Die Globalisierung des Mittelstandes – Chancen und Risiken.

1. Einleitung.

Die fortschreitende Globalisierung der Wirtschaft, d. h. ihre Triebkräfte und Folgen, werden allenthalben diskutiert. Im Mittelpunkt des Interesses stehen vor allem gesamtwirtschaftliche Trends. Dagegen haben die Auswirkungen der Internationalisierung auf den Mittelstand bislang wenig Berücksichtigung gefunden. Doch ist anzunehmen, dass auch diese Gruppe von Unternehmen immer stärker in den Sog der Globalisierung gerät, die sich für sie als Chance und Risiko zugleich präsentiert:

Internationale Konkurrenz drängt auf die angestammten Heimatmärkte, und wichtige Endkunden der Zulieferindustrie verlagern Teile ihrer Produktion ins Ausland. Großunternehmen beziehen zunehmend Lieferungen und Leistungen aus dem Ausland, so dass sich die Absatzchancen der Mittelständler verschlechtern. Gleichzeitig leidet die mittelständische Wirtschaft aufgrund ihrer ausgeprägten Binnenorientierung unter der seit Jahren stagnierenden Inlandsnachfrage. Die starke Fokussierung auf den deutschen Markt belastet einerseits die Ertragslage und die Wachstumschancen der Mittelständler, führt andererseits aber auch dazu, dass sie weniger als Großunternehmen von den dynamisch expandierenden Auslandsmärkten profitieren. Die Aufnahme oder die Intensivierung des Auslandsgeschäfts hat sich daher in den letzten Jahren für viele Betriebe als immer lohnendere Alternative dargestellt. Begünstigt wurde der Einstieg in das internationale Geschäft zudem durch eine Reihe von gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen. So haben sich infolge der Umwälzungen in Mittel- und Osteuropa insbesondere für den Mittelstand neue Märkte, quasi vor der eigenen Haustür, eröffnet. Zu den verbesserten Chancen im Ausland haben auch der weltweite Abbau der Handelsschranken sowie sinkende Transaktions- und Kommunikationskosten beigetragen.

Trotz dieser eher anekdotischen Evidenz sind Art und Umfang der mittelständischen Auslandsaktivitäten wenig untersucht worden.[1] Eine Reihe von Aspekten bleibt offen. Diskussionswürdig ist zum Beispiel die Frage, in welchem Umfang der Mittelstand auf den internationalen Märkten präsent ist, und inwieweit er ebenso wie große Unternehmen von der Integration der Faktor- und Gütermärkte profitieren kann. Wie ist das stärkere internationale Engagement der Mittelständler aus volkswirtschaftlicher Sicht zu beurteilen?

---

[1] Ein Grund dafür ist die lückenhafte Datenlage. Denn im Unterschied zur guten Datenlage über die gesamtwirtschaftliche Entwicklung von Außenhandel und Direktinvestitionen gibt es nur wenige amtliche Daten, die auch firmenspezifische Merkmale miterfassen. Dies führt dazu, dass die Daten der amtlichen Statistik vielfach nicht nach Größenklasse der einzelnen Unternehmen auswertbar sind. Zeitreihen liegen so gut wie gar nicht vor.

Die Beantwortung dieser Fragen hat für den Standort Deutschland hohe Bedeutung. Denn mittelständische Unternehmen beschäftigen 70 % der Arbeitnehmer und führen 52 % aller Unternehmensinvestitionen durch. Sie leisten damit für die Beschäftigung und die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft einen wichtigen Beitrag. Im Zuge der Globalisierung machen zwar vor allem große Unternehmen mit ihren Auslandsengagements Schlagzeilen, für die Wirtschaft insgesamt ist jedoch das Verhalten der Unternehmen in ihrer ganzen Breite maßgeblich. Welche Folgen hat also die Globalisierung für den Mittelstand und – in letzter Instanz – für die deutsche Wirtschaft insgesamt?

2. Die Triebkräfte der Globalisierung und die Folgen für den Mittelstand.

Im Folgenden wird zunächst geschildert, wie sich die Rahmenbedingungen im Umfeld der Mittelständler in den letzten Jahren verändert haben und welche Chancen und Risiken damit verbunden sind. Zugleich sollen auch einige Anpassungsstrategien des Mittelstandes betrachtet werden.

Triebkräfte der Globalisierung…

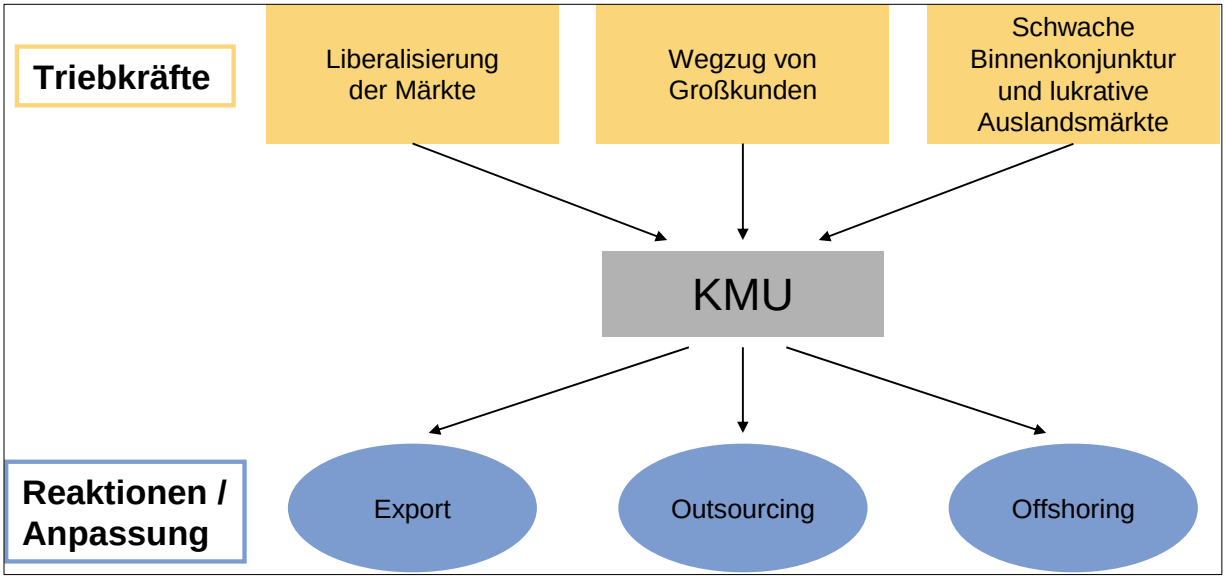
Strukturbrüche lassen sich vor allem im technologischen Umfeld der Betriebe, aber auch in der Wettbewerbssituation auf heimischen und ausländischen Märkten beobachten. Dieser Wandel trifft zwar im Wesentlichen auch die Gesamtwirtschaft als Ganzes, hat aber insbesondere für mittelständische Unternehmen in den letzten Jahren deutlich an Relevanz gewonnen (Grafik 1).

Von besonderer Bedeutung war die Liberalisierung der Märkte, verbunden mit dem Aufkommen neuer Absatzmärkte und neuer Konkurrenten. Entscheidende Faktoren stellten dabei die Umwälzungen in Mittel- und Osteuropa, aber auch die Integration der asiatischen Länder in die weltweite Arbeitsteilung dar. Infolge dieser Entwicklungen hat sich den Mittelständlern einerseits Zugang zu neuen Märkten eröffnet. Andererseits hat sich für sie aber auch der Konkurrenzdruck erhöht.

So hat vor allem hat die Importkonkurrenz durch ausländische (Billig-)Anbieter zugenommen. Großunternehmen beziehen zunehmend Zwischen- und Vorprodukte aus dem kostengünstigen Ausland, wodurch die Absatzchancen der deutschen Mittelständler sinken. Gleichzeitig haben wichtige Großabnehmer ihre Produktion ins Ausland verlagert. Der Umbruch in Mittel- und Osteuropa hat diesen Trend deutlich beschleunigt. Insbesondere für die mittelständische Zulieferindustrie wurde die Errichtung eigener Produktionsstätten in der Nähe der Endpro-

duktherstellerzur Überlebensfrage.[2] Diese beiden Entwicklungen – zunehmende Importkonkurrenz und Wegzug von Großkunden – stellen sich vor allem als Risiko für den Mittelstand dar.

Entscheidend geprägt wurde das Umfeld der Mittelständler zudem durch die sehr schwache Binnenkonjunktur. Gerade Mittelständler, die über 80 % ihres Umsatzes im Inland erzielen, haben in den vergangenen Jahren unter dem niedrigen Wachstum der deutschen Wirtschaft gelitten. Hier präsentieren sich die Globalisierung und der mit ihr verbundene Zugang zu neuen Märkten als Chance.[3]



Grafik 1: Triebkräfte der Internationalisierung des Mittelstandes

Veränderungen haben sich auch infolge sinkender Transaktions- und Kommunikationskosten sowie infolge von Neuentwicklungen im Dienstleistungssektor ergeben. „Outsourcen“ lassen sich heute im Prinzip alle Dienstleistungen, die digitalisierbar sind.[4] Die sinkenden Transaktionskosten haben die Erschließung neuer, entfernter Märkte für Mittelständler erst rentabel gemacht, weil sie die Fixkosten für Produktionsverlagerungen deutlich reduziert haben.

---

[2] Holleinstein (2005) zufolge war es für 40 % der direktinvestierenden Schweizer KMU ein entscheidendes Motiv, einem Hauptkunden nachzuziehen. Dieser Grund war dabei umso wichtiger, je größer das investierende Unternehmen war.

[3] Fragt man die Mittelständler selbst, wie sie die zunehmende Internationalisierung empfinden, so glaubten 40,4 % der Unternehmen, dass der globale Wettbewerb sie unter Druck setze. Gleichzeitig sahen 37 % mehr Chancen als Risiken im globalen Wettbewerb. Vgl. MIND – Mittelstand in Deutschland.

[4] Schlagzeilen mit der Verlagerung von Dienstleistungen haben bislang in erster Linie große Unternehmen gemacht. So hat DHL bspw. 500 Mio. EUR in ein neues Kontroll- und Servicecenter in Prag investiert.

Technischer Fortschritt führt zudem zu steigender weltweiter Arbeitsteilung und sinkender Fertigungstiefe. Dieses „Aufbrechen der Wertschöpfungskette“ in viele Produktionsschritte, das auch unter der Rubrik „Legowirtschaft“ diskutiert wird, führt dazu, dass Unternehmen, die der wachsenden Konkurrenz standhalten wollen, ihre Produktpalette immer weiter spezialisieren und sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren müssen.

… und mögliche Reaktionen der Mittelständler.

Die Unternehmen haben verschiedene Möglichkeiten, auf die Veränderungen in ihrem Umfeld zu reagieren. Besonders attraktiv war und ist der Ausbau des Exportgeschäfts. Durch die Ausfuhr können sich die Unternehmen zumindest teilweise von der schwachen Binnenkonjunktur entkoppeln. Sie eröffnet auf diese Weise neue Expansions- und Gewinnmöglichkeiten. Gleichzeitig haben, neben dem Export, komplexere Formen der Internationalisierung wie Outsourcing und Offshoring[5] an Bedeutung gewonnen.

Ein Meilenstein war sicherlich der Zusammenbruch des kommunistischen Systems in Mittel- und Osteuropa. Die Maueröffnung hat deutschen KMU neue Perspektiven für die Ausgliederung bzw. Verlagerung von Teilen des Produktionsprozesses eröffnet. Denn für die Mittelständler kam eine Investition an den kostengünstigen Standorten in Ostasien aufgrund der großen räumlichen Distanz und der damit verbundenen logistischen Probleme kaum in Betracht. Solche Engagements blieben in erster Linie großen Unternehmen vorbehalten. Die nahe gelegenen Beitrittsländer dagegen bieten dem Mittelstand sowohl die notwendige räumliche Nähe als auch ein günstiges Investitionsklima und stellen insofern ein ideales Terrain als Ziel mittelständischer Direktinvestitionen dar.[6] Mittelständler haben somit seit Beginn der neunziger Jahre verstärkt die Chance bekommen, Kostensenkungen durch Auslandsproduktion und/oder den Import von Fertigwaren zu realisieren und die Vorteile des „global sourcing“ zu nutzen.

Outsourcing hat dabei im Vergleich zum Offshoring den Vorteil, dass es nicht mit einem kapitalintensiven Erwerb von ausländischen Unternehmen(santeilen) verbunden sein muss, sondern auch über Verträge mit Zulieferunternehmen, also über den Import, erfolgen kann. Hier offerieren die Standorte in Mittel- und Osteuropa den deutschen Mittelständlern verlässliche

---

[5] Outsourcing und Offshoring werden uneinheitlich verwendet. Unter Outsourcing soll im Folgenden die Aufgabe der eigenen Herstellung von Vorprodukten zugunsten des Kaufs bei Zulieferern, die im In- oder Ausland sitzen können, verstanden. Offshoring bezeichnet dagegen die Verlagerung der Produktion in firmeneigene Niederlassungen, die im Ausland errichtet wurden.

[6] So schreibt Sinn (2005, S. 99, a.a.O.): „Der Mittelstand macht in Osteuropa das nach, was die Großindustrie schon seit den achtziger Jahren in China und anderen asiatischen Niedriglohnländern vorgemacht hat. (…) Dank ihrer nach Osteuropa verlängerten Werkbänke wurden und werden die mittelständischen Unternehmen Deutschlands zu Global Players im Kleinen.“

Bezugsquellen vor der eigenen Haustür, wodurch logistische Probleme und Qualitätsdefizite relativ gut zu kontrollieren sind.

Der Gang ins Ausland durch Offshoring – sei es, um mit einer Produktionsstätte an kostengünstigen Standorten die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu steigern, sei es, um näher beim Kunden vor Ort zu sein – ist ebenfalls attraktiver geworden. Der Grund dafür ist – wie bereits angesprochen – in sinkenden Transaktions- und Kommunikationskosten zu suchen, die dazu geführt haben, dass sich auch kleinere Investitionsvorhaben lohnen.

Zwischenfazit.

Der zunehmende globale Wettbewerb ist für die Mittelständler Chance und Risiko zugleich. Risiken ergeben sich durch die steigende Importkonkurrenz in Verbindung mit dem Wegzug wichtiger Kunden. Vor allem mittelständische Unternehmen der Zulieferindustrie sind verstärkt unter Druck geraten. Auf der anderen Seite hat das Auslandsgeschäft in den vergangenen Jahren mehr Absatzmöglichkeiten geboten als der Binnenmarkt. Zudem sind Outsourcing und Offshoring für Mittelständler infolge der Öffnung der Märkte und durch technischen Fortschritt leichter geworden.

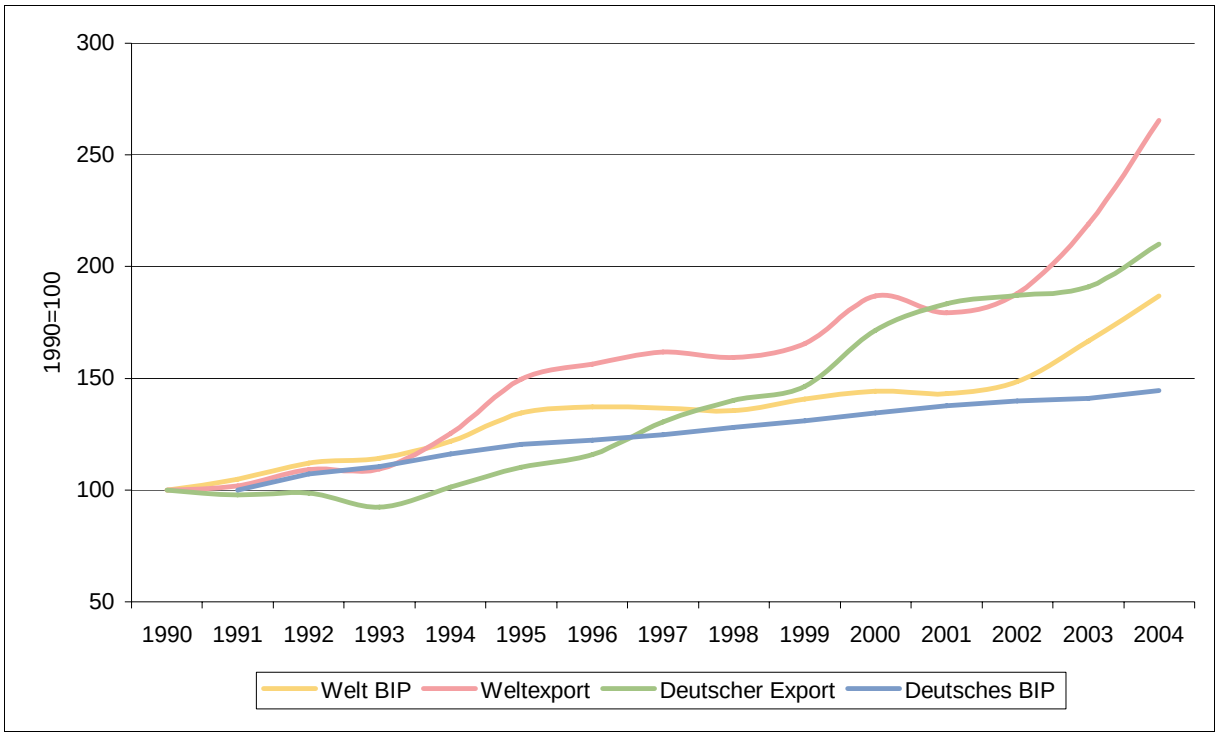
Der Ausbau des Exportgeschäfts, Auslagerung von Produktionsprozessen sowie Outsourcing können folglich mögliche Anpassungsstrategien des Mittelstandes darstellen, um sich den Herausforderungen der zunehmenden Internationalisierung zu stellen, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und Kosten zu senken. Welche Anpassungsstrategien KMUs gewählt haben und in welchem Umfang die Internationalisierung den Mittelstand erfasst hat, soll im Folgenden empirisch überprüft werden.

3. Die Exporttätigkeit des deutschen Mittelstandes.

Das Exportgeschäft ist für Unternehmen aller Größenklassen traditionell die häufigste Form des internationalen Engagements. Der Erfolg der deutschen Wirtschaft auf diesem Gebiet zeigt sich unter anderem in ihrer „Exportweltmeisterschaft“. Für Mittelständler wiederum ist der Export oft die einzige Art des Auslandsgeschäfts, weil mit ihm keine allzu hohen Anforderungen an die knappen Ressourcen ihrer Unternehmen verbunden sind.

3.1 Weltweit steigende Bedeutung des Exports.

Warum das Exportgeschäft für die deutschen Unternehmen in den vergangenen Jahren attraktiver war als die Fokussierung auf den Binnenmarkt zeigt Grafik 2. Es wird deutlich, dass die Exporte – sowohl weltweit als auch in Deutschland – wesentlich stärker gewachsen sind als das BIP.



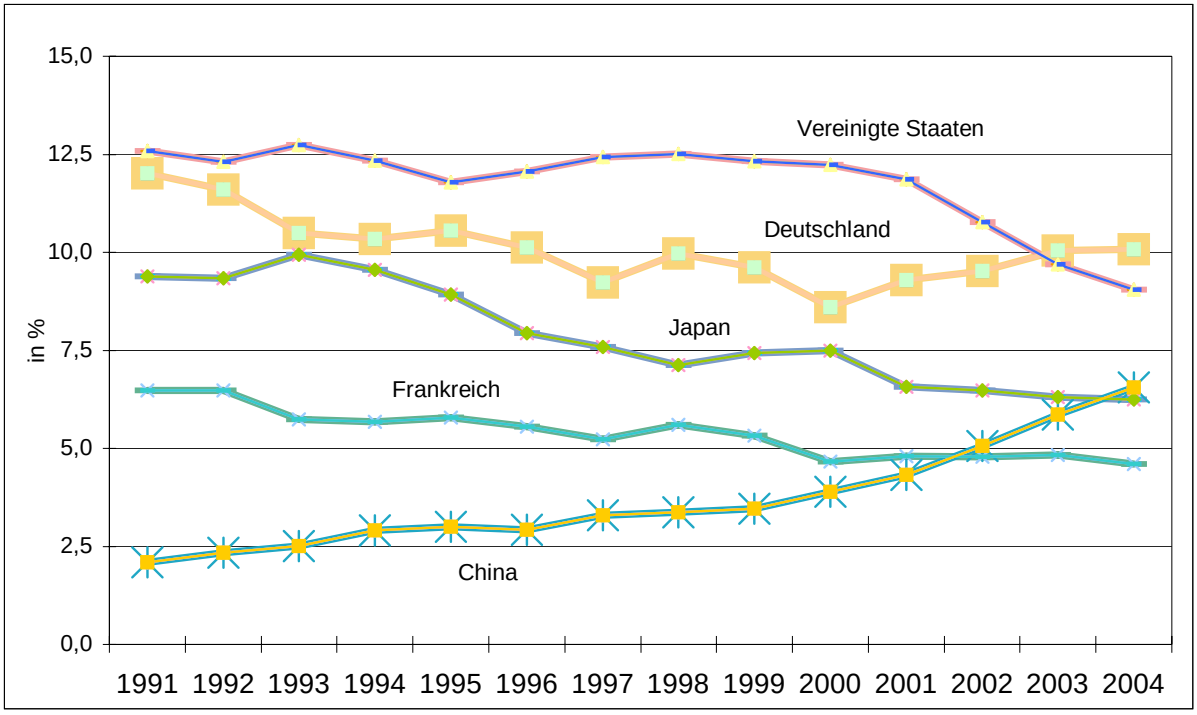
Quellen: WTO und http://unstats.un.org, Statistisches Bundesamt.

Grafik 2: Änderung des weltweiten Exportvolumens, des weltweiten BIP und der deutschen Exporte sowie des deutschen BIP (nominale Werte, 1990 = 100)

Zudem ist es der Bundesrepublik – im Unterschied zu anderen führenden Industrienationen – in den vergangenen Jahren gelungen, ihre Weltmarktanteile zu verteidigen (vgl. Grafik 3). Deutschland hat insbesondere seit Anfang 2000 Anteile zurückerobert. Diese Entwicklung ist deshalb bemerkenswert, weil aufstrebende Länder wie China im gleichen Zeitraum bedeutend hinzugewinnen konnten. Andere etablierte Marktteilnehmer wie die USA und Japan haben einen Rückgang ihres Welthandelsanteils hinnehmen müssen. Das gute Abschneiden der deutschen Exportwirtschaft dürfte zum einen auf ihre gute Produktpalette, zum anderen aber auch auf die verbesserte preisliche Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen Industrieländern zurückzuführen sein.[7]

Im Anschluss an die gesamtwirtschaftliche Betrachtung stellt sich nun die Frage, ob und inwieweit der Mittelstand diese erfolgreiche Entwicklung mitgetragen hat. Um eine Antwort zu finden, soll die Exporttätigkeit der deutschen Mittelständler in Abhängigkeit von Branche, Größe und Produktivität betrachtet werden. Als Datenquellen dienen eine Umfrage, die die KfW Bankengruppe im Herbst 2005 in Zusammenarbeit mit dem Verband Vereine Creditreform durchgeführt hat, und das KfW-Mittelstandspanel. Eine Beschreibung der Datenquellen befindet sich im Anhang.

[7] Vgl. SVR (2004) Ziffer 463.



Quelle: SVR (2004).

Grafik 3: Anteile ausgewählter Länder an der Weltausfuhr in %

3.2 Die wichtigsten Einflussfaktoren auf das Exportgeschäft der Mittelständler.

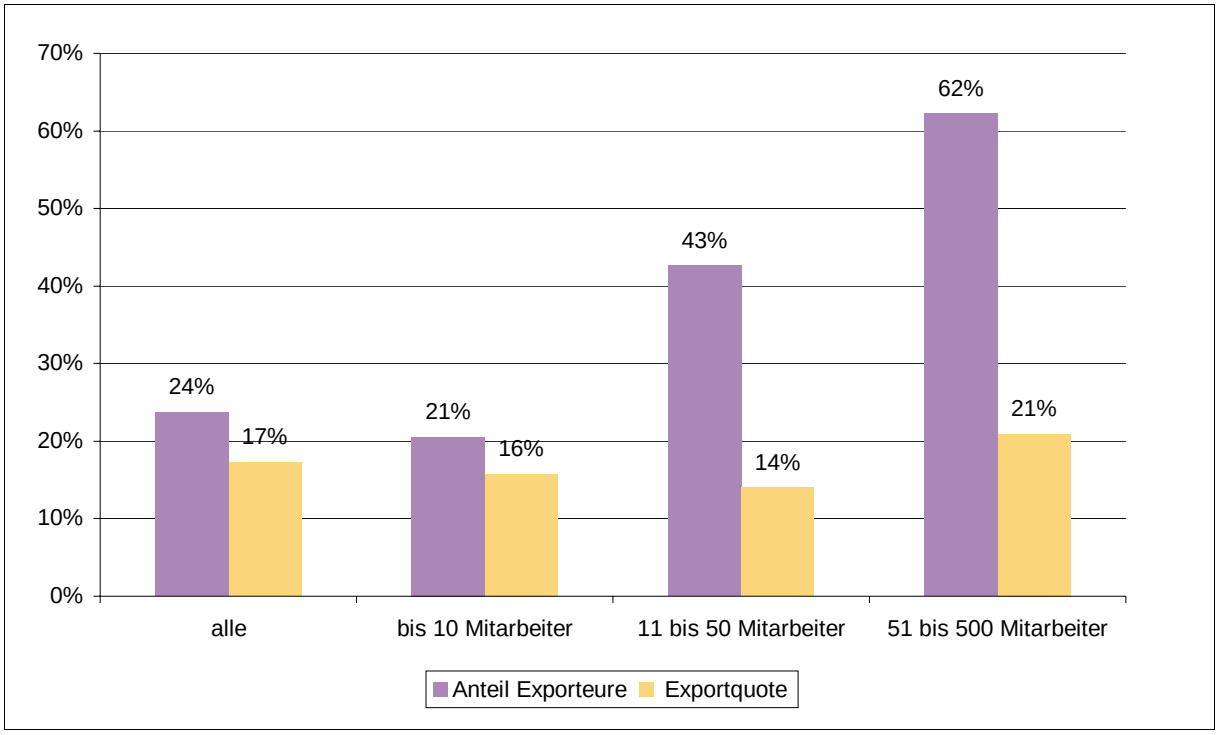
In empirischen Untersuchungen zur Exporttätigkeit mittelständischer Unternehmen haben sich eine ganze Reihe wichtiger Einflussfaktoren herauskristallisiert, die darüber entscheiden, ob ein Exportgeschäft aufgenommen und wie intensiv es betrieben wird. Einer der wichtigsten Faktoren ist die Unternehmensgröße.

a) Die Unternehmensgröße

Die Größe des Unternehmens gilt – aus nahe liegenden Gründen – als eine der wichtigsten Determinanten, die über Aufnahme und Intensität der Auslandsaktivität entscheiden. So sind die mit dem internationalen Geschäft verbundenen Herausforderungen in der Regel nur für solche Unternehmen zu meistern, die über die notwendigen Ressourcen verfügen. Kleinere Unternehmen stoßen aufgrund ihrer knappen Kapazitäten schnell an ihre Grenzen. Zu Engpässen kann es sowohl bei der Finanzierung, aber auch bei der Bereitstellung des notwendigen Personals kommen.

Die Bedeutung der Unternehmensgröße für das Exportgeschäft wird in unserer Untersuchung bestätigt. Dem KfW-Mittelstandspanel zufolge führt mit 24 % nur knapp ein Viertel der Mittelständler – hier definiert als Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 500 Mio. EUR – Waren und Dienstleistungen über die Landesgrenzen hinweg aus (Grafik 4). Die von Creditreform durchgeführte Befragung bestätigt in etwa diesen Umfang: 21,9 % der antwortenden Unternehmen gaben an, im Export tätig zu sein. Im Umkehrschluss heißt dies, dass

die breite Masse der deutschen Unternehmen nicht exportiert und lediglich lokale oder nationale Märkte bedient. Diese Unternehmen sind nur indirekt von der Globalisierung betroffen – zum Beispiel, wie in Abschnitt 2 beschrieben, durch steigende Importkonkurrenz.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Grafik 4: Anteil der exportierenden Unternehmen und Exportquoten nach Unternehmensgröße

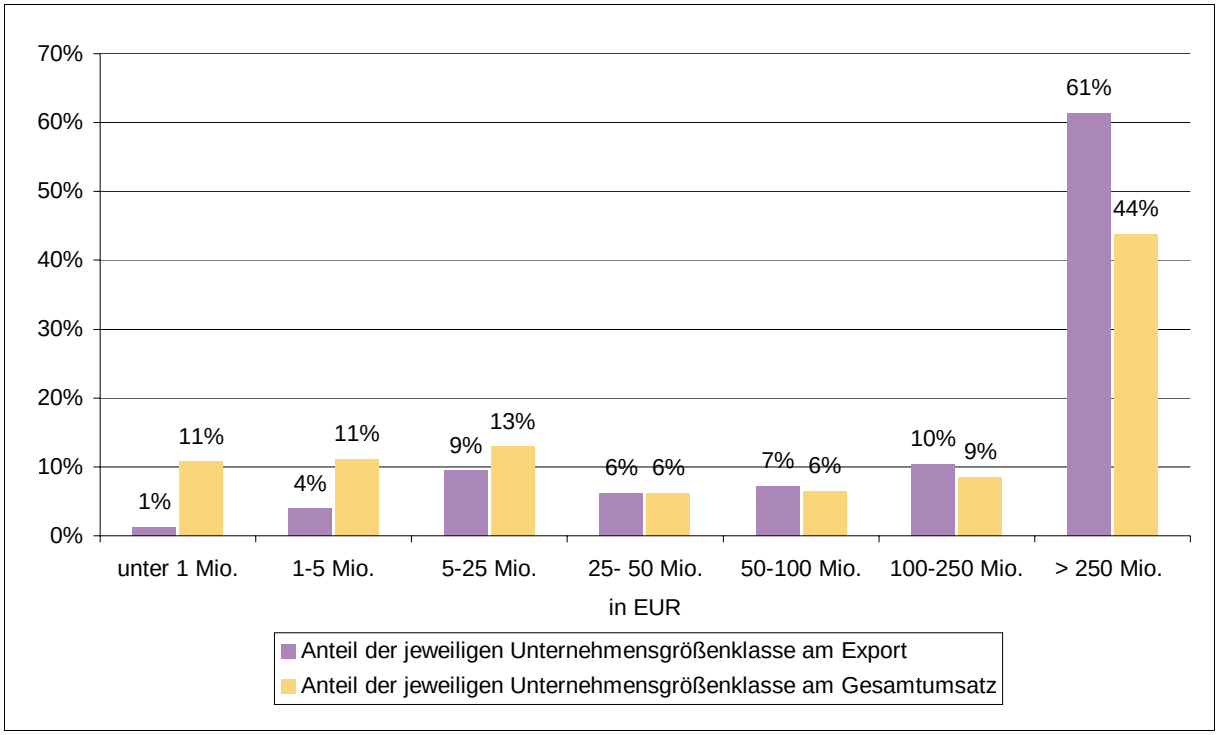
Betrachtet man nur die exportierenden Unternehmen, so wird Größeneinfluss ebenfalls deutlich sichtbar: Während 21 % der kleinsten Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern exportieren, sind es 62 % der Unternehmensgrößenklasse mit 51 bis 500 Mitarbeitern. Auch bei der Exportquote, also beim Anteil der Exporte an den Gesamtumsätzen der jeweiligen Unternehmensgrößenklasse, zeigt sich die Bedeutung der Unternehmensgröße.[8] Er steigt von 16 % für die kleinsten auf 21 % für die größten Unternehmen und beträgt im Schnitt für alle Unternehmen 17 %.[9]

[8] Der signifikant positive Einfluss der Unternehmensgröße auf die Exportquote gilt in unserer Untersuchung auch nach Korrektur um andere Einflussgrößen wie Branche oder Unternehmensalter. Dagegen wurde der Zusammenhang von Exportquote und Unternehmensgröße in einigen anderen empirischen Untersuchungen nicht bestätigt (vgl. z. B. ifm (2001)). Die Begründung lautet, dass sich aufgrund von Transaktionskosten Exporte erst ab einer bestimmten Größenordnung lohnen. Kleine Exportunternehmen müssen demnach relativ zu größeren Unternehmen eine höhere Exportquote realisieren.

[9] Da das KfW-Mittelstandspanel erst drei Wellen umfasst, ist es derzeit noch zu früh, die Veränderung der Exporttätigkeit deutscher KMU mithilfe seiner Daten im Zeitablauf zu analysieren. Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik (wie vom Institut für Mittelstandsforschung Bonn durchgeführt) zeigen jedoch im Zeitablauf einen Aufwärtstrend, was die Zahl der exportierenden Unternehmen betrifft. Auch Daten aus der Schweiz (vgl. Hollenstein 2005) belegen, dass es in den neunziger Jahren zu einer deutlichen Zunahme der Exporteure in der mittelständischen Wirtschaft gekommen ist.

Konzentration des Exports auf große Unternehmen

Fast ein Viertel aller deutschen Unternehmen exportiert. Betrachtet man jedoch den deutschen Gesamtexport, so wird trotz der breiten Masse exportierender Mittelständler eine hohe Konzentration des Exports auf die großen Unternehmen deutlich. Grafik 5 zeigt, dass die größte Unternehmensklasse mit einem Umsatz von mehr als 250 Mio. EUR zwar lediglich 44 % des Gesamtumsatzes, aber über 60 % aller Exporte auf sich vereinigt. Mittelständische Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 50 Mio. EUR tragen hingegen nur 20 % zum Gesamtexport bei, haben aber einen Anteil von 41 % am Gesamtumsatz. Die Konzentration auf die großen Unternehmen ist somit beim Export erwartungsgemäß wesentlich höher als beim Gesamtumsatz.



Quelle: Statistisches Bundesamt.

Grafik 5: Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Mittelstandes 2004 (Anteile am Gesamtumsatz und Export nach Größenklassen im Vergleich

Dieses Bild ergibt sich auch dann, wenn anstelle der Gesamtausfuhren nur der innereuropäische Handel betrachtet wird. Zahlen des Statistischen Bundesamtes[10] zeigen, dass im Jahr 2004 die 27 größten Exporteure 28,1 % der deutschen Exporte in die EU auf sich vereinen. Dagegen stellen die 140.000 deutschen Unternehmen mit Exporten von weniger als 100.000 EUR zwar 68,2 % aller Exporteure, vereinen jedoch nur einen Anteil an der Gesamtausfuhr von 0,6 % auf sich.

[10] Statistisches Jahrbuch (2005), Intrahandel nach Unternehmensgrößen.

Die Konzentration des Außenhandels auf Großunternehmen ist jedoch nicht in allen Branchen gleich ausgeprägt, wie Auswertungen des KfW-Mittelstandspanels ergeben.

Tabelle 1: Anteil der jeweiligen Unternehmensgrößenklasse am Gesamtexport und Gesamtumsatz

Mitarbeiter	Verarbeitendes Gewerbe		Dienstleistungssektor	
	Exportanteil	Anteil am Gesamtumsatz	Exportanteil	Anteil am Gesamtumsatz
0 bis 9	4 %	8 %	50 %	39 %
10 bis 49	12 %	17 %	13 %	20 %
50 und mehr	84 %	75 %	37 %	41 %
Alle	100 %	100 %	100 %	100 %

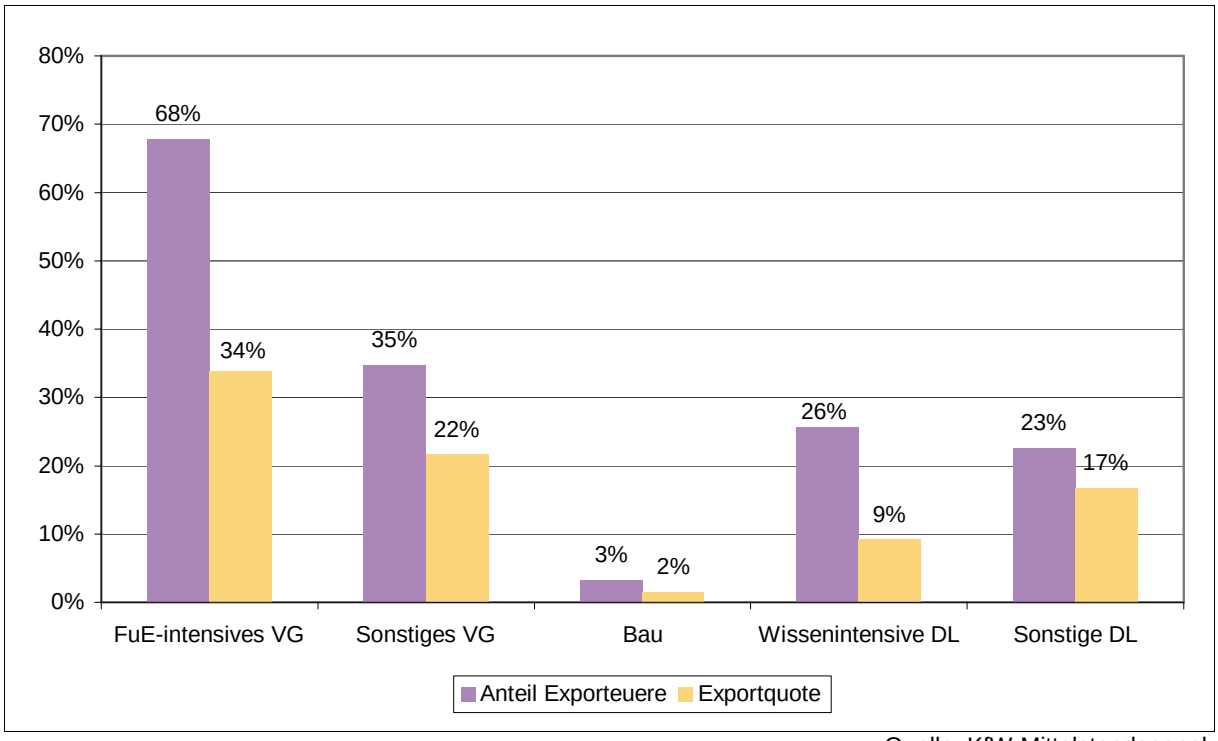
Quelle: KfW-Mittelstandspanel

Tabelle 1 zeigt die Exportanteile der verschiedenen Unternehmensgrößenklassen, unterschieden nach Verarbeitendem Gewerbe und Dienstleistungssektor. Zur besseren Vergleichbarkeit werden auch die Anteile der jeweiligen Unternehmensgröße am Gesamtumsatz dargestellt. Es fallen signifikante Unterschiede zwischen dem Verarbeitenden Gewerbe und dem Dienstleistungssektor auf. Die Konzentration des Exports auf die großen Unternehmen ist im Verarbeitenden Gewerbe wesentlich stärker ausgeprägt als im Dienstleistungssektor, in dem die KMU einen hohen Beitrag zu den Gesamtexporten leisten. So werden im Verarbeitenden Gewerbe nur 4 % des gesamten Exports von Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern erzielt, während es im Dienstleistungssektor 50 % sind. Entsprechend dominieren die größeren Unternehmen (mehr als 50 Mitarbeiter) das Exportgeschäft im Verarbeitenden Gewerbe. 83 % des Exports entfallen auf diese Gruppe von Unternehmen, während es im Dienstleistungssektor nur 37 % sind. Der Grund für den geringeren Konzentrationsgrad im Dienstleistungssektor – der sowohl beim Export als auch beim Gesamtumsatz deutlich wird – dürfte sein, dass Skaleneffekte aufgrund eines geringeren Fixkostenanteils dort geringer sind als im Verarbeitenden Gewerbe, Größenvorteile also weniger relevant sind.[11]

b) Die Branche

Nach der Unternehmensgröße soll nun mit der Branche ein zweiter wichtiger Einflussfaktor auf die Exporttätigkeit betrachtet werden. Aufgrund der leichteren Handelbarkeit der Güter sind insbesondere das Verarbeitende Gewerbe und der Handel in größerem Umfang in die internationalen Märkte eingebunden als das Baugewerbe oder der Dienstleistungssektor (Grafik 6).

[11] Die Ergebnisse unserer Auswertung werden durch Daten bestätigt, die die EU Kommission für den Intra-EU-Handel berechnet hat. Auch hier zeigt sich, dass die Unternehmensgröße im Verarbeitenden Gewerbe wesentlich bedeutender für das Exportgeschäft ist als im Dienstleistungssektor.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Grafik 6: Anteil der exportierenden Unternehmen nach Branche in %

Besonders exportfreudig ist das forschungs- und entwicklungsintensive Verarbeitende Gewerbe:[12] Gut 68 % aller Unternehmen beliefern neben dem Heimatmarkt auch das Ausland. Auch die Exportquote, also der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz, ist in dieser Branche überdurchschnittlich hoch. An zweiter Stelle steht das Sonstige Verarbeitende Gewerbe, 35 % der Unternehmen dieser Branche exportieren, die Exportquote beträgt 22 %. Im mittelständischen Bausektor dagegen spielt das Exportgeschäft so gut wie keine Rolle.

Auf Basis der deskriptiven Auswertungen wurden erste Indizien für den Zusammenhang von Exporttätigkeit und bestimmten Einflussfaktoren wie Größe und Branche identifiziert. Deskriptive Auswertungen können jedoch nicht klären, ob die Branche tatsächlich kausal für die Höhe der Exportquote ist. Betrachtet man bspw. die Unternehmen des FuE-intensiven Verarbeitenden Gewerbes, so stellt man eine sehr hohe Exportorientierung fest. Allerdings könnte es sein, dass es sich bei den Unternehmen dieser Branche generell um sehr große Unternehmen handelt, so dass es eigentlich nicht die Branche, sondern die Unternehmensgröße ist, die die hohe Exportquote erklärt. Folglich läge eine Scheinkorrelation zwischen Branche und Exportquote vor.[13] Um die Zusammenhänge zwischen Branche und Exporttä-

[12] Zum FuE-intensiven Verarbeitenden Gewerbe zählen alle Branchen, deren durchschnittliche FuE-Aufwendungen bei über 3,5 % des Umsatzes liegen.

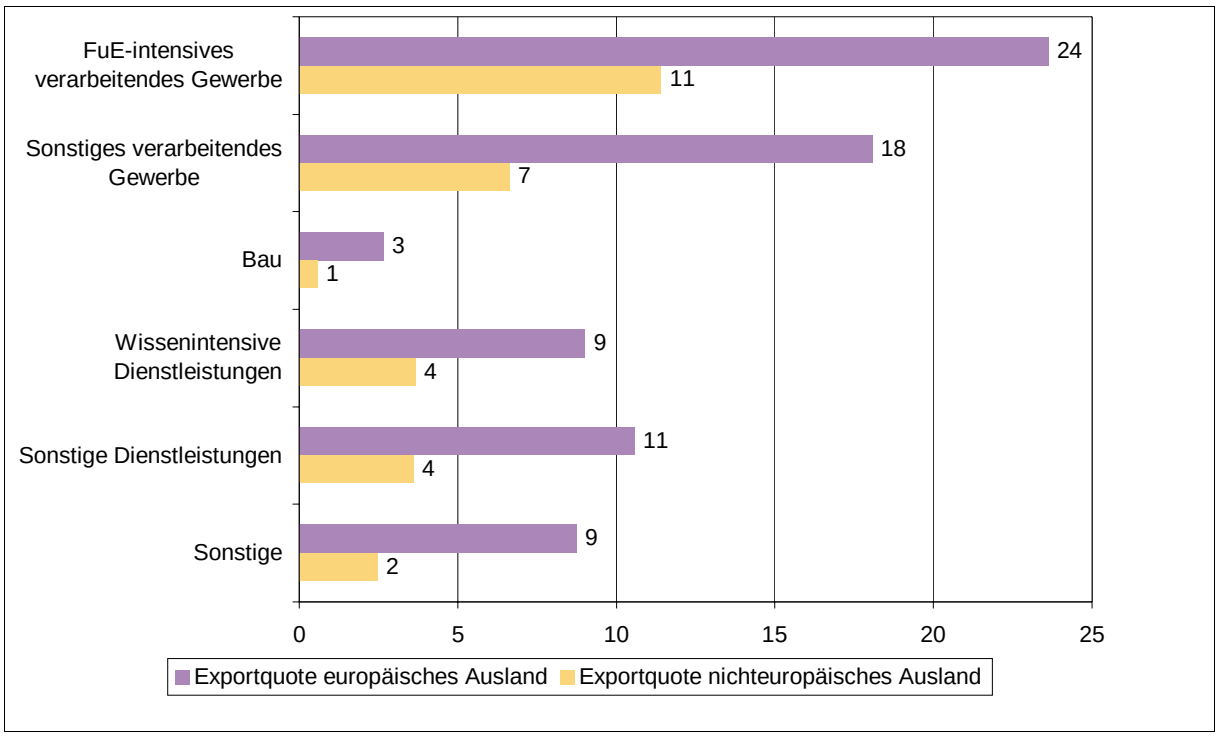
[13] In der Literatur finden sich nur wenige Untersuchungen, die über eine rein deskriptive Analyse zur Internationalisierung des Mittelstandes hinausgehen. Ausnahmen sind Wagner (2002, 2005) und Hollenstein (2005).

tigkeit zu überprüfen, wird im Folgenden eine multivariate Analyse durchgeführt, die die verschiedenen Einflussfaktoren simultan berücksichtigt und deren Wirkung auf die Exportquote jeweils getrennt von einander abschätzt (vgl. Kasten1).

Kasten 1: Untersuchungsmethode.

Im Rahmen des verwendeten Tobitmodells können Aussagen bezüglich der Wirkung eines bestimmten Einflussfaktors – hier der Branche – auf die Exportquote gemacht werden. Im Folgenden wird dazu ein Referenzunternehmen betrachtet. Das Referenzunternehmen ist definiert als ein KMU im Alter von zehn bis zwanzig Jahren, bei dem es sich um eine GmbH mit Sitz in den alten Bundesländern handelt und das weniger als fünf Vollzeitbeschäftigte hat. Ferner wird angenommen, dass das Unternehmen eine Eigenkapitalquote von 13 % und eine Arbeitsproduktivität von 180.000 EUR pro Arbeitnehmer aufweist. Tabelle B.1 im Anhang stellt die Schätzergebnisse ausführlich dar.

Grafik 7 zeigt – für das in Kasten 1 beschriebene Referenzunternehmen – die Exportquoten in Abhängigkeit der verschiedenen Branchen.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Grafik 7: Geschätzte Exportquoten in Prozent nach Branche

Dabei wird zwischen Exporten ins Europäische bzw. nicht-europäische Ausland unterschieden. Unternehmen des FuE-verarbeitenden Gewerbes weisen, wie die Grafik zeigt, die mit Abstand höchste Exportquote auf, gefolgt von den Unternehmen des Sonstigen Verarbeitenden Gewerbes. Somit kann gezeigt werden, dass die Branche – neben anderen Einflussfaktoren – über das Ausmaß der Exporttätigkeit mitbestimmt und eine Scheinkorrelation mit anderen Variablen ausgeschlossen werden kann.

c) Die Arbeitsproduktivität

Neben Größe und Branche spielen auch die wirtschaftliche Situation und die Produktivität eines Unternehmens eine entscheidende Rolle für deren Exporttätigkeit. Dem Aspekt der Produktivität wurde in der volkswirtschaftlichen Forschung zuletzt größere Beachtung geschenkt.[14] Letztlich geht es um die Frage, warum einige Unternehmen einer Branche exportieren, während sich andere auf die Belieferung des Heimatmarktes fokussieren. Als entscheidender Faktor für die Aufnahme eines Exportgeschäfts wurde die Produktivität eines Unternehmens identifiziert: Nur für relativ produktive Unternehmen lohnt sich der Export. Dabei wird unterstellt, dass das Exportgeschäft mit Fixkosten verbunden ist, die sich beispielsweise aus dem notwendigen Aufbau eines Distributionsnetzwerkes im Ausland ergeben. Diese Kosten können nur die leistungsfähigsten Unternehmen tragen. Kasten 2 diskutiert zwei verschiedene theoretische Ansätze, die den positiven Zusammenhang von Export und Produktivität erklären.

Kasten 2: Exkurs
Export und Produktivität in mittelständischen Unternehmen.

Die Frage, inwieweit Produktivitätsunterschiede Ursache für den Export bzw. den Nichtexport sind, hat in der letzten Zeit verstärkt Beachtung gefunden. Dabei wird ein positiver Zusammenhang zwischen der Aufnahme eines Exportgeschäfts und der Produktivität eines Unternehmens unterstellt. Zwei Erklärungsansätze werden diskutiert. Sie unterscheiden sich dadurch, ob die höhere Produktivität der exportierenden Unternehmen (im Vergleich zu nicht-exportierenden Unternehmen) Ursache oder Folge des Exports ist.

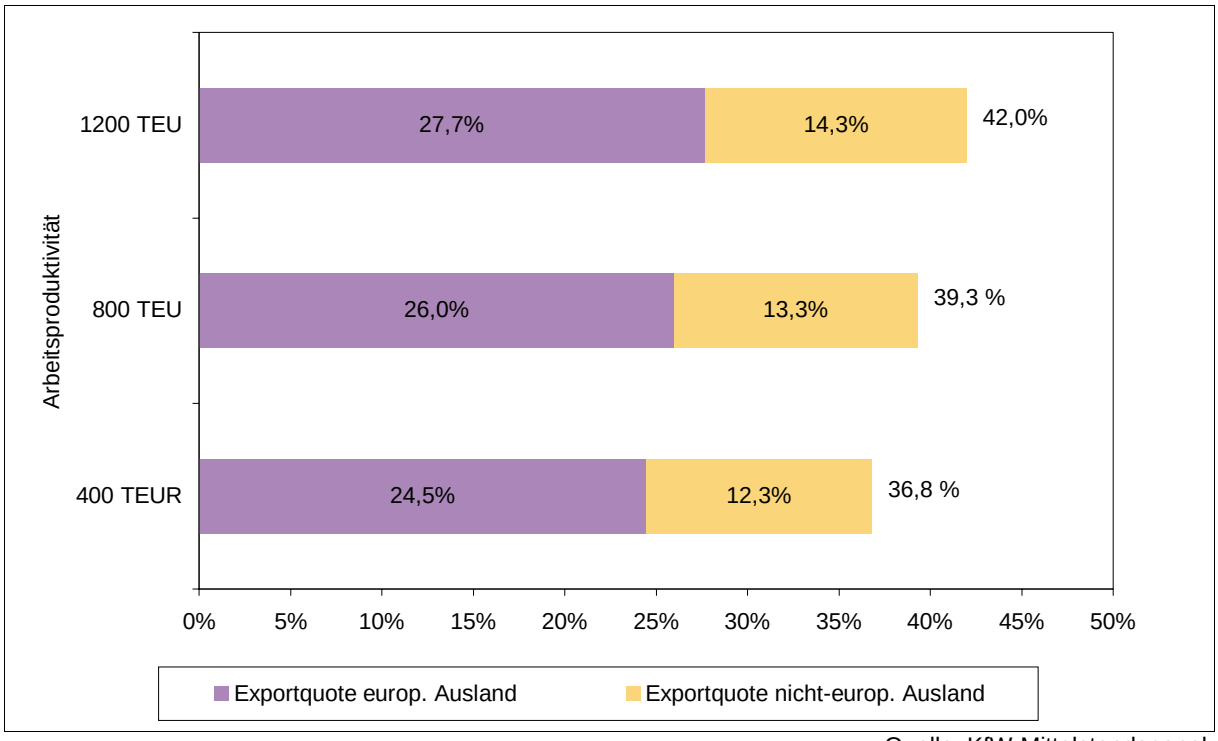
Der erste Ansatz, nachdem die höhere Produktivität Ursache für die Aufnahme des Exportgeschäfts ist, unterstellt eine „Selbstselektion produktiver Firmen“.[15] Ihm zufolge lohnt sich nur für relativ produktive Unternehmen der Export, weil das Exportgeschäft mit Fixkosten verbunden ist, die sich beispielsweise aus dem notwendigen Aufbau eines Distributionsnetzwerkes im Ausland ergeben. Diese Zusatzkosten stellen eine Hürde dar, die nur die leistungsfähigsten Unternehmen überwinden können.

Der zweite Ansatz geht von einer umgekehrten Kausalität aus und nimmt sog. „Lerneffekte“ an, die sich aus dem internationalen Geschäft ergeben: Durch die Bedienung der Auslandsmärkte kommt es zu einem Wissenstransfer, der zu Produktivitätssteigerungen bei den exportierenden Unternehmen führt. Zudem ist die Konkurrenz im internationalen Wettbewerb größer, so dass die exportierenden Unternehmen ihre Innovationsbemühungen verstärkten. Die Ursache für die höhere Produktivität ist in diesem Fall nicht die „Selbstselektion“ vor der Aufnahme des Exports, sondern es ist der Export selbst, der zur Erhöhung der Produktivität führt.

---

[14] Vgl. zum Beispiel Helpman, E. et al (2004).

[15] Wagner (2005 a).



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Grafik 8: Der Einfluss der Arbeitsproduktivität auf die Exportquote[16]

Der positive Zusammenhang von Arbeitsproduktivität – gemessen als der Umsatz pro Vollzeitäquivalent in 1.000 EUR – und Exporttätigkeit kann mithilfe der Daten des KfW-Mittelstandspanels bestätigt werden (Grafik 8). Mit wachsender Produktivität des Unternehmens steigen die Exporte. Betrachtet wird wiederum das in Kasten 1 beschriebene Referenzunternehmen. Während ein Unternehmen mit einer Arbeitsproduktivität von 400 Tausend EUR pro Jahr eine Exportquote von 36,8 % realisiert, steigt sie bei einem Unternehmen mit einer Arbeitsproduktivität von 1.200 Tausend EUR auf 42 %.

Dieses Ergebnis, das einen positiven Einfluss der Arbeitsproduktivität auf die Exportquote zeigt, wird von Wagner[17] bestätigt, der Paneldaten zu niedersächsischen mittelständischen Industriebetrieben ausgewertet hat. Wagner kann zudem zeigen, dass die Produktivitätsprämie der exportierenden Unternehmen mit steigendem Exportanteil zunimmt. Das heißt: Je höher der im Ausland erzielte Umsatz, desto produktiver sind die Unternehmen.

Ferner findet Wagner keinen Hinweis darauf, dass der Export die Arbeitsproduktivität steigert. Vielmehr waren die Exporteure schon *vor* der Aufnahme des Exportgeschäfts produktiver als die nicht-exportierenden Unternehmen. Dies ist ein Indiz dafür, dass der Export die Folge höherer Produktivität ist und nicht ihre Ursache. Ein weiteres interessantes Ergebnis

[16] Arbeitsproduktivität definiert als Umsatz pro Jahr in Tausend Euro pro Vollzeitäquivalent zum Jahresende.

[17] Wagner, J. (2002).

von Wagner lautet, dass exportierende Unternehmen nach Aufnahme des Exportgeschäfts schneller wachsen (d. h. größere Umsatzzuwächse realisieren) als nicht-exportierende Unternehmen, auch wenn sie zum Zeitpunkt der Aufnahme des Exportgeschäfts weitgehend identisch sind, d. h. durch eine ähnliche Unternehmensgröße und Arbeitsproduktivität gekennzeichnet sind sowie im selben Industriezweig beheimatet sind.[18]

Zwischenfazit.

Drei Viertel der mittelständischen Unternehmen sind nicht im Exportgeschäft tätig. Sie werden nur indirekt durch die Globalisierung berührt. Entscheidende Faktoren für die Aufnahme der Exporttätigkeit sind Unternehmensgröße, Branche und Arbeitsproduktivität des Unternehmens. Jedem dieser Faktoren wurde im Rahmen unserer Analyse ein signifikanter Einfluss auf die Exportquote nachgewiesen.[19] Große und leistungsstarke Unternehmen verfügen über mehr Ressourcen, bessere internationale Kundenbeziehungen und können auch das Risiko, das mit dem Exportgeschäft bspw. in Form von Zahlungsausfällen verbunden ist, besser meistern.

3.3 Die Bedeutung der einzelnen Absatzmärkte.

Aufgrund der geographischen Nähe, der starken Integration der Güter- und Faktormärkte und des ähnlichen Einkommensniveaus sind die EU-Länder die wichtigsten Ausfuhrziele für die deutsche Wirtschaft. Aber auch die Ausfuhren in die mittel- und osteuropäischen Länder haben sich dynamisch entwickelt. Da die amtliche Statistik keine Informationen zu der Frage liefert, wohin Mittelständler exportieren, müssen an dieser Stelle wiederum unsere eigenen Quellen herangezogen werden. Das KfW-Mittelstandspanel erlaubt eine Unterscheidung danach, ob die Exporte ins europäische oder ins nicht-europäische Ausland geliefert werden; eine tiefere Untergliederung wird nicht vorgenommen. Dem Panel zufolge werden 11,2 % des Gesamtumsatzes ins europäische Ausland geliefert, 5,9 % ins nicht-europäische, d. h. rund zwei Drittel der mittelständischen Exporte werden ins europäische Ausland geliefert.

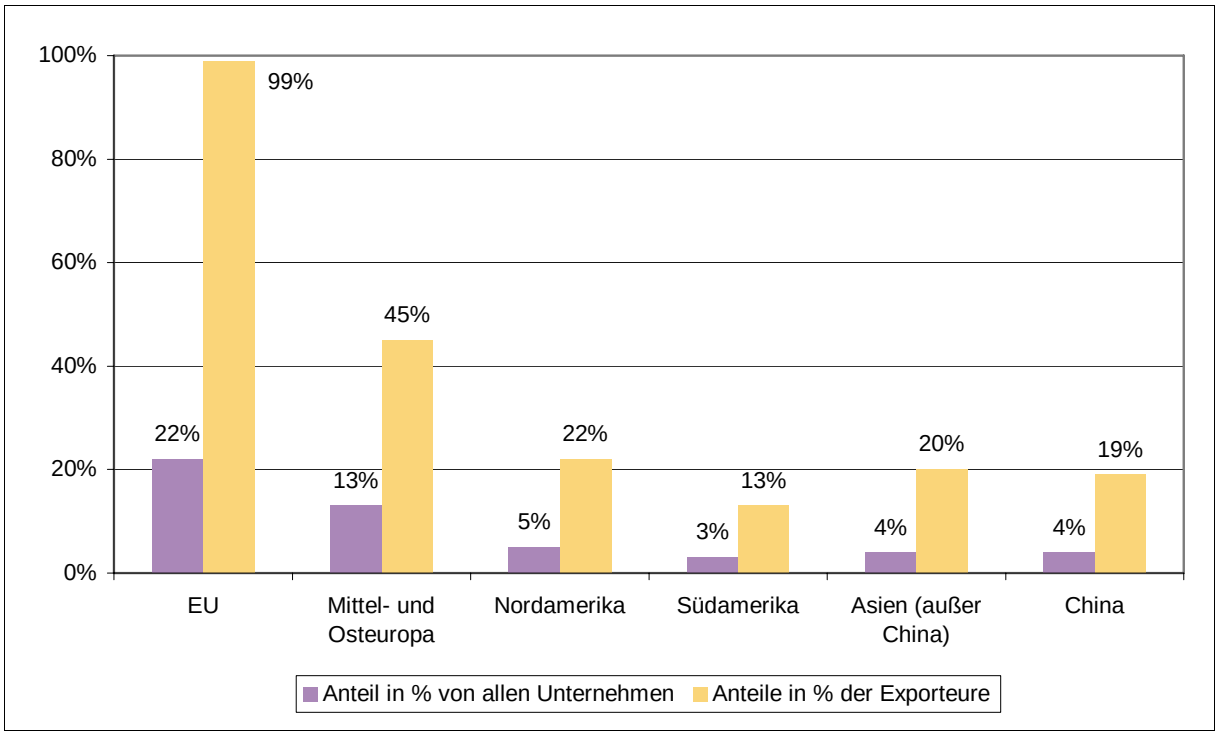
Auch die von Creditreform durchgeführte Umfrage bestätigt die Erwartungen (Grafik 9). Die „alte“ EU ist der mit Abstand häufigste Absatzmarkt, 22 % von allen und 99 % der exportierenden Unternehmen liefern dorthin. Auf Platz zwei folgt Mittel- und Osteuropa. Immerhin 13 % von allen deutschen Mittelständler exportieren in diese Region; von den exportierenden

---

[18] Wagner hat dazu zwei Referenzgruppen gebildet, von denen eine Gruppe zu einem bestimmten Zeitpunkt ein Exportgeschäft aufgenommen hat, während die zweite Gruppe im gesamten betrachteten Zeitintervall nur das Inland bedient hat.

[19] Neben den genannten Einflussfaktoren kann auch ein positiver Einfluss der Eigenkapitalquote auf die Exportquote nachgewiesen werden.

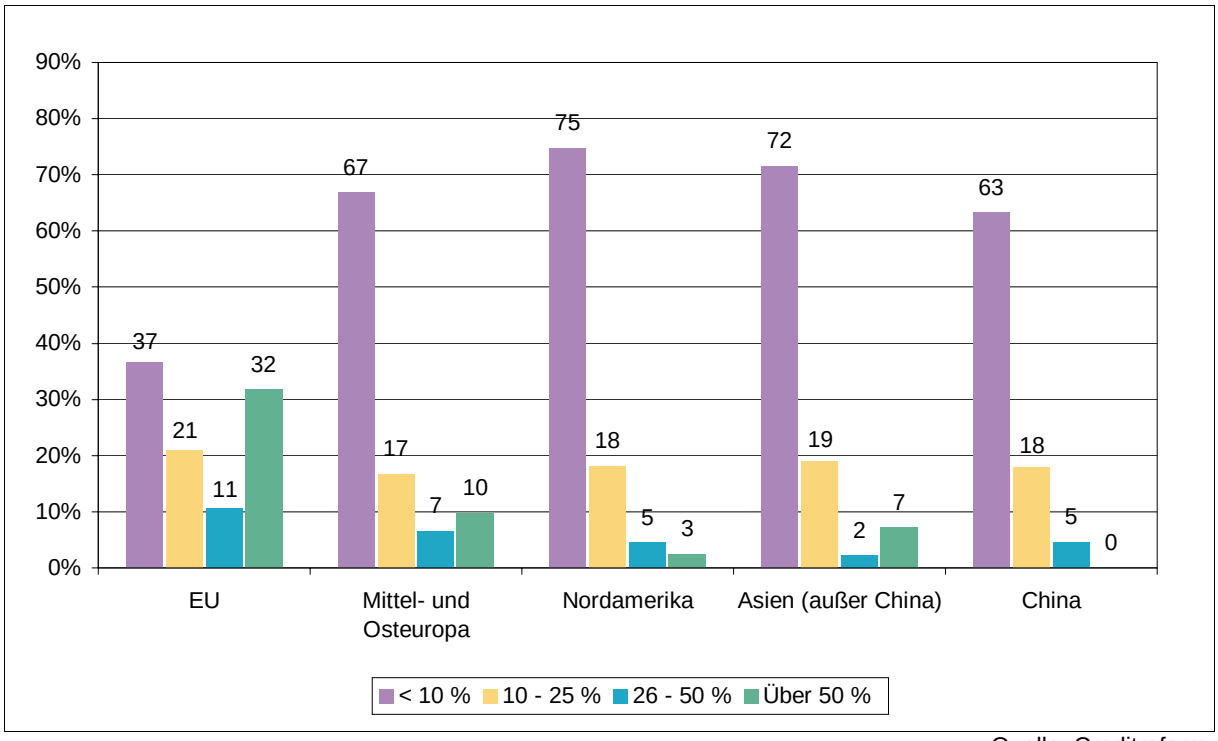
Unternehmen sind es beachtliche 45 %. Danach folgen Nordamerika, Asien (außer China) und China selbst. In jede dieser Regionen exportieren jedoch weniger als 5 % von allen Unternehmen.



Quelle: Creditreform.

Grafik 9: Die Bedeutung ausgewählter Regionen als Ziel der Exporte mittelständischer Unternehmen

Die EU ist zudem nicht nur der häufigste, sondern auch hinsichtlich des Ausfuhrvolumens der bedeutendste Absatzmarkt (Grafik 10). 32 % der Unternehmen liefern mehr als die Hälfte ihrer Gesamtexporte in diese Region. Deutlich wird auch, dass die Bedeutung der Exporte, die in weiter entfernte Regionen wie Asien und China geliefert werden, für die meisten Mittelständler relativ gering ist. So trägt für 72 % der Mittelständler der Export nach Asien weniger als 10 % zu ihren gesamten Exporten bei. Interessant wäre hier ein Zeitvergleich, um die Dynamik der mittelständischen Exporte nachzeichnen zu können. Dieser ist jedoch wegen fehlender Daten nicht möglich. Anzunehmen ist jedoch, dass die Mittelständler die Entwicklung der Gesamtwirtschaft nachvollziehen und die jungen Absatzmärkte in Mittel- und Osteuropa, aber auch in Asien, zunehmend bedeutender werden.

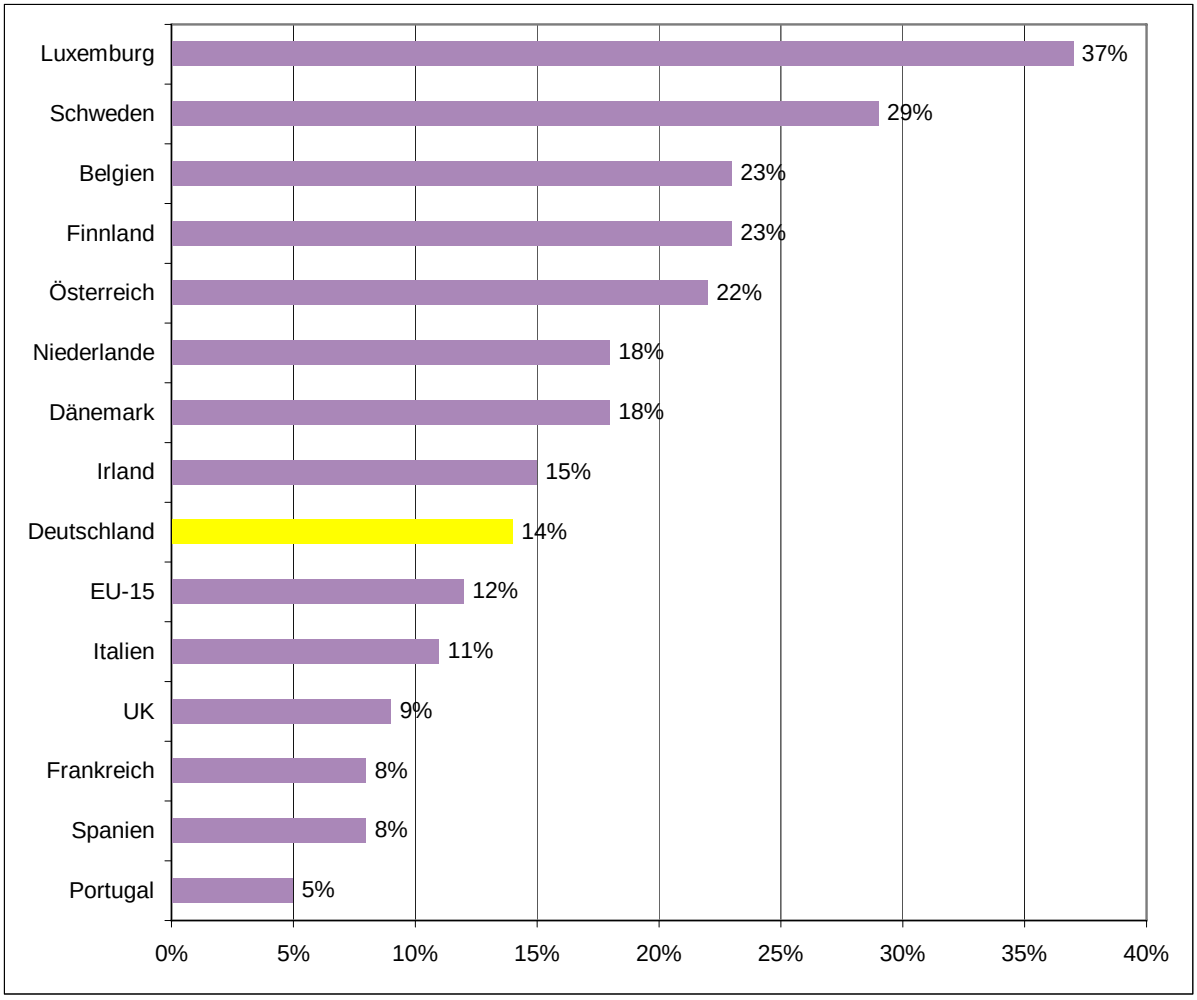


Quelle: Creditreform.

Grafik 10: Bedeutung der einzelnen Absatzmärkte (Anteil ausgewählter Absatzmärkte an den Anteilen des Exports am Gesamtexport in Prozent)

3.4 Die Internationalisierung des Mittelstandes im europäischen Vergleich.

Ein Vergleich des Auslandsengagements des deutschen Mittelstandes mit dem anderer europäischer Länder trägt dazu bei, das Ausmaß und den Erfolg seiner Internationalisierungsbestrebungen besser einzuordnen. Allerdings wird ein solcher „Benchmark“ dadurch erschwert, dass sich die europäischen Volkswirtschaften in ihrer Größe stark voneinander unterscheiden. Kleine Volkswirtschaften sind aber in der Regel „offener“ im Sinne einer stärkeren Einbindung in den internationalen Warenhandel als große Volkswirtschaften. Letztere sind aufgrund ihrer Größe (gemessen an der Zahl der Einwohner) in der Lage, mehr Güter innerhalb ihres eigenen Landes zu produzieren als kleinere Volkswirtschaften. Große Länder können beispielsweise Skalenerträge, die infolge von Fixkosten entstehen, besser ausnutzen, da sich die Herstellung gewisser Produkte aufgrund hoher Fixkosten erst bei einer hinreichend großen Produktionsmenge lohnt, die unter Umständen in großen Ländern bereits durch die Inlandsnachfrage abgedeckt wird. Kleinere Länder müssen hingegen zur Erreichung der notwendigen Absatzmengen Auslandsmärkte erschließen. Beispiele sind die Automobil- und Flugzeugindustrie. Die Größe des Heimatmarktes ist deshalb ein entscheidender Faktor für den Internationalisierungsgrad einer Volkswirtschaft.



Quelle: EIM.

Grafik 11: Exportquoten der deutschen und europäischen Unternehmen im Vergleich (2002)

Grafik 11 [20] zeigt die Exportquoten der europäischen Mittelständler (definiert als Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern) im Vergleich. Wie oben begründet, sind die Exportquoten der kleinen Volkswirtschaften wie Luxemburg und Belgien größer als die der großen Länder (Deutschland, Italien, Frankreich). Deutlich wird jedoch auch, dass die Internationalisierung der deutschen Unternehmen die der anderen großen europäischen Volkswirtschaften deutlich übersteigt.[21] Deutsche KMU sind also besonders stark internationalisiert. Ein Grund für das hohe internationale Engagement dürfte sein, dass deutsche Mittelständler (wie auch österreichische) aufgrund ihrer zentraleuropäischen Lage in stärkerem Maße von den Umbrüchen in Mittel- und Osteuropa profitiert haben als mittelständische Unternehmen in

[20] http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory_en.htm (download am 4.1.2005)

[21] Die Exportquote der deutschen Mittelständler liegt mit 14 % unter dem von uns berechneten Wert von 17 %. Ein Grund dafür könnte in der unterschiedlichen Datenbasis der beiden Betrachtungen liegen, weil in die EU-Analyse sowohl Umfrageergebnisse als auch Daten der amtlichen Statistik eingeflossen sind. Ein weiterer Unterschied sind die unterschiedlichen Untersuchungsjahre (2002 versus 2004).

den süd- und westeuropäischen Ländern. Der hohe Anteil exportorientierter Unternehmen kann durchaus als Wettbewerbsvorteil der deutschen Volkswirtschaft interpretiert werden, weil ein überdurchschnittlich hoher Anteil der Unternehmen von den dynamischen Auslandsmärkten profitieren und zudem diversifizierter und damit unabhängiger von Schwankungen der Binnennachfrage produzieren kann.

4. Direktinvestitionen deutscher Mittelständler.

Die Datenlage der amtlichen Statistik ist im Hinblick auf die Investitionstätigkeit des Mittelstandes im Ausland dürftig. Zeitreihen liegen zudem überhaupt nicht vor. Darüberhinaus ist es nicht möglich, die Bedeutung der von Mittelständlern durchgeführten Direktinvestitionen im Hinblick auf die Gesamtwirtschaft einzuordnen, Arbeitsplatzeffekte abzuschätzen oder zu analysieren, inwieweit Mittelständler durch Auslandsinvestitionen von den Absatzmärkten im Ausland profitieren. Wichtige Fragen bleiben damit unbeantwortet. Vor diesem Hintergrund erweisen sich Daten der KfW als besonders wertvoll: 2.300 Investitionsvorhaben deutscher Mittelständler mit einem Zusagevolumen von 2,7 Mrd. EUR in 85 Ländern im Zeitraum von 1986 bis 2005 können untersucht werden.

Mit den Investitionsprogrammen der KfW, die für die Finanzierung von Investitionen im Ausland genutzt werden können, werden Unternehmen gefördert, deren Gruppenumsatz 500 Mio. EUR im Jahr nicht überschreitet (siehe Anhang). Betrachtet man die Verteilung der Zusagen auf die einzelnen Umsatzgrößenklassen der geförderten Unternehmen, so war die Mehrzahl weitaus kleiner: 82 % der Unternehmen erwirtschaften einen Umsatz von weniger als 50 Mio. EUR im Jahr. Insofern lassen sich aus den Daten wertvolle Rückschlüsse über die von den Mittelständlern durchgeführten Direktinvestitionen ziehen.

4.1 Entwicklung der Direktinvestitionen und Investitionsmotive.

Gemeinsam mit dem Außenhandel zählen Direktinvestitionen im Ausland zu den am stärksten wachsenden wirtschaftlichen Aktivitäten der aktuellen Globalisierungswelle. In den neunziger Jahren hat der weltweite Bestand ausländischer Direktinvestitionen einen starken Zuwachs erfahren und ist von etwas über 530 Milliarden Dollar im Jahr 1980 auf 8,9 Billionen Dollar im Jahr 2004 gestiegen, d. h. der Bestand ausländischer Direktinvestitionen hat sich seit 1980 versiebzehnfacht. Dabei haben die mittel- und osteuropäischen Beitrittländer sowie Indien und China als Ziel ausländischer Direktinvestitionen an Bedeutung gewonnen. Als Ursache für den starken Zuwachs der Direktinvestitionen wird meist die Suche nach neuen Absatzmärkten und/oder Kosteneinsparung durch Produktionsverlagerung genannt.

In der Literatur werden insbesondere drei theoretische Ansätze zur Erklärung von Direktinvestitionen von Unternehmen diskutiert, die in Kasten 3 kurz dargestellt werden.

Kasten 3: Exkurs
Theoretische Modelle zur Erklärung von Direktinvestitionen und ihr Erklärungsbeitrag zum Investitionsverhalten von Mittelständlern.

Die vorhandenen theoretischen Modelle lassen sich wie folgt unterscheiden:

Direktinvestitionen zur Einsparung von Produktionskosten

Die Produktionskosten eines Standorts hängen von seiner relativen Faktorausstattung mit Arbeit und Kapital (im Sinne von physischem, aber auch von Humankapital) ab, da diese zugleich die Faktorpreise bestimmt. Kapitalreiche Länder produzieren dem zufolge solche Güter relativ günstig, die relativ kapitalintensiv produziert werden, während Länder, die relativ reichlich mit Arbeit ausgestattet sind, einen komparativen Vorteil in der Produktion arbeitsintensiver Güter aufweisen. Dies bedeutet, dass sich die Industrieländer auf die Produktion der kapitalreichen Güter spezialisieren und die arbeitsintensiven Produktionsschritte in Entwicklungs- oder Schwellenländer verlagern.

Diesem Modelltyp zufolge müsste die Direktinvestitionstätigkeit der deutschen Firmen in denjenigen Ländern umso höher sein, die relativ reichlich mit Arbeit ausgestattet sind und in denen der Faktor Arbeit folglich relativ billig ist. Denn je größer die Unterschiede in der Faktorausstattung zwischen Deutschland und dem Zielland der Direktinvestition, desto lukrativer ist die Direktinvestition. Eine Investition in einem Land mit ähnlicher Faktorausstattung wie z. B. Frankreich brächte dagegen keine Kostenersparnis, weil die Struktur der Faktorkosten der beiden Länder ähnlich ist.

Eine weitere Folge der Modellannahmen ist, dass im In- und Ausland unterschiedliche Güter hergestellt werden: Die Produktion der kapitalintensiven Güter verbleibt am Heimatstandort, während arbeitsintensive Produktionsschritte ausgegliedert werden. Häufig handelt es sich bei den im kostengünstigen Ausland produzierten Waren um Zwischenprodukte, die ins Heimatland „exportiert“ und dort in die Herstellung des Endprodukts eingesetzt werden. In diesem Fall handelt es sich um sog. „vertikale“ Integration.

Modelle, die die Durchführung von Direktinvestitionen mit Kostenmotiven begründen, werden auch als *angebotsorientierte* Modelle bezeichnet.

Direktinvestitionen zur Markterschließung

Unternehmen investieren, um die Märkte vor Ort besser und günstiger zu erschließen. Im Ausland werden dieselben Güter wie im Heimatmarkt produziert. In diesem Fall spricht man von „horizontaler“ Integration. Es wird umso mehr investiert, je größer der ausländische Standort ist und je stärker die Nachfragestruktur des Auslands der des Inlands gleicht. Die Investition im Ausland ersetzt den Export aus dem Heimatland. Eine solche Investition rechnet sich immer dann, wenn die Fixkosten, die mit der Direktinvestition im Ausland verbunden sind, niedriger als die mit dem Export verbundenen Transportkosten sind. Dahinter steckt die Idee, dass es sich bis zu einem bestimmten Exportvolumen lohnt, die variablen Transportkosten in Kauf zu nehmen. Erreicht das Exportvolumen jedoch eine kritische Größe, ist es für die Firma günstiger, einen Standort aufzubauen und die damit verbundene Auslandsinvestition zu tätigen.

Diese Modelle, denen zufolge Unternehmen aus Gründen der Markterschließung im Ausland investierten, werden auch *nachfrageorientierte* Modelle genannt.

Modelle mit heterogenen Firmen

Dieser relativ jungen Theorierichtung zufolge hängt die Entscheidung einer Firma, zu exportieren oder im Ausland zu investieren, von ihrer absoluten und relativen Produktivität ab. Nur die produktivsten Firmen investieren im Ausland, weil nur sie die damit verbunden Fixkosten finanzieren können. Firmen mittlerer Produktivität exportieren, während die relativ unproduktivsten Firmen lediglich den Heimatmarkt bedienen.

Zu klären ist, welches dieser Motive das Investitionsverhalten der deutschen Wirtschaft insgesamt, aber auch des deutschen Mittelstandes, bestimmt. Die Investitionstätigkeit der Unternehmen im Ausland wird von der Öffentlichkeit, vor allem aber von den Arbeitnehmern am

Heimatstandort des investierenden Unternehmens, besonders kritisch beobachtet. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass das zugrunde liegende Investitionsmotiv mit der Zielregion der Investition zusammenhängt. Direktinvestitionen an kostengünstigen Standorten (vgl. Kasten 1) dürften eher der Einsparung von Produktionskosten dienen und so zu einem Verlust an Arbeitsplätzen am Heimatstandort führen, während Investitionen, die die Markterschließung zum Ziel haben, eher in Ländern mit ähnlichem Einkommensniveau durchgeführt werden und keine Folgen für den inländischen Arbeitsmarkt haben.

4.2 Der Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionstätigkeit.

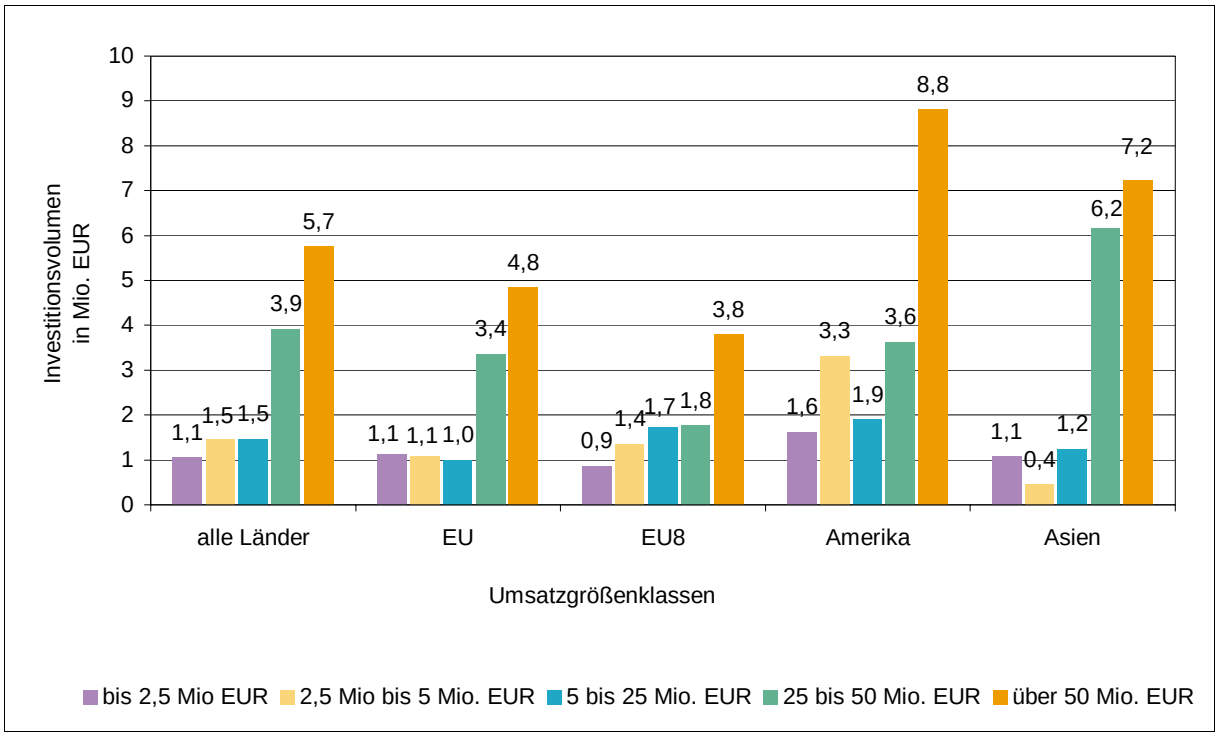
Wesentliche Einflussgrößen für die Durchführung einer Direktinvestition sind Größe des Unternehmens und seine Branchenzugehörigkeit. Im Unterschied zum Handel sind Direktinvestitionen für die Unternehmen mit wesentlich höherem Aufwand, aber auch mit größeren Chancen und Risiken verbunden. Daher kommt für viele Mittelständler der Gang ins Ausland nicht in Betracht. In Kasten 3 wurde eine weitere Erklärung für den Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionstätigkeit genannt: Danach ersetzen Direktinvestitionen, durch die der Auslandsmarkt direkt beliefert wird, den Export aus dem Heimatland. Diese Investition lohnt sich aber erst ab einem bestimmten Exportvolumen, das insbesondere größere Unternehmen realisieren.

Folgerichtig haben nur 3,8 % der im Rahmen der Creditreform-Umfrage antwortenden Unternehmen in der Vergangenheit Direktinvestitionen durchgeführt. Mit 4,1 % war der Anteil im Dienstleistungssektor am höchsten, gefolgt vom Verarbeitenden Gewerbe mit 2,9 %. Am niedrigsten war die Quote erwartungsgemäß im Bau.

Wie beim Exportgeschäft findet sich auch bei den Direktinvestitionen der erwartete Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Auslandsengagement. Er stellt sich jedoch für den Fall der Direktinvestitionen deutlich ausgeprägter dar als es beim Einfluss der Unternehmensgröße auf den Export der Fall ist. So hat fast jedes fünfte Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern im Ausland investiert, während diese Internationalisierungsform bei den kleineren Unternehmen praktisch irrelevant ist.

Zudem steigt das Investitionsvolumen mit der Größe des Unternehmens (Grafik 12). Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. EUR, die ein KfW Programm zur Finanzierung ihres Auslandsengagements aufgenommen haben, investieren im Schnitt 5,7 Mio. EUR, während die kleinste betrachtete Unternehmensgruppe mit einem Umsatz bis 2,5 Mio. EUR gerade einmal eine Millionen EUR investiert. Der Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionsvolumen gilt dabei unabhängig von der betrachteten Region; d. h. größere

Unternehmen realisieren fast durchgängig größere Investitionsvolumina als kleine Unternehmen.



Quelle: KfW.

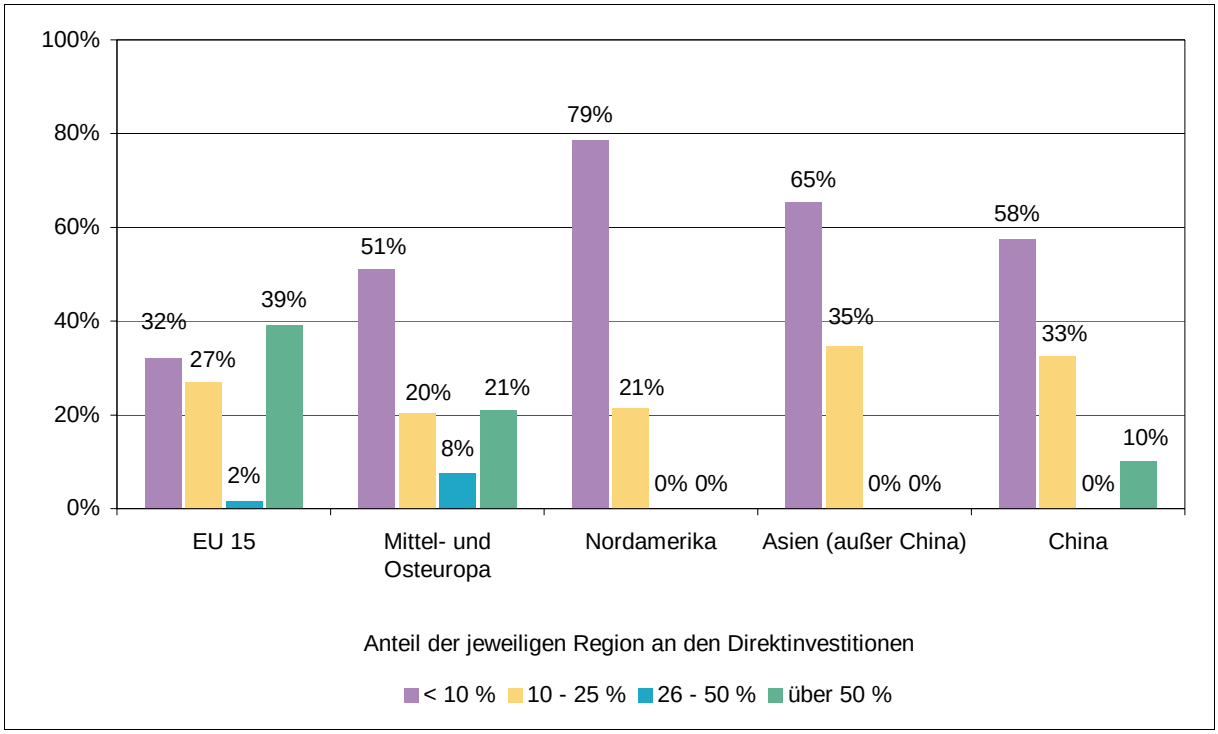
Grafik 12: Der Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionsvolumen (Auslandsinvestitionsvolumen in Mio. EUR)

Analog zur Exporttätigkeit (vgl. Abschnitt 4.2) ist die Unternehmensgröße nur einer von vielen Faktoren, die über die Durchführung einer Direktinvestition entscheiden. Weitere Einflussgrößen dürften die finanzielle Lage und die Produktivität sein. In Kasten 1 (vgl. Abschnitt 4.1.) wurde bereits darauf hingewiesen, dass nur die produktivsten Unternehmen das Wagnis einer Direktinvestition eingehen. Diese These kann allerdings mit dem uns vorliegenden Zahlenmaterial nicht überprüft werden. So liefert das KfW-Mittelstandspanel keine Informationen über das Direktinvestitionsengagement der befragten Firmen, sondern nur über ihre Exporttätigkeit. Auch die Daten, die wir aus den Investitionsvorhaben der von uns geförderten Mittelständler gewinnen können, helfen hier nicht weiter, weil keine repräsentative „Vergleichsgruppe“ gebildet werden kann. Die einzige uns bekannte empirische Analyse, die sich mit dem Zusammenhang von Produktivität und Direktinvestitionen deutscher Mittelständler beschäftigt hat, stammt von Wagner. Ihr zufolge übersteigt die Produktivität der Mittelständler, die eine Direktinvestition durchgeführt haben, die Produktivität der exportierenden Mittelständler. Die Exporteure „outperformen“ wiederum diejenigen Unternehmen, die lediglich den Heimatmarkt bedienen. Dies bedeutet, dass vor allem die produktivsten Firmen die ausländi-

schen Märkte durch eine Direktinvestitionen bedienen, während „schwächere“ Unternehmen lediglich exportieren.[22]

4.3 Ziele der Direktinvestitionen deutscher Mittelständler.

Von besonderem Interesse ist die Frage, in welchen Regionen bzw. Ländern deutsche Mittelständler investieren. Die gewählte Zielregion kann Aufschluss darüber geben, wie Mittelständler auf die jeweiligen Standortvor- und nachteile reagieren und mit welchen Zielen sie ihr Engagement verbinden. Während Investitionen in Ländern mit ähnlicher Faktorausstattung eher der Markterschließung dienen dürften, zielen Investitionen in kostengünstigen Regionen auf Kostenersparung.



Quelle: Creditreform.

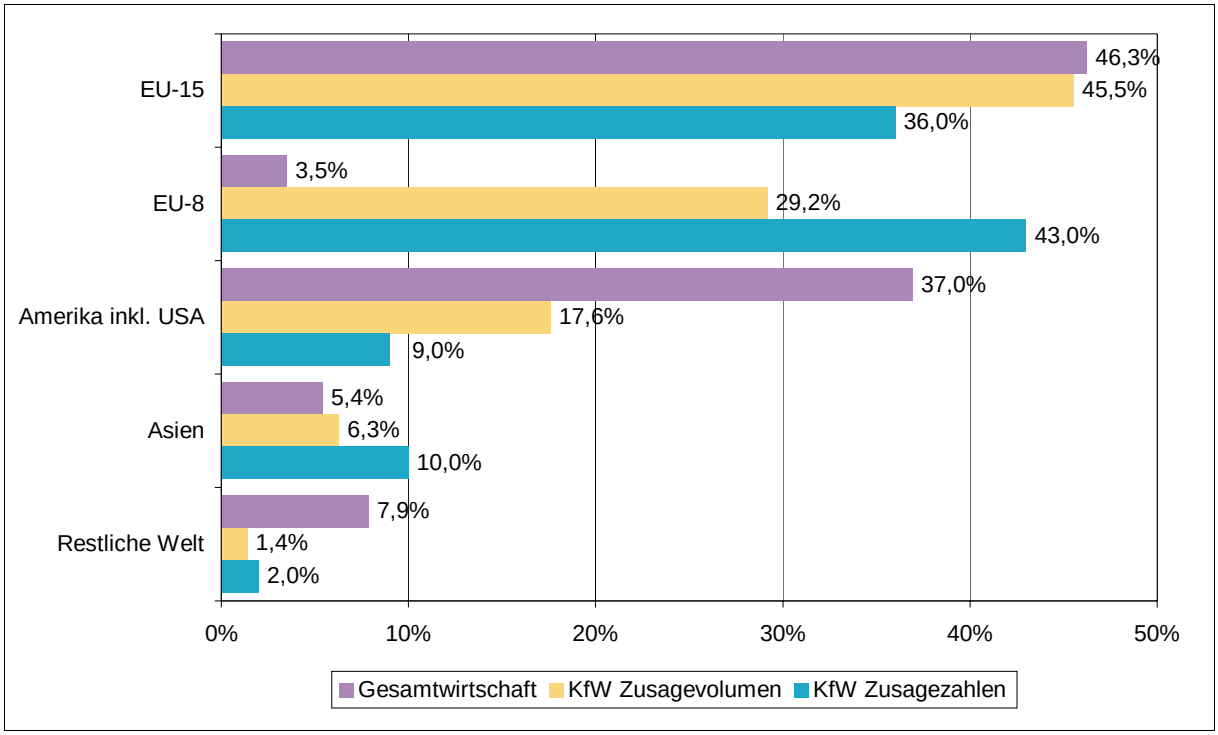
Grafik 13: Bedeutung der einzelnen Regionen als Ziel der Direktinvestitionen

Grafik 13 zeigt anhand der Ergebnisse der Creditreform-Umfrage am aktuellen Rand, welche Bedeutung die einzelnen Regionen als Ziel deutscher Direktinvestitionen haben. Demnach investieren 39 % der Unternehmen mehr als 50 % ihrer gesamten Auslandsinvestitionen in der EU-15. Sie nimmt damit aktuell eine herausragende Rolle als Zielland mittelständischer Direktinvestitionen ein. Auf Platz zwei folgt die Region Mittel- und Osteuropa. Immerhin ein Fünftel der im Ausland investierenden Unternehmen hat mehr als die Hälfte seiner Investitionen dort realisiert. Von geringerer Bedeutung sind dagegen die weiter entfernt liegenden

[22] Vgl. Wagner, J. (2005 b).

Regionen Nord- und Südamerika sowie Asien und China. Für keinen einzigen der befragten Mittelständler hat eine dieser Regionen einen Anteil von mehr als 25 % an den Auslandsinvestitionen.

Im Folgenden werden diejenigen Unternehmen betrachtet, die ein Kreditprogramm der KfW zur Finanzierung ihrer Auslandsinvestitionen in Anspruch genommen haben. Grafik 14 zeigt, wo die von der KfW geförderten Mittelständler im Zeitraum von 1986 bis 2005 investiert haben. Dabei wird zwischen dem Anteil am *Zusagevolumen* und dem Anteil an den *Zusagezahlen*, also der Zahl der geförderten Investitionsprojekte, unterschieden. Um die Zusagen der KfW Programme besser mit der Gesamtwirtschaft vergleichen zu können, wird zudem die Verteilung aller deutschen Direktinvestitionen nach Regionen dargestellt.



Quelle: KfW, Statistisches Bundesamt (Zahlen nur im Zeitraum 1989 bis 2003 verfügbar).

Grafik 14: Anteil der Regionen am Zusagevolumen und der Zusagezahlen der KfW-Kredite und der Gesamtwirtschaft im Vergleich

Sowohl für die geförderten Mittelständler als auch für die Gesamtwirtschaft war die „alte“ EU (ohne die acht mittel- und osteuropäischen Beitrittsländer) das wichtigste Ziel. 45,5 % des Zusagevolumens flossen in diese Region.[23] Auf dem zweiten Platz folgt Mittel- und Osteuropa mit 29,2 %. Hier gibt es allerdings einen sehr markanten Unterschied zwischen dem Investitionsverhalten der von der KfW geförderten Mittelständler und der Gesamtwirtschaft.

[23] Schlüsselt man das Zusagevolumen nach einzelnen Ländern auf, so waren die USA (385 Mio. EUR), Frankreich (334 Mio. EUR), Polen (319 Mio. EUR) und Tschechien (291. Mio. EUR) die wichtigsten Investitionsziele derjenigen Unternehmen, die ein KfW-Programm zur Finanzierung ihrer Vorhaben genutzt haben.

Denn während 29 % des KfW-Zusagevolumens für Investitionen in die acht mittel- und osteuropäischen Beitrittsländer flossen, hatte diese Region nur einen Anteil von 3,5 % an allen deutschen Direktinvestitionen im Zeitraum von 1986 bis 2005.

Die Attraktivität Mittel- und Osteuropas für die von der KfW geförderten Mittelständler wird noch deutlicher, wenn anstelle des Zusagevolumens die Zahl der Zusagen nach Regionen aufgeschlüsselt wird. Gemessen an der Zahl der geförderten Investitionsvorhaben haben die acht Beitrittsländer die „alte“ EU überflügelt: 43 % aller Zusagen erfolgten für Vorhaben in Mittel- und Osteuropa, aber nur 36 % für Vorhaben in Europa.

Der Grund für die hohe Attraktivität Mittel- und Osteuropas liegt darin, dass mittelständische Unternehmen aufgrund ihrer kleineren Betriebsgröße Investitionen in ihrer geographischen Nähe bevorzugen. Gleichzeitig investieren sie geringere Summen als Großunternehmen. Die hohe Bedeutung der Investitionsstandorte in Mittel- und Osteuropa für mittelständische Unternehmen wird auch von anderer Seite bestätigt. Buch (2005) hat berechnet, dass Mittel- und Osteuropa im Jahr 2001 über einen Anteil an den deutschen Direktinvestitionsbeständen von 4,2 % verfügte, aber 13,1 % von allen deutschen Tochtergesellschaften im Ausland beheimatete. Dies deutet darauf hin, dass die deutschen Tochtergesellschaften mit Sitz in Mittel- und Osteuropa sehr viel kleiner sind als im Rest der Welt, was wiederum als ein Indiz für den hohen Anteil in Mittel- und Osteuropa tätiger deutscher Mittelständler zu werten ist. Interessant ist auch, dass 15,9 % aller Arbeitnehmer, die deutsche Firmen im Ausland beschäftigten, in Mittel- und Osteuropa tätig sind. Dieser weit überdurchschnittlich hohe Anteil deutet darauf hin, dass bei den Direktinvestitionen in Mittel- und Osteuropa weniger das Marktmotiv als das Kostenmotiv im Vordergrund steht und mit der Investition Kosteneinsparungen, insbesondere bei den arbeitsintensiven Produktionsprozessen, realisiert werden sollen. Die relativ arbeitsintensive Produktion kann daher als ein Fall der „vertikalen“ Integration interpretiert werden (vgl.Kasten 3), bei der im Ausland andere Güter, in der Regel Zwischen- oder Vorprodukte, als am Heimatstandort hergestellt werden.

Tabelle 2 zeigt zusammenfassend, wie sich das Zusagevolumen in Abhängigkeit der jeweiligen Unternehmensgrößenklasse auf die einzelnen Regionen verteilt. Hierdurch wird deutlich, welche Unternehmensgröße über- bzw. unterdurchschnittlich viel in welcher Region investiert. So haben bspw. die kleinsten Unternehmen einen Anteil von 19 % am gesamten Zusagevolumen, aber einen überproportional hohen Anteil von 27,7 % an den Zusagen für die EU-8. Unterdurchschnittlich investieren sie dagegen in den Regionen Amerika und Asien; in beiden vereinen sie nur gut 11 % des Zusagevolumens auf sich. Anders dagegen die großen Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 50 Mio. EUR: Einem Anteil von 37,7 % am Zusagevolumen steht ein Anteil von 58,4 % der Zusagen für die Region „Amerika“ gegenüber. Die Entfernung vom Investitionsstandort beeinflusst somit das mittelständische Investi-

tionsverhalten erheblich. Auch hieraus lässt sich folgern, dass die „Öffnung“ Mittel- und Osteuropas von sehr hoher Bedeutung für den deutschen Mittelstand war.

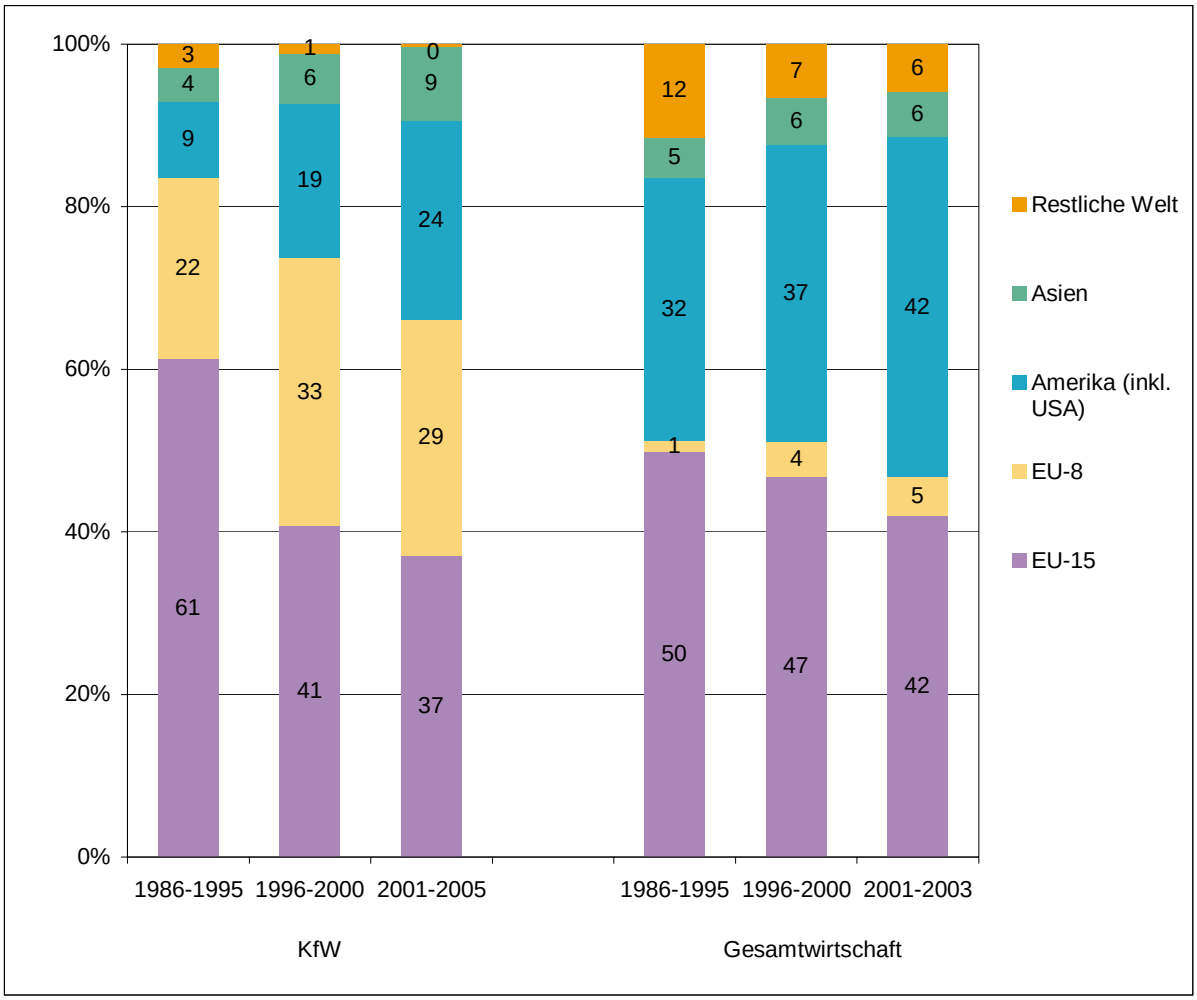
Tabelle 2: Anteil der Unternehmensgrößenklassen am Zusagevolumen nach Regionen

	Anteil am Zusagevolumen in Prozent					
	Alle Länder	EU-15	EU-8	Amerika	Asien	Restl Welt
Umsatzgrößenklasse						
Bis 2,5 Mio. EUR	19,0 %	16,5 %	27,7 %	11,1 %	11,7 %	6,4 %
2,5 bis 5 Mio. EUR	5,3 %	4,5 %	7,9 %	3,1 %	1,9 %	1,4 %
> 5 bis 25 Mio. EUR	25,1 %	30,9 %	22,5 %	22,2 %	16,5 %	3,2 %
> 25 bis 50 Mio. EUR	12,9 %	16,2 %	11,9 %	5,2 %	19,2 %	1,5 %
> 50 Mio. EUR	37,7 %	31,9 %	29,9 %	58,4 %	50,5 %	87,5 %
Insgesamt	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Quelle: KfW.

Die zeitliche Entwicklung der Zusagen nach Regionen.

Sehr interessant ist es, die zeitliche Entwicklung der Anteile der betrachteten Regionen am Zusagevolumen zu betrachten. Hier gibt es beträchtliche Verschiebungen (Grafik 15).



Quelle: KfW, Deutsche Bundesbank.

Grafik 15: Die Entwicklung der KfW-Zusagen und der deutschen Direktinvestitionen nach Regionen im Vergleich, Anteile in Prozent

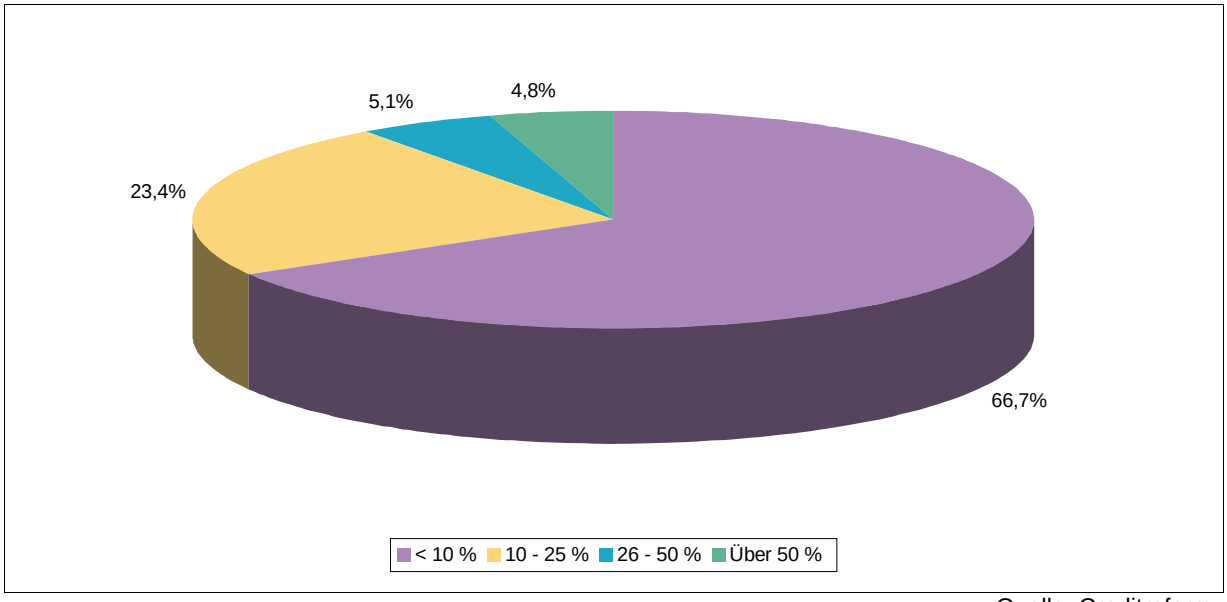
Das Gewicht der „alten“ EU als Zielregion der von der KfW geförderten Mittelständler hat stark abgenommen. Während bis 1995 61 % des Zusagevolumens auf die Region entfielen, waren es im Zeitraum 2001 bis heute nur noch 37 %. Spiegelbildlich dazu hat die Bedeutung anderer Regionen zugenommen. Insbesondere die Zusagen in Amerika (an denen die USA einen Anteil von über 90 % haben) zeigen einen klaren Aufwärtstrend. Ihr Anteil stieg von 9,4 % am gesamten Zusagevolumen im Zeitraum 1986 bis 1995 auf über 24 % in den letzten fünf Jahren. In ihrem Stellenwert gestiegen sind auch, was die Zusagen der KfW Programme betrifft, die acht mittel- und osteuropäischen Beitrittsländer; sie konnten ihren Anteil am Zusagevolumen von 22 % auf 29 % steigern. Die Mittelständler liegen damit im gesamtwirtschaftlichen Trend, bei dem ebenfalls eine steigende Bedeutung der Beitrittsländer sowie der Region „Amerika“ (inklusive USA) deutlich wird.

Zwischenfazit.

Die KfW-Zahlen belegen die Attraktivität Mittel- und Osteuropas für die mittelständischen Unternehmen eindrucksvoll. Die Auswertung konnte damit eine Lücke in der Literatur füllen, denn anhand amtlicher Daten kann das Investitionsverhalten deutscher Mittelständler im Ausland, vor allem im Zeitablauf, nicht beobachtet werden. Alternative Quellen wie Umfragen können zwar eine Momentaufnahme abbilden, ermöglichen jedoch keine Zeitreihenanalyse. Die vorliegende Analyse zeigt nun verlässlich, in welch hohem Ausmaß die Beitrittsländer attraktive Standorte für deutsche KMU sind. Das Investitionsverhalten belegt auch die eingangs aufgestellte Hypothese, nach der die Umwälzungen in Mittel- und Osteuropa neue Perspektiven für den deutschen Mittelstand, insbesondere für den Bereich der Direktinvestitionen, eröffnet haben.

Anteil der Auslandsinvestitionen an allen Investitionen.

Von Interesse ist zudem die Frage, welche Bedeutung die Investitionen im Ausland im Vergleich zur inländischen Investitionstätigkeit haben. Auch hierzu liefert die amtliche Statik keine Daten. Im Rahmen der Creditreform-Umfrage wurden die Unternehmen daher nach dem Anteil der Auslandsinvestitionen an allen Investitionen gefragt. Aufgrund der geringen Fallzahlen ist es an dieser Stelle allerdings wenig sinnvoll, nach Größenklassen oder Branchen zu unterscheiden. Bezogen auf die Gesamtzahl der Unternehmen zeigt sich, dass für zwei Drittel der Unternehmen der Anteil der Auslandsinvestitionen an allen Investitionen bei weniger als 10 % liegt. Für 18 % der Unternehmen liegt der Anteil zwischen 10-25 %.



Quelle: Creditreform.

Grafik 16: Anteil der Investitionen im Ausland an den Gesamtinvestitionen

Diese Verteilung deutet darauf hin, dass die Auslandsinvestitionen im Vergleich zur gesamten Investitionstätigkeit von eher untergeordneter Bedeutung sind. Nur ein Drittel der Unter-

nehmen mit Direktinvestitionen investiert mehr als 10 % seines gesamten Investitionsvolumens im Ausland.

4.4 Investitionsmotive.

Welche Motive bestimmen den Gang der Mittelständler ins Ausland? Dienen die Auslandsinvestitionen in erster Linie der Markterschließung oder der Kosteneinsparung? Diese Frage ist insbesondere für die Arbeitnehmer am heimischen Standort von Interesse, wenn multinational operierende Unternehmen Teile ihrer Produktion ins Ausland verlagern. Denn während sich Investitionen, die der Markterschließung dienen, eher positiv auf die Beschäftigung im Inland auswirken, dürften Investitionen mit dem Ziel der Kosteneinsparung eher Arbeitsplätze bedrohen.

Den Ergebnissen der Creditrefom-Umfrage (Tabelle 3) zufolge zielen die von den deutschen Mittelständlern vorgenommenen Direktinvestitionen in erster Linie auf die Erschließung neuer bzw. Sicherung bestehender Märkte. Auf einer Skala von 1 (wichtig) bis 5 (unwichtig) erhielten diese Motive im Schnitt die Note 1,9 bzw. 1,8. Das Motiv der Marktsicherung bzw. Markterschließung steht für alle betrachteten Branchen an erster Stelle. Im Handel hat es jedoch höhere Bedeutung als in den anderen Branchen.

Tabelle 3: Die Wichtigkeit der Investitionsmotive nach Branchen (1: sehr wichtig, 5: unwichtig)

Branche	Eintritt in neue Märkte	Sicherung bestehender Märkte	Günstige Bezugsquellen	Lohnkostenvorteile	Qualifizierte Arbeitnehmer	Forschungsumfeld	Subventionen
VG	2,1	2,0	2,7	2,9	3,3	4,5	4,3
Handel	2,0	1,6	3,4	4,3	4,1	4,4	4,4
DL	1,8	1,7	2,9	3,3	3,2	4,1	4,3
Alle	1,9	1,8	2,9	3,3	3,4	4,3	4,3

Quelle: Creditreform.

Nicht unerheblich ist jedoch auch das Ziel, durch Direktinvestition von günstigen Bezugsquellen und Lohnkostenvorteilen am Auslandsstandort zu profitieren. Diese Motive spielen insbesondere im Verarbeitenden Gewerbe eine Rolle. Von geringerer Bedeutung ist für diese Branche das Motiv, durch den Gang ins Ausland Zugang zu qualifizierten Arbeitnehmern zu erhalten oder das Forschungsumfeld im Ausland zu nutzen. Auch mögliche Subventionen des Ziellandes scheinen kein entscheidender Grund für Mittelständler zu sein, im Ausland zu investieren. Die Rangfolge der Motive – Markterschließung bzw. –sicherung vor Kosteneinsparung – gilt auch für andere europäische Länder. So sahen 60 % der direktinvestierenden

eidgenössischen Mittelständler Marktmotive als sehr wichtiges Motiv an. Dagegen hielten nur 40 % der Unternehmen Kostenmotive für sehr wichtig.[24]

Verwendungszweck der Importgüter.

Kosteneinsparungen lassen sich nicht nur durch Direktinvestitionen an kostengünstigen Standorten, sondern auch durch Importe realisieren. Solche Importe können entweder von Firmen stammen, mit denen deutsche Unternehmen Zulieferverträge geschlossen haben, oder von eigenen Betriebsstätten im Ausland bezogen werden. Im Rahmen der Umfrage wurden die Mittelständler nach dem Verwendungszweck der importierten Güter gefragt, um Informationen über das Ausmaß des „global sourcing“ im Mittelstand zu bekommen. Werden Güter importiert, um sie als Vorleistungen in den Produktionsprozess einfließen zu lassen, dürfte dies ein Zeichen für kostensparendes „global sourcing“ sein, während der Weiterverkauf von Importgütern eher als reines Handelsgeschäft zu betrachten ist. Bei den von uns befragten Unternehmen überwiegt der Anteil der Unternehmen, die die Importgüter für den Vertrieb einsetzen (Tabelle 4).

Tabelle 4: Verwendungszweck der Importe (Anzahl der Antworten in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

Branche	Für Vertriebszwecke / Weiterverkauf	Vorleistung für die eigene Leistungserstellung
VG	35,4	64,6
Handel	89,4	10,6
Dienstleistungen	48,3	51,7
Alle	55,2	44,8

Quelle: Creditreform.

55 % aller antwortenden Unternehmen importieren Güter, um sie weiterzuverkaufen, während 45 % der Unternehmen die Importgüter als Vorleistung für ihren Produktionsprozess verwenden. Allerdings gibt es hier erwartungsgemäß große Unterschiede von Branche zu Branche. Im Verarbeitenden Gewerbe importiert ein hoher Anteil von fast 65 % Güter, um sie als Vorleistung für die eigene Leistungserstellung einzusetzen. Dagegen dominiert im Handel erwartungsgemäß der Vertriebszweck.

Bei dieser Frage ist die Aufschlüsselung der Antworten in Abhängigkeit von Branche und Unternehmensgröße aufschlussreich (Tabelle 5). Während die sehr kleinen Unternehmen die importierten Güter zu über sechzig Prozent für Vertriebszwecke nutzen, ist es bei den

[24] Vgl Hollenstein (2005).

großen Unternehmen nur ein Viertel. Offenkundig sind also vor allem die größeren Unternehmen stärker in das „global sourcing“ eingebunden.

Tabelle 5: Verwendungszweck der Importe im Verarbeitenden Gewerbe (Anzahl der Antworten in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)

Unternehmensgröße	Für Vertriebszwecke bzw. Weiterverkauf	Vorleistung für die eigene Leistungserstellung
1-5 Beschäftigte	62,8	37,2
6-50 Beschäftigte	31,6	49,4
Mehr als 50 Beschäftigte	25,5	77,5

Quelle: Creditreform.

Einen Hinweis auf das Investitionsmotiv gab auch die Frage danach, wo die im Ausland produzierten Produkte bzw. Leistungen abgesetzt werden. 42 % der Unternehmen gaben an, ihre im Ausland produzierten Waren im Heimatland des Unternehmens zu verkaufen. 34 % verkauften ihre Waren auf Drittmärkten, fast 25 % am Produktionsstandort. Auch dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass das Motiv, durch die Produktion im Ausland Kosten zu sparen, für die Mittelständler durchaus eine Rolle spielt, auch wenn dies in gewissem Widerspruch zu ihren Angaben zum Investitionsmotiv steht.

4.5 Entwicklung von Unternehmen mit Beteiligungsaktivitäten in Osteuropa.[25]

Abschließend soll die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen mit bzw. ohne Beteiligungsaktivitäten in Mittel- und Osteuropa betrachtet werden, das – wie die Analyse ergab – für die Mittelständler ein besonders attraktives Ziel ihrer Direktinvestitionen ist. Dazu werden zwei Indikatoren definiert. Beim ersten handelt es sich um die Beschäftigungswachstumsrate, beim zweiten um die Wachstumsrate des Umsatzes. Die vergleichende Analyse gestattet eine Aussage, ob Unternehmen mit Beteiligungsaktivitäten in Mittel- und Osteuropa schlechter oder besser abschneiden als Unternehmen ohne Beteiligungsaktivitäten in Osteuropa. Sie erlaubt jedoch nicht den Rückschluss, dass die Beteiligungsaktivität ursächlich für die Perfomance-Unterschiede verantwortlich ist. Die Beteiligungsaktivität ist nur einer von vielen vermuteten Faktoren. So ist nicht auszuschließen, dass andere Faktoren für die Unterschiede maßgeblich sind, mit denen die Beteiligungsaktivität zufällig korreliert ist.

[25] Dieser Teil der Auswertung stammt aus einem Gemeinschaftsprojekt des RWI Essens, des Verbands Vereine Creditreform und der KfW aus dem Jahr 2005, das sich mit den Folgen der Osterweiterung auf den deutschen Mittelstand beschäftigt hat. Einige Ergebnisse wurden im Mittelstandsmonitor 2005 veröffentlicht. Der vorliegende Abschnitt geht auf Berechnungen des RWI auf Grundlage von Daten von Creditreform zurück.

Tabelle 6: Inländisches Umsatzwachstum der Unternehmen mit bzw. ohne Mehrheitsbeteiligungen an Unternehmen in den neuen Mitgliedsstaaten – Anteil in % bezogen auf alle Unternehmen in der jeweiligen Größenklasse (MA= Zahl der Mitarbeiter)

Unternehmen mit Mehrheitsbeteiligungen in den neuen Mitgliedsstaaten (N=976, k.A. für 186 Unt.)						
Umsatzwachstumsrate in %	1-9 MA	10-49 MA	50-499 MA	500 – 4.999 MA	Mehr als 5.000 MA	Alle
-2,5 bis unter 0	56,2	55,5	56,8	59,8	62,7	58,3
Nullwachstum	13,2	11,7	8,6	2,9	2,4	7,8
über 0 bis u. 2,5	26,9	32,0	33,2	36,2	33,5	32,1
2,5 und mehr	3,7	0,8	1,4	1,1	1,4	1,8
Unternehmen ohne Mehrheitsbet. in den neuen Mitgliedsstaaten (N=752.841, k.A. für 97.806 Unt.)						
-2,5 bis unter 0	37,2	35,1	40,2	45,6	55,2	37,0
Nullwachstum	19,7	19,9	15,9	11,5	6,9	19,4
über 0 bis u. 2,5	38,4	42,7	41,5	38,6	33,2	39,7
2,5 und mehr	4,8	2,3	2,4	4,3	4,8	3,9

Quelle: Berechnungen des RWI, markus Creditreform.

Tabelle 7 : Inländisches Beschäftigungswachstum der Unternehmen mit bzw. ohne Mehrheitsbeteiligungen an Unternehmen in den neuen Mitgliedsstaaten – Anteil in % bezogen auf alle Unternehmen in der jeweiligen Größenklasse (Spaltensumme)

Unternehmen mit Mehrheitsbeteiligungen in den neuen Mitgliedsstaaten (N=899, k.A. für 263 Unt.)						
Beschäftigungswachstumsrate in %	1-9 MA	10-49 MA	50-499	500-4.999	5.000 und mehr MA	Alle
-2,5 bis unter 0	21,3	31,6	28,7	37,9	34,3	30,4
Nullwachstum	68,1	49,1	40,1	33,7	29,0	43,9
über 0 bis u. 2,5	8,7	14,9	29,7	24,9	31,9	22,6
2,5 und mehr	1,9	4,4	1,5	3,6	4,8	3,1
Unternehmen ohne Mehrheitsbet. in den neuen Mitgliedsstaaten (N=596.624, k.A. für 254.023 Unt.)						
-2,5 bis unter 0	15,9	19,2	22,1	25,8	26,4	17,4
Nullwachstum	71,1	58,7	51,1	43,2	33,3	65,9
über 0 bis u. 2,5	10,0	17,9	21,6	23,3	29,2	13,1
2,5 und mehr	3,0	4,2	5,2	7,7	11,1	3,6

Quelle: Berechnungen des RWI, markus Creditreform.

In Tabelle 6 ist die Verteilung der Unternehmen nach deren Umsatzwachstumsraten angegeben. Dazu wurden vier verschiedene Wachstumsklassen gebildet. In Analogie dazu ist in Tabelle 7 die Verteilung der Unternehmen nach dem Beschäftigungswachstum angegeben. Nahezu durchgängiges Muster ist, dass ein geringerer Anteil der Unternehmen mit einem Beteiligungsengagement in Osteuropa ein positives Beschäftigungs- bzw. Umsatzwachstum

aufweist. Beispielsweise erzielen nur 30,6 % (Summe aus 26,9 % und 3,7 %) der Kleinstunternehmen mit einem Engagement in Osteuropa ein positives Umsatzwachstum. Bei den Unternehmen ohne ein solches Engagement sind es immerhin schon 43,2 %. Bei Zugrundelegung des Beschäftigungswachstums weisen 10,6 % der Kleinstunternehmen mit einem Engagement in Osteuropa und 13,0 % der Kleinstunternehmen ohne ein solches Engagement ein positives Beschäftigungswachstum auf. Spiegelbildlich ist der Anteil der Unternehmen mit negativem Beschäftigungs- und Umsatzwachstum in der Gruppe der Unternehmen mit einem Beteiligungsengagement in Osteuropa höher als in der Gruppe der Unternehmen ohne ein solches Engagement. Die Unterschiede im Umsatzwachstum zu Ungunsten der Unternehmen mit Beteiligung in Osteuropa nehmen mit zunehmender Größe der Unternehmen allerdings ab. In der Gruppe der sehr großen Unternehmen mit einer Mehrheitsbeteiligung an Unternehmen in Osteuropa erzielen 34,9 % ein positives Umsatzwachstum. Dem steht ein Anteil von 38,0 % in der Gruppe der sehr großen Unternehmen ohne ein solches Engagement gegenüber. Eine ähnliche Abnahme der Unterschiede ist bei Zugrundelegung der Beschäftigungswachstumsrate jedoch nicht auszumachen.

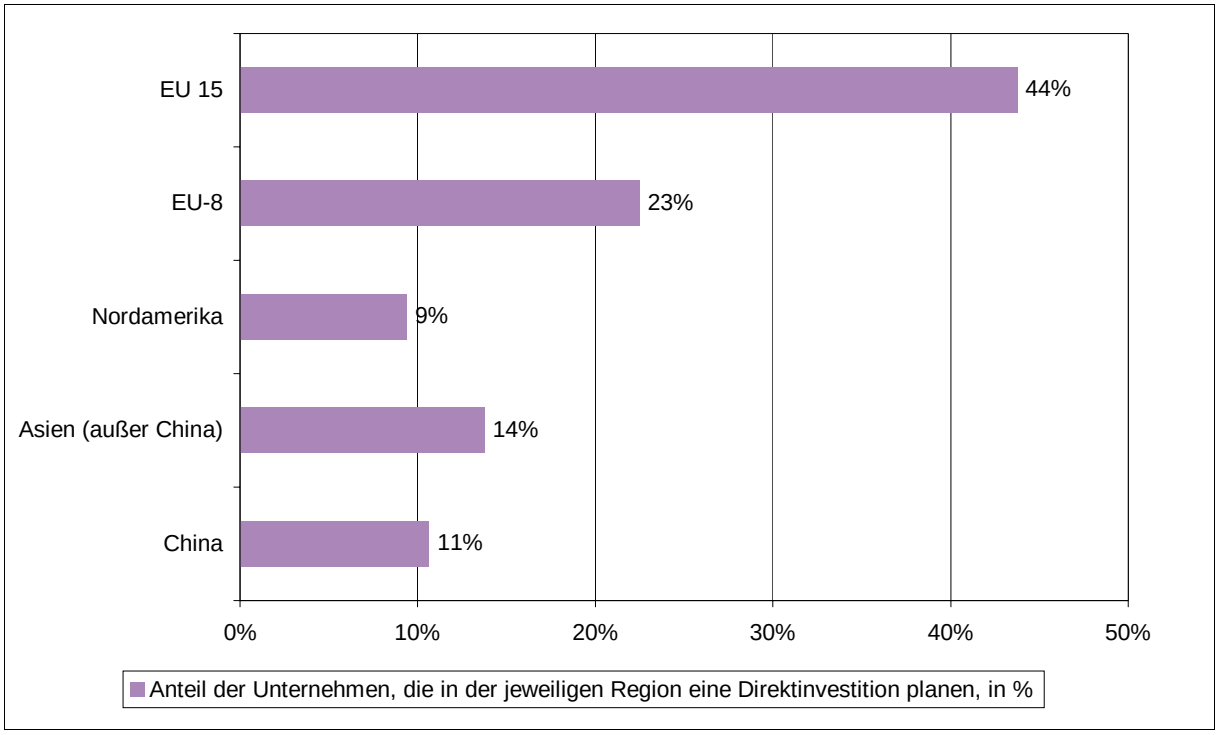
Die Ergebnisse weisen insgesamt darauf hin, dass Unternehmen mit einer Mehrheitsbeteiligung in Osteuropa eine geringere Dynamik im Hinblick auf die inländische Beschäftigungs- und Umsatzentwicklung zeigen als diejenigen ohne ein Beteiligungsengagement. Allerdings kann nur gemutmaßt werden, ob diese Performance-Unterschiede ursächlich auf die Beteiligungsaktivität zurückzuführen sind oder nicht. D. h. eine Kausalität zwischen Auslandsengagement und geringerer Beschäftigungs- bzw. Umsatzentwicklung im Inland ist mittels dieser Daten nicht nachzuweisen. Denn schwächere Umsatzentwicklung am Heimatmarkt könnte durchaus auch Auslöser der Auslandsinvestitionen und weniger deren Folge gewesen sein.

5. Der Blick in die Zukunft.

Im Rahmen der Creditreform-Befragung wurden die Unternehmen auch gebeten, anzugeben, ob und wo sie zukünftig Direktinvestition durchführen oder planen. Von den antwortenden Unternehmen gaben 3,7 % von allen Unternehmen an, in den nächsten zwei Jahren ein Investitionsvorhaben realisieren zu wollen. Dieser Anteil entspricht in etwa dem Anteil der Unternehmen, die bereits in der Vergangenheit im Ausland investiert haben (3,8 %). Vielfach wird es sich hierbei vermutlich um Folgeinvestitionen von Unternehmen handeln, die bereits im Ausland aktiv sind.

Weitere 6,5 % der Unternehmen wollen eventuell im Ausland investieren. Dieser hohe Anteil überrascht. Bei der Interpretation sollte deshalb berücksichtigt werden, dass die Realisierung des Projekts mit größerer Unsicherheit behaftet sein dürfte.

Verlässlicher dürften dagegen die Antworten auf die Frage sein, in welcher Region eine Investition geplant wird. Die EU-15 bleibt weiterhin die beliebteste Zielregion, 44 % der Unternehmen wollen dort investieren. Auf Platz 2 folgt Mittel- und Osteuropa. Diese Region bleibt also auch in Zukunft ein attraktives Ziel. Interessanterweise scheint Asien in der nächsten Zeit für die Mittelständler ein häufiger frequentiertes Ziel zu sein als Amerika. Die Umfrageergebnisse stimmen in Teilbereichen mit den Auswertungen der KfW Programme (vgl. Grafik 14) überein, die ebenfalls die hohe Bedeutung Mittel- und Osteuropas sowie Asiens für den deutschen Mittelstand zeigte.

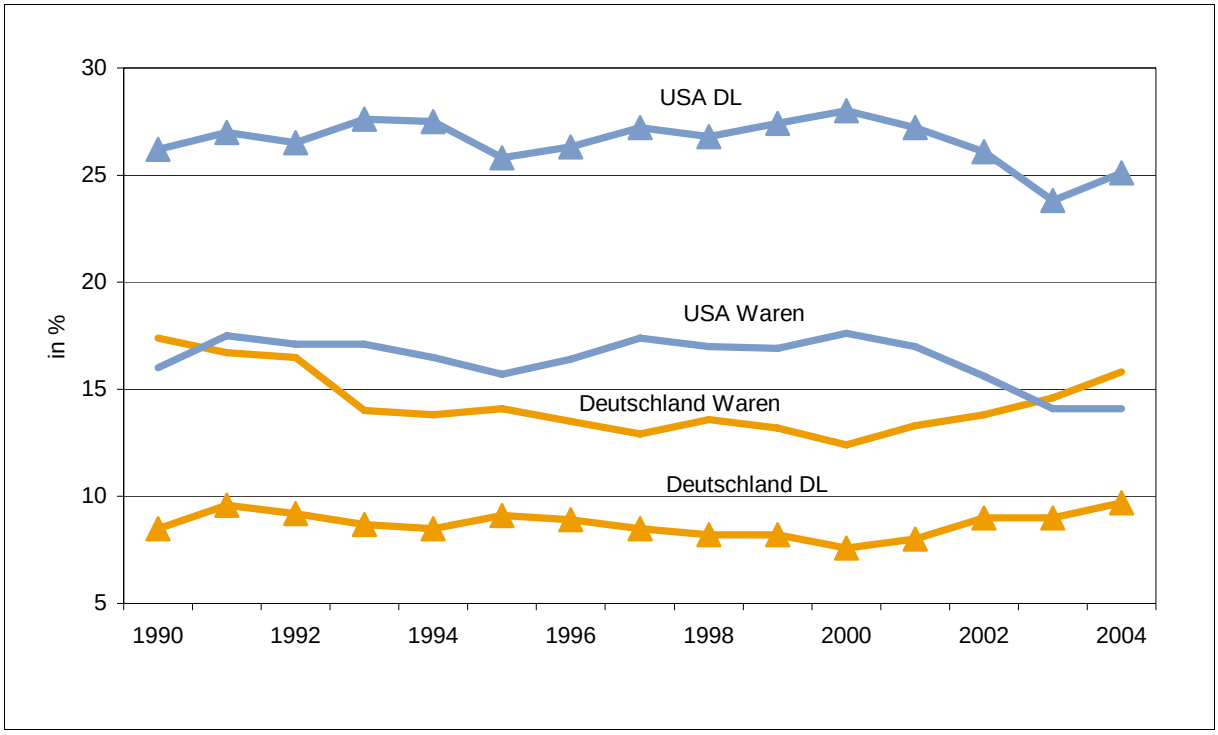


Quelle: Creditreform.

Grafik 17: Zielregionen derjenigen Mittelständler, die eine Direktinvestition planen

Angesichts der rasanten wirtschaftlichen Entwicklung einiger Schwellen- und Entwicklungsländer, der fortlaufenden Innovationen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie sowie der Produktionstechnologie ist zu erwarten, dass sich der Trend zur verstärkten weltweiten Arbeitsteilung und die damit einhergehende stärkere Spezialisierung der Unternehmen auch in Zukunft fortsetzen wird („death of distance“). An Bedeutung gewinnen wird dabei vor allem das Outsourcing und Offshoring von Dienstleistungen. Während Dienstleistungsprodukte in den vergangenen Jahrzehnten vorwiegend als nicht bzw. nur schwer handelbar galten (da Produktion und Konsum zeitlich praktisch zusammenfallen) und häufig die Präsenz vor Ort erforderten, hat gerade dieser Sektor stark von den Neuerungen in der Informations- und Kommunikationstechnologie profitiert. Die Kundenbetreuung durch Callcenter in Indien sei hier nur als ein Beispiel für die zunehmende Auslagerung von Dienstleistungen genannt. Für den Mittelstand bietet aber gerade dieser Trend eine große Chance.

Denn aufgrund der im Vergleich zum Verarbeitenden Gewerbe geringeren Konzentration der Auslandsaktivitäten auf große Unternehmen - die insbesondere auf den geringeren Anteil der Fixkosten in dieser Branche zurückzuführen ist - dürften deutlich mehr KMU an der Internationalisierung der Dienstleistungen Anteil haben als im Verarbeitenden Gewerbe, in dem sich das Auslandsengagement in hohem Maße auf die größeren Unternehmen konzentriert. Ein Indiz für das Potenzial deutscher Firmen im Dienstleistungssektor ist auch, dass Deutschlands Weltmarktanteil im internationalen Dienstleistungshandel deutlich hinter dem im internationalen Warenhandel zurückfällt (Grafik 18).



Quelle: OECD.

Grafik 18: Deutschland und USA im Vergleich: Anteil an den Dienstleistungs- und Warenexporten der OECD

6. Fazit.

Die Studie diente dem Ziel, die Aktivitäten des deutschen Mittelstandes im Ausland vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung zu beschreiben. Dazu wurden zunächst die wichtigsten Veränderungen im Umfeld der Mittelständler in der Vergangenheit beschrieben und potenzielle Antworten der Unternehmen skizziert. Die daran anschließende empirische Untersuchung diente zum einen einer Bestandsaufnahme, zum anderen der Überprüfung der aufgestellten Hypothesen.

Mittelständische Unternehmen sind erwartungsgemäß weniger exportorientiert als große. Dies zeigt sich beispielsweise in der Abhängigkeit der Exportquote von der Größe des Unternehmens. Gleichzeitig konnte der europäische Vergleich jedoch zeigen, dass deutsche

Mittelständler im Vergleich zu ihren europäischen Konkurrenten relativ stark im Ausland engagiert sind.

Diskutiert wurde auch die Frage, welche weiteren Faktoren über die Aufnahme eines Exportgeschäfts entscheiden. Neben der Größe des Unternehmens konnte die Produktivität als zweiter wichtiger Faktor identifiziert werden: Exportierende Unternehmen sind produktiver als nicht exportierende Unternehmen, so dass es zu einer Selbstselektion der produktiven Unternehmen bei der Erschließung der Auslandsmärkte kommt. Gleichzeitig wurde deutlich, dass vor allem – im Sinne einer hohen Produktivität – erfolgreiche Unternehmen ausländische Märkte erschließen und nicht der Gang ins Ausland per se zum Erfolg des Unternehmens beiträgt.

Die Analyse hat zudem die These untermauert, dass die Öffnung der Märkte in Mittel- und Osteuropa ein wichtiges Ereignis für den deutschen Mittelstand war. Es hat die Markteintrittsschranken für den Mittelstand signifikant gesenkt, selbst ins Ausland zu gehen und kostenintensive Produktionsprozesse auszulagern. Entsprechend ist das anteilige Direktinvestitionsengagement von KMU dort wesentlich höher als das der Gesamtwirtschaft. Die Verlagerung von Produktion und Vertrieb ins Ausland wird durch den technischen Fortschritt und das hierdurch bedingte Absinken der Transaktionskosten verstärkt. Beide Faktoren tragen zu einer Reduktion der mit den Auslandsinvestitionen verbundenen Fixkosten bei und ermöglichen damit auch Mittelständlern in zunehmendem Maße, kleinere Investitionsvorhaben im Ausland zu realisieren. Für die These, dass sinkende Transaktionskosten das Internationalisierungspotenzial der Mittelständler erweitern, spricht auch, dass sie in den letzten Jahren verstärkt weiter entfernte Märkte in Amerika und Asien angesteuert haben.

Zugleich sind viele Mittelständler, insbesondere des Verarbeitenden Gewerbes, durch den Import von Vorleistungen für die eigene Leistungserstellung in das global sourcing eingebunden. Auf diese Weise realisieren Unternehmen Kosteneinsparungen und steigern ihre Wettbewerbsfähigkeit.

Mit Blick auf die Zukunft ist zu erwarten, dass sich die Globalisierung in unverändertem, vielleicht sogar höherem Tempo fortsetzen wird. Neue Impulse wird sie erstens durch Innovationen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie erhalten, so dass es sich für immer mehr Güter und Dienstleistungen lohnt, sie zu handeln. Ein zweiter Impuls ist die fortdauernde Integration ehemaliger Schwellen- und Entwicklungsländer in die Weltwirtschaft. Beide Entwicklungen zusammen bedeuten, dass ausländische Anbieter immer stärker auf den deutschen Märkten aktiv sein werden. Für die Unternehmen hierzulande heißt dies, dass immer wieder Märkte bzw. Produkte und Dienstleistungen gefunden werden müssen, in denen sie einen Wettbewerbsvorsprung haben.

Für den Mittelstand werden sich insbesondere durch die zunehmende Handelbarkeit von Dienstleistungen neue Chancen ergeben. Da die Größe des Unternehmens für die Aufnahme einer Auslandsaktivität im Dienstleistungssektor weniger ausschlaggebend ist als im Verarbeitende Gewerbe, ist zu erwarten, dass die mittelständischen Unternehmen in diesem Sektors stärker von den Chancen der Globalisierung profitieren können als in anderen Sektoren. Generell gilt jedoch für alle Unternehmen, dass sie ihre Produkte fortlaufend weiterentwickeln und neue Märkte finden müssen, in denen sie Wettbewerbsvorteile vorweisen. D. h. Innovationsfähigkeit bleibt eine notwendige Bedingung, um sich gegen die Risiken der Globalisierung zu wappnen und die damit verbundenen Chancen auch in Zukunft nutzen zu können.

Ansprechpartner: Dr. Anke Brenken: 069 7431-2643

Anhang A.

Beschreibung der Daten.

A.1.: Das KfW-Mittelstandspanel.

Das KfW-Mittelstandspanel stellt den ersten und bisher einzigen repräsentativen Längsschnittdatensatz für alle mittelständischen Unternehmen in Deutschland dar. Die Daten hierfür werden im Rahmen einer schriftlichen Wiederholungsbefragung der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Deutschland mit einem Umsatz von bis zu 500 Mio. EUR pro Jahr erhoben. Gemäß dieser Definition gibt es knapp 3,5 Mio. mittelständische Unternehmen in Deutschland. Davon sind 2,65 Mio. im tertiären Sektor beheimatet .Die Ergebnisse des Mittelstandspanels werden jährlich im Rahmen eines Ergebnisberichts veröffentlicht.

A.2.: Die KfW Mittelstandsprogramme.

Die KfW bietet bereits seit 1979 im Rahmen ihrer Mittelstandsprogramme die Möglichkeit, Auslandsinvestitionen deutscher Unternehmen durch langfristige Kredite zu günstigen Konditionen mitzufinanzieren. Die Finanzierungsmöglichkeiten wurden im Laufe der Zeit ausgebaut. Auslandstöchter deutscher Unternehmen und Joint-Ventures mit deutscher Beteiligung wurden in die Förderung miteinbezogen. Aktuell bietet die KfW den im Ausland investierenden Unternehmen drei Programme zur Finanzierung ihrer Auslandinvestitionen an: Das Programm „Unternehmerkredit-Ausland“, das Programm „Unternehmerkapital – Arbeit für Kapital und Investitionen“ und das „KfW-Umweltprogramm“, das der Finanzierung von Umweltinvestitionen außerhalb Deutschlands dient. Gefördert werden Unternehmen, deren Gruppenumsatz 500 Mio. EUR nicht überschreitet.

Merkmale der geförderten Unternehmen

62 % aller geförderten Unternehmen hatten ihren Firmensitz in Deutschland, 28 % in restlichen EU und 4 % in den USA. Nur ein geringer Prozentsatz von 3,2 % der geförderten Unternehmen stammt aus den neuen Bundesländern. Bei den Unternehmen mit Sitz im Ausland handelt es sich um Auslandstöchter deutscher Unternehmen sowie um joint-ventures. Der ganz überwiegende Teil in Höhe von etwa 75 % der Kreditnehmer ist dem Verarbeitenden Gewerbe zuzurechnen, der Rest dem Dienstleistungssektor. Eine sehr geringe Zahl der Zusagen entfällt auf die Branchen Bau, Land- und Forstwirtschaft sowie private Haushalte.

A.3.: Die Creditreform-Unternehmensbefragung.

Der Verband der Vereine Creditreform hat in den beiden Jahren 2004 und 2005 in Zusammenarbeit mit dem RWI Essen und der KfW Bankengruppe zwei Unternehmensbefragungen durchgeführt mit dem Ziel, Informationen über das Engagement deutscher kleiner und mittlerer Unternehmen im Ausland (Export, Import, Direktinvestitionen) zu gewinnen. Zugleich sollte die Befragung über die diesbezüglichen Pläne für die nächsten Jahre Auskunft geben. Die Ergebnisse aus dem Jahr 2004, die vor allem auf das Engagement deutscher Mittelständler in Mittel- und Osteuropa betrafen, wurden im Rahmen des Mittelstandsmonitors 2005 veröffentlicht.

Merkmale der befragten Unternehmen

In beiden Umfragen wurden rund 9.000 auf Basis einer sektoral und regional geschichteten Zufallsstichprobe ausgewählte mittelständische Unternehmen aus allen Wirtschaftssektoren in ganz Deutschland schriftlich befragt. Die Zahl der auswertbaren Fragebögen lag in beiden Jahren bei über 4.000. Die Rücklaufquote belief sich auf 45 %.

In der Stichprobe waren kleinere Unternehmen in der Stichprobe stark präsent. 47,6 % der Unternehmen zählten bis zu 10 Beschäftigte, 34,7 % hatten 11 bis 50 Beschäftigte und 15,6 % 51 bis 500 Beschäftigte (Rest ohne Angaben). Bei der Hälfte der antwortenden Unternehmen handelte es sich somit um solche, die weniger als 10 Mitarbeiter beschäftigen.

85 % der Unternehmen stammen aus den alten Bundesländern. 11,4 % der Unternehmen stammen aus den neuen Bundesländern (ohne Berlin).

Anhang B.

Tabelle B.1: Determinanten der Exportquote

	Exportquote europäisches Ausland		Exportquote nichteuropäisches Ausland	
	Koeffizient	t-Wert	Koeffizient	t-Wert
weniger als 5 FTE-Beschäftigte				
5 bis 49 FTE-Beschäftigte	6,728	4,72*	3,055	1,41
50 und mehr FTE-Beschäftigte	14,223	8,88*	12,556	5,26*
FuE-intensives verarbeitendes Gewerbe				
Sonstiges verarbeitendes Gewerbe	-7,056	-4,58*	-10,859	-5,37*
Bau	-40,031	-20,14*	-44,864	-14,56*
Wissenintensive Dienstleistungen	-21,628	-11,12*	-20,872	-7,85*
Sonstige Dienstleistungen	-18,642	-12,12*	-21,151	-10,24*
Sonstige	-22,182	-6,06*	-26,799	-4,57*
bis 2 Jahre				
2 bis 5 Jahre	6,814	1,38	2,840	0,42
5 bis 10 Jahre	4,507	0,93	-1,321	-0,2
10 bis 20 Jahre	4,930	1,03	-2,295	-0,35
mehr als 20 Jahre	1,657	0,35	-0,760	-0,12
Einzelunternehmen				
Personengesellschaft	3,878	1,83*	5,118	1,57
GmbH & CoKG	9,625	6,03*	11,602	4,83*
GmbH	10,527	9,22*	13,290	7,26*
Andere Rechtsform	-8,034	-1,78*	-19,538	-2,06*
Alte Bundesländer	8,334	9,48*	6,359	4,98*
Eigenkapitalquote	0,023	1,5	0,090	3,62*
Arbeitsproduktivität	0,005	4,56*	0,004	3,2*
Konstante	-17,633	-3,37*	-28,573	-3,92*
Standardfehler	22,766		26,897	

Anmerkung: Maximum-Likelihoodschätzung des Tobitmodells auf Basis des KfW-Mittelstandspanels 2004. Koeffizienten sind signifikant auf dem 10 % Niveau ab einem t-Wert von 1,65 bzw. -1,65.

Literaturverzeichnis.

Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2001), Die internationale Wirtschaftstätigkeit kleiner und mittlerer UN im Lichte der amtlichen und nicht-amtlichen Statistik, IfM-Materialien Nr. 153.

Buch, Claudia u.a (2005), Determinants and effects of foreign direct investment: evidence from German firm-level evidence, Economic Policy. S. 51-110, January 2005.

Dittrich, Stefan (2004), Umsätze und ihre Besteuerung 2002, Wirtschaft und Statistik 10/2004

Helpman, Elhanan et al. (2004), Exports versus FDI with Heterogeneous Firms, American Economic Review 94, S.300-316.

Hollenstein, Heinz (2005), Determinants of international activites: Are SMEs different?, Small Business Economics (2005), S. 431-450.

MIND – Mittelstand in Deutschland (2005), herausgegeben von impulse und dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband.

Mittelstandsmonitor 2005 (2005), Den Aufschwung schaffen –Binnenkonjunktur und Wettbewerbsfähigkeit stärken, Jährlicher Bericht zu Konjunktur- und Strukturfragen kleiner und mittlerer Unternehmen, herausgegeben vom Verband der Vereine Creditreform, IfM Bonn, ZEW Mannheim, RWI Essen und der KfW Bankengruppe.

Sinn, Hans-Werner (2005), Die Basarökonomie, Econ-Verlag, Berlin 2005.

Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Jahresgutachten 2004/2005: „Erfolge im Ausland – Herausforderungen im Inland“

Statistisches Jahrbuch (2005).

Wagner, Joachim (2002), The causal effects of exports on firm size and labor productivity: first evidence from a matching approach, Economics Letters 77, S. 287-292.

Wagner, Joachim (2005 a), Exporte und Produktivität in mittelständischen Betrieben, Befunde aus der niedersächsischen Industrie (1995 bis 2004), University of Lüneburg Working Paper Series in Economics, No. 11. www.uni-lueneburg.de/vwl.papers.

Wagner, Joachim (2005 b), Exports, foreign direct investment, and productivity: Evidence from German firm level data. HWWA Discussion Paper 318.