



# Auf der Suche Nach den Verlorenen Marktanteilen

Les notes du conseil d'analyse économique, no 23, Mai 2015

**D**ie Ankunft neuer Wirtschaftsmächte auf den Weltmärkten - in erster Linie China - lässt die Marktanteile der Industrieländer automatisch schrumpfen. Aber der Marktanteil Frankreichs in der Exportwirtschaft geht stärker zurück jenseits der anderen europäischen Länder. Dies liegt nicht an einer schlechten geographischen oder sektoralen Spezialisierung, der unzureichenden Unterstützung der Exportunternehmen, einer schwachen Vertretung der KMU im Exportgeschäft oder strengen Kreditauflagen, sondern grundsätzlich an einem im Durchschnitt unzureichenden «Preis-Leistungsverhältnis» der französischen Produkte. Wenn die Qualität gegeben ist, sind die Ergebnisse hervorragend, wie es die Marktsegmente für Luxusgüter, Luftfahrt oder elektrische Schaltgeräte beweisen. Diese Sektoren werden von einem Flaggschiff-Unternehmen oder einer bis zwei Marken getragen, die eine Schlüsselrolle zu spielen scheinen.

Die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes wird von einem preislichen und einem nicht preislichen Faktor bestimmt. Wenn es um die preisliche Wettbewerbsfähigkeit geht, stellen die direkten Arbeitskosten durchschnittlich nur 23 % des Werts der französischen Exporte dar, und 44 % inkl. der Arbeitskosten der intermediären Vorleistungen. Die preisliche Wettbewerbsfähigkeit ist daher nicht nur von den Arbeitskosten in den Exportunternehmen abhängig. Sie muss im Bereich der Inputmaterialien lokalisiert werden: Zwischenerzeugnisse (eventuell importiert), Energie oder in Frankreich für die Exportunternehmen produzierte Dienstleistungen. Die zentrale Botschaft lautet, dass die Wettbewerbsfähigkeit eine Angelegenheit aller invol-

vierten Akteure ist - nicht nur der Industrieunternehmen. Eine bessere Effizienz der von der internationalen Konkurrenz geschützten Sektoren (Dienstleistungen an Unternehmen, Bauwirtschaft, öffentliche Dienststellen) trägt zur Entwicklung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit bei.

Die nicht-preisliche Wettbewerbsfähigkeit ist schwieriger zu bemessen, wir basieren uns auf nicht aggregierte Daten, um eine Diagnose pro Produkt zu erstellen. Hierbei handelt es sich um einen mikroökonomischen Ansatz, der besonders für die Erkennung von Qualitätseffekten geeignet ist. Unter den OECD-Ländern hält Frankreich eine relativ gute Position, wenn man die Anzahl der Sektoren einbezieht, die zu den 10 besten im Bereich der nicht-preislichen Wettbewerbsfähigkeit zählen (7. Platz). Allerdings wird seit 2008 eine Verschlechterung mit einem Rückgang der Nachfrage in mehreren Sektoren beobachtet.

Die Maßnahmen zur Unterstützung der preislichen und nicht-preislichen Wettbewerbsfähigkeit vermischen sich größtenteils, aus diesem Grund unterstreichen wir die Bedeutung der Neuausrichtung der Produktionsfaktoren (Arbeit und Kapital), damit sich die effizientesten Unternehmen rascher herauskristallisieren. Die Reformen zur Reduzierung der Regulierungen für die Güter-, Dienstleistungs- und Arbeitsmärkte sollten diese Zielsetzung explizit berücksichtigen. Im Übrigen zeigt das Luxussegment die hohe Bedeutung der Marken bei der Förderung einer nicht-preislichen Wettbewerbsfähigkeit. Der Schutz des geistigen Eigentums sollte in Frankreich und in der Europäischen Union im Rahmen der internationalen Verhandlungen eine vorrangige Rolle spielen.

Diese Anmerkung ist unter Verantwortung der Autoren veröffentlicht und verpflichtet nur diese.

<sup>a</sup> CEPII ; <sup>b</sup> Paris School of Economics (PSE) und CEPII, Mitglied der CAE ;

<sup>c</sup> Sciences Po, Mitglied der CAE ; <sup>d</sup> Sciences Po, Banque de France und CEPII.

# Die Feststellungen und die Empfehlungen

## Die Feststellungen

**Feststellung 1.** Die schlechten Leistungen Frankreichs in der Exportwirtschaft sind mit einem unzureichenden Preis-Leistungsverhältnis verbunden, und nicht mit einer schlechten Länder- oder Produktpositionierung.

**Feststellung 2.** Die Sektoren, die sich erfolgreich behaupten, stützen sich auf starke und namhafte Marken.

**Feststellung 3.** Die französischen KMU verfügen über eine große Auswahl an öffentlichen Exporthilfen. Auch wenn sie noch zusätzlich gewinnbringend rationalisiert werden könnten, stellen diese Maßnahmen keine langfristige Lösung für das Problem der Aushöhlung der französischen Marktanteile dar.

**Feststellung 4.** Unter den OECD-Ländern profitiert Frankreich von einer relativ guten nicht-preislichen Wettbewerbsfähigkeit (7. Platz innerhalb der OECD), die aber seit 2008 rückläufig ist. Deutschland nimmt unter den OECD-Ländern eine Ausnahmestellung ein.

## Die Empfehlungen

**Empfehlung 1.** Die Auswirkung der Steuergutschrift CICE auf die Gehaltsdynamik bewerten. Falls ein verstärkter Anstieg der relativ hohen Gehälter festgestellt wird, nach der Einrichtung der Steuergutschrift CICE die Senkung der Sozialabgaben auf die niedrigen Gehälter konzentrieren.

**Empfehlung 2.** Den Schutz des geistigen Eigentums bei den internationalen Verhandlungen zu einer Priorität machen.

**Empfehlung 3.** Bei den Verhandlungen über die sog. Strukturreformen den Einfluss dieser Reformen auf die Neuausrichtung der Produktionsfaktoren (Arbeit und Kapital) zugunsten der produktivsten Unternehmen explizit berücksichtigen.



**conseil d'analyse  
économique**

Der *Conseil d'Analyse Économique* (CAE) wurde im Auftrag des französischen Premier Ministre gegründet und soll durch die Gegenüberstellung der Gesichtspunkte und Analysen der Mitglieder des CAE ein besseres Verständnis der Entscheidungen der französischen Regierung im Wirtschaftssektor ermöglichen.

**Stellvertretende Vorsitzende** Agnès Bénassy-Quéré

**Generalsekretär** Hélène Paris

**Wissenschaftliche Berater**

Jean Beuve, Clément Carbonnier,  
Manon Domingues Dos Santos,  
Aurélien Eyquem

**Forschungs-Assisten**

Alice Keogh

**Mitglieder** Agnès Bénassy-Quéré, Antoine Bozio,  
Pierre Cahuc, Brigitte Dormont, Lionel Fontagné,  
Cecilia García-Peñalosa, Augustin Landier,  
Philippe Martin, Pierre Mohnen, Xavier Ragot,  
Jean Tirole, Alain Trannoy, Étienne Wasmer,  
Guntram Wolff

**Korrespondenten**

Anne Perrot, Christian Thimann

**Veröffentlichungsdirektor** Agnès Bénassy-Quéré

**Chefredakteur** Hélène Paris

**Elektronische Veröffentlichung** Christine Carl

**Pressekontakt** Christine Carl

Ph: +33(0)1 42 75 77 47  
christine.carl@cae-eco.fr