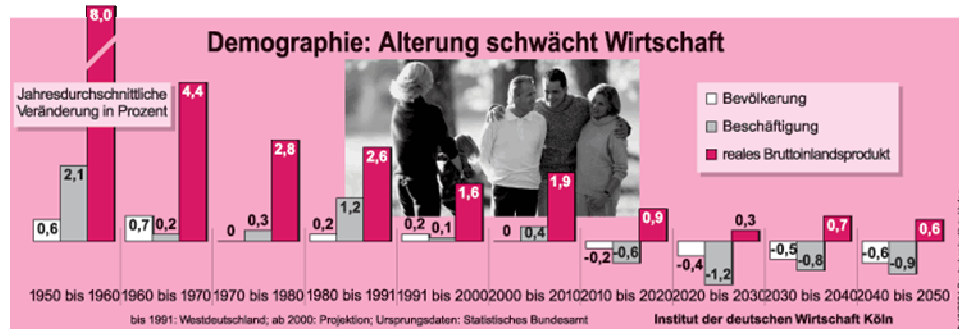


Eine Grenze des Wachstums

Die Menschen zwischen Bodden und Bodensee werden immer weniger und sie werden immer älter. Allein deshalb ist in den nächsten Jahrzehnten nicht mehr mit großen Sprüngen beim Wirtschaftswachstum zu rechnen. Es fehlt einerseits an Arbeitskräften, andererseits an konsumfreudiger Kundschaft. Unter den Unternehmen gibt es allerdings nicht nur Verlierer. Auf der Gewinnerseite werden solche Branchen stehen, die von der wachsenden Weltbevölkerung profitieren, ebenso wie jene, die für die alternde Gesellschaft ein maßgeschneidertes Angebot bereithalten.



Wirtschaftswachstum ist beileibe kein Selbstzweck, sondern bringt den Menschen Wohlstand, sozialen Frieden und mehr Geld für öffentliche Aufgaben. Ein gewisser sozialer Ausgleich lässt sich bei steigendem Volkseinkommen leichter durchsetzen, weil niemand am Ende schlechter dasteht als zuvor. Ohne Wachstum – das haben bereits die vergangenen Jahre gezeigt – werden die Verteilungskämpfe bedeutend härter. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) wächst allerdings erst, wenn mehr Menschen arbeiten oder mehr Sachkapital eingesetzt wird oder aber beide Produktionsfaktoren mehr leisten. Dazu trägt technischer Fortschritt ebenso bei wie eine höhere Qualifikation der Arbeitskräfte. Manpower ist folglich einer der wichtigsten Schlüssel zu einer florierenden Wirtschaft. Eine schrumpfende und alternde Gesellschaft sendet daher negative Wachstumsimpulse aus. Grundsätzlich wirkt der demographische Wandel über verschiedene Kanäle auf die Volkswirtschaft ein:

Arbeitskräfte. Das Erwerbspersonenpotenzial – das sind alle arbeitsfähigen 15- bis 64-Jährigen – verkleinert sich nicht nur, sondern altert auch. Damit steigt zwar einerseits der Erfahrungsschatz, andererseits weht aber weniger frischer Wind durch die Betriebe, was ihre Innovationskraft beeinträchtigt. Investitionen. Weniger und zugleich ältere Einwohner heißt auch, dass der heimische Absatzmarkt schrumpft. Die Firmen werden ihre Kapazitäten einschränken und müssen nicht mehr alle veralteten Maschinen und Anlagen ersetzen. Sie werden sich also mit Investitionen zurückhalten – ein weiterer Dämpfer für die Volkswirtschaft.

Das geänderte Sparverhalten älterer Menschen spielt dabei ebenfalls eine Rolle. Senioren lösen ihre Ersparnisse tendenziell auf und legen weniger auf die hohe Kante als Jüngere. Damit verringert sich das Kapitalangebot; zugleich muss der Staat unter Umständen Kredite aufnehmen, um die steigenden Soziallasten zu finanzieren. All dies würde für höhere Zinsen sorgen – was die Investitionslaune der Unternehmen nicht eben beflügelt.

Technischer Fortschritt. Eine schleppende Investitionstätigkeit wiederum bremst den Fortschritt. Technologische Errungenschaften setzen sich dann langsamer durch. Hinzu kommt, dass sich ältere Arbeitnehmer schwerer tun, neue Produkte und Produktionsverfahren zu akzeptieren. Es macht sich für sie nicht mehr in dem Ausmaß wie für die jüngeren Kollegen bezahlt, neue Techniken zu erlernen.

In den vergangenen 50 Jahren entwickelte sich Deutschland noch unter umgekehrten Vorzeichen: Die Bevölkerung nahm stets leicht zu; die Zahl der Erwerbstätigen stieg sogar etwas stärker. Das BIP wies zugleich durchweg positive Wachstumsraten auf. Sie fielen jedoch von Jahrzehnt zu Jahrzehnt bescheidener aus: In den fünfziger Jahren erhöhte sich die Beschäftigung im Mittel um gut 2 Prozent pro Jahr; das jahresdurchschnittliche Wirtschaftswachstum betrug 8 Prozent. Zwischen 1990 und 2000 tat sich dagegen in puncto Erwerbstätigkeit kaum noch etwas, entsprechend moderat – um 1,6 Prozent pro Jahr – legte das Bruttoinlandsprodukt zu.

Vor diesem Hintergrund lässt sich abschätzen, in welche Richtung der demographische Wandel Deutschlands Wirtschaft bis Mitte des Jahrhunderts treiben wird. Gemäß Prognose des Statistischen Bundesamts geht die Bevölkerung im laufenden Jahrzehnt leicht – um 0,2 Prozent pro Jahr – zurück. Bis 2050 beschleunigt sich der Schrumpfkurs auf jährlich 0,6 Prozent. Die Zahl der Erwerbstätigen wird derweil deutlich kräftiger abnehmen, weil immer mehr Senioren aus dem Arbeitsleben ausscheiden, während weniger Nachwuchs nachrückt. Die Folge:

Angenommen, die Produktivität der Beschäftigten erhöht sich um 1,5 Prozent pro Jahr, ist von 2010 an bis 2050 nur noch mit einem jahresdurchschnittlichen BIP-Wachstum zwischen 0,3 und 0,9 Prozent zu rechnen. Solche Projektionen sind jedoch mit einigen Unwägbarkeiten behaftet. Niemand kann heute sagen, ob nicht eine bahnbrechende Erfindung – vergleichbar dem Internet – in naher oder ferner Zukunft einen kräftigen Produktivitätsschub bringen wird. In jedem Fall wird der demographische Wandel die einzelnen Wirtschaftszweige in unterschiedlicher Weise beeinflussen: Industrie. Wer in hohem Maße für den Weltmarkt produziert, ist von einer schrumpfenden Einwohnerzahl in

Deutschland nicht so sehr tangiert – das gilt vor allem für Investitionsgüterhersteller:
Der deutsche Fahrzeugbau verdient mittlerweile sechs von zehn Euro jenseits der heimischen Grenzen – 1991 machte das Auslandsgeschäft nur 40 Prozent des Branchenumsatzes aus.

Auch die Chemische Industrie und der Maschinenbau realisieren die Hälfte ihres Umsatzes außerhalb Deutschlands. Der Anteil der Binnennachfrage ging in beiden Branchen binnen eines Jahrzehnts um rund 10 Prozentpunkte zurück.

Deutlich abhängiger vom heimischen Markt sind hingegen die Druckindustrie und das Ernährungsgewerbe. Der demographische Wandel wird diesen Branchen unter Umständen stärker zu schaffen machen. Doch auch ihnen ist es zuletzt gelungen, das Auslandsstandbein zu kräftigen.

Die Industriebereiche Pharma, Medizintechnik und Biotechnologie profitieren zusätzlich von der Alterung der Gesellschaft.

Bauwirtschaft. Wohin die Reise für das Baugewerbe in den nächsten fünfzig Jahren geht, lässt sich bis dato nur mutmaßen. Es kommen einige widerstreitende Einflüsse ins Spiel:

Einerseits wird es weniger junge Familien geben; dem Wohnungsbau bricht damit Nachfrage weg. Zudem lassen sich bei schrumpfenden Einwohnerzahlen Immobilien immer schwieriger vermieten – ihren Reiz als Anlageform dürfte das deutlich mindern. Die institutionellen Bauherren werden daher zurückhaltender investieren.

Andererseits wird der Trend zum Singlehaushalt wohl anhalten. Gerade ältere Menschen leben häufig allein.

Dies dürfte den Nachfragerückgang zumindest zum Teil kompensieren. Wichtiger werden außerdem Serviceleistungen unter dem Stichwort „Betreutes Wohnen“. Selbst wenn die Nachfrage nach Neubauten zurückgeht, so können andere Baubereiche, etwa Sanierung oder Renovierung, doch expandieren.

Konsumgüterbranche. Ein Bevölkerungsrückgang hat zur Folge, dass die Zahl der potenziellen Kunden schrumpft. Mit der Altersstruktur verschieben sich aber auch die vorherrschenden Konsumgewohnheiten. Die größten Unterschiede bestanden laut Statistischem Bundesamt 1998 in folgenden Bereichen:

– Bei den Jungspunden zwischen 25 und 35 Jahren hatten die Ausgaben für den Verkehr und die Informationsversorgung mit gut 19 Prozent fast einen doppelt so hohen Anteil am Konsum wie bei den über 70-Jährigen. Etwas größeres Gewicht maßen die Jüngeren zudem der Freizeitgestaltung und der Bekleidung bei.
– Die Älteren hingegen wendeten fast 40 Prozent ihrer Konsumausgaben für das Wohnen auf – 9 Prozentpunkte mehr als die 25- bis 34-Jährigen. Auch ihrer Gesundheit widmeten die Senioren einen größeren Teil des Budgets.

In der Vergangenheit war zudem das Portemonnaie der älteren Mitbürger weniger prall gefüllt als das der jüngeren, erwerbstätigen Zeitgenossen:

Die 45- bis 54-Jährigen verkonsumierten 1998 monatlich mit rund 2.500 Euro knapp drei Viertel ihres Einkommens. Die über 70-Jährigen gaben dagegen im Schnitt fast 1.000 Euro weniger für den Verbrauch aus, was aber 82 Prozent ihrer Einkünfte entsprach.

Dieses Bild dürfte sich über kurz oder lang wandeln. Es zeichnet sich ab, dass die älteren Generationen künftig materiell erheblich besser ausgestattet sein werden als die jüngeren Jahrgänge.

Obwohl sich Alt und Jung im Laufe der Zeit in ihren Bedürfnissen und Vorlieben angenähert haben, werden somit in Zukunft vermutlich diejenigen Konsumgüterhersteller auf der Gewinnerseite stehen, deren Fokus sich mehr auf eine in Ehren ergraute Zielgruppe als auf Teens und Twens richtet.

Ansprechpartner: Dr. Michael Grömling
Email: sevsay-tegethoff@romanherzoginstitut.de