

Diversifizierungsstrategien deutscher Unternehmen

Produktdiversifizierung im Verarbeitenden Gewerbe

Bernd Görzig, DIW Berlin

Ramona Pohl, FDZ Standort Berlin

Überblick

- Warum gibt es Produktdiversifizierung?
- Produktdiversifizierung in Deutschland
- Wie erfolgreich ist Produktdiversifizierung?

Spannungsfeld: *Spezialisierung* und *Diversifizierung*

- Warum gibt es Produktdiversifizierung?
- Industrieökonomische Erklärungen
 - Williamson (1979), Markides/Williamson (1996)
 - ⇒ *Vertikale Integration monopolistischer Märkte*
 - ⇒ *Economies of Scope*
 - Jovanovic/Gilbert(1993)
 - ⇒ Absatzseitig
 - ✓ Marktmacht, Produktkompatibilität, Risikoausgleich
 - ⇒ Kostenseitig
 - ✓ Finanzierung, Economies of Scope

Die Stigler-These (1951)

Diversifizierungsvorteile durch Begrenztheit der Märkte

- *Jovanovic/Gilbert (1993)*
 - *Bestätigung für das 20. Jahrhundert*
- *Gollop/Mohanan (1991)*
 - *Verstärkte Spezialisierung seit den 80er Jahren*
 - *Spezialisierung durch Diversifizierung*

Steigert Diversifizierung den Erfolg?

- International
 - *Vergleich mehrerer Studien durch Hall (1995)*
 - ⇒ Keine eindeutige Antwort
- Deutschland
 - *Scheinbarer Paradigmenwechsel bei einigen Grossunternehmen*
 - *Bisher keine repräsentativen empirischen Befunde*

Nutzung des FDZs der Länder

- Zusammenführung zweier Erhebungen auf Unternehmensebene
 - *Produktionserhebung*
 - ⇒ Zahl, Wert und Art von Produkte (> 6000)
 - *Kostenstrukturerhebung*
 - ⇒ Wertschöpfung, Beschäftigte, Betriebsüberschuss, u.v.m.
- Längsschnittdaten für die Jahre 1995 bis 2001
- Hohe Repräsentativität der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes

Was ist ein Produkt?

- **Ökonomisch**
 - *Substitutionselastizität*
 - ⇒ Statistisch schwer umsetzbar
- **Produktionserhebung**
 - *Physisch abgrenzbare Kriterien der PRODCOM Liste*
 - *Zahl und Art der Kriterien definiert die Zahl der Produkte*

Messung von Produktdiversifizierung

- Zahl der Produkte
- Gewichtete Zahl der Produkte
 - *Diverse Vorschläge in Abhängigkeit von der Art der verfügbaren Daten*
 - *Entropie*
Jaquemin/Berry (1979)
 - *Anzahläquivalente Entropie*
Baldwin et. al. (2001)

Entropie und Anzahläquivalente Entropie

Entropie:

$$E(s) = \sum_{i=1}^N s_i \ln(1 / s_i)$$

Anzahläquivalente:

$$\hat{E}(s) = \exp(E(s))$$

s_i Anteil des Umsatzes des Produkts i am Umsatz aller für das Unternehmen erfassten Produkte

Unternehmenstypen und Diversifizierung

Verarbeitendes Gewerbe

Merkmal		Alle Unternehmen	Einproduktunternehmen	Mehrproduktunternehmen			
				Insgesamt	Zwei Produkte	Drei und Vier Produkte	Fünf und mehr Produkte
Unternehmen - 1000	Summe der Jahre 1995 bis 2001	106	36	69	22	23	24
Beschäftigte - Mill.		29	5	24	4	5	15
Beschäftigte	je Unternehmen	273	132	347	161	224	636
Produkte		3,7	1,0	5,1	2,0	3,4	9,5
Entropie Einheiten ¹		2,2	1,0	2,8	1,6	2,2	4,4

¹ Gemessen als *Anzahläquivalente Entropie*: Ist meist kleiner als die Zahl der Produkte eines Unternehmens, es sei denn, die produktspezifischen Umsätze sind gleich groß.- *Quellen*: Forschungsdatenzentren der Länder; Eigene Berechnungen.

Stärkere Diversifizierung großer Unternehmen

Verarbeitendes Gewerbe

Beschäftigte von....bis....	Anzahl Unter- nehmen	Be- schäftigte	Produkte	Anzahläqui- valente Entropie
	in 1000	je Unternehmen Mittelwert 1995 - 2001		
20 - 49	32,94	33	2,7	1,8
50 - 99	25,72	70	2,9	1,9
100 - 199	19,95	140	3,4	2,1
200 - 499	15,68	307	4,3	2,4
500 - 999	6,74	683	5,6	2,9
1000 - 4999	4,09	1 830	8,7	3,8
5000 and more	0,42	14 754	40,2	11,4
Total	105,53	273	4,5	2,2

Quellen: Forschungsdatenzentren der Länder;
 Eigene Berechnungen.

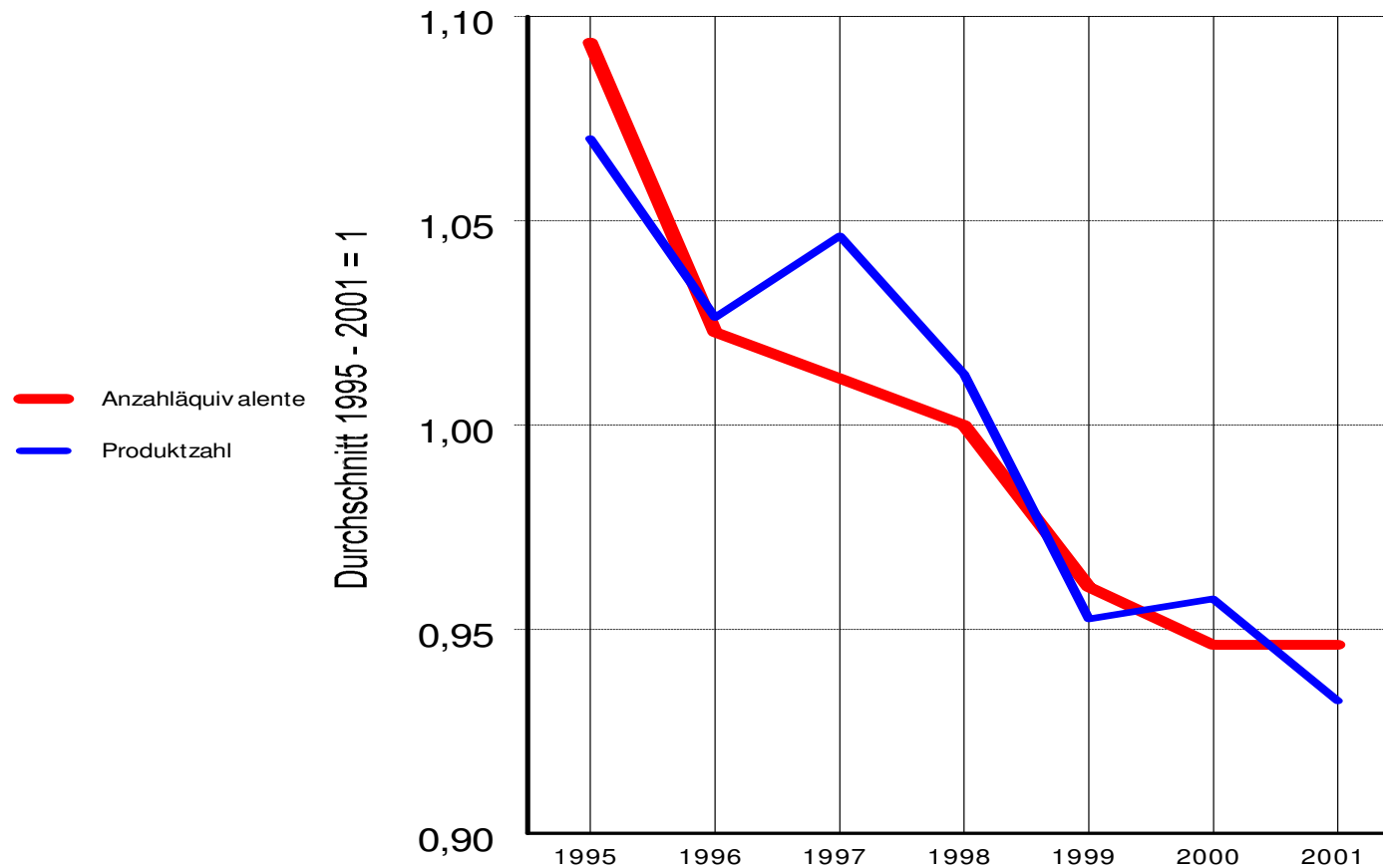
Diversifizierung nach Wirtschaftszweigen

Verarbeitendes Gewerbe - Mehrproduktunternehmen

Überwiegende Produktion	NACE Entsprechung	Anzahl Unternehmen	Beschäftigte	Produkte	Anzahläquivalente Entropie
		in 1000			
Mining and Quarrying	10-14	1,03	702	4,1	2,5
Food Products, Beverages and Tobacco	15-16	11,24	210	5,8	3,1
Textiles and Textile Products	17-18	4,63	155	5,5	3,1
Leather: and footwear	19	0,46	144	3,3	2,1
Wood and of products of wood	20	1,82	143	3,7	2,1
Pulp, paper, publishing, printing	21-22	4,94	263	4,1	2,3
Coke, petroleum and chemical products	23-24	4,19	660	10,8	4,3
Rubber and plastic products	25	3,55	332	4,8	2,7
Other non-metallic mineral products	26	4,06	238	3,9	2,4
Basic metals, fabricated metal products	27-28	9,73	267	4,2	2,5
Machinery and equipment n.e.c.	29	10,72	362	4,8	2,7
Electrical and optical equipment	30-33	6,86	519	4,7	2,6
Transport equipment	34-35	2,51	1 204	4,3	2,3
Manufacturing n.e.c; recycling	36-37	3,40	178	3,9	2,4
Total	Total	69,14	347	5,1	2,8

Quellen: Forschungsdatenzentren der Länder; Eigene Berechnungen.

Abnehmende Produktdiversifizierung Verarbeitendes Gewerbe



Erfolgswirksamkeit von Diversifizierung

- Im Längsschnitt von 1995 bis 2001 vergleichbare Unternehmen
 - *Ohne Sortimentsänderung*
 - *Mit Sortimentsänderung*
 - ⇒ Ausweitung
 - ⇒ Verringerung
- Betriebsüberschuss als Erfolgsindikator
 - Bruttowertschöpfung
 - abzüglich*
 - Arbeitskosten und Produktionssteuern

Unternehmen im Längsschnitt

Verarbeitendes Gewerbe 1995 und 2001

Merkmal	Dimension	1995	2001
Unternehmen			
Insgesamt		15 849	14 707
Vergleichbar	Zahl	7 371	7 371
Übrige		8 478	7 336
Beschäftigte			
Insgesamt		4 598	4 080
Vergleichbar	1 000	2 894	2 779
Übrige		1 704	1 301
<i>Quellen:</i> Forschungsdatenzentren der Länder; Eigene Berechnungen.			

Mehr als 60 %

Sortimentsänderung vergleichbarer Unternehmen

Verarbeitendes Gewerbe

	2001			
	Zahl der Unternehmen	Be-schäftigte in 1000	Be-schäftigte je Unternehmen	Zahl der Produkte
Alle vergleichbaren Unternehmen	7 371	2 779	377	3,9
Ohne Sortimentsänderung	4 840	1 056	218	2,5
Mit Sortimentsverringierung	1 545	1 104	715	5,2
Mit Sortimentsausweitung	986	618	627	8,5
<i>Quellen:</i> Forschungsdatenzentren der Länder; Eigene Berechnungen.				

21 %

40 %

Gewinne und Diversifizierungsdynamik

Verarbeitendes Gewerbe

	1995	2001	Ver- änderung gegen- über 1995
	Betriebsüberschuss 1000 € je Beschäftigtem im Unternehmen		
Alle vergleichbaren Unternehmen	18,98	29,50	10,53
Ohne Sortimentsänderung	20,50	28,89	8,39
Mit Sortimentsverringering	13,48	29,75	16,27
Mit Sortimentsausweitung	20,10	32,13	12,03
<i>Quellen:</i> Forschungsdatenzentren der Länder; Eigene Berechnungen.			

Vorläufiges Fazit

- **Spezialisierungsstrategie**
 - *Beruhet auf Kostendruck und dem Versuch der Unternehmen, den Ertrag durch Effizienzgewinne zu steigern*
- **Diversifizierungsstrategie**
 - *Wird nicht defensiv zur Risikoabwehr, sondern von ertragsstarken expansiven Unternehmen angewandt*