

Divergierende Entwicklungsprozesse im deutschen Großhandel

Der Großhandel erzielte 2003 nach einem Anstieg von 1,2% gegenüber dem Vorjahr einen Umsatz in der Größenordnung von 573 Mrd. €. Dabei expandierten die Umsätze des Produktionsverbindungshandels mit einem Plus von 1,8% wesentlich stärker als der Konsumgütergroßhandel, der einen Umsatzanstieg von 0,5% verzeichnete. Für 2004 ist für den Produktionsverbindungshandel vor allem angesichts steigender Ausrüstungsinvestitionen mit einer beschleunigten Umsatzzunahme zu rechnen. Das deutete sich bereits mit der Umsatzentwicklung in den ersten drei Monaten dieses Jahres an. Die Firmen konnten ihren Umsatz gegenüber der gleichen Zeit des Vorjahres um 4% steigern. Für den Konsumgütergroßhandel, der im ersten Quartal 0,2% weniger Umsatz erzielte als vor Jahresfrist, lässt die nur mäßige Belebung des privaten Verbrauchs sowie der anhaltende Strukturwandel auf der Einzelhandelsebene für das gesamte Jahr 2004 allenfalls eine Stagnation der nominalen Umsätze erwarten. Angesichts der hohen Bedeutung der Personalkosten haben die Großhändler in den zurückliegenden Jahren ihren Personalbestand erheblich reduziert und damit die Arbeitsproduktivität kräftig gesteigert. 2003 lag sie um nahezu 14% höher als 1999. Auch in den ersten Monaten dieses Jahres hielt dieser Entwicklungstrend an.

Der Großhandel stellt auf den verschiedenen Stufen der Warendistribution das Bindeglied zwischen Lieferanten und ge-

werblichen Abnehmern dar. Dabei agieren die Großhandelsunternehmen im eigenen Namen und für eigene Rechnung. Darin besteht ein wesentliches Abgrenzungskriterium gegenüber den Handelsvermittlern, die ebenfalls auf der Großhandelsstufe tätig sind, allerdings in der Regel im fremden Namen und für Rechnung der vertretenen Firma. Der vorliegende Aufsatz befasst sich mit dem Großhandel im engeren Sinn, also ohne die Handelsvermittlungen. Unberücksichtigt bleibt auch der Handel mit Kraftfahrzeugen.

Der amtlichen Statistik zufolge waren 2001 im so abgegrenzten Großhandelsbereich 58 179 Unternehmen aktiv und erzielten einen Umsatz in der Größenordnung von 592 Mrd. € (ohne Mehrwertsteuer) (vgl. Statistisches Bundesamt 2004). Hochgerechnet mit den Veränderungsdaten aus der monatlichen Großhandelsstatistik ergibt das für 2003 einen Umsatz von etwa 573 Mrd. € (Tab. 1).

Innerhalb des Großhandels wird hinsichtlich der vertriebenen Waren und der wichtigsten Abnehmergruppen in den Produktionsverbindungshandel und den Konsumgütergroßhandel unterschieden. Dabei werden dem Produktionsverbindungshandel jene Großhändler zugerechnet, die hauptsächlich Rohstoffe und Halbwaren zur Weiterverarbeitung oder Werkzeuge und Maschinen zu Investitionszwecken an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft absetzen. Dazu zählen folgende Großhandelsbereiche:

Tab. 1
Unternehmen und Umsätze im Großhandel insgesamt (ohne Kfz-Handel) nach Branchen

Bereich	Unternehmen ^{a)}	Umsatz in Mill. € ^{b)}	Umsatzveränderung 2003/2002 in %	
			nominal	real
Landwirtschaftliche Grundstoffe und lebende Tiere	5 146	33 058	0,9	0,6
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	9 296	114 211	0,2	-0,7
Gebrauchs- und Verbrauchsgüter	16 941	126 092	0,6	1,1
darunter:				
Elektr. Haushalts-, Rundfunk und Fernsehgeräte	3 718	38 431	0,1	1,6
Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel	342	2 493	1,9	0,6
Pharmazeutische Erzeugnisse und med. Hilfsmittel	1 925	32 377	4,6	5,4
Rohstoffe, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffe	14 691	204 898	4,0	0,8
darunter:				
Feste Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse	964	85 759	9,4	5,3
Erze, Eisen, Stahl, NE-Metalle	1 758	42 202	1,3	-1,7
Holz, Baustoffe, Sanitärkeramik, Anstrichmittel	5 241	33 568	-2,1	-2,4
Chemische Erzeugnisse	1 545	15 506	0,7	-0,2
Maschinen, Ausrüstungen	10 842	71 509	-3,2	0,8
Sonstiger Großhandel (ohne ausgeprägten Schwerpunkt)	1 264	42 366	0,6	-0,4
Insgesamt (ohne Kfz)	58 179	592 134	1,2	0,5

^{a)} 31.12.2001. – ^{b)} 2001; ohne Mehrwertsteuer.

Quelle: Statistisches Bundesamt.

- Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen, lebenden Tieren,
- Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen,
- Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör.

Die Abnehmer des Konsumgütergroßhandels kommen in erster Linie aus dem Einzelhandel und der Gastronomie, von denen die Waren teils nach Umverpackung bzw. Weiterverarbeitung an private Konsumenten abgesetzt werden. Zum Konsumgütergroßhandel gehören folgende Bereiche:

- Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren,
- Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern.

Der Produktionsverbindungshandel kommt entsprechend dieser Zuordnung auf etwa 55% des Gesamtumsatzes, der Konsumgütergroßhandel auf 45%.

Zunehmende Bedeutung der Servicefunktionen

Traditionell erfüllen die Unternehmen des Großhandels Funktionen, die mehr oder weniger stark mit der Distribution von Waren zusammenhängen. Bedeutung und konkrete Ausgestaltung der verschiedenen Funktionen differieren zwischen den einzelnen Großhandelsunternehmen unter anderem in Abhängigkeit von der Produktparte, der Größe des Unternehmens sowie seiner Stellung auf der Zentralgroßhandels- oder der Regionalgroßhandelsebene.

Durch die Bündelung der Nachfrage gegenüber dem Anbieter bzw. des Angebots gegenüber einem Nachfrager (Aufkaufgroßhandel) können sie wesentlich zur Steigerung der gesamtwirtschaftlichen Effizienz beitragen. Um Akzeptanz der Geschäftspartner sowohl auf der Lieferanten- wie auf der Abnehmerseite zu gewinnen, muss der Großhandel den Anforderungen beider genügen.

Die Lieferanten bzw. Hersteller erwarten durch die Einschaltung von Großhandelsunternehmen vor allem bei der Markteinführung neuer Waren, dass rasch ein flächendeckender Vertrieb erfolgt, der Markt also vollständig erschlossen wird. Günstige Voraussetzungen dafür bietet der Großhandel, wenn er bereits intensive Kontakte zu den potentiellen Abnehmern hat oder aufgrund der Größe und der Qualität des Außendienstes die Neukundenakquisition zügig vornehmen kann. Das ist dann der Fall, wenn das Produkt, das der Großhandel in sein Sortiment integrieren soll, zu seinem bisherigen Warenangebot »passt« und im Idealfall auch für seine Kunden zu einer Abrundung des Warenangebots beiträgt. Interessant sind hier vor allem komplementäre Güter, die dem Kunden zusammen mit anderen Waren in einem Paket angeboten werden können (Cross-Selling). Eine derartige Warenbündelung stärkt die Sortimentskompetenz des Großhandels und hat eine Steigerung der akquisitorischen Wirkung zur Folge.

Eine wesentliche Forderung an den Großhandel ist, dass er Logistikfunktionen übernimmt und dafür sorgt, dass die Waren aus dem Zentrallager oder aus eigenen Regionallagern zu den Kunden transportiert und damit die termingerechte Verfügbarkeit der Waren sichergestellt wird. Das gilt für den Konsumgütergroßhandel speziell aber auch für den Produktionsverbindungshandel, der für Artikel des technischen Bedarfs oftmals als Zulieferer für Industriebetriebe oder handwerkliche Werkstätten fungiert. Auch im Baubereich übernehmen die Unternehmen des Großhandels die Funktion der Einrichtung von Baustellen ihrer Kunden und die Anlieferung von Baumaterialien entsprechend dem Fortschritt der Baumaßnahme (just-in-time). Eng mit der Transportfunktion im Rahmen der Logistik ist die Lagerhaltung verknüpft. Mit der Lagerhaltung trägt der Großhandel direkt zur Kostensenkung beim Lieferanten bei. Das ist vor allem bei Halb- und Fertigwaren ein Argument für die Einschaltung des Großhandels. Der Hersteller hat die Möglichkeit, seine eigenen Warenlager entsprechend geringer zu halten. Er kann aber auch Kostendegressionen nutzen, indem die Losgrößen erhöht werden und der Loswechsel verringert wird. Ziel des Herstellers ist es dabei, möglichst wenig Transaktionen vorzunehmen, die aber jeweils ein großes Volumen aufweisen. Durch die Lagerhaltung sichert der Großhandel überdies die Marktpräsenz des Herstellers, vor allem, wenn kundenfreundliche Bestellverfahren angewendet werden und Kommissionierung und Feinverteilung der Waren dem Kunden hohe Lieferzuverlässigkeit garantieren.

Eine zunehmende Bedeutung für die Profilierung des Großhandels und die Stärkung seiner Wettbewerbsposition im Markt haben Dienstleistungen gewonnen. Dabei ist zwischen Dienstleistungen zu unterscheiden, die sich auf Waren und solchen, die sich auf den Marktpartner beziehen. Aus Sicht des Lieferanten gelten als warenbezogene Dienstleistungen vor allem die Beratungsleistungen gegenüber den Kunden. Das spielt insbesondere bei komplexen, erklärungsbedürftigen Waren eine wichtige Rolle. Hinzu kommen Funktionen wie die Qualitätskontrolle im Zulieferbereich sowie die Übernahme von Wartungs- und Reparaturleistungen. Bei den marktpartnerbezogenen Dienstleistungen gilt es, die Leistungsfähigkeit des Lieferanten längerfristig zu steigern. Dazu dient beispielsweise die Mitwirkung des Großhandels an der Produktentwicklung und am Produktdesign, vor allem unter dem Gesichtspunkt der Vermarktung sowie die Systematisierung und Ergänzung der Markt- und Konkurrenzinformationen für Kunden und Lieferanten.

Für die Abnehmer ist der Warenbezug über den Großhandel betriebswirtschaftlich besonders dann interessant, wenn das Großhandelsunternehmen Komplettlösungen anbieten kann. Insbesondere Industrieunternehmen wünschen sich bei der Zulieferung in einzelnen Bedarfsbereichen nur einen Ansprechpartner. Oftmals erwarten die Kunden des Großhandels deshalb, dass dieser sein Leistungsbündel vergrößert. Eine notwendige Ausweitung beispielsweise im Wa-

renangebot kann auch für den Großhandel von Vorteil sein, wenn sich dadurch der Lieferumfang erhöht und die Bindung zum Kunden enger wird.

In der Regel verfügen die Großhandelsunternehmen, die zum größten Teil mittelständisch geprägt sind, über ein spezialisiertes Waren- und Leistungsangebot. Dieses hat sich im Laufe der Zeit durch die Abstimmung mit den Anforderungen ihrer Kunden herausgebildet. Ein hoher Wettbewerbsdruck hat die Großhandelsunternehmen schon in der Vergangenheit dazu veranlasst, mit Transportunternehmen und Speditionen mit umfangreichem Know-how über den Transport und die Lagerung der jeweiligen Waren zusammenzuarbeiten. Sie greifen vor allem in Phasen, in denen Auftragsspitzen zu bearbeiten sind, auf externe Leistungsanbieter zurück. Über diese Arbeitsteilung mit Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbereichen hinaus kooperieren die Großhandelsunternehmen mit Firmen der gleichen Handelsstufe. Effizienzgewinne dürften sich durch eine Zusammenarbeit im EDV-Bereich oder im Rechnungswesen ergeben. In Beschaffung und Absatz werden die einzelnen Unternehmen hingegen weiterhin Chancen sehen, sich in ihrem jeweiligen regionalen Markt zu profilieren. Kooperationen in diesen Tätigkeitsfeldern erfolgen zwischen mittelständischen Großhandelsunternehmen mit begrenztem Absatzgebiet wohl hauptsächlich mit dem Ziel, dem Lieferanten eine überregionale Distribution seiner Waren anbieten zu können.

Durch die EU-Osterweiterung ergeben sich auch für mittelständische Unternehmen des Großhandels vermehrt Chancen, das bisherige Absatzgebiet zu erweitern. Das gilt für Produktionsverbindungshändler, wenn etwa Kunden aus der Industrie in diesen Ländern Produktionsstätten errichten und auch dort zuverlässig beliefert werden wollen. Es gilt aber auch für Konsumgütergroßhändler, wenn Kunden aus dem Einzelhandel Verkaufsstätten in diesen Ländern errichtet haben, für die das Großhandelsunternehmen die Belieferung übernehmen soll. Vor allem im Verbrauchs- und Gebrauchsgüterbereich werden deutsche Großhandelsunternehmen zunehmend Produkte von Lieferanten aus den Beitrittsländern für den Absatz im Inland akquirieren. Aufgrund der relativ günstigen Lohnkostensituation in diesen Ländern sind die Großhandelsunternehmen in der Lage, ihr bisheriges Sortiment durch preiswerte Waren zu ergänzen.

Einzelne Unternehmen des Großhandels haben sich in den letzten Jahren auch durch ihre Funktion als Produktdesigner profiliert. Sie entwickeln Produkte und stellen Sortimente so zusammen, dass sie auf dem heimischen Markt mit einer lebhaften Nachfrage rechnen können. Dann suchen sie in Ländern mit niedrigen Produktionskosten gezielt nach Fertigungsunternehmen, die über einschlä-

gige Kompetenzen in der Verarbeitung der gewünschten Materialien und der Verarbeitungsart verfügen.

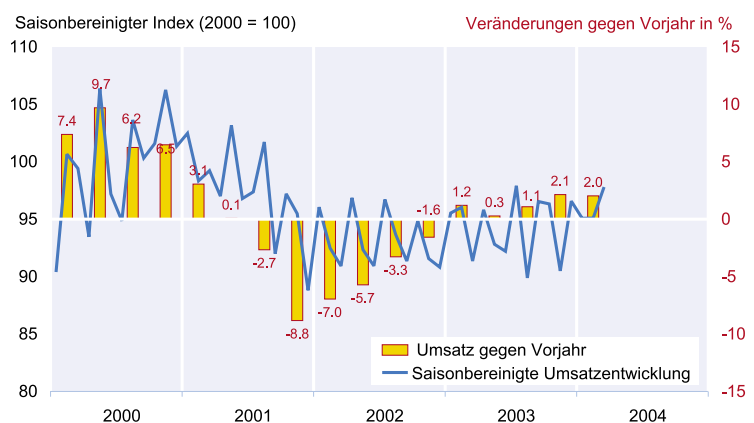
2003: Leichte Umsatzbelebung

Im gesamten Großhandel, ohne Kraftfahrzeughandel sowie ohne Handelsvermittlung, sind die nominalen Umsätze 2003 um 1,2% gestiegen, nachdem in den beiden vorangegangenen Jahren Umsatzrückgänge hingenommen werden mussten.¹ Mit einem Plus von 1,8% nahmen die Umsätze im Produktionsverbindungshandel überproportional zu; der Konsumgütergroßhandel verzeichnete einen Umsatzanstieg von lediglich 0,5%. Trotz lebhafterer Nachfrage haben die Großhändler die Zahl der Beschäftigten abermals um 3,4% verringert. So waren im Großhandel im Jahresdurchschnitt 2003 um etwa 10% weniger Personen beschäftigt als im Jahr 2000. Rechnet man die Teilzeitbeschäftigten in Vollzeitäquivalente um, so ergab sich für 2003 eine Steigerung der Arbeitsproduktivität um 5,1%. Überproportional nahm sie 2003 im Produktionsverbindungshandel (5,8%) zu; im Konsumgütergroßhandel erhöhte sie sich um 4,2%.

Auch im ersten Quartal 2004 setzte sich die Aufwärtsentwicklung im Großhandel insgesamt fort (vgl. Abb. 1). Das ist allerdings ausschließlich auf die Belebung der Nachfrage im Produktionsverbindungshandel zurückzuführen. Die Umsätze übertrafen hier das Ergebnis der ersten drei Monate des Vorjahres um 4%, während im Konsumgütergroßhandel der damalige Umsatzstand um 0,3% verfehlt wurde (vgl. Abb. 2 und 3). Die Zahl der im Großhandel beschäftigten Personen blieb saisonbereinigt allerdings weitgehend unverändert. Im Vergleich zum ersten Quartal 2003 war der Personalstand um knapp 2% niedriger. Dabei verringerte

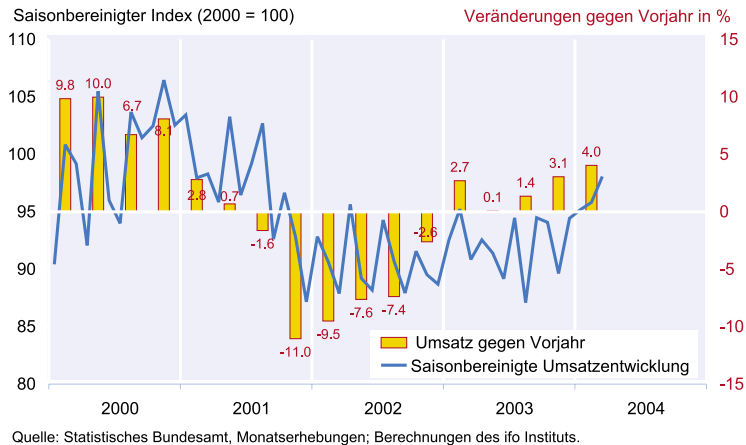
¹ Vgl. Grillmaier (2004), dort allerdings für den Großhandel einschließlich den Handlungsvermittlungen.

Abb. 1
Entwicklung der nominalen Umsätze im Großhandel insgesamt



Quelle: Statistisches Bundesamt, Monatshebungen; Berechnungen des ifo Instituts.

Abb. 2
Entwicklung der nominalen Umsätze im Produktionsverbundhandel

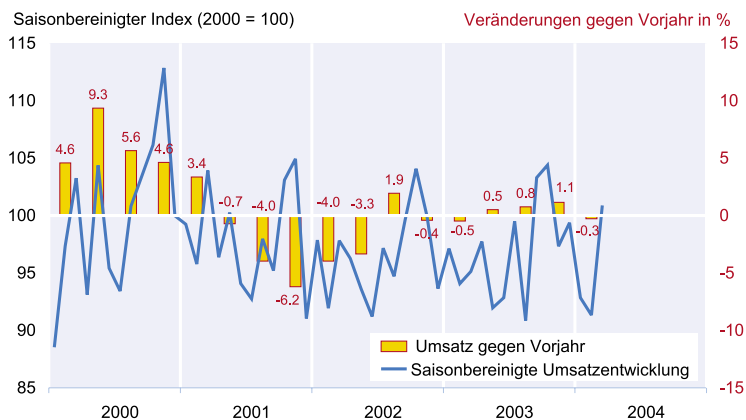


Quelle: Statistisches Bundesamt, Monaterhebungen; Berechnungen des ifo Instituts.

sich die Zahl der Vollzeitbeschäftigten, die Zahl der Teilzeitbeschäftigten nahm zu.

Einer besonders lebhaften Nachfrage stand der Großhandel mit Erzen, Eisen Stahl und NE-Metallen in den ersten drei Monaten dieses Jahres gegenüber. Dies kommt auch in einem nominalen Plus von 12,3% im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres zum Ausdruck. Dieser Zuwachs ist allerdings zum größten Teil auf die gestiegenen Preise in diesem Produktbereich zurückzuführen. Real liegt die Zunahme bei 5%. Mit einem deutlichen nominalen Umsatzplus von 4,6% gegenüber dem Vorjahr ist auch der Großhandel mit Maschinen und Ausrüstungen in das Jahr 2004 gestartet, nachdem er 2003 unter den rückläufigen Ausrüstungsinvestitionen der deutschen Wirtschaft gelitten hatte. Der Großhandel dieser Sparte profitiert allerdings nicht nur von den anziehenden Investitionen, sondern auch von der Aufwertung des Euro, durch die sich die Wettbewerbsposition der von ihm vertretenen außereuropäischen Anbieter auf den Märkten in Deutschland spürbar verbesserte.

Abb. 3
Entwicklung der nominalen Umsätze im Konsumgütergroßhandel



Quelle: Statistisches Bundesamt, Monaterhebungen; Berechnungen des ifo

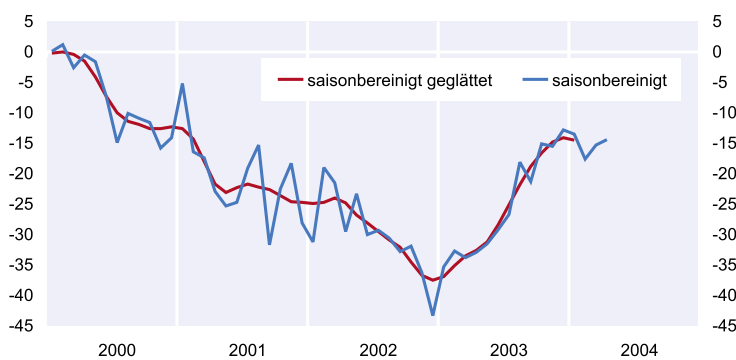
Innerhalb des Konsumgütergroßhandels konnten vor allem die Händler mit elektrischen Haushaltsgeräten sowie mit Geräten der Unterhaltungselektronik in den ersten Monaten dieses Jahres höhere Umsätze erzielen als vor einem Jahr (+ 6,3%). Der stärkere Euro hat den Herstellern außerhalb des Euroraums, deren Produkte der Großhandel auf dem deutschen Markt vertreibt, Marktanteilsgewinne gebracht. Hier schlägt sich die anhaltend hohe Preissensibilität der Abnehmer nieder. Weitere Absatzimpulse dürften auch von den bevorstehenden Sportereignissen (Olympische Spiele und Fußball-Europameisterschaft) ausgehen, die die Einkaufsbereitschaft ihrer Abnehmer auf der Einzelhandelsstufe angeregt haben. Niedriger als im Vorjahr waren hingegen die Umsätze während der ersten drei Monate 2004 im

Großhandel mit Pharmazeutischen Erzeugnissen und medizinischen Hilfsmitteln. Regelungen wie die Praxisgebühr und höhere Zuzahlungen bei Medikamenten haben einen Vorzieheffekt ausgelöst, durch den die Umsätze im vierten Quartal des vergangenen Jahres aufgebläht wurden.

Die positive Grundtendenz im Großhandel insgesamt, die zu Beginn des Jahres in höheren Umsätzen als zur gleichen Zeit des Vorjahres zum Ausdruck kommt, wird durch die Ergebnisse des ifo Konjunkturtests bestätigt. Das Geschäftsklima besserte sich nach dem Tiefpunkt zur Jahreswende 2002/2003 während des gesamten Jahres 2003, vor allem im Produktionsverbundhandel. In den ersten Monaten 2004 blieb es weitgehend unverändert (vgl. Abb. 4).

Im weiteren Verlauf des Jahres 2004 wird der Produktionsverbundhandel an den zunehmenden Investitionen in Ausrüstungsgüter partizipieren. Allerdings dürfte die Investitionsdynamik trotz der im Zuge der weltweiten Konjunkturerholung verbesserten Absatz- und Ertragserwartungen noch gering bleiben. Ausschlaggebend dafür sind die geringe Kapazitätsauslastung, der Abbau von Steuervergünstigungen und Subventionen sowie verschlechterte Abschreibungsbedingungen (vgl. Arbeitsgemeinschaft deutscher wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsinstitute 2004, 19). Die bauabhängigen Großhandelssparten sind unterschiedlichen Entwicklungen ausgesetzt. Im Wohnungsbau kann 2004 von einer leichten Zunahme der Investitionen ausgegangen werden. Diese resultiert daraus, dass sowohl Bauträger als auch private Haushalte Maßnahmen realisieren, für die sie in den zurückliegenden Jahren vorsorglich Baugenehmigungen beantragt hatten, um die Eigenheimzulage nach altem Recht beanspru-

Abb. 4
Geschäftsklima^{a)} im Großhandel



a) Geometrisches Mittel aus den Testsalden aus der Beurteilung der aktuellen Geschäftslage und den Erwartungen für die nächsten 6 Monate.

Quelle: ifo Konjunkturtest.

chen zu können. Anreize geben zudem die niedrigen Hypothekenzinsen. Die Zunahme im Wohnungsbau wird den Rückgang der Bauinvestitionen im gewerblichen sowie im öffentlichen Bereich geringfügig überkompensieren. Auf die Entwicklung der Umsätze des Rohstoffhandels dürfte sich die allgemeine Festigung der Konjunktur in Deutschland positiv auswirken. Bei den Preisen wird der Anstieg der Rohstoffnotierungen gegenüber den abklingenden Aufwertungsfolgen stärker durchschlagen und den Umsatz nominal nach oben treiben. Insgesamt ist 2004 für den Produktionsverbindungshandel mit einem Umsatzzuwachs zu rechnen.

Der Konsum der privaten Haushalte wird 2004 geringfügig höher sein als im Vorjahr. Das ist auf eine leichte Zunahme des verfügbaren Einkommens zurückzuführen, wobei dafür steigende Nettolöhne und -gehälter den Ausschlag geben (vgl. Arbeitsgemeinschaft deutscher wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsinstitute 2004, 21). Zweifelhaft ist allerdings, inwieweit der Konsumgütergroßhandel daran partizipieren wird. Es ist nicht davon auszugehen, dass sich der Konsumtrend umkehrt, der seit Jahren zu Lasten einzelhandelsrelevanter Verwendungsbereiche geht. Darüber hinaus gelten gerade innerhalb des Einzelhandels jene Angebotstypen als Marktanteilsgewinner, die als besonders preisaktiv gelten und in vertikalen Vertriebsorganisationen eingebunden sind, ihre Beschaffung also größtenteils selbst durchführen. Der selbständige, mittelständisch geprägte Konsumgütergroßhandel spielt für die Warenbeschaffung dieser Unternehmen nur eine vergleichsweise geringe Rolle, sein Umsatz wird 2004 weitgehend auf dem Niveau von 2003 stagnieren.

Mit einer überdurchschnittlichen Absatzentwicklung können Importeure sowohl im Produktionsverbindungshandel als auch im Konsumgütergroßhandel rechnen; sie profitieren aufgrund des starken Euro weiterhin von der gestiegenen Wettbewerbsfähigkeit ihrer Produkte. Der weltweite Aufschwung wird die deutschen Exporte beflügeln; davon ge-

hen Impulse auch auf die hier aktiven Großhandelsfirmen aus.

Beachtliche Unterschiede in der Rohertragsquote zwischen den einzelnen Sparten

Über die Einschaltung des Großhandels befinden Lieferanten wie Abnehmer. Sie entscheiden, ob die Leistung selbst erbracht wird oder ein Großhandelsunternehmen beauftragt wird. Auf der Großhandelsstufe besteht zudem zwischen den Großhandelsunternehmen ein erheblicher Wettbewerb, der durch das Engagement von Dienstleistungsunternehmen für einzelne Aufgabengebiete, aber auch für das gesamte Aufgabenspektrum noch verschärft wird.

Nach der Handelsstatistik erzielte der Großhandel durchschnittlich mit einem Umsatz von 100 € einen Rohertrag von 16,7 €. Diesem standen Handlungskosten von rund 15,6 € gegenüber (vgl. Tab. 2). Die Rohertragsquote (Anteil des Rohertrags am Umsatz) unterscheidet sich zwischen den Großhandelsunternehmen in den einzelnen Sparten zum Teil beträchtlich. Dabei besteht aber zwischen der Höhe der Rohertragsquote und der Kostenspanne (Anteil der Gesamtkosten am Umsatz) ein enger Zusammenhang. Vergleichsweise hohen Rohertragsquoten im Großhandel mit Gebrauchsgütern und Verbrauchsgütern sowie im Großhandel mit Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör stehen Kostenbelastungen gegenüber, die weit über dem Durchschnitt des gesamten Großhandels liegen. Umgekehrt muss die Kostenspanne in den Bereichen mit relativ kleiner Rohertragsquote entsprechend niedrig sein. Das gilt insbesondere für den Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren, dem Handel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen sowie dem Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren.

Die Höhe der Rohertragsquote nimmt mit zunehmender Unternehmensgröße deutlich ab. Eine besonders große Spannweite weist der Großhandel mit Rohstoffen, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffen auf. Die kleinen Unternehmen mit weniger als 1 Mill. € Jahresumsatz haben hier eine Rohertragsquote von 36,5%; bei Unternehmen mit 10 Mill. € und mehr liegt sie im Durchschnitt bei 11,5%. Ausschlaggebend für diese Divergenz ist die Heterogenität der Unternehmen dieses Bereichs hinsichtlich der gebotenen Serviceleistungen. Vor allem die kleineren Unternehmen profilieren sich durch persönliche Kontakte zu den Kunden und die Auslieferung auch kleinerer Mengen. Darin spiegelt sich auch die Arbeitsteilung zwischen den Unternehmen auf der Großhandelsstufe wider, bei der die kleineren Unternehmen schwergewichtig die Feindistribution der Waren in der jeweiligen Region vornehmen. Die größeren Firmen praktizieren hingegen vielfach das Import- und Exportgeschäft.

Tab. 2
Rohertragsquoten^{a)} im Großhandel insgesamt (ohne Kfz) nach Umsatzgrößenklassen, 2001

Sortimentsschwerpunkt	Umsatz ^{b)} von ... bis unter ... Mill. €					Insgesamt
	bis 1	1 bis 2	2 bis 5	5 bis 10	10 und mehr	
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	26,4	22,8	23,2	21,4	14,5	15,6
Gebrauchs- und Verbrauchsgüter	38,4	31,4	31,4	29,7	19,8	22,0
darunter						
Elektr. Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräte	37,3	33,5	31,2	23,0	16,1	17,9
Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel	47,3	33,1	45,8	36,6	54,5	52,4
Pharmazeutische Erzeugnisse und med. Hilfsmittel	43,2	38,1	29,1	33,0	16,4	18,1
Rohstoffe, Halbwaren, Altmaterial und Reststoffe	36,5	34,9	28,8	24,2	11,5	13,4
darunter						
Feste Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse	20,2	23,4	11,8	11,9	5,6	5,7
Erze, Eisen, Stahl, NE-Metalle	35,0	24,9	26,9	19,9	11,7	12,6
Holz, Baustoffe, Sanitärkeramik, Anstrichmittel	35,5	33,6	29,9	26,2	18,7	21,8
Chemische Erzeugnisse	32,0	34,3	30,0	21,9	15,8	17,8
Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör	40,5	34,3	31,0	29,9	19,3	22,2
sonstiger Großhandel (ohne ausgeprägtem Schwerpunkt)	37,9	33,1	22,7	26,7	14,2	14,8
Insgesamt (ohne Kfz)	35,6	30,3	27,7	25,7	14,6	16,7

^{a)} Anteil am Umsatz. ^{b)} Ohne Mehrwertsteuer.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Jahreserhebung 2001.

Einen beachtlichen Kostenblock stellen im Großhandel mit etwa vier Zehnteln der Handlungskosten die Personalkosten dar. Die betriebswirtschaftliche Situation dieses Wirtschaftsbereichs hängt also erheblich von der Entwicklung dieser Kosten ab. Eine große Bedeutung haben auch die Aufwendungen für die »bezogenen Leistungen und andere betriebliche Aufwendungen«. Hier sind unter anderem Logistikkosten enthalten. Generell weist diese Position auf die Bedeutung hin, die das Outsourcing schon heute angesichts des insgesamt hohen Wettbewerbsdrucks hat. Diese Aufwendungen erreichen je nach Großhandelsbereich Anteile zwischen 30 und 40% der gesamten Handlungskosten. Besonders hoch sind sie im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern sowie im Sonstigen Großhandel, ein Hinweis darauf, dass in diesen Bereichen der Großhandel durch mehrere Stufen charakterisiert und die Spezialisierung auf bestimmte Produktsparten sowie Funktionen weit fortgeschritten ist.

Ausblick

Der Großhandel wird angesichts der vielfältigen Einschaltung in die Beschaffungs- und Absatzwege an der erwarteten Belebung der Wirtschaft in Deutschland – insgesamt gesehen – partizipieren. Aufgrund der anhaltend hohen Wett-

bewerbsintensität werden die Unternehmen allerdings weiter gezwungen sein, auf die Sicherung ausreichender Erträge zu achten. Es kann deshalb davon ausgegangen werden, dass sie Chancen zur Steigerung der Produktivität, aber auch Kostensenkungen durch vermehrte zwischenbetriebliche Arbeitsteilung nutzen werden. Damit werden sie nicht nur ihre eigene Marktposition verbessern, sondern auch zur Effizienzsteigerung in der Warendistribution beitragen.

Literatur

Arbeitsgemeinschaft deutscher wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsinstitute e.V. (2004), »Die Lage der Weltwirtschaft und der deutschen Wirtschaft im Frühjahr 2004«, *ifo Schnelldienst* 57(8), 3–46.
 Grillmaier, G. (2004), »Entwicklung im Großhandel im Jahr 2003«, *Wirtschaft und Statistik* (3), 302–307.
 Statistisches Bundesamt (2004); *Beschäftigte, Umsatz, Aufwendungen Lagerbestände, Investitionen und Warensortiment im Handel 2001*, Wiesbaden.