

Jan Stankovsky, Yvonne Wolfmayr

Interessante Absatzmärkte und Exportpotentiale für die österreichische Industrie

Der österreichische Export ist trotz der starken Intensivierung der Handelsbeziehungen mit den MOEL weiterhin durch eine Konzentration auf Westeuropa geprägt. Für eine bessere Nutzung des Exportpotentials der österreichischen Wirtschaft wäre eine Ausweitung der Ausfuhr in dynamische Länder außerhalb der traditionellen Märkte wünschenswert. Das WIFO identifiziert aufgrund einer Analyse von insgesamt 81 Ländern außerhalb Westeuropas ein beträchtliches Exportpotential vor allem in den neuen EU-Ländern unter den MOEL, in den Balkanländern sowie für bestimmte Branchen in Teilen von Lateinamerika, Nordamerika und Fernost.

Der Beitrag fasst wesentliche Ergebnisse einer WIFO-Studie zusammen: Yvonne Wolfmayr, Jan Stankovsky, Interessante Absatzmärkte und Exportpotentiale für die österreichische Industrie, im Auftrag der Oesterreichischen Kontrollbank AG, Projektkoordination: Yvonne Wolfmayr, Dezember 2003, 214 Seiten, 70,00 €, Download 56,00 €: http://publikationen.wifo.ac.at/pls/wifosite/wifosite.wifo_search.get_abstract_type?p_language=1&pubid=24851 • Begutachtung: Fritz Breuss, Markus Marterbauer • Wissenschaftliche Assistenz: Irene Langer • E-Mail-Adresse: Yvonne.Wolfmayr@wifo.ac.at • JEL-Code: F14, F13, F17

Der österreichische Warenaußenhandel entwickelte sich in den vergangenen zehn Jahren überwiegend günstig: Zwischen 1993 und 2003 wuchsen die Exporte durchschnittlich um 8,7% pro Jahr und haben sich damit mehr als verdoppelt (+131%). Die Importe stiegen mit 6,9% p. a. etwas weniger dynamisch (insgesamt +94,5%). Ein längerfristiger Vergleich der Handelsbilanzsalden zeigt eine anhaltende Tendenz zur Verbesserung, das Defizit verringerte sich von –7,1 Mrd. € auf –1,4 Mrd. € bzw. von –4,5% des BIP auf nur –0,6%.

Trotz dieser positiven Gesamtentwicklung ist die österreichische Außenwirtschaft weiterhin durch zwei Strukturschwächen geprägt: eine zu starke Konzentration der Ausfuhr auf Europa und hier insbesondere auf den deutschen Markt und eine im Vergleich der Industrieländer zu große Spezialisierung auf Branchen mit mittlerem bis niedrigem Technologieniveau. In beiden Bereichen war eine Verbesserung zu beobachten, die aber noch Spielraum für eine Steigerung der Exporte und der Wettbewerbsfähigkeit offen lässt.

Die Struktur der nationalen Produktionskapazitäten hat unmittelbaren Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes, langfristig kann die Konkurrenzfähigkeit nur durch einen Strukturwandel zugunsten moderner, innovativer und technologisch anspruchsvoller Produkte erhalten und gesteigert werden. Obwohl dieser Strukturwandel in Österreich in Gang ist, bleibt die Wirtschaft noch deutlich hinter den als "Benchmark" gewählten EU-Staaten zurück (Hutschenreiter – Peneder, 1997, Peneder, 2002, Wolfmayr, 2004).

Die Wirtschaftspolitik kann diesen Prozess der Umstrukturierung vor allem durch eine effiziente Forschungs- und Technologiepolitik unterstützen, denn die Unterschiede zwischen dem technologischen Entwicklungsniveau sind eine wichtige Quelle nationaler Wettbewerbsvorteile. "Wachstumsbranchen" zu identifizieren ist dagegen schwierig, weil Produktionsentscheidungen nur auf Unternehmensebene getroffen werden können – erfahrungsgemäß nützen Empfehlungen der Wirtschaftspolitik den betroffenen Unternehmen – und damit der gesamten Volkswirtschaft – nur selten. Eine "sektorale Industriepolitik" ließe sich auch kaum mit den Grundsätzen der Wirtschaftsförderung in der EU in Einklang bringen.

Weitere Marktanteilsgewinne erscheinen im Export nur bei Verbesserung der technologischen Wettbewerbsfähigkeit und stärkerer regionaler Diversifikation der Ausfuhr durch Schwerpunktsetzung in der Bearbeitung erfolgversprechender Absatzmärkte möglich.

Neben der Notwendigkeit einer Verbesserung der Sektorstruktur der Exporte kann das österreichische Exportpotential durch einen Wandel der regionalen Exportstruktur zugunsten dynamischer Märkte mit großem Marktpotential besser genutzt werden. Der Vorteil des regionalen Ansatzes besteht darin, dass wirtschaftspolitische Maßnahmen in der Regel einfacher und rascher zum Erfolg führen als eine Anpassung der Warenstruktur, die nur langfristig durch Förderung von Humankapital, Forschung und Entwicklung zu erzielen ist.

Im Laufe der neunziger Jahre zeichnete sich zwar mit der Integration der MOEL in die internationale Wirtschaft eine Neuorientierung des österreichischen Außenhandels ab, die die Dominanz Westeuropas verringerte; österreichische Produzenten spielen aber auf einigen wichtigen Hoffnungsmärkten in Übersee (etwa Fernost) nach wie vor eine wesentlich geringere Rolle als Konkurrenten aus vergleichbaren kleinen westeuropäischen Industrieländern (Egger – Stankovsky, 1998). 2003 entfielen immer noch 59,5% der österreichischen Exporte auf die EU 15, mehr als die Hälfte davon auf Deutschland (31,9%). Bei einem Gewicht des sonstigen Westeuropa von 6,8% und der MOEL von 16,1% gingen nur 17,6% der Lieferungen an Abnehmer außerhalb Europas. Je ein Drittel davon entfiel auf die USA und den Fernen Osten (einschließlich Japans und Chinas). Lateinamerikanische Länder hatten bisher nur marginale Bedeutung.

Das WIFO hat die Möglichkeiten einer Schwerpunktsetzung im österreichischen Export auf jene Märkte außerhalb Westeuropas untersucht, deren intensive Bearbeitung und Erschließung überdurchschnittliche Exporterfolge versprechen (Wolfmayr – Stankovsky, 2003). Diesem Ansatz liegt die Überlegung zugrunde, dass durch eine Bündelung des österreichischen Angebotes und Konzentration auf erfolgversprechende Märkte beim Einsatz der verschiedenen Formen und Instrumente der Exportförderung und Marktbearbeitung Synergieeffekte auftreten können. Das gilt für alle Bereiche, die von Exporteuren gemeinsam genutzt werden, etwa Infrastruktureinrichtungen (Aufbau von Außenhandelsorganisationen, Beratungstätigkeit von Finanzinstitutionen und anderen Dienstleistungsunternehmen usw.), aber auch die Kooperation auf Unternehmensebene, die gemeinsame Organisation von Schulungsaktivitäten für Mitarbeiter oder Fixkosten, die z. B. mit dem Aufbau von Auslandsvertretungen verbunden sind. Synergieeffekte ergeben sich nicht nur durch die Zahl der Unternehmen und Kooperationen in einem Land, sondern auch hinsichtlich des Geschäftsvolumens eines einzelnen Unternehmens – mit der Zahl und dem Ausmaß der Abschlüsse steigt der Ertrag je eingesetzte Aufwandseinheit ("Skalenerträge") –, durch Lerneffekte bei der Geschäftsabwicklung, aber auch in Bezug auf die Fixkosten, die etwa beim Aufbau von Vertriebsnetzen und Werbeaktionen entstehen.

So sollte unter gegebenem Einsatz von Exportfördermitteln kurz- und mittelfristig ein größtmöglicher Erfolg für die österreichische Exportwirtschaft zu erzielen sein. Angesichts der begrenzten Ressourcen der österreichischen Wirtschaft sollte die Zahl der ausgewählten Schwerpunktmärkte nicht zu groß sein. Insgesamt wurden 81 Länder außerhalb Westeuropas mit einer wirtschaftlichen Mindestgröße untersucht, ob sie sich als Schwerpunktmärkte für österreichische Exporteure eignen. Die Analyse bezog sich dabei nur auf Industriewarenexporte, die Chancen für Dienstleistungs- oder Agrarexporte wurden nicht untersucht¹⁾.

Das Auswahlverfahren

Die Auswahl der Schwerpunktländer erfolgte aufgrund der Ergebnisse aus vier Analyseschritten:

- Auswahl von Ländern aufgrund der Marktgröße und Nachfragedynamik sowie der Übereinstimmung zwischen dem österreichischen Angebot und der Nachfrage auf den potentiellen Exportmärkten (Strukturübereinstimmung),
- Auswertung einer Unternehmensbefragung zu den wichtigsten Exporthindernissen und interessanten Märkten,

¹⁾ Eine vergleichbare Analyse des Dienstleistungshandels ist vor allem aufgrund der unvollständigen und mangelhaften Statistik sehr schwierig.

- Berechnung von Exportpotentialen aufgrund von ökonometrischen Schätzungen eines Gravitationsmodells für den österreichischen Export,
- Analyse der Marktstellung österreichischer Unternehmen auf den Absatzmärkten.

Im ersten Untersuchungsschritt wurden zwei analytische Indikatoren kombiniert: ein Strukturübereinstimmungsindex und ein Nachfrageindex (zur Berechnung und Aussagekraft siehe Kasten "Strukturübereinstimmungsindex" und "Nachfrageindex"). Der Strukturübereinstimmungsindex stellt die Warenstruktur des Exportangebotes der Nachfragestruktur auf den potentiellen Exportmärkten gegenüber und zeigt so kurzfristige Exportchancen auf, weil er vom aktuellen Produktions- und Exportpotential Österreichs ausgeht. Mit Hilfe des Nachfrageindex werden dynamische Märkte identifiziert. Die so ermittelten Schwerpunktländer erfüllen somit gleichzeitig die Kriterien "hohes Wachstumspotential" und "Exportchancen" (gute Strukturübereinstimmung).

Strukturübereinstimmung und Nachfrage als Auswahlkriterien

Strukturübereinstimmungsindex

Die österreichische Exportwirtschaft wird – bei gegebener preislicher und technologischer Wettbewerbsfähigkeit – in der Regel vor allem in jenen Ländern erfolgreich sein, die in hohem Ausmaß Waren importieren, die in Österreich produziert und exportiert werden. Die Warenstruktur des Exports spiegelt dabei die realisierten (revealed) komparativen Vorteile wider. Somit kann der Vergleich der österreichischen Exportstruktur mit der Importstruktur potentieller Absatzmärkte Hinweise auf jene Länder liefern, in denen günstige Voraussetzungen für die Umsetzung der vorhandenen Wettbewerbsvorteile Österreichs bestehen. Dieser Ansatz gilt vor allem auf kurze bis mittlere Sicht, wie sie in der vorliegenden Untersuchung im Mittelpunkt steht. Längerfristig sind Exporterfolge dann zu erwarten, wenn die österreichischen Erzeuger ihre technologische und preisliche Wettbewerbsfähigkeit verbessern: Sie müssen ihr Angebot laufend an Änderungen der Nachfrage anpassen, neue Produkte entwickeln und die Produktqualität steigern.

Das Ausmaß der Übereinstimmung der Warenstruktur der österreichischen Exporte mit jener der Importe der Partnerländer wird mit Hilfe eines Strukturübereinstimmungsindex (Winkelmaß) gemessen. Das Winkelmaß kann als Berechnung des Winkels zwischen zwei Vektoren aufgefasst werden. Für jedes Partnerland wird ein Vektor der Importe an Industriewaren¹⁾ (m_{jk}) erstellt und der Winkel zum Vektor der österreichischen Exporte (x_{ji}) mit folgender Formel berechnet:

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

i ... Exportland (Österreich), j ... Warengruppen ($n = 166$), k ... Partnerland, x ... Exporte, m ... Importe. Das Winkelmaß liefert dabei keine Aussagen über die Gleichheit von Strukturen, wohl aber über den Grad der Unähnlichkeit zwischen den Ländern. Die Frage, ob z. B. Chinas Importstruktur der österreichischen Exportstruktur ähnlicher ist als die Indiens, wird durch das verwendete Maß beantwortet.

Je niedriger der Indexwert, desto besser stimmt die Struktur der Importnachfrage des jeweiligen Partnerlandes mit dem österreichischen Exportangebot überein. Wenn sich die Warenstruktur des österreichischen Exports mit der ausländischen Importstruktur deckt, ergibt sich ein Indexwert von 0. Wenn hingegen Österreich nur Waren exportiert, die vom Partnerland nicht importiert werden, beträgt der Indexwert 100. Eine vollständige Übereinstimmung bedeutet selbstverständlich nicht, dass das Abnehmerland tatsächlich seine Importnachfrage zur Gänze mit Waren aus Österreich decken würde: Der Strukturübereinstimmungsindex zeigt nicht die tatsächliche Übereinstimmung der bilateralen Handelsstrukturen zweier Länder, sondern ein "Exportpotential".

¹⁾ SITC-Dreisteller der Warengruppen 5 bis 8, insgesamt 166 Warengruppen.

Nachfrageindex

Als Kennzahl für das Nachfragepotential berücksichtigt der Nachfrageindex sowohl das Niveau als auch die Dynamik der Nachfrage. Er setzt sich aus folgenden sieben volkswirtschaftlichen Kennzahlen der Exportdestinationen zusammen:

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

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

Kennzahlen für die Nachfragedynamik:

- Wachstumsrate¹⁾ 1993/2000 des BIP, real, zu Preisen von 1995,
- Wachstumsrate¹⁾ 1993/2000 des BIP, real, pro Kopf, zu Preisen von 1995,
- Wachstumsrate¹⁾ 1993/2000 der Importe von Waren und Dienstleistungen, real, zu Preisen von 1995.

Der Nachfrageindex wurde wie in einer früheren WIFO-Studie (Url, 1991) aus standardisierten Werten in Form des euklidischen Distanzmaßes²⁾ berechnet:

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

i ... Land, x_j ... volkswirtschaftliche Kennzahl ($n = 7$), k ... Referenzland. Als Referenzland wird für jede Kennzahl x_j jeweils das Land mit dem niedrigsten Wert herangezogen. Wenn die Ausprägung des Merkmals identisch mit dem Wert des Referenzlandes k ist, besteht die größtmögliche Ähnlichkeit, und die euklidische Distanz ist gleich Null. Je weiter eine Merkmalskombination für ein Land vom Referenzland entfernt ist, desto größer wird das Distanzmaß. So wird der relative Abstand eines Landes in allen Kennzahlen in den Gesamtindex übertragen. Ein Land mit einem relativ niedrigen Bruttoinlandsprodukt pro Kopf kann dadurch mit relativ hohen Werten für das Wirtschaftswachstum diesen Nachteil wieder wettmachen.

Während Niveaugrößen (Nachfragestärke, z. B. BIP pro Kopf) zumeist auch auf mittlere Sicht relativ konstant bleiben, sind die Informationen über die Dynamik teils sehr unsicher und unterscheiden sich zwischen den Ländern erheblich. Da nicht für alle untersuchten Länder einheitliche und verlässliche mittel- und langfristige Prognosen vorliegen, basiert der Nachfrageindex auf den Daten zur Wachstumsdynamik der jüngeren Vergangenheit (neunziger Jahre). Dabei wird eine Stabilität der zugrunde liegenden wirtschaftlichen und politischen Strukturen angenommen.

¹⁾ Durchschnittliche jährliche Veränderung 1993/2000 in Prozent; die Periode 1993/1997 wurde mit 30%, die Periode 1997/2000 mit 70% gewichtet. – ²⁾ Maß für Ähnlichkeiten in einer Gesamtstruktur, die von einer Vielzahl von Merkmalen beschrieben wird.

Umfrage zu Motiven und Hindernissen im Export

Ergänzend zur Länderauswahl nach den Kriterien der Nachfragedynamik und der Strukturübereinstimmung wurden in einer Befragung österreichischer Industrieunternehmen die wichtigsten handelsfördernden und handelshemmenden Faktoren für die Erschließung neuer Märkte identifiziert sowie die aus Sicht der Unternehmen chancenreichsten Hoffnungsmärkte ermittelt²⁾. Die Unternehmen nannten dabei jene Länder, deren Neuerschließung als Exportmarkt sie konkret planten, und führten die drei aus eigener Sicht interessantesten Märkte an, für die noch keine Exportpläne bestanden.

Die Umfrage stellt der Auswahl potentieller Zielländer nach objektiven Kriterien (Nachfrageindex und Strukturübereinstimmung) die subjektive Sichtweise der Unternehmen gegenüber und beleuchtet so die Wahrscheinlichkeit, mit der Unternehmen Märkte zu erschließen bereit sind, und mögliche weitere Schwerpunktländer.

Die Bedeutung der von den Unternehmen genannten handelshemmenden und handelsfördernden Faktoren kann sich auf das Zielland selbst (geographische Dis-

²⁾ Detaillierte Informationen zu dieser Umfrage bietet der Beitrag von Wolfmayr (2004A) in diesem Heft.

tanz, Zollregime, Rechtsunsicherheit usw.) oder auf das befragte Unternehmen beziehen (kleinbetriebliche Struktur usw.). Diese Einflussfaktoren ergänzen das Spektrum der im Strukturübereinstimmungsindex und im Nachfrageindex berücksichtigten Indikatoren.

In einer panelökonometrischen Analyse (Gravitationsansatz) wurde zur Abrundung der Auswahl von Schwerpunktländern versucht, ein Erklärungsmuster für den österreichischen Export zu ermitteln. Das Modell berücksichtigt neben makroökonomischen Nachfrageindikatoren auch weitere Einflussfaktoren. Geschätzt wurde ein Gravitationsmodell mit fixen Importlandeffekten auf aggregierter Ebene sowie auf Branchenebene (vgl. dazu Kasten "Das Gravitationsmodell"). Die fixen Importlandeffekte messen jene Charakteristika eines Landes, die das Volumen der österreichischen Exporte beeinflussen können, wie die geographische Distanz, gemeinsame Grenzen, kulturelle Ähnlichkeit, historische Beziehungen, länderspezifisches Zollregime sowie auch nicht beobachtbare Faktoren – wie gut österreichische Unternehmen die Möglichkeiten auf florierenden Zielmärkten nutzen können bzw. ob sie überhaupt exportieren, ist nicht zuletzt eine Frage persönlicher Initiative und Beziehungen. Ein Modell mit Ländereffekten erfasst daher die beobachtbaren und nicht beobachtbaren Unterschiede zwischen den Importländern und berücksichtigt sie bei der Schätzung des Exportvolumens.

Ökonometrische Schätzung von Exportpotentialen

Das Gravitationsmodell

Im Gravitationsmodell wird die bilaterale Handelsverflechtung zwischen Ländern in Abhängigkeit vom Bruttoinlandsprodukt der Länder (oder der Bevölkerung) und einer Reihe handelshemmender und handelsstimulierender Faktoren erklärt. Zu den handelshemmenden Faktoren zählen in erster Linie die (entfernungsabhängigen) Transportkosten und Kommunikationskosten, zu den handelsfördernden Faktoren kulturelle Ähnlichkeiten, eine gemeinsame Sprache, historische Beziehungen und die Zugehörigkeit zu regionalen Freihandelszonen. In einem länderspezifischen Ansatz für den österreichischen Export ergibt sich folgende Spezifikation des Gravitationsmodells:

$$(1) \quad \ln EX_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 \ln \left(\frac{BIP}{K} \right)_{jt} + \beta_2 \ln BEV_{jt} - \beta_3 \ln DIST_{ij} + \sum_k \beta^k D_{ijk} + v_{ijt},$$

EX ... Exporte, β_0 ... Konstante, $\left(\frac{BIP}{K} \right)$... Pro-Kopf-Einkommen, BEV ... Bevölkerung, $DIST$... geographische Entfernung, D ... Dummy für den k -ten handelsfördernden bzw. handelshemmenden Faktor, v ... Fehlerterm, i ... Exportland (Österreich), j ... Importland, k ... handelsfördernde bzw. handelshemmende Faktoren, t ... Zeit.

Die spezielle Struktur der Daten (zweidimensionales Panel mit Variation über die Zeit und über die Importländer) erlaubt eine Spezifikation des Modells mit fixen Importlandeffekten, die auch vom ökonometrischen Standpunkt aus vorzuziehen ist (Mátyás, 1997, Egger, 1999, 2001):

$$(2) \quad \ln EX_{ijt} = \beta_0 + \lambda_j + \beta_1 \ln \left(\frac{BIP}{K} \right)_{jt} + \beta_2 \ln BEV_{jt} + v_{ijt},$$

λ_j ... fixe (zeitinvariante) Importlandeffekte.

Die fixen Importlandeffekte messen dabei alle beobachtbaren und nicht beobachtbaren länderspezifischen Eigenschaften, die das Volumen der österreichischen Exporte beeinflussen können. Dummy-Variable für die handelsfördernden bzw. handelshemmenden Faktoren sowie die Distanzvariable der Gleichung (1) gehen in den fixen Importlandeffekt ein.

Die Regressionen wurden anhand der österreichischen Exporte in 117 Zielländer außerhalb der EU in der Periode 1992 bis 2000 berechnet. Ausgewählt wurden die Länder aufgrund der Vollständigkeit der Daten für alle wichtigen Variablen. Die Berechnungen wurden auf aggregierter Ebene sowie auf Branchenebene (ÖNACE 15 bis 36) durchgeführt. Die Daten für das BIP und die Bevölkerung stammen vom IWF (International Financial Statistics) und der Weltbank (World Development Indicators), die Exportdaten von der UNO-Welthandelsdatenbank. Durchwegs wurden nominelle Größen auf Dollarbasis verwendet, vor allem weil geeignete Deflatoren für den Export fehlen (im Aggregat, aber insbesondere auf Branchenebene).

Für die Berechnung der mittelfristigen Entwicklung der österreichischen Exporte in ausgewählte Länder war eine Prognose der exogenen Variablen Bevölkerung und nominelles BIP auf Dollarbasis für 2001 bis 2008 erforderlich. Die BIP-Zahlen wurden bis 2002 mit den zum Zeitpunkt der Berechnung aktuellen Daten fortgeschrieben, bis 2008 mit den mittelfristigen Prognosen des IWF, teilweise der Weltbank, der OECD und des Oxford-Prognosemodells. Für die Fortschreibung der Bevölkerungszahl wurden die Prognosen der Weltbank (World Development Indicators 2003) verwendet.

Auf dieser Basis wurde mit den im Gravitationsmodell geschätzten Koeffizienten das Niveau der österreichischen Exporte in die einzelnen Länder auf aggregierter Ebene sowie auf Branchenebene prognostiziert.

Die mit diesem Gravitationsmodell geschätzten Koeffizienten und mittelfristige Wachstumsprognosen internationaler Organisationen gingen in die Berechnung des Potentials für den Export der österreichischen Industrie in ausgewählte Länder³⁾ bis 2008 ein: die anhand von Nachfrageindex und Strukturübereinstimmungsindex ausgewählten Schwerpunktländer, die in der Umfrage als besonders interessant eingestuft wurden sowie alle anderen MOEL. Auch für diese ausgewählten Länder sind die Wachstumsprognosen zum Teil mit großen Unsicherheiten verbunden. Die aufgrund dieser Prognosen ermittelten Wachstumspotentiale für österreichische Exporte sind daher immer unter diesem Gesichtspunkt zu interpretieren.

Analyse der Wettbewerbsposition

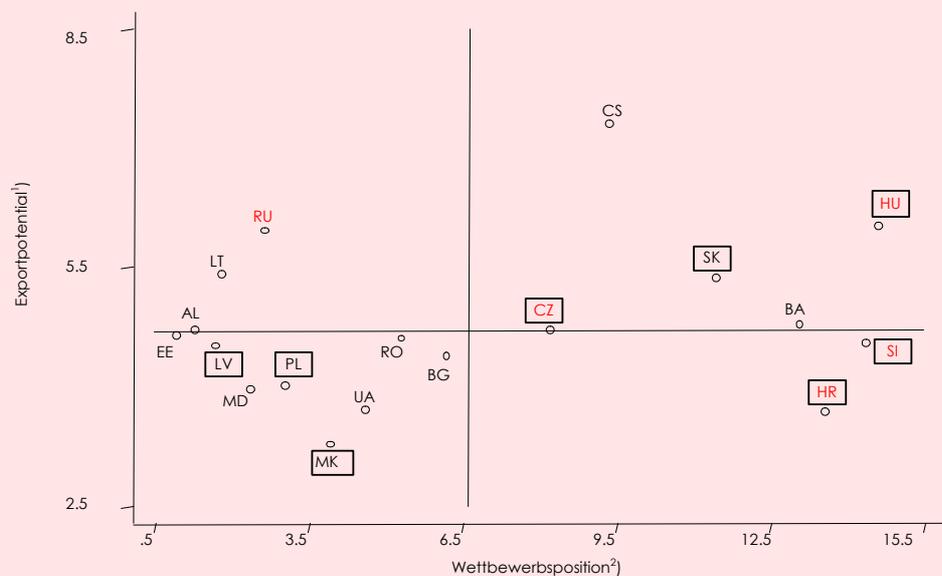
Eine Analyse der Wettbewerbsposition Österreichs in den potentiellen Schwerpunktländern untermauerte die Auswahl und machte Defizite in der Bearbeitung dieser Märkte allgemein und in bestimmten Branchen deutlich, sodass die Exportchancen besser beurteilt werden können. Dazu wurden die Marktanteile Österreichs mit jenen wichtiger Konkurrenzländer verglichen.

Empfehlungen für die Auswahl von Schwerpunktländern

Die Ergebnisse der verschiedenen Analyseschritte zeigen, dass sich vor allem die MOEL als Schwerpunktländer für den österreichischen Export eignen. Dies resultiert zum einen aus der geographischen Nähe und der guten Marktstellung der österreichischen Exporteure in Teilen der MOEL, zum anderen aus den zu erwartenden Beitrittseffekten in den neuen EU-Ländern bzw. der Perspektive eines baldigen EU-Beitritts oder der Assoziation. Aufgrund dieser Besonderheiten wurden die MOEL getrennt bewertet.

Vor allem die MOEL eignen sich als Schwerpunktländer für den österreichischen Export.

Abbildung 1: Wettbewerbsposition und Exportpotentiale in Ost-Mitteuropa



Q: UNO-Welthandelsdatenbank, WIFO-Berechnungen. – Rot . . . interessanter Markt laut Unternehmensbefragung, Kästchen . . . Auswahl aufgrund hoher Strukturübereinstimmung und Nachfrage. – ¹⁾ Durchschnittliche jährliche Veränderung der österreichischen Exporte 2002/2008 in %. – ²⁾ Durchschnittlicher Marktanteil der österreichischen Exporte am OECD-Export 1999/2000 in %.

Abbildung 1 fasst die Ergebnisse der einzelnen Untersuchungsschritte für alle MOEL zusammen. Die Schätzungen für die durchschnittliche jährliche Veränderungsrate der österreichischen Exporte bis 2008 liegen zwischen +3% und +7,3%⁴⁾. Die Mittel-

³⁾ Da vergleichbare Wachstumsprognosen nicht für alle untersuchten Länder verfügbar sind, beschränkte sich die Schätzung des Exportpotentials auf diese Auswahl von Ländern.

⁴⁾ Diese Schätzungen ergeben sich aus dem Modell mit fixen Importlandeffekten ("Fixed-Effects"-Modell), dessen Koeffizienten als kurzfristige Effekte einer Veränderung der exogenen Variablen (BIP pro Kopf, Bevölkerung) interpretiert werden können. Die Wachstumsraten sind als hypothetische Untergrenze anzusehen, weil dynamische Effekte – d. h. die Wirkung einer Veränderung des BIP pro Kopf nicht nur in dieser Periode, sondern auch in der Zukunft – nicht berücksichtigt werden: Das Exportpotential wird unterschätzt. In Wolf-

werte der beiden Indikatoren grenzen vier Quadranten ab; in den Ländern im rechten oberen Quadranten verfügt Österreich bereits über eine gute Marktstellung, das Exportpotential ist überdurchschnittlich. Eine Einordnung im linken oberen Quadranten bedeutet gute Wachstumsaussichten für Exporte, während der Marktanteil noch gesteigert werden kann. Die aufgrund des Nachfrageindex und des Strukturübereinstimmungsindex ausgewählten Länder sind mit Kästchen hervorgehoben, die in der Umfrage als besonders interessant bezeichneten Märkte mit roter Farbe⁵⁾.

Die anhand des Nachfrageindex und des Strukturübereinstimmungsindex als Schwerpunktländer identifizierten MOEL werden auch von den Unternehmen als besonders interessante Märkte eingeschätzt. Anders als in der Bewertung aufgrund der Marktgröße und Nachfragedynamik erscheinen auch Russland, die Ukraine, Rumänien sowie Estland und Litauen aus Unternehmenssicht häufig interessant. Unternehmen, die bereits auf diese Märkte liefern, beurteilen zudem die Exportentwicklung überwiegend positiv.

Auf Basis des Nachfrageindex und der Strukturübereinstimmung wurden acht Länder dieser Region (Ungarn, Slowenien, Kroatien, die Slowakei, Tschechien, Mazedonien, Polen und Lettland) als mögliche Schwerpunktmärkte ausgewählt. Am stärksten dürfte mittelfristig der Export nach Ungarn und in die Slowakei wachsen vor Tschechien, Slowenien und Lettland. Die befragten Unternehmen bezeichneten insbesondere Ungarn, Tschechien und Slowenien als interessante Märkte. Die bereits starke Marktstellung in diesen Ländern signalisiert mit Ausnahme Lettlands eine gute Ausgangsposition für die österreichische Industrie. Für Kroatien ergeben die Berechnungen zwar unterdurchschnittliche mittelfristige Wachstumsaussichten für die österreichische Ausfuhr, dem stehen jedoch jeweils sehr gute Ergebnisse für Marktstellung, Marktanteilsentwicklung und Strukturübereinstimmung sowie in der Unternehmensbefragung gegenüber – Kroatien zählt zu den Ländern mit den meisten Nennungen bezüglich der konkreten Exportpläne und als interessantester Absatzmarkt.

Den höchsten Marktanteil erreicht Österreich mit jeweils etwa 14% in Ungarn, Slowenien und Kroatien. Für diese Länder ist Österreich einer der wichtigsten Handelspartner. In Polen beträgt der österreichische Marktanteil etwa 3%. Um die Marktstellung mit jener der Konkurrenzländer besser vergleichen zu können, wurden in Übersicht 1 die Marktanteile auf Basis des österreichischen Marktanteils sowie des jeweiligen Weltmarktanteils standardisiert⁶⁾. Gemessen an diesem Indikator ist Österreichs relative Marktposition in den benachbarten MOEL sowie in Kroatien deutlich stärker als jene aller Konkurrenzländer. Ähnliche Werte erreichen nur Deutschland und Ungarn. Die relativen Marktanteile aller anderen Konkurrenzländer machen nur etwa 20% des österreichischen Wertes aus. Keinen eindeutigen Vorteil im Vergleich mit den Konkurrenzländern besitzt Österreich in Polen, hier sind Deutschland und auch Ungarn stärker vertreten.

Gemessen an der standardisierten Veränderung der Marktanteile auf den wichtigsten Märkten der MOEL (Ungarn, Tschechien, Slowakei, Polen) schneiden die meisten Konkurrenzländer besser ab als Österreich. Durchwegs verzeichnete Österreich Positionsverluste von jeweils 10% bis 20% (in der Slowakei fast –30%). Dieser Rückgang ist aber nicht nur als Misserfolg zu interpretieren: In den ersten Jahren nach dem Umbruch im Osten wurden die österreichischen Exporte in diese Region außergewöhnlich stark ausgeweitet. Da sich nun auch Lieferanten aus anderen westlichen Ländern auf diesen neuen Märkten engagierten, waren Positionsverluste unvermeidlich. In Kroatien – das lange wegen des relativ hohen politischen Risikos weniger dem in-

Ost-Mitteuropa

Ungarn, Slowenien, Kroatien, die Slowakei, Tschechien, Mazedonien, Polen und Lettland können als Schwerpunktländer für den österreichischen Export empfohlen werden.

Österreichs Exporteure verfügen in den benachbarten MOEL sowie in Kroatien über eine starke Marktstellung; allerdings waren teils Marktanteilsverluste zu verzeichnen.

mayr – Stankovsky (2003) wurden auch Exportpotentiale auf Basis eines Modells berechnet, das die Wachstumseffekte aus den Unterschieden zwischen den Ländern schätzt ("Between-Effects"-Modell) und so die langfristigen, dynamischen Effekte berücksichtigt. Demnach beträgt das Wachstumspotential für den Export nach Ost-Mitteuropa zwischen 8% und 18%.

⁵⁾ Die Berechnungen und Auswertungen auf disaggregierter Ebene ergeben für einzelne Branchen weitere interessante Märkte, die aber in der Abbildung aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht dargestellt sind.

⁶⁾ Der Marktanteil Deutschlands am Weltexport ist etwa achtmal so hoch wie jener Österreichs, jener der Schweiz etwa gleich groß. Der zweifach standardisierte Marktanteilsindikator hat den Wert von 100, wenn der Marktanteil des Konkurrenzlandes im untersuchten Land im selben Verhältnis zum jeweiligen österreichischen Marktanteil steht wie der Marktanteil des Landes am Weltexport.

ternationalen Wettbewerb ausgesetzt war – und auch in Slowenien sowie Lettland gewann Österreich auch in den neunziger Jahren Marktanteile.

Auch Russland eignet sich als Schwerpunktland. Ebenso ist ein regionaler Schwerpunkt im Baltikum zu empfehlen.

Zusätzlich sollten aufgrund der guten Wachstumsaussichten für österreichische Exporte, aber auch aufgrund der Ergebnisse der Unternehmensbefragung Russland, Litauen und Estland in die Liste möglicher Schwerpunktländer aufgenommen werden. In diesen Ländern ist die Marktstellung bisher jedoch schwach.

Übersicht 1: Marktanteile in ausgewählten Ländern Ost-Mitteleuropas

Ø 1999/2000

	Österreich	Österreich	Deutschland	Niederlande	Schweden	Finnland	Norwegen	Dänemark	Schweiz	Ungarn
	Marktanteil am OECD-Export in %				Standardisierte Marktanteile ¹⁾					
Ungarn	14,63	100,0	34,1	8,0	9,1	13,7	1,0	5,1	10,2	
Tschechien	8,27	100,0	71,2	15,6	21,0	0,8	13,3	11,3	19,6	55,0
Slowakei	11,50	100,0	49,7	11,8	12,0	14,6	3,4	8,0	13,8	96,6
Slowenien	14,42	100,0	22,3	8,4	12,9	5,1	1,3	5,5	12,2	58,8
Polen	3,10	100,0	151,7	66,2	117,3	105,8	44,8	101,6	52,5	133,6
Estland	0,98	100,0	146,1	116,3	1.243,9	6.740,4	173,6	468,0	46,4	162,1
Lettland	1,74	100,0	172,5	120,4	480,6	1.086,7	139,9	384,7	88,6	169,7
Litauen	1,87	100,0	206,8	94,1	331,8	536,1	103,1	618,5	71,5	250,7
Kroatien	13,61	100,0	24,0	9,5	13,2	6,2	8,5	10,2	10,3	69,6
Serbien-Montenegro	9,41	100,0	28,7	14,8	23,9	4,2	7,2	23,8	36,3	221,3
Albanien	1,33	100,0	60,3	64,1	29,3	86,1	48,3	83,9	35,7	286,4
Mazedonien	3,99	100,0	53,4	33,2	34,0	17,2	3,6	51,8	60,2	189,2
Bosnien-Herzegowina	13,11	100,0	25,7	12,5	12,3	2,9	3,2	20,8	10,9	275,0
Rumänien	5,35	100,0	59,9	27,3	31,6	11,3	4,3	14,1	24,8	292,2
Bulgarien	6,23	100,0	43,7	23,7	21,4	32,8	3,3	25,0	31,3	77,7
Russland	2,71	100,0	121,8	80,3	80,4	483,6	40,7	96,1	40,7	177,9
Ukraine	4,65	100,0	83,4	31,4	54,7	80,2	34,7	42,0	31,0	213,4
Moldawien	2,43	100,0	193,0	95,5	50,7	39,3	22,0	27,0	32,1	464,6
Welt	1,70	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ø 1993/94 = 100										
Ungarn	87,8	100,0	145,6	110,9	83,0	78,6	91,7	87,7	87,2	
Tschechien	79,6	100,0	137,8	144,8	182,5	45,0	259,2	94,5	115,9	73,9
Slowakei	71,2	100,0	170,5	163,7	185,2	80,8	134,8	104,1	130,9	60,9
Slowenien	110,9	100,0	84,3	118,8	203,2	82,6	64,2	127,3	111,0	52,2
Polen	88,5	100,0	127,0	128,5	169,1	85,9	58,6	103,6	151,2	86,9
Estland	142,2	100,0	50,4	51,3	55,5	–	125,1	53,7	79,2	35,3
Lettland	175,3	100,0	47,9	84,6	54,7	59,0	101,2	77,9	166,8	33,5
Litauen	232,7	100,0	37,1	37,4	64,3	36,6	70,6	91,0	54,8	4,7
Kroatien	158,4	100,0	56,7	44,2	63,3	74,3	121,7	54,2	121,8	44,5
Serbien-Montenegro	92,3	100,0	140,4	36,1	53,2	20,0	49,0	44,9	90,9	49,6
Albanien	129,6	100,0	85,3	174,5	115,6	1.677,1	2.421,6	191,8	58,0	91,3
Mazedonien	67,4	100,0	101,6	120,8	300,0	214,0	695,9	386,6	86,9	127,1
Bosnien-Herzegowina	226,4	100,0	46,4	36,0	106,4	21,5	25,2	59,8	101,1	57,3
Rumänien	165,7	100,0	58,9	75,8	138,4	48,0	44,6	50,9	59,0	42,6
Bulgarien	119,0	100,0	80,6	96,9	125,5	76,6	60,9	101,1	88,7	76,2
Russland	99,7	100,0	101,3	137,4	168,3	123,3	172,7	156,3	143,7	27,5
Ukraine	195,5	100,0	45,0	68,5	174,4	61,6	82,8	63,2	53,3	14,6
Moldawien	264,3	100,0	44,3	129,3	140,7	24,3	–	22,7	12,8	13,4
Welt	108,2	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: UNO-Welthandelsdatenbank. – ¹⁾ Zweifach standardisierter Marktanteil: $\frac{Ma_{ij}}{Ma_{\bar{o}j}} \bigg/ \frac{Ma_{iw}}{Ma_{\bar{o}w}}$, *Ma* . . . Marktanteil, *i* . . . Exportland, *j* . . . Importland,

w . . . Welt, *o* . . . Österreich.

Lettland, dessen Nachfragestruktur gut mit dem Exportangebot österreichischer Unternehmen übereinstimmt, kann mit Litauen und Estland einen regionalen Schwerpunkt bilden. Ausgehend von dem sehr niedrigen Niveau des bilateralen Handels entwickelte sich die Ausfuhr österreichischer Waren in die baltischen Länder sehr dynamisch, in allen drei Ländern wurde die Marktstellung deutlich ausgeweitet (Übersicht 1). Österreichs Marktanteil ist aber geringer als der der nordischen Länder Finnland, Schweden, Dänemark und zum Teil Norwegen, was deutlich auf Nachbarschaftseffekte hinweist. Auch die deutschen Exporteure sind im Baltikum, insbeson-

dere in Litauen stärker vertreten als die Österreichs. Etwas besser positioniert als Italien und die Niederlande ist Österreich in Estland und Lettland, nicht aber in Litauen. Der EU-Beitritt der baltischen Länder sollte die Außenhandelsbeziehungen Österreichs mit diesen Ländern intensivieren.

Die guten Aussichten für die Wirtschaftsentwicklung durch das Stabilisierungs- und Assoziationsprogramm der EU, die räumliche Nähe zu Österreich und die engen kulturellen und persönlichen Kontakte machen die westlichen Balkanländer zu einer weiteren potentiellen Schwerpunktregion. Dies bestätigen die Ergebnisse der einzelnen Untersuchungsschritte in der vorliegenden Studie.

Die Ausgangsposition ist gemessen an den Marktanteilen der österreichischen Exporteure neben Kroatien vor allem in Bosnien-Herzegowina und Serbien-Montenegro gut. Das besonders hohe mittelfristige Wachstumspotential für österreichische Exporte in Serbien-Montenegro ist ein Effekt des starken Aufholprozesses, der 2001 nach dem kriegsbedingten tiefen Einbruch einsetzte. Er wird allerdings durch die aktuelle politische Instabilität etwas in Frage gestellt.

Ein relativ großes Exportpotential ergibt sich insgesamt auch für Bosnien-Herzegowina und Albanien, in einigen Branchen zählen diese Länder zu den drei Märkten mit dem höchsten Wachstumspotential. Die Berechnung des Nachfrageindex orientierte sich an der Wirtschaftsentwicklung der neunziger Jahre, die insbesondere für die südosteuropäischen Länder die Impulse aus dem Stabilisierungs- und Assoziationsprogramm der EU noch nicht widerspiegelt.

Unter den Hoffnungsmärkten außerhalb West-, Ost- und Mitteleuropas (Abbildung 2) liefern die meisten Teilanalysen für China als einziges geographisch und kulturell weit entferntes Land ähnlich gute Ergebnisse wie für die MOEL. Daneben eignen sich in Asien insbesondere Vietnam sowie – für ausgewählte Branchen – Indien und Südkorea als Schwerpunktmärkte. Generell sind in Fernost die Übereinstimmung zwischen österreichischem Angebot und der Nachfragestruktur sowie die relative Marktstellung österreichischer Anbieter schwach, die Strukturübereinstimmung hat sich seit Anfang der neunziger Jahre sogar teilweise verschlechtert. Kurzfristig erscheint das österreichische Exportangebot in Bezug auf den Importbedarf Vietnams erfolgversprechend; zugleich verfügen die österreichischen Exporteure über eine relativ gute Marktposition – nur die Schweiz ist stärker verankert, Schweden und Ungarn etwa gleich stark wie Österreich. In China und Südkorea verloren die heimischen Exporteure Marktanteile (Übersicht 2).

Auch die Türkei und Jordanien werden in den jeweiligen Teilanalysen gut bewertet, ebenso Südafrika. Auf diesen drei Märkten hat Österreich gemessen am Marktanteil die beste Ausgangsposition. In den Ländern im Nahen Osten sind Deutschland und die Schweiz besser positioniert, auch Finnland, Schweden und Dänemark schneiden jeweils etwas besser ab. In den neunziger Jahren erzielte Österreich auf diesen Märkten Marktanteilsgewinne und war im Vergleich mit den Mitbewerbern vor allem in der Türkei erfolgreich.

In der Region Nordafrika eignet sich insbesondere Algerien als Schwerpunktländ. Hier und im Nahen Osten könnte Österreich Nutzen 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).

Unter dem Gesichtspunkt der Nachfragedynamik bzw. der Übereinstimmung der österreichischen Angebotsstruktur mit der Importnachfrage eignen sich mehrere lateinamerikanische Länder als potentielle Schwerpunktmärkte. Gute Ergebnisse liefert vor allem der Strukturübereinstimmungsindex. Allerdings zeigen sich in Bezug auf die Marktstellung, aber auch aus den Ergebnissen der Umfrage und der Gravitations-schätzung in mehreren Ländern deutliche Schwächen. Der österreichische Marktanteil ist deutlich niedriger als jener der vergleichbaren Konkurrenzländer, in den neunziger Jahren wurde Österreichs Position zumeist schwächer (Übersicht 2).

Die westlichen Balkanländer bieten ein weiteres Potential für eine regionale Schwerpunktsetzung.

Schwerpunktländer außerhalb Europas

Außerhalb Europas eignen sich China, Vietnam, Indien, Südkorea, die Türkei, Jordanien, Algerien, Südafrika, Brasilien, Argentinien, Guatemala, El Salvador, Peru, Mexiko, die USA, Kanada und Australien als potentielle Schwerpunktländer.

Abbildung 2: Wettbewerbsposition und Exportpotentiale auf Märkten außerhalb Europas



Q: UNO-Welthandelsdatenbank, WIFO-Berechnungen. – Rot . . . interessanter Markt laut Unternehmensbefragung, Kästchen . . . Auswahl aufgrund hoher Strukturübereinstimmung und Nachfrage. – ¹) Durchschnittliche jährliche Veränderung der österreichischen Exporte 2002/2008 in %. – ²) Durchschnittlicher Marktanteil der österreichischen Exporte am OECD-Export 1999/2000 in %.

Auch in der Umfrage zeigen die Unternehmen kaum Interesse an den Märkten dieser Region, mit Ausnahme von Brasilien und zum Teil Argentinien. Brasilien und Argentinien sind derzeit die wichtigsten Märkte der österreichischen Industrie in Südamerika. Wenig Dynamik lassen die Berechnungen mittelfristig für die österreichische Ausfuhr nach Argentinien und Uruguay erwarten: Diese beiden Länder befinden sich seit 1999 in einer Rezession, die auf die Schätzung durchschlägt.

Das höchste Wachstumspotential in Südamerika ergibt sich für Peru. Insbesondere Guatemala, aber auch Peru und Mexiko bieten für einige Branchen relativ gute Expansionsmöglichkeiten, die Marktanteilsanalyse zeigt auch deutliche Positionsgewinne österreichischer Unternehmen in diesen Bereichen. Auch die Handelsbeziehungen mit Lateinamerika werden von der EU gefördert⁷⁾.

Aufgrund der Nachfragedynamik und der Strukturübereinstimmung eignen sich die USA, Kanada sowie Australien (mit dem höchsten Wachstumspotential) als Exportschwerpunkte. Die USA sind als Technologieführer in vielen Bereichen ein besonders wichtiger Markt: Unternehmen, die auf diesen Märkten präsent sind, verfügen über einen Informationsvorsprung, den sie auch auf anderen Märkten nutzen können. Österreichs Marktposition ist in diesen drei Ländern relativ schwach. In den USA schneiden fast alle Konkurrenzländer besser ab als Österreich, geringer ist der Rückstand in Kanada und Australien. Gemessen an der Marktanteilsentwicklung weist Österreich aber in den USA und auch in Australien die beste Performance auf (gemeinsam mit der Schweiz).

⁷⁾ Die Beziehungen zwischen der EU und Lateinamerika werden sowohl auf bilateraler Basis (Rio-Gruppe: gegründet 1986, strategische Partnerschaft zwischen der EU, Lateinamerika und der Karibik) als auch in Form eines spezialisierten Dialogs 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 in lateinamerikanischen Unternehmen, 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).

Übersicht 2: Marktanteile in ausgewählten Ländern außerhalb Europas

Ø 1999/2000

	Österreich Marktanteil am OECD- Export in %	Österreich	Deutschland	Niederlande	Schweden	Finnland	Norwegen	Dänemark	Schweiz	Ungarn
		Standardisierte Marktanteile ¹⁾								
Australien	0,77	100,0	129,9	66,9	262,5	193,4	40,0	120,9	174,3	21,0
Kanada	0,25	100,0	98,7	55,0	171,0	108,2	764,4	82,1	124,9	18,4
USA	0,53	100,0	210,6	94,7	167,1	158,7	162,0	102,1	266,5	109,0
Japan	0,68	100,0	165,9	83,3	213,6	133,3	167,6	246,4	327,6	34,9
China	0,64	100,0	214,7	60,1	305,8	396,5	114,1	103,3	135,9	32,1
Indien	0,58	100,0	208,6	130,8	197,0	305,2	61,6	135,4	269,8	40,2
Türkei	1,64	100,0	165,8	100,7	170,1	161,9	41,9	45,8	130,0	65,7
Jordanien	1,81	100,0	121,6	85,6	114,6	58,2	12,6	98,4	124,4	30,3
Singapur	0,35	100,0	229,6	169,5	234,1	192,0	150,0	193,2	401,0	282,2
Südkorea	0,32	100,0	191,4	138,7	173,8	217,3	246,4	176,1	192,2	46,7
Taiwan	0,33	100,0	232,7	216,7	235,0	202,7	83,3	96,2	312,9	78,3
Vietnam	1,00	100,0	83,9	40,0	102,0	80,8	18,3	98,5	111,4	99,2
Ägypten	1,00	100,0	162,0	110,7	200,4	219,2	41,9	164,3	188,2	54,7
Algerien	0,88	100,0	108,4	79,0	67,2	172,0	12,8	49,9	100,1	45,0
Südafrika	1,53	100,0	159,8	93,0	118,2	182,5	17,5	57,3	111,2	25,4
Argentinien	0,67	100,0	183,9	89,8	288,6	197,4	23,0	113,0	270,5	28,2
Brasilien	0,86	100,0	199,3	59,2	224,6	155,4	74,1	79,7	212,1	49,9
Chile	0,52	100,0	193,5	132,8	528,0	261,9	82,2	182,2	223,8	27,3
Costa Rica	0,24	100,0	163,9	240,7	132,9	119,3	117,7	245,2	253,4	14,1
El Salvador	0,17	100,0	430,5	139,9	580,4	1.154,7	29,2	294,9	325,0	24,5
Guatemala	0,20	100,0	268,8	134,9	488,8	353,3	136,3	157,8	268,2	26,7
Mexiko	0,13	100,0	379,9	91,7	373,6	183,1	40,6	71,4	322,7	111,1
Panama	0,05	100,0	561,1	226,6	402,9	730,5	1.596,3	328,8	2.249,3	20,8
Peru	0,63	100,0	135,4	89,1	223,9	209,1	42,0	89,7	172,1	25,4
Uruguay	0,56	100,0	180,9	150,2	188,6	145,1	35,0	160,4	469,9	61,2
Welt	1,70	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ø 1993/94 = 100

Australien	153,4	100,0	70,7	70,8	76,5	56,4	58,7	95,0	76,4	37,4
Kanada	105,1	100,0	101,7	99,8	103,9	100,0	177,0	121,6	115,5	39,4
USA	134,6	100,0	93,5	86,8	71,2	72,6	84,9	74,7	101,4	89,7
Japan	106,6	100,0	100,4	147,0	132,4	111,9	139,3	107,8	140,2	59,3
China	93,0	100,0	107,8	106,8	162,0	232,4	153,1	213,3	108,0	73,2
Indien	103,0	100,0	77,5	124,5	100,5	141,6	71,8	92,4	97,9	21,3
Türkei	133,2	100,0	75,2	95,9	181,2	180,9	99,6	73,3	89,0	53,6
Jordanien	121,7	100,0	116,2	98,8	152,3	84,6	252,1	98,3	145,9	18,7
Singapur	100,5	100,0	131,0	117,9	100,6	79,7	105,8	181,8	107,0	846,4
Südkorea	82,7	100,0	96,4	177,4	116,4	90,0	385,0	138,1	120,9	126,9
Taiwan	114,8	100,0	88,4	140,6	105,5	131,2	106,6	103,1	110,6	322,5
Vietnam	100,3	100,0	91,7	115,1	104,3	23,5	38,5	44,9	162,7	36,6
Ägypten	113,8	100,0	103,4	103,1	125,5	103,4	102,7	113,0	160,3	37,8
Algerien	44,3	100,0	346,2	282,5	258,2	668,6	57,6	390,0	381,1	188,5
Südafrika	151,6	100,0	69,7	107,2	156,0	141,8	65,8	96,0	51,0	70,5
Argentinien	102,3	100,0	104,5	130,5	155,5	127,3	57,2	109,0	128,7	50,2
Brasilien	153,5	100,0	65,2	46,1	111,2	108,7	41,5	91,0	76,3	81,1
Chile	95,6	100,0	107,6	133,5	292,6	88,1	77,1	120,7	109,0	76,0
Costa Rica	74,1	100,0	118,1	207,2	212,3	239,8	217,1	333,4	110,1	22,3
El Salvador	73,1	100,0	201,8	82,4	394,1	127,1	138,9	153,6	89,0	56,0
Guatemala	88,0	100,0	101,7	73,4	347,8	215,1	72,0	113,7	77,8	61,6
Mexiko	80,6	100,0	123,1	80,5	206,3	220,1	111,4	55,7	122,4	810,9
Panama	150,3	100,0	115,9	88,3	184,5	456,6	21,6	72,4	67,5	3,5
Peru	125,3	100,0	75,4	70,1	106,2	309,1	51,5	47,3	63,1	16,4
Uruguay	87,8	100,0	131,8	190,6	190,6	257,3	219,7	113,9	212,1	19,0
Welt	108,2	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: UNO-Welthandelsdatenbank. – ¹⁾ Zweifach standardisierter Marktanteil: $\frac{Ma_{i,j}}{Ma_{\sigma,j}} \bigg/ \frac{Ma_{i,w}}{Ma_{\sigma,w}}$, $Ma \dots$ Marktanteil, $i \dots$ Exportland, $j \dots$ Importland,

$w \dots$ Welt, $\sigma \dots$ Österreich.

Mit dem Strukturübereinstimmungsindex wurden jene Länder herausgefiltert, deren Nachfragestruktur am besten mit der Struktur des österreichischen Exportangebotes zusammenpasst, in denen also für möglichst viele Branchen gute Erfolgchancen bestehen. Produktspezifische Merkmale wie die Entfernungselastizität (transportkostenintensive Branchen werden Produkte eher auf nahe Märkte exportieren), die Ein-

Exportpotentiale und Wettbewerbsposition einzelner Branchen

kommenselastizität sowie die Wettbewerbsfähigkeit der Produkte sind dafür maßgebend, wie und ob österreichische Produzenten die Chancen wahrnehmen können.

Übersicht 3: Österreichs Marktanteile nach Branchen und Regionen

Ø 1999/2000

	Welt	Welt	Neue EU-Länder in Ost-Mittel-europa	Balkan-länder ²⁾	Übersee ³⁾	Süd-amerika ⁴⁾	Asien ⁵⁾	Afrika ⁶⁾	Mittlerer Osten ⁷⁾
	Marktanteil am OECD-Export in %		Standardisierte Marktanteile ⁸⁾						
Traditionelle Sachgütererzeugung									
Textilindustrie	2,35	100,0	49,4	28,2	91,8	38,6	63,7	21,5	59,0
Papierindustrie	3,30	100,0	86,5	140,0	63,0	92,2	55,3	200,4	287,5
Kunststoffindustrie	2,40	100,0	79,1	77,6	50,6	73,5	109,0	302,5	92,6
Glasindustrie	3,00	100,0	55,1	43,4	140,5	312,6	327,4	168,6	141,4
Maschinenbau	2,17	100,0	100,4	99,6	147,5	183,3	142,3	110,4	111,1
Elektroindustrie	2,03	100,0	74,9	63,6	83,9	111,8	56,4	35,1	80,0
Sonstiger Fahrzeugbau	1,10	100,0	503,5	276,4	157,9	106,6	242,7	51,2	17,9
Arbeitsintensive Branchen									
Bekleidungsindustrie	1,93	100,0	90,2	23,9	70,2	32,7	90,6	25,0	26,6
Holzindustrie	5,96	100,0	60,5	113,8	41,3	37,8	147,2	29,7	43,6
Metallerzeugnisse	3,28	100,0	61,1	53,5	130,0	69,0	61,2	49,0	63,0
Kapitalintensive Branchen									
Kokerei, Mineralölverarbeitung	0,51	100,0	704,0	92,0	3,1	10,9	30,0	0,7	12,8
Metallerzeugung	2,62	100,0	101,4	53,3	59,1	100,9	39,4	50,4	51,3
Marketinggetriebene Branchen									
Ernährungsindustrie	1,46	100,0	114,1	215,3	34,2	36,5	26,4	76,6	62,2
Tabakindustrie	0,71	100,0	185,5	101,3	40,8	-	126,4	-	1,5
Lederindustrie	2,48	100,0	66,5	22,8	89,8	16,4	107,3	9,9	3,0
Druckindustrie	2,90	100,0	45,1	51,1	43,5	18,1	46,2	18,5	27,0
Konsumwarenindustrie	2,42	100,0	92,1	25,1	103,3	90,5	47,3	57,2	64,8
Technologiegetriebene Branchen									
Chemische Industrie	1,27	100,0	172,9	152,5	110,9	242,9	172,9	130,6	140,9
Büromaschinen, Elektrotechnik	0,54	100,0	193,7	840,7	69,8	59,7	92,0	90,0	36,9
Fernseh-, Nachrichtentechnik	1,32	100,0	97,5	197,7	74,3	56,7	96,9	40,6	43,7
Medizin-, Messgeräte, Optik	0,99	100,0	172,2	170,6	150,2	408,5	200,4	60,2	350,1
Kraftwagen	1,69	100,0	74,2	106,6	120,5	72,9	119,3	141,9	32,0
Industrie insgesamt	1,80	100,0	98,2	100,1	99,7	101,2	109,4	101,2	97,1
Sonstige	0,71	100,0	92,9	124,1	137,4	6,0	7,2	51,8	157,9
Insgesamt	1,72	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Q: UNO-Welthandelsdatenbank. – 1) Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Estland, Lettland, Litauen. – 2) Kroatien, Bosnien-Herzegowina, Serbien-Montenegro, Albanien, Mazedonien. – 3) Australien, Kanada, USA. – 4) Argentinien, Brasilien, El Salvador, Guatemala, Mexiko, Peru. – 5) China, Vietnam, Indien, Südkorea. – 6) Südafrika, Algerien. – 7) Jordanien, Türkei. – 8) Siehe Fußnote 8 im Text.

Als hochentwickeltes Industrieland sollte Österreich Wettbewerbsvorteile vor allem im Export von anspruchsvollen, technologieintensiven und wissensintensiven Produkten aufweisen. Die Marktanteile im Gesamtexport auf Branchenebene entsprechen dieser Erwartung nicht: Österreichs Position im Weltexport ist am stärksten in der Holzindustrie (Marktanteil 6%), der Papierindustrie und im Bereich der Metallerzeugnisse (jeweils 3,3%) sowie der Baustoff- und Glasindustrie (3%). Gemessen an der Faktorausstattung sind diese Branchen arbeitsintensiv bzw. erzeugen traditionelle Sachgüter. Relativ erfolgreich sind Österreichs Exporteure auch in der Metallerzeugung sowie in den meisten "marketinggetriebenen" Branchen (Leder-, Druck- und Konsumwarenindustrie). In den Technologiezweigen ist Österreich hingegen mit Weltmarktanteilen von 0,5% (Datenverarbeitung) bis 1,7% (Kraftwagen und -teile) nur schwach vertreten. Eher niedrig ist auch der Marktanteil des sonstigen Fahrzeugbaus (1,1%). Die für den österreichischen Export wichtigsten Branchen Maschinenbau (Marktanteil 2,2%), Kraftfahrzeuge und Chemie (1,3%) sind nicht überdurchschnittlich wettbewerbsfähig.

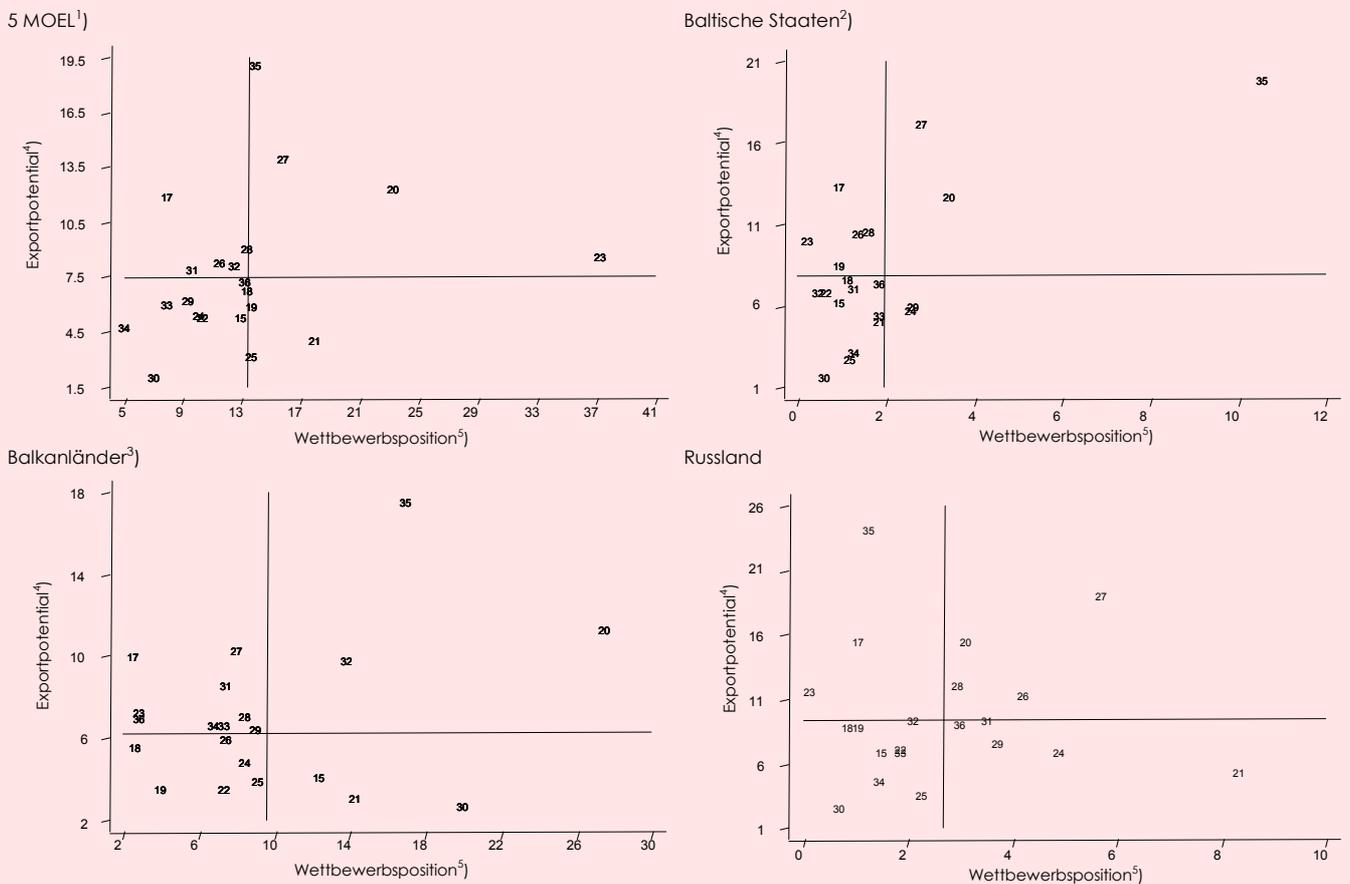
In den hier identifizierten Schwerpunktländern zeigt die Analyse auf Branchenebene insgesamt aber überwiegend hohe Marktanteile der Technologiebranchen und der

Hersteller traditioneller Sachgüter (Übersicht 3). Die Struktur der Exporte in die Schwerpunktländer spiegelt somit die Wettbewerbsvorteile Österreichs besser wider als die der Gesamtexporte und kann somit als "zukunftsorientiert" bezeichnet werden. 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 standardisiert (Übersicht 3)⁸⁾. Ein Wert von mehr als 100 zeigt dabei an, dass Österreich auf diesem Teilmarkt erfolgreich ist.

Mittelfristig bieten die MOEL für fast alle Branchen das größte Exportpotential. Weniger ausgeprägt ist diese Dominanz für die Kunststoffindustrie, die Hersteller von Büromaschinen und Elektrotechnik, die Elektroindustrie, die Fernseh- und Nachrichtentechnik, die Produzenten von Messgeräten sowie Kraftwagen und teilweise für den Maschinenbau; für diese Branchen ergeben sich mittelfristig interessante Wachstumsmärkte auch außerhalb der MOEL.

Ost-Mitteleuropa

Abbildung 3: Wettbewerbsposition und Exportpotentiale nach Branchen (ÖNACE-Zweisteller) in potentiellen Schwerpunktländern in Ost-Mitteleuropa



Q: UNO-Welthandelsdatenbank, WIFO-Berechnungen. Zur Branchensystematik siehe Übersicht 4. – 1) Tschechien, Slowakei, Ungarn, Polen, Slowenien. – 2) Estland, Lettland, Litauen. – 3) Kroatien, Bosnien-Herzegowina, Serbien-Montenegro, Albanien, Mazedonien. – 4) Durchschnittliche jährliche Veränderung der österreichischen Exporte 2002/2008 in %. – 5) Durchschnittlicher Marktanteil der österreichischen Exporte am OECD-Export 1999/2000 in %.

⁸⁾ Dieser Marktanteilsindikator hat den Wert von 100, wenn der Marktanteil des untersuchten Landes in der Branche in derselben Relation zum Export aller Waren steht wie die entsprechenden Marktanteile des Landes am Weltexport. Der österreichische Marktanteil an den Holzexporten nach Ungarn beträgt z. B. 25,2%, am Export aller Waren 16,1%, der Quotient lautet 156,5. Der österreichische Marktanteil am Weltexport von Holz erreicht 5,9%, am Export aller Waren 1,7%, daraus ergibt sich ein Quotient von 346,5. Der doppelt standardisierte Marktanteil am Holzexport nach Ungarn ist mit 45% (156,5/346,5) demnach relativ niedrig. In der Fernsehtechnik (Marktanteil in Ungarn 33,7%, am Weltexport 1,3%) macht der standardisierte Marktanteil 273% aus.

In den acht neuen EU-Ländern unter den MOEL konzentrieren sich die bisherigen Markterfolge und besten Wachstumsaussichten auf arbeitsintensive Industriezweige sowie die traditionelle Sachgüterproduktion. Dennoch tritt Österreich stärker als im Gesamtexport als "Technologiegeber" auf.

Die Abbildungen 3 und 4 zeigen die Ergebnisse der Modellberechnungen zum mittelfristigen Wachstumspotential (durchschnittliches jährliches Wachstum der Exporte bis 2008) und zu den österreichischen Marktanteilen am OECD-Export für die einzelnen Regionen⁹⁾; die Mittelwerte der jeweiligen Indikatoren teilen die Diagramme jeweils in vier Quadranten.

Für die Schwerpunktländer unter den MOEL, die seit 1. Mai 2004 Mitglieder der Europäischen Union sind, ist mittelfristig die kräftigste Steigerung im Export von sonstigen Fahrzeugen, in der Metallerzeugung, der Holzindustrie und der Textilindustrie zu erwarten. Neben der Papierindustrie erzielte Österreich in diesen Bereichen auch bisher die höchsten Marktanteile. Überdurchschnittlich ist das mittelfristige Wachstumspotential auch für die Exporte von Metallerzeugnissen sowie in der Kokerei und Mineralölverarbeitung, der Fernseh- und Nachrichtentechnik sowie für Elektrogeräte, in den baltischen Ländern auch für die Lederindustrie. In diesen Branchen verzeichnete Österreich in den Beitrittsländern die größten Marktanteilsgewinne.

Die bisherigen Markterfolge und die besten Wachstumsaussichten konzentrieren sich in diesen Schwerpunktländern auf die arbeitsintensive sowie die traditionelle Sachgüterproduktion. Dennoch zeigt eine Analyse der standardisierten Marktanteilsindikatoren auf Branchenebene, dass die Struktur der Exporte "zukunftsorientiert" ist und die Wettbewerbsvorteile in technologie- und skillintensiven Branchen besser genutzt werden als im Gesamtexport. Österreich reüssiert in den neuen EU-Ländern in den Technologiebranchen besser und tritt stärker als Technologiegeber auf als auf dem Weltmarkt. In den Schwerpunktländern unter den neuen EU-Ländern erzielen die österreichischen Exporteure im Technologiebereich – mit wenigen Ausnahmen – in den Branchen Chemie, Elektrotechnik, Fernsehtechnik und Messgeräte überdurchschnittliche Marktanteile (Übersicht 3). Das gilt auch für die Nachrichtentechnik – eine Branche, in der Österreich auf dem Weltmarkt nur sehr schwach vertreten ist.

Übersicht 4: ÖNACE-Bezeichnungen auf Zweistellerebene

- 15 Ernährungsindustrie
- 16 Tabakindustrie
- 17 Textilindustrie
- 18 Bekleidungsindustrie
- 19 Lederindustrie
- 20 Holzindustrie
- 21 Papierindustrie
- 22 Druckindustrie
- 23 Kokerei, Mineralölverarbeitung
- 24 Chemische Industrie
- 25 Kunststoffindustrie
- 26 Glasindustrie
- 27 Metallerzeugung
- 28 Metallerzeugnisse
- 29 Maschinenbau
- 30 Büromaschinen, Elektrotechnik
- 31 Elektroindustrie
- 32 Fernseh-, Nachrichtentechnik
- 33 Medizin-, Messgeräte, Optik
- 34 Kraftwagen
- 35 Sonstiger Fahrzeugbau
- 36 Konsumwarenindustrie

Gute Chancen auch in der Nahrungsmittelindustrie

Lediglich im Export von Kraftwagen ist die Marktstellung in den neuen EU-Ländern etwas schwächer als im Gesamtexport dieser Branche. Unter den "marketinggetriebenen" Branchen fällt die gute Position in der Ernährungsindustrie auf. Nicht ganz genutzt wurden allerdings die Chancen in Ungarn und Polen. Der Handel mit Nahrungsmitteln war zwischen der EU und den assoziierten MOEL nur zum Teil liberalisiert. Mit dem EU-Beitritt am 1. Mai 2004 wurden die noch bestehenden Handelshindernisse beseitigt. Dies wird zusätzliche Exportmöglichkeiten schaffen, gleichzeitig aber auch den Wettbewerb verstärken.

Die hohen Marktanteile der Bekleidungsindustrie (arbeitsintensiv) in Ungarn, der Slowakei und Tschechien dürften hauptsächlich auf die Zulieferung von Vorprodukten

⁹⁾ Zu den Ergebnissen für einzelne Länder siehe Wolfmayr – Stankovskyy (2003).

zurückzuführen sein, die in den Nachbarstaaten veredelt und weiter exportiert werden. Sehr groß ist der Marktanteil der Mineralölverarbeitung in Ungarn, der Slowakei und Tschechien. Während Österreich in diesem Sektor auf dem Weltmarkt nur ein marginaler Anbieter ist, wurde in den Nachbarländern mit einem dichten Tankstellennetz eine starke Position aufgebaut.

In der hier identifizierten Schwerpunktregion der westlichen Balkanländer verfügen Österreichs Exporteure von Büromaschinen sowie die Ernährungsindustrie über eine gute Marktstellung. Das Wachstumspotential für Exporte ist – ähnlich wie in den neuen EU-Ländern – am höchsten in den Branchen sonstige Fahrzeuge, Holz und Nachrichtentechnik. In diesen Sparten erzielt Österreich hier bereits hohe Marktanteile. Eine schwächere Marktposition, aber gute Wachstumsaussichten bestehen in der Region für die Textilindustrie, die Metallindustrie, die Elektroindustrie, die Mineralölverarbeitung, aber auch für die Hersteller von Kraftwagen, medizinischen Geräten und Messgeräten sowie teilweise für den Maschinenbau.

Auf den potentiellen Schwerpunktmärkten in OECD-Übersee (USA, Kanada und Australien) war Österreich bisher im Export von traditionellen Sachgütern am erfolgreichsten (Abbildung 4). Dazu zählen Metallenerzeugnisse, Glas, Keramik und Baustoffe, Papier, Maschinen, Elektrogeräte sowie Textilien. In den technologieintensiven Branchen haben die Exporteure von Kraftwagen eine relativ gute Marktposition inne; gemessen an den standardisierten Marktanteilen wird auch überdurchschnittlich viel an medizinischen Geräten und Messgeräten exportiert, in den USA ist auch die chemische Industrie gut vertreten.

Die Marktanteilsgewinne konzentrieren sich auf Kraftwagen, die Fernseh- und Nachrichtentechnik, die Holzindustrie, die Elektroindustrie und die Metallherzeugung (insbesondere USA, Kanada). Aufgrund der Modellberechnungen sind für die potentiellen Schwerpunktländer in Übersee die stärksten Zuwächse im Export von Produkten aus dem sonstigen Fahrzeugbau, der Fernseh- und Nachrichtentechnik, der Elektroindustrie, der Kraftwagenindustrie, der Holzindustrie, der Medizintechnik, der Textil- und Konsumwarenindustrie sowie dem Maschinenbau zu erwarten.

Auf den anderen Hoffnungsmärkten konzentrieren sich die erfolgreichen Exporteure im Technologiebereich auf Mess- und Medizintechnikgeräte und die chemische Industrie, in der traditionellen Sachgüterproduktion auf den Maschinenbau und die Glas-, Keramik- und Baustoffindustrie. In den Schwerpunktländern im Mittleren Osten (Türkei, Jordanien) bzw. in Nordafrika (Algerien) sind zudem die Papierindustrie sowie die Kunststoffindustrie und in mehreren Ländern Südamerikas und in Südafrika die Kraftwagenindustrie gut vertreten (Abbildung 4).

Die Modellberechnungen für die Schwerpunktländer im Mittleren Osten (Türkei und Jordanien) ergeben das größte mittelfristige Exportpotential für Produkte der Fernseh- und Nachrichtentechnik, der Kraftwagenindustrie, der Elektroindustrie, der Medizintechnik sowie für den sonstigen Fahrzeugbau. In Jordanien findet der sonstige Fahrzeugbau weniger gute Voraussetzungen vor als in der Türkei, der Bereich Messgeräte, Medizintechnik und Optik aber bessere.

In Lateinamerika ergeben sich die höchsten Exporteffekte aus den Wachstumsprognosen vor allem in den Bereichen Fernseh- und Nachrichtentechnik, Fahrzeugindustrie (Kraftwagen und sonstiger Fahrzeugbau) sowie Elektroindustrie. Relativ günstig sind die Aussichten auch für die Exporte von Maschinen, Kunststoffen, Büromaschinen und Holz.

Unter den potentiellen Schwerpunktländern in Fernost sind in China und Südkorea die kräftigsten Zuwächse für den Export der sonstigen Fahrzeugindustrie, der Fernseh- und Nachrichtentechnik sowie in der Holz-, Textil- und Elektroindustrie zu erwarten. In Vietnam und in Indien zählt auch die Kraftwagenindustrie zu den Branchen mit dynamischen Wachstumsaussichten. Ähnliches ergibt sich für Algerien, während sich in Südafrika die größten Effekte auf sonstige Fahrzeuge, Holz und die Fernseh- und Nachrichtentechnik konzentrieren.

Erfolgversprechende Industriebranchen in den Balkanländern

Potentielle Schwerpunktländer außerhalb Europas

Industriestaaten in Übersee

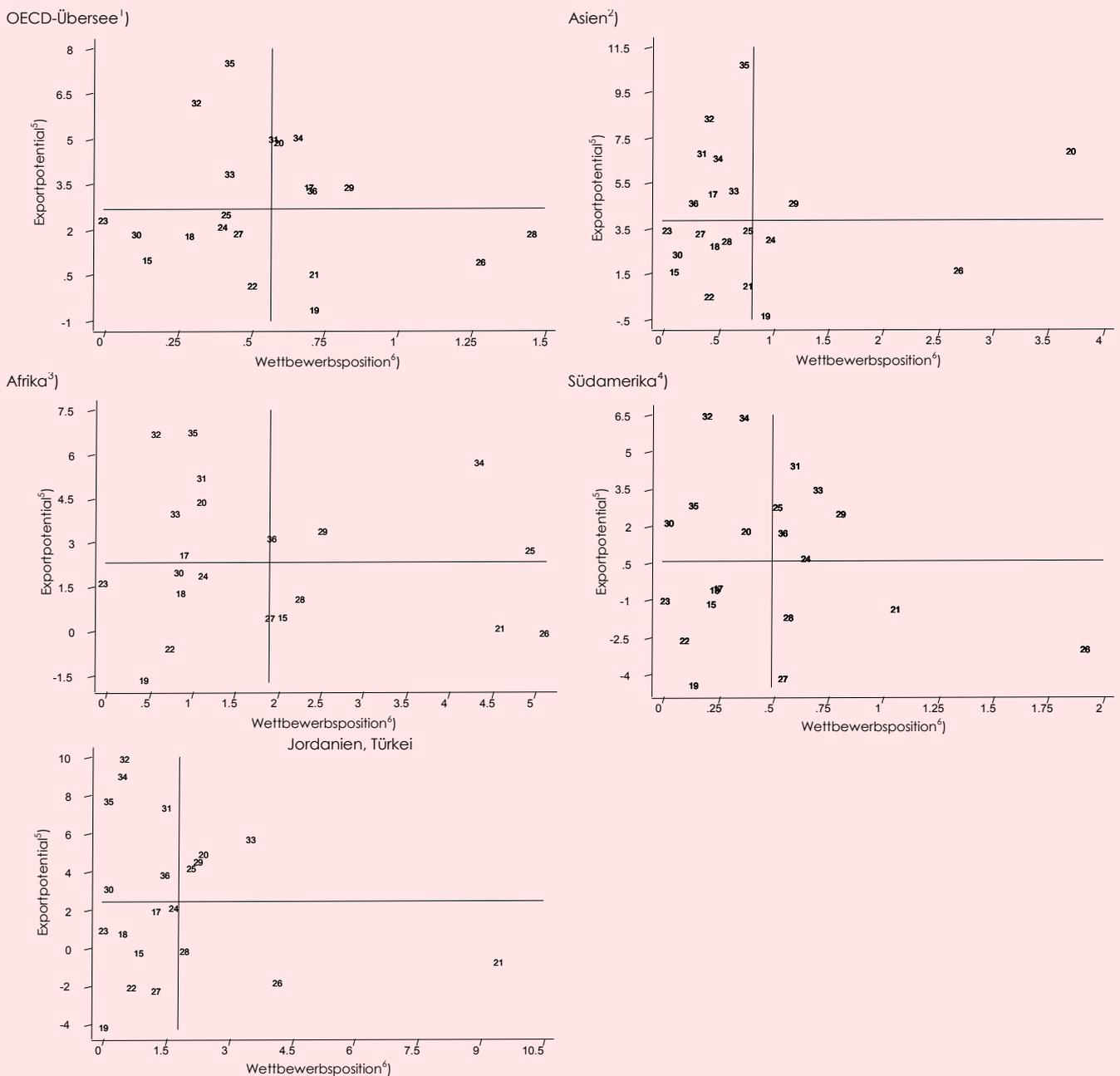
Die MOEL bieten den österreichischen Exporteuren in fast allen Branchen die besten Wachstumsaussichten. Mittelfristig ergeben sich interessante Wachstumsmärkte außerhalb Europas für die Kunststoffindustrie, die Hersteller von Büromaschinen, die Elektrotechnik, die Elektroindustrie, die Fernseh- und Nachrichtentechnik, die Produzenten von mess- und medizintechnischen Geräten sowie von Kraftwagen und teilweise für den Maschinenbau.

Mittlerer Osten

Lateinamerika

Fernost, Afrika

Abbildung 4: Wettbewerbsposition und Exportpotentiale nach Branchen (ÖNACE-Zweisteller) in potentiellen Schwerpunktländern außerhalb Europas



Q: UNO-Welthandelsdatenbank, WIFO-Berechnungen. Zur Branchensystematik siehe Übersicht 4. – ¹⁾ Australien, Kanada, USA. – ²⁾ China, Vietnam, Indien, Südkorea. – ³⁾ Südafrika, Algerien. – ⁴⁾ Argentinien, Brasilien, El Salvador, Guatemala, Mexiko, Peru. – ⁵⁾ Durchschnittliche jährliche Veränderung der österreichischen Exporte 2002/2008 in %. – ⁶⁾ Durchschnittlicher Marktanteil der österreichischen Exporte am OECD-Export 1999/2000 in %.

Zusammenfassung und wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen

Der österreichische Export konzentriert sich trotz der starken Ausweitung der Lieferungen in die MOEL weiterhin auf Westeuropa. Für eine bessere Nutzung des Exportpotentials wäre eine Diversifikation der Ausfuhr in dynamische Länder außerhalb der EU wünschenswert. Das WIFO überprüfte für insgesamt 81 Länder außerhalb der EU mit einer wirtschaftlichen Mindestgröße, ob sie sich als Schwerpunktmärkte für den österreichischen Export eignen. Insgesamt 30 Länder können demnach als Schwerpunktländer empfohlen werden: 13 MOEL (Ungarn, die Slowakei, Tschechien, Polen, Slowenien, Kroatien, Serbien-Montenegro, Bosnien-Herzegowina, Albanien, Mazedonien, Lettland, Litauen, Estland), 14 Hoffnungsmärkte außerhalb Europas (China, Vietnam, Indien, Südkorea, Jordanien, die Türkei, Algerien, Südafrika, Brasilien, Ar-

gentinien, El Salvador, Peru, Guatemala, Mexiko) und 3 OECD-Länder in Übersee (die USA, Kanada und Australien).

Eine Bündelung des österreichischen Angebotes und Konzentration auf ausgewählte, erfolgversprechende Schwerpunktmärkte verspricht Synergieeffekte für den Einsatz der verschiedenen Formen und Instrumente der Marktbearbeitung und Exportförderung. Die österreichische Wirtschaftspolitik sieht zahlreiche Instrumente der Exportförderung vor, um den schwierigen Aufbau neuer Exportmärkte zu unterstützen und zu erleichtern. Da diese Instrumente in die Zuständigkeit mehrerer Behörden und Institutionen fallen, wäre eine Schwerpunktsetzung mit allen involvierten Institutionen und Förderinstitutionen zu koordinieren und abzustimmen, um die Synergieeffekte zu realisieren.

Die direkten, am Absatz ausgerichteten 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, sodass sich die Exportstruktur noch mehr der Nachfragestruktur rasch wachsender Märkte anpasst.

Egger, P., "The Potential for Trade between Austria and Five CEE Countries. Results of a Panel Based Econometric Gravity Model", *Austrian Economic Quarterly*, 1999, 4(1), S. 55-63, http://publikationen.wifo.ac.at/pls/wifosite/wifosite.wifo_search.get_abstract_type?p_language=1&pubid=634.

Egger, P., "European Exports and Outward Foreign Direct Investment: A Dynamic Panel Data Approach", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 2001, 137(3).

Egger, P., Stankovsky, J., *Österreichs Wirtschaftsbeziehungen mit Fernost. Versäumnisse und Chancen*, WIFO, Wien, 1998.

Hutschenreiter, G., Peneder, M., "Austria's 'Technology Gap' in Foreign Trade", *Austrian Economic Quarterly*, 1997, 2(2), S. 75-86, http://publikationen.wifo.ac.at/pls/wifosite/wifosite.wifo_search.get_abstract_type?p_language=1&pubid=405.

Literaturhinweise

Potential Markets for Austrian Exports – Summary

Austrian exports continue to be focused on Western Europe, in spite of brisk expansion rates achieved for Central and Eastern European markets. In order to better exploit opportunities offered to Austrian exporters, it would therefore be desirable to aim at diversifying exports by expanding into dynamic countries outside the traditional markets. The study presented looks at 81 countries outside Western Europe of a minimum economic dimension and investigates them for their suitability as key markets for Austrian exports. They were chosen on indicators at market size, demand development and degree to which their import structure matches the Austrian export structure, as well as a business survey of motivations and obstacles to exports, market share analyses and an econometric estimate of medium-term export potentials.

A total of 30 countries were identified as potential key countries (13 CEECs, 14 non-European potential markets and 3 overseas industrialised countries). The list includes the eight new EU members in Central Europe, with the best export growth opportunities identified in Hungary, the Czech Republic and Slovakia. Russia should also be included, and promising regional focus markets are pinpointed in the Western Balkans (Croatia, Bosnia-Herzegovina, Serbia, Albania, Macedonia). As to markets outside Europe, prospects in Asia are excellent with regard to China and Vietnam and – in specific sectors – India and South Korea, whereas Turkey, Jordan, South Africa and Algeria are potential candidates in the Near East and Africa. In Latin America, sales prospects are excellent in Brazil, Argentina, Guatemala, El Salvador, Peru and Mexico. Furthermore, the industrialised states overseas continue to be important export markets: the USA, but also Canada and Australia are recommended as potential focus countries.

CEE countries show the greatest promise for Austrian exports in almost all sectors. Sectors with good medium-term export prospects outside Eastern Europe include rubber and plastic products, office machinery and computers, electrical machinery and apparatus, TV and communications equipment, medical precision and optical measuring instruments, motor vehicles and, in part, machinery and equipment.

- Mátyás, L., "Proper Econometric Specification of the Gravity Model", *World Economy*, 1997, 20(3), S. 363-368.
- Peneder, M., "Industrial Structure and Aggregate Growth", WIFO Working Papers, 2002, (182), http://publikationen.wifo.ac.at/pls/wifosite/wifosite.wifo_search.get_abstract_type?p_language=1&pubid=22469.
- Stankovsky, J., Wolfmayr-Schnitzer, Y., "Der österreichische Außenhandel", in Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (Hrsg.), Österreichs Außenwirtschaft. Das Jahrbuch 1996, Wien, 1996.
- Url, Th., *Schwerpunktländer im österreichischen Export*, Studie des WIFO im Auftrag der Oesterreichischen Kontrollbank, Wien, 1991.
- Wolfmayr, Y., Stankovsky, J., *Interessante Absatzmärkte und Exportpotentiale für die österreichische Industrie*, WIFO, Wien, 2003, http://publikationen.wifo.ac.at/pls/wifosite/wifosite.wifo_search.get_abstract_type?p_language=1&pubid=24851.
- Wolfmayr, Y. (2004A), "Schwierigkeiten und Hindernisse für die Erschließung neuer Exportmärkte. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung", *WIFO-Monatsberichte*, 2004, 77(6), http://publikationen.wifo.ac.at/pls/wifosite/wifosite.wifo_search.get_abstract_type?p_language=1&pubid=25117.
- Wolfmayr, Y. (2004B), "Außenhandelsstruktur der österreichischen Industrie", in Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (Hrsg.), Österreichs Außenwirtschaft. Das Jahrbuch 2003/2004, Wien, 2004 (erscheint demnächst).