

Auslandsgeschäft in Zeiten der Mehrfachkrise: Mittelständische Unternehmen erzielten im Jahr 2022 ein Rekordergebnis

Die Spätfolgen der Corona-Krise sowie die einschneidenden Auswirkungen des Angriffs Russlands auf die Ukraine haben die Rahmenbedingungen des international agierenden Mittelstands im Jahr 2022 äußerst erschwert. Und dennoch: Die Auslandsumsätze des Mittelstands erreichten im Jahr 2022 ein Rekordhoch. Der aggregierte Auslandsumsatz legte im Jahresvergleich um rund 14 % bzw. um 84 Mrd. auf nominal 701 Mrd. EUR zu. Auch unter Berücksichtigung der hohen Inflation steht preisbereinigt ein ordentliches Plus von 8 % zu Buche.

Das Auslandsgeschäft hat sich im schwierigen Jahr 2022 als starke Säule eines insgesamt auch gewachsenen Mittelstands erwiesen. Mit einem Anteil von 13,2 % wurde rund jeder achte Euro des Gesamtumsatzes mittelständischer Unternehmen im Ausland erwirtschaftet. Aus Sicht der international aktiven Mittelständler wurden durchschnittlich rund 27 % des Umsatzes im Ausland erzielt.

Der Aufschwung im Auslandsgeschäft des Jahres 2022 verteilte sich dabei auf viele Schultern und fand in der Breite der mittelständischen Unternehmenslandschaft statt. Die Zahl Auslandsaktiver stieg stark auf insgesamt 879.000 Unternehmen an. Mit 23,1 % stand fast jedes vierte KMU im internationalen Wettbewerb, der höchste Wert seit 13 Jahren.

Dabei steigerten kleine Unternehmen ihre Internationalisierungsaktivitäten überdurchschnittlich stark. Die außenwirtschaftlichen Schwergewichte finden sich zwar nach wie vor bei größeren Unternehmen und im industriellen Mittelstand: Allein 41 % der gesamten mittelständischen Auslandsumsätze entfallen auf Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes. Und dennoch fällt auf: Dienstleistungsunternehmen steigern ihren Anteil am mittelständischen Auslandsumsatz kontinuierlich (+8 Prozentpunkte seit 2010), während industrielle Mittelständler an Gewicht verlieren (-10 PP seit 2010). Auch im Auslandsgeschäft geht die zunehmende Tertiärisierung nicht spurlos vorüber.

Europa ist und blieb 2022 der unbestritten wichtigste Absatzmarkt: 69 % der mittelständischen Auslandsumsätze wurden dort erzielt. Die höchsten Zuwachsraten allerdings wurden, wie bereits im Jahr zuvor, im außereuropäischen Ausland erreicht. Das Geschäft außerhalb Europas erwies sich also im Jahr 2022 als Zugferd.

Das Gros der Auslandsaktiven verlässt sich bei der Bearbeitung der Auslandsmärkte auf direkte (69 %) oder indirekte Exporttätigkeiten (23 %). Unternehmerisches Risiko, Kapitalbedarf und Ressourceneinsatz sind dabei weitgehend überschaubar. Jedes fünfte Unternehmen erzielt Auslandsumsatz mittels digitaler Vertriebswege (23 %).

Die Schwelle hin zu einer Direktinvestition überschreiten nur wenige Unternehmen, meist größere KMU: Im Zeitraum von 2019 bis 2022 haben nur rund 1,7 % aller mittelständischen Unternehmen Investitionen im Ausland in Höhe von 10–15 Mrd. EUR getätigt. Das entspricht rund 65.000 der 3,81 Mio. mittelständischen Unternehmen in Deutschland (2012–2015: 3,5 %). Das mit Abstand wichtigste Motiv für Investitionen im Ausland ist dabei die Erschließung neuer Absatzmärkte. Auch wenn einzelne Länder für ausländische Investoren an Attraktivität gewinnen – mit einem starken Anstieg der mittelständischen Auslandsinvestitionen infolge zunehmender Standortverlagerungen von KMU ist in den kommenden Jahren nicht zu rechnen

Mit dem gesamtdeutschen Außenhandel konnten die KMU trotz Rekordergebnis aber wiederholt nicht mithalten. Die mittelständischen Auslandsumsätze entsprachen im Jahr 2022 rund 35,4 % der gesamten deutschen Waren- und Dienstleistungsausfuhren, ein Minus des Anteils von etwa sieben Prozentpunkten in den vergangenen zehn Jahren.

Während das Jahr 2022 noch durch eine vergleichsweise gute gesamtwirtschaftliche Lage gekennzeichnet war (die Auswirkungen der Zinswende waren noch nicht in vollem Ausmaß spürbar), trübte sich das globale Konjunkturmilieu spätestens 2023 ein. Für international aktive Unternehmen sind die Belastungen noch immer spürbar. Auch gegenwärtig stehen Weltwirtschaft und Welthandel noch unter dem Eindruck der Krisenauswirkungen. Die globale Erholung verläuft verhalten. Allerdings zeichnen sich zu Beginn des Jahres 2024 Besserung und Optimismus ab. Die Exportaktivitäten deutscher Unternehmen nehmen wieder Fahrt auf. Die absehbaren Leitzinssenkungen im Jahresverlauf werden der Auslandsnachfrage neuen Schub verleihen und den Außenhandel anregen. Davon wird auch der Mittelstand profitieren.

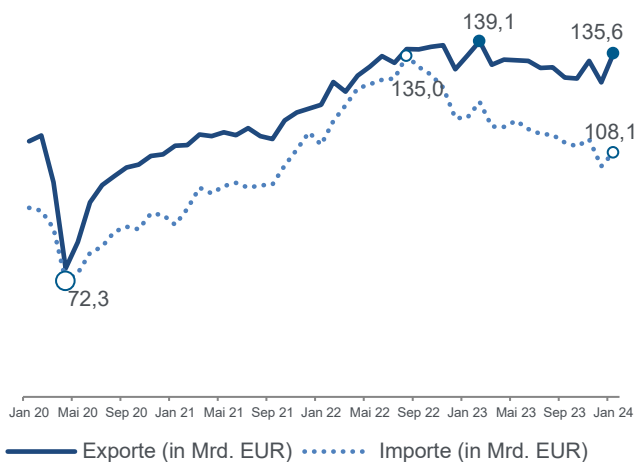
Erholung des Welthandels in langsamen Schritten, 2024 neue Impulse für den Außenhandel erwartet

Noch immer stehen Weltwirtschaft und Welthandel unter dem Eindruck der Krisenauswirkungen – wenn auch leichte Zeichen der Erholung mittlerweile sichtbar sind. Die Prognosen für das Wachstum des Welthandels im laufenden Jahr 2024 liegen gegenwärtig beispielsweise zwischen 2,3 % (Weltbank) und 3,3 % (Internationaler Währungsfonds¹). Das sind positive Signale. Nicht zuletzt da sich die meisten großen Volkswirtschaften angesichts der vielfältigen Belastungen geopolitischer Krisen als durchaus widerstandsfähig erwiesen haben.

Nichtsdestotrotz ist die globale Erholung verhalten und die weltweite Nachfrage nach Investitions- und Vorleistungsgütern bislang noch gedämpft. Bereits im Jahr 2023 waren die Exporte der deutschen Wirtschaft daher kalender- und saisonbereinigt um 1,4 % zurückgegangen (nominal: -2,0 %).² Zu stark lastete eine geringe Auslandsnachfrage infolge hoher Inflationsration und das hohe Zinsniveau auf den Unternehmensschultern. Auch für das Jahr 2024 rechnen die in der Gemeinschaftsdiagnose zusammengeschlossenen Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrer Frühjahrsprognose (März 2024) mit einem Rückgang der Ausfuhren im Jahr 2024 von 1 %.³ Eine Erholung der Exporte zu Jahresbeginn zeichnet sich anhand jüngster Daten allerdings bereits ab (Grafik 1). Zudem ist im weiteren Jahresverlauf global mit Leitzinssenkungen zu rechnen, was Investitionen und Exporte anregen wird.

Grafik 1: Außenhandel Deutschlands (Monate)

Kalender- und saisonbereinigte Exporte und Importe



Quelle: Destatis.

Hoffungsvoller Start für mittelständische Exporteure in das neue Kalenderjahr

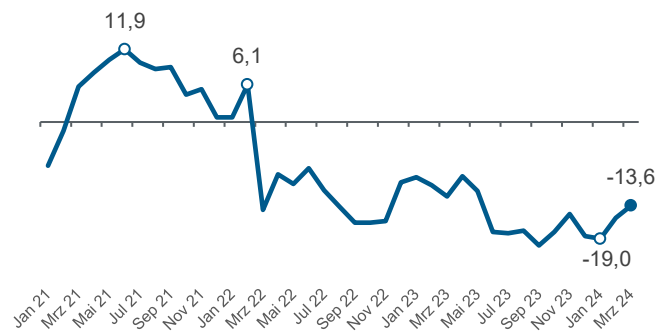
Ihren Niederschlag finden die gedämpften Wachstumsperspektiven in den Einschätzungen des industriellen Mittelstands in Deutschland. Diese sind seit Beginn des

Ukraine-Kriegs im Frühjahr 2022 kontinuierlich negativ (Grafik 2). Prägend waren hier in erster Linie die Begleiterscheinungen des Angriffs Russlands auf die Ukraine und der dadurch ausgelösten Energiekrise. Dazu kamen allgemein gedämpfte Wachstumsperspektiven, eine hohe Inflation, deutlich gestiegene Kreditkosten und hartnäckige Lieferengpässe. Zudem attestierten die international agierenden deutschen Unternehmen speziell für das Jahr 2022 eine Zunahme von Handelshemmnissen, und damit steigenden Protektionismus, bei ihren internationalen Geschäften.⁴ In diesem Zusammenhang führt die im Raum stehende globale Fragmentierung zu Standortkonkurrenz selbst unter wirtschaftlich eng verflochtenen Ländern und rückt die Stärkung des heimischen Unternehmenssektors in den Fokus.

Die Rahmenbedingungen – nicht nur für den international aktiven Mittelstand – waren in den vergangenen beiden Jahren alles andere als einfach. So lagen die im Rahmen des KfW-ifo-Mittelstandsbarometers ermittelten Exporterwartungen des mittelständischen Verarbeitenden Gewerbes (Grafik 2) auch noch das gesamte letzte Jahr 2023 im deutlich negativen Bereich (Durchschnittswert von -14,9). Auch zu Beginn des Jahres 2024 sind die Erwartungen – in der langfristigen Vergleichsperspektive – von Pessimismus geprägt.

Am aktuellen Rand allerdings gibt es einen Aufwärtstrend. Bereits zum zweiten Mal in Folge haben sich die Exporterwartungen der Unternehmen aufgehellt. Aus dem Blickwinkel der international stärker aktiven KMU ist der Start ins neue Kalenderjahr also hoffnungsvoll verlaufen.

Grafik 2: Exporterwartungen des mittelständischen Verarbeitenden Gewerbes aus dem KfW-ifo-Mittelstandsbarometer



Anmerkung: Saldo (in Prozentpunkten) aus Prozentanteilen positiver und negativer Antworten zu den Exporterwartungen für die kommenden drei Monate (saison- und mittelwertbereinigt). Dabei zählen grundsätzlich diejenigen Unternehmen zu den Mittelständlern, die nicht mehr als 500 Beschäftigte haben und maximal 50 Mio. EUR Jahresumsatz erzielen.

Quelle: KfW Research, ifo-Institut.

Der schlechten Stimmung zum Trotz: Auslandsumsätze des Mittelstands erreichten im Jahr 2022 ein Rekordhoch

Der KfW-Internationalisierungsbericht zur Situation und Entwicklung des mittelständischen Auslandsgeschäftes im Jahr 2022 zeigt: Entgegen der schlechten Stimmung und der – angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen seit dem Frühjahr 2022 – eingebrochenen und seitdem sehr gedämpften Exporterwartungen der Unternehmen haben sich die Auslandsumsätze der mittelständischen Unternehmen im Jahr 2022 deutlich positiv entwickelt. Der aggregierte Auslandsumsatz legte im Jahresvergleich um rund 14 % bzw. um nominal 84 Mrd. EUR zu. Das starke Ergebnis ist auch vor dem Hintergrund der im Jahr 2022 insgesamt noch guten gesamtwirtschaftlichen Lage in Deutschland zu sehen. Preis- und kalenderbereinigt stieg das BIP um 2,0 %. Noch nicht eingepreist sind dabei jedoch die vollen Auswirkungen der vollzogenen Zinswende. So hatte sich 2023 das globale Konjunkturmilieu bereits merklich eingetrübt, sichtbar in der deutlich negativen Unternehmensstimmung bis zum aktuellen Rand (Grafik 2).

Die Pandemie hatte die Auslandsumsätze des deutschen Mittelstands im Jahr 2020 auf 533 Mrd. EUR einbrechen lassen – das tiefste Niveau seit mehr als zehn Jahren. Von diesem Schock hatten sich die Unternehmen bereits im Vorjahr gut erholt, als ebenfalls ein nominaler Zuwachs um 84 Mrd. EUR zu Buche stand. Dieses starke Wachstum konnte nun im Jahr 2022 wiederholt werden. Mit (nominal) insgesamt 701 Mrd. EUR lag der im Ausland erzielte Umsatz nicht nur deutlich über dem – noch immer pandemiegeprägten – Vorjahreswert, sondern auch deutlich über dem Vorkrisenniveau von 596 Mrd. EUR im Jahr 2019.

Der Umsatzzugewinn im Auslandsgeschäft muss zwar vor dem Hintergrund der außerordentlich hohen Inflation des Jahres 2022 bewertet werden (+7,9 % im Jahresdurchschnitt⁵). Aber auch bei einer entsprechenden Preisbereinigung⁶ stünde für das Jahr 2022 noch immer ein sehr ordentliches Umsatzplus zu Buche: Das preisbereinigte Wachstum der absoluten, aggregierten Auslandsumsätze im Mittelstand lag bei rund 8 %. Das Umsatzwachstum war demnach nicht ausschließlich inflationsgetrieben. Im Folgenden wird aus Vergleichsgründen überwiegend auf nominale Werte abgestellt.

Auslandsgeschäft starke Säule eines insgesamt auch gewachsenen Mittelstands: Rund jeder achte Euro wird im Ausland erwirtschaftet

Es lässt sich festhalten: Nach mehreren, eher vergleichsweise zurückhaltenden Jahren präsentierte sich das Auslandsgeschäft des Mittelstands im Jahr 2022 wieder als starkes Standbein des

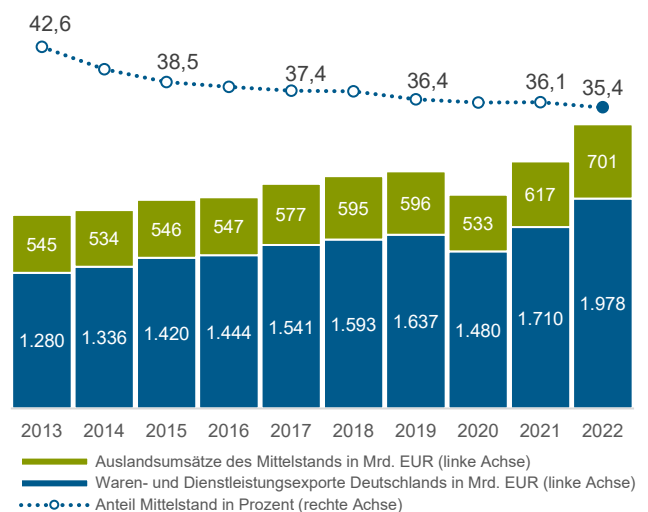
Unternehmenserfolgs. Die kriseninduzierte Talsohle der Internationalisierungsaktivitäten scheint mehr als durchschritten.

Aber nicht nur die Auslandsumsätze der Unternehmen zogen im Jahr 2022 deutlich an. Der allgemeine Preisauftrieb ließ auch die Gesamtumsätze des Mittelstands ordentlich steigen, sogar etwas stärker noch als die Auslandsumsätze. Die Gesamtumsätze stiegen im Jahr 2022 nominal um 742 Mrd. EUR bzw. +16 % gegenüber dem Vorjahr und erreichten ein Volumen von 5.322 Mrd. EUR (2021: 4.580 Mrd. EUR). Aber auch preisbereinigt ergab sich ein gutes Umsatzplus im gesamten Mittelstand von 10 %. Hier spielten vor allem ausgeprägte Corona-Nachholeffekte eine Rolle (z. B. Konsum von Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen und bei Freizeit, Kultur und Unterhaltung).

Über alle Unternehmen hinweg – also auch unter Einbeziehung der Unternehmen ohne Auslandstätigkeit – steuerten die Umsätze aus Internationalisierungsaktivitäten im Jahr 2022 demnach 13,2 % zum Gesamtumsatzvolumen des Mittelstands bei. Dieser Anteil lag leicht über dem Vorkrisenjahr 2019 (12,9 %) und deutlich über dem Krisenjahr 2020 (12,3 %) – allerdings variiert das langjährige Mittel nur geringfügig.

Grafik 3: Auslandsumsätze im Mittelstand und gesamtdeutscher Warenhandel und Dienstleistungen

Umsatzvolumen jeweils in Mrd. EUR (nominal); Gestrichelte Linie: Mittelstandsanteil in Prozent



Quelle: Destatis, KfW-Mittelstandspanel 2014–2023.

Auch gesamtdeutscher Außenhandel erreichte im Jahr 2022 neues Rekordniveau. Mittelstand verliert kontinuierlich an Bedeutung

Ungeachtet eines starken Zuwachses der Auslandsumsätze im Jahr 2022 – sowohl nominal als auch preisbereinigt – konnten die mittelständischen Unternehmen

nicht ganz mit dem gesamtdeutschen Außenhandel mithalten (Grafik 3): Die Warenausfuhr der Gesamtwirtschaft erhöhte sich im Jahr 2022 nominal um 15,7 % bzw. um 268 Mrd. EUR. Der Wert von Warenhandel und Dienstleistungsausfuhr belief sich damit auf ein Volumen von 1.978 Mrd. EUR (2021: 1.710 Mrd. EUR).⁷

Von den aggregierten zusätzlichen 268 Mrd. EUR Außenhandelsumsätzen im Jahresvergleich gingen mit 84 Mrd. EUR etwa 31 % im Jahr 2022 auf KMU zurück. Das ist für „mittelständische Verhältnisse“ ein guter Beitrag. Die Auslandsumsätze des deutschen Mittelstands entsprachen im Jahr 2022 damit rund 35,4 % der gesamten deutschen Waren- und Dienstleistungsausfuhr (2021: 36,1 %). Ungeachtet eines starken Jahres konnten KMU folglich keinen Boden gutmachen – sie verloren aber auch kaum. Dennoch ist ein leichter Abwärtstrend unverkennbar: In den vergangenen zehn Jahren haben mittelständische Unternehmen in etwa 7 Prozentpunkte Bedeutungsverlust für den gesamten deutschen Außenhandel aufzuweisen.

Außereuropäisches Geschäft erweist sich Zugpferd

Mit Blick auf Wachstumsraten erwies sich wie bereits im Jahr 2021 auch für das Jahr 2022 das außereuropäische Ausland als stärkerer Treiber der Auslandsumsätze im Mittelstand (Grafik 4). Das Wachstum der außereuropäischen Absätze zeigte sich mit einem Plus von 16 % wiederholt stark – nach bereits +19 % im Jahr zuvor. Die mittelständischen Umsätze in Regionen außerhalb Europas legten um 29 Mrd. auf mittlerweile 217 Mrd. EUR zu. Das entsprach zugleich rund 26 Mrd. EUR mehr als im Jahr 2019, vor Beginn der Corona-Pandemie.

Die außereuropäischen Umsätze setzten damit ihren bereits im Jahr 2021 eingeschlagenen Wachstumspfad fort. Ein gutes Zeichen, da hier der Einbruch im ersten Corona-Krisenjahr mit -17 % noch besonders stark war.

Europa aber nach wie vor auf Rang 1

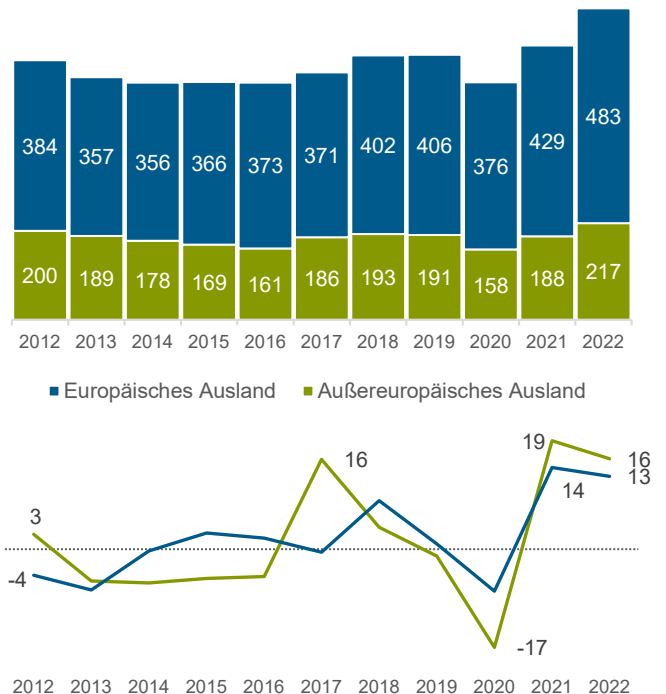
Trotz guter Zuwachsraten in anderen Teilen der Welt gilt jedoch nach wie vor, dass Europa der mit Abstand dominierende Auslandsmarkt für die mittelständischen Unternehmen ist. Die europäischen Auslandsumsätze der KMU lagen im Jahr 2022 bei nominal 483 Mrd. EUR – noch nie erwirtschafteten mittelständische Unternehmen so viel Umsatzvolumen in Europa. Ebenso wie die außereuropäischen Absätze zogen die europäischen Umsätze zum zweiten Mal nacheinander deutlich an, wenn auch leicht unter den Zuwachsraten außerhalb Europas. In Summe erzielten die Unternehmen

ein Umsatzplus von 54 Mrd. EUR innereuropäisch im Jahresvergleich.

Grundsätzlich nimmt Europa als Absatzregion des Mittelstands unbestreitbar die wichtigste Position ein. In den vergangenen zehn Jahren waren Umsätze in europäischen Ländern für rund zwei Drittel der gesamten mittelständischen Auslandsumsätze verantwortlich. In den letzten drei Jahren lag der entsprechende Anteil sogar recht hoch bei 69 bis 71 %.

Grafik 4: Auslandsumsatz im Mittelstand nach Regionen – Volumen und Wachstumsraten

Oben: Auslandsumsätze des Mittelstands im europäischen und außereuropäischen Ausland in Mrd. EUR.
Unten: Wachstumsraten des Auslandsumsatzes nach Regionen in Prozent.



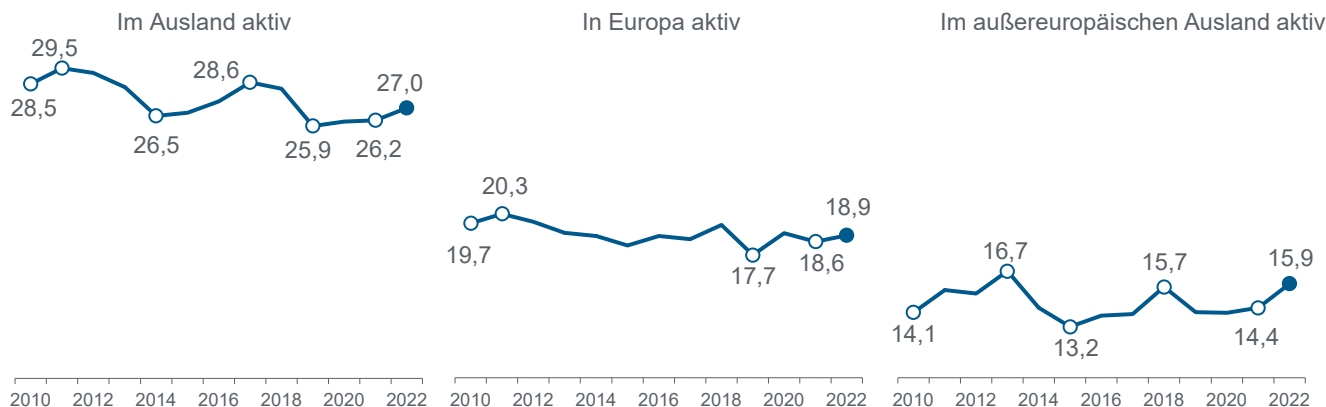
Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2013–2023.

Beitrag des Auslandsumsatzes zum Unternehmenserfolg nimmt drittes Jahr in Folge zu

Interessant ist, welchen Stellenwert das Auslandsgeschäft in erster Linie für diejenigen Unternehmen einnimmt, die tatsächlich international tätig sind. Hier gibt es eine positive Nachricht: Bereits zum dritten Mal nacheinander stieg der Anteil des Auslandsumsatzes an den Gesamtumsätzen der auslandsaktiven Mittelständler (Grafik 5). Im Jahr 2022 erzielten die international aktiven Unternehmen durchschnittlich rund 27 % ihres Umsatzes im Ausland. Der Auslandsbeitrag ist damit möglicherweise auf dem Wege, die einstigen Höchststände der Jahre 2017/2018 von über 28 % zu erreichen.

Grafik 5: Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz nach Absatzregionen

Angaben in Prozent.



Anmerkung: Die ausgewiesenen Werte beziehen sich jeweils auf diejenigen Unternehmen, die in der entsprechenden Region Auslandsumsätze erzielt haben. Die Einzelangaben für die in Europa aktiven und die im außereuropäischen Ausland aktiven addieren sich folglich nicht zur Angabe für alle im Ausland aktiven Unternehmen.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2011–2023.

Das relativ stärkere Wachstum der außereuropäischen Gesamtumsätze spiegelt sich auch im durchschnittlichen Umsatzanteil dieser Region wider. Fast 16 % ihrer gesamten Umsätze erzielten im Jahr 2022 Unternehmen, die grundsätzlich außerhalb Europas aktiv waren. Das ist ein deutlicher Anstieg um 1,5 Prozentpunkte. Bei den in Europa aktiven mittelständischen Unternehmen ist der entsprechende Umsatzbeitrag auch gestiegen, aber mit +0,3 Prozentpunkten deutlich weniger stark

Auslandsaktivität nahm in der Breite zu: So viele Unternehmen international tätig wie lange nicht

Nicht nur das absolute Volumen der Auslandsumsätze sowie der durchschnittliche Umsatzbeitrag des internationalen Geschäfts nahmen im Jahr 2022 zu. Es gab auch wesentlich mehr auslandsaktive Unternehmen. Der Anteil der Mittelständler, die Auslandsumsätze erzielen, zog im Jahr 2022 spürbar auf 23,1 % an (2021: 20,8 %). Das ist gleichbedeutend mit dem höchsten Wert seit 13 Jahren, als im Jahr 2009 noch 24,6 % der KMU international tätig waren (Grafik 6).

Mit anderen Worten: Der Aufschwung im Auslandsgeschäft des Jahres 2022 ging nicht auf wenige Unternehmen mit sehr starkem Wachstum zurück. Er verteilte sich vielmehr auf viele Schultern und fand in der Breite der mittelständischen Unternehmenslandschaft statt. Rund 879.000 der 3,8 Mio. Mittelständler haben damit ihre Produkte oder Dienstleistungen exportiert oder, deutlich seltener, über eine Vertriebsniederlassung im Ausland abgesetzt (+89.000 Unternehmen

ggü. 2021).

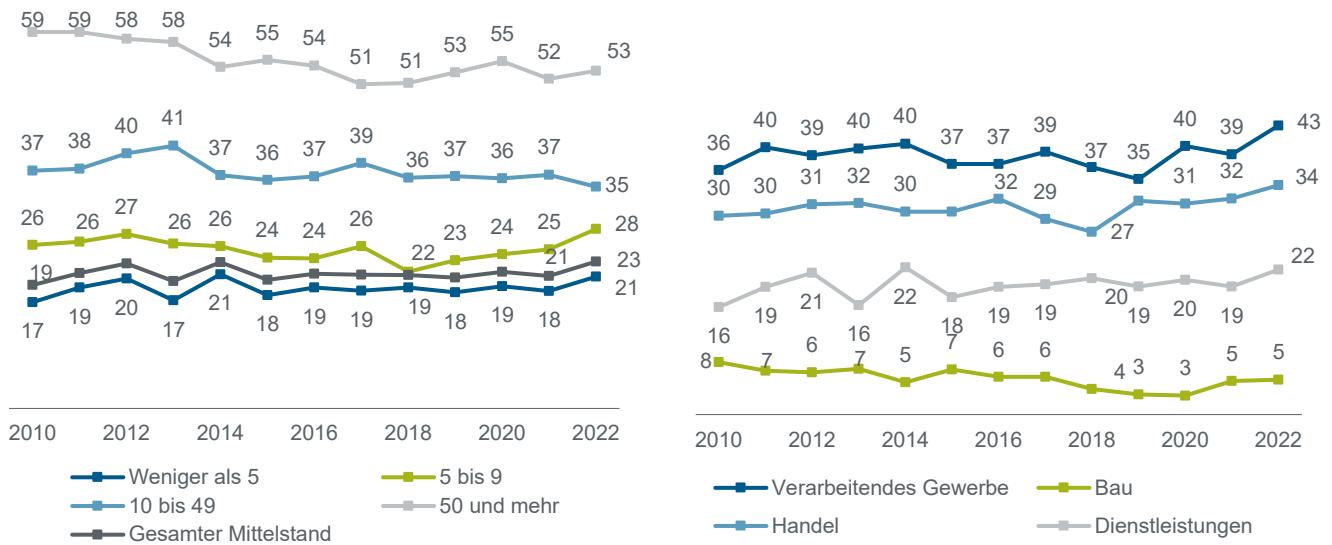
Kleine Unternehmen steigerten Internationalisierungsgrad deutlich, aber wirtschaftliches Gewicht ballt sich bei größeren Mittelständlern

Vor allem bei Unternehmen der kleineren Größenklassen nahm die Auslandsaktivität im Jahr 2022 zu (Grafik 6, links). Bei Kleinstunternehmen mit weniger als fünf Beschäftigten sowie kleineren Mittelständlern mit 5 bis 9 Beschäftigten stieg der Anteil Auslandsaktiver um jeweils drei Prozentpunkte. Speziell diese beiden Größensegmente prägen aufgrund ihres großen Gewichts innerhalb des Mittelstands den im Aggregat zunehmenden Internationalisierungsgrad – allein 89 % aller mittelständischen Unternehmen haben weniger als zehn Beschäftigte.⁸

Nichtsdestotrotz entfiel auf kleinere Unternehmen nur ein geringer Anteil des Volumens der Auslandsumsätze. Kleinstunternehmen steuerten im Jahr 2022 mit einem Volumen von 75 Mrd. EUR nur rund 11 % der gesamten Auslandsumsätze bei – und das bei einem nominalen Zuwachs von rund 9 % gegenüber 2021. Auch der Auslandsbeitrag der Internationalisierungstätigkeit lag bei den auslandsaktiven Kleinstunternehmen mit durchschnittlich 28 % auf einem vergleichsweise hohen Niveau. Das Durchschnittsvolumen der Auslandsumsätze lag, geschuldet der kleineren Unternehmensgröße insgesamt, allerdings mit rund 132.000 EUR (langjähriges Mittel 2010–2022: 128.000 EUR) deutlich unter dem Niveau der größeren Größenklassen.

Grafik 6: Anteil auslandsaktiver Unternehmen nach Größenklassen und Branchen

Anteile der Auslandsaktiven in Prozent, Anmerkung: Größenklassen nach Vollzeitäquivalent-Beschäftigten.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2011–2023.

Zum Vergleich: Größere mittelständische Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten erzielten im Jahr 2022 durchschnittlich 10,8 Mio. EUR Auslandsumsatz (langjähriges Mittel 2010–2022: 11,4 Mio. EUR) – bei einem vergleichbaren Auslandsbeitrag von durchschnittlich 28 % an den Gesamtumsätzen dieser Unternehmen. Trotz einer generell geringen Anzahl an Unternehmen – nur rund 2 % der Mittelständler fallen in diese Größenklasse – entfällt damit im Aggregat ein mit 55 % bzw. 386 Mrd. EUR wesentlich höherer Anteil der mittelständischen Auslandsumsätze auf diese Größenklasse. Hier ist jedoch auffallend, dass größere Mittelständler mit Beginn der Corona-Krise im Jahr 2020 an relativer Bedeutung verloren haben: In den Jahren 2020–2022 lag ihr Anteil an den gesamten Auslandsumsätzen bei durchschnittlich 56,6 % – in den Jahren zuvor lag dieser Wert mit durchschnittlich 62,4 % wesentlich höher (2010–2019).

Insgesamt 53 % der größeren Mittelständler waren im Jahr 2022 auslandsaktiv (+1 Prozentpunkt) und erzielten ein Umsatzplus von 10 % gegenüber 2021. Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten waren mit einem Anteil von 35 % etwas weniger auslandsaktiv (-2 Prozentpunkte ggü. 2021), verbuchten dennoch einen nominalen Zuwachs der Auslandsumsätze von 22 % (+36 Mrd. EUR). Zusammengenommen erzielten die beiden größten Größenklassen rund 84 % der gesamten Auslandsumsätze des Mittelstands.

Starke Dienstleistungsorientierung begrenzt Internationalisierungsgrad des Mittelstands

Der außerordentlich hohe Anteil von Dienstleistungsunternehmen im Mittelstand ist ein wesentlicher Faktor,

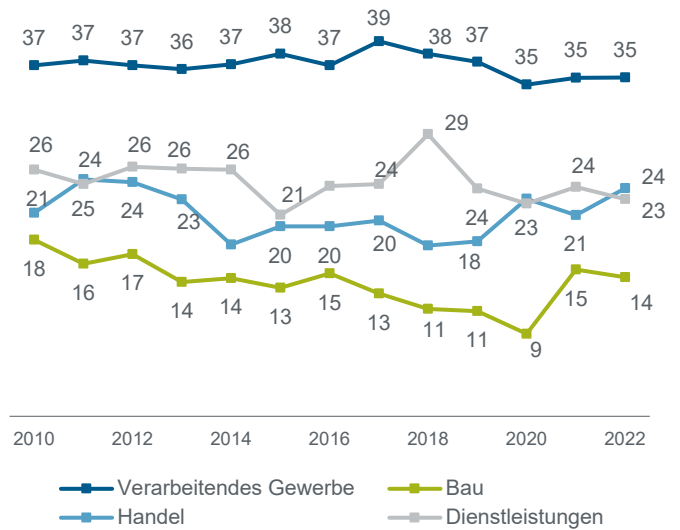
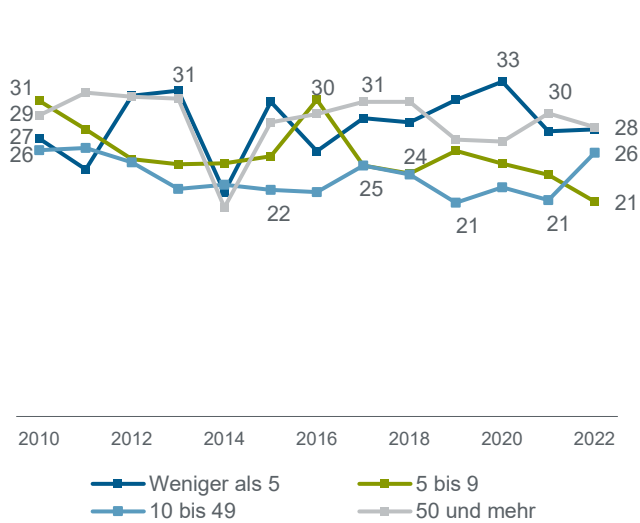
dass der Mittelstand nicht stärker im internationalen Wettbewerb steht bzw. keinen höheren Internationalisierungsgrad aufweist. Allein 77,6 % aller mittelständischen Unternehmen können im Jahr 2022 Dienstleistungswirtschaftszweigen zugeordnet werden, die rund 75 % aller Beschäftigten im Mittelstand stellen. Und die Bedeutung der Dienstleistungssektoren nimmt zu.⁹

Neben Wissensintensiven Dienstleistungen¹⁰ wie bspw. Architektur- oder Ingenieurbüros, Steuer- oder Unternehmensberatungen – hier sind allein 1,5 Mio. Unternehmen aktiv – spielen Sonstige Dienstleistungen eine zentrale Rolle. Darunter fallen beispielsweise Unternehmen der körpernahen Dienstleistungen, Gastronomie und Gastgewerbe, weite Teile des Tourismus, die Bereiche Pflege, Aus- und Weiterbildung sowie Kultur und Sport. Ein Großteil dieser Unternehmen ist oftmals sehr stark lokal orientiert und bietet eher begrenzte Möglichkeiten einer Internationalisierung.

Der Anteil der auslandsaktiven KMU nahm in Dienstleistungsbereichen im Jahr 2022 um drei Prozentpunkte auf nunmehr 22 % zu. Eine erfreuliche Entwicklung, aber weiterhin ist die Lücke zum Handel (34 %) oder zu Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes (43 %) sehr groß. Zumal in diesen beiden Segmenten der Anteil Auslandsaktiver jeweils einen neuen Höchststand erreicht hat. Noch nie erzielten dort so viele Unternehmen Umsätze aus Auslandstätigkeiten wie im Jahr 2022.

Grafik 7: Anteil des Auslands- am Gesamtumsatz nach Größenklassen und Branchen

Durchschnittlicher Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz in Prozent



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2011–2023.

Nach wie vor „Schlusslicht“ ist das mittelständische Baugewerbe: Nur 5 % dieser Unternehmen erzielten im Jahr 2022 Umsätze im Ausland. Das Gesamtvolumen von 8 Mrd. EUR entspricht lediglich einem Anteil von 1,1 % an den gesamten Auslandsumsätzen des Mittelstands.

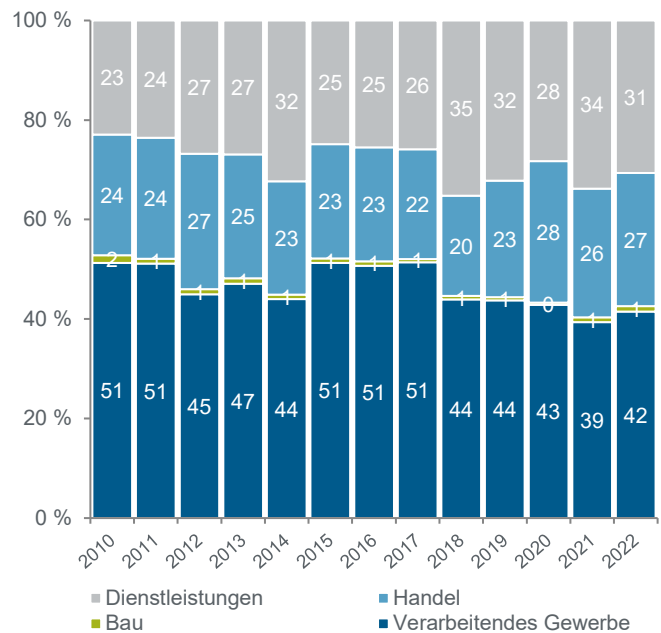
Auslandsorientierung und -gewicht im industriellen Mittelstand am größten, aber Dienstleistungen holen auf

Die hohe Bedeutung des internationalen Geschäfts spiegelt sich vor allem für KMU des Verarbeitenden Gewerbes im Auslandsbeitrag wider: 35 % der Gesamtumsätze erzielen die auslandsaktiven industriellen Mittelständler im Ausland. Mit 291 Mrd. EUR Auslandsumsatz im Jahr 2022 entfallen rund 41 % der gesamten mittelständischen Auslandsumsätze auf Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes. Am Zuwachs des Jahres 2022 von 84 Mrd. EUR haben diese KMU mit einem Plus von 48 Mrd. EUR einen Anteil von 57 %.

In einer längerfristigen, strukturellen Perspektive wird aber auch klar, dass Dienstleistungsunternehmen – ungeachtet ihrer geringeren Auslandsorientierung – ihre relative Bedeutung für das gesamte mittelständische Auslandsgeschäft ausbauen (Grafik 8): Ihr Anteil ist seit dem Jahr 2010 von damals 22 % auf nunmehr 31 % am Gesamtauslandsabsatz gestiegen. Parallel dazu „verliert“ das Verarbeitende Gewerbe an Gewicht, von vormals 51 % auf aktuelle 41 %.

Grafik 8: Anteil der Branchen am gesamten Auslandsumsatz im Mittelstand

Anteile je Branche in Prozent



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2011–2023.

Export dominiert die Vertriebswege mittelständischer Unternehmen

Die Unternehmensgröße und das Tätigkeitsfeld bestimmen maßgeblich die außenwirtschaftlichen Verflechtungen der Unternehmen. Das gilt in erster Linie natürlich für das Ausmaß des internationalen Engagements. Aber auch die Art des Auslandsengagements hängt zu großen Teilen von Größe und Branche des Unternehmens ab (Grafik 9).

Der mit großem Abstand wichtigste Vertriebsweg mittelständischer Unternehmen ist der direkte Export. Allein 69 % der auslandsaktiven KMU nutzen diesen Vertriebskanal. Im Verarbeitenden Gewerbe sind es sogar 83 %. Die Gründe für die hohe Bedeutung direkter Exportaktivitäten liegen auf der Hand: Das unternehmerische Risiko ist dabei, etwa im Vergleich zum Aufbau einer eigenen Vertriebsniederlassung, relativ gering. Exportaktivitäten – vor allem beim Aufbau des Auslandsgeschäftes – können meist mit geringem Kapitaleinsatz durchgeführt werden. Auch sind weniger umfangreiche Kenntnisse des Auslandsmarktes notwendig und der Bedarf an personellen Ressourcen ist (vorerst) meist überschaubar. Vor allem für kleinere Unternehmen ist dieser Vertriebskanal daher vorteilhaft. Grenzüberschreitende Handelsbeziehungen durch den direkten Export von Waren und Dienstleistungen sind daher für viele auslandsaktive mittelständische Unternehmen Normalität. Und das sowohl bei der Bedienung der regional wie kulturell näher gelegenen europäischen Märkte als auch für außereuropäische Märkte (Grafik 10).

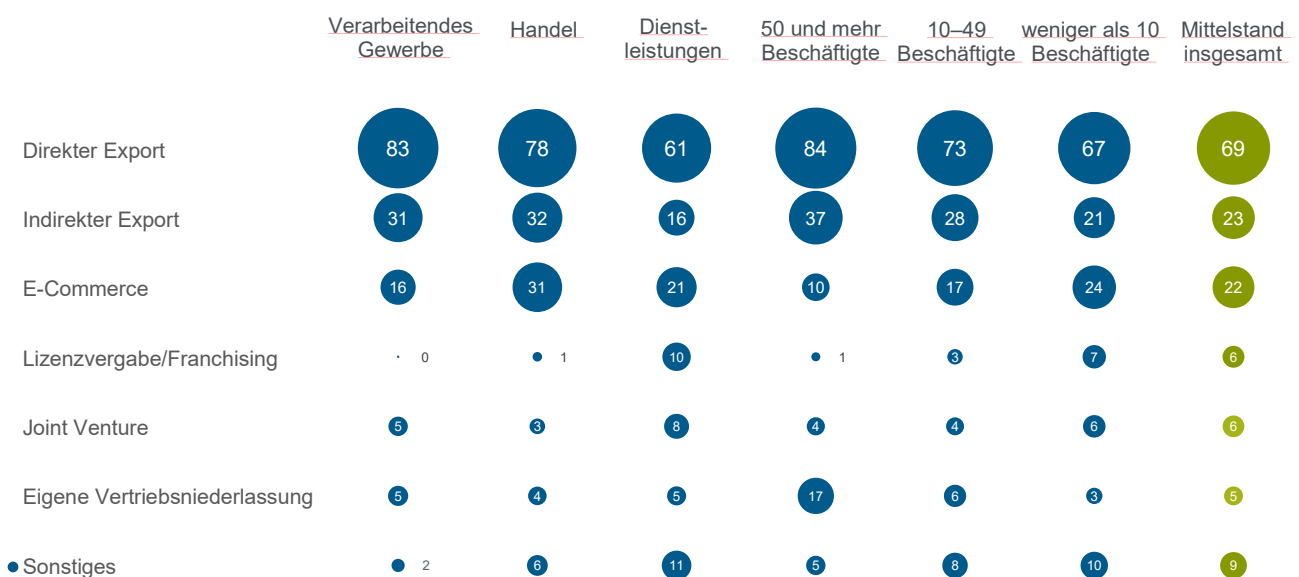
Neben der Möglichkeit des direkten Exportes, bei dem das exportierende Unternehmen den Verkauf der Waren und Dienstleistungen im Zielmarkt unmittelbar übernimmt, spielt auch der indirekte Vertrieb von Exportgütern für eine Reihe von Unternehmen eine

tragende Rolle. Insgesamt 23 % der auslandsaktiven KMU nutzt den Kanal des indirekten Exports. Hierbei werden eigene Produkte oder Dienstleistungen durch ein anderes deutsches Unternehmen in den jeweiligen Zielmärkten vertrieben (beispielsweise Außenhandelsunternehmen). Diese Strategie mindert Risiken, die Notwendigkeit umfangreicher Kenntnisse der Auslandsmärkte, den Aufwand zur Marktpflege und nicht zuletzt den Kapitalbedarf (keine eigene Lagerhaltung, kein eigener Aufbau von Kontakten zu Abnehmern, etc.). Insofern ist es naheliegend, dass etwas weiter entfernte Absatzmärkte auf diese Art bedient werden (Grafik 10).

Eine eher unterdurchschnittliche Relevanz besitzt die indirekte Exporttätigkeit im Falle von Dienstleistungsunternehmen (16 %). Hier ist oftmals die persönliche Ansprache der Endkunden durch das Unternehmen selbst nötig. Etwa doppelt so häufig wird der Weg indirekter Exporte von KMU des Verarbeitenden Gewerbes (31 %) oder – hier sogar noch deutlich häufiger – von größeren Mittelständlern mit 50 und mehr Beschäftigten genutzt (37 %). Das ist insofern naheliegend, als dass sich mit steigender Unternehmensgröße oft die Zahl der Zielmärkte erhöht, dass ein unmittelbarer Export in alle Auslandsmärkte nur mit sehr hohem Ressourceneinsatz möglich sein wird.

Grafik 9: Nutzung verschiedener Vertriebswege im Ausland

Anteil an allen Auslandsaktiven in Prozent



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2022.

Jedes fünfte Unternehmen erzielt Auslandsumsatz mittels digitaler Vertriebswege

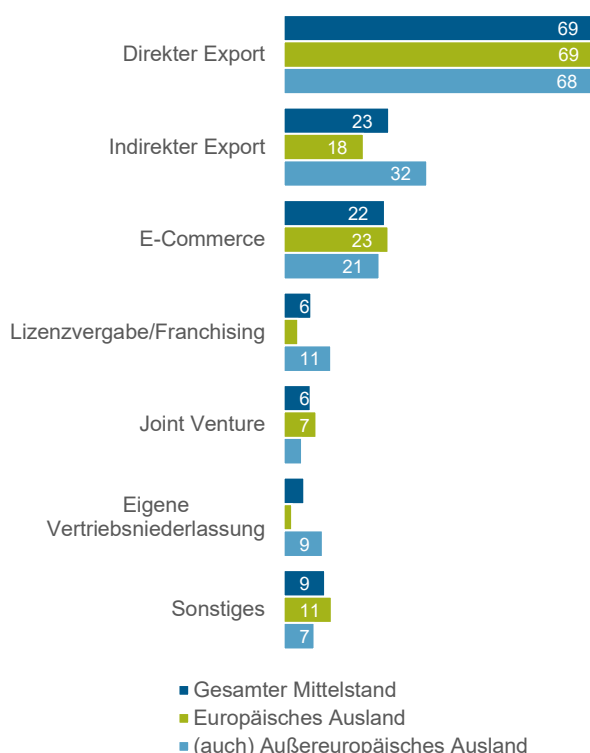
Nahezu gleichauf auf dem dritten Rangplatz findet sich E-Commerce als Vertriebskanal bei der Bearbeitung von Auslandsmärkten.¹¹ Dazu zählen beispielsweise digitale Marktplätze, Onlineshops, Beschaffungsplattformen aber auch der automatisierte Datenaustausch zwischen Unternehmen. Etwa jedes fünfte auslandsaktive Unternehmen nutzt diesen Vertriebsweg (22 %). Der Anteil der Auslandsaktiven mit E-Commerce-Nutzung entspricht dabei fast genau dem Wert für den gesamten Mittelstand von 23 % im Jahr 2022 (hier: Unternehmen, die mittels E-Commerce Umsatz erzielt haben). Zuletzt wurden 290 Mrd. EUR mittels des digitalen Vertriebs von Waren und Dienstleistungen vom Mittelstand im In- und Ausland Erlöst, was rund 5,5 % der Gesamtumsätze der Unternehmen entsprach. Unter der Annahme, dieses Verhältnis hätte auch für den Teilbereich des Auslandsumsatzes Gültigkeit, so ergäbe sich ein über E-Commerce erzielter Auslandsumsatz im Mittelstand von rund 39 Mrd. EUR im Jahr 2022.

Speziell die coronabedingten Einschränkungen hatten digitalen Vertriebswegen einen merklichen Schub verliehen. Die Umstellung auf bzw. die zusätzliche Verwendung oder Ausweitung digitaler Vertriebskanäle hat vielfach einen stärkeren Umsatzrückgang verhindert oder Umsatzausfälle gemildert. E-Commerce ist mittlerweile als wichtiger Umsatz-Baustein vieler mittelständischer Unternehmen kaum wegzudenken. Auch im Zuge der Auslandsmarktbearbeitung dürfte die schrittweise Verstärkung des „digitalen Weges“ im Vertrieb zunehmen. Mit einem Bedeutungszuwachs ist zu rechnen. Aktuell nutzen vor allem kleinere Unternehmen (weniger als zehn Beschäftigte) und KMU des Einzel- und Großhandels E-Commerce überdurchschnittlich häufig.

Die Vergabe von Lizenzen bzw. Franchising-Modelle zur Bearbeitung von Auslandsmärkten spielen in der Gesamtsicht lediglich für kleinere Unternehmen (mit weniger als zehn Beschäftigten) und Dienstleistungsunternehmen eine Rolle. In nur rund 6 % der Gesamtheit der auslandsaktiven Mittelständler findet dieser Vertriebsweg Verwendung. Gleiches gilt für die Variante eines Joint-Venture (6 %) sowie die Errichtung einer eigenen Vertriebsniederlassung im Ausland (5 %) – speziell letzterer Vertriebsweg ist allerdings für große KMU überdurchschnittlich häufig relevant.

Grafik 10: Nutzung verschiedener Vertriebswege nach Zielregionen

Anteil an allen Auslandsaktiven in Prozent



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2022.

Direktinvestitionen im Ausland für den Mittelstand generell sehr selten relevant und in der Pandemie nochmals zurückgegangen

In der öffentlichen Wahrnehmung werden Internationalisierungsaktivitäten des Mittelstands in erster Linie mit dem Exportengagement verbunden. Daneben können Unternehmen auch in Form von Direktinvestitionen im Ausland aktiv sein. Die Schwelle hin zu einer Direktinvestition überschreiten allerdings meist nur größere Unternehmen, die bereits (langjährige und intensive) Erfahrungen und Kenntnisse im Export gesammelt haben.

Im Vergleich zum Export sind Direktinvestitionen für Unternehmen mit größerem Aufwand und Risiken verbunden. So erhöhen beispielsweise die langfristige Kapitalbindung und der höhere Kapitaleinsatz das finanzielle Risiko im Vergleich zu Exportaktivitäten. Hinzu kommt, dass Direktinvestitionen sich gegenüber Exporten oft erst bei hohen Exportkosten lohnen. So findet beispielsweise die Option einer eigenen Vertriebsniederlassung weitaus häufiger für außereuropäische Absatzmärkte Verwendung (Grafik 10).

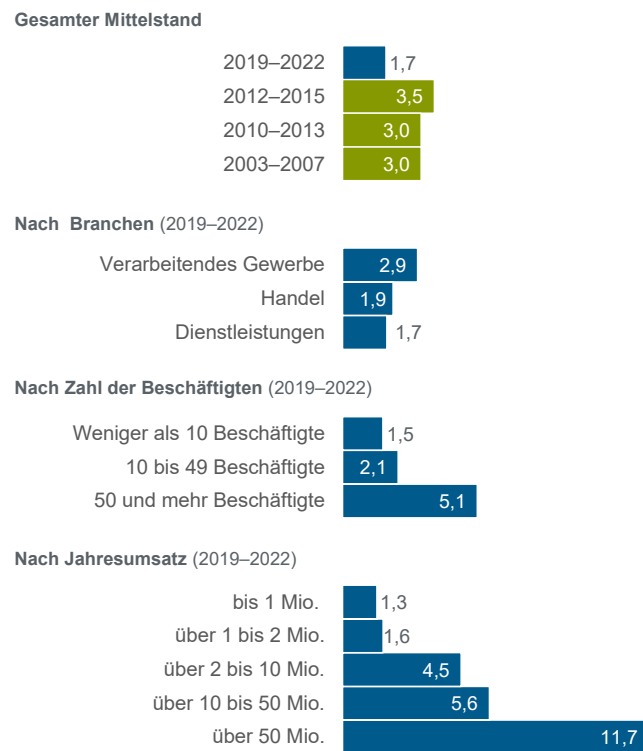
Auslöser für Auslandsinvestitionen können vielfältig sein: Weite Transportwege, hohe Exportvolumina,

bestehende Handelshemmnisse oder Wechselkurseinflüsse können eine Rolle spielen. Nicht zu vernachlässigen sind geringere Produktionskosten und Marktzugang bzw. generell das Profitieren von den Standortvorteilen ausländischer Märkte (siehe auch Grafik 13 und die Ausführungen in diesem Bericht dazu).

Auslandsinvestitionen sind damit Ausdruck langfristiger, strategisch orientierter Unternehmensentscheidungen. Auslandsinvestitionen umfassen unter anderem die Errichtung, den Ausbau oder die Modernisierung eines eigenen Produktions- oder Vertriebsstandortes im Ausland sowie die Beteiligung an ausländischen Unternehmen mit mindestens 10 %.¹²

Grafik 11: Anteil mittelständischer Unternehmen mit Auslandsinvestitionen

Angaben in Prozent



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Der ohnehin geringe Anteil kleiner und mittlerer Unternehmen mit grenzüberschreitenden Investitionen ist in der Corona-Krise nochmals gesunken: Im Zeitraum von 2019 bis 2022 haben nur rund 1,7 % aller mittelständischen Unternehmen Investitionen im Ausland getätigt. Das entspricht rund 65.000 der 3,81 Mio. mittelständischen Unternehmen in Deutschland. Im Zeitraum 2012–2015 lag dieser noch bei rund 3,5 %, die Zahl der Unternehmen mit Auslandsinvestitionen war mit nahezu 130.000 doppelt so hoch. In den beiden länger

zurückliegenden Betrachtungszeiträumen lag der entsprechende Anteil jeweils bei 3 %. Das gesamte mittelständische Auslandsinvestitionsvolumen lässt sich für den Zeitraum 2019–2022 auf insgesamt 10–15 Mrd. EUR schätzen und liegt damit in einer ähnlichen Größenordnung wie schon 2012–2015.¹³

Häufiger kommen Auslandsinvestitionen nur unter größeren Mittelständlern vor (Grafik 11). Dies liegt vor allem an den enormen personellen und finanziellen Ressourcen, die solche Investitionen erfordern. Bei nur geringen Produktions- und Absatzmengen lohnt sich die Aufteilung auf mehrere Standorte in der Regel nicht. Deutlich wird, dass Auslandsinvestitionen eine generell sehr begrenzt genutzte Variante der Auslandsmarktbearbeitung im Mittelstand sind. Und zudem – vor dem Hintergrund der anhaltenden Diskussionen um eine mögliche fortschreitende Deindustrialisierung Deutschlands – sich eine am aktuellen Rand unverändert geringe Tendenz zur Verlagerung von Unternehmensaktivitäten des Mittelstands ins Ausland zeigt.

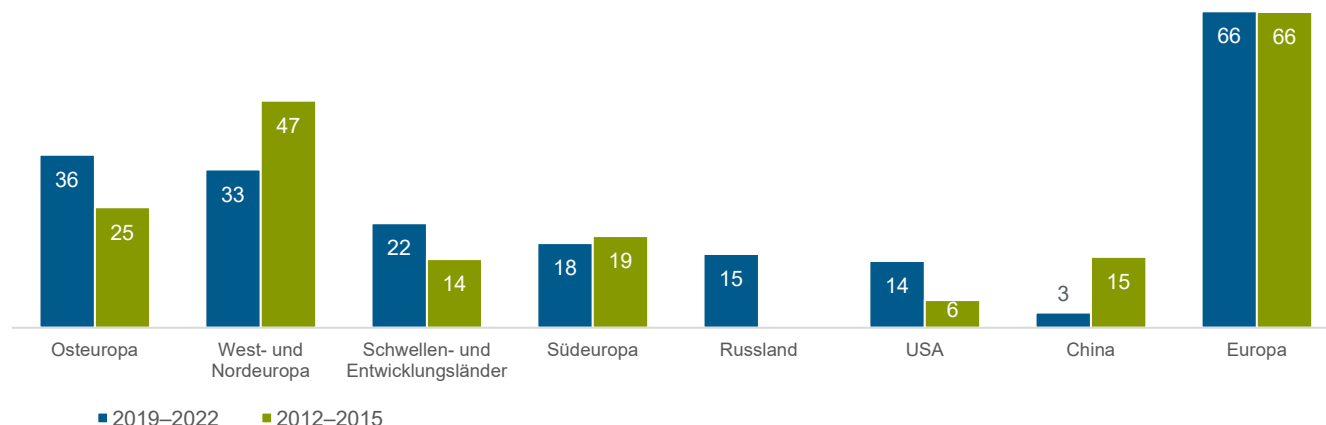
Die Auslandsinvestitionsneigung dürfte auch in Zukunft ähnlich hoch (oder niedrig) bleiben wie schon vor der Corona-Pandemie. So planen nicht mehr als 3,8 % aller 3,81 Mio. Mittelständler in Deutschland, in den kommenden drei bis fünf Jahren im Ausland zu investieren. Auch wenn einzelne Länder für ausländische Investoren an Attraktivität gewinnen – mit einem starken Anstieg der mittelständischen Auslandsinvestitionen infolge zunehmender Standortverlagerungen von KMU ist in den kommenden Jahren nicht zu rechnen.¹⁴

Europa dominant, China verliert, USA gewinnt

Europa ist und bleibt die wichtigste Zielregion für grenzüberschreitende Investitionen deutscher Mittelständler. Etwa zwei Drittel aller kleinen und mittleren Unternehmen mit Auslandsinvestitionen im Zeitraum 2019–2022 haben in Europa investiert (Grafik 12). Osteuropa hat als Investitionsziel für den Mittelstand weiter an Bedeutung gewonnen. Insbesondere Polen hat sich mit einer wachsenden Verkehrsinfrastruktur, vielen gut ausgebildeten Fachkräften und einem dichten Lieferantennetzwerk zu einem attraktiven Produktionsstandort in unmittelbarer Nähe zu Deutschland entwickelt. West- und Nordeuropa hat dagegen als Investitionsziel an Attraktivität verloren. Dies dürfte nicht zuletzt auf den Brexit zurückzuführen sein, der Anfang 2020 vollzogen wurde.¹⁵ Südeuropa ist weiterhin Ziel von etwa jedem fünften Auslandsinvestor.

Grafik 12: Zielregionen der mittelständischen Auslandsinvestitionen

Anteil aller mittelständischen Unternehmen mit Auslandsinvestitionen für die jeweilige Zielregion in Prozent



Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich. Europa umfasst die Zielregionen Osteuropa, West- und Nordeuropa und Südeuropa.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2023

Auffallend ist auch die geringere Bedeutung Chinas als Ziel mittelständischer Auslandsinvestitionen. Gerade einmal 3 % aller im Ausland investierender KMU haben hier Produktions- oder Vertriebsstandorte aufgebaut und modernisiert oder sich an chinesischen Unternehmen beteiligt (-12 Prozentpunkte ggü. 2012–2015).¹⁶ Die USA haben dagegen an Attraktivität gewonnen: Mehr als 14 % aller Mittelständler, die im Zeitraum 2019–2022 im Ausland investiert haben, haben dies in den USA getan (+8 Prozentpunkte ggü. 2012–2015). Neben einem hohen Absatzpotenzial bieten die USA vor allem mit Blick auf die Energiekosten günstigere Bedingungen als viele europäische Länder.¹⁷ Gleichzeitig setzen die USA mit dem Inflation Reduction Act gezielte Anreize für Investitionen ausländischer Unternehmen in den USA.

In Russland haben in den vergangenen vier Jahren rund 15 % der 65.000 KMU investiert – ein Anteil, der vor allem die Situation vor Beginn des Kriegs in der Ukraine widerspiegelt und seither deutlich gesunken sein dürfte, nicht zuletzt infolge der staatlichen Sanktionen durch die EU und entsprechenden Gegenreaktionen von Seiten Russlands.

Auslandsinvestitionen vor allem zur Erschließung neuer Absatzmärkte

Das mit Abstand wichtigste Motiv für Investitionen im Ausland ist die Erschließung neuer Absatzmärkte. Für rund 60 % aller Unternehmen, die im Zeitraum 2019–2022 im Ausland investiert haben, war dies einer der wesentlichen Beweggründe (Grafik 13). Auch für zwei Drittel der Unternehmen, die in der Zukunft im Ausland investieren wollen, ist der Zugang zu neuen Märkten ein wichtiger Beweggrund. Das mittelständische

Investitionsgeschehen wird damit auch perspektivisch klar von Wachstumsmotiven getrieben. Vor dem Hintergrund, dass Deutschland weltweit zweitgrößter Exporteur von Umwelt- und Klimaschutzgütern ist, dürfte die grüne Transformation hier eine Rolle spielen.¹⁸

Geringere Steuerlast und weniger Regulierung

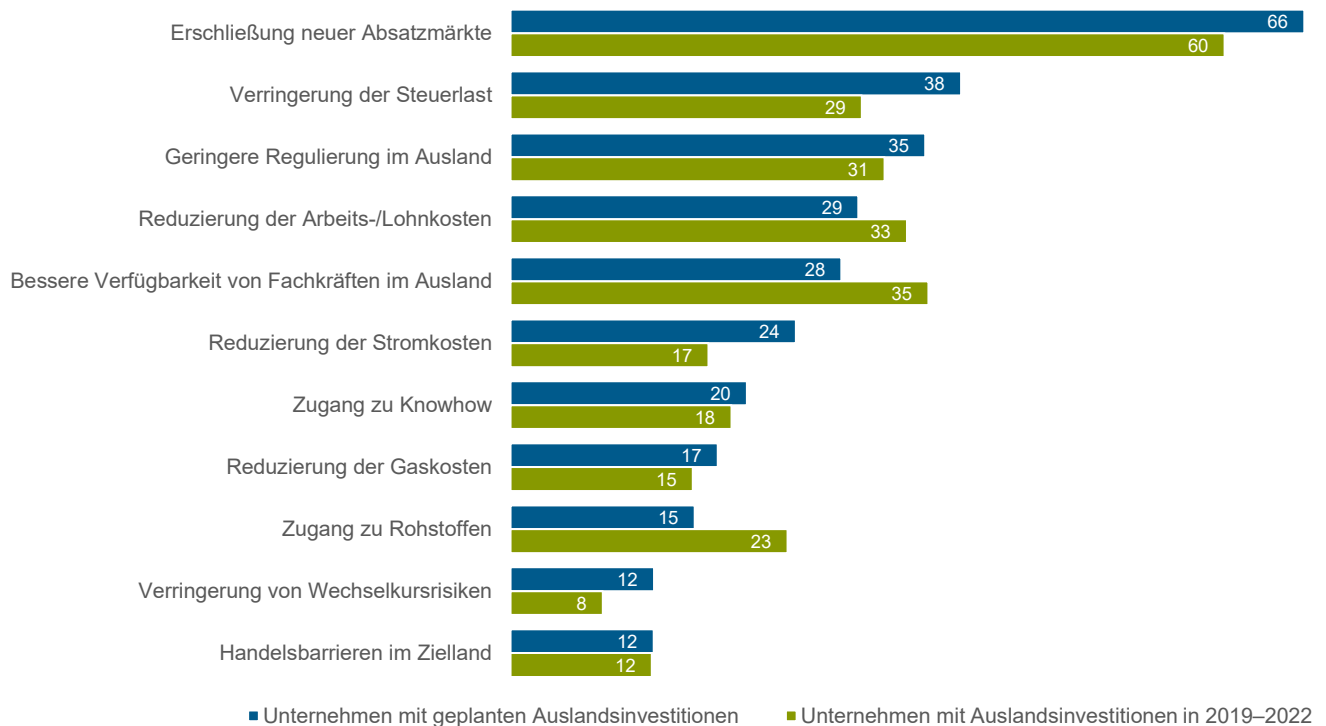
Während Wachstumsmotive klar im Vordergrund stehen, zielen einige Mittelständler mit ihrer Investition auch auf eine Senkung ihrer Steuerlast ab. Für 38 % aller Investitionsplaner ist dies ein wichtiger Beweggrund. Ähnlich viele – genauer 35 % – erhoffen sich durch eine teilweise Verlagerung ihrer Aktivitäten ins Ausland eine geringere Belastung durch regulatorische Anforderungen. Welche Anforderungen die Unternehmen in Deutschland als besonders belastend empfinden, lässt sich hieraus nicht ablesen – Arbeitsmarktregulierung, Umwelt- und Klimaschutzvorgaben, aber auch das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz könnten hier beispielsweise mit hineinspielen. Dass Steuern und Abgaben sowie Bürokratie als Risiken für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstands am Standort Deutschland wahrgenommen werden, macht auch der KfW-Internationalisierungsbericht 2023 deutlich.¹⁹

Niedrigere Lohnkosten und bessere Verfügbarkeit von Fachkräften

Für etwa drei von zehn mittelständischen Unternehmen, die in den kommenden drei bis fünf Jahren im Ausland investieren wollen, ist die Senkung der Arbeitskosten ein wesentliches Motiv. Eine wichtige Rolle dürfte dieses Kostenmotiv insbesondere für Investitionen in Osteuropa spielen.²⁰

Grafik 13: Markterschließung als dominierendes Motiv für Auslandsinvestitionen

Anteil der Unternehmen in Prozent, für die der jeweilige Aspekt ein wesentlicher Beweggrund für ihre Investitionen im Ausland ist, an allen Unternehmen mit geplanten bzw. im Zeitraum 2019–2022 getätigten Auslandsinvestitionen



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2023.

Nicht nur geringere Lohnkosten, sondern auch der Zugang zu Fachkräften ist dabei in vielen dieser Länder gegeben. Der Anteil der Hochqualifizierten – Hochschulabsolventen sowie Personen mit den Fortbildungsabschlüssen wie etwa Meister oder Techniker – ist in den letzten Jahren in nahezu allen EU-Ländern deutlich gestiegen.²¹ Gleichzeitig ist der Fachkräftemangel in den meisten EU-Ländern zwar ebenfalls ein zunehmendes Problem, aber noch längst nicht so stark ausgeprägt wie in Deutschland.²² Und auch darauf kommt es einigen Investoren an: Rund 29 % der Unternehmen sehen in der besseren Verfügbarkeit von Fachkräften einen wesentlichen Grund für ihre geplanten Auslandsinvestitionen.

Energiekosten gehören nicht zu den wesentlichen Treibern

Die Senkung der Stromkosten ist nur für jedes vierte, die Senkung der Gaskosten sogar nur für jedes sechste Unternehmen mit grenzüberschreitenden Investitionsplänen ein wesentliches Motiv. Damit hat die Senkung der Energiekosten – insbesondere der Stromkosten – zwar einen höheren Stellenwert für die Unternehmen, die in den kommenden Jahren im Ausland investieren wollen, als für die Unternehmen, die im Zeitraum von 2019–2022 im Ausland investiert haben. Zu

den größten Treibern von Auslandsinvestitionen im Mittelstand gehören sie allerdings nicht. Dies dürfte daran liegen, dass die Energiekosten in der Breite des Mittelstands als tragbar eingeschätzt werden und diese mehrheitlich nicht als ein gravierender Nachteil im internationalen Wettbewerb wahrgenommen werden.²³ Auch andere Untersuchungen kommen zu dem Ergebnis, dass Energiekosten nicht zu den Haupttreibern von Standortentscheidungen gehören, wenngleich sie für einzelne energieintensive Industriezweige – wie die Metallindustrie oder die Grundstoffchemie – bedeutsam sind.²⁴

Zugang zu Knowhow – und Rohstoffen

Für rund 20 % aller Mittelständler mit grenzüberschreitenden Investitionsplänen ist auch der Zugang zu Knowhow ein wichtiges Motiv. Dies gilt für Dienstleistungsunternehmen, die durch Übernahme oder Beteiligung an einem ausländischen Unternehmen ihr Wissen und ihre Kompetenzen erweitern können, aber auch für Mittelständler aus dem Verarbeitenden Gewerbe, die sich so Zugang zu neuen Produktionstechnologien verschaffen. Der Zugang zu Rohstoffen – für rund 15 % der Investitionsplaner ein wichtiger Beweggrund – ist dagegen vor allem für Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe relevant.

Starkes Fundament im Mittelstand, aber Anstrengungen zum Erhalt und Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit ratsam

Die mittelständischen Unternehmen haben gezeigt, dass sie auch im Angesicht multipler Krisenherde erfolgreich international agieren können. Das Fundament für eine auch künftig positive Entwicklung des mittelständischen Auslandsgeschäftes scheint gegeben. Zumal mit einem absehbaren Anziehen der Auslandsnachfrage gerechnet werden kann, wovon auch die kleinen und mittleren Unternehmen hierzulande profitieren dürften.

Auf Erreichtem auszuruhen ist allerdings selten eine gute Idee. Langfristig wird entscheidend sein, wie gut es dem Mittelstand gelingt, sich gegenüber ausländischer Konkurrenz im Wettbewerb durchzusetzen. Das gilt für sämtliche im internationalen Wettbewerb stehende Unternehmen – für international agierende wie auch für Unternehmen ohne eigenes Auslandsgeschäft. Hier ist der Wettbewerbsdruck durch Importe ausschlaggebend. Nach eigener Einschätzung schneiden deutsche Mittelständler bei vielen Aspekten gut ab.

Qualifizierte Fachkräfte, ein positives Image des Standorts Deutschland, Innovationsgrad und Qualität der Produkte/Dienstleistungen oder auch Kosten für Personal, Rohstoffe, Vorprodukte und Energie – allesamt Punkte, bei denen sich KMU gut aufgestellt sehen.²⁵

Aber auch Schwächen gibt es. Bürokratie, Steuern und Abgaben sowie Umwelt- und Klimaschutzbestimmungen am Standort Deutschland stellen aus Unternehmenssicht Risiken für die Wettbewerbsfähigkeit dar. Auch im Preiswettbewerb und bei der Digitalisierung haben viele Mittelständler noch das Nachsehen.²⁶

Die Ansatzpunkte zur konkreten Ausgestaltung der Rahmenbedingungen, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Unternehmen zu halten und auszubauen liegen auf der Hand. Politik und Unternehmen sind nach wie vor gleichermaßen gefordert. Auf der Tagesordnung dürften dabei unter anderem der Bürokratieabbau, die Bekämpfung des Fachkräftemangels sowie Digitalisierungsanstrengungen stehen.

KfW-Mittelstandspanel

Das KfW-Mittelstandspanel wird seit dem Jahr 2003 als schriftliche Wiederholungsbefragung der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland mit einem Umsatz von bis zu 500 Mio. EUR im Jahr durchgeführt.

Mit einer Datenbasis von bis zu 15.000 Unternehmen pro Jahr stellt das KfW-Mittelstandspanel die einzige repräsentative Erhebung im deutschen Mittelstand und damit die wichtigste Datenquelle für mittelstandsrelevante Fragestellungen dar. Durch die Repräsentativität für sämtliche mittelständische Unternehmen aller Größenklassen und Branchen in Deutschland bietet das KfW-Mittelstandspanel die Möglichkeit, Hochrechnungen auch für Kleinunternehmen mit weniger als fünf Beschäftigten durchzuführen. In der aktuellen Welle haben sich 11.328 mittelständische Unternehmen beteiligt.

Auf Basis des KfW-Mittelstandspanels werden Analysen zur langfristigen strukturellen Entwicklung des Mittelstands durchgeführt. Das KfW-Mittelstandspanel liefert ein repräsentatives Abbild der gegenwärtigen Situation, der Bedürfnisse und der Pläne mittelständischer Unternehmen in Deutschland. Den Schwerpunkt bilden jährlich wiederkehrende Informationen zum Unternehmenserfolg, zur Investitionstätigkeit und zur Finanzierungsstruktur. Dieses Instrument bietet die einzigartige Möglichkeit, quantitative Kennziffern mittelständischer Unternehmen, wie Investitionsausgaben, Kreditnachfrage oder Eigenkapitalquoten zu bestimmen.

Zur Grundgesamtheit des KfW-Mittelstandspanels gehören alle mittelständischen Unternehmen in Deutschland. Hierzu zählen private Unternehmen sämtlicher Wirtschaftszweige, deren jährlicher Umsatz die Grenze von 500 Mio. EUR nicht übersteigt. Ausgeschlossen sind der öffentliche Sektor, Banken sowie Non-Profit Organisationen. Derzeit existiert keine amtliche Statistik, die die Anzahl mittelständischer Unternehmen und die Zahl ihrer Beschäftigten adäquat abbildet. Zur Bestimmung der Grundgesamtheit mittelständischer Unternehmen für das Jahr 2022 wie auch für die Grundgesamtheit der Beschäftigten in mittelständischen Unternehmen im Jahr 2022 wurden im Erhebungsjahr 2022 das Unternehmensregister sowie die Erwerbstätigenrechnung als Ausgangsbasis verwendet.

Die Stichprobe des KfW-Mittelstandspanels ist so konzipiert, dass repräsentative und verlässliche Aussagen generiert werden. Die Stichprobe wird dazu in vier Schichtgruppen unterteilt: Fördertyp, Branchenzugehörigkeit, Beschäftigtengrößenklasse, Region. Um von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit schließen zu können, werden die Befragungsergebnisse gewichtet bzw. hochgerechnet. Für die Bestimmung der Hochrechnungsfaktoren werden die vier zentralen Schichtungsmerkmale verwendet: Die Hochrechnungsfaktoren setzen dabei die Verteilung der Nettostichprobe (entsprechend den vier Schichtungsmerkmalen) ins Verhältnis zur Verteilung in der Grundgesamtheit. Insgesamt werden zwei Hochrechnungsfaktoren ermittelt: Ein ungebundener Faktor zur Hochrechnung qualitativer Größen auf die Anzahl mittelständischer Unternehmen in Deutschland und ein gebundener Faktor zur Hochrechnung quantitativer Größen auf die Anzahl der Beschäftigten in mittelständischen Unternehmen in Deutschland.

Durchgeführt wird die Befragung von der GfK GmbH, im Auftrag der KfW Bankengruppe. Wissenschaftlich beraten wurde das Projekt vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim. Der Befragungszeitraum der Hauptbefragung der 21. Welle des KfW-Mittelstandspanels lief vom 06.02.2023 bis zum 16.06.2023.

Weiterführende Informationen finden Sie im Internet unter: www.kfw-mittelstandspanel.de

- ¹ International Monetary Fund (IMF) (2024), Word Economic Outlook Update, January 2024, <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2024/Update/January/English/text.ashx>
- ² Statistisches Bundesamt (Destatis) (2024), Exporte im Dezember 2023: -4,6 % zum November 2023, Pressemitteilung Nr. 044 vom 5. Februar 2024, Wiesbaden.
- ³ Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose (2024), Gemeinschaftsdiagnose #1-2024. Frühjahr 2024: Deutsche Wirtschaft kränkelt – Reform der Schuldenbremse kein Allheilmittel, Kiel.
- ⁴ DIHK (2003), Going International 2023 Erfahrungen und Perspektiven der deutschen Wirtschaft im Auslandsgeschäft – Ergebnisse einer Unternehmensumfrage, Berlin.
- ⁵ Statistisches Bundesamt (Destatis) (2023), Inflationsrate im Jahr 2022 bei +7,9 %, Pressemitteilung Nr. 022 vom 17. Januar 2023, Wiesbaden.
- ⁶ Ein allgemeiner Deflator für aggregierte Umsatzvolumen bzw. ein allgemeiner Preisindex, der auf die Umsatzvolumen im Unternehmensbereich angewendet werden könnte, existiert nicht. Vom Statistischen Bundesamt werden unterschiedliche Deflatoren für verschiedene Wirtschaftszweige oder Wirtschaftsabschnitte verwendet, z. T. auf sehr detaillierter Ebene. Eine ebensolche Unterscheidung ist anhand des KfW-Mittelstandspanels nur sehr eingeschränkt möglich. Daher wurde zur Preisbereinigung der Umsätze im Mittelstand der Deflator des Bruttoinlandsproduktes verwendet.
- ⁷ Statistisches Bundesamt (Destatis) (2024), Außenhandel. Gesamtentwicklung des deutschen Außenhandels ab 1950 (vorläufige Ergebnisse), Stand: 18.03.2024, Wiesbaden.
- ⁸ Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2023), KfW-Mittelstandspanel 2023: Belastungsfähigkeit des Mittelstands wird auf die Probe gestellt: bislang nur leichte Blessuren, aber erhöhte Anspannung ist spürbar, KfW Research.
- ⁹ Die Ursachen der generellen Verschiebung hin zu Dienstleistungen sind dabei vielfältig: Zum einen spielt unternehmensseitig die Auslagerung bzw. Vergabe vormals unternehmensintern durchgeführter Leistungen an Fremdunternehmen eine Rolle (beispielsweise IT-Wartung, Datenspeicherung, Personalrekrutierung, Bereiche Recht und Steuern). Zum anderen erzeugen strukturelle Entwicklungen schon länger eine erhöhte (beispielsweise im Zuge des demografischen Wandels oder durch den wachsenden Anteil kleiner Haushalte).
- ¹⁰ Wissensintensive Dienstleistungen umfassen solche Dienstleistungsteilbranchen mit einem überdurchschnittlich hohen Akademikeranteil an der Gesamtbeschäftigung bzw. Dienstleistungen mit einer starken Technologieorientierung. Darunter fallen beispielsweise Architektur- und Ingenieurbüros, Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatungen, Datenverarbeitung oder Fernmeldedienste. Die Abgrenzung basiert auf der sogenannten NIW/ISI-Liste wissensintensiver Industrien und Dienstleistungen, die wiederum auf der WZ2008-Systematik des Statistischen Bundesamts fußt
- ¹¹ E-Commerce ist nach Definition des Statistischen Bundesamts der Ein- und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über elektronische Netze vor allem über das Internet oder EDI (elektronische Datenaustausch zwischen Computersystemen verschiedener Unternehmen). Voraussetzung ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze. Zahlung und Lieferung können dabei auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Ein Großteil des E-Commerce entfällt auf automatisierte Übertragung und Weiterverarbeitung von regelmäßigen und gut prognostizierbaren Bestellungen im Rahmen von Geschäftsprozessen zwischen Unternehmen.
- ¹² Der Erwerb rein finanzieller Vermögenswerte wie Anleihen oder Aktien fällt nicht darunter.
- ¹³ Die durchschnittlichen Investitionsbudgets sind damit im Vergleich zu vor der Corona-Krise angestiegen. Im Vergleich zu den gesamten ausländischen Direktinvestitionen der deutschen Wirtschaft – die sich allein im Jahr 2022 auf rund 196 Mrd. EUR beliefen – ist das mittelständische Auslandsinvestitionsvolumen weiterhin gering. Auch gemessen am gesamten Investitionsvolumen des Mittelstands – rund 754 Mrd. EUR im Zeitraum 2019–2022 – sind die Auslandsinvestitionen kleiner und mittlerer Unternehmen nach wie vor von untergeordneter Bedeutung.
- ¹⁴ Tendenziell dürfte der Anteil der Unternehmen, die letztlich im Ausland investieren, noch unter 3,8 % liegen, denn nicht alle Unternehmen werden ihre Investitionspläne für die kommenden Jahre auch realisieren.
- ¹⁵ Planungs- und Rechtsunsicherheiten haben zu einem Rückzug vieler europäischer Unternehmen aus Großbritannien und einem Einbruch ausländischer Direktinvestitionen in dem Land geführt, das zuvor beliebtestes Investitionsziel in der EU war. Vgl. Matthes, J. (2018): Brexit führt zu Investitionsschwäche im Vereinigten Königreich, IW-Kurzbericht 44/2018 sowie o. V. (2023): Sieben Jahre Brexit-Referendum: Der Brexit ist ein wirtschaftliches Desaster für beide Seiten des Kanals, WirtschaftsWoche vom 22. Juni 2023
- ¹⁶ Mit der Corona-Krise hat das Land an Anziehungskraft verloren. Die konjunkturelle Entwicklung ist hinter den Erwartungen zurückgeblieben, während die geopolitischen Spannungen weiter zugenommen haben. Die Lieferkettenstörungen der letzten Jahre haben viele Unternehmen veranlasst, ihre Wertschöpfungsketten zu überprüfen und die wirtschaftliche Abhängigkeit von China durch eine stärkere Diversifizierung zu reduzieren. Darüber hinaus führt die staatliche Subventionierung heimischer Unternehmen und die starke Regulierung des Marktzugangs für ausländische Investoren in China zu ungleichen Wettbewerbsbedingungen, die es gerade kleineren deutschen Mittelständlern schwer machen, dort Fuß zu fassen. – Vgl. GTAI (2023): Ist weniger China bald mehr? sowie GTAI (2023): Deutsche Unternehmen haben es in China zunehmend schwer
- ¹⁷ Sachverständigenrat für gesamtwirtschaftliche Entwicklung (2022): Energiekrise solidarisch bewältigen, neue Realität gestalten, Jahresgutachten 2022/2023.
- ¹⁸ Abel-Koch, J. und A. Brüggemann (2023): Großunternehmen halten Klimaneutralität und Wettbewerbsfähigkeit für vereinbar, Volkswirtschaft Kompakt Nr. 26, KfW Research
- ¹⁹ Abel-Koch, J. (2023): KfW-Internationalisierungsbericht 2023 – Mittelstand schneidet aktuell vielfach besser ab als die Konkurrenz aus dem Ausland – sieht aber Handlungsbedarf zur Sicherung seiner zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit, KfW Research.
- ²⁰ Vgl. hierzu auch Abel-Koch, J. (2016): Mittelständische Wertschöpfungsketten werden internationaler – Europa bleibt wichtig, Fokus Volkswirtschaft Nr. 137, KfW Research.
- ²¹ Geis-Thöne, W. (2023): Bildungsstand der Bevölkerung im europäischen Vergleich, IW-Report 3/2023
- ²² Peichl, A., Sauer, S. und K. Wohlrabe (2022): Fachkräftemangel in Deutschland und Europa – Historie, Status quo und was getan werden muss, ifo Schnelldienst 75/2022.

²³ Abel-Koch, J. (2023): KfW-Internationalisierungsbericht 2023 – Mittelstand schneidet aktuell vielfach besser ab als die Konkurrenz aus dem Ausland – sieht aber Handlungsbedarf zur Sicherung seiner zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit, KfW Research.

²⁴ Bialek, S., Schaffranka, C. und M. Schnitzer (2023): Kein Grund zur Panik Die Energiekrise ist kein Game Changer, aber sie beschleunigt den ohnehin anstehenden Strukturwandel in der Industrie, ifo Schnelldienst 3/2023.

²⁵ Abel-Koch, J. (2023): KfW-Internationalisierungsbericht 2023 – Mittelstand schneidet aktuell vielfach besser ab als die Konkurrenz aus dem Ausland – sieht aber Handlungsbedarf zur Sicherung seiner zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit, KfW Research.

²⁶ Abel-Koch, J. (2023): KfW-Internationalisierungsbericht 2023 – Mittelstand schneidet aktuell vielfach besser ab als die Konkurrenz aus dem Ausland – sieht aber Handlungsbedarf zur Sicherung seiner zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit, KfW Research