in die EU-Beitrittsländer Osteuropas.

Der höchste Anteil der Nennungen (42%) entfällt für diese Region auf die zu niedrigen Absatzpreise. Eine relativ wichtige Hürde für rund 30% der Unternehmen, die grundsätzliches Interesse an der Region bekunden, ist das hohe Zahlungsausfallsrisiko. Allerdings ist hier anzumerken, dass der Prozentsatz von Unternehmen, die im Fehlen von Exportfinanzierungs- und -versicherungsmöglichkeiten oder den Kosten einen Grund für Exportschwierigkeiten sehen, sehr niedrig ist. Die Höhe der Transportkosten stellt für 21% der antwortenden Unternehmen einen Grund für Exportschwierigkeiten dar. Der Mangel an Ansprechpartnern wird von 19,5% als Schwierigkeit für die Märkte der Region angesehen, auch etwa rund 19% geben die Rechtsunsicherheit und Korruption als Hindernisgrund an.

Südosteuropa

Insgesamt 118 Unternehmen beantworteten die Hindernisfrage für die Region Südosteuropa. In der Reihung der Hindernisse nach der Häufigkeit ihrer Nennungen, ergibt sich ein relativ ähnliches Bild zu den osteuropäischen Beitrittsländern, mit einer geringfügig stärkeren Betonung der Transportkosten und der Kleinheit des Unternehmens. Auch für Südosteuropa stehen die zu niedrigen Absatzpreise an erster Stelle. Für 35,6% der Unternehmen, die grundsätzliches Interesse an den Märkten dieser Region haben, ist dies ein Grund nicht zu exportieren. Transportkosten stehen mit 27% an zweiter Stelle, gefolgt vom Problem des Zahlungsausfallsrisikos (24,6%). Für jeweils rund ein Fünftel der antwortenden Unternehmen ist die Kleinheit des Unternehmens, die Rechtsunsicherheit und der Mangel an Ansprechpartnern ein Problem.

Europäische GUS

Insgesamt 137 Unternehmen beantworteten die Hindernisfrage in Bezug auf die europäische GUS. Vorerst fällt auf, dass Transportkosten im Vergleich zu den anderen Regionen als weniger wichtig erachtet werden. Nur etwa 16% der Unternehmen führen diese Kosten als Exporthemmnis an. Wichtiger im Zusammenhang mit diesem Markt werden die Rechtsunsicherheit und Korruption und die zu niedrigen Absatzpreise gesehen. Ein Anteil der Nennungen von jeweils rund 28% entfällt auf diese zwei Hinderniskategorien. 24% geben auch das Zahlungsausfallsrisiko als Grund für die Zurückhaltung bei Exporten in diese Region an. Der Mangel an Exportversicherungsmöglichkeiten wird aber nur von etwa 10% als Problem gesehen, jedoch relativ zu anderen Märkten noch am häufigsten genannt. Jeweils ein Fünftel der Unternehmen führt die Kleinheit des Unternehmens und den Mangel an Ansprechpartnern als Hindernisgrund für Exporte an.

Asiatische GUS

Potentielle Exportmärkte im asiatischen Teil der GUS sind im Vergleich zu den bereits besprochenen Regionen sowohl vom Einkommensunterschied und dem Entwicklungsstand

als auch von der Mentalität und der geographischen Entfernung zu den schwierigeren Märkten zu zählen. Insgesamt 118 Unternehmen haben die Fragen zu den wichtigsten Hindernissen für diese Region beantwortet.

30,5% der antwortenden Unternehmen sehen in den zu hohen Transportkosten ein Exporthemmnis. Niedrige Absatzpreise werden von 25% und die Kleinheit der Unternehmen von 22% angeführt. Die Rechtsunsicherheit und ein hohes Risiko eines Zahlungsausfalls sind für jeweils rund 20% der Unternehmen ein Problem. Im Vergleich zur europäischen GUS fällt auf, dass in der Reihung der Hindernisse nach Wichtigkeit, das Hindernis der Rechtsunsicherheit bei Unternehmen, die grundsätzlich ein Interesse in den Märkten der asiatischen GUS zeigen, deutlich zurück liegt, während die Transportkosten deutlich an Wichtigkeit zunehmen.

Mittel- und Südamerika

128 Unternehmen beantworteten die Hindernisfrage für Mittel- und Südamerika. Auch für Märkte in Mittel- und Südamerika stellen die Transportkosten mit einem Anteil von 30,5% das am häufigsten genannte Exporthemmnis dar. Die zu niedrigen Absatzpreise und die Kleinheit des Unternehmens folgen in der Reihung der Hindernisse nach der Anzahl der Nennungen mit Anteilen von 22,7% bzw. 21,9%. Die Rechtsunsicherheit und ein hohes Zahlungsausfallsrisiko spielen nur für einen Anteil von 10,9% bzw. 14,1% der antwortenden Unternehmen eine Rolle. Mehr Gewicht als in anderen Märkten, aber vergleichbar mit den Antworten zur Gruppe der restlichen Fernostländer, hat hingegen die mangelnde Akzeptanz der Produkte.

Naher und Mittlerer Osten

Von 104 antwortenden Unternehmen entfallen die höchsten Anteile auf folgende Hindernisse: zu hohe Transportkosten (29,8%), Kleinheit des Unternehmens (25%) und zu niedrige Absatzpreise (23,1%). Politische Instabilität und ein Fehlen von Ansprechpartnern werden von jeweils rund 18% der Unternehmen als Problem gesehen.

Dynamische Länder in Fernost

Insgesamt 119 Unternehmen beantworteten die Frage zu den Hindernissen in Bezug auf die Gruppe der dynamischen Länder in Fernost. Zu dieser Gruppe zählen die Länder Hongkong, Taiwan, Singapur, Südkorea, Thailand und Malaysia. Der größte Anteil der Unternehmen (33,9%), die Interesse an diesen Märkten zeigen, betont die Höhe der Transportkosten als ein wichtiges Hindernis für Fernostexporte. Darauf folgen die Kleinheit des Unternehmens (23,5%) und zu niedrige Absatzpreise (21,8%). Der Mangel an Ansprechpartnern wird von 16,8% der Firmen als Problem gewertet, nur jeweils 12,6% sehen Schwierigkeiten in Bezug auf die große Konkurrenz und die zu hohen Markteintrittskosten.

Sonstige Länder in Fernost

Die Reihung der Hindernisse für die Gruppe der restlichen Fernostländer unterscheidet sich nur geringfügig von jener der dynamischen Länder. Transportkosten erhalten mit einem Anteil von 32,1% die häufigsten Nennungen, danach folgt die Kleinheit des Unternehmens mit

23,9%. Eine kleine Abweichung zu den dynamischen Ländern in Fernost ergibt sich in der Wichtigkeit des Problems des Fehlens von Ansprechpartnern, das mit einem Anteil von 20,2% der Unternehmen an die dritte Stelle gereiht wird. Obwohl die jeweiligen Anteile mit 13,8% der Nennungen relativ niedrig sind werden die mangelnde Information und die Kosten des Markteintritts vor die Rechtsunsicherheit und das Zahlungsausfallsrisiko gereiht.

Afrika

Immerhin 112 Unternehmen beantworteten auch die Hindernisfrage für Afrika und zeigen damit auf, dass auch hier für sie grundsätzlich interessante Märkte liegen würden. Das am häufigsten genannte Hindernis für Exporte nach Afrika sind einmal mehr die Transportkosten (34%). Darauf folgen die zu niedrigen Absatzpreise die von 26,8% der Unternehmen als Problem gesehen werden sowie das Fehlen von Ansprechpartnern mit einem Anteil von 24,1%. Die Kleinheit des Unternehmens sowie die Rechtsunsicherheit werden von jeweils 20,5% der Unternehmen betont, 18,8% meinen die politische Instabilität wäre für sie ein Problem.

2.3.5.2 Exporthindernisse auf Branchenebene

Die Ergebnisse der Hindernisfrage auf Branchenebene sind in den Übersichten A2.1 bis A2.12 im Anhang dargestellt. Aufgrund der niedrigen Antwortzahl der Unternehmen aus der Fahrzeugindustrie ist eine sinnvolle Auswertung dieser Frage für diese nicht möglich.

Ernährungsindustrie

Die Ernährungsindustrie betont vor allem die Kleinheit des Unternehmens sowie, in den Märkten außerhalb der osteuropäischen Beitrittsländer, die Transportkosten als Hindernis für Exporte. Zu niedrige Absatzpreise werden in den europäischen Oststaaten als weiteres wichtiges Hindernis gesehen. Das Problem des Zahlungsausfallsrisikos wird vor allem in Bezug auf die Oststaaten geäußert, hier vor allem in Bezug auf die europäische GUS. Dennoch gibt es aus dieser Branche kein Unternehmen oder nur sehr wenige, die im Mangel an einer Exportversicherung ein Problem sehen.

Textil- Bekleidungs- und Lederindustrie

Die Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie sieht sich in allen Märkten außerhalb der vier OECD-Staaten in Übersee vor allem dem Problem zu niedriger Absatzpreise gegenüber. Diese Branche betont auch in relativ vielen Märkten das Problem des Fehlens von Ansprechpartnern und sieht dies vor allem in den osteuropäischen Beitrittskandidaten. Die Gründung von Tochtergesellschaften/Joint Ventures wird von 21,4% der Unternehmen als Alternative zu Exporten in die europäische GUS genannt. Rechtsunsicherheit und ein hohes Risiko eines Zahlungsausfalls werden in dieser Branche auch als relativ wichtig angesehen. Die Hindernisse, die diese Branche in den vier OECD-Staaten in Übersee sieht weichen vom Rest der Ländergruppen deutlich ab. Als wichtigstes Exporthemmnis wird die zu große Konkurrenz genannt (43,8%), hohe Zölle und zu hohe Markteintrittskosten werden von jeweils 31,3% der Unternehmen dieser Branche als Hindernis für Exporte in die OECD-Staaten gesehen.

Holzindustrie

Auch in der Holzindustrie sind die zu niedrigen Absatzpreise in allen Märkten außer den OECD-Staaten das größte Problem. Dazu kommen in allen Märkten außerhalb der osteuropäischen Beitrittsländer die Höhe der Transportkosten und die Kleinheit der Unternehmen. Die Kleinheit des Unternehmens wird von den meisten Unternehmen (62,5%) als Problem bei den Exporten in Länder der Gruppe der OECD-Staaten gesehen und ist dort auch gleichzeitig das wichtigste Problem. Daneben werden in der Holzindustrie relativ häufiger als in den anderen Branchen die Konzentration auf den EU-Markt und der Mangel an Akzeptanz der Produkte als Exporthemmnisse genannt. Für den südosteuropäischen Raum wird auch der Mangel an Ansprechpartnern betont.

Papier-, Verlags- und Druckindustrie

In der Papier-, Verlags- und Druckindustrie geben die Unternehmen am häufigsten die Kleinheit des Unternehmens und die große Konkurrenz als Exporthemmnisse in alle Regionen an, ebenso wie Transportkosten, vor allem in den Märkten der OECD-Übersee. Den übrigen Hindernissen wird keine große Bedeutung eingeräumt.

Chemische Industrie

Nur relativ wenige Unternehmen aus dieser Branche haben die Frage zu den Hindernissen in den einzelnen Regionen beantwortet. Auswertbar sind für diesen Sektor nur Antworten in Bezug auf die südosteuropäischen Staaten, die europäische GUS und die restlichen Fernostländer. Für diese drei Regionen gibt es die meisten Antworten und auch eine klare Polarisierung. In den genannten Regionen spielen im Gegensatz zu den anderen Branchen weniger branchen- oder unternehmensspezifische Hindernisse eine Rolle. Häufiger betont werden Hindernisse wie die Rechtsunsicherheit, das hohe Zahlungsausfallrisiko sowie für die südosteuropäischen Länder der Mangel an Ansprechpartnern. In den Ländern, die in der Gruppe der restlichen Fernostländer zusammengefasst sind, wurden hohe Zölle von 60% der Unternehmen dieser Branche als Hindernis für Exporte gesehen.

Gummi- und Kunststoffindustrie

Unternehmen der Gummi- und Kunststoffindustrie betonen am häufigsten das Problem zu niedriger Absatzpreise in allen Märkten außer in den OECD-Staaten in Übersee. Für diese Länder hohen Einkommens werden von der Mehrzahl der Unternehmen (57,1%) die Gründung von Tochtergesellschaften/Joint Ventures als zielführender angesehen, zum Teil auch um hohe Zölle und Einfuhrquoten zu umgehen, die von jeweils 28,6% der Unternehmen dieser Branche in den betrachteten OECD-Märkten als Problem gesehen werden. Tochtergesellschaften / Joint Ventures werden in dieser Branche auch für die osteuropäischen Beitrittskandidaten als relativ günstige Alternative zu Exporten gesehen.

Glas- und Keramikindustrie

Hinsichtlich der Märkte außerhalb der Oststaaten betonen die Unternehmen aus dieser Branche relativ häufig die Kleinheit des Unternehmens als Exporthemmnis. In den Oststaaten sehen diese Unternehmen vor allem das Problem zu niedriger Absatzpreise, wobei die Antworten in Bezug auf Südosteuropa vom Rest der Oststaaten etwas abweichen und hier Hindernissen, die sich auf die Rahmenbedingungen in den Exportmärkten beziehen - Sprachbarrieren, Zahlungsausfallsrisiko, die Rechtsunsicherheit – größere Bedeutung beigemessen wird. Relativ häufig wird in dieser Branche quer über alle Regionen der Mangel an Ansprechpartnern als Hemmnis angegeben, sowie zusätzlich auch die mangelnde Information über den Zielmarkt für Märkte in der GUS, in Fernost und in Afrika.

Metallindustrie

In der Metallindustrie sind die zwei Bereiche, Metallerzeugung und die Herstellung von Metallerzeugnissen zusammengefasst.

Für die Metallindustrie ist die Höhe der Transportkosten das am häufigsten genannte Exporthemmnis. Vor allem für die Unternehmen aus der Industrie zur Herstellung von Metallerzeugnissen spielt auch die Kleinheit des Unternehmens eine Rolle. In den Oststaaten sehen die Unternehmen aus der Metallindustrie eher das Problem zu niedriger Absatzpreise. Erwähnt werden sollte auch, dass für 3 der Unternehmen dieser Branche die Gründung von Tochtergesellschaften/Joint Ventures in den Märkten Süd- und Mittelamerikas als Alternative zu Exporten als zielführender angesehen wird.

Maschinenbauindustrie

60% der Unternehmen aus dem Maschinenbausektor fühlen sich für Exporte in Märkte der OECD-Übersee zu klein. Für die restlichen Regionen werden die zu niedrigen Absatzpreise am relativ häufigsten als Exporthemmnis genannt. In Südosteuropa und der GUS stören eher die Rechtsunsicherheit und Korruption und in Bezug auf die europäische GUS sehen 25% der Unternehmen dieses Sektors ein Problem beim Mangel an Möglichkeiten der Exportversicherung. Auch das Fehlen von Ansprechpartnern wird relativ häufig als Hindernisgrund für Exporte angesehen.

Elektronikindustrie (Büromaschinen, Datenverarbeitung, Elektrotechnik, Nachrichtentechnik)

In diesem Sektor werden den angeführten Hindernissen generell keine zu große Bedeutung beigemessen, am ehesten noch in Bezug auf die OECD-Märkte in Übersee; hier sehen die Unternehmen dieser Branche am häufigsten die Kleinheit des Unternehmens als Exporthemmnis. Für diese Märkte in Übersee geben auch 31,3% an, dass die große Konkurrenz ein Problem darstellt, die gleiche Zahl an Unternehmen an Unternehmen betont, dass die Gründung von Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender als Exporte sind. Diese Gründungen werden auch von 36,4% der Unternehmen dieser Branche in Bezug auf osteuropäische Beitrittskandidaten als Alternative zu Exporten gesehen.

Konsumwarenindustrie

Unternehmen, die Möbel, Schmuck, Sportgeräte und Musikinstrumente herstellen, stellen die Kleinheit des Unternehmens als Exporthindernis in den Vordergrund. Dieses Hindernis zählt in allen Märkten, mit Ausnahme der osteuropäischen Beitrittskandidaten zu den am häufigsten genannten Hindernissen. In den Märkten außerhalb der europäischen Oststaaten spielen außerdem Transportkosten eine relativ große Rolle. Weiters werden in dieser Branche die Markteintrittskosten relativ häufig als Exporthemmnis gesehen, sowie eine mangelnde Akzeptanz für die Produkte, letzteres häufiger für die Märkte außerhalb der europäischen Oststaaten insbesondere für Länder aus der Gruppe der restlichen Fernostländer und Afrika, wo jeweils 42,9% der Unternehmen dieses Hindernis erwähnen.

In den europäischen Oststaaten werden die niedrigen Absatzpreise zu den wichtigsten Exporthemmnissen gezählt. Probleme im Zusammenhang mit der Exportfinanzierung und/oder Exportversicherung spielen in dieser Branche keine Rolle.

2.3.5.3 Exporthindernisse nach Unternehmensgröße

Die Ergebnisse zu den Auswertungen der wichtigsten Hindernisse für Exporte in die einzelnen Regionen nach Unternehmensgröße (gemessen an der Zahl der Beschäftigten) sind in den Übersichten A2.13 bis A2.17 im statistischen Anhang dargestellt. Dabei wird bei den Klein- und Mittelbetrieben mit bis zu 100 Beschäftigten vor allem die Kleinheit des Unternehmens selbst als Hindernis gesehen. Offensichtlich ist eine bestimmte Unternehmensgröße für Exporte notwendig. Dabei steigt die kritische Unternehmensgröße mit der Entfernung des Marktes: während die kleinsten Unternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten die mangelnde Größe des Unternehmens auch als Problem bei Exporten in die näher liegenden Märkte der osteuropäischen Beitrittskandidaten sowie der Länder Südosteuropas sehen, stellt die Kleinheit des Unternehmens für Betriebe in den nachfolgenden Größenklassen in Bezug auf diese Märkte kein Problem dar.

Die kleinsten Unternehmen sehen aber neben der Kleinheit des Unternehmens vor allem im Mangel an Ansprechpartnern die größte Hürde für Exporte. Das Fehlen von Informationen über den Zielmarkt wird von dieser Unternehmensgruppe vor allem in Bezug auf den asiatischen Teil der GUS sowie Fernost hervorgehoben.

Der Mangel an Ansprechpartnern wird auch von den Klein- und Mittelbetrieben mit 21 bis 100 Beschäftigten im Vergleich zu den noch größeren Unternehmen relativ häufig genannt, zu niedrige Absatzpreise werden aber von diesen Unternehmen am häufigsten als Hindernis für Exporte gesehen, ebenso wie die Transportkosten in Bezug auf Märkte außerhalb der osteuropäischen Beitrittskandidaten.

Transportkosten und die niedrigen Absatzpreise sind auch für Unternehmen mit 101 bis 500 Beschäftigten die wichtigsten Hindernisse quer über alle Regionen, diese betonen im Gegensatz zu den anderen Unternehmen aber auch relativ häufig die Konzentration auf EU-Märkte als Grund nicht in die genannten Regionen zu exportieren.

Bei den größten Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten wird für die Märkte in OECD-Übersee, in den osteuropäischen Beitrittskandidaten, in Südosteuropa sowie in der europäischen GUS die Gründung von Tochtergesellschaften/Joint Ventures als die günstigere Alternative zum Export gesehen. Quer über alle Märkte betont diese Gruppe von Unternehmen die Transportkosten. Für Afrika sowie fernöstliche Länder, die nicht zur Gruppe der dynamischen Länder der Region zählen, werden auch zu hohe Markteintrittskosten als wichtigstes Hemmnis für Exporte betont.

2.3.5.4 Exporthindernisse nach Exporterfahrung

Quer über alle Gruppen von Unternehmen mit unterschiedlicher Exporterfahrung zählen in den Märkten mit Ausnahme der Gruppe der vier OECD-Länder in Übersee (USA, Kanada, Australien und Japan) die Höhe der Transportkosten und die niedrigen Absatzpreise zu den jeweils meist genannten Hindernissen. In den Märkten in OECD-Übersee wird neben den Transportkosten vor allem die große Konkurrenz betont. Unterschiede gibt es aber hinsichtlich der Betonung der restlichen Hindernisse. Die entsprechenden Ergebnisse sind in den Übersichten A2.18 bis A2.24 im Anhang zu finden.

Von Unternehmen ohne jegliche Exporterfahrung gibt es nur sehr wenige, die die Fragen zu den Exporthindernissen in den einzelnen Regionen beantwortet haben. Aus diesem Grund ist eine Auswertung für diese Gruppe nur sehr eingeschränkt und nur für die Hindernisfrage in Bezug auf Märkte in den osteuropäischen Beitrittsländern möglich. Acht Unternehmen, die überhaupt noch keine Lieferungen ins Ausland tätigen, zeigen ein grundsätzliches Interesse an den Märkten der osteuropäischen Beitrittskandidaten. Auch die Auswertung der Antworten dieser acht Unternehmen kann keine statistisch gesicherten Resultate liefern. Unter Berücksichtigung dieser Einschränkung zeigt sich, dass es eine relativ deutliche Polarisierung der Antworten dieser Unternehmen auf das Hindernis "Mangel an Ansprechpartnern" gibt. Sechs der acht Unternehmen, oder 75% geben dies als wichtigsten Grund an nicht in die Märkte der EU-Beitrittsländer in Osteuropa zu exportieren. Ein weiteres Hindernis, das von der Mehrzahl dieser Unternehmen genannt wird, ist das Risiko des Zahlungsausfalls (62,5%). Für die Hälfte dieser Unternehmen sind die Kleinheit des Unternehmens sowie die Rechtsunsicherheit von Bedeutung.

Bei Unternehmen, die bisher nur in westeuropäische Länder exportiert haben, handelt es sich zum Großteil um kleinere Unternehmen. Diese Kleinheit der Unternehmen zählt daher auch zu den am häufigsten genannten Hindernissen für Exporte in Märkte außerhalb Westeuropas. Das Problem zu hoher Transportkosten ist in dieser Gruppe von Unternehmen vor allem in Bezug auf Exporte in die europäischen Oststaaten bedeutender, als in den anderen Gruppen. In Märkten außerhalb der Oststaaten betont diese Gruppe von Unternehmen auch relativ oft das Problem zu großer Konkurrenz. Dass ein Markteintritt zu teuer wäre, wird vor allem in Bezug auf die vier Märkte in OECD-Übersee betont.

Von Unternehmen, die bereits über Exporterfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas verfügen, werden die Transportkosten nur mehr in Märkte außerhalb der europäischen Oststaaten als das wichtigste Problem für Exporte gesehen, innerhalb der Oststaaten gewinnen Hemmnisse wie ein zu hohes Zahlungsausfallrisiko, die Rechtsunsicherheit und

sprachliche Barrieren eine größere Bedeutung. Darüber hinaus betonen Unternehmen mit erst geringer Exportererfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas (der Exportanteil der Zielregionen außerhalb Westeuropas beträgt weniger als 5%) sehr oft die mangelnde Akzeptanz der Produkte des Unternehmens sowie die Konzentration des Exportgeschäfts auf den EU-Markt. In Bezug auf die Märkte in OECD-Übersee wird von dieser Gruppe von Exporteuren der Kleinheit des Unternehmens das größte Gewicht zugeschrieben und relativ häufig die hohen Kosten eines Markteintritts sowie der Mangel an Ansprechpartnern als Exporthemmnisse genannt. Exporteure mit großer Erfahrung in den Märkten außerhalb Westeuropas sehen hingegen in allen Regionen mit Ausnahme des Nahen und Mittleren Ostens sowie Afrika häufig in der Möglichkeit der Gründung von Tochtergesellschaften/Joint Ventures eine günstige Alternative zum Export. Auch in dieser Gruppe von Unternehmen wird in Bezug auf Märkte in OECD-Übersee häufig die Kleinheit des Unternehmens als Hemmnis für Exporte betont. Insbesondere für Märkte in der europäischen GUS, im Nahen und Mittleren Osten, in Fernost und in Afrika wird der Mangel an Ansprechpartnern als Problem für Exporte gesehen.

Wird weiters eine Gruppe von Unternehmen gebildet, die über konkrete Exportererfahrung in die jeweilige Zielregion verfügt, dann fällt auf, dass Hindernisse für Exporte, die die Rahmenbedingungen in den Märkten selbst betreffen, an Wichtigkeit gewinnen sowie für einige Regionen, Exportfinanzierungs- und Versicherungsaspekte. Gleichzeitig werden bei Unternehmen, die bereits in mindestens einen der Märkte der jeweiligen Region exportieren, aber auch bei jenen, die allgemein über größere Erfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas verfügen, den angeführten Schwierigkeiten generell weniger Bedeutung beigemessen; d. h. der Prozentsatz der Unternehmen, die ein gewisses Hindernis nennen, ist deutlich niedriger als beim Rest. Exporteure mit Erfahrung in mindestens einem der Märkte der vier OECD-Staaten in Übersee heben neben der Höhe der Transportkosten und der großen Konkurrenz die Möglichkeit von Beteiligungen als günstige Alternative zum Exportgeschäft hervor. In Bezug auf Märkte in der europäischen GUS betonen jeweils 26% neben der Rechtsunsicherheit und dem Zahlungsausfallrisiko die hohen Kosten der Exportfinanzierung sowie hohe Zölle. Der Mangel an Ansprechpartnern wird von dieser Unternehmensgruppe vor allem in Bezug auf die europäische und asiatische GUS sowie Fernostländer, die nicht zu den dynamischen sechs Ländern gezählt werden, genannt. Zu hohe Kosten der Exportversicherung werden in Bezug auf den Nahen und Mittleren Osten von 20% als Problem gesehen, ebenfalls 20% der Unternehmen, die bereits über konkrete Exportererfahrung in afrikanischen Märkten verfügen, betonen die mangelnden Möglichkeiten der Exportversicherung.

2.3.6 Konkrete Exportpläne – Interessante Märkte und Einschätzung der Exportentwicklung

Mit Hilfe des letzten Teils des Fragebogens sollten die aus Sicht der österreichischen Unternehmen besonders interessanten Märkte ermittelt werden. Dafür wurden die Unternehmen einmal gebeten jene Länder zu nennen, für deren Neuerschließung es für die nahe Zukunft bereits konkrete Pläne gibt und zum anderen auch die aus Sicht des jeweiligen

Unternehmens drei interessantesten Märkte darzustellen, für die es aber noch keine konkreten Umsetzungspläne gibt. Auch wurde nach einer Einschätzung der weiteren Entwicklung der Exporttätigkeit für einzelne Länder in die die antwortenden Unternehmen bereits liefern gefragt. Den Unternehmen wurde dabei jeweils eine konkrete Liste an Ländern vorgegeben – dabei wurden jene Länder je Regionen genannt, die für österreichische Exporte bereits relativ wichtig sind, aber auch jene, die eine gute Bewertung durch den Nachfrageindex und den Strukturübereinstimmungsindex erhalten haben. Gleichzeitig wurde den Firmen aber auch die Möglichkeit geboten, diese vorgegebene Liste nach Belieben zu erweitern.

In Übersicht 2.10 sind die Ergebnisse zusammenfassend dargestellt. Die Länder, für die bereits konkrete Exportpläne in naher Zukunft vorhanden sind, bzw. die als interessante Märkte gesehen werden, sind jeweils gereiht nach der Häufigkeit der Nennungen dargestellt. Da sich die Antworten der Unternehmen zur erwarteten Exportentwicklung nur auf jene Länder beziehen, in die die jeweils antwortenden Unternehmen bereits exportieren, kann aufgrund der daraus resultierenden unterschiedlichen Gesamtzahl der Antworten je Land, keine Rangfolge der Länder gebildet werden.

2.3.6.1 Die wichtigsten Märkte mit konkreten Exportplänen

Insgesamt 197 Unternehmen gaben an ihre Exporttätigkeit in naher Zukunft auf neue Märkte ausweiten zu wollen. Diese Märkte liegen vorwiegend in Osteuropa, mit Ungarn an erster Stelle. Danach folgen unmittelbar Slowenien, Kroatien, Tschechien, Polen und die Slowakei. Außerhalb dieses Kreises von osteuropäischen Staaten in unmittelbarer Nähe zu Österreich zählen auch Russland mit einem Anteil von 19,3% der Nennungen zu den Märkten, die von relativ vielen der antwortenden Unternehmen neu erschlossen werden sowie auch Rumänien und die Ukraine. Unter die ersten 20 gereihten Länder fallen aber auch die baltischen Staaten und Mazedonien. Die restlichen Oststaaten werden von weniger als 3% der antwortenden Unternehmen genannt und sind im letzten Viertel in der Länderreihung zu finden.

21,3% der Unternehmen geben die USA als neuen Exportmarkt mit konkreten Erschließungsplänen an. Die USA ist damit nach den osteuropäischen Staaten in der Nachbarschaft Österreichs der wichtigste "neue" Markt und an der siebenten Stelle. Ein wichtiger neuer Markt für relativ viele Unternehmen ist auch China (Rang 8). Kanada, Brasilien sowie die Ländergruppe Korea, Taiwan, Hongkong und Singapur werden von jeweils rund 12% der Unternehmen genannt. Brasilien ist damit auch das einzige südamerikanische Land, das in der Reihung der Länder unter die ersten 15 fällt. Mexiko wird von nur 7,6% der Unternehmen als neuer Markt mit konkreten Erschließungsplänen genannt (Rang 23) gefolgt von Chile (5,6%, Rang 28) und Argentinien (5,1%, Rang 29). Die jeweiligen Anteile der Unternehmen mit konkreten Exportplänen für diese Märkte sind damit relativ gering aber fallen gleichzeitig auch in eine Gruppe mit fernöstlichen Ländern wie Thailand, Malaysia, Indien, Indonesien und die Philippinen, aber auch Südafrika und Ägypten sind hier vertreten.

Übersicht 2.10: Konkrete Exportpläne, interessante Märkte und zukünftige Entwicklung der Exporttätigkeit

	Konkrete Exportpläne		Interessante Märkte		Zukünftige Entwicklung der Exporttätigkeit					
	(Reihung nach Zahl der Nennungen)		(Reihung nach Zahl der Nennungen)		Stark steigend und steigend	Stark steigend	Steigend	Gleichbleibend	Rückläufig	Stark rückläufig
	Anteile in %		Anteile in %				Anteile in %			
Ungarn	34,0	Ungarn	21,5	China	77,1	31,3	45,8	20,5	1,2	1,2
Slowenien	32,0	Kroatien	20,2	Russland	73,2	13,4	59,8	24,7	2,1	-
Kroatien	30,5	Russland	19,3	Estland	68,0	4,0	64,0	32,0	-	-
Tschechien	28,9	Tschechien	16,3	Kroatien	67,7	6,8	60,9	28,6	3,8	-
Polen	27,4	Slowenien	16,3	KTHS ¹⁾	64,5	14,5	50,0	30,3	5,3	-
Slowakei	26,4	Polen	15,0	Polen	64,1	9,0	55,2	30,3	4,8	0,7
USA	21,3	Ukraine	14,2	Lettland	64,0	1,3	62,7	34,7	1,3	-
Russland	19,3	China	12,9	Ungarn	63,7	6,8	56,8	31,6	4,2	0,5
China	19,3	Slowakei	10,7	Tschechien	63,5	8,8	54,7	33,7	2,8	-
Rumänien	14,7	USA	10,3	Slowenien	62,9	12,6	50,3	31,1	6,0	-
Ukraine	13,2	Kanada	9,9	Ukraine	62,5	8,3	54,2	37,5	-	-
Kanada	12,7	Lettland	9,9	Litauen	61,1	2,8	58,3	38,9	-	-
Brasilien	12,2	Australien	9,4	Rumänien	58,3	5,2	53,1	36,5	4,2	1,0
KTHS ¹⁾	12,2	Rumänien	9,4	TM ²⁾	57,1	14,3	42,9	42,9	-	-
Lettland	11,7	Litauen	9,0	Slowakei	56,6	4,9	51,7	39,9	2,1	1,4
Litauen	11,7	Estland	9,0	USA	51,0	5,5	45,5	31,0	13,1	4,8
Japan	10,2	Japan	8,6	Iran	50,9	10,5	40,4	35,1	14,0	-
Saudi-Arabien	10,2	Brasilien	8,6	Indien	50,9	5,3	45,6	42,1	5,3	1,8
Estland	9,1	Türkei	8,6	Vietnam	47,2	2,8	44,4	50,0	2,8	-
Mazedonien	8,6	Mazedonien	6,9	Kanada	45,8	3,1	42,7	43,8	8,3	2,1
Türkei	8,6	Indien	6,9	Weißrussland	42,0	12,0	30,0	54,0	4,0	-
TM ²⁾	8,6	Weißrussland	6,0	Türkei	41,6	3,4	38,2	50,6	7,9	-
Australien	7,6	Südafrika	6,0	Mazedonien	40,0	1,7	38,3	53,3	6,7	-
Mexiko	7,6	KTHS ¹⁾	5,2	IP ³⁾	40,0	9,1	30,9	56,4	3,6	-
Indien	7,6	Mexiko	3,9	Südafrika	38,5	3,8	34,6	51,9	7,7	1,9
Südafrika	7,1	Ägypten	3,9	Saudi-Arabien	38,2	7,4	30,9	50,0	11,8	-
IP ³⁾	6,6	Usbekistan	3,4	Japan	37,4	5,1	32,3	41,4	20,2	1,0
Chile	5,6	Argentinien	3,4	Brasilien	37,1	3,2	33,9	50,0	12,9	-
Weißrussland	5,1	Saudi-Arabien	3,4	Mexiko	36,8	5,3	31,6	57,9	3,5	1,8
Argentinien	5,1	Jordanien	3,4	Australien	31,7	2,4	29,3	63,4	2,4	2,4
Ägypten	5,1	Kasachstan	3,0	Kasachstan	31,7	4,9	26,8	65,9	2,4	-
Vietnam	4,6	Vietnam	2,6	Ägypten	28,3	4,3	23,9	60,9	10,9	-
Serbien	3,0	Algerien	2,6	Jordanien	27,7	4,3	23,4	59,6	10,6	2,1
Jordanien	3,0	IP ³⁾	2,1	Chile	26,1	2,2	23,9	56,5	15,2	2,2
Kasachstan	2,5	Venezuela	1,7	Usbekistan	25,7	5,7	20,0	71,4	2,9	-
Bosnien	2,0	Kolumbien	1,7	Algerien	23,3	3,3	20,0	63,3	13,3	-
Kolumbien	2,0	TM ²⁾	1,7	Argentinien	17,8	2,2	15,6	57,8	17,8	6,7
Algerien	2,0	Chile	1,3	Venezuela	15,8	2,6	13,2	65,8	15,8	2,6
Venezuela	1,5	Peru	0,4	Costa Rica	13,8	3,4	10,3	79,3	6,9	-
Usbekistan	1,0	Costa Rica	0,4	Kolumbien	11,8	-	11,8	76,5	11,8	-
Turkmenistan	1,0	Guatemala	0,0	Peru	8,8	-	8,8	82,4	5,9	2,9
Peru	1,0	Uruguay	0,0	Uruguay	7,1	-	7,1	85,7	7,1	-
Israel	1,0	El Salvador	0,0	Guatemala	6,7	-	6,7	90,0	3,3	-
Aserbaidshjan	0,5	Panama	0,0	El Salvador	3,8	-	3,8	92,3	3,8	-
Guatemala	0,5									
Uruguay	0,5									
Costa Rica	0,5									
El Salvador	0,0									
Panama	0,0									

Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ Südkorea, Taiwan, Hongkong, Singapur. - ²⁾ Thailand, Malaysia. - ³⁾ Indonesien, Philippinen.

2.3.6.2 Die interessantesten Exportmärkte

Während die Frage nach konkreten Exportplänen Aufschluss darüber geben kann, in welchen Märkten bereits für relativ viele Unternehmen neue Nachfrage entstanden oder konkret im Entstehen ist, soll die Frage nach interessanten Märkten auch jene Unternehmen einschließen, die noch über keine konkreten Exportpläne in neue Märkte verfügen. Dazu wurden die Unternehmen aufgefordert, die aus ihrer Sicht jeweils drei interessantesten Märkte anzugeben.

Insgesamt gibt es 233 gültige Antworten zu dieser Frage. Wiederum werden vorwiegend osteuropäische Länder genannt, im Unterschied zur Frage nach konkreten Exportplänen, steht jedoch Russland nach Ungarn, das den höchsten Anteil der Nennungen von 21,2% erreicht, bereits an der dritten Stelle. Auch die Ukraine zählt mit einem Anteil der Nennungen von 14,2% zu den 10 interessantesten Märkten, knapp gefolgt von China (12,9%).

Danach folgen auf den Rängen 10 bis 15 neben den baltischen Ländern und Rumänien die OECD-Länder USA, Kanada und Australien. Insbesondere Australien verbessert sich im Vergleich zur Reihung nach konkreten Exportplänen um 10 Plätze und erlangt damit als "interessanter Markt" mehr Bedeutung als als Markt mit konkreten Exportzielen.

Japan, Brasilien und die Türkei folgen auf diese 15 interessantesten Märkte aus dem Kreis der osteuropäischen Staaten und der OECD, mit jeweils 8,6% der Nennungen. Mazedonien und Indien folgen mit jeweils 6,9% und erreichen Rang 20.

Bei den restlichen Ländern fällt auf, dass Länder aus Fernost – mit Ausnahme von Indien – in der Reihung als "interessante Märkte" im Vergleich zur Reihung der Märkte mit konkreten Erschließungsplänen der Unternehmen eher zurückfallen. Bei den südamerikanischen Ländern fällt Brasilien etwas zurück, Mexiko und Argentinien halten ihre Stellung. Weiters ist zu erwähnen, dass Usbekistan als interessanter Markt deutlich besser abschneidet, als bei der Wertung nach konkreten Exportplänen und von Rang 40 auf den 27. Rang aufsteigt.

2.3.6.3 Erwartete Exportentwicklung

Die Unternehmen wurden in einer weiteren Frage gebeten, eine Einschätzung der Entwicklung der Exporttätigkeit in den nächsten Jahren für die Länder abzugeben, in die sie bereits exportieren. Diese Einschätzung erfolgt auf Basis einer fünfstufigen Skala von (1) stark steigend bis (5) stark rückläufig. Gemessen an den Anteilen der Unternehmen, die diese Exportentwicklung als stark steigend oder steigend einstufen, ergibt sich für die europäischen Oststaaten ein sehr günstiges Bild – die Ausnahmen bilden Mazedonien und Weißrussland, für die die Mehrheit der Unternehmen, die in diese Märkte bereits liefern, ein gleich bleiben der Exporte erwartet. Hervorzuheben ist, dass für Russland und Slowenien der Anteil der Unternehmen, die eine stark steigende Exporttätigkeit erwarten, besonders hoch ist.

Neben den osteuropäischen Staaten erwartet die klare Mehrheit der Unternehmen mit Exporterfahrung in das jeweilige Zielland auch bei Lieferungen nach China, Südkorea, Taiwan Hongkong und Singapur sowie Thailand und Malaysia eine besonders gute Entwicklung. Auch

diese Länder zählen zu den Märkten, für die ein relativ hoher Anteil der Unternehmen stark steigende Exporte erwarten.

2.3.6.4 Exportpläne und interessante Märkte auf Branchenebene

In den folgenden Auswertungen nach Branchenebene, Unternehmensgrößenklassen und Exporterfahrungsklassen können aufgrund der teilweise sehr geringen Antwortzahl wiederum nur eingeschränkte Informationen vermittelt werden. Es finden dabei wiederum nur jene Ergebnisse Erwähnung, die sich aus einer relativ deutlichen Polarisierung der Antworten von mindestens fünf Unternehmen ergeben.

Auf Branchenebene werden aus diesem Grund die Ergebnisse aus der Fahrzeugindustrie nicht besprochen, und auch bei den Branchen Medizinische Geräte, Messtechnik und Optik sowie der Konsumwarenindustrie sind nur sehr beschränkt Aussagen möglich. Die Resultate sind in den Übersichten A.2.25 bis A.2.30 im Anhang dargestellt.

Ernährungsindustrie

Bei den Unternehmen der Ernährungsindustrie zählt Kroatien zum wichtigsten neuen Exportmarkt. 47,4% der Unternehmen aus dieser Industrie geben an, für diesen Markt bereits konkrete Exportpläne zu haben. Kroatien wird gefolgt von Ungarn (42,1%) und den restlichen osteuropäischen Nachbarstaaten – Tschechien, Slowenien, Polen und die Slowakei – für die jeweils 31,6% der Unternehmen Exporte planen. Russland wird von 26,3% der Unternehmen angegeben und jeweils 21,1% planen auch Exporte in die USA und nach Kanada. Die restlichen Märkte werden nur von einem bis zwei Unternehmen angegeben.

Zu den interessantesten Märkten, für die es noch keine konkreten Exportpläne gibt, wird in dieser Industrie vor allem Russland gezählt. Dieser Markt wird von 29% der Unternehmen als einer der drei interessantesten Märkte angeführt. Auf Russland folgt Ungarn, Slowenien, Kroatien und – etwas in Abweichung von der Länderreihung nach Exportplänen – auch die Ukraine.

Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie

In der Textil- Bekleidungs- und Lederindustrie richten sich die konkreten Exportpläne in den nächsten Jahren vor allem auf Tschechien (40%) und Russland (33,3%). Für 26,7% sind auch Ungarn und Polen neue Märkte, die in der nächsten Zeit erschlossen werden, jeweils 20% geben konkrete Exportpläne für die USA, Slowenien, die Slowakei und auch China an.

China (33,3%) wird in dieser Branche am häufigsten unter die drei interessantesten Märkte gereiht und die osteuropäischen Nachbarstaaten stehen an der zweiten Stelle (26,7%). Auch Kroatien wird als von 26,7% als interessanter Markt gesehen, 20% der Unternehmen nennen Russland aber auch Japan und Estland.

Holzindustrie

Die Exportpläne der Unternehmen aus der Holzindustrie zielen in hohem Maße auf die Nachbarstaaten im Osten sowie auf Kroatien. 69,2% der Unternehmen geben an, dass Slowenien als neuen Markt in nächster Zeit erschlossen wird, 46,2% geben Ungarn und Kroatien als neuen Exportmarkt an, 38,5% die Slowakei und rund 31% planen Exporte nach Tschechien.

Ungarn wird von weiteren 35% der Unternehmen dieser Branche auch unter die drei interessantesten Märkte gereiht. Dazu zählen aber auch Rumänien und die USA (25%), 20% nennen auch Japan und Tschechien als interessanten Zukunftsmarkt.

Papier- Verlags- und Druckindustrie

Nur 4 Unternehmen aus der Papier- Verlags- und Druckindustrie geben konkrete Exportpläne für einzelne Länder an. Aufgrund dieser geringen Zahl an Antworten ist eine sinnvolle Auswertung dieser Frage nicht möglich.

Wesentlich mehr Unternehmen antworten auf die Frage nach den drei interessantesten Märkten. Dabei geben jeweils 41,2% der Unternehmen Tschechien, Slowenien, die Slowakei und Kroatien als interessante Märkte für das Unternehmen an, für 29,4% zählt auch Ungarn zu den drei interessantesten Märkten.

Chemische Industrie

Mehr als andere Branchen betont die chemische Industrie auch Märkte außerhalb der osteuropäischen Nachbarstaaten. In der chemischen Industrie werden mit den USA und Kanada zwei OECD-Märkte am häufigsten als neue Zielländer für Exporte genannt. 41,7% der Unternehmen geben an, Exporte in diese zwei Länder zu planen. Mit Japan steht ein weiteres OECD-Land an dritter Stelle (33,3%), dazu kommen die Slowakei und Kroatien. Ein Viertel der Unternehmen gibt Pläne für Australien, Ungarn, Lettland, Rumänien sowie für ein Land aus der Gruppe der dynamischen Fernostländer (Südkorea, Taiwan, Hongkong, Singapur) an.

Slowenien, Mazedonien, Russland, die Ukraine sowie China werden von jeweils 21,4% unter die interessantesten potentiellen Exportmärkte, deren Erschließung aber noch nicht konkret geplant ist, gereiht.

Gummi- und Kunststoffindustrie

Mit Brasilien wird in der Gummi- und Kunststoffwarenindustrie ein südamerikanischer Markt am häufigsten als Land für das es konkrete Exportpläne gibt genannt. 41,7% geben an, diesen Markt in naher Zukunft als Exportmarkt erschließen zu wollen. Für Kroatien und Russland sind es jeweils 33,3% der Unternehmen. 25% nennen die 3 OECD-Märkte USA, Kanada und Australien aber auch China.

Zu den drei interessantesten potentiellen Exportmärkten wird am häufigsten Russland (26,7%) gezählt, für 20% zählen dazu auch Weißrussland und China.

Glas- und Keramikindustrie

Auch die Märkte, die Unternehmen aus dem Bereich der Glas- und Keramikindustrie in naher Zukunft erschließen wollen, befinden sich zum Großteil in den osteuropäischen Ländern. So planen 41,2% nach Ungarn zu exportieren, 35,3% wollen ihre Lieferungen auf Polen ausweiten und jeweils 29,4% geben konkrete Exportpläne für Slowenien, die Slowakei und Kroatien an. Ein in Relation zu den anderen Branchen relativ wichtiger neuer Markt scheint Rumänien zu sein, ein Markt den 35,3% der Unternehmen aus der Glas- und Keramikindustrie erschließen wollen.

Zu den drei interessantesten Märkten, deren Erschließung noch nicht konkret geplant ist, zählt die Hälfte der Unternehmen dieser Branche Kroatien und jeweils 25% Ungarn und Russland.

Metallerzeugung

Für jeweils 33,3% der Unternehmen aus der Metallerzeugungsbranche zielen die Exportpläne für die nahe Zukunft auf Ungarn, Tschechien, Slowenien und China ab. Ein Viertel der Unternehmen gibt Erschließungspläne für die USA, Polen und Brasilien an.

Für Unternehmen ohne konkrete Exportpläne in die genannten Märkte werden am ehesten die USA, Polen und Russland als interessante Märkte gesehen.

Herstellung von Metallerzeugnissen

Unternehmen aus dem Bereich der Herstellung von Metallerzeugnissen richten ihre Exportpläne relativ häufig auf Ungarn und Kroatien (jeweils 46,7% der Unternehmen). Danach folgen Tschechien, Slowenien und die Slowakei, die von 33,3% als konkrete Zielmärkte für Exporte in naher Zukunft angegeben werden. Jeweils 26,7% wollen die Märkte in den USA und Polen erschließen.

Zu den interessantesten Märkten, für die es noch keine konkreten Exportpläne gibt, wird in dieser Branche neben Slowenien, Ungarn, Tschechien und Russland als Teil der Oststaaten auch Kanada gezählt.

Maschinenbauindustrie

Exportpläne der Maschinenbauindustrie, ein Sektor mit sehr hoher Exportquote, sind relativ breit gestreut. Die Unternehmen setzen am relativ häufigsten auf neue Märkte in China (29,4% der Unternehmen), Polen (26,5%), sowie Slowenien, Russland und den USA (jeweils 23,5%).

Polen und China werden in dieser Branche auch relativ häufig unter die drei interessantesten Märkte gereiht, der höchste Anteil der Unternehmen (25%) sieht die Ukraine als potentiellen Exportmarkt. Relativ zu den anderen Branchen mehr Potential wird auch in Japan, Argentinien und Indien gesehen.

Elektronikindustrie

Unternehmen aus dem Bereich der Elektronikindustrie geben am häufigsten Ungarn und Kroatien als neue Zielmärkte an (31,6% der Unternehmen). Am zweithäufigsten werden Exportpläne für Tschechien und Slowenien genannt (rund 26% der Unternehmen) und rund 21% wollen in nächster Zeit Polen, die Slowakei aber auch China erschließen.

Australien und Südafrika werden in dieser Branche am häufigsten als sehr interessante Märkte gesehen – der Anteil der Unternehmen die in diesen zwei Märkten großes Interesse zeigen, beträgt 31,6%. Mit einem Anteil von 26,3% wird auch Brasilien relativ häufig als potentieller Markt gut beurteilt. Danach folgen mit Anteilen von jeweils 21% Ungarn, Kroatien, Russland, die Ukraine, die Türkei sowie China.

Medizin-, Messtechnik, Optik

Für den Bereich der Medizin-, Messtechnik sowie Optik gibt es nur neun gültige Antworten. Von diesen 9 Unternehmen geben 6 Unternehmen (oder 66,7%) Exportpläne für Slowenien an, jeweils 5 Unternehmen (55,6%) planen Lieferungen nach Ungarn, Tschechien, Polen und in die Slowakei und jeweils 4 Unternehmen nach Kroatien und China.

Die Frage nach interessanten Märkten ohne konkrete Umsetzungspläne für Exporte in der nahen Zukunft beantworten 8 Unternehmen dieser Branche. Drei dieser acht Unternehmen geben Kanada als interessanten Markt an. Die Polarisierung der Antworten ist hier aber nur wenig ausgeprägt, und es kann auch aufgrund der niedrigen Zahl der Antworten keine sinnvolle Aussage zu interessanten Märkten gemacht werden.

Konsumwarenindustrie

Auch im Bereich der Konsumwarenindustrie gibt es zur Frage nach den konkreten Exportplänen nur 9 auswertbare Antworten. Jeweils 6 der Unternehmen geben an, Ungarn und Slowenien als neue Zielmärkte erschließen zu wollen, 5 Unternehmen planen Lieferungen in die Slowakei und jeweils 4 nach Tschechien und Kroatien.

Insgesamt 10 Unternehmen beantworteten die Frage nach interessanten Märkten. Jeweils vier sehen in Tschechien und der Ukraine besonders interessante Märkte, jeweils 3 in Ungarn, Polen, Kroatien und Russland.

2.3.6.5 Exportpläne und interessante Märkte nach Unternehmensgröße

Eine Auswertung der Antworten nach Unternehmensgröße zeigt nur bei den größten der Unternehmen eine starke Ausrichtung des Interesses auf neue, weiter entfernte Märkte und damit eine größere Bereitschaft zur Überwindung größerer Handelsdistanzen (vgl. Übersichten A2.27 und A2.28 im Anhang). Bei Unternehmen mit über 500 Beschäftigten stehen bei den Exportplänen die USA und China an vorderster Stelle, danach folgen einige Oststaaten, aber auch Mexiko und die dynamischen Länder in Fernost. Auch als interessante Märkte für die es noch keine konkreten Erschließungspläne gibt, haben neben Kanada, Japan und China, auch weniger traditionelle Märkte wie Brasilien und Indien eine Bedeutung.

Bei den übrigen Unternehmensgrößenklassen zeigt sich eine starke Fokussierung auf die Nachbarstaaten im Osten und auf Kroatien. Mit dem Steigen der Unternehmensgröße werden aber auch Russland und China interessant. Die Auswertung zeigt, dass es aber auch einige "Ausreißer" unter den kleinsten Unternehmen gibt, die auch für geographisch weiter entfernte Märkte Erschließungspläne haben bzw. für diese Interesse zeigen. Es sind dies die USA, Türkei und Saudi-Arabien bei den Exportplänen; USA und China bei den interessanten Märkten.

2.3.6.6 Exportpläne und interessante Märkte nach Exporterfahrung

Wird die Exporterfahrung, gemessen am Grad der Exportverflechtung mit Regionen außerhalb Westeuropas, als Unterscheidungskriterium herangezogen, zeigt sich in etwa das gleiche Bild wie bei der Auswertung nach Unternehmensgrößen: Unternehmen mit größerer Erfahrung zeigen größeres Interesse auch an weiter entfernten Exportmärkten (vgl. Übersicht A2.29 und A2.30 im Anhang).

Vier der Unternehmen mit noch überhaupt keiner Exporterfahrung (von insgesamt 11) beantworteten die Frage nach konkreten Exportplänen. Während für einzelne auch Märkte wie Rumänien, Mazedonien, Russland, die Ukraine, Kasachstan und Bosnien angepeilt werden, sind Slowenien und Kroatien für alle 4 antwortenden Unternehmen wichtige neue Märkte. Auch die Unternehmen, die bisher nur nach Westeuropa geliefert haben, geben vorwiegend Erschließungspläne für die Nachbarstaaten im Osten und Kroatien an, diese Märkte bleiben auch wichtige Ziele für Exporteure mit geringer Außenhandelsverflechtung. In der Auswertung nach interessanten Märkten, wird von den Unternehmen ohne Exporterfahrung von allen Ungarn als besonders interessanter Markt angegeben, Unternehmen mit Exporten nur nach Westeuropa betonen auch Rumänien und die USA relativ häufig.

2.3.6.7 Ein Vergleich mit der Auswahl potentiell interessanter Märkte nach dem Nachfrageindex und dem Strukturübereinstimmungsindex

Ein Vergleich mit der Auswahl von Schwerpunktländern auf Grundlage des Nachfrageindex sowie des Strukturübereinstimmungsindex zeigt, dass insbesondere osteuropäische Schwerpunktländer auch von den Unternehmen als solche gewertet werden. Abweichungen gibt es innerhalb der Oststaaten in der Bewertung von Russland, der Ukraine sowie von Rumänien, Estland und Litauen, die aus Unternehmenssicht besonders häufig als interessante Märkte gelten. Darüber hinaus wird auch die Exportentwicklung von Unternehmen, die bereits in diese Märkte liefern, überwiegend positiv beurteilt. Im fernöstlichen Raum übt insbesondere China, als besonders dynamischer Markt, die größte Anziehungskraft auf einen Teil der österreichischen Exporteure aus.

Weit abgeschlagen sind in der Unternehmensbefragung die meisten südamerikanischen Länder, die aufgrund eines guten Nachfrageindex und Strukturübereinstimmungsindex prinzipiell auch gut für österreichische Exporte geeignet wären. Brasilien bildet eine Ausnahme und wird von den Ländern, für die es konkrete Erschließungspläne in naher Zukunft gibt, relativ häufig genannt. Kein Interesse zeigen die befragten Unternehmen insbesondere

an Panama, El Salvador, Uruguay, Guatemala und Costa Rica, während zumindest einige Unternehmen Mexiko und Argentinien als besonders interessante Märkte sehen.

Ganz allgemein sind aber die weiter entfernten Länder, mit Ausnahme von China und Brasilien, im Durchschnitt aller antwortenden Unternehmen weniger interessant als Länder in geographischer Nähe, die überdies auch eine Perspektive für einen EU-Beitritt oder EU-Assoziation haben. Dabei muss auch beachtet werden, dass die Antworten der Unternehmen der Tendenz nach eher konservativ ausfallen. Es werden also jene Länder stärker betont, die man als eher traditionelle Exportmärkte einstufen kann, d. h. von denen man über mehr Information verfügt und für die es in der Vergangenheit auch auf wirtschaftspolitischer Ebene gezielte Initiativen zur Förderung der Wirtschaftsbeziehungen gab. Unter den "neuen" und schwierigeren Märkten zeigt sich aus den Antworten zu konkreten Exportplänen in der nahen Zukunft sowie zu den Antworten betreffend die interessanten Märkte, dass (außer China und Brasilien) eine relativ größere Zahl von Unternehmen Interesse für dynamische Fernostländer sowie für Indien, Südafrika, Mexiko und Argentinien betont. Diese wurden auf Grundlage des Nachfrageindex und des Strukturübereinstimmungsindex nicht als Schwerpunktländer identifiziert.

3. Gravitationsansatz zur Charakterisierung der bilateralen Handelsströme im österreichischen Warenaußenhandel und Schätzung von Exportpotentialen

Yvonne Wolfmayr-Schnitzer

3.1 Einleitung

Die Ergebnisse aus der Unternehmensbefragung haben die Wichtigkeit verschiedener handelshemmender und handelsfördernder Faktoren für Exporte österreichischer Unternehmen in einzelnen Regionen aufgezeigt. Ziel dieses Teils der Studie ist es, ein Erklärungsmuster für den bilateralen österreichischen Export unter Einbeziehung dieser Faktoren mittels ökonomischer Verfahren zu schätzen, um dann auf Grundlage der geschätzten Parameter und mittelfristiger Wachstumsprognosen für einzelne Länder Exportpotentiale für die österreichische Industrie konkret zu ermitteln. Dies wird auf Grundlage eines Gravitationsmodells und mittels panelökonomischer Verfahren auf aggregierter Ebene sowie auf Branchenebene versucht.

Im folgenden Abschnitt wird ein kurzer Überblick über die theoretischen Grundlagen und die Interpretation des Gravitationsmodells gegeben. Anschließend werden die Datenbasis sowie die Spezifikation des Modells für diese Studie dargestellt und die Ergebnisse für den Außenhandel mit allen Waren sowie nach Warengruppen diskutiert. Die Schätzgleichungen werden dann verwendet, um auf Grundlage der mittelfristigen Wachstumsaussichten einiger ausgewählter Länder das Potential für österreichische Exporte zu schätzen. Mangels verfügbarer einheitlicher und verlässlicher Wachstumsprognosen für die Gesamtzahl der in die Analyse eingeschlossenen Länder muss die Schätzung der Exportpotentiale auf eine Auswahl von Ländern beschränkt bleiben. Es sind dies zum einen die in Kapitel 1 aufgrund des Nachfrageindex und des Strukturübereinstimmungsindex ausgewählten 26 Schwerpunktländer sowie zusätzlich jene Länder die in der Unternehmensbefragung als interessante Märkte gesehen wurden (Russland, die Ukraine, Rumänien, China, Indien, Südafrika, Südkorea, Taiwan, Singapur). Zusätzlich werden Exportpotentiale für alle osteuropäischen Staaten berechnet, da diese aufgrund der geographischen Nähe sowie der Perspektive auf einen EU-Beitritt oder einer Assoziation als Exportmärkte für die österreichische Industrie eine besondere Stellung einnehmen.

Aber auch für diese ausgewählten Länder sind die Wachstumsprognosen zum Teil mit großen Unsicherheiten verbunden. Die auf Grundlage dieser Prognosen ermittelten Wachstumspotentiale für österreichische Exporte sind daher immer unter diesem Gesichtspunkt zu interpretieren und können nur eingeschränkt der weiteren Auswahl von Schwerpunktmärkten dienen. Sie beschreiben ein Szenario, das aufgrund der heutigen Einschätzung der Wirtschaftsentwicklung der Länder eintreten könnte.

3.2 Bestimmungsgründe für das Niveau bilateraler Exportströme – das Gravitationsmodell und seine Interpretation

Im Gravitationsmodell wird die bilaterale Handelsverflechtung zwischen Ländern in Abhängigkeit der Bruttoinlandsprodukte der Länder (oder der Bevölkerung) und einer Reihe handelshemmender und handelstimulierender Faktoren erklärt. Zu den handelshemmenden Faktoren zählen in erster Linie die Transportkosten und Kommunikationskosten, die von der Entfernung abhängen, zu den handelsfördernden Faktoren können kulturelle Ähnlichkeiten, eine gemeinsame Sprache, historische Beziehungen und regionale Freihandelszonen gezählt werden.

Dieser auf Tinbergen (1962) zurückgehende Ansatz hat sich empirisch als sehr erfolgreich erwiesen und ist in Anlehnung an die Gravitationsgleichung nach Isaac Newton in der Physik formuliert worden. Die Anziehungskraft zweier Körper wird in der Physik in Abhängigkeit von vier Faktoren bestimmt: deren zwei Massen, des Abstands zwischen den Massen und einer Gravitationskonstanten. In der Außenhandelsökonomie ist der bilaterale Außenhandel Ausdruck der ökonomischen Anziehungskraft zwischen zwei Ländern, die Bruttoinlandsprodukte stehen für die Massen der zwei Länder und die Transportkosten oder handelshemmenden/handelsfördernden Faktoren für die Distanz zwischen den Ländern.

Auf dieser Grundlage lässt sich folgende Gleichung formulieren:

$$(1) \quad EX_{ij} = e^{\beta_0} \frac{Y_i^{\beta_1} Y_j^{\beta_2} e^{\sum_k \beta_k D_{ijk}}}{N_i^{\beta_3} N_j^{\beta_4} DIST_{ij}^{\beta_5}}.$$

Dabei beschreibt β die Elastizität der bilateralen Exporte in Bezug auf die verschiedenen Einflussfaktoren. Es wird von der Hypothese ausgegangen, dass das Bruttoinlandsprodukt des exportierenden Landes (Y_i) die Angebotsstärke des exportierenden Landes mit einem positiven Einfluss auf den Umfang der Exporte repräsentiert, während die Bevölkerungsgröße (N_i) die Landesgröße darstellt und einen negativen Einfluss ausübt, weil größere Länder tendenziell einen höheren Autarkiegrad aufweisen.

Das Niveau des BIP im importierenden Land (Y_j) spiegelt die gesamte Kaufkraft und damit Nachfragestärke des importierenden Landes mit positivem Einfluss auf den Umfang der Exporte wider, während die Landesgröße (N_j) wiederum einen negativen Einfluss ausübt (je größer das importierende Land, desto geringer ist die Abhängigkeit von importierten Waren).

Handelshemmende Faktoren beziehen sich auf alle möglichen Handelskosten (Transportkosten, Grenzkontrollen, tarifäre und nichttarifäre Handelsschranken, die durch die Distanz zwischen den Wirtschaftszentren der betrachteten Länder approximiert werden; $DIST_{ij}$), denen handelsfördernde Faktoren wie regionale Handelsabkommen und Integrationsräume, gemeinsame Grenzen oder eine gemeinsame Sprache gegenüberstehen, die meist als Dummyvariablen (D_{kj} : Dummy für den k -ten handelsfördernden Faktor zwischen Exportland i und Importland j) in die Gleichung einfließen.

Durch Logarithmierung erhält man dann den folgenden linearen Zusammenhang:

$$(2) \ln EX_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \ln Y_i - \beta_2 \ln N_i + \beta_3 \ln Y_j - \beta_4 \ln N_j - \beta_5 \ln DIST_{ij} + \sum_k \beta^k D_{ijk}.$$

Dies entspricht der traditionellen Spezifikation der Gravitationsgleichung. Für die Berücksichtigung der Bruttoinlandsprodukte und der Bevölkerungsgröße gibt es aber grundsätzlich drei verschiedene Möglichkeiten, die gleichwertig sind, aber eine unterschiedliche Interpretation der Koeffizienten erlauben. Durch die Berücksichtigung der Pro-Kopf-Einkommen im exportierenden und importierenden Land erhält man etwa:

(3)

$$\ln EX_{ij} = \beta_0 + \beta_2 \ln \left(\frac{Y_i}{N_i} \right) + (\beta_1 - \beta_2) \ln Y_i + \beta_4 \ln \left(\frac{Y_j}{N_j} \right) + (\beta_3 - \beta_4) \ln Y_j - \beta_5 \ln DIST_{ij} + \sum_k \beta^k D_{ijk}$$

oder

(4)

$$\ln EX_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \ln \left(\frac{Y_i}{N_i} \right) + (\beta_1 - \beta_2) \ln N_i + \beta_3 \ln \left(\frac{Y_j}{N_j} \right) + (\beta_3 - \beta_4) \ln N_j - \beta_5 \ln DIST_{ij} + \sum_k \beta^k D_{ijk}$$

Neben der gesamten Kaufkraft eines Marktes bzw. der Wirtschaftsstärke eines Anbieters wird so der Einfluss des Pro-Kopf-Einkommens quantifiziert. Das Pro-Kopf-Einkommen (Y_i/N_i) des Exportlandes kann dabei als Indikator für das Niveau der Kapitalausstattung eines Landes interpretiert werden (*Bergstrand, 1985, 1989, Baldwin, 1994*). Neben den natürlichen Ressourcen ist vor allem das Humankapital ein entscheidender Faktor für die sektorale Struktur der komparativen Vorteile eines Landes. Eine Erhöhung des BIP pro Kopf erhöht die Kapitalausstattung eines Landes relativ zum Faktor Arbeit. Dies zeigt sich besonders deutlich in der Arbeitsteilung zwischen Industrie- und Entwicklungsländern. Dementsprechend sind nach Warengruppen sehr unterschiedliche Koeffizienten für das Pro-Kopf-Einkommen zu erwarten, die nicht nur positiv sondern auch negativ sein können. Der Koeffizient ist positiv für kapitalintensive Industrien und negativ für arbeitsintensive Industrien.

Das BIP pro Kopf im Importland lässt sich als Indikator für die Nachfragepräferenzen ansehen. Der Koeffizient spiegelt die Einkommenselastizität im Importland wider und erlaubt eine Unterscheidung der Warengruppen in "Luxusgüter" mit Werten größer Eins und "Gebrauchsgütern" mit Werten kleiner Eins.

Das Niveau des BIP (Y_i, Y_j) in Gleichung (3) oder die Bevölkerung (N_i, N_j) in Gleichung (4) messen die Größe des Export- bzw. Importlandes. Für alle diese Koeffizienten wird ein positives Vorzeichen erwartet.

Die theoretische Begründung dieser Interpretation stammt von *Bergstrand (1985, 1989)*, wonach sich die Gravitationsgleichung aus dem Heckscher-Ohlin-Modell, das auf Unterschieden in den relativen Faktorausstattungen basiert, zur Erklärung des inter-industriellen Handels und Modellen der neuen Außenhandelsökonomie, den Helpman-Krugman-Markusen-Modellen zur Erklärung des intra-industriellen Handels durch monopolistische Konkurrenz und Einkommenshöhe ableiten lässt.

Alle drei Varianten der Gravitationsgleichung sind in der empirischen Literatur anzutreffen. *Linnemann (1966)*, *Wang - Winters (1991)*, und *Hamilton - Winters (1992)* sind Beispiele der

Anwendung der traditionellen Spezifikation der Gravitationsgleichung entsprechend der Gleichung (2). *Baldwin* (1994), *Bergstrand* (1989) und *Schumacher* (1997) sind Beispiele für eine Anwendung der Spezifikation in Gleichung (3) und (4). In den meisten dieser Arbeiten basieren die Schätzungen auf aggregierten Außenhandelsvolumen, *Bergstrand* (1989) und *Schumacher* (1997) versuchen disaggregierte Außenhandelsströme auf Ebene einzelner Sektoren oder Warengruppen zu erklären.

Es ist allerdings hervorzuheben, dass mit der Schätzung der Gravitationsgleichung unterschiedliche Ziele verbunden sein können (*Breuss - Egger*, 1999). Diese kann auf die bloße Erklärung oder Charakterisierung der bilateralen Außenhandelsverflechtung ausgerichtet sein, oder aber auf die Projektion von Handelspotentialen. Zuletzt kam der Gravitationsansatz vor allem zur Abschätzung potentieller Handelsströme mit Osteuropa nach der politischen und wirtschaftlichen Öffnung zur Anwendung. Dabei sind *Wang - Winters* (1991), *Hamilton - Winters* (1992) und *Baldwin* (1994) Beispiele für erste Anwendungen der ökonomischen Gravitationsgleichung zur Schätzung von Exportpotentialen nach dem Fall des Eisernen Vorhangs. Dazu bediente man sich folgender Vorgehensweise: Auf Grundlage des Gravitationsmodells wurde ein „Normalmuster“ von Handelsströmen zwischen Marktwirtschaften (OECD-Länder) geschätzt. Handelspotentiale zwischen Ost und West wurden dann unter der Annahme berechnet, dass auch diese Handelsbeziehungen dem Erklärungsmuster für den Handel mit Marktwirtschaften folgen, und nach Maßgabe des ökonomischen Entwicklungsstandes (BIP pro Kopf) und vor allem der räumlichen Nähe zu den westlichen Partnerländern wurden dann Außenhandelspotentiale ermittelt. Die Projektionen aus dem Modell wurden in der Folge mit beobachteten bilateralen Außenhandelsströmen verglichen und der Unterschied als unausgeschöpftes Handelspotential interpretiert. Die implizite Annahme dabei war, dass die Außenhandelsströme der Marktwirtschaften einen "steady state" repräsentieren, zu dem die Ostländer im Zuge des Transformations- und Integrationsprozesses konvergieren. Ohne Prognose über die zukünftige Entwicklung der exogenen Variablen (BIP, Bevölkerung) stellen diese Potentiale das Anpassungsvolumen im Außenhandel dar.

Gros - Gonciarz (1996) und *Breuss - Egger* (1999) sind neuere Beispiele einer Anwendung dieses Ansatzes. Auch *Egger* (1999, 2001A) stützt seine Projektionen der Außenhandelsverflechtung zwischen Ost und West auf das Gravitationsmodell, verwendet aber einen Gleichungstyp, der im Wesentlichen auf *Helpman - Krugman* (1985) zurückgeführt werden kann. Die Kerndeterminanten des Außenhandelsvolumens in diesem Modell sind die Größe des gesamten Wirtschaftsraumes (Summe der beiden Bruttoinlandsprodukte), die relative Landesgröße (gemessen am BIP) und der Unterschied in den relativen Faktorausstattungen mit Kapital und Arbeit zwischen den beiden Ländern. *Helpman* (1987) und *Hummels - Levinsohn* (1995) erklären mit diesen Variablen das Ausmaß des intra-industriellen Handels. Für Schätzungen auf Branchenebene ist dieser Ansatz jedoch wenig geeignet. Auch vom ökonometrischen Gesichtspunkt unterscheidet sich die Arbeit *Eggers* durch die Verwendung panelökonometrischer Schätzverfahren. Im Unterschied zu den meisten empirischen Arbeiten zur Abschätzung bilateraler Außenhandelsströme auf Grundlage des Gravitationsmodells, die auf Querschnittsanalysen für ein Jahr oder dem Durchschnitt mehrerer Jahre beruhen, schätzt er ein Panel-Modell mit fixen Gruppeneffekten.

Mátyás (1997) betont als erster, dass die vom ökonometrischen Standpunkt aus korrekte Spezifikation der Gravitationsgleichung aus Panel-Modellen mit Gruppeneffekten (dem so genannten "fixed effects"-Modell) gewonnen wird. Er verwendet ein Modell, das drei Datendimensionen unterscheidet: Zeit-, Exportland- und Importlandeffekte. Zeiteffekte bilden Zyklusphänomene ab und stellen fest, ob ein Jahr eine stärkere oder schwächere Exportkonjunktur im betrachteten Ländersample aufwies, als dies im Durchschnittsjahr der Fall war. Die fixen Ländereffekte können mit länderspezifischen Zollregimes, nichttarifären Handelshemmnissen, der Größe und Faktorausstattung (z. B. Kapital, Arbeit usw.) assoziiert werden. Da die Ländereffekte den Großteil der Varianz des Exportvolumens erklären, ergibt die einfache OLS-Schätzung im Querschnitt verzerrte und inkonsistente Schätzer. Vereinfacht ausgedrückt wird in der einfachen OLS-Schätzung angenommen, dass die Exporte in jedes Land im Durchschnitt gleich hoch sind, während in einem Panel-Modell mit Ländereffekten überdurchschnittliche Exporte in einzelne Zielländer zugelassen werden. Daher werden bei der Schätzung des Exportvolumens sämtliche (beobachtbare und unbeobachtbare) Länderunterschiede erfasst, die im einfachen Gravitationsmodell nur unzureichend abgebildet werden konnten. Die Ländereffekte zeigen, ob ein Exportland – gemessen am verwendeten Ländersample – eine unterdurchschnittliche (negatives Vorzeichen) oder überdurchschnittliche Exportöffnung (positives Vorzeichen) aufweist. Ebenso ist ein Importland als durchschnittlich besonders offen (geschlossen) anzusehen, wenn der geschätzte fixe Effekt positiv (negativ) ist. Da die exogenen Variablen (BIP, Bevölkerung) länderspezifische Informationen enthalten, erfasst ein Modell mit Importland- und Exportlandeffekten die Ländereffekte doppelt. Aus schätztechnischen Gründen können daher nur exogene Variable verwendet werden, die sowohl über die Zeit- als auch über die Länderdimension variieren. Mátyás (1997) betont, dass die in Gravitationsgleichungen häufig verwendeten Dummyvariablen, die handelsfördernde Faktoren für Exporte beschreiben (gemeinsame Sprache, gemeinsame Grenzen, regionale Handelsabkommen und Integrationsräume), in einem "fixed effects"-Modell eine Linearkombination der fixen Ländereffekte darstellen und nur mit großer Vorsicht zu interpretieren sind. Eine Spezifikation ohne diese Variablen würde deren Einfluss ausreichend in den fixen Effekten des Modells auffangen.

3.3 Spezifikation des Modells und ökonometrische Schätzverfahren

Mit der Schätzung eines Gravitationsmodells für österreichische Exporte in der vorliegenden Arbeit sind zwei Ziele verbunden. Erstens eine Charakterisierung und Erklärung der bilateralen Außenhandelsverflechtung Österreichs mit Ländern außerhalb der Europäischen Union. Dabei werden unter Verwendung des Gravitationsansatzes der Einfluss der Nachfragekraft im Importland sowie der Einfluss handelshemmender und handelsfördernder Faktoren auf den österreichischen Export quantifiziert. Zweitens wird der Versuch unternommen, aus dieser Gleichung, Handlungspotentiale aufgrund internationaler Wachstumsprognosen zu ermitteln.

Zur Schätzung des Erklärungsmusters der österreichischen Exporte soll gemäß Gleichung (4) folgende Spezifikation des Gravitationsmodells – unter Berücksichtigung der Zeitdimension (t) in den Daten - verwendet werden:

$$(5) \ln EX_{ijt} = \beta_0 + \beta_3 \ln \left(\frac{Y_{jt}}{N_{jt}} \right) + (\beta_3 - \beta_4) \ln N_{jt} - \beta_5 \ln DIST_{ij} + \beta_6 \ln LS_{jt} + \beta_7 \ln FT_{jt} + v_{ijt}$$

In diesem landspezifischen Ansatz ist der Einfluss der Variablen, die sich in Gleichung (4) nur auf das Exportland i (Österreich) beziehen (BIP pro Kopf Y_{it} , Bevölkerung N_{it}) in der Konstanten enthalten. Die erklärenden Variablen für Warenexporte sind dabei, neben der Konstanten (β_0), das Niveau des Pro-Kopf-Einkommens des jeweiligen Importlandes j zum Zeitpunkt t (Y_{jt}/N_{jt}), die Bevölkerung des Importlandes (N_{jt}) und die Distanz zur Hauptstadt des Importlandes ($DIST_{ij}$). Darüber hinaus werden in Spezifikation (5) zwei weitere Variablen verwendet, die Transportkosten im weiteren Sinn reflektieren sollen. Dies ist einerseits die Rechtsstruktur und Rechtssicherheit im Importland (LS, "legal structure") und andererseits ein Indikator über den Stand der Handelsliberalisierung und Öffnung für den internationalen Handel im Importland (FT, "freedom to trade"). Beide beeinflussen die Handelskosten, da auch eine höhere Rechtssicherheit das Risiko für den Exporteur reduziert und durch bessere Gerichtsbarkeit Vertragsbrecher stärker zur Verantwortung gezogen werden können. Die Schätzfehler des Modells werden mit v_{ijt} bezeichnet.

In einem weiteren Schritt sollte auf Basis der Gravitationsgleichung und aus den daraus geschätzten Parametern, eine mittelfristige Projektion von Exportpotentialen für die österreichische Industrie erfolgen. Dazu empfiehlt sich, nicht nur vom ökonomischen Gesichtspunkt aus sondern auch aufgrund der benötigten Prognosen für die exogenen Variablen, eine etwas schlankere Spezifikation allein mit den Variablen BIP pro Kopf, Bevölkerung und geographische Entfernung. (Die meisten empirischen Anwendungen des Gravitationsansatzes zeigen einen nur geringfügig niedrigeren Erklärungswert dieses reduzierten Modells.)

Die Schätzungen, die als Grundlage für die Projektion von mittelfristigen Wachstumseffekten dienen, erfolgen dabei auf Basis eines Panel-Modells mit fixen Importlandeffekten ("fixed effects"-Modell) und auf Basis eines Panel-Modells, das die Wachstumseffekte auf Exporte aus den Unterschieden zwischen den Ländern schätzt ("between effects"-Modell). Die Daten liegen in Form eines zweidimensionalen Panels mit Variation über die Zeit und Variation über Importländer vor.

Während die geschätzten Koeffizienten aus dem Modell mit fixen Importlandeffekten den Effekt einer Veränderung der exogenen Variablen über die Zeit reflektieren, schätzt das "between effects"-Modell diese aus den Unterschieden zwischen den betrachteten Gruppen (zwischen Importländern). Die Koeffizienten aus dem "fixed effects"-Modell geben daher Antwort auf folgende Frage: Wie verändert sich das Volumen österreichischer Exporte, wenn das BIP pro Kopf in einem der betrachteten Länder um 1% steigt (das Modell benutzt die Zeitreiheninformation in den Daten)? Koeffizienten aus dem "between effects"-Modell geben an, um wie viel sich das Exportvolumen eines Landes vom Durchschnitt der restlichen Länder im Sample unterscheidet, wenn sein Unterschied im Pro-Kopf-Einkommen zum Durchschnitt 1% beträgt (das Modell benutzt die Querschnittsinformation in den Daten und schätzt Mittelwerte über die Zeit). Aus diesem Grund können die geschätzten Koeffizienten aus dem "fixed effects"-Modell als kurzfristige Effekte einer Veränderung in den exogenen Variablen

interpretiert werden, während die Koeffizienten aus dem "between effects"-Modell die langfristigen Effekte widerspiegeln (Baltagi, 1996, Egger, 2001B). Der Vorteil einer Schätzung beider Varianten liegt demnach in der Unterscheidung zwischen kurz- und langfristigen Effekten bzw. Parametereinflüssen.

Die Spezifikation für das "fixed effects"-Modell lautet wie folgt:

$$(6) \quad \ln EX_{ijt} = \beta_0 + \lambda_j + \beta_1 \ln \left(\frac{Y_{jt}}{N_{jt}} \right) + (\beta_1 - \beta_2) \ln N_{jt} + v_{ijt},$$

wobei λ_j (fixe) Importlandeffekte beschreiben. Da in dieser Spezifikation die Distanzvariable nur in der Länderdimension variiert, wird ihr Effekt im fixen Importlandeffekt aufgefangen. Es werden in dieser Spezifikation auch keine fixen Zeiteffekte berücksichtigt. Diese können per se nicht prognostiziert werden, weil sie im Allgemeinen Zyklusphänomene abbilden.

Die Schätzung des "between effects"-Modells ist eine Möglichkeit, eine dynamische Spezifikation der Gravitationsgleichung zu umgehen, da die für die Schätzung verwendete Zeitperiode (1992 bis 2000) zu kurz wäre¹⁴). In einer dynamischen Spezifikation würde die Schätzgleichung um die verzögerte Exportvariable erweitert. Es wird also davon ausgegangen, dass Veränderungen bei den Exporten in der Vorperiode (über den Koeffizienten β) die Entwicklung in der laufenden Periode mitbeeinflussen: In logarithmischen Differenzen "D" (die als Approximation von Wachstumsraten angesehen werden können) formuliert, würde die dynamische Spezifikation der Gleichung (5) folgendermaßen sein:

$$(7) \quad DEX_{ijt} = \beta_0 + \beta_3 DEX_{ij(t-1)} + \beta_1 D \left(\frac{Y_{jt}}{N_{jt}} \right) + (\beta_1 - \beta_2) DN_{jt} + \lambda_j + v_{ijt}$$

Da im langfristigen Gleichgewicht die Wachstumsrate der Exporte dieser Periode gleich jener der vorigen Periode ist, kann die endogene, verzögerte Variable (Exporte der Vorperiode) auf die linke Seite der Gleichung gezogen werden. Auf diese Weise kann der Multiplikatoreffekt einer ceteris paribus Änderung der exogenen Variablen berechnet werden: Dieser ist einfach $(1/(1-\beta_3))$ multipliziert mit dem Koeffizienten (β) der jeweiligen anderen Variablen. Zu einem solchen Multiplikatoreffekt kommt es deshalb, weil etwa eine Änderung des BIP pro Kopf in dieser Periode nicht nur die bilateralen Exporte in der laufenden Periode beeinflusst. Über die Wirkung der endogenen Verzögerung wirkt die genannte Änderung auch in die Zukunft. Aufgrund von jährlich schwankenden länderspezifischen Konjunkturentwicklungen kommt es zu ständigen Schocks, die immer wieder neue Impulse auf die bilateralen Wirtschaftsverflechtungen ausüben. Das "between effects"-Modell schätzt nun genau diesen Effekt. Während jedoch eine dynamische Formulierung des Modells eine träge Anpassung zum neuen Gleichgewicht erlaubt, wird bei der Interpretation der Parameter aus dem "between effects"-Modell davon ausgegangen, dass diese Anpassung auf den ständig neuen Gleichgewichtszustand sprunghaft geschieht, also in jedem Jahr stattfindet. Die Projektionen für das Außenhandelsvolumen aus dem "between effects"-Modell ergeben

¹⁴) Eine längere Zeitreihe ist vor allem wegen der fehlenden Daten für die Oststaaten vor dem politischen Umbruch nicht möglich.

demnach unter der Annahme der sprunghaften Anpassung einen Wert, der langfristig erreicht werden könnte.

3.4 Daten und Schätzergebnisse

3.4.1 Daten

Die Regressionen wurden anhand der österreichischen Exporte in 117 Zielländer außerhalb der Europäischen Union in der Zeitperiode 1992 bis 2000 berechnet. Die Auswahl dieser Länder erfolgte aufgrund der Vollständigkeit der Daten für alle wichtigen Variablen (BIP, Bevölkerung und Distanz). Die Berechnungen wurden auf aggregierter Ebene sowie auf Branchenebene (ÖNACE 15 bis 36) durchgeführt. Die Daten für das BIP und die Bevölkerung stammen vom IMF (International Financial Statistics) und der Weltbank (World Development Indicators der Weltbank), die Exportdaten von der UNO-Welthandelsdatenbank. Dabei handelt es sich um nominelle Größen in USD. Der Grund dafür ist vor allem im Fehlen geeigneter Deflatoren für den Export (im Aggregat aber insbesondere auf Branchenebene) zu sehen.

Die Indikatoren zur Rechtssicherheit und Rechtsstruktur (LS) sowie zur Handelsoffenheit (FT) entstammen aus Berechnungen des Economic Freedom Network (Economic Freedom of the World, Annual Report 2002). Der Indikator zur Rechtsstruktur und Rechtssicherheit setzt sich dabei aus fünf Komponenten zusammen: Unabhängigkeit der Justiz, Unbefangenheit der Gerichte, Schutz der Eigentumsrechte, militärische Intervention und Integrität des Rechtssystems. Der Indikator zur Handelsoffenheit setzt sich aus vier Hauptkomponenten zusammen: Zolltarife, Differenz zwischen offiziellem Wechselkurs und Wechselkurs am Schwarzmarkt, Kapitalmarktbeschränkungen und die Größe des Handelssektors. Beide Indikatoren waren allerdings nur für 82 Länder der 117 verfügbar.

Die geographische Distanz zu den Zielländern wurde als kürzeste Verbindung zwischen den Hauptstädten entsprechend den Breiten- und Längengraden mittels folgender Methode entwickelt (siehe auch Egger, 1999, Schumacher, 1997):

$$D_i = r \cdot \arccos[\sin(\varphi_i) \cdot \sin(\varphi_j) + \cos(\varphi_i) \cdot \cos(\varphi_j) \cdot \cos(\kappa_j - \kappa_i)]$$

Dabei entspricht r dem Erdradius (3962,07 Meilen), φ dem jeweiligen Breitengrad und κ dem jeweiligen Längengrad.

Alle Daten gehen mit ihren logarithmierten Werten in die Schätzung ein.

3.4.2 Schätzergebnisse

In sämtlichen Regressionen wurden die Daten im Rahmen einer Sensitivitätsanalyse um Ausreißer bereinigt. Übersicht 3.1 fasst die Ergebnisse aus den OLS-Schätzungen für die Gesamtexporte und für einzelne Industriebranchen zusammen. Der Erklärungswert des geschätzten Modells ist mit einem R^2 (=Bestimmtheitsmaß, das den Anteil der vom Modell erklärten Variation im Exportvolumen wiedergibt) von 0,9 für die Gesamtexporte sehr gut und liegt auch auf Branchenebene bei rund 0,7 oder höher.

Übersicht 3.1: Ergebnisse der Schätzung von Gravitationsgleichungen für einzelne Branchen - OLS-Schätzung

	Gesamt- export	Ernährungs- industrie	Textil- industrie	Bekleid- industrie	Leder- industrie	Holz- industrie	Papier- industrie	Druck- industrie	Mineral- ölverarb.	Chem.- industrie	Kunst- stoff- industrie	Glas- industrie	Metaller- zeugung	Metaller- zeugnisse	Masch- bau	Büro- masch., Elektronik- industrie	Elektro- industrie	Fernseh-, Nach- richten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen	Sonst. Fahr- zeug- bau	Konsum- waren- industrie
BIP pro Kopf	0,94 (0,00)	0,84 (0,00)	0,84 (0,00)	1,00 (0,00)	1,10 (0,00)	1,40 (0,00)	0,64 (0,00)	1,07 (0,00)	0,47 (0,00)	1,02 (0,00)	1,09 (0,00)	1,00 (0,00)	1,23 (0,00)	1,25 (0,00)	1,03 (0,00)	0,66 (0,00)	1,04 (0,00)	0,98 (0,00)	1,11 (0,00)	0,79 (0,00)	0,91 (0,00)	1,36 (0,00)
Bevölkerung	0,94 (0,00)	0,65 (0,00)	0,91 (0,00)	0,51 (0,00)	1,08 (0,00)	0,81 (0,00)	0,88 (0,00)	0,85 (0,00)	0,73 (0,00)	1,03 (0,00)	0,92 (0,00)	1,06 (0,00)	1,00 (0,00)	1,14 (0,00)	1,08 (0,00)	0,85 (0,00)	1,11 (0,00)	1,14 (0,00)	1,07 (0,00)	0,89 (0,00)	1,24 (0,00)	0,92 (0,00)
Distanz	-0,97 (0,00)	-1,35 (0,00)	-1,21 (0,00)	-1,36 (0,00)	-1,53 (0,00)	-1,47 (0,00)	-0,88 (0,00)	-1,29 (0,00)	-2,24 (0,00)	-1,04 (0,00)	-1,31 (0,00)	-0,83 (0,00)	-1,09 (0,00)	-1,16 (0,00)	-0,87 (0,00)	-1,42 (0,00)	-1,21 (0,00)	-1,19 (0,00)	-0,95 (0,00)	-1,17 (0,00)	-0,98 (0,00)	-1,03 (0,00)
Offenheit im Handel	0,65 (0,00)	1,36 (0,00)	1,23 (0,00)	2,25 (0,00)	2,52 (0,00)	0,72 (0,20)	1,04 (0,00)	1,09 (0,00)	0,91 (0,19)	0,55 (0,06)	0,64 (0,03)	2,08 (0,00)	0,64 (0,05)	1,13 (0,00)	1,22 (0,00)	1,64 (0,00)	0,48 (0,22)	3,20 (0,00)	1,61 (0,00)	0,63 (0,09)	0,60 (0,32)	1,56 (0,00)
Rechtssicherheit	0,43 (0,00)	0,95 (0,02)	1,52 (0,00)	0,66 (0,10)	2,88 (0,00)	-0,29 (0,51)	0,41 (0,06)	1,14 (0,00)	-0,07 (0,91)	-0,05 (0,81)	0,48 (0,04)	-0,04 (0,90)	-0,37 (0,21)	0,15 (0,54)	0,24 (0,21)	1,29 (0,00)	0,75 (0,02)	1,10 (0,00)	0,57 (0,02)	1,56 (0,00)	2,38 (0,00)	0,06 (0,80)
Konstante	0,13 (0,82)	1,70 (0,16)	-4,21 (0,00)	1,29 (0,34)	-12,02 (0,00)	1,30 (0,45)	-2,81 (0,00)	-4,38 (0,00)	6,63 (0,00)	-2,20 (0,01)	-0,75 (0,37)	-8,29 (0,00)	-4,01 (0,00)	-4,02 (0,00)	-5,43 (0,00)	-2,97 (0,00)	-4,49 (0,00)	-11,28 (0,00)	-8,26 (0,00)	-2,53 (0,04)	-12,94 (0,00)	-4,82 (0,00)
Modelleigenschaften Beobachtungen	742	623	679	601	571	546	714	681	423	716	717	678	719	655	726	682	725	678	708	715	537	685
R ²	0,90	0,70	0,71	0,71	0,75	0,69	0,70	0,78	0,64	0,83	0,84	0,73	0,80	0,80	0,84	0,75	0,78	0,73	0,85	0,66	0,61	0,84
F-Test	1,06384 (0,00)	298,72 (0,00)	386,23 (0,00)	342,49 (0,00)	352,86 (0,00)	227,70 (0,00)	333,67 (0,00)	498,21 (0,00)	200,03 (0,00)	630,88 (0,00)	736,64 (0,00)	322,46 (0,00)	466,55 (0,00)	466,55 (0,00)	594,79 (0,00)	482,16 (0,00)	511,53 (0,00)	342,05 (0,00)	719,68 (0,00)	387,05 (0,00)	249,55 (0,00)	665,04 (0,00)
Test auf Normalität Shapiro-Wilk-Test [Z]	2,89 (0,00)	2,90 (0,00)	6,19 (0,00)	3,94 (0,00)	3,34 (0,00)	4,70 (0,00)	5,86 (0,00)	3,55 (0,00)	0,32 (0,37)	4,66 (0,00)	2,85 (0,00)	3,38 (0,00)	3,68 (0,00)	3,68 (0,00)	6,41 (0,00)	-1,81 (0,96)	2,99 (0,00)	-0,04 (0,52)	3,48 (0,00)	4,66 (0,00)	1,02 (0,15)	3,04 (0,00)
Skewness and Kurtosis-Test (Chi ²)	9,34 (0,01)	6,34 (0,04)	20,84 (0,00)	12,90 (0,00)	9,94 (0,01)	17,35 (0,00)	24,22 (0,00)	9,42 (0,01)	2,06 (0,36)	22,74 (0,00)	11,05 (0,00)	11,63 (0,00)	13,62 (0,00)	14,05 (0,00)	46,39 (0,00)	0,07 (0,96)	6,62 (0,04)	0,74 (0,69)	11,16 (0,00)	20,43 (0,00)	4,18 (0,12)	9,96 (0,01)
Cook-Weisberg-Test auf Heterosked. (Chi ²)	35,00 (0,00)	61,09 (0,00)	131,82 (0,00)	52,27 (0,00)	38,35 (0,00)	27,49 (0,00)	3,68 (0,06)	22,33 (0,00)	6,39 (0,01)	89,00 (0,00)	59,19 (0,00)	98,39 (0,00)	57,02 (0,00)	76,76 (0,00)	73,08 (0,00)	25,47 (0,00)	41,47 (0,00)	22,20 (0,00)	52,60 (0,00)	42,87 (0,00)	18,82 (0,00)	88,18 (0,00)

Q: WFO-Berechnung - p-Werte in Klammern.

In der Analyse der Residuen zur Überprüfung der (ökonometrischen) Modellannahmen zeigen die verschiedenen durchgeführten Tests, dass die meisten Gleichungen keine normalverteilten Residuen erzeugen und auch, dass das Problem der Heteroskedastizität besteht. Beide Probleme haben keine Auswirkungen auf die geschätzten Parameterwerte, diese bleiben unverzerrt, sie bedeuten aber, dass die t-Werte bzw. die Signifikanzniveaus nicht richtig berechnet werden können. Die neuerliche Schätzung des Modells mit robusten Standardfehlern ergibt die in Übersicht 3.1 dargestellten p-Werte der OLS-Regression.

Die Ergebnisse der OLS-Regression für den Handel mit allen Waren zeigt das typische Muster für die Vorzeichen und die Signifikanz der Variablen. Mit Ausnahme der Konstanten sind alle Variablen des Modells signifikant bei einem Signifikanzniveau von 5%. Wie erwartet sind österreichische Exporte umso größer, je höher das Einkommensniveau (BIP pro Kopf) des belieferten Marktes, je größer der Markt des Ziellandes (Bevölkerung) und je geringer die Entfernung zum importierenden Land ist. Auch eine höhere Rechtssicherheit sowie die Offenheit für den internationalen Handel im Zielland wirken sich positiv auf das Handelsvolumen aus.

Konkret zeigt die OLS-Schätzung, dass eine (*ceteris paribus*) Erhöhung des BIP pro Kopf um 1% im Zielland zu einer Erhöhung des österreichischen Exportvolumens um 0,94% führt. Eine um 1% größere Distanz zwischen den Hauptstädten führt zu einem Sinken des österreichischen Exports um 0,97%.

Auch die Auswertungen auf Branchenebene des Industriesektors ergeben einen eindeutig positiven und signifikanten Zusammenhang zwischen dem BIP pro Kopf und der Bevölkerung des Ziellandes sowie einen statistisch abgesicherten negativen Zusammenhang mit der geographischen Distanz in allen Fällen. Der Vergleich der Koeffizienten über die Branchen zeigt die größten sektoralen Pro-Kopf-Einkommenselastizitäten vor allem bei Konsumwaren, wie Möbel, Schmuck Sportgeräte, Spielwaren, aber auch bei Holz und Produkten aus dem Metallbereich. Die Werte liegen jeweils gut über 1%, d. h. die Nachfrage nach diesen Exportwaren steigt überproportional zum Pro-Kopf-Einkommen. Die Branchen Glas und Keramik, Papier, Maschinenbau, Medizin-, Messgeräte sowie Optik weisen die geringsten (negativen) Entfernungselastizitäten auf, während Waren aus der Kokerei und Mineralölverarbeitung, der Lederindustrie, der Holzindustrie, Büromaschinen, Waren aus dem Gummi- und Kunststoffwarenbereich sowie Produkte der Ernährungsindustrie und der Bekleidungsindustrie vor allem in nahe gelegene Länder exportiert werden.

Für den Liberalisierungsindikator ergibt sich auch in den meisten Sektoren ein positives Vorzeichen, das aber in einigen Fällen nicht signifikant ist, wie bei Holz, Kokerei und Mineralölverarbeitung, der Elektroindustrie und der Fahrzeugindustrie. Unter den übrigen Branchen fällt insbesondere die hohe Elastizität der Exporte in Bezug auf diesen Indikator in der Bekleidungs- und Lederindustrie auf sowie auch in der Glasindustrie und im Bereich der Nachrichtentechnik.

Für die Rechtssicherheit ergibt sich in rund der Hälfte der Branchen kein signifikanter Zusammenhang, der in einigen Fällen sogar negativ ist. In Branchen mit einem signifikanten Einfluss der Rechtssicherheit auf das österreichische Exportvolumen ist dieser Zusammenhang jedoch deutlich positiv. Die höchsten Elastizitäten ergeben sich dabei für die Textil- und die Lederindustrie sowie für die Fahrzeugindustrie.

Ein Problem bei der Interpretation der Koeffizienten ergibt sich daraus, dass die erklärenden Variablen zum Teil nicht völlig unabhängig voneinander sind. So gibt es sicher zum Teil eine Korrelation zwischen dem Rechtssicherheitsindikator und dem Einkommensniveau der Länder, zum Teil auch mit dem Handelsliberalisierungsindex. Diese Zusammenhänge stellen nicht den Erklärungswert des Ansatzes insgesamt in Frage, es ergeben sich daraus aber Schwierigkeiten in der Trennung des Einflusses der einzelnen Variablen wenn die t-Werte nicht groß genug sind. Bei der Schätzung des Panel-Modells mit fixen Gruppeneffekten ("fixed effects"-Modell), wird die Einbeziehung der relativ zeitinvarianten Indikatoren Rechtssicherheit und Stand der Liberalisierung besonders problematisch, weil diese mit den fixen Importlandeffekten korrelieren. Die Schätzung ergibt für die Koeffizienten zwar das richtige Vorzeichen, sie sind jedoch statistisch nicht signifikant. Werden diese Koeffizienten nicht in die Schätzgleichung miteinbezogen, werden sie ausreichend in den fixen Effekten aufgefangen. Auch in der Schätzung des "between effects"-Modells ergeben sich für diese zwei Indikatoren die richtigen Vorzeichen, ihr Einfluss ist jedoch nicht signifikant (Übersicht 3.2).

Alternativrechnungen mit einer schlankeren Spezifikation, die nur die Einflussgrößen BIP pro Kopf, Bevölkerung und Distanz in die Gravitationsgleichung aufnimmt, ergeben dabei den gleichen bzw. teilweise geringfügig kleineren Erklärungswert des Modells. Der absolute Betrag des BIP pro Kopf wird ohne die zusätzlichen Variablen (LS und FT) höher, die Koeffizienten für die Bevölkerung sowie für die Distanz bleiben annähernd gleich.

Wie bereits erwähnt, wird auch für die Schätzungen der Panel-Modelle, die als Grundlage für die später zu erfolgende mittelfristige Projektion des Exportvolumens bzw. des durchschnittlich jährlichen Wachstums bis 2008 dienen, dieses schlankere Modell geschätzt. Das ergibt den Vorteil, dass "nur" für das BIP und die Bevölkerung mittelfristige Prognosen erstellt werden müssen. Das Modell mit fixen Importlandeffekten erfasst dann aber gleichzeitig alle beobachtbaren und nicht beobachtbaren Unterschiede zwischen den Ländern und berücksichtigt sie bei der Schätzung des Exportvolumens. Ländereffekte können dabei mit der Distanz, den länderspezifischen Zollregimes, nichttarifären Handelshemmnisse, der Größe und Faktorausstattung assoziiert werden.

In Übersicht 3.2 sind die Ergebnisse aus den jeweils unterschiedlichen Regressionsverfahren für Gesamtexporte dargestellt. Wie bereits erläutert geben die Koeffizienten aus dem "fixed effects"-Modell dabei den kurzfristigen Effekt einer Änderung in den exogenen Variablen an, das "between effects"-Modell ergibt die langfristigen (und damit höheren) Parameterwerte. Die OLS-Schätzung ist quasi eine Mischung aus beiden und die sich ergebenden Koeffizienten sollten zwischen den Werten aus den Panel-Modellen liegen.

Übersicht 3.2: Ergebnisse der Schätzung von Gravitationsgleichungen

	OLS-Modell		"fixed effects"-Modell		"between effects"-Modell	
	1	2	3	4	5	6
BIP pro Kopf	1,041 (0,000)	0,940 (0,000)	0,479 (0,000)	0,468 (0,000)	1,126 (0,000)	0,951 (0,000)
Bevölkerung	0,922 (0,000)	0,940 (0,000)	0,292 (0,353)	-0,132 (0,691)	0,970 (0,000)	0,952 (0,000)
Distanz	-0,973 (0,000)	-0,967 (0,000)			-0,932 (0,000)	-0,963 (0,000)
Offenheit im Handel		0,646 (0,001)		0,090 (0,700)		0,797 (0,130)
Rechtssicherheit		0,429 (0,002)		0,124 (0,499)		0,417 (0,344)
Konstante	2,329 (0,000)	0,129 (0,818)	4,801 (0,350)	11,642 (0,027)	1,052 (0,244)	-0,377 (0,805)
Modelleigenschaften						
R ²	0,893	0,898	0,949	0,971		
R ² (between)					0,903	0,918
F-Test	1.793,76 (0,000)	1.083,84 (0,000)	22,67 (0,000)	9,18 (0,000)	348,50 (0,000)	187,78 (0,000)
Beobachtungen	742	742	1.030	741	1.027	740
Test auf Normalität						
Shapiro-Wilk-Test (Z)	2,220 (0,013)	2,885 (0,002)				
Skweness and Kurtosis-Test (Chi ²)	1,700 (0,427)	9,340 (0,009)				
Cook-Weisberg-Test auf Heterosked. (Chi ²)	29,600 (0,000)	35,000 (0,000)				
Fixe Importlandeffekte						
F-Test			47,340 (0,000)	78,090 (0,000)		

Q: WIFO-Berechnung. - p-Werte in Klammern.

Nach einer Bereinigung um Ausreißer konnten insgesamt rund 1.030 Beobachtungen zur Schätzung der Panel-Modelle verwendet werden¹⁵⁾. Der Erklärungswert steigt beim "fixed effects"-Modell auf 0,95%. Als kurzfristige Wirkung einer Erhöhung des BIP pro Kopf ergibt sich aus dem "fixed effects"-Modell ein Wert von 0,48. Das bedeutet, dass eine Erhöhung des BIP

¹⁵⁾ Ohne Berücksichtigung der Variablen "Rechtssicherheit" sowie "Liberalisierung" erweitert sich das Ländersample um 35 Länder, deshalb ergeben sich bei Verwendung des schlanken Modells mehr Beobachtungen als vorhin.

pro Kopf in einem Jahr um 1%, einen zusätzlichen Warenexport von durchschnittlich 0,48% im gleichen Jahr erzeugt. Die langfristige Wirkung einer Erhöhung des BIP auf den Warenexport wird auf 1,13 geschätzt. In Bezug auf die Bevölkerung muss betont werden, dass das durchschnittliche jährliche Bevölkerungswachstum in den meisten Ländern sehr niedrig ist und im Durchschnitt über alle Länder zwischen 1992 und 2000 bei nur 1,7% lag. Die Bevölkerung, die die Größe des Marktes widerspiegeln sollte, ist daher in den meisten Ländern relativ konstant über die Zeit und wird zum Teil in den fixen Effekten des Modells aufgefangen. Daraus erklärt sich auch, dass hier kein signifikanter Effekt des Bevölkerungswachstums auf das bilaterale Handelsvolumen festgestellt werden kann.

Tests auf die Einbeziehung der Länderdimension in die Schätzgleichung bringen ein stark signifikantes Ergebnis (F-Test auf fixe Importlandeffekte). Eine Durchführung des Hausman-Tests zeigt, dass die Hypothese zufälliger Importlandeffekte verworfen werden kann. Die jeweiligen fixen Ländereffekte der in die Analyse einbezogenen Importmärkte sind aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht ausgewiesen, entsprechen aber den Erwartungen. So zeigt sich auf Ebene der Gesamtexporte eine deutlich überdurchschnittliche Importöffnung für österreichische Exporte in den Ländern in Ost-Mitteleuropas und Südosteuropas, am höchsten in Ungarn, Tschechien, Slowenien, der Slowakei, Kroatien und Polen, eine relativ niedrige hingegen für die baltischen Beitrittskandidaten Litauen und Lettland und eine unterdurchschnittliche für Estland. Die Importlandeffekte sind negativ und daher unterdurchschnittlich für die südamerikanischen Länder Peru, Uruguay, El Salvador und Panama sowie für sämtliche Länder der asiatischen GUS (Ausnahme Kasachstan).

Die Übersichten 3.3 und 3.4 stellen jeweils die Ergebnisse aus den Branchenregressionen dar. Aus dem "fixed effects"-Modell ergeben sich dabei mit einer Ausnahme (Büromaschinen, Elektrotechnik) für alle Branchen positiv signifikante kurzfristige Effekte einer Erhöhung des BIP pro Kopf in den Zielländern. Der geschätzte Koeffizient ist bei Büromaschinen zwar positiv, aber statistisch nicht signifikant. Diese kurzfristigen Pro-Kopf-Einkommenselastizitäten sind am höchsten beim sonstigen Fahrzeugbau (Schiffe, Flugzeuge), in der Metallerzeugung und bei Produkten der Holzindustrie. Eine (ceteris paribus) Erhöhung des Pro-Kopf-Einkommens wird danach in diesen Branchen die größten Effekte zeigen. Der Koeffizient der Bevölkerungsvariablen wird in etwa der Hälfte der Branchen insignifikant, bei den übrigen Branchen ist der kurzfristige Effekt des Bevölkerungswachstums auf das Volumen der Branchenexporte signifikant allerdings mit unterschiedlichem Vorzeichen. Das Bevölkerungswachstum eines Landes wirkt sich positiv auf das österreichische Exportvolumen bei Kraftwagen, in der Nachrichtentechnik, Elektronikindustrie, Medizin- und Messtechnik sowie Optik und in der Kunststoffindustrie aus und hat dort das erwartete Vorzeichen. Der Koeffizient ist signifikant negativ in der Metallerzeugung und bei Metallerzeugnissen, in der Leder-, Glas-, Textil- und Papierindustrie.

Übersicht 3.3: Ergebnisse der Schätzung von Gravitationsgleichungen für einzelne Branchen - "fixed effects"-Modell

	Gesamt- export	Ernährungs- industrie	Textil- industrie	Bekleid- industrie	Leder- industrie	Holz- industrie	Papier- industrie	Druck- industrie	Kokerei, Mineral- ölverarb.	Chem. Industrie	Kunst- stoff- industrie	Glas- industrie	Metaller- zeugung	Metaller- zeugnisse	Masch- bau	Büro- masch., Elektronik- industrie	Elektro- industrie	Fernseh- richten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraff- wagen	Sonst. Fahr- zeug- bau	Konsum- waren- industrie
BIP pro Kopf	0,48 (0,00)	0,47 (0,00)	1,08 (0,00)	0,62 (0,00)	0,53 (0,01)	1,13 (0,00)	0,37 (0,01)	0,45 (0,01)	0,80 (0,00)	0,50 (0,00)	0,31 (0,01)	0,74 (0,00)	1,23 (0,00)	0,82 (0,00)	0,60 (0,00)	0,20 (0,19)	0,76 (0,00)	0,81 (0,00)	0,58 (0,00)	0,48 (0,01)	1,72 (0,00)	0,69 (0,00)
Bevölkerung	0,29 (0,35)	-1,32 (0,08)	-1,65 (0,01)	-1,13 (0,14)	-3,55 (0,00)	-0,26 (0,82)	-1,31 (0,02)	-2,26 (0,00)	-1,52 (0,35)	-0,17 (0,72)	1,31 (0,02)	-2,83 (0,00)	-4,23 (0,00)	-2,08 (0,00)	0,84 (0,12)	1,04 (0,13)	1,84 (0,00)	2,96 (0,00)	1,45 (0,01)	3,31 (0,00)	-0,32 (0,84)	0,25 (0,66)
Konstante	4,80 (0,35)	27,77 (0,02)	32,55 (0,00)	22,95 (0,07)	62,17 (0,00)	8,44 (0,65)	28,45 (0,00)	40,62 (0,00)	27,70 (0,30)	10,01 (0,18)	-15,74 (0,08)	52,45 (0,00)	75,47 (0,00)	39,94 (0,00)	-5,93 (0,50)	-12,26 (0,28)	-24,12 (0,02)	-43,09 (0,00)	-18,25 (0,05)	-47,82 (0,00)	9,22 (0,72)	1,08 (0,91)
Modelleigenschaften																						
Beobachtungen	1.030	843	915	814	739	719	957	892	549	972	975	897	863	975	1.003	911	979	903	964	971	663	919
R ²	0,95	0,85	0,90	0,86	0,87	0,80	0,86	0,87	0,80	0,93	0,91	0,88	0,86	0,90	0,89	0,85	0,88	0,85	0,90	0,78	0,70	0,90
R ² (between)				0,10	0,00	0,32	0,04	0,00	0,01	0,24	0,18	0,02	0,03	0,00	0,63	0,11	0,41	0,23	0,40	0,14	0,28	0,74
F-Test	22,67 (0,00)	5,45 (0,00)	32,69 (0,00)	7,00 (0,00)	8,42 (0,00)	11,64 (0,00)	5,84 (0,00)	7,86 (0,00)	4,48 (0,01)	11,62 (0,00)	6,82 (0,00)	18,10 (0,00)	33,77 (0,00)	25,10 (0,00)	13,63 (0,00)	2,31 (0,10)	20,47 (0,00)	19,11 (0,00)	14,84 (0,00)	13,73 (0,00)	14,55 (0,00)	14,45 (0,00)
Fixe Importlandeffekte																						
F-Test	47,34 (0,00)	26,24 (0,00)	38,49 (0,00)	26,35 (0,00)	26,55 (0,00)	15,38 (0,00)	21,99 (0,00)	23,21 (0,00)	23,74 (0,00)	39,83 (0,00)	33,72 (0,00)	21,63 (0,00)	16,90 (0,00)	24,39 (0,00)	20,21 (0,00)	27,64 (0,00)	24,17 (0,00)	18,25 (0,00)	22,47 (0,00)	14,76 (0,00)	6,34 (0,00)	21,59 (0,00)

Q: WIFO-Berechnung. - p-Werte in Klammern.

Übersicht 3.4: Ergebnisse der Schätzung von Gravitationsgleichungen für einzelne Branchen - "between-effects"-Modell

	Gesamt- export	Ernährungs- industrie	Textil- industrie	Bekleid- industrie	Leder- industrie	Holz- industrie	Papier- industrie	Druck- industrie	Mineral- ölvverarb.	Chem. Industrie	Kunst- stoff- industrie	Glas- industrie	Metaller- zeugung	Metaller- zeugnisse	Masch- bau	Büro- masch., Elektronik- industrie	Elektro- industrie	Fernseh- richten- technik	Medizin-, Messger., Optik	Kraft- wagen	Sonst. Fahr- zeug- bau	Konsum- waren- industrie	
BIP pro Kopf	1,13 (0,00)	1,00 (0,00)	1,25 (0,00)	1,21 (0,00)	1,49 (0,00)	1,25 (0,00)	0,98 (0,00)	1,33 (0,00)	0,58 (0,00)	1,23 (0,00)	1,34 (0,00)	1,47 (0,00)	1,40 (0,00)	1,44 (0,00)	1,31 (0,00)	1,01 (0,00)	1,33 (0,00)	1,39 (0,00)	1,36 (0,00)	1,07 (0,00)	1,29 (0,00)	1,59 (0,00)	
Bevölkerung	0,97 (0,00)	0,58 (0,00)	0,94 (0,00)	0,42 (0,00)	0,91 (0,00)	0,82 (0,00)	0,92 (0,00)	0,87 (0,00)	0,64 (0,00)	1,14 (0,00)	0,94 (0,00)	1,11 (0,00)	1,25 (0,00)	1,02 (0,00)	1,15 (0,00)	0,81 (0,00)	1,19 (0,00)	1,01 (0,00)	1,09 (0,00)	0,84 (0,00)	1,21 (0,00)	0,93 (0,00)	
Distanz	-0,93 (0,00)	-1,41 (0,00)	-1,17 (0,00)	-1,29 (0,00)	-1,58 (0,00)	-1,44 (0,00)	-0,69 (0,00)	-1,29 (0,00)	-2,05 (0,00)	-1,11 (0,00)	-1,32 (0,00)	-0,83 (0,00)	-1,14 (0,00)	-1,04 (0,00)	-0,89 (0,00)	-1,49 (0,00)	-1,16 (0,00)	-1,17 (0,00)	-1,05 (0,00)	-1,13 (0,00)	-0,88 (0,00)	-1,03 (0,00)	
Konstante	1,05 (0,24)	7,45 (0,00)	-0,63 (0,75)	7,35 (0,00)	0,37 (0,86)	1,91 (0,35)	-2,92 (0,05)	-0,94 (0,49)	7,88 (0,00)	-2,87 (0,06)	0,60 (0,64)	-6,08 (0,00)	-5,77 (0,00)	-2,68 (0,03)	-4,14 (0,00)	3,06 (0,03)	-4,37 (0,00)	-1,96 (0,25)	-4,10 (0,00)	1,43 (0,33)	-8,80 (0,00)	-2,23 (0,07)	
Modelleigenschaften																							
Beobachtungen	1,027	843	915	815	740	721	956	891	549	972	977	893	866	974	1,003	910	979	903	964	969	663	920	
R ²	0,90	0,77	0,71	0,69	0,77	0,72	0,72	0,85	0,70	0,81	0,87	0,76	0,86	0,87	0,86	0,82	0,83	0,79	0,88	0,78	0,72	0,89	
F-Test	348,50 (0,00)	126,89 (0,00)	91,05 (0,00)	82,50 (0,00)	118,51 (0,00)	91,17 (0,00)	96,12 (0,00)	202,75 (0,00)	71,61 (0,00)	157,97 (0,00)	245,04 (0,00)	119,90 (0,00)	222,81 (0,00)	259,02 (0,00)	223,80 (0,00)	171,18 (0,00)	188,83 (0,00)	142,02 (0,00)	264,34 (0,00)	133,79 (0,00)	92,88 (0,00)	294,87 (0,00)	

Q: WIFO-Berechnung. - p-Werte in Klammern.

Das "between effects"-Modell bringt auch auf Branchenebene für alle eingesetzten Variablen - außer mit einigen Ausnahmen der Konstanten - signifikante Ergebnisse, mit dem erwarteten Vorzeichen. Da die Parameterwerte langfristige Zusammenhänge widerspiegeln sind diese jeweils entsprechend höher als im "fixed effects"-Modell, sie entsprechen annähernd dem OLS-Modell. Die langfristigen Pro-Kopf-Einkommenselastizitäten sind am höchsten in der Konsumwaren-, Leder-, Glas- und Metallindustrie sowie für Produkte der Fernseh- und Nachrichtentechnik. Die größten negativen Entfernungselastizitäten ergeben sich, wie in der OLS-Schätzung, für die Kokerei und Mineralverarbeitung, Lederindustrie, für Büro- und Datenverarbeitungsmaschinen, für die Holz-, Ernährungs- und Kunststoffindustrie.

3.5 Prognose der österreichischen Exporte in ausgewählte Länder

Auf Basis der geschätzten Koeffizienten aus den oben dargestellten Spezifikationen des Gravitationsmodells in einem "fixed effects"-Modell und einem "between effects"-Modell für den Zeitraum 1992 bis 2000 soll nun versucht werden, die mittelfristige Entwicklung der österreichischen Exporte in ausgewählte Länder aufzuzeigen. Dazu ist als erster Schritt eine Prognose der exogenen Variablen für den Prognosezeitraum 2001 bis 2008 notwendig. Die zu prognostizierenden Größen sind die Bevölkerung und das nominelle BIP in USD. In einem ersten Schritt wurden die BIP-Zahlen mit den nunmehr vorhandenen, aktuellen Daten bis 2002 fortgeschrieben. Für den Zeitraum 2003 bis 2008 wurden für eine Fortschreibung der BIPs die mittelfristigen Prognosen des IMF, teilweise der Weltbank, der OECD und des Oxford-Prognosemodells verwendet. Für die Fortschreibung der Werte der Bevölkerung wurden die Prognosen der Weltbank (World Development Indicators 2003) verwendet. Übersicht 3.5 gibt einen Überblick zur Prognose dieser Variablen.

Darauf aufgesetzt und unter Verwendung der geschätzten Koeffizienten aus dem Gravitationsmodell erfolgte dann die eigentliche Prognose des Niveaus österreichischer Exporte in die einzelnen Länder, auf aggregierter Ebene sowie auf Branchenebene.

Die im Kapitel 1 ausgewählten, potentiell interessanten Exportmärkte (Schwerpunktländer) wurden dabei auf Grundlage einer Kombination von zwei Indikatoren, des Nachfrageindex (NI) und des Strukturübereinstimmungsindex (SÜI) bestimmt, ohne Rücksicht auf sonstige Einflussfaktoren, die sich auf das Zielland selbst (geographische Distanz, Zollregimes usw.) oder auf die österreichischen Unternehmen (kleinbetriebliche Struktur usw.) beziehen. Die Umfrage hat die wichtigsten handelshemmenden und handelsfördernden Faktoren aus Sicht der Unternehmer aufgezeigt. Deren Effekte auf österreichische Exporte sowie alle weiteren länderspezifischen Eigenschaften werden im Gravitationsansatz mitgeschätzt. Die Projektion setzt auf dem so hergeleiteten Erklärungsmuster auf und ermittelt aufgrund der Wachstumsaussichten der Länder mittelfristige Wachstumspotentiale für Exporte für einen Prognosezeitraum bis 2008.

Übersicht 3.5: Prognose der exogenen Variablen

	BIP nominell in USD			Bevölkerung	
	1992/2000	2000/2008	2002/2008	1992/2000	2000/2008
	Durchschnittliche jährliche Veränderung in %				
Albanien	23,1	10,5	10,0	0,9	1,0
Bosnien-Herzegowina	23,2	10,7	11,1	-1,3	1,1
Bulgarien	4,9	9,0	8,2	-0,6	-0,8
Estland	2,0	9,4	8,1	-1,5	-1,1
Kroatien	8,1	7,8	7,5	-1,1	-0,1
Lettland	23,1	9,3	9,6	-1,3	-0,8
Litauen	24,6	11,5	11,7	-0,2	-0,1
Mazedonien	5,6	7,1	8,9	0,7	0,5
Moldawien	-9,4	8,3	7,0	-0,2	-0,3
Polen	8,7	8,5	9,0	0,1	0,0
Rumänien	8,3	9,7	9,8	-0,2	-0,3
Russland	-6,8	12,6	11,0	-0,3	-0,5
Serbien-Montenegro	-7,3	15,8	9,7	0,2	0,0
Slowakei	6,3	11,5	11,6	0,2	0,0
Slowenien	5,3	9,6	11,1	-0,1	-0,1
Tschechien	6,9	10,0	7,7	-0,1	-0,2
Ukraine	-12,4	7,5	5,4	-0,6	-0,8
Ungarn	2,8	12,8	10,8	-0,4	-0,3
Weißrussland	-0,5	-2,6	9,3	-0,3	-0,4
Australien	2,8	6,2	7,4	1,2	0,9
Japan	3,1	-0,6	2,5	0,3	-0,0
Kanada	2,4	5,5	6,7	0,9	0,7
USA	5,8	4,2	4,7	1,2	0,9
Argentinien	2,7	-4,1	12,2	1,3	1,0
Brasilien	5,6	1,8	7,3	1,4	1,3
Chile	7,6	3,7	7,9	1,5	1,2
Costa Rica	8,1	4,3	4,8	2,2	1,9
El Salvador	10,4	5,7	6,2	2,1	1,8
Guatemala	8,0	6,1	4,8	2,7	2,5
Mexiko	5,9	5,4	5,5	1,6	1,4
Panama	5,3	5,3	5,1	1,7	1,3
Peru	5,0	6,2	7,2	1,7	1,4
Uruguay	5,7	-2,2	5,3	0,7	0,6
China	11,0	9,3	10,0	1,0	0,7
Indien	6,2	6,8	7,4	1,8	1,6
Singapur	8,1	3,8	6,1	2,8	1,6
Südkorea	4,9	6,0	7,5	1,0	0,6
Taiwan	4,8	2,4	4,8	0,9	0,9
Vietnam	15,5	7,4	7,8	1,6	1,2
Ägypten	11,1	-0,6	0,6	2,0	1,8
Algerien	1,2	4,3	5,3	1,8	1,6
Südafrika	-0,5	6,1	11,6	1,9	0,5
Jordanien	6,0	5,3	5,5	3,4	2,6
Türkei	2,9	8,1	12,5	1,5	1,3

Q: IMF, Oxford, OECD, Weltbank.

Es ist an dieser Stelle nochmals wichtig zu betonen, dass diese Projektionen jedoch aufgrund der teils beträchtlichen Unsicherheiten, die mit den Wachstumsprognosen der internationalen Organisationen verbunden sind, nur sehr eingeschränkt der weiteren Auswahl von Schwerpunktländern für den österreichischen Export dienen können und deshalb auf der Auswahl potentiell interessanter Märkte in Kapitel 1 aufsetzen. Die Liste der Länder für die Exportpotentiale errechnet wurde, wurde allerdings um jene Länder erweitert, die in der Unternehmensbefragung als interessante Exportmärkte gesehen wurden (Russland, die Ukraine, Rumänien, China, Indien, Singapur, Taiwan, Südkorea und Südafrika) sowie um alle restlichen osteuropäischen Staaten, die aufgrund ihrer geographischen Nähe und einer Perspektive eines EU-Beitritts oder einer Assoziation eine Sonderstellung einnehmen. Dabei stellen die Prognosewerte aus dem "fixed effects"-Modell die kurzfristigen Wachstumseffekte dar (Untergrenze), die Prognosewerte aus dem "between effects"-Modell die langfristigen Wachstumseffekte (hypothetische Obergrenze). Die Wachstumseffekte für Exporte ergeben so eine Reihung der ausgewählten Länder unter Annahme eines mittelfristigen Wachstumsszenarios für das BIP und die Bevölkerung. Sie beschreiben ein Szenario, das aufgrund der heutigen Einschätzung über die zukünftige Wirtschaftsentwicklung der Länder eintreten könnte. Das Exportvolumen hängt nicht nur von den makroökonomischen Nachfrageindikatoren ab, sondern auch von anderen, zum Teil nicht beobachtbaren Faktoren, die in den fixen Ländereffekten aufgefangen werden. Wie gut österreichische Unternehmen die Möglichkeiten auf florierenden Zielmärkten nutzen können bzw. überhaupt Exportaktivitäten entfalten, ist nicht zuletzt eine Frage persönlicher Initiative und Beziehungen. Für die Berechnung der Exportpotentiale wurde dabei angenommen, dass sich die fixen Importlandeffekte über den Prognosezeitraum 2000 bis 2008 nicht ändern¹⁶⁾. Längerfristig können sich auch die fixen Importlandeffekte verändern, u. a. auch durch eine gezielte Förderung der Wirtschaftsbeziehungen mit einigen dieser Länder. Dies zeigt sich etwa am Beispiel China.

Die Schätzung der Gravitationsgleichung auf disaggregierter Ebene ermöglicht jedoch auch jene Branchen für jedes Land zu ermitteln, für die eine Veränderung der exogenen Variablen des Modells (BIP und Bevölkerung) – jedoch unabhängig von den jeweiligen konkreten Prognosen für das BIP und die Bevölkerung - die stärksten Effekte auf den österreichischen Export auslösen. Das Ergebnis wird dabei von den unterschiedlichen Einkommens- und Entfernungselastizitäten der Exporte verschiedener Branchen sowie von allen übrigen länderspezifischen fixen Effekten beeinflusst.

¹⁶⁾ Der bevorstehende EU-Beitritt der zehn osteuropäischen Beitrittsländer sowie die Perspektiven der Assoziation einiger Länder in Südosteuropa ist in den BIP-Prognosen dieser Länder jedoch berücksichtigt.

Übersicht 3.6: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Gesamtexporte

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	7,3	1	18,0	9,41	92,3	1,87	69,6
Ungarn	2	6,0	2	14,6	14,63	87,8	2,10	157,4
Russland	3	6,0	3	14,4	2,71	99,7	2,78	116,6
Litauen	4	5,4	4	13,1	1,87	232,7	2,83	76,2
Slowakei	5	5,4	5	13,1	11,50	71,2	1,24	88,3
Bosnien-Herzegowina	6	4,8	6	11,9	13,11	226,4	1,05	93,9
Albanien	7	4,7	7	11,7	1,33	129,6	1,45	138,5
Tschechien	8	4,7	8	11,3	8,27	79,6	1,11	82,1
Estland	9	4,6	11	10,9	0,98	142,2	4,23	132,7
Rumänien	10	4,6	9	11,0	5,35	165,7	2,04	96,6
Slowenien	11	4,5	10	10,9	14,42	110,9	0,81	138,8
Lettland	12	4,5	12	10,6	1,74	175,3	3,57	88,0
Bulgarien	13	4,4	14	10,3	6,23	119,0	2,97	119,0
China	14	4,2	13	10,4	0,64	93,0	4,29	136,6
Polen	15	4,0	15	9,6	3,10	88,5	1,82	93,1
Moldawien	16	4,0	16	9,5	2,43	264,3	1,80	90,9
Ukraine	17	3,7	19	8,6	4,65	195,5	3,39	123,1
Kroatien	18	3,7	18	8,8	13,61	158,4	1,23	108,8
Türkei	19	3,5	17	8,9	1,64	133,2	2,33	129,3
Mazedonien	20	3,3	21	8,0	3,99	67,4	1,36	38,0
Vietnam	21	3,2	20	8,1	1,00	100,3	5,57	47,3
Indien	22	2,9	22	7,4	0,58	103,0	4,78	187,0
Südafrika	23	2,8	24	6,8	1,53	151,6	5,28	165,1
Australien	24	2,7	23	6,8	0,77	153,4	5,00	119,6
Südkorea	25	2,7	26	6,7	0,32	82,7	7,25	209,0
Peru	26	2,6	25	6,7	0,63	125,3	2,46	118,0
Kanada	27	2,5	28	6,1	0,25	105,1	6,63	93,3
Guatemala	28	2,4	27	6,4	0,20	88,0	5,37	102,4
El Salvador	29	2,3	29	6,1	0,17	73,1	6,05	151,8
Mexiko	30	2,3	30	5,9	0,13	80,6	4,41	164,0
Panama	31	2,3	31	5,8	0,05	150,3	9,01	159,8
Jordanien	32	2,0	32	5,6	1,81	121,7	1,11	64,9
USA	33	1,8	33	4,6	0,53	134,6	6,20	123,9
Algerien	34	1,7	34	4,6	0,88	44,3	1,44	90,7
Chile	35	1,5	36	4,0	0,52	95,6	4,47	131,5
Singapur	36	1,5	35	4,1	0,35	100,5	10,26	180,7
Taiwan	37	1,0	37	2,5	0,33	114,8	3,38	134,2
Brasilien	38	0,6	38	1,8	0,86	153,5	7,63	142,1
Japan	39	-0,3	39	-0,7	0,68	106,6	2,21	35,2
Ägypten	40	-0,6	40	-1,0	1,00	113,8	1,93	113,6
Weißrussland	41	-1,2	42	-2,8	3,55	156,3	3,84	67,0
Uruguay	42	-1,2	41	-2,6	0,56	87,8	7,13	84,2
Argentinien	43	-2,2	43	-4,8	0,67	102,3	5,52	159,4

Q: WIFO-Berechnung.

In der folgende Analyse und Darstellung werden die erwarteten Wachstumspotentiale für Exporte in den jeweils durchschnittlich jährlichen zu erwartenden Wachstumsraten dargestellt, da es um eine Abschätzung der mittelfristigen Perspektiven und nicht der kurzfristigen Dynamik geht¹⁷⁾.

Die Ergebnisse für Gesamtexporte in Übersicht 3.6 zeigen ganz deutlich die Sonderstellung der osteuropäischen Staaten, die auch aufgrund der guten Wachstumsaussichten - mit Ausnahme Weißrusslands - die jeweils höchsten mittelfristigen Potentiale für österreichische Exporte ausweisen. Die erwarteten durchschnittlichen Veränderungen bis 2008 liegen für die osteuropäischen Staaten zwischen 3% und über 7,3%, sowie langfristig zwischen 8% und 18%. Ungarn und die Slowakei führen die Liste unter den bisher ausgewählten Schwerpunktländern an. Serbien-Montenegro und Russland zeigen dabei neben Ungarn die höchsten Wachstumsaussichten für Exporte. Stark sind auch Litauen, Bosnien-Herzegowina und Albanien, die bisher nicht zu den Schwerpunktländern zählten.

Von den restlichen Märkten kommt nur China nahe an die Potentiale der Oststaaten heran, danach folgen die Türkei und Vietnam mit durchschnittlich jährlichen Zuwachsraten zwischen 3,2% und 4,2% als kurzfristiger Effekt und 8% bis 10,4% als langfristiger Effekt.

Unter den OECD-Staaten in Übersee ergeben sich vor allem in Australien und Kanada die größten Wachstumspotentiale für österreichische Exporte.

Wenig Dynamik ist mittelfristig nach diesen Prognosen, für Chile, Brasilien, Uruguay und Argentinien zu erwarten¹⁸⁾. Für Peru, Guatemala, El Salvador, Mexiko und Panama ergeben sich durchschnittliche Wachstumsraten um die 2,5% kurzfristig und 6% langfristig. Peru und Guatemala zeigen dabei die kräftigsten zu erwartenden Wachstumsimpulse für Exporte unter den Schwerpunktländern dieser Region.

In Afrika kann man unter den näher betrachteten Ländern für Südafrika die höchsten Wachstumseffekte erwarten.

Analysiert man die jeweiligen Wachstumspotentiale auf disaggregierter Ebene, so zeigt sich in vielen Branchen eine noch verstärkte Dominanz der Oststaaten, an die von den restlichen untersuchten Ländern eigentlich wiederum nur China anschließen kann. Zu den Branchen bei denen die Dominanz Osteuropas weniger stark ausgeprägt ist und sich daher auch interessante mittelfristige Wachstumsmärkte für Exporte außerhalb Osteuropas ergeben könnten, zählen die Kunststoffindustrie, Büromaschinen und Elektrotechnik, Elektroindustrie, Fernseh- und Nachrichtentechnik, Medizin-, Messgeräte und Optik und die Kraftwagenindustrie.

¹⁷⁾ Diese kurzfristigen Entwicklungen sind stark durch konjunkturell, zyklische Einflüsse überlagert, die man nicht 6 Jahre im Voraus prognostizieren kann.

¹⁸⁾ Argentinien und Uruguay befinden sich seit 1999 in einer Rezession.

Aufgrund der Sonderstellung der osteuropäischen Länder werden in der weiteren Analyse zur Feststellung von Ländern mit den jeweils besten prognostizierten Wachstumsaussichten die Oststaaten getrennt von den übrigen Ländern gereiht. Die für die einzelnen Branchen jeweils ausgewählten Länder sind in den Übersichten 3.7 und 3.8. Das Wachstum dieser Länder liegt über den prognostizierten durchschnittlich jährlichen Wachstumsraten der Exporte (2000 bis 2008) über dem Durchschnitt der gesamten Ländergruppe Osteuropas liegt. Genauere Angaben zu den Wachstumspotentialen in allen Ländern je Branche sind in den Übersichten A3.1 bis A3.22 im Anhang dieses Kapitels dargestellt.

Beim Vergleich der Wachstumspotentiale je Branche über die einzelnen Länder zeigt sich bei den Oststaaten, dass Serbien–Montenegro in fast allen Branchen der Markt mit den besten Wachstumsaussichten für österreichische Exporte ist. Dies ist insbesondere ein Effekt des 2001 beginnenden starken Aufholprozesses, der nach dem tiefen Einbruch begonnen hat. Auf Serbien-Montenegro folgen Ungarn und Russland, die gemeinsam mit Litauen und der Slowakei eine Gruppe von Ländern bilden, die ebenfalls in fast allen Branchen die besten Wachstumsaussichten aufweist. Zu den Industriebereichen in denen dies nicht zutrifft zählen Kunststoffe, Büromaschinen- und Elektrotechnik sowie die Kraftwagenindustrie. Eine weitere Gruppe von Ländern mit Tschechien, Estland, Rumänien, Lettland und Bulgarien, zählt ebenfalls zu den Ländern mit den besten Wachstumsaussichten für Export in den Branchen, Ernährung, Textil, Bekleidung, Leder, Holz, Papier, Druck, Kokerei und Mineralölverarbeitung, Chemie, Glas und Metalle. Estland ist hier besonders hervorzuheben, insbesondere in den Branchen Leder, Druck, Glas und Metallerzeugung, dort zählt Estland zu den drei Märkten mit den höchsten durchschnittlichen Wachstumsraten für Exporte. Bosnien-Herzegowina und Albanien zählen zu den drei Märkten mit den höchsten Wachstumspotentialen in der Kunststoffindustrie, bei Büromaschinen und Elektrotechnik, in der Nachrichtentechnik, bei Medizin- und Messgeräten sowie in der Kraftwagenindustrie. Zuletzt zählt die Ukraine zu den "Wachstumsmärkten" in den Branchen Ernährung, Leder, Papier, Druck, Glas und Metallerzeugung.

Erfolgt eine Reihung der Länder nach ihren prognostizierten Wachstumsraten für Exporte, die die osteuropäischen Staaten nicht miteinschließt, stechen vor allem China, Vietnam, Südafrika, die Türkei, Jordanien und Guatemala hervor. China ist dabei führend und weist in fast allen Branchen die höchste prognostizierte Zuwachsrate für Exporte aus. Auf China folgt die Türkei, für die sich ebenfalls fast in allen Branchen die besten Wachstumsaussichten ergeben. Die Ausnahmen bilden die Branchen Ernährung, Leder, Papier, Druck, Glas sowie der gesamte Bereich der Metallindustrie. Südafrika liegt unter den Märkten mit den besten Wachstumsaussichten für österreichische Lieferungen aus den Bereichen Ernährung, Textil, Bekleidung, Leder, Papier, Druck, Kokerei und Mineralölverarbeitung, Kunststoffe, Glas sowie Metalle.

Übersicht 3.7: Märkte mit den höchsten Wachstumspotentialen für Exporte in Osteuropa
Durchschnittliche jährliche Veränderung der Exporte liegt über dem Durchschnitt

<i>Gesamtexporte</i>	<i>Ernährungsindustrie</i>	<i>Textilindustrie</i>	<i>Bekleidungsindustrie</i>	<i>Lederindustrie</i>
Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Estland
Ungarn	Russland	Russland	Russland	Russland
Russland	Ungarn	Ungarn	Ungarn	Lettland
Litauen	Estland	Estland	Estland	Bulgarien
Slowakei	Lettland	Litauen	Litauen	Ungarn
Bosnien-Herzegowina	Bulgarien	Lettland	Lettland	Serbien-Montenegro
Albanien	Litauen	Slowakei	Bulgarien	Ukraine
Tschechien	Slowakei	Bulgarien	Slowakei	Litauen
Estland	Rumänien	Tschechien	Rumänien	Rumänien
Rumänien	Ukraine		Tschechien	Tschechien
	Tschechien			
<i>Holzindustrie</i>	<i>Papierindustrie</i>	<i>Druckindustrie</i>	<i>Kokerei, Mineralölv.</i>	<i>Chemische Industrie</i>
Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Estland	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro
Russland	Russland	Russland	Russland	Russland
Ungarn	Estland	Serbien-Montenegro	Ungarn	Ungarn
Litauen	Ungarn	Ungarn	Estland	Litauen
Slowakei	Lettland	Lettland	Litauen	Slowakei
Estland	Bulgarien	Bulgarien	Lettland	Estland
Lettland	Litauen	Ukraine	Bulgarien	Lettland
Tschechien	Ukraine	Litauen	Slowakei	Tschechien
Bulgarien	Slowakei	Rumänien	Rumänien	Bulgarien
	Rumänien	Slowakei	Tschechien	Rumänien
	Tschechien	Tschechien		
<i>Kunststoffindustrie</i>	<i>Glasindustrie</i>	<i>Metallerzeugung</i>	<i>Metallerzeugnisse</i>	<i>Maschinenbau</i>
Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro
Bosnien-Herzegowina	Estland	Russland	Russland	Ungarn
Albanien	Russland	Estland	Ungarn	Russland
Slowakei	Ungarn	Ungarn	Estland	Slowakei
Ungarn	Lettland	Lettland	Lettland	Litauen
	Bulgarien	Bulgarien	Bulgarien	Bosnien-Herzegowina
	Litauen	Litauen	Litauen	Albanien
	Ukraine	Ukraine	Slowakei	
	Slowakei	Slowakei	Rumänien	
	Rumänien	Rumänien		
	Tschechien	Tschechien		
<i>Bürom., Elektrotech.</i>	<i>Elektroindustrie</i>	<i>Fernseh-, Nachrichtent.</i>	<i>Medizin-, Messg., Optik</i>	<i>Kraftwagen</i>
Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro	Bosnien-Herzegowina
Bosnien-Herzegowina	Bosnien-Herzegowina	Bosnien-Herzegowina	Bosnien-Herzegowina	Albanien
Albanien	Ungarn	Albanien	Ungarn	Serbien-Montenegro
	Albanien	Ungarn	Albanien	
	Russland	Slowakei	Russland	
	Slowakei		Slowakei	
	Litauen		Litauen	
<i>Sonst. Fahrzeugbau</i>	<i>Konsumwarenindustrie</i>			
Serbien-Montenegro	Serbien-Montenegro			
Ungarn	Ungarn			
Russland	Russland			
Litauen	Litauen			
Slowakei	Slowakei			
Estland				

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht 3.8: Märkte mit den höchsten Wachstumspotentialen für Exporte außerhalb Osteuropas
Durchschnittliche jährliche Veränderung der Exporte liegt über dem Durchschnitt

<i>Gesamtexporte</i>	<i>Ernährungsindustrie</i>	<i>Textilindustrie</i>	<i>Bekleidungsindustrie</i>	<i>Lederindustrie</i>
China	China	China	China	China
Türkei	Südafrika	Türkei	Südafrika	Südafrika
Vietnam	Südkorea	Südafrika	Türkei	Südkorea
<i>Holzindustrie</i>	<i>Papierindustrie</i>	<i>Druckindustrie</i>	<i>Kokerei, Mineralölv.</i>	<i>Chemische Industrie</i>
China	China	China	China	China
Türkei	Südafrika	Südafrika	Südafrika	Türkei
Vietnam	Südkorea	Südkorea	Türkei	Vietnam
<i>Kunststoffindustrie</i>	<i>Glasindustrie</i>	<i>Metallerzeugung</i>	<i>Metallerzeugnisse</i>	<i>Maschinenbau</i>
Guatemala	China	China	China	China
Jordanien	Südafrika	Südafrika	Südafrika	Türkei
Türkei	Südkorea	Südkorea	Südkorea	Vietnam
Indien				Indien
El Salvador				Guatemala
Vietnam				Peru
China				
Peru				
Mexiko				
Algerien				
Panama				
Australien				
Singapur				
<i>Bürom., Elektrotech.</i>	<i>Elektroindustrie</i>	<i>Fernseh-, Nachrichtent.</i>	<i>Medizin-, Messg., Optik</i>	<i>Kraftwagen</i>
Guatemala	China	Guatemala	China	Guatemala
Jordanien	Türkei	Jordanien	Türkei	Jordanien
Indien	Guatemala	Türkei	Guatemala	El Salvador
El Salvador	Jordanien	Indien	Jordanien	Indien
Türkei	Indien	China	Indien	Türkei
Vietnam	Vietnam	El Salvador	Vietnam	Peru
Peru	El Salvador	Vietnam	El Salvador	Vietnam
China	Peru	Peru	Peru	Algerien
Mexiko	Mexiko	Mexiko	Mexiko	Mexiko
Algerien	Australien	Panama	Australien	Panama
Panama		Algerien		Singapur
Singapur		Australien		China
Australien				Australien
				Chile
				Ägypten
<i>Sonst. Fahrzeugbau</i>	<i>Konsumwarenindustrie</i>			
China	China			
Türkei	Türkei			
Vietnam	Vietnam			

Q: WIFO-Berechnung.

In Jordanien, den südamerikanischen Ländern Peru, Guatemala, El Salvador, Mexiko und Panama sowie auch in Australien und in den südostasiatischen Ländern Vietnam und Indien ergeben sich jeweils gute Exportpotentiale für die Kunststoff- und Elektroindustrie, für Büromaschinen und Elektrotechnik, Nachrichtentechnik, Medizin- und Messgeräte sowie Optik und Kraftwagen. Aus dieser Ländergruppe hervorzuheben sind vor allem Guatemala und Jordanien, von denen die kräftigsten Wachstumsimpulse zu erwarten sind. In Guatemala,

Peru, Indien und Vietnam ergibt die Projektion neben den erwähnten Branchen noch gute Wachstumsaussichten für den Maschinenbau. In Vietnam kommt noch die Holz- und Chemieindustrie sowie der sonstige Fahrzeugbau und die Konsumwarenindustrie hinzu. Ein zu den übrigen südostasiatischen Ländern abweichendes Branchenprofil in den Wachstumsaussichten ergibt sich für Südkorea, das in der Ernährungs-, Bekleidungs-, Leder-, Papier-, Druck-, Glas- und Metallindustrie zu den Märkten mit dem besten Potential außerhalb der osteuropäischen Staaten zählt.

In den Branchen Kunststoff, Büromaschinen und Elektrotechnik und bei Kraftwagen zählen auch Algerien und Singapur zu den Zielländern mit relativ hohen Wachstumseffekten.

Es ist wichtig hervorzuheben, dass diese Reihung auf den mittelfristigen Prognosen des BIPs und der Bevölkerung internationaler Organisationen aufsetzt, und daher ein Szenario beschreiben, das eintreffen kann oder nicht. Aufgrund der mit Prognosen verbundenen Unsicherheit wird im Anschluss an den Ländervergleich je Branche auch der vorhin erwähnte Branchenvergleich je Land vorgenommen. Daraus wird ersichtlich für welche Branchen je Land die größten Exporteffekte einer beliebigen positiven Veränderung des Pro-Kopf-Einkommens und der Bevölkerung im Zusammenspiel mit den fixen Ländereffekten zu erwarten sind.

Analysiert man so die jeweiligen Wachstumspotentiale nach Branchen in den einzelnen Ländern der Region so lässt sich folgendes Muster erkennen: Auf Branchenebene ergeben die Prognosen aus dem "fixed effects"-Modell für die Länder Osteuropas die jeweils kräftigsten Zuwächse in den Bereichen sonstige Fahrzeuge, Metallerzeugung, Holz, Textil und Metallerzeugnisse sowie Kokerei und Mineralölverarbeitung. In Bosnien-Herzegowina, Albanien, Serbien-Montenegro und Mazedonien auch in den Bereichen der Elektroindustrie sowie insbesondere im Bereich der Fernseh- und Nachrichtentechnik. In Bosnien und Albanien weisen noch zusätzlich Produkte der Fahrzeugindustrie (Kraftwagen) die höchsten Wachstumspotentiale aus.

In den ausgewählten OECD-Staaten in Übersee (Kanada, USA und Australien) ergibt eine Veränderung der exogenen Variablen die stärksten Zuwächse beim sonstigen Fahrzeugbau, in der Fernseh- und Nachrichtentechnik, in der Elektro- und Elektronikindustrie, bei Kraftwagen sowie - und das vor allem in Kanada und Australien – bei Holz. Auch für die Türkei ergibt sich das gleiche Muster der prognostizierten Wachstumsraten, während in Jordanien im Vergleich beim sonstigen Fahrzeugbau nur wenig Dynamik erkennbar ist, im Bereich Medizin-Messgeräte und Optik aber mehr.

In den Märkten Südamerikas ergeben sich die größten Exporteffekte aus den Wachstumsprognosen vor allem im Bereich der Fernseh- und Nachrichtentechnik, der Fahrzeugindustrie (Kraftwagen und sonstiger Fahrzeugbau) sowie der Elektroindustrie. Relativ starke Effekte dürften sich auch für die Exporte des Maschinenbaus sowie der Holzindustrie in allen Märkten außer Guatemala und Brasilien, wo dies für Exporte der Kunststoffindustrie gilt, ergeben.

In China und Südkorea können die kräftigsten Zuwächse im Bereich der sonstigen Fahrzeugindustrie, der Fernseh- und Nachrichtentechnik sowie in der Holz-, Textil- und Elektroindustrie erwartet werden. Diese Bereiche, aber insbesondere der sonstige Fahrzeugbau sowie die Rundfunk- und Nachrichtentechnik, zählen auch in Vietnam und in Indien zu den Branchen mit den dynamischsten Wachstumsaussichten, relativ kräftigere Zuwächse als in den anderen Branchen errechnet das Modell jedoch in diesen Ländern auch für die Fahrzeugindustrie (Kraftwagen). Die Fahrzeugindustrie dürfte auch in Singapur und Taiwan zu den Bereichen zählen in denen Exporte am stärksten von den Einkommenszuwächsen profitieren, ebenso wie Ausfuhren von Produkten aus der Industrie der Fernseh- und Nachrichtentechnik und der Elektroindustrie. Ähnlich auch in Ägypten und Algerien, während sich in Südafrika die größten Effekte auf sonstige Fahrzeuge, Holz und die Fernseh- und Nachrichtentechnik konzentrieren.

Grundsätzlich zeigt sich dabei, dass zu den Branchen, für die daraus die kräftigsten Impulse für Exporte ausgehen, die sonstige Fahrzeugindustrie, die Elektroindustrie sowie die Bereiche Nachrichtentechnik, Kraftwagen, Holz, Medizin- und Messgeräte und teilweise Textil und Kunststoffe zählen. Für Osteuropa, mit Ausnahme der Balkanländer (Bosnien-Herzegowina, Albanien, Serbien-Montenegro, Mazedonien), zeigt sich dabei ein zu den anderen Ländern unterschiedliches Branchenmuster, denn hier zählt der Metallbereich sowie die Mineralölherzeugung zu den Bereichen mit den stärksten Effekten einer Veränderung der exogenen Variablen des Modells. Produkte aus der sonstigen Fahrzeugindustrie und der Nachrichtentechnik zählen in allen betrachteten Ländern zu den Branchen mit den kräftigsten Wachstumseffekten, sowie Holz, Produkte aus der Elektroindustrie und Kraftwagen. Letztere mit Ausnahme Osteuropas, Chinas, Südkoreas, Serbien-Montenegros und Mazedoniens. Die Textilbranche zeigt die größten Wachstumseffekte in Osteuropa inklusive der Balkanländer, China und Südkorea sowie Südafrika. Für die Branchen Medizin- und Messgeräte sowie Maschinenbau zeigt sich dies in allen Ländern außerhalb Osteuropas.

Während die Koeffizienten beim "fixed effects"-Modell aus den Zeitreiheninformationen gewonnen werden und jedes Land einen eigenen fixen Effekt erhält, der die länderspezifischen Einflussgrößen für Exporte zusammenfasst, werden die Koeffizienten beim "between effects"-Modell aus den Länderunterschieden selbst geschätzt und der Effekt einer Änderung der exogenen Variablen ist in jedem Land innerhalb der einzelnen Branchen gleich. Es kommt dann nur mehr auf das Ausmaß der Veränderung in den exogenen Variablen an, sodass die Reihung der Länder aus dem "between effects"-Modell die prognostizierten Wachstumsunterschiede im BIP pro Kopf und der Bevölkerung für die einzelnen Länder widerspiegelt. Die Länderreihung auf dieser Grundlage, entspricht dabei der vorhin vorgestellten Reihung der Länder für Gesamtexporte aus dem "fixed effects"-Modell.

Aus dem gleichen Grund ergibt das "between effects"-Modell auch keine Unterschiede in der relativen Dynamik der Branchen zwischen den Ländern, wie dies beim "fixed effects"-Modell

der Fall war. Exporte unterschiedlicher Branchen reagieren aber unterschiedlich auf Veränderungen des BIP pro Kopf. Die höchsten Pro-Kopf-Einkommenselastizitäten ergeben sich für die Konsumwaren-, Leder-, Glas- und Metallindustrie sowie für Produkte der Fernseh- und Nachrichtentechnik. Für diese Branchen ergibt das Modell auch die langfristig kräftigsten Wachstumseffekte je Land.

Zusammenfassung

(1) In der vorliegenden Arbeit wurde versucht potentiell interessante und Erfolg versprechende Exportmärkte für die österreichische Industrie außerhalb der Europäischen Union auszuwählen und die damit verbundenen Exportpotentiale abzuschätzen. Diese Auswahl der Schwerpunktländer erfolgte in einem ersten Schritt auf Grundlage der Übereinstimmung des österreichischen Angebots mit der Nachfrage in den potentiellen Exportmärkten (Strukturübereinstimmung, SÜI) unterstützt durch einen Nachfrageindex (NI), mit dessen Hilfe dynamische Märkte identifiziert werden sollen. Da für die Gesamtheit der in die Untersuchung einbezogenen Länder keine einheitlichen und verlässlichen Prognosen vorliegen, orientierte sich die Studie bei der Konstruktion des Nachfrageindex an den Ergebnissen der jüngeren Vergangenheit (neunziger Jahre). Danach erfolgte eine Analyse der Wettbewerbsposition Österreichs in diesen ausgewählten Ländern, um die Auswahl zu untermauern, aber auch um Defizite in der Bearbeitung dieser Märkte allgemein und in bestimmten Branchen zu identifizieren, und damit Exportchancen besser beurteilen zu können. Ergänzend zu dieser Länderauswahl wurden in einer Befragung österreichischer Industrieunternehmen die wichtigsten handelsfördernden und handelshemmenden Faktoren für die Erschließung neuer Märkte in einzelnen Regionen identifiziert sowie die aus Sicht der Unternehmen interessantesten Zukunftsmärkte ermittelt. Die Auswahl der Länder auf Basis des SÜI und des NI erfolgte dabei ohne Rücksicht auf diese sonstigen Einflussfaktoren. Eine ökonometrische Analyse (Gravitationsansatz) rundet das Bild der Auswahl von Schwerpunktländern ab und versucht, all diese Komponenten gleichzeitig zu berücksichtigen und mittels panelökonometrischer Methoden ein Erklärungsmuster für den österreichischen Export zu schätzen. Unter Verwendung der geschätzten Koeffizienten und auf Grundlage der mittelfristigen Wachstumsprognosen internationaler Organisationen wurden für die mittels NI und SÜI ausgewählten Schwerpunktländer, für die in der Umfrage als besonders interessant eingestuft Märkte sowie für alle restlichen osteuropäischen Staaten Exportpotentiale für die österreichische Industrie auf aggregierter und disaggregierter Ebene bis 2008 berechnet.

Auswahl der Schwerpunktländer aufgrund des Nachfrage- und Strukturübereinstimmungsindex

(2) Die Auswahl der Schwerpunktländer basiert auf einer Liste von Staaten außerhalb der EU (Exportdestinationen), die eine wirtschaftliche Mindestgröße überschreiten (insgesamt 81 Länder). Diese wurden in zwei Gruppen eingeteilt, bei denen jeweils eine unterschiedliche Marktstellung Österreichs angenommen wird und unterschiedliche Marktstrategien eingeschlagen werden sollten: "traditionelle" und "neue" Märkte. Zu den traditionellen Märkten zählen die OECD-Länder (ohne EU, Mexiko, Südkorea und die Türkei) sowie europäische Oststaaten (insgesamt 26 Länder). Zu den neuen Märkten zählen die

außereuropäischen Entwicklungsländer, die dynamischen Länder in Asien sowie die Nachfolgestaaten der UdSSR in Asien (55 Länder).

Die traditionellen Märkte waren Ende der neunziger Jahre mit 30% am Export beteiligt. Gegenüber dem Anfang der neunziger Jahre nahm der Exportanteil um mehr als 4 Prozentpunkte zu. Überdurchschnittlich ausgeweitet wurden die Ausfuhren nach Osteuropa, aber auch in die USA und nach Kanada. Die Handelsbilanz mit dieser Ländergruppe ergab einen Überschuss von 2,7 Mrd. €. Auf die neuen Märkte entfielen Ende der neunziger Jahre 7% der österreichischen Exporte, zu Beginn waren es noch über 8%. Die Handelsbilanz war mit 0,7 Mrd. € passiv.

Die potentiellen Schwerpunktländer wurden aus der Liste der Exportdestinationen auf Grundlage einer Kombination von zwei analytischen Indikatoren, des Strukturübereinstimmungsindex (SÜI) und des Nachfrageindex (NI), ermittelt. Der SÜI zeigt die Exportchancen Österreichs in den einzelnen Märkten anhand des bestehenden Angebots und der bestehenden Nachfrage. Mit Hilfe des NI werden "Wachstumsmärkte" identifiziert. Die Schwerpunktländer erfüllen somit gleichzeitig die Kriterien "hohes Wachstumspotential" und "Exportchancen" (gute Strukturübereinstimmung).

Insgesamt wurden 26 potentielle Schwerpunktländer ausgewählt: 11 traditionelle Märkte (acht Oststaaten: Ungarn, Slowenien, Kroatien, die Slowakei, Tschechien, Mazedonien, Polen, Lettland; drei Länder in Übersee: Australien, die USA, Kanada) sowie 15 neue Märkte (Jordanien, Türkei, Vietnam, Ägypten, Algerien, Brasilien, Argentinien, Peru, Uruguay, Chile, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Mexiko, Panama).

Die Marktstellung und Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Industrie

(3) Die Marktstellung Österreichs in diesen Schwerpunktländern wurde mit Hilfe von Marktanteilen und Unit Values analysiert sowie auch mit jener wichtiger Konkurrenzländer verglichen. Folgende Staaten wurden als Vergleichsländer ausgewählt: Deutschland, die Niederlande, Schweden, Norwegen, Dänemark, die Schweiz, Finnland und Ungarn. Ein eigener Abschnitt ist der Branchenanalyse gewidmet.

Zuverlässige Indikatoren der internationalen Wettbewerbsfähigkeit sind der Exportmarktanteil bzw. dessen Veränderung. Österreichs Marktanteil am Weltexport belief sich im Durchschnitt der Jahre 1999/2000 auf 1,7%. Mit diesem Wert erreicht Österreich unter den Konkurrenzländern eine mittlere Position. Österreichs Marktstellung in den potentiellen Schwerpunktländern spiegelt die wirtschaftliche Verflechtung mit den einzelnen Regionen wider. Stark vertreten ist Österreich nur in Osteuropa. Den höchsten Marktanteil erreicht Österreich mit jeweils etwa 14% in Ungarn, Slowenien und Kroatien. Für diese Länder ist Österreich einer der wichtigsten Handelspartner. Auch in der Slowakei und in Tschechien hat Österreich eine gute Position. In Polen erreicht der österreichische Marktanteil etwa 3%. Deutlich schwächer ist die Stellung Österreichs in den Industrieländern in Übersee mit

Marktanteilen von weniger als 1%. In den neuen Märkten zeigt sich eine relativ gute Position im Mittleren Osten (Jordanien, Türkei), in Vietnam, aber – etwas überraschend – auch in Brasilien (0,9%) und Argentinien. Nur ein marginaler Anbieter ist Österreich hingegen in Mexiko und in den kleineren Staaten Süd- und Mittelamerikas.

Der österreichische Marktanteil liegt in den Nachbarländern deutlich über, in den meisten neuen Märkten unter jenem der Vergleichsländer. Um die Marktstellung Österreichs mit jener der Konkurrenzländer besser vergleichen zu können wurden die Marktanteile auf Basis des österreichischen Marktanteils sowie des jeweiligen Weltmarktanteils standardisiert. In den Nachbarländern in Osteuropa sowie auch in Kroatien ist Österreichs relative Marktposition deutlich stärker als jene aller Konkurrenzländer. Vergleichbare Werte erreichen nur Deutschland und Ungarn, aber auch sie bleiben unter jenen Österreichs. Die relativen Marktanteile aller anderen Konkurrenzländer machen zumeist nur etwa 20% des österreichischen Wertes aus. Keinen eindeutigen Vorteil im Vergleich zu den Konkurrenzländern erreicht Österreich in Polen. Hier sind Deutschland und auch Ungarn stärker vertreten.

In der OECD-Übersee ist Österreichs Marktposition relativ schwach. In den USA schneiden fast alle Konkurrenzländer besser ab als Österreich. Nicht ganz so groß ist der Rückstand Österreichs in Kanada und Australien.

Eine Analyse der österreichischen Marktposition in den neuen Märkten ergibt insgesamt nur wenig ermutigende, allerdings auch differenzierte Ergebnisse. Ohne Ausnahme schwach positioniert ist Österreich in den potentiellen Schwerpunktländern in Südamerika. Fast alle Konkurrenzländer haben in den meisten Ländern eine bessere Marktposition als Österreich. Merklich besser schneidet Österreich in Vietnam sowie in vier Staaten im Nahen Osten ab. In den Ländern im Nahen Osten sind Deutschland und die Schweiz besser als Österreich positioniert, auch Finnland und Schweden schneiden zumeist besser ab. Relativ gut ist Österreichs Position in Algerien und Jordanien.

(4) In den neunziger Jahren konnte Österreich seinen Marktanteil am Weltexport insgesamt um 8% ausweiten. In fast allen Ländern Osteuropas mussten allerdings Positionsverluste um jeweils 10% bis 20% (in der Slowakei fast um 30%) hingenommen werden. Dieser Rückgang sollte nicht als Misserfolg interpretiert werden. Österreich konnte in den ersten Jahren nach dem Umbruch im Osten nach 1989 seine Exporte in diese Region außergewöhnlich stark ausweiten. Nachdem sich auch andere westliche Länder in diesen neuen Märkten engagiert haben, waren Positionsverluste unvermeidlich. In Kroatien und Slowenien – Länder, die lange als unsicher galten und deshalb weniger dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt waren – konnte Österreich auch in den neunziger Jahren Marktanteile gewinnen.

In der OECD-Übersee erreichte Österreich Marktanteilsgewinne, die deutlich über jenen im Weltexport liegen. In den neuen Märkten waren die Ergebnisse gemischt: Österreich war im Nahen Osten und auch in Brasilien erfolgreich. In den kleineren Ländern Süd- und Mittelamerikas mussten hingegen überwiegend Positionsverluste hingenommen werden.

Von den Konkurrenzländern konnte Ungarn seinen Marktanteil beinahe verdoppeln. Auch Finnland und Norwegen haben etwas besser als Österreich abgeschnitten. Alle anderen Vergleichsländer mussten hingegen Positionsverluste hinnehmen. Österreich war somit insgesamt im internationalen Wettbewerb recht erfolgreich.

In den potentiellen Schwerpunktländern liefert die Wettbewerbsanalyse z. T. widersprüchliche Ergebnisse. An den standardisierten Veränderungen der Marktanteile gemessen war Österreich relativ erfolgreich in Kroatien, Slowenien und Lettland. In den wichtigsten Märkten im Osten (Ungarn, Tschechien, Slowakei, Polen) haben hingegen die meisten Konkurrenzländer besser als Österreich abgeschnitten. Bemerkenswert ist, dass Österreich die beste Performance (gemeinsam mit der Schweiz) in den USA und auch in Australien erreicht. In den Entwicklungsländern liefert der Vergleich nur wenig zufrieden stellende Ergebnisse. Zum Teil besser als die Konkurrenz hat Österreich in Vietnam, der Türkei und Brasilien abgeschnitten.

(5) Die Warenstruktur des österreichischen Exports in die Schwerpunktländer wurde mit zwei unterschiedlichen Ansätzen untersucht. Ein Vergleich der Strukturübereinstimmungsindizes von Österreich und den ausgewählten Konkurrenzländern – dabei wird die Warenstruktur des Exportangebots der Nachfragestruktur der Schwerpunktländer gegenübergestellt - liefert für Österreich günstige Ergebnisse.

In fast allen traditionellen Märkten erreicht Österreich den besten oder zumindest den zweitbesten Wert des SÜI. Nur Deutschland hat eine ähnlich günstige Exportstruktur. In Osteuropa schneidet Österreich etwas besser ab, vor allem in Bezug auf die Nachfrage von Ungarn und Tschechien, aber auch von der Slowakei und Polen. In den südosteuropäischen Ländern Kroatien, Mazedonien und Slowenien liegt Österreich hinter Deutschland. In den OECD-Ländern in Übersee erreicht Deutschland gegenüber Österreich einen deutlichen Vorsprung. Österreich und Deutschland haben in Bezug auf die traditionellen Märkte eine deutlich günstigere Exportstruktur als alle anderen Konkurrenzländer.

Auch die Ergebnisse des Strukturvergleichs mit den neuen Märkten liegen über den Erwartungen. Von den insgesamt 15 Schwerpunktländern weist Österreich in neun Fällen die günstigste Exportstruktur auf. Auch in dieser Ländergruppe nimmt Deutschland den zweiten Rang ein. Beachtlich sind vor allem die Resultate in Südamerika und im Nahen Osten.

(6) Während eine Analyse der Strukturübereinstimmungsindizes eine aktuelle Bestandsaufnahme der Warenstrukturen liefert und somit kurzfristige Exportchancen aufzeigt, werden auf mittlere und lange Sicht im internationalen Wettbewerb österreichischen Unternehmen vor allem bei solchen Produkten Aussichten auf Erfolg eingeräumt, bei denen die spezifischen Standortvorteile (Qualifikation der Arbeitskräfte, Verfügbarkeit moderner Technologie) eine wichtige Rolle spielen. Hinweise auf solche Sektoren liefert eine Taxonomie der Industriebranchen nach der Faktorausstattung. Eine solche Einteilung kann natürlich nur einen groben, dennoch aber aufschlussreichen Raster liefern.

Bei der Gliederung nach Faktorausstattung werden die 22 Industriebranchen (ÖNACE 1995 2-Steller-Basis) in fünf Gruppen eingeteilt: traditionelle Sachgüterproduktion, arbeitsintensive Industrien, kapitalintensive Industrien, technologiegetriebene Industrien und marketinggetriebene Industrien.

Im Allgemeinen kann davon ausgegangen werden, dass Österreich spezifische Wettbewerbsvorteile bei den Technologiebranchen sowie bei der – vorwiegend auf mittlerer Technologie basierenden - traditionellen Sachgüterproduktion hat. Eine Analyse der Unit Values im österreichischen Export zeigt, dass die mit Abstand höchsten Werte eben in diesen zwei Gruppen erzielt werden.

Von den österreichischen Gesamtexporten entfallen 31,6% auf Technologiebranchen. Im Export in die Schwerpunktländer ist dieser Anteil etwas höher. Überdurchschnittlich sind die Schwerpunktländer auch am Export von traditionellen Sachgütern beteiligt. Relativ gering ist der Anteil am Export der marketinggetriebenen Industrien.

Auf Produktebene entspricht die Marktstellung Österreichs im internationalen Wettbewerb nicht ganz den Erwartungen. Als hoch entwickeltes Industrieland sollte Österreich Wettbewerbsvorteile vor allem bei anspruchsvollen Produkten aufweisen. Tatsächlich erreicht Österreich aber die stärkste Position im Weltexport der Holzindustrie (Marktanteil 6%), der Papierindustrie und von Metallerzeugnissen (jeweils 3,3%) sowie der Glasindustrie (3%). In der Gliederung nach Faktorausstattung gehören diese Branchen zu den arbeitsintensiven Zweigen bzw. zu den traditionellen Sachgütern. Relativ erfolgreich sind Österreichs Exporteure auch in der Metallerzeugung sowie in den meisten Branchen der marketinggetriebenen Industrien. In den Technologiezweigen ist Österreich hingegen auf dem Weltmarkt mit Marktanteilen von 0,5% (Datenverarbeitung) bis 1,7% (Kraftwagen und -teile) nur schwach vertreten. Eher niedrig ist der Marktanteil auch beim sonstigen Fahrzeugbau. In den für den österreichischen Export wichtigsten Branchen, dem Maschinenbau (Marktanteil 2,2%), den Kraftfahrzeugen und der Chemie (1,3%), zeigt Österreich keine überdurchschnittliche Wettbewerbsstärke.

In Bezug auf die potentiellen Schwerpunktländer zeigt eine Analyse der standardisierten Marktanteilsindikatoren auf Branchenebene insgesamt eine überwiegend vorteilhafte Position bei den Technologiebranchen und den traditionellen Sachgütern. Dies kann in dem Sinn interpretiert werden, dass die Struktur der Exporte in die Schwerpunktländer im hohen Maß die Wettbewerbsvorteile Österreichs widerspiegelt und somit als "zukunftsorientiert" bezeichnet werden kann.

In den Schwerpunktländern in den Oststaaten werden im Technologiebereich - mit wenigen Ausnahmen - in den Branchen chemische Industrie, Datenverarbeitung, Fernseh- und Nachrichtentechnik sowie Messgeräte überdurchschnittliche Marktanteile erzielt. Lediglich bei Kraftwagen ist die Marktstellung im Osten etwas schwächer. Bei den traditionellen Sachgütern ist Österreich beim sonstigen Fahrzeugbau gut vertreten. In den marketinggetriebenen Industrien fällt die gute Position in der Ernährungsindustrie auf. Nicht

ganz so positiv ist die Branchenbilanz in den Industriestaaten in Übersee. In den technologiegetriebenen Industrien hat Österreich nur bei Messgeräten sowie Kraftwagen eine relativ gute Position, in den USA auch in der chemischen Industrie. Die besten Ergebnisse werden in der traditionellen Sachgüterproduktion erreicht. Gut vertreten ist Österreich auch bei Metallerzeugnissen. In den neuen Märkten sind erfolgreiche Exporteure auf vier Branchen konzentriert. Im Technologiebereich handelt es sich um Messgeräte und die chemische Industrie, bei den traditionellen Sachgütern um den Maschinenbau und die Glasindustrie. Hierzu kommen im Mittleren Osten bzw. in Nordafrika noch die Papier- und Kunststoffindustrie sowie in mehreren Ländern Südamerikas die Kraftwagenindustrie.

(7) In den neunziger Jahren haben die Exporteure die größten Erfolge in den marketinggetriebenen Industrien und den kapitalintensiven Zweigen erreicht, doch konnte auch im sonstigen Fahrzeugbau der Weltmarktanteil mehr als verdoppelt werden. In anderen Branchen der traditionellen Sachgüterproduktion konnte der Marktanteil nur etwa gehalten werden. In den Technologiebranchen gab es Erfolge in der Kraftwagenindustrie und der Datenverarbeitung.

In den Schwerpunktländern in Osteuropa erreichte Österreich die höchsten Gewinne bei den traditionellen Sachgütern. Auch in der Bekleidungs-, Leder- und Konsumwarenindustrie wurden überdurchschnittliche Erfolge erzielt. Weniger positiv war die Bilanz in den Technologiebranchen. In den traditionellen Märkten in Übersee konzentrierten sich die Gewinne auf die technologiegetriebenen Industrien: Kraftwagen, Messgeräte und Datenverarbeitung. Positiv ist die Bilanz in Bezug auf die neuen Märkte. Hier wurden in allen Technologiebranchen und in den meisten Zweigen der traditionellen Sachgüterproduktion gute Ergebnisse erreicht. Verluste mussten u. a. in der Nahrungsmittelindustrie und Metallerzeugung hingenommen werden.

Auch wenn es sich bei den potentiellen Schwerpunktländern um Länder handelt, die unter dem Aspekt einer hohen Strukturübereinstimmung mit Österreich ausgewählt wurden, sind die guten Ergebnisse im internationalen Vergleich überraschend und keineswegs trivial. Sie bestätigen die Hypothese, dass Österreich in den Schwerpunktländern Exportchancen hat. Dieses bemerkenswerte Ergebnis eines Strukturvergleichs scheint auch darauf hinzuweisen, dass die Übereinstimmung der bestehenden Außenhandelsstrukturen eine Erklärungsvariable für den Markterfolg sein könnte. Dabei kommt es offensichtlich nicht allein auf den Anteil moderner Waren im Exportangebot an.

(8) Unit Values ("Exportpreise") im Export bzw. deren Änderungen zeigen die "Qualität" der Exportwaren und die Marktstärke des Exportlandes an. Waren mit hohem Unit Value (Durchschnittswert) gelten als solche mit hoher Wertschöpfung bzw. mit Monopolcharakter.

Der Unit Value des österreichischen Exports belief sich Ende der neunziger Jahre auf 1,7 USD je kg. Mit diesem Wert erreicht Österreich im internationalen Vergleich ein gutes Ergebnis. Unter 23 OECD-Ländern liegt es an 6. Stelle.

Die Unit Values im österreichischen Export in die potentiellen Schwerpunktländer erreichen Werte zwischen 0,8 USD je kg und 9 USD je kg. In den entfernten Ländern werden durchwegs höhere Exportpreise als in den Nachbarstaaten realisiert. Die Exportpreise in den Industriestaaten in Übersee bewegen sich zwischen 5 USD je kg bis 6,6 USD je kg. Auch in den neuen Märkten werden - mit wenigen Ausnahmen - überdurchschnittliche Ergebnisse erreicht. In Osteuropa fallen hingegen insgesamt relativ niedrige Unit Values an. Die wichtigste Ursache dieser Differenz ist der hohe Anteil transportkostenintensiver Waren am Ostexport, z.T. aber auch das bisher etwas geringere Anspruchsniveau und die niedrige Kaufkraft dieser Länder. Leicht überdurchschnittliche Unit Values werden in Osteuropa nur in Ungarn und Polen erzielt.

(9) Im Lauf der neunziger Jahre sind die Unit Values im österreichischen Gesamtexport geringfügig (um 2,5%) zurückgegangen. In den meisten neuen Märkten und der OECD-Übersee sind die Exportpreise - z. T. kräftig - gestiegen. In den Oststaaten waren die Ergebnisse differenziert. In Ungarn nahmen die Unit Values um 61% zu, auch bei Exporten nach Slowenien und Kroatien haben sich die Exportpreise verbessert. In den anderen Schwerpunktländern in Osteuropa mussten Rückgänge von 5% bis 15% hingenommen werden.

(10) Die Preise im österreichischen Gesamtexport nach Branchen bewegen sich zwischen 65,2 USD je kg (Datenverarbeitung) bzw. 89,9 USD je kg (Messgeräte) und weniger als 0,5 USD je kg (Holz, Öl). In der Gliederung nach Faktorausstattung werden die höchsten Unit Values in den technologiegetriebenen Branchen sowie in der traditionellen Sachgüterproduktion erzielt.

In den traditionellen Märkten in Übersee werden in fast allen Branchen und Ländern überdurchschnittliche Werte erreicht. Die Unit Values sind in den meisten Fällen zwei- bis viermal höher als im Gesamtexport. Auch im Export in die neuen Märkte werden in den meisten Teilmärkten deutlich überdurchschnittliche Exportpreise realisiert, wobei es in Bezug auf die Faktorausstattung keine signifikanten Unterschiede gibt.

Weniger erfreulich sind die Ergebnisse in den Oststaaten. Mit wenigen Ausnahmen fallen in den Technologiebranchen Werte an, die unter dem Durchschnitt liegen. Bei den Messgeräten wird in Osteuropa z. B. nur etwa die Hälfte der Werte im Gesamtexport erreicht, bei Kraftfahrzeugen und in der Datenverarbeitung etwa 70%. In der Nahrungsmittelindustrie sind die relativen Unit Values in den wichtigsten Absatzländern (Ungarn, Tschechien) niedrig. Andererseits fallen im Osten in den meisten marketinggetriebenen, arbeits- und kapitalintensiven Industrien überdurchschnittliche Werte an.

(11) Die Entwicklung der Exportpreise im Gesamtexport zeigt in den neunziger Jahren nur relativ geringe Unterschiede zwischen den Branchen. In fünf Branchen sind die Unit Values gestiegen (am stärksten in der chemischen Industrie +17,8%). Drei dieser Branchen mit Preisanstieg zählen zum Technologiebereich. In 17 Branchen sind die Unit Values

zurückgegangen, in fünf Branchen – davon in vier Sektoren der marketinggetriebenen Industrien – belief sich der Rückgang auf mehr als 20%.

In Osteuropa konnten höhere Exportpreise in den marketinggetriebenen und arbeitsintensiven Industrien sowie auch in der Datenverarbeitung, bei Kraftwagen, im sonstigen Fahrzeugbau sowie in der Textilindustrie realisiert werden. In drei Technologiebranchen und in den meisten Zweigen der traditionellen Sachgüterproduktion mussten Preisrückgänge hingenommen werden. In den neuen und auch in den traditionellen Märkten in Übersee sind in den neunziger Jahren in den meisten Fällen die Unit Values überdurchschnittlich gestiegen.

(12) Die Untersuchung des österreichischen Exports in die potentiellen Schwerpunktländer zeigt, dass die Länderauswahl anhand der Indikatoren SÜI und NI insgesamt zufrieden stellende Ergebnisse liefert. Als besonders positiv ist die günstige Warenstruktur des österreichischen Exports zu bewerten. In Bezug auf die Marktstellung zeigen sich allerdings deutliche Schwächen in mehreren potentiellen Schwerpunktländern in Südamerika. Der österreichische Marktanteil ist deutlich kleiner als jener der vergleichbaren Konkurrenzländer, in den neunziger Jahren wurde Österreichs Position zumeist schwächer.

Ergebnisse der Unternehmensbefragung

(13) Im Kapitel 2 wurden mittels einer Unternehmensbefragung die wichtigsten Motive und Hindernisse bei der Erschließung neuer Märkte sowie die aus Sicht der Unternehmen besonders interessanten Märkte außerhalb Westeuropas identifiziert.

In einer Bewertung der Wichtigkeit einzelner Motive und Voraussetzungen für die Erschließung bzw. Intensivierung der Exporttätigkeit in Regionen außerhalb Westeuropas zeigt sich, dass den nachfragegeleiteten Motiven (rascheres Marktwachstum, Kompensation zur schwachen Nachfrage in der EU sowie neue Marktnischen) die größte Bedeutung zukommt. Ein weiteres wichtiges Motiv für einen relativ großen Anteil der antwortenden Unternehmen ist die Nutzung von "first-mover"-Vorteilen durch eine frühe Marktpräsenz. Dieses Motiv scheint insbesondere in der Kunststoffindustrie, chemischen Industrie, Holz-, Textil- und Bekleidungsindustrie sowie im Allgemeinen für exporterfahrenere Unternehmen eine Rolle zu spielen.

(14) In der Frage zu den wichtigsten Hindernissen wurden die Unternehmen aufgefordert, jeweils regionalspezifisch die Gründe zu nennen, die ausschlaggebend dafür sind, in einen für das Unternehmen grundsätzlich interessanten Markt nicht zu exportieren.

Insgesamt zeigt sich quer über alle Regionen eine häufigere Nennung der Hindernisse aus der Gruppe der strategischen und unternehmensspezifischen Hindernisse. Betrachtet man die Rangordnung der Hindernisse so stehen Transportkosten gemeinsam mit der Kleinheit des Unternehmens und den zu niedrigen Absatzpreisen meist unter den Hindernissen mit den drei höchsten Nennungen. Transportkosten spielen dabei die größte Rolle, vor allem natürlich in den geographisch weiter entfernten Ländern, aber auch für näher liegende Märkte in den

osteuropäischen Beitrittsländern und in Südosteuropa stellen Transportkosten offenbar eines der wichtigeren Hindernisse dar. Auf Branchenebene werden die Transportkosten vor allem in der Ernährungsindustrie, bei Holz, Papier, der Metall- und der Glasindustrie als größtes Hindernis gesehen.

Die Kleinheit des Unternehmens ist ein weiterer wichtiger Hindernisgrund insbesondere für Nordamerika sowie Australien und Japan, weniger für Unternehmen, die Interesse an Exporten in die osteuropäischen Beitrittsländer zeigen. Unter den Branchen sind dies die Ernährungs-, Papier-, Holz-, Glas-, Metall- und Konsumwarenindustrie.

Dass die erzielbaren Preise zu niedrig sind wird insbesondere von Unternehmen mit Interesse am osteuropäischen und südosteuropäischen Raum angegeben, aber auch für die restlichen Regionen. Das gilt quer über alle Branchen. Mit Ausnahme der OECD-Staaten in Übersee zählt dieses Hindernis zu den am häufigsten genannten Gründen nicht in einen Markt der Region zu exportieren.

Rechtsunsicherheit und Korruption, ein zu hohes Zahlungsausfallsrisiko und der Mangel an Ansprechpartnern im jeweiligen Land sind ebenfalls relativ häufig genannte Hindernisse quer über alle Regionen und folgen den drei wichtigsten Hindernissen. Das Zahlungsausfallsrisiko wird aber für die Region der osteuropäischen Beitrittskandidaten sowie für Südosteuropa, die GUS und Mittel- und Südamerika etwas stärker betont, die Rechtsunsicherheit und Korruption insbesondere für die europäische GUS. Der Mangel an Ansprechpartnern ist hingegen vor allem ein Hindernis für Exporte in die Gruppe der restlichen Fernostländer und nach Afrika.

Exportfinanzierungs- und -versicherungsaspekte spielen eine eher untergeordnete Rolle und werden am ehesten noch für die europäische GUS genannt.

Zu den restlichen Hindernissen mit einiger Bedeutung, die sich aber weiter hinten in der Rangfolge finden, zählt die Konzentration der Unternehmen auf EU-Märkte. Zu hohe Markteintrittskosten werden vor allem für die OECD-Märkte in Übersee sowie die Fernostländer betont. Sprachbarrieren sind für einige Unternehmen ein Exporthemmnis für Lieferungen in die Oststaaten sowie in den Nahen und Mittleren Osten, jedoch kaum ein Problem für die USA, Mittel- und Südamerika, Fernost oder auch Afrika. Die mangelnde Information über den Zielmarkt wird ebenfalls von einigen Unternehmen quer über alle Regionen genannt, etwas stärker für Länder außerhalb Osteuropas, wie auch eine mangelnde Akzeptanz der Produkte.

(15) Die Ergebnisse zu den Auswertungen der wichtigsten Hindernisse für Exporte in die einzelnen Regionen nach Unternehmensgröße zeigen, dass kleine Unternehmen vor allem den Mangel an Ansprechpartnern betonen, während größere die Gründung von Tochterunternehmen als Alternative zum Export vor allem in Osteuropa herausstreichen. Ein ähnliches Ergebnis liefert die Auswertung nach unterschiedlicher Exportererfahrung der Unternehmen. Unternehmen ohne jegliche Exportererfahrung betonen vor allem den Mangel an Ansprechpartnern, die Kleinheit des Unternehmens und das Zahlungsausfallsrisiko. Bei Unternehmen, die bisher nur in westeuropäische Länder exportiert haben, zählt die Kleinheit

der Unternehmen, die zu große Konkurrenz und zu hohe Markteintrittskosten zu den wichtigsten Hindernissen, letzteres vor allem in Bezug auf die vier OECD-Staaten in Übersee. Von Unternehmen, die bereits über Exportererfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas verfügen, werden die Transportkosten nur mehr in Märkte außerhalb der europäischen Oststaaten als das wichtigste Problem für Exporte gesehen, innerhalb der Oststaaten gewinnen Hemmnisse wie ein zu hohes Zahlungsausfallsrisiko, die Rechtsunsicherheit und sprachliche Barrieren eine größere Bedeutung. Innerhalb der Gruppe von Unternehmen, die über konkrete Exportererfahrung in die jeweilige Zielregion verfügen, fällt auf, dass Hindernisse für Exporte, die die Rahmenbedingungen in den Märkten selbst betreffen, an Wichtigkeit gewinnen sowie - für einige Regionen - Exportfinanzierungs- und -versicherungsaspekte in den Vordergrund rücken.

(16) Mit Hilfe des Fragebogens sind auch die aus Sicht der österreichischen Unternehmen besonders interessanten Märkte ermittelt worden. Ein Vergleich mit der Auswahl von Schwerpunktländern auf Grundlage des Nachfrageindex sowie des Strukturübereinstimmungsindex zeigt, dass insbesondere osteuropäische Schwerpunktländer auch von den Unternehmen als solche gewertet werden. Abweichungen gibt es innerhalb der Oststaaten in der Bewertung von Russland, der Ukraine, Rumänien sowie Estland und Litauen, die aus Unternehmenssicht besonders häufig als interessante Märkte genannt wurden. Darüber hinaus wird auch die Exportentwicklung von Unternehmen, die bereits in diese Märkte liefern, überwiegend positiv beurteilt. Im fernöstlichen Raum übt insbesondere China, als besonders dynamischer Markt, die größte Anziehungskraft auf einen Teil der österreichischen Exporteure aus.

Weit abgeschlagen sind in der Unternehmensbefragung die meisten südamerikanischen Länder, die aufgrund eines guten Nachfrageindex und Strukturübereinstimmungsindex prinzipiell auch gut für österreichische Exporte geeignet wären. Brasilien bildet eine Ausnahme und wird von den Ländern, für die es konkrete Erschließungspläne in naher Zukunft gibt, relativ häufig genannt. Kein Interesse zeigen die befragten Unternehmen insbesondere an Panama, El Salvador, Uruguay, Guatemala und Costa Rica, während zumindest einige Unternehmen Mexiko und Argentinien als besonders interessante Märkte sehen.

Ganz allgemein wird aber den weiter entfernten Ländern, mit Ausnahme von China und Brasilien, im Durchschnitt aller antwortenden Unternehmen weniger Interesse geschenkt, als Ländern in geographischer Nähe, die überdies auch eine Perspektive für einen EU-Beitritt oder Assoziation haben. Dabei muss auch beachtet werden, dass die Antworten der Unternehmen der Tendenz nach eher konservativ ausfallen, d. h. es werden jene Länder noch stärker betont, die man als eher traditionelle Exportmärkte einstufen kann, von denen man über mehr Informationen verfügt und für die es in der Vergangenheit auch auf wirtschaftspolitischer Ebene gezielte Initiativen zur Förderung der Wirtschaftsbeziehungen gab. Unter den "neuen" und schwierigeren Märkten zeigt sich aus den Antworten zu konkreten Exportplänen in der nahen Zukunft sowie zu den interessanten Märkten allgemein,

dass (außer China und Brasilien) eine relativ große Zahl von Unternehmen Interesse für die Märkte der dynamischen Fernostländer sowie für Indien, Südafrika, Mexiko und Argentinien betont. Indien, Südafrika und die dynamischen Fernostländer wurden auf Grundlage des Nachfrage- und Strukturübereinstimmungsindex nicht als Schwerpunktländer identifiziert.

Auf Branchenebene zeigt sich am ehesten in der chemischen Industrie, Kunststoffindustrie und Elektro- und Nachrichtentechnik Interesse an Märkten außerhalb Osteuropas.

(17) Eine Auswertung der Antworten nach Unternehmensgröße ergibt nur bei den größten der Unternehmen eine stärkere Ausrichtung des Interesses auf neue, weiter entfernte Märkte und damit eine größere Bereitschaft zur Überwindung größerer Handelsdistanzen. Bei Unternehmen mit über 500 Beschäftigten stehen bei den Exportplänen die USA und China an vorderster Stelle, danach folgen einige Oststaaten, aber auch Mexiko und die dynamischen Länder in Fernost. Auch als interessante Märkte, für die es noch keine konkreten Erschließungspläne gibt, haben neben Kanada, Japan und China auch weniger traditionelle Märkte wie Brasilien und Indien eine Bedeutung.

Bei den übrigen Unternehmensgrößenklassen zeigt sich eine starke Fokussierung auf die Nachbarstaaten im Osten und auf Kroatien und mit dem Steigen der Unternehmensgröße auch auf Russland und China.

(18) Wird die Exporterfahrung, gemessen am Grad der Exportverflechtung mit Regionen außerhalb Westeuropas, als Unterscheidungskriterium herangezogen, zeigt sich in etwa das gleiche Bild wie bei der Auswertung nach Unternehmensgrößen. Unternehmen mit größerer Erfahrung zeigen größeres Interesse auch an weiter entfernten Exportmärkten.

Unternehmen, die bisher nur nach Westeuropa geliefert haben, geben vorwiegend Erschließungspläne für die Nachbarstaaten im Osten und für Kroatien an, diese Märkte bleiben auch die wichtigsten Ziele für Exporteure mit geringer Außenhandelsverflechtung. In der Auswertung nach interessanten Märkten wird von den Unternehmen ohne Exporterfahrung von allen Ungarn als besonders interessanter Markt angegeben.

Gravitationsansatz und Exportpotentiale

(19) Die potentiell interessanten Exportmärkte (Schwerpunktländer) wurden in Kapitel 1 auf Grundlage einer Kombination von zwei Indikatoren, des Nachfrageindex (NI) und des Strukturübereinstimmungsindex (SÜI) ausgewählt. Die Auswahl der Länder erfolgte dabei ohne Rücksicht auf sonstige Einflussfaktoren, die sich auf das Zielland selbst (geographische Distanz, Zollregimes usw.) oder auf die österreichischen Unternehmen (kleinbetriebliche Struktur usw.), beziehen können. Das Kapitel 3 versucht all diese Komponenten gleichzeitig zu berücksichtigen und mittels panelökonometrischer Methoden ein Erklärungsmuster für den österreichischen Export zu schätzen. Dazu wurde ein Modell spezifiziert, das alle möglichen Einflussfaktoren zusammenfasst und deren Effekte bei einer Schätzung des Exportvolumens miteinbezieht. Dies wurde aufgrund eines Gravitationsmodells mit fixen Importlandeffekten

auf aggregierte Ebene sowie auf Branchenebene versucht. Diese fixen Importlandeffekte messen alle länderspezifischen Eigenschaften, die Einfluss auf das Exportvolumen ausüben können, wie die geographische Distanz, gemeinsame Grenzen, kulturelle Ähnlichkeit, historische Beziehungen, auch länderspezifische Zollregime sowie auch alle unbeobachtbaren Faktoren. Wie gut österreichische Unternehmen die Möglichkeiten auf florierenden Zielmärkten nutzen können bzw. überhaupt Exportaktivitäten entfalten, ist nicht zuletzt eine Frage persönlicher Initiative und Beziehungen. Ein Modell mit Ländereffekten erfasst alle beobachtbaren und unbeobachtbaren Unterschiede zwischen den Importländern und berücksichtigt sie bei der Schätzung des Exportvolumens.

Unter Verwendung der geschätzten Koeffizienten aus diesem Gravitationsmodell und auf Grundlage der mittelfristigen Wachstumsprognosen internationaler Organisationen wurden für einzelne ausgewählte Länder Exportpotentiale für die österreichische Industrie bis 2008 berechnet. Mangels verfügbarer einheitlicher Wachstumsprognosen für die Gesamtzahl der in die Analyse eingeschlossenen Länder musste die Schätzung der Exportpotentiale auf eine Auswahl von Ländern beschränkt bleiben. Es sind dies zum einen die in Kapitel 1 aufgrund des Nachfrage- und Strukturübereinstimmungsindex ausgewählten 26 Schwerpunktländer sowie zusätzlich jene Länder, die in der Unternehmensbefragung als interessante Märkte gesehen wurden (Russland, die Ukraine, Rumänien, China, Indien, Südafrika, Südkorea, Taiwan, Singapur). Zusätzlich wurden Exportpotentiale für alle osteuropäischen Staaten berechnet. Aber auch für diese ausgewählten Länder sind die Wachstumsprognosen zum Teil mit großen Unsicherheiten verbunden. Die auf Grundlage dieser Prognosen ermittelten Wachstumspotentiale für österreichische Exporte sind daher immer unter diesem Gesichtspunkt zu interpretieren.

(20) Die Ergebnisse auf Basis der Wachstumsszenarien für die erwähnten Länder zeigen vor allem die Dominanz osteuropäischer Länder, die aufgrund ihrer Nähe zu Österreich und den Perspektiven eines baldigen EU-Beitritts oder der Assoziation über besonders gute Aussichten für die Wirtschaftsentwicklung und den Aufholprozess haben. Die Berechnung des Nachfrageindex in Kapitel 1 orientierte sich an der wirtschaftlichen Entwicklung der neunziger Jahre, die insbesondere bei vielen der südosteuropäischen Länder diese zusätzlich zu erwartende Dynamik nicht korrekt widerspiegelt. In den Ergebnissen führen Ungarn, die Slowakei sowie Tschechien die Liste unter den bisher ausgewählten Schwerpunktländern an. Serbien-Montenegro, Russland und Litauen zeigen dabei neben Ungarn die höchsten Wachstumspotentiale für Exporte auf aggregierter Ebene und in nahezu allen Branchen. Zu den Branchen, in denen das nicht zutrifft, zählen die Kunststoffindustrie, Elektrotechnik, die Elektro- sowie die Kraftwagenindustrie. Die Berechnungen auf disaggregierter Ebene ergeben jedoch für einzelne Branchen weitere interessante Märkte. So sind vor allem Bosnien-Herzegowina und Albanien zu den drei Märkten mit den höchsten Wachstumspotentialen in der Kunststoffindustrie, der Elektroindustrie sowie in den Bereichen Büromaschinen und Elektrotechnik, Nachrichtentechnik, Medizin- und Messgeräten und

Kraftwagen zu zählen. Estland fällt in den Branchen Leder, Druck, Glas und Metallerzeugung ins Auge.

Außerhalb Westeuropas kommt in den meisten Fällen nur China in die Nähe der osteuropäischen Staaten, gefolgt von der Türkei und Vietnam. Zu den Branchen bei denen die Dominanz Osteuropas weniger stark ausgeprägt ist und sich daher auch interessante mittelfristige Wachstumsmärkte für österreichische Lieferungen außerhalb Osteuropas ergeben könnten, zählen die Kunststoffindustrie, Büromaschinen und Elektrotechnik, Elektroindustrie, Fernseh- und Nachrichtentechnik, Messgeräte sowie Kraftwagen. Das zeigt sich insbesondere für Guatemala und Jordanien, die die kräftigsten Wachstumseffekte aufweisen, aber auch für Indien, El Salvador und Vietnam, weniger eindeutig für Peru, Mexiko und Australien. In Guatemala, Peru, Indien und Vietnam ergibt die Projektion neben den erwähnten Branchen noch gute Wachstumsaussichten für den Maschinenbau. In Vietnam kommt noch die Holz- und Chemieindustrie sowie der sonstige Fahrzeugbau und die Konsumwarenindustrie hinzu. Ein zu den übrigen südostasiatischen Ländern abweichendes Branchenprofil in den Wachstumsaussichten ergibt sich für Südkorea, das in der Ernährungs-, Bekleidungs-, Leder-, Papier-, Druck-, Glas- und Metallindustrie zu den Märkten mit dem besten Potential außerhalb der osteuropäischen Staaten zählt.

(21) Die Schätzung der Gravitationsgleichung auf disaggregierter Ebene ermöglicht jedoch auch jene Branchen für jedes Land zu ermitteln, für die eine Veränderung der exogenen Variablen des Modells (BIP und Bevölkerung) – jedoch unabhängig von den jeweiligen konkreten Prognosen für das BIP und die Bevölkerung - die stärksten Effekte für österreichische Exporte auslösen. Daraus wird ersichtlich, für welche Branchen je Land die größten Exporteffekte einer beliebigen positiven Veränderung des Pro-Kopf-Einkommens und der Bevölkerung zu erwarten sind. Grundsätzlich zeigt sich, dass zu diesen Branchen der sonstige Fahrzeugbau, die Elektroindustrie sowie die Bereiche Nachrichtentechnik, Kraftwagen, Holz, Messgeräte und teilweise Textil und Kunststoffe zählen. Für Osteuropa, mit Ausnahme der Balkanländer (Bosnien-Herzegowina, Albanien, Serbien-Montenegro, Mazedonien), zeigt sich dabei ein zu den anderen Ländern unterschiedliches Branchenmuster, denn hier zählt der Metallbereich sowie die Mineralölverarbeitung zu den Bereichen mit den stärksten Effekten einer Veränderung der exogenen Variablen des Modells. Produkte aus dem sonstigen Fahrzeugbau und der Nachrichtentechnik zählen in allen betrachteten Ländern zu den Branchen mit den kräftigsten Wachstumseffekten sowie Holz, Produkte aus der Elektroindustrie und Kraftwagen. Letztere mit Ausnahme Osteuropas, Chinas, Südkoreas, Serbien-Montenegros und Mazedoniens. Die Textilindustrie zeigt die größten Wachstumseffekte in Osteuropa inklusive der Balkanländer, China, Südkorea sowie Südafrika. Für die Branchen Messgeräte sowie Maschinenbau zeigt sich dies in allen Ländern außerhalb Osteuropas.

Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen

In dieser Studie wurden die Möglichkeiten untersucht, durch intensive Bearbeitung und Erschließung ausgewählter regionaler Märkte das österreichische Exportpotential besser auszunützen. Diesem Ansatz liegt die Überlegung zugrunde, dass durch eine Bündelung des österreichischen Angebots und Konzentration auf Erfolg versprechende Märkte Synergieeffekte beim Einsatz der verschiedenen Formen und Instrumente der Marktbearbeitung sowie eine kritische Masse der Marktdurchdringung bewirkt werden können. Diese Strategie soll auf kurze und mittlere Sicht positive Auswirkungen zeigen. Angesichts der begrenzten Ressourcen der österreichischen Wirtschaft sollte die Zahl der ausgewählten Schwerpunktmärkte nicht allzu groß sein. Da die jeweiligen Instrumente der Exportförderung in die Zuständigkeit mehrerer Behörden und Institutionen fallen, ist es notwendig, dass die Schwerpunktsetzung mit allen involvierten Institutionen und Fördereinrichtungen koordiniert und abgestimmt wird. Diese Koordinierungsfunktion könnte von einer der bestehenden Institutionen übernommen werden, die die existierenden Instrumente und Einrichtungen im Bereich der Exportförderung bündelt und in manchen Bereichen (Erfolgskontrollen, Marktinformation, Aufklärung über Initiativen und Programme der EU) ergänzt.

Als Schwerpunktländer eignen sich für den österreichischen Export insbesondere die osteuropäischen Länder. Die Analyse des Nachfrageindex und der Strukturübereinstimmung zeigt, dass sich insgesamt acht Länder dieser Region (Ungarn, Slowenien, Kroatien, die Slowakei, Tschechien, Mazedonien, Polen und Lettland) als Schwerpunktmärkte eignen. Von diesen acht werden für Ungarn, Tschechien und die Slowakei die höchsten Wachstumspotentiale prognostiziert. Zusätzlich sollten, aufgrund der Ergebnisse der Unternehmensbefragung und/oder aufgrund der guten Wachstumsaussichten, Russland, Litauen sowie für einige Branchen (Leder-, Druck-, Glasindustrie und Metallherzeugung) auch Estland zur Liste möglicher Schwerpunktländer gezählt werden. Mit Serbien-Montenegro, Albanien, Bosnien-Herzegowina und Kroatien ergibt sich auch am westlichen Balkan die Möglichkeit einer regionalen Schwerpunktsetzung (vgl. auch *Falk – Url, 2003*).

Von den ursprünglich 15 ausgewählten Schwerpunktländern in den neuen Märkten eignen sich insbesondere China und Vietnam, sowie – für ausgewählte Branchen - Indien und Südkorea als Schwerpunktmärkte. Auch die Türkei und Jordanien werden in den jeweiligen Teilanalysen gut bewertet, ebenso wie Südafrika. In der Region Nordafrika eignet sich insbesondere Algerien als Schwerpunktländer, dies besonders für die Branchen Kunststoffe, Elektrotechnik, Nachrichtentechnik und Fahrzeuge.

In Bezug auf die Marktstellung, aber auch aus den Ergebnissen der Umfrage und der Gravitätsschätzung zeigen sich deutliche Schwächen in mehreren der ursprünglich ausgewählten Schwerpunktländer in Südamerika. Der österreichische Marktanteil ist deutlich

kleiner als jener der vergleichbaren Konkurrenzländer, in den neunziger Jahren wurde Österreichs Position zumeist schwächer. Angesichts der beschränkten Ressourcen für die Markterschließung liegt es daher nahe, aus der Liste der potentiellen Schwerpunktländer Uruguay, Chile, Costa Rica, und Panama zu streichen. Die Märkte Brasilien und Argentinien sind die bisher wichtigsten Märkte der österreichischen Industrie in dieser Region und werden in der Umfrage gut bewertet. Insbesondere Guatemala, aber auch Peru und Mexiko zeigen für einige Branchen (Kunststoffindustrie, Büromaschinen und Elektrotechnik, Elektroindustrie, Fernseh- und Nachrichtentechnik, Medizin-, Messgeräte und Optik sowie Kraftwagen) relativ hohe Wachstumspotentiale, auch die Marktanteilsanalyse zeigt deutliche Positionsgewinne österreichischer Unternehmen für diese Länder in diesen Bereichen.

Daneben bleibt aber auch das Engagement in den traditionellen Märkten in Übersee interessant und wichtig. Trotz schwächeren Wachstums geht es dort um größere Absatzvolumina. Als Schwerpunktländer wurden dabei die USA, Kanada und Australien ausgewählt, wobei Australien von diesen drei Ländern die jeweils höchsten Wachstumspotentiale ausweist. Die USA sind aber insbesondere auch aufgrund der Tatsache, dass sie in vielen Bereichen eine technologische Führerschaft innehat bzw. als "Trendsetter" angesehen werden kann, ein besonders wichtiger Markt: Unternehmen, die auf diesen Märkten präsent sind, verfügen über einen Informationsvorsprung, den sie auch auf anderen Märkten nützen können.

Als Schwierigkeiten für den österreichischen Export wurden laut Umfrage am häufigsten die Transportkosten, die Kleinheit des Unternehmens, zu niedrige Absatzpreise, die Rechtsunsicherheit, ein zu hohes Zahlungsausfallrisiko und der Mangel an Ansprechpartnern sowie teilweise die mangelnde Information über den Zielmarkt betont. In Bezug auf die OECD-Märkte in Übersee und die Fernostländer wurden auch die zu hohen Markteintrittskosten hervorgehoben.

Die Wirtschaftspolitik kann hier vor allem bei den Hindernissen Zahlungsausfall, Rechtsunsicherheit, Markteintrittskosten sowie Ansprechpartner und Marktinformation ansetzen. Eine besondere Rolle kommt in diesem Zusammenhang der Bereitstellung von Exportgarantien sowie für einige der genannten Schwerpunktländer der Vergabe von Soft Loans zu. Untersuchungen zeigen die Wirksamkeit dieser Fördermittel auf Warenexporte. Sie ermöglichen die Erschließung zukunftssträchtiger Märkte und erleichtern die künftige Exporttätigkeit (siehe dazu Falk – Url, 2003).

Durch die Teilnahme an der Gemeinsamen Handelspolitik der EU ist die eigene Gestaltung der traditionellen Exportförderungsinstrumente allerdings eingeschränkt. So darf eine Exportförderung zu keiner Wettbewerbsverzerrung zwischen Unternehmen aus Österreich und der EU führen, sie muss sich an die Vorgaben der Union halten. Unter diesem Aspekt steht die Bereitstellung von Marktinformationen im Vordergrund. Zu den in Frage kommenden Maßnahmen der Wirtschaftspolitik zur Unterstützung des Exports zählen u. a. eine intensive Teilnahme Österreichs an Messen und Ausstellungen, die Förderung von Niederlassungen

österreichischer Unternehmen, Informationskampagnen über Österreich und über das Schwerpunktland, Einladungen von Vertretern wichtiger Medien, der Ausbau kultureller Kontakte, Reisediplomatie und in manchen Fällen auch der gezielte Einsatz der Entwicklungshilfe.

Die Förderung der Wirtschaftsbeziehungen nicht nur mit den Oststaaten, sondern auch mit Fernost, Lateinamerika und Nordafrika wird auch auf Ebene der Europäischen Union vorangetrieben. Die EU hat in diesem Zusammenhang sowohl im Handel und bei Beteiligungen als auch in verschiedenen vorgelagerten Bereichen (technologische Zusammenarbeit, Information usw.) zahlreiche Initiativen entwickelt, die auch von der österreichischen Wirtschaft in Anspruch genommen werden sollten. Österreichs Exporteure sollten auf diese Möglichkeiten aufmerksam gemacht werden.

Um die spezifischen Nachteile von Klein- und Mittelbetrieben bei der Erschließung neuer Märkte abzubauen, sollten die unterschiedlichen Instrumente der Exportförderung vor allem auch auf KMUs ausgerichtet sein. Neben intensiven Informationskampagnen und einer Hilfestellung beim Auffinden von Marktnischen kommt auch der Förderung exportorientierter Joint Ventures oder von Exportkonsortien Bedeutung zu. Das Wachstumspotential in den angrenzenden Märkten in Osteuropa ist dabei eine besondere Chance für kleine Unternehmen und exportunerfahrene Unternehmen, weil die psychologischen Barrieren für diese nahe gelegenen Märkte leichter überwunden werden.

Eine Maßnahme zur Überwindung der Transportkosten kann in manchen Fällen die Gründung von Joint Ventures oder Tochtergesellschaften vor Ort ("horizontale Direktinvestition") sein. Diese Möglichkeit wird aber eher von größeren Unternehmen in Anspruch genommen werden und nur für Märkte interessant sein, die als relativ sicher gelten. Auch Niederlassungen im Auslandsmarkt zu reinen Vertriebs- oder Servicezwecken können die Exportchancen nachhaltig sichern helfen. Den Beteiligungsgarantien, in denen Haftungen für ausländische Direktinvestitionen übernommen werden, kommt hier eine besondere Rolle zu. Eine Senkung der Transportkosten gegenüber vielen der angrenzenden osteuropäischen Länder kann aber auch durch die Verbesserung der Straßen- und Schienenanbindung bewerkstelligt werden.

Diese direkten, absatzgerichteten Instrumente der Exportförderung sollten aber zur Erreichung einer dauerhaften Marktstellung durch Maßnahmen in anderen Politikfeldern (z. B. Bildung, Forschung) ergänzt werden, die die internationale Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Unternehmen verbessern und Rahmenbedingungen schaffen, die die Exportstruktur noch mehr der Nachfragestruktur rasch wachsender Märkte anpasst.

Literaturhinweise

- Baldwin, R. E., *Towards an Integrated Europe*, Centre for Economic Policy Research (CEPR), London, 1994.
- Baltagi, B. H., *Econometric Analysis of Panel Data*, Chichester, 1996.
- Bergstrand, J. H., "The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence", *The Review of Economics and Statistics*, 1985, 67(3), S.474-481.
- Bergstrand, J. H., "The Generalized Gravity Equation, Monopolistic Competition, and the Factor-Proportions Theory in International Trade", *The Review of Economics and Statistics*, 1989, 71(1), S. 143-153.
- Breuss, F., Egger, P., "How Reliable are Estimations of East-West Trade Potentials based on Cross-Section Gravity Analyses?", *Empirica*, 1999, 26(6), S. 81-94.
- Breuss, F., Egger, P., Stankovsky, J., *Die Übereinstimmung der österreichischen Exportstruktur mit der Dynamik der Exportmärkte*, WIFO, Wien, 1997.
- Egger, P., "The potential for trade between Austria and five CEE countries", *Austrian Economic Quarterly*, 1999, 4(1), S. 55-63.
- Egger, P. (2001A). "European Exports and Outward Foreign Direct Investment: A Dynamic Panel Data Approach", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 2001, 137(3).
- Egger, P. (2001B), "A note on the proper specification of the gravity equation", *Economic Letters*, 2001, 66(1), S. 25-31.
- Falk, R., Url, T., *Die Rolle von Soft Loans in der Außenhandelsförderung und wirtschaftsnahe Entwicklungszusammenarbeit*, Studie im Auftrag der Oesterreichischen Kontrollbank, Wien, 2003.
- Gros, D., Gonciarz, A., "A note on the Trade Potential of Central and Eastern Europe", *European Journal of Political Economy*, 1996, (12), S. 709-721.
- Hahn, F., "Zur Messung des Strukturwandels", in Stankovsky, J., *Regionale Schwerpunkte des österreichischen Exports*, WIFO, 1988.
- Hamilton, C. B., Winters, L. A., "Opening up International Trade with Eastern Europe", *Economic Policy*, 2002, (14), S. 77-116.
- Helpman, E., "Imperfect Competition and International Trade: Evidence from Fourteen Industrial Countries", *Journal of the Japanese and International Economies*, 1987, (1), S. 62-81.
- Helpman, E., Krugman, P. R., *Market Structure and Foreign Trade. Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, The MIT Press, Cambridge, Mass.-London, 1985.
- Hummels, D., Levinsohn, J., "Monopolistic Competition and International Trade: Reconsidering the Evidence", *Quarterly Journal of Economics*, 1995, 110(3), S. 799-836.
- Linnemann, H., *An Econometric Study of International Trade Flows*, North-Holland Publishing Company, Amsterdam, 1966.
- Mátyás, L., "Proper Econometric Specification of the Gravity Model", *World Economy*, 1997, 20(3), S. 363-368.
- Peneder, M., *Entrepreneurial Competition and Industrial Location*, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2001.
- Schumacher, D., *Perspektiven des Außenhandels zwischen West- und Osteuropa: Ein disaggregierter Gravitationsansatz*, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, 1997.
- Stankovsky, J., "Regionale Schwerpunkte der österreichischen Exporte", *WIFO-Monatsberichte*, 1988, 61(9).
- Stankovsky, J., Wolfmayr-Schnitzer, Y., *Der österreichische Außenhandel*, Das Jahrbuch 1996, Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (Hrsg), Wien, 1996.
- Tinbergen, J., *Shaping the World Economy. Suggestions for an International Economic Policy*, New York, 1962.
- Url, T., *Schwerpunktländer im österreichischen Export*, WIFO, November 1991.
- Wang, Z. K., Winters, L. A., "The trading Potential of Eastern Europe", *CEPR Discussion Paper Series*, 1991, (610).

Statistischer Anhang

Übersicht A1.1: Der Nachfrageindex und seine Komponenten - Basiswerte

	Basiswerte						
	Absolut 2000			Bevölkerung Mio. Personen	Veränderungen ø93/00		
BIP real Mio. USD	BIP real/Kopf USD	Warenimp. Mio. USD	BIP real pro Kopf		BIP real pro Kopf	Waren- u. Dienstleist.- import	
USA	9.008.507	31.996	1.257.636	282	4,1	2,8	11,5
China	1.040.312	824	225.097	1.262	8,4	7,4	10,4
Indien	466.682	459	50.455	1.016	6,0	4,1	5,9
Japan	5.687.635	44.830	379.511	127	1,1	0,8	3,7
Vietnam	27.934	356	15.635	79	6,4	4,9	21,2
Dom. Rep.	17.264	2.062	9.800	8	7,2	5,4	8,9
Singapur	113.426	28.230	134.545	4	6,3	3,8	3,7
Schweiz	335.570	46.737	83.584	7	1,8	1,4	7,7
Taiwan	352.258	15.921	140.011	22	5,7	4,8	8,3
Norwegen	170.452	37.954	34.408	4	2,8	2,1	4,2
Polen	163.236	4.223	48.940	39	4,9	4,8	9,8
Südkorea	617.513	13.062	160.481	47	5,0	4,0	8,9
Armenien	3.711	976	882	4	5,5	5,3	0,3
Ungarn	54.371	5.425	32.080	10	4,1	4,5	15,8
Slowenien	23.177	11.659	10.124	2	4,5	4,4	8,5
Kanada	693.149	22.541	244.786	31	3,9	3,0	7,4
Australien	457.255	23.838	71.531	19	4,0	2,8	6,6
Sri Lanka	16.658	860	6.823	19	5,1	3,7	9,4
Lettland	6.160	2.597	3.184	2	3,5	4,9	9,2
Albanien	3.068	899	1.080	3	4,9	4,0	6,6
Estland	6.066	4.431	4.253	1	3,5	5,0	6,0
Mexiko	374.141	3.819	182.635	98	4,4	2,8	15,5
Turkmenistan	7.157	1.377	1.788	5	5,8	2,8	6,9
Costa Rica	14.908	3.912	6.372	4	5,4	3,2	6,4
Tunesien	23.623	2.470	8.560	10	5,0	3,6	5,1
Ägypten	78.422	1.226	14.010	64	5,3	3,3	3,6
Israel	106.383	17.067	38.130	6	4,2	1,8	8,7
Slowakei	22.471	4.160	12.777	5	3,7	3,5	7,8
Hongkong	164.610	24.218	214.200	7	3,2	1,4	4,8
Aserbaidshon	4.071	506	1.172	8	4,4	3,4	1,3
Chile	81.445	5.354	18.070	15	4,2	2,8	4,1
Kroatien	22.538	5.146	7.887	4	3,2	4,2	-1,2
Mazedonien	5.138	2.530	2.220	2	2,8	2,1	12,1
Weißrussland	27.618	2.760	8.646	10	3,3	3,7	-2,2

Übersicht A1.1/Fortsetzung

	Basiswerte						
	Absolut 2000			Bevölkerung Mio. Personen	Veränderungen ø93/00		
	BIP real Mio. USD	BIP real/Kopf USD	Warenimp. Mio. USD		BIP real pro Kopf	BIP real pro Kopf	Waren- u. Dienstleist.- import
Malaysia	111.617	4.797	82.210	23	4,1	1,7	5,0
Neuseeland	67.222	17.548	13.906	4	2,6	1,8	5,4
Guatemala	17.742	1.558	4.770	11	4,1	1,3	7,8
El Salvador	10.995	1.752	4.888	6	3,4	1,4	10,4
Bahrain	7.227	10.459	4.612	1	4,2	0,5	3,6
Marokko	39.324	1.370	11.484	29	2,9	1,2	8,6
Panama	9.365	3.279	3.379	3	3,2	1,5	4,6
Bulgarien	12.277	1.503	6.440	8	1,7	2,2	6,7
Algerien	48.819	1.606	9.152	30	3,1	1,4	3,4
Brasilien	788.024	4.624	58.532	170	2,5	1,1	6,3
Syrien	13.578	839	3.860	16	3,6	0,9	2,3
Türkei	204.651	3.134	53.499	65	2,2	0,7	9,7
Peru	60.774	2.368	8.797	26	3,1	1,3	2,0
Tschechien	54.561	5.311	32.183	10	1,2	1,3	11,3
Jordanien	7.899	1.616	4.539	5	3,5	0,3	2,6
Oman	16.240	6.781	5.040	2	3,1	0,8	1,6
Nigeria	105.800	918	12.910	115	2,9	-0,2	7,7
Pakistan	71.278	516	11.048	138	3,5	1,0	-3,0
Philippinen	88.232	1.167	33.808	76	3,1	1,0	-0,1
Iran	104.986	1.649	15.220	64	3,2	1,7	-6,6
Litauen	7.597	2.056	5.457	4	1,5	1,6	2,4
Südafrika	170.568	3.985	29.695	43	2,3	0,5	3,5
Bosnien-Herzegowina	6.068	1.525	2.709	4	3,7	-1,2	-0,9
Honduras	4.563	711	2.885	6	2,2	-0,5	5,2
Libanon	12.511	2.891	6.228	4	2,6	1,0	-5,9
Uruguay	20.405	6.115	3.466	3	1,3	0,5	2,9
Argentinien	293.770	7.933	25.149	37	1,2	-0,1	2,5
Usbekistan	12.007	485	2.956	25	2,8	1,1	-12,8
Thailand	170.338	2.805	61.924	61	0,9	0,2	2,5
VAE	45.398	16.666	31.930	3	0,8	-3,0	4,8
Kasachstan	22.487	1.512	5.051	15	0,8	1,9	-6,8
Kuwait	27.560	13.888	7.622	2	1,9	-1,9	-0,6
Rumänien	32.748	1.460	13.055	22	-0,7	-0,5	11,3
Saudi-Arabien	139.438	6.729	30.300	21	1,6	-1,0	1,4
Georgien	2.505	499	704	5	-0,6	1,3	1,2
Kirgisien	4.350	885	554	5	1,6	0,1	-6,3
Russland	357.322	2.455	45.500	146	0,4	0,7	-5,9
Kolumbien	96.864	2.290	11.539	42	1,0	-0,8	-2,9

Übersicht A1.1/Fortsetzung

	Basiswerte						
	Absolut 2000				Veränderungen ø93/00		
	BIP real Mio. USD	BIP real/Kopf USD	Warenimp. Mio. USD	Bevölkerung Mio. Personen	BIP real pro Kopf	BIP real pro Kopf	Waren- u. Dienstleist.- import
Venezuela	79.772	3.300	16.085	24	-0,1	-2,1	4,0
Jamaika	4.701	1.785	3.216	3	-0,1	-1,1	-0,3
Tadschikistan	2.381	386	675	6	-0,1	-1,2	0,1
Indonesien	209.098	994	33.515	210	0,0	-1,6	-5,1
Paraguay	9.344	1.700	2.193	5	0,8	-1,8	-9,7
Ecuador	18.021	1.425	3.465	13	-0,2	-2,2	-4,8
Serbien-Montenegro	13.187	1.240	3.270	11	-3,4	-3,5	4,6
Ukraine	44.352	896	13.956	50	-3,1	-2,3	-1,1
Moldawien	2.722	636	776	4	-5,0	-4,8	-1,6

Q: IMF, World Bank, WIW, OECD.

Übersicht A1.2: Der Nachfrageindex und seine Komponenten - Standardisierte Werte

	Standardisierte Werte							Nach- frage- index
	Absolut 2000				Veränderung ø93/00			
	BIP real pro Kopf	BIP real pro Kopf	Waren- importe	Bevöl- kerung	BIP real pro Kopf	BIP real pro Kopf	Waren- u. Dienstleist.- import	
USA	1,0000	0,6838	1,0000	0,2228	0,6785	0,6250	0,9199	2,053
China	0,1154	0,0152	0,1789	1,0000	1,0000	1,0000	0,9108	1,969
Indien	0,0517	0,0074	0,0400	0,8047	0,8172	0,7281	0,8735	1,616
Japan	0,6313	0,9591	0,3017	0,1003	0,4515	0,4593	0,8559	1,602
Vietnam	0,0030	0,0051	0,0123	0,0620	0,8508	0,7923	1,0000	1,535
Dom. Rep.	0,0018	0,0417	0,0077	0,0064	0,9044	0,8308	0,8988	1,522
Singapur	0,0125	0,6030	0,1069	0,0030	0,8398	0,7040	0,8560	1,520
Schweiz	0,0372	1,0000	0,0664	0,0055	0,5089	0,5036	0,8886	1,519
Taiwan	0,0390	0,3390	0,1112	0,0173	0,7941	0,7822	0,8935	1,473
Norwegen	0,0189	0,8116	0,0272	0,0033	0,5776	0,5661	0,8602	1,433
Polen	0,0181	0,0881	0,0388	0,0304	0,7354	0,7878	0,9060	1,412
Südkorea	0,0685	0,2777	0,1275	0,0372	0,7428	0,7167	0,8990	1,405
Armenien	0,0003	0,0184	0,0006	0,0028	0,7802	0,8219	0,8277	1,403
Ungarn	0,0060	0,1139	0,0254	0,0077	0,6758	0,7603	0,9554	1,400
Slowenien	0,0025	0,2476	0,0079	0,0014	0,7060	0,7504	0,8949	1,387
Kanada	0,0769	0,4810	0,1945	0,0241	0,6620	0,6359	0,8861	1,380

Übersicht A1.2/Fortsetzung

	Standardisierte Werte							Nachfrageindex
	Absolut 2000				Veränderung ø93/00			
	BIP real	BIP real pro Kopf	Warenimporte	Bevölkerung	BIP real pro Kopf	BIP real	Waren- u. Dienstleist.-import	
Australien	0,0507	0,5088	0,0568	0,0150	0,6698	0,6205	0,8794	1,368
Sri Lanka	0,0018	0,0160	0,0053	0,0151	0,7514	0,6918	0,9027	1,363
Lettland	0,0006	0,0532	0,0024	0,0017	0,6359	0,7906	0,9007	1,358
Albanien	0,0003	0,0168	0,0007	0,0025	0,7360	0,7189	0,8794	1,354
Estland	0,0006	0,0926	0,0033	0,0009	0,6357	0,8030	0,8749	1,350
Mexiko	0,0415	0,0794	0,1451	0,0774	0,6969	0,6235	0,9531	1,348
Turkmenistan	0,0007	0,0270	0,0013	0,0039	0,8025	0,6203	0,8825	1,345
Costa Rica	0,0016	0,0814	0,0049	0,0028	0,7740	0,6530	0,8780	1,343
Tunesien	0,0026	0,0505	0,0067	0,0074	0,7426	0,6852	0,8676	1,333
Ägypten	0,0086	0,0238	0,0110	0,0505	0,7692	0,6650	0,8551	1,330
Israel	0,0117	0,3636	0,0302	0,0047	0,6833	0,5391	0,8973	1,302
Slowakei	0,0024	0,0867	0,0100	0,0041	0,6480	0,6811	0,8899	1,297
Hongkong	0,0182	0,5170	0,1702	0,0052	0,6086	0,5043	0,8649	1,292
Aserbajdschan	0,0004	0,0084	0,0008	0,0062	0,6977	0,6684	0,8359	1,278
Chile	0,0090	0,1124	0,0143	0,0118	0,6836	0,6182	0,8592	1,265
Kroatien	0,0024	0,1079	0,0062	0,0032	0,6138	0,7328	0,8151	1,261
Mazedonien	0,0005	0,0518	0,0016	0,0014	0,5788	0,5653	0,9252	1,230
Weißrussland	0,0030	0,0567	0,0068	0,0077	0,6174	0,6908	0,8073	1,230
Malaysia	0,0123	0,1004	0,0653	0,0182	0,6810	0,5282	0,8666	1,228
Neuseeland	0,0074	0,3739	0,0109	0,0028	0,5686	0,5364	0,8697	1,228
Guatemala	0,0019	0,0309	0,0037	0,0088	0,6745	0,5023	0,8895	1,225
El Salvador	0,0012	0,0351	0,0038	0,0047	0,6290	0,5030	0,9111	1,217
Bahrain	0,0007	0,2219	0,0035	0,0003	0,6827	0,4316	0,8545	1,197
Marokko	0,0043	0,0269	0,0090	0,0225	0,5885	0,4890	0,8964	1,179
Panama	0,0010	0,0678	0,0026	0,0020	0,6114	0,5159	0,8628	1,179
Bulgarien	0,0013	0,0298	0,0050	0,0062	0,4980	0,5761	0,8802	1,164
Algerien	0,0053	0,0320	0,0072	0,0239	0,6026	0,5079	0,8530	1,162
Brasilien	0,0874	0,0967	0,0464	0,1348	0,5564	0,4837	0,8770	1,162
Syrien	0,0014	0,0155	0,0030	0,0126	0,6413	0,4674	0,8440	1,159
Türkei	0,0226	0,0647	0,0424	0,0515	0,5399	0,4526	0,9056	1,151
Peru	0,0067	0,0483	0,0069	0,0201	0,6000	0,4989	0,8414	1,149
Tschechien	0,0060	0,1114	0,0255	0,0079	0,4596	0,4951	0,9184	1,146
Jordanien	0,0008	0,0322	0,0035	0,0036	0,6358	0,4209	0,8462	1,140
Oman	0,0017	0,1430	0,0039	0,0017	0,6014	0,4579	0,8382	1,138
Nigeria	0,0117	0,0172	0,0101	0,0911	0,5871	0,3779	0,8890	1,134
Pakistan	0,0078	0,0086	0,0087	0,1092	0,6344	0,4776	0,8002	1,133
Philippinen	0,0097	0,0226	0,0268	0,0597	0,6016	0,4762	0,8244	1,128
Iran	0,0116	0,0329	0,0120	0,0502	0,6131	0,5287	0,7710	1,120
Litauen	0,0008	0,0416	0,0042	0,0027	0,4828	0,5229	0,8453	1,106
Südafrika	0,0189	0,0830	0,0235	0,0337	0,5427	0,4297	0,8540	1,103

Übersicht A1.2/Fortsetzung

	Standardisierte Werte							Nachfrageindex
	Absolut 2000				Veränderung ø93/00			
	BIP real	BIP real pro Kopf	Warenimporte	Bevölkerung	BIP real pro Kopf	BIP real pro Kopf	Waren- u. Dienstleist.-import	
Bosnien-Herzegowina	0,0006	0,0302	0,0020	0,0029	0,6495	0,2946	0,8178	1,086
Honduras	0,0004	0,0128	0,0022	0,0049	0,5354	0,3540	0,8681	1,080
Libanon	0,0013	0,0595	0,0048	0,0032	0,5655	0,4754	0,7763	1,073
Uruguay	0,0022	0,1287	0,0026	0,0024	0,4669	0,4358	0,8493	1,070
Argentinien	0,0325	0,1677	0,0199	0,0291	0,4588	0,3829	0,8454	1,050
Usbekistan	0,0013	0,0079	0,0022	0,0194	0,5797	0,4855	0,7196	1,044
Thailand	0,0188	0,0577	0,0491	0,0479	0,4415	0,4080	0,8461	1,042
VAE	0,0050	0,3550	0,0253	0,0021	0,4333	0,1469	0,8649	1,041
Kasachstan	0,0024	0,0300	0,0039	0,0116	0,4345	0,5495	0,7692	1,041
Kuwait	0,0030	0,2954	0,0059	0,0013	0,5107	0,2368	0,8198	1,037
Rumänien	0,0036	0,0288	0,0103	0,0176	0,3221	0,3520	0,9186	1,036
Saudi-Arabien	0,0154	0,1418	0,0240	0,0162	0,4901	0,3094	0,8366	1,028
Georgien	0,0002	0,0082	0,0004	0,0038	0,3294	0,4945	0,8349	1,025
Kirgisien	0,0004	0,0165	0,0003	0,0037	0,4923	0,4032	0,7731	1,001
Russland	0,0396	0,0502	0,0361	0,1151	0,4026	0,4530	0,7765	0,994
Kolumbien	0,0107	0,0466	0,0091	0,0333	0,4494	0,3247	0,8015	0,976
Venezuela	0,0088	0,0683	0,0127	0,0189	0,3636	0,2186	0,8583	0,960
Jamaika	0,0005	0,0358	0,0024	0,0019	0,3646	0,3057	0,8224	0,951
Tadschikistan	0,0002	0,0058	0,0004	0,0047	0,3641	0,2956	0,8261	0,950
Indonesien	0,0231	0,0188	0,0265	0,1665	0,3764	0,2642	0,7832	0,924
Paraguay	0,0010	0,0340	0,0016	0,0041	0,4329	0,2489	0,7453	0,898
Ecuador	0,0019	0,0281	0,0026	0,0098	0,3551	0,2134	0,7853	0,888
Serbien-Montenegro	0,0014	0,0241	0,0025	0,0082	0,1218	0,1082	0,8635	0,879
Ukraine	0,0049	0,0167	0,0110	0,0390	0,1436	0,2018	0,8165	0,854
Moldawien	0,0002	0,0111	0,0005	0,0032	0,0000	0,0000	0,8115	0,812

Q: IMF, World Bank, WIIW, OECD.

Übersicht A2.1: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Ernährungsindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beitrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Nahe und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	56,3	3	33,3	1	37,5	2	33,3	4	29,4	2	35,3	2	35,7	2	33,3	2	35,7	2	40,0
Erzielbare Preise sind zu niedrig	9	6,3	1	38,1	1	37,5	3	27,8	6	17,6	6	17,6	14	7,1	11	6,7	6	14,3	4	26,7
Konkurrenz zu groß	5	25,0	6	19,0	8	12,5	15	5,6	13	11,8	6	17,6	6	21,4	5	20,0	5	21,4	10	20,0
Transportkosten zu hoch	2	50,0	4	28,6	1	37,5	9	16,7	1	41,2	1	41,2	1	42,9	1	46,7	1	42,9	1	46,7
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	9	6,3	11	14,3	8	12,5	15	5,6	16	5,9	17	5,9	14	7,1	11	6,7	13	7,1	16	13,3
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	9	6,3	13	9,5	-	-	-	-	-	-	16	5,9	-	-	11	6,7	11	14,3	10	20,0
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	5	25,0	5	19,0	7	18,8	5	16,7	10	11,8	11	11,8	7	14,3	8	13,3	6	14,3	14	13,3
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	9	6,3	9	14,3	15	6,3	12	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	9	6,3	13	9,5	8	12,5	5	16,7	12	11,8	6	17,6	7	14,3	10	6,7	13	7,1	22	6,7
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	-	-	19	9,5	15	6,3	15	5,6	-	-	17	5,9	-	-	-	-	13	7,1	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	-	-	13	9,5	15	6,3	12	5,6	16	5,9	17	5,9	14	7,1	11	6,7	6	14,3	23	6,7
Sprachbarrieren	9	6,3	9	14,3	15	6,3	5	16,7	7	17,6	13	11,8	5	21,4	5	20,0	6	14,3	4	26,7
Unterschiedliche Mentalität	-	-	8	14,3	-	-	-	-	16	5,9	17	5,9	14	7,1	11	6,7	13	7,1	10	20,0
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	-	-	2	33,3	4	31,3	1	33,3	2	29,4	6	17,6	7	14,3	-	-	-	-	4	26,7
Rechtssicherheit, Korruption	-	-	11	14,3	5	25,0	5	16,7	7	17,6	6	17,6	7	14,3	-	-	13	7,1	4	26,7
Politische Instabilität	-	-	-	-	8	12,5	15	5,6	9	17,6	13	11,8	7	14,3	-	-	-	-	4	26,7
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	15	6,3	12	5,6	15	5,9	17	5,9	14	7,1	11	6,7	13	7,1	10	20,0
Mangelnde Information über den Zielmarkt	3	31,3	13	9,5	8	12,5	10	11,1	5	23,5	4	23,5	3	28,6	2	33,3	3	28,6	4	26,7
Markteintritt wäre zu teuer	7	18,8	13	9,5	8	12,5	15	5,6	13	11,8	5	17,6	7	14,3	5	20,0	6	14,3	16	13,3
Keine Ansprechpartner im jew. Land	3	31,3	6	19,0	5	25,0	4	22,2	2	29,4	3	29,4	3	28,6	4	26,7	3	28,6	2	40,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	15	6,3	-	-	16	5,9	17	5,9	14	7,1	11	6,7	13	7,1	16	13,3
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	20	4,8	15	6,3	-	-	16	5,9	17	5,9	14	7,1	-	-	-	-	16	13,3
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	9	6,3	-	-	-	-	-	-	16	5,9	17	5,9	14	7,1	11	6,7	13	7,1	16	13,3
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	9	6,3	-	-	15	6,3	-	-	16	5,9	13	11,8	14	7,1	11	6,7	13	7,1	16	13,3

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.2: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beritritts-kandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	5	25,0	9	5,9	10	9,1	12	7,1	7	8,3	6	15,4	6	18,2	2	28,6	3	25,0	6	22,2
Erzielbare Preise sind zu niedrig	7	12,5	1	64,7	1	72,7	1	42,9	1	50,0	1	69,2	1	72,7	1	64,3	1	75,0	1	66,7
Konkurrenz zu groß	2	43,8	5	17,6	5	18,2	10	7,1	7	8,3	15	7,7	8	18,2	10	7,1	6	12,5	12	11,1
Transportkosten zu hoch	2	31,3	13	5,9	10	9,1	-	-	5	16,7	6	15,4	9	9,1	2	28,6	3	25,0	6	22,2
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	13	6,3	13	5,9	8	9,1	4	21,4	5	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	-	-	13	5,9	-	-	12	7,1	-	-	9	7,7	-	-	17	7,1	6	12,5	6	22,2
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	7	12,5	5	17,6	5	18,2	12	7,1	14	8,3	9	7,7	-	-	17	7,1	-	-	-	-
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	7	12,5	-	-	-	-	12	7,1	-	-	9	7,7	9	9,1	17	7,1	6	12,5	-	-
Hohe Zölle	2	31,3	13	5,9	-	-	5	14,3	-	-	15	7,7	13	9,1	10	7,1	6	12,5	12	11,1
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	7	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	7,1	6	12,5	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	13	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	-	-	5	17,6	-	-	5	14,3	14	8,3	9	7,7	13	9,1	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	7	12,5	9	5,9	-	-	-	-	-	-	6	15,4	9	9,1	7	14,3	6	12,5	6	22,2
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	13	6,3	3	29,4	2	36,4	3	28,6	3	33,3	4	23,1	2	27,3	2	28,6	6	12,5	5	33,3
Rechtssicherheit, Korruption	-	-	3	29,4	3	27,3	1	42,9	1	50,0	4	23,1	2	27,3	5	21,4	6	12,5	2	55,6
Politische Instabilität	-	-	8	17,6	5	18,2	10	7,1	7	8,3	9	7,7	2	27,3	10	7,1	6	12,5	2	55,6
Mangelnder Marken-/Patentschutz	13	6,3	9	5,9	8	9,1	12	7,1	14	8,3	-	-	13	9,1	10	7,1	6	12,5	6	22,2
Mangelnde Information über den Zielmarkt	7	12,5	13	5,9	-	-	-	-	7	8,3	2	30,8	6	18,2	6	21,4	2	37,5	6	22,2
Markteintritt wäre zu teuer	2	31,3	-	-	-	-	-	-	7	8,3	9	7,7	9	9,1	8	14,3	6	12,5	12	11,1
Keine Ansprechpartner im jew. Land	6	18,8	2	35,3	3	27,3	5	14,3	4	25,0	3	23,1	2	27,3	8	14,3	3	25,0	4	44,4
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	10	9,1	12	7,1	-	-	-	-	13	9,1	10	7,1	6	12,5	12	11,1
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	13	5,9	10	9,1	12	7,1	7	8,3	-	-	13	9,1	10	7,1	6	12,5	12	11,1
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	9	5,9	-	-	5	14,3	-	-	-	-	13	9,1	-	-	-	-	12	11,1
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	5	14,3	7	8,3	-	-	13	9,1	-	-	-	-	12	11,1

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.3: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Holzindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beritritts-kandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Nahe und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika			
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %		
Unser Unternehmen ist zu klein	1	62,5	10	13,3	4	23,1	2	33,3	3	33,3	3	44,4	3	30,0	8	22,2	3	25,0	1	37,5	3	28,6
Erzielbare Preise sind zu niedrig	4	31,3	1	46,7	1	46,2	1	55,6	1	55,6	1	44,4	1	40,0	1	44,4	1	37,5	1	37,5	1	28,6
Konkurrenz zu groß	6	25,0	7	20,0	14	7,7	7	22,2	4	22,2	6	33,3	6	20,0	8	22,2	5	12,5	5	12,5	7	14,3
Transportkosten zu hoch	4	31,3	3	33,3	1	46,2	2	33,3	1	55,6	1	40,0	2	40,0	2	33,3	1	37,5	1	37,5	1	42,9
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	9	12,5	7	20,0	14	7,7	9	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	13	6,3	14	13,3	4	23,1	4	22,2	5	22,2	3	30,0	12	11,1	11	11,1	5	12,5	5	12,5	1	42,9
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	2	43,8	6	26,7	11	15,4	7	22,2	7	22,2	6	20,0	2	20,0	2	33,3	3	25,0	4	25,0	3	28,6
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	7	18,8	10	13,3	-	-	-	-	-	-	-	-	6	22,2	6	22,2	5	12,5	5	12,5	-	-
Hohe Zölle	-	-	18	6,7	14	7,7	9	11,1	-	-	10	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	9	12,5	10	13,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	9	12,5	3	33,3	6	23,1	-	-	11	11,1	-	-	12	11,1	12	11,1	5	12,5	5	12,5	-	-
Sprachbarrieren	13	6,3	-	-	14	7,7	-	-	11	11,1	-	-	12	11,1	12	11,1	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	13	6,3	2	40,0	6	23,1	-	-	11	11,1	-	-	12	11,1	12	11,1	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	-	-	3	33,3	6	23,1	4	22,2	-	-	-	-	2	20,0	2	33,3	-	-	-	-	-	-
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	10	13,3	6	23,1	-	-	-	-	-	-	2	20,0	2	33,3	5	12,5	5	12,5	-	-
Politische Instabilität	-	-	18	6,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	14	13,3	19	7,7	4	22,2	5	22,2	3	30,0	6	22,2	6	22,2	5	12,5	5	12,5	6	14,3
Mangelnde Information über den Zielmarkt	13	6,3	14	13,3	14	7,7	11	11,1	11	11,1	6	20,0	8	22,2	8	22,2	5	12,5	5	12,5	7	14,3
Markteintritt wäre zu teuer	2	43,8	14	13,3	14	7,7	11	11,1	11	11,1	6	20,0	8	22,2	8	22,2	5	12,5	5	12,5	7	14,3
Keine Ansprechpartner im jew. Land	7	18,8	7	20,0	3	38,5	11	11,1	11	11,1	6	20,0	8	22,2	8	22,2	5	12,5	5	12,5	7	14,3
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	19	7,7	-	-	11	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	14	13,3	11	15,4	11	11,1	7	22,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	18	6,7	6	23,1	11	11,1	7	22,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	13	6,3	18	6,7	11	15,4	11	11,1	7	22,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.4: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Papier-, Verlags und Druckindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beitrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	3	46,2	2	38,9	2	40,0	1	57,1	1	40,0	2	40,0	1	44,4	1	44,4	1	44,4	2	33,3
Erzielbare Preise sind zu niedrig	4	23,1	1	50,0	2	40,0	-	-	6	10,0	7	9,1	5	11,1	-	-	-	-	-	-
Konkurrenz zu groß	2	53,8	3	33,3	1	60,0	2	42,9	1	40,0	3	36,4	1	44,4	2	33,3	3	33,3	2	33,3
Transportkosten zu hoch	1	69,2	4	33,3	2	40,0	2	42,9	3	30,0	1	45,5	3	33,3	2	44,4	2	44,4	1	44,4
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	-	-	12	5,6	-	-	-	-	4	20,0	5	9,1	-	-	6	11,1	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	6	7,7	10	5,6	5	10,0	4	14,3	6	10,0	5	9,1	7	11,1	5	11,1	5	11,1	5	11,1
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	5	7,7	6	22,2	5	10,0	4	14,3	4	20,0	4	18,2	4	22,2	4	22,2	4	22,2	4	22,2
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	-	-	10	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	-	-	-	-	-	-	-	-	6	10,0	-	-	5	11,1	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	-	-	12	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	-	-	-	-	-	-	-	-	6	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	6	7,7	7	16,7	5	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	6	7,7	5	22,2	5	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	-	-	-	-	-	-	6	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Instabilität	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Information über den Zielmarkt	6	7,7	8	11,1	5	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Markteintritt wäre zu teuer	-	-	12	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Keine Ansprechpartner im jew. Land	6	7,7	8	11,1	5	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	6	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.5: Exporthindernisse nach Zielregionen für die chemische Industrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beitrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika		
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	
Unser Unternehmen ist zu klein	1	20,0	2	40,0	4	28,6	4	20,0	2	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Erzielbare Preise sind zu niedrig	-	-	7	20,0	-	-	3	30,0	2	20,0	1	50,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Konkurrenz zu groß	1	20,0	7	20,0	8	14,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportkosten zu hoch	-	-	7	20,0	7	28,6	10	10,0	-	-	2	25,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	1	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	2	25,0	-	-	5	33,3	3	20,0	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	1	20,0	7	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	1	20,0	7	20,0	-	-	10	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	1	20,0	7	20,0	-	-	10	10,0	-	-	-	-	-	-	1	33,3	1	60,0	1	33,3	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	1	20,0	7	20,0	8	14,3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	33,3	2	40,0	1	33,3	-
Wechselkursrisiko zu groß	1	20,0	7	20,0	-	-	10	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	3	20,0	-	-	-
Sprachbarrieren	-	-	7	20,0	4	28,6	10	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	-	-	1	60,0	1	42,9	1	50,0	1	40,0	2	25,0	-	-	-	-	3	20,0	-	-	-
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	2	40,0	1	42,9	2	40,0	2	20,0	2	25,0	-	-	-	-	3	20,0	4	33,3	-
Politische Instabilität	-	-	-	-	-	-	4	20,0	2	20,0	-	-	-	-	-	-	3	20,0	-	-	-
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	-	10	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Information über den Zielmarkt	1	20,0	2	40,0	8	14,3	4	20,0	2	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	4	33,3	-
Markteintritt wäre zu teuer	1	20,0	2	40,0	4	28,6	4	20,0	2	20,0	-	-	1	33,3	3	20,0	3	20,0	1	33,3	-
Keine Ansprechpartner im jew. Land	1	20,0	2	40,0	1	42,9	4	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	1	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	7	20,0	-	-	4	20,0	2	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	7	20,0	-	-	10	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.6: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Gummi- und Kunststoffindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beritrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Nahe und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	2	28,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Erzielbare Preise sind zu niedrig	-	-	1	62,5	1	50,0	3	33,3	1	50,0	1	60,0	1	50,0	1	50,0	2	40,0	1	75,0
Konkurrenz zu groß	5	14,3	6	12,5	-	16	11,1	-	2	33,3	-	-	-	3	25,0	-	-	-	-	-
Transportkosten zu hoch	4	28,6	3	25,0	1	50,0	6	22,2	2	33,3	3	40,0	2	33,3	1	50,0	1	60,0	2	50,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	1	57,1	3	25,0	5	33,3	10	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	5	14,3	3	25,0	9	16,7	10	11,1	-	-	1	60,0	2	33,3	-	-	3	20,0	3	25,0
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	5	14,3	-	-	-	16	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	5	14,3	-	-	-	16	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	-	-	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	16,7	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	-	-	6	12,5	9	16,7	9	22,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	2	28,6	-	-	-	16	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	10	14,3	-	-	9	16,7	6	22,2	5	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	-	-	-	-	5	33,3	16	11,1	5	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	-	-	9	16,7	6	22,2	5	16,7	-	-	-	-	3	25,0	3	20,0	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	-	-	2	37,5	1	50,0	1	55,6	2	33,3	-	-	-	-	3	25,0	3	20,0	-	-
Rechtssicherheit, Korruption	-	-	6	12,5	5	33,3	2	44,4	5	16,7	4	20,0	-	-	3	25,0	3	20,0	-	-
Politische Instabilität	-	-	6	12,5	1	50,0	3	33,3	-	-	-	-	-	4	16,7	-	-	-	-	-
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	10	11,1	5	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Information über den Zielmarkt	-	-	-	-	-	10	11,1	5	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Markteintritt wäre zu teuer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Keine Ansprechpartner im jew. Land	5	14,3	6	12,5	5	33,3	3	33,3	5	16,7	-	-	4	16,7	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	5	14,3	-	-	-	10	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	6	12,5	9	16,7	10	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.7: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Glas- und Keramikindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beritrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	62,5	9	10,0	15	16,7	6	12,5	5	16,7	1	40,0	1	60,0	1	33,3	1	33,3	11	16,7
Erzielbare Preise sind zu niedrig	-	-	2	30,0	4	33,3	1	37,5	1	50,0	2	20,0	3	20,0	-	-	1	33,3	1	50,0
Konkurrenz zu groß	2	12,5	3	20,0	10	16,7	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	16,7
Transportkosten zu hoch	2	12,5	1	50,0	4	33,3	1	37,5	2	33,3	2	20,0	-	-	8	16,7	-	-	4	16,7
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	2	12,5	3	20,0	4	33,3	6	12,5	5	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	-	-	-	-	-	-	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	16,7
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	-	-	-	-	-	-	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	-	-	-	-	-	-	6	12,5	7	16,7	-	-	-	-	-	-	-	7	16,7	-
Hohe Zölle	-	-	-	-	-	-	6	12,5	7	16,7	-	-	-	-	-	-	-	7	16,7	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	2	12,5	9	10,0	-	-	4	25,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	-	-	9	10,0	10	16,7	6	12,5	-	-	2	20,0	3	20,0	3	16,7	6	16,7	4	16,7
Sprachbarrieren	-	-	3	20,0	1	50,0	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	-	-	4	33,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	-	-	3	20,0	1	50,0	6	12,5	7	16,7	2	20,0	3	20,0	3	16,7	1	33,3	4	16,7
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	9	10,0	1	50,0	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	16,7
Politische Instabilität	2	12,5	-	-	4	33,3	6	12,5	7	16,7	-	-	2	40,0	-	-	7	16,7	4	16,7
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	-	6	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Information über den Zielmarkt	2	12,5	-	-	10	16,7	4	25,0	2	33,3	-	-	-	-	3	16,7	1	33,3	2	33,3
Markteintritt wäre zu teuer	2	12,5	9	10,0	-	-	-	-	7	16,7	3	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Keine Ansprechpartner im jew. Land	2	12,5	3	20,0	4	33,3	1	37,5	2	33,3	2	20,0	-	-	1	33,3	1	33,3	2	33,3
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	10	16,7	6	12,5	-	-	-	-	3	20,0	3	16,7	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	16,7	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	3	20,0	10	16,7	-	-	7	16,7	-	-	3	20,0	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	7	16,7	-	-	3	20,0	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.8: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Metallindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beitrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Nahe und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	2	26,9	5	13,0	2	21,4	4	18,8	2	28,6	2	31,3	2	27,8	2	25,0	2	29,4	2	26,7
Erzielbare Preise sind zu niedrig	10	3,8	1	47,8	1	42,9	1	37,5	7	14,3	-	-	4	11,1	3	6,3	8	5,9	5	13,3
Konkurrenz zu groß	10	3,8	5	13,0	8	7,1	13	6,3	-	-	-	-	11	5,6	-	-	-	-	-	-
Transportkosten zu hoch	1	61,5	3	17,4	2	21,4	3	25,0	1	50,0	1	56,3	1	61,1	1	62,5	1	52,9	1	53,3
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	4	7,7	5	13,0	8	7,1	-	-	14	7,1	3	18,8	-	-	3	6,3	3	17,6	11	6,7
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	4	7,7	-	-	8	7,1	-	-	-	-	-	-	11	5,6	-	-	8	5,9	-	-
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	10	3,8	2	21,7	2	21,4	13	6,3	14	7,1	4	6,3	11	5,6	3	6,3	8	5,9	5	13,3
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	-	-	14	4,3	8	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	10	3,8	14	4,3	-	-	13	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	3	11,5	14	4,3	-	-	13	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	8	5,9	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	4	7,7	-	-	8	7,1	4	18,8	3	21,4	-	-	11	5,6	-	-	6	11,8	-	-
Sprachbarrieren	10	3,8	5	13,0	6	14,3	4	18,8	3	21,4	4	6,3	4	11,1	-	-	8	5,9	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	-	-	8	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-	3	6,3	-	-	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	4	7,7	3	17,4	2	21,4	4	18,8	7	14,3	4	6,3	4	11,1	3	6,3	8	5,9	5	13,3
Rechtssicherheit, Korruption	10	3,8	11	8,7	8	7,1	2	31,3	3	21,4	4	6,3	4	11,1	3	6,3	8	5,9	5	13,3
Politische Instabilität	-	-	-	-	-	-	9	12,5	3	21,4	4	6,3	3	16,7	-	-	-	-	5	13,3
Mangelnder Marken-/Patentschutz	10	3,8	-	-	-	-	13	6,3	-	-	-	-	11	5,6	3	6,3	8	5,9	11	6,7
Mangelnde Information über den Zielmarkt	10	3,8	5	13,0	6	14,3	13	6,3	14	7,1	4	6,3	11	5,6	3	6,3	3	17,6	3	20,0
Markteintritt wäre zu teuer	4	7,7	14	4,3	8	7,1	-	-	14	7,1	4	6,3	11	5,6	3	6,3	6	11,8	5	13,3
Keine Ansprechpartner im jew. Land	4	7,7	5	13,0	8	7,1	9	12,5	7	14,3	4	6,3	4	11,1	3	6,3	3	17,6	3	20,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	8	7,1	13	6,3	7	14,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	4	18,8	7	14,3	-	-	-	-	-	-	-	-	11	6,7
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	10	3,8	11	8,7	8	7,1	9	12,5	7	14,3	4	6,3	4	11,1	3	6,3	8	5,9	11	6,7
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	10	3,8	11	8,7	8	7,1	9	12,5	7	14,3	4	6,3	4	11,1	3	6,3	8	5,9	11	6,7

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.9: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Maschinenbauindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beritrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	60,0	12	7,1	3	16,7	3	18,8	4	14,3	4	11,1	8	9,1	3	22,2	8	13,3	11	5,6
Erzielbare Preise sind zu niedrig	5	13,3	1	35,7	3	25,0	3	18,8	9	14,3	1	22,2	2	18,2	1	33,3	4	20,0	1	33,3
Konkurrenz zu groß	5	13,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	11,1	8	13,3	-
Transportkosten zu hoch	5	13,3	-	-	3	16,7	10	6,3	9	14,3	4	11,1	2	18,2	3	22,2	2	26,7	7	16,7
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	9	13,3	-	-	-	-	10	6,3	11	7,1	13	5,6	15	9,1	9	11,1	11	6,7	10	11,1
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	17	6,7	10	14,3	3	16,7	3	18,8	11	7,1	4	11,1	2	18,2	5	16,7	4	20,0	6	22,2
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	10	6,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	10	6,7	6	14,3	12	8,3	10	6,3	-	-	13	5,6	8	9,1	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	10	6,7	10	14,3	-	-	10	6,3	15	7,1	10	11,1	2	18,2	12	11,1	17	6,7	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	5	13,3	-	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-	-	-	15	5,6	-	-	12	5,6
Wechselkursrisiko zu groß	10	6,7	-	-	12	8,3	-	-	-	-	-	-	-	-	15	5,6	-	-	-	-
Sprachbarrieren	-	-	3	21,4	15	8,3	-	-	-	-	-	-	-	-	13	5,6	11	6,7	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	12	7,1	3	16,7	-	-	-	-	13	5,6	-	-	15	5,6	-	-	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	-	-	3	21,4	3	16,7	8	12,5	2	21,4	3	16,7	8	9,1	5	16,7	4	20,0	8	16,7
Rechtssicherheit, Korruption	3	20,0	2	35,7	1	25,0	1	37,5	1	28,6	4	11,1	2	18,2	8	16,7	10	13,3	1	33,3
Politische Instabilität	-	-	6	14,3	11	16,7	10	6,3	15	7,1	4	11,1	2	18,2	9	11,1	4	20,0	1	33,3
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	9,1	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Information über den Zielmarkt	10	6,7	-	-	3	16,7	-	-	-	-	13	5,6	-	-	13	5,6	11	6,7	9	11,1
Markteintritt wäre zu teuer	2	26,7	12	7,1	-	-	3	18,8	4	14,3	18	5,6	-	-	5	16,7	3	26,7	5	22,2
Keine Ansprechpartner im jew. Land	3	20,0	3	21,4	-	-	10	6,3	3	21,4	2	16,7	1	27,3	2	27,8	1	33,3	4	22,2
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	10	6,7	6	14,3	3	16,7	3	18,8	4	14,3	13	5,6	-	-	15	5,6	-	-	12	5,6
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	6	14,3	3	16,7	2	25,0	4	14,3	10	11,1	15	9,1	15	5,6	11	6,7	12	5,6
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	10	6,7	-	-	-	-	10	6,3	11	7,1	4	11,1	8	9,1	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	8	12,5	4	14,3	10	11,1	8	9,1	-	-	11	6,7	12	5,6

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.10: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Elektronikindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beitrittskandidaten		Südeuropa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Nahe und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika		
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	
Unser Unternehmen ist zu klein	1	37,5	4	18,2	5	11,1	7	13,3	12	8,3	6	7,1	6	12,5	7	10,0	8	10,0	5	15,4	
Erzielbare Preise sind zu niedrig	4	25,0	4	18,2	-	-	12	6,7	12	8,3	6	7,1	6	12,5	1	20,0	-	-	5	15,4	
Konkurrenz zu groß	2	31,3	4	18,2	-	-	12	6,7	5	16,7	-	-	-	-	7	10,0	-	-	11	7,7	
Transportkosten zu hoch	7	12,5	-	-	-	-	-	-	12	8,3	2	14,3	-	-	-	-	-	-	1	30,8	
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	2	31,3	1	36,4	1	22,2	12	6,7	-	-	6	7,1	-	-	7	10,0	1	20,0	-	-	
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	7	12,5	10	9,1	1	22,2	12	6,7	12	8,3	6	7,1	6	12,5	7	10,0	8	10,0	-	-	
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	4	25,0	4	18,2	5	11,1	7	13,3	5	16,7	2	14,3	1	25,0	1	20,0	1	20,0	5	15,4	
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	7	12,5	10	9,1	-	-	12	6,7	12	8,3	6	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-	
Hohe Zölle	-	-	10	9,1	-	-	12	6,7	12	8,3	-	-	-	-	7	10,0	-	-	-	-	
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	7	12,5	10	9,1	-	-	12	6,7	-	-	6	7,1	-	-	7	10,0	-	-	-	-	
Wechselkursrisiko zu groß	-	-	10	9,1	-	-	-	-	-	-	6	7,1	-	-	-	-	-	-	-	11	7,7
Sprachbarrieren	14	6,3	-	-	1	22,2	2	26,7	2	25,0	6	7,1	1	25,0	1	20,0	1	20,0	5	15,4	
Unterschiedliche Mentalität	14	6,3	-	-	-	-	5	20,0	2	25,0	-	-	-	-	-	-	8	10,0	5	15,4	
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	-	-	2	27,3	-	-	2	26,7	2	25,0	1	28,6	-	-	-	-	1	20,0	1	30,8	
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	2	27,3	-	-	1	33,3	1	33,3	6	7,1	-	-	7	10,0	1	20,0	3	23,1	
Politische Instabilität	-	-	-	-	-	-	12	6,7	5	16,7	2	14,3	1	25,0	-	-	-	-	11	7,7	
Mangelnder Marken-/Patentschutz	14	6,3	-	-	5	11,1	12	6,7	5	16,7	6	7,1	6	12,5	7	10,0	8	10,0	11	7,7	
Mangelnde Information über den Zielmarkt	14	6,3	10	9,1	-	-	7	13,3	12	8,3	-	-	6	12,5	1	20,0	8	10,0	11	7,7	
Markteintritt wäre zu teuer	6	18,8	-	-	-	-	-	-	-	-	6	7,1	6	12,5	7	10,0	8	10,0	11	7,7	
Keine Ansprechpartner im jew. Land	7	12,5	4	18,2	-	-	2	26,7	5	16,7	6	7,1	1	25,0	1	20,0	1	20,0	3	23,1	
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	7	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	10,0	-	-	11	7,7	
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	14	6,3	10	9,1	-	-	5	20,0	5	16,7	6	7,1	-	-	-	-	8	10,0	-	-	
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	14	6,3	10	9,1	-	-	7	13,3	12	8,3	6	7,1	-	-	-	-	8	10,0	-	-	

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.1.1: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Fahrzeugindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beitrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	40,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Erzielbare Preise sind zu niedrig	-	-	-	33,3	1	33,3	4	16,7	1	20,0	-	-	-	-	2	20,0	2	20,0	2	25,0
Konkurrenz zu groß	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	20,0	1	50,0	-	-
Transportkosten zu hoch	2	20,0	-	-	-	-	-	-	1	20,0	2	16,7	1	33,3	1	40,0	2	25,0	3	20,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	-	-	-	-	-	-	-	-	1	20,0	2	16,7	-	-	2	20,0	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	20,0	-	-	-	-
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	2	20,0	1	33,3	1	33,3	4	16,7	1	20,0	2	16,7	1	33,3	2	20,0	2	25,0	3	20,0
Strat. Vort. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	20,0	-	-	-	-
Hohe Zölle	-	-	5	16,7	-	-	-	-	1	20,0	1	33,3	1	33,3	2	20,0	2	25,0	3	20,0
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	20,0	-	-	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	-	-	5	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	-	-	1	33,3	-	-	4	16,7	-	-	2	16,7	-	-	-	-	-	-	3	20,0
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Instabilität	-	-	5	16,7	-	-	4	16,7	-	-	2	16,7	-	-	-	-	-	-	3	20,0
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Information über den Zielmarkt	-	-	-	-	-	-	4	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	20,0
Markteintritt wäre zu teuer	2	20,0	-	-	-	-	4	16,7	-	-	-	-	-	-	2	20,0	-	-	-	-
Keine Ansprechpartner im jew. Land	-	-	1	33,3	1	33,3	1	50,0	1	20,0	-	-	1	33,3	2	20,0	2	25,0	1	40,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	5	16,7	-	-	2	33,3	1	20,0	2	16,7	-	-	-	-	-	-	3	20,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	5	16,7	-	-	2	33,3	1	20,0	2	16,7	-	-	-	-	-	-	3	20,0
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	1	33,3	-	-	4	16,7	-	-	2	16,7	-	-	-	-	-	-	3	20,0
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	16,7	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.12: Exporthindernisse nach Zielregionen für die Konsumwarenindustrie

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beitrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Nahe und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika			
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %		
Unser Unternehmen ist zu klein	1	50,0	5	22,2	1	28,6	1	50,0	1	42,9	1	42,9	2	28,6	1	28,6	2	28,6	2	28,6	2	28,6
Erzielbare Preise sind zu niedrig	-	-	2	33,3	2	28,6	2	33,3	5	28,6	13	14,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Konkurrenz zu groß	3	25,0	14	11,1	6	14,3	4	16,7	6	14,3	6	14,3	6	14,3	7	14,3	6	14,3	6	14,3	6	14,3
Transportkosten zu hoch	1	50,0	5	22,2	6	14,3	4	16,7	1	42,9	2	28,6	2	28,6	1	28,6	2	28,6	2	28,6	2	28,6
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	7	12,5	4	22,2	-	-	13	16,7	-	-	13	14,3	13	14,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	3	25,0	14	11,1	6	14,3	4	16,7	3	28,6	2	28,6	2	28,6	1	28,6	1	42,9	1	42,9	1	42,9
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	-	-	5	22,2	5	28,6	4	16,7	6	14,3	5	28,6	1	42,9	6	28,6	6	14,3	6	14,3	6	14,3
Strat. Vorf. d. frühen Markteintritt nicht mehr nutzbar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	-	-	8	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungsregelungen, Regulierungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	7	12,5	8	11,1	6	14,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	7	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	7	12,5	1	44,4	1	28,6	4	16,7	6	14,3	6	14,3	6	14,3	7	14,3	6	14,3	6	14,3	6	14,3
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	2	33,3	6	14,3	4	16,7	6	14,3	6	14,3	6	14,3	7	14,3	6	14,3	6	14,3	6	14,3
Politische Instabilität	-	-	8	11,1	6	14,3	-	-	6	14,3	6	14,3	6	14,3	7	14,3	6	14,3	6	14,3	6	14,3
Mangelnder Marken-/Patentschutz	7	12,5	8	11,1	6	14,3	4	16,7	6	14,3	6	14,3	6	14,3	7	14,3	6	14,3	6	14,3	6	14,3
Mangelnde Information über den Zielmarkt	-	-	8	11,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Markteintritt wäre zu teuer	3	25,0	14	11,1	1	28,6	2	33,3	3	28,6	2	28,6	6	14,3	1	28,6	2	28,6	2	28,6	2	28,6
Keine Ansprechpartner im jew. Land	3	25,0	14	11,1	6	14,3	4	16,7	6	14,3	6	14,3	2	28,6	1	28,6	2	28,6	2	28,6	2	28,6
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	7	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.13: Exporthindernisse nach Zielregionen und Beschäftigtengrößenklassen: 1 bis 20 Beschäftigte

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beritrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Näher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	71,4	2	38,2	1	39,1	1	42,3	2	36,4	1	50,0	1	45,5	1	40,9	1	45,0	2	40,0
Erzielbare Preise sind zu niedrig	9	10,7	1	47,1	5	26,1	5	15,4	8	13,6	3	20,8	6	18,2	3	18,2	4	20,0	4	30,0
Konkurrenz zu groß	5	21,4	6	17,6	9	13,0	8	11,5	8	13,6	7	8,3	6	18,2	6	13,6	9	10,0	9	15,0
Transportkosten zu hoch	3	32,1	8	11,8	6	17,4	11	7,7	6	18,2	4	16,7	3	22,7	3	18,2	4	20,0	6	25,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	9	10,7	15	2,9	-	-	16	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	-	-	10	8,8	11	8,7	11	7,7	-	-	7	8,3	17	4,5	8	9,1	6	15,0	8	20,0
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	7	14,3	15	2,9	-	-	-	-	-	-	-	-	17	4,5	-	-	-	-	-	-
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	9	10,7	10	8,8	13	4,3	16	3,8	-	-	11	4,2	6	18,2	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	17	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	7	14,3	15	2,9	13	4,3	16	3,8	-	-	7	8,3	14	9,1	11	4,5	10	5,0	13	5,0
Sprachbarrieren	9	10,7	8	11,8	13	4,3	11	7,7	11	9,1	-	-	17	4,5	-	-	10	5,0	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	15	2,9	-	-	11	7,7	13	4,5	11	4,2	11	13,6	11	4,5	-	-	13	5,0
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	13	7,1	3	35,3	3	30,4	5	15,4	6	18,2	11	4,2	11	13,6	11	4,5	10	5,0	12	10,0
Rechtssicherheit, Korruption	-	-	5	23,5	3	30,4	3	23,1	4	22,7	6	12,5	3	22,7	11	4,5	6	15,0	4	30,0
Politische Instabilität	-	-	14	5,9	6	17,4	8	11,5	4	22,7	7	8,3	3	22,7	8	9,1	6	15,0	3	35,0
Mangelnder Marken-/Patentschutz	13	7,1	15	2,9	13	4,3	16	3,8	11	9,1	11	4,2	6	18,2	11	4,5	10	5,0	9	15,0
Mangelnde Information über den Zielmarkt	6	17,9	10	8,8	6	17,4	5	15,4	3	27,3	4	16,7	6	18,2	3	18,2	3	25,0	6	25,0
Markteintritt wäre zu teuer	4	28,6	6	17,6	9	13,0	4	19,2	8	13,6	11	4,2	14	9,1	6	13,6	10	5,0	13	5,0
Keine Ansprechpartner im jew. Land	2	35,7	4	26,5	1	39,1	2	38,5	1	50,0	2	29,2	2	40,9	1	40,9	1	45,0	1	45,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	13	7,1	15	2,9	13	4,3	8	11,5	13	4,5	11	4,2	17	4,5	11	4,5	-	-	13	5,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	10	8,8	11	8,7	11	7,7	-	-	-	-	14	9,1	-	-	-	-	13	5,0
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	13	7,1	-	-	13	4,3	-	-	-	-	-	-	17	4,5	-	-	-	-	13	5,0
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	17	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17	4,5	-	-	-	-	13	5,0

G: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.14: Exporthindernisse nach Zielregionen und Beschäftigtengrößenklassen: 21 bis 50 Beschäftigte

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Berücksichtigungskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	69,0	8	21,9	5	27,3	2	30,0	2	40,0	1	40,0	1	40,0	1	40,0	1	47,1	1	47,1
Erzielbare Preise sind zu niedrig	8	10,3	2	46,9	2	40,9	4	25,0	4	30,0	3	30,0	3	27,8	3	20,0	3	23,5	3	29,4
Konkurrenz zu groß	2	31,0	6	31,3	5	27,3	8	15,0	7	15,0	8	10,0	5	16,7	4	15,0	8	11,8	5	17,6
Transportkosten zu hoch	3	27,6	5	34,4	3	36,4	1	35,0	1	45,0	1	40,0	2	33,3	1	45,0	2	41,2	2	41,2
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	10	6,9	14	9,4	-	-	-	-	-	-	12	5,0	-	-	11	5,0	12	5,9	12	5,9
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	4	13,8	18	3,1	9	18,2	6	20,0	7	15,0	8	10,0	10	11,1	7	10,0	8	11,8	10	11,8
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	4	13,8	8	21,9	14	9,1	10	10,0	16	5,0	12	5,0	14	5,6	11	5,0	12	5,9	12	5,9
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	14	3,4	16	6,3	-	-	-	-	16	5,0	-	-	-	-	-	-	12	5,9	-	-
Hohe Zölle	-	-	16	6,3	16	4,5	10	10,0	12	10,0	12	5,0	14	5,6	11	5,0	12	5,9	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	-	-	11	12,5	-	-	10	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wechselkursrisiko zu groß	-	-	18	3,1	16	4,5	-	-	16	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	-	-	7	28,1	7	22,7	10	10,0	12	10,0	12	5,0	10	11,1	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	14	3,4	18	3,1	9	18,2	-	-	16	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	10	6,9	1	50,0	1	45,5	4	25,0	3	35,0	5	20,0	5	16,7	4	15,0	4	17,6	5	17,6
Rechtsunsicherheit, Korruption	14	3,4	3	40,6	7	22,7	6	20,0	6	20,0	12	5,0	12	5,0	7	10,0	12	5,9	5	17,6
Politische Instabilität	-	-	11	12,5	9	18,2	10	10,0	12	10,0	12	5,0	12	5,0	11	5,0	12	5,9	5	17,6
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	18	3,1	-	-	10	10,0	16	5,0	-	-	-	-	-	-	12	5,9	-	-
Mangelnde Information über den Zielmarkt	8	10,3	11	12,5	12	13,6	8	15,0	12	10,0	6	15,0	14	5,6	7	10,0	4	17,6	10	11,8
Markteintritt wäre zu teuer	4	13,8	18	3,1	16	4,5	10	10,0	7	15,0	6	15,0	5	16,7	7	10,0	4	17,6	5	17,6
Keine Ansprechpartner im jew. Land	4	13,8	3	40,6	4	31,8	2	30,0	5	25,0	3	30,0	4	22,2	4	15,0	4	17,6	3	29,4
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	14	3,4	-	-	16	4,5	-	-	16	5,0	-	-	-	-	11	5,0	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	18	3,1	16	4,5	17	5,0	16	5,0	-	-	-	-	11	5,0	-	-	12	5,9
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	10	6,9	10	15,6	14	9,1	17	5,0	7	15,0	8	10,0	10	11,1	11	5,0	8	11,8	12	5,9
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	10	6,9	14	9,4	12	13,6	17	5,0	7	15,0	8	10,0	10	11,1	11	5,0	8	11,8	12	5,9

G: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.15: Exporthindernisse nach Zielregionen und Beschäftigtengrößenklassen: 51 bis 100 Beschäftigte

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Betriebskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Näher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	43,8	8	8,0	6	19,0	4	26,3	1	31,6	4	26,3	2	22,2	2	33,3	2	30,0	6	14,3
Erzielbare Preise sind zu niedrig	8	12,5	1	64,0	1	52,4	1	42,1	1	31,6	2	31,6	1	44,4	3	23,8	5	15,0	3	19,0
Konkurrenz zu groß	3	31,3	5	16,0	6	19,0	7	15,8	6	21,1	5	21,1	4	16,7	3	23,8	4	25,0	10	9,5
Transportkosten zu hoch	2	37,5	4	20,0	4	28,6	7	15,8	4	26,3	1	36,8	2	22,2	1	38,1	1	40,0	1	33,3
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	6	15,6	8	8,0	9	14,3	18	5,3	9	15,8	10	10,5	8	11,1	7	14,3	5	15,0	10	9,5
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	14	6,3	8	8,0	14	9,5	18	5,3	19	5,3	2	31,6	4	16,7	14	4,8	5	15,0	2	28,6
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	4	28,1	2	28,0	6	19,0	5	21,1	6	21,1	6	15,8	4	16,7	3	23,8	5	15,0	3	19,0
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	9	9,4	8	8,0	19	4,8	18	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	9	9,4	-	-	19	4,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	9	9,4	15	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	14	6,3	5	16,0	5	23,8	5	21,1	6	21,1	16	5,3	13	5,6	7	14,3	5	15,0	15	4,8
Unterschiedliche Mentalität	17	3,1	15	4,0	14	9,5	11	10,5	9	15,8	10	10,5	13	5,6	7	14,3	12	10,0	15	4,8
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	17	3,1	3	24,0	2	33,3	2	31,6	1	31,6	6	15,8	13	5,6	14	4,8	12	10,0	10	9,5
Rechtssicherheit, Korruption	-	-	8	8,0	2	33,3	2	31,6	4	26,3	6	15,8	8	11,1	-	-	16	5,0	6	14,3
Politische Instabilität	-	-	-	-	9	14,3	18	5,3	13	10,5	10	10,5	4	16,7	-	-	16	5,0	10	9,5
Mangelnder Marken-/Patentschutz	17	3,1	15	4,0	14	9,5	11	10,5	19	5,3	16	5,3	13	5,6	14	4,8	16	5,0	15	4,8
Mangelnde Information über den Zielmarkt	9	9,4	5	16,0	19	4,8	11	10,5	13	10,5	10	10,5	8	11,1	11	9,5	5	15,0	6	14,3
Markteintritt wäre zu teuer	5	25,0	15	4,0	14	9,5	11	10,5	9	15,8	6	15,8	8	11,1	7	14,3	5	15,0	6	14,3
Keine Ansprechpartner im jew. Land	6	15,6	8	8,0	9	14,3	7	15,8	13	10,5	16	5,3	13	5,6	3	23,8	2	30,0	3	19,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	17	3,1	-	-	9	14,3	-	-	19	5,3	16	5,3	13	5,6	14	4,8	16	5,0	15	4,8
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	15	4,0	19	4,8	11	10,5	13	10,5	16	5,3	13	5,6	-	-	-	-	15	4,8
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	17	3,1	15	4,0	19	4,8	11	10,5	13	10,5	10	10,5	13	5,6	14	4,8	16	5,0	15	4,8
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	17	3,1	-	-	-	-	-	-	19	5,3	16	5,3	13	5,6	14	4,8	16	5,0	15	4,8

G: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.16: Exporthindernisse nach Zielregionen und Beschäftigtengrößenklassen: 101 bis 500 Beschäftigte

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Berücksichtigungskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Näher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	3	16,7	8	10,7	5	13,3	13	10,2	8	9,1	12	5,7	10	7,9	8	9,3	11	7,5	12	7,1
Erzielbare Preise sind zu niedrig	7	11,1	1	32,1	1	33,3	2	27,1	1	29,5	2	18,9	3	15,8	2	25,6	2	20,0	2	26,2
Konkurrenz zu groß	2	18,5	8	10,7	14	4,4	17	5,1	8	9,1	12	5,7	10	7,9	11	7,0	17	5,0	17	4,8
Transportkosten zu hoch	1	40,7	4	17,9	2	26,7	5	13,6	1	29,5	1	32,1	1	34,2	1	32,6	1	32,5	1	33,3
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	4	14,8	4	17,9	5	13,3	16	6,8	8	9,1	5	9,4	-	-	11	7,0	7	10,0	22	2,4
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	10	7,4	11	8,9	10	6,7	17	5,1	12	6,8	9	7,5	5	10,5	8	9,3	11	7,5	9	11,9
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	7	11,1	2	19,6	3	17,8	8	11,9	4	13,6	3	13,2	3	15,8	3	14,0	3	15,0	9	11,9
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	14	5,6	11	8,9	19	2,2	22	3,4	-	-	12	5,7	19	2,6	15	4,7	17	5,0	-	-
Hohe Zölle	9	9,3	8	10,7	14	4,4	4	15,3	18	4,5	5	9,4	5	10,5	3	14,0	4	12,5	12	7,1
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	4	14,8	24	1,8	19	2,2	17	5,1	-	-	19	3,8	-	-	11	7,0	7	10,0	22	2,4
Sprachbarrieren	10	7,4	19	3,6	19	2,2	14	8,5	18	4,5	19	3,8	10	7,9	15	4,7	7	10,0	22	2,4
Unterschiedliche Mentalität	15	3,7	6	12,5	4	15,6	8	11,9	8	9,1	12	5,7	10	7,9	15	4,7	11	7,5	12	7,1
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	15	3,7	19	3,6	19	2,2	25	1,7	-	-	23	1,9	-	-	-	-	22	2,5	12	7,1
Rechtssicherheit, Korruption	19	1,9	2	19,6	7	11,1	2	27,1	6	11,4	4	11,3	5	10,5	5	11,6	4	12,5	3	21,4
Politische Instabilität	10	7,4	11	8,9	10	6,7	1	33,9	3	15,9	5	9,4	5	10,5	8	9,3	7	10,0	4	19,0
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	15	7,1	8	8,9	8	11,9	18	4,5	12	5,7	2	18,4	15	4,7	11	7,5	4	19,0
Mangelnde Information über den Zielmarkt	19	1,9	-	-	19	2,2	17	5,1	22	2,3	23	1,9	19	2,6	11	7,0	17	5,0	11	9,5
Markteintritt wäre zu teuer	4	14,8	17	5,4	14	4,4	17	5,1	12	6,8	9	7,5	10	7,9	5	11,6	11	7,5	7	14,3
Keine Ansprechpartner im jew. Land	4	14,8	17	5,4	10	6,7	22	3,4	12	6,8	5	9,4	15	5,3	5	11,6	4	12,5	7	14,3
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	10	7,4	6	12,5	8	8,9	8	11,9	12	6,8	12	5,7	5	10,5	15	4,7	11	7,5	6	16,7
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	19	1,9	19	3,6	14	4,4	14	8,5	12	6,8	23	1,9	-	-	15	4,7	22	2,5	17	4,8
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	15	7,1	10	6,7	5	13,6	4	13,6	12	5,7	-	-	15	4,7	17	5,0	12	7,1
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	11	8,9	19	2,2	5	13,6	12	6,8	19	3,8	15	5,3	-	-	-	-	17	4,8
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	19	3,6	19	2,2	8	11,9	6	11,4	9	7,5	15	5,3	-	-	22	2,5	17	4,8

G: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.17: Exporthindernisse nach Zielregionen und Beschäftigtengrößenklassen: Über 500 Beschäftigte

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Bertrits-kandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Näher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika		
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	
Unser Unternehmen ist zu klein	2	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3
Erzielbare Preise sind zu niedrig	2	20,0	5	16,7	4	14,3	1	38,5	4	15,4	3	16,7	4	12,5	2	15,4	7	8,3	2	33,3	
Konkurrenz zu groß	7	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3
Transportkosten zu hoch	1	60,0	3	25,0	2	28,6	4	15,4	1	38,5	2	25,0	1	37,5	1	38,5	1	25,0	1	41,7	
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	2	20,0	1	41,7	1	42,9	2	30,8	4	15,4	8	8,3	4	12,5	2	15,4	7	8,3	9	8,3	
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	7	10,0	9	8,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	-	-	9	8,3	4	14,3	9	7,7	9	7,7	3	16,7	2	25,0	2	15,4	3	16,7	4	16,7	
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Hohe Zölle	-	-	2	33,3	-	-	4	15,4	2	23,1	8	8,3	-	-	-	-	-	-	-	-	
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	-	-	5	16,7	-	-	9	7,7	-	-	-	-	-	-	2	15,4	-	-	-	9	8,3
Sprachbarrieren	-	-	9	8,3	-	-	-	-	9	7,7	8	8,3	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3
Unterschiedliche Mentalität	7	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	-	-	3	25,0	-	-	-	-	9	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	5	16,7	4	14,3	3	23,1	2	23,1	3	16,7	-	-	2	15,4	-	-	3	25,0	
Politische Instabilität	-	-	-	-	-	-	-	-	4	15,4	3	16,7	4	12,5	-	-	-	-	-	9	8,3
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	-	-	-	9	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Mangelnde Information über den Zielmarkt	7	10,0	-	-	-	-	9	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Markteintritt wäre zu teuer	2	20,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	12,5	2	15,4	1	25,0	4	16,7	
Keine Ansprechpartner im jew. Land	7	10,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	12,5	10	7,7	7	8,3	4	16,7	
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	7	10,0	-	-	-	-	9	7,7	9	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3	
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	9	7,7	9	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	9	8,3	
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	-	-	9	7,7	9	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	9	7,7	9	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

G: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.18: Exporthindernisse nach Zielregionen und Erfahrungsklassen - Unternehmen mit Exporten nur nach Westeuropa

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Bertragskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	60,0	4	26,7	2	42,3	1	52,4	1	57,1	1	57,9	1	60,0	1	47,6	1	58,8	1	55,6
Erzielbare Preise sind zu niedrig	7	14,3	1	53,3	3	38,5	3	28,6	3	19,0	3	21,1	3	25,0	6	14,3	7	11,8	5	16,7
Konkurrenz zu groß	3	28,6	8	20,0	6	15,4	6	19,0	5	14,3	3	21,1	3	25,0	3	19,0	3	23,5	5	16,7
Transportkosten zu hoch	2	48,6	2	31,1	1	46,2	2	47,6	2	47,6	2	52,6	2	50,0	1	47,6	2	52,9	2	50,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	13	8,6	15	4,4	-	-	-	-	16	4,8	16	5,3	18	5,0	15	4,8	13	5,9	15	5,6
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	13	8,6	11	13,3	11	7,7	10	9,5	10	9,5	6	15,8	9	10,0	8	9,5	7	11,8	5	16,7
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	5	22,9	4	26,7	6	15,4	3	28,6	5	14,3	6	15,8	5	15,0	3	19,0	4	17,6	5	16,7
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	9	11,4	14	6,7	17	3,8	16	4,8	-	-	-	-	18	5,0	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	17	5,7	-	-	-	-	-	10	9,5	-	-	-	-	-	15	4,8	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	17	5,7	13	8,9	17	3,8	10	9,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	9	11,4	20	2,2	11	7,7	16	4,8	16	4,8	16	5,3	18	5,0	15	4,8	13	5,9	15	5,6
Unterschiedliche Mentalität	9	11,4	7	22,2	8	11,5	16	4,8	16	4,8	16	5,3	18	5,0	15	4,8	13	5,9	15	5,6
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	17	5,7	15	4,4	11	7,7	-	-	16	4,8	16	5,3	18	5,0	15	4,8	13	5,9	15	5,6
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	7	14,3	2	31,1	5	19,2	5	23,8	3	19,0	3	21,1	5	15,0	6	14,3	7	11,8	3	22,2
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	9	17,8	8	11,5	7	14,3	5	14,3	10	10,5	9	10,0	8	9,5	-	-	10	11,1
Politische Instabilität	-	-	20	2,2	11	7,7	10	9,5	10	9,5	10	10,5	9	10,0	15	4,8	-	-	10	11,1
Mangelnder Marken-/Patentschutz	17	5,7	-	-	17	3,8	10	9,5	-	-	16	5,3	9	10,0	15	4,8	-	-	10	11,1
Mangelnde Information über den Zielmarkt	9	11,4	12	11,1	17	3,8	16	4,8	10	9,5	10	10,5	9	10,0	15	4,8	13	5,9	15	5,6
Markteintritt wäre zu teuer	3	28,6	10	15,6	8	11,5	7	14,3	5	14,3	6	15,8	5	15,0	8	9,5	4	17,6	5	16,7
Keine Ansprechpartner im jew. Land	6	20,0	6	24,4	4	23,1	7	14,3	5	14,3	6	15,8	5	15,0	3	19,0	4	17,6	3	22,2
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	22	2,9	-	-	17	3,8	-	-	16	4,8	16	5,3	18	5,0	8	9,5	13	5,9	15	5,6
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	20	2,2	-	-	-	-	16	4,8	16	5,3	18	5,0	-	-	-	-	15	5,6
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	13	8,6	15	4,4	11	7,7	16	4,8	10	9,5	10	10,5	9	10,0	8	9,5	7	11,8	10	11,1
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	13	8,6	15	4,4	17	3,8	16	4,8	10	9,5	10	10,5	9	10,0	8	9,5	7	11,8	10	11,1

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.19: Exporthindernisse nach Zielregionen und Erfahrungsklassen: Unternehmen ohne Exporterfahrung

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Bertragskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	100,0	3	50,0	1	100,0	1	66,7	2	66,7	1	100,0	1	100,0	1	100,0	1	100,0	1	100,0
Erzielbare Preise sind zu niedrig	-	-	5	37,5	-	-	-	-	-	-	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0
Konkurrenz zu groß	4	33,3	5	37,5	5	50,0	3	33,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportkosten zu hoch	4	33,3	13	12,5	-	-	-	-	-	-	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	-	-	11	25,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	-	-	13	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	4	33,3	5	37,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hohe Zölle	-	-	13	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	-	-	5	37,5	5	50,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sprachbarrieren	-	-	13	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unterschiedliche Mentalität	-	-	5	37,5	5	50,0	3	33,3	5	33,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	-	-	13	12,5	-	-	-	-	-	-	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	2	62,5	5	50,0	-	-	5	33,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Politische Instabilität	-	-	3	50,0	1	100,0	3	33,3	2	66,7	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0
Mangelnder Marken-/Patentschutz	4	33,3	13	12,5	5	50,0	3	33,3	5	33,3	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0
Mangelnde Information über den Zielmarkt	-	-	5	37,5	5	50,0	3	33,3	5	33,3	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0
Markteintritt wäre zu teuer	1	100,0	11	25,0	1	100,0	3	33,3	5	33,3	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0	3	50,0
Keine Ansprechpartner im jew. Land	3	66,7	1	75,0	1	100,0	1	66,7	1	100,0	1	100,0	1	100,0	1	100,0	1	100,0	1	100,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	13	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.20: Exporthindernisse nach Zielregionen und Erfahrungsklassen: Unternehmen mit großer Exporterfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas (Exportanteil der Zielregionen außerhalb Westeuropas beträgt mehr als 20%)

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-B Beitrittskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	2	25,0	10	9,7	7	8,3	7	10,0	10	8,0	11	3,3	9	10,5	11	4,5	15	4,5	14	10,0
Erzielbare Preise sind zu niedrig	12	3,6	1	32,3	3	33,3	1	30,0	2	28,0	2	16,7	3	15,8	6	9,1	7	13,6	6	20,0
Konkurrenz zu groß	4	17,9	10	9,7	13	4,2	-	-	7	12,0	11	3,3	3	15,8	11	4,5	9	9,1	6	20,0
Transportkosten zu hoch	1	32,1	5	16,1	1	37,5	5	13,3	1	40,0	1	30,0	3	15,8	1	18,2	1	22,7	1	35,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	2	25,0	3	19,4	4	25,0	7	10,0	5	16,0	2	16,7	16	5,3	1	18,2	2	18,2	10	15,0
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	7	7,1	7	12,9	7	8,3	10	6,7	-	-	7	6,7	16	5,3	11	4,5	9	9,1	-	-
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	12	3,6	7	12,9	13	4,2	10	6,7	16	4,0	11	3,3	16	5,3	11	4,5	15	4,5	-	-
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	12	3,6	19	3,2	-	-	17	3,3	10	8,0	11	3,3	16	5,3	-	-	15	4,5	-	-
Hohe Zölle	-	-	3	19,4	13	4,2	10	6,7	4	20,0	6	10,0	3	15,8	6	9,1	7	13,6	20	5,0
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	5	10,7	13	6,5	-	-	17	3,3	-	-	11	3,3	-	-	-	-	15	4,5	-	-
Sprachbarrieren	12	3,6	13	6,5	5	20,8	10	6,7	16	4,0	11	3,3	3	15,8	6	9,1	9	9,1	10	15,0
Unterschiedliche Mentalität	12	3,6	-	-	13	4,2	17	3,3	16	4,0	-	-	16	5,3	11	4,5	-	-	14	10,0
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	-	-	2	22,6	1	37,5	3	20,0	2	28,0	5	13,3	9	10,5	6	9,1	2	18,2	5	25,0
Rechtsunsicherheit, Korruption	-	-	5	16,1	5	20,8	2	23,3	5	16,0	2	16,7	3	15,8	11	4,5	15	4,5	1	35,0
Politische Instabilität	-	-	10	9,7	7	8,3	17	3,3	7	12,0	7	6,7	1	26,3	11	4,5	9	9,1	4	30,0
Mangelnder Marken-/Patentschutz	12	3,6	-	-	13	4,2	17	3,3	10	8,0	11	3,3	9	10,5	11	4,5	9	9,1	10	15,0
Mangelnde Information über den Zielmarkt	7	7,1	13	6,5	13	4,2	10	6,7	16	4,0	11	3,3	16	5,3	4	13,6	2	18,2	6	20,0
Markteintritt wäre zu teuer	7	7,1	-	-	-	-	-	-	16	4,0	11	3,3	9	10,5	4	13,6	2	18,2	10	15,0
Keine Ansprechpartner im jew. Land	5	10,7	7	12,9	7	8,3	4	16,7	7	12,0	7	6,7	2	21,1	1	18,2	2	18,2	1	35,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	7	7,1	-	-	-	-	17	3,3	16	4,0	-	-	16	5,3	-	-	-	-	14	10,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	13	6,5	7	8,3	5	13,3	16	4,0	-	-	16	5,3	11	4,5	-	-	6	20,0
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	13	6,5	13	4,2	7	10,0	10	8,0	-	-	9	10,5	-	-	-	-	14	10,0
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	-	-	13	4,2	10	6,7	10	8,0	11	3,3	9	10,5	-	-	-	-	14	10,0

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.2.1: Exporthindernisse nach Zielregionen und Erfahrungsklassen: Unternehmen mit mittlerer Exporterfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas (Exportanteil der Zielregionen außerhalb Westeuropas beträgt zwischen 5% und 20%)

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Beritritts-kandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	2	32,5	14	5,9	14	6,3	16	6,8	11	12,1	4	14,6	7	10,0	3	20,0	6	16,1	10	8,3
Erzielbare Preise sind zu niedrig	4	17,5	1	50,0	1	46,9	3	31,8	1	42,4	1	34,1	1	36,7	1	37,1	1	32,3	1	47,2
Konkurrenz zu groß	3	20,0	6	11,8	7	12,5	14	9,1	8	15,2	12	7,3	10	6,7	3	20,0	11	9,7	16	2,8
Transportkosten zu hoch	1	37,5	5	14,7	9	9,4	19	4,5	5	18,2	2	24,4	2	26,7	2	34,3	1	32,3	3	25,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	10	7,5	11	8,8	14	6,3	19	4,5	21	3,0	-	-	-	-	22	2,9	20	3,2	16	2,8
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	-	-	21	2,9	9	9,4	19	4,5	-	-	7	12,2	7	10,0	14	5,7	6	16,1	6	22,2
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	13	5,0	3	17,6	9	9,4	19	4,5	16	6,1	17	4,9	16	3,3	14	5,7	20	3,2	10	8,3
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	15	2,5	6	11,8	19	3,1	19	4,5	-	-	17	4,9	16	3,3	14	5,7	14	6,5	-	-
Hohe Zölle	7	10,0	14	5,9	19	3,1	9	11,4	21	3,0	9	9,8	10	6,7	8	8,6	11	9,7	16	2,8
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	5	15,0	-	-	-	-	16	6,8	-	-	22	2,4	-	-	14	5,7	14	6,5	16	2,8
Sprachbarrieren	10	7,5	11	8,8	14	6,3	9	11,4	12	9,1	12	7,3	16	3,3	8	8,6	10	12,9	16	2,8
Unterschiedliche Mentalität	-	-	6	11,8	4	21,9	6	18,2	8	15,2	17	4,9	10	6,7	8	8,6	14	6,5	16	2,8
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	15	2,5	2	38,2	2	28,1	2	43,2	3	30,3	3	19,5	6	13,3	7	14,3	4	19,4	8	16,7
Rechtsunsicherheit, Korruption	7	10,0	3	17,6	4	21,9	1	45,5	2	33,3	7	12,2	4	16,7	8	8,6	6	16,1	3	25,0
Politische Instabilität	-	-	11	8,8	2	28,1	5	20,5	12	9,1	9	9,8	3	23,3	14	5,7	6	16,1	3	25,0
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	14	5,9	19	3,1	16	6,8	16	6,1	-	-	-	-	22	2,9	20	3,2	16	2,8
Mangelnde Information über den Zielmarkt	7	10,0	21	2,9	7	12,5	8	13,6	5	18,2	4	14,6	7	10,0	5	17,1	4	19,4	6	22,2
Markteintritt wäre zu teuer	6	12,5	21	2,9	19	3,1	14	9,1	12	9,1	9	9,8	16	3,3	8	8,6	11	9,7	9	11,1
Keine Ansprechpartner im jew. Land	10	7,5	6	11,8	4	21,9	4	29,5	4	21,2	4	14,6	4	16,7	5	17,1	3	25,8	2	27,8
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	-	-	14	5,9	9	9,4	9	11,4	16	6,1	22	2,4	-	-	14	5,7	20	3,2	13	5,6
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	6	11,8	14	6,3	7	15,9	5	18,2	12	7,3	16	3,3	14	5,7	14	6,5	13	5,6
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	14	5,9	19	3,1	9	11,4	12	9,1	12	7,3	10	6,7	-	-	-	-	16	2,8
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	21	2,9	19	3,1	9	11,4	8	15,2	12	7,3	10	6,7	-	-	20	3,2	16	2,8

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.22: Exporthindernisse nach Zielregionen und Erfahrungsklassen: Unternehmen mit geringer Exporterfahrung in Regionen außerhalb Westeuropas (Exportanteil der Zielregionen außerhalb Westeuropas beträgt weniger als 5%)

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Bertragskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	1	33,3	14	5,0	10	11,1	8	8,7	-	-	8	4,2	8	5,0	8	7,7	8	7,7	-	-
Erzielbare Preise sind zu niedrig	7	13,3	1	25,0	1	33,3	2	21,7	2	20,8	2	16,7	2	20,0	2	23,1	2	15,4	3	16,7
Konkurrenz zu groß	3	26,7	1	25,0	10	11,1	15	4,3	11	8,3	8	4,2	8	5,0	10	3,8	8	7,7	10	4,2
Transportkosten zu hoch	2	30,0	14	5,0	4	16,7	4	13,0	1	33,3	1	29,2	1	25,0	1	38,5	1	30,8	1	41,7
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	5	16,7	5	15,0	10	11,1	8	8,7	4	12,5	5	12,5	8	5,0	6	11,5	6	11,5	-	-
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	7	13,3	-	-	3	22,2	1	26,1	2	20,8	2	16,7	2	20,0	3	19,2	2	15,4	2	25,0
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	7	13,3	5	15,0	2	27,8	8	8,7	4	12,5	2	16,7	2	20,0	5	15,4	2	15,4	4	12,5
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	12	6,7	14	5,0	16	5,6	15	4,3	-	-	8	4,2	8	5,0	10	3,8	-	-	-	-
Hohe Zölle	12	6,7	10	10,0	16	5,6	8	8,7	-	-	8	4,2	8	5,0	10	3,8	12	3,8	10	4,2
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	7	13,3	-	-	-	-	15	4,3	-	-	-	-	-	-	8	7,7	8	7,7	10	4,2
Sprachbarrieren	16	3,3	14	5,0	-	-	8	8,7	11	8,3	-	-	8	5,0	-	-	12	3,8	-	-
Unterschiedliche Mentalität	16	3,3	5	15,0	10	11,1	4	13,0	4	12,5	-	-	8	5,0	-	-	12	3,8	-	-
Zahlungsausfallsrisiko zu hoch	-	-	4	20,0	4	16,7	15	4,3	16	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rechtsunsicherheit, Korruption	16	3,3	1	25,0	4	16,7	3	17,4	4	12,5	8	4,2	7	10,0	10	3,8	8	7,7	4	12,5
Politische Instabilität	-	-	5	15,0	10	11,1	15	4,3	11	8,3	8	4,2	5	15,0	-	-	-	-	7	8,3
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	-	-	-	-	15	4,3	-	-	-	-	8	5,0	10	3,8	-	-	10	4,2
Mangelnde Information über den Zielmarkt	12	6,7	10	10,0	10	11,1	15	4,3	16	4,2	8	4,2	8	5,0	10	3,8	12	3,8	10	4,2
Markteintritt wäre zu teuer	4	20,0	-	-	16	5,6	8	8,7	4	12,5	6	8,3	8	5,0	3	19,2	6	11,5	4	12,5
Keine Ansprechpartner im jew. Land	5	16,7	10	10,0	4	16,7	15	4,3	4	12,5	6	8,3	5	15,0	6	11,5	2	15,4	7	8,3
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	11	10,0	14	5,0	4	16,7	4	13,0	4	12,5	8	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	14	5,0	4	16,7	4	13,0	11	8,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	12	6,7	5	15,0	16	5,6	8	8,7	11	8,3	8	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	16	3,3	10	10,0	16	5,6	15	4,3	16	4,2	8	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.24: Exporthindernisse nach Zielregionen und Erfahrungsklassen: Unternehmen mit Exporterfahrung in die jeweilige Zielregion

	USA, Kanada, Australien, Japan		Osteuropa-Bertragskandidaten		Südost-europa		Europäische GUS		Asiatische GUS		Mittel- und Südamerika		Naher und Mittlerer Osten		Dynamische Länder in Fernost		Sonstige Länder in Fernost		Afrika	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
Unser Unternehmen ist zu klein	4	18,0	13	8,2	6	13,8	19	4,3	18	5,3	-	-	11	6,7	14	7,1	20	3,7	-	-
Erzielbare Preise sind zu niedrig	4	18,0	1	34,4	1	31,0	8	13,0	6	15,8	3	15,4	2	26,7	1	32,1	4	22,2	2	33,3
Konkurrenz zu groß	2	24,6	5	14,8	15	6,9	-	-	10	10,5	13	3,8	7	13,3	2	21,4	4	22,2	10	13,3
Transportkosten zu hoch	1	29,5	5	14,8	6	13,8	12	8,7	1	42,1	1	26,9	11	6,7	2	21,4	7	18,5	6	20,0
Tochtergesellschaften/Joint Ventures zielführender	3	23,0	7	13,1	4	17,2	12	8,7	10	10,5	6	11,5	-	-	14	7,1	12	11,1	15	6,7
Mangelnde Akzeptanz für unsere Produkte	10	8,2	15	6,6	-	-	19	4,3	-	-	13	3,8	-	-	8	10,7	12	11,1	-	-
Wir konzentrieren uns auf EU-Märkte	-	-	4	16,4	6	13,8	-	-	-	-	13	3,8	-	-	-	-	-	-	15	6,7
Strateg. Vort. durch frühen Markteintritt nicht mehr	-	-	15	6,6	15	6,9	8	13,0	10	10,5	13	3,8	-	-	14	7,1	16	7,4	-	-
Hohe Zölle	9	9,8	8	11,5	18	3,4	3	26,1	6	15,8	3	15,4	11	6,7	5	17,9	4	22,2	15	6,7
Einfuhrquoten, Ursprungs-Wechselkursrisiko zu groß	6	11,5	23	1,6	-	-	12	8,7	-	-	13	3,8	-	-	8	10,7	12	11,1	-	-
Sprachbarrieren	10	8,2	15	6,6	18	3,4	8	13,0	10	10,5	13	3,8	7	13,3	14	7,1	12	11,1	15	6,7
Unterschiedliche Mentalität	-	-	10	9,8	3	20,7	12	8,7	18	5,3	13	3,8	7	13,3	14	7,1	8	14,8	-	-
Zahlungsausfallrisiko zu hoch	13	4,9	22	3,3	15	6,9	-	-	18	5,3	-	-	-	-	8	10,7	16	7,4	-	-
Rechtssicherheits-, Korruption	-	-	2	32,8	2	24,1	2	34,8	4	21,1	1	26,9	4	20,0	2	21,4	1	29,6	1	40,0
Politische Instabilität	12	6,6	3	19,7	4	17,2	1	39,1	2	26,3	3	15,4	2	26,7	8	10,7	8	14,8	2	33,3
Mangelnder Marken-/Patentschutz	-	-	13	8,2	6	13,8	12	8,7	6	15,8	6	11,5	1	46,7	21	3,6	8	14,8	2	33,3
Mangelnde Information über den Zielmarkt	-	-	23	1,6	-	-	12	8,7	10	10,5	-	-	11	6,7	14	7,1	16	7,4	10	13,3
Markteintritt wäre zu teuer	6	11,5	19	4,9	12	10,3	8	13,0	4	21,1	13	3,8	-	-	8	10,7	8	14,8	5	26,7
Keine Ansprechpartner im jew. Land	13	4,9	23	1,6	18	3,4	19	4,3	6	15,8	9	7,7	11	6,7	5	17,9	2	25,9	6	20,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportfinanzierung	6	11,5	8	11,5	12	10,3	5	21,7	2	26,3	13	3,8	11	6,7	7	14,3	2	25,9	6	20,0
Mangelnde Möglichkeiten der Exportversicherung	-	-	19	4,9	6	13,8	6	17,4	10	10,5	13	3,8	11	6,7	14	7,1	20	3,7	10	13,3
Zu hohe Kosten der Exportfinanzierung	-	-	10	9,8	6	13,8	3	26,1	18	5,3	6	11,5	7	13,3	8	10,7	16	7,4	6	20,0
Zu hohe Kosten der Exportversicherung	-	-	10	9,8	18	3,4	6	17,4	10	10,5	9	7,7	4	20,0	-	-	-	-	10	13,3
	-	-	19	4,9	18	3,4	12	8,7	10	10,5	9	7,7	4	20,0	-	-	20	3,7	10	13,3

Q: WIFO-Erhebung.

Übersicht A2.27: Märkte mit konkreten Exportplänen nach Beschäftigtengrößenklassen

	1 bis 20		21 bis 50		51 bis 100		101 bis 500		Über 500	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
USA	5	21,1	10	16,1	8	16,7	7	20,0	1	42,9
Kanada	7	15,8	10	16,1	28	2,8	13	13,3	11	19,0
Australien	11	10,5	18	6,5	18	8,3	23	7,8	27	4,8
Japan	11	10,5	18	6,5	12	13,9	17	10,0	22	9,5
Ungarn	7	15,8	3	35,5	1	44,4	1	34,4	4	28,6
Tschechien	3	31,6	5	25,8	5	27,8	2	31,1	5	23,8
Slowenien	5	21,1	1	51,6	2	38,9	4	26,7	5	23,8
Polen	2	36,8	5	25,8	4	30,6	4	26,7	11	19,0
Slowakei	4	26,3	4	29,0	7	19,4	3	30,0	11	19,0
Lettland	20	5,3	28	3,2	14	11,1	10	15,6	15	14,3
Litauen	20	5,3	18	6,5	12	13,9	13	13,3	15	14,3
Estland	20	5,3	18	6,5	18	8,3	17	10,0	15	14,3
Kroatien	1	42,1	2	38,7	3	36,1	6	22,2	3	33,3
Rumänien	11	10,5	7	22,6	18	8,3	10	15,6	15	14,3
Mazedonien	-	-	14	12,9	28	2,8	21	8,9	11	19,0
Russland	11	10,5	7	22,6	6	25,0	9	16,7	5	23,8
Ukraine	11	10,5	9	19,4	8	16,7	16	11,1	22	9,5
Weißrussland	11	10,5	28	3,2	18	8,3	33	3,3	27	4,8
Kasachstan	-	-	-	-	26	5,6	35	2,2	27	4,8
Usbekistan	-	-	-	-	-	-	40	1,1	27	4,8
Bosnien	-	-	18	6,5	-	-	40	1,1	27	4,8
Aserbaidshjan	-	-	-	-	-	-	40	1,1	-	-
Serbien	-	-	28	3,2	-	-	35	2,2	15	14,3
Turkmenistan	-	-	-	-	-	-	35	2,2	-	-
Brasilien	20	5,3	28	3,2	8	16,7	12	14,4	15	14,3
Mexiko	-	-	16	9,7	18	8,3	30	4,4	5	23,8
Venezuela	-	-	-	-	-	-	35	2,2	27	4,8
Chile	11	10,5	18	6,5	-	-	26	5,6	22	9,5
Argentinien	20	5,3	28	3,2	28	2,8	26	5,6	22	9,5
Kolumbien	-	-	28	3,2	-	-	33	3,3	-	-
Peru	-	-	-	-	-	-	-	-	22	9,5
Guatemala	-	-	-	-	-	-	40	1,1	-	-
Uruguay	20	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-
El Salvador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Panama	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costa Rica	-	-	-	-	-	-	-	-	27	4,8
Türkei	7	15,8	18	6,5	18	8,3	21	8,9	27	4,8
Saudi-Arabien	7	15,8	16	9,7	14	11,1	17	10,0	27	4,8
Jordanien	20	5,3	-	-	-	-	26	5,6	-	-
Israel	20	5,3	-	-	28	2,8	-	-	-	-
Vietnam	-	-	18	6,5	28	2,8	26	5,6	27	4,8
China	11	10,5	10	16,1	8	16,7	8	17,8	1	42,9
KTHS ¹⁾	11	10,5	14	12,9	26	5,6	15	12,2	5	23,8
TM ²⁾	20	5,3	28	3,2	14	11,1	25	6,7	5	23,8
IP ³⁾	20	5,3	18	6,5	18	8,3	30	4,4	15	14,3
Indien	-	-	18	6,5	18	8,3	17	10,0	27	4,8
Ägypten	20	5,3	28	3,2	28	2,8	23	7,8	-	-
Algerien	-	-	-	-	28	2,8	35	2,2	27	4,8
Südafrika	-	-	10	16,1	14	11,1	30	4,4	27	4,8

Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ Südkorea, Taiwan, Hongkong, Singapur. - ²⁾ Thailand, Malaysia. - ³⁾ Indonesien, Philippinen.

Übersicht A2.28: Interessante Zukunftsmärkte nach Beschäftigtengrößenklassen

	1 bis 20		21 bis 50		51 bis 100		101 bis 500		Über 500	
	Beschäftigte		Beschäftigte		Beschäftigte		Beschäftigte		Beschäftigte	
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
USA	4	18,4	8	12,2	10	11,9	21	6,5	13	5,0
Kanada	8	10,5	19	4,9	2	16,7	18	7,6	3	15,0
Australien	8	10,5	14	7,3	2	16,7	18	7,6	13	5,0
Japan	8	10,5	26	2,4	16	7,1	12	9,8	3	15,0
Ungarn	1	34,2	2	26,8	1	21,4	4	16,3	7	10,0
Tschechien	4	18,4	2	26,8	2	16,7	7	13,0	13	5,0
Slowenien	2	28,9	6	14,6	2	16,7	6	14,1	13	5,0
Polen	4	18,4	6	14,6	10	11,9	5	15,2	3	15,0
Slowakei	12	7,9	5	17,1	7	14,3	12	9,8	-	-
Lettland	20	2,6	8	12,2	16	7,1	7	13,0	7	10,0
Litauen	20	2,6	14	7,3	16	7,1	7	13,0	7	10,0
Estland	-	-	12	9,8	16	7,1	7	13,0	7	10,0
Kroatien	3	21,1	1	29,3	7	14,3	2	20,7	7	10,0
Rumänien	12	7,9	8	12,2	10	11,9	18	7,6	7	10,0
Mazedonien	16	5,3	19	4,9	16	7,1	12	9,8	-	-
Russland	8	10,5	2	26,8	10	11,9	1	26,1	13	5,0
Ukraine	12	7,9	8	12,2	7	14,3	3	19,6	13	5,0
Weißrussland	16	5,3	19	4,9	24	2,4	12	9,8	-	-
Kasachstan	-	-	26	2,4	24	2,4	24	5,4	-	-
Usbekistan	20	2,6	26	2,4	24	2,4	24	5,4	-	-
Brasilien	20	2,6	19	4,9	10	11,9	12	9,8	3	15,0
Mexiko	20	2,6	19	4,9	24	2,4	28	4,3	13	5,0
Venezuela	-	-	26	2,4	-	-	32	3,3	-	-
Chile	-	-	-	-	24	2,4	36	2,2	-	-
Argentinien	-	-	26	2,4	23	4,8	28	4,3	13	5,0
Kolumbien	20	2,6	26	2,4	-	-	36	2,2	-	-
Peru	-	-	26	2,4	-	-	-	-	-	-
Guatemala	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uruguay	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Salvador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Panama	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costa Rica	-	-	-	-	-	-	39	1,1	-	-
Türkei	12	7,9	14	7,3	15	9,5	12	9,8	13	5,0
Saudi-Arabien	20	2,6	26	2,4	24	2,4	24	5,4	-	-
Jordanien	20	2,6	19	4,9	24	2,4	28	4,3	-	-
Vietnam	-	-	26	2,4	-	-	28	4,3	13	5,0
China	7	13,2	-	-	2	16,7	7	13,0	1	30,0
KTHS ¹⁾	16	5,3	19	4,9	16	7,1	24	5,4	-	-
TM ²⁾	20	2,6	-	-	-	-	36	2,2	13	5,0
IP ³⁾	20	2,6	-	-	24	2,4	32	3,3	-	-
Indien	20	2,6	12	9,8	24	2,4	21	6,5	2	20,0
Ägypten	20	2,6	14	7,3	24	2,4	32	3,3	13	5,0
Algerien	-	-	26	2,4	24	2,4	32	3,3	13	5,0
Südafrika	16	5,3	14	7,3	16	7,1	21	6,5	-	-

Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ Südkorea, Taiwan, Hongkong, Singapur. - ²⁾ Thailand, Malaysia. - ³⁾ Indonesien, Philippinen.

Übersicht A2.29: Märkte mit konkreten Exportplänen nach Exporterfahrung der Unternehmen

	Nur Westeuropa		Ohne Export- erfahrung		Exporte auch in Regionen außerhalb Westeuropas					
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Exportanteil außerhalb Westeuropas					
					Bis 5%		5% bis 20%		Über 20%	
					Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
USA	8	5,6	-	-	7	23,3	2	28,6	12	15,1
Kanada	8	5,6	-	-	11	13,3	16	13,0	18	11,3
Australien	-	-	-	-	17	6,7	25	7,8	27	5,7
Japan	7	11,1	-	-	25	3,3	14	14,3	21	7,5
Ungarn	1	50,0	3	25,0	2	46,7	1	29,9	5	24,5
Tschechien	4	33,3	-	-	1	50,0	5	24,7	6	22,6
Slowenien	2	44,4	1	100,0	4	36,7	5	24,7	4	26,4
Polen	6	22,2	-	-	5	30,0	2	28,6	3	30,2
Slowakei	4	33,3	-	-	3	43,3	5	24,7	10	17,0
Lettland	-	-	-	-	8	16,7	12	15,6	21	7,5
Litauen	-	-	-	-	11	13,3	9	18,2	21	7,5
Estland	-	-	-	-	17	6,7	12	15,6	27	5,7
Kroatien	3	38,9	1	100,0	6	26,7	4	26,0	2	32,1
Rumänien	-	-	3	25,0	8	16,7	14	14,3	7	20,8
Mazedonien	8	5,6	3	25,0	25	3,3	24	9,1	20	9,4
Russland	8	5,6	3	25,0	8	16,7	5	24,7	9	18,9
Ukraine	-	-	3	25,0	11	13,3	21	10,4	7	20,8
Weißrussland	-	-	-	-	17	6,7	32	5,2	21	7,5
Kasachstan	-	-	3	25,0	35	0,0	35	2,6	31	3,8
Usbekistan	-	-	-	-	35	0,0	42	0,0	31	3,8
Bosnien	-	-	3	25,0	35	0,0	39	1,3	39	1,9
Aserbajdschan	-	-	-	-	35	0,0	42	0,0	44	0,0
Serbien	-	-	-	-	35	0,0	34	3,9	31	3,8
Turkmenistan	-	-	-	-	35	0,0	35	2,6	44	0,0
Brasilien	-	-	-	-	17	6,7	9	18,2	12	15,1
Mexiko	8	5,6	-	-	17	6,7	27	6,5	14	13,2
Venezuela	-	-	-	-	35	0,0	39	1,3	31	3,8
Chile	-	-	-	-	14	10,0	25	7,8	31	3,8
Argentinien	-	-	-	-	14	10,0	32	5,2	27	5,7
Kolumbien	-	-	-	-	35	0,0	35	2,6	31	3,8
Peru	-	-	-	-	25	3,3	42	0,0	39	1,9
Guatemala	-	-	-	-	35	0,0	42	0,0	39	1,9
Uruguay	-	-	-	-	25	3,3	42	0,0	44	0,0
El Salvador	-	-	-	-	35	0,0	42	0,0	44	0,0
Panama	-	-	-	-	35	0,0	42	0,0	44	0,0
Costa Rica	-	-	-	-	35	0,0	42	0,0	39	1,9
Türkei	-	-	-	-	17	6,7	27	6,5	14	13,2
Saudi-Arabien	-	-	3	25,0	25	3,3	16	13,0	14	13,2
Jordanien	-	-	-	-	25	3,3	27	6,5	44	0,0
Israel	-	-	-	-	35	0,0	39	1,3	39	1,9
Vietnam	-	-	-	-	25	3,3	27	6,5	27	5,7
China	-	-	-	-	14	10,0	11	16,9	1	34,0
KTHS ¹⁾	8	5,6	-	-	17	6,7	18	11,7	10	17,0
TM ²⁾	-	-	-	-	25	3,3	18	11,7	14	13,2
IP ³⁾	-	-	-	-	25	3,3	21	10,4	21	7,5
Indien	-	-	-	-	35	0,0	18	11,7	18	11,3
Ägypten	-	-	-	-	25	3,3	27	6,5	31	3,8
Algerien	-	-	-	-	35	0,0	35	2,6	31	3,8
Südafrika	-	-	-	-	17	6,7	21	10,4	21	7,5

Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ Südkorea, Taiwan, Hongkong, Singapur. - ²⁾ Thailand, Malaysia. - ³⁾ Indonesien, Philippinen.

Übersicht A2.30: Interessante Zukunftsmärkte nach Exporterfahrung der Unternehmen

	Nur Westeuropa		Ohne Exporterfahrung		Exporte auch in Regionen außerhalb Westeuropas						
					Exportanteil außerhalb Westeuropas						
	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Bis 5%		5% bis 20%		Über 20%		
				Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %	Rang	Anteile in %
USA	5	12,5	7	16,7	8	11,1	17	9,6	19	5,2	
Kanada	11	5,0	-	-	8	11,1	6	13,7	19	5,2	
Australien	-	-	-	-	5	19,4	11	11,0	8	12,1	
Japan	5	12,5	-	-	13	8,3	17	9,6	10	8,6	
Ungarn	1	40,0	1	100,0	4	22,2	11	11,0	10	8,6	
Tschechien	2	32,5	7	16,7	7	13,9	17	9,6	10	8,6	
Slowenien	3	27,5	2	50,0	1	27,8	22	8,2	19	5,2	
Polen	5	12,5	4	33,3	3	25,0	5	15,1	10	8,6	
Slowakei	5	12,5	4	33,3	8	11,1	7	12,3	28	3,4	
Lettland	11	5,0	-	-	19	5,6	7	12,3	3	17,2	
Litauen	16	2,5	-	-	19	5,6	17	9,6	3	17,2	
Estland	16	2,5	-	-	19	5,6	7	12,3	7	13,8	
Kroatien	5	12,5	2	50,0	1	27,8	3	20,5	5	15,5	
Rumänien	4	20,0	-	-	19	5,6	11	11,0	19	5,2	
Mazedonien	11	5,0	4	33,3	13	8,3	29	4,1	10	8,6	
Russland	10	10,0	-	-	8	11,1	1	26,0	1	22,4	
Ukraine	11	5,0	-	-	8	11,1	4	17,8	2	19,0	
Weißrussland	11	5,0	-	-	29	0,0	11	11,0	19	5,2	
Kasachstan	16	2,5	-	-	29	0,0	25	5,5	32	1,7	
Usbekistan	16	2,5	-	-	29	0,0	25	5,5	28	3,4	
Brasilien	-	-	-	-	13	8,3	11	11,0	8	12,1	
Mexiko	-	-	-	-	24	2,8	29	4,1	10	8,6	
Venezuela	-	-	-	-	29	0,0	25	5,5	39	0,0	
Chile	-	-	-	-	29	0,0	34	2,7	32	1,7	
Argentinien	-	-	-	-	29	0,0	23	6,8	19	5,2	
Kolumbien	-	-	-	-	29	0,0	34	2,7	28	3,4	
Peru	-	-	-	-	29	0,0	40	0,0	32	1,7	
Guatemala	-	-	-	-	29	0,0	40	0,0	39	0,0	
Uruguay	-	-	-	-	29	0,0	40	0,0	39	0,0	
El Salvador	-	-	-	-	29	0,0	40	0,0	39	0,0	
Panama	-	-	-	-	29	0,0	40	0,0	39	0,0	
Costa Rica	-	-	-	-	29	0,0	39	1,4	39	0,0	
Türkei	16	2,5	-	-	6	16,7	17	9,6	10	8,6	
Saudi-Arabien	16	2,5	-	-	29	0,0	29	4,1	19	5,2	
Jordanien	-	-	-	-	24	2,8	23	6,8	32	1,7	
Vietnam	-	-	-	-	29	0,0	29	4,1	19	5,2	
China	16	2,5	-	-	19	5,6	2	21,9	5	15,5	
KTHS ¹⁾	16	2,5	-	-	13	8,3	34	2,7	18	6,9	
TM ²⁾	-	-	-	-	24	2,8	34	2,7	32	1,7	
IP ³⁾	-	-	-	-	29	0,0	29	4,1	28	3,4	
Indien	16	2,5	-	-	24	2,8	7	12,3	10	8,6	
Ägypten	16	2,5	-	-	13	8,3	25	5,5	32	1,7	
Algerien	-	-	-	-	24	2,8	34	2,7	19	5,2	
Südafrika	16	2,5	-	-	13	8,3	11	11,0	32	1,7	

Q: WIFO-Erhebung. - ¹⁾ Südkorea, Taiwan, Hongkong, Singapur. - ²⁾ Thailand, Malaysia. - ³⁾ Indonesien, Philippinen.

Übersicht A2.31: Beurteilung der Exportformtive
Kruskal-Wallis Test

	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility
Beurteilung nach:			
- Branchen	23,575	13	0,0353 *
- Unternehmensgröße	5,251	4	0,2625
- Exporterfahrung	18,291	4	0,0011 *

Q: WFO-Erhebung. - Anmerkung: * = signifikant am 5%-Niveau.

Übersicht A2.32: Beurteilung der Exporthindernisse nach Zielregionen
Kruskal-Wallis Test

	Osteuropa- Beitrittskandidaten												Südosteuropa				Europäische GUS				Asiatische GUS			
	USA, Kanada, Australien, Japan												Dynamische Länder in Fernost				Sonsitge Länder in Fernost				Afrika			
	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility	Prüfgröße Chi-squared	Freiheits- grade	Proba- bility			
Beurteilung nach:																								
- Branchen	23,557	11	0,0147 *	27,571	11	0,0038 *	32,460	11	0,0006 *	21,316	11	0,0302 *	17,081	10	0,0726 **									
- Unternehmensgröße	14,098	4	0,0070 *	32,043	4	0,0001 *	35,904	4	0,0001 *	9,167	4	0,0571 **	15,235	4	0,0042 *									
- Exporterfahrung	28,958	4	0,0001 *	14,630	4	0,0055 *	7,692	4	0,1035 **	9,444	4	0,0509 *	8,579	4	0,0725 **									
Beurteilung nach:																								
- Branchen	37,227	10	0,0001 *	21,512	10	0,0178 *	19,299	10	0,0366 **	18,570	10	0,0461 *	31,580	10	0,0005 *									
- Unternehmensgröße	22,391	4	0,0002 *	18,051	4	0,0012 *	10,405	4	0,0341 *	9,536	4	0,0490 *	9,764	4	0,0446 *									
- Exporterfahrung	20,753	4	0,0004 *	13,340	4	0,0097 *	8,420	4	0,0774 **	9,013	4	0,0608 **	8,348	4	0,0796 **									

Q: WFO-Erhebung. - Anmerkung: * = signifikant am 5%-Niveau, ** = signifikant am 10%-Niveau.

Übersicht A3.1: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Gesamtexporte

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		ln %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	ln %	Rang	ln %				
Serbien-Montenegro	1	7,3	1	18,0	9,41	92,3	1,87	69,6
Ungarn	2	6,0	2	14,6	14,63	87,8	2,10	157,4
Russland	3	6,0	3	14,4	2,71	99,7	2,78	116,6
Litauen	4	5,4	4	13,1	1,87	232,7	2,83	76,2
Slowakei	5	5,4	5	13,1	11,50	71,2	1,24	88,3
Bosnien-Herzegowina	6	4,8	6	11,9	13,11	226,4	1,05	93,9
Albanien	7	4,7	7	11,7	1,33	129,6	1,45	138,5
Tschechien	8	4,7	8	11,3	8,27	79,6	1,11	82,1
Estland	9	4,6	11	10,9	0,98	142,2	4,23	132,7
Rumänien	10	4,6	9	11,0	5,35	165,7	2,04	96,6
Slowenien	11	4,5	10	10,9	14,42	110,9	0,81	138,8
Lettland	12	4,5	12	10,6	1,74	175,3	3,57	88,0
Bulgarien	13	4,4	14	10,3	6,23	119,0	2,97	119,0
China	14	4,2	13	10,4	0,64	93,0	4,29	136,6
Polen	15	4,0	15	9,6	3,10	88,5	1,82	93,1
Moldawien	16	4,0	16	9,5	2,43	264,3	1,80	90,9
Ukraine	17	3,7	19	8,6	4,65	195,5	3,39	123,1
Kroatien	18	3,7	18	8,8	13,61	158,4	1,23	108,8
Türkei	19	3,5	17	8,9	1,64	133,2	2,33	129,3
Mazedonien	20	3,3	21	8,0	3,99	67,4	1,36	38,0
Vietnam	21	3,2	20	8,1	1,00	100,3	5,57	47,3
Indien	22	2,9	22	7,4	0,58	103,0	4,78	187,0
Südafrika	23	2,8	24	6,8	1,53	151,6	5,28	165,1
Australien	24	2,7	23	6,8	0,77	153,4	5,00	119,6
Südkorea	25	2,7	26	6,7	0,32	82,7	7,25	209,0
Peru	26	2,6	25	6,7	0,63	125,3	2,46	118,0
Kanada	27	2,5	28	6,1	0,25	105,1	6,63	93,3
Guatemala	28	2,4	27	6,4	0,20	88,0	5,37	102,4
El Salvador	29	2,3	29	6,1	0,17	73,1	6,05	151,8
Mexiko	30	2,3	30	5,9	0,13	80,6	4,41	164,0
Panama	31	2,3	31	5,8	0,05	150,3	9,01	159,8
Jordanien	32	2,0	32	5,6	1,81	121,7	1,11	64,9
USA	33	1,8	33	4,6	0,53	134,6	6,20	123,9
Algerien	34	1,7	34	4,6	0,88	44,3	1,44	90,7
Chile	35	1,5	36	4,0	0,52	95,6	4,47	131,5
Singapur	36	1,5	35	4,1	0,35	100,5	10,26	180,7
Taiwan	37	1,0	37	2,5	0,33	114,8	3,38	134,2
Brasilien	38	0,6	38	1,8	0,86	153,5	7,63	142,1
Japan	39	-0,3	39	-0,7	0,68	106,6	2,21	35,2
Ägypten	40	-0,6	40	-1,0	1,00	113,8	1,93	113,6
Weißrussland	41	-1,2	42	-2,8	3,55	156,3	3,84	67,0
Uruguay	42	-1,2	41	-2,6	0,56	87,8	7,13	84,2
Argentinien	43	-2,2	43	-4,8	0,67	102,3	5,52	159,4

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.2: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Ernährungsindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	7,0	1	15,9	9,59	136,4	0,95	100,0
Russland	2	6,6	3	12,9	1,56	81,8	0,90	76,0
Ungarn	3	6,5	2	13,0	12,33	80,3	0,65	110,2
Estland	4	6,4	9	10,0	0,93	80,9	1,29	97,0
Lettland	5	5,8	12	9,7	0,78	169,9	1,11	79,9
Bulgarien	6	5,7	13	9,4	4,20	64,9	1,16	123,8
Litauen	7	5,5	4	11,6	1,21	230,2	1,52	121,0
Slowakei	8	5,2	5	11,5	14,91	120,6	0,86	96,5
Rumänien	9	5,0	10	9,9	12,60	157,4	0,47	46,7
Ukraine	10	5,0	17	7,9	2,13	82,4	1,09	116,4
Tschechien	11	4,9	7	10,1	10,84	109,8	0,68	73,2
Slowenien	12	4,6	11	9,7	24,32	132,7	0,76	93,6
Moldawien	13	4,3	16	8,5	2,10	385,5	0,33	56,9
Polen	14	3,9	15	8,5	2,03	80,1	0,95	63,2
Kroatien	15	3,8	18	7,9	15,48	212,1	1,01	105,6
China	16	3,0	14	9,0	0,02	92,3	1,44	61,9
Albanien	17	2,9	8	10,0	2,67	868,0	0,65	107,1
Bosnien-Herzegowina	18	2,8	6	10,2	21,79	276,0	0,54	76,4
Mazedonien	19	2,4	20	6,9	12,92	142,3	0,82	53,7
Südafrika	20	1,8	23	5,9	4,18	2.259,5	2,08	54,6
Südkorea	21	1,7	25	5,7	0,16	121,1	2,28	121,6
Türkei	22	1,4	19	7,5	0,96	249,8	1,33	78,7
Australien	23	1,3	24	5,8	0,16	116,6	2,45	122,3
Kanada	24	1,2	27	5,2	0,04	51,2	2,81	101,6
Vietnam	25	1,1	21	6,8	0,24	-	0,56	-
USA	26	0,3	33	3,8	0,27	65,6	1,66	60,0
Peru	27	0,2	26	5,5	0,01	3,4	4,08	245,6
Indien	28	0,2	22	6,1	0,08	524,2	2,03	94,8
Panama	29	0,1	31	4,7	0,02	43,5	7,07	206,6
Mexiko	30	-0,0	30	4,8	0,02	67,7	3,65	100,1
Japan	31	-0,3	39	-0,6	0,27	112,5	1,77	112,9
Taiwan	32	-0,4	37	2,0	0,11	64,3	1,54	68,2
Chile	33	-0,5	35	3,2	0,03	29,7	3,83	168,2
Weißrussland	34	-0,5	41	-2,4	1,52	126,8	1,42	199,7
El Salvador	35	-0,7	29	4,9	0,02	403,0	2,96	186,4
Algerien	36	-1,0	34	3,6	0,00	0,6	1,19	77,1
Singapur	37	-1,0	36	3,2	0,23	124,9	1,68	118,6
Brasilien	38	-1,4	38	1,2	1,05	128,2	1,22	88,7
Guatemala	39	-1,7	28	5,0	0,00	20,7	1,83	42,6
Uruguay	40	-2,1	42	-2,5	0,02	21,3	4,37	154,5
Jordanien	41	-2,2	32	4,2	0,83	395,1	1,33	110,6
Ägypten	42	-3,5	40	-1,4	0,12	42,6	2,35	125,8
Argentinien	43	-3,7	43	-4,5	0,28	41,3	2,41	80,7

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.3: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Textilindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	17,1	1	20,2	2,45	25,3	11,45	131,7
Russland	2	15,2	3	16,2	1,08	41,1	7,89	127,8
Ungarn	3	15,0	2	16,4	11,84	127,4	10,75	85,5
Estland	4	13,5	10	12,3	0,45	214,7	12,64	117,8
Litauen	5	12,9	4	14,7	1,44	287,0	8,94	53,2
Lettland	6	12,6	12	12,1	1,13	316,7	18,55	443,9
Slowakei	7	12,4	5	14,6	13,53	230,5	10,87	74,7
Bulgarien	8	12,3	13	11,7	2,62	91,2	14,86	85,1
Tschechien	9	11,4	8	12,7	5,58	92,6	9,97	113,6
Rumänien	10	11,4	9	12,4	1,50	566,1	14,42	109,5
Slowenien	11	10,8	11	12,3	8,06	219,2	11,02	84,9
Ukraine	12	10,6	18	9,8	0,51	83,9	6,06	44,6
Moldawien	13	9,8	16	10,7	0,39	1.337,9	23,95	1.746,6
Polen	14	9,2	15	10,8	1,20	141,3	9,36	100,1
Kroatien	15	8,8	17	9,9	6,07	187,2	9,55	120,6
Albanien	16	8,4	7	13,0	1,00	83,8	14,87	70,1
Bosnien-Herzegowina	17	8,3	6	13,2	2,43	626,2	8,28	49,7
China	18	8,1	14	11,5	0,21	412,3	9,72	50,8
Mazedonien	19	6,4	21	8,8	1,09	117,9	10,61	95,0
Türkei	20	5,1	19	9,8	2,02	141,8	5,79	56,9
Südafrika	21	5,0	24	7,5	1,86	197,8	13,55	106,9
Südkorea	22	4,8	25	7,4	0,51	56,0	22,07	150,2
Vietnam	23	4,4	20	8,9	0,59	261,4	25,88	392,8
Australien	24	4,2	23	7,5	1,15	206,4	18,91	115,7
Kanada	25	3,9	28	6,7	0,23	48,0	15,09	90,7
Indien	26	2,7	22	8,0	0,60	129,7	13,69	102,8
Peru	27	2,6	26	7,3	0,40	161,4	2,72	104,9
USA	28	2,0	33	5,0	0,75	59,8	10,33	176,0
Panama	29	2,0	31	6,2	0,06	82,6	78,75	230,1
Mexiko	30	1,9	30	6,4	0,14	64,2	7,01	156,9
El Salvador	31	1,0	29	6,6	0,02	307,3	16,37	122,8
Chile	32	0,6	36	4,3	0,60	132,7	4,11	31,1
Taiwan	33	0,2	37	2,7	0,80	108,2	26,22	106,1
Algerien	34	0,1	34	4,9	0,01	7,9	10,00	30,6
Singapur	35	-0,1	35	4,3	1,19	152,8	14,61	119,2
Guatemala	36	-0,4	27	6,8	0,03	177,1	27,11	32,1
Japan	37	-0,6	39	-0,8	1,66	65,6	23,68	161,7
Jordanien	38	-1,4	32	5,9	0,63	30,3	12,13	183,6
Brasilien	39	-1,5	38	1,8	0,57	242,6	16,83	61,9
Weißrussland	40	-1,7	42	-3,1	0,53	231,9	10,80	100,9
Uruguay	41	-4,0	41	-3,0	0,16	29,1	17,26	429,1
Ägypten	42	-5,4	40	-1,3	0,70	112,5	9,47	123,6
Argentinien	43	-7,1	43	-5,4	0,42	87,9	6,69	52,4

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.4: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Bekleidungsindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	9,4	1	19,3	3,92	599,5	23,57	129,9
Russland	2	8,5	3	15,8	0,89	57,5	14,88	48,2
Ungarn	3	8,4	2	15,9	20,91	105,7	19,28	149,3
Estland	4	7,7	6	12,4	0,23	87,0	2,38	3,3
Litauen	5	7,2	4	14,2	0,64	46,7	1,73	13,5
Lettland	6	7,2	10	12,0	2,73	5.803,2	72,17	370,1
Bulgarien	7	7,0	13	11,7	2,69	36,8	12,38	44,2
Slowakei	8	6,9	5	14,0	21,70	81,6	8,29	46,3
Rumänien	9	6,4	8	12,1	1,89	117,2	2,51	16,3
Tschechien	10	6,4	7	12,3	12,78	119,0	16,33	166,2
Slowenien	11	6,1	12	11,8	10,67	170,5	27,50	92,1
Ukraine	12	6,1	17	9,8	0,87	56,8	3,10	16,7
Moldawien	13	5,6	15	10,4	2,03	3.716,2	4,99	31,2
Polen	14	5,2	16	10,4	1,57	116,0	46,11	233,7
Kroatien	15	5,0	18	9,6	7,25	293,9	24,85	85,3
Albanien	16	4,5	11	11,9	0,16	175,9	2,02	1.778,8
Bosnien-Herzegowina	17	4,5	9	12,0	2,16	84,7	6,81	33,3
China	18	4,4	14	10,7	0,55	133,7	143,41	145,5
Mazedonien	19	3,5	20	8,2	0,40	39,0	28,97	358,2
Südafrika	20	2,7	22	6,9	1,80	596,1	17,97	153,6
Türkei	21	2,6	19	8,7	0,48	43,7	17,18	51,3
Südkorea	22	2,6	25	6,8	0,83	135,3	181,76	95,3
Vietnam	23	2,2	21	7,9	0,38	177,0	63,38	273,8
Australien	24	2,2	24	6,8	0,26	172,9	129,45	95,0
Kanada	25	2,0	27	6,1	0,40	59,1	122,95	111,9
Indien	26	1,2	23	6,9	0,18	115,3	3,93	996,7
Peru	27	1,2	26	6,3	0,03	9,5	-	-
USA	28	1,0	32	4,4	0,23	51,4	129,47	89,5
Panama	29	0,9	30	5,3	0,45	38,2	431,00	230,9
Mexiko	30	0,8	28	5,4	0,01	50,8	73,06	17,3
El Salvador	31	0,2	29	5,4	0,00	3,1	-	-
Chile	32	0,1	35	3,5	1,69	81,8	284,62	233,3
Taiwan	33	-0,1	37	2,2	0,39	155,0	134,23	79,8
Algerien	34	-0,3	34	3,8	0,00	19,2	19,50	57,4
Japan	35	-0,4	39	-0,7	0,26	191,1	120,48	75,0
Singapur	36	-0,4	36	3,4	0,04	23,1	80,43	54,6
Guatemala	37	-0,7	31	5,3	0,02	62,4	-	-
Weißrussland	38	-0,9	41	-2,8	0,83	155,6	7,68	18,2
Brasilien	39	-1,1	38	1,1	0,20	346,5	40,71	55,0
Jordanien	40	-1,3	33	4,3	0,54	63,4	15,56	1.129,2
Uruguay	41	-2,4	42	-3,1	0,79	104,5	183,20	173,2
Ägypten	42	-3,5	40	-2,1	0,51	76,0	7,88	4,9
Argentinien	43	-4,3	43	-5,7	1,20	58,9	102,71	107,0

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.5: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Lederindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Estland	1	9,6	9	15,1	0,45	126,6	30,63	79,7
Russland	2	8,5	3	19,7	1,04	87,2	32,65	94,2
Lettland	3	8,4	12	14,6	1,10	141,4	28,06	78,6
Bulgarien	4	8,3	13	14,2	0,11	21,1	13,67	76,5
Ungarn	5	8,1	2	19,8	11,83	162,3	19,43	116,4
Serbien-Montenegro	6	7,8	1	24,4	1,39	1.059,1	23,59	144,4
Ukraine	7	7,4	17	11,9	0,96	84,8	33,85	170,7
Litauen	8	6,5	4	17,7	1,49	317,4	36,75	120,4
Rumänien	9	6,2	10	15,0	1,36	399,3	9,00	20,9
Tschechien	10	6,0	8	15,3	13,25	202,3	24,37	175,9
Slowakei	11	5,7	5	17,6	12,80	508,7	16,64	133,4
Slowenien	12	5,5	11	14,8	30,02	335,6	11,11	50,3
Moldawien	13	5,4	16	12,8	0,10	22,4	18,57	14,3
Kroatien	14	4,6	18	11,9	17,87	225,5	29,20	69,6
Polen	15	4,4	15	12,9	0,81	48,2	19,51	101,2
China	16	2,0	14	13,7	2,28	6.830,1	9,20	32,4
Mazedonien	17	1,8	20	10,5	0,49	135,4	13,90	40,3
Albanien	18	1,2	7	15,3	0,01	56,3	0,50	7,3
Südafrika	19	0,9	23	8,8	0,91	195,4	36,42	67,4
Bosnien-Herzegowina	20	0,9	6	15,6	0,52	178,3	12,00	213,8
Südkorea	21	0,6	25	8,7	0,12	104,1	8,71	31,8
Weißrussland	22	0,3	41	-3,6	1,60	74,7	7,15	12,6
Kanada	23	-0,2	27	7,9	0,32	105,3	33,61	149,9
Japan	24	-0,3	39	-0,9	0,34	20,6	30,83	90,5
Australien	25	-0,3	24	8,8	1,47	158,5	33,51	92,1
Türkei	26	-1,0	19	11,4	0,13	230,6	10,93	187,5
Vietnam	27	-1,3	21	10,4	0,17	2.502,1	18,77	-
USA	28	-1,5	33	5,8	0,39	79,1	44,71	119,8
Taiwan	29	-2,2	37	3,0	0,25	55,6	19,73	54,6
Panama	30	-2,6	31	7,2	0,00	510,3	-	-
Peru	31	-2,7	26	8,4	0,01	424,7	-	-
Mexiko	32	-2,8	30	7,3	0,02	77,4	12,63	19,4
Chile	33	-3,0	35	4,9	0,05	8,7	17,23	87,0
Indien	34	-3,1	22	9,3	1,26	78,2	20,83	61,5
Uruguay	35	-3,5	42	-3,6	0,02	182,2	9,00	-
Brasilien	36	-4,1	38	1,9	0,18	739,2	30,54	265,5
Singapur	37	-4,2	36	4,8	1,24	489,3	27,16	84,6
Algerien	38	-4,4	34	5,5	0,00	0,1	-	-
El Salvador	39	-4,5	29	7,4	0,00	8,1	-	-
Argentinien	40	-6,2	43	-6,6	0,67	116,1	10,05	45,5
Guatemala	41	-6,8	28	7,6	0,01	57,8	-	-
Ägypten	42	-7,4	40	-1,9	0,22	215,0	8,65	79,0
Jordanien	43	-7,5	32	6,5	0,01	37,5	-	-

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.6: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Holzindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	18,1	1	20,2	26,76	10.782,3	0,56	131,7
Russland	2	15,2	3	16,3	3,17	53,7	1,47	36,7
Ungarn	3	15,2	2	16,5	25,23	75,1	0,66	114,7
Litauen	4	13,4	4	14,7	7,41	1.102,9	0,40	133,0
Slowakei	5	13,1	5	14,6	23,45	112,6	0,88	65,5
Estland	6	12,4	9	12,5	0,66	74,4	0,88	75,6
Lettland	7	11,9	12	12,2	2,35	105,0	0,74	494,6
Tschechien	8	11,7	8	12,8	18,46	71,7	0,69	59,1
Bulgarien	9	11,6	13	11,8	4,99	155,1	0,47	8,9
Rumänien	10	11,5	10	12,5	23,55	562,0	1,86	104,9
Slowenien	11	11,2	11	12,3	43,59	100,5	0,19	91,9
Bosnien-Herzegowina	12	10,5	6	13,0	29,28	566,5	0,64	45,6
Albanien	13	10,4	7	12,8	2,87	10,2	0,64	271,3
Moldawien	14	9,9	16	10,7	0,28	-	2,69	-
Ukraine	15	9,8	18	9,9	7,49	124,2	1,25	48,2
Polen	16	9,7	15	10,8	6,11	189,0	0,72	56,7
China	17	9,6	14	11,4	7,05	1.838,2	0,71	77,8
Kroatien	18	9,1	17	9,9	41,90	94,3	0,33	132,6
Mazedonien	19	7,4	20	8,8	36,69	7.587,0	0,59	29,2
Türkei	20	7,3	19	9,6	4,40	442,6	0,81	61,9
Vietnam	21	6,5	21	8,7	6,60	-	0,34	-
Südafrika	22	6,1	23	7,4	0,57	181,1	1,54	30,6
Südkorea	23	5,9	25	7,3	0,73	255,5	1,02	238,2
Australien	24	5,8	24	7,4	0,64	2.264,6	0,49	18,9
Indien	25	5,4	22	7,8	0,54	109,7	0,90	16,3
Kanada	26	5,2	27	6,6	0,61	1.345,9	1,00	41,7
Peru	27	4,9	26	7,1	0,13	297,7	0,98	4,6
Mexiko	28	4,1	30	6,2	0,03	38,8	0,74	43,7
Panama	29	4,1	31	6,1	0,01	6,5	-	-
El Salvador	30	3,8	29	6,3	0,90	-	0,40	-
USA	31	3,5	33	4,9	0,56	3.025,3	0,67	15,9
Guatemala	32	3,3	28	6,5	-	-	-	-
Algerien	33	2,5	34	4,7	1,71	16,9	0,19	73,9
Chile	34	2,5	35	4,2	0,34	598,8	1,08	110,7
Jordanien	35	2,3	32	5,5	0,49	504,3	1,39	221,9
Singapur	36	2,2	36	4,1	1,99	65,0	0,76	122,4
Taiwan	37	1,5	37	2,6	3,90	221,0	0,36	84,2
Brasilien	38	0,2	38	1,6	0,58	110,2	0,88	75,3
Japan	39	-0,7	39	-0,8	6,14	1.105,8	0,68	107,0
Weißrussland	40	-2,4	41	-3,0	5,20	5.422,2	2,36	34,3
Ägypten	41	-3,2	40	-1,6	0,17	96,6	1,06	216,5
Uruguay	42	-3,3	42	-3,0	0,11	301,5	1,30	21,6
Argentinien	43	-6,0	43	-5,6	0,32	135,4	0,98	153,8

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.7: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Papierindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	5,4	1	15,5	12,61	517,4	0,98	90,0
Russland	2	5,2	3	12,4	8,33	249,1	1,74	113,9
Estland	3	5,2	11	9,3	0,33	33,3	2,31	146,2
Ungarn	4	5,1	2	12,5	23,34	76,2	0,72	81,0
Lettland	5	4,7	12	9,1	1,80	152,7	1,16	32,9
Bulgarien	6	4,7	14	8,9	7,74	120,0	1,49	142,0
Litauen	7	4,3	4	11,3	3,63	408,7	1,72	98,4
Ukraine	8	4,1	19	7,4	11,58	343,4	1,01	95,3
Slowakei	9	4,0	5	11,3	15,97	66,6	0,86	78,5
Rumänien	10	3,9	9	9,5	10,56	160,5	0,75	74,5
Tschechien	11	3,9	8	9,8	17,32	83,6	0,80	80,2
Slowenien	12	3,6	10	9,5	23,38	88,9	0,55	105,3
Moldawien	13	3,4	16	8,2	2,68	231,1	1,32	134,4
Polen	14	3,0	15	8,4	10,77	91,5	0,81	53,8
Kroatien	15	3,0	18	7,6	17,75	119,5	0,45	67,8
China	16	2,1	13	9,1	0,67	21,5	0,75	162,1
Albanien	17	2,0	7	10,2	5,07	189,7	3,21	228,5
Bosnien-Herzegowina	18	1,9	6	10,4	12,76	270,6	1,00	237,6
Mazedonien	19	1,7	21	6,9	23,57	145,1	1,65	76,0
Südafrika	20	1,3	25	5,9	3,17	74,3	1,64	154,6
Südkorea	21	1,1	26	5,8	0,08	26,0	2,81	99,4
Australien	22	0,7	23	6,0	1,67	124,1	1,01	101,7
Türkei	23	0,7	17	7,8	7,07	88,3	0,67	90,6
Kanada	24	0,7	29	5,4	0,25	82,7	1,04	109,5
Vietnam	25	0,5	20	7,1	1,58	38,9	0,62	37,6
USA	26	0,0	34	4,1	0,25	51,6	0,85	101,3
Japan	27	-0,2	39	-0,6	0,05	47,4	1,14	121,4
Peru	28	-0,2	24	6,0	4,63	72,1	0,88	87,9
Weißrussland	29	-0,3	42	-2,5	4,94	181,2	1,19	14,5
Indien	30	-0,3	22	6,6	0,83	49,1	1,09	111,7
Panama	31	-0,3	31	5,1	0,18	135,1	0,56	33,2
Mexiko	32	-0,4	30	5,2	0,06	6,5	0,73	75,2
Taiwan	33	-0,6	37	2,3	0,14	147,9	1,43	220,1
Chile	34	-0,7	36	3,6	0,42	16,7	1,84	206,8
El Salvador	35	-1,1	28	5,5	0,14	11,4	0,53	40,3
Algerien	36	-1,2	33	4,1	6,10	334,8	0,50	65,7
Singapur	37	-1,2	35	3,7	0,87	45,5	0,65	77,6
Brasilien	38	-1,5	38	1,6	0,65	140,7	1,10	137,2
Uruguay	39	-1,8	41	-2,2	0,76	20,6	2,90	363,8
Guatemala	40	-2,0	27	5,8	0,06	20,7	0,97	54,7
Jordanien	41	-2,4	32	5,1	11,95	87,9	0,61	97,9
Ägypten	42	-3,2	40	-0,7	5,06	74,7	0,56	101,2
Argentinien	43	-3,2	43	-4,1	0,86	25,3	0,74	99,5

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.8: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Druckindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Estland	1	7,3	9	13,3	0,20	120,6	7,66	73,8
Russland	2	6,9	3	17,4	1,92	41,1	9,26	123,0
Serbien-Montenegro	3	6,8	1	21,6	7,12	1.351,1	20,61	386,5
Ungarn	4	6,6	2	17,5	19,75	77,7	2,13	56,4
Lettland	5	6,5	12	12,9	0,63	277,1	9,17	629,2
Bulgarien	6	6,4	13	12,6	4,34	104,2	14,78	298,6
Ukraine	7	5,6	18	10,5	3,89	254,6	8,32	68,5
Litauen	8	5,4	4	15,7	1,26	515,1	5,42	57,6
Rumänien	9	5,1	10	13,3	4,22	131,8	5,15	45,0
Slowakei	10	5,0	5	15,6	13,91	64,3	4,36	72,7
Tschechien	11	5,0	8	13,6	5,63	52,8	2,30	53,2
Slowenien	12	4,6	11	13,1	10,38	126,3	4,12	69,6
Moldawien	13	4,5	16	11,4	1,47	5.626,6	18,07	-
Kroatien	14	3,8	17	10,5	18,39	294,4	17,94	216,4
Polen	15	3,8	15	11,5	3,19	48,1	4,36	167,2
China	16	2,2	14	12,2	0,20	104,2	20,43	114,5
Mazedonien	17	1,9	20	9,3	2,47	51,6	7,94	93,1
Albanien	18	1,8	7	13,7	1,22	27,2	3,79	53,0
Bosnien-Herzegowina	19	1,7	6	13,9	8,27	625,6	14,15	194,5
Südafrika	20	1,2	23	7,9	1,38	574,3	8,35	160,1
Südkorea	21	1,0	25	7,7	0,18	87,4	23,59	85,0
Kanada	22	0,4	27	7,1	0,03	67,7	13,55	87,7
Australien	23	0,4	24	7,9	1,23	1.155,9	55,95	598,8
Türkei	24	0,1	19	10,2	1,13	9,0	14,54	902,5
Weißrussland	25	-0,1	41	-3,2	2,13	365,1	5,38	29,0
Vietnam	26	-0,1	21	9,3	0,16	13,3	4,22	5,6
Japan	27	-0,3	39	-0,8	0,15	89,8	23,14	128,1
USA	28	-0,6	33	5,2	0,27	77,9	18,48	111,9
Peru	29	-1,2	26	7,6	0,15	255,6	15,30	93,9
Panama	30	-1,2	31	6,5	0,05	232,2	9,64	107,1
Taiwan	31	-1,3	37	2,7	0,26	231,3	34,52	110,7
Mexiko	32	-1,4	30	6,6	0,02	61,9	21,59	183,9
Indien	33	-1,4	22	8,3	1,24	1.363,6	57,99	1.178,3
Chile	34	-1,6	35	4,4	0,08	39,5	11,25	74,0
El Salvador	35	-2,4	29	6,7	0,03	23,8	-	-
Singapur	36	-2,5	36	4,4	0,10	77,3	16,66	216,7
Algerien	37	-2,5	34	4,9	0,18	24,2	2,54	15,3
Brasilien	38	-2,6	38	1,7	0,21	45,8	9,98	50,4
Uruguay	39	-2,6	42	-3,2	0,34	300,3	7,01	360,1
Guatemala	40	-4,0	28	6,9	0,21	109,7	23,71	103,9
Jordanien	41	-4,6	32	5,9	0,36	88,7	3,06	105,4
Argentinien	42	-4,6	43	-5,9	0,04	62,4	9,73	127,9
Ägypten	43	-5,0	40	-1,6	0,87	780,2	40,40	401,9

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.9: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Kokerei, Mineralölverarbeitung

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	12,4	1	8,9	3,91	9,6	0,33	61,0
Russland	2	11,2	3	7,1	0,19	18,2	1,46	114,9
Ungarn	3	11,0	2	7,2	66,75	94,7	0,22	132,5
Estland	4	10,2	12	5,3	0,19	3.105,0	0,92	24,8
Litauen	5	9,5	5	6,5	0,61	212,9	1,13	58,8
Lettland	6	9,5	13	5,2	0,00	24,7	4,91	345,6
Bulgarien	7	9,3	14	5,1	1,93	153,2	0,81	149,2
Slowakei	8	9,1	4	6,5	75,00	136,0	0,22	118,9
Rumänien	9	8,4	9	5,5	1,51	120,0	0,63	65,8
Tschechien	10	8,4	8	5,6	40,44	89,2	0,24	121,2
Ukraine	11	8,0	20	4,2	2,95	43,0	1,12	240,6
Slowenien	12	8,0	10	5,5	4,09	11,6	0,37	171,6
Moldawien	13	7,3	16	4,7	3,61	-	1,03	-
Polen	14	6,8	15	4,8	1,12	77,7	0,81	218,4
Kroatien	15	6,5	18	4,4	5,84	36,0	0,63	78,4
Albanien	16	5,9	7	6,0	0,09	387,3	3,41	34,9
Bosnien-Herzegowina	17	5,8	6	6,1	4,45	16.228,0	0,33	14,3
China	18	5,7	11	5,3	0,03	386,6	0,68	68,0
Mazedonien	19	4,5	21	4,1	0,35	8,8	1,64	133,5
Südafrika	20	3,6	26	3,5	0,00	773,4	4,25	212,5
Türkei	21	3,4	17	4,7	0,12	34,1	1,82	335,6
Südkorea	22	3,3	27	3,5	0,01	330,9	2,88	55,6
Vietnam	23	2,9	19	4,3	-	-	-	-
Australien	24	2,9	25	3,6	0,02	47,8	3,78	412,2
Kanada	25	2,6	30	3,2	0,00	55,0	1,00	22,7
Indien	26	1,5	22	4,0	0,12	-	2,64	-
Peru	27	1,5	23	3,6	0,10	-	0,88	-
USA	28	1,2	34	2,5	0,00	149,4	11,59	789,5
Panama	29	1,1	32	3,1	-	-	-	-
Mexiko	30	1,0	31	3,2	0,00	109,0	2,34	88,8
Chile	31	0,1	36	2,2	0,00	3,3	10,00	1.472,1
Taiwan	32	-0,1	37	1,4	0,29	1.519,0	1,58	128,1
Algerien	33	-0,4	33	2,6	0,00	3,9	12,50	788,9
Japan	34	-0,5	40	-0,4	0,00	166,4	5,81	48,4
Singapur	35	-0,6	35	2,3	0,00	35,3	2,00	70,6
Guatemala	36	-1,0	24	3,6	0,00	-	-	-
Weißrussland	37	-1,1	42	-1,5	0,50	58,2	2,30	96,2
Brasilien	38	-1,5	38	1,1	0,00	1.508,0	1,20	34,3
Jordanien	39	-1,8	29	3,2	0,00	2,0	-	-
Uruguay	40	-3,1	41	-1,3	-	-	-	-
Ägypten	41	-4,6	39	-0,2	0,07	1.484,1	0,86	9,6
Argentinien	42	-5,6	43	-2,3	0,00	4,6	4,13	324,3
El Salvador	.	.	28	3,4	-	-	-	-

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.10: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Chemische Industrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	7,7	1	19,9	11,15	59,0	1,64	30,2
Russland	2	6,5	3	15,8	4,92	187,1	8,41	112,1
Ungarn	3	6,5	2	16,0	10,79	88,1	0,75	68,0
Litauen	4	5,7	4	14,4	3,47	358,7	10,16	303,8
Slowakei	5	5,6	5	14,4	14,85	86,0	1,12	107,6
Estland	6	5,4	11	11,9	2,22	186,6	5,23	86,6
Lettland	7	5,1	12	11,6	2,16	64,9	7,37	117,9
Tschechien	8	5,0	8	12,5	8,20	71,7	0,92	106,6
Bulgarien	9	5,0	14	11,3	6,90	135,5	2,77	98,4
Rumänien	10	5,0	9	12,1	6,06	117,3	2,00	44,0
Slowenien	11	4,8	10	12,0	14,22	100,5	0,72	99,5
Bosnien-Herzegowina	12	4,5	6	13,2	14,14	194,5	0,60	40,6
Albanien	13	4,4	7	13,0	2,04	279,8	3,09	147,6
Moldawien	14	4,3	16	10,4	2,18	1.179,7	4,43	72,1
Ukraine	15	4,3	19	9,4	4,62	181,0	6,05	286,6
Polen	16	4,2	15	10,6	2,76	82,0	1,41	94,7
China	17	4,1	13	11,5	0,27	25,0	4,89	14,5
Kroatien	18	3,9	18	9,7	11,09	134,3	0,76	87,3
Mazedonien	19	3,2	21	8,8	3,88	66,2	2,13	80,0
Türkei	20	3,1	17	9,9	1,77	130,0	1,74	95,3
Vietnam	21	2,8	20	9,0	2,81	103,7	42,69	123,1
Südafrika	22	2,6	25	7,5	0,78	100,6	7,26	199,2
Südkorea	23	2,6	26	7,4	0,28	57,6	3,81	123,4
Australien	24	2,5	23	7,6	0,22	84,5	3,05	115,8
Indien	25	2,3	22	8,3	0,63	94,1	6,68	230,5
Kanada	26	2,2	29	6,8	0,14	66,9	5,76	230,5
Peru	27	2,1	24	7,5	0,77	111,4	2,02	59,3
Mexiko	28	1,7	30	6,6	0,23	205,4	5,75	218,1
Panama	29	1,7	31	6,4	0,42	457,0	12,95	622,1
El Salvador	30	1,6	28	6,9	0,76	205,4	12,29	134,1
USA	31	1,5	34	5,2	0,87	125,8	12,71	332,7
Guatemala	32	1,3	27	7,3	0,21	56,2	2,84	42,3
Chile	33	1,0	36	4,5	0,58	65,8	2,21	75,3
Algerien	34	1,0	33	5,2	1,53	70,7	15,13	87,2
Jordanien	35	0,9	32	6,4	1,74	83,3	4,86	152,6
Singapur	36	0,9	35	4,6	0,12	130,4	9,66	465,5
Taiwan	37	0,6	37	2,8	0,23	83,8	2,02	130,9
Brasilien	38	0,0	38	2,1	1,01	269,3	11,30	250,5
Japan	39	-0,3	39	-0,7	0,55	106,0	7,24	129,4
Weißrussland	40	-1,0	42	-3,1	3,60	169,4	6,02	69,6
Ägypten	41	-1,5	40	-0,9	0,88	152,7	4,58	187,8
Uruguay	42	-1,5	41	-2,8	0,32	27,8	8,59	105,4
Argentinien	43	-2,8	43	-5,1	0,97	73,8	6,54	70,6

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.11: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Kunststoffindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	4,8	1	21,8	12,69	128,5	3,67	29,7
Guatemala	2	4,4	28	7,1	0,25	290,9	3,97	65,6
Bosnien-Herzegowina	3	4,4	6	14,1	11,86	51,9	2,88	69,9
Jordanien	4	4,3	32	6,1	1,58	131,1	3,53	121,9
Albanien	5	4,2	7	13,9	0,83	32,4	4,32	94,9
Türkei	6	3,8	19	10,4	2,74	133,9	4,12	88,5
Indien	7	3,7	22	8,5	1,53	140,7	7,00	48,9
El Salvador	8	3,6	29	6,9	0,17	144,5	7,05	23,8
Vietnam	9	3,5	21	9,5	0,24	79,6	5,91	5,6
Slowakei	10	3,5	5	15,8	18,20	59,0	4,38	104,1
China	11	3,5	14	12,3	0,67	44,6	9,02	54,0
Ungarn	12	3,5	2	17,7	20,54	71,5	4,89	96,6
Peru	13	3,4	26	7,7	0,59	319,4	3,46	45,4
Litauen	14	3,4	4	15,9	1,39	72,9	2,94	80,2
Russland	15	3,3	3	17,5	2,30	71,7	2,30	49,3
Mexiko	16	3,1	30	6,8	0,05	210,5	7,54	137,6
Algerien	17	3,0	34	5,1	6,78	104,7	2,87	79,4
Panama	18	3,0	31	6,6	0,07	22,6	4,51	158,7
Tschechien	19	2,8	8	13,7	9,00	57,6	2,99	70,8
Slowenien	20	2,8	11	13,2	17,97	87,5	3,53	74,1
Australien	21	2,8	24	8,0	0,74	114,7	6,55	100,5
Singapur	22	2,8	35	4,5	0,80	83,5	4,67	128,2
Rumänien	23	2,7	9	13,4	16,68	337,8	3,84	102,1
Mazedonien	24	2,7	20	9,5	5,09	34,1	2,88	65,1
Polen	25	2,6	15	11,6	3,20	46,0	3,08	104,1
Kanada	26	2,5	27	7,2	0,09	91,8	8,72	73,7
Südkorea	27	2,5	25	7,9	0,72	121,9	7,03	60,6
Südafrika	28	2,4	23	8,0	3,19	306,6	4,60	47,8
Chile	29	2,4	36	4,5	0,50	95,6	5,36	65,7
Moldawien	30	2,3	16	11,5	1,37	32,5	3,57	28,1
Kroatien	31	2,2	17	10,6	16,50	114,8	3,78	79,8
USA	32	2,2	33	5,3	0,45	110,5	7,71	102,3
Lettland	33	2,0	12	13,0	1,29	34,2	3,07	36,3
Bulgarien	34	1,9	13	12,6	10,14	86,5	3,42	86,9
Brasilien	35	1,8	38	1,8	1,17	278,5	4,54	95,7
Estland	36	1,8	10	13,3	1,13	286,7	2,41	33,9
Ägypten	37	1,6	40	-1,5	1,46	122,5	3,98	93,0
Taiwan	38	1,6	37	2,8	0,78	152,0	5,71	123,6
Ukraine	39	1,5	18	10,6	7,46	75,4	5,18	78,7
Uruguay	40	-0,1	41	-3,2	0,19	80,4	3,86	39,7
Japan	41	-0,2	39	-0,8	1,40	20,8	6,84	100,2
Argentinien	42	-0,3	43	-5,9	0,97	184,2	3,56	41,4
Weißrussland	43	-1,2	42	-3,3	3,64	169,0	5,12	72,3

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.12: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Glasindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	11,4	1	24,1	6,77	662,1	0,43	5,5
Estland	2	11,1	10	14,6	0,47	65,0	0,58	113,6
Russland	3	11,1	3	19,3	4,25	94,2	0,97	109,8
Ungarn	4	10,7	2	19,4	15,46	83,5	0,31	41,2
Lettland	5	10,0	12	14,2	2,24	572,9	0,73	24,5
Bulgarien	6	9,9	13	13,8	8,97	86,9	0,76	44,5
Litauen	7	8,9	4	17,4	1,39	532,4	0,90	74,8
Ukraine	8	8,6	18	11,6	2,82	40,8	0,86	42,9
Slowakei	9	8,3	5	17,3	14,92	96,1	0,58	107,9
Rumänien	10	8,2	9	14,7	9,17	68,9	0,64	55,0
Tschechien	11	8,1	8	15,0	8,16	54,6	0,51	78,4
Slowenien	12	7,5	11	14,5	16,70	97,9	0,28	47,4
Moldawien	13	7,1	16	12,6	14,89	64,7	0,84	87,1
Polen	14	6,3	15	12,8	2,44	53,7	0,78	57,3
Kroatien	15	6,2	17	11,7	17,04	148,1	0,25	39,3
China	16	4,3	14	13,6	0,91	79,8	1,11	95,7
Albanien	17	3,9	7	15,3	0,54	41,6	1,10	55,3
Bosnien-Herzegowina	18	3,7	6	15,6	11,19	147,2	0,23	38,1
Mazedonien	19	3,5	21	10,4	2,07	36,6	0,58	24,8
Südafrika	20	2,5	24	8,8	6,86	254,3	0,99	105,5
Südkorea	21	2,2	25	8,7	3,76	175,6	5,04	142,2
Australien	22	1,4	23	8,9	1,57	73,1	2,33	118,2
Kanada	23	1,3	28	7,9	0,50	138,9	1,26	33,7
Türkei	24	1,3	19	11,5	3,68	51,5	1,06	88,3
Vietnam	25	0,9	20	10,5	0,82	311,1	0,41	4,2
USA	26	-0,1	33	5,9	1,80	83,1	2,89	97,3
Japan	27	-0,4	39	-0,9	2,42	102,1	3,09	44,3
Weißrussland	28	-0,5	42	-3,6	19,06	330,3	1,07	50,3
Peru	29	-0,7	26	8,6	2,14	379,1	0,91	48,9
Panama	30	-0,9	31	7,4	0,10	37,9	21,67	228,6
Indien	31	-0,9	22	9,5	5,34	145,9	0,75	26,9
Mexiko	32	-1,0	30	7,5	1,24	76,8	0,76	59,2
Taiwan	33	-1,3	37	3,2	2,36	217,6	1,37	91,0
Chile	34	-1,6	36	5,1	1,20	49,2	1,19	74,0
El Salvador	35	-2,4	29	7,8	0,76	58,8	0,51	32,4
Singapur	36	-2,7	35	5,1	3,17	104,6	10,88	78,5
Algerien	37	-2,7	34	5,7	3,42	36,6	0,60	80,2
Brasilien	38	-3,1	38	2,1	3,17	67,1	2,04	23,3
Uruguay	39	-3,7	41	-3,5	1,79	148,0	0,81	2,4
Guatemala	40	-4,4	27	8,1	1,75	65,1	1,54	71,6
Jordanien	41	-5,2	32	6,9	4,75	442,8	0,49	23,0
Argentinien	42	-6,6	43	-6,3	2,51	75,3	1,43	94,6
Ägypten	43	-6,7	40	-1,5	4,16	100,0	0,52	96,1

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.13: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Metallerzeugung

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	19,6	1	22,9	10,53	137,3	1,63	29,4
Russland	2	18,8	3	18,2	5,70	44,2	0,87	114,3
Estland	3	18,6	11	13,7	0,38	698,3	1,64	24,0
Ungarn	4	18,2	2	18,4	19,59	84,3	0,98	90,5
Lettland	5	16,7	12	13,4	5,26	809,1	1,12	25,8
Bulgarien	6	16,4	14	13,0	7,35	135,5	1,31	48,5
Litauen	7	15,2	4	16,6	2,93	1.453,3	0,70	154,3
Ukraine	8	14,3	19	10,9	9,45	321,0	0,71	73,8
Slowakei	9	14,2	5	16,5	16,29	99,2	0,96	106,2
Rumänien	10	13,9	9	13,9	8,38	108,4	1,22	87,2
Tschechien	11	13,6	8	14,3	13,52	88,0	0,76	83,2
Slowenien	12	12,7	10	13,8	25,34	131,8	0,62	120,0
Moldawien	13	12,0	16	11,9	3,26	-	3,52	-
Polen	14	10,6	15	12,2	4,21	71,5	0,88	74,3
Kroatien	15	10,5	18	11,1	12,18	100,4	0,34	35,6
China	16	7,6	13	13,1	0,28	62,0	0,90	175,2
Albanien	17	7,1	7	14,8	0,04	5,3	1,81	55,1
Bosnien-Herzegowina	18	6,8	6	15,1	14,37	544,6	1,65	97,3
Mazedonien	19	6,1	21	10,0	3,49	30,2	1,77	87,6
Südafrika	20	4,4	24	8,5	3,45	184,4	0,86	59,2
Südkorea	21	4,0	26	8,4	0,15	62,9	2,18	58,5
Türkei	22	2,7	17	11,3	1,63	101,9	0,70	97,5
Australien	23	2,7	23	8,6	0,54	42,5	0,89	34,5
Kanada	24	2,6	29	7,7	0,20	237,3	1,35	94,7
Vietnam	25	2,0	20	10,3	0,32	155,7	3,14	306,2
USA	26	0,2	33	5,8	0,66	154,6	1,64	118,1
Peru	27	-0,5	25	8,5	0,44	36,2	5,60	181,8
Indien	28	-0,7	22	9,4	0,70	52,2	4,21	499,4
Japan	29	-0,7	39	-0,8	0,68	110,1	18,94	694,0
Panama	30	-0,8	31	7,3	0,07	513,0	6,42	99,2
Weißrussland	31	-1,0	42	-3,5	1,72	56,5	1,92	186,6
Mexiko	32	-1,1	30	7,5	0,08	94,6	6,13	152,6
Taiwan	33	-1,8	37	3,2	0,21	85,8	3,72	428,8
Chile	34	-2,1	36	5,1	0,81	92,5	4,77	202,3
El Salvador	35	-3,1	28	7,8	0,38	57,8	6,36	105,3
Algerien	36	-3,7	34	5,8	0,42	18,3	4,11	616,4
Singapur	37	-3,7	35	5,2	0,10	106,9	2,00	67,6
Brasilien	38	-4,6	38	2,3	0,89	77,4	2,81	220,2
Uruguay	39	-5,8	41	-3,2	0,78	133,6	3,88	137,0
Guatemala	40	-6,1	27	8,2	0,74	46,7	4,50	74,1
Jordanien	41	-7,4	32	7,1	0,98	48,1	1,27	278,2
Ägypten	42	-10,1	40	-1,1	2,33	179,1	0,71	68,6
Argentinien	43	-10,3	43	-5,9	0,81	66,4	5,04	163,8

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.14: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Metallerzeugnisse

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	12,6	1	23,5	7,91	168,7	3,63	73,2
Russland	2	11,7	3	18,8	2,99	61,0	4,00	63,6
Ungarn	3	11,5	2	19,0	15,64	57,9	2,56	79,6
Estland	4	11,1	10	14,3	0,72	60,1	2,03	37,2
Lettland	5	10,1	12	14,0	1,78	98,1	2,67	70,9
Bulgarien	6	9,9	13	13,5	9,90	72,4	2,74	255,7
Litauen	7	9,7	4	17,0	2,56	122,4	3,03	78,6
Slowakei	8	9,2	5	16,9	13,70	46,4	2,76	64,7
Rumänien	9	8,8	9	14,4	11,05	126,4	2,10	65,9
Tschechien	10	8,7	8	14,7	9,50	67,6	2,99	64,7
Ukraine	11	8,6	18	11,4	5,52	122,0	5,17	113,8
Slowenien	12	8,2	11	14,2	25,37	120,8	3,41	76,7
Moldawien	13	7,6	16	12,3	2,63	76,9	2,57	102,0
Polen	14	6,9	15	12,5	3,49	83,2	3,37	74,8
Kroatien	15	6,7	17	11,4	15,80	131,9	3,03	58,9
China	16	5,5	14	13,3	0,58	62,0	4,94	81,8
Albanien	17	5,4	7	14,9	0,48	28,5	5,48	64,7
Bosnien-Herzegowina	18	5,3	6	15,2	11,45	178,4	2,90	33,3
Mazedonien	19	4,4	21	10,2	7,18	78,9	1,88	28,7
Südafrika	20	3,3	23	8,6	4,03	168,5	5,35	87,7
Südkorea	21	3,1	25	8,4	0,54	106,2	4,55	76,6
Türkei	22	2,7	19	11,2	2,68	108,7	4,05	80,2
Australien	23	2,4	24	8,6	2,47	82,9	3,98	87,0
Kanada	24	2,3	27	7,7	0,33	54,4	4,46	90,0
Vietnam	25	2,2	20	10,2	0,09	24,3	8,20	41,2
USA	26	0,8	33	5,7	1,59	83,4	3,89	82,0
Peru	27	0,7	26	8,3	0,60	101,1	9,26	99,4
Indien	28	0,7	22	9,2	1,18	97,4	8,56	97,9
Panama	29	0,4	31	7,1	0,07	22,3	4,98	186,9
Mexiko	30	0,3	30	7,3	0,12	76,9	8,17	135,5
Japan	31	-0,5	39	-0,9	2,12	95,7	4,73	57,4
Chile	32	-0,5	36	4,9	1,18	123,4	9,55	128,9
Taiwan	33	-0,6	37	3,0	0,85	68,7	2,89	65,9
El Salvador	34	-0,8	29	7,4	0,45	60,1	3,19	79,9
Weißrussland	35	-1,0	42	-3,5	8,39	449,7	8,64	97,1
Algerien	36	-1,3	34	5,5	0,56	29,3	3,81	59,4
Singapur	37	-1,4	35	4,9	0,52	67,8	6,12	89,0
Brasilien	38	-2,2	38	2,0	1,38	68,7	6,01	68,0
Guatemala	39	-2,4	28	7,7	0,19	49,7	7,52	250,1
Jordanien	40	-3,2	32	6,6	1,30	30,0	4,24	48,1
Uruguay	41	-3,5	41	-3,4	0,78	103,7	3,19	43,4
Ägypten	42	-5,6	40	-1,6	1,49	107,9	3,32	50,5
Argentinien	43	-6,2	43	-6,2	0,74	90,7	4,58	59,2

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.15: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Maschinenbau

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	9,2	1	21,2	10,19	36,5	6,95	86,0
Ungarn	2	7,3	2	17,1	12,88	87,8	7,37	477,0
Russland	3	7,2	3	16,9	3,76	99,9	15,03	90,9
Slowakei	4	6,7	5	15,3	8,01	54,1	8,94	74,5
Litauen	5	6,7	4	15,3	2,80	212,0	7,38	138,2
Bosnien-Herzegowina	6	6,5	6	14,0	12,62	152,9	4,57	50,4
Albanien	7	6,4	7	13,7	2,15	110,5	10,73	191,9
Tschechien	8	5,8	8	13,2	7,38	81,6	8,84	70,3
Slowenien	9	5,6	10	12,8	14,61	134,2	7,54	90,2
Rumänien	10	5,6	9	12,9	6,38	182,6	8,64	81,3
China	11	5,6	13	12,2	1,84	163,7	16,04	83,2
Estland	12	5,3	11	12,7	2,24	217,1	8,81	79,1
Lettland	13	5,2	12	12,4	2,95	143,7	12,30	82,5
Bulgarien	14	5,1	14	12,0	8,97	158,0	10,50	71,9
Türkei	15	5,0	17	10,4	3,19	213,9	11,59	105,1
Polen	16	5,0	15	11,3	3,87	78,6	10,32	84,3
Moldawien	17	4,8	16	11,1	4,62	1.147,9	9,14	90,3
Vietnam	18	4,6	20	9,5	1,79	79,9	63,10	533,1
Kroatien	19	4,5	18	10,3	14,35	150,0	7,37	80,2
Indien	20	4,4	22	8,7	0,83	127,4	19,85	115,1
Mazedonien	21	4,3	21	9,3	6,08	146,9	6,93	39,2
Ukraine	22	4,2	19	10,1	5,41	232,6	16,08	90,6
Guatemala	23	4,2	27	7,6	0,65	187,0	10,42	78,4
Peru	24	4,0	25	7,9	0,65	176,8	9,81	66,1
Australien	25	3,9	23	8,0	0,79	86,5	11,76	77,0
El Salvador	26	3,8	28	7,2	0,58	100,7	15,48	76,4
Jordanien	27	3,8	32	6,6	1,46	67,1	13,82	86,2
Südafrika	28	3,7	24	7,9	3,59	157,0	13,11	129,4
Südkorea	29	3,7	26	7,8	0,39	69,0	11,83	86,3
Mexiko	30	3,5	30	6,9	0,42	81,5	10,33	92,8
Kanada	31	3,5	29	7,2	0,62	84,8	16,91	99,5
Panama	32	3,5	31	6,7	0,59	182,6	6,87	50,2
Algerien	33	2,9	34	5,4	1,52	292,4	15,04	123,6
USA	34	2,7	33	5,4	1,13	125,6	16,41	82,1
Singapur	35	2,7	35	4,8	0,82	144,8	42,52	283,7
Chile	36	2,5	36	4,7	1,38	167,6	10,11	91,5
Taiwan	37	1,6	37	2,9	0,55	82,7	26,09	238,5
Brasilien	38	1,3	38	2,1	1,56	177,0	15,90	85,4
Ägypten	39	0,1	40	-1,1	1,66	107,1	10,78	101,0
Japan	40	-0,4	39	-0,8	0,90	92,6	15,12	71,3
Uruguay	41	-1,2	41	-3,0	2,08	232,2	9,80	101,3
Weißrussland	42	-1,6	42	-3,3	4,48	97,9	15,11	100,6
Argentinien	43	-2,2	43	-5,5	1,05	113,7	13,43	129,0

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.16: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Büromaschinen, Elektrotechnik

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Guatemala	1	3,3	27	5,6	0,01	22,9	13,00	81,3
Jordanien	2	3,3	32	4,9	0,15	17,9	44,22	71,8
Serbien-Montenegro	3	3,1	1	16,1	51,55	239,4	30,73	106,0
Bosnien-Herzegowina	4	3,0	6	10,6	23,90	43,7	39,16	96,9
Albanien	5	2,9	7	10,4	4,66	137,0	30,35	51,4
Indien	6	2,7	22	6,5	0,10	89,1	148,20	744,2
El Salvador	7	2,7	29	5,4	0,18	212,9	98,69	572,6
Türkei	8	2,6	18	7,9	0,24	89,5	19,49	17,4
Vietnam	9	2,5	20	7,2	0,06	39,1	66,50	36,4
Peru	10	2,4	26	5,9	0,02	65,8	12,44	67,0
China	11	2,4	14	9,3	0,30	352,0	46,92	19,7
Slowakei	12	2,3	5	11,7	13,84	35,8	52,03	93,1
Mexiko	13	2,3	30	5,2	0,00	111,1	36,51	28,4
Algerien	14	2,2	34	4,0	0,03	11,5	42,60	26,9
Panama	15	2,2	31	5,1	0,00	23,1	-	-
Ungarn	16	2,2	2	13,0	6,56	47,9	64,83	134,0
Litauen	17	2,1	4	11,7	0,93	36,1	32,00	57,1
Singapur	18	2,1	35	3,6	0,07	341,0	86,82	139,0
Russland	19	2,0	3	12,9	0,73	30,3	178,41	277,9
Australien	20	1,9	23	6,1	0,15	887,8	65,49	73,5
Mazedonien	21	1,8	21	7,1	4,96	19,9	26,02	56,4
Slowenien	22	1,8	10	9,8	10,09	52,8	47,21	94,7
Tschechien	23	1,8	8	10,2	3,47	30,5	40,76	82,1
Chile	24	1,8	36	3,5	0,03	245,1	14,32	755,8
Kanada	25	1,7	28	5,5	0,05	185,5	173,31	252,3
Südkorea	26	1,7	25	5,9	0,15	438,7	41,00	16,3
Polen	27	1,7	15	8,6	2,20	38,5	44,19	89,8
Südafrika	28	1,7	24	6,0	1,74	1.008,2	143,08	144,8
Rumänien	29	1,6	9	9,9	7,72	82,4	39,25	52,7
USA	30	1,6	33	4,1	0,15	129,6	143,51	73,9
Kroatien	31	1,4	17	7,9	15,48	60,6	43,15	115,9
Brasilien	32	1,4	38	1,5	0,02	91,4	123,84	41,9
Moldawien	33	1,4	16	8,5	6,74	474,1	24,90	51,5
Ägypten	34	1,4	40	-1,0	0,76	1.135,8	31,41	461,3
Taiwan	35	1,2	37	2,2	0,17	184,9	149,04	66,7
Lettland	36	1,1	12	9,6	0,24	32,8	53,18	111,8
Bulgarien	37	1,0	13	9,3	9,55	147,0	53,54	87,4
Estland	38	0,9	11	9,8	0,82	153,3	60,16	82,4
Ukraine	39	0,8	19	7,8	9,07	169,1	62,47	127,7
Uruguay	40	0,0	41	-2,4	0,01	13,0	16,55	-
Argentinien	41	0,0	43	-4,4	0,01	181,3	16,89	15,5
Japan	42	-0,1	39	-0,6	0,03	174,0	94,97	25,6
Weißrussland	43	-0,9	42	-2,5	3,57	75,8	114,39	134,7

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.17: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Elektroindustrie

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	11,9	1	21,5	5,32	394,7	9,98	24,3
Bosnien-Herzegowina	2	9,3	6	14,2	9,20	2.547,5	6,05	11,6
Ungarn	3	9,2	2	17,3	12,85	73,1	10,35	74,0
Albanien	4	9,0	7	14,0	0,33	65,1	4,54	51,8
Russland	5	8,9	3	17,1	3,62	80,4	13,92	71,6
Slowakei	6	8,7	5	15,5	12,75	81,5	5,07	40,7
Litauen	7	8,5	4	15,6	1,62	129,1	2,69	79,3
China	8	7,7	13	12,4	0,67	86,6	11,48	68,9
Türkei	9	7,5	17	10,6	2,15	118,7	6,80	123,6
Guatemala	10	7,4	27	7,7	0,04	60,0	9,00	101,7
Tschechien	11	7,3	8	13,4	7,90	80,7	9,68	70,1
Slowenien	12	7,1	10	13,0	13,04	118,3	7,57	84,0
Jordanien	13	7,0	32	6,8	0,98	166,3	10,11	160,7
Indien	14	7,0	22	8,9	0,56	82,4	25,91	302,4
Rumänien	15	7,0	9	13,1	14,11	432,6	6,35	62,7
Vietnam	16	7,0	20	9,7	0,14	87,4	17,20	88,6
Polen	17	6,4	15	11,4	2,57	114,2	12,76	65,5
El Salvador	18	6,4	28	7,3	0,54	796,4	18,75	105,4
Peru	19	6,3	25	8,0	1,73	733,8	9,57	234,3
Lettland	20	6,0	12	12,6	1,99	266,8	4,77	93,4
Moldawien	21	6,0	16	11,2	1,06	72,5	1,91	67,6
Mazedonien	22	5,9	21	9,5	2,91	73,7	12,14	34,8
Estland	23	5,8	11	12,8	0,46	108,6	5,77	64,0
Bulgarien	24	5,8	14	12,2	6,90	180,4	9,21	81,9
Kroatien	25	5,7	18	10,4	19,97	328,6	10,41	118,5
Mexiko	26	5,7	30	7,1	0,05	156,2	25,19	145,0
Australien	27	5,6	23	8,1	0,81	127,6	10,78	49,9
Panama	28	5,5	31	6,9	0,01	16,3	8,00	28,6
Südkorea	29	5,2	26	7,9	0,18	98,2	3,66	76,1
Südafrika	30	5,2	24	8,0	2,16	233,3	9,10	35,2
Algerien	31	5,1	34	5,5	0,14	1,2	13,33	53,0
Kanada	32	5,0	29	7,3	0,08	158,7	13,87	117,0
Ukraine	33	4,8	19	10,2	5,10	189,5	7,35	142,1
Singapur	34	4,6	35	4,9	0,41	247,1	35,67	241,3
USA	35	4,2	33	5,5	0,88	258,3	17,91	110,2
Chile	36	4,2	36	4,8	0,17	130,7	3,60	86,8
Taiwan	37	2,7	37	3,0	0,15	48,3	12,05	184,5
Brasilien	38	2,7	38	2,2	0,90	174,4	8,08	149,7
Ägypten	39	1,5	40	-1,1	1,11	171,9	6,78	66,9
Japan	40	-0,5	39	-0,8	0,50	95,8	13,67	104,5
Uruguay	41	-1,1	41	-3,0	0,17	13,0	9,75	30,7
Argentinien	42	-2,1	43	-5,5	0,41	336,7	9,65	208,2
Weißrussland	43	-2,4	42	-3,3	9,22	367,2	3,64	26,4

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.18: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Fernseh- und Nachrichtentechnik

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	12,7	1	22,7	14,19	98.278,2	23,75	-
Bosnien-Herzegowina	2	11,1	6	14,7	20,41	970,7	54,24	174,0
Albanien	3	10,7	7	14,4	1,42	263,9	8,47	53,8
Guatemala	4	10,6	27	7,5	0,03	25,3	66,71	53,9
Jordanien	5	10,3	32	6,4	0,47	163,3	113,33	908,8
Türkei	6	9,4	19	10,8	0,66	457,3	15,41	77,0
Ungarn	7	9,4	2	18,3	33,73	117,9	27,15	54,3
Slowakei	8	9,3	5	16,3	7,01	49,6	33,75	48,5
Indien	9	9,2	22	8,9	1,11	216,8	209,05	231,6
China	10	9,0	14	12,8	0,28	232,7	103,70	72,3
Russland	11	9,0	3	18,2	2,20	156,4	83,60	298,2
Litauen	12	8,9	4	16,4	0,78	45,8	42,18	33,9
El Salvador	13	8,8	29	7,2	0,04	40,2	130,38	80,8
Vietnam	14	8,8	20	9,8	0,21	814,8	172,51	53,2
Peru	15	8,2	26	8,1	0,06	152,5	78,00	355,8
Tschechien	16	7,5	8	14,2	2,23	22,9	20,79	18,2
Mexiko	17	7,5	30	7,1	0,12	612,7	16,67	30,7
Slowenien	18	7,5	11	13,7	17,27	200,2	46,02	109,0
Panama	19	7,2	31	6,9	0,02	209,4	101,00	462,5
Algerien	20	7,2	34	5,4	0,32	19,5	6,06	2,3
Rumänien	21	7,1	9	13,9	2,24	55,3	36,59	80,7
Australien	22	6,9	23	8,3	0,49	164,0	48,61	90,8
Polen	23	6,8	15	12,0	2,63	65,8	22,59	34,9
Mazedonien	24	6,8	21	9,8	5,26	57,0	17,49	15,8
Singapur	25	6,6	35	4,8	0,34	122,5	126,10	165,3
Südkorea	26	6,2	25	8,2	0,15	156,1	253,27	833,1
Kanada	27	6,1	28	7,5	0,10	160,3	175,30	129,4
Südafrika	28	6,1	24	8,3	0,89	206,1	128,86	112,3
Moldawien	29	6,1	16	11,9	1,09	304,0	25,23	63,1
Kroatien	30	5,9	17	11,0	28,24	305,6	53,55	37,1
Chile	31	5,7	36	4,7	0,16	212,7	198,49	507,7
Lettland	32	5,5	12	13,5	0,36	56,1	12,73	7,6
USA	33	5,4	33	5,6	0,37	216,6	133,94	139,6
Bulgarien	34	5,3	13	13,1	6,07	119,8	20,93	59,1
Estland	35	5,1	10	13,8	0,34	324,2	104,97	205,4
Ukraine	36	4,2	18	10,9	13,84	254,1	35,27	72,2
Brasilien	37	4,2	38	2,0	0,89	384,2	148,49	119,3
Taiwan	38	3,8	37	2,9	0,28	191,3	138,65	237,8
Ägypten	39	3,4	40	-1,5	0,96	100,6	58,52	30,6
Japan	40	-0,5	39	-0,8	0,11	31,5	88,46	44,9
Uruguay	41	-0,6	41	-3,3	0,19	212,5	206,87	924,7
Argentinien	42	-1,2	43	-6,0	0,14	92,4	24,90	50,9
Weißrussland	43	-2,9	42	-3,4	5,43	903,2	29,22	35,2

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.19: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Medizin- und Messgeräte, Optik

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	9,0	1	22,2	9,64	1.054,5	68,83	45,0
Bosnien-Herzegowina	2	7,1	6	14,5	8,15	383,6	44,37	277,3
Ungarn	3	6,9	2	17,9	11,18	107,9	45,69	85,1
Albanien	4	6,9	7	14,2	1,14	79,8	69,74	269,7
Russland	5	6,7	3	17,7	1,89	85,1	78,38	62,4
Slowakei	6	6,6	5	16,0	9,28	69,0	47,16	54,4
Litauen	7	6,4	4	16,1	1,62	134,2	64,49	55,3
China	8	5,9	14	12,7	0,62	220,8	102,13	58,7
Türkei	9	5,7	18	10,8	0,75	126,7	52,60	55,7
Guatemala	10	5,7	27	7,6	0,61	202,6	58,58	38,7
Tschechien	11	5,5	8	13,9	5,89	56,1	39,57	85,3
Jordanien	12	5,4	32	6,6	6,42	572,0	297,78	851,4
Slowenien	13	5,4	10	13,4	9,70	75,3	56,97	51,9
Indien	14	5,4	22	8,9	0,82	165,7	69,81	31,7
Vietnam	15	5,3	20	9,8	0,69	74,4	180,00	39,9
Rumänien	16	5,3	9	13,6	6,35	194,0	82,00	155,7
El Salvador	17	4,9	29	7,3	1,18	1.594,4	116,40	211,6
Polen	18	4,9	15	11,8	4,22	115,7	55,06	50,7
Peru	19	4,8	26	8,1	1,03	301,2	265,51	223,0
Lettland	20	4,5	12	13,1	2,94	998,0	37,40	81,4
Moldawien	21	4,5	16	11,6	1,57	41,5	28,24	8,1
Mazedonien	22	4,5	21	9,7	5,75	106,7	60,32	149,8
Estland	23	4,4	11	13,4	1,10	200,0	32,31	63,6
Mexiko	24	4,4	30	7,1	0,16	180,1	83,50	52,4
Bulgarien	25	4,3	13	12,7	8,84	58,7	48,14	18,1
Australien	26	4,3	23	8,3	0,47	109,1	103,51	62,3
Kroatien	27	4,3	17	10,8	12,43	160,4	34,04	45,1
Panama	28	4,2	31	6,9	0,15	127,6	31,48	231,1
Südkorea	29	4,0	25	8,1	0,51	138,9	243,52	148,4
Südafrika	30	4,0	24	8,2	1,44	222,7	181,07	94,2
Algerien	31	3,9	34	5,4	0,22	99,5	77,25	31,1
Kanada	32	3,9	28	7,4	0,20	119,4	213,92	87,4
Singapur	33	3,6	35	4,8	0,21	84,1	214,34	262,6
Ukraine	34	3,6	19	10,6	2,94	106,1	46,13	34,2
Chile	35	3,2	36	4,8	0,35	77,6	116,16	184,5
USA	36	3,2	33	5,5	0,63	90,9	142,03	209,3
Brasilien	37	2,1	38	2,0	0,52	163,2	118,10	40,3
Taiwan	38	2,1	37	3,0	0,12	56,0	144,93	121,0
Ägypten	39	1,2	40	-1,3	0,60	165,1	49,96	92,5
Japan	40	-0,4	39	-0,8	0,45	138,9	181,94	77,2
Uruguay	41	-0,8	41	-3,2	0,82	38,8	110,09	193,1
Argentinien	42	-1,5	43	-5,8	0,81	136,9	122,38	103,6
Weißrussland	43	-1,8	42	-3,4	6,95	928,0	71,29	58,1

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.20: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Kraftwagen

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Guatemala	1	10,3	27	5,9	0,32	486,0	17,24	96,3
Jordanien	2	10,3	32	5,1	0,49	89,8	8,86	101,0
Bosnien-Herzegowina	3	8,3	6	11,2	15,50	130,3	2,17	116,0
El Salvador	4	8,2	29	5,7	0,00	14,1	-	-
Indien	5	8,0	22	6,9	0,13	75,0	24,16	121,9
Albanien	6	7,9	7	11,0	2,98	264,2	3,34	366,1
Türkei	7	7,6	18	8,4	0,57	270,3	8,86	42,1
Serbien-Montenegro	8	7,5	1	17,1	5,08	105,0	2,29	31,7
Peru	9	7,2	26	6,3	0,02	77,3	15,29	51,0
Vietnam	10	7,2	20	7,6	0,17	63,5	17,60	42,5
Algerien	11	6,9	34	4,2	0,09	51,0	4,78	74,8
Mexiko	12	6,7	30	5,5	0,04	32,1	11,76	118,0
Panama	13	6,4	31	5,4	0,09	600,9	11,96	47,7
Singapur	14	6,4	35	3,8	0,20	99,6	20,74	86,0
China	15	6,4	14	9,8	0,73	57,8	20,13	120,9
Slowakei	16	5,5	5	12,4	3,07	44,3	6,47	60,5
Australien	17	5,5	23	6,4	1,33	5.797,8	10,03	74,5
Chile	18	5,3	36	3,7	0,04	430,2	16,08	194,1
Litauen	19	5,0	4	12,5	0,65	179,5	5,70	95,1
Ungarn	20	4,9	2	13,8	10,81	90,3	7,51	84,5
Ägypten	21	4,9	40	-1,1	0,48	250,7	4,34	296,9
Kanada	22	4,8	28	5,8	0,28	158,8	21,91	106,7
Mazedonien	23	4,7	21	7,5	2,70	23,6	5,66	75,3
USA	24	4,6	33	4,3	0,39	391,9	15,50	37,7
Südkorea	25	4,6	25	6,3	1,03	783,3	15,58	95,3
Russland	26	4,5	3	13,7	1,48	166,6	13,70	131,4
Brasilien	27	4,5	38	1,6	1,18	102,7	11,85	136,5
Südafrika	28	4,5	24	6,4	8,69	3.730,0	11,14	79,0
Slowenien	29	4,2	11	10,4	3,55	80,0	7,93	102,7
Tschechien	30	4,1	8	10,8	5,43	157,1	4,78	61,9
Polen	31	4,0	15	9,2	2,66	125,3	6,93	83,9
Rumänien	32	3,7	9	10,5	4,66	302,8	6,05	131,2
Taiwan	33	3,6	37	2,3	0,16	823,2	18,36	114,8
Kroatien	34	3,3	17	8,4	8,16	126,6	5,72	182,1
Moldawien	35	3,2	16	9,0	4,21	1.630,8	2,91	69,9
Lettland	36	2,0	12	10,2	1,28	201,9	7,80	131,5
Bulgarien	37	1,8	13	9,9	8,19	196,0	2,11	58,9
Estland	38	1,3	10	10,4	2,04	1.817,3	16,09	255,1
Ukraine	39	1,2	19	8,3	2,13	147,2	6,03	69,3
Argentinien	40	0,9	43	-4,6	0,73	1.827,4	10,39	93,9
Uruguay	41	0,6	41	-2,5	0,64	40.590,6	6,93	24,8
Japan	42	-0,3	39	-0,6	1,33	525,7	11,79	67,8
Weißrussland	43	-2,4	42	-2,6	0,95	48,1	5,05	48,1

Q: WIFO-Berechnung.

Übersicht A3.21: Entwicklung und Wachstumspotentiale für österreichische Exporte in ausgewählte Länder - Sonstiger Fahrzeugbau

	Wachstumspotential der Exporte (Durchschnittliche jährliche Veränderung 2000/2008)				Österreichs Marktanteil am OECD-Export 1999/2000		Export-Unit Values 1999/2000	
	"fixed effects"- Modell		"between effects"- Modell		In %	93/94=100	USD je kg	93/94=100
	Rang	In %	Rang	In %				
Serbien-Montenegro	1	28,6	1	20,9	9,87	-	2,13	-
Ungarn	2	23,8	2	16,8	14,66	438,1	3,69	53,0
Russland	3	23,8	3	16,6	1,31	488,3	28,39	92,8
Litauen	4	20,9	4	15,1	6,02	-	24,44	-
Slowakei	5	20,5	5	15,1	20,54	784,0	0,72	7,9
Estland	6	19,3	11	12,4	1,07	59.457,1	7,49	-
Lettland	7	18,4	12	12,2	24,70	4.810,8	21,88	635,1
Tschechien	8	18,2	8	13,1	15,04	235,3	14,96	244,1
Bulgarien	9	17,9	14	11,8	12,67	1.885,9	0,82	25,9
Rumänien	10	17,9	9	12,7	5,36	572,6	3,30	111,1
Slowenien	11	17,4	10	12,6	14,44	152,5	7,34	140,3
Bosnien-Herzegowina	12	16,4	6	13,9	67,44	-	88,71	-
Albanien	13	16,3	7	13,6	2,75	43,2	1,04	19,9
Moldawien	14	15,4	16	10,9	2,24	729,0	74,33	495,6
Ukraine	15	15,1	19	9,9	9,93	124,6	21,07	59,2
Polen	16	15,1	15	11,1	4,80	526,9	16,13	87,1
China	17	14,9	13	12,1	0,23	121,4	33,50	185,6
Kroatien	18	14,0	18	10,1	4,50	73,4	19,05	93,1
Mazedonien	19	11,5	21	9,2	0,69	24,8	22,79	384,9
Türkei	20	11,4	17	10,4	0,31	457,2	6,80	14,0
Vietnam	21	10,2	20	9,5	-	-	-	-
Südafrika	22	9,5	25	7,9	2,10	1.416,6	74,26	140,4
Südkorea	23	9,2	26	7,7	0,59	143,4	13,54	55,7
Australien	24	8,9	23	8,0	0,57	347,2	31,94	85,5
Indien	25	8,3	22	8,7	1,46	206,4	21,65	103,3
Kanada	26	8,0	29	7,1	0,43	423,9	160,05	291,7
Peru	27	7,6	24	7,9	0,31	120,3	11,00	19,8
Mexiko	28	6,4	30	6,9	0,31	196,7	18,59	141,8
Panama	29	6,4	31	6,8	0,00	-	26,58	-
El Salvador	30	5,9	28	7,2	0,02	87,0	26,58	115,6
USA	31	5,4	34	5,4	0,30	148,3	43,30	81,6
Guatemala	32	5,2	27	7,7	0,21	-	17,32	-
Algerien	33	4,0	33	5,4	0,00	0,0	44,00	2.244,5
Chile	34	3,9	36	4,7	0,08	76,5	25,49	77,7
Jordanien	35	3,7	32	6,7	0,06	49,7	9,41	29,0
Singapur	36	3,4	35	4,9	0,34	38,4	66,79	183,9
Taiwan	37	2,3	37	3,0	0,48	11.394,7	20,28	47,0
Brasilien	38	0,4	38	2,2	0,04	11,9	8,78	36,1
Japan	39	-1,0	39	-0,8	0,80	75,4	38,25	131,4
Weißrussland	40	-3,6	42	-3,3	6,60	19.562,5	31,11	702,5
Ägypten	41	-4,6	40	-0,9	0,10	17,3	12,55	40,5
Uruguay	42	-4,9	41	-2,9	2,84	1.256,4	17,41	48,6
Argentinien	43	-8,9	43	-5,3	0,02	18,7	21,11	271,8

Q: WIFO-Berechnung.

© 2003 Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Hersteller: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung,
Wien 3, Arsenal, Objekt 20 • Postanschrift: A-1103 Wien, Postfach 91 • Tel. (+43 1) 798 26 01-0 •
Fax (+43 1) 798 93 86 • <http://www.wifo.ac.at/> • Verlags- und Herstellungsort: Wien

Verkaufspreis: 70,00 €, Download 56,00 €:

http://publikationen.wifo.ac.at/pls/wifosite/wifosite.wifo_search.get_abstract_type?p_language=1&pubid=24851