

# Die Globalisierung des Mittelstandes:

12:35 Miami  
13:00 Hattai  
13:05 Bangkok  
Sydney  
13:15 San Fran  
13:25 Tokyo  
13:30 Seattle  
13:30 Amsterdam  
14:00 Colombo  
14:05 New York  
14:15 Paris-CDG  
14:20 Kuwait

Chancen und Risiken.

Publikation der Volkswirtschaftlichen Abteilung  
Februar 2006.

**Herausgeber:**

KfW Bankengruppe, Konzernkommunikation

Palmengartenstraße 5-9, 60325 Frankfurt am Main

Telefon: 069 7431-0, Telefax 069 7431-2944

[www.kfw.de](http://www.kfw.de)

Redaktion: KfW Bankengruppe, Volkswirtschaftliche Abteilung

Autorin: Dr. Anke Brenken

Frankfurt am Main, Februar 2006



## Inhaltsverzeichnis

Die Globalisierung des Mittelstandes – Chancen und Risiken.....	2
1. Die wichtigsten Ergebnisse .....	2
2. Einleitung.....	5
3. Die Triebkräfte der Globalisierung und die Folgen für den Mittelstand .....	6
4. Die Exporttätigkeit des deutschen Mittelstandes.....	9
4.1 Weltweit steigende Bedeutung des Exports .....	9
4.2 Die wichtigsten Einflussfaktoren auf das Exportgeschäft .....	10
4.3 Die Bedeutung der einzelnen Absatzmärkte .....	14
4.4 Konzentration des Exports auf große Unternehmen .....	16
4.5 Die Internationalisierung des Mittelstandes im europäischen Vergleich.....	18
5. Direktinvestitionen deutscher Mittelständler .....	19
5.1 Entwicklung der Direktinvestitionen .....	20
5.2 Der Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionstätigkeit.....	21
5.3 Ziele der Direktinvestitionen deutscher Mittelständler .....	22
5.4 Investitionsmotive .....	27
5.5 Entwicklung von Unternehmen mit Beteiligungsaktivitäten in Osteuropa.....	29
5.6 Der Blick in die Zukunft.....	31
6. Fazit.....	33
A Anhang.....	35

## Die Globalisierung des Mittelstandes – Chancen und Risiken

### 1. Die wichtigsten Ergebnisse

Ziel dieser Studie ist es, das internationale Engagement des deutschen Mittelstandes vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung zu untersuchen. Folgende zentrale Fragen sollen dabei beantwortet werden: Wie hat sich das Umfeld der Mittelständler in den letzten Jahren verändert? Welche Anpassungsstrategien gibt es auf Seiten des Mittelstandes? Wie aktiv ist der Mittelstand im Ausland? Wie sind seine Zukunftsperspektiven?

#### Veränderungen im Umfeld der Mittelständler

1. Der Mittelstand ist durch die Liberalisierung der Märkte, die mit neuen Marktpotenzialen, aber auch mit zunehmender Konkurrenz ausländischer Anbieter einhergeht, zunehmend in den Sog der Globalisierung geraten.
2. Die Öffnung der Märkte Mittel- und Osteuropas stellt einen Strukturbruch für das Auslandsengagement des deutschen Mittelstandes dar. Die Länder Mittel- und Osteuropas bieten den deutschen Unternehmen kostengünstige und lukrative Standorte vor der eigenen Haustür, wodurch das Internationalisierungspotenzial der Mittelständler erweitert wurde.
3. Gleichzeitig hat der Wegzug von Großkunden den Wandel in der mittelständischen Zulieferindustrie geprägt. Viele Mittelständler werden gezwungen, den Endproduktherstellern zu folgen. Darüber hinaus verschlechtert der zunehmende Bezug von Zwischen- und Vorprodukten seitens der Großunternehmen aus kostengünstigeren Ländern die Absatzchancen deutscher Mittelständler.
4. Technischer Fortschritt und sinkende Transport- und Kommunikationskosten reduzieren die mit Direktinvestitionen verbundenen Fixkosten und senken somit Markteintrittsschranken. Dies erleichtert den Schritt ins Ausland insbesondere für KMU, die generell kleinere Investitionsvolumina stemmen als Großunternehmen. Für viele der kleinen und mittleren Unternehmen öffnet dieser Trend erstmals die Option einer Verlagerung von Produktion oder Vertrieb ins Ausland.
5. Auch das zunehmende „Aufbrechen der Wertschöpfungskette“ in viele kleine Produktionsschritte trägt zum steigenden internationalen Engagement des Mittelstandes bei: Es ermöglicht Mittelständlern die Spezialisierung auf ihre Kernkompetenzen und die Auslagerung kostenintensiver Arbeitsprozesse.
6. Die in den letzten Jahren im Vergleich zum Ausland schwache Binnenkonjunktur hat die Attraktivität des Auslandsengagements für die durchschnittlich stark binnenorientierten KMU erhöht.

### **Das Exportgeschäft**

7. 23,7 % der Mittelständler exportieren. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass über drei Viertel der Mittelständler direkt lediglich den Heimatmarkt bedienen. Diese Unternehmen werden nur indirekt durch die Globalisierung, bspw. durch zunehmende Importkonkurrenz, berührt.
8. Das Auslandsgeschäft trägt 17 % zum Gesamtumsatz des deutschen Mittelstands bei.
9. Im europäischen Vergleich sind die deutschen Mittelständler überdurchschnittlich exportorientiert. Die Exportquote der deutschen Mittelständler liegt über jener ihrer Konkurrenten in den anderen großen Volkswirtschaften wie Frankreich, Spanien und Großbritannien.
10. Die EU ist der wichtigste Absatzmarkt für den deutschen Mittelstand. Zwei Drittel seiner Exporte liefert der deutsche Mittelstand in die EU. Ein Drittel wird ins nicht-europäische Ausland exportiert.
11. Trotz der Vielzahl der im Ausland tätigen Unternehmen konzentrieren sich die Exportaktivitäten nach wie vor stark auf große Unternehmen. Mittelständler mit einem Umsatz von weniger als 50 Mio. Euro tragen weniger als 20 % zum deutschen Gesamtexport bei (bei einem Anteil von über 40 % am gesamten Umsatz). Besonders hoch erweist sich die Konzentration der Exporte im Verarbeitenden Gewerbe.
12. Branche, Unternehmensgröße, Produktivität und Eigenkapitalstärke sind wichtige Einflussfaktoren sowohl für die Aufnahme als auch für den Umfang der Exporttätigkeit. Jedem dieser Faktoren konnte im Rahmen von Regressionsanalysen ein signifikanter Einfluss auf die Exportquote und auch auf die Zielregion nachgewiesen werden.

### **Direktinvestitionen und Outsourcing der deutschen Mittelständler**

13. Die amtliche Statistik unterzeichnet aufgrund der bestehenden Meldefreigrenzen die Investitionstätigkeit der Mittelständler erheblich. Empirische Studien sowie die Auswertung der von der KfW geförderten Auslandsinvestitionen deuten darauf hin, dass deutsche KMU weitaus stärker im Ausland engagiert sind als in den öffentlichen Zahlen dokumentiert wird.
14. Das Gewicht der mittel- und osteuropäischen Beitrittsländer als Zielregion der von Mittelständlern durchgeführten Direktinvestitionen hat seit Mitte der 90er Jahre stark zugenommen. Im Zeitablauf lässt sich eine klare Tendenz weg von der „alten“ EU hin zu den mittel- und osteuropäischen Beitrittsländern beobachten. Mittel- und Osteuropa ist zudem für die Mittelständler wesentlich bedeutender als für die Gesamtwirtschaft. In den letzten Jahren lässt sich zudem ein Trend zu weiter entfernten Regionen wie Asien und Amerika erkennen.
15. Dennoch spielen die Direktinvestitionen nach wie vor eine untergeordnete Rolle in den Investitionsentscheidungen der deutschen Mittelständler, von denen eine deutliche Mehrheit (2/3) weniger als 10% ihrer Investitionen im Ausland tätigen.

16. Das wichtigste Motiv für ein Auslandsengagement ist die Erschließung neuer bzw. Sicherung bestehender Absatzmärkte, gefolgt von dem Ziel, durch das Auslandsvorhaben Kosten zu sparen.
17. Direktinvestitionen sind jedoch nur eine Möglichkeit, Produktionskosten zu sparen. Alternativ können Zulieferverträge mit Anbietern in Mittel- und Osteuropa geschlossen werden. Durch den Import von Zwischenprodukten lässt sich die eigene Wettbewerbsfähigkeit steigern. Die Umfrage zeigt, dass insbesondere größere Mittelständler des Verarbeitenden Gewerbes stark in das global sourcing eingebunden sind.
18. Unternehmen, die eine Mehrheitsbeteiligung in Mittel- und Osteuropa halten, wachsen in Deutschland langsamer als Unternehmen ohne eine solche Beteiligung. Allerdings sagt der Zusammenhang nichts über die Kausalität zwischen Auslandsengagement und Umsatzentwicklung im Inland aus. Denn die schwächere Umsatzentwicklung am Heimatmarkt könnte durchaus Auslöser der Auslandsinvestitionen und weniger Folge dieser gewesen sein.

### **Fazit und Blick in die Zukunft**

Viele deutsche Mittelständler nutzen die Chancen, die sich aus der Internationalisierung ergeben, aktiv. Ihr Exportanteil ist zwar geringer als der der Großunternehmen. Mit einer im europäischen Vergleich überdurchschnittlich hohen Exportquote sind sie jedoch bereits weit aus stärker auf den Auslandsmärkten präsent als der Mittelstand aus anderen europäischen Ländern.

Der Umbruch in Mittel- und Osteuropa gab deutschen KMU den entscheidenden Impuls, um im Ausland zu investieren. Technischer Fortschritt und sinkende Transaktionskosten wirken zudem als Katalysatoren der zunehmenden Internationalisierung der kleinen und mittleren Unternehmen hierzulande, indem beide Faktoren zu einer Reduktion der mit den Auslandsinvestitionen verbundenen Fixkosten beitragen. Letzteres ermöglicht nun auch Mittelständlern, in zunehmendem Maße kleinere Investitionsvorhaben im Ausland zu realisieren.

Es ist zu erwarten, dass sich die Integration der Güter- und Faktormärkte in unverändertem Tempo fortsetzt. Einen neuen Impuls wird die Globalisierung durch Innovationen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie erhalten, so dass immer mehr Güter und Dienstleistungen handelbar werden. Ausländische Anbieter werden deshalb in Zukunft immer stärker auf den deutschen Märkten präsent sein. Als Antwort darauf müssen die Mittelständler hierzulande ihre Produkte und Dienstleistungen fortlaufend weiterentwickeln und neue Märkte finden, in denen sie Wettbewerbsvorteile vorweisen. D.h. um sich gegen die Risiken der Globalisierung zu wappnen, muss der deutsche Mittelstand die damit verbundenen Chancen auch in Zukunft verstärkt nutzen.

## 2. Einleitung

Die fortschreitende Globalisierung der Wirtschaft, d.h. ihre Triebkräfte und Folgen, werden allenthalben diskutiert. Weniger im Mittelpunkt des Interesses stehen jedoch die Trends auf einer disaggregierteren Ebene. So 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 die Aufnahme eines internationalen Engagements 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.<sup>1</sup> 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?

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?

---

<sup>1</sup> 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 miteinfassen. 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.



### 3. 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 deutlichen 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 Endprodukthersteller zur Überlebensfrage. 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.<sup>2</sup>

Veränderungen haben sich auch infolge sinkender Transaktions- und Kommunikationskosten sowie infolge von Neuentwicklungen im Dienstleistungssektor ergeben. Diese Faktoren ha-

---

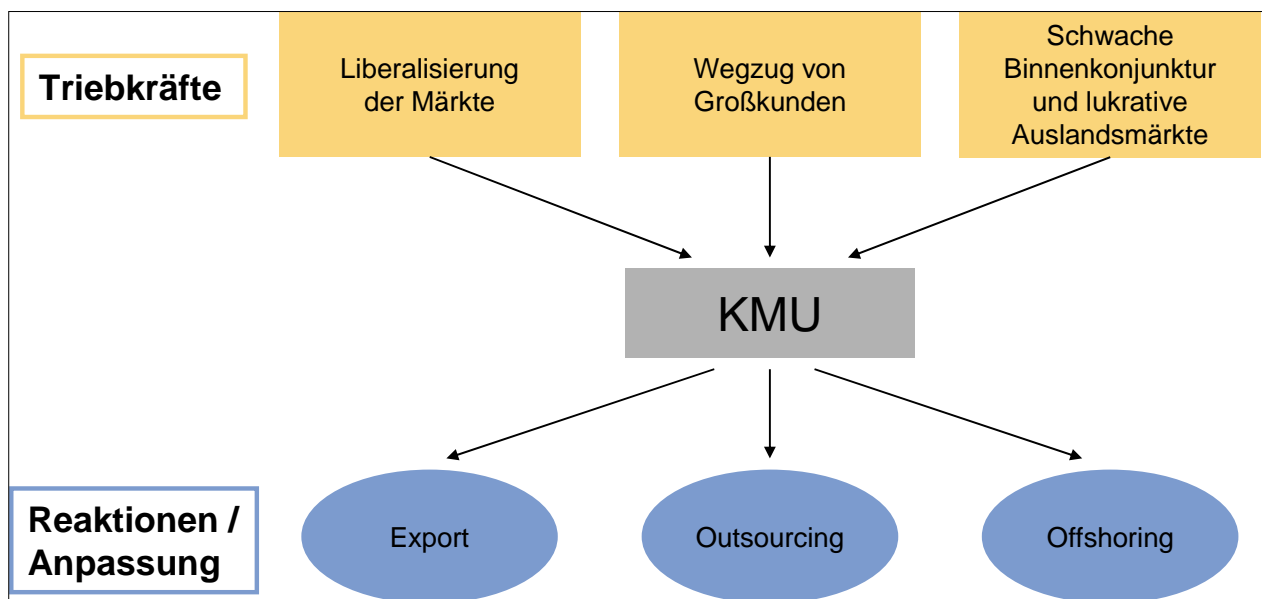
<sup>2</sup> Fragt man die Mittelständler selbst, wie sie die zunehmende Internationalisierung empfinden, so glaubten 40,4 % der Unternehmen, dass der globale Wettbewerb sie unter Druck setze. Gleichzeitig sahen 37 % mehr Chancen als Risiken im globalen Wettbewerb. Vgl. MIND – Mittelstand in Deutschland.

ben die Erschließung neuer, entfernter Märkte für Mittelständler erst rentabel gemacht, weil sie die Fixkosten für Produktionsverlagerungen deutlich reduziert haben.

Technischer Fortschritt führt zudem zu steigender weltweiter Arbeitsteilung und sinkender Fertigungstiefe. Dieses „Aufbrechen der Wertschöpfungskette“ in viele Produktionsschritte 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 seinem 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<sup>3</sup> an Bedeutung gewonnen.



**Grafik 1: Triebkräfte der Internationalisierung des Mittelstandes**

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

<sup>3</sup> 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.

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.<sup>4</sup> 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 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.

---

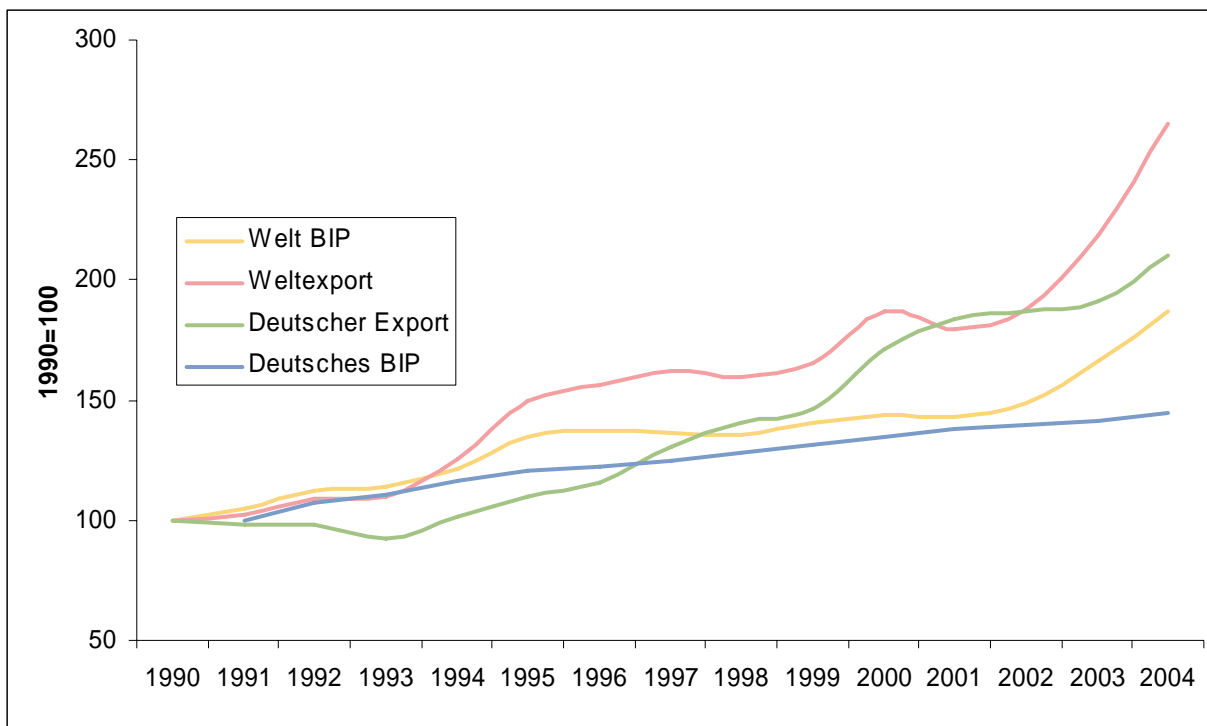
<sup>4</sup> So schreibt Sinn (2005, S. 99, a.a.O.): „Der Mittelstand macht in Osteuropa das nach, was die Großindustrie schon seit den achtziger Jahren in China und anderen asiatischen Niedriglohnländern vorgebracht hat. (...) Dank ihrer nach Osteuropa verlängerten Werkbänke wurden und werden die mittelständischen Unternehmen Deutschlands zu Global Players im Kleinen.“

#### 4. 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.

##### 4.1 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.



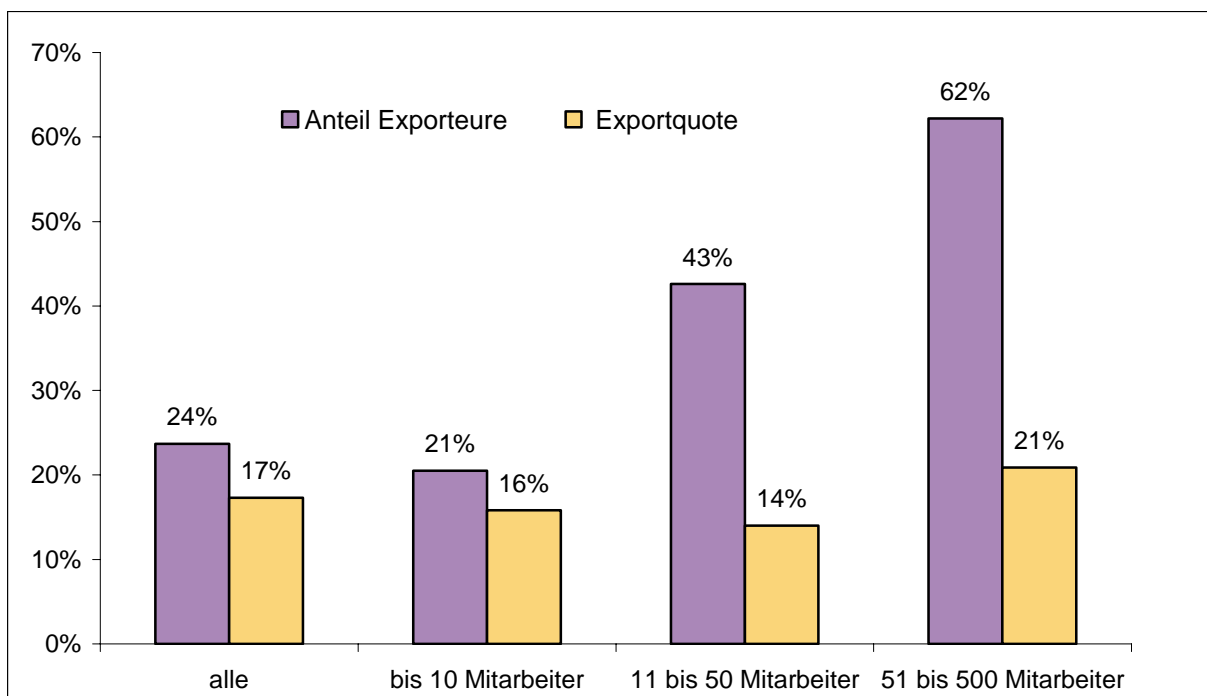
**Grafik 2: Änderung des weltweiten Exportvolumens, des weltweiten BIP und der deutschen Exporte sowie des deutschen BIP (nominale Werte, 1990 = 100)**

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

Im Folgenden soll nun das Ausmaß der 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.

## 4.2 Die wichtigsten Einflussfaktoren auf das Exportgeschäft

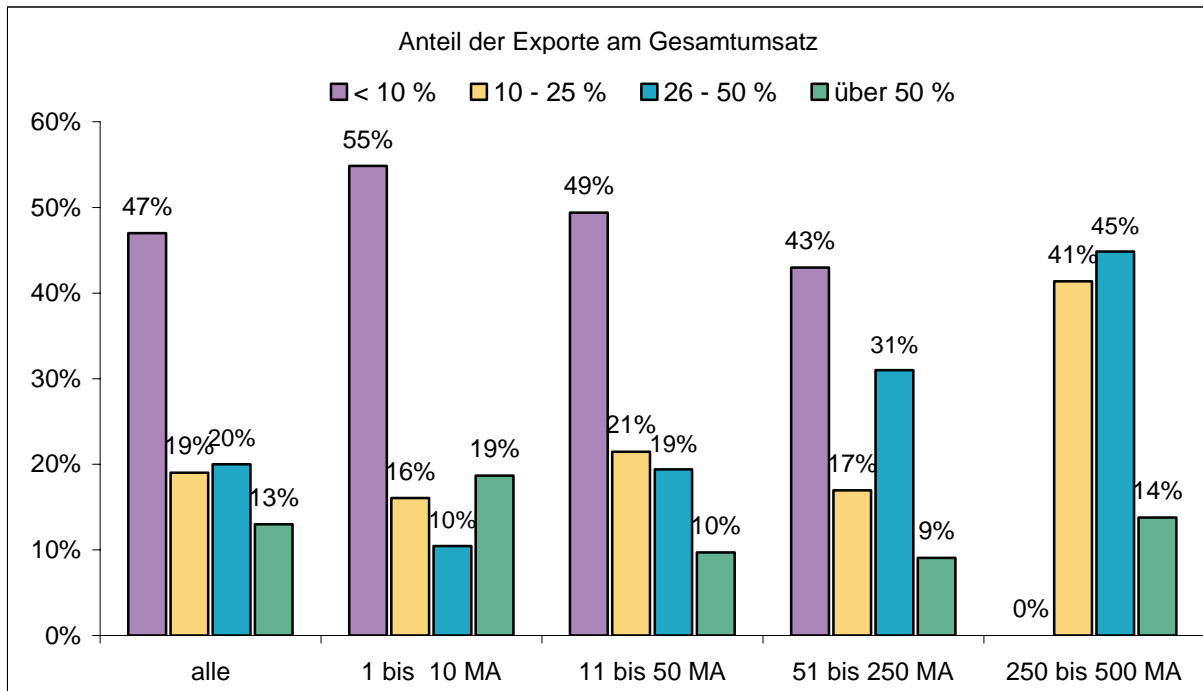
Im Folgenden sollen die wichtigsten Einflussfaktoren auf das Exportgeschäft wie Größe, Branche und Leistungsfähigkeit des Unternehmens betrachtet werden. Dem KfW-Mittelstandspanel zufolge führen mit 24 % fast ein Viertel der Mittelständler – hier definiert als Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 500 Mio. Euro – Waren und Dienstleistungen über die Landesgrenzen hinweg aus (vgl. Grafik 3). 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.



**Grafik 3: Anteil der exportierenden Unternehmen und Exportquoten nach Unternehmensgröße**  
(Quelle: KfW Mittelstandspanel)

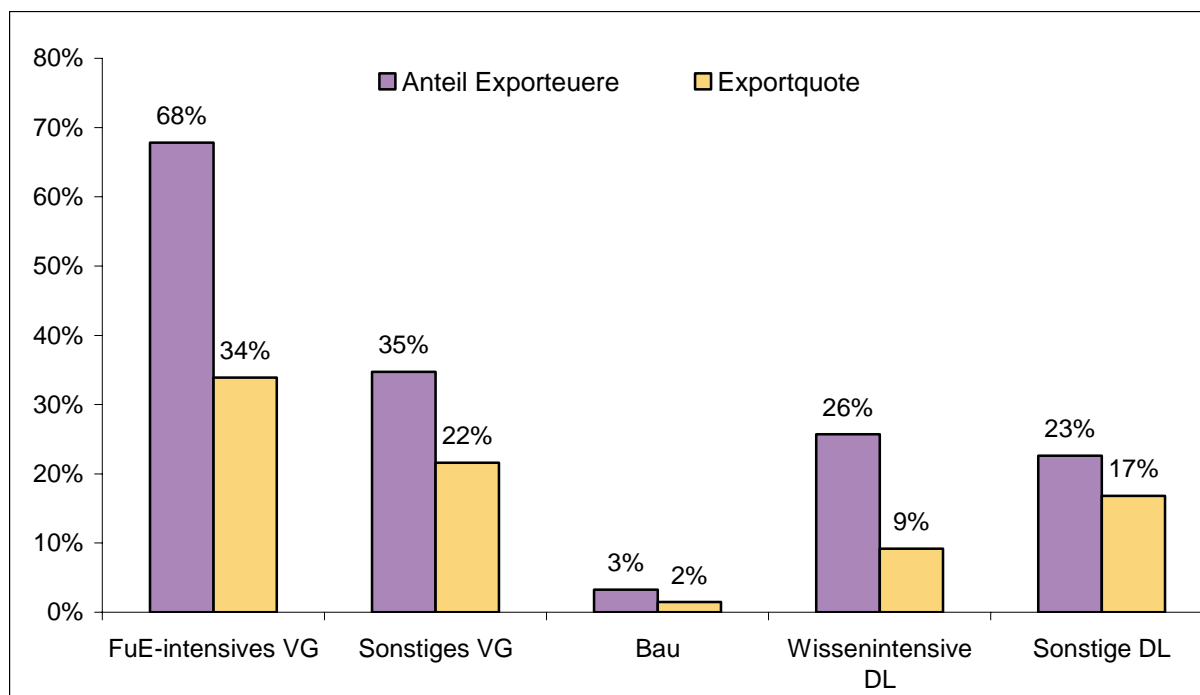
Zunächst soll die Bedeutung der Unternehmensgröße für das Exportgeschäft – sowohl für den Anteil der exportierenden Unternehmen als auch für die Exportquote – untersucht werden (Grafik 3). Auswertungen des KfW-Mittelstandspanels zufolge steigt der Anteil der exportierenden Unternehmen an allen Unternehmen von 21 % für die kleinste Gruppe der Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern auf 62 % für die größte Gruppe der Unternehmen mit 51 bis 500 Mitarbeitern. Auch bei der Exportquote, also beim Anteil der Exporte an den Gesamtumsätzen der jeweiligen Unternehmensgrößenklasse, zeigt sich der positive Einfluss der Größe des Unternehmens.

Die Bedeutung des Exports für die verschiedenen Unternehmensgrößenklassen wird auch noch einmal in Grafik 4 deutlich. Es zeigt sich, dass für sehr viele der Mittelständler (47 %) der Export weniger als 10 % zum Gesamtumsatz beiträgt. Immerhin 13 % der KMU erzielen jedoch mehr als 50 % ihres Gesamtumsatzes im Ausland.



**Grafik 4: Der Zusammenhang zwischen Unternehmensgrößenklasse und Bedeutung des Exports für den Gesamtumsatz in Prozent**  
(Quelle: Creditreform)

Nach der Unternehmensgröße soll nun mit der Branche ein zweiter wichtiger Faktor für 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 5).



**Grafik 5: Anteil der exportierenden Unternehmen nach Branche in %** (Quelle: KfW- Mittelstandspanel)

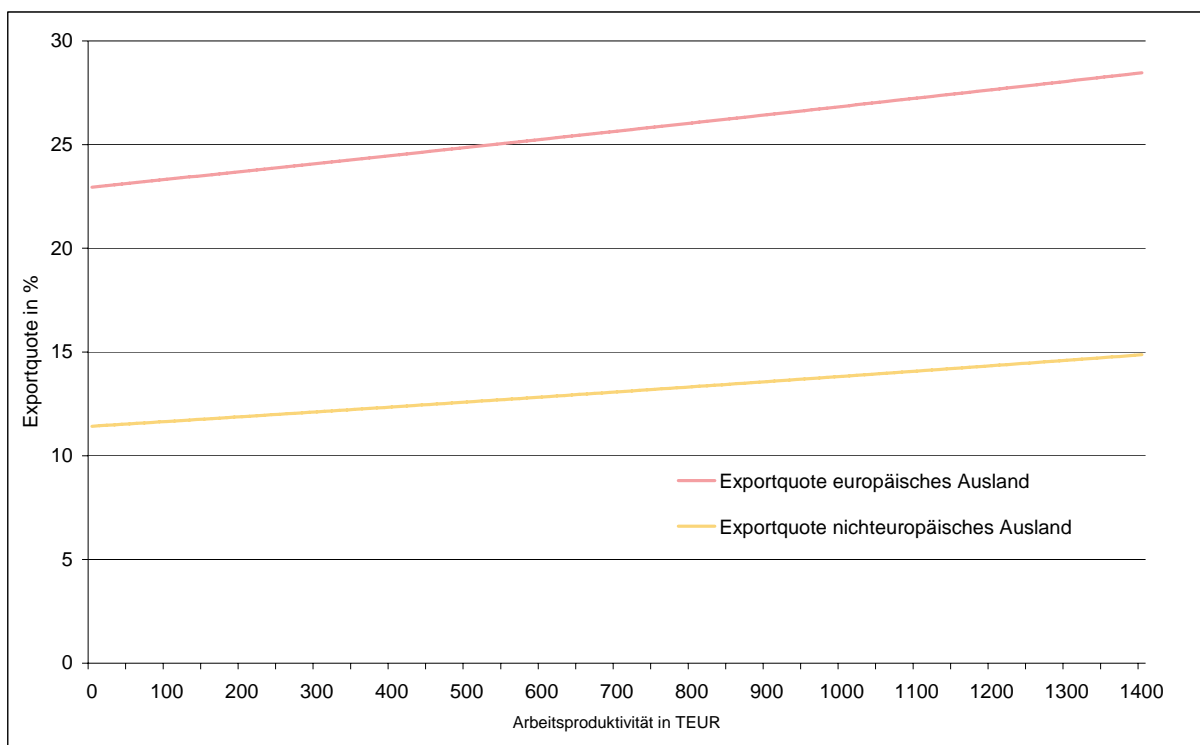
Besonders exportfreudig ist das forschungs- und entwicklungsintensive Verarbeitende Gewerbe: Gut 68 % aller Unternehmen beliefern neben dem Heimatmarkt auch das Ausland. Auch die Exportquote, also der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz, ist in dieser Branche überdurchschnittlich hoch. An zweiter Stelle 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.

Neben Branche und Größe 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.<sup>5</sup> 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. Anhand der Daten des KfW-Mittelstandspanels kann der Zusammenhang zwischen Exporttätigkeit und Produktivität nachgewiesen werden.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Vgl. zum Beispiel Helpman, E. et al (2004).

<sup>6</sup> Das Ergebnis basiert auf einer Schätzung eines Tobit-Modells, in dem die Exportquote durch verschiedene Faktoren wie Alter, Branche, Größe, Sitz und der Rechtsform des Unternehmens erklärt

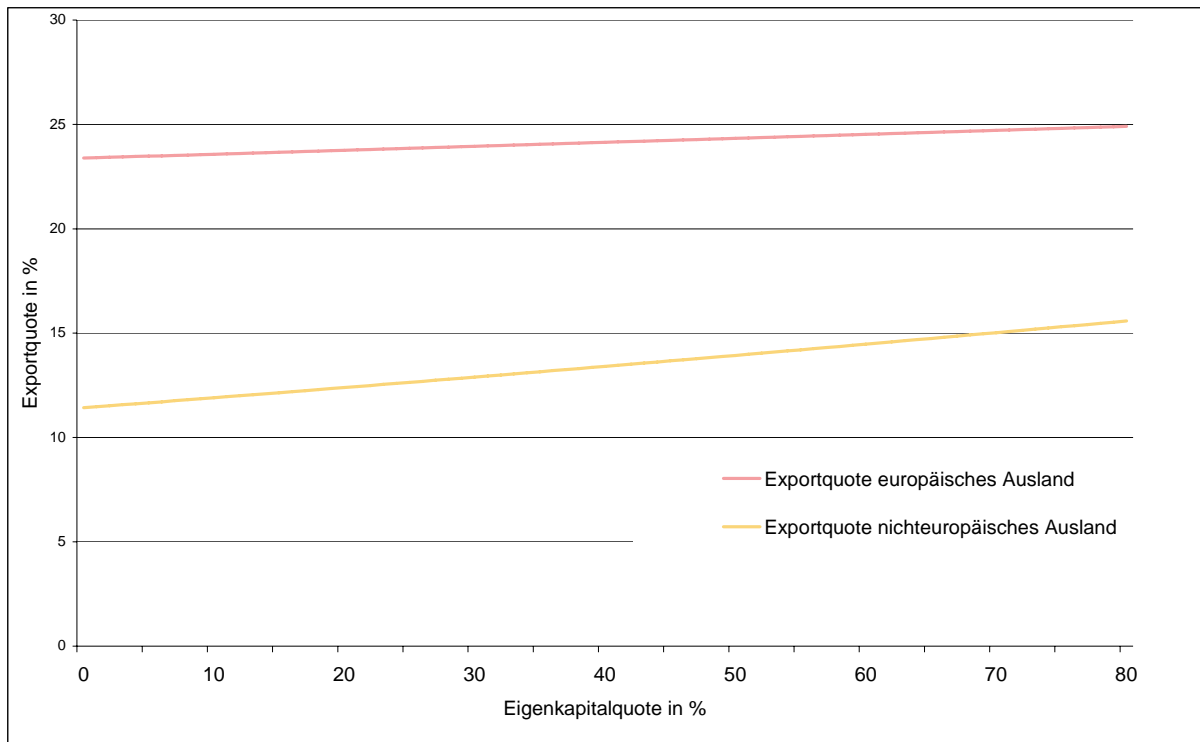
Grafik 6 zeigt den positiven Zusammenhang zwischen Höhe der Arbeitsproduktivität – gemessen als der Umsatz pro Vollzeitäquivalent in 1.000 Euro – und der Exportquote. Mit wachsender Produktivität des Unternehmens steigen die Exporte. Ein ähnliches Bild ergibt sich nach den Schätzungsergebnissen auch, wenn statt der Arbeitsproduktivität die Eigenkapitalquote betrachtet wird (Grafik 7): Je höher die Eigenkapitalquote, desto höher die Exportquoten. Hierbei gilt es zu beachten, dass im Rahmen der für diese Untersuchung verwendeten Regressionsanalyse Aussagen über kausale Wirkungszusammenhänge nur bedingt getroffen werden können. So kann eine höhere Eigenkapitalquote sowohl Ursache als auch Wirkung einer höheren Exportquote sein. Um trotzdem einen möglichst eindeutigen Ursache Wirkung Zusammenhang identifizieren zu können, wurde für die Schätzung des Einflusses der Eigenkapitalquote auf die Exportquote im Jahr 2003 die Eigenkapitalquote aus dem Jahr 2002 verwendet.



**Grafik 6: Der Einfluss der Arbeitsproduktivität auf die Exportquote** (Quelle: KfW-Mittelstandspanel)

wird. Details zur Schätzung werden in Kürze in einem Artikel im Rahmen des KfW-Research Mittelstands- und Strukturpolitik veröffentlicht.





**Grafik 7: Der Einfluss der Eigenkapitalquote auf die Exportquote**

(Quelle: KfW-Mittelstandspanel)

### **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, Arbeitsproduktivität und Eigenkapitalquote des Unternehmens. Jedem dieser Faktoren wurde im Rahmen unserer Analyse ein signifikanter Einfluss auf die Exportquote nachgewiesen.<sup>7</sup> 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.

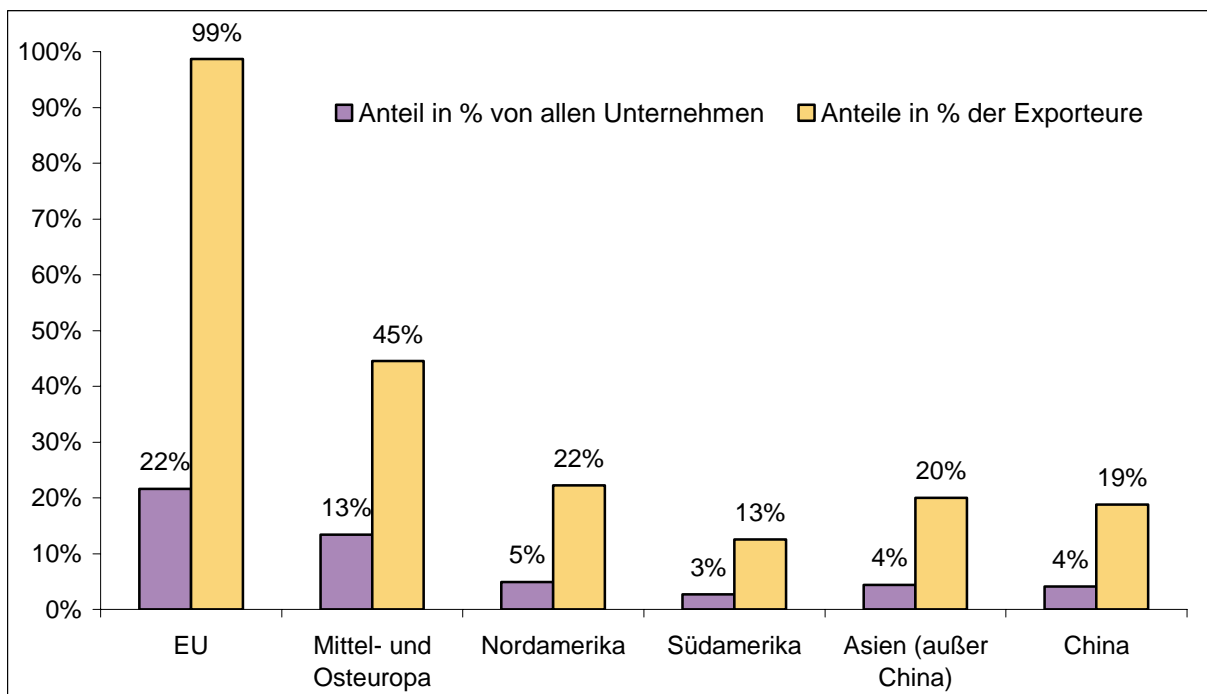
### **4.3 Die Bedeutung der einzelnen Absatzmärkte**

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 da-

<sup>7</sup> Einschränkung gelten die Anmerkungen zur Kausalität der Effekte, die im Abschnitt zuvor diskutiert wurden.

nach, 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.

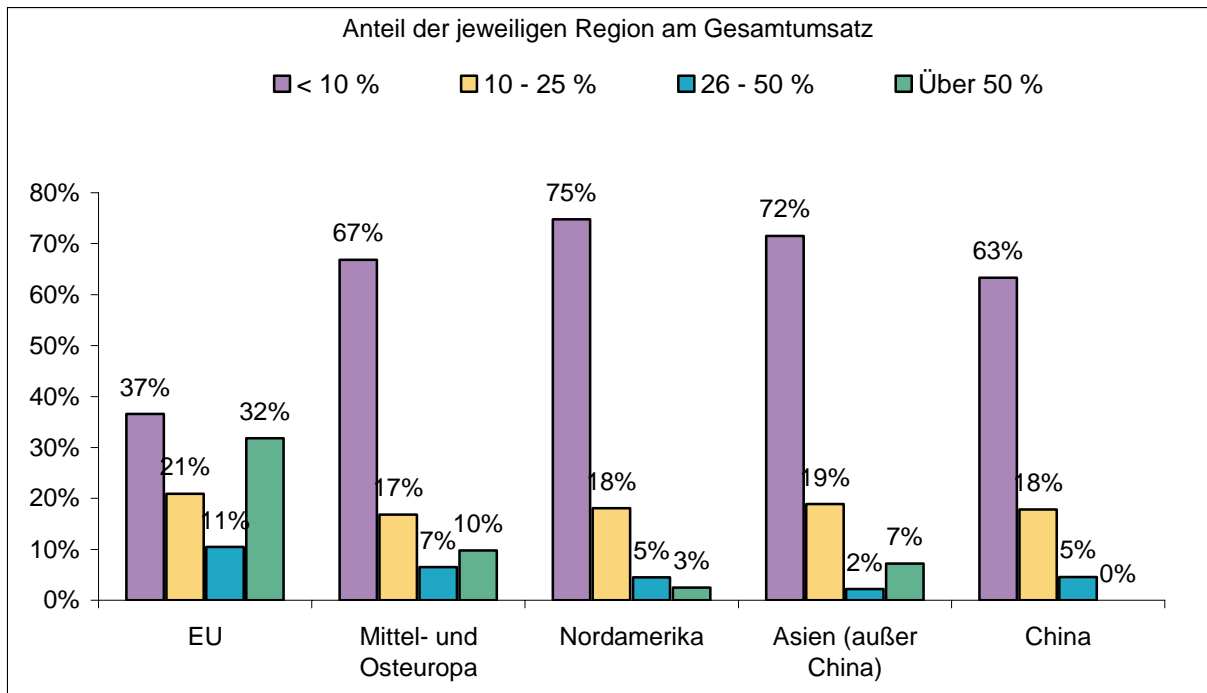
Auch die von Creditreform durchgeführte Umfrage bestätigt die Erwartungen (Grafik 8). Die „alte“ EU ist der mit Abstand häufigste Absatzmarkt, 22 % von allen und 99 % der exportierenden Unternehmen liefern dorthin. Auf Platz zwei folgt Mittel- und Osteuropa. Immerhin 13 % der deutschen Mittelständler exportieren in diese Region; von den exportierenden 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.



**Grafik 8: Die Bedeutung ausgewählter Regionen als Ziel der Exporte mittelständischer Unternehmen**

(Quelle: Creditreform)

Die EU ist zudem nicht nur der häufigste, sondern auch hinsichtlich des Ausfuhrvolumens der bedeutendste Absatzmarkt (Grafik 9). 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.



**Grafik 9: Bedeutung der einzelnen Absatzmärkte (Anteil ausgewählter Absatzmärkte an den Anteilen des Exports am Gesamtexport in Prozent)**

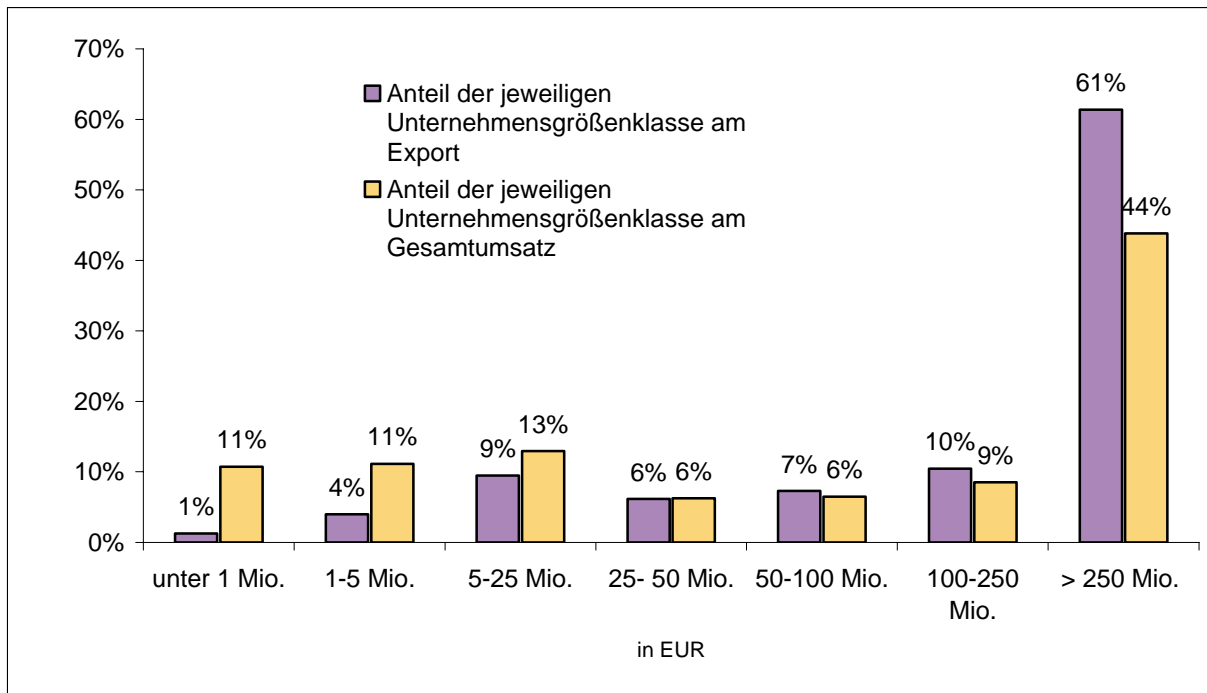
(Quelle: Creditreform)

#### 4.4 Konzentration des Exports auf große Unternehmen

Es wurde gezeigt, dass ungefähr ein Fünftel der mittelständischen Unternehmen exportiert und der Auslandsumsatz 17 % des Gesamtumsatzes aller mittelständischen Unternehmen ausmacht. Doch trotz der Vielzahl exportierender Mittelständler konzentriert sich der deutsche Gesamtexport stark auf die großen Unternehmen. Grafik 10 zeigt, dass die größte Unternehmensklasse mit einem Umsatz von mehr als 250 Mio. Euro zwar lediglich 44 % des Gesamtumsatzes, aber über 60 % aller Exporte auf sich vereinigt. Mittelständische Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 50 Mio. Euro 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.

Dieses Bild ergibt sich auch dann, wenn anstelle der Gesamtausfuhren nur der innereuropäische Handel betrachtet wird. Zahlen des Statistischen Bundesamtes<sup>8</sup> 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 Euro zwar 68,2 % aller Exporteure, vereinen jedoch nur einen Anteil an der Gesamtausfuhr von 0,6 % auf sich.

<sup>8</sup> Statistisches Jahrbuch (2005), Intrahandel nach Unternehmensgrößen.



**Grafik 10: Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Mittelstandes 2004 (Anteile am Gesamtumsatz und Export nach Größenklassen im Vergleich)**

(Quelle: Statistisches Bundesamt)

Die Konzentration des Außenhandels auf Großunternehmen ist jedoch nicht in allen Branchen gleich ausgeprägt. Branchenbezogene Daten sind zwar für Deutschland nicht vorhanden, wohl aber für einige ausgewählte Länder der EU. Tabelle 1 zeigt die Verteilung des europäischen Intrahandels auf Unternehmensgrößenklassen anhand der Beschäftigtenzahl. 25 % des europäischen Intrahandels entfallen auf Unternehmen, die mehr als 1.000 Mitarbeiter beschäftigen. Auch hier wird die hohe Bedeutung der großen Firmen für die Handelsströme deutlich. Signifikante Unterschiede gibt es jedoch zwischen dem Verarbeitenden Gewerbe und dem Dienstleistungssektor.

**Tabelle 1: Anteil am Intra-EU-Handel nach Umsatzgrößenklassen (Europäische KMU, 2002)**

Mitarbeiter	Gesamt	Verarbeitendes Gewerbe	Dienstleistungssektor
0 bis 9	17%	7%	45%
10 bis 49	15%	12%	23%
50 bis 249	22%	24%	18%
250 bis 999	21%	25%	10%
>1.000	25%	33%	4%
Alle	100%	100%	100%

Anmerkung Betrachtet wurden Belgien, Dänemark, Deutschland, Italien, Niederlande, Österreich, Portugal, Finnland und Schweden.  
Quelle: Eurostat (2005)

Die Konzentration des Exports ist im Verarbeitenden Gewerbe wesentlich stärker als im Dienstleistungssektor, in dem die KMU einen hohen Beitrag zu den Gesamtexporten leisten. So werden im Verarbeitenden Gewerbe 33 % des gesamten Handels von Unternehmen der

größten Unternehmensgrößenklasse mit mehr als 1.000 Mitarbeitern erzielt, während es im Dienstleistungssektor nur 4 % sind. Grund für den geringeren Konzentrationsgrad im Dienstleistungssektor dürfte sein, dass Skaleneffekte aufgrund eines geringeren Fixkostenanteils dort geringer sind als im Verarbeitenden Gewerbe, Größenvorteile also weniger relevant sind.

#### 4.5 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 eine solche Gegenüberstellung 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.

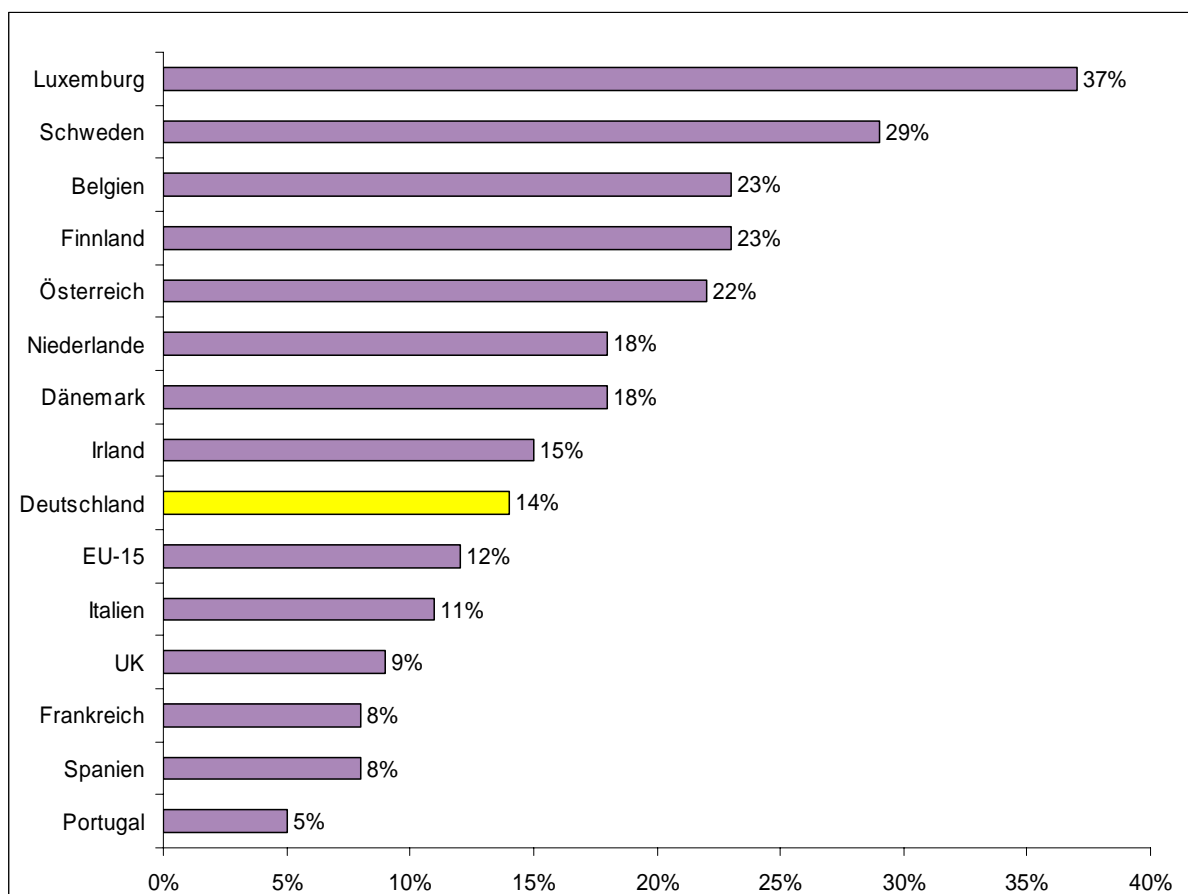
Grafik 11<sup>9</sup> zeigt die Exportquoten der europäischen Mittelständler (definiert als Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern) im Vergleich. Wie oben begründet, sind die Exportquoten der kleinen Volkswirtschaften wie Luxemburg und Belgien größer als die der großen Länder (Deutschland, Italien, Frankreich). Deutlich wird jedoch auch, dass die Internationalisierung der deutschen Unternehmen die der anderen großen europäischen Volkswirtschaften deutlich übersteigt.<sup>10</sup> 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 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 Aus-

---

<sup>9</sup> [http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise\\_policy/analysis/observatory\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory_en.htm) (download am 4.1.2005)

<sup>10</sup> 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.

landsmärkten profitieren und zudem diversifizierter und damit unabhängiger von Schwankungen der Binnennachfrage produzieren kann.



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

Quelle: EIM

## 5. 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, Arbeitplatzeffekte 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. Euro 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. Euro 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. Euro im Jahr. Insofern lassen sich aus den Daten wertvolle Rückschlüsse über die von den Mittelständlern durchgeführten Direktinvestitionen ziehen.

## 5.1 Entwicklung der Direktinvestitionen

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 1 kurz dargestellt werden.

### Kasten 1

#### **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.

**- 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.

**- 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 verbundenen 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.

**5.2 Der Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionstätigkeit**

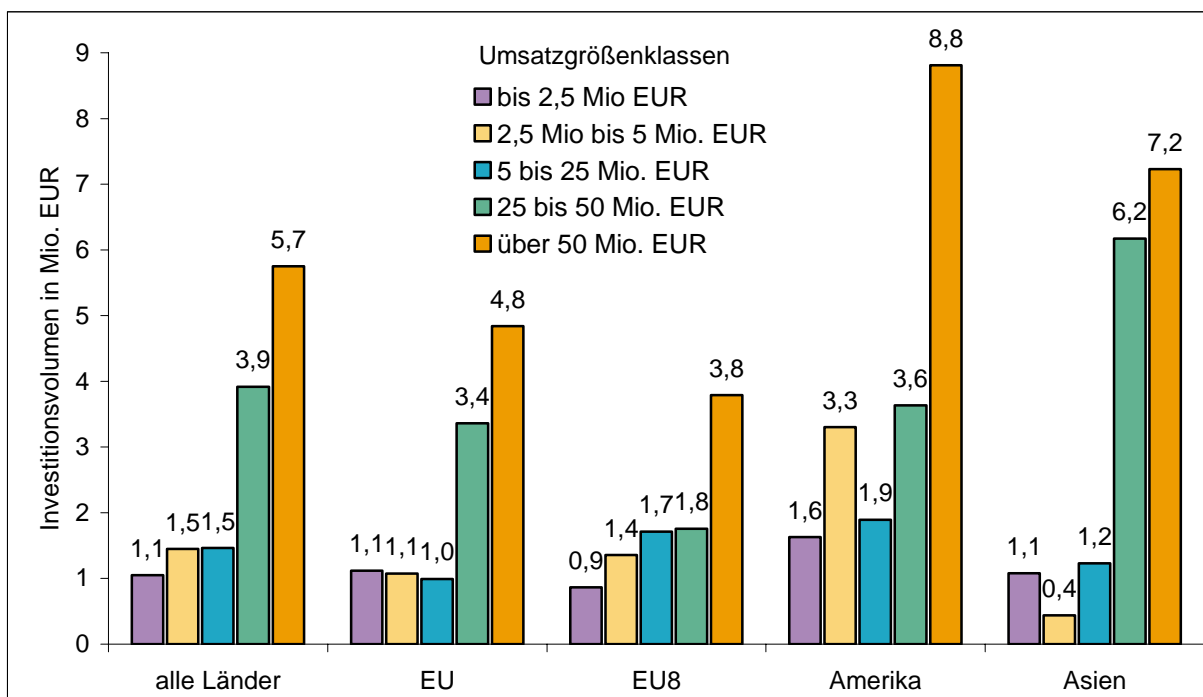
Wesentliche Einflussgrößen für die Durchführung einer Direktinvestition sind Größe des Unternehmens und seine Branchenzugehörigkeit. Im Unterschied zum Handel sind Direktinvestitionen für die Unternehmen mit wesentlich höherem Aufwand, aber auch mit größeren Chancen und Risiken verbunden. Daher kommt für viele Mittelständler der Gang ins Ausland nicht in Betracht. 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 Unterneh-



mensgröße 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. Euro, die ein KfW Programm zur Finanzierung ihres Auslandsengagements aufgenommen haben, investieren im Schnitt 5,7 Mio. Euro, während die kleinste betrachtete Unternehmensgruppe mit einem Umsatz bis 2,5 Mio. Euro gerade einmal eine Millionen Euro investiert. Der Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionsvolumen gilt dabei unabhängig von der betrachteten Region; d.h. größere Unternehmen realisieren fast durchgängig größere Investitionsvolumen als kleine Unternehmen.

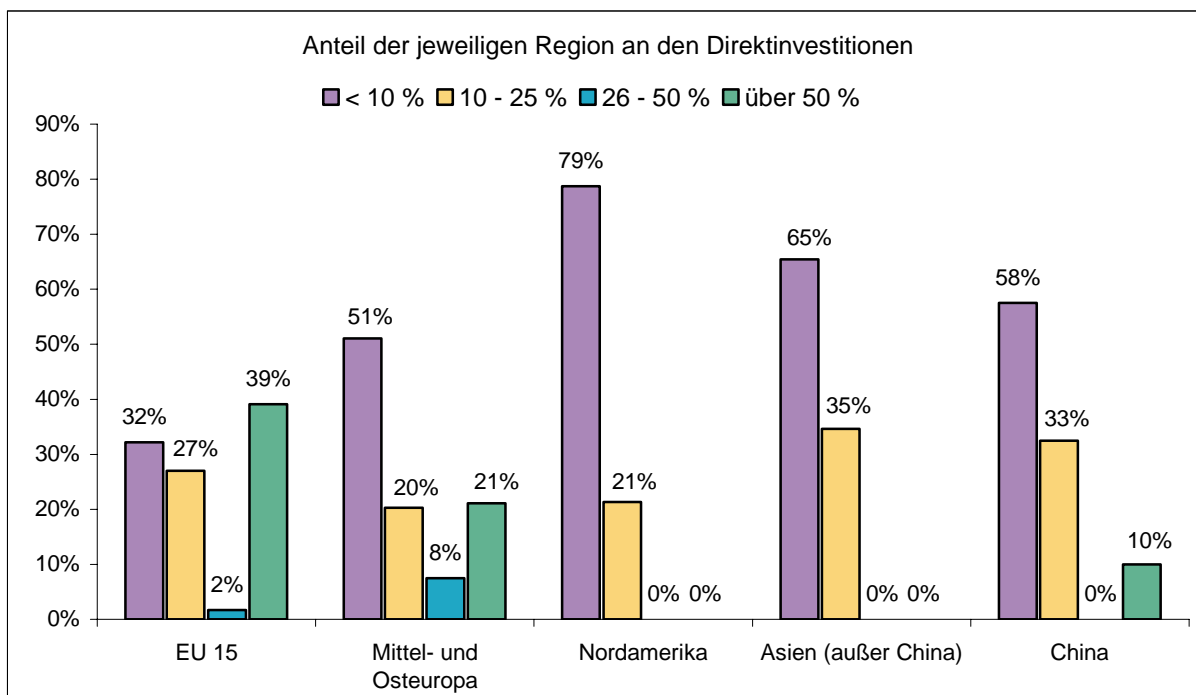


**Grafik 12: Der Zusammenhang von Unternehmensgröße und Investitionsvolumen (Auslandsinvestitionsvolumen in Mio. EUR)**  
(Quelle: KfW)

### 5.3 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. 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 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.

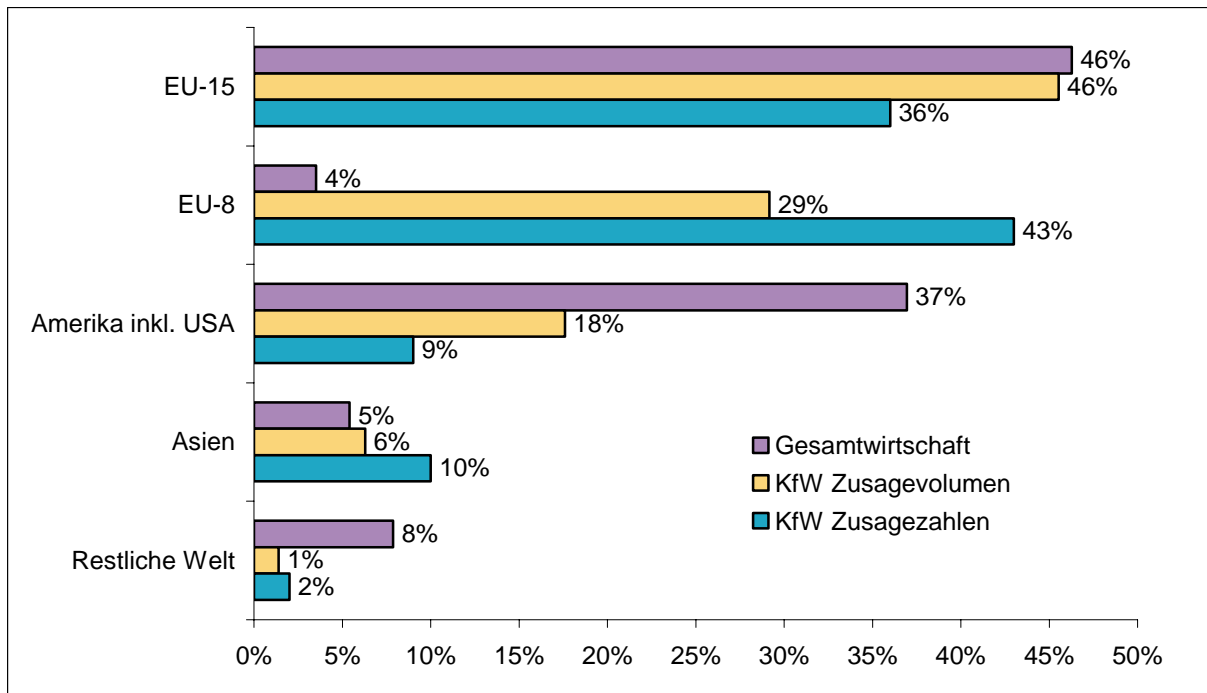


**Grafik 13: Bedeutung der einzelnen Regionen als Ziel der Direktinvestitionen** (Quelle: Creditreform)

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.

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.<sup>11</sup> 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. Denn während 29 % des 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.

<sup>11</sup> Schlüsselte man das Zusagevolumen nach einzelnen Ländern auf, so waren die USA (385 Mio. Euro), Frankreich (334 Mio. Euro), Polen (319 Mio. Euro) und Tschechien (291. Mio. Euro) die wichtigsten Investitionsziele derjenigen Unternehmen, die ein KfW-Programm zur Finanzierung ihrer Vorhaben genutzt haben.



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

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

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

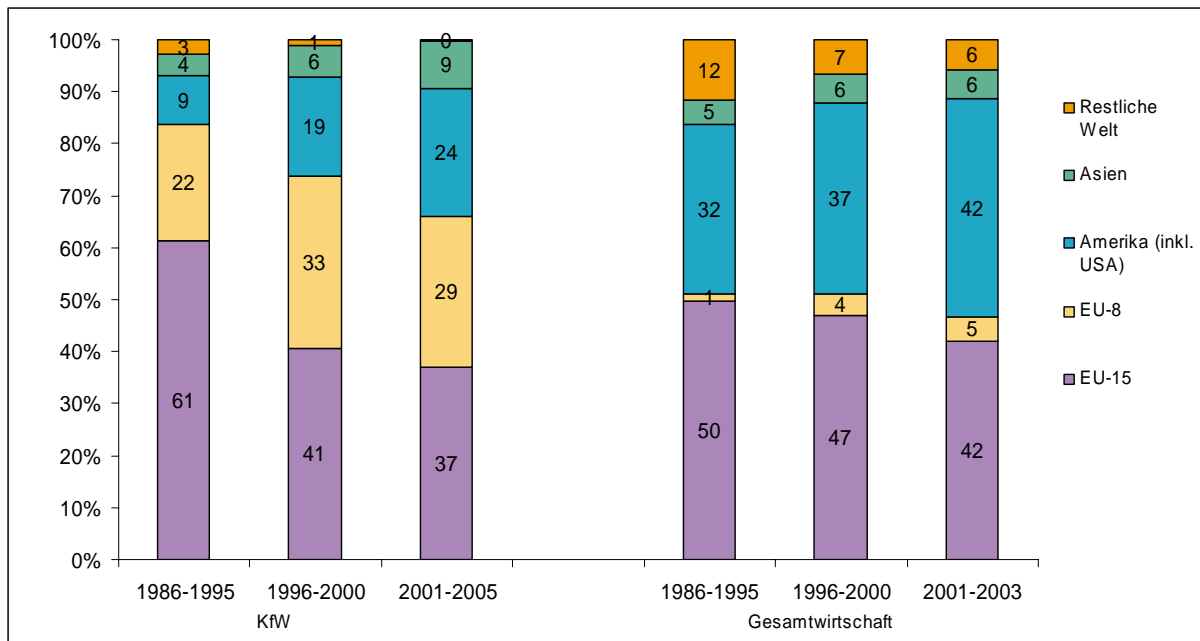
**Tabelle 2: Anteil der Unternehmensgrößenklassen am Zusagevolumen nach Regionen**

Umsatzgrößenklasse	Anteil am Zusagevolumen in Prozent					
	Alle Länder	EU-15	EU-8	Amerika	Asien	Restl Welt
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). 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.



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

(Quellen: KfW; Deutsche Bundesbank)

Die Mittelständler liegen damit im gesamtwirtschaftlichen Trend, bei dem ebenfalls eine steigende Bedeutung der Beitrittsländer sowie der Region „Amerika“ (inklusive USA) deutlich wird.

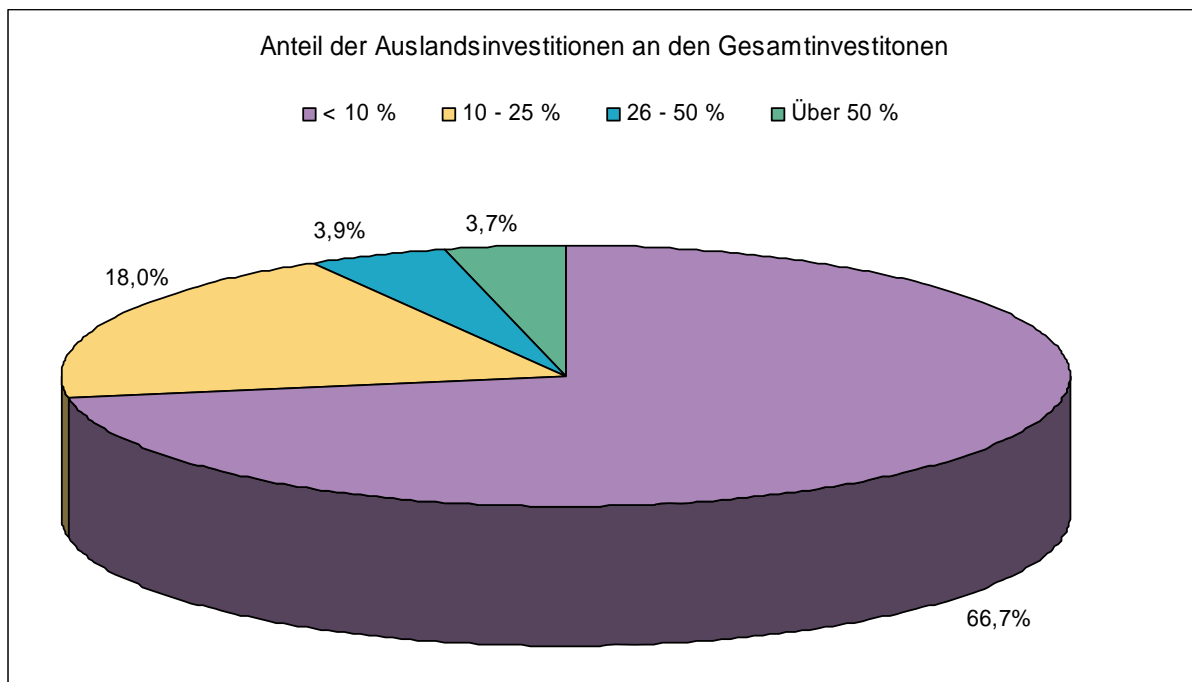
### **Zwischenfazit**

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, jedoch keine Zeitreihenanalyse ermöglichen. Die vorliegende Analyse zeigt nun verlässlich, in welchem 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 Statistik 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 %.



**Grafik 16: Anteil der Investitionen im Ausland an den Gesamtinvestitionen**

(Quelle: Creditreform)

Diese Verteilung deutet darauf hin, dass die Auslandsinvestitionen im Vergleich zur gesamten Investitionstätigkeit von eher untergeordneter Bedeutung sind. Nur ein Drittel der Unternehmen mit Direktinvestitionen investiert mehr als 10 % seines gesamten Investitionsvolumens im Ausland.

#### 5.4 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 Creditreform-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.

### **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 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.

## 5.5 Entwicklung von Unternehmen mit Beteiligungsaktivitäten in Osteuropa<sup>12</sup>

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.

<sup>12</sup> 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.



Sie erlaubt jedoch nicht den Rückschluss, dass die Beteiligungsaktivität ursächlich für die Performance-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.

**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 1 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.

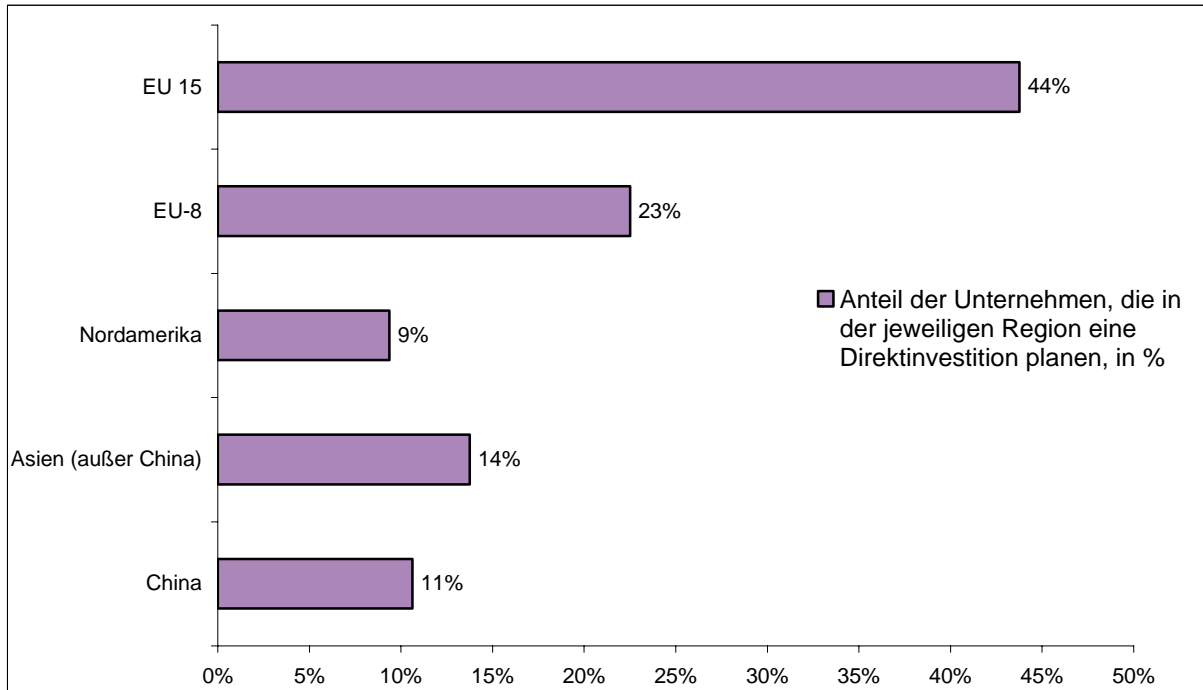
Die Ergebnisse weisen insgesamt darauf hin, dass Unternehmen mit einer Mehrheitsbeteiligung in Osteuropa eine geringere Dynamik im Hinblick auf die inländische Beschäftigungs- und Umsatzentwicklung zeigen als diejenigen ohne ein Beteiligungsengagement. Allerdings kann nur gemutmaßt werden, ob diese Performance-Unterschiede 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 Folge dieser gewesen sein.

## 5.6 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.



**Grafik 17: Zielregionen derjenigen Mittelständler, die eine Direktinvestition planen**

(Quelle: Creditreform)

Angesichts der rasanten wirtschaftlichen Entwicklung einiger Schwellen- und Entwicklungsländer, der fortlaufenden Innovation 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 Internati-

onalisierung der Dienstleistungen Anteil haben als im Verarbeitenden Gewerbe, in dem sich das Auslandsengagement in hohem Maße auf die größeren Unternehmen konzentriert.

## 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.

Darüber hinaus wurde deutlich, 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.

## A Anhang

### Beschreibung der Daten

#### 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.

#### 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 Auslandsinvestitionen 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. Euro 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.

### 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).

## 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.

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.

Statistisches Jahrbuch (2005)