



# Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik

# Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik

- › **Branchen-Stichprobe:**  
81 Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik
- › **Gesamtstichprobe:**  
2.000 Unternehmen, im Folgenden „Mittelstand (gesamt)“
- › **Unternehmensgröße:**  
ab 2 Mio. Euro Jahresumsatz
- › **Gesprächspartner:**  
Führungskräfte der ersten Ebene
- › **Verfahren:**  
telefonische Interviews von 20 Minuten Dauer
- › **Institut:**  
forsa
- › **Zeitraum:**  
05.11.2018 bis 22.02.2019

## Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

	Verkehr und Logistik	Mittelstand (gesamt)
2 bis 15 Mio. €	45 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	23 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	13 Unternehmen	240 Unternehmen

Für Aussagen zur Gesamtstichprobe wurde die Stichprobe repräsentativ zur Umsatzsteuerstatistik gewichtet.

# Die Ergebnisse für den Bereich Verkehr und Logistik im Überblick

<p><b>Status quo:</b> Internationalisierung im Spiegel der Zeit</p>	<p>Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. Im Bereich Verkehr und Logistik tätigen 60 % der Unternehmen Auslandsumsätze, die Branche liegt damit über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt. Internationalisierung hat starke Treiber: Im Bereich Verkehr und Logistik sind dies vor allem die fortschreitende Digitalisierung, das weiter zunehmende Auslandsengagement von Großabnehmern und gute Finanzierungsbedingungen. Die Exporteure aus Verkehr und Logistik setzen durchweg im Euroraum ab, haben ihre Absatzmärkte aber auch in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung, wie z. B. in Großbritannien (30 %), Italien (28 %), China (15 %), Russland (18 %), den USA (17 %), der Türkei (14 %) und Brasilien (13 %).</p>
<p><b>Bewegte Zeiten:</b> wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen</p>	<p>Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Die Branche befürchtet eine konjunkturelle Eintrübung und sinkende Nachfrage im In- und Ausland, auch aufgrund von Handelsbarrieren und Handelskonflikten. Der Brexit trifft Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik in besonderem Maße, außerdem wirken sich Klimawandel und Dieselkrise überdurchschnittlich negativ aus. Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von der Branche schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China.</p>
<p><b>Agilität zählt:</b> Strategien der exportierenden Unternehmen</p>	<p>Die Unternehmen passen ihre Internationalisierungsstrategien den veränderten Rahmenbedingungen an, reagieren im Bereich Verkehr und Logistik aber eher konservativ. Die Exporteure der Branche erschließen zu 43 % neue Auslandsmärkte, 56 % fokussieren sich hingegen stärker auf den deutschen Markt, 49 % auf den EU-Binnenmarkt. In ihrer Geschäftsstrategie setzen die Unternehmen stark auf Digitalisierung, aber selten auf weitere Innovationen oder neue Angebote. Die Anpassung von Preisen und Kalkulationen steht hingegen überdurchschnittlich oft auf der Agenda.</p>
<p><b>Unterstützung gewünscht:</b> Bankpartner und Politik</p>	<p>Banken sind als Unterstützer bei operativen Themen gefragt: vor allem bei der Risikobewertung und der Abwicklungsgeschwindigkeit. Darüber hinaus erwartet die Branche individuelle Beratung und ein gutes Verständnis der jeweiligen Geschäftsstrategie. Finanzinstrumente helfen Risiken zu minimieren und Erträge zu steigern, werden von der Branche aber vergleichsweise selten zur Absicherung von Preis- und Währungsschwankungen genutzt. Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen, vor allem im Verhältnis zu den wichtigen Handelspartnern USA, Großbritannien und China.</p>

# Agenda

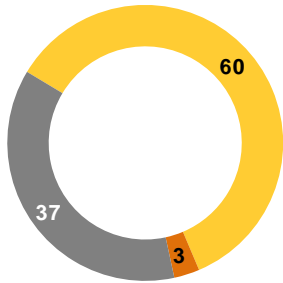
---

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik

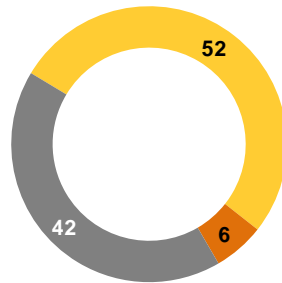
# 60 % der Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik exportieren, Internationalisierungsgrad ist seit 2007 stabil

## Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

- findet statt
- ist eine Option
- kommt nicht in Frage



**Verkehr und Logistik**



**Mittelstand (gesamt)**

Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe  
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“  
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

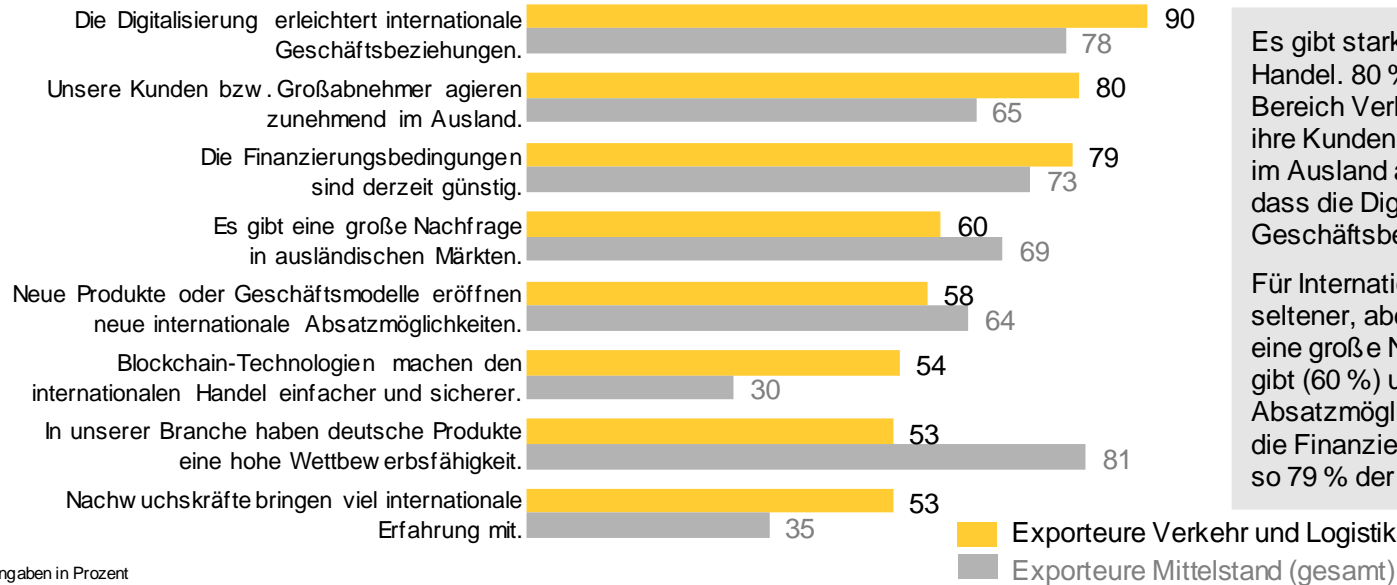
60 % der Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik setzen Produkte im Ausland ab. Die Branche ist damit durchaus exportorientiert und liegt über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt (52 %).

Nur wenige weitere Unternehmen planen die Aufnahme von Auslandsgeschäften. Für insgesamt 3 % ist dies zumindest eine Option. 37 % der Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik sind rein auf den deutschen Binnenmarkt fokussiert.

Nicht im Diagramm: Der Anteil von exportierenden Unternehmen ist seit der Finanzkrise relativ unverändert, so der Vergleich mit 2007 und 2013.

# Starke Treiber für mehr Internationalisierung: Digitalisierung, das Auslandsengagement von Großabnehmern und gute Finanzierungsbedingungen

## Chancen und Potenziale der Internationalisierung aus Sicht von exportierenden Unternehmen



Es gibt starke Treiber für den internationalen Handel. 80 % der Exporteure aus dem Bereich Verkehr und Logistik berichten, dass ihre Kunden und Großabnehmer zunehmend im Ausland agieren. 90 % bestätigen zudem, dass die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen erleichtert.

Für Internationalisierung spricht etwas seltener, aber immer noch häufig, dass es eine große Nachfrage im ausländischen Markt gibt (60 %) und neue Angebote internationale Absatzmöglichkeiten eröffnen (58 %). Auch die Finanzierungsbedingungen seien günstig, so 79 % der Exporteure.

Angaben in Prozent  
 Frage 9: „Wodurch entstehen für Ihr Unternehmen derzeit Chancen und Potenziale im internationalen Geschäft?“  
 Basis: n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=49 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

# Der Bereich Verkehr und Logistik ist vorwiegend im Euroraum aktiv, hat Absatzmärkte aber auch in Regionen mit einer unsicheren wirtschaftspolitischen Entwicklung

## Absatzmärkte (Basis alle Unternehmen)

	Mittelstand (gesamt)	Verkehr und Logistik
nur Deutschland	48	40
Euroraum (ohne Deutschland)	47	51
speziell Italien	26	28
Schweiz	37	40
Großbritannien	29	30
Russland	18	18
USA	22	17
Kanada	14	7
China	22	15
Türkei	18	14
Japan	14	8
Indien	13	6
Brasilien	12	13
Afrika	13	9

Angaben in Prozent  
 Frage 7A: „Welche der folgenden Länder bzw. Regionen sind Absatzmärkte für Ihr Unternehmen?“  
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

Von allen Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik setzen (wie schon geschildert) 40 % nur in Deutschland ab.

60 % exportieren, die Hälfte davon in den Euroraum (51 % aller Exporteure). Die Schweiz ist ein weiterer häufig genannter Absatzmarkt (40 %). Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen.

Die Unternehmen setzen damit häufig auch in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Großbritannien (30 %), Italien (28 %), den USA (17 %), Russland (18 %), China (15 %), der Türkei (14 %) und Brasilien (13 %).

# Agenda

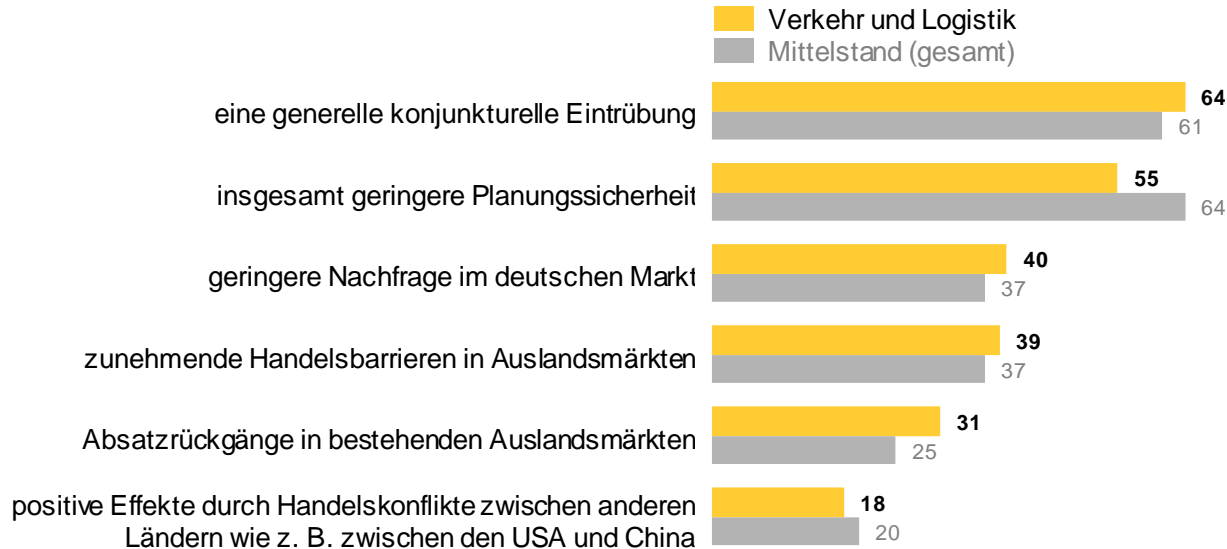
---

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik



# Unternehmen befürchten konjunkturelle Eintrübung, abnehmende Planungssicherheit und politische Turbulenzen

## Zu erwartende Entwicklungen für die nächsten ein bis zwei Jahre



Rund zwei Drittel der Unternehmen (64 %) aus dem Bereich Verkehr und Logistik gehen davon aus, dass es in den nächsten ein bis zwei Jahren zu einer konjunkturellen Eintrübung kommt.

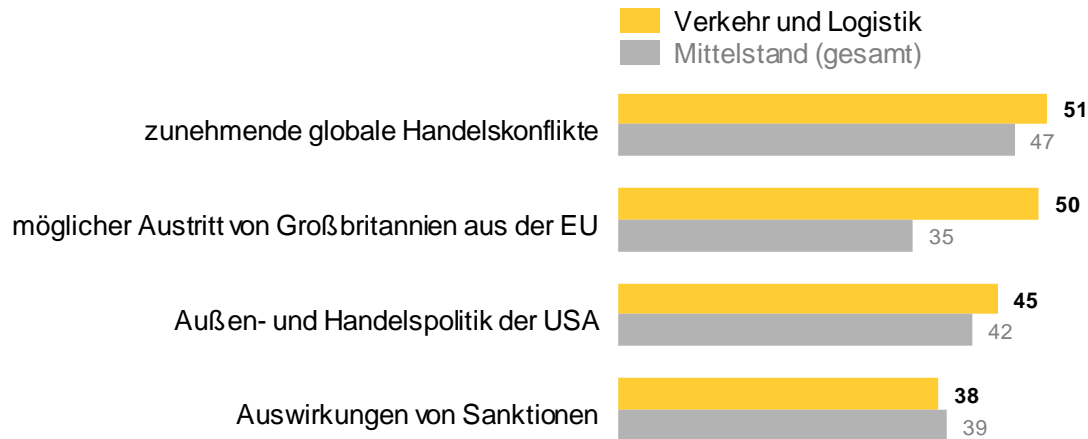
Die Branche rechnet außerdem mit abnehmender Planungssicherheit (55 %), mit geringerer Nachfrage im deutschen Markt (40 %) sowie mit Absatzrückgängen im Ausland (31 %). 39 % rechnen mit zunehmenden Handelsbarrieren in Auslandsmärkten.

18 % gehen davon aus, dass Handelskonflikte zwischen anderen Ländern (z. B. den USA und China) Chancen für deutsche Unternehmen mit sich bringen.

Angaben in Prozent  
 Frage 3: „Rechnet Ihr Unternehmen für die nächsten ein bis zwei Jahre mit den folgenden Entwicklungen?“  
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

# Politische Handelskonflikte und lokale Krisen treffen den Bereich Verkehr und Logistik überdurchschnittlich stark, insbesondere der mögliche Brexit

## Aktuelle Ereignisse und Entwicklungen mit negativen Auswirkungen (1/2: politische Ereignisse)



Die aktuellen geopolitischen Turbulenzen treffen den Bereich Verkehr und Logistik besonders stark.

Etwas mehr als jedes zweite Unternehmen (51 %) berichtet, dass zunehmende globale Handelskonflikte sich direkt negativ auf die eigene Geschäftstätigkeit auswirken (werden). Gleiches gilt für die aktuelle Außen- und Handelspolitik der USA (45 %). Schon spürbar oder zu erwarten sind außerdem Auswirkungen von Sanktionen (38 %).

Der (mögliche) Brexit trifft die Logistiker besonders hart: 50 % rechnen mit negativen Auswirkungen (plus 15 Prozentpunkte im Vergleich zum gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt).

Angaben in Prozent

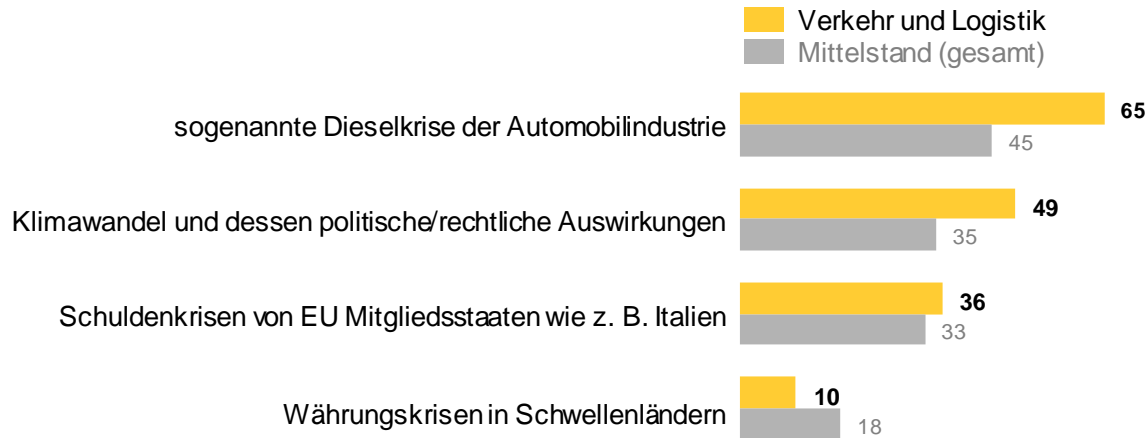
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

Die übrigen Befragten (an Hundert Fehlende) haben die Items entweder neutral bewertet (keine Auswirkungen) oder keine Antwort gegeben (weiß nicht).

Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

# Die Dieselkrise bedroht 65 % der Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik, die Branche ist zudem stark vom Klimawandel und dessen Auswirkungen betroffen

## Aktuelle Ereignisse und Entwicklungen mit negativen Auswirkungen (2/2: weitere Ereignisse)



Die Dieselkrise der Automobilindustrie bedroht die Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik erwartungsgemäß überdurchschnittlich stark (65 %, plus 20 Prozentpunkte).

Auch der Klimawandel hat für die Branche eine hohe Bedeutung (49 %), weil sie stark von natürlichen Ressourcen abhängt und von den rechtlichen Folgen im Verkehrswesen direkt betroffen ist.

Die Branche fürchtet zu einem guten Drittel Schuldenkrisen von EU-Staaten (36 %), von Währungskrisen in Schwellenländern ist sie seltener bedroht (10 %).

Angaben in Prozent

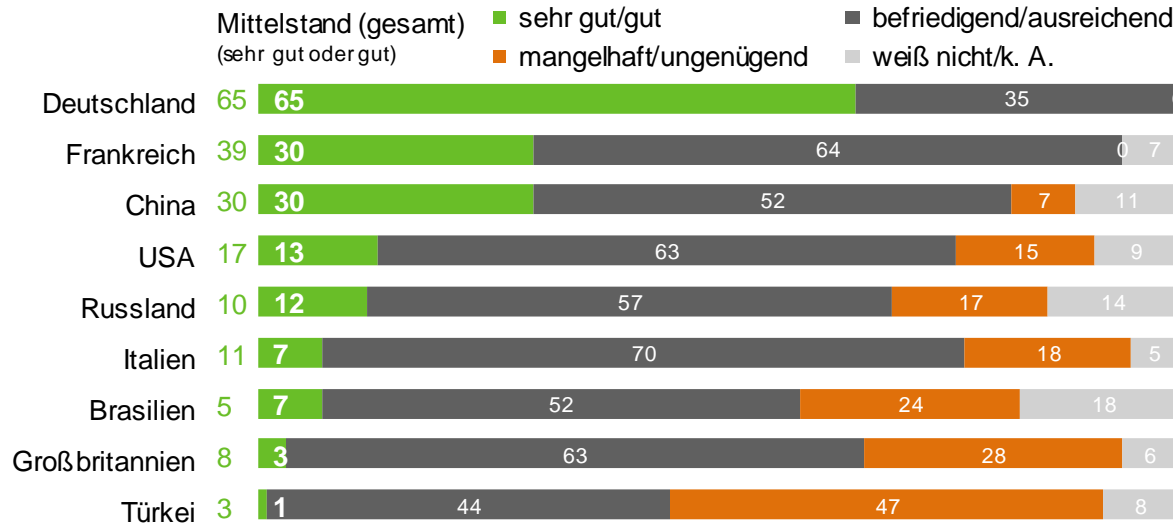
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

Die übrigen Befragten (an Hundert Fehlende) haben die Items entweder neutral bewertet (keine Auswirkungen) oder keine Antwort gegeben (weiß nicht).

Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

# Paradigmenwechsel bei Beurteilung der Handelspartner: Verkehr und Logistik bewertet die USA und Großbritannien schlechter als das ehemalige Schwellenland China

## Bewertung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen ausgewählter Länder



Im Vergleich ausgewählter Länder schneidet Deutschland mit Abstand am besten ab: 65 % der Unternehmen bewerten die Rahmenbedingungen als gut oder sehr gut.

Bemerkenswert ist, dass die USA und Großbritannien, obgleich etablierte Volkswirtschaften, weiter hinten im Ranking stehen, auch aus Sicht der Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik.

Die Branche ist besonders kritisch gegenüber Großbritannien eingestellt und verweist den Wirtschaftsraum an vorletzte Stelle des Rankings.

Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler  
 Frage 4: „Wie bewerten Sie aus Sicht eines deutschen Unternehmens die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den folgenden Ländern?“  
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

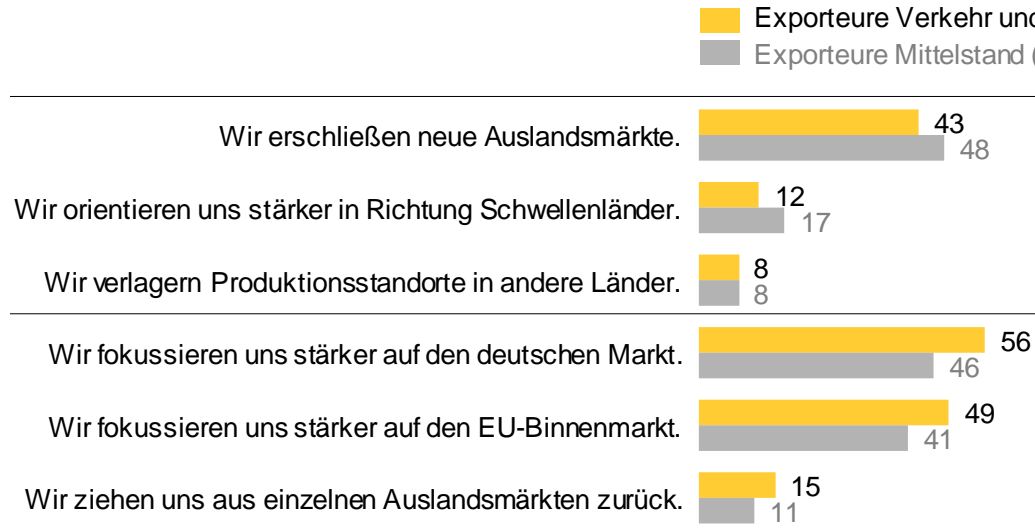
# Agenda

---

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 **Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen**
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik

# Unternehmen aus Verkehr und Logistik reagieren mehrheitlich eher konservativ: 43 % diversifizieren, 56 % konzentrieren sich auf den deutschen Markt

## Anpassungen der Auslandsaktivitäten bei exportierenden Unternehmen



Die Exporteure aus dem Bereich Verkehr und Logistik verändern ihre Absatzstrategien, reagieren dabei aber eher konservativ. Nur 43 % erschließen neue Auslandsmärkte, 12 % orientieren sich in Richtung Schwellenländer. Eine Mehrheit von 56 % fokussiert hingegen stärker den deutschen Markt, 49 % konzentrieren sich auf den EU-Binnenmarkt.

Nicht im Diagramm: Der Größenvergleich auf Basis gesamtwirtschaftlicher Daten zeigt zumindest Tendenzen: Größere Unternehmen gehen expansiver vor und setzen häufiger auf Markterschließung, kleinere Unternehmen fokussieren eher den deutschen oder den EU-Binnenmarkt.

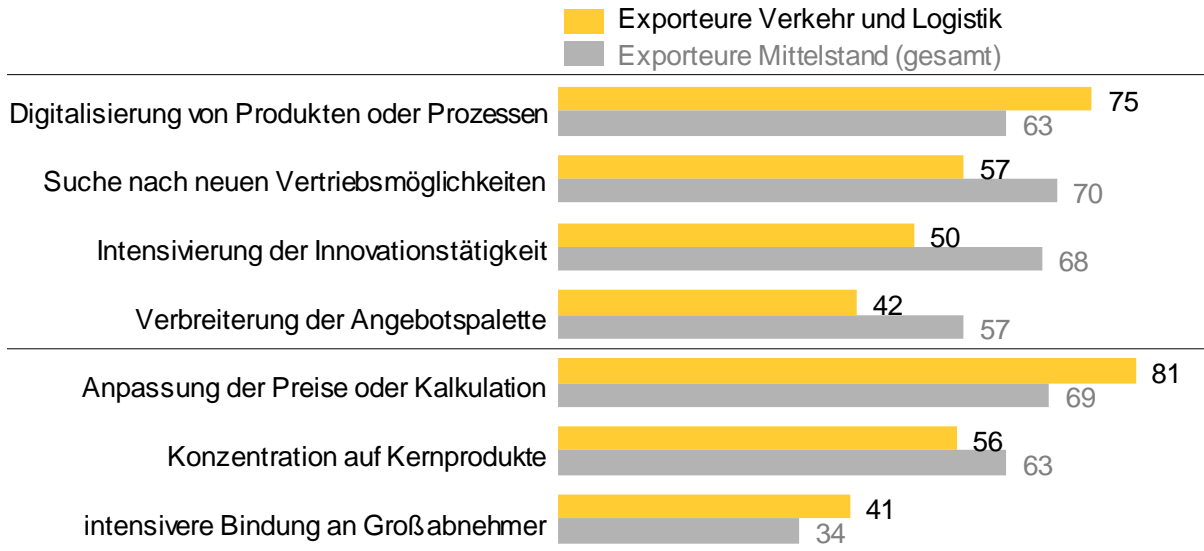
Angaben in Prozent

Frage 11: „Nehmen Sie derzeit Anpassungen bei Ihren Auslandsaktivitäten vor?“

Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=49 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

# Digitalisierung und preisliche Anpassung bestimmen die Geschäftsstrategie

## Veränderungen der Geschäftsstrategie bei exportierenden Unternehmen



Die Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik setzen in ihrer Geschäftsstrategie stark auf Digitalisierung (75 %), aber seltener auf weitere Innovationen (50 %) oder neue Angebote (42 %). Die Anpassung von Preisen und Kalkulationen steht hingegen überdurchschnittlich oft auf der Agenda (81 %).

Nicht im Diagramm: Auch hier zeigt der Größenvergleich (gesamtwirtschaftliche Daten), dass die größeren Unternehmen expansiver eingestellt sind (Innovation und Diversifizierung). Der kleinere Mittelstand konzentriert sich hingegen häufiger auf seine Kernprodukte.

Angaben in Prozent

Frage 12A: „Nimmt Ihr Unternehmen weitere Veränderungen vor, um im Auslandsgeschäft gut und krisenfest aufgestellt zu sein?“

Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=49 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

# Agenda

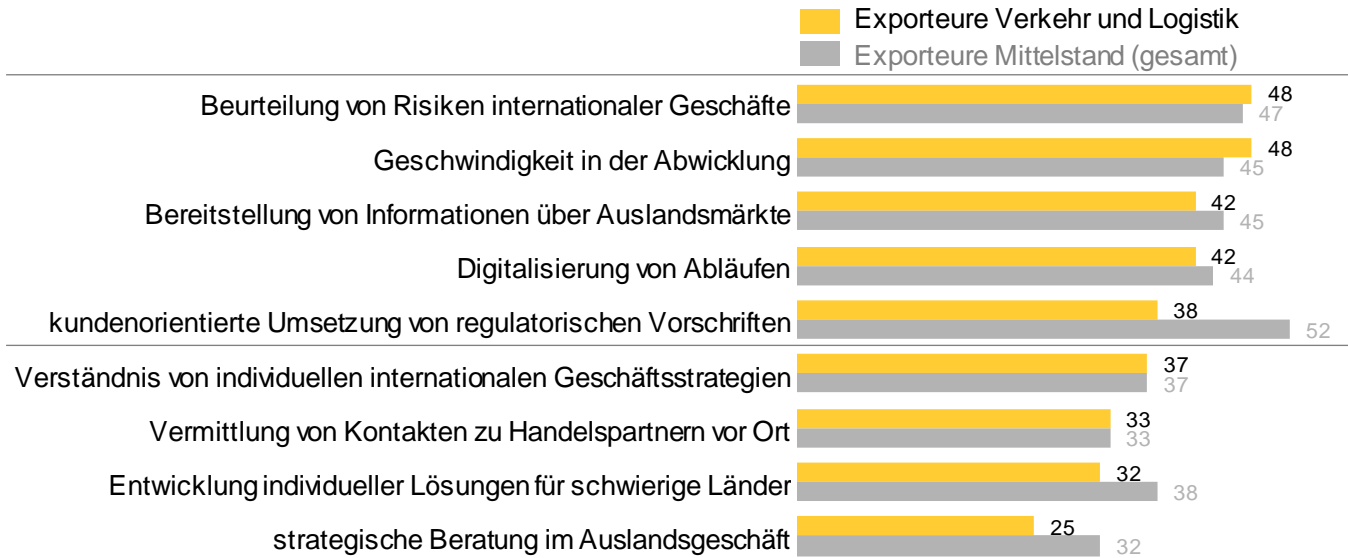
---

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik



# Risikobeurteilungen und Abwicklungsgeschwindigkeiten sind zentrale Themen im Banking, Unternehmen wollen außerdem bessere individuelle Beratung

## Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



**Operative Unterstützung** zählt im Banking: bei der Beurteilung von Risiken (48 %), der Geschwindigkeit von Prozessen (48 %), der Bereitstellung von Informationen (42 %), weiterer Digitalisierung (42 %) und (vergleichsweise selten) der Umsetzung regulatorischer Vorschriften (38 %).

**Bessere individuelle Beratung** ist den Unternehmen ebenfalls wichtig. Diese fordern ein individuelles Verständnis der Geschäftsstrategien (37 %). 33 % wünschen sich zudem Unterstützung bei der Vermittlung von Kontakten zu Handelspartnern vor Ort.

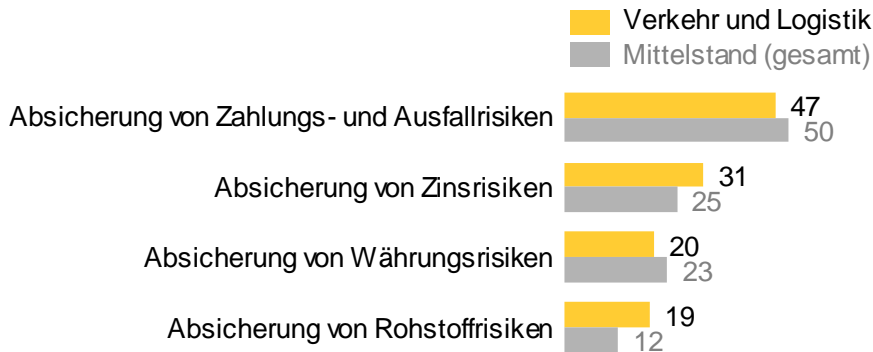
Angaben in Prozent

Frage 14: „Wo müssen sich Ihre Bankpartner im Bereich internationaler Geschäftstätigkeit verbessern? Bei der ...“

Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=49 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

# Nicht alle Unternehmen minimieren ihre Risiken durch Finanzmanagement, der Bereich Verkehr und Logistik agiert hier trotz hoher Ausfallrisiken stark verhalten

## Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung nutzen die Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik vergleichsweise selten. Im Zentrum steht dabei die Absicherung von Zahlungs- und Ausfallrisiken, welche aber trotz der Klagen über die Ausfallrisiken bei Kunden (s. o.) seltener als im Gesamtdurchschnitt genutzt wird (47 %). Gleiches gilt für die Absicherung von Währungsrisiken (20 %). Bei der Absicherung von Rohstoffrisiken liegt die Branche mit 19 % über dem Gesamtdurchschnitt.

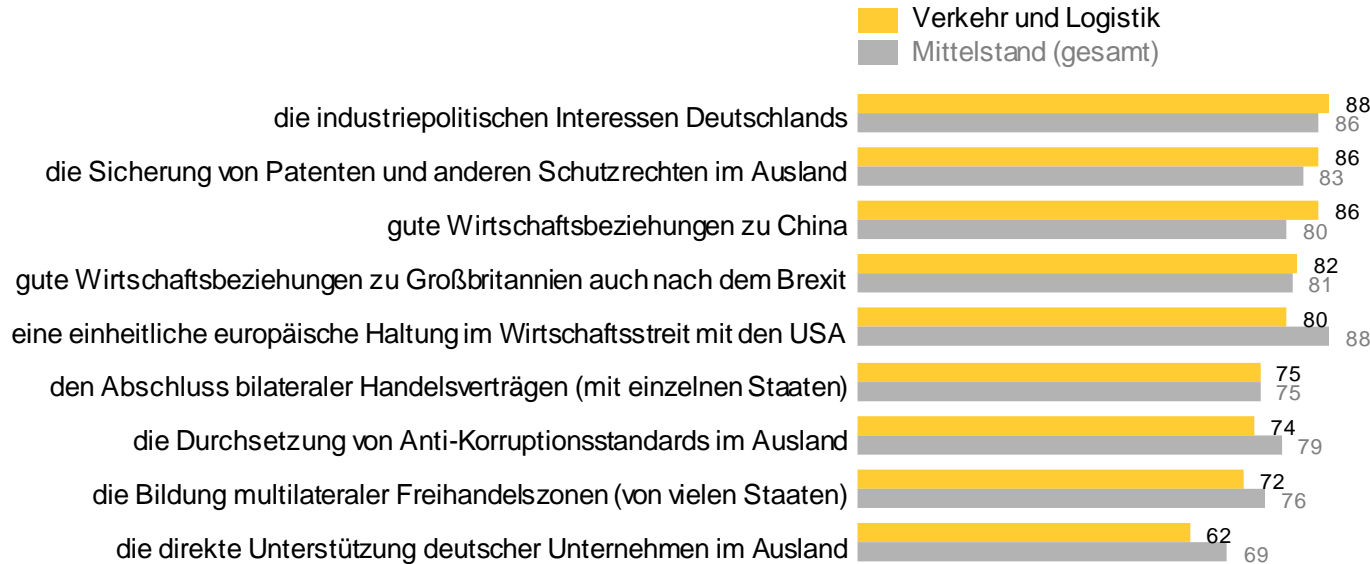
Nicht im Diagramm (gesamtwirtschaftliche Daten):  
Der Vergleich mit besonders zufriedenen Exporteuren\* zeigt, dass die Instrumente durchaus zu einer guten Rentabilität beitragen können. Ihr Nutzen wird offenbar häufig unterschätzt.

\*Exportierende Unternehmen, die mit der Rentabilität ihrer Auslandsgeschäfte außerordentlich oder sehr zufrieden sind.

Angaben in Prozent  
Frage 15: „Nutzt Ihr Unternehmen im Finanzmanagement Instrumente zur...?“  
Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

# Who's first? Die Politik ist gefragt bei der Vertretung deutscher/europäischer Interessen gegenüber den USA, beim Brexit und im Verhältnis zu China

## Erwartungen an die Politik, die sich intensiver einsetzen soll für:



Die Unternehmen erwarten einhellig, dass sich die Politik intensiver für die deutschen oder auch europäischen Interessen einsetzen muss.

Dies gilt insbesondere für das Verhältnis zu den USA, wie auch zu Großbritannien und China, aber auch für klassischere Themen wie den Schutz geistigen Eigentums und die Durchsetzung von Anti-Korruptionsstandards im Ausland.

Angaben in Prozent

Frage 16: „Was muss die deutsche Politik tun, um die Auslandsaktivitäten des deutschen Mittelstands zu erleichtern und zu fördern? Sie muss sich intensiver als bisher einsetzen für.“

Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=81 befragte Unternehmen