

**Schriften zum Marketing**

---

**Band 12**

**Die Wirksamkeit  
staatlicher Mittelstandsförderung  
im Einzelhandel**

**Von**

**Erwin Dichtl, Hans Raffée, Werner Aufsattler,  
Andreas Kaiser, Hans Wellenreuther**



**Duncker & Humblot · Berlin**

**E. DICHTL, H. RAFFÉE**  
**W. AUFSATTLER, A. KAISER, H. WELLENREUTHER**

**Die Wirksamkeit staatlicher Mittelstandsförderung im Einzelhandel**

**SCHRIFTEN ZUM MARKETING**

**hrsg. von Prof. Dr. Erwin Dichtl, Mannheim  
und Prof. Dr. Hermann Diller, Hamburg**

**Band 12**

# Die Wirksamkeit staatlicher Mittelstandsförderung im Einzelhandel

Von

Prof. Dr. E. Dichtl, Prof. Dr. H. Raffée  
Dipl.-Psych. W. Aufsattler, Dr. A. Kaiser  
und Dipl.-Kfm. H. Wellenreuther



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

Alle Rechte vorbehalten  
© 1981 Duncker & Humblot, Berlin 41  
Gedruckt 1981 bei Zippel-Druck, Berlin 36  
Printed in Germany  
ISBN 3 428 04919 5

## Vorwort

Das Forschungsprojekt, über dessen Anlage und Befunde hier berichtet wird, wurde am Institut für Empirische Wirtschaftsforschung (BWL) der Universität Mannheim, das den Professoren Dichtl, Geist und Raffée von Mitte 1977 bis Mitte 1979 turnusmäßig zur Verfügung stand, in der zweiten Hälfte dieses Zeitraums in Angriff genommen und am Institut für Marketing, das von denselben Herren geleitet wird, abgeschlossen. Sämtliche damit verbundenen Kosten wurden somit aus Mitteln gedeckt, die das Land Baden-Württemberg den genannten Institutionen etatmäßig zur Verfügung gestellt hat.

Neben den Autoren, die für die Untersuchung verantwortlich zeichnen, waren vor allem Herr Dipl.-Kfm. Peter Lehmeier, der sowohl an der Auswertung der Daten als auch an der Abfassung des Untersuchungsberichtes mitwirkte, sowie Fräulein Dipl.-Kfm. Maria Ernst und Herr Dipl.-Kfm. Arnold Grammling an dem Vorhaben beteiligt. Herr Dr. Hans H. Bauer unterzog das Manuskript einer kritischen Durchsicht. Ihnen allen sowie einer Reihe von Interviewern aus dem Kreise Mannheimer Studenten danken wir für ihr Engagement und den Beitrag, den sie zum Zustandekommen der Studie geleistet haben. Dank gebührt auch Frau Heike Fischer und Frau Brigitta Ulmer, die die anfallenden Schreibarbeiten erledigt und schließlich auch die Reinschrift des Manuskriptes besorgt haben.

Die relativ große Anzahl ausgewiesener Autoren rechtfertigt einige Hinweise darauf, welche Aufgaben jeder einzelne übernommen hat: Dr. Andreas Kaiser war vor allem an der Planung der Studie und der Datenerhebung beteiligt, und von Herrn Dipl.-Psych. Werner Aufsattler stammt die Konzeption für die Auswertung der empirischen Daten. Herr Dipl.-Kfm. Hans Wellenreuther erhob und analysierte zusammen mit Herrn Aufsattler das statistische Material und erstellte, nachdem sich dieser sowie Dr. Kaiser anderen Aufgaben zugewandt hatten, eine Rohfassung des hier vorliegenden Textes. Er war es auch, der sich nach Überarbeitung des ersten Entwurfs durch die Professoren Erwin Dichtl und Hans Raffée um das Zustandekommen eines druckfertigen Manuskriptes kümmerte. Die beiden letztgenannten Herren haben im übrigen den Anstoß zu dieser Studie gegeben und das Projektteam geleitet.

Mannheim und Stuttgart, im Juli 1981

*Die Autoren*



## Inhaltsverzeichnis

<b>Verzeichnis der Tabellen</b> .....	11
<b>Verzeichnis der Schaubilder</b> .....	16
<b>1. Einleitung</b> .....	17
<b>2. Motive und Formen staatlicher Mittelstandsförderung in der Bundesrepublik Deutschland</b> .....	20
2.1. <i>Motive staatlicher Mittelstandsförderung</i> .....	20
2.1.1. Begriff und Bedeutung des Mittelstandes .....	20
2.1.2. Strukturelle Nachteile mittelständischer Betriebe als Ansatzpunkt der Mittelstandsförderung .....	23
2.1.3. Grenzen der Mittelstandsförderung .....	31
2.2. <i>Formen der Mittelstandsförderung</i> .....	33
2.2.1. Maßnahmen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen ....	34
2.2.1.1. Wettbewerbspolitik und Wettbewerbsrecht .....	34
2.2.1.2. Bau- und Planungsrecht .....	37
2.2.1.3. Steuerrecht .....	37
2.2.1.4. Sozialpolitik .....	38
2.2.2. Der Staat als Marktteilnehmer .....	38
2.2.3. Maßnahmen zur Förderung des Mittelstandes im engeren Sinn	39
2.2.3.1. Maßnahmen zur Leistungssteigerung .....	39



2.2.3.1.1.	Beratung .....	39
2.2.3.1.2.	Schulung .....	41
2.2.3.2.	Finanzierungshilfen .....	42
3.	<b>Die Messung der Effizienz der staatlichen Maßnahmen zur Mittelstandsförderung</b> .....	45
3.1.	<i>Die Ausgaben des Bundes und der Länder für Mittelstandsförderung im Jahre 1978</i> .....	45
3.2.	<i>Zu den Ansätzen bisheriger Untersuchungen der Wirksamkeit staatlicher Mittelstandsförderung</i> .....	54
3.3.	<i>Das Konzept der vorliegenden Untersuchung</i> .....	55
3.3.1.	Der Gegenstandsbereich .....	55
3.3.1.1.	Der Begriff der „Mittelstandsförderung“ unter Berücksichtigung von Aspekten der Effizienzmessung .....	55
3.3.1.2.	Zur Beschränkung der Untersuchung auf den mittelständischen Einzelhandel .....	57
3.3.2.	Zur Wahl des Wirksamkeitskriteriums .....	59
3.3.3.	Probleme bei der Verwendung subjektiver Wirksamkeitsmaßstäbe .....	63
3.4.	<i>Die Anlage der Untersuchung</i> .....	66
3.4.1.	Die Auswahl der Probanden und die Durchführung der Interviews .....	66
3.4.2.	Der Frage- und Antwortbogen .....	68
3.4.3.	Die Auswertungskonzeption .....	73
4.	<b>Struktur der Stichprobe und Ergebnisse der Untersuchung</b> .....	84
4.1.	<i>Stichprobe</i> .....	84
4.1.1.	Teilnahme, regionale Streuung und Ortsgrößenstruktur .....	84

4.1.2.	Merkmale der untersuchten Unternehmen .....	87
4.1.2.1.	Branchenverteilung.....	87
4.1.2.2.	Unternehmensgröße .....	91
4.1.2.3.	Altersstruktur der Unternehmen.....	95
4.1.3.	Merkmale der Unternehmer.....	96
4.2.	<i>Die Ergebnisse der Untersuchung</i> .....	97
4.2.1.	Die Problemsituation der Befragten .....	97
4.2.1.1.	Geschäftsentwicklung.....	98
4.2.1.2.	Unternehmensinterne Schwierigkeiten und Probleme mit mittelständischen Konkurrenten.....	100
4.2.1.3.	Wettbewerbsnachteile gegenüber Großbetrieben.....	105
4.2.1.4.	Überbetriebliche Probleme .....	109
4.2.1.5.	Problemcluster .....	111
4.2.1.6.	Zur Vorhersagbarkeit der Problemsituation .....	117
4.2.2.	Die Aktivitäten mittelständischer Einzelhändler zur Steigerung ihrer Leistungsfähigkeit .....	118
4.2.2.1.	Nutzung der Aktivitäten.....	118
4.2.2.2.	Die Wirksamkeit der Aktivitäten .....	130
4.2.2.2.1.	Detailmaßstäbe für die Wirksamkeit der Aktivitäten.....	130
a)	Veränderungen im Betrieb als Folge der Aktivitäten .....	130
b)	Wirkungen der Aktivitäten .....	132
4.2.2.2.2.	Globale Maßstäbe für die Wirksamkeit der Aktivitäten .....	135
a)	Anteil unwirksamer Maßnahmen .....	135
b)	Relativer Nutzen wirksamer Maßnahmen.....	137
4.2.2.2.3.	Beurteilung der Aktivitäten in Abhängigkeit von der Problemsituation und von Betriebsmerkmalen.....	139
4.2.3.	Bekanntheitsgrad und Beurteilung staatlicher Förderungsmaßnahmen für den Mittelstand.....	142
4.2.3.1.	Bekanntheitsgrad der Maßnahmen .....	143
4.2.3.1.1.	Bekanntheitsgrad von Maßnahmen zur Mittelstandsförderung im engeren Sinn.....	143
4.2.3.1.2.	Bekanntheit von Gesetzen und Verordnungen zur Gewährleistung der Chancengleichheit für den Mittelstand.....	149

4.2.3.2. Beurteilung der staatlichen Förderungsmaßnahmen .....	151
4.2.3.2.1. Zwischenbetriebliche Zusammenarbeit .....	151
4.2.3.2.2. Beratung .....	155
4.2.3.2.3. Schulung .....	167
4.2.3.2.4. Finanzierungshilfen .....	170
<i>Exkurs zu 4.2.3.2.4.: Zur Bereitschaft und Fähigkeit von Kreditsachbearbeitern zur Vermittlung staatlicher Finanzierungshilfen.</i>	
Ergebnisse einer Befragung von Bankangestellten .....	173
4.2.4. Maßnahmen zur Förderung bislang wenig oder nicht geförderter Einzelhändler .....	176
4.2.5. Zusammenfassende Beurteilung der Maßnahmen des Staates zur Mittelstandsförderung .....	180
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	184
<b>Anhang 1</b>	
Frage- und Antwortbogen .....	189
<b>Anhang 2</b>	
Fragebogen zum Exkurs zu 4.2.3.2.4. ....	217
<b>Anhang 3</b>	
Berichtsbogen zur Erfassung der Ausgaben der Bundesländer für Mittelstandsförderung .....	221
<b>Anhang 4</b>	
Konditionen der ERP-Kredite und der M I/M II-Kredite der Kreditanstalt für Wiederaufbau seit 1973 .....	224

## Verzeichnis der Tabellen

1: Beitrag des Handels zur Bruttowertschöpfung in der Bundesrepublik Deutschland 1975 bis 1977 .....	18
2: Marktanteile der Betriebsformen des Einzelhandels (in %) in der Bundesrepublik Deutschland .....	22
3: Selbständige nach Wirtschaftsbereichen in Baden-Württemberg (ohne Land- und Forstwirtschaft) .....	24
4: Unternehmen, Beschäftigte, Umsatz im Einzelhandel Baden-Württembergs 1970 bis 1976 .....	24
5: Beschaffung, Lagerung, Absatz und Kosten des Lebensmitteleinzelhandels im Jahre 1977, aufgegliedert nach 7 Absatzgrößenklassen	25
6: Beschaffung, Lagerung, Absatz und Kosten des Eisenwaren- und Hausrathandels insgesamt im Jahre 1977, aufgegliedert nach 7 Absatzgrößenklassen .....	27
7: Beschaffung, Lagerung, Absatz und Kosten des Textileinzelhandels insgesamt im Jahre 1977, aufgegliedert nach 7 Absatzgrößenklassen	28
8: Die Bezuschussung von Beratungen seitens des Bundes in Abhängigkeit von der Höhe des Jahresumsatzes und der Wirtschaftsstufe des betreffenden Unternehmens .....	40
9: Förderungsmaßnahmen des Bundes .....	46
10: Förderung des Bundes nach Wirtschaftszweigen .....	47
11: Förderungsmaßnahmen der Länder 1978 insgesamt .....	48
12: Maßnahmen der Länder zur Steigerung der Leistungsfähigkeit nach Wirtschaftsbereichen .....	49
13: Mittelstandsförderung in Baden-Württemberg 1978 .....	50-51
14: Das Mittelstandsprogramm der Landeskreditbank Baden-Württemberg 1978 .....	53
15: Schema zur Erhebung inner- und zwischenbetrieblicher Probleme	69
16: Beispiel zur verwendeten Auswertungsmethode: Beobachtete und (bei Unabhängigkeit der Variablen) erwartete Häufigkeiten sowie deren Differenzen .....	75
17: Beispiel zur verwendeten Auswertungsmethode: Mittels Multiplikation der Randverteilung (aus Tabelle 16) berechnete Werte ....	76
18: Zugehörigkeit der untersuchten Unternehmen zu den verschiedenen Gemeindegrößenklassen .....	87
19: Branchenzugehörigkeit der untersuchten Einzelhandelsunternehmen .....	88

20: Repräsentanz der Stichprobe im Hinblick auf die Anzahl der Einzelhandelsunternehmen in ausgewählten Einzelhandelsbranchen in der Bundesrepublik Deutschland .....	89
21: Umsatz(anteile) ausgewählter Wirtschaftszweige .....	90
22: Umsatzklassen der untersuchten Betriebe im Jahre 1978 .....	91
23: Größe der Verkaufsfläche (in qm) der untersuchten Unternehmungen .....	92
24: Eigentumsverhältnisse hinsichtlich der Geschäftsräume der untersuchten Unternehmungen .....	92
25: Anzahl der Filialen der untersuchten Unternehmungen .....	93
26: Anzahl der Beschäftigten in den untersuchten Unternehmungen einschließlich Eigentümer und der im Geschäft mitarbeitenden Familienmitglieder .....	94
27: Anzahl der Auszubildenden in den untersuchten Unternehmungen .....	94
28: Altersstruktur der untersuchten Unternehmungen .....	95
29: Dauer der selbständigen Leitung der Unternehmung durch die Befragten .....	96
30: Altersstruktur der Befragten .....	96
31: Schulischer (und beruflicher) Werdegang der Interviewpartner ..	97
32: Einschätzung der eigenen Geschäftsentwicklung durch die Befragten .....	98
33: Zusammenhang zwischen der Einschätzung der Geschäftsentwicklung und der Branchenzugehörigkeit .....	99
34: Bedeutung vordringlicher innerbetrieblicher Problembereiche ...	100
35: Zusammenhang zwischen der Branchenzugehörigkeit und als vordringlich erachteten innerbetrieblichen Problembereichen .....	102
36: Zusammenhang zwischen der Geschäftsentwicklung und als vordringlich erachteten innerbetrieblichen Problembereichen .....	103
37: Innerbetriebliche Einzelprobleme einschließlich der Probleme mit mittelständischen Konkurrenten (Mehrfachnennungen) .....	104
38: Perzipierte Wettbewerbsnachteile der untersuchten Unternehmungen gegenüber Großbetrieben (Mehrfachnennungen) .....	106
39: Als vordringlich erachtete Wettbewerbsnachteile der untersuchten Unternehmen gegenüber Großbetrieben .....	107
40: Zusammenhang zwischen der Branchenzugehörigkeit und den wichtigsten Wettbewerbsnachteilen gegenüber Großbetrieben ...	108
41: Am häufigsten genannte überbetrieblich bedingte Probleme der untersuchten Unternehmungen (Mehrfachnennungen) .....	110
42: Zusammenhang zwischen der Einteilung der Befragten in Problemcluster und deren Einschätzung der Geschäftsentwicklung im Vorjahr .....	112

43: Zusammenhang zwischen der Problemsituation der Befragten und der Gemeindegröße .....	113
44: Zusammenhang zwischen der Unternehmensgröße (Anzahl der Beschäftigten) und der Problemsituation der untersuchten Unternehmen .....	114
45: Antwortverweigerung hinsichtlich der Umsatzhöhe in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße .....	115
46: Zusammenhang zwischen der Problemsituation der Befragten und der Eigentumsverhältnisse hinsichtlich der Geschäftsräume .....	116
47: Die Aktivitäten mittelständischer Einzelhändler zur Steigerung ihrer Leistungsfähigkeit und ihre Nutzung (Mehrfachnennungen) .....	119
48: Unter dem Oberbegriff „Zwischenbetriebliche Zusammenarbeit“ zusammengefaßte Aktivitäten der Befragten und das Ausmaß deren Nutzung .....	120
49: Unter den Oberbegriffen „Teilnahme an Schulungsveranstaltungen“ und „Inanspruchnahme von Beratungen“ zusammengefaßte Aktivitäten der Einzelhändler und das Ausmaß deren Nutzung ...	121
50: Unter dem Oberbegriff „Finanzierungshilfen“ zusammengefaßte Aktivitäten der Befragten .....	122
51: Zusammenhang zwischen der Dauer der Selbständigkeit und Aktivitäten der Einzelhändler zur Steigerung ihrer Leistungsfähigkeit	123
52: Aktivitäten der Befragten in Abhängigkeit von der Branchenzugehörigkeit .....	124
53: Beziehung zwischen der Problemsituation der Befragten und deren eigenen Aktivitäten zur Erhaltung der Leistungsfähigkeit .....	125
54: Aktivitätenbündel in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße (Anzahl der Beschäftigten) .....	127
55: Aktivitätenbündel in Abhängigkeit von der Problemsituation .....	128
56: Aktivitätenbündel in Abhängigkeit von der Gemeindegröße .....	129
57: Infolge von Aktivitäten zur Mittelstandsförderung durchgeführte oder geplante Veränderungen im Unternehmen (Mehrfachnennungen) .....	131
58: Durch die Nutzung der verschiedenen Aktivitäten zur Leistungssteigerung verursachte bzw. erwartete Wirkungen (Mehrfachnennungen) .....	133
59: Einschätzung der eigenen Aktivitäten durch die Befragten und Anteil der als unwirksam erachteten Aktivitäten .....	136
60: Vergleichende Einschätzung von zwischenbetrieblicher Zusammenarbeit, Schulung, Beratung, Finanzierungshilfen und Mitteilungsblättern .....	138
61: Zusammenhang zwischen der Branchenzugehörigkeit bzw. der Spezialisierung und der Wirksamkeit von Aktivitäten zur Leistungssteigerung .....	141

62: Die Nutzung von staatlichen Maßnahmen zur Förderung des Mittelstandes im engeren Sinn außerhalb von Einkaufszusammenschlüssen .....	142
63: Bekanntheitsgrad der staatlichen Maßnahmen zur Mittelstandsförderung im engeren Sinn (Mehrfachnennungen) .....	144
64: Zusammenhang zwischen der Ausbildung der Befragten und der Bekanntheit staatlicher Maßnahmen zur Mittelstandsförderung (Mehrfachnennungen mit Ausnahme der letzten Spalte) .....	146
65: Bekanntheit staatlicher Maßnahmen zur Mittelstandsförderung im engeren Sinn in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße (Mehrfachnennungen mit Ausnahme der Kategorie „Nicht informiert“) ..	147
66: Bekanntheit staatlicher Maßnahmen zur Mittelstandsförderung in Abhängigkeit von der Gemeindegröße (Anzahl der Einwohner) (Mehrfachnennungen mit Ausnahme der letzten Spalte) .....	148
67: Bekanntheitsgrad mittelstandsfreundlicher ordnungspolitischer Rahmenbedingungen (Mehrfachnennungen) .....	150
68: Zufriedenheit der befragten Einzelhändler mit der Qualität der ordnungspolitischen Rahmenbedingungen im Hinblick auf ihre mittelstandsfördernde Wirkung .....	150
69: Kritikpunkte und Änderungswünsche im Hinblick auf die mittelstandsfreundliche Gestaltung der ordnungspolitischen Rahmenbedingungen (Mehrfachnennungen) .....	151
70: Wirkungen verschiedener Arten zwischenbetrieblicher Zusammenarbeit (Mehrfachnennungen) .....	153
71: Anzahl von Mitgliedschaften in kooperativen Gebilden, die als für das eigene Unternehmen als unwirksam eingestuft werden .....	154
72: Beweggründe, mit Kollegen <i>nicht</i> zusammenzuarbeiten (Mehrfachnennungen) .....	154
73: Zusammenhang zwischen Träger und Erfolg von Beratungen ....	156
74: Zusammenhang zwischen Träger und Wirkungen von Beratungen	158
75: Zusammenhang zwischen Dauer und Wirksamkeit von Beratungen	159
76: Beurteilung von einmalig in Anspruch genommenen Betriebsbegehungen mit einer Dauer von bis zu zwei Stunden .....	159
77: Beurteilung von Kurzberatungen mit einer Gesamtdauer von über zwei Stunden bis zu zwei Tagen .....	160
78: Beurteilung von Beratungen mit einer Gesamtdauer von über zwei Tagen .....	161
79: Wirksamkeit von Beratungen in Abhängigkeit von deren Trägern und der Branchenzugehörigkeit bzw. Spezialisierung der Beratern .....	164
80: Beweggründe, eine Beratung <i>nicht</i> in Anspruch zu nehmen (Mehrfachnennungen) .....	166

81: Zusammenhang zwischen Träger und Erfolg von Schulungsveranstaltungen .....	167
82: Zusammenhang zwischen Träger und Beurteilung von Schulungsveranstaltungen .....	168
83: Beweggründe, an einer Schulungsveranstaltung <i>nicht</i> teilzunehmen (Mehrfachnennungen) .....	169
84: Beweggründe, eine staatliche Finanzierungshilfe <i>nicht</i> in Anspruch zu nehmen bzw. genommen zu haben (Mehrfachnennungen) ....	171
85: Einschätzung von Förderungsmöglichkeiten nach Maßgabe ihres vermuteten Nutzens durch Einzelhändler, die bislang keine oder nur eine der betrachteten Aktivitäten zur Förderung ihrer Leistungsfähigkeit unternommen hatten .....	177
86: Eigenschaften bzw. Begleiterscheinungen, welche potentielle Förderungsmaßnahmen aus der Sicht bislang wenig geförderter Einzelhändler <i>nicht</i> aufweisen sollten .....	178
87: Gründe für bislang wenig geförderte Einzelhändler, eine potentielle Förderungsmaßnahme in Anspruch zu nehmen .....	179



## Verzeichnis der Schaubilder

1: Fragenfolge hinsichtlich der Wirksamkeit genutzter Maßnahmen .	71
2: Verteilung der Antworten auf Zu- und Absagen . . . . .	85
3: Räumliche Verteilung der Interviews auf Postleiträume. . . . .	86

## 1. Einleitung

Die maßgeblichen politischen Parteien in der Bundesrepublik Deutschland messen dem gewerblichen Mittelstand große Bedeutung zu. Dies zeigt sich im Ausmaß der zu dessen Förderung von Bund und Ländern aufgewendeten Mittel.

Für die politische Willensbildung ist die Frage nach der Wirksamkeit staatlicher Mittelstandsförderungsmaßnahmen von großer Bedeutung. Nach Auffassung der Autoren mangelt es indessen zum Teil an geeigneten Informationen. Es ist deshalb deren Ziel, die Effizienz der staatlichen Mittelstandsförderung im Einzelhandel empirisch zu prüfen und Hypothesen über Wirkungszusammenhänge zu gewinnen.

Die Effizienz der staatlichen Mittelstandsförderung im Einzelhandel wurde an den Zielen gemessen, die sich die für die Mittelstandspolitik verantwortlichen staatlichen Stellen selbst gesetzt haben. Deren Anliegen ist die „Erhaltung und Verbesserung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen“. Diesen Beurteilungsmaßstab macht sich die vorliegende Untersuchung zu eigen und verzichtet weitgehend auf dessen Hinterfragung.

Als operationales Kriterium für die Wirksamkeit staatlicher Mittelstandsförderung wurden die Zielsetzungen der betroffenen mittelständischen Unternehmer gewählt. Dabei wurde ein Vergleich der Beurteilungen staatlicher Mittelstandsförderung und alternativer privater Aktivitäten angestrebt. Als solche Alternativen kommen alle Aktivitäten in Frage, die ebenfalls geeignet sind, Ziele der staatlichen Mittelstandsförderung zu erreichen. Dies trifft auch auf jene verschiedenen Formen zwischenbetrieblicher Zusammenarbeit zu, die derzeit staatlicherseits nicht gefördert werden. Der Nutzen, den mittelständische Einzelhändler aus ihrer Mitgliedschaft in Einkaufsvereinigungen ziehen, ist nicht zuletzt deshalb von Interesse, weil die Monopolkommission diesen Zusammenschlüssen vorwirft, sie vernachlässigten den Auftrag zur Förderung ihrer umsatzschwachen Mitglieder.

Die Beurteilung der staatlichen Mittelstandsförderung beruht für jene Fälle, in denen Vergleichbares auch ohne staatliche Unterstützung geschieht, auf einem Wirkungsvergleich. Dies gilt insbesondere für gewisse Arten von Betriebsberatungen, die mittelständischen Unternehmen nicht nur mit staatlicher Unterstützung, sondern in beträchtlichem Umfang auch ohne diese angeboten werden.

Aus Gründen der Vergleichbarkeit der Unternehmen beschränkt sich die Untersuchung auf den mittelständischen Einzelhandel der Lebensmittel-, Tex-

Jahr	Davon Bruttowertschöpfung des Handels							
	Bruttowertschöpfung <sup>1)</sup>				ingesamt			
	insgesamt in Mrd. DM	in Mrd. DM	in %	in %	Einzelhandel in Mrd. DM	in %	Großhandel in Mrd. DM	in %
1975	1.004,6	100,0	9,95	4,54	45,6	4,54	54,5	5,42
1976 <sup>2)</sup>	1.086,9	108,6	9,99	4,66	50,6	4,66	58,0	5,34
1977 <sup>2)</sup>	1.158,9	114,8	9,91	*	*	*	*	*

1) Die Bruttowertschöpfung ist um die Einfuhrabgabe niedriger als das Bruttoinlandsprodukt.

2) Vorläufiges Ergebnis

\* ) Daten liegen noch nicht vor

Quelle: Statistisches Jahrbuch 1979 für die Bundesrepublik Deutschland, S. 517

Tabelle 1: Beitrag des Handels zur Bruttowertschöpfung in der Bundesrepublik Deutschland in den Jahren 1975 bis 1977

til- und Hausrat- bzw. Haushaltwarenbranche; die Datengewinnung für den empirischen Teil der Untersuchung wurde im Bundesland Baden-Württemberg durchgeführt. Der Einzelhandel wurde vornehmlich wegen des starken Strukturwandels gewählt, dem dieser in den vergangenen zwei Jahrzehnten unterworfen war.

Die Bedeutung des Einzelhandels, gemessen an dessen Beitrag zur Bruttowertschöpfung, zeigt die Tabelle 1.

Neben der Bedeutung des Einzelhandels in der Volkswirtschaft ist für das Verständnis der Mittelstandspolitik die Kenntnis der Motive und der wichtigsten Formen staatlicher Mittelstandsförderung unerlässlich. Hierauf wird in Teil 2. eingegangen. Im Anschluß an Teil 3., in dem wir die Notwendigkeit und die Problematik der Effizienzmessung hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes sowie die Anlage der Untersuchung behandeln, stellen wir in Teil 4. die Ergebnisse einer eigenen empirischen Untersuchung vor.