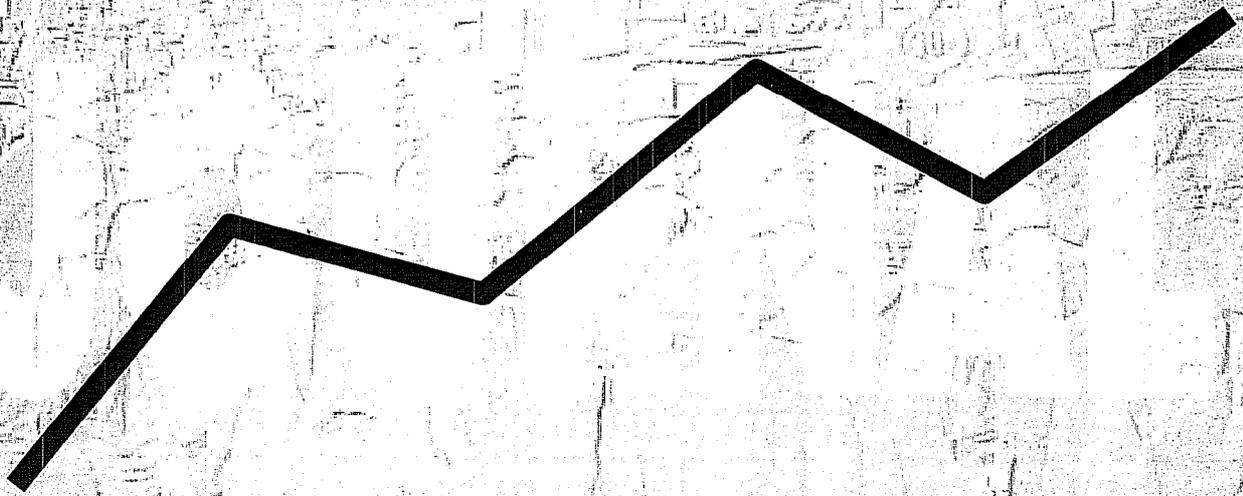


Statistik



Statistisches Landesamt SAARLAND

Ausgabe 1+2/2000

Statistisches Landesamt  SAARLAND

ZEICHENERKLÄRUNG

- p vorläufige Zahlen
- 0 mehr als nichts, aber weniger als die Hälfte der kleinsten in der Tabelle nachgewiesenen Einheit
- r berichtigte Zahlen
- nichts vorhanden (genau null)
- . Zahlenwert unbekannt oder geheimzuhalten
- X Tabellenfach gesperrt, weil Aussage nicht sinnvoll
- ... Angabe fällt später an
- / keine Angabe, da Zahlenwert nicht sicher genug
- () Aussagewert eingeschränkt, da der Zahlenwert Fehler aufweisen kann

Abweichungen in den Summen durch Runden der Zahlen möglich

IMPRESSUM

Herausgeber: Statistisches Landesamt Saarland
Virchowstraße 7, 66119 Saarbrücken
Postfach 10 30 44, 66030 Saarbrücken
Telefon: (06 81) 5 01 - 59 35 oder - 59 25
Telefax: (06 81) 5 01 - 59 15
E-Mail: statistik@stala.saarland.de
Internet: <http://www.statistik.saarland.de>

Bezugspreis: Einzelheft **5,00 DM**
Jahresabonnement **50,00 DM**

Bestellungen: Statistisches Landesamt Saarland
Telefon: (06 81) 5 01 - 59 27

ISSN 1430 - 2764

© Statistisches Landesamt Saarland, Saarbrücken, 2000.

Für nichtgewerbliche Zwecke sind Vervielfältigung und unentgeltliche Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet. Die Verbreitung, auch auszugsweise, über elektronische Systeme/Datenträger bedarf der vorherigen Zustimmung. Alle übrigen Rechte bleiben vorbehalten.

INHALT

BEITRÄGE

Lehrernachwuchs 1999	3
Wahlverhalten im Saarland bei der Europawahl am 13. Juni 1999 - Ergebnisse der repräsentativen Wahlstatistik -	7
Vermarktung - Marketingkonzept der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder	15
Preisindex für die Lebenshaltung im Dezember 1999	25

GRAPHIKEN

Wirtschaftsgraphiken	27
----------------------	----

TABELLENTEIL

Zahlenspiegel	33
---------------	----

KONJUNKTUR AKTUELL

Verarbeitendes Gewerbe - Januar 2000	42
--------------------------------------	----

ANHANG

Veröffentlichungen des Statistischen Landesamtes Saarland	44
Mitteilungen des Amtes	44



Bildung

Gottfried Backes

Lehrernachwuchs 1999

Vorbemerkung

Die Ausbildung des Lehrernachwuchses erfolgt im Saarland für das Lehramt an Gymnasien und Gesamtschulen an zwei staatlichen Studienseminaren, für das Lehramt an beruflichen Schulen an zwei Landesstudienseminaren, und zwar einem für Studienreferendare/-innen im kaufmännisch-wirtschaftlichen Bereich und einem für solche im technisch-gewerblichen und sozialpflegerischen Bereich. Die Ausbildung für Realschul- und Gesamtschulanwärter/-innen und für das Lehramt der Primarstufe sowie an Haupt- und Gesamtschulen erfolgt an je einem staatlichen Studienseminar.

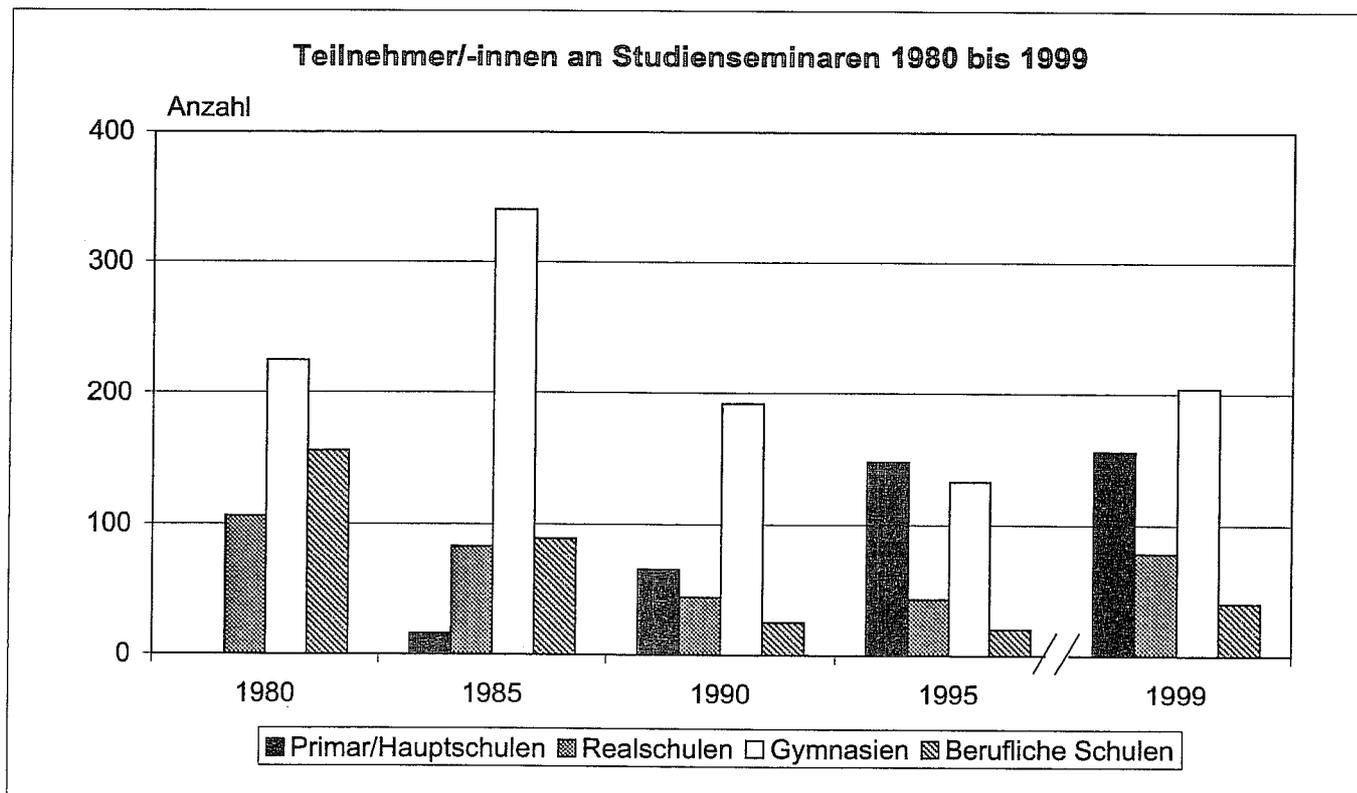
Das Statistische Landesamt führt jährlich zum Stichtag 1. März gemäß § 20 d der Neufassung des Schulordnungsgesetzes vom 21.8.1996 (Amtsblatt des Saarlandes Nr. 37 vom 26.8.1996, S. 855) eine Erhebung der o.a. Studienseminare durch.

Ergebnisse

Knapp 70 % aller Lehramtsanwärter sind Frauen

An den sechs saarländischen Studienseminaren wurden in diesem Frühjahr insgesamt 478 Lehramtsanwärter und -anwärterinnen registriert. Es handelt sich dabei um 330 Frauen (69,0 %) und lediglich 148 Männer. Gegenüber 1998 hat sich die Zahl der Anwärter/-innen um 41 oder 9,4 % erhöht, gegenüber 1992 mit 290 Teilnehmern/-innen, dem tiefsten Besucher-Stand in den 90er Jahren, gar um 188 bzw. um fast zwei Drittel.

Derzeit bereiten sich 204 Personen auf das Lehramt an Gymnasien und Gesamtschulen vor. 156 Anwärter/-innen streben das Lehramt der Primarstufe sowie an Haupt- und Gesamtschulen an. 78 wollen Realschul- oder Gesamtschullehrer/-in werden und 40 entschieden sich für die beruflichen Schulen.



1. Teilnehmer/-innen an

Studienseminare für das Lehramt an	Teilnehmer/-innen		
	insgesamt	männlich	weiblich
Primarstufe, Haupt- und Gesamtschulen	156	23	133
Real- und Gesamtschulen	78	19	59
Gymnasien und Gesamtschulen	204	86	118
Berufliche Schulen	40	20	20
davon:			
technisch-gewerblicher und sozialpflegerischer Bereich	24	15	9
kaufmännisch-wirtschaftlicher Bereich	16	5	11
INSGESAMT	478	148	330
Dagegen 1998	437	133	304

2. Lehramtsanwärter/-innen und erfolgreich

Jahr	Teilnehmer/-innen Absolventen/-innen insgesamt		Lehramtsanwärter/-innen und bestandene Prüfungen								
			Gymnasien						beruflichen		
			Teilnehmer/-innen			Absolventen/-innen			Teilnehmer/-innen		
			zus.	männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.
1980 ¹⁾	487	299	225	140	85	151	93	58	156	109	47
1990	326	184	102	91	101	115	51	64	25	13	12
1997	383	220	167	63	104	57	15	42	41	25	16
1998	437	135	168	72	96	88	28	60	44	23	21
1999	478	216	204	86	118	65	33	32	40	20	20

1) Die Zahlen beziehen sich auf den Zeitraum vom 1. Februar des Vorjahres bis zum 31. Januar des angegebenen Jahres.

3. Teilnehmer/-innen (Fälle) mit erfolgreich abgelegter Prüfung

Lehrbefähigung im Fach	Erfolgreich abgelegte Prüfungen für das Lehramt an								
	Primarstufe, Haupt-/Gesamtschulen			Real-/Gesamtschulen			Gymnasien/Gesamtschulen		
	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich
Biologie	-	-	-	7	1	6	3	2	1
Chemie	-	-	-	5	1	4	6	3	3
Deutsch, Germanistik	25	-	25	18	3	15	12	6	6
Didaktik der Primarstufe	81	5	76	-	-	-	-	-	-
Englisch	-	-	-	8	2	6	18	8	10
Erdkunde	1	-	1	2	-	2	6	4	2
Französisch	5	-	5	3	1	2	14	3	11
Geschichte	-	-	-	4	1	3	4	2	2
Kunst	8	1	7	6	-	6	2	1	1
Latein	-	-	-	-	-	-	4	-	4
Mathematik	19	2	17	7	4	3	22	14	8
Musik	3	-	3	1	1	-	6	4	2
Physik	-	-	-	2	1	1	8	8	-
Religion, evangelisch	3	-	3	3	-	3	1	1	-
Religion, katholisch	11	2	9	2	1	1	4	3	1
Sozialkunde, Politik	2	2	-	5	1	4	8	4	4
Spanisch, Italienisch	-	-	-	-	-	-	8	-	8
Sport	15	4	11	3	1	2	4	3	1
Textiles Gestalten/Werken	3	2	1	1	1	-	-	-	-
INSGESAMT	176	18	158	77	19	58	130	66	64

*) Mehrfachzählung möglich.

Studienseminaren 1999

Davon im							
1. Ausbildungsjahr				2. Ausbildungsjahr			
1. Halbjahr		2. Halbjahr		3. Halbjahr		4. Halbjahr	
zusammen	dar. weiblich	zusammen	dar. weiblich	zusammen	dar. weiblich	zusammen	dar. weiblich
28	20	66	63	29	22	33	28
23	19	22	14	19	16	14	10
64	36	45	23	39	23	56	36
5	2	17	8	4	3	14	7
1	-	10	3	-	-	13	6
4	2	7	5	4	3	1	1
120	77	150	108	91	64	117	81
93	66	116	78	78	59	150	101

abgelegte Prüfungen 1980 bis 1999

für das Lehramt an

Schulen			Real-/Gesamtschulen						Primarstufe, Haupt-/Gesamtschulen					
Absolventen/-innen			Teilnehmer/-innen			Absolventen/-innen			Teilnehmer/-innen			Absolventen/-innen		
zus.	männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.
70	50	20	106	31	75	78	34	44	-	-	-	-	-	-
20	14	6	44	11	33	26	4	22	65	13	52	23	5	18
9	6	3	54	16	38	35	6	29	121	10	111	119	12	107
14	10	4	74	16	58	14	7	7	151	22	129	19	2	17
25	15	10	78	19	59	38	9	29	156	23	133	88	9	79

im Jahre 1998/99 nach fächerspezifischer Lehrbefähigung*)

Lehrbefähigung im Fach	Erfolgreich abgelegte Prüfungen für das Lehramt an			
	beruflichen Schulen			
	insgesamt		männlich	weiblich
	absolut	%		
Bau-, Holztechnik	-	-	-	-
Biologie	-	-	-	-
Chemietechnik, Pharmazie	1	2,0	1	-
Datenverarbeitung	5	10,0	2	3
Energie- und Elektrotechnik	3	6,0	3	-
Englisch	3	6,0	-	3
Erziehungswissenschaft und Psychologie	-	-	-	-
Französisch	1	2,0	1	-
Geographie	-	-	-	-
Germanistik, Deutsch	2	4,0	-	2
Gesundheitsdienst, Körperpflege, Kosmetik	-	-	-	-
Graphische Technik, Druck und dgl.	2	4,0	-	2
Hauswirtschaft	-	-	-	-
Kaufmännische Fachrichtung	-	-	-	-
Kfz-Technik	2	4,0	2	-
Mathematik und Statistik	-	-	-	-
Metalltechnik, Maschinenbau	8	16,0	8	-
Nachrichten-, Radio-, Fernsehtechnik	-	-	-	-
Nahrungsgewerbe	-	-	-	-
Physik	1	2,0	1	-
Politik, Sozial- und Staatslehre	8	16,0	7	1
Sozialkunde, Geschichte, Erdkunde	-	-	-	-
Sport	4	8,0	3	1
Textil, Bekleidung	-	-	-	-
Theologie	-	-	-	-
Wirtschaftswissenschaften	10	20,0	2	8
INSGESAMT	50	100,0	30	20

In der Zeit vom 2. März 1998 bis 1. März 1999 haben 216 Absolventen/-innen die zweite Staatsprüfung erfolgreich abgelegt. Der Frauenanteil lag mit 150 bei knapp sieben Zehnteln (69,4 %). Bis zum nächsten Erhebungstermin am 1. März 2000 werden voraussichtlich 208 (davon 145 weibliche) Lehramtsanwärter/-innen ihr zweites Staatsexamen ablegen, und zwar 62 für das Lehramt der Primarstufe sowie an Haupt- und Gesamtschulen, 95 für das Lehramt an Gymnasien und Gesamtschulen, 33 für das Realschul- und Gesamtschullehramt und 18 für das Lehramt an beruflichen Schulen.

Das staatliche Studienseminar für das **Lehramt der Primarstufe sowie für das Lehramt an Haupt- und Gesamtschulen** zählte am 1. März 1999 insgesamt 23 Teilnehmer und 133 Teilnehmerinnen. Seit der Vorjahreserhebung haben 79 Kandidatinnen und neun Kandidaten die Prüfung mit Erfolg abgelegt. Dabei wurde in 81 Fällen Didaktik der Primarstufe gewählt, gefolgt von Deutsch mit 25 und Mathematik mit 19 Fällen. Die Teilnehmer/-innen werden von 63 Lehrpersonen, darunter drei hauptamtlichen Kräften, unterrichtet.

Am staatlichen Studienseminar für das **Lehramt an Real- und Gesamtschulen** wurden am Erhebungstichtag insgesamt 78 Teilnehmer/-innen registriert, darunter 59 Frauen. In diesem Ausbildungsjahr werden voraussichtlich 33 Absolventen/-innen den Vorbereitungsdienst mit der zweiten Prüfung abschließen. Für die 38 Realschul- und Gesamtschullehrer/-innen, die 1998 die zweite Staatsprüfung bestanden, waren Deutsch mit 18 und Englisch mit acht Fällen die gefragtesten Fächer. Die Seminaristen/-innen werden zur Zeit von

zwei haupt- und fünf nebenamtlichen Lehrkräften ausgebildet.

Die zwei staatlichen Studienseminare für das **Lehramt an Gymnasien und Gesamtschulen** wurden am 1. März 1999 von insgesamt 204 Referendaren/-innen besucht. Unter ihnen befanden sich 118 Lehramtsanwärterinnen. Im ersten Halbjahr ihrer Ausbildung stehen zu diesem Zeitpunkt 64 Seminarbesucher/-innen; 95 Personen werden demgegenüber voraussichtlich in diesem Jahr ihr zweites Staatsexamen ablegen und ihre Ausbildung abschließen. Bei den 33 Absolventen und 32 Absolventinnen des vergangenen Jahres überwogen folgende Fächer: Mathematik mit 22, Englisch mit 18 und Französisch mit 14 Fällen. Um die Ausbildung der Studienreferendare/-innen an Gymnasien und Gesamtschulen bemühen sich insgesamt 53 Lehrkräfte, davon zwei haupt- und 51 nebenamtlich.

Für die Ausbildung zum **Lehramt an beruflichen Schulen** stehen im Saarland zwei Landesstudienseminare zur Verfügung. Dort befanden sich am 1. März 1999 40 Seminarteilnehmer/-innen im Vorbereitungsdienst, 24 als Studienreferendare/-innen im technisch-gewerblichen und sozialpflegerischen Bereich und 16 im kaufmännisch-wirtschaftlichen Bereich. Im letzten Jahr haben 25 Seminaristen/-innen ihre Prüfung erfolgreich abgelegt, darunter zehn Frauen. In einem Fünftel aller Fälle entschieden sich die Absolvent(en)/-innen für die Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften, jeweils 16 % für Metalltechnik, Maschinenbau bzw. Politik, Sozial- und Staatslehre. Insgesamt sind 36 Lehrkräfte für die Ausbildung zum Lehramt an beruflichen Schulen eingesetzt, darunter drei hauptamtlich.

Wahlen

Johannes Barth

Wahlverhalten im Saarland bei der Europawahl am 13. Juni 1999

- Ergebnisse der repräsentativen Wahlstatistik -

1. Vorbemerkungen

Am 13. Juni 1999 waren die Bürger und Bürgerinnen in den fünfzehn Staaten der Europäischen Union (Belgien, Dänemark, Bundesrepublik Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien, Großbritannien und Nordirland) zum fünften Mal aufgerufen, die 626 Mitglieder des Europäischen Parlaments zu wählen, von denen 99 Parlamentarier und Parlamentarierinnen aus der Bundesrepublik Deutschland stammen.

Das Saarland wird im neuen Parlament durch die drei Abgeordneten Josef Leinen (SPD), Doris Pack (CDU) und Hiltrud Breyer (GRÜNE) vertreten.

Für die Wahl der Abgeordneten des Europäischen Parlaments aus der Bundesrepublik Deutschland und die Durchführung der repräsentativen Wahlstatistik sind die folgenden Gesetze und Verordnungen maßgebend:

- Europawahlgesetz (EuWG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 8. März 1994 (BGBl. I S. 555),
- Europawahlordnung (EuWO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 2. Mai 1994 (BGBl. I S. 957)
- Bundeswahlgesetz (BWG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.07.1993 (BGBl. I S. 1 288), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 15. November 1996 (BGBl. I S. 1 712)
- Gesetz über die allgemeine und repräsentative Wahlstatistik bei der Wahl zum Deutschen Bundestag und bei der Wahl der Abgeordneten des Europäischen Parlaments aus der Bundesrepublik Deutschland (WStG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. Mai 1999 (BGBl. I S. 1 023).

Anders als bei Bundestagswahlen mit einem Mischsystem von Mehrheits- und Verhältniswahl (Erst- und Zweitstimmen) erfolgt die Wahl zum Europäischen Parlament in der Bundesrepublik Deutschland mit nur einer Stimme nach den Grundsätzen der Verhältniswahl. Die Parteien und sonstigen politischen Vereinigungen können sich entweder mit einer "gemeinsamen

Liste für alle Länder" (Bundesliste) oder mit einer "Liste für ein Land" (Landesliste) an der Wahl beteiligen.

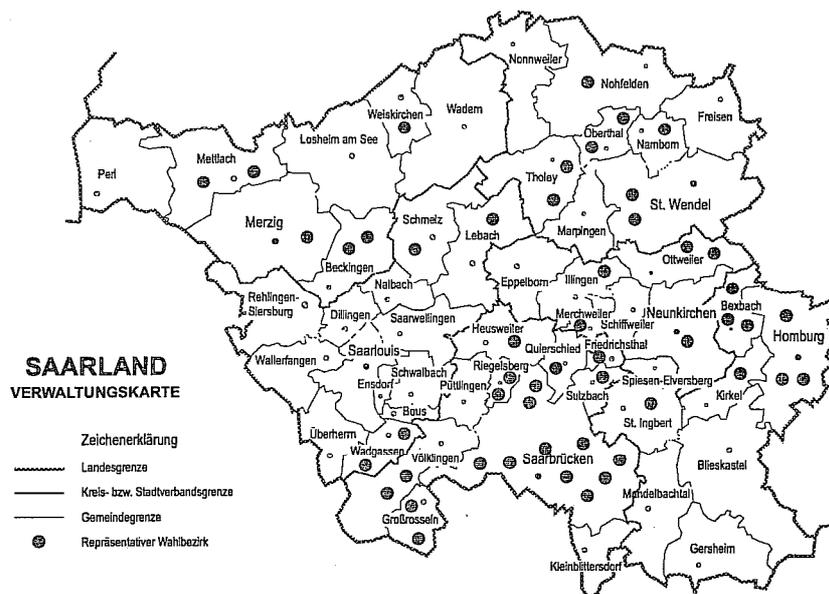
2. Durchführung der repräsentativen Wahlstatistik

Auf vielen politischen Ebenen wird die große Bedeutung einer schnellen Vorlage der Ergebnisse aus der repräsentativen Wahlstatistik für Wahlanalysen immer wieder betont. Diesem Wunsch versuchte das Statistische Landesamt nachzukommen. Bereits wenige Tage nach der Wahl wurden erste Ergebnisse in einem Pressedienst und über Internet veröffentlicht.

Die repräsentative Wahlstatistik liefert zuverlässige und überprüfbare Daten über das alters- und geschlechtsspezifische Wahlverhalten. Die Zuverlässigkeit beruht zunächst auf der Tatsache, dass es sich hierbei nicht um Umfragedaten mit all ihren Einschränkungen handelt, sondern um eine gesonderte Auszählung der tatsächlich abgegebenen Stimmzettel. Ferner wird hier mit einer im Vergleich zu Umfragen sehr großen Stichprobe gearbeitet, die in ihren Resultaten der Stimmverteilung auf die Parteien nur geringfügig vom endgültigen Gesamtergebnis abweicht und daher als repräsentativ gelten kann. Die Handhabung der Erhebung ist im WStG geregelt.

Die Auswahl der Stichprobenbezirke ("geschichtete" Zufallsauswahl) erfolgt nach dem Zufallsprinzip, wobei die Auswahlgesamtheit nach regionalen und sachlichen Gesichtspunkten gegliedert eine hohe Zuverlässigkeit gewährleistet und auch abgeschätzt werden kann. Vor der Auswahl wurde die Gesamtheit der Wahlbezirke des Landes nach bestimmten Anordnungsgruppen geordnet (geschichtet), und zwar zunächst nach Gemeindegrößenklassen, sodann - innerhalb dieser - nach dem Stimmenanteil der im Bundestag vertretenen Parteien (Stand: letzte Bundestagswahl) sowie nach dem evangelischen Anteil der Bevölkerung in der jeweiligen Gemeinde. Da das Auswahlverfahren bundeseinheitlich für alle Länder angewendet wird, sind die Länderergebnisse der repräsentativen Wahlstatistik voll vergleichbar. So wurden im Saarland 51 von über 1 000 Wahlbezirken in 28 Gemeinden ausgewählt, was einer Repräsentation von etwa 4,7 % der Wahlberechtigten entspricht. Die ausgewählten Bezirke ver-

Wahlbezirke der repräsentativen Europawahlstatistik 1999



teilen sich über das gesamte Wahlgebiet. Eine weitergehende Regionalisierung der Ergebnisse würde dagegen bei dem vorgegebenen Auswahlsatz keine in ihrer Aussagekraft hinreichend sicheren Ergebnisse liefern.

Die Aufbereitung der Wahl nach Alter und Geschlecht ist nur zulässig, wenn die Stimmabgabe der einzelnen Wähler dadurch nicht erkennbar wird. Um diese Forderung zu erfüllen, werden grundsätzlich nur Stimmbezirke mit einer Mindestgröße von 400 Wahlberechtigten in die Auswahl einbezogen. Zur Gewährleistung des Wahlgeheimnisses wird zudem auf die Einbeziehung der Briefwähler verzichtet.

Zur Feststellung der Geschlechts- und Altersgliederung der Wahlberechtigten und Wähler wurden die Wählerverzeichnisse nach § 5 WStatG von den Gemeinden ausgewertet, die neben dem Stimmabgabe- oder Wahlscheinvermerk (Haken oder W für Herausgabe eines Wahlscheins) auch Angaben über das Geschlecht (Vornamen) und das Geburtsdatum enthalten. Dabei werden die wahlberechtigten Männer und Frauen nach zehn Geburtsjahrgruppen unterschieden:

Geburtsjahr	das entspricht etwa	Alter von
1979 - 1981		unter 21 Jahre
1975 - 1978		21 bis unter 25 Jahre
1970 - 1974		25 bis unter 30 Jahre
1965 - 1969		30 bis unter 35 Jahre
1960 - 1964		35 bis unter 40 Jahre
1955 - 1959		40 bis unter 45 Jahre
1950 - 1954		45 bis unter 50 Jahre
1940 - 1949		50 bis unter 60 Jahre
1930 - 1939		60 bis unter 70 Jahre
1929 und früher		70 Jahre und älter.

Für die einzelnen Altersgruppen der wahlberechtigten Männer und Frauen wurden in jedem repräsentativen Wahlbezirk ermittelt:

- Wahlberechtigte insgesamt
- Wahlberechtigte mit Wahlscheinvermerk
- Wahlberechtigte ohne Wahlscheinvermerk
- Wähler mit Stimmvermerk
- Nichtwähler.

Zur Ermittlung der Stimmabgabe der Wähler nach Alter und Geschlecht waren die Stimmzettel der Stichprobenwahlbezirke mit Unterscheidungsaufdruck versehen und zwar entsprechend der Zugehörigkeit der männlichen und weiblichen Wähler zu einer der fünf vorher festgelegten Geburtsjahrgruppen:

Geburtsjahr	das entspricht etwa	Alter von
1975 - 1981		unter 25 Jahre
1965 - 1974		25 bis unter 35 Jahre
1955 - 1964		35 bis unter 45 Jahre
1940 - 1954		45 bis unter 60 Jahre
1939 und früher		60 Jahre und älter.

Im Einzelnen sind die Stimmzettel mit folgenden Angaben bedruckt:

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| A. Mann, geb. 1975 bis 1981 | F. Frau, geb. 1975 bis 1981 |
| B. Mann, geb. 1965 bis 1974 | G. Frau, geb. 1965 bis 1974 |
| C. Mann, geb. 1955 bis 1964 | H. Frau, geb. 1955 bis 1964 |
| D. Mann, geb. 1940 bis 1954 | I. Frau, geb. 1940 bis 1954 |
| E. Mann, geb. 1939 u. früher | K. Frau, geb. 1939 u. früher. |

Die Stimmzettel werden nach § 5 WStatG im Statistischen Landesamt ausgewertet.

Um das Wahlgeheimnis zu wahren, wurden die Stimmzettel der Briefwähler nicht mit Unterscheidungsaufdruck versehen und deshalb die Briefwähler auch nicht in die repräsentative Wahlstatistik einbezogen.

3. Totalergebnis - Repräsentativergebnis

Bei der Bewertung des Repräsentationsgrades von Stichprobenergebnissen bei Wahlen ist zu beachten, dass - wie schon erwähnt - die Stimmen der Briefwähler in diese Angaben nicht einbezogen wurden. Auf Grund der auch bei früheren Wahlen generell gewonnenen Erkenntnis, dass das Briefwahlergebnis sich vor allem bei den beiden großen Parteien gegenüber dem Urnenwahlergebnis unterscheidet - es wählen mehr Briefwähler die CDU als die SPD - ist infolge der Nichteinbeziehung der Briefwähler in die repräsentative Wahlstatistik davon auszugehen, dass die nach Alter und Geschlecht gegliederten Ergebnisse für die CDU tendenziell etwas zu niedrig, für die SPD dagegen etwas zu hoch liegen. Diese Unschärfen sind indes geringfügig und beeinträchtigen nicht den eigentlichen Wert der wahlstatistischen Untersuchung.

Da es sich bei der repräsentativen Wahlstatistik um Daten einer Stichprobe handelt, sei darauf hingewiesen, dass diese mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit einem Zufallsfehler unterliegen, innerhalb dessen sie von dem Ergebnis der Totalerhebung abweichen können.

Folgende Tabelle verdeutlicht die Differenz von endgültigem und repräsentativem Wahlergebnis für die Europawahlen 1989 bis 1999:

Wahlbeteiligung Stimmabgabe	Repräsentativergebnis ohne Briefwähler in %			Gesamtergebnis mit Briefwählern in %		
	1999	1994	1989	1999	1994	1989
Wahlbeteiligung	57,8	71,3	75,7	60,5	74,1	78,9
SPD	41,8	44,9	46,6	41,3	43,4	45,3
CDU	44,4	34,8	33,8	44,9	35,6	34,5
GRÜNE	4,9	8,3	6,4	5,0	8,2	6,2
F.D.P.	2,1	3,4	4,2	2,1	3,7	4,8
Sonstige	6,8	8,6	8,9	6,6	9,0	9,2

4. Struktur der Wahlberechtigten und Wähler

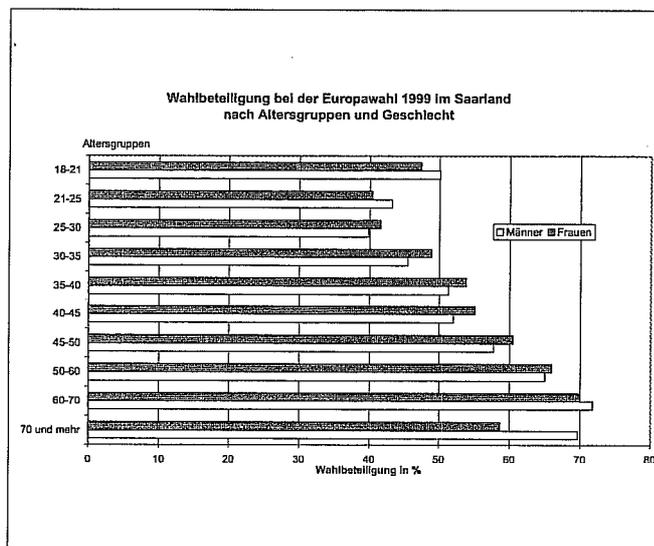
Zur Europawahl am 13. Juni 1999 waren 825 048 Saarländerinnen und Saarländer aufgerufen, von ihrem Wahlrecht Gebrauch zu machen. Die Wahlbeteiligung als Gradmesser für die Bedeutung, die die wahlberechtigten Bürgerinnen und Bürger der politischen Willensbildung beimessen, lag nach dem amtlichen Endergebnis für die Europawahl bei 60,5 % und damit um 13,6 %-Punkte unter dem Ergebnis von 1994. Damit erreichte das Saarland mit 3,3 %-Punkten Rückstand auf Rheinland-Pfalz, aber mit 2,4 %-Punkten Vorsprung vor Thüringen den zweiten Platz in der Rangfolge der Bundesländer.

Bei der Interpretation der Ergebnisse zur Wahlbeteiligung und zur Stimmabgabe sind zwei Trends zu berücksichtigen,

die sich in ihrer Wirkung addieren. Der erste Trend hängt mit der Bevölkerungsentwicklung und der Entwicklung der Altersstruktur der Bevölkerung zusammen. Einer steigenden Anzahl älterer Menschen, die ein Lebensalter von sechzig Jahren überschritten haben, stehen in Deutschland immer weniger Jüngere gegenüber. Allein daraus ergibt sich ein relativ geringeres Gewicht der jüngeren Generation. Dieser Trend wird durch eine zweite Entwicklung verstärkt, und zwar durch den überdurchschnittlichen Rückgang in der Wahlbeteiligung männlicher und weiblicher Jungwähler.

Die älteren Mitbürgerinnen und Mitbürger stellen somit nicht nur ein bedeutendes Wählerpotenzial dar, sie sind im Grunde seit Jahren die tragenden Säulen der Wahlbeteiligung. So gehörten bei der Europawahl 1999 von den 825 048 Wahlberechtigten 31,4 % (1994: 27,2 %) der Wählergruppe ab 60 Jahre an. Bei den Frauen lag der Anteil bei 34,9 %, wohingegen bei den Männern nur 27,6 % zu dieser Altersklasse gehörten.

Auf die Jungwähler im Alter zwischen 18 und 25 Jahren entfielen 7,9 % (1994: 7,8 %) der Wahlberechtigten. Keine großen Schwankungen gegenüber der Europawahl 1994 zeigt die



Aufteilung der Wahlberechtigten nach Geschlecht. 47,7 % von ihnen waren Männer, ein Plus von 0,2 %-Punkte gegenüber 1994 und 52,3 % Frauen.

Die repräsentative Wahlstatistik weist wegen des Fehlens der Briefwähler ein niedrigeres Wahlbeteiligungsergebnis aus als die Totalerhebung. Danach beteiligten sich 57,8 % an der Wahl (1994: 71,3 %). 47,7 % entfielen auf Männer und 52,3 % auf die Frauen. Die Wahlbeteiligungsquoten bei den Männern und Frauen waren gleich.

Analog zur Europawahl 1994 zeigte sich bezüglich der Teilnahme an der Wahl sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern ein Gefälle von den älteren Bürgerinnen und Bürgern

hin zu den jüngeren. Hierbei liegt die Spannweite bei den Frauen zwischen der Altersklasse mit dem höchsten und niedrigsten Ergebnis bei 20,4 %-Punkten, wohingegen sie bei den Männern sogar 27,7 %-Punkte ausmacht.

5. Ungültige Stimmen

Nach den Ergebnissen der repräsentativen Europawahlstatistik sind 3,3 % der Stimmen, das ist 1 %-Punkt weniger als bei der Europawahl 1994, ungültig. Von diesen entfielen 56 % auf die Männer (1994: 46,2 %) und 44,0 % (53,8 %) auf die Frauen. Den größten Anteil unter den ungültigen Stimmzetteln machten leere bzw. durchgestrichene Unterlagen aus.

6. Briefwähler

In der repräsentativen Wahlstatistik ist die Auszählung der Stimmzettel nach Briefwählerstimmen nicht vorgesehen. Gründe hierfür liegen vor allem in einer möglichen Verletzung des Wahlheimnisses sowie in der Problematik der - aus technischen Gründen - richtigen Zuordnung zu den einzelnen Stichprobenwahlbezirken. Jedoch besteht bei der repräsentativen Wahlstatistik die Möglichkeit, durch Auszählung des Wählerverzeichnisses die Wahlberechtigten mit Wahrscheinlichkeit festzustellen. Nach diesem Ergebnis reduziert sich die Zahl der an die Wahlberechtigten auf Antrag ausgegebenen Wahlscheine von 10,6 % im Jahre 1994 auf 10 % bei der Europawahl 1999. Hierbei waren 30,1 % dieser Personen 60 Jahre und älter.

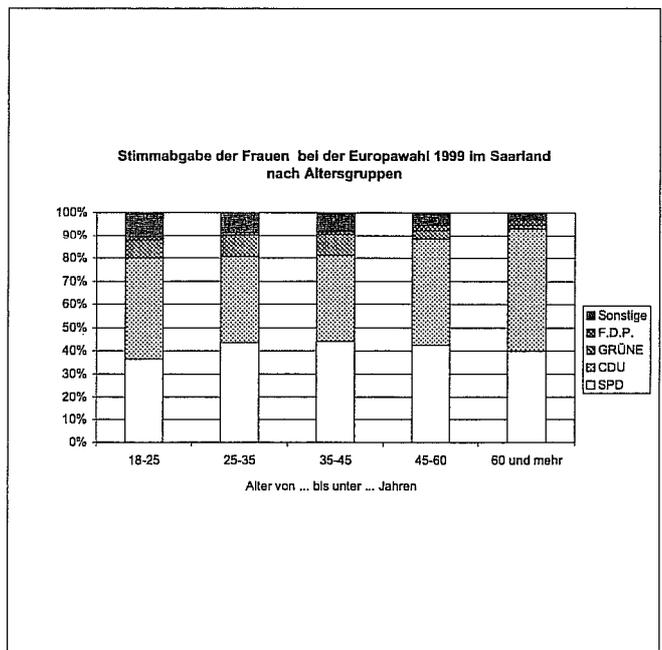
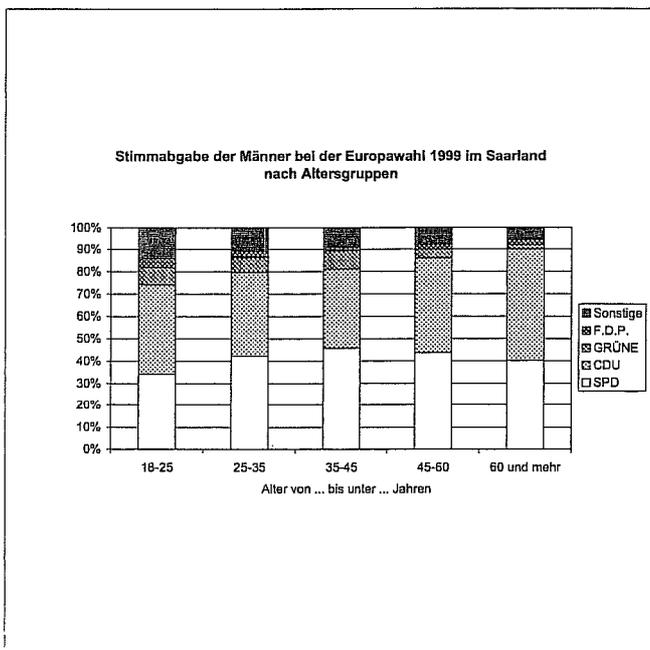
Interessant in diesem Zusammenhang dürfte die Zahl der "echten" Briefwähler sein. 15,1 % der Wähler gaben ihre Stimme nicht an der Urne ab, sondern wählten per Brief. CDU und F.D.P. hatten mit 16,4 % bzw. 17,8 % unter ihren Anhängern die höchsten Briefwahlanteile. Hingegen machte nur jede(r) 7. SPD-Wähler/-in und jeder 8. Wähler der Grünen von der Möglichkeit per Brief zu wählen Gebrauch.

7. Stimmverhalten nach Alter und Geschlecht

Die Wahl zum Europaparlament ist, wie aus Umfragen bekannt, in der Wahrnehmung der Wähler keine sehr wichtige Wahlentscheidung, da das Wahlergebnis für die Machtverteilung auf Bundes- und Landesebene ohne Bedeutung ist. Die Wahlforschung spricht deswegen von einer Nebenwahl, weil das Wahlergebnis für Regierung und Opposition in nationalen Parlamenten ohne Konsequenzen bleibt. Dies bedeutet jedoch nicht, dass das Ergebnis einer Nebenwahl nicht die allgemeine politische Stimmungslage widerspiegelt bzw. keine Auswirkung auf die künftige politische Willensbildung hat. Dies belegen die im Folgenden dargestellten Ergebnisse der repräsentativen Wahlstatistik.

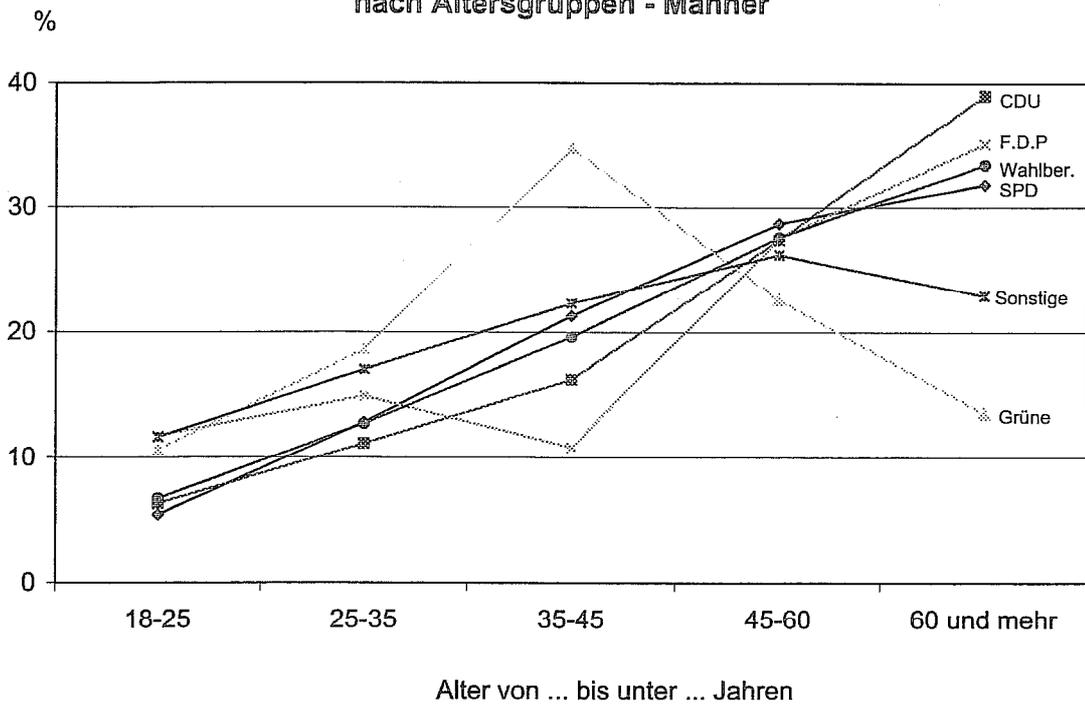
Im Saarland setzten sich bei der Europawahl 1999 analog dem Bundestrend die Stimmenverluste der CDU nicht fort, sie gewann 9,3 Prozentpunkte hinzu. Die SPD hingegen musste Einbußen von 2,1 Prozentpunkten hinnehmen.

Im Rahmen der repräsentativen Wahlstatistik wurden 40 284 Wählerinnen (52,3 %) und Wähler (47,7 %) auf ihr Wahlverhalten hin untersucht.

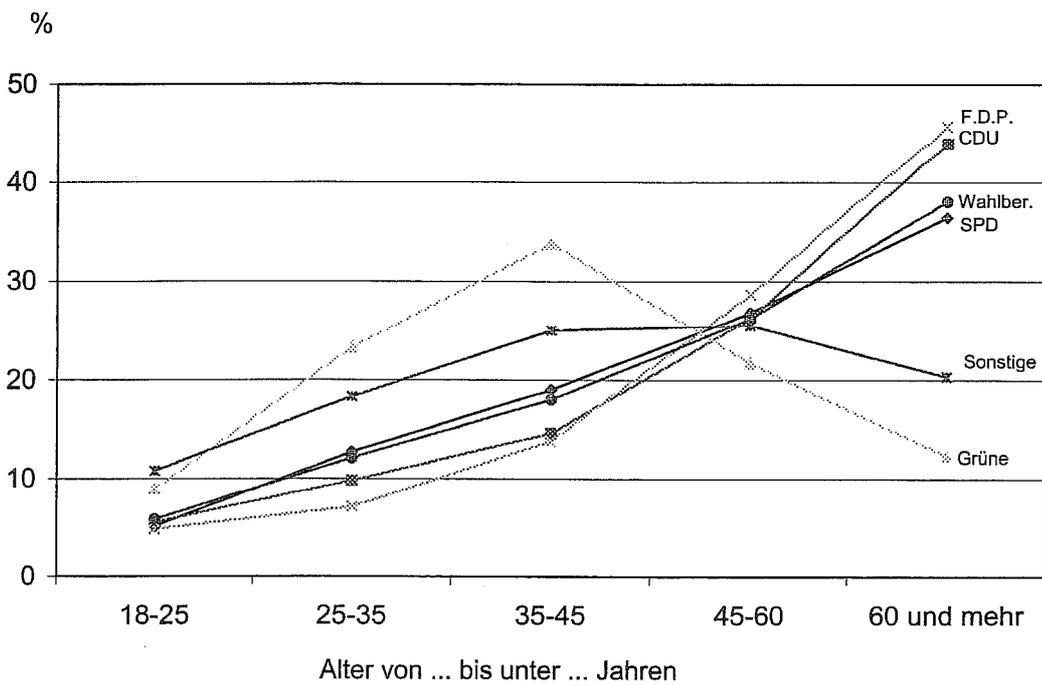




Wählerschaft der Parteien bei der Europawahl 1999 im Saarland nach Altersgruppen - Männer



Wählerschaft der Parteien bei der Europawahl 1999 im Saarland nach Altersgruppen - Frauen



Zeigte sich noch 1994 bei allen Parteien ein weibliches Übergewicht in der Wählerschaft, so dominierten bei der Wahl 1999 bei der F.D.P. die männlichen Wähler.

Die Ergebnisse der CDU liegen nach der repräsentativen Wahlstatistik bei 44,4 % (1994: 34,8 %), die der SPD bei 41,8 % (44,9 %) und die der GRÜNEN bei 4,9 % (8,3 %).

Hinsichtlich der Stimmabgabe nach Geschlecht gaben 41,6 % der Frauen der SPD ihre Stimme (3,5 %-Punkte weniger als 1994), hingegen aber 45,8 % der CDU (+ 9,2 %-Punkte); 5,0 % votierten für die GRÜNEN und 2,0 % für die F.D.P. 42,1 % der gültigen Stimmen der Männer entfielen auf die SPD (ein Minus von 2,7 Prozentpunkte gegenüber 1994), 42,7 % auf die CDU (+ 9,8 %-Punkte), 4,7 % auf die GRÜNEN (- 3,4 %-Punkte) und 2,3 % auf die F.D.P. (- 0,9 %-Punkte). Damit erreichte die CDU bei Frauen und Männern die größte Resonanz. Zu den Stimmenverlusten der SPD trugen die Frauen in höherem Maße bei als die Männer, wohingegen die Gewinne der CDU in stärkerem Maße den Männern zuzuschreiben sind.

Untersucht man die einzelnen Altersgruppen bei den Wählerinnen und Wählern, so konnte die CDU in allen Altersklassen, angefangen mit einem Plus von 5,2 %-Punkten bei den 60 Jahre und älteren bis zu einem Plus von 14,7 %-Punkten bei den 25 bis unter 35jährigen, ihren Anteil an der Wählerschaft erhöhen, wohingegen die SPD bei allen Wählerinnen und Wählern, am stärksten aber bei der Altersgruppe der 25 bis unter 35jährigen mit - 6,9 %-Punkten, Stimmen einbüßte. Die geringsten Verluste verzeichnete sie in der ältesten Wählergruppe ab 60 Jahre mit - 1,3 %-Punkten.

Besonders hohe Verluste musste die SPD bei den 25 bis unter 35jährigen Frauen hinnehmen. In dieser Klasse erhielt sie 6,9 %-Punkte gegenüber der Europawahl 1994 weniger. Bei den 45 bis unter 60jährigen und den über 60jährigen Frauen hingegen war die Treue zur SPD mit - 0,8 %-Punkten Differenz zur Vorwahl noch am größten.

Die GRÜNEN und die F.D.P. mussten in allen Altersklassen Verluste hinnehmen.

8. Stimmabgabe je Partei

Nachdem im vorigen Kapitel dargestellt wurde, wie sich das Wahlverhalten von Männern und Frauen und von Wählern verschiedener Altersgruppen unterscheidet, wird nun die Perspektive geändert und die demographische Zusammensetzung der Wählerschaft der einzelnen Parteien aufgezeigt. Basis der Wählerschaft sind die Wahlberechtigten, die die Parteien in unterschiedlichem Maß zur Stimmabgabe mobilisieren können.

Wie schon in der vorangegangenen Betrachtung deutlich wurde, haben die beiden großen Parteien, CDU und SPD, einen großen Wähleranteil in der älteren Generation. Das zeigt sich besonders deutlich bei der CDU, von deren Wählern 41,7 % mindestens 60 Jahre alt sind. Bei der SPD beträgt der entsprechende Altersanteil 34,2 %. Damit liegt dieser Wert sehr nahe an dem Anteil der Wähler in dieser Altersgruppe von 35,8 %. Die Ergebnisse bezüglich der Altersstruktur der Wählerschaft der SPD weisen im Vergleich zu den anderen Parteien eine sehr homogene Struktur bezogen auf die altersmäßige Zusammensetzung der Wähler insgesamt auf. Ein starkes Wählerpotenzial hat die CDU bei den Frauen ab 60 Jahre. 44,0 % ihrer weiblichen Wählerschaft gehören dieser Gruppe an. Trotz der starken Umorientierung jüngerer Wähler hin zur CDU hat der Anteil der jüngsten Wählergruppe unter den CDU-Wählern nur eine Höhe von 5,8 % gegenüber 5,2 % bei der SPD bei einem Anteil dieser Altersgruppe von 6,2 % an den Wählern und 7,9 % an den Wahlberechtigten.

In der Wählerschaft der GRÜNEN dominieren die mittleren Altersklassen. Mehr als ein Drittel ihrer Wähler gehört zur Altersklasse der 35 bis unter 45jährigen. Die jüngste Wählergruppe der 18 bis unter 25jährigen spielte für die GRÜNEN die geringste Rolle.

Bei der F.D.P. dominiert wie bei den beiden großen Parteien auch die Altersgruppe der 60 Jahre und älteren Personen.

Weitere Ergebnisse finden Sie in der Einzelschrift 106/1999 "Wahlen 1999" des Statistischen Landesamtes sowie in unserem Internetprogramm unter www.statistik.saarland.de.

**Die abgegebenen Stimmen der Männer und Frauen nach Wahlvorschlägen und dem Alter der Wähler
bei den Europawahlen 1999 und 1994**

Altersgruppe	Wahljahr	Wahl- berechtigten- anteile ¹⁾	Wahl- beteiligung	Ungültige Stimmen	Von 100 gültigen Stimmen entfielen auf					
					SPD	CDU	GRÜNE	F.D.P.	Sonstige	
Männer										
18 bis unter 25	E 99	8,2	45,9	2,0	34,3	40,1	7,5	4,1	14,1	
	E 94	8,3	64,8	2,0	39,1	28,8	13,7	4,4	14,1	
25 bis unter 35	E 99	16,7	43,2	2,2	42,3	37,3	6,9	2,7	10,8	
	E 94	21,8	63,0	3,0	49,0	22,0	14,5	2,0	12,4	
35 bis unter 45	E 99	21,7	51,7	2,8	45,8	35,4	8,4	1,3	9,2	
	E 94	21,0	67,6	3,7	48,1	26,6	10,4	3,1	11,9	
45 bis unter 60	E 99	25,7	62,2	4,1	43,7	42,4	3,9	2,3	7,7	
	E 94	25,7	75,2	4,6	44,5	36,3	5,7	3,7	9,7	
60 und mehr	E 99	27,6	70,9	5,4	40,1	49,9	1,9	2,4	5,6	
	E 94	23,3	80,3	5,6	40,9	43,5	2,2	3,3	10,2	
Zusammen	E 99	100,0	57,8	3,9	42,1	42,7	4,7	2,3	8,1	
	E 94	100,0	71,3	4,2	44,8	32,9	8,1	3,2	11,1	
Frauen										
18 bis unter 25	E 99	7,6	43,4	1,9	36,4	43,7	7,7	1,6	10,6	
	E 94	7,4	63,6	2,5	42,1	25,9	18,6	3,6	9,7	
25 bis unter 35	E 99	15,1	45,9	1,8	43,6	37,1	9,6	1,2	8,6	
	E 94	19,3	63,4	3,0	50,5	23,0	15,1	3,4	7,9	
35 bis unter 45	E 99	19,0	54,4	2,2	44,1	37,1	9,4	1,5	7,9	
	E 94	18,3	71,4	3,3	47,6	29,2	12,8	3,4	7,0	
45 bis unter 60	E 99	23,5	64,0	1,9	42,4	45,8	4,1	2,2	5,5	
	E 94	24,3	75,1	4,6	44,8	38,9	6,4	4,3	5,6	
60 und mehr	E 99	34,9	63,8	4,2	39,9	53,1	1,6	2,4	3,0	
	E 94	30,7	75,0	6,1	41,5	48,7	2,0	3,1	4,7	
Zusammen	E 99	100,0	57,8	2,8	41,6	45,8	5,0	2,0	5,7	
	E 94	100,0	71,3	4,4	45,1	36,6	8,5	3,6	6,2	
INSGESAMT										
18 bis unter 25	E 99	7,9	44,7	2,0	35,3	41,9	7,6	2,9	12,4	
	E 94	7,8	64,2	2,2	40,6	27,4	16,1	4,0	12,0	
25 bis unter 35	E 99	15,9	44,5	2,0	42,9	37,2	8,3	1,9	9,7	
	E 94	20,5	63,2	3,0	49,8	22,5	14,8	2,7	10,2	
35 bis unter 45	E 99	20,3	53,0	2,5	44,9	36,3	8,9	1,4	8,5	
	E 94	19,6	69,5	3,5	47,8	27,9	11,6	3,2	9,4	
45 bis unter 60	E 99	24,6	63,1	3,0	43,1	44,2	4,0	2,2	6,6	
	E 94	25,0	75,1	4,6	44,6	37,7	6,0	4,0	7,6	
60 und mehr	E 99	31,4	66,8	4,7	40,0	51,7	1,7	2,4	4,2	
	E 94	27,1	77,1	5,9	41,3	46,5	2,1	3,2	7,0	
Zusammen	E 99	100,0	57,8	3,3	41,8	44,4	4,9	2,1	6,8	
	E 94	100,0	71,3	4,3	44,9	34,8	8,3	3,4	8,6	
Von 100 Wahlberechtigten bzw. Wählern waren										
Männer	E 99	47,7	47,7	56,0	47,8	45,7	46,1	51,4	56,4	
	E 94	47,5	47,5	46,2	47,4	44,9	46,2	44,7	61,8	
Frauen	E 99	52,3	52,3	44,0	52,2	54,3	53,9	48,6	43,6	
	E 94	52,5	52,5	53,8	52,6	55,1	53,8	55,3	38,2	

1) Wahlberechtigte ohne Wahlschein.

Alter und Geschlecht der Wählerschaft der Parteien bei den Europawahlen 1999 und 1994

Altersgruppe	Wahljahr	Gültige Stimmen	Von 100 gültigen Stimmen der ... entfielen auf die vorstehende Altersgruppe				
			SPD	CDU	GRÜNE	F.D.P.	Sonstige
Männer							
18 bis unter 25	1999	6,7	5,4	6,3	10,6	11,7	11,6
	1994	7,7	6,7	6,7	13,0	10,5	9,7
25 bis unter 35	1999	12,7	12,8	11,1	18,6	14,9	17,0
	1994	19,5	21,4	13,1	35,1	12,1	21,7
35 bis unter 45	1999	19,6	21,3	16,2	34,7	10,8	22,3
	1994	20,0	21,5	16,2	25,8	19,3	21,3
45 bis unter 60	1999	27,6	28,7	27,4	22,6	27,5	26,2
	1994	27,0	26,8	29,8	19,1	31,7	23,6
60 und mehr	1999	33,4	31,8	39,0	13,5	35,1	22,9
	1994	25,8	23,6	34,1	7,0	26,3	23,5
Zusammen	1999	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	1994	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Frauen							
18 bis unter 25	1999	5,8	5,1	5,5	8,9	4,8	10,8
	1994	6,7	6,3	4,8	14,6	6,8	10,5
25 bis unter 35	1999	12,1	12,7	9,8	23,3	7,1	18,3
	1994	17,4	19,6	11,0	31,0	16,8	22,1
35 bis unter 45	1999	18,0	19,0	14,6	33,8	13,8	25,0
	1994	18,6	19,6	14,8	28,0	17,7	20,7
45 bis unter 60	1999	26,2	26,8	26,2	21,7	28,6	25,5
	1994	25,6	25,4	27,2	19,1	30,9	23,0
60 und mehr	1999	38,0	36,4	44,0	12,3	45,7	20,3
	1994	31,7	29,2	42,2	7,3	27,9	23,7
Zusammen	1999	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	1994	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
INSGESAMT							
18 bis unter 25	1999	6,2	5,2	5,8	9,7	8,3	11,3
	1994	7,2	6,5	5,6	13,9	8,4	10,0
25 bis unter 35	1999	12,4	12,7	10,4	21,1	11,1	17,6
	1994	18,4	20,4	11,9	32,9	14,7	21,9
35 bis unter 45	1999	18,7	20,1	15,3	34,3	12,3	23,5
	1994	19,3	20,5	15,5	27,0	18,4	21,1
45 bis unter 60	1999	26,9	27,7	26,8	22,1	28,0	25,9
	1994	26,2	26,1	28,4	19,1	31,3	23,4
60 und mehr	1999	35,8	34,2	41,7	12,8	40,3	21,8
	1994	28,9	26,5	38,6	7,2	27,2	23,6
Zusammen	1999	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	1990	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vermarktung

Gastbeitrag von Dipl. Volkswirt Peter Knoche / Dipl. Volkswirtin Sibylle von Oppeln-Bronikowski, Statistisches Bundesamt und von Dr. Diemar Kühn, Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen

Die amtliche Statistik will zukünftig der Öffentlichkeit ihre Leistungsfähigkeit geschlossener und offensiver präsentieren als bisher und sich damit als bedeutender, kompetenter und zuverlässiger Informationsanbieter und -dienstleister präsentieren. Datengewinnung, -verarbeitung und -verbreitung werden stärker auf die Nutzer der statistischen Informationen ausgerichtet. Ein wichtiger Schritt zu dieser Umstellung von der Input- zur Outputorientierung ist das gemeinsame Marketingkonzept, das die Leiter der statistischen Ämter des Bundes und der Länder im November 1999 verabschiedet haben. Der Beitrag findet sich auch in unserem Internetprogramm unter www.statistik.saarland.de. Für fachliche Fragen zum Marketingkonzept steht im Statistischen Landesamt Saarland Herr Johannes Barth, Tel. 06 81/ 5 01 - 59 13, zur Verfügung.

*Der vorliegende Beitrag ist mit freundlicher Genehmigung der Autoren dem Heft 7/1999 der Zeitschrift *Wirtschaft und Statistik* des Statistischen Bundesamtes entnommen. Er fasst die wesentlichen Elemente des Konzeptes zusammen und gibt einen kurzen Ausblick über künftige Entwicklungen im Marketingbereich.*

Marketingkonzept der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

1. Von der Input- zur Outputorientierung

Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder wollen ihre gemeinschaftliche Rolle als einer der bedeutendsten Informationsanbieter unserer Gesellschaft stärker als bisher wahrnehmen und nach außen verdeutlichen. In einer Gesellschaft, in der die Bereitstellung von und der Zugang zu relevanten Informationen und Beratungskompetenz immer mehr gefragt sind, ist eine zeitgemäße und kundenorientierte Verbreitung und Vermarktung statistischer Produkte und Dienstleistungen für die statistischen Ämter wichtiger denn je. Die amtliche Statistik will in Zukunft der Öffentlichkeit ihre Leistungsfähigkeit geschlossener und offensiver präsentieren und sich dadurch in stärkerem Maße als bedeutender, kompetenter und zuverlässiger Informationsanbieter profilieren. Datengewinnung, -verarbeitung und -verbreitung werden mehr auf ihre Kunden ausgerichtet. Dieser Wandel hin zur Orientierung am Output, an der bedarfsgerecht erstellten und präsentierten Leistung, muss schnell, planmäßig und konsequent und zwischen allen statistischen Ämtern einvernehmlich, abgestimmt und koordiniert erfolgen.

Dies sind einige ausgewählte Kernaussagen des Eingangskapitels *“Ausgangssituation und Ziele”* des neuen Marketing-

konzeptes der amtlichen Statistik, das von den Leitern der statistischen Ämter im Mai dieses Jahres verabschiedet wurde. Angestoßen wurde diese Neuorientierung insbesondere vom Statistischen Beirat, der in seinem 1996 verabschiedeten *“Rahmenkonzept zur Neuorientierung der amtlichen Statistik”* Vorschläge zur Weiterentwicklung der statistischen Ämter zu Serviceeinrichtungen unterbreitet hat¹⁾. Vor diesem Hintergrund wurde von den Leitern der statistischen Ämter ein Ausschuss *“Marketing”* eingerichtet, der auf seiner konstituierenden Sitzung Ende 1997 für seine Arbeit folgende prioritäre Zielsetzungen festlegte:

- Verankerung der Kundenorientierung in allen statistischen Ämtern,
- Profilierung als kompetenter Informationsdienstleister,
- Schaffung neuer Märkte und Absatzchancen, auch durch Antizipation der Kundenwünsche und
- Konsistenz der Produkte, Dienstleistungen und Preissysteme.

Auf der Basis dieser Ziele wurde gleichzeitig die Erstellung eines Marketingkonzeptes beschlossen; mit der Ausarbeitung wurden die beiden Bund-Länder-Arbeitskreise *“Produkte, Dienstleistungen und Vermarktung”* und *“Medien, Öffentlich-*

1) Siehe *“Neuordnung der amtlichen Statistik”* in *WiSta* 4/1996, S. 220 ff.

keitsarbeit, Marktanalysen" beauftragt. Zweck dieses Aufsatzes ist es, die wesentlichen Elemente dieses Konzeptes darzustellen.

2. Inhalt des Marketingkonzeptes

Das Konzept enthält als Grundlage für das neue Leistungsprofil ein Regelwerk, das neben dem bereits erwähnten Eingangskapitel folgende Bereiche umfasst:

- Konzeption einer zukunftsorientierten Vermarktung,
- Klärung rechtlicher Fragen (Copyright),
- Systematisierung der Nutzer des statistischen Informationsangebotes,
- Ausgestaltung der Informationsangebote,
- Preis- und Rabattsystem,
- Lizenzmodell.

Ausgerichtet an den Interessen der Nutzer der amtlichen Statistik und in Übereinstimmung mit dem föderalen Aufbau und der Arbeitsteilung zwischen den statistischen Ämtern wird bei den einzelnen Themenbereichen bewusst zwischen Vereinbarungen, Leitlinien und der Möglichkeit hausspezifischer Regelungen unterschieden. Damit kann die Notwendigkeit

von einheitlichen Regeln auf der einen mit flexiblem Handeln auf der anderen Seite verbunden werden. Vereinbarungen sind für die Ämter verbindlich. Leitlinien sind dagegen Soll-Bestimmungen, von deren Anwendung bzw. Befolgung die statistischen Ämter nur in begründeten Fällen abweichen sollen.

3. Konzeption einer zukunftsorientierten Vermarktung

3.1 Das Marketing-Modell

Seit einigen Jahren sind in vielen Ländern neue, sehr dynamische Marktentwicklungen bei statistischen Produkten und Dienstleistungen zu beobachten. Zum einen ist die Nachfrage nach statistischen Produkten und Informationsdienstleistungen generell angestiegen und geht heute von vielen verschiedenen Nutzergruppen aus, zum anderen ist auch die Palette der angebotenen Produkte sehr viel umfangreicher und anspruchsvoller als in früheren Jahren. Neben den herkömmlichen Print-Publikationen werden weitere Produkte über moderne Verbreitungsmedien nachgefragt. Schwierigere Marktbedingungen ergeben sich aus der zunehmenden Erwartung der Kunden im Hinblick auf eine individuelle Bearbeitung ihrer



Informationswünsche. Diese Entwicklung entspricht einem allgemeinen Trend, der sich nicht nur auf den Konsumgüter-, sondern vor allem auch auf den Dienstleistungsmärkten durchgesetzt hat. Nur mit einer nachhaltigen Kunden- bzw. Marktorientierung kann eine hohe Kundenbindung und letztlich die gewünschte Akzeptanz erzielt werden. Dazu kommt, dass der internationale Markt zunehmend wichtiger wird und damit auch die Nachfrage nach mehrsprachigen Angeboten steigt.

Der in den letzten Jahren aufgrund von Budgetrestriktionen intensiver verfolgte ressourcenorientierte Ansatz der Konzentration auf Kernaufgaben und -kompetenzen steht in einem gewissen Spannungsfeld zu den oben beschriebenen Ansprüchen einer zunehmend dynamischen Umwelt. Das traditionell output-orientierte Marketing kann in dieser Situation wichtige Impulse zur Verbindung beider Perspektiven liefern. Es kann eingesetzt werden als Mittel der Ressourcensteuerung und für die Schaffung neuer finanzieller Spielräume.

Zur Umsetzung einer "output-orientierten" Strategie wurde von den Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder Einvernehmen über ein Marketing-Modell erzielt. Ausgehend von dem gesetzlichen Auftrag zur Veröffentlichung statistischer Daten und dem Ziel, statistische Informationen optimal den verschiedenen Nutzer-/Kundengruppen vermitteln zu können, strukturiert es die Nachfrage nach statistischen Informationen und deren Angebot so, dass folgende drei **Segmente** unterschieden werden können, mit denen jeweils bestimmte Zielsetzungen verbunden werden:

- Informationelle Grundversorgung als kostenloses Grundangebot
- Nachfrage- und zielgruppenorientierte Standardangebote
- Kundenspezifische Aufbereitung / Beratung

Dieses oben graphisch dargestellte Modell hat sich als Bezugsrahmen bewährt und wird inzwischen auch im europäischen Ausland zunehmend als Grundlage für Überlegungen zur Verbreitung statistischer Informationen genutzt.

3.2 Die Marketing-Leitlinien

Ausgehend von der Zielsetzung einer zeitgemäßen Umsetzung des gesetzlichen Auftrags zur Veröffentlichung statistischer Daten wurden für das Marketing statistischer Informationen folgende Leitlinien entwickelt:

Der Bedarf der Kunden steht im Zentrum des Handelns der amtlichen Statistik.

Die Nachfrage nach statistischen Daten weist ein breites Spektrum auf. Es werden z. B. hochaktuelle, aber auch historische, globale wie kleinräumige oder hochverdichtete ebenso wie fein differenzierte Informationen benötigt. Sie werden von den Kunden über die unterschiedlichsten Verbreitungs- bzw. Übermittlungswege und -techniken nachgefragt (z. B. per Telefon oder Fax, als gedruckte oder elektronische Publikation oder online über das Internet

bzw. als E-Mail). Ein Teil der Kunden will die Daten selbst nutzen, ein anderer will sie weitervermitteln. Dieser Heterogenität muss ein aktives Marketing ebenso gerecht werden wie der notwendigen Flexibilität, um künftigen Anforderungen mit innovativen Produkten und Serviceangeboten in adäquater Weise begegnen zu können.

Die amtliche Statistik stellt eine informationelle Grundversorgung als kostenloses Grundangebot bereit.

Dieses Ziel leitet sich in erster Linie aus dem gesetzlichen Auftrag der amtlichen Statistik ab, laufend Daten über Massenerscheinungen zu erheben, zu sammeln, aufzubereiten, darzustellen und zu analysieren. Diese Grundversorgung mit einer für jeden nutzbaren statistischen Infrastruktur entspricht dem allgemeinen Informationsbedarf der Öffentlichkeit und ist deshalb in der Regel kostenlos, wie z. B. Pressemitteilungen, Faltblätter, weniger aufwendige Leistungen der Auskunftsdienste oder der allgemeine Teil der Internet-Angebote (äußeres Segment des Marketing-Modells).

Die amtliche Statistik bietet statistische Produkte und Dienstleistungen am Markt an.

Zu diesem mittleren Segment des Modells zählen alle Produkte und Dienstleistungen, die über die Grundversorgung hinausgehen und zur Abdeckung eines standardisierbaren wiederkehrenden Informationsbedarfs der Kunden vorgefertigt werden können. Dazu gehören u. a. Print-Veröffentlichungen oder elektronische Offline- (CD-ROM, Disketten) und Online-Angebote (Internet). Für sie werden Marktpreise festgelegt; für bestimmte Kundengruppen sollen Rabatte eingeräumt, von Weiterverbreitern gegebenenfalls Lizenzgebühren erhoben werden.

Die (Weiter-)Entwicklung dieser Produkte und Dienstleistungen wird zielgruppenorientiert forciert und durch Marktuntersuchungen begleitet, der Markterfolg soll regelmäßig bewertet werden. Der Markt soll mit diesen standardisierten Angeboten so breit abgedeckt werden, wie es der Grundsatz eines effizienten Ressourceneinsatzes gestattet. Kooperationen mit privaten Informationsanbietern sind verstärkt anzustreben.

Neue Produkte in diesem Segment sind vorgefertigte On-demand-Produkte, die den Ansprüchen nach einem transparenten, kostengünstigen Angebot auf der einen Seite und dem individuellen Kundenbedarf auf der anderen Seite optimal gerecht werden. Die Entwicklung von kundennindividuellen Massenproduktionen entspricht den neuen Marketingansätzen anderer Branchen, z. B. der Autoindustrie, bei der die Module von den Kunden individuell bestimmt und im Rahmen einer informationstechnologischen Prozesssteuerung kostengünstig produziert werden.

Die Weiterentwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie wirkt sich im mittleren Segment des Mar-

ketingmodells in besonderem Maße aus. Durch den verstärkten Einsatz interaktiver Medien (Internet - Dienste wie das World Wide Web, E-Mail und File Transfer) wird die Distributionspolitik nachhaltig beeinflusst. Elektronischer Handel und virtuelle "Kaufhäuser", in denen Tabellen und andere Dokumente angeboten werden, sind für die statistischen Ämter reale Möglichkeiten einer effizienten Vermarktung ihrer Informationsprodukte.

Auf Wunsch erstellt die amtliche Statistik maßgeschneiderte Lösungen.

Dieses innere Segment des Marketingmodells umfasst problemorientierte Produkte und Serviceleistungen, die auf spezielle Nachfrage individuell für die Kunden entwickelt werden. Hierbei werden Aufträge entgegengenommen und gegen Kostenerstattung aufgrund von individuellen Verträgen mit dem Kunden bearbeitet. Dazu gehören z. B. Sonderauswertungen statistischer Datenmaterialien, Beratungsleistungen, die Beantwortung komplexer Anfragen und Lehrtätigkeiten. Alle Aufträge, die nicht standardisiert abgewickelt werden können, fallen in dieses Segment.

Wirtschaftlich gesehen bietet dieser Bereich die größten Chancen zur Schaffung eigener finanzieller Spielräume, er ist daher durch geeignete Maßnahmen zu erweitern. Als problematisch erweist sich hier, dass zunächst Ressourcen eingesetzt werden müssten, um dann erst mit einem gewissen time-lag jene Einnahmen zu erzielen, die für die Ressourcenfinanzierung benötigt werden. Ob die gewollte kundenorientierte Ausrichtung sich letztlich umsetzen lässt, hängt in starkem Maße von der Lösung dieses Problems ab.

Die amtliche Statistik ermöglicht einen einfachen und schnellen Zugang zu den Informationen.

Nur wenn die Infrastruktur für die Informationsverbreitung unter Wahrung von Statistikgeheimnis und Datenschutz so geschaffen wird, dass der jeweilige Informationsbedarf ohne bürokratischen Aufwand zügig gedeckt werden kann, ist dieses Ziel zu erreichen. Im gemeinsamen Marketingkonzept der amtlichen Statistik werden für jedes der drei Segmente die Grundprinzipien der Verbreitung herausgearbeitet, die adäquaten Verbreitungswege festgelegt und damit die Grundlagen geschaffen, durch konkrete Maßnahmen Verbesserungen zu erzielen.

Mit ihren Partnern im In- und Ausland arbeitet die amtliche Statistik konstruktiv zusammen und nutzt die Möglichkeit der Arbeitsteilung.

Es gibt verschiedene Gründe, Produkte oder Serviceleistungen kooperativ oder arbeitsteilig zu erstellen, z. B. Kosten- oder Kapazitätsgründe, aber auch die Chance, externes Know-how zu erwerben. Die amtliche Statistik sollte mit anderen öffentlichen (statistischen) Institutionen eben-

so zusammenarbeiten wie mit Privaten. Dabei ist stets darauf zu achten, dass das eigene Profil nicht verlorengelut und der Beitrag der statistischen Ämter insbesondere als Urheber der Informationen gebührend herausgestellt wird. Ein wichtiger Partner ist dabei die Wissenschaft, mit der auf verschiedene Art und Weise kooperiert wird. So wächst z. B. insbesondere bei der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Forschung das Interesse, statistische Informationen nicht nur in aggregierter Form, sondern auch als Mikrodaten nutzen zu können, um maßgeschneiderte Analysen wirtschafts-, sozial- und gesellschaftspolitischer Zusammenhänge vornehmen zu können. Der 1997 im Rahmen eines vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie unterstützten Pilotprojektes eingeschlagene Weg, der Wissenschaft zu günstigen Konditionen anonymisierte Mikrodaten zur Verfügung zu stellen, soll weiterverfolgt werden.

4. Rechtliche Fragen

Bei der Erfüllung des gesetzlichen Auftrages der amtlichen Statistik, statistische Ergebnisse zusammenzustellen und für allgemeine Zwecke zu veröffentlichen, entstehen Werke im Sinne des § 2 Urheberrechtsgesetzes. Daraus erwachsen Urheberrechte für die Bundesrepublik Deutschland und/oder die einzelnen Bundesländer. Diese Rechte schließen auch ein, die Werke wirtschaftlich zu verwerten und Vertriebsrechte an Dritte zu übertragen.

Ausgehend von dieser Grundsatzposition und in Analogie zu den drei Segmenten des Marketing-Modells wurden zwischen den statistischen Ämtern drei unterschiedliche Copyrightregelungen vereinbart. Danach können Produkte und Dienstleistungen der informationellen Grundversorgung (äußeres Segment) mit Quellenangabe uneingeschränkt von Dritten vervielfältigt und verbreitet werden. Bei den kostenpflichtigen nachfrage- und zielgruppenorientierten Standardangeboten (mittleres Segment) wurde dagegen eine differenzierte Regelung festgelegt. Für nichtgewerbliche Zwecke sind Vervielfältigung und unentgeltliche Verbreitung ebenfalls mit Quellenangabe gestattet. Für gewerbliche bzw. entgeltliche Verbreitung ist eine vorherige Zustimmung notwendig. Diese ist stets notwendig, wenn von Dritten beabsichtigt ist, die Weitergabe oder Verbreitung über elektronische Wege vorzunehmen. Bei den maßgeschneiderten Produkten und Dienstleistungen des inneren Segmentes gilt ein uneingeschränktes Copyright. Die Rechte und Pflichten der Partner werden hier vertraglich geregelt.

5. Nutzerkategorien

Der Vielfalt der statistischen Informationen auf der einen steht eine Vielfalt von Nutzern dieser Informationen auf der anderen Seite gegenüber. Gedankliche Zusammenfassungen dieser

Nutzer zu bestimmten Gruppen hat es zwar schon immer gegeben, aber sie differierten entsprechend den unterschiedlichen Zwecken und auch zwischen den statistischen Ämtern. Im Marketingkonzept haben die Ämter nun eine einheitliche Kategorisierung vereinbart, und zwar insbesondere für folgende Zwecksetzungen:

- Nutzergruppenbezogene Marktforschung,
- nutzergruppenadäquate Produktgestaltung,
- nutzergruppengerechte Preissetzung,
- nutzergruppenspezifische Ansprache (z. B. Werbung),
- nach Nutzergruppen differenzierende Erfolgskontrolle (z. B. Absatzstatistik).

Aus dieser Aufzählung lassen sich auch die Maßstäbe für eine adäquate Gestaltung der Gruppenbildungen ableiten.

Die Nutzer werden dabei auf zwei hierarchischen Ebenen systematisiert. Die erste umfasst 13, die zweite 58 Kategorien. Die erste Hierarchieebene wird im folgenden enumerativ aufgelistet:

- 1 Politik und Verwaltung auf internationaler Ebene
- 2 Politik und Verwaltung auf Bundesebene
- 3 Politik und Verwaltung auf Länderebene
- 4 Politik und Verwaltung auf kommunaler Ebene
- 5 Amtliche Statistik
- 6 Parteien, Interessen- und Berufsverbände, Kirchen u. ä.
- 7 Bildung, Wissenschaft, Kultur
- 8 Wirtschaft
- 9 Medien
- 10 Informationsdienstleister
- 11 Privatnutzer
- 12 Unbestimmte, nicht zuordenbare Nutzer
- 13 Sondernutzer.

Auf der zweiten Ebene werden die ersten elf Kategorien dieser ersten Hierarchiestufe noch weiter untergliedert.

Sollte für bestimmte Zwecke eine Zuordnung der Nutzer auf die zwei Hierarchieebenen nicht ausreichen, ist es den Ämtern freigestellt, eine dritte oder noch weitere Stufen mit einer noch tiefergehenden Systematisierung anzufügen.

6. Angebote der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

6.1 Grundsätze der Gestaltung

Grundsätzlich sind die statistischen Ämter in der inhaltlichen und formalen Gestaltung ihrer Angebote frei. Gleichwohl ist es im Interesse der Nutzer wünschenswert, wenn die amtliche Statistik ein nach außen über weite Strecken einheitliches oder zumindest vergleichbares Bild bietet.

Dies wird dadurch erreicht, dass die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

- mit Gemeinschaftsveröffentlichungen am Markt präsent sind,
- bei ihren hausspezifischen Veröffentlichungen bestimmte Elemente abstimmen,
- länderübergreifende Anfragen koordiniert beantworten,
- sich gegenüber den Medien einheitlich verhalten,
- sich gemeinsam auf ausgewählten Fach- und Verbrauchermessen präsentieren und
- in der Öffentlichkeitsarbeit zusammenarbeiten.

6.2 Gemeinschaftsveröffentlichungen

6.2.1 Statistik Regional

„Statistik regional“ ist eine jährlich von den Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder gemeinsam herausgegebene Datenbank auf CD-ROM. Sie bietet die Möglichkeit, wirtschaftliche und soziale Fakten für Landkreise und kreisfreie Städte, Regierungsbezirke, Länder und das Bundesgebiet zu recherchieren und zu Tabellen zusammenzustellen.

6.2.2 Gemeinsame Printveröffentlichungen

Schon seit längerer Zeit geben die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder gemeinsame gedruckte Veröffentlichungen heraus. Zu nennen sind z. B. das „Krankenhausverzeichnis“, die „Kreiszahlen“, die „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder“ und die Veröffentlichungen des Arbeitskreises „Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder“. Für die Printveröffentlichungen wurde ein System von Regelungen vereinbart, die das Projektmanagement ebenso betreffen wie Kosten- und Preisfragen, einschließlich der Rabattgewährung oder vertrieblicher Aspekte. Festgelegt wurde auch ein einheitliches Layout, das die Beteiligung aller Häuser verdeutlicht. Grundsätzlich besteht darüber Konsens, dass die Bedeutung derartiger Produkte im Gesamtsystem der Veröffentlichungen der statistischen Ämter in Zukunft verstärkt werden soll. Im Prinzip kann das Regelwerk auch auf gemeinsame elektronische Produkte - das Krankenhausverzeichnis ist bereits auch als Diskettenpaket erhältlich - übertragen werden. Entsprechend der technischen Entwicklung und der Orientierung an den Kundenwünschen sollte gemeinsames elektronisches Offline-Publizieren einen Schwerpunkt bei der Weiterentwicklung der Gemeinschaftsveröffentlichungen bilden.

6.3 Vereinbarungen und Leitlinien für Produkte und Dienstleistungen der einzelnen Ämter

6.3.1 Mindestveröffentlichungsprogramm

Es liegt im Interesse der Kundenfreundlichkeit, wenn es gelingt, die Vorteile der föderalen Struktur des deutschen Statistiksystems mit einem nach außen hin in wesentlichen Teilen

einheitlichen Datenangebot der statistischen Ämter zu verbinden. Diese haben daher vereinbart, gemeinsame Kerninhalte ihres statistischen Programms als Mindestveröffentlichungsprogramme zu publizieren.

6.3.2 Statistische Berichte

Statistische Berichte sind das Hauptinstrument der marktgerechten und zeitnahen Verbreitung fachlich detaillierter statistischer Informationen durch die statistischen Landesämter. Für die systematische Gliederung und zeitliche Einordnung der Statistischen Berichte ist ein einheitliches Kennziffersystem vereinbart, das den Konsumenten über die Veröffentlichungsverzeichnisse mitgeteilt wird und ihnen als Orientierungshilfe dient. Es wird zentral von einem statistischen Landesamt gepflegt und koordiniert.

6.3.3 Regio-Stat-Katalog

Es wurde ein gemeinsamer Datenkatalog zur Bereitstellung statistischer Ergebnisse vereinbart, der kurzfristig auf Datenträger lieferbare Ergebnisse aus allen Bereichen der amtlichen Statistik auf Gemeinde- und Kreisebene umfasst.

6.3.4 Zahlenspiegel

Im monatlichen Zahlenspiegel veröffentlichen die statistischen Landesämter Eckwerte aus den monatlichen bzw. vierteljährlichen Statistiken aller Fachgebiete. Zwischen den Ämtern abgestimmt und vereinbart ist sowohl eine gemeinsame Merkmalsliste als auch die Konvention, neben dem aktuellen Monat jeweils die drei vorangehenden Monate sowie den Vorjahresmonat und dessen beide Vorgängermonate nachzuweisen. Somit werden sowohl inhaltlich als auch zeitlich vergleichbare aktuelle Daten angeboten.

6.3.5 Internet-Angebote

Die Internet-Angebote der statistischen Ämter sind je nach technischer Ausstattung und verfügbarer Kapazität unterschiedlich.

Einige Rubriken werden jedoch - bei i.d.R. dezentraler Gestaltung und Pflege - als Grundstandard festgelegt:

- Darstellung des Amtes,
- Pressemitteilungen,
- Publikationsliste.

Darüber hinaus werden auf den Servern ausgewählter statistischer Ämter bestimmte Angebotsteile für die ganze amtliche Statistik zentral bereitgestellt und gepflegt. Nach dem gegenwärtigen Stand betreffen die Vereinbarungen folgende Informationen:

- vergleichende Bund-Länder-Tabellen,
- Auszüge aus "Statistik regional",
- Link-Seite (Verknüpfung der statistischen Ämter untereinander).

6.3.6 Koordinierte Beantwortung von Anfragen

Die Beantwortung länderübergreifender Anfragen nach regionalstatistischen Daten, z. B. durch die Auskunftsdienste, wird vereinbarungsgemäß im Auftrag der übrigen Ämter vom Amt desjenigen Landes koordiniert, in dem der Anfrager seinen Sitz hat. Gegenüber Bundesstellen sowie supra- und internationalen Einrichtungen und Anfragern mit Sitz im Ausland übernimmt das Statistische Bundesamt die entsprechende Funktion. Die Koordinierung betrifft im beiderseitigen Interesse die - dann nur einmal vorzunehmende - Klärung sowohl der fachlichen Detailfragen als auch der finanziellen Rahmenbedingungen sowie die Rechnungslegung. Die amtliche Statistik tritt dem Kunden auf diese Weise als Einheit entgegen.

6.3.7 Beziehung zu den Medien

Die Medien sind der zentrale Multiplikator bei der Verbreitung statistischer Informationen an die breite Öffentlichkeit. Ein wesentliches Ziel der Informationspolitik der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder ist es, durch eine aktive und dialogorientierte Zusammenarbeit mit den Journalisten das Profil eines modernen, unabhängigen und objektiven Informationsdienstleisters über die Medien in der Öffentlichkeit zu verankern. In diesem Sinne ist Pressearbeit ein Teil der Marketingpolitik der statistischen Ämter. Sie unterstützen die Presse in ihrem Auftrag als Informations- und Meinungsverbreiter. Einschränkungen journalistischer Recherchen, z. B. durch restriktive Auskunftspolitik und Preisgestaltung, schaden dem Ansehen der amtlichen Statistik. Auf der Basis dieser Grundsatzzpositionen wurden zwischen den statistischen Ämtern folgende Vereinbarungen getroffen:

- Neben der laufenden Presseinformation umfasst die Pressearbeit der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder einen schnellen und mediengerechten Informationsservice sowie kompetente Beratung für Journalisten.
- Alle Journalisten haben den gleichen Zugang zu statistischen Ergebnissen.
- Die Beantwortung von Anfragen im Rahmen journalistischer Recherchen erfolgt schnell und im Grundsatz kostenlos.

Ferner wurden hinsichtlich der Medienbeziehungen folgende Leitlinien festgelegt:

- Standardprodukte können für Rezensionen und journalistische Recherchen kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

- Die länderübergreifende Koordinierung von Presseanfragen erfolgt in Anlehnung an die in Abschnitt 6.3.6 beschriebene Vorgehensweise.
- Erheblicher zusätzlicher Aufwand kann in Rechnung gestellt werden.

6.3.8 Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit

Gemeinsame Messeaktivitäten

Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder präsentieren sich gemeinsam auf ausgewählten Fach- und Verbrauchermessen. Die organisatorische und finanzielle Abwicklung mit der jeweiligen Messengesellschaft, die Standplanung und die Bereitstellung der Messestand-Teile übernimmt dabei das Statistische Bundesamt. Die Koordinierung der Beteiligung der statistischen Landesämter wird von dem Landesamt vorgenommen, in dessen Land die Messe ihren Standort hat. Die Kosten für Standmiete, Ausstattung und Logistik werden je zur Hälfte vom Statistischen Bundesamt und nach einem spezifischen Schlüssel von den statistischen Landesämtern getragen.

Gemeinsame PR-Arbeit und Werbung

Durch gemeinsame PR-Aktivitäten (Faltblätter, Broschüren, Plakate, spezielle Internetangebote etc.) nutzen die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder Synergieeffekte. Solche Aktionen dienen z. B. der Unterstützung der Feldarbeit für Erhebungen und Großzählungen, der Werbung für gemeinsame Produkte oder der gemeinsamen Präsentation auf Messen. Im Sinne des Marketing-Modells handelt es sich bei diesen Angeboten um kostenlose Produkte der informationellen Grundversorgung.

7. Gemeinsame Preispolitik

Zu einem kundenorientierten Marketing zählt zweifelsohne auch eine transparente, nachvollziehbare und verlässliche Preisfestsetzung für die Produkte und Dienstleistungen, die auf dem Markt angeboten werden. Durch das gemeinsame Marketingkonzept sind die Ämter einen wichtigen Schritt in dieser Richtung vorangekommen. Für die Gemeinschaftsprodukte wurden einheitliche Preise und für Regio-Stat-Tabellen Preisfestsetzungsregeln vereinbart.

Für die Lieferung von Regio-Stat-Tabellen, die als komplette Tabellen mit dem Charakter eines Standardproduktes des mittleren Segmentes des Marketingmodells verkauft werden, wird generell eine *Bearbeitungsgebühr* von 10 DM erhoben.

Die eigentlichen *Preise* können jedoch nicht für alle Länder und Tabellen gleich sein. Der Preis für eine Tabelle, die Daten für 2305 Gemeinden enthält, muss höher sein als der für eine Tabelle mit 52 Gemeindedaten. Der Preis für eine differenzierte Tabelle muss höher sein als der für eine Tabelle, die nur ein einziges Aggregatdatum enthält. Die Länder haben unterschiedlich viele regionale Einheiten, die berücksichtigt werden

müssen. So hat z. B. das Saarland 6 Kreise, Bayern hat 96, Nordrhein-Westfalen hat 396 Gemeinden, Rheinland-Pfalz dagegen 2 305. Die Tabellentypen unterscheiden sich einerseits nach Gemeinde- und Kreistabellen, andererseits nach dem Umfang der Tabellen.

Bei *Gemeindetabellen* wurde eine Differenzierung nach vier Preiskategorien vorgenommen:

- Kategorie I: 4 Länder mit weniger als 750 Gemeinden (Hessen, Nordrhein-Westfalen, Saarland, Sachsen)
- Kategorie II: 5 Länder mit 750 bis unter 1 250 Gemeinden (Baden-Württemberg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Thüringen)
- Kategorie III: 2 Länder mit mehr als 1 250 bis unter 1 750 Gemeinden (Brandenburg, Sachsen-Anhalt)
- Kategorie IV: 2 Länder mit 1 750 Gemeinden und mehr (Bayern, Rheinland-Pfalz).

Bei *Kreistabellen* gibt es zwei Preiskategorien:

- Kategorie I: 8 Länder mit bis zu 36 Kreisen plus Regierungsbezirken (Brandenburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen)
- Kategorie II: 5 Länder mit 37 und mehr Kreisen plus Regierungsbezirken (Baden-Württemberg, Bayern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz).

Stadtstaaten verfahren bei Lieferung von Regio-StatTabellen analog dem Schema für Kreistabellen der Kategorie I.

Beim Tabellenumfang werden entsprechend der Zahl der Wertfelder vier **Größenklassen** gebildet, und zwar:

- sehr große Tabellen (XL) mit 50 und mehr Wertfeldern pro Regionaleinheit,
- große Tabellen (L) mit 20 bis 49 Wertfeldern pro Regionaleinheit,
- mittelgroße Tabellen (M) mit 10 bis 19 Wertfeldern pro Regionaleinheit,
- kleine Tabellen (S) mit bis zu neun Wertfeldern pro Regionaleinheit.

Diese Kategorisierungen lassen sich zur folgenden übersichtlichen *Preismatrix* zusammenfügen:

Tabellen- größe	Gemeindetabelle				Kreistabelle	
	Kate- gorie I	Kate- gorie II	Kate- gorie III	Kate- gorie IV	Kate- gorie I	Kate- gorie II
	in DM					
S	15,00	25,00	35,00	45,00	10,00	15,00
M	22,50	37,50	52,50	67,50	15,00	22,50
L	30,00	50,00	70,00	90,00	20,00	30,00
XL	37,50	62,50	87,50	112,50	25,00	37,50

Durch die Einordnung aller Regio-Stat-Tabellen in Größenklassen können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den

statistischen Ämtern den interessierten Kunden schnell und problemlos Auskunft über die zu erwartenden Preise für einen bestimmten Auftrag geben.

8. Rabatte und Lizenzen

8.1 Rabatte

Gegenwärtig bestehen bei den Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder merkliche Unterschiede bei der Rabattgewährung. Diese sind zum Teil auf unterschiedliche Rechtsgrundlagen zurückzuführen, zum Teil auch auf unterschiedliche Vertriebswege und Kundenkreise.

Trotz dieser heterogenen und komplexen Ausgangslage ist es im Marketingkonzept gelungen, für die Praxis der zukünftigen Rabattgewährung bei Standardprodukten einige Regeln für Wiederverkäufer, Endverbraucher und bestimmte Nutzergruppen festzulegen.

8.2 Lizenzmodell

Um gegenüber Informationsverbreitern eine einheitliche und transparente Preisgestaltung von Bund und Ländern anzubieten, wurden im gemeinsamen Marketingkonzept auf der Basis der folgenden Grundprinzipien Lizenzregelungen festgelegt:

- Lizenzregelungen sind nur für Standardprodukte und kundenspezifische Aufbereitungen (mittleres und inneres Segment des Marketing-Modells) erforderlich.
- Die Lizenzregelungen gelten im Falle von Gemeinschaftsprodukten und länderübergreifenden Anfragen als Vereinbarung, bei länderspezifischen Produkten und bei Produkten des Statistischen Bundesamtes sowie bei entsprechenden Anfragen als Leitlinie.
- Der Gesamtpreis setzt sich aus einer Bearbeitungspauschale, dem Produktpreis und dem Lizenzpreis zusammen.
- Als Basis für die Berechnung des Lizenzpreises für Standardprodukte wird das Wertfeld bzw. das Ordnungsfeld (bei Klassifikationen und Verzeichnissen) herangezogen. Das Wertfeld bzw. das Ordnungsfeld (im folgenden nur noch als Wertfeld bezeichnet) ist die kleinste Grundeinheit, das eine statistische Information enthält bzw. beschreibt.
Erläuterung: Bei Anschriften gelten z. B. der Adressat, die Straße und Haus-Nr. sowie die PLZ und Ortsangabe jeweils als ein Wertfeld, zusammen sind es also drei Wertfelder.
- Die Lizenzpreise gelten in gleicher Weise für Standardprodukte und kundenspezifische Aufbereitungen, für alle Produktarten und Lieferformen sowie für gewerbliche und nicht-gewerbliche Informationsanbieter, soweit diese nicht von der Lizenzpflicht befreit sind.
- Die Lizenzregelung unterscheidet zwei Weiterverbreitungsformen durch den Kunden, und zwar Print/Offline (Diskette, CD-ROM ...) und Online.
- Nicht unter die Lizenzregelung fällt die interne Mehrfachnutzung (z. B. im Inhouse-Netz) von elektronischen Standardpro-

dukten. Zu berechnen ist hier lediglich der doppelte Produktpreis. Eine Bearbeitungspauschale sowie eine Staffelung nach der Zahl der Nutzer ist in diesem Fall nicht erforderlich.

Die *Bearbeitungspauschale* für eine Lizenzvergabe beträgt 85 DM (bei Abonnements nur einmalig); bei Koordinierungsanfragen wird sie verdoppelt.

Der eigentliche *Lizenzpreis* wird in Abhängigkeit von drei Kriterien errechnet:

- (1) *Geplante Verbreitungsform (Print/Offline; Online)*, wobei für den Online-Fall zusätzlich nach dem Umfang des Nutzerkreises unterschieden wird.
 - a) Weiterverbreitung durch Dritte in *Papierform* oder *Offline* (Diskette, CD-ROM...):
Die Lizenzpreise ergeben sich zunächst aus der stufenweisen Multiplikation eines Wertfeldpreises mit der Anzahl der angeforderten Wertfelder (zu den Preisen der Wertfelder siehe unter 2). Die so errechneten Lizenzpreise je Einheit gelten für die ersten 100 Exemplare der geplanten Auflage zu 100 %; für darüber hinausgehende Auflagenexemplare wird eine stufenweise Rabattierung vorgesehen (siehe dazu unter 3).
 - b) Weiterverbreitung durch Dritte *Online*:
Im Falle eines *unbeschränkten* Nutzerkreises werden zunächst die Lizenzpreise für die erste Einheit wie unter a) berechnet und anschließend mit 200 multipliziert. Im Falle eines *beschränkten* Nutzerkreises werden die Lizenzpreise für die erste Einheit ebenfalls wie unter a) berechnet und anschließend mit 50 multipliziert.
Diese pauschale und einmalige Berechnung im Online-Fall vermeidet einen hohen Kontroll- und Prüfaufwand, wie er bei einer genauen Abrechnung anfallen würde.
- (2) *Zahl der angeforderten Wertfelder*
Die Höhe des Wertfeldpreises ist nach folgenden 6 Größenklassen gestaffelt und degressiv gestaltet:
0,00144 DM für das 1. bis 1 000. Wertfeld
0,00108 DM für das 1 001. bis 10 000. Wertfeld
0,00072 DM für das 10 001. bis 50 000. Wertfeld
0,00036 DM für das 50 001. bis 100 000. Wertfeld
0,00018 DM für das 100 001. bis 500 000. Wertfeld
0,00009 DM ab dem 500 001. Wertfeld
- (3) *Vom Kunden vorgesehene Auflage*
Der errechnete Lizenzpreis hat für die ersten 100 Exemplare der Auflage Gültigkeit. Für darüber hinausgehende Auflagenexemplare ist folgende stufenweise Rabattierung vorgesehen:
20 % für das 101. bis 250. Stück,
35 % für das 251. bis 500. Stück,
50 % für das 501. bis 1 000. Stück und
65 % ab dem 1 001. Stück.

Die Lizenzverhandlung und -vergabe auf der Basis der beschriebenen Grundprinzipien und Vereinbarungen bzw. Leitlinien erfolgt bei länderübergreifenden Kundenanfragen zentral durch das koordinierende Land (vgl. Abschnitt 6.3.6).

9. Künftige Entwicklungen im Marketing

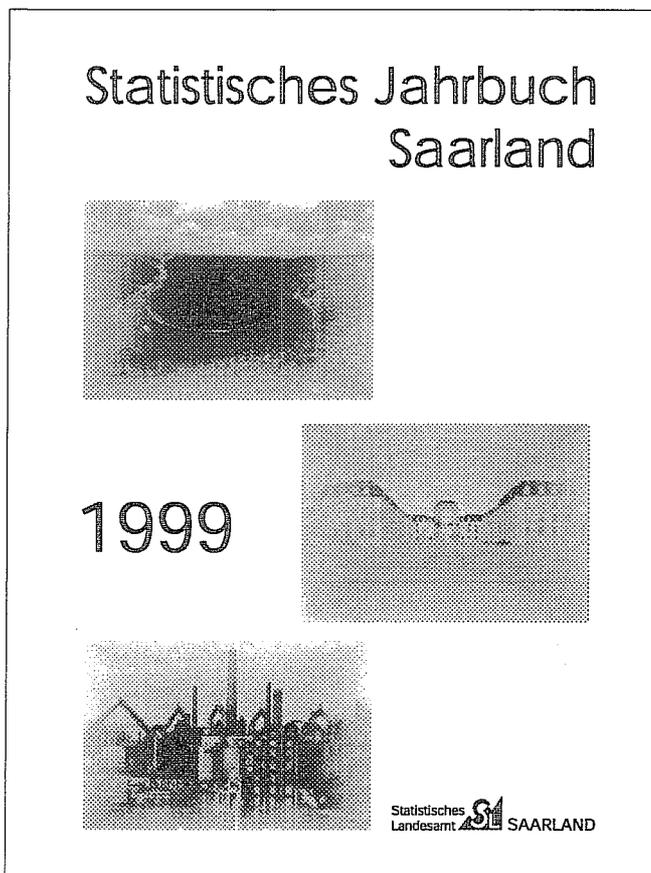
Neue Trends im Marketing werden auch die künftige Verbreitungspolitik der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder nachhaltig beeinflussen. Schon die Einführung der oben beschriebenen Konzepte hat die Denk- und Handlungsmuster in den Ämtern in Richtung der Wahrnehmung ihrer Rolle als moderner Informationsdienstleister geprägt.

Die Individualisierung der Marketingaktivitäten im Hinblick auf die speziellen Bedürfnisse der Kunden der amtlichen Statistik wird weiter zunehmen. Grundlage hierfür ist ein Dialog mit den Kunden. Daß diese Aufgabe ernst genommen wird, zeigt sich in der Einrichtung von Service-Telefonen und Service-

zeiten in einzelnen Ämtern, die trotz der Verknappung von Ressourcen als prioritär angesehen werden. Ein zweiter Trend ist die stärkere Vernetzung der Marketingaktivitäten, die durch die weiteren informationstechnischen Entwicklungen begünstigt wird. Die Entwicklung leistungsstarker Datenbanken, die im Sinne von Data Warehouses verschiedene Datenbestände aus internen und externen Quellen integrieren, kann eine breite Basis für die unterschiedlichsten Auswertungen zur Verfügung stellen und damit das Rückgrat für eine kundenorientierte Verbreitungspolitik bilden. Auch die Online-Marktforschung und -Kundenbetreuung wird durch die IT-Entwicklung maßgeblich mitbestimmt. Die Folge dieser Entwicklung wird eine veränderte Organisation der Aufgabenbewältigung sein. Eine konsequente Umgestaltung der Arbeitsprozesse wird als Teil eines Qualitätsmanagements der statistischen Ämter Voraussetzung für ein kundenorientiertes Marketing der nächsten Jahre sein.

Statistisches Jahrbuch Saarland erschienen

Als neue Veröffentlichung des Statistischen Landesamtes ist soeben das **Statistische Jahrbuch Saarland 1999** erschienen.



Das Statistische Jahrbuch tritt an die Stelle der bisher im jährlichen Wechsel herausgegebenen Querschnittsveröffentlichungen *Statistisches Handbuch für das Saarland* (zuletzt für 1996) und *Statistisches Taschenbuch für das Saarland* (zuletzt für 1995).

Das Jahrbuch, fast 300 Seiten stark, enthält Daten aus allen Gebieten der amtlichen Statistik. Neben allgemeinen geografischen und meteorologischen Angaben werden in 22 Kapiteln statistische Informationen - vielfach auch als Zeitreihen - u.a. aus den Bereichen Bevölkerung und Erwerbstätigkeit, Wahlen, Bildung und Kultur, Wirtschaft und Sozialprodukt, Umwelt sowie aus dem Saarländischen Krebsregister geboten. Daten aus den anderen Bundesländern und aus den Ländern der EU runden das Informationsangebot ab.

Somit erlaubt das Jahrbuch einen idealen Einblick in die Struktur des Bundeslandes Saarland.

Preis: 35,00 DM (zuzügl. Porto und Versand)

Bezugsquelle: Statistisches Landesamt Saarland
Virchowstraße 7, 66119 Saarbrücken
Postfach 10 30 44, 66030 Saarbrücken
Telefon: (06 81) 5 01 - 59 27
Fax: (06 81) 5 01 - 59 15
E-Mail: statistik@stala.saarland.de

Preise

Marie-Luise Pfaff

Preisindex für die Lebenshaltung im Dezember 1999

Der Preisindex für die Lebenshaltung von 4 - Personen - Haushalten von Arbeitern und Angestellten mit mittlerem Einkommen ist im Saarland von Mitte November bis Mitte Dezember 1999 um 0,1 % auf einen Indexstand von 104,7 (1995=100) gestiegen. Der Abstand der Verbraucherpreise zum Preisniveau im Dezember des Vorjahres beträgt 1,2 %.

Für das gesamte Jahr 1999 errechnet sich gegenüber 1998 eine durchschnittliche Veränderungsrate des Lebenshaltungsindex von 0,6 %. Im Vorjahr lag die durchschnittliche Steigerung ebenfalls bei 0,6 %. Eine niedrigere Inflationsrate war zuletzt 1987 ermittelt worden.

Die Entwicklung der Verbraucherpreise von November zu Dezember 1999 wurde hauptsächlich beeinflusst von den Verteuerungen der Saisonwaren und sonstigen saisonalen Gü-

tern (+ 3,7 %). So musste der Verbraucher bei fast allen Gemüsesorten tiefer in die Tasche greifen. Für Pauschalreisen lag die Teuerungsrate bei knapp 4 %. Die kurzfristige Preisentwicklung wurde auch durch die weiter fortschreitende Verteuerung der Mineralölprodukte geprägt. So stiegen die Preise für Heizöl und Kraftstoffe in Monatsfrist nochmals um 2 % und übertrafen damit das Vorjahresergebnis um 25,8 %. Ohne Berücksichtigung von Heizöl und Kraftstoffen wären die Verbraucherpreise im Vergleich zum Vormonat im Saarland im Durchschnitt gleich geblieben.

Verbraucherfreundlich verlief im Berichtszeitraum von Mitte November bis Mitte Dezember 1999 die Preisentwicklung für Haushaltsenergie (- 3,0 %), was im wesentlichen auf die Rückgänge der Strompreise zurückzuführen ist.

Preisindex für die Lebenshaltung von 4-Personen-Haushalten von Arbeitern und Angestellten mit mittlerem Einkommen im Dezember 1999

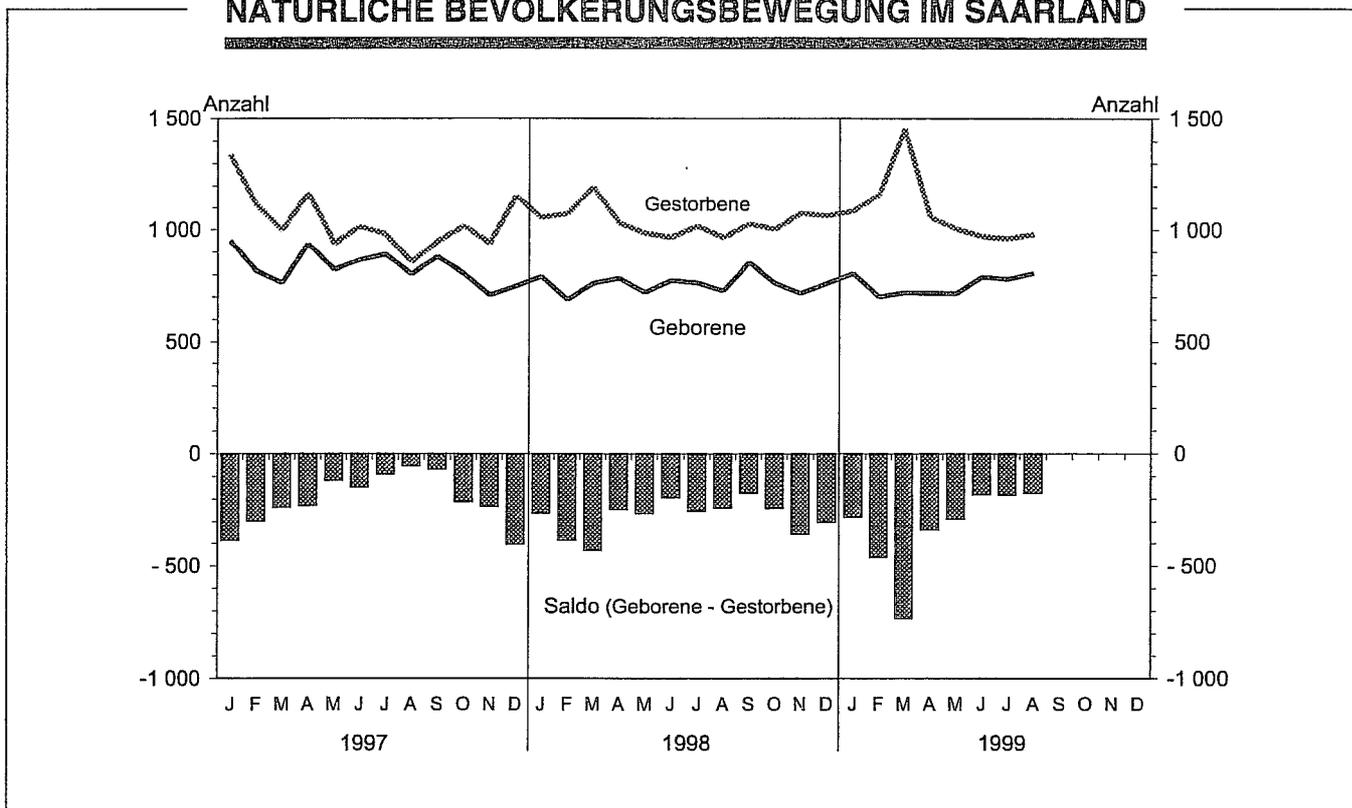
Hauptgruppe	Wägungsanteil in Promille	1995 = 100	Veränderung gegenüber	
			Vorjahr	Vormonat
			in Prozent	
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	159,24	99,2	- 1,5	0,1
Alkoholische Getränke, Tabakwaren	35,29	108,6	2,5	- 0,1
Bekleidung und Schuhe	65,56	104,7	1,7	0,1
Wohnung, Wasser, Strom, Gas u.a. Brennstoffe	289,76	106,0	1,1	- 0,6
Einrichtungsgegenstände, Apparate, Geräte und Ausrüstungen für den Haushalt, Instandhaltung	65,61	101,8	- 0,1	0,1
Gesundheitspflege	14,71	120,0	- 5,2	-
Verkehr	134,60	111,0	5,9	0,6
Nachrichtenübermittlung	18,17	85,1	- 10,0	-
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	98,29	105,3	1,1	0,6
Bildungswesen	16,90	110,6	1,2	-
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	50,28	99,7	0,9	1,5
Andere Waren und Dienstleistungen	51,59	102,7	2,3	0,3
Gesamtlebenshaltung	1 000,00	104,7	1,2	0,1

Preisindex für die Lebenshaltung von 4-Personen-Haushalten von Arbeitern und Angestellten mit mittlerem Einkommen im Saarland auf verschiedenen Basisjahren

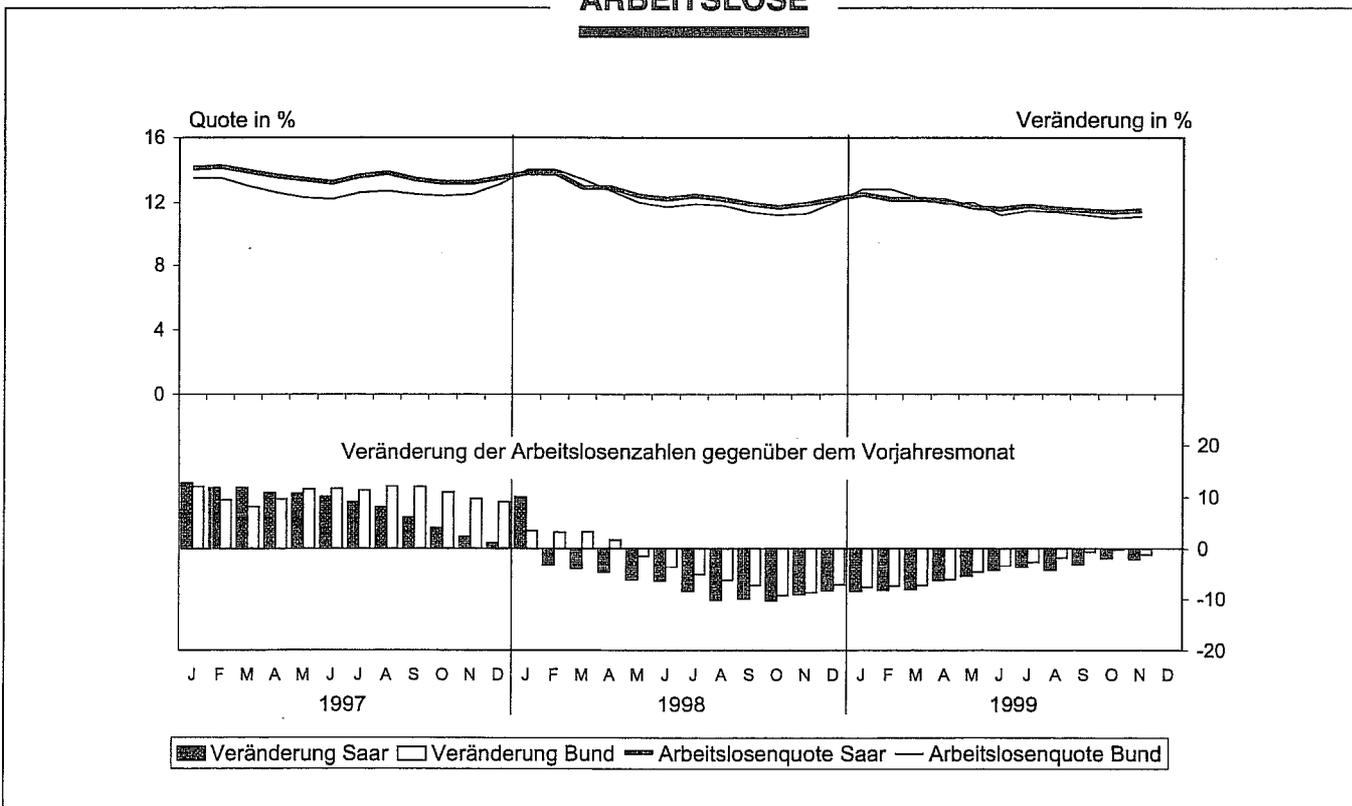
		1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Januar	a	81,7	82,0	83,8	85,7	88,2	91,5	94,6	98,0	99,3	100,5	102,2	103,4	103,3
	b	90,9	91,2	93,3	95,4	98,2	101,8	105,3	109,0	110,5	111,8	113,7	115,1	115,0
	c	100,4	100,8	103,1	105,4	108,5	112,5	116,3	120,4	122,1	123,6	125,7	127,1	127,0
Februar	a	81,7	82,1	84,1	86,0	88,8	92,0	95,4	98,5	99,6	100,9	102,3	103,6	103,6
	b	91,0	91,3	93,6	95,8	98,8	102,4	106,2	109,6	110,8	112,3	113,8	115,3	115,3
	c	100,5	100,9	103,4	105,8	109,2	113,1	117,3	121,1	122,5	124,1	125,8	127,4	127,4
März	a	81,7	82,1	84,2	86,2	88,7	92,2	95,9	98,4	99,6	100,9	102,4	103,5	103,6
	b	90,9	91,4	93,7	95,9	98,7	102,6	106,7	109,5	110,8	112,3	113,9	115,2	115,3
	c	100,4	101,0	103,5	106,0	109,1	113,4	117,9	121,0	122,5	124,1	125,9	127,3	127,4
April	a	81,9	82,4	84,7	86,3	88,9	92,6	96,1	98,6	99,7	100,9	102,2	103,5	104,1
	b	91,1	91,7	94,3	96,0	98,9	103,1	106,9	109,7	110,9	112,3	113,7	115,2	115,8
	c	100,7	101,3	104,2	106,1	109,3	113,9	118,1	121,2	122,6	124,1	125,7	127,3	128,0
Mai	a	82,0	82,5	84,9	86,5	89,2	92,8	96,1	98,8	99,8	101,2	102,6	103,7	104,0
	b	91,2	91,8	94,5	96,3	99,3	103,3	106,9	109,9	111,1	112,6	114,2	115,4	115,7
	c	100,8	101,4	104,4	106,4	109,7	114,1	118,1	121,4	122,7	124,4	126,2	127,5	127,9
Juni	a	81,9	82,5	84,8	86,5	89,7	93,1	96,3	99,0	100,2	101,5	102,9	103,7	104,2
	b	91,1	91,8	94,4	96,2	99,8	103,6	107,2	110,2	111,5	112,9	114,5	115,4	116,0
	c	100,7	101,4	104,3	106,3	110,3	114,5	118,4	121,8	123,2	124,8	126,5	127,5	128,1
Juli	a	81,7	82,4	84,7	86,5	90,8	93,3	96,6	99,3	100,3	101,6	103,7	104,1	104,7
	b	91,0	91,7	94,3	96,3	101,0	103,8	107,5	110,5	111,6	113,1	115,4	115,8	116,5
	c	100,5	101,3	104,2	106,4	111,6	114,7	118,8	122,1	123,3	124,9	127,5	128,0	128,7
August	a	81,7	82,4	84,7	86,9	90,7	93,4	96,8	99,3	100,3	101,5	103,8	104,0	104,8
	b	90,9	91,7	94,3	96,8	100,9	103,9	107,7	110,5	111,6	112,9	115,5	115,7	116,6
	c	100,4	101,3	104,2	106,9	111,5	114,8	119,0	122,1	123,3	124,8	127,6	127,9	128,9
September	a	81,5	82,4	84,7	87,4	90,6	93,3	96,4	99,1	100,4	101,4	103,4	103,5	104,3
	b	90,7	91,7	94,3	97,3	100,8	103,8	107,3	110,3	111,7	112,8	115,1	115,2	116,1
	c	100,2	101,3	104,2	107,5	111,4	114,7	118,6	121,9	123,5	124,7	127,1	127,3	128,2
Oktober	a	81,6	82,5	84,9	87,9	90,7	93,4	96,4	99,2	100,2	101,3	103,4	103,4	104,5
	b	90,8	91,8	94,5	97,8	100,9	103,9	107,3	110,4	111,5	112,7	115,1	115,1	116,3
	c	100,3	101,4	104,4	108,1	111,5	114,8	118,6	122,0	123,2	124,6	127,1	127,1	128,5
November	a	81,7	82,7	85,1	87,8	90,9	93,8	96,5	99,2	100,2	101,2	103,3	103,5	104,6r
	b	90,9	92,0	94,7	97,7	101,2	104,4	107,4	110,4	111,5	112,6	115,0	115,2	116,4r
	c	100,4	101,7	104,6	107,9	111,8	115,4	118,7	122,0	123,2	124,4	127,0	127,3	128,6r
Dezember	a	81,7	82,9	85,4	87,8	91,1	93,9	96,7	99,1	100,4	101,4	103,5	103,5	104,7
	b	91,0	92,2	95,0	97,7	101,4	104,5	107,6	110,3	111,7	112,8	115,2	115,2	116,5
	c	100,5	101,9	105,0	107,9	112,0	115,5	118,9	121,9	123,5	124,7	127,3	127,3	128,7
Durchschnitt	a	81,7	82,4	84,7	86,8	89,9	92,9	96,2	98,9	100,0	101,2	103,0	103,6	104,2
	b	91,0	91,7	94,2	96,6	100,0	103,4	107,0	110,0	111,3	112,6	114,6	115,3	116,0
	c	100,5	101,3	104,1	106,7	110,5	114,3	118,2	121,6	123,0	124,4	126,6	127,4	128,1

a) 1995=100, b) ¹⁾ 1991=100, c) ¹⁾ 1985=100. 1) Ab Januar 1995 auf Originalbasis 1995, also nach den Verbrauchsverhältnissen des Jahres 1995.
r = korrigierte Werte.

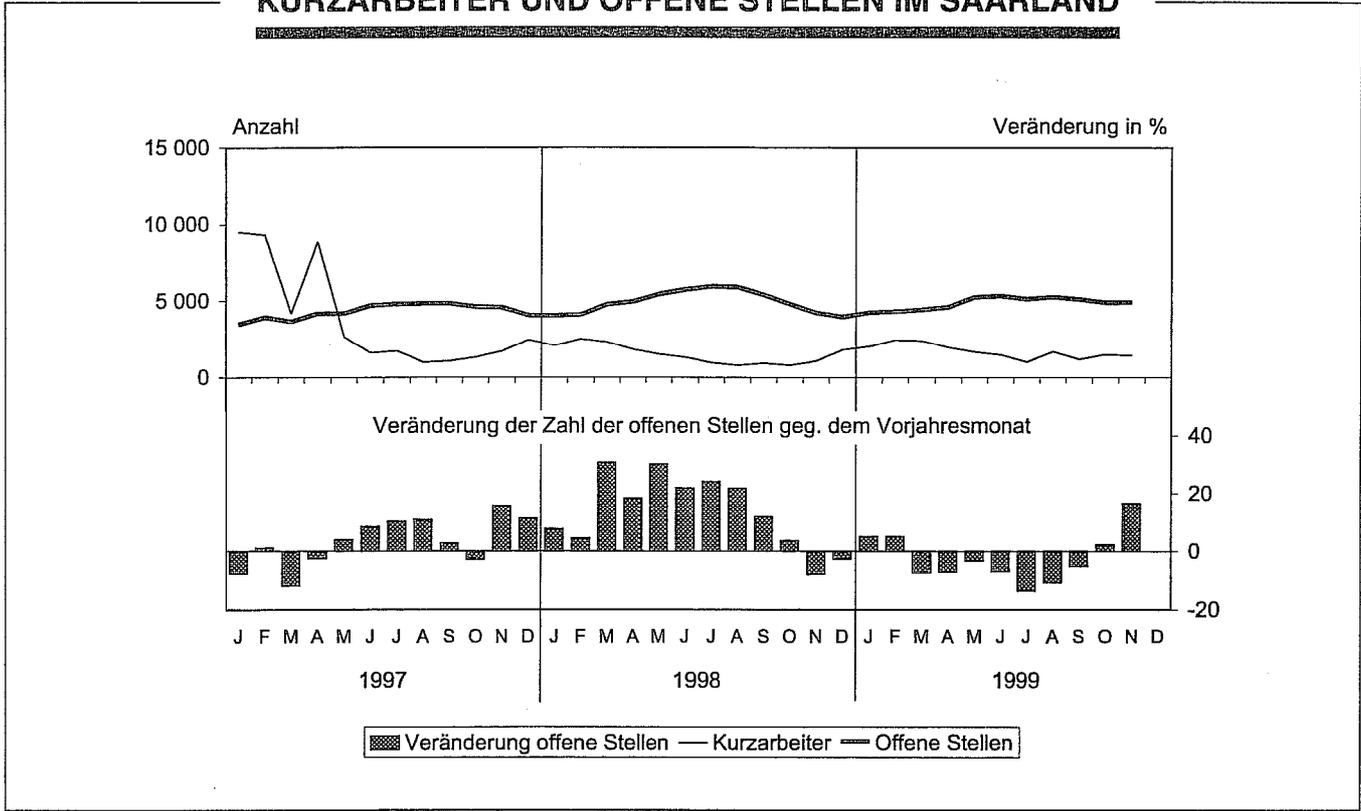
NATÜRLICHE BEVÖLKERUNGSBEWEGUNG IM SAARLAND



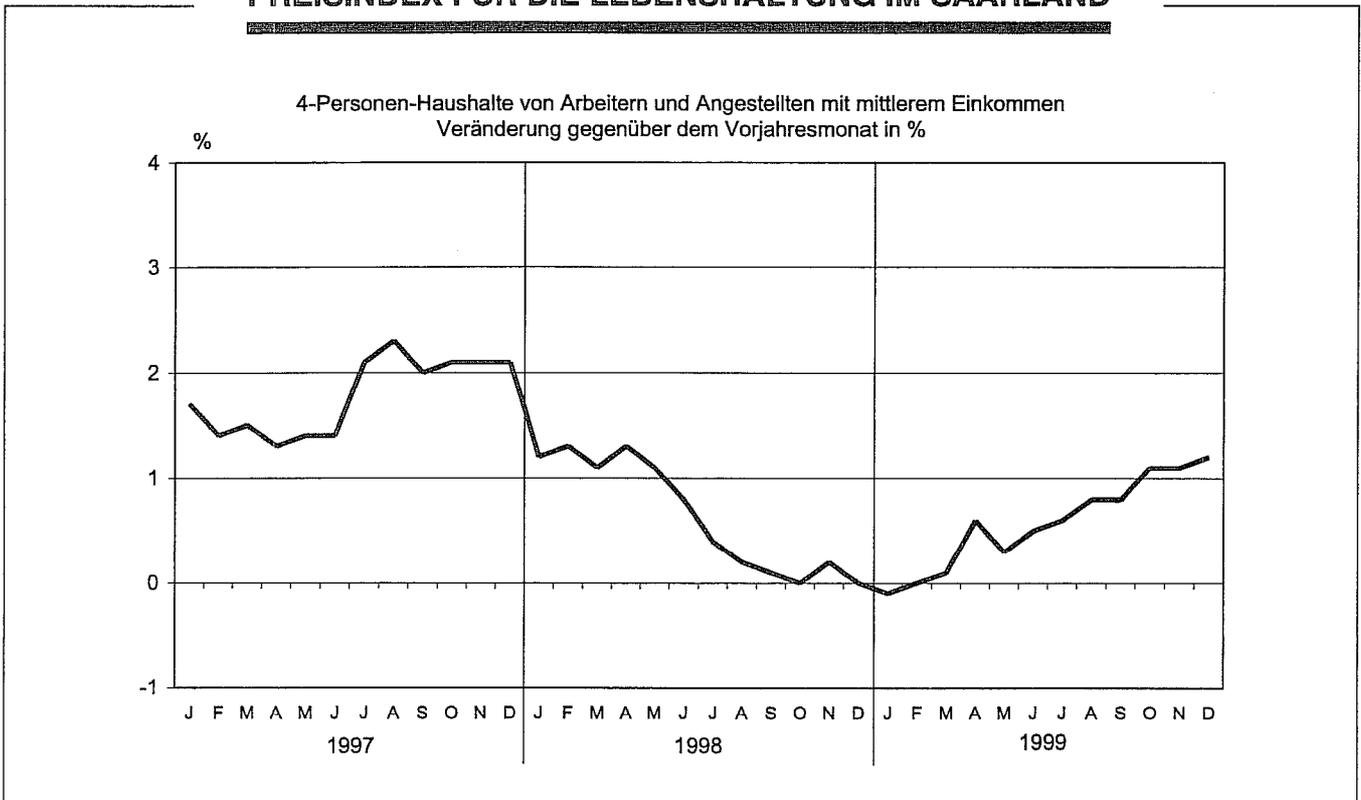
ARBEITSLOSE



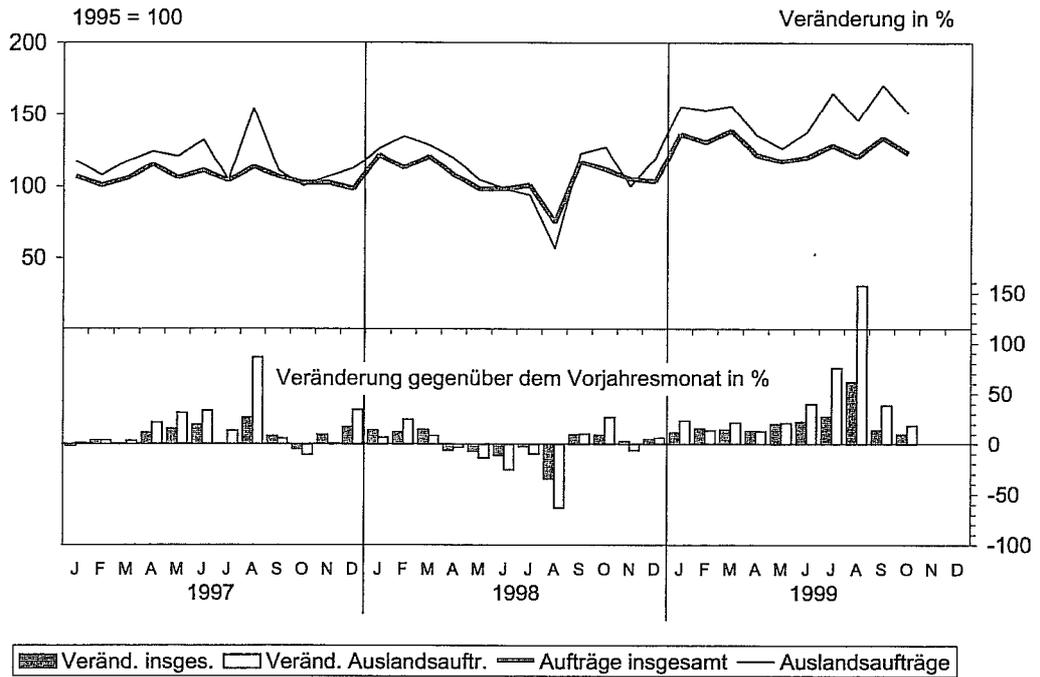
KURZARBEITER UND OFFENE STELLEN IM SAARLAND



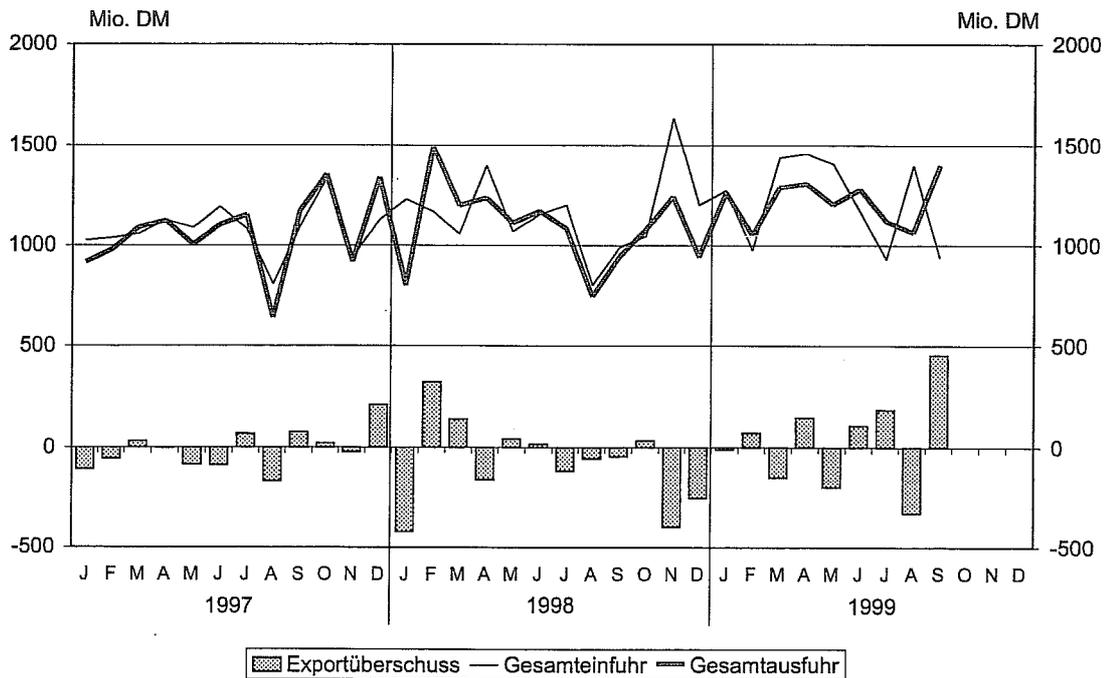
PREISINDEX FÜR DIE LEBENSHALTUNG IM SAARLAND



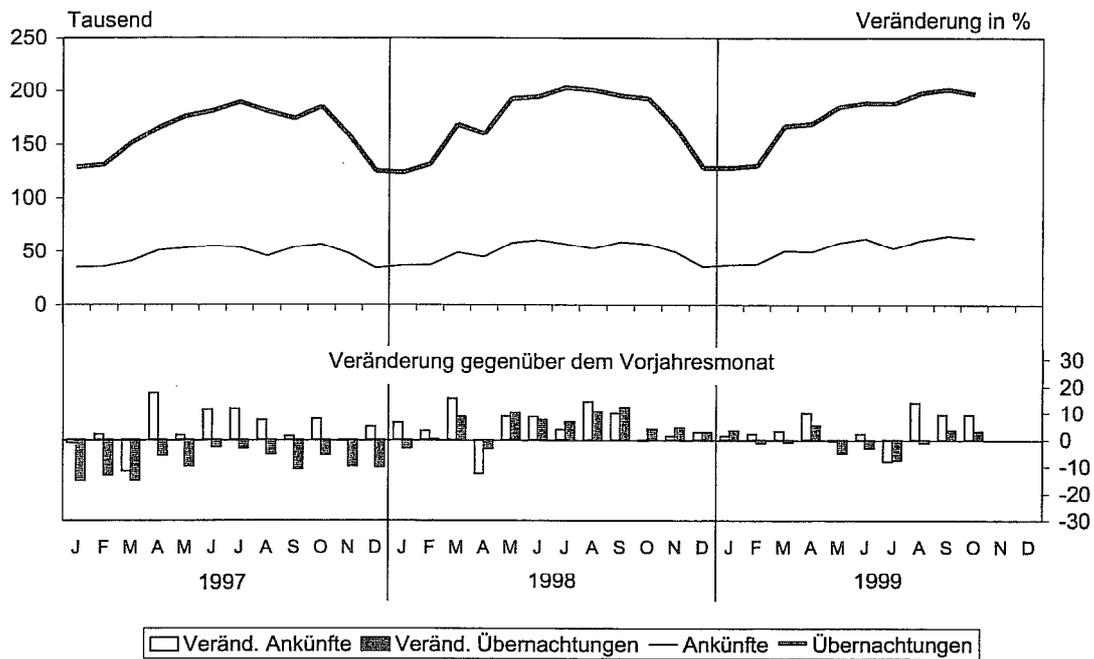
AUFTRAGSEINGANGSINDEX VERARBEITENDES GEWERBE IM SAARLAND



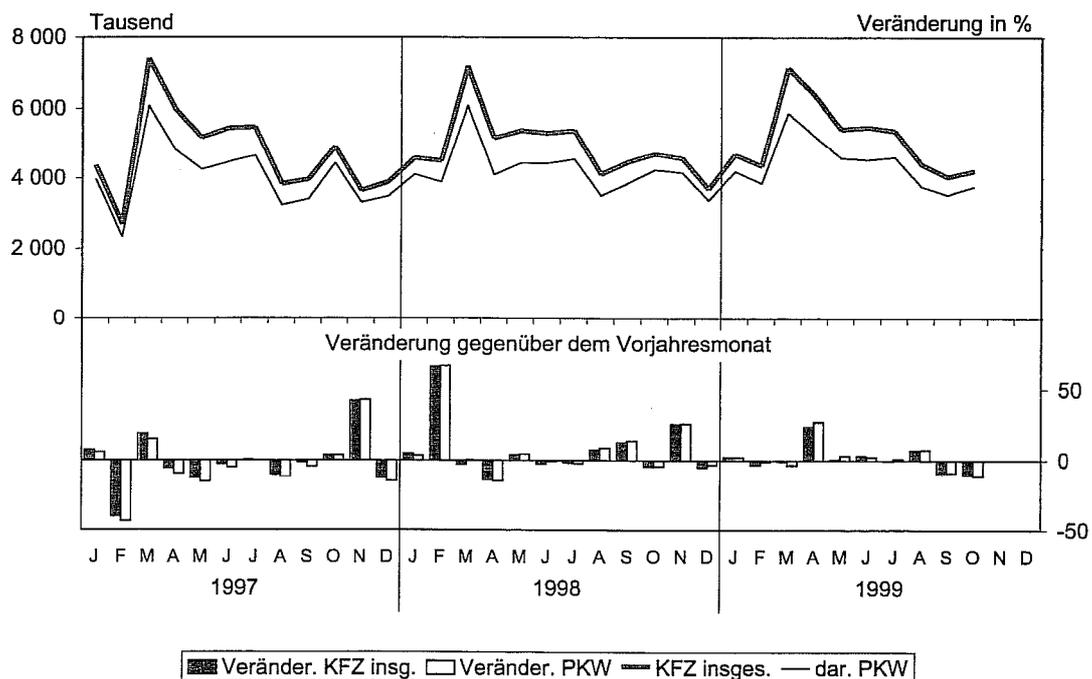
AUSSENHANDEL IM SAARLAND



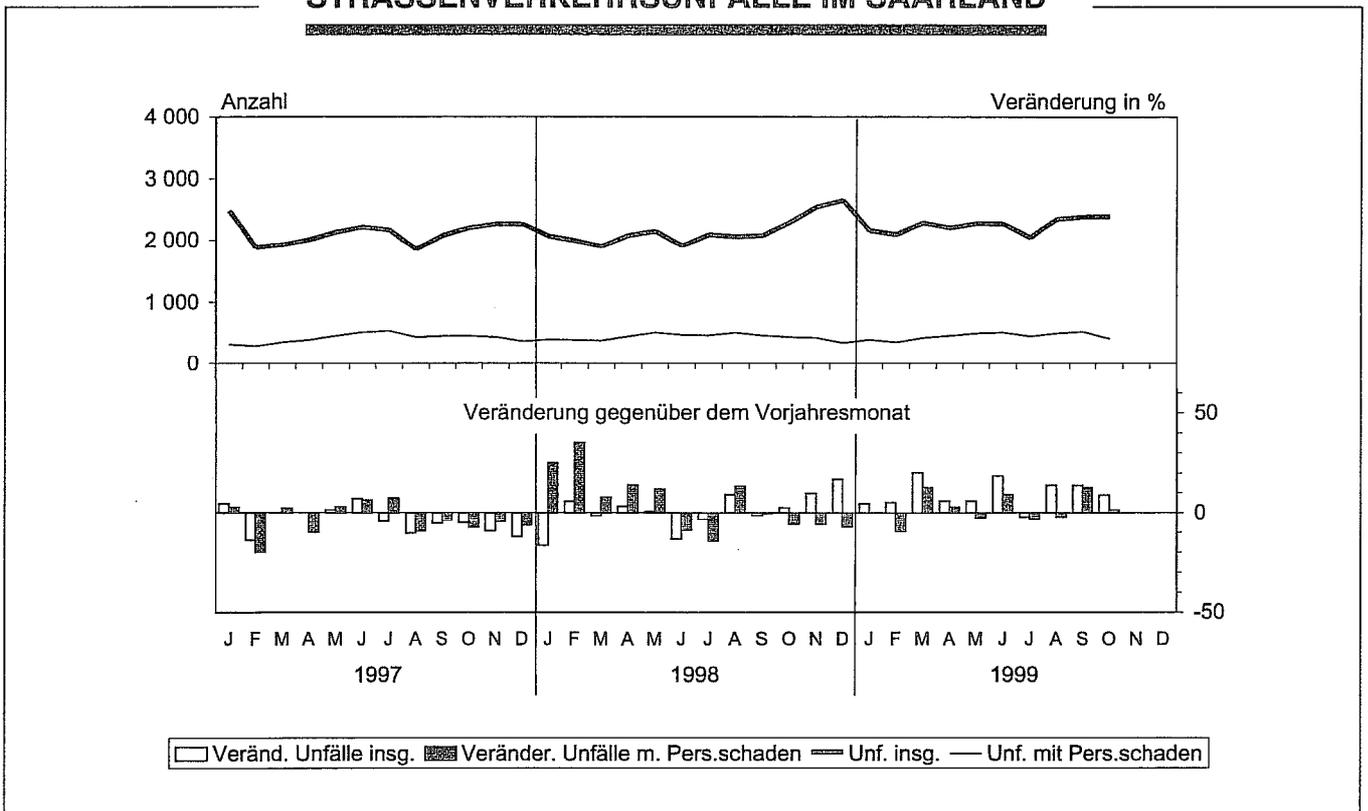
GÄSTEANKÜNFTE UND -ÜBERNACHTUNGEN IM SAARLAND



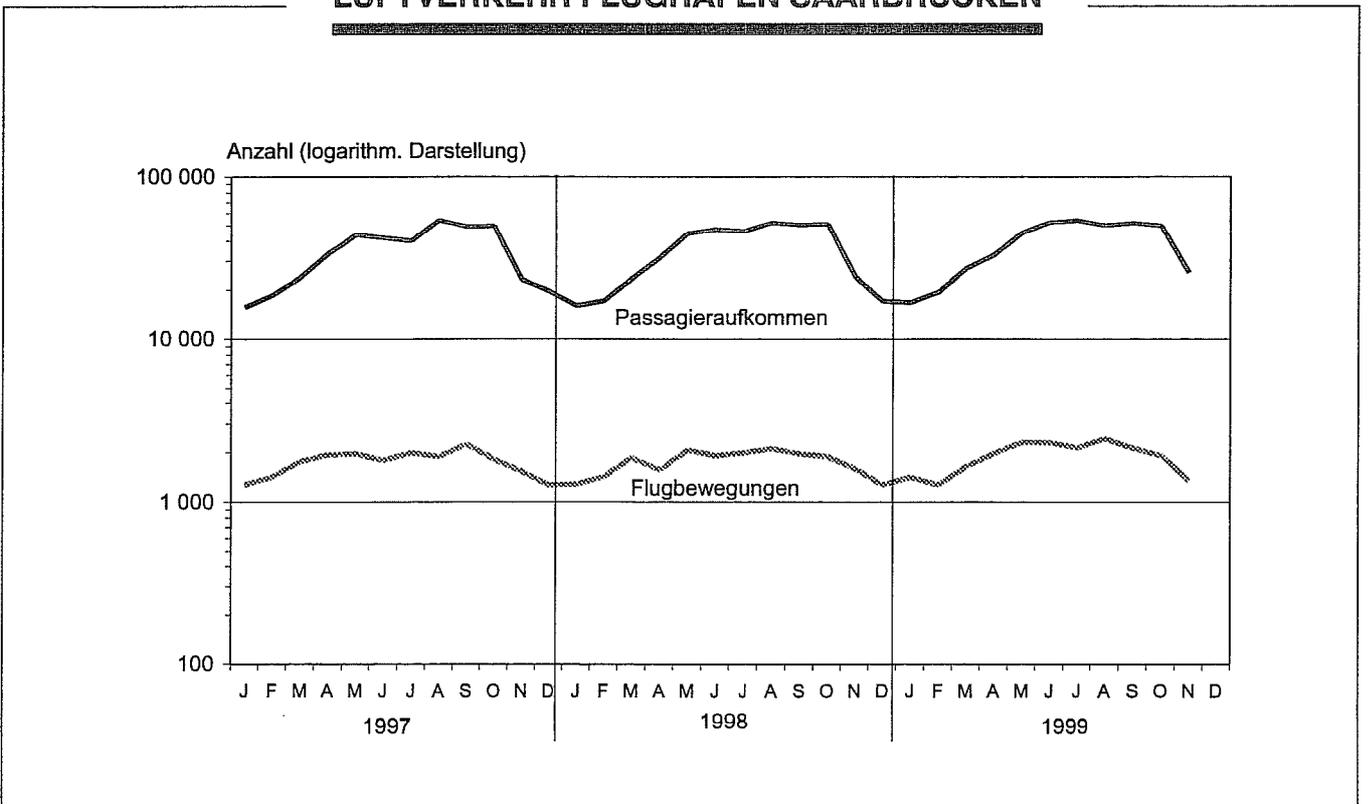
KFZ - NEUZULASSUNGEN IM SAARLAND



STRASSENVERKEHRSUNFÄLLE IM SAARLAND



LUFTVERKEHR FLUGHAFEN SAARBRÜCKEN





Mehr als 74 000 Schriften

Über 600 laufende Zeitschriften und Zeitungen

Statistiken des In- und Auslandes,
der deutschen Bundesländer,
des Deutschen Reiches,
der ehemaligen deutschen Länder

Statistisches  Saarland

Virchowstr. 7, 66119 Saarbrücken, Tel. (0681) 501-5901/5903

Öffnungszeiten:

Mo. - Fr. 8.30 - 12.00 Uhr und 13.30 - 15.30 Uhr

ZAHLENSPIEGEL

Saarland

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt	August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.	
Bevölkerung und Erwerbstätigkeit										
* Bevölkerung am Monatsende	1 000	1 082,6	1 077,0	1 075,5	1 074,9	1 074,9	1 072,2	1 072,1	1 072,0	...
Natürliche Bevölkerungsbewegung										
* Eheschließungen	Anzahl	486	488	736	569	465	686	683	889	...
je 1 000 Einwohner und 1 Jahr	Anzahl	5,4	5,4	8,1	6,4	5,1	7,5	7,5	10,1	...
* Lebendgeborene	Anzahl	832	759	728	855	763	781	807	820	...
je 1 000 Einwohner und 1 Jahr	Anzahl	9,2	8,5	8,0	9,7	8,4	8,6	8,9	9,3	...
* Gestorbene (ohne Totgeborene)	Anzahl	1 038	1 038	966	1 027	1 003	963	980	912	...
je 1 000 Einwohner und 1 Jahr	Anzahl	11,5	11,6	10,6	11,6	11,0	10,6	10,8	10,4	...
* Im 1. Lebensjahr Gestorbene	Anzahl	5	4	1	5	3	5	3	3	...
je 1 000 Lebendgeborene	Anzahl	6,3	4,6	1,3	6,3	3,8	6,4	3,7	3,8	...
* Überschuss der Geborenen bzw. Gestorbenen (-)	Anzahl	- 206	- 279	- 238	- 172	- 240	- 182	- 173	- 92	...
je 1 000 Einwohner und 1 Jahr	Anzahl	- 2,3	- 3,1	- 2,6	- 1,9	- 2,6	- 2,0	- 1,9	- 1,0	...
Wanderungen										
über die Landesgrenze										
* Zugezogene	Anzahl	1 614	1 549	1 897	1 828	2 278	1 768	1 870	1 715	...
Ausländer	Anzahl	635	598	707	726	993	720	770	741	...
Erwerbstätige	Anzahl	468	/	/	/	/	/	/	/	/
* Fortgezogene	Anzahl	1 665	1 818	2 173	2 230	2 014	1 821	1 804	1 734	...
Ausländer	Anzahl	656	791	969	862	782	674	591	548	...
Erwerbstätige	Anzahl	503	/	/	/	/	/	/	/	/
* Wanderungssaldo	Anzahl	- 51	- 269	- 276	- 402	264	- 53	66	- 19	...
Ausländer	Anzahl	- 21	- 192	- 262	- 136	211	46	179	193	...
Erwerbstätige	Anzahl	- 35	/	/	/	/	/	/	/	/
* innerhalb des Landes Umgezogene	Anzahl	2 829	2 839	3 195	3 178	2 935	2 960	3 157	2 920	...
Arbeitsmarkt										
* Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer ¹⁾	Anzahl	340 360
Frauen	Anzahl	136 178
* Ausländer	Anzahl	29 432
* Teilzeitbeschäftigte	Anzahl	40 467
darunter Frauen	Anzahl	36 608
* Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer in der Wirtschaftsabteilung										
Energie- und Wasserversorgung, Bergbau	Anzahl	18 691
darunter Frauen	Anzahl	1 344
Verarbeitendes Gewerbe ²⁾	Anzahl	109 378
darunter Frauen	Anzahl	22 740
Baugewerbe	Anzahl	19 923
darunter Frauen	Anzahl	1 779
Handel	Anzahl	48 683
darunter Frauen	Anzahl	27 276
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	Anzahl	13 415
darunter Frauen	Anzahl	3 909
Kreditinstitute und Versicherungsgewerbe	Anzahl	12 521
darunter Frauen	Anzahl	6 705
Dienstleistungen, soweit anderweitig nicht genannt	Anzahl	86 604
darunter Frauen	Anzahl	56 213
Organisationen ohne Erwerbscharakter, private Haushalte	Anzahl	9 347
darunter Frauen	Anzahl	5 789
Gebietskörperschaften und Sozialversicherung	Anzahl	20 472
darunter Frauen	Anzahl	10 039
* Arbeitslose	Anzahl	56 539	52 879	51 386	50 070	49 279	50 037	49 177	48 580	48 381
darunter Frauen	Anzahl	21 374	20 555	20 673	20 147	19 786	20 340	20 197	20 035	19 948

ZAHLENSPIEGEL

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt	August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.	
* Arbeitslosenquote										
* insgesamt	%	13,6	12,6	12,2	11,9	11,7	11,8	11,6	11,5	11,4
* Frauen	%	12,7	12,0	12,0	11,7	11,5	11,5	11,4	11,3	11,3
* Männer	%	14,1	13,1	12,4	12,1	11,9	12,1	11,8	11,6	11,5
* Ausländer	%	28,4	26,7	25,1	25,0	25,3	24,8	24,2	24,2	24,7
* Jugendliche im Alter von unter 20 Jahren	%	10,8	9,4	10,5	9,7	8,6	10,4	9,9	9,7	9,2
* Offene Stellen	Anzahl	4 364	4 955	5 905	5 417	4 804	5 151	5 282	5 133	4 913
* Kurzarbeiter	Anzahl	3 778	1 528	805	961	814	1 028	1 030	1 193	1 514
Landwirtschaft										
Viehbestand										
Rindvieh (einschließlich Kälber)	Anzahl	62 223	61 886
Milchkühe	Anzahl	16 522	15 699
Schweine	Anzahl	24 641	25 687
Schlachtmengen⁵⁾										
darunter	t	457	423	293	402	432	306	371	366	464
* Rinder	t	230	210	117	193	219	121	150	172	245
* Kälber	t	9	9	6	9	10	5	5	7	8
* Schweine	t	210	198	166	196	195	175	210	183	204
* Konsumeier	1 000	2 664	2 606	2 822	2 816	3 011	2 502	2 535	2 274	2 024
* Geflügelfleisch	t	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Milch										
* Milcherzeugung	1 000 t	7,6	7,3	7,3	7,0	7,1	7,9	7,6	7,1	7,1
an Molkereien und Händler geliefert	1 000 t	7,3	7,1	7,1	6,8	6,8	7,7	7,4	6,9	6,9
Milchleistung je Kuh und Tag	kg	14,5	14,7	14,6	14,0	14,1	16,0	15,2	14,3	14,3
Produzierendes Gewerbe										
Verarbeitendes Gewerbe sowie Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden⁴⁾										
Betriebe	Anzahl	535	527	521	523	523	550	550	550	549
* Beschäftigte ⁵⁾	1 000	106	107	107	108	108	107	107	106	106
* darunter Arbeiter ⁶⁾	1 000	79	80	81	81	81	80	80	80	79
* Geleistete Arbeiterstunden	1 000 Std.	10 156	10 498	9 226	11 011	11 291	9 239	9 728	10 687	10 458
Bruttolohn- und -gehaltsumme	Mio. DM	544	559	532	535	612	564	531	528	597
* Bruttolohnsumme	Mio. DM	370	384	369	369	448	389	368	365	431
* Bruttogehaltsumme	Mio. DM	174	175	163	166	164	175	163	163	166
Kohleverbrauch	1 000 G J ⁷⁾	4 872	5 146	.	5 497	.	.	.	5 016	.
Gasverbrauch	Mio. kWh	573	607	.	521	.	.	.	442	.
Heizölverbrauch	1 000 t	5	5	.	4	.	.	.	2	.
leichtes Heizöl	1 000 t	2	2	.	1	.	.	.	1	.
schweres Heizöl	1 000 t	3	3	.	3	.	.	.	1	.
Stromverbrauch	Mio. kWh	358	364	323	377	389	327	328	352	355
Stromerzeugung	Mio. kWh	26	25	28	25	24	22	24	27	27
* Gesamtumsatz (ohne Mehrwertsteuer)	Mio. DM	2 585	2 630	1 915	2 303	2 796	2 763	2 517	3 218	2 850
* darunter Auslandsumsatz	Mio. DM	963	936	606	687	979	1 057	991	1 358	1 143
* Index der Nettoproduktion im Verarbeitenden Gewerbe sowie Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden⁸⁾										
1991=100		105,5	110,6	88,1	113,2	118,3
Kohlenbergbau	1991=100	78,5	77,0	67,7	73,3	95,7
Ernährungsgewerbe	1991=100	134,5	135,2	135,9	135,4	138,4
Metallerzeugung- und -bearbeitung	1991=100	99,5	100,8	87,0	111,1	96,6
Erzeugung von Roheisen, Stahl und Ferrolegierungen (EGKS)	1991=100	100,3	101,5	95,3	110,4	92,7
Maschinenbau	1991=100	111,8	111,2	98,7	115,4	112,1
Herstellung von Kraftwagen und -teilen	1991=100	114,8	130,5	66,0	118,4	136,9
* Vorleistungsgüterproduzenten	1991=100	103,0	109,7	91,2	115,6	118,3
* Investitionsgüterproduzenten	1991=100	105,7	109,3	76,4	105,0	117,0
* Gebrauchsgüterproduzenten	1991=100	138,2	148,1	58,5	157,2	163,5
* Verbrauchsgüterproduzenten	1991=100	116,3	116,3	115,0	115,6	118,8

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt	August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.	
* Index des Auftragseingangs (Wertindex)⁹⁾										
Verarbeitendes Gewerbe insgesamt	1995=100	106,0	106,2	74,9	117,4	112,1	128,5	121,2	133,8	123,5
* Inland	1995=100	98,5	103,0	86,4	113,6	102,2	104,8	105,1	109,8	105,6
* Ausland	1995=100	117,6	111,1	56,8	123,1	127,4	165,3	146,1	170,9	151,3
* Vorleistungsgüterproduzenten	1995=100	111,0	109,5	91,8	120,1	108,7	108,3	107,0	121,7	114,9
* Investitionsgüterproduzenten	1995=100	102,0	103,1	59,3	115,1	115,5	153,9	137,5	146,6	133,4
* Gebrauchsgüterproduzenten	1995=100	96,1	103,4	35,9	112,7	115,9	83,3	109,8	139,8	118,0
* Verbrauchsgüterproduzenten	1995=100	78,4	94,5	67,4	105,3	111,3	92,1	102,8	121,8	113,6
Produktion ausgewählter Erzeugnisse										
Steinkohlenförderung	1 000 t	614	602	534	563	751	487	540	560	540
Roheisen	1 000 t	303	320	351	327	293	284	295	336	348
Rohstahl	1 000 t	373	384	417	398	350	337	350	395	411
Walzstahlfertigerzeugnisse	1 000 t	272	274	247	299	246	226	222	278	286
Handwerk										
Beschäftigte (Ende des Vierteljahres)	1994=100	95,7	95,8	...	97,9	94,9	...
Umsatz (ohne Umsatzsteuer)	1994=100	100,0	101,0	...	103,7	106,7	...
Energieversorgung										
* Stromerzeugung (brutto)	Mio. kWh	866	1 046	761	862	1 046	912	836	851	922
* Stromverbrauch	Mio. kWh	726	725	651	677	693	597	648	679	727
Gaserzeugung	Mio. m ³	59	54	56	52	54	42	42	41	38
Gasverbrauch	Mio. kWh	721	738	304	527	740	284	318	351	781
Bauwirtschaft und Wohnungswesen										
Vorbereitende Baustellenarbeiten, Hoch- und Tiefbau¹⁰⁾										
* Beschäftigte ⁵⁾	Anzahl	12 758	12 189	12 279	12 217	12 288	11 666	11 710	11 732	12 111
darunter Facharbeiter	Anzahl	6 266	5 965	6 050	5 944	5 962	5 794	5 763	5 771	5 889
* Geleistete Arbeitsstunden insgesamt	1 000 Std.	1 255	1 189	1 220	1 375	1 337	1 248	1 287	1 352	1 375
* für Wohnungsbau	1 000 Std.	418	401	385	453	432	380	418	444	495
* für gewerblichen Hochbau ¹¹⁾	1 000 Std.	251	250	266	280	283	265	264	264	263
* für gewerbli. Tiefbau (ohne Straßenbau)	1 000 Std.	109	104	112	113	112	124	118	130	109
für gesamten Hochbau	1 000 Std.	755	725	738	828	794	720	747	787	842
für gesamten Tiefbau	1 000 Std.	500	464	482	547	543	528	540	565	533
Bruttolohn- und -gehaltssumme	Mio. DM	52,9	50,7	52,9	50,7	50,8	53,5	53,1	55,8	53,4
* Bruttolohnsumme	Mio. DM	40,0	38,1	39,1	39,0	39,1	41,1	41,0	40,8	40,8
* Bruttogehaltssumme	Mio. DM	12,9	12,5	13,8	11,7	11,7	12,4	12,1	15,0	12,7
* Gesamtumsatz (ohne Mehrwertsteuer)	Mio. DM	185,4	184,2	180,4	211,4	238,0	220,7	209,2	230,7	227,8
* Auftragsseingang ⁴⁾	Mio. DM	120,0	130,2	95,6	213,6	178,3	157,2	137,1	113,1	99,0
* Wohnungsbau	Mio. DM	15,6	17,9	12,3	12,7	49,2	18,8	23,7	15,7	14,3
* Hochbau insgesamt ¹¹⁾	Mio. DM	62,3	63,5	41,4	69,1	96,4	88,0	85,1	58,0	52,4
* Tiefbau insgesamt	Mio. DM	57,7	66,7	54,2	144,6	81,9	69,2	52,0	55,1	46,7
Bauinstallation und sonstiges Baugewerbe¹²⁾										
* Beschäftigte	Anzahl	4 204	3 744	...	3 752	3 795	...
* Geleistete Arbeitsstunden	1 000	1 386	1 236	...	1 297	1 240	...
* Gesamtumsatz	Mio. DM	153,8	149,1	...	148,7	146,4	...
Baugenehmigungen										
* Wohngebäude										
(Errichtung neuer Gebäude)	Anzahl	179	185	124	209	157	172	182	154	130
* mit 1 Wohnung	Anzahl	123	130	90	148	118	116	131	113	99
* mit 2 Wohnungen	Anzahl	35	36	26	37	23	43	37	28	24
mit 3 und mehr Wohnungen ¹³⁾	Anzahl	21	19	8	24	16	13	14	13	7
umbauter Raum	1 000 m ³	206	210	127	234	180	189	201	159	132
* Wohnfläche	1 000 m ²	35,1	36,3	21,8	40,1	31,1	33,1	34,5	26,2	22,4
Wohnräume	Anzahl	1 601	1 679	992	1 947	1 398	1 484	1 561	1 169	1 026
* veranschlagte Baukosten	Mio. DM	84,9	87,8	54,4	100,7	77,3	77,6	83,1	67,6	55,7
* Nichtwohngebäude										
(Errichtung neuer Gebäude)	Anzahl	27	34	41	59	34	41	30	33	23
* umbauter Raum	1 000 m ³	199	183	123	169	62	145	118	182	507
* Nutzfläche	1 000 m ²	30,9	30,7	21,1	30,5	11,6	23,5	21,7	33,3	43,8
* veranschlagte Baukosten	Mio. DM	42,4	38,0	20,5	45,6	13,2	24,6	39,1	59,5	40,4
* Wohnungen insgesamt	Anzahl	414	401	220	441	351	332	433	338	246
* Wohnräume insgesamt										
(alle Baumaßnahmen)	Anzahl	2 029	2 068	1 238	2 283	1 733	1 844	2 166	1 713	1 340

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt		August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.
Handel und Gastgewerbe										
Ausfuhr (Spezialhandel)										
* Ausfuhr insgesamt	Mio. DM	1 066,2	1 087,5	750,0	944,7	1 080,7	1 118,8	1 063,0	1 395,0	...
davon										
* Güter der Ernährungswirtschaft	Mio. DM	33,2	27,5	35,9	26,8	25,9	25,6	24,3	20,1	...
* Güter der gewerblichen Wirtschaft	Mio. DM	1 033,0	1 060,0	714,0	918,0	1 054,8	1 093,2	1 038,7	1 374,9	...
davon										
* Rohstoffe	Mio. DM	3,6	3,6	3,7	1,9	5,3	2,2	4,4	3,6	...
* Halbwaren	Mio. DM	35,6	39,1	39,7	39,0	39,4	38,4	30,2	41,1	...
* Fertigwaren	Mio. DM	993,8	1 017,3	670,6	877,0	1 010,1	1 052,6	1 004,1	1 330,2	...
davon										
* Vorerzeugnisse	Mio. DM	174,7	177,9	141,1	201,6	149,2	154,6	122,7	158,4	...
* Enderzeugnisse	Mio. DM	819,2	839,4	529,5	675,4	860,8	898,0	881,4	1 171,8	...
* EU-Länder	Mio. DM	751,5	827,8	504,1	689,8	848,2	828,1	867,4	1 127,2	...
darunter: Frankreich	Mio. DM	225,1	255,5	142,7	242,0	274,8	274,2	230,6	249,0	...
EFTA-Länder	Mio. DM	45,1	39,5	27,5	32,4	43,1	39,5	41,6	56,1	...
USA und Kanada	Mio. DM	65,4	52,1	57,9	71,0	44,0	51,2	42,9	53,3	...
Entwicklungsländer mit OPEC-Ländern	Mio. DM	87,4	66,5	71,9	57,4	54,9	74,4	40,1	71,5	...
Staatshandelsländer in Asien	Mio. DM	6,9	5,1	6,9	4,3	2,6	4,0	2,2	6,7	...
Mittel- und Osteuropäische Länder	Mio. DM	76,7	67,0	54,4	55,1	59,2	54,0	36,8	54,0	...
Einfuhr (Spezialhandel)										
* Einfuhr insgesamt	Mio. DM	1 075,8	1 161,9	805,3	989,6	1 047,1	932,7	1 393,1	940,5	...
davon										
* Güter der Ernährungswirtschaft	Mio. DM	107,1	108,6	102,7	97,0	110,9	75,5	90,2	96,3	...
* Güter der gewerblichen Wirtschaft	Mio. DM	968,7	1 053,3	702,6	892,6	936,3	857,2	1 302,8	844,2	...
davon										
* Rohstoffe	Mio. DM	11,9	12,4	10,3	10,4	9,3	7,3	5,5	9,5	...
* Halbwaren	Mio. DM	28,6	33,7	28,7	31,0	31,7	28,3	24,3	22,7	...
* Fertigwaren	Mio. DM	928,2	1 007,3	663,6	851,3	895,2	821,6	1 272,9	812,1	...
davon										
* Vorerzeugnisse	Mio. DM	97,2	122,6	136,7	101,6	88,6	135,7	126,9	82,3	...
* Enderzeugnisse	Mio. DM	831,0	884,7	526,9	749,7	806,7	685,9	1 146,1	729,7	...
* EU-Länder	Mio. DM	954,2	1 010,7	659,8	849,8	893,6	849,5	1 290,7	812,1	...
darunter: Frankreich	Mio. DM	518,2	533,2	350,3	522,0	456,7	418,7	821,1	294,1	...
EFTA-Länder	Mio. DM	12,6	15,4	10,6	15,5	14,5	9,5	9,7	9,8	...
USA und Kanada	Mio. DM	14,8	20,9	17,0	19,2	14,9	6,7	12,2
Entwicklungsländer mit OPEC-Ländern	Mio. DM	25,1	27,2	22,6	21,4	25,7	21,3	19,6
Staatshandelsländer in Asien	Mio. DM	12,4	11,9	16,1	7,2	15,4	8,6	15,2
Mittel- und Osteuropäische Länder	Mio. DM	37,8	47,4	46,7	50,7	54,7	22,8	26,3
Einzelhandel										
* Nominale Umsatzentwicklung insgesamt	1995=100	102,9	103,6	94,2	100,1	105,6	108,5	101,1	106,2	111,1
Handel mit Kraftwagen	1995=100	112,9	115,5	100,9	108,5	112,3	136,9	110,8	119,4	116,2
Tankstellen	1995=100	111,3	104,8	105,5	93,8	97,8	96,4	102,4	108,3	120,8
Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen)	1995=100	104,0	105,1	99,2	99,9	107,4	110,3	104,3	107,2	116,2
Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln usw. (in Verkaufsräumen)	1995=100	97,7	94,2	87,1	96,5	94,6	86,2	88,2	88,0	88,2
Apotheken; Facheinzelhandel mit med. Artikeln usw. (in Verkaufsräumen)	1995=100	109,8	114,8	103,9	113,3	118,6	115,7	113,8	119,0	118,2
Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen)	1995=100	92,7	93,2	83,2	93,4	99,4	92,1	89,9	93,3	101,1
Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen)	1995=100	110,7	101,9	95,6	94,6	88,4	97,8	106,4	125,4	125,6
* Reale Umsatzentwicklung insgesamt ¹⁴⁾	1995=100	101,4	101,8	92,6	98,3	103,6	106,4	99,1	103,9	108,7
* Beschäftigte	1995=100	100,6	101,5	103,4	103,7	103,6	99,3	100,1	100,9	100,7
Gastgewerbe										
* Umsatz nominal	1995=100	99,4	98,4	99,1	100,4	102,6	93,3	102,1	104,5	109,1
Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Hotels garnis	1995=100	102,5	107,6	107,9	116,8	121,2	97,0	105,2	119,3	122,6
Restaurants, Cafés, Eisdielen und Imbisshallen	1995=100	103,6	100,9	103,7	100,4	100,4	102,2	106,8	102,8	107,6
Sonstiges Gaststättengewerbe	1995=100	90,9	88,1	86,4	88,1	93,3	75,7	91,4	96,7	102,7
* Umsatz real ¹⁴⁾	1995=100	97,0	94,6	95,1	96,0	98,1	88,0	96,1	99,4	103,7
* Beschäftigte	1995=100	99,8	98,6	98,1	97,4	96,4	87,7	88,6	88,5	89,3
Fremdenverkehr										
* Gästeankünfte	Anzahl	47 990	50 224	53 306	59 487	57 610	53 214	61 171	64 745	63 001
* darunter Ausländer	Anzahl	5 722	6 329	8 412	8 243	7 120	6 893	7 755	7 333	7 177
* Gästeübernachtungen	Anzahl	162 321	171 347	199 818	194 387	191 081	188 201	197 949	199 973	197 171
darunter Ausländer	Anzahl	15 177	18 258	24 979	22 800	19 907	17 542	19 862	17 609	19 569

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt	August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.	
Verkehr										
* Binnenschifffahrt										
* Gütereingang	1 000 t	222	236	214	227	232	193	247	227	262
* Güterversand	1 000 t	64	59	67	70	41	70	46	78	39
Kraftfahrzeuge										
* Zulassungen fabrikneuer Fahrzeuge	Anzahl	4 733	4 920	4 118	4 469	4 701	5 370	4 402	4 039	4 212
darunter										
* Personen- und Kombinations- fahrzeuge ¹⁵⁾	Anzahl	4 035	4 232	3 510	3 870	4 246	4 605	3 772	3 529	3 771
* Lastkraftwagen	Anzahl	206	244	199	318	257	234	200	217	276
Bestand an Kraftfahrzeugen ¹⁵⁾	Anzahl	680 975	690 338
darunter										
* Personen- und Kombinations- fahrzeuge ¹⁵⁾	Anzahl	587 283	590 764
* Lastkraftwagen	Anzahl	28 128	29 381
* Straßenverkehrsunfälle	Anzahl	2 130	2 148	2 058	2 090	2 286	2 043	2 340	2 397	2 405
* Unfälle mit Personenschaden	Anzahl	418	432	504	463	434	444	493	542	424
* Getötete Personen	Anzahl	7	6	8	3	5	9	6	8	11
* Verletzte Personen	Anzahl	553	576	654	595	593	588	673	745	551
Unfälle mit Sachschaden	Anzahl	1 713	1 716	1 554	1 627	1 852	1 599	1 847	1 855	1 981
Straßenverkehrsunternehmen ¹²⁾	Anzahl	53	53	.	53	.	.	.	52	.
Wagenkilometer insgesamt	1 000	5 064	5 484	.	17 328	.	.	.	16 998	.
Beförderte Personen insgesamt	1 000	7 411	8 351	.	22 415	.	.	.	22 137	.
Erlöse aus Beförderungen insgesamt	1 000 DM	12 884	14 279	.	45 424	.	.	.	45 574	.
Insolvenzen¹⁷⁾¹⁸⁾										
* Insolvenzen insgesamt	Anzahl	394	354	40	22	23
* Unternehmen	Anzahl	354	309	35	22	20
* Übrige Gemeinschuldner	Anzahl	40	45	5	-	3
* Beantragte Konkurse	Anzahl	393	353	39	22	23
* darunter mangels Masse abgelehnt	Anzahl	301	256	26	16	18
Angemeldete Forderungen insgesamt	1 000 DM	261 924	211 448	9 784	14 321	2 834
darunter bei eröffneten Konkursen	1 000 DM	176 516	159 203	5 000	10 221	627
Steuern										
Steueraufkommen nach Steuerarten im Saarland										
Gemeinschaftssteuern	1 000 DM	501 959	497 853	480 865	567 036	241 883	478 533	484 092	636 393	446 614
Steuern vom Einkommen	1 000 DM	277 706	273 021	229 564	323 885	187 383	218 780	195 884	383 300	207 475
Lohnsteuer	1 000 DM	231 323	237 017	216 892	202 277	207 766	253 373	241 847	206 877	187 997
Veranlagte Einkommensteuer	1 000 DM	-2 097	1 490	-40 366	87 521	-21 244	-40 972	-35 466	87 547	-14 597
Körperschaftsteuer	1 000 DM	38 225	25 122	-4 391	60 166	-6 077	-7 444	-62 499	74 431	8 891
Steuern vom Umsatz	1 000 DM	224 254	240 447	251 301	243 151	241 883	259 753	288 208	253 093	239 139
Umsatzsteuer	1 000 DM	211 089	224 565	235 433	226 267	225 186	245 152	272 922	239 674	224 953
Einfuhrumsatzsteuer	1 000 DM	13 165	15 882	15 868	16 884	16 697	14 601	15 286	13 419	14 186
Bundessteuern	1 000 DM	34 548	29 559	25 299	33 694	19 794	34 481	30 034	36 232	35 400
* Landessteuern ¹⁹⁾	1 000 DM	38 930	41 206	32 054	47 955	36 950	62 425	38 991	57 434	32 674
* Gemeindesteuern ²⁰⁾	1 000 DM	62 454	56 608	156 685	.	.	.	171 385	.	.
Steuerverteilung auf die Gebietskörperschaften										
Steuereinnahmen des Bundes	1 000 DM	256 828	260 906	264 231	179 884	219 624	242 285	245 475	281 166	236 278
Anteil an den Steuern vom Einkommen	1 000 DM	124 287	121 359	103 550	141 470	81 853	89 195	78 764	184 096	90 726
Anteil an den Steuern vom Umsatz	1 000 DM	99 571	108 203	127 853	5 324	119 327	118 380	132 033	60 534	110 070
Anteil an der Gewerbesteuerumlage	1 000 DM	1 780	1 785	7 529	- 604	-1 350	229	4 644	304	82
Steuereinnahmen des Landes	1 000 DM	288 653	301 830	274 054	427 904	243 397	299 906	298 086	421 329	254 934
Anteil an den Steuern vom Einkommen	1 000 DM	124 775	122 450	103 550	141 470	81 853	95 340	87 279	170 963	92 915
Anteil an den Steuern vom Umsatz	1 000 DM	123 674	132 244	123 448	237 827	122 555	141 372	156 175	192 559	129 069
Anteil an der Gewerbesteuerumlage	1 000 DM	5 684	5 930	15 002	652	2 039	769	15 641	373	276
Steuereinnahmen der Gemeinden und Gemeindeverbände ²⁰⁾	1 000 DM	91 009	90 467	242 810	.	.	.	260 666	.	.
Gewerbesteuer nach Ertrag und Kapital (netto)	1 000 DM	36 230	30 019	73 246	.	.	.	80 856	.	.
Anteil an der Lohn- und veranlagten Einkommensteuer und Zinsabschlag	1 000 DM	35 762	38 110	96 424	.	.	.	96 349	.	.

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt	August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.	
Preise										
* Preisindex für die Lebenshaltung von 4-Personen-Haushalten von Arbeitern u. Angestellten mit mittlerem Einkommen	1995=100	103,0	103,6	104,0	103,5	103,4	104,7	104,8	104,3	104,5
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	1995=100	101,3	101,4	100,9	100,3	100,3	99,5	98,8	98,6	98,8
Bekleidung, Schuhe	1995=100	101,3	102,4	102,3	102,3	102,3	103,5	103,5	103,5	103,6
Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe	1995=100	103,7	104,3	104,0	104,1	104,0	106,1	106,2	106,4	106,4
Wohnungsmieten (ohne Nebenkosten)	1995=100	104,6	105,3	105,1	105,1	105,1	106,5	106,6	106,6	106,6
Haushaltsenergie	1995=100	99,6	98,8	98,3	98,4	98,0	104,4	104,8	105,4	105,7
Möbel, Hausrat und lfd. Instandhaltung	1995=100	101,1	101,7	101,7	101,8	101,8	101,8	101,9	101,9	101,9
Gesundheitspflege	1995=100	112,9	126,3	126,3	126,5	126,6	118,4	118,5	120,0	120,0
Verkehr	1995=100	105,4	105,8	106,4	105,9	106,1	108,2	109,7	109,3	110,4
Nachrichtenübermittlung	1995=100	96,8	95,7	96,0	95,4	94,7	85,4	85,3	85,3	85,2
Beherbergungs- und Gaststätten-dienstleistungen	1995=100	100,8	101,3	108,0	101,3	100,9	108,5	110,1	102,1	101,4
* Preisindex für Wohngebäude²¹⁾	1995=100	101,1	102,2	102,6	.	.	.	103,1	.	.
Löhne und Gehälter										
* Bruttomonatsverdienste der Arbeiter in Industrie einschließlich Hoch- und Tiefbau mit Handwerk	DM	4 473	4 576	.	.	4 622	4 697	.	.	4 720
* männliche Arbeiter	DM	4 596	4 712	.	.	4 763	4 827	.	.	4 859
darunter Facharbeiter	DM	4 780	4 905	.	.	4 976	4 979	.	.	5 037
* weibliche Arbeiter	DM	3 324	3 376	.	.	3 404	3 569	.	.	3 542
darunter Hilfsarbeiterinnen	DM	3 241	3 298	.	.	3 338	3 486	.	.	3 475
* Bruttostundenverdienste der Arbeiter in Industrie einschließlich Hoch- und Tiefbau mit Handwerk	DM	27,11	27,57	.	.	27,66	28,59	.	.	28,61
* männliche Arbeiter	DM	27,77	28,29	.	.	28,39	29,30	.	.	29,37
darunter Facharbeiter	DM	28,62	29,17	.	.	29,29	29,97	.	.	30,19
* weibliche Arbeiter	DM	20,71	21,00	.	.	21,12	22,26	.	.	22,01
darunter Hilfsarbeiterinnen	DM	20,27	20,57	.	.	20,74	21,81	.	.	21,63
* Bruttomonatsverdienste der Angestellten in Industrie einschließlich Hoch- und Tiefbau mit Handwerk	DM	6 110	6 223	.	.	6 263	6 365	.	.	6 386
kaufmännische Angestellte	DM	5 502	5 580	.	.	5 591	5 690	.	.	5 717
* männlich	DM	6 268	6 310	.	.	6 316	6 413	.	.	6 436
* weiblich	DM	4 502	4 618	.	.	4 641	4 747	.	.	4 769
* technische Angestellte	DM	6 571	6 703	.	.	6 762	6 869	.	.	6 893
* männlich	DM	6 674	6 808	.	.	6 872	6 976	.	.	6 998
* weiblich	DM	4 487	4 638	.	.	4 649	4 841	.	.	4 868
* Bruttomonatsverdienste der Angestellten in Handel, Kredit- und Versicherungsgewerbe	DM	4 321	4 431	.	.	4 455	4 637	.	.	4 635
* kaufmännische Angestellte	DM	4 314	4 422	.	.	4 438	4 614	.	.	4 616
* männlich	DM	5 067	5 164	.	.	5 181	5 332	.	.	5 330
* weiblich	DM	3 628	3 728	.	.	3 739	3 904	.	.	3 924

1) Ohne Landwirtschaft. 2) Einschließlich "ohne Angabe des Wirtschaftszweiges". 3) Aus gewerblichen Schlachtungen (ohne Geflügel); einschließlich Schlachtfetten, jedoch ohne Innereien. 4) Betriebe von Unternehmen mit im allgemeinen 20 und mehr Beschäftigten. 5) Einschließlich tätiger Inhaber/-innen, ohne Heimarbeiter. 6) Einschließlich der gewerblich Auszubildenden. 7) Eine Tonne Steinkohleneinheit (SKE) = 1 t Steinkohle oder -briketts = 1,3 t Steinkohlenkoks = 1,46 t Braunkohlenbriketts = 3,85 t Rohbraunkohle, 1 Tonne SKE = 29,308 G Joule. 8) Kalendermonatlich. 9) Auftragsingang wird nur bei ausgewählten Wirtschaftszweigen erhoben (s. Statistischer Bericht E I 1). 10) Ohne handwerkliche Nebenbetriebe. 11) Einschließlich landwirtschaftlicher Bau. 12) Quartalswerte/Quartalsdurchschnitt. 13) Einschließlich Wohnheime. 14) Bis Mai 1999 Berechnung des realen Umsatzes auf der Preisbasis 1991=100, ab Juni 1999 Preisbasis 1995=100. 15) Sog. "M1"-Fahrzeuge: hierzu zählen neben Fahrzeugen zur Personenbeförderung mit höchstens 9 Sitzen auch Wohnmobile, Krankenwagen u. a. Fahrzeuge zur Personenbeförderung. 16) Jahresende bzw. 30. Juni. 17) Jahresergebnis statt MD. 18) Konkurse und Vergleichsverfahren. 19) Einschließlich der steuerähnlichen Abgaben. 20) Vierteljahreszahlen. 21) Neubau in konventioneller Bauart, Bauleistungen am Bauwerk.

Die mit einem Stern (*) versehenen Angaben werden von allen Statistischen Landesämtern im "Zahlenspiegel" veröffentlicht.

Bundeszahlen

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt	August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.	
Bevölkerung und Erwerbstätigkeit										
Bevölkerung	1 000	82 030
Arbeitslose	1 000	4 384	4 279	4 095	3 965	3 892	4 027	4 024	3 943	3 883
Männer	1 000	2 342	2 273	2 115	2 047	2 008	2 073	2 057	2 013	1 980
Verarbeitendes Gewerbe sowie Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden¹⁾										
Beschäftigte	1 000	6 311	6 404	6 461	6 472	6 448	6 373	6 397	6 406	6 366
Geleistete Arbeiterstunden	Mio. Std.	524	537	486	557	570	522	491	544	544
Gesamtumsatz	Mio. DM	182 184	189 194	169 420	202 985	200 472	192 091	179 817	215 095	205 968
Index der Nettoproduktion ²⁾ im Bergbau, Gewinnung von Steinen und Erden und Verarbeitenden Gewerbe	1995=100	103,7	109,3	96,1	116,9	118,0	109,5	101,7	120,3	115,8
Kohlenbergbau	1995=100	88,4	79,5	76,5	84,0	89,4	72,8	73,0	80,5	77,9
Vorleistungsgüterproduzenten	1995=100	104,3	109,3	100,3	116,3	117,9	112,7	106,2	121,5	115,7
Investitionsgüterproduzenten	1995=100	106,0	114,4	95,9	123,2	120,7	110,7	99,5	125,7	119,4
Gebrauchsgüterproduzenten	1995=100	99,6	109,9	78,8	122,4	127,1	100,6	89,6	118,6	119,3
Verbrauchsgüterproduzenten	1995=100	99,8	100,1	93,7	105,5	108,7	102,2	99,0	108,2	108,4
Steinkohlenförderung	1 000 t	3 874	3 445	3 252	3 589	3 915	3 029	3 130	3 549	3 296
Rohbraunkohlenförderung	1 000 t	14 771	13 964	13 314	13 674	14 157	13 249	12 292	12 547	13 598
Produktion von Rohstahl	1 000 t	3 727	3 645	3 611	3 476	3 526	3 615	3 481	3 528	3 716
Roheisen	1 000 t	2 539	2 476	2 473	2 298	2 327	2 421	2 302	2 248	2 369
Walzstahlfertigerzeugnisse	1 000 t	3 154	3 155	2 997	2 898	3 186	3 044	3 082	3 275	3 312
Vorbereitende Baustellenarbeiten, Hoch- und Tiefbau¹⁾										
Beschäftigte	1 000	1 221	1 163	1 182	1 186	1 176	1 105	1 112
Löhne und Gehälter	Mio. DM	4 840	4 564	4 665	4 700	4 680	4 582	4 603
Geleistete Arbeitsstunden insgesamt	1 000 Std.	123 307	116 253	117 522	138 552	135 394	124 487	115 664
für Wohnungsbau	1 000 Std.	52 471	49 799	49 893	60 101	58 467	53 182	48 147
für gewerblichen Bau	1 000 Std.	37 711	34 872	35 363	39 654	39 386	36 162	34 777
Index der Nettoproduktion ²⁾	1995=100	89,7	84,6	87,7	104,7	102,5	96,5	89,3	101,5	99,5
Handel										
Einfuhr (Spezialhandel)	Mio. DM	62 989	67 836	60 485	65 195	71 044	71 706	68 549
Ernährungswirtschaft	Mio. DM	5 961	6 063	5 632	5 273	6 193	6 024	5 703
Gewerbliche Wirtschaft	Mio. DM	52 277	56 102	50 168	54 947	59 204	58 806	56 173
Ausfuhr (Spezialhandel)	Mio. DM	73 898	79 177	68 992	76 634	83 609	86 445	74 882
Gewerbliche Wirtschaft	Mio. DM	67 217	72 434	63 226	70 850	76 771	78 989	68 001
Fertigwaren	Mio. DM	63 088	68 401	60 039	67 192	72 953	74 808	64 168
Einzelhandelsumsätze in jeweiligen Preisen	1995=100	101,3	102,2	93,4	99,3	105,4	104,9	95,6	98,5	..
Preise										
Index der Erzeugerpreise landwirtschaftlicher Produkte ³⁾	1991=100	92,5	87,1	86,7	85,8	83,3	84,4	84,0	84,1p	83,0p
Index der Erzeugerpreise gewerblicher Produkte (Inlandsabsatz)	1995=100	99,9	99,5	99,5	99,4	98,9	98,7	98,8	98,9	99,1
Preisindex für Wohngebäude mit MwSt. ⁴⁾	1995=100	99,1	98,7	98,9	.	.	.	98,4	.	.
Preisindex für die Lebenshaltung ⁵⁾	1995=100	103,2	104,1	104,5	104,2	104,0	105,3	105,3	105,0	104,9
Lebenshaltung insgesamt	1995=100	102,0	103,0	102,6	102,1	101,6	101,7	100,7	100,2	99,9
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	1995=100	101,1	101,5	101,3	101,6	101,7	101,6	101,5	101,9	102,0
Bekleidung, Schuhe	1995=100	105,1	106,0	106,0	106,1	106,0	107,8	107,9	108,0	107,9
Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe	1995=100	101,6	99,5	99,1	99,0	98,6	103,6	104,0	104,3	103,1
Strom, Gas und andere Brennstoffe	1995=100	101,1	101,8	101,9	101,9	101,9	102,2	102,1	102,1	102,1
Einrichtungsgegenstände (Möbel), Apparate, Geräte u. Ausrüst. für den Haushalt und deren Instandhaltung	1995=100	101,1	101,8	101,9	101,9	101,9	102,2	102,1	102,1	102,1

ZAHLENSPIEGEL

Berichtsmerkmal	Einheit	1997	1998	1998			1999			
		Monats- durchschnitt	August	Sept.	Okt.	Juli	August	Sept.	Okt.	
Steuern (ab 1970 ohne durchfd. Posten)										
Kassenmäßige Einnahmen aus Bundes- und Landessteuern	Mio. DM	61 689	64 585	55 553	76 333	55 199	62 745	60 622	80 906	56 035
Veranlagte Einkommensteuer	Mio. DM	480	926	-2 469	10 003	-2 079	-2 954	-2 026	10 975	-1 829
Umsatz- und Umsatzausgleichsteuer	Mio. DM	20 075	20 851	21 591	20 477	20 934	22 346	23 322	21 666	21 985
Zölle	Mio. DM	575	540	576	527	553	564	536	542	498
Tabaksteuer	Mio. DM	1 763	1 804	1 028	1 799	2 740	2 029	2 018	1 932	1 995
Branntweinmonopol	Mio. DM	388	369	347	314	384	367	303	297	373

1) Betriebe von Unternehmen mit im allgemeinen 20 und mehr Beschäftigten. 2) Originalwert. 3) Ohne Mehrwertsteuer und ohne Aufwertungsanpassung. Die Entwicklung der Indizes sowohl mit als auch ohne MwSt. ist identisch. 4) Wird nur für die Monate Februar, Mai, August und November berechnet. 5) Aller privaten Haushalte.

Das Statistische Bundesamt

vergibt jährlich für Diplom-/Magisterarbeiten und für Dissertationen der Fachrichtungen theoretische Statistik, Wirtschafts- und Sozialstatistik, Wirtschaftswissenschaften und Sozialwissenschaften,

- ▶ die theoretische Themen mit einem engen Bezug zum Aufgabenspektrum der amtlichen Statistik behandeln

oder

- ▶ die empirische Fragestellungen unter Nutzung von Daten der amtlichen Statistik untersuchen

den für Diplom-/Magisterarbeiten mit 2 500 Euro und für Dissertationen mit 5 000 Euro dotierten

Gerhard-Fürst-Preis

Arbeiten können bis zum **31. März 2000** beim Statistischen Bundesamt von den sie betreuenden Wissenschaftlern zur Prämierung vorgeschlagen werden.

Die Preise werden im Rahmen des am 23./24. November 2000 vom Statistischen Bundesamt gemeinsam mit der Deutschen Statistischen Gesellschaft in Wiesbaden veranstalteten wissenschaftlichen Kolloquiums verliehen.

Die konkreten Modalitäten des Gerhard-Fürst-Preises erfahren Sie beim "Institut für Forschung und Entwicklung in der Bundesstatistik" im Statistischen Bundesamt unter

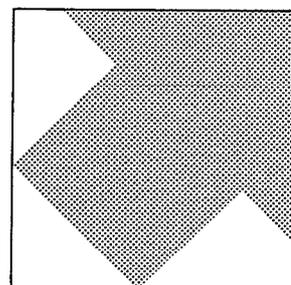
Telefon: (06 11) 75 - 26 95

E-Mail: institut@statistik-bund.de

Internet: www.statistik-bund.de

Konjunktur aktuell

Conjoncture actuelle

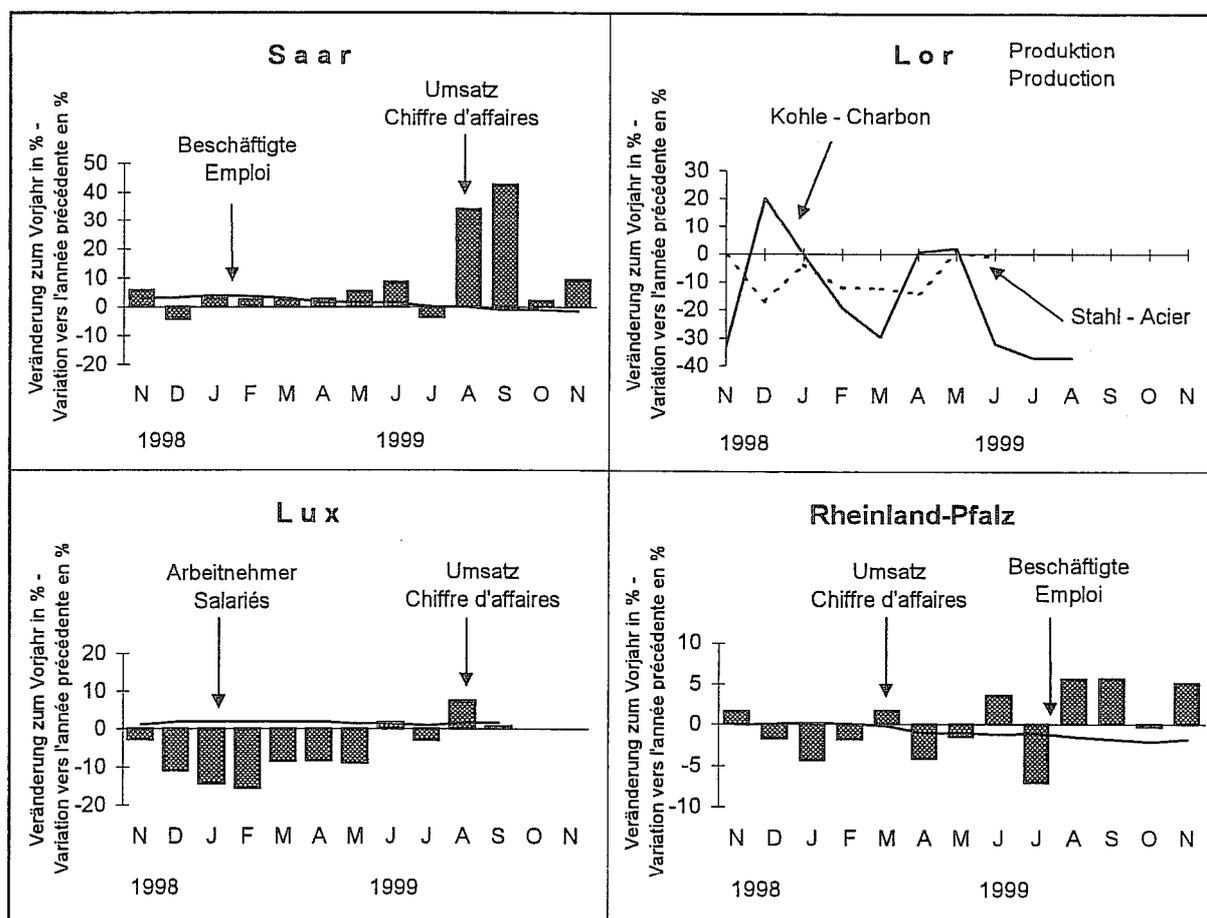


Januar · Janvier 2000

Großregion Saar – Lor – Lux – Rheinland-Pfalz
 Grande région Saar – Lor – Lux – Rhénanie-Palatinat

14. 1. 2000

Verarbeitendes Gewerbe · Industries manufacturières



Herausgeber · Editeur : Statistisches Landesamt Saarland, Saarbrücken · Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE), Direction Regionale de Lorraine · Service Central de la Statistique et des Etudes Economiques (STATEC), Luxembourg · Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Bad Ems.

Herausgegeben mit dankenswerter Unterstützung der Kommission der Europäischen Gemeinschaften. Nous remercions la Commission des Communautés Européennes pour leur contribution à la réalisation de cette publication. 004/2000/221.ai

Verarbeitendes Gewerbe in der Großregion Saar-Lor-Lux-Rheinland-Pfalz
Industries manufacturières dans la Grande Région Saar-Lor-Lux-Rhénanie-Palatinat

Merkmal Variable	1998		1999										
	Nov.	Dez.	Januar	Febr.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.
	Nov.	Déc.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.
Veränderung zum Vorjahr in % Variation vers l'année précédente en %													
S a a r													
Beschäftigte Emploi	2,9	3,2	4,0	3,7	2,9	1,6	1,6	1,3	0,2	-0,1	-1,1	-1,1	-1,6
Umsatz - Chiffre d'affaires	5,6	-4,2	2,7	2,3	2,4	2,5	5,3	8,5	-3,5	33,9	42,7	2,0	9,4
L o r													
Produktion von Production de Stahl Acier	-0,6	-17,0	-3,6	-12,1	-12,2	-13,9	0,7	-1,2
Kohle Charbon	-33,0	20,3	-0,3	-19,3	-29,7	0,6	2,0	-32,2	-37,2	-37,2
L u x													
Arbeitnehmer Salariés	1,0	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,4	1,3	0,9	1,5	1,5
Umsatz - Chiffre d'affaires	-2,9	-10,9	-14,2	-15,5	-8,5	-8,3	-8,9	1,6	-3,1	7,5	0,6
Rheinland-Pfalz													
Beschäftigte Emploi	-0,1	0,1	0,2	0,1	-0,2	-1,1	-1,0	-1,2	-1,1	-1,5	-1,8	-2,1	-1,8
Umsatz - Chiffre d'affaires	1,6	-1,7	-4,3	-1,8	1,7	-4,1	-1,5	3,6	-7,0	5,6	5,7	-0,3	5,1

VERÖFFENTLICHUNGEN DES STATISTISCHEN LANDESAMTES SAARLAND

Statistische Berichte im Monat Dezember 1999

Allgemeinbildende Schulen 1999/2000 Teil I: Eckdaten und Verzeichnis	B I 1 - j 1999/2000	Fremdenverkehr im September 1999	G IV 1 - m 9/99
Allgemeinbildende Schulen 1998/99 Teil II: Ergebnistabellen	B I 1 - j 1998/99	Straßenverkehrsunfälle im August 1999	H I 1 - m 8/99
Studierende an den Hochschulen des Saarlandes im Wintersemester 1998/99	B III 1 - hj 2/98	Kommunale Finanzen im Kalenderjahr 1998	L II 2 - j 1998
Baugewerbe im September 1999	E II 1/E III 1 - m 9/99	Versorgungsempfänger am 1.1.1999	L III 3 - j 1999
Das Handwerk im 3. Vierteljahr 1999	E V 1 - vj 3/99	Preisindex für die Lebenshaltung November 1999	M I 2 - m 11/99
Einzelhandel im September 1999	G I 1 - m 9/99	Aktuelle Wirtschaftszahlen für das Saarland Ausgabe Januar bis September 1999	Z 1 - m 9/99
Außenhandel im August 1999	G III 1,3 - m 8/99	Aktuelle Wirtschaftszahlen für das Saarland Ausgabe Januar bis Oktober 1999	Z 1 - m 10/99
Fremdenverkehr im August 1999	G IV 1 - m 8/99	Konjunktur aktuell Dezember 1999	KA - 12

MITTEILUNGEN DES AMTES

Neuerscheinungen

Als neue Veröffentlichung des Statistischen Landesamtes ist soeben das **Statistische Jahrbuch Saarland 1999** erschienen. Das Statistische Jahrbuch tritt an die Stelle der bisher im jährlichen Wechsel herausgegebenen Querschnittsveröffentlichungen *Statistisches Handbuch für das Saarland* (zuletzt für 1996) und *Statistisches Taschenbuch für das Saarland* (zuletzt für 1995).

Das Jahrbuch, fast 300 Seiten stark, enthält Daten aus allen Gebieten der amtlichen Statistik. Neben allgemeinen geografischen und meteorologischen Angaben werden in 22 Kapiteln statistische Informationen - vielfach auch als Zeitreihen - u.a. aus den Bereichen Bevölkerung und Erwerbstätigkeit, Wahlen, Bildung und Kultur, Wirtschaft und Sozialprodukt, Umwelt sowie aus dem Saarländischen Krebsregister geboten. Daten aus den anderen Bundesländern und aus den Ländern der EU runden das Informationsangebot ab. Somit erlaubt das Jahrbuch einen idealen Einblick in die Struktur des Bundeslandes Saarland.

Preis: 35,00 DM (plus Porto und Versand)

Ebenfalls erschienen sind kürzlich die Statistischen Berichte "**Allgemeinbildende Schulen 1999/2000 - Teil I**" und "**Berufliche Schulen 1999/2000 - Teil I**". Diese Berichte enthalten neben Eckdaten Verzeichnisse der Schulen mit Schulschrift, Klassen-, Schülerin- und Schülerzahlen.

Der Statistische Bericht "**Kindertageseinrichtungen im Saarland 1999**" enthält außer einem ausführlichen Tabellenteil auch ein Verzeichnis aller Kinderkrippen und Kinderkrabbelstuben, Kindergärten, Kinderhorte sowie Einrichtungen für das behinderte Kinde mit Anschrift, genehmigten und tatsächlich belegten Plätzen, der Zahl der Gruppen sowie der Erziehungspersonen. Die Verzeichnisse sind auch als Diskette erhältlich (Preis auf Anfrage).

Preis der Berichte mit Verzeichnis: je 10,00 DM (plus Porto und Versand)

Bezugsquelle: Statistisches Landesamt Saarland
Virchowstraße 7, 66119 Saarbrücken
Postfach 10 30 44, 66030 Saarbrücken
Telefon: (06 81) 5 01 - 59 27, Fax (06 81) 5 01 - 59 15
E-Mail: statistik@stala.saarland.de