

Akzente



MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSCHANCEN

Nr. 45, Juli 2011

Herausgeber
KfW Bankengruppe
Palmengartenstraße 5-9
60325 Frankfurt am Main
Telefon 069 7431-0
Telefax 069 7431-2944
www.kfw.de

Redaktion
KfW Bankengruppe
Abteilung Volkswirtschaft
research@kfw.de

Dr. Georg Metzger
Telefon 069 7431-9717

ISSN 1869-2583

Frankfurt am Main, Juli 2011

MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

Deutschland ist wie kaum ein anderes großes Industrieland in den Welthandel und die internationale Arbeitsteilung eingebunden. Trotz der zunehmenden Bedeutung der Binnennachfrage ist der Außenhandel daher ein wichtiger Wachstumstreiber: Gut ein Drittel des aktuellen Wirtschaftswachstums in Deutschland geht auf den Außenbeitrag zurück. Insbesondere der große industrielle Mittelstand ist traditionell stark im internationalen Wettbewerb vertreten und kann daher am meisten von den Wachstumschancen profitieren. Aber auch für kleine und mittlere Unternehmen eröffnet die Globalisierung zusätzliche Wachstumspotenziale.

Die Finanz- und Wirtschaftskrise hatte durch das Wegbrechen der ausländischen Nachfrage nach hochwertigen Industriegütern besonders stark auslandsaktive größere Mittelständler getroffen. Sie mussten im Vergleich zu binnenmarktorientierten Mittelständlern im Jahr 2009 einen wesentlich stärkeren Umsatzeinbruch hinnehmen.¹ Im Zuge dieser Entwicklung wurden in der wirtschaftspolitischen Diskussion Stimmen laut, die eine zu große Exportabhängigkeit deutscher Unternehmen kritisierten und eine stärkere Binnenmarktorientierung forderten. Allerdings bieten Auslandsmärkte langfristig nach wie vor deutlich höhere Wachstumspotenziale als das Inland. So ist zu erklären, warum auslandsorientierte Mittelständler bezüglich ihrer mittelfristigen Geschäftserwartungen bis 2012 signifikant optimistischer sind als der binnenorientierte Mittelstand.²

Geschäftserwartungen auslandsorientierter Mittelständler optimistischer

Vor diesem Hintergrund beleuchtet der vorliegende Beitrag, ob sich infolge der Krise bei der Auslandstätigkeit der Unternehmen strukturelle Veränderungen ergaben. Dafür hat die KfW Bankengruppe im Januar 2011 mittelständische Unternehmen zu ihren Auslandsaktivitäten befragt. Rund 1.300 Unternehmen des export- und innovationsorientierten größeren Mittelstandes nahmen an der Befragung teil.³

¹ Siehe Reize F. (2010), KfW-Mittelstandspanel 2010. Mittelstand: Stabil in der Krise – auch in Zukunft leistungsstark durch Innovation, Frankfurt am Main.

² Ebd.

³ Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse liegen den Antworten einer Stichprobe von Unternehmen zu Grunde, die im Jahr 2009 fünf oder mehr Mitarbeiter

MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

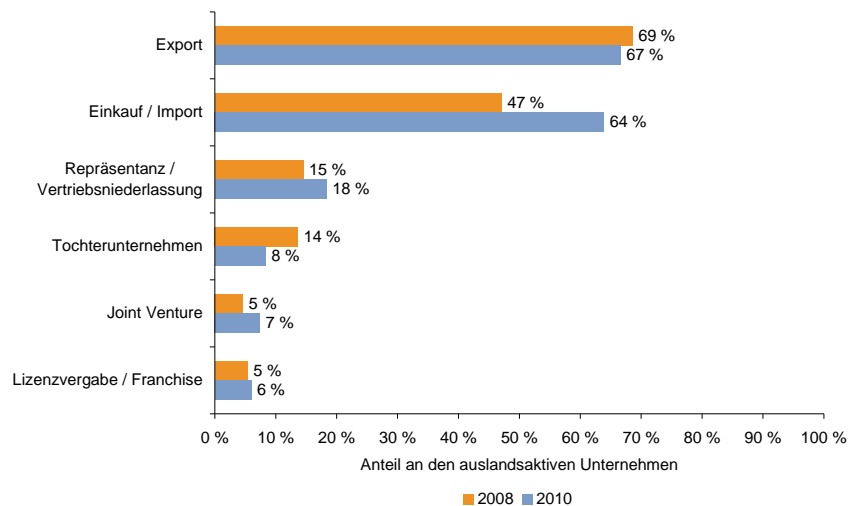
Anteil auslandsaktiver Mittelständler kaum verändert

Bereits 2008 hat KfW Research die Auslandsaktivitäten im Mittelstand untersucht.⁴ Im Vergleich zur Vorgängerstudie zeigt sich kaum eine Veränderung beim Anteil mittelständischer Unternehmen mit Internationalisierungsaktivitäten: Auch im Jahr 2010 waren 50 % der mittelständischen Unternehmen auslandsaktiv (2008: 52 %). Nach wie vor ist eine große Mehrheit der auslandsaktiven Unternehmen auf ausländischen Märkten mit Exporten präsent (67 %, 2008: 69 %; siehe Grafik 1). Die Mittelständler zogen sich somit offensichtlich nicht in großem Stil aus dem Exportgeschäft zurück. Zunehmend engagierter zeigt sich der Mittelstand beim Einkauf im Ausland: Importierten in der Vorgängerstudie nur 47 % der auslandsaktiven Unternehmen Waren oder Dienstleistungen, sind es im Jahr 2010 mit 64 % deutlich mehr. Somit gibt es annähernd so viele importierende wie exportierende Unternehmen. Die starke Zunahme der Importaktivitäten ist ein Indiz dafür, dass immer mehr Mittelständler Effizienzpotenziale in ihren Wertschöpfungsketten heben, indem sie Beschaffungsmärkte im Ausland erschließen. Beispielsweise können über eigene Direktimporte Zwischenhändler weggelassen und Kosten gespart werden.

Auslandsaktivitäten mittelständischer Unternehmen befinden sich auf Vorkrisenniveau

Export nach wie vor führende Form der Auslandsaktivität

Starke Zunahme der Importaktivität: Effizienzpotenziale werden gehoben



Grafik 1: Auslandsaktivitäten mittelständischer Unternehmen

hatten sowie Umsätze über Exporte generierten oder Innovationen einführten. Die Ergebnisse sind daher für den größeren, export- oder innovationsorientierten Mittelstand repräsentativ.

⁴ Siehe Reize F., V. Lo (2008) KfW-Mittelstandspanel 2008. Mittelstand – auch kleine Unternehmen – Stabil in der Krise – erfolgreich im Ausland, Frankfurt am Main

MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

Auf Sicht der nächsten Jahre bis 2015 plant mehr als die Hälfte der bereits jetzt auslandsaktiven Mittelständler ihre Auslandstätigkeit zu intensivieren bzw. zu erweitern.

Hinsichtlich der übrigen typischen Wege der Internationalisierung zeigen sich kaum oder nur geringe Anteilsverschiebungen von wenigen Prozentpunkten. Knapp jeder fünfte auslandsaktive Mittelständler hat eine Repräsentanz oder Vertriebsniederlassung im Ausland (18 %). Dies ist ein leicht höherer Anteil als im Jahr 2008 (15 %). Fast jedes zehnte der auslandsaktiven Unternehmen hat eine ausländische Tochtergesellschaft (8 %). Im Vergleich zur Vorgängerstudie ist dieser Anteil zurückgegangen (2008: 14 %). Eine detaillierte Analyse der Daten zeigt, dass der Rückgang vor allem auf kleinere Mittelständler mit weniger als 50 Beschäftigten zurückzuführen ist. Bei den Unternehmen mit 50 oder mehr Beschäftigten veränderte sich dieser Anteil hingegen kaum. Der Anteil auslandsaktiver Unternehmen, die grenzüberschreitende Joint Ventures betreiben, beträgt im Jahr 2010 7 % und ist somit leicht angestiegen (2008: 5 %). Ein Zusammenhang zwischen diesem Anstieg und dem zurückgegangenen Anteil von Mittelständlern mit ausländischen Tochterunternehmen ist allerdings nicht zu erkennen. Kleinere Mittelständler geben somit nicht eigene Tochtergesellschaften auf, um Joint Ventures zu gründen, sondern sie ziehen sich aus dieser Form der Marktpräsenz im Ausland eher gänzlich zurück. Ein Hauptgrund für die Rückverlagerung von Produktionsstätten durch Unternehmen sind Qualitätsprobleme.⁵ Möglicherweise fehlen gerade kleineren Mittelständlern die Zeit und die Ressourcen, um ihre gewohnten Qualitätssicherungsprozesse an ausländischen Standorten zu etablieren.

Weniger Mittelständler mit Tochterunternehmen

Welche Motive haben mittelständische Unternehmen für ihre Auslandstätigkeit?

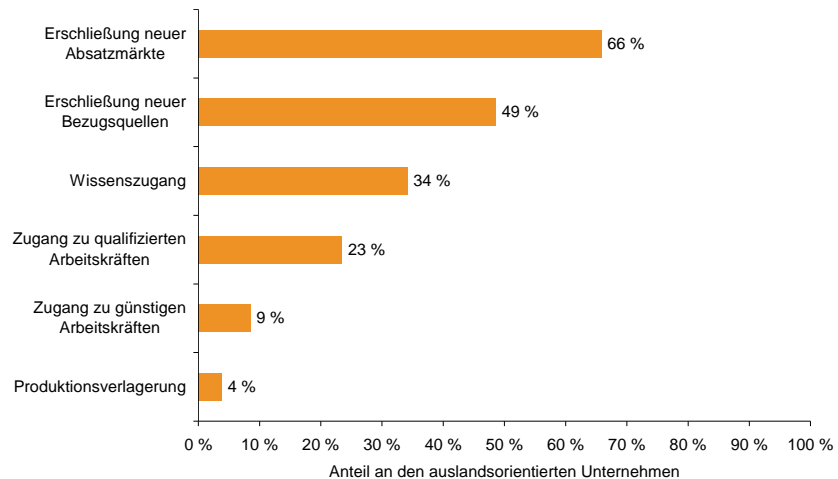
Das vorrangige Motiv für den Gang mittelständischer Unternehmen ins Ausland ist die Erschließung neuer Absatz- und Beschaffungsmärkte: Bei zwei Dritteln der Unternehmen ist die Gewinnung neuer Kunden, bei knapp der Hälfte (49 %) die Gewinnung neuer

Erschließung neuer Absatz- und Beschaffungsmärkte sind Hauptmotive für Auslandsaktivität

⁵ Siehe Kinkel und Maloca (2009): Produktionsverlagerung und Rückverlagerung in Zeiten der Krise, Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung, Modernisierung der Produktion, Mitteilung aus der ISI-Erhebung, Ausgabe 52, Dezember 2009, Karlsruhe.

MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

Zulieferer ein Grund für ihre Auslandstätigkeit (siehe Grafik 2). Dies deckt sich mit dem hohen Anteil importierender und exportierender Unternehmen.



Quelle: KfW-Ad-hoc-Befragung 2011

Grafik 2: Motive für Auslandsaktivitäten mittelständischer Unternehmen

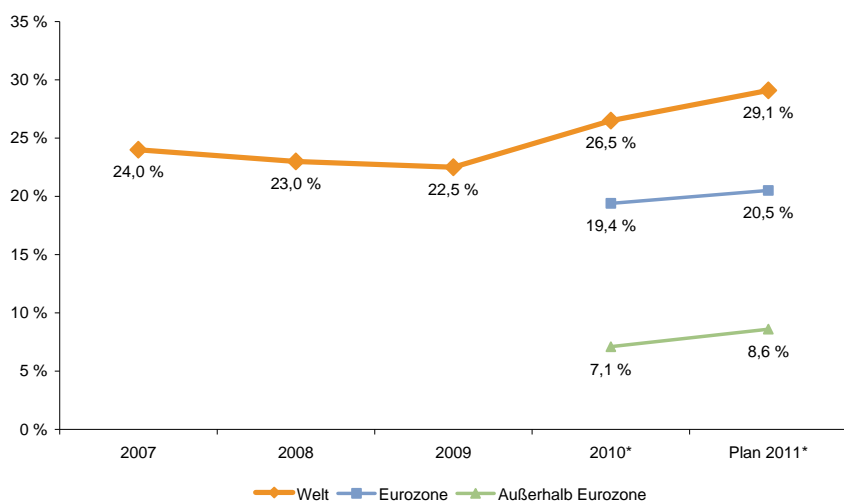
Der Zugang zu Wissen ist mit 34 % bei mehr als einem Drittel der Mittelständler ein Motiv, aus welchem sie den Schritt in ausländische Märkte wagen. Unternehmen mit diesem Beweggrund nutzen überdurchschnittlich häufig Repräsentanzen und Vertriebsniederlassungen sowie die Vergabe von Lizenzen als Wege der Internationalisierung. Dass genau diese beiden Wege häufiger beschritten werden ist erklärbar. Zum einen können Unternehmen durch eine Präsenz vor Ort Kundennähe herstellen, was ihnen die Absorption des Kundenwissens erleichtert. Zum anderen können sich Unternehmen durch die Vergabe eigener Lizenzen den Zugang zu lizenziertem Wissen anderer Unternehmen sichern, weil Lizenzen oft „über Kreuz“ vergeben werden. Qualifizierte Arbeitskräfte sind für knapp ein Viertel der Mittelständler (23 %) ein Grund für ihre Auslandstätigkeit. Auch bei diesen Unternehmen wird überdurchschnittlich häufig der Weg über Repräsentanzen und Vertriebsniederlassungen gewählt. Unternehmen, die nach günstigen Arbeitskräften suchen – dies ist bei fast jedem zehnten Mittelständler (9 %) ein Motiv – wählen indes überdurchschnittlich häufig Tochterunternehmen als Weg der Internationalisierung. Produktionsverlagerungen spielen dagegen eine untergeordnete Rolle: Nur bei 4 % der mittelständischen Unternehmen ist darin ein Grund für deren Auslandstätigkeit zu finden.

Zugang zu Wissen von großer Bedeutung für Auslandsaktivitäten

MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

Anteil des im Ausland erzielten Umsatzes steigt

Auslandsaktive Unternehmen generieren einen wesentlichen Teil ihrer Umsätze im Ausland. Der Anteil betrug mit 24 % im Jahr 2007 annähernd ein Viertel des Gesamtumsatzes, war in den Folgejahren allerdings rückläufig (siehe Grafik 3). Bis zum Jahr 2009 sank er auf 22,5 %.



* Nur Exportumsätze

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2008 bis 2010, KfW-Ad-hoc-Befragung 2011

Grafik 3: Entwicklung des Auslandsumsatzanteils auslandsaktiver Unternehmen

Im Jahr 2010 haben die mittelständischen Unternehmen ihren Auslandsumsatzanteil bei zunehmenden Gesamtumsätzen auf durchschnittlich 26,5 % deutlich gesteigert. Dieser Anstieg ist vor allem deshalb bemerkenswert, weil er sich nur auf Exporterlöse bezieht und nicht wie die Angaben der Vorjahre alle im Ausland erzielten Umsätze umfasst (beispielsweise durch Lizenzeinnahmen). Auf Basis der erhobenen Planzahlen der Unternehmen ist darüber hinaus zu erwarten, dass der Exportumsatzanteil im Jahr 2011 auf 29 % steigen wird. Die zunehmenden Anteile spiegeln die im Vergleich zur Binnennachfrage in Deutschland raschere Erholung der Weltwirtschaft wider. Aus der Sicht der mittelständischen Unternehmen scheinen die Chancen der Auslandsmärkte ihre Risiken deutlich zu überwiegen, sodass sie offenbar keine Veranlassung haben, ihren Exportumsatzanteil zu verringern.

*Auslandsumsatz steigt
schneller als Binnenumsatz*

MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

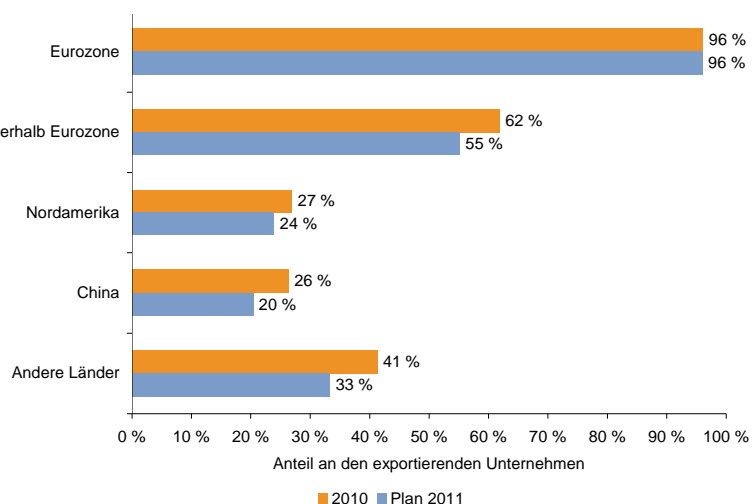
*Größter Teil der Umsätze wird
in der Eurozone generiert*

Der Großteil der Auslandsumsätze wird von den mittelständischen Unternehmen in Ländern der Eurozone generiert. Von den 26,5 % Auslandsumsätzen im Jahr 2010 entfallen 18,4 %, also mehr als zwei Drittel, auf die Eurozone. Die übrigen 7,1 % wurden in anderen Ländern außerhalb der Eurozone erzielt. Auf Basis der Planzahlen für das Jahr 2011 ist eine Erhöhung dieser Anteile auf 19,5 und 8,6 % zu erwarten. Somit gehen Unternehmen offensichtlich von einer stärkeren Nachfrage und als Folge einem stärkeren Umsatzwachstum in den Ländern außerhalb der Eurozone aus. Dies deckt sich auch mit den Prognosen der Weltbank, die für die Jahre 2011 bis 2013 von einem Anstieg des weltweiten Bruttoinlandsprodukts⁶ von knapp 14 % ausgeht, während sie für die Eurozone nur einen Zuwachs von 5 % erwartet.⁷

Europa nach wie vor wichtigste Absatzregion

*Europa ist wichtigste Absatzregion
deutscher Mittelständler*

Annähernd alle exportierenden Mittelständler generierten im Jahr 2010 Umsätze in Ländern der Eurozone. Lediglich bei 4 % der Unternehmen spielte die Eurozone für die Exporttätigkeit keine Rolle (siehe Grafik 4). Für die exportierenden Unternehmen wird sich an der hohen Bedeutung der Eurozone voraussichtlich auch im Jahr 2011 nichts ändern.



Quelle: KfW-Ad-hoc-Befragung 2011

Grafik 4: Regionale Verteilung der Exportaktivität

⁶ Das Bruttoinlandsprodukt ist ein Maß für das zur Verfügung stehende Einkommen und damit eine Approximation für die potenzielle Nachfrage.

⁷ Siehe World Bank (2011), Global Economic Prospects, Volume 3, June 2011, Washington D.C.

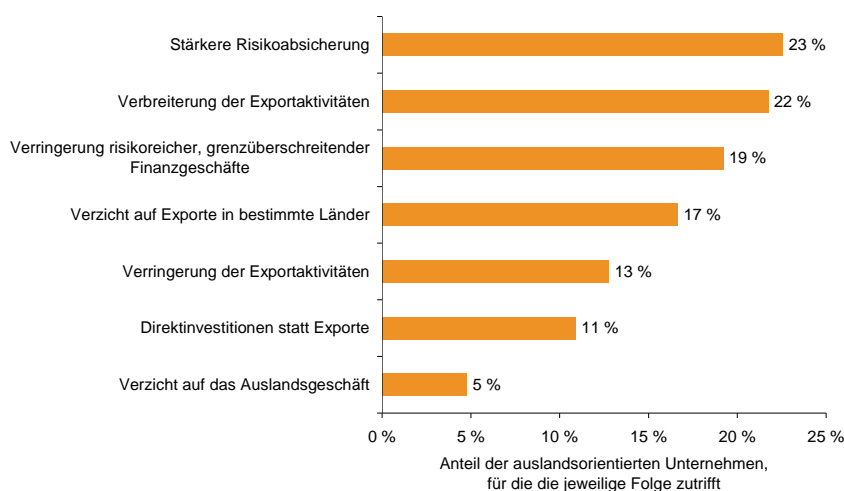
MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

Auch die übrigen europäischen Länder außerhalb der Eurozone haben als Zielregionen von Exporten eine hohe Bedeutung. Im Jahr 2010 erlösten dort 62 % der exportierenden Unternehmen Umsätze. In Nordamerika oder China wurden von jedem fünften exportierenden Mittelständler (27 und 26 %) im Jahr 2010 Waren oder Dienstleistungen abgesetzt. In übrigen Ländern und Regionen werden von 41 % der international handelnden Unternehmen Exportumsätze generiert. Die Bedeutung der Regionen außerhalb der Eurozone wird voraussichtlich in diesem Jahr sinken, da für das Jahr 2011 ein geringerer Anteil der exportierenden Unternehmen Verkäufe in diesen Regionen planen.

Verringerung des Risikos angestrebt

Entsprechend der großen Bedeutung der Eurozone für die auslandsorientierten Mittelständler zeigen sich diese sensibilisiert bezüglich möglicher Folgen der Staatsschuldenkrise in der Europeripherie für ihr Auslandsgeschäft: Insgesamt ergreifen mehr als die Hälfte der mittelständischen Unternehmen Maßnahmen der Risikoabsicherung, Risikodiversifikation und Risikovermeidung. Im Rahmen der Risikovermeidung sehen einige Mittelständler auch den Verzicht auf den Export in bestimmte Länder oder die Verringerung ihrer Exportaktivität als Handlungsalternativen (siehe Grafik 5). Ein gänzlicher Verzicht auf das Auslandsgeschäft steht nur für eine kleine Minderheit zur Debatte.

Risikoverringung wird angestrebt



Quelle: KfW-Ad-hoc-Befragung 2011

Grafik 5: Folgen der Staatsschuldenkrise in der Europeripherie für die Auslandsaktivitäten

MITTELSTÄNDLER NUTZEN GLOBALISIERUNGSSCHANCEN

Fazit

Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat kaum Spuren bei den Auslandsaktivitäten deutscher Mittelständler hinterlassen: Mehr als die Hälfte der mittelständischen Unternehmen sind nach wie vor auslandsaktiv.

Der Export bleibt die führende Form der Auslandsaktivität, die Importaktivität hat jedoch erheblich zugenommen. Letzteres ist ein Indiz dafür, dass immer mehr Mittelständler Effizienzpotenziale in ihren Wertschöpfungsketten heben. Auslandsaktive Mittelständler wollen in erster Linie neue Absatzmärkte und neue Bezugsquellen erschließen, aber auch der Zugang zu Wissen und qualifizierten Arbeitskräften sind wichtige Motive. Produktionsverlagerung spielt dagegen kaum eine Rolle.

Die mit Abstand wichtigste Absatzregion für auslandsaktive Mittelständler ist und bleibt Europa, vor allem die Eurozone. Der Anteil der Auslandsumsätze entwickelt sich positiv: Auslandsaktive Unternehmen erwirtschaften bereits jetzt rund ein Viertel des Umsatzes im Ausland und planen den Anteil weiter auszubauen. Insgesamt nutzen mittelständische Unternehmen die Chancen, die ihnen die Globalisierung bietet. Zugleich besteht aber auch eine hohe Abhängigkeit der Unternehmen von den Auslandsmärkten – insbesondere von Europa. Diese ist den Unternehmen bewusst, daher ergreifen mehr als die Hälfte der Mittelständler spezifische Maßnahmen zur Absicherung des Risikos aus dem Exportgeschäft. Für die Wirtschaftspolitik zeigen die Ergebnisse nochmals deutlich, dass die Stabilität Europas im ureigenen Interesse der deutschen Wirtschaft liegt.