

Statistik

kurz gefasst

INDUSTRIE, HANDEL UND DIENSTLEISTUNGEN

THEMA 4 – 6/2004

Inhalt

Einleitung..... 1

Anteil von Produkten der Markt-
und Meinungsforschung und
der Werbung am Gesamtumsatz
..... 2

Detaillierte Angaben zum
Umsatz nach Produkten..... 3

Produktspezialisierung 4

Umsatz nach
Kundenspezialisierung..... 5

Gebietsansässigkeit von
Kunden..... 6

Dienstleistungen im Rahmen der Markt- und Meinungsforschung und der Werbung

Pekka Alajääskö und Owen Blackburn

- In der Mehrzahl der Länder, aus denen Angaben vorliegen, beträgt der Grad der Produktspezialisierung in der Werbung mehr als 80 %.
- Über 80 % des Gesamtumsatzes im Bereich Markt- und Meinungsforschung werden in allen Ländern, aus denen Angaben vorliegen, mit Unternehmenskunden erwirtschaftet.
- 70 % der Leistungen im Bereich der Markt- und Meinungsforschung werden für gebietsansässige Kunden erbracht.
- Bei der Markt- und Meinungsforschung erreicht die Produktspezialisierung in vier der sechs Länder, aus denen Angaben vorliegen, einen Grad von über 80 %.

Einleitung

Mitte 1999 nahm Eurostat gemeinsam mit der GD Unternehmen ein Projekt in Angriff, das auf eine bessere statistische Erfassung des Sektors der Unternehmensdienstleistungen abzielte. Nach Abschluss der methodischen Vorarbeiten und einer Testphase in 2001 führten die am Projekt beteiligten Mitgliedstaaten eine Erhebung zu EDV-Tätigkeiten für das Berichtsjahr 2000 durch. Im Rahmen des genannten Projekts erfolgte 2002 eine weitere Erhebung zu EDV-Tätigkeiten und sonstigen Unternehmensdienstleistungen für das Berichtsjahr 2001.

In der aktuellen Ausgabe von „Statistik kurz gefasst“ werden die Ergebnisse der Erhebung zur Markt- und Meinungsforschung (NACE 74.13) und Werbung (NACE 74.4) für das Berichtsjahr 2001 vorgestellt. Acht Mitgliedstaaten (Dänemark, Spanien, Frankreich, Irland, Portugal, Finnland, Schweden und das Vereinigte Königreich) haben Eurostat Teildatensätze bzw. vollständige Datensätze übermittelt. Im Mittelpunkt der aktuellen Ausgabe von „Statistik kurz gefasst“ stehen die Umsatzdaten, aufgeschlüsselt nach Kunden und Produkten.

Da die Umsatzzahlen in den verschiedenen beteiligten Ländern erheblich voneinander abweichen können und es sich teilweise nur um vorläufige Angaben handelt, wird in den folgenden Abbildungen und Tabellen nur der prozentuale Anteil am Umsatz angegeben. Die Daten basieren auf Stichprobenerhebungen. In einigen Fällen ist die Rücklaufquote vergleichsweise niedrig sein, so dass die Daten mit Vorsicht interpretiert werden sollten. Eine umfassendere Analyse des Umsatzes, der Personalkosten, der Beschäftigtenzahl und der Wertschöpfung im Bereich Markt- und Meinungsforschung und Dienstleistungen im Rahmen der Werbung wird zu einem späteren Zeitpunkt durchgeführt



Manuskript abgeschlossen: 30.01.2004

ISSN 1561-4832

Katalognummer: KS-NP-04-006-DE-N

© Europäische Gemeinschaften, 2004

Anteil von Produkten der Markt- und Meinungsforschung und der Werbung am Gesamtumsatz

Auf Produkte der Markt- und Meinungsforschung (qualitative Erhebungen, regelmäßig durchgeführte quantitative Erhebungen und quantitative Ad-hoc-Erhebungen sowie Meinungsumfragen) – entfallen in den beteiligten Mitgliedstaaten mit Ausnahme des Vereinigten Königreichs über 60 % des in diesem Sektor erzielten Gesamtumsatzes. Im Vereinigten Königreich liegt der entsprechende Anteil bei knapp über 50 %. In Spanien, Frankreich, Finnland und Schweden dagegen beläuft er sich auf mehr als 90 %.

Mit Produkten der Werbung (Planungs-, Gestaltungs- und Platzierungsleistungen für Werbung und sonstige Werbeleistungen) werden weniger als 50 % des Gesamtumsatzes in allen beteiligten Mitgliedstaaten, mit Ausnahme Spaniens, erwirtschaftet. Bei Einbeziehung der Kategorie „Verkauf oder Vermietung von Werbeflächen oder -zeiten“ in die sonstigen Werbeleistungen ergibt sich in allen Ländern ein Umsatzanteil von über 90 %.

Abbildung 1. Werbung – Anteil der Hauptprodukte am Gesamtumsatz

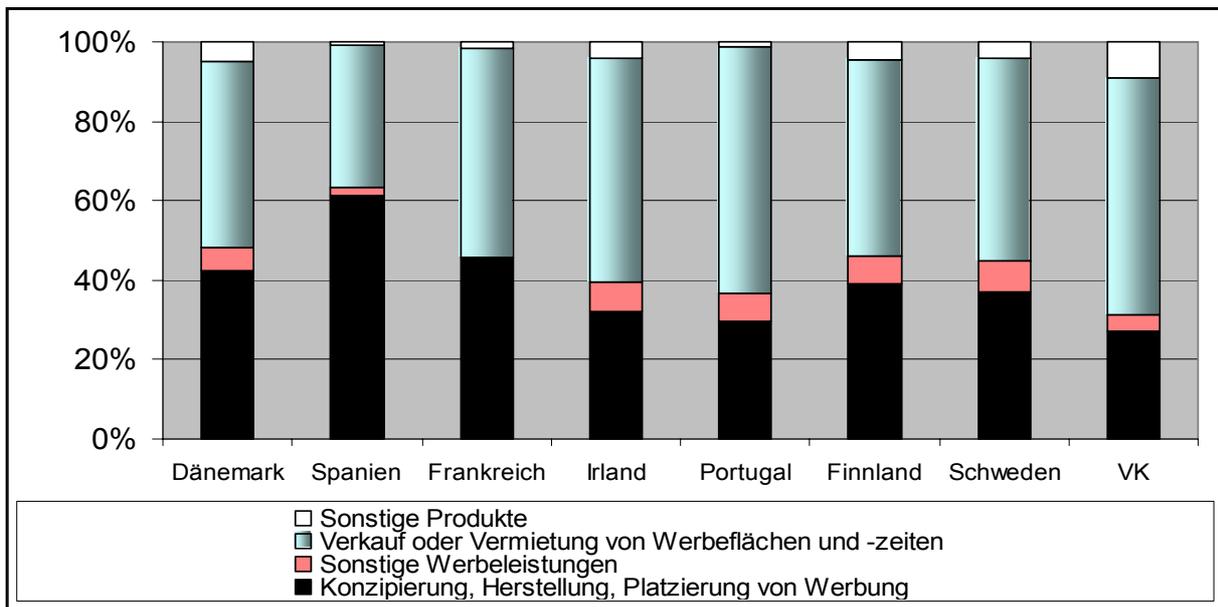
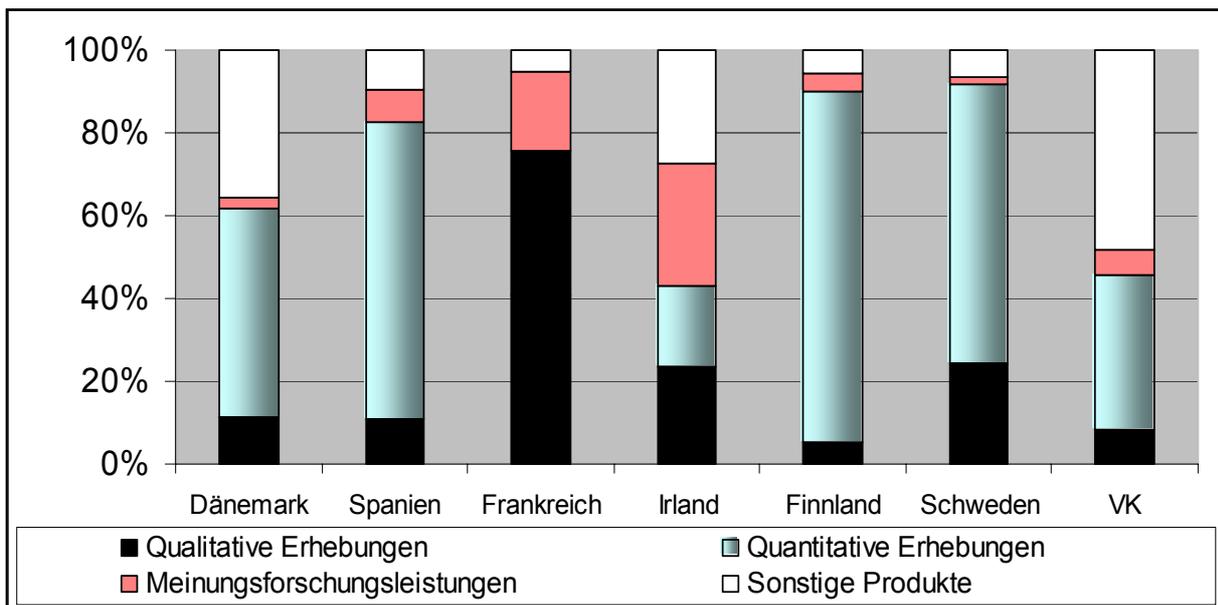


Abbildung 2. Markt- und Meinungsforschung – Anteil der Hauptprodukte am Gesamtumsatz



Detaillierte Angaben zum Umsatz nach Produkten

Aus den Tabellen 1 und 2 ist ersichtlich, dass auf „Sonstige Produkte a.n.g.“ bei der NACE-Position 74.13 in den Mitgliedstaaten ein erheblicher Umsatzanteil entfällt, während dies auf die NACE-Position 74.4 nicht zutrifft. „Sonstige Produkte a.n.g.“ ist eine schwierige Sammelposition, in der Produkte erfasst sind, die die Unternehmen in keine der in Frage kommenden

Positionen einordnen konnten (bzw. möglicherweise auch nicht wollten). Auf die Sammelposition dürfte normalerweise nur ein geringer Umsatzanteil entfallen. Während in Dänemark und im Vereinigten Königreich der Umsatz bei der NACE 74.13 29 % bzw. 36 % ausmacht - sind es, vergleichsweise, für das Vereinigte Königreich höchstens 8% bei der NACE 74.4.

Tabelle 1. NACE-Position 74.4 – Detaillierte Angaben zu Werbeprodukten

	DK	ES	FR	IE	PT	FI	SE	VK
Softwarehäuser	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1
Verkauf von Werbeplätzen	47,8	35,8	52,4	56,6	62,2	49,4	51,4	59,6
Komplettwerbung	18,0	52,1	45,8	27,3	16,1	25,2	25,1	18,1
Direktvermarktung	13,8	5,2	0,0	1,4	4,1	3,8	7,2	7,2
Werbegestaltung	10,8	4,2	0,0	3,3	9,7	11,1	4,9	2,9
Fotografische Dienstleistungen	0,7	0,2	0,0	0,1	0,1	2,9	0,4	0,3
Filmherstellung	2,3	0,7	0,0	0,9	0,2	0,4	0,7	1,5
Öffentlichkeitsarbeit	0,8	0,3	0,1	0,0	0,0	0,4	1,0	0,6
Zusammenstellung und Verkauf von Listen	0,1	0,1	0,0	0,6	0,7	0,0	1,2	0,2
Sonstige Werbeleistungen	1,7	0,6	0,0	6,0	5,7	3,2	4,2	1,6
Marktforschungsleistungen	0,4	0,0	0,0	0,8	0,1	0,2	1,5	0,4
Sonstige Produkte a.n.g.	2,9	0,8	1,7	3,0	1,1	3,4	2,1	7,5
Gesamt	100							

Anmerkung 1: Abbildung 1 bezieht sich auf Tabelle 1. In der Abbildung 1 entspricht die Position „Planungs-, Gestaltungs- und Platzierungsleistungen für Werbung“ den folgenden Positionen in der Tabelle 1: Komplettwerbung, Direktvermarktung und Werbegestaltung. Die Position „Sonstige Werbeleistungen“ entspricht den folgenden Positionen in der Tabelle 1: fotografische Dienstleistungen, Filmherstellung, Öffentlichkeitsarbeit sowie Zusammenstellung und Verkauf von Listen.

Anmerkung 2: Bei Tabelle 2 ist zu beachten, dass Frankreich zwar Angaben zum Gesamtumsatz bei qualitativen und quantitativen Erhebungen, war jedoch nicht in der Lage, eine Aufschlüsselung nach Produkten vorzunehmen. Deswegen wurde der prozentuale Anteil am Gesamtumsatz für Frankreich in Tabelle 2 in Klammern gesetzt. Entsprechend wird der Gesamtumsatz in Abbildung 2 unter „Quantitative Erhebungen“ dargestellt.

Tabelle 2. NACE-Position 74.13 Markt- und Meinungsforschung

	DK	ES	FR	IE	FI	SE	VK
Softwarehäuser	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,2
Sonstige EDV-Tätigkeiten	0,7	0,0	0,1	0,0	1,7	0,0	0,0
Verkauf von Werbeflächen	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	1,8	:
Sonstige Werbeleistungen	2,9	0,0	0,0	11,2	0,0	0,0	0,9
Qualitative Erhebungen	11,7	10,9	(75,7)	23,7	5,3	24,4	8,4
Quantitative Ad-hoc-Erhebungen	22,4	20,9	:	8,9	39,0	33,4	23,4
Regelmäßige quantitative Erhebungen	27,9	50,6	:	10,4	45,9	33,9	14,0
Meinungsforschungsleistungen	2,5	7,9	19,3	29,5	4,3	2,0	5,9
Unternehmens- und Public-Relations-Beratung	1,6	0,0	0,6	5,3	0,2	1,1	11,3
Schulungsleistungen	1,2	0,9	0,2	7,8	0,1	0,0	0,3
Sonstige Produkte a.n.g.	29,0	8,8	4,0	3,2	3,5	1,4	35,6
Gesamt	100						

Produktspezialisierung

Aus wirtschaftlicher Sicht lautet die Frage, wie abhängig die jeweilige Wirtschaftstätigkeit von ihrem Hauptprodukt ist bzw. wie groß oder klein die Produktvariation/-konzentration ist und inwieweit demzufolge Unternehmen von der Marktentwicklung bei den einzelnen Produkten abhängig sind. Für die Zwecke dieser Untersuchung wurden Unternehmen, die Dienstleistungen im Rahmen der Markt- und Meinungsforschung und der Werbung erbringen, als produktspezialisierte Unternehmen eingestuft, wenn sie mehr als 75 % ihres

Gesamtumsatzes mit dem Hauptprodukt des betreffenden Wirtschaftszweiges erwirtschaften. Der Anteil der spezialisierten Unternehmen am Gesamtumsatz beläuft sich in allen Ländern außer Dänemark und dem Vereinigten Königreich bei den Markt- und Meinungsforschungsleistungen und in Frankreich bei den Werbeleistungen auf über 80 %. In allen anderen Mitgliedstaaten gilt für beide Bereiche, dass die Unternehmen einen hohen Grad der Produktspezialisierung aufweisen.

Abbildung 3. Werbung – Umsatz nach Produktspezialisierung

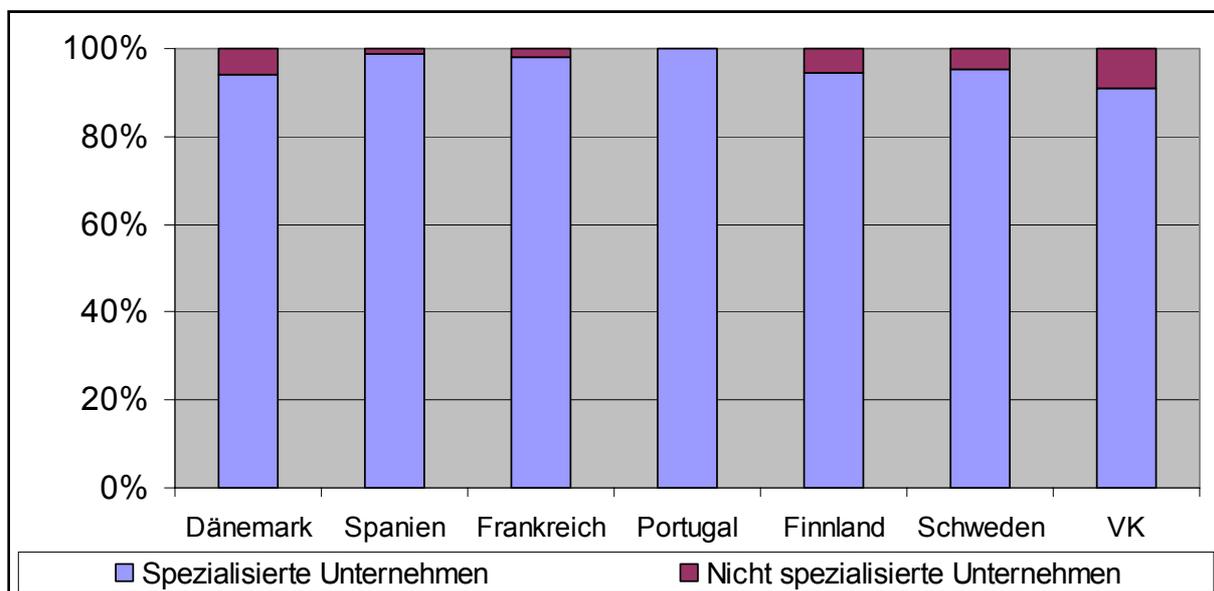
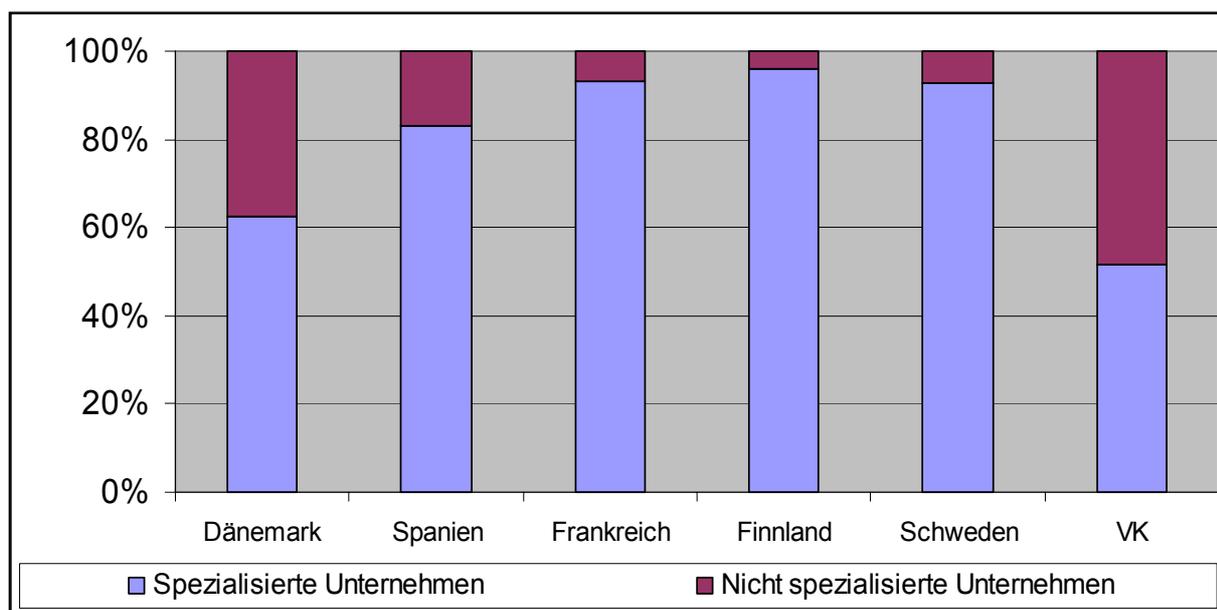


Abbildung 4. Markt- und Meinungsforschung – Umsatz nach Produktspezialisierung



Umsatz nach Kundenspezialisierung

In allen Berichtsländern sind sowohl bei der Markt- und Meinungsforschung als auch der Werbung Unternehmen die mit Abstand wichtigste Kundengruppe. Der Anteil der Unternehmenskunden beläuft sich in allen Fällen auf mindestens 80 %. In Spanien, Schweden und dem Vereinigten Königreich ist der öffentliche Sektor mit einem Anteil von etwa 8 % ein wichtiger Kunde für Dienstleistungen im Rahmen Markt-

und Meinungsforschung. In Irland entfällt ein erheblicher Anteil der erbrachten Werbeleistungen auf den öffentlichen Sektor. Er beträgt etwa 9 % des Gesamtumsatzes in diesem Sektor. Der Umsatzanteil der privaten Haushalte macht in Dänemark bei den Markt- und Meinungsforschungsleistungen und in Frankreich bei den Werbeleistungen jeweils etwa 5 % aus.

Abbildung 5. Werbung – Umsatz nach Kundentyp

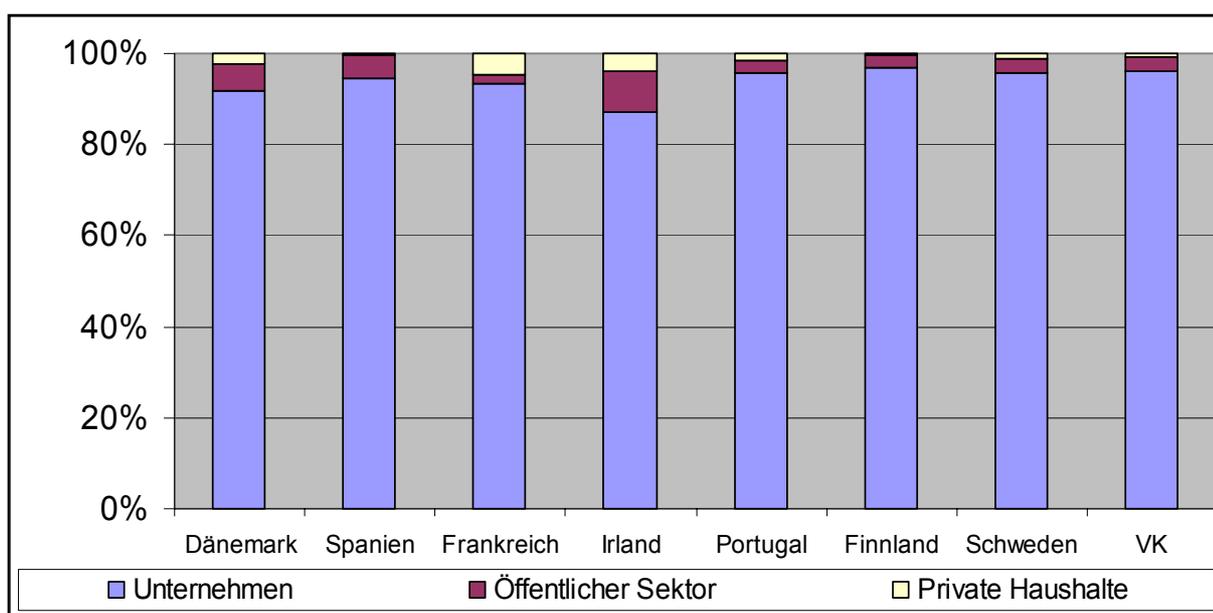


Abbildung 6. Markt- und Meinungsforschung – Umsatz nach Kundentyp



Gebietsansässigkeit von Kunden

Die Daten über die Gebietsansässigkeit von Kunden bieten nicht nur sehr allgemeine Anhaltspunkte zum Standort von Kunden, sondern lassen sich natürlich auch mit Daten zum Export von Dienstleistungen aus anderen Quellen vergleichen, so dass eine zusätzliche Quelle zur Verfügung steht und Angaben abgeglichen werden können, deren Ermittlung mit gewissen Schwierigkeiten verbunden ist. Was die Ansässigkeit von Unternehmenskunden anbelangt, so stellen

gebietsansässige Unternehmen eindeutig die Mehrheit der Auftraggeber für Dienstleistungen im Rahmen der Markt- und Meinungsforschung und der Werbung dar. Der Anteil gebietsfremder Kunden in der Markt- und Meinungsforschung übersteigt lediglich im Vereinigten Königreich die 20%-Marke. Bei der Werbung liegt ihr Anteil nur in Dänemark bei über 20%. In den anderen Ländern entfällt auf gebietsansässige Kunden durchgängig ein Anteil von mindestens 90%.

Abbildung 7. Werbung – Umsatz nach Kundensitz

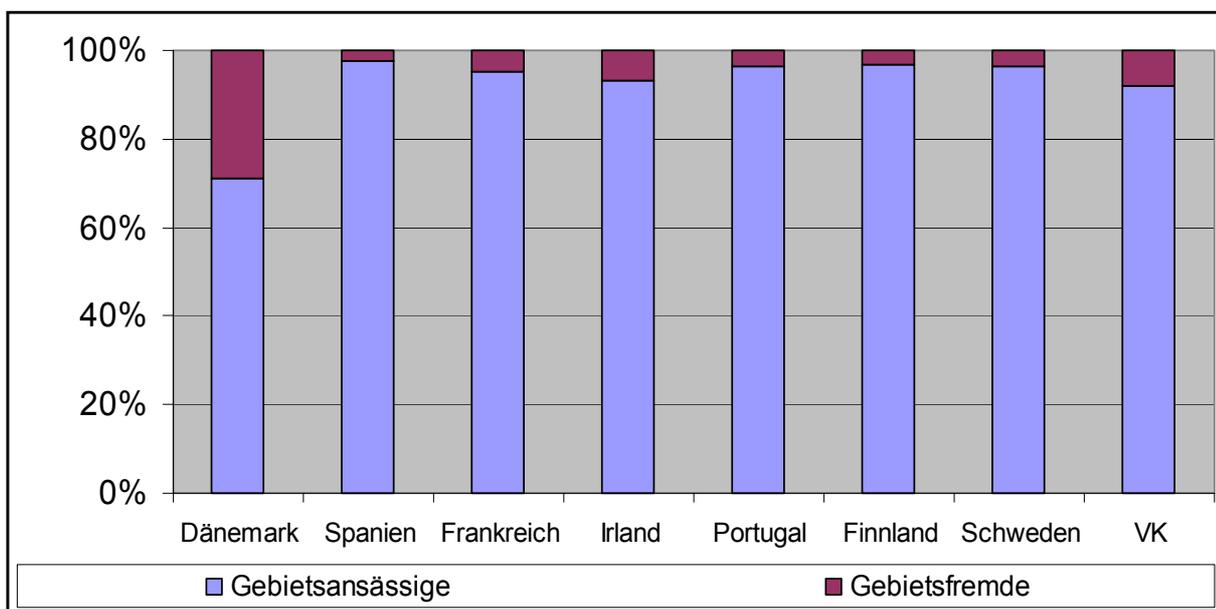
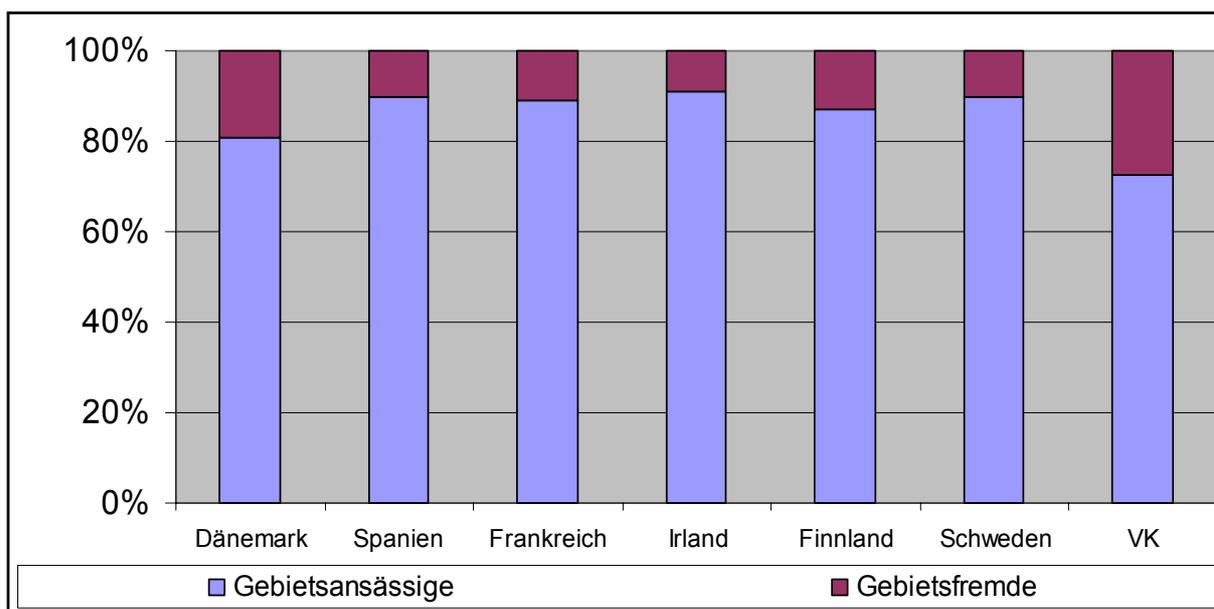


Abbildung 8. Markt- und Meinungsforschung – Umsatz nach Kundensitz



Weitere Informationen zu den Unternehmensdienstleistungen bieten „Statistik kurz gefasst“, 27/2003, zum Thema Computerdienstleistungen und „Statistik kurz gefasst“, 25/2002, ebenfalls zum Thema Computerdienstleistungen.

➤ WISSENSWERTES ZUR METHODIK

Wirtschaftszweige

Grundlage für die Klassifikation der Wirtschaftszweige in den Bereichen Dienstleistungen im Rahmen der Markt- und Meinungsforschung und Dienstleistungen im Rahmen der Werbung ist die NACE Rev.1, die Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Union.

NACE-Gruppe:

74.13: Markt- und Meinungsforschung

74.4: Werbung

Produktspezialisierung

Ein Unternehmen gilt als produktspezialisiert, wenn sein wichtigstes Produkt mit der Haupttätigkeit des Unternehmens übereinstimmt und einen Anteil von mindestens 75 % an dessen Gesamtnettoumsatz hat.

Umsatz

Der Umsatz umfasst die von der Erhebungseinheit während des Berichtszeitraums insgesamt in Rechnung gestellten Beträge, die den Verkäufen von Waren und Dienstleistungen an Dritte entsprechen. Er schließt alle Steuern und Abgaben ein, die auf die von der Einheit in Rechnung gestellten Waren oder Dienstleistungen zu entrichten sind; ausgenommen sind die MWSt, die die Einheit dem Kunden in Rechnung stellt, und sonstige, in ähnlicher Weise absetzbare, direkt mit dem Umsatz im Zusammenhang stehende Steuern.

Symbole

: Keine bzw. vertrauliche Angaben

Weitere Informationsquellen:

➤ Datenbanken

NewCronos, Thema 4, Bereich: sbs/bus serv

Wenn Sie weitere Auskünfte wünschen oder an unseren Veröffentlichungen, Datenbanken oder Auszügen daraus interessiert sind, wenden Sie sich bitte an einen unserer **Data Shops**:

DANMARK	DEUTSCHLAND	ESPAÑA	FRANCE	ITALIA – Roma
DANMARKS STATISTIK Bibliotek og Information Eurostat Data Shop Sejrøgade 11 DK-2100 KØBENHAVN Ø Tlf. (45) 39 17 30 30 Fax (45) 39 17 30 03 E-mail: bib@dst.dk URL: http://www.dst.dk/bibliotek	Statistisches Bundesamt Eurostat Data Shop Berlin Otto-Braun-Straße 70-72 (Eingang: Karl-Marx-Allee) D-10178 Berlin Tel. (49) 1888-644 94 27/28 (49) 611 75 94 27 Fax (49) 1888-644 94 30 E-Mail: datashop@destatis.de URL: http://www.eu-datashop.de/	INE Eurostat Data Shop Paseo de la Castellana, 183 Despacho 011B Entrada por Estébanez Calderón E-28046 MADRID Tel. (34) 915 839 167/ 915 839 500 Fax (34) 915 830 357 E-mail: datashop.eurostat@ine.es URL: http://www.ine.es/produser/datashop/index.html Member of the MIDAS Net	INSEE Info Service Eurostat Data Shop 195, rue de Bercy Tour Gamma A F-75582 PARIS CEDEX 12 Tél. (33) 1 53 17 88 44 Fax (33) 1 53 17 88 22 E-mail: datashop@insee.fr Member of the MIDAS Net	ISTAT Centro di informazione statistica Sede di Roma Eurostat Data Shop Via Cesare Balbo, 11a I-00184 Roma Tel. (39) 06 46 73 32 28 Fax (39) 06 46 73 31 01/ 07 E-mail: datashop@istat.it URL: http://www.istat.it/Prodotti-e/ Allegati/ Eurostatdatashop.html Member of the MIDAS Net
ITALIA – Milano	NEREDLAND	PORTUGAL	SUOMI/FINLAND	SVERIGE
ISTAT Ufficio Regionale per la Lombardia Eurostat Data Shop Via Fieno 3 I-20123 MILANO Tel. (39) 02 80 61 32 460 Fax (39) 02 80 61 32 304 E-mail: mileuro@tin.it URL: http://www.istat.it/Prodotti-e/ Allegati/ Eurostatdatashop.html Member of the MIDAS Net	Centraal Bureau voor de Statistiek Eurostat Data Shop - Voorburg Postbus 4000 NL-2270 JM VOORBURG Nederland Tel. (31) 70 337 49 00 Fax (31) 70 337 59 84 E-mail: datashop@cbs.nl URL: www.cbs.nl/eurodatashop	Eurostat Data Shop Lisboa INE/Serviço de Difusão Av. António José de Almeida, 2 P-1000-043 LISBOA Tel. (351) 21 842 61 00 Fax (351) 21 842 63 64 E-mail: data.shop@ine.pt	Statistics Finland Eurostat Data Shop Helsinki Tilastokirjasto PL 2B FIN-00022 Tilastokeskus Työpajatu 13 B, 2.Kerros, Helsinki P. (358) 9 17 34 22 21 F. (358) 9 17 34 22 79 Sähköposti: datashop@stat.fi URL: http://www.tilastokeskus.fi/tk/tilastokirjasto/	Statistics Sweden Information service Eurostat Data Shop Karlavägen 100 - Box 24 300 S-104 51 STOCKHOLM Tfn (46) 8 50 69 48 01 Fax (46) 8 50 69 48 99 E-post: info@scb.se URL: http://www.scb.se/templates/ Standard_22884.asp
UNITED KINGDOM	NORGE	SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA	UNITED STATES OF AMERICA	
Eurostat Data Shop Office for National Statistics Room 1.015 Cardiff Road Newport South Wales NP10 8XG United Kingdom Tel. (44) 1633 81 33 69 Fax (44) 1633 81 33 33 E-mail: eurostat.datashop@ons.gov.uk	Statistics Norway Library and Information Centre Eurostat Data Shop Kongens gate 6 Boks 8131 Dep. N-0033 OSLO Tel. (47) 21 09 46 42 / 43 Fax (47) 21 09 45 04 E-mail: Datashop@ssb.no URL: http://www.ssb.no/bibliotek/datashop/	Statistisches Amt des Kantons Zürich Eurostat Data Shop Bleicherweg 5 CH-8090 Zürich Tel. (41) 1 225 12 12 Fax (41) 1 225 12 99 E-mail: datashop@statistik.zh.ch URL: http://www.statistik.zh.ch	Harver Analytics Eurostat Data Shop 60 East 42nd Street Suite 3310 NEW YORK, NY 10165 USA Tel. (1) 212 986 93 00 Fax (1) 212 986 69 81 E-mail: eurodata@haver.com URL: http://www.haver.com/	

Media Support Eurostat (nur für Journalisten):
 Bech Gebäude Büro A4/017 • L-2920 Luxembourg • Tel. (352) 4301 33408 • Fax (352) 4301 35349 • e-mail: eurostat-mediasupport@cec.eu.int

Auskünfte zur Methodik:

Pekka Alajääskö, Eurostat / D3, L-2920 Luxembourg, Tel. (352) 4301 34044, Fax (352) 4301 32600,

E-mail: Pekka.Alajaasko@cec.eu.int

ORIGINAL: Englisch

Unsere Internet-Adresse: www.europa.eu.int/comm/eurostat/ Dort finden Sie weitere Informationen.

Ein Verzeichnis unserer Verkaufsstellen in der ganzen Welt erhalten Sie beim **Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften**

2 rue Mercier - L-2985 Luxembourg
 Tel. (352) 2929 42118 Fax (352) 2929 42709
 URL: http://publications.eu.int
 E-mail: info-info-opo@cec.eu.int

BELGIQUE/BELGIË - DANMARK - DEUTSCHLAND - GREECE/ELLADA - ESPAÑA - FRANCE - IRELAND - ITALIA - LUXEMBOURG - NEDERLAND - ÖSTERREICH
 PORTUGAL - SUOMI/FINLAND - SVERIGE - UNITED KINGDOM - ISLAND - NORGE - SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA - BALGARJA - CESKÁ REPUBLIKA - CYPRUS
 EESTI - HRVATSKA - MAGYARORSZÁG - MALTA - POLSKA - ROMÂNIA - RUSSIA - SLOVAKIA - SLOVENIA - TÜRKIYE - AUSTRALIA - CANADA - EGYPT - INDIA
 ISRAËL - JAPAN - MALAYSIA - PHILIPPINES - SOUTH KOREA - THAILAND - UNITED STATES OF AMERICA

Bestellschein

Ich möchte „Statistik kurz gefasst“ abonnieren (vom 1.1.2004 bis 31.12.2004):
 (Anschriften der Data Shops und Verkaufsstellen siehe oben)

Alle 9 Themenkreise (etwa 200 Ausgaben)

- Papier: 240 EUR
 Gewünschte Sprache: DE EN FR

Statistik kurz gefasst kann von der Eurostat Web-Seite kostenlos als pdf-Datei heruntergeladen werden. Sie müssen sich lediglich dort eintragen.
 Für andere Lösungen wenden Sie sich bitte an Ihren Data Shop.

- Bitte schicken Sie mir ein Gratisexemplar des „Eurostat Minikatalogs“ (er enthält eine Auswahl der Produkte und Dienste von Eurostat)
 Gewünschte Sprache: DE EN FR

- Ich möchte das Gratisabonnement von „Statistische Referenzen“
 (Kurzinformationen zu den Produkten und Diensten von Eurostat)
 Gewünschte Sprache: DE EN FR

- Herr Frau
 (bitte in Großbuchstaben)

Name: _____ Vorname: _____

Firma: _____ Abteilung: _____

Funktion: _____

Adresse: _____

PLZ: _____ Stadt: _____

Land: _____

Tel.: _____ Fax: _____

E-mail: _____

Zahlung nach Erhalt der Rechnung vorzugsweise:

- durch Banküberweisung
 Visa Eurocard

Karten-Nr.: _____ gültig bis: ____/____/____

Ihre MwSt.-Nr. f.d. innergemeinschaftlichen Handel:

Fehlt diese Angabe, wird die MwSt. berechnet. Eine Rückerstattung ist nicht möglich.