

2. Schwächerer Euro und steigende Inflation.

3. Eine Zunahme der Arbeitslosenzahl aufgrund der Schließung von Unternehmen, Fabriken oder Einschränkungen ihrer Aktivitäten.

4. Erhöhte soziale Spannungen in der Gesellschaft aufgrund der oben genannten Probleme.

Trotz der extremen Abhängigkeit der Länder der Europäischen Union von russischen Energieressourcen gehen Experten davon aus, dass diese Staaten bis 2024 in der Lage sein werden, ihre Gas- und Ölversorgung zu diversifizieren, was allmählich zu niedrigeren Preisen für diese Ressourcen führen wird. Der prognostizierte Anstieg des Gesamt-BIP soll 1,5 % betragen, die Inflation wird bei 3 % gehalten.

M. Khripacheva

М.А. Хрипачева

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Э. Шуранова

AUSWIRKUNGEN DER ANTIRUSSISCHEN SANKTIONEN AUF DEUTSCHLANDS GRÖßTE AUTOMOBILKONZERNE

Влияние антироссийских санкций на крупнейшие автомобильные компании Германии

Im Februar 2022 kündigte die Europäische Union die Einführung eines Sanktionspakets gegen Russland im Zusammenhang mit dem Einmarsch der russischen Streitkräfte in das Territorium der Ukraine an. Im Gegenzug hat Russland Vergeltungsmaßnahmen gegen eine Reihe von Ländern verhängt, wie zum Beispiel das Importverbot für Produkte aus der EU, den USA, Kanada, Norwegen und Japan.

Das Ziel dieser Studie ist es, den Zustand der größten deutschen Automobilunternehmen Volkswagen AG und BMW AG nach der Einführung von Sanktionen gegen die Russische Föderation durch die Europäische Union zu analysieren.

Um dies zu tun, ist es vor allem notwendig, die Zahlen der Unternehmen vor und nach der Einführung von Sanktionen zu vergleichen. Die Verkäufe der Volkswagen AG sind im Zeitraum Januar bis Oktober um 78 % zurückgegangen, was quantitativ 174.074 Einheiten und 58 168 Einheiten entspricht. Dies wird in der Abbildung 1 deutlicher dargestellt.

Die Verkäufe der BMW AG sind im Zeitraum Januar bis Juni 2022 um 62 % im Vergleich zu 2021 zurückgegangen, was quantitativ 23.383 Einheiten bzw. 8.985 Einheiten entspricht [1].

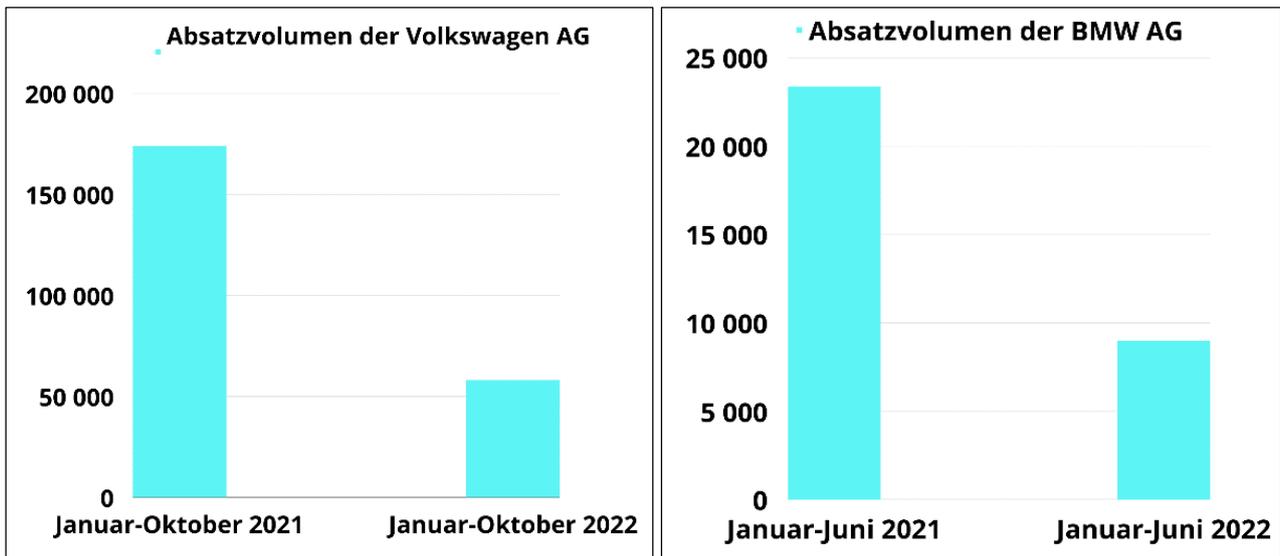


Abbildung 1. Diagramme der Absatzvolumen der Volkswagen AG und der BMW AG
Quelle: eigene Entwicklung.

Der Reingewinn der Volkswagen AG ist im 1. Quartal 2022 gegenüber dem 1. Quartal 2021 um mehr als das 2-fache gestiegen [2]. Dies liegt an einer durchdachteren Aufstellung der Fahrzeugpreise und erheblichen Kostensenkungen. Wie es in der Pressemitteilung heißt, beabsichtigt das Unternehmen nun, dem nordamerikanischen Markt, insbesondere den USA, besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

Der Jahresüberschuss des Unternehmens stieg im 3. Quartal 2022 im Vergleich zu 2021 um 22,9 % gegenüber dem Jahr 2021 [3]. Das Geheimnis seiner Rendite vor dem Hintergrund rückläufiger Verkäufe erklärt der deutsche Autohersteller mit der Umstellung der Produktionszyklen auf Fahrzeuge mit höheren Margen, da die Produktion aufgrund mangelnder Halbleiter und anderer Probleme mit der Lieferkette schwierig ist. Die Gewinndynamik der Unternehmen wird in der Abbildung 2 dargestellt.

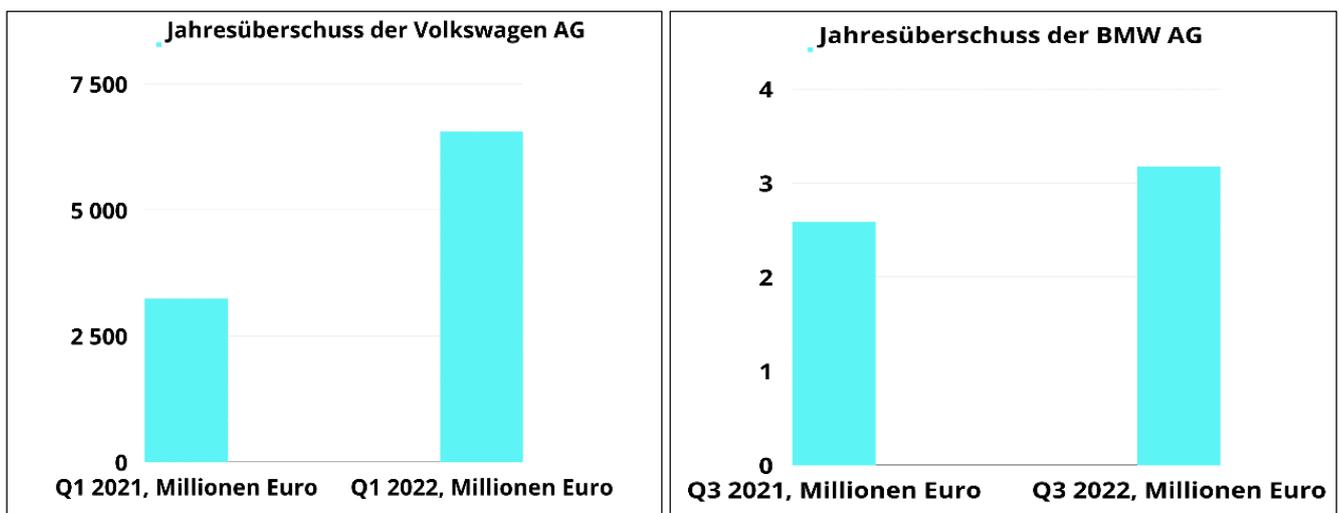


Abbildung 2. Diagramme der Jahresüberschüsse der Volkswagen AG und der BMW AG
Quelle: eigene Entwicklung.

Daher kann man schließen, dass die antirussischen Sanktionen das deutsche Automobilgeschäft erheblich beeinträchtigten, da die Unternehmen einen erheblichen Anteil am Absatzmarkt verloren, aber durch ihre Flexibilität und Anpassungsfähigkeit konnten die Unternehmen ihre Gewinne sogar steigern.

Referenzen

1. Данные о продажах автомобилей BMW в России за 2022 год [Электронный ресурс] // Статистика продаж автомобилей. — Режим доступа: <https://auto.vercity.ru/statistics/sales/europe/2022/russia/bmw/?ysclid=lactpqr1ll670864164>. — Дата доступа: 11.11.2022.

2. Volkswagen AG. Итоги I кв. 2022 года [Электронный ресурс] // Управляющая компания Арсагера. — Режим доступа: https://bf.arsagera.ru/volkswagen_ag/itogi_1_kv_2022_goda/?ysclid=lacuc5i8oq93017358. — Дата доступа: 11.11.2022.

3. QUARTERLY STATEMENT [Электронный ресурс] // BMW Group. — Режим доступа: https://www.bmwgroup.com/content/dam/grpw/websites/bmwgroup_com/ir/downloads/en/2022/q3/BMW_Q3-2022_EN.pdf. — Дата доступа: 11.11.2022.

E. Scherbatsch

Е.М. Щербач

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.В. Молчанова

DIE ERFAHRUNGEN MIT DER ENTWICKLUNG DES BINNENTOURISMUS IN DEUTSCHLAND UND IHRE ANWENDUNG IN BELARUS

Опыт развития внутреннего туризма в Германии и его применение в Беларуси

Der deutsche Tourismusmarkt ist gastfreundlich gegenüber Ausländern, entwickelt sich aber auf Kosten der eigenen Reisenden. Die COVID-19-Pandemie hat zum Anstieg der Popularität des Binnentourismus in Deutschland geführt. Nach Angaben von The German Tourism Market wurden in der Zeit vor Pandemie 84 % aller Hotelbuchungen von Deutschen getätigt; heute sind es 94 %.

Die Lust am Reisen im eigenen Land ist ein charakteristisches Merkmal der deutschen Mentalität. Die Belarussen hingegen ziehen es vor, ins Ausland zu reisen, so dass das Problem der Förderung des Inlandstourismus heute von Bedeutung ist.

Das Ziel der Studie ist es, die Erfahrungen mit der Entwicklung des Binnentourismus in Deutschland zu untersuchen, um sie in Belarus anzuwenden. Der Gegenstand dieser Forschungsarbeit ist der deutsche Inlandstourismus. Es wurde die Aufgabe gestellt, die