

# Export- und Importaktivitäten junger deutscher Unternehmen

Schwerpunktbericht

## Impressum

### Herausgeber

**Verband der Vereine Creditreform e.V.**  
Hellersbergstraße 12 · 41460 Neuss  
[www.creditreform.de](http://www.creditreform.de)

**KfW Bankengruppe**  
Palmengartenstraße 5-9 · 60325 Frankfurt am Main  
[www.kfw.de](http://www.kfw.de)

**Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW)**  
L 7, 1 · 68161 Mannheim  
[www.zew.de](http://www.zew.de) · [www.zew.eu](http://www.zew.eu)

### Autoren

- Helmut Fryges (Australian Innovation Research Centre (UTAS),  
University of Tasmania)
- Michaela Niefert (ZEW)
- Katrin Ullrich (KfW Bankengruppe)
- Martin Murmann (ZEW)
- Jürgen Egelin (ZEW)

Kontakt: Telefon 0621 - 1235-189

Mannheim, November 2013

Foto Titelseite: © vladislav susoy, fotolia.de

## **Executive Summary**

### **Junge Unternehmen sind in beachtlichem Ausmaß international aktiv**

- Fast jedes dritte junge Unternehmen hat außenwirtschaftliche Verflechtungen: 9 % der jungen Unternehmen (bis zu drei Jahre alt) waren im Jahr 2011 Exporteure und 12 % Importeure. Weitere 9 % haben gleichzeitig exportiert und importiert.
- Eingebettet in die Globalisierung nutzen junge Unternehmen sowohl Absatz- als auch Beschaffungsmärkte im Ausland: Das durchschnittliche Exportvolumen junger, exportierender Unternehmen lag im Jahr 2011 bei knapp 150 TEUR und machte durchschnittlich gut ein Viertel des Umsatzes aus. Das durchschnittliche Importvolumen der Importeure lag bei knapp 80 TEUR und betrug gut ein Drittel der Ausgaben für Güter und Dienstleistungen importierender Unternehmen.
- Nicht alle Branchen sind in ihren außenwirtschaftlichen Aktivitäten gleich: Am stärksten sind die jungen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes im Auslandsgeschäft engagiert. Besonders der Hightech-Sektor hebt sich ab: 56 % der Start-ups richten ihr Geschäftsmodell international aus, gefolgt von den sonstigen Industriebranchen (43 %). In den Dienstleistungsbranchen sind die Anteile der auslandsaktiven Unternehmen mit 35 % im Hightech-Dienstleistungsbereich und 30 % der sonstigen Dienstleister niedriger. Junge Unternehmen der Bauwirtschaft sind mit 18 % deutlich weniger über die Grenzen hinweg wirtschaftlich aktiv.

### **Deutschsprachige Nachbarländer sind die Märkte, die am häufigsten erschlossen werden**

- Die wichtigsten Exportmärkte der jungen Unternehmen sind die südlichen und westlichen Anrainerstaaten Deutschlands – insbesondere Österreich und die Schweiz –, das Vereinigte Königreich und Italien. Bei den Importen gehören die USA und China zusammen mit den Niederlanden und Italien zu den bedeutendsten Handelspartnern. Die geografische Verteilung der wichtigsten ausländischen Handelspartner junger Unternehmen ähnelt derjenigen der deutschen Wirtschaft insgesamt.
- Die Anzahl der Länder, in die die jungen Unternehmen exportieren, ist in den meisten Fällen gering. Gut die Hälfte der exportierenden Unternehmen exportiert in maximal drei Länder, gut drei Viertel in maximal fünf Länder. Die Importe der jungen Unternehmen konzentrieren sich noch stärker auf wenige Länder. Knapp die Hälfte der importierenden Unternehmen beziehen ihre Importe aus einem Land, weitere 37 % aus zwei bis drei Ländern.

## **Der Weg ins Ausland beginnt häufig in den ersten Jahren**

- Sofern junge Unternehmen im internationalen Markt aktiv sind, erfolgt die Aufnahme der internationalen Geschäftstätigkeit sehr früh und oft schon im Gründungsjahr. Bereits im Gründungsjahr legen Start-ups sich die notwendigen unternehmensspezifischen Faktoren zu, die eine Exporttätigkeit ermöglichen oder begünstigen. Hat die Exporttätigkeit einmal begonnen, hat sie eine gute Chance, fortgesetzt zu werden. Es ist auch kaum darauf zu hoffen, dass sich Unternehmen, allein weil sie älter werden, für eine Exporttätigkeit entscheiden.
- Nicht immer erfolgt der internationale Markteintritt geplant. 55 % der Exporteure haben ihren Markteintritt aktiv betrieben, bei 45 % waren die ersten Exporte hingegen das Ergebnis eines eher zufällig entstandenen Ereignisses. Exportiert ein junges Unternehmen schon zu Beginn seiner Geschäftstätigkeit, steht oft eine aktive Exportstrategie dahinter.
- Bildung zahlt sich aus: Ein Hochschulabschluss oder Erfahrungswissen der Gründer über das Auslandsgeschäft begünstigt die Exportentscheidung. Außerdem sind innovativere und hinreichend große junge Unternehmen mit höher qualifizierten Mitarbeitern auslandsaktiver.
- Junge Exporteure und Importeure nehmen Normen, staatliche Regulierungen und Zölle als die größte Gruppe von Hindernissen für das Auslandsgeschäft wahr. Hier sind sie in guter Gesellschaft mit bereits etablierten KMU. Im Unterschied zu bestehenden Unternehmen stellen die mangelnde Zeit der Geschäftsführung und Kapazitätsengpässe die nächsten Hindernisse dar. Dies ist verständlich: Die ohnehin begrenzten zeitlichen und finanziellen Ressourcen der jungen Unternehmen werden durch das Auslandsgeschäft besonders strapaziert. Importeure hingegen nennen die zusätzlichen Kosten der Importtätigkeit am zweithäufigsten.
- Junge Unternehmen engagieren sich in beachtlichem Maß wirtschaftlich im Ausland. Damit unterstützen sie die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands. Jungen Unternehmen sollten dabei die gleichen Hilfestellungen für ihr Auslandsgeschäft zugänglich sein wie etablierten Mittelständlern. Aus der vorliegenden Analyse lässt sich jedoch kein gesonderter Handlungsbedarf für das Segment der jungen Unternehmen identifizieren. Eine Exportförderung sollte dabei möglichst früh, ggf. schon im Gründungsjahr, zugänglich sein.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>I</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>III</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>V</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Überblick über die Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen in Deutschland</b> ..	<b>3</b>
2.1 Verbreitung von Ex- und Importtätigkeit unter jungen Unternehmen .....	3
2.2 Umfang der Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen.....	7
2.3 Geografische Verteilung der Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen.....	10
2.4 Diversifizierung der Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen.....	12
<b>3 Internationale Geschäftstätigkeit im Zeitablauf</b> .....	<b>17</b>
3.1 Zeitpunkt des Eintritts in die Export- und Importtätigkeit.....	17
3.2 Kontaktaufnahme zum ersten ausländischen Kunden.....	21
3.3 Exportsequenzen .....	23
<b>4 Einflussfaktoren auf die Exportneigung junger Unternehmen</b> .....	<b>27</b>
<b>5 Ex- und Importhemmnisse</b> .....	<b>33</b>
5.1 Exporthemmnisse im Detail .....	34
5.2 Importhemmnisse im Detail.....	36
5.3 Probleme bei der Finanzierung der Auslandstätigkeit.....	38
<b>6 Schlussbemerkungen</b> .....	<b>41</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>45</b>
<b>7 Anhang</b> .....	<b>49</b>
7.1 Technischer Anhang .....	49
7.2 Anhang zum Kapitel 4 .....	52



## Abbildungsverzeichnis

Grafik 1:	Auslandsaktivitäten junger Unternehmen im Jahr 2011 nach Branchen .....	3
Grafik 2:	Unternehmen mit Exporten bzw. Importen im Jahr 2011 nach Gründungsjahren .....	5
Grafik 3:	Art der importierten Güter und Dienstleistungen im Jahr 2011 nach Branchen.....	6
Grafik 4:	Exportvolumen und Exportintensität nach Branchen .....	8
Grafik 5:	Importvolumen und Importintensität nach Branchen .....	9
Grafik 6:	Die wichtigsten Exportländer junger Unternehmen .....	11
Grafik 7:	Die wichtigsten Importländer junger Unternehmen .....	11
Grafik 8:	Anzahl der Ex- und Importländer .....	12
Grafik 9:	Anteil der umsatzstärksten Exportmärkte am Exportumsatz und der umsatzstärksten Importmärkte am Importumsatz.....	13
Grafik 10:	Kontaktaufnahme zum ersten ausländischen Kunden .....	22
Grafik 11:	Exporthindernisse im Jahr 2011 .....	35
Grafik 12:	Importhindernisse im Jahr 2011 .....	37





## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Berry-Herfindahl-Index zur Ex- und Importdiversifizierung .....	14
Tabelle 2:	Jahr der ersten Export- und Importtätigkeit in den Kohorten 2008 bis 2010 ....	19
Tabelle 3:	Jahr der ersten Export- und Importtätigkeit der Kohorte 2008 nach Branchen .....	21
Tabelle 4:	Sequenzen der Exporttätigkeit, Gründungskohorten 2008 und 2009.....	25
Tabelle 5:	Geschätzte Marginale Effekte auf die Exportwahrscheinlichkeit .....	28
Tabelle 6:	Branchenabgrenzung des KfW/ZEW-Gründungspanels .....	50
Tabelle 7:	Variablenübersicht und deskriptive Statistiken der Random Effects-Probit Schätzung der Exportwahrscheinlichkeit .....	52



# 1 Einleitung

Seit Jahrzehnten gilt der Erfolg deutscher Unternehmen auf den internationalen Märkten als das Rückgrat der deutschen Wirtschaftstätigkeit. Regelmäßig übersteigen die Zuwachsraten der Exporte deutscher Unternehmen die der Inlandswertschöpfung (vgl. beispielsweise [www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de](http://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de), diverse Statistiken). Verstärkt wurde dies noch durch die Schaffung des EURO. Dabei stellen die etablierten Unternehmen der Wirtschaftsbereiche traditioneller deutscher Stärke – Fahrzeugbau, Maschinenbau, Spezialitätenchemie – das Gros der Exporteure. Allerdings ist zu vermuten, dass auch junge Unternehmen in nicht geringem Maß zum Exporterfolg der deutschen Unternehmen beitragen. Nicht zuletzt auch deshalb, weil die Arbeitsteilung an internationalen Standorten und die Bedeutung von Kunden jenseits der Grenzen in den letzten Jahren weltweit weiter deutlich zugenommen haben.

Die hier vorliegenden Untersuchungen sollen dazu beitragen, einige empirische Erkenntnisse zu den Auslandsaktivitäten junger deutscher Unternehmen zu erlangen. Die Datenbasis für die hier präsentierten Analysen bildet das KfW/ZEW-Gründungspanel,<sup>1</sup> welches eine für das deutsche Gründungsgeschehen repräsentative Erhebung bei jungen Unternehmen darstellt. Dabei werden sowohl die Export- als auch die Importaktivitäten der jungen Unternehmen betrachtet. Die Informationen zu den Auslandsaktivitäten wurden im Jahr 2012 für das Jahr 2011 erfragt. In die Analysen einbezogen wurden Unternehmen, die in den Jahren 2008 bis einschließlich 2011 gegründet wurden und sich zum Befragungszeitpunkt im ersten bis vierten Geschäftsjahr befanden.

Zunächst wird in Kapitel 2 ein Überblick über die Auslandsaktivitäten junger Unternehmen gegeben. Hierbei stehen der Umfang der Export- und Importgeschäfte – gemessen über das Wertvolumen und den Umsatzanteil (Exporte) bzw. die Kostenanteile (Importe) –, die Länder, mit denen Handel getrieben wird sowie die Diversität der Außenhandelsgeschäfte im Fokus. Kapitel 3 beschäftigt sich mit den Zeitaspekten der Außenhandelstätigkeit im „Lebenszyklus“ der jungen Unternehmen. Dazu gehören der Zeitpunkt des Beginns der Außenhandelstätigkeit, die Form der Kontaktaufnahme zum ersten ausländischen Kunden und die Analyse der Persistenz der Exporttätigkeit junger Unternehmen. In Kapitel 4 werden die Größen und Faktoren identifiziert, die eine Exporttätigkeit junger Unternehmen wahrscheinlicher werden lassen. Dabei spielen die Merkmale der Gründerpersonen, angestellte Mitarbeiter, das Innovationsverhalten der jungen Unternehmen, die Finanzierung sowie das Alter des Unternehmens und die Branchengruppe eine Rolle. Von den Unternehmen wahrgenommene Hemmnisse für eine Außenhandelstätigkeit werden in Kapitel 5 diskutiert. Hierbei werden die

---

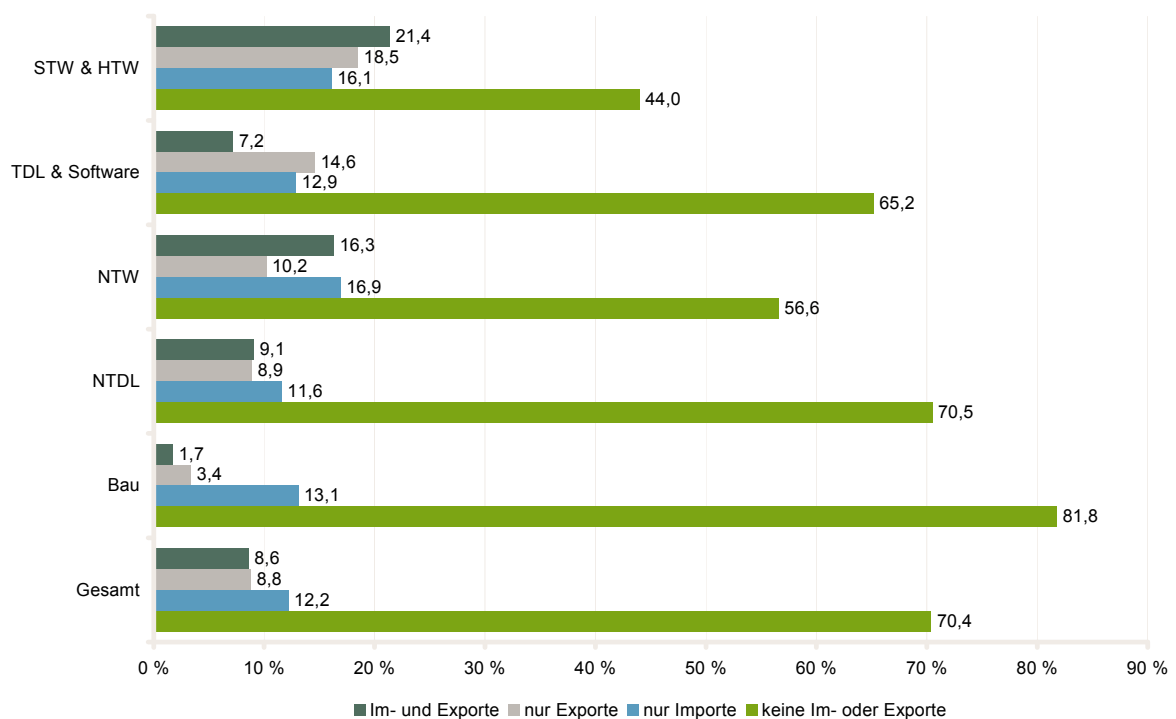
<sup>1</sup> Eine genaue Erläuterung zum KfW/ZEW-Gründungspanel findet sich im Anhang in Abschnitt 7.1.

spezifischen Export- sowie Importhemmnisse erörtert und ein Blick auf mögliche Besonderheiten im Zusammenhang mit der Finanzierung von Auslandsgeschäften geworfen. Kapitel 6 fasst die wichtigsten Befunde schlussfolgernd zusammen.

## 2 Überblick über die Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen in Deutschland

### 2.1 Verbreitung von Ex- und Importtätigkeit unter jungen Unternehmen

Von den jungen Unternehmen, die sich im Jahr 2011 im ersten bis vierten Geschäftsjahr befanden, erzielten 17 % im Jahr 2011 einen Teil ihres Umsatzes über Exporte (vgl. Grafik 1). Der Anteil der exportierenden Unternehmen hängt stark von der Branche ab. In den Hightech-Branchen des Verarbeitenden Gewerbes (STW & HTW) liegt er mit 40 % am höchsten. Im übrigen Verarbeitenden Gewerbe exportieren 27 % der Unternehmen, was immer noch deutlich über dem Branchendurchschnitt liegt. Im Dienstleistungssektor ist der Anteil exportierender Unternehmen erwartungsgemäß geringer. Auch hier exportieren in den Hightech-Branchen (TDL & Software: 22 %) verhältnismäßig mehr Unternehmen als in den nicht-technologieintensiven Branchen (NTDL: 18 %). Den geringsten Anteil exportierender Unternehmen weist mit 5 % die Baubranche auf.



Erläuterung: Anteil der jeweiligen Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

#### Grafik 1: Auslandsaktivitäten junger Unternehmen im Jahr 2011 nach Branchen

21 % der jungen Unternehmen haben im Jahr 2011 Waren oder Dienstleistungen importiert. Den höchsten Anteil importierender Unternehmen verzeichnen die Hightech-Branchen des Verarbeitenden Gewerbes (STW & HTW: 37 %) und das übrige Verarbeitende Gewerbe (NTW: 33 %). Im Dienstleistungssektor entspricht der Anteil importierender Unternehmen dem Branchendurchschnitt, im Bau liegt er mit 15 % darunter. Insgesamt deutet dies darauf

hin, dass das Im- und Exportverhalten in einem engen Zusammenhang stehen: Branchen, in denen relativ viele Unternehmen exportieren, sind auch durch einen relativ hohen Anteil importierender Unternehmen gekennzeichnet. In Branchen, in denen verhältnismäßig wenige Unternehmen exportieren, ist hingegen auch der Anteil importierender Unternehmen eher gering.

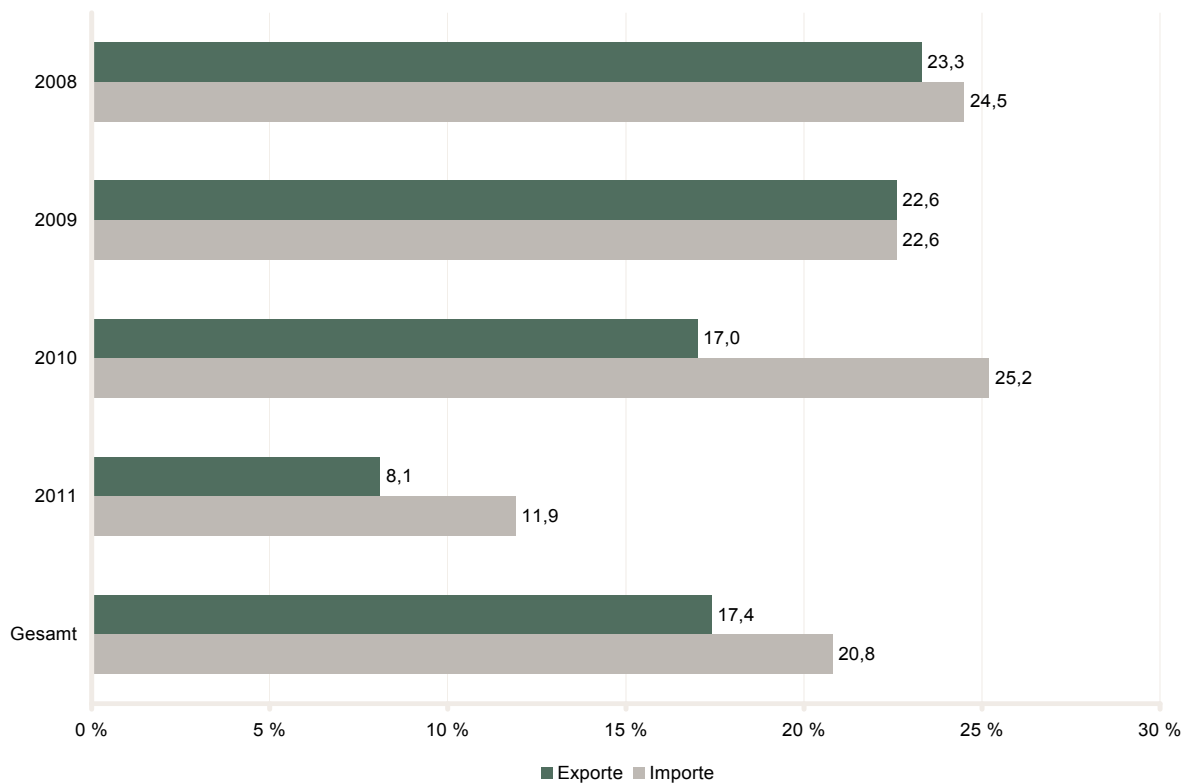
Insgesamt ist der Anteil importierender Unternehmen etwas höher als der Anteil exportierender Unternehmen (21 vs. 17 %). Dies gilt jedoch nicht für den Hightech-Sektor. Dort gibt es sowohl im Verarbeitenden Gewerbe (STW & HTW) als auch in den Dienstleistungsbranchen (TDL & Software) relativ mehr exportierende als importierende Unternehmen. In allen anderen Branchen ist es umgekehrt. Die größte Anteilsdifferenz verzeichnet die Baubranche. Hier ist der Anteil importierender Unternehmen mit 15 % dreimal so hoch wie der Anteil exportierender Unternehmen.

Bei den grenzüberschreitenden wirtschaftlichen Aktivitäten der jungen Unternehmen ist es allerdings nicht so, dass die Unternehmen entweder ausschließlich als Exporteure aktiv sind oder ausschließlich als Importeure oder gar nicht in grenzüberschreitende Aktivitäten involviert sind. Einige Unternehmen bedienen sich der internationalen Beschaffungsmärkte und nutzen gleichzeitig die Absatzmärkte jenseits der Grenzen. Von allen Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011 haben zwar nur knapp 9 % im Jahr 2011 sowohl exportiert als auch importiert (vgl. Grafik 1), es zeigen sich allerdings deutliche Unterschiede zwischen den hier betrachteten Branchengruppen. Die im Branchenvergleich höchsten Anteile weisen die industriellen Branchengruppen auf. In den forschungsintensiven Branchen dieses Sektors (STW & HTW) sind mehr als ein Fünftel der jungen Unternehmen sowohl auf Export- als auch auf Importmärkten aktiv. Der entsprechende Anteil in den sonstigen Industriebranchen (NTW) liegt bei rund 16 %. Der Anteil exportierender und importierender junger Unternehmen in den Dienstleistungsbranchen ist deutlich kleiner. In den Hightech-Dienstleistungsbranchen (TDL & Software) sind es nur etwas mehr als 7 %, in den nicht-technologieorientierten Dienstleistungsbranchen (NTDL) knapp 10 % der jungen Unternehmen. Mit unter 2 % weist die Baubranche den mit Abstand geringsten Anteil von sowohl ex- als auch importierenden Unternehmen auf.

Aus Grafik 1 wird ebenso deutlich, dass auch bei zusätzlicher Berücksichtigung von nur exportierenden oder nur importierenden Unternehmen in den Industriebranchen die höchsten Anteile von jungen Unternehmen mit Aktivitäten auf Auslandsmärkten zu finden sind. Weniger als die Hälfte der jungen Unternehmen im industriellen Hightech-Bereich (44 %) hat im Jahr 2011 weder Importe noch Exporte aufzuweisen. In den sonstigen Industriebranchen sind 57 % der Unternehmen nicht im Ausland aktiv. Die entsprechenden Anteile liegen mit 65 % für die Hightech-Dienstleistungsunternehmen und Software-Hersteller sowie mit knapp

über 70 % für die sonstigen Dienstleistungsunternehmen erheblich höher. Auch diese Gesamtbetrachtung der Auslandsgeschäfte sind die jungen Unternehmen der Baubranche das im Branchenvergleich am deutlichsten auf das Inland ausgerichtete Unternehmenssegment.

Die Im- und Exportaktivitäten nehmen in den ersten Geschäftsjahren tendenziell mit dem Unternehmensalter zu. Von den sehr jungen, erst im Jahr 2011 gegründeten Unternehmen haben im Gründungsjahr nur 8 % exportiert und 12 % importiert (vgl. Grafik 2). Von den Unternehmen des Gründungsjahrgangs 2010 haben im Jahr 2011 dagegen bereits 17 % exportiert und 25 % importiert. Bei den in den Jahren 2008 und 2009 gegründeten Unternehmen ist der Anteil exportierender Unternehmen mit 23 % noch höher, während der Anteil importierender Unternehmen mit 25 bzw. 23 % wieder etwas geringer ausfällt. Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass neu gegründete Unternehmen relativ schnell Importaktivitäten aufnehmen, während der Aufbau von Exportbeziehungen etwas mehr Zeit in Anspruch nimmt.<sup>2</sup>



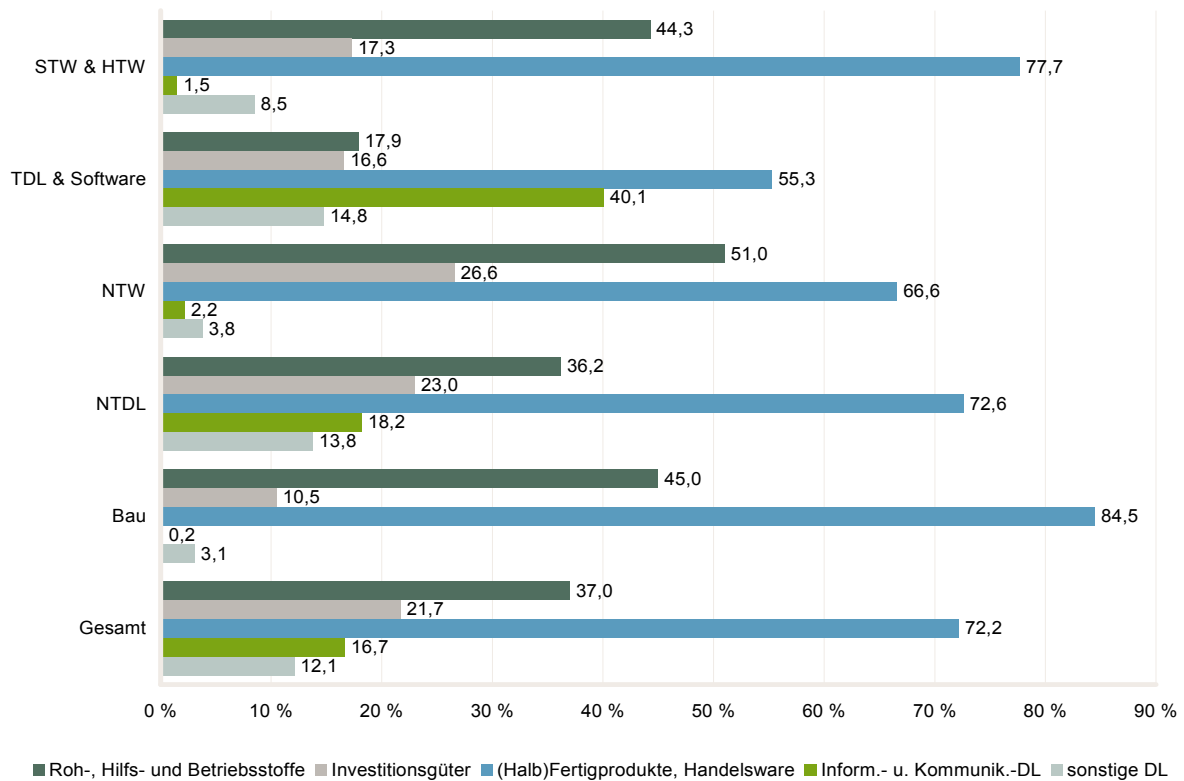
Erläuterung: Anteil der Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

## Grafik 2: Unternehmen mit Exporten bzw. Importen im Jahr 2011 nach Gründungsjahren

<sup>2</sup> Der hier dargestellte Zusammenhang zwischen Auslandsaktivitäten und Unternehmensalter dürfte jedoch von anderen Merkmalen beeinflusst werden, die mit dem Unternehmensalter korreliert sind. Wie die Analyse in Kapitel 4 zeigt, ist der Einfluss des Unternehmensalters auf die Exportwahrscheinlichkeit eher gering, wenn man für verschiedene gründer- und unternehmensspezifische Merkmale kontrolliert.

Grafik 3 gibt einen Überblick über die Art der Güter und Dienstleistungen, die junge Unternehmen im Jahr 2011 importierten. Am häufigsten wird hier die Produktkategorie Fertigprodukte, Halbfertigprodukte und Handelsware genannt. 72 % der importierenden Unternehmen führte diese Produktart ein. 37 % der jungen Unternehmen importierten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und 22 % importierten Investitionsgüter. Die wenigsten importierenden Unternehmen erwarben Informations- und Kommunikationsdienstleistungen (17 %) und sonstige Dienstleistungen (12 %) aus dem Ausland.



Erläuterung: Anteil der importierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

### Grafik 3: Art der importierten Güter und Dienstleistungen im Jahr 2011 nach Branchen

Am weitesten ist der Import von (Halb-)Fertigprodukten und Handelsware bei den importierenden Unternehmen der Baubranche und der Spitzen- und hochwertigen Technik verbreitet (85 bzw. 78 % der importierenden Unternehmen). In beiden Branchen importieren die jungen Unternehmen auch relativ oft Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe. Im Vergleich noch häufiger werden diese jedoch von den nicht-technologieintensiven Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes eingeführt (51 % der importierenden Unternehmen). Diese Wirtschaftszweige importieren auch relativ am häufigsten Investitionsgüter (27 % der importierenden Unternehmen). Dienstleistungsimporte sind dagegen am stärksten im Dienstleistungssektor verbreitet. Insbesondere Unternehmen der technologieorientierten Dienstleistungen und Software führen häufig Informations- und Kommunikationsdienstleistungen ein (40 % der importierenden Unternehmen). Im Bausektor und im Verarbeitenden Gewerbe spielt der Im-



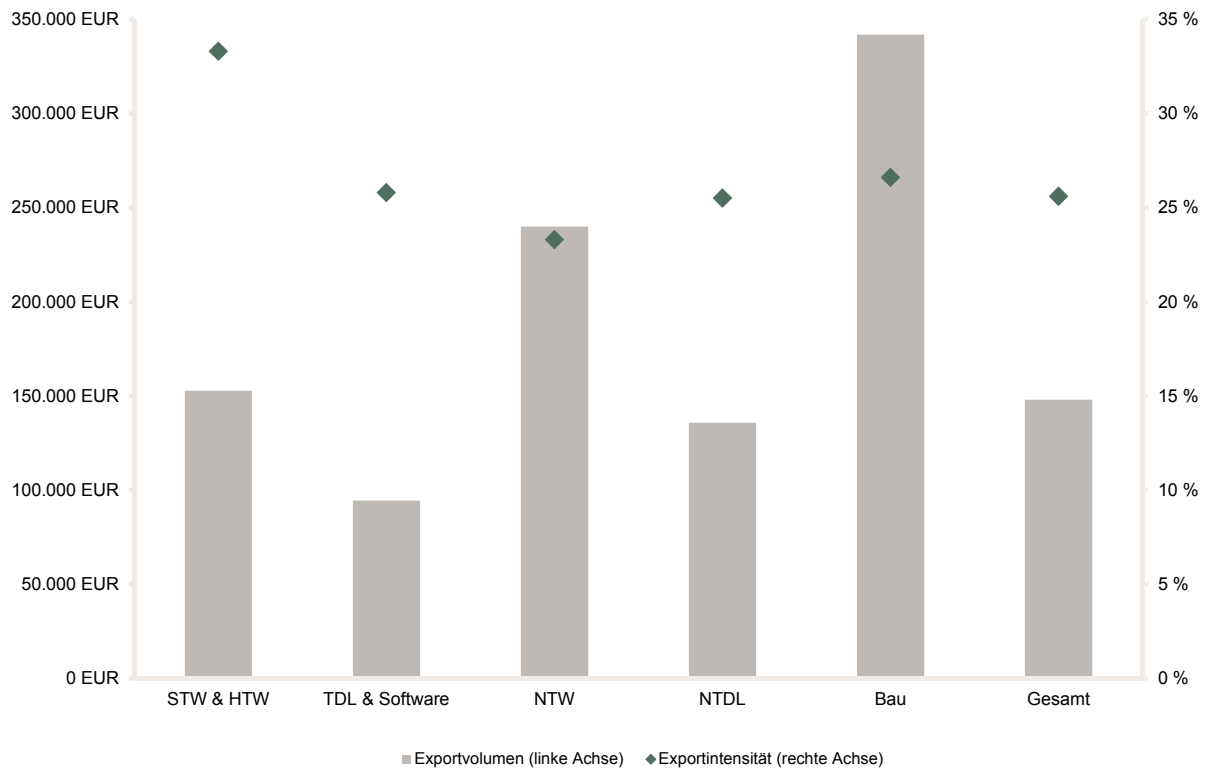
port solcher Dienstleistungen hingegen praktisch keine Rolle (maximal 2 % der importierenden Unternehmen). Auch sonstige Dienstleistungen werden von diesen Branchen relativ selten eingeführt.

Die hier identifizierten Befunde spiegeln natürlich auch wider, dass die hergestellten Produkte und Dienstleistungen in den einzelnen Branchen in unterschiedlichen Maß auf Vorleistungen aus dem Ausland angewiesen sind (vgl. Grafik 3). Die Ergebnisse für die jungen Unternehmen deuten darauf hin, dass Industrieunternehmen, die weit stärker als Dienstleistungsunternehmen auf materielle Vorleistungen angewiesen sind, in der internationalen Arbeitsteilung auch dementsprechend stärker verankert sind als die Unternehmen der Dienstleistungsbranchen.

## **2.2 Umfang der Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen**

Der Umfang der Ex- und Importtätigkeit wird im Folgenden zum einen über das Ex- bzw. Importvolumen und zum anderen über die Ex- bzw. Importintensität gemessen. Das Exportvolumen wird mit den Einnahmen aus Exporten gleichgesetzt, das Importvolumen entspricht den Ausgaben für Importe. Die Exportintensität bezeichnet den Anteil des Exportvolumens am gesamten Umsatz der exportierenden Unternehmen. Die Importintensität ist gleich dem Anteil des Importvolumens an den gesamten Ausgaben für Güter und Dienstleistungen der importierenden Unternehmen.

Das durchschnittliche Exportvolumen junger, exportierender Unternehmen lag im Jahr 2011 bei knapp 150.000 EUR und betrug im Mittel gut ein Viertel des Umsatzes. Die Exportvolumina schwanken zwischen 340.000 EUR im Bau und 95.000 EUR im Bereich der technologieorientierten Dienstleistungen und Software (vgl. Grafik 4). Die Exportintensitäten differieren nicht sehr stark zwischen den Branchen. Eine Ausnahme bilden die Unternehmen der Spitzen- und hochwertigen Technik, die mit 33 % einen deutlich höheren Anteil ihres Umsatzes über Exporte erzielen als der Durchschnitt aller jungen, exportierenden Unternehmen. Somit sind Exportaktivitäten unter den jungen Hightech-Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes nicht nur vergleichsweise weit verbreitet, wie im vorigen Abschnitt beschrieben, sondern tragen hier auch relativ stärker zum Umsatz der Exporteure bei als in anderen Branchen. Bei den jungen Unternehmen des übrigen Verarbeitenden Gewerbes, die ebenfalls zu einem hohen Anteil exportieren, leisten die Exporte mit 23 % dagegen einen leicht unterdurchschnittlichen Beitrag zum Umsatz exportierender Unternehmen. Im Bausektor wiederum, wo junge Unternehmen selten Exporteure sind, ist das mittlere Exportvolumen der exportierenden Unternehmen relativ hoch, trägt jedoch nur durchschnittlich zum Umsatz bei. Das ist dadurch zu erklären, dass der Umsatz junger exportierender Unternehmen in der Baubranche im Durchschnitt deutlich höher ist als in den anderen Branchen.



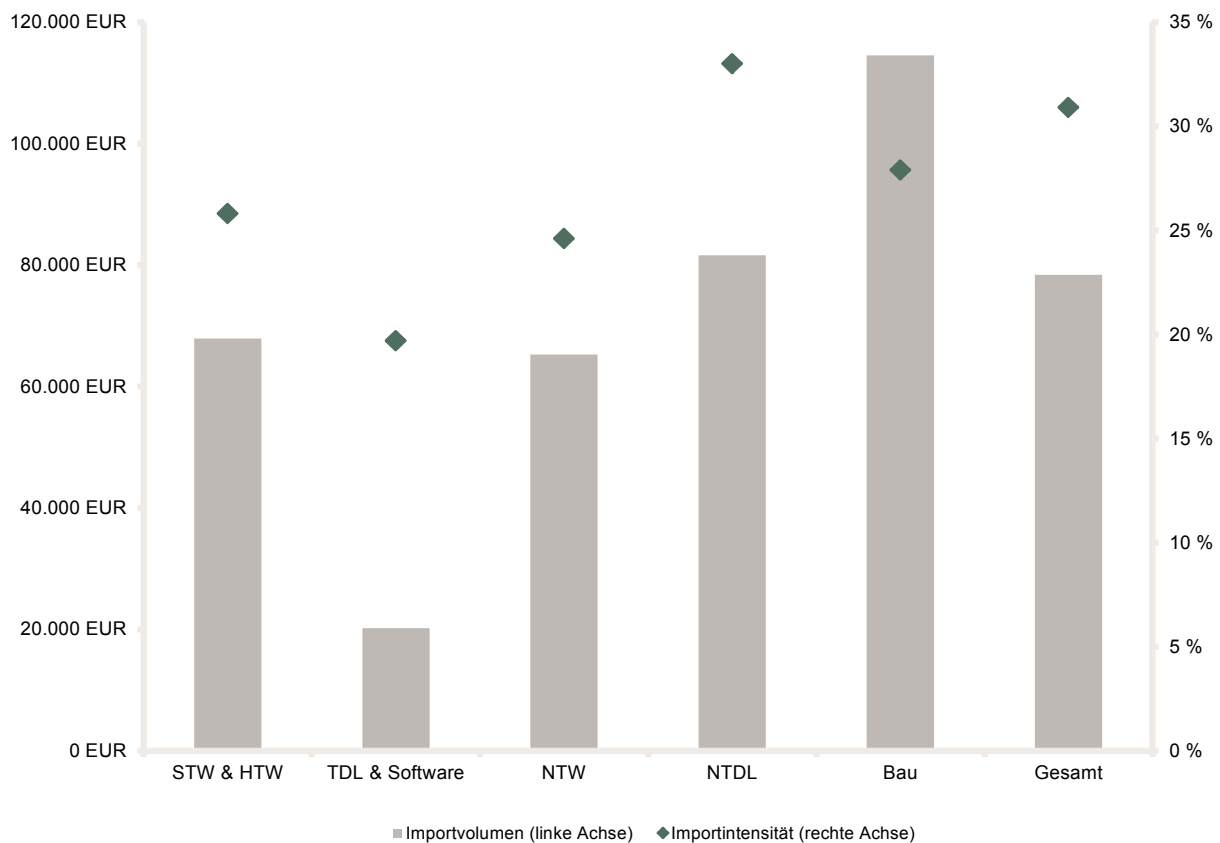
Erläuterung: Durchschnitt der exportierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011; Exportvolumina ohne oberstes Perzentil.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

#### Grafik 4: Exportvolumen und Exportintensität nach Branchen

Exportvolumen und -intensität variieren nur wenig mit dem Gründungsjahr. Auffällig ist allerdings, dass die ganz jungen, 2011 gegründeten Unternehmen eine hohe Exportintensität aufweisen. Es kommt selten vor, dass Unternehmen bereits im Gründungsjahr exportieren (vgl. Grafik 2), doch wenn sie es tun, machen die Exporte einen relativ großen Teil ihres noch geringen Umsatzes aus.

Das durchschnittliche Importvolumen junger, importierender Unternehmen lag im Jahr 2011 bei knapp 80.000 EUR und war damit gut halb so groß wie das durchschnittliche Exportvolumen. Im Mittel hatten die Importausgaben einen Anteil von 31 % an allen Ausgaben für Güter und Dienstleistungen. Ebenso wie das Exportvolumen ist das Importvolumen im Durchschnitt am höchsten im Bau (115.000 EUR) und am niedrigsten im Bereich technologieorientierte Dienstleistungen und Software (20.000 EUR) (vgl. Grafik 5).



Erläuterung: Durchschnitt der importierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011; Importvolumina ohne oberstes Perzentil.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

### Grafik 5: Importvolumen und Importintensität nach Branchen

Auch bei den Importintensitäten gibt es deutliche Branchenunterschiede. Die niedrigste Importintensität ist mit 20 % im Bereich technologieorientierte Dienstleistungen und Software zu beobachten. Auch im Verarbeitenden Gewerbe (STW & HTW und NTW) ist die Importintensität mit 25 % relativ gering. Somit sind Importaktivitäten unter den jungen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes zwar weiter verbreitet als in anderen Branchen (vgl. voriger Abschnitt), ihr Volumen hat aber einen verhältnismäßig niedrigen Anteil an den Gesamtausgaben der Importeure. Mit 33 % ist die höchste Importintensität in den nicht-technologieintensiven Dienstleistungen zu beobachten.

Das Importvolumen korreliert tendenziell positiv mit dem Unternehmensalter der jungen Unternehmen: Je älter die Unternehmen sind, desto höher ist das Importvolumen. Die Importintensität ist hingegen bei den ganz jungen Unternehmen des Gründungsjahres 2011 am höchsten. Deren Ausgaben für Güter und Dienstleistungen sind im Jahr 2011 noch deutlich geringer als bei den etwas älteren Unternehmen, sodass etwaige Importaktivitäten einen relativ großen Anteil daran ausmachen.

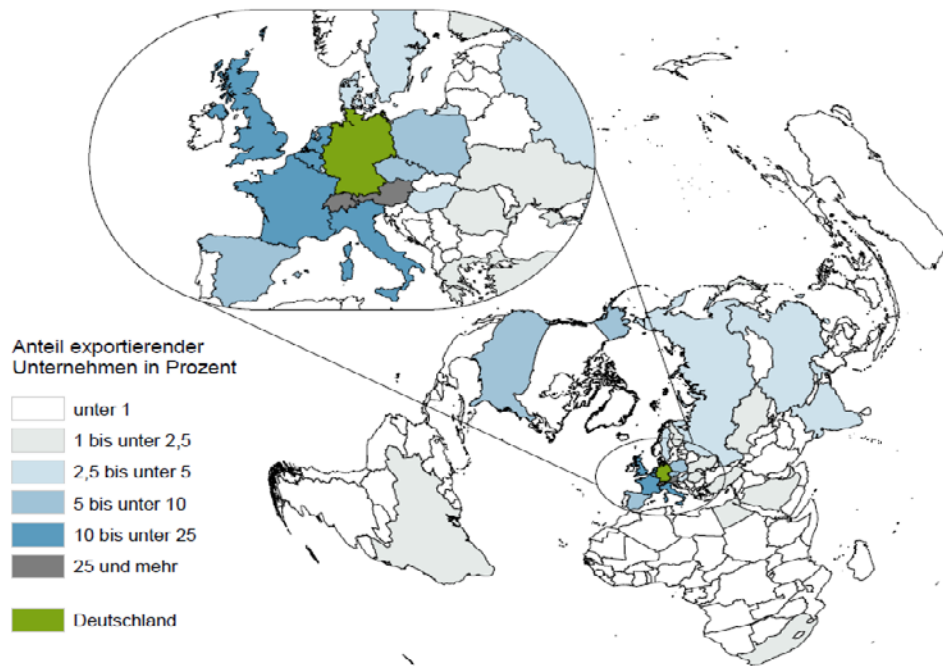
### 2.3 Geografische Verteilung der Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen

Die bedeutendsten Exportländer für junge Unternehmen sind Österreich und die Schweiz. Für 40 bzw. 35 % der exportierenden Unternehmen zählen diese Länder zu den drei wichtigsten Exportmärkten gemessen am Exportumsatz. Von großer Bedeutung für den Export sind auch die Niederlande und Frankreich. Sie werden von 22 bzw. 18 % der Exporteure unter den Top drei Exportmärkten genannt. Es folgen das Vereinigte Königreich, Belgien und Italien. Sie zählen für jeweils rund 10 % der exportierenden Unternehmen zu den drei wichtigsten Exportländern.

Die wichtigsten Exportmärkte der jungen Unternehmen sind also die südlichen und westlichen Anrainerstaaten Deutschlands, das Vereinigte Königreich und Italien (vgl. Grafik 6). Von relativ großer Bedeutung sind außerdem Spanien und die USA, die für 9 % der Unternehmen zu den Top drei Exportländern gehören, sowie die östlichen Nachbarn Polen und Tschechien (jeweils 6 %). Länder, die immerhin für 2,5 bis 5 % der Unternehmen zu den drei wichtigsten Exportmärkten zählen, sind Dänemark, Schweden, Ungarn und Luxemburg sowie China, Russland und Indien.

Das Länderranking verändert sich nur wenig, wenn statt der Zugehörigkeit eines Landes zur Gruppe der drei wichtigsten Exportländer der Anteil dieser drei Länder am gesamten Exportvolumen betrachtet wird. Die Bedeutung Chinas, das nun an vierter Stelle liegt, erhöht sich allerdings deutlich. Insgesamt spielen die außereuropäischen Länder jedoch eine eher geringe Rolle für die Exporttätigkeit junger Unternehmen. Durchschnittlich 80 % des Exportvolumens, das auf die Top drei Exportländer entfällt, gehen ins europäische Ausland (einschließlich Russland).

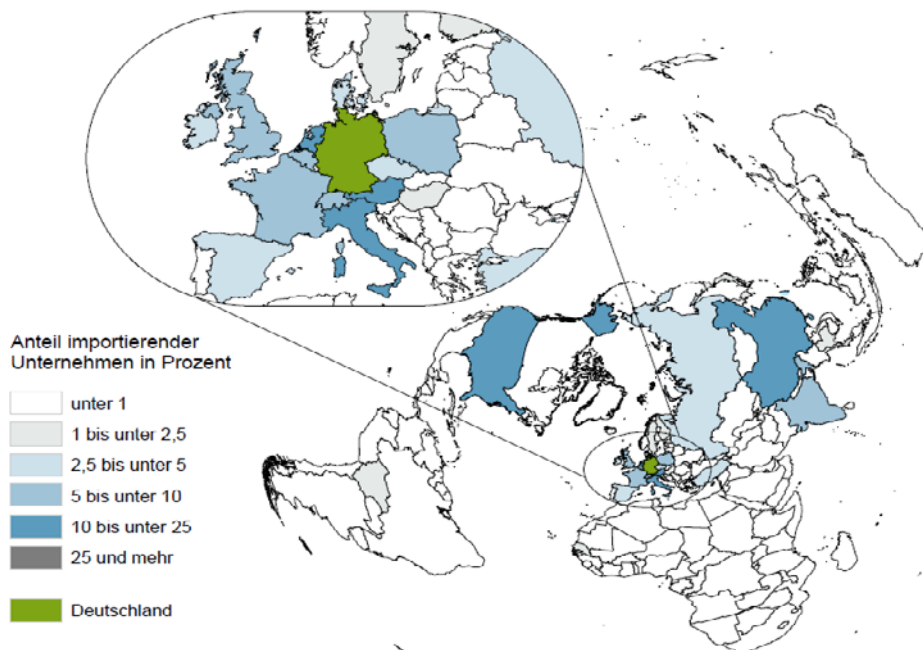
Bei den Importen gehören die USA und China zusammen mit den Niederlanden und Italien zu den bedeutendsten Handelspartnern (vgl. Grafik 7). Jeweils 15 bis 18 % der Unternehmen zählen diese Länder zu ihren drei wichtigsten Importmärkten gemessen am Importwert. Österreich (11 % der Unternehmen) fällt ebenfalls in diese Top-Gruppe. Zu der nächsten Gruppe in der Rangfolge (Länder, die von 5 bis 10 % der Unternehmen zu den wichtigsten Importmärkten gezählt werden) gehört neben einigen Nachbarländern Deutschlands und dem Vereinigten Königreich auch Indien. Einige außereuropäische Länder sind also wichtige Importmärkte für junge deutsche Unternehmen. Das zeigt sich auch am Länderranking nach dem Anteil des Importvolumens der Top drei Importmärkte am gesamten Importwert, in dem China und die USA vordere Plätze belegen. Zwar beziehen die Unternehmen immerhin durchschnittlich 69 % des Importvolumens, das auf ihre jeweiligen Top drei Importländer entfällt, aus dem europäischen Ausland. Damit spielen die außereuropäischen Länder bei den Importen jedoch eine wichtigere Rolle als bei den Exporten.



Erläuterung: Anteil der exportierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2010, die das Land zu den drei umsatzstärksten Exportmärkten des Unternehmens zählen. Lesehilfe: Für mindestens 25 % der exportierenden Unternehmen zählt Österreich zu den drei umsatzstärksten Exportmärkten des Unternehmens.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

**Grafik 6: Die wichtigsten Exportländer junger Unternehmen**



Erläuterung: Anteil der importierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2010, die das Land zu den drei wichtigsten Importmärkten des Unternehmens zählen. Lesehilfe: Für 10 bis 25 % der importierenden Unternehmen zählt Österreich zu den drei wichtigsten Importmärkten des Unternehmens.

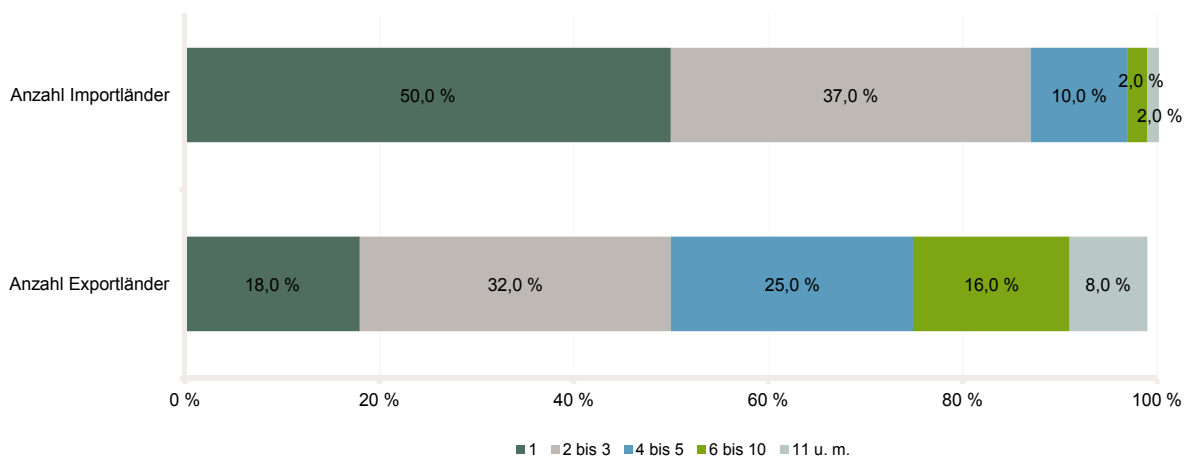
Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

**Grafik 7: Die wichtigsten Importländer junger Unternehmen**

Es ist festzuhalten, dass die wichtigsten Handelspartner für junge deutsche Unternehmen unabhängig von der Handelsrichtung in Europa die unmittelbaren Nachbarländer Deutschlands sowie das Vereinigte Königreich und Italien sind. Außerhalb Europas sind es die USA und China. Damit ähnelt die geografische Verteilung der wichtigsten ausländischen Handelspartner junger Unternehmen derjenigen der deutschen Wirtschaft insgesamt (vgl. Statistisches Bundesamt 2013).

## 2.4 Diversifizierung der Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen

Die Anzahl der Länder, in die die jungen Unternehmen exportieren, ist in den meisten Fällen gering. Gut die Hälfte der exportierenden Unternehmen exportiert in maximal drei Ländern, gut drei Viertel in maximal fünf Ländern (vgl. Grafik 8). 18 % der jungen Unternehmen führen ihre Waren und Dienstleistungen in nur ein Land aus. Die Importe der jungen Unternehmen konzentrieren sich noch stärker auf wenige Länder. Knapp die Hälfte der importierenden Unternehmen beziehen ihre Importe aus nur einem Land, weitere 37 % aus zwei bis drei Ländern. Nur 4 % der Importeure beziehen Güter aus mehr als fünf Ländern.



Erläuterung: links: Anzahl der Exportländer, Anteil der exportierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011; rechts: Anzahl der Importländer, Anteil der importierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2010.

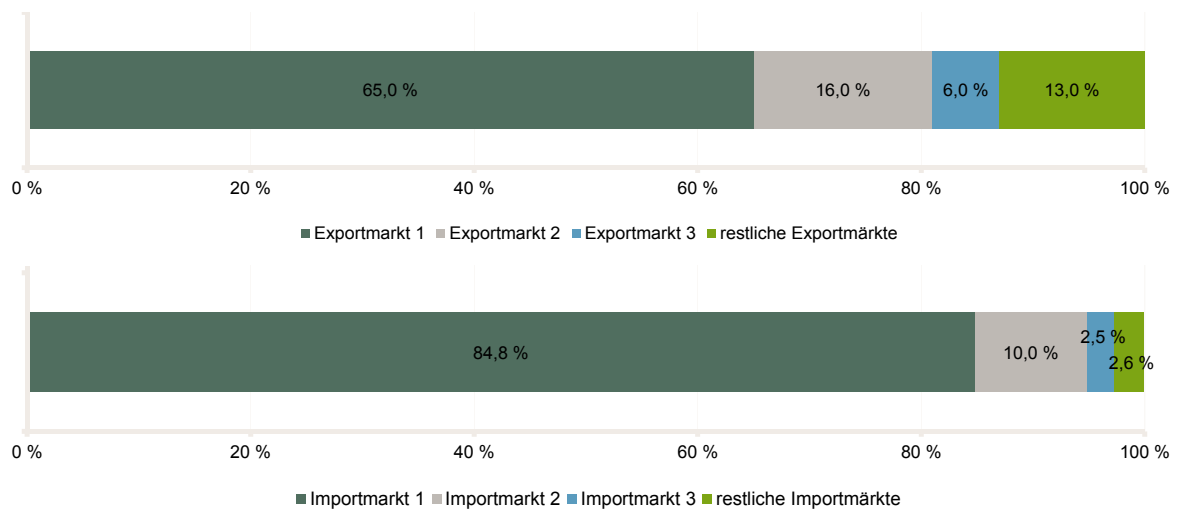
Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

### Grafik 8: Anzahl der Ex- und Importländer

Grafik 9 (oberer Teil) stellt dar, welchen Anteil der Wert der Exporte in die drei umsatzstärksten Exportländer am gesamten Exportumsatz hat. Demnach haben die Ausfuhren in das umsatzstärkste Exportland (in Grafik 9: Exportmarkt 1) im Mittel einen Anteil von 65 % am Exportumsatz, und die Ausfuhren in das zweitumsatzstärkste Exportland einen Anteil von 16 %. Die drei umsatzstärksten Exportländer zusammen weisen einen Anteil von 87 % am Exportumsatz auf.

Bei den Importen ist die Konzentration noch stärker ausgeprägt. Die Importe aus dem wichtigsten Importland (in Grafik 9: Importmarkt 1) haben im Mittel der importierenden Unterneh-

men einen Anteil von 85 % am gesamten Importwert. Die drei wichtigsten Importmärkte zusammen tragen 97 % zum gesamten Importwert bei (Grafik 9, unterer Teil).



Erläuterung obere Teilgrafik: Exportmarkt 1: umsatzstärkster Exportmarkt, Exportmarkt 2 (3): zweit (dritt) -umsatzstärkster Exportmarkt; Anteil am gesamten Exportumsatz, Mittelwert der exportierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2010.

Erläuterung untere Teilgrafik: Importmarkt 1: wichtigster Importmarkt, Importmarkt 2 (3): zweit (dritt) -wichtigster Importmarkt; Anteil am gesamten Importwert, Mittelwert der importierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2010.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

**Grafik 9: Anteil der umsatzstärksten Exportmärkte am Exportumsatz und der umsatzstärksten Importmärkte am Importumsatz**

Die Informationen zum Ausmaß der Ex- und Importdiversifizierung lassen sich mittels des Berry-Herfindahl-Indexes (BHF) zu einer Maßzahl verdichten. Der BHF steigt mit dem Ausmaß der Diversifizierung. Er nimmt den Wert null an, wenn in nur ein Land ex- bzw. importiert wird, also keine Diversifizierung vorliegt. Er nähert sich dem Wert eins, wenn mit vielen Ländern Austauschbeziehungen unterhalten werden und die Anteile der Länder am Exportumsatz bzw. am Importwert nahezu gleich verteilt sind (siehe Kasten 1).

**Kasten 1: Der Berry-Herfindahl-Index**

Der Berry-Herfindahl-Index (BHF) basiert auf dem Herfindahl-Index (HF), der häufig zur Messung der Konzentration von Unternehmen oder Branchen auf Produkte verwendet wird. Der HF entspricht dann der Summe der quadrierten Absatzanteile aller Produkte am Absatzproduktionswert. Übertragen auf die Messung der Konzentration der Ex- und Importe ist der HF gleich der Summe der quadrierten Anteile aller Ex- bzw. Importländer am Ex- bzw. Importwert:

$$HF = \sum_{i=1}^n s_i^2 \quad \text{mit } s_i \text{ gleich dem Anteil des Export(Import)markts } i \text{ am Exportumsatz (Importwert) des Unternehmens und } \frac{1}{n} \leq HF \leq 1.$$

Der Berry-Herfindahl-Index, definiert durch

$$BHF = 1 - HF \quad \text{mit } 0 \leq BHF \leq 1 - \frac{1}{n},$$

ist folglich ein Maß für die Diversifizierung.

Tabelle 1 gibt den BHF zur Ex- und Importdiversifizierung nach Branchen und Gründungsjahren an.<sup>3</sup> Bezogen auf alle Unternehmen ist der BHF bei den Exporten mit 0,4 deutlich höher als bei den Importen mit 0,2. Das passt zu den bisherigen Ergebnissen, wonach sich die Exporte erstens auf mehr Länder verteilen und zweitens wertmäßig weniger stark auf die drei wichtigsten Länder konzentrieren als die Importe. Dass das Ausmaß der Diversifizierung gemessen am BHF bei den Exporten höher ist als bei den Importen, gilt für jede Branche und für jeden Gründungsjahrgang.

Die stärkste Exportdiversifizierung ist bei den nicht-technologieintensiven Dienstleistungen und den Hightech-Branchen des Verarbeitenden Gewerbes zu beobachten. Letztere verzeichnen zudem die stärkste Importdiversifizierung. Die geringste Diversifizierung weist sowohl bei den Ex- als auch bei den Importen der Bausektor auf. Daraus lässt sich schließen, dass ein hohes Ex- und Importvolumen, wie es für die auslandsaktiven Unternehmen des Bausektors kennzeichnend ist, sich durchaus auf wenige Länder konzentrieren kann. Generell ist kein eindeutiger Zusammenhang zwischen dem Niveau der Ex- bzw. Importvolumina und den -intensitäten einerseits und dem Ausmaß der Diversifizierung andererseits erkennbar.

**Tabelle 1: Berry-Herfindahl-Index zur Ex- und Importdiversifizierung**

	Berry-Herfindahl-Index	
	Exporte	Importe
<b>Branche</b>		
STW & HTW	0,42	0,25
TDL & Software	0,32	0,21
NTW	0,39	0,19
NTDL	0,43	0,21
Bau	0,29	0,12
<b>Gründungsjahr</b>		
2008	0,50	0,23
2009	0,40	0,18
2010	0,35	0,19
Gesamt	0,41	0,20

Erläuterung: Berry-Herfindahl-Index geschätzt auf Basis der Anteile der drei wichtigsten Ex- und Importmärkte am Exportumsatz bzw. Importwert; Mittelwert der ex- bzw. importierenden Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2010.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

Das Ausmaß der Exportdiversifizierung scheint mit dem Unternehmensalter zuzunehmen. Im Jahr 2008 gegründete Unternehmen haben einen deutlich höheren BHF als im Jahr 2010 gegründete Unternehmen (0,5 vs. 0,35). Demnach diversifizieren junge Unternehmen ihre Exporttätigkeit im Lauf der ersten Geschäftsjahre immer stärker regional. Bei der Importdiversifizierung ist kein derart deutlicher Zusammenhang mit dem Unternehmensalter zu er-

<sup>3</sup> Es handelt sich um eine Schätzung des BHF, weil nur Informationen zu den Anteilen der drei wichtigsten Ex- und Importländer aus der Befragung vorliegen. Für die Berechnung des BHF wurde angenommen, dass sich der verbleibende Exportumsatz (Importwert) gleichmäßig auf die übrigen Ex- bzw. Importländer verteilt.



kennen. Hier liegt der BHF der im Jahr 2008 gegründeten Unternehmen nur wenig über dem der im Jahr 2010 gegründeten Unternehmen (0,23 vs. 0,19). Die oben erwähnte Zunahme des Importvolumens mit dem Unternehmensalter ist also nicht mit einem entsprechend starken Anstieg der Importdiversifizierung verbunden.



### **3 Internationale Geschäftstätigkeit im Zeitablauf**

Die jungen Unternehmen müssen auch den Zeitpunkt festlegen, zu dem sie ihre Internationalisierung starten. Der zeitliche Aspekt der Internationalisierung steht im Mittelpunkt des folgenden Kapitels. In einem ersten Schritt wird untersucht, in welchem Geschäftsjahr junge Unternehmen erstmals Exporte beziehungsweise Importe realisieren (Abschnitt 3.1). Allerdings ist insbesondere im Exportgeschäft der Zeitpunkt des Eintritts in den internationalen Markt nicht immer planbar. Dies hängt u. a. davon ab, auf welchem Weg es dem jungen Unternehmen gelingt, erste Kunden im Ausland zu gewinnen. Denn Umsätze durch Exporte sind nicht bei allen jungen Unternehmen Ergebnis einer aktiven Internationalisierungsstrategie. Bei manchen Unternehmen ist der Markteintritt vielmehr die Folge einer unerwarteten Anfrage eines ausländischen Kunden. Nach der Bestimmung des Zeitpunkts der ersten Exporttätigkeit wird aus diesem Grund in einem zweiten Schritt analysiert, wie die ersten ausländischen Kunden gewonnen wurden (Abschnitt 3.2).

Im Zeitablauf entscheidet ein Unternehmen nicht nur über den Eintritt in den ausländischen Markt, sondern auch, ob es seine internationalen Geschäftstätigkeiten fortsetzen will oder den Auslandsmarkt wieder verlassen möchte, z. B. weil sich die Gewinnerwartungen im Auslandsgeschäft nicht erfüllt haben. Als Folge der Ein- und Austritte von Unternehmen ergeben sich über die Zeit Sequenzen der internationalen Geschäftstätigkeit. Durch die jährliche Datenerhebung des KfW/ZEW-Gründungspanels ist es möglich, Sequenzen der Exporttätigkeit über mehrere Jahre zu bestimmen.<sup>4</sup>

#### **3.1 Zeitpunkt des Eintritts in die Export- und Importtätigkeit**

Zur Erklärung des Eintrittszeitpunkts in den Exportmarkt werden in der Literatur im Wesentlichen zwei theoretische Ansätze verwendet. Die so genannte Prozesstheorie beschreibt Internationalisierung als graduellen Prozess (Johanson und Vahlne 1977, 1990; Bilkey und Tesar 1977; Bilkey 1978). Unternehmen starten ohne Exportaktivitäten, realisieren in der nächsten Stufe sporadisch einzelne Exporte und weiten ihre internationalen Geschäftsaktivitäten schrittweise aus, bis sie in der letzten Stufe als multinationales Unternehmen ausländische Direktinvestitionen durchführen. Der wesentliche Erklärungsfaktor der zeitlichen Abfolge des Internationalisierungsprozesses ist die Verfügbarkeit von materiellen und immateriel-

---

<sup>4</sup> Über die Importtätigkeit junger Unternehmen liegen keine Angaben für mehrere, aufeinander folgende Jahre vor. Daher ist eine Analyse von Importsequenzen nicht möglich.

len Ressourcen. Nur Unternehmen, die im heimischen Markt genügend Ressourcen akkumuliert haben, seien demnach in der Lage, den Schritt in den Auslandsmarkt zu bewältigen.<sup>5</sup>

Infrage gestellt wurde die Prozesstheorie der Internationalisierung durch die Beobachtung von Unternehmen – insbesondere aus dem Hightech-Sektor –, die schon kurz nach ihrer Gründung Exporte vorzuweisen haben. Für diese Unternehmen hat sich der Begriff „Born Globals“ oder „Born Internationals“ etabliert (Lindqvist 1991; McKinsey 1993). Für den Eintritt in den Exportmarkt können Born Globals nicht auf Ressourcen zurückgreifen, die sie während einer langjährigen Geschäftstätigkeit im heimischen Markt akkumuliert haben. Stattdessen beruht der Internationalisierungsprozess von Born Globals häufig auf persönlichen Kontakten, Kooperationen und Netzwerken. Internationale Erfahrung bringt entweder der Gründer eines Born Globals selbst mit oder es werden international erfahrene Manager oder Mitarbeiter eingestellt (vgl. McDougall et al. 1994; Moen und Servais 2002).

Hinsichtlich des Zeitpunkts der ersten Importtätigkeit existiert in der Literatur kein eigenständiger theoretischer Erklärungsansatz. In Anlehnung an die Prozesstheorie der Internationalisierung formulieren Welch und Luostarinen (1993) die Hypothese, dass die Importe der Exporttätigkeit vorausgehen, sodass die Unternehmen bei ihren Exportaktivitäten von ihren Erfahrungen aus dem Importgeschäft profitieren können („inward-outward-internationalisation“). Für die Gruppe der Born Globals wird diese Hypothese schon dadurch widerlegt, dass bei ihnen vor dem Eintritt in den Exportmarkt der Zeitraum zu kurz ist, um Erfahrungen im Importgeschäft zu sammeln. Oviatt und McDougall (1994) beschreiben demgegenüber Importe als ein mögliches Element der internationalen Geschäftsaktivitäten von Born Globals. So können Importtätigkeiten kurz nach der Gründung ähnlich begründet werden wie die Exportaktivitäten von Born Globals.

Das Jahr der ersten Export- und Importaktivitäten von Unternehmen der Gründungskohorten 2008 bis 2010 ist in Tabelle 2 dargestellt. Da für die Unternehmen nur Informationen bis zum Beobachtungsjahr 2011 vorliegen, handelt es sich bei den Angaben zum internationalen Markteintritt um zensierte Daten. Zahlreiche Unternehmen werden später als 2011 eine Export- oder Importtätigkeit aufnehmen, wodurch sich die Verteilung der ersten Auslandsaktivitäten langfristig ändern wird. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die drei Kohorten 2008 bis 2010 über einen unterschiedlich langen Zeitraum beobachtet wurden. Während für Unternehmen der Kohorte 2008 der internationale Markteintritt in den ersten vier Geschäftsjahren

---

<sup>5</sup> Eine zweite Determinante der stufenweisen Ausweitung der internationalen Geschäftsaktivität ist der Grad der Risikoaversion der Unternehmen (Johansen und Vahlne 1977). Internationalisierung ist mit Risiko verbunden. Mit jedem Schritt der Internationalisierung wird Unsicherheit über die Internationalisierung abgebaut, was es dem Unternehmen wiederum ermöglicht, einen weiteren Internationalisierungsschritt zu gehen.

untersucht werden kann, erstreckt sich der Beobachtungszeitraum für im Jahr 2010 gegründete Unternehmen lediglich auf die ersten zwei Geschäftsjahre. Aus diesen Grund sind die Anteile der Unternehmen, die beispielsweise im Gründungsjahr erstmals exportiert oder importiert haben, nicht unmittelbar miteinander vergleichbar.

**Tabelle 2: Jahr der ersten Export- und Importtätigkeit in den Kohorten 2008 bis 2010**

	Gründungsjahr	2. Geschäftsjahr	3. Geschäftsjahr	4. Geschäftsjahr	
<b>Exporttätigkeit</b>					
2008	52,1	17,1	19,1	11,7	100,0
2009	57,7	26,3	16,0	–	100,0
2010	53,8	46,2	–	–	100,0
Gesamt	54,6	29,3	12,2	3,9	100,0
<b>Importtätigkeit</b>					
2008	52,7	24,5	9,9	13,0	100,0
2009	61,9	14,0	24,1	–	100,0
2010	63,4	36,6	–	–	100,0
Gesamt	59,6	26,1	10,2	4,1	100,0

Erläuterung: Anteile in Prozent. Nur Unternehmen, die bis zum Jahr 2011 in mindestens einem Jahr ex- bzw. importiert haben.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

Dennoch ergibt sich hinsichtlich des Zeitpunkts der ersten Auslandstätigkeit ein eindeutiges Bild: Sofern junge Unternehmen im internationalen Markt aktiv sind, erfolgt die Aufnahme der internationalen Geschäftstätigkeit sehr früh, oft schon im Gründungsjahr. Von allen Unternehmen der Gründungskohorte 2008, die bis zum vierten Geschäftsjahr exportierten, nahmen 52 % ihre Exporttätigkeit schon im Gründungsjahr auf. Spiegelbildlich dazu haben 53 % der im Jahr 2008 gegründeten Unternehmen, die bis zum vierten Geschäftsjahr importiert haben, schon im Gründungsjahr Güter oder Dienstleistungen aus dem Ausland bezogen. Auch von den 2009 und 2010 gegründeten Unternehmen hat jeweils mehr als die Hälfte der Exporteure beziehungsweise Importeure bereits im Gründungsjahr begonnen zu exportieren beziehungsweise zu importieren. Offenbar folgt der Internationalisierungsprozess der Mehrheit der international tätigen jungen Unternehmen dem Modell der Born Globals, sodass sie schon zu einem sehr frühen Zeitpunkt im Lebenszyklus eines Unternehmens – vielfach schon im Gründungsjahr – auf Auslandsmärkten aktiv werden.

Das Konzept der Born Globals wurde ursprünglich als Beschreibung des schnellen Internationalisierungsprozesses von Hightech-Unternehmen entwickelt. Daher wäre zu vermuten, dass ein früher internationaler Markteintritt eher in den Hightech-Branchen zu beobachten ist. Wie Tabelle 3 zeigt, ist dies nicht der Fall. In den technologieintensiven Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes haben 35 % der im Jahr 2008 gegründeten, bis zum vierten Geschäftsjahr exportierenden Unternehmen ihre ersten Exporte im Gründungsjahr umgesetzt. Unter den technologieintensiven Dienstleistern haben 32 % der exportierenden

Unternehmen ihre ersten Exporte bereits im Gründungsjahr erzielt. Unternehmen des Bau-sektors und der nicht-technologieintensiven Wirtschaftszweige des Verarbeitenden Gewerbes starten ihre Exporttätigkeit etwas später. In diesen Branchen zeigt sich eine Häufung der Eintritte im zweiten Geschäftsjahr (38 %), während im Gründungsjahr nur 17 % der exportierenden Unternehmen in den Exportmarkt eingetreten sind.

Der weitaus höchste Anteil der exportierenden Unternehmen, die schon im Gründungsjahr Exporte aufweisen, findet sich jedoch in der Branche der nicht-technologieintensiven Dienstleistungsunternehmen: 58 % der exportierenden Unternehmen dieser Branche waren im Gründungsjahr im Exportmarkt aktiv. Der Anteil der Unternehmen, die überhaupt exportieren, liegt in der Branche der nicht-technologieintensiven Dienstleister zwar niedriger als in den Hightech-Branchen – insbesondere im Vergleich zum technologieintensiven Verarbeitenden Gewerbe (vgl. Abschnitt 2.1). Sofern sie jedoch exportieren, vollzieht sich der Markteintritt schneller als in anderen Branchen. Die exportierenden, nicht-technologieintensiven Dienstleister bieten möglicherweise eher standardisierte Dienstleistungen im Ausland an (z. B. eine Handelsdienstleistung), bei denen für einen potenziellen ausländischen Kunden keine Unsicherheit über die Art der angebotenen Dienstleistung besteht. Dagegen besteht bei Hightech-Unternehmen zusätzlich Unsicherheit bezüglich der angebotenen Technologie, die zu überwinden Zeit in Anspruch nimmt und den Markteintritt möglicherweise verzögern kann. Es bleibt festzuhalten, dass das Konzept der Born Globals nicht nur für Hightech-Unternehmen Gültigkeit besitzt, sondern auch für nicht-technologieintensive Dienstleister anwendbar ist, welche den Schritt in den Exportmarkt wagen.

Der frühe Internationalisierungszeitpunkt der nicht-technologieintensiven Dienstleister wird auch durch einen Branchenvergleich des Jahres der ersten Importtätigkeit bestätigt (Tabelle 3): 56 % der im Jahr 2008 gegründeten, bis zum vierten Geschäftsjahr importierenden Unternehmen dieser Branche bezogen schon im Gründungsjahr Produkte und Dienstleistungen aus dem Ausland. In den übrigen Branchengruppen lag der Anteil der importierenden Unternehmen, die schon im Gründungsjahr im Ausland einkauften, zwischen 36 % bei den technologieintensiven Dienstleistern und 43 % in den nicht-technologieintensiven Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes und im Baugewerbe.

**Tabelle 3: Jahr der ersten Export- und Importtätigkeit der Kohorte 2008 nach Branchen**

	Gründungsjahr	2. Geschäftsjahr	3. Geschäftsjahr	4. Geschäftsjahr	
<b>Exporttätigkeit</b>					
STW & HTW	34,7	27,9	22,1	15,3	100,0
TDL & Software	32,0	32,7	18,0	17,3	100,0
NTW & Bau	17,4	37,9	31,8	12,9	100,0
NTDL	58,3	13,1	17,8	10,9	100,0
Gesamt	52,1	17,1	19,1	11,7	100,0
<b>Importtätigkeit</b>					
STW & HTW	40,2	44,6	9,7	5,5	100,0
TDL & Software	35,8	37,8	3,3	23,1	100,0
NTW & Bau	43,4	16,2	8,2	31,8	100,0
NTDL	56,0	24,8	10,7	8,5	100,0
Gesamt	52,7	24,5	9,9	13,0	100,0

Erläuterung: Anteile in Prozent. Nur Unternehmen, die bis zum Jahr 2011 in mindestens einem Jahr ex- bzw. importiert haben.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

Auch hinsichtlich des Zeitpunkts der ersten Importtätigkeit gilt die Feststellung, dass in der Branche der nicht-technologieintensiven Dienstleister zwar insgesamt weniger Unternehmen importieren als im Verarbeitenden Gewerbe, dass diese Importeure jedoch früher in den Importmarkt einsteigt.

### 3.2 Kontaktaufnahme zum ersten ausländischen Kunden

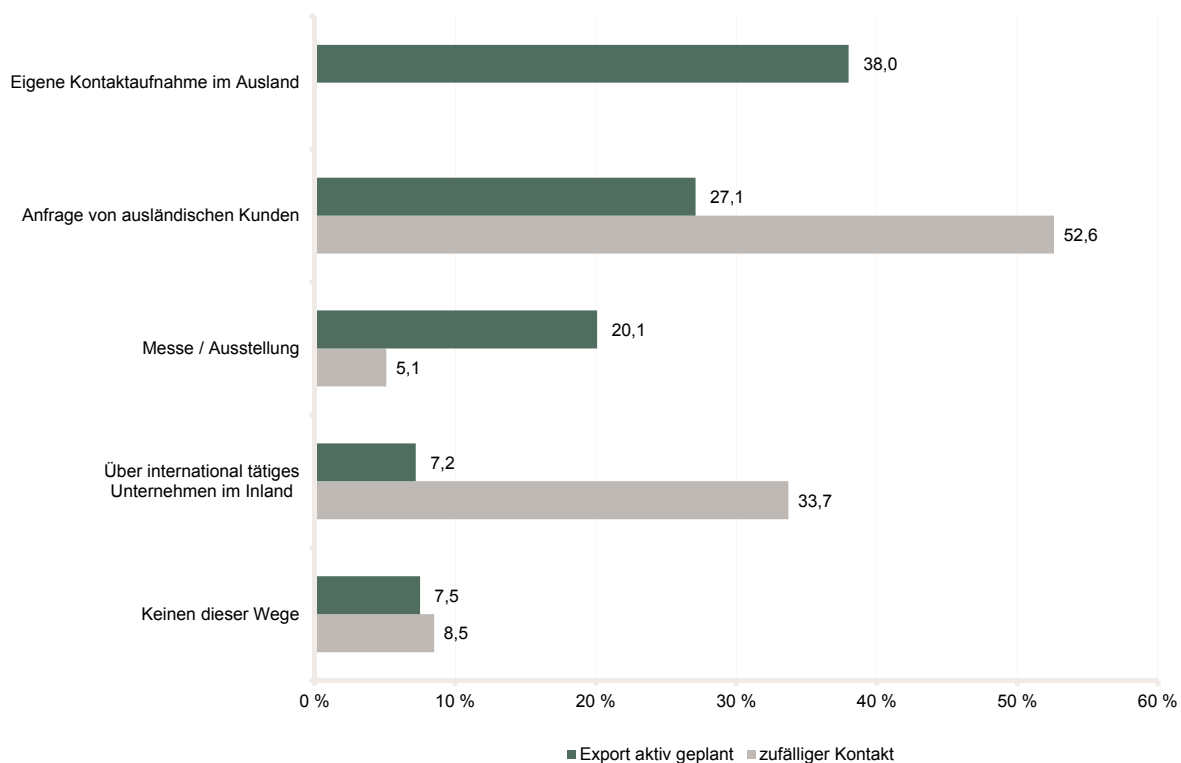
Der Zeitpunkt des internationalen Markteintritts ist nicht immer das Ergebnis einer geplanten Internationalisierungsstrategie. Die Unternehmen wurden daher gefragt, wie es zur Aufnahme der ersten Exportaktivität gekommen ist. Grundsätzlich kann zwischen zwei Wegen in den Exportmarkt unterschieden werden. Zum einen kann der Exportmarkteintritt in einer proaktiven Strategie geplant und vorangetrieben werden („push-Strategie“, Andersson 2000). Zum anderen kann der Eintritt in den Exportmarkt das Ergebnis einer unerwarteten, zufälligen Bestellung aus dem Ausland sein („pull-Strategie“).<sup>6</sup>

Für junge Unternehmen ist der aktiv geplante Eintritt in den Exportmarkt bedeutender als zufällig zu Stande gekommene Exporte. 55 % der Exporteure haben ihren Markteintritt selbst aktiv betrieben, bei 45 % waren die ersten Exporte hingegen das Ergebnis eines eher unerwarteten Ereignisses. Die aktive Exportstrategie ist bedeutender, wenn der Exportmarkteintritt zu einem frühen Zeitpunkt erfolgte. Von den Exporteuren, die ihre Güter und

<sup>6</sup> Als eine dritte Internationalisierungsstrategie beschreibt Andersson (2000) Fusionen und Unternehmensübernahmen als Weg in den Exportmarkt. Diese Strategie ist eher im Rahmen von Umstrukturierungsprozessen von (großen) etablierten Unternehmen relevant als für den internationalen Markteintritt von jungen Unternehmen.

Dienstleistungen schon im Gründungsjahr exportierten, haben 61 % ihren internationalen Markteintritt geplant.

Die Exportstrategie der Unternehmen spiegelt sich auch im Kontaktweg zum ersten ausländischen Kunden wider (Grafik 10). Der wichtigste Kontaktweg der Unternehmen, die ihre Exporttätigkeit aktiv geplant haben, war die Kontaktaufnahme beim ausländischen Kunden durch das Unternehmen selbst. Bei 38 % der Unternehmen mit einer aktiven Exportstrategie hat die erfolgreiche Kaltakquise beim ausländischen Kunden zu ersten Umsätzen im Ausland geführt. Die Anfrage eines ausländischen Kunden oder Händlers hat bei 27 % der Exporteure mit einer aktiven Strategie die ersten Auslandsumsätze bewirkt. Auch wenn die Kontaktaufnahme hier vom ausländischen Kunden ausging, so haben die Unternehmen im Rahmen ihrer aktiven Strategie die Kontaktaufnahme aus dem Ausland möglicherweise erleichtert, z. B. indem sie eine fremdsprachige Homepage eingerichtet oder Marketingmaßnahmen im Ausland durchgeführt haben. Auf einer Messe oder Ausstellung haben 20 % der Unternehmen mit einer aktiven Exportstrategie ihren ersten ausländischen Kunden getroffen. Die Wahl einer Messe mit internationalem Publikum oder der Besuch einer Messe im Ausland könnten zur erfolgreichen Kontaktaufnahme beigetragen haben. Über ein international tätiges Unternehmen im Inland haben Unternehmen, die ihren Exportmarkteintritt aktiv geplant haben, nur relativ selten Kontakt zum ersten ausländischen Kunden hergestellt (7 %).



Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

**Grafik 10: Kontaktaufnahme zum ersten ausländischen Kunden**



Der Kontakt über ein international ausgerichtetes, inländisches Unternehmen war hingegen für rund ein Drittel derjenigen Exporteure entscheidend, bei denen die ersten Exporte eher unerwartet und zufällig zu Stande kamen. Insbesondere die Kontaktvermittlung von multinationalen Konzernen, die das junge inländische Unternehmen ihren ausländischen Tochterunternehmen empfehlen konnten, dürfte für die Unternehmen mit einer passiven Exportstrategie von Bedeutung gewesen sein (vgl. Bürgel et al. 2004). Eine unerwartete Exporttätigkeit ist jedoch vor allem die Folge der Anfrage eines ausländischen Kunden (53 % der Unternehmen mit einer passiven Exportstrategie). Über Messen und Ausstellungen sind bei Unternehmen, die ihre Exporttätigkeit für sie zufällig und unerwartet begonnen haben, nur wenige Kontakte zum ersten ausländischen Kunden entstanden (5 %). Inwieweit dies daran liegt, dass die Gruppe der Unternehmen mit einer passiven Exportstrategie auch insgesamt ein weniger aktives Marketing betreibt und sich seltener auf Messen präsentiert, kann mit den vorliegenden Daten nicht ermittelt werden.

### 3.3 Exportsequenzen

Die Entscheidung, in den Exportmarkt einzutreten, ist für ein junges Unternehmen nicht dauerhaft bindend. Insbesondere Unternehmen, bei denen die ersten Exporte eher zufällig zu Stande kamen, verfolgen möglicherweise keine langfristige Exportstrategie, sondern haben nur in vereinzelten Jahren Güter oder Dienstleistungen exportiert. Dennoch ist mit einer hohen Persistenz im Exportverhalten zu rechnen: Der Eintritt in den Exportmarkt ist mit Kosten verbunden, die aus Sicht des Unternehmens versunkene Kosten („sunk costs“) darstellen. Ein Unternehmen wird sich für den internationalen Markteintritt entscheiden, wenn es erwartet, dass die Gewinne aus der Exporttätigkeit sowohl die versunkenen Kosten des Markteintritts als auch die laufenden Kosten der Exports (Transportkosten, Kundendienst im Ausland) decken werden. Hat ein Unternehmen die Markteintrittskosten in einer Periode getragen, so fallen in zukünftigen Perioden nur noch die laufenden Kosten der Exporttätigkeit an. Ein Unternehmen wird daher im Exportmarkt verbleiben, wenn es mit den Exportgewinnen die laufenden Kosten des Exports finanzieren kann. Die Kosten des Verbleibs im Exportmarkt sind folglich geringer als die Kosten des erstmaligen (oder erneuten) Eintritts in den Exportmarkt. Die Folge ist eine hohe Persistenz im Exportverhalten (Hysteresis-Effekt, Dixit 1989a, b).

Roberts und Tybout (1997) haben empirisch belegt, dass versunkene Kosten des Eintritts in den Exportmarkt relevant sind und die Exportentscheidung über die Zeit signifikant beeinflussen. Darüber hinaus zeigen die Autoren, dass es für ein exportierendes Unternehmen selbst im Fall eines temporären Verlustes aus der Exporttätigkeit optimal sein kann, den Exportmarkt nicht zu verlassen, sofern das Unternehmen in zukünftigen Perioden wieder mit

Exportgewinnen rechnet. Stellt ein Unternehmen seine Exporttätigkeit vorübergehend ein und tritt nach einigen Perioden erneut in den internationalen Markt ein, so hat es bei der Wiederaufnahme der Exporttätigkeit ein weiteres Mal Markteintrittskosten zu zahlen. Diese Markteintrittskosten sind möglicherweise geringer als die Kosten der erstmaligen Aufnahme einer Exporttätigkeit, da das Unternehmen über Erfahrungen oder internationale Netzwerke aus seiner früheren internationalen Geschäftstätigkeit verfügt (vgl. Welch und Welch 2009). Allerdings zeigen Roberts und Tybout (1997), dass Erfahrung aus der Exporttätigkeit schnell an Wert verliert und dass sich die Wiedereintrittskosten schon nach zwei Jahren Abwesenheit vom Exportmarkt nicht mehr wesentlich von den Kosten eines erstmaligen Eintritts in den Exportmarkt unterscheiden.

Die zeitliche Abfolge der Exporttätigkeit in den ersten drei Geschäftsjahren eines jungen Unternehmens ist in Tabelle 4 dargestellt. 74 % der Unternehmen der Kohorten 2008 und 2009 haben in den ersten drei Jahren keine Umsätze durch Exporte erzielt. Dies unterstreicht das Ergebnis der Querschnittsanalysen in Abschnitt 2.1, wonach die Mehrheit der Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen nicht im Ausland verkauft. Auch sporadische Exporte treten beim überwiegenden Teil der jungen Unternehmen nicht auf. Eine ununterbrochene Exporttätigkeit seit dem Gründungsjahr ist die am häufigsten auftretende Exportsequenz aller Unternehmen, die wenigstens einmal in den ersten drei Geschäftsjahren exportiert haben: Knapp 9 % aller jungen Unternehmen haben in jedem der ersten drei Geschäftsjahre exportiert. Der frühe Start der Exporttätigkeit wurde bereits in Abschnitt 3.1 hervorgehoben. Darüber hinaus verdeutlicht das Ergebnis, dass die hohe Persistenz im Exportverhalten, welche in der theoretischen und empirischen Literatur beschrieben wird, auch für junge Unternehmen gilt. Die Persistenz im Exportverhalten wird auch an einer anderen Zahl deutlich: Von allen Unternehmen, die im Gründungsjahr exportierten, haben 58 % auch in den folgenden zwei Geschäftsjahren Umsätze durch Exporte erzielt. 42 % der Unternehmen sind – zumindest zwischenzeitlich – wieder aus dem internationalen Markt ausgetreten.

**Tabelle 4: Sequenzen der Exporttätigkeit, Gründungskohorten 2008 und 2009**

Gründungsjahr	Export im ...		Anteil in Prozent
	2. Geschäftsjahr	3. Geschäftsjahr	
nein	nein	nein	73,51
nein	nein	ja	4,74
nein	ja	nein	2,73
nein	ja	ja	4,23
ja	nein	nein	3,70
ja	nein	ja	1,55
ja	ja	nein	1,00
ja	ja	ja	8,56
			100,00

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

Unternehmen, die im zweiten Geschäftsjahr in den Exportmarkt eingetreten sind, weisen überwiegend auch im dritten Geschäftsjahr Exportaktivitäten auf. Gut 4 % der jungen Unternehmen haben im zweiten und dritten Geschäftsjahr exportiert, während sie im Gründungsjahr noch keine Exporte realisierten. Knapp 5 % der Unternehmen haben im dritten Geschäftsjahr erstmals exportiert. Wie viele dieser Unternehmen kontinuierliche Exporteure werden und wie viele im dritten Geschäftsjahr nur einen zufälligen Export realisierten, kann auf Basis der verfügbaren Daten nicht gesagt werden.

Trotz der allgemein hohen Persistenz im Exportverhalten sind in den ersten drei Geschäftsjahren auch Austritte aus dem internationalen Markt zu beobachten. Neun Prozent aller jungen Unternehmen oder 34 % aller Unternehmen mit Exporten in den ersten drei Geschäftsjahren zeigen eine im Zeitablauf unterbrochene Exporttätigkeit. Hierbei kann es sich sowohl um Unternehmen handeln, die in einzelnen Jahren zufällig und in geringem Umfang exportierten – beispielsweise als Folge einer unerwarteten Anfrage eines ausländischen Kunden –, als auch um Unternehmen, die den internationalen Markteintritt zwar aktiv betrieben haben, bei denen sich das Exportgeschäft aber nach kurzer Zeit als nicht profitabel erwiesen hat. Informationen zu den Gründen des Austritts aus dem Exportmarkt liegen jedoch nicht vor. Es bleibt festzuhalten, dass ein signifikanter Anteil der jungen Exporteure keine kontinuierlichen Erfolge auf dem Exportmarkt erzielt. Es ist daher wichtig, Faktoren zu identifizieren, die die Exportaktivität junger Unternehmen begünstigen.



## 4 Einflussfaktoren auf die Exportneigung junger Unternehmen

Die Kenntnis der Determinanten der Internationalisierungstätigkeit junger Unternehmen liefert Informationen, welche Ressourcen ein junges Unternehmen für eine erfolgreiche Internationalisierung benötigt und über welche Kanäle sich die Internationalisierung möglicherweise beeinflussen lässt. In diesem Kapitel werden mithilfe einer multivariaten Schätzung die Einflussfaktoren der Exporttätigkeit junger Unternehmen ermittelt. Die Beschränkung auf die Exporttätigkeit erfolgt, weil im KfW/ZEW-Gründungspanel Daten zur Exportentscheidung des gleichen Unternehmens in verschiedenen Jahren vorliegen. Die Panelstruktur der Daten erlaubt es, als Schätzmodell ein Random Effects Probit Modell zu verwenden, mit dem unbeobachtbare Heterogenität der Unternehmen berücksichtigt wird. Für die Importtätigkeit ist eine solche Schätzung nicht möglich, da Importdaten nur für das Beobachtungsjahr 2011 verfügbar sind. Die endogene Variable der Schätzung der Exportwahrscheinlichkeit ist eine Dummyvariable, die den Wert eins annimmt, wenn das Unternehmen im Beobachtungsjahr Umsätze durch Exporte generiert hat. Bei den erklärenden Variablen wird zwischen den Charakteristika der Gründerpersonen und unternehmensspezifischen Einflussfaktoren unterschieden. Eine Beschreibung und deskriptive Statistiken der exogenen Variablen sind in Tabelle 7 im Anhang enthalten. Die Schätzergebnisse sind in Tabelle 5 wiedergegeben.

Die Exportentscheidung junger Unternehmen hängt wesentlich vom Humankapital und von der Erfahrung der Gründerpersonen ab. Verfügt der Gründer oder mindestens eine Person im Gründungsteam über einen Hochschulabschluss, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit im Beobachtungsjahr zu exportieren um gut zwei Prozentpunkte. Dieses Ergebnis kann zum einen darauf zurückzuführen sein, dass Universitätsabsolventen eher in der Lage sind, die komplexen Prozesse einer Auslandstätigkeit zu bewältigen. Zum anderen haben die Gründer möglicherweise als Studenten ein „internationales Bewusstsein“ vermittelt bekommen, so dass sie eine Exporttätigkeit ihres Unternehmens eher als selbstverständlichen Schritt wahrnehmen. Insbesondere für die Gruppe der Born Globals wird die persönliche Orientierung der Gründerpersonen auf eine Exporttätigkeit als eine treibende Kraft hinter dem frühzeitigen internationalen Markteintritt gesehen (vgl. Freeman und Cavusgil 2007).

Das Land der Ausbildung ist für das Exportverhalten nicht von Bedeutung. Gründer, die eine Ausbildung im Ausland absolviert haben (sowohl Universitätsausbildung als auch Lehre), exportieren nicht häufiger als Gründer, die während ihrer Ausbildung in Deutschland geblieben sind. Die oben beschriebene internationale Orientierung von Universitätsabsolventen kann also auch an einer inländischen Universität erworben werden.

**Tabelle 5: Geschätzte marginale Effekte auf die Exportwahrscheinlichkeit**

Random-Effects-Probit Regression			
	Marginaler Effekt		Standardfehler
<b>Gründercharakteristika</b>			
Gründer mit Hochschulabschluss	0,022	**	0,010
Ausbildung im Ausland	0,010		0,012
Arbeitserfahrung im Ausland	0,046	***	0,011
Auslandsorientierte Tätigkeit in einem Unternehmen im Inland	0,145	***	0,011
Längste Branchenerfahrung in Jahren (log)	-0,000		0,007
<b>Unternehmenscharakteristika</b>			
Anzahl Mitarbeiter in Vollzeitäquivalenten (log)	0,031	***	0,005
Mitarbeiter mit Hochschulabschluss	0,019	**	0,008
Einführung einer Marktneuheit	0,034	***	0,008
Eigene FuE-Aktivitäten	0,058	***	0,008
Gewinnsituation			
Gewinn	-0,002		0,012
Verlust	-0,031	**	0,013
Referenz: weder Gewinn noch Verlust			
Fremdfinanzierung	0,005		0,007
Unternehmensalter			
2. Geschäftsjahr	0,033	***	0,010
3. Geschäftsjahr	0,046	***	0,012
4. Geschäftsjahr	0,053	***	0,013
5. Geschäftsjahr	0,049	***	0,014
6. Geschäftsjahr	0,043	**	0,017
7. Geschäftsjahr	0,050	**	0,020
Referenz: Gründungsjahr			
<b>Branchenzugehörigkeit</b>			
STW & HTW	0,088	***	0,014
TDL & Software	-0,011		0,011
NTW	0,075	***	0,014
Bau	-0,098	***	0,021
Referenz: NTDL			
<b>Beobachtungsjahr</b>			
2008	-0,049	**	0,020
2009	-0,064	***	0,008
2010	-0,045	***	0,006
Referenz: 2011			
$\sigma$	1,958	***	0,080
$\rho$	0,793	***	0,013
Beobachtungen	10.241		
Unternehmen	4.411		
Wald Chi-Quadrat-Test $\chi^2(26)$	658,06		
Log Likelihood	-3.536,647		

Erläuterung: \* 10 % Signifikanzniveau, \*\* 5 % Signifikanzniveau, \*\*\* 1 % Signifikanzniveau; weitere Kontrollvariable: Schichtungskriterium KfW-Förderung.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

Die internationale Erfahrung der Gründer wirkt über zwei Kanäle auf das Exportverhalten der Unternehmen. Unternehmen von Gründern, die über mindestens ein halbes Jahr Arbeitserfahrung im Ausland verfügen, haben eine um knapp fünf Prozentpunkte höhere Exportwahrscheinlichkeit. Ein noch stärkerer Effekt geht von Gründern aus, die mindestens ein halbes Jahr eine auslandsorientierte Tätigkeit in einem Unternehmen im Inland (beispielsweise die Betreuung ausländischer Kunden) ausgeübt haben (Anstieg der Exportwahrscheinlichkeit um 15 Prozentpunkte). Durch eine Tätigkeit im Ausland sind die Gründer mit der Kultur ihres Gastlandes vertraut, wodurch kulturelle Unterschiede als Hemmnisfaktor der Internationalisierung an Bedeutung verlieren. Allerdings muss die Arbeit im Ausland nicht notwendigerweise mit dem Auslandsgeschäft verbunden gewesen sein, sondern war möglicherweise auf die Bereiche Produktion und Verwaltung beschränkt. Demgegenüber sind Gründer mit der Erfahrung einer auslandsorientierten Tätigkeit im Inland bereits mit grenzüberschreitenden Geschäftsprozessen vertraut. Von dieser Variablen geht daher in der Schätzung der stärkste Einfluss auf die Exportwahrscheinlichkeit aus.

Die Länge der Berufserfahrung des Gründers in der Branche, in der sein Unternehmen hauptsächlich tätig ist, ist für die Exportentscheidung nicht von Bedeutung. Auch wenn die Branchenerfahrung positiv auf verschiedene unternehmensspezifische Erfolgsindikatoren wirkt (z. B. die Überlebenswahrscheinlichkeit von Unternehmen, vgl. Fryges et al. 2012), ist mit ihr kein spezifisches Wissen über den internationalen Markt oder über Abläufe im Auslandsgeschäft verbunden, die den Gründern den Internationalisierungsprozess erleichtern könnten.

Die Schätzung des Einflusses der unternehmensspezifischen Variablen belegt den positiven Effekt der Unternehmensgröße, gemessen durch die Anzahl der Mitarbeiter, auf die Exportwahrscheinlichkeit. Größere Unternehmen besitzen tendenziell mehr personelle Kapazitäten, um internationale Geschäftsaktivitäten zu managen. Allerdings arbeiten auch in exportierenden Unternehmen lediglich 6,4 vollzeitäquivalente Mitarbeiter (ungewichteter Mittelwert, einschließlich Gründerpersonen beziehungsweise geschäftsführende Inhaber). 15 % der exportierenden Unternehmen haben sogar überhaupt keine abhängig beschäftigten Mitarbeiter. Offenbar gibt es keine Mindestgröße, die erreicht werden muss, damit ein Unternehmen exportiert.

Wie schon beim formalen Humankapital der Gründerpersonen, fördert auch das Humankapital der abhängig Beschäftigten die Exporttätigkeit. Bei Unternehmen, die mindestens einen Mitarbeiter mit Hochschulabschluss beschäftigen, steigt die Exportwahrscheinlichkeit um knapp zwei Prozentpunkte.

Die Exporttätigkeit wird darüber hinaus durch Innovationsaktivitäten begünstigt. Sowohl Unternehmen, die im Beobachtungsjahr eine Marktneuheit auf den Markt gebracht haben, als auch Unternehmen mit eigenen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten (FuE) weisen eine höhere Exportwahrscheinlichkeit auf als andere junge Unternehmen. Bei FuE-treibenden Unternehmen liegt die Exportwahrscheinlichkeit um knapp sechs Prozentpunkte über dem Wert der Unternehmen ohne FuE-Aktivitäten. Dies ist in der Schätzung der zweithöchste Effekt und unterstreicht die Bedeutung von Innovationen für die internationale Geschäftstätigkeit. Durch die Entwicklung und Einführung neuer, innovativer Produkte und Dienstleistungen ist es Unternehmen möglich, einen Wettbewerbsvorteil nicht nur gegenüber ihren nationalen, sondern auch ihren internationalen Konkurrenten aufzubauen und längerfristig zu bewahren. Zwischen den Innovationsaktivitäten und dem Exportverhalten junger Unternehmen besteht allerdings vermutlich ein wechselseitiger Zusammenhang. Criscuolo et al. (2010) haben für britische Unternehmen gezeigt, dass exportierende Unternehmen einen höheren Innovationsoutput besitzen, da sie bei ihren Innovationen auf globale Wissensquellen (z. B. internationale Anbieter, internationale Kunden, ausländische Universitäten) zurückgreifen können. Diese Wissensquellen stehen Unternehmen, die auf den inländischen Markt beschränkt sind, nur bedingt zur Verfügung. Zumindest langfristig ist damit zu rechnen, dass auch die in dieser Studie untersuchten jungen Unternehmen durch ihre Exporttätigkeit zusätzlichen Wissensinput für ihre Innovationsprozesse erwerben können. Die Schätzergebnisse zeigen daher eher eine positive Korrelation als einen kausalen Zusammenhang zwischen den Innovationsindikatoren und dem Exportverhalten.

Da eine Exporttätigkeit mit Kosten verbunden ist, muss ein Unternehmen über die notwendigen finanziellen Mittel verfügen, um die Kosten der Auslandstätigkeit zu tragen. Die Gewinnsituation des Unternehmens hat daher einen signifikanten Einfluss auf die Exportentscheidung: Unternehmen, die Verluste erwirtschaften, weisen eine signifikant niedrigere Exportwahrscheinlichkeit auf als andere Unternehmen. Ein positiver Gewinn ist nicht notwendigerweise erforderlich. Es reicht aus, wenn im Unternehmen durch die Erlöse die Kosten gedeckt werden. Wie jedoch bereits bei der Diskussion des Zusammenhangs zwischen der Innovationsfähigkeit und der Exportentscheidung muss auch hier einschränkend gesagt werden, dass das Schätzergebnis keine Aussage über den (langfristigen) kausalen Zusammenhang zwischen Unternehmensgewinn und Exportentscheidung zulässt. So haben Fryges und Wagner (2010) gezeigt, dass Exporte zu einer – wenn auch geringfügig – höheren Profitabilität der Unternehmen führen. Dies kann das Ergebnis von Lerneffekten („learning by exporting“, Rhee et al. 1984; Clerides et al. 1998; Criscuolo et al. 2010) sein, die die Produktivität und langfristig die Profitabilität exportierender Unternehmen verbessern können. Ob bei den untersuchten jungen Unternehmen, die erst seit wenigen Jahren im Exportmarkt tätig sind, be-



reits Lerneffekte eingetreten sind, kann auf Grundlage der vorliegenden Ergebnisse nicht gesagt werden.

Unternehmen, die zur Deckung ihrer Investitions- und Betriebskosten auf eine Fremdfinanzierung zurückgegriffen haben (im Wesentlichen Finanzierung durch Bankkredite, Fördermittel oder Beteiligungskapital), unterscheiden sich in ihrer Exportwahrscheinlichkeit nicht von anderen Unternehmen. Damit können die Ergebnisse von Greenaway et al. (2007) nicht bestätigt werden, wonach in den Exportmarkt einsteigende Unternehmen über einen höheren Kreditfinanzierungsanteil – gemessen als Verhältnis des Kreditvolumens zum gesamten Vermögensbestand – verfügen.

Im Vergleich zum Gründungsjahr ist die Exportwahrscheinlichkeit in allen darauf folgenden Geschäftsjahren signifikant größer. Dieses Ergebnis war zu erwarten, da der Eintritt in den internationalen Markt oft erst nach einigen Jahren erfolgt (vgl. Tabelle 2). Allerdings ist die Exportwahrscheinlichkeit im Zeitraum vom dritten bis zum siebten Geschäftsjahr nur um rund fünf Prozentpunkte höher als im Gründungsjahr. Dies verdeutlicht, dass junge Unternehmen meist schon im Gründungsjahr über die notwendigen unternehmensspezifischen Faktoren verfügen, die eine Exporttätigkeit ermöglichen oder begünstigen. Viele Unternehmen nutzen ihre Chancen auf dem internationalen Markt daher bereits im Gründungsjahr. In den hier untersuchten ersten sieben Geschäftsjahren kommt es nicht zu einem starken Anstieg der Exportwahrscheinlichkeit, der allein auf das steigende Alter der Unternehmen zurückzuführen wäre.

Trotz der Berücksichtigung von personen- und unternehmensspezifischen Einflussfaktoren zeigt die Schätzung weiterhin deutliche Branchenunterschiede in der Exportwahrscheinlichkeit. Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes besitzen eine höhere Wahrscheinlichkeit zu exportieren als Unternehmen der nicht-technologieintensiven Dienstleister. Das gilt sowohl für Hightech-Unternehmen als auch für Unternehmen aus den nicht-technologieintensiven Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes. Demgegenüber liegt die Exportwahrscheinlichkeit im Baugewerbe signifikant unter derjenigen der nicht-technologieintensiven Dienstleistungsunternehmen. Die Dummy-Variable der technologieintensiven Dienstleister ist in der Schätzung der Exportwahrscheinlichkeit insignifikant. Unterschiede in der Exportneigung zwischen technologieintensiven und nicht-technologieintensiven Dienstleistungsunternehmen, wie sie in Abschnitt 2.1 beschrieben wurden, sind daher eine Folge von personen- und unternehmensspezifischen Faktoren. Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin, dass für Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes der internationale Markt häufiger als der für sie relevante Markt wahrgenommen und genutzt wird.

Bezogen auf das Referenzjahr 2011 war die Exportwahrscheinlichkeit in den Jahren 2008 bis 2010 rund fünf bis sechs Prozentpunkte niedriger. Dies spiegelt möglicherweise die Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise im Jahr 2009 wider. Als deren Folge sind die Exporte Deutschlands von 984 Milliarden EUR im Jahr 2008 auf 803 Milliarden EUR im Jahr 2009 gesunken (vgl. Statistisches Bundesamt 2012). Dies entspricht einem Rückgang um gut 18 %. Der Einbruch der Exporte konnte im Jahr 2010 größtenteils wieder ausgeglichen werden (Exportvolumen Deutschlands im Jahr 2010: 952 Milliarden EUR); im Jahr 2011 erreichte Deutschland erstmals ein Exportvolumen von mehr als einer Billion Euro (1.060 Milliarden EUR). Die weltweite Wirtschaftskrise und der damit verbundene Nachfrage-rückgang insbesondere aus den Partnerländern der Europäischen Union könnte ein Grund gewesen sein, weshalb in den Jahren 2008 bis 2010 weniger junge Unternehmen exportierten als 2011.

## 5 Ex- und Importhemmnisse

Theoretische Modelle und empirische Untersuchungen identifizieren Faktoren, die die Ex- und Importtätigkeit junger Unternehmen positiv oder negativ beeinflussen. Diese können zum einen implizit in den Unternehmensmerkmalen oder den Eigenschaften der Gründer und Mitarbeiter angelegt sein. Weist ein Unternehmen beispielsweise keine Mitarbeiter mit Hochschulabschluss auf, dann ist die Wahrscheinlichkeit, dass es exportiert, geringer als wenn Mitarbeitern mit einem solchen Abschluss beschäftigt werden. Allerdings wird das junge Unternehmen selbst wahrscheinlich einen fehlenden Hochschulabschluss seiner Mitarbeiter nicht als Hindernis bezeichnen, das zu Problemen bei der Auslandstätigkeit führt oder diese gar als Grund dafür angeben, auf eine Exporttätigkeit zu verzichten.

Zum anderen sind explizite Barrieren für Schwierigkeiten bei einem Auslandsengagement verantwortlich, die wohl auch von den Unternehmen selbst als Export- oder Importhindernis angesehen werden und sich als tarifäre als auch nicht-tarifäre Handelshemmnisse manifestieren. Hinzu kommen unternehmensinterne Faktoren, die für das junge Unternehmen zu – möglicherweise auch unüberwindlichen – Problemen führen können. Zu den expliziten Hemmnissen sind damit zum ersten Normen und staatliche Regulierungen im Auslands- oder heimischen Markt sowie Zölle zu zählen. Zum zweiten können die Risiken eines Auslandsengagements insgesamt die Ex- oder Importtätigkeit behindern, wenn diese von dem Unternehmen als zu hoch eingeschätzt werden. Zum dritten sind hierzu die unternehmensinterne Faktoren wie zusätzliche Kosten, die durch die Ex- oder Importe auftreten, mangelnde Informationen über den Auslandsmarkt, kulturelle Unterschiede oder die zeitlichen Kapazitäten, die die Geschäftsführung junger Unternehmen aufbringen muss, um die Ex- oder Importtätigkeit anzustoßen und zu begleiten, zu zählen. Des Weiteren können individuelle Probleme mit ausländischen Geschäftspartnern die Ex- oder Importtätigkeit erschweren.

Grundsätzlich muss das von dem jungen Unternehmen hergestellte Produkt oder die angebotene Dienstleistung für den Export geeignet sein, damit überhaupt Exporthemmnisse auftreten können. Knapp die Hälfte der jungen Unternehmen gibt an, dass sich die von ihnen angebotene Leistung nicht exportieren lässt.<sup>7</sup> Dieser Anteil ist im Bereich der nicht-technologieorientierten Dienstleistungen besonders hoch. Am geringsten fällt er im Bereich der hochwertigen Technik aus. Im Bereich der forschungsintensiven Industrie ist Deutschland im Hinblick auf den Welthandelsanteil auch im internationalen Vergleich sehr gut aufgestellt (vgl. Schiersch und Gehrke, 2013, S. 2f.). Hier mögen die jungen Unternehmen vom guten Ruf Deutschlands in diesem Bereich profitieren. Im Gegensatz zum Export könnte jedes junge Unternehmen sich grundsätzlich auf der Importseite engagieren – und sei es nur

---

<sup>7</sup> Dieser Wert ist als Untergrenze zu interpretieren.

Bürobedarf, der im Ausland beschafft wird. Daher können alle jungen Unternehmen auch potenziell Importhemmnissen begegnen.

### 5.1 Exporthemmnisse im Detail

Für rund 15 % der jungen Unternehmen verläuft die Exporttätigkeit vollkommen unproblematisch. Dabei sind große Unterschiede zwischen den Branchen zu verzeichnen: Während im Jahr 2011 der Anteil der jungen Unternehmen ohne Exportschwierigkeiten im Bereich der hochwertigen Technik mit 5 % am niedrigsten ausfällt, gab im Bereich der konsumnahen Dienstleistungen jedes vierte Unternehmen an, in irgendeiner Form Probleme im Zusammenhang mit dem Auslandsgeschäft zu sehen. Dieses Ergebnis bezieht sich auf Unternehmen, die schon einmal exportiert haben, sodass ihre Güter und Dienstleistungen grundsätzlich für den Export infrage kommen. Ein sehr ähnliches Branchensmuster zeigt sich aber auch für die Unternehmen, die noch nie exportiert haben. Allerdings fällt hier der Prozentsatz der Unternehmen ohne Schwierigkeiten höher aus. Auf der einen Seite werden darunter Unternehmen sein, für die keine der gefragten Schwierigkeitenkategorie relevant war, weil sie eine Exporttätigkeit grundsätzlich nicht in Betracht ziehen.<sup>8</sup> Auf der anderen Seite werden auch Unternehmen darunter sein, die eher freiwillig und nicht wegen Schwierigkeiten auf eine Exporttätigkeit verzichtet haben.

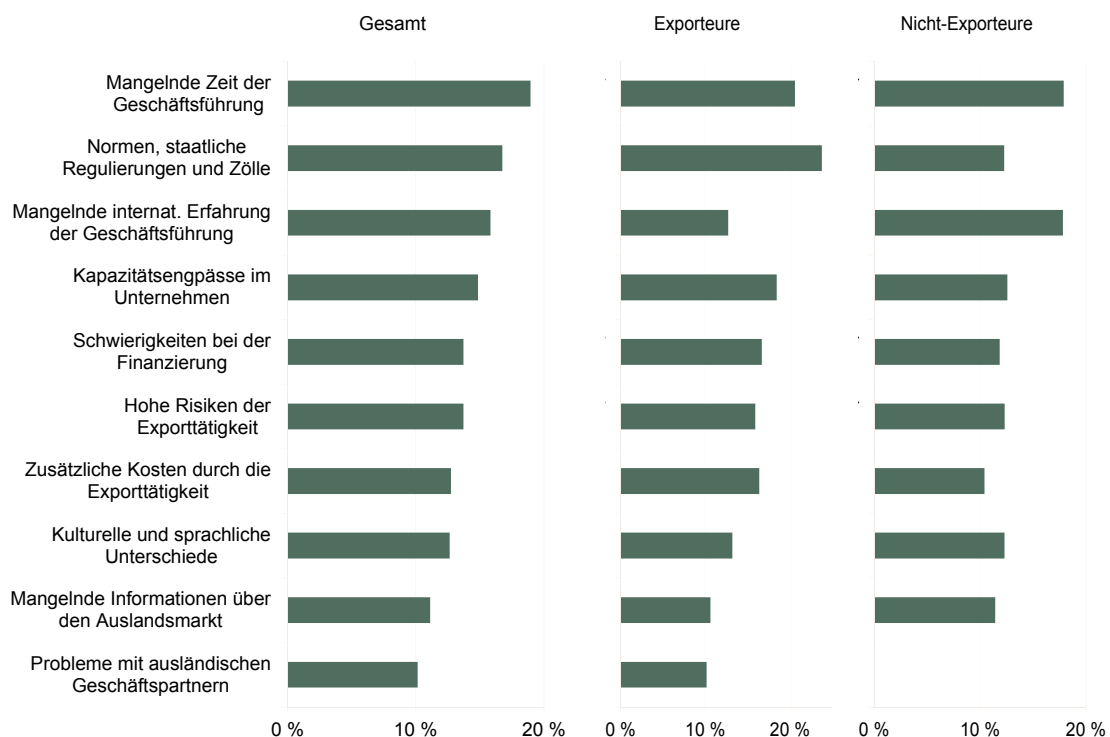
In Grafik 11 sind die Exporthemmnisse junger Unternehmen nach der Häufigkeit ihres Auftretens aufgelistet. Das häufigste Problem ist die mangelnde Zeit der Geschäftsführung. Das Sammeln von Informationen über den Auslandsmarkt, die Vorbereitung der Exporttätigkeit hinsichtlich Normen, Regulierungen, Zöllen sowie ggf. zu klärende rechtliche Fragen wie zur Produkthaftung oder Konsumentenschutz im Ausland, die Festlegung von Zahlungsmodalitäten usw. benötigt Zeit. Für ein junges Unternehmen, welches sich in den ersten Geschäftsjahren am Markt bewähren muss, sodass für die Geschäftsführung tagtäglich neue und ggf. ungewohnte Entscheidungen anstehen und in dem evtl. noch keine personelle Arbeitsteilung zwischen verschiedenen Aufgabenbereichen besteht, bedeutet eine zeitintensive Vorbereitung einer Auslandstätigkeit eine zusätzliche Baustelle. Entsprechend ist dieser Faktor auch

---

<sup>8</sup> Die Fragestellung erlaubte zwar eine Ausstiegsoption, dass die Produkte und Dienstleistungen nicht für den Export geeignet sind. Diese wurde jedoch von den Befragten nicht in jedem Fall als solche wahrgenommen. Für Nicht-Exporteure werden daher die Niveauanteile für die Schwierigkeitenkategorien ggf. unterschätzt. Die Reihenfolge der Schwierigkeiten nach Häufigkeiten würde sich dann nicht ändern, wenn die Unternehmen, für die eine Exporttätigkeit grundsätzlich nicht infrage kommt, dies jedoch nicht angegeben haben, konsequent alle Hemmnisse als höchstens wenig bedeutend eingeschätzt haben. In der Tat ist für nahezu alle Unternehmen (97 %), für die alle Hemmnisse unbedeutend sind, auch die Eignung kein Problem. Umkehrt ist auch für 64 % der Unternehmen, für die die Eignung kein Problem darstellt, auch kein weiteres Exporthemmnis von Bedeutung.

der am häufigsten genannte Grund für den Verzicht auf Exporte bei den jungen Unternehmen, die bis zum Befragungsjahr 2011 noch nie exportiert haben.

An zweiter Stelle in der Häufigkeitsrangfolge folgen die Exporttätigkeit behindernde Rahmenbedingungen. Hierzu zählen nicht nur tarifäre Handelshemmnisse wie Zölle, sondern auch Normen und staatliche Regulierungen, die eine Exporttätigkeit erschweren. Wird beispielsweise ein technisches Bauteil exportiert, dann können an seinem Einsatz im Ausland andere und ggf. strengere Anforderungen geknüpft sein als im Inland. Mit diesen Schwierigkeiten setzen sich vor allem Exporteure auseinander, während es für junge Unternehmen, die noch nie exportiert haben, auf den sechsten Platz in der Rangfolge der Schwierigkeiten rutscht. Hier deutet sich an, dass nicht alle Regelungen a priori bekannt sind, sondern erst bei der tatsächlichen Durchführung der Exporttätigkeit auftreten.



Erläuterung: Anteil der Unternehmen, die die jeweilige Schwierigkeit als bedeutend oder sehr bedeutend eingestuft haben. Exporteure haben in mindestens einem Geschäftsjahr exportiert; Nicht-Exporteure haben noch nie exportiert und konnten deshalb auch keine Probleme mit ausländischen Geschäftspartnern erfahren.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

### Grafik 11: Exporthindernisse im Jahr 2011

Auf dem dritten Platz findet sich die mangelnde internationale Erfahrung der Geschäftsführung wieder. Weist die Geschäftsführung eine längere Auslandserfahrung auf – sei es durch ein mindestens sechs Monate dauerndes Praktikum oder einen entsprechend langen Arbeitsaufenthalt oder auch eine auslandorientierte Tätigkeit in einem inländischen Unterneh-

men –, dann ist dieser Punkt als Hemmnis mit einer Häufigkeit von 8 % erwartungsgemäß nur noch von untergeordneter Bedeutung.<sup>9</sup> Weist die Geschäftsführung hingegen keine entsprechende Auslandserfahrung auf, dann sind Normen, Regulierungen und Zölle zwar ebenfalls das Hindernis Nummer eins, aber die Risiken der Exporttätigkeit folgen auf dem zweiten Platz (nicht in der Grafik enthalten). Demnach ist eine Auslandserfahrung wesentlich, um ausländische Märkte einschätzen und die Chancen und Risiken der Exporttätigkeit bewerten zu können. Ohne diese wird dem Auslandsengagement tendenziell ein höheres Risiko zugewiesen. Entsprechend haben auch die Schätzungen in Kapitel 4 gezeigt, dass eine Auslandserfahrung die Exportneigung erhöht.

Interessanterweise haben diejenigen exportierenden Unternehmen ohne Auslandserfahrung weniger Schwierigkeiten mit ihren ausländischen Geschäftspartnern als diejenigen mit entsprechenden Erfahrungen, während für allgemeine kulturelle und sprachliche Schwierigkeiten das umgekehrte Muster gilt. Probleme mit ausländischen Geschäftspartnern sind auch ein wesentlicher Grund, die Exporttätigkeit einzustellen oder zu unterbrechen.

## 5.2 Importhemmnisse im Detail

Die Importtätigkeit gestaltet sich für die jungen Unternehmen weniger problematisch als die Exporttätigkeit. Rund 61 % von ihnen ist kein bedeutendes Importhemmnis begegnet und für 45 % sind alle Importhemmnisse unbedeutend. Auch die Branchenmuster sind geringer ausgeprägt als bei den Exporthemmnissen. Wesentlich für eine Importtätigkeit sind Zeit, Wissen und die Rahmenbedingungen. Denn die Liste der Importhemmnisse wird von den Normen, Zöllen und staatlicher Regulierung angeführt, gefolgt von der mangelnden Zeit und danach der mangelnden Erfahrung der Geschäftsführung (siehe Grafik 12).

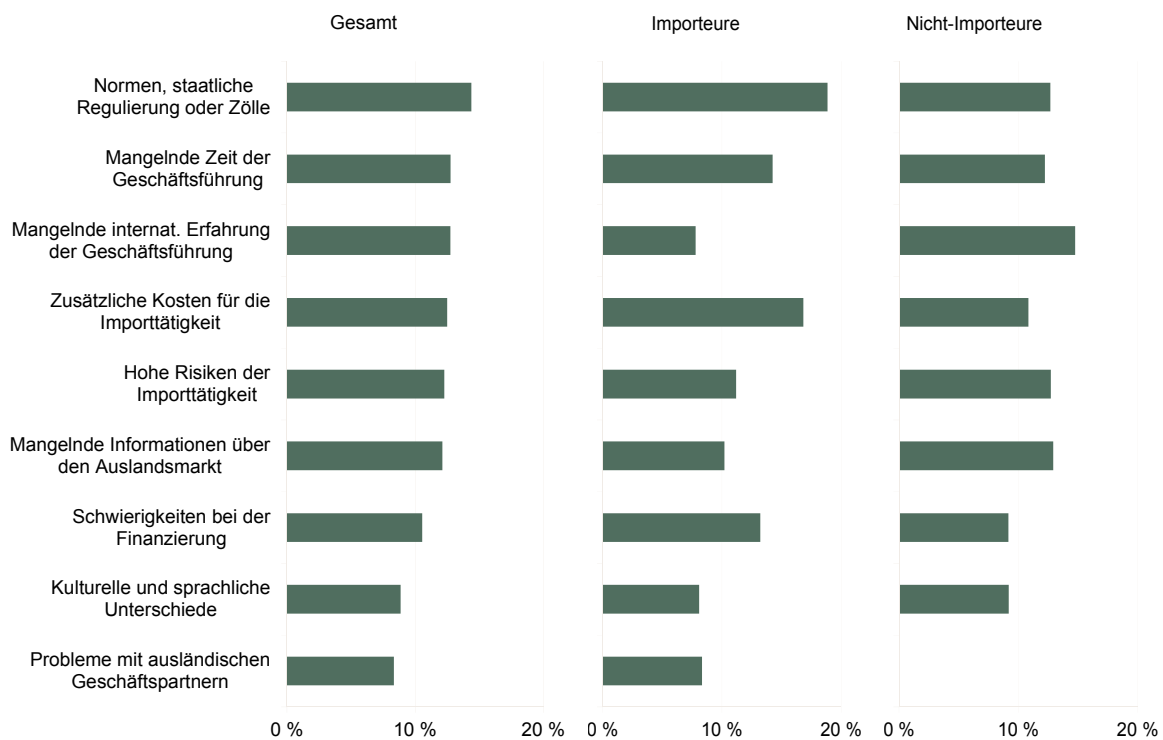
In der Gesamtbetrachtung der Importhemmnisse sind die Unterschiede zwischen den Plätzen zwei bis sechs nur minimal. Erst die Aufteilung zwischen den jungen Unternehmen, die schon einmal importiert haben, und denjenigen, die noch nie importiert haben, zeigt ein differenzierteres Bild. Für importierende Unternehmen halten sich Normen, Zölle und staatliche Regulierung an erster Stelle; knapp jedes fünfte Unternehmen hat dieses Importhemmnis angegeben. An zweiter Stelle stehen bei dieser Gruppe der Unternehmen jedoch die zusätzlichen Kosten für die Importtätigkeit. Für Nicht-Importeure spielen die Kosten hingegen keine herausgehobene Rolle. Bei qualitativ vergleichbaren Gütern und Dienstleistungen dürfte der Preis den Ausschlag für die Beschaffung auf dem heimischen oder ausländischen Markt geben. Die zusätzlichen Kosten der Importtätigkeit würden dann nur in Kauf genommen, wenn

---

<sup>9</sup> Wesentliche weitere Änderungen in der Reihenfolge der Hindernisse ergeben sich für exportierende Unternehmen mit auslandserfahrener Geschäftsführung nicht (nicht in der Grafik enthalten).

diese den Preisvorteil überkompensieren. Wenn die nachgefragte Leistung auf dem heimischen Markt jedoch nicht verfügbar ist, ist das Unternehmen auf Importe angewiesen. In diesem Fall müssen ggf. auch zusätzliche Kosten in Kauf genommen werden. Wie schon bei der Exporttätigkeit wird die Beschäftigung mit ausländischen Märkten, die Informationsbeschaffung u. ä. das knappe Zeitbudget der Geschäftsführung zusätzlich belasten. Entsprechend häufig tritt die mangelnde Zeit der Geschäftsführung auch als Importhemmnis in Erscheinung.

Im Gegensatz zur Exporttätigkeit hilft eine Auslandserfahrung der Geschäftsführung nur bedingt, Importhemmnisse abzubauen. Der Anteil der jungen Unternehmen, die die jeweiligen Kategorien als Importhemmnis angeben, verändert sich kaum und nimmt teilweise sogar zu, wenn eine Auslandserfahrung vorliegt. Insbesondere lässt sich nicht erkennen, dass der Anteil der jungen Unternehmen, die die mangelnde internationale Erfahrung als Problem angeben, sinkt. Möglicherweise sind die Länder, in denen die Auslandserfahrung erworben wurde, nicht mit den Importmärkten identisch.



Erläuterung: Anteil der Unternehmen, die die jeweilige Schwierigkeit als bedeutende oder sehr bedeutend eingestuft haben. Importeure haben in mindestens einem Geschäftsjahr importiert; Nicht-Importeure haben noch nie importiert und konnten deshalb auch keine Probleme mit ausländischen Geschäftspartnern erfahren.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.

### Grafik 12: Importhindernisse im Jahr 2011

Für den Verzicht auf Importe im Jahr 2011 ist die mangelnde internationale Erfahrung hingegen der wesentlichste Grund, während für junge Unternehmen, die zwar schon einmal importiert haben, dies jedoch wieder eingestellt haben, die mangelnde Information über den Aus-

landsmarkt und ergänzend die kulturellen und sprachlichen Unterschiede das häufigste Problem darstellen (nicht in der Grafik enthalten). Die weiteren Importhemmnisse für Nicht-Importeure liegen in der Rangfolge relativ nah beieinander. Es lässt sich kein herausragendes Hemmnis identifizieren, dessen singulärer Abbau die Importtätigkeit für eine Vielzahl von Unternehmen erleichtern und sie ggf. zu einer Importtätigkeit anregen würde. Vielmehr ist es eine Kombination von Zeit, Wissen und Rahmenbedingungen, die die Unternehmen davon abhält zu importieren.

### **5.3 Probleme bei der Finanzierung der Auslandstätigkeit**

Schwierigkeiten bei der Finanzierung nehmen unter den Exporthemmnissen keine herausgehobene Stellung ein und treten nahezu so häufig auf wie Probleme durch zusätzliche Kosten. Für einen gewissen Zusammenhang spricht, dass ohne zusätzliche Kosten der Exporttätigkeit nur selten Finanzierungsschwierigkeiten als weiteres Problem durch die jungen Unternehmen genannt werden. Aber ein Drittel der jungen Unternehmen mit zusätzlichen Kosten in für sie problematischer Höhe nennen auch Finanzierungsschwierigkeiten und umgekehrt.

Unternehmen dürften oft Produkte und Dienstleistungen exportieren, die von ihnen auch für den heimischen Markt hergestellt werden. Da zusätzliche Kosten für sie dann kein herausragendes Problem darstellen, müssen diese Kosten auch nicht durch zusätzliche Finanzierung gedeckt werden. Entsprechend werden diese Unternehmen mit der Deckung ihrer üblichen Betriebskosten und Investitionen auch ihre Exporttätigkeit weitestgehend finanziert haben.<sup>10</sup> Bei der Finanzierung stellen sich die für die jungen Unternehmen üblichen Probleme und Schwierigkeiten. Da Finanzierung fungibel ist und nicht zweckgebunden erfolgt, sollte es für die Kapitalgeber von untergeordneter Bedeutung sein, ob ein Investitionskredit beispielsweise für eine Maschine beantragt wird, deren Produktion teilweise für den Export bestimmt ist. Möglich ist jedoch, dass sich die Risikobewertung verändert, wenn ein junges Unternehmen zumindest teilweise für den Auslandsmarkt produziert.

Im Gegensatz zur Exporttätigkeit nehmen zusätzliche Kosten für Importe und auch Finanzierungsschwierigkeiten für importierende junge Unternehmen eine herausgehobenere Stellung unter den Schwierigkeitenkategorien ein. Die Kosten und die Finanzierung der Importe hängen auch stärker zusammen als bei den Exporten. Werden zusätzliche Kosten nicht als Problem genannt, dann sind auch Finanzierungsschwierigkeiten unwahrscheinlich. Treten hingegen zusätzliche Importkosten in problematischer Höhe auf, dann haben rund 40 % die-

---

<sup>10</sup> Spezifische Finanzierungskosten könnten darüber hinaus im internationalen Zahlungsverkehr und bei der Währungsabsicherung entstehen. Ob die Unternehmen Probleme für entsprechende Arrangements unter Finanzierungsschwierigkeiten fassen, kann auf Basis der vorliegenden Daten nicht festgestellt werden.



ser Unternehmen auch Finanzierungsschwierigkeiten. Dieser Zusammenhang gilt insbesondere für Unternehmen, die noch nie importiert haben.

Für Finanzierungsschwierigkeiten sowohl im Export- als auch im Importbereich ist der Zusammenhang mit den Kosten als Hindernis für eine Auslandstätigkeit höher als mit allgemeinen Finanzierungsschwierigkeiten. Allerdings hat nicht jedes junge Unternehmen, welches allgemeinen Finanzierungsschwierigkeiten mit dritten Kapitalgebern begegnet, auch Finanzierungsschwierigkeiten bei der Auslandstätigkeit. Damit deutet sich an, dass Finanzierungsschwierigkeiten im Auslandsgeschäft einen spezifischen Charakter annehmen können und Besonderheiten zu berücksichtigen sind.

Werden Finanzierungsschwierigkeiten betrachtet, dann wird oftmals viel Wert auf die Exportunterstützung gelegt. Dies dürfte auch dadurch beeinflusst sein, dass Exporte besser bewertet werden als Importe (Niemand spricht vom Importweltmeister). Wie die Untersuchungen andeuten, sind jedoch Finanzierungsschwierigkeiten für importierende Unternehmen ebenfalls ein Problem.



## 6 Schlussbemerkungen

Von Unternehmensgründungen wird erwartet, dass sie die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands unterstützen. Dazu sind zunächst hinreichend viele Gründungen in den relevanten Branchen, insbesondere in der Wissenswirtschaft, notwendig. Darüber hinaus müssen sich diese Gründungen im Auslandsgeschäft engagieren. Wie die vorliegende Analyse auf Basis des KfW/ZEW-Gründungspanels zeigt, war ein durchaus nennenswerter Anteil der jungen Unternehmen der Gründungsjahrgänge 2008 bis 2011 im Jahr 2011 auf Auslandsmärkten aktiv, sei es als Exporteur (17 % der jungen Unternehmen) oder als Importeur (21 % der jungen Unternehmen). Insgesamt 30 % der Unternehmen agieren auf die eine oder andere Weise auf Märkten jenseits der deutschen Grenzen, 9 % der jungen Unternehmen sogar gleichzeitig mit Ex- und Importen.

Eine nach Branchengruppen differenzierte Betrachtung zeigt, dass die Gründungen der industriellen Branchen deutlich mehr in die internationale Arbeitsteilung integriert sind als der Dienstleistungsbranchen oder gar die der Bauwirtschaft. Die jungen Unternehmen in den Hightech-Branchen sowohl im Verarbeitenden Gewerbe als auch im Dienstleistungsbereich weisen ebenfalls ein stärkeres Auslandsengagement auf als der jeweilige Nicht-Hightech-Bereich. Die stärkere Einbindung der industriellen Branchen in die Exporttätigkeit deutet darauf hin, dass junge Unternehmen eher Güter als Dienstleistungen auf den internationalen Märkten absetzen können. Bei den Dienstleistungen finden zudem Hightech-Dienstleistungen etwas eher ausländische Abnehmer als sonstige Dienstleistungen. Auch bei den Importen ist ein deutlicher Schwerpunkt bei den Sachgütern festzustellen. So erwerben über 70 % der importierenden Jungunternehmen (Halb)-Fertigprodukte oder Handelsware auf den ausländischen Märkten. Roh-, Hilfs- oder Betriebsstoffe (für 37 % der jungen Unternehmen) und über Investitionsgüter (für 20 %) sind für die jungen Unternehmen weniger von Interesse. Die Anteile der importierenden Unternehmen, die IKT- oder sonstige Dienstleistungen von ausländischen Anbietern kaufen, sind mit knapp 17 bzw. 12 % nochmals deutlich kleiner. Der Außenhandel ist – auch für junge Unternehmen – vornehmlich ein Handel mit Sachgütern.

Für die jungen Unternehmen, die auf ausländischen Märkten anbieten, ist das Auslandsgeschäft durchaus von relevanter Bedeutung. So erwirtschaften die exportierenden Jungunternehmen der industriellen Branchen der Spitzen- und hochwertigen Technik im Durchschnitt rund ein Drittel ihres Umsatzes auf ausländischen Märkten. Auch in den anderen hier betrachteten Branchengruppen ist dieser Umsatzanteil mit 25 % durchaus von Bedeutung und differiert nur wenig zwischen den Branchen. Ebenfalls bedeutsam sind die Beschaffungen auf ausländischen Märkten für die importierenden Jungunternehmen. Die Unternehmen der nicht-technologieintensiven Dienstleistungen verwenden im Durchschnitt 33 % ihrer gesam-

ten Ausgaben für importierte Güter und Dienstleistungen. Der entsprechende Ausgabenanteil für die anderen Branchengruppen ist recht heterogen. Am niedrigsten fällt er mit 20 % bei den technologieintensiven Dienstleistungsunternehmen aus. Für die anderen Branchengruppen liegt er zwischen 25 und 30 %.

Die ausländischen Absatzmärkte exportierender Jungunternehmen liegen vornehmlich in den angrenzenden Nachbarländern. Dabei kommt Österreich und der Schweiz die größte Bedeutung zu. Es ist davon auszugehen, dass dafür nicht nur die geografische Nähe, sondern auch die rechtliche und kulturelle Ähnlichkeit zum deutschen Heimatmarkt eine wichtige Rolle spielt. Ebenso dürfte die Abwesenheit einer Sprachbarriere hier eine gehörige Bedeutung haben. Die meisten jungen Exportunternehmen bieten ihre Produkte und Dienstleistungen nur auf wenigen ausländischen Märkten an. Für die Importe junger Unternehmen spielen die außereuropäischen Länder eine größere Rolle als für die Exporte. Hier sind es vornehmlich die Märkte in den USA und in China auf denen die deutschen Jungunternehmen als Nachfrager auftreten. Importierende junge Unternehmen fragen meistens nur auf einem Markt nach, die Importnachfrage ist somit stark konzentriert.

Auf einem ausländischen Markt aktiv zu werden, ist nicht für jedes junge Unternehmen eine aktiv herbeigeführte strategische Entscheidung seiner Geschäftsführung. Zwar haben 55 % der exportierenden Jungunternehmen ihr Exportengagement aktiv betrieben und geplant. Bei den restlichen (immerhin noch) 45 % kam das erste Exportgeschäft eher zufällig, durch eine an das Unternehmen herangetragene Anfrage oder eine günstige unerwartete Gelegenheit, zu Stande. Der Anteil der Unternehmen mit gezielter Exportstrategie ist dabei umso höher, je eher die jungen Unternehmen exportieren. Das deutet darauf hin, dass die Intention und Möglichkeit zum Export sehr früh im „Leben“ von jungen Unternehmen angelegt ist und dann auch gezielt umgesetzt wird. Unternehmen, die erst in späteren Geschäftsjahren Exportaktivitäten beginnen, werden im stärkeren Maß durch zufällige Begebenheiten zu Exporteuren. Wenn allerdings Unternehmen begonnen haben zu exportieren, dann bleiben sie häufig auch exportaktiv.

Es zeigt sich, dass ein starker Zusammenhang zwischen dem Humankapital in den jungen Unternehmen und ihrer Exportaktivität besteht. Dies gilt sowohl für die Gründerpersonen als auch für die angestellten Mitarbeiter. Sind unter den Gründern oder den Mitarbeitern Akademiker zu finden, dann wird der Einstieg in den Export wahrscheinlicher. Ein solcher Effekt des Humankapitals ist nicht nur für den formalen Bildungsabschluss festzustellen, sondern auch für das Erfahrungswissen der Gründer. Dieses können sie durch Arbeiten im Ausland erworben haben oder durch auslandsorientierte Tätigkeiten in einem inländischen Unternehmen. Aber nicht nur das Humankapital der im Unternehmen tätigen Personen, auch die

Innovationsaktivitäten und die Größe der jungen Unternehmen spielen für die Exportwahrscheinlichkeit eine Rolle. Unternehmen, die eigene FuE-Aktivitäten durchführen oder die Marktneuheiten hervorgebracht haben, sind häufiger unter den Exporteuren zu finden. Gleiches gilt für größere Unternehmen.

Für viele junge Unternehmen verläuft ihr Auslandsengagement problemlos und bei einer Reihe von Unternehmen kommen die Produkte und Dienstleistungen von vorneherein nicht für einen Export infrage. Wichtige Hemmnisse sind die zu geringe Zeitkapazität, die die Geschäftsführung für die Auslandsaktivitäten aufwenden kann, die Normen, unbekanntes Rahmenbedingungen oder Zölle, die für die Auslandsmärkte gelten und mangelnde Auslandserfahrungen in den Unternehmen. Letzteres gilt vor allem für diejenigen Unternehmen, die nicht exportieren oder importieren. Für Importeure spielen die zusätzlichen Kosten und für Exporteure die Kapazitätsengpässe zudem eine wesentliche Rolle. Junge Unternehmen sind oft (noch) klein, sodass ein starker „Wettbewerb“ zwischen den einzelnen betriebswirtschaftlichen Aktivitäten besteht. Offensichtlich wird zunächst aus den vorhandenen Kapazitäten das operative Geschäft im Inland abgewickelt. Kostspielige Auslandsaktivitäten werden nur dann angegangen, wenn die Unternehmensgröße dies zulässt und Wissen und Erfahrung der Geschäftsführung und der Mitarbeiter eine Bewertung der Risiken, die mit dem Auslandsgeschäft verbunden sind, zulassen und den Aufwand in Grenzen halten.

Da eine Exporttätigkeit schon frühzeitig in den Unternehmensmerkmalen angelegt ist, ist nicht darauf zu hoffen, dass sich allein mit zunehmendem Alter mehr Unternehmen für eine Exporttätigkeit entscheiden. Dieser Alterseffekt ist eher gering. Entsprechend geht es darum, junge Unternehmen schon früh, ggf. im Gründungsjahr, in ihren Exportaktivitäten zu unterstützen. Nicht vernachlässigt werden sollte, dass die jungen Unternehmen ggf. auf Importe angewiesen sind, um erfolgreich zu sein. Auch im Importgeschäft können Schwierigkeiten auftreten.



## Literaturverzeichnis

- Almus, M., Engel, D. und S. Prantl (2000), The „Mannheim Foundation Panels“ of the Centre of European Economic Research (ZEW), ZEW Dokumentation Nr. 00–02, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim.
- Andersson, S. (2000), The Internationalization of the Firm from an Entrepreneurial Perspective, *International Studies of Management and Organisation*, 30, 63–92.
- Bilkey, W. J. (1978), An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms, *Journal of International Business Studies*, 9 (1), 33–46.
- Bilkey, W. J. und G. Tesar (1977), The Export Behavior of Small-Sized Wisconsin Manufacturing Firms, *Journal of International Business Studies*, 8 (1), 93–98.
- Bürgel, O., Fier, A., Licht, G. und G. Murray (2004), The Internationalisation of Young High-Tech Firms, *ZEW Economic Studies*, 22, Heidelberg, New York.
- Clerides, S. K., Lach, S. und J. R. Tybout (1998), Is Learning by Exporting Important? Micro-Dynamic Evidence from Colombia, Mexico, and Morocco, *The Quarterly Journal of Economics*, 113, 903–947.
- Criscuolo, C., Haskel, J. E. und M. J. Slaughter (2010), Global Engagement and the Innovation Activities of Firms, *International Journal of Industrial Organization*, 28, 191–202.
- Dixit, A. (1989a), Entry and Exit Decisions Under Uncertainty, *Journal of Political Economy*, 97 (3), 620–638.
- Dixit, A. (1989b), Hysteresis, Import Penetration, and Exchange Rate Pass-Through, *Quarterly Journal of Economics*, 104 (2), 205–228.
- Engel, D., Kohn, K., Sahm, A. und H. Spengler (2008), Unternehmensfluktuation: Aktuelle Entwicklungen und Effekte einer alternden Bevölkerung, in: KfW, Creditreform, IfM, RWI, ZEW (Hrsg.), *Mittelstand trotz nachlassender Konjunkturdynamik in robuster Verfassung. Mittelstandsmonitor 2008*, Frankfurt am Main, 37–102.
- Freeman, S. und S. T. Cavusgil (2007), Toward a Typology of Commitment States among Managers of Born-Global Firms: A Study of Accelerated Internationalization, *Journal of International Marketing*, 15, 1–40.
- Fryges, H. und J. Wagner (2010), Exports and profitability – first evidence for German manufacturing firms, *The World Economy*, 33 (3), 399–423.

- Fryges, H., Gottschalk, S., Metzger, G., Mohr, B., Murmann, M. und K. Ullrich (2012), Start mit Strategie – Beschäftigungsfluktuation und Finanzierungsverhalten junger Unternehmen, Gründungspanelreport, Jahrgang 5, Creditreform, KfW, ZEW (Hrsg.), Mannheim.
- Greenaway, D., Guariglia, A. und R. Kneller (2007), Financial factors and exporting decisions, *Journal of International Economics*, 73 (2), 377–395.
- Johanson, J. und J.-E. Vahlne (1977), The Internationalization Process of the Firm – a Model of Knowledge Development and Increasing Market Commitments, *Journal of International Business Studies*, 8 (1), 23–32.
- Johanson, J. und J.-E. Vahlne (1990), The Mechanism of Internationalisation, *International Marketing Review*, 7 (4), 11–24.
- Legler, H. und R. Frietsch (2006), Neuabgrenzung der Wissenswirtschaft – forschungsintensive Industrien und wissensintensive Dienstleistungen (NIW/ISI-Listen 2006), Studien zum deutschen Innovationssystem Nr. 22–2007, Karlsruhe, Hannover.
- Lindqvist, M. (1991), *Infant Multinationals: The Internationalization of Young, Technology-Based Swedish Firms*, Stockholm School of Economics, Institute of International Business, Stockholm.
- McDougall, P. P., Shane, S. und B. M. Oviatt (1994), Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of Theories from International Business Research, *Journal of Business Venturing*, 9 (6), 469–487.
- McKinsey and Company (1993), *Emerging Exporters: Australia's High Value-Added Manufacturing Exporters*, Melbourne: Australian Manufacturing Council.
- Moen, Ø. und P. Servais (2002), Born Global or Gradual Global? Examining the Export Behavior of Small and Medium-Sized Enterprises, *Journal of International Marketing*, 10, 49–72.
- Oviatt, B. M. und P. P. McDougall (1994), Toward a Theory of International New Venture, *Journal of International Business Studies*, 25, 45–64.
- Rhee, Y. W., Ross-Larson, B. und G. Pursell (1984), *Korea's Competitive Edge: Managing the Entry into World Markets*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.



Roberts, M. J. und J. R. Tybout (1997), The Decision to Export in Columbia: An Empirical Model of Entry with Sunk Costs, *The American Economic Review*, 87 (4), 545–564.

Schiersch, A. und B. Gehrke (2013), FuE-intensive Industrien und wissensintensive Dienstleistungen im internationalen Vergleich, *Studien zum deutschen Innovationssystem* Nr. 7-2013.

Statistisches Bundesamt (2012), Export, Import, Globalisierung – Deutscher Außenhandel 2011, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2013), Außenhandel, Fachserie 7 Reihe 1, Wiesbaden.

Welch, C. L. und L. S. Welch (2009), Re-Internationalisation: Exploration and Conceptualisation, *International Business Review*, 18, 567–577.

Welch, L. S. und R. K. Luostarinen (1993), Inward-Outward Connections in Internationalization, *Journal of International Marketing*, 1 (1), 44–56.



## 7 Anhang

### 7.1 Technischer Anhang

#### **Konzeption der Befragung des KfW/ZEW-Gründungspanels**

Das KfW/ZEW-Gründungspanel ist eine Kooperation von KfW, ZEW und Creditreform und hat das Ziel, Unternehmensgründungen kontinuierlich, über den Zeitraum ihrer ersten acht Lebensjahre, zu beobachten. Damit schafft es eine Datenbasis um die Entwicklung junger Unternehmen während der ersten Phase ihres Lebenszyklus zu analysieren und nicht lediglich auf Basis von Informationen für einzelne Jahre. Im Mittel werden jährlich etwa 6.500 Gründungen mittels computergestützter Telefonbefragungen – so genannter computer-assisted telephone interviews (CATI) – befragt.

Zielgruppe des KfW/ZEW-Gründungspanels sind so genannte „wirtschaftsaktive“ Unternehmensgründungen, die aus dem am ZEW gepflegten Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) identifiziert werden.<sup>11</sup> Als „wirtschaftsaktive“ Unternehmensgründungen gelten solche, die entweder in das Handelsregister eingetragen sind, die für die Gründung auf Fremdkapital, Handelskredite oder Ähnliches zurückgegriffen haben oder die auf sonstige Weise, z. B. durch intensive Kundenbeziehungen, aktiv in den Wirtschaftskreislauf eingebunden sind.<sup>12</sup>

Die Bruttostichprobe des KfW/ZEW-Gründungspanels (d. h. die Gesamtheit aller kontaktierten Unternehmen) gliedert sich in zwei Gruppen. Zum einen gehen in die Bruttostichprobe Unternehmen ein, die schon mindestens einmal an der Befragung zum KfW/ZEW-Gründungspanel teilgenommen haben. Bei der Befragung 2012 bestand diese Gruppe so genannter „Panelunternehmen“ aus den Teilnehmern der ersten vier Erhebungen. Diese wurden zwischen 2008 und 2011 bei Gründungen der Kohorten 2005 bis 2010 durchgeführt. Die zweite Gruppe der Bruttostichprobe besteht jeweils aus einer Zufallsstichprobe von Unternehmensgründungen der vergangenen drei Jahre. Folglich wurden für die Bruttostichprobe 2012 Unternehmen der Kohorten 2009 bis 2011 neu in die Bruttostichprobe des KfW/ZEW-Gründungspanels aufgenommen.

#### **Branchenabgrenzung des KfW/ZEW-Gründungspanels**

Für die Stichprobe des KfW/ZEW-Gründungspanels werden Gründungen aus fast allen Wirtschaftszweigen befragt. Sie verteilen sich auf insgesamt zehn Branchengruppen, die jeweils

---

<sup>11</sup> Eine detaillierte Beschreibung des Mannheimer Unternehmenspanels geben Almus et al. (2000).

<sup>12</sup> Übernahmen von bestehenden Unternehmen werden hier nicht als Unternehmensgründungen gezählt, da auf die Entstehung neuer Wirtschaftsaktivitäten abgestellt wird. Auch Kleinstgründungen oder Nebenerwerbsgründungen werden aufgrund zu geringer Wirtschaftsaktivität nicht erfasst. Zur Abgrenzung verschiedener Datensätze zum Gründungsgeschehen in Deutschland vgl. auch Engel et al. (2008).

auf der Zusammenfassung mehrerer Wirtschaftszweige beruhen.<sup>13</sup> Die zehn Branchengruppen untergliedern sich in vier Branchengruppen mit Hightech-Unternehmen (HTU) und sechs Branchengruppen mit Nicht-Hightech-Unternehmen (NHTU). In den zehn Branchengruppen des KfW/ZEW-Gründungspanels wurden zwischen 2005 und 2011 deutschlandweit jährlich ca. 194.000 wirtschaftsaktive Unternehmen gegründet. Etwas mehr als 7 % davon entfielen auf die vier Hightech-Branchen. Tabelle 6 zeigt alle Wirtschaftszweige die für die Befragung im Rahmen des KfW/ZEW-Gründungspanels aufgenommen wurden sowie deren Zuordnung zu den zehn Branchengruppen.

**Tabelle 6: Branchenabgrenzung des KfW/ZEW-Gründungspanels**

Branchenbezeichnung	Abkürzung	WZ 2008-Code
<b>Hightech-Branchen</b>		
Spitzentechnik im Verarbeitenden Gewerbe	STW	20.20, 21.10, 21.20, 24.46, 25.40, 26.11, 26.20, 26.30, 26.40, 26.51, 26.60, 30.30, 30.40, 32.50
Hochwertige Technik im Verarbeitenden Gewerbe	HTW	20.13, 20.14, 20.16, 20.17, 20.41, 20.51, 20.53, 20.59, 22.11, 22.19, 23.19, 26.70, 27.11, 27.12, 27.20, 27.40, 27.90, 28.11–15, 28.23, 28.24, 28.29, 28.30, 28.41, 28.49, 28.92–96, 28.99, 29.10, 29.31, 29.32, 30.20
Technologieintensive Dienstleister	TDL	61.1–3, 62 (ohne 62.01), 63.1, 71.1–2, 72.1
Software	Software	62.01
<b>Nicht-Hightech-Branchen</b>		
Nicht-technologieintensive Wirtschaftszweige im Verarbeitenden Gewerbe	NTW	10–33 (ohne STW und HTW)
Wissensintensive Dienstleister	wissDL	69.1–2, 70.2, 72.2, 73.1–2
Übrige unternehmensnahe Dienstleister	UDL	49.2, 49.5, 50.2, 50.4, 51.2, 52, 53, 61.9, 63.9, 64, 74.1, 74.3, 74.9, 77.1, 77.3–4, 78, 80–82,
Konsumnahe Dienstleister	KDL	49.1, 49.3–4, 50.1, 50.3, 51.1, 55, 56, 58–60, 65–66, 68, 74.2, 77.2, 79, 85.5–6, 90–93, 95–96
Bau- und Ausbaugewerbe	Bau	41–43
Handel (ohne Handelsvermittlung)	Handel	45–47 (ohne 46.1)

Anmerkung: Außer den oben explizit ausgeschlossenen Wirtschaftszweigen bleiben der Agrarsektor (WZ 2008-Code 01–03), der Bergbau (05–09), die Energie- und Wasserversorgung (35, 36), Abwasser- und Abfallentsorgung (37–39), der öffentliche Sektor (84, 94) sowie das Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen (75, 86–88) bei der Untersuchung unberücksichtigt. Abgrenzung gemäß der Klassifikation der Wirtschaftszweige (Ausgabe 2008) des Statistischen Bundesamtes.

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel, Legler und Frietsch (2006).

Der Hightech-Bereich besteht aus Spitzentechnik (STW) und Hochwertiger Technik (HTW) im Verarbeitenden Gewerbe sowie technologieintensiven Dienstleistungen (TDL) und Software. Die Spitzentechnik setzt sich aus denjenigen Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden

<sup>13</sup> Eine differenziertere Betrachtung als diese Zehnerinteilung ist nicht sinnvoll, weil sie aufgrund zu geringer Beobachtungszahlen keine repräsentativen Aussagen auf Branchenebene zulässt.

Gewerbes zusammen, die eine durchschnittliche Forschungs- und Entwicklungsintensität von über 7 % aufweisen. Die Spitzentechnik schließt somit Unternehmen ein, die z. B. pharmazeutische Grundstoffe, Datenverarbeitungsgeräte oder Mess- und Navigationsinstrumente produzieren. Die Hochwertige Technik umfasst die Wirtschaftszweige des Verarbeitenden Gewerbes mit einer durchschnittlichen FuE-Intensität von 2,5 bis 7 %. Hierzu zählt unter anderem die Herstellung von Maschinen, Motoren, Kraftfahrzeugen und verschiedenen chemischen Erzeugnissen.<sup>14</sup> Technologieintensive Dienstleister sind Unternehmen, die sich z. B. auf Forschung und Entwicklung im Bereich der Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaft oder der Medizin spezialisiert haben sowie Architektur-, Ingenieurbüros oder Fernmeldedienste. Diese Branchengruppe gehört ebenso zum Dienstleistungsbereich des Hightech-Sektors wie Softwareentwicklung oder Webdesign, die zur Branchengruppe „Software“ zusammengefasst sind.

Auf die Nicht-Hightech-Branchen entfallen erstens die nicht-technologieintensiven Wirtschaftszweige im Verarbeitenden Gewerbe (NTW). Diese umfassen das gesamte Verarbeitende Gewerbe, mit Ausnahme der Wirtschaftszweige, die unter die Spitzentechnik oder Hochwertige Technik fallen und reichen damit von der Nahrungsmittel- über die Textilindustrie bis hin zur Metallverarbeitung. Als zweite Branchengruppe zählen wissensintensive Dienstleister (wissDL) zu den Nicht-Hightech-Unternehmen. Wissensintensive Dienstleistungen umfassen beispielsweise Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung oder Marketingberatung und erfordern in der Regel ein hohes Maß an Humankapital der Gründer und Mitarbeiter. Diese Unternehmen ähneln daher hinsichtlich mancher Charakteristika stark den Hightech-Unternehmen.<sup>15</sup> Die dritte Branchengruppe im Nicht-Hightech-Bereich umfasst die unternehmensnahen Dienstleister (UDL) und damit z. B. Leasingfirmen, Gebäudereinigungen oder Entsorgungsunternehmen. Dahingegen umfasst die vierte Branchengruppe im Nicht-Hightech-Bereich konsumnahe Dienstleistungen (KDL) und deckt das Gastgewerbe, Anbieter von Kultur, Sport und Unterhaltung sowie Friseure, Reinigungen etc. ab. Die beiden verbleibenden Nicht-Hightech-Branchen des KfW/ZEW-Gründungspanels sind das Bau- und Ausbaugewerbe (von Hoch- und Tiefbau über Heizungsinstallation bis zu Malereibetrieben) sowie der Handel (Kraftfahrzeug-, Groß- und Einzelhandel).

---

<sup>14</sup> Die FuE-Intensität ist definiert als Anteil der FuE-Aufwendungen am Umsatz eines Unternehmens. Die Zuordnung der Wirtschaftszweige des Verarbeitenden Gewerbes zu den Hightech-Branchen erfolgt nach der Definition von Legler und Frietsch (2006). Diese Definition basiert auf der Klassifikation der Wirtschaftszweige von 2003. Für die Befragungen 2010 bis 2012 des KfW/ZEW-Gründungspanels wurde die Definition von Legler und Frietsch auf die Klassifikation der Wirtschaftszweige von 2008 übertragen.

<sup>15</sup> Da das Unterscheidungskriterium zwischen Hightech- und Nicht-Hightech-Branchen jedoch die durchschnittlichen FuE-Intensität und nicht der Grad der Technologieorientierung ist, werden wissensintensive Dienstleistungen den Nicht-Hightech-Branchen zugerechnet.

## 7.2 Anhang zum Kapitel 4

**Tabelle 7: Variablenübersicht und deskriptive Statistiken der Random Effects-Probit Schätzung der Exportwahrscheinlichkeit**

Variable	Messung	Definition	Mittelwert
<b>Abhängige Variable</b>			
Exporte	ja/nein	Dummy falls Umsätze durch Exporte erzielt	0,20
<b>Gründercharakteristika</b>			
Gründer mit Hochschulabschluss	ja/nein	Dummy falls der Gründer (mindestens ein Gründer im Team) über einen Hochschulabschluss verfügt.	0,44
Längste Branchenerfahrung	Jahre	Branchenerfahrung des Gründers (des Gründers mit der längsten Branchenerfahrung im Team) im Bezugsjahr	17,38
Ausbildung im Ausland	ja/nein	Dummy falls ein Gründer oder Geschäftsführer bereits vor Gründung / vor Eintritt in das Unternehmen mindestens ein halbes Jahr eine Ausbildung im Ausland (Studienaufenthalt, Praktikum) absolviert hat.	0,16
Arbeitserfahrung im Ausland	ja/nein	Dummy falls ein Gründer oder Geschäftsführer bereits vor Gründung / vor Eintritt in das Unternehmen über Arbeitserfahrung im Ausland von mindestens einem halben Jahr verfügt hat.	0,31
Auslandsorientierte Tätigkeit in einem Unternehmen im Inland	ja/nein	Dummy falls ein Gründer oder Geschäftsführer bereits vor Gründung / vor Eintritt in das Unternehmen mindestens ein halbes Jahr eine auslandsorientierte Tätigkeit in einem Unternehmen im Inland ausübt hat.	0,30
<b>Unternehmenscharakteristika</b>			
Anzahl Mitarbeiter	VZÄ	Anzahl abhängig Beschäftigter zum Ende des Bezugsjahres (vollzeitäquivalente Mitarbeiterstellen)	4,62
Mitarbeiter mit Hochschulabschluss	ja/nein	Dummy falls das Unternehmen mindestens einen Mitarbeiter mit Hochschulabschluss beschäftigt hat.	0,29
Einführung einer Marktneuheit	ja/nein	Dummy falls das Unternehmen ein Produkt oder eine Dienstleistung weltweit, deutschlandweit oder in seiner Region als erster Anbieter im Markt eingeführt hat.	0,14
Eigene FuE-Aktivitäten	ja/nein	Dummy falls eigene Forschungs- und Entwicklungsarbeit durchgeführt wurde.	0,23
Gewinne	ja/nein	Dummy für Gewinne	0,73
Verlust	ja/nein	Dummy für Verluste	0,20
Weder noch	ja/nein	Dummy für weder Gewinne noch Verluste	0,07
Fremdfinanzierung	ja/nein	Dummy falls Fremdfinanzierung genutzt	0,30
Unternehmensalter	Jahre	Unternehmensalter in Jahren	3,43
<b>Branchenzugehörigkeit</b>			
STW & HTW	ja/nein	Dummy technologieintensives Verarbeitendes Gewerbe	0,11
TDL & Software	ja/nein	Dummy technologieintensive Dienstleistungsunternehmen	0,29
NTW	ja/nein	Dummy nicht-technologieintensives Verarbeitendes Gewerbe	0,12
Bau	ja/nein	Dummy Baubranche	0,10
NTDL	ja/nein	Dummy nicht-technologieintensive Dienstleistungsunternehmen	0,37
<b>Beobachtungsjahr</b>			
2008	ja/nein	Dummy Jahr 2008	0,04
2009	ja/nein	Dummy Jahr 2009	0,24
2010	ja/nein	Dummy Jahr 2010	0,33
2011	ja/nein	Dummy Jahr 2011	0,39

Quelle: KfW/ZEW-Gründungspanel.