

Export- und Importaktivitäten junger deutscher Unternehmen

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.