



Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für den kleinen Mittelstand

Repräsentativität für Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand

- › **Größen-Stichprobe:**
800 Unternehmen von 2 bis 15 Mio. € Jahresumsatz, im Folgenden „kleiner Mittelstand“
- › **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

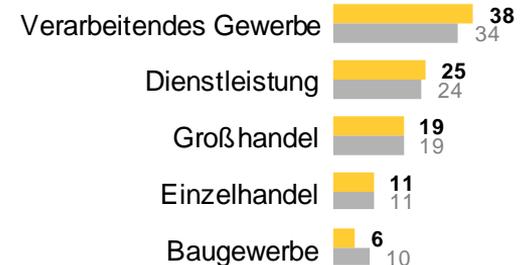
Die Darstellung greift auf einige gesamtwirtschaftliche Ergebnisse zurück, sowie Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht größenspezifisch ausgewertet werden können.

Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

2 bis 15 Mio. €	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	240 Unternehmen

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

Branchenverteilung



Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe
Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen,
regionale Stichprobe n=800 befragte Unternehmen

Die Ergebnisse für den kleinen Mittelstand im Überblick

<p>Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit</p>	<p>Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. Im kleinen Mittelstand exportieren 48 % der Unternehmen. Internationalisierung hat starke Treiber: Deutsche Produkte sind international wettbewerbsfähig und gefragt, die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig. Die Exporteure aus dem kleinen Mittelstand setzen durchweg im Euroraum ab, haben ihre Absatzmärkte aber auch in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung, wie z. B. in Großbritannien (26 %), Italien (23 %), China (19 %), den USA (19 %), Russland (15 %), der Türkei (16 %) und Brasilien (10 %).</p>
<p>Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen</p>	<p>Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Handelskonflikte, regionale Krisen, Klimawandel und Diesel haben je nach Branche und Auslandsengagement der Unternehmen stark negative Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit. Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China.</p>
<p>Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen</p>	<p>Die Unternehmen passen ihre Internationalisierungsstrategien den veränderten Rahmenbedingungen an. Aufgrund der individuell unterschiedlichen Betroffenheit gibt es dafür keine Patentrezepte – Flexibilität ist gefragt. Ein Teil der Unternehmen setzt auf Innovation, Digitalisierung und internationale Diversifizierung, andere konzentrieren sich auf Kernprodukte und den deutschen oder europäischen Binnenmarkt. Der kleine Mittelstand agiert dabei in der Tendenz zurückhaltender als die größeren Unternehmen. Herausforderungen im Auslandsgeschäft sind bürokratische Anforderungen, politische Instabilitäten sowie schwankende Rohstoffpreise und Wechselkurse. Unternehmen mit ungenutztem Exportpotenzial überschätzen viele Probleme im Auslandsgeschäft.</p>
<p>Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik</p>	<p>Banken sind als Unterstützer bei operativen Themen gefragt: vor allem bei der Umsetzung regulatorischer Vorschriften und der Risikobewertung. Darüber hinaus erwartet der kleine Mittelstand individuelle Beratung bei der Strategieentwicklung, insbesondere im Geschäft mit schwierigen Ländern. Finanzinstrumente helfen Risiken zu minimieren und Erträge zu steigern, werden aber vergleichsweise selten zur Absicherung von Preis- und Währungsschwankungen genutzt. Auch 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

48 % der Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand exportieren, Internationalisierungsgrad ist seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



kleinen Mittelstand

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, Größen-Stichprobe n=800 befragte Unternehmen

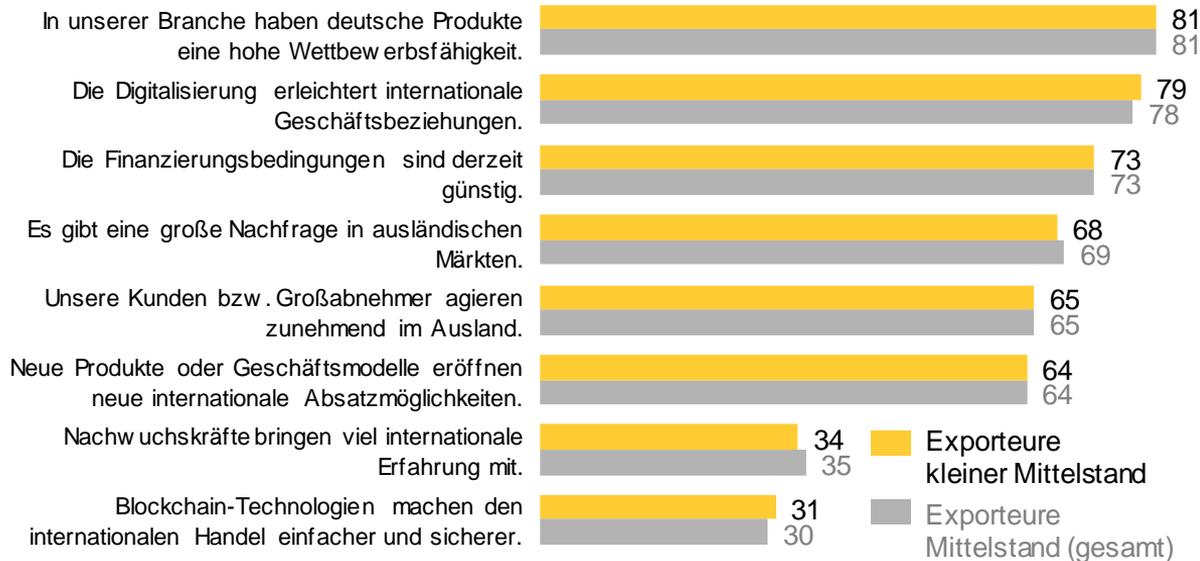
48 % der Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen 2 und 15 Mio. € setzen Produkte im Ausland ab. Die kleineren Unternehmen sind damit erwartungsgemäß seltener exportorientiert als der Durchschnitt aller Befragten (minus 4 Prozentpunkte).

Nur wenige weitere Unternehmen planen die Aufnahme von Auslandsgeschäften. Für insgesamt 7 % ist dies zumindest eine Option. 44 % der Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand sind dagegen 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: hohe Wettbewerbsfähigkeit, Digitalisierung, gute Finanzierungsbedingungen, Nachfrage im Ausland

Chancen und Potenziale der Internationalisierung aus Sicht von exportierenden Unternehmen



Es gibt starke Treiber für den internationalen Handel. 81 % der Exporteure aus dem kleinen Mittelstand berichten, dass deutsche Produkte eine hohe Wettbewerbsfähigkeit haben und im Ausland auch stark nachgefragt werden (68 %).

Für Internationalisierung spricht außerdem, dass die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen erleichtert (79 %) und die Finanzierungsbedingungen günstig sind, so 73 % der Exporteure.

Zudem agieren auch die Großabnehmer der Unternehmen zunehmend im Ausland (65 %).

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, Größen-Stichprobe n=344 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Kleiner Mittelstand ist vorwiegend im Euroraum aktiv, hat Absatzmärkte aber auch in Regionen mit einer unsicheren wirtschaftspolitischen Entwicklung

Absatzmärkte (Basis alle Unternehmen)

	Mittelstand (gesamt)	kleiner Mittelstand
nur Deutschland	48	52
Euroraum (ohne Deutschland)	47	44
speziell Italien	26	23
Schweiz	37	34
Großbritannien	29	26
Russland	18	15
USA	22	19
Kanada	14	12
China	22	19
Türkei	18	16
Japan	14	11
Indien	13	11
Brasilien	12	10
Afrika	13	11

Angaben in Prozent
 Frage 7A: „Welche der folgenden Länder bzw. Regionen sind Absatzmärkte für Ihr Unternehmen?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Größen-Stichprobe n=800 befragte Unternehmen

Von allen Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand setzen (wie schon geschildert) 52 % nur in Deutschland ab.

Fast durchweg alle Exporteure (44 %) setzen Produkte in den Euroraum ab. Die Schweiz ist ein weiterer häufig genannter Absatzmarkt (34 %). Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen.

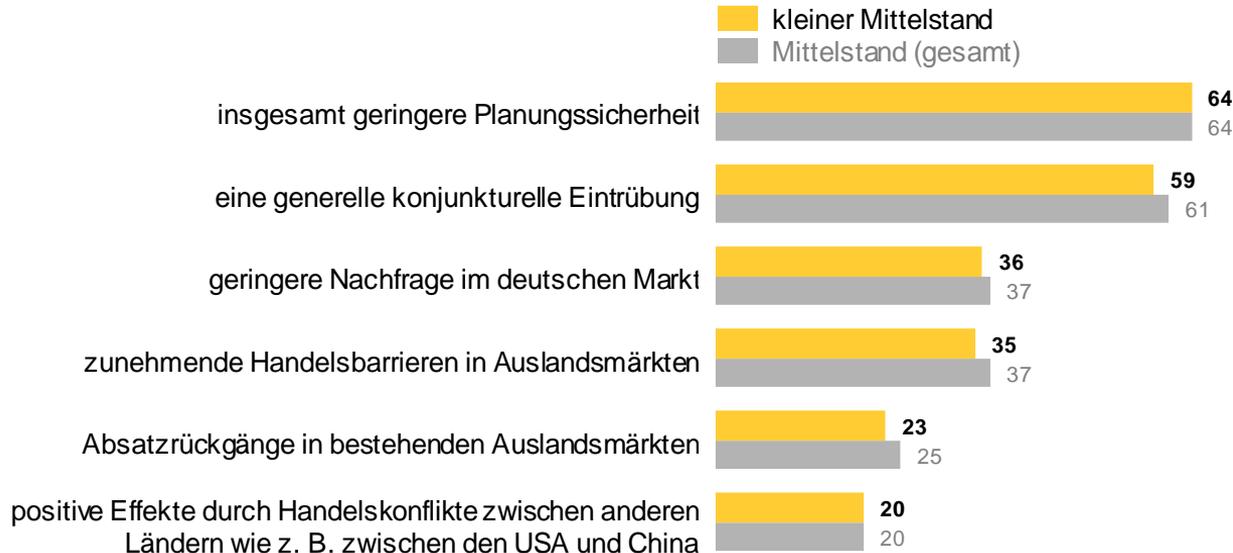
Auch der kleine Mittelstand setzt damit oft in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Großbritannien (26 %), Italien (23 %), den USA (19 %), China (19 %), Russland (15 %), der Türkei (16 %) und Brasilien (10 %).

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 abnehmende Planungssicherheit, konjunkturelle Eintrübung und politische Turbulenzen

Zu erwartende Entwicklungen für die nächsten ein bis zwei Jahre



Rund zwei Drittel der Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand gehen davon aus, dass die Planungssicherheit für die nächsten ein bis zwei Jahre abnehmen wird.

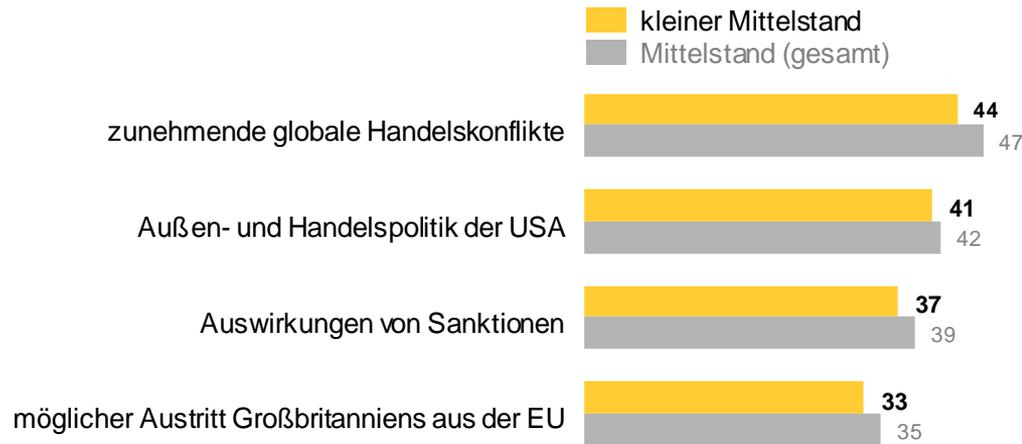
Die kleineren Unternehmen erwarten außerdem eine konjunkturellen Eintrübung (59 %), 36 % auch eine geringere Nachfrage im deutschen Markt.

Mit zunehmenden Handelsbarrieren in Auslandsmärkten rechnen 35 %. 23 % rechnet mit Absatzrückgängen in bestehenden Auslandsmärkten.

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, Größen-Stichprobe n=800 befragte Unternehmen

Politische Handelskonflikte und lokale Krisen treffen Unternehmen unterschiedlich stark – abhängig von internationaler Aufstellung, Branche und Geschäftsmodell

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



44% der Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand sind direkt von Handelskonflikten betroffen, 33 % erwarten negative Auswirkungen des Brexit.

Gesamtwirtschaftliche Daten (alle Größenklassen, nicht im Diagramm): Die Betroffenheit der Unternehmen hängt dabei stark von der jeweiligen Branche, der regionalen Aufstellung und der Geschäftstätigkeit ab.

Handel	70 % der Maschinenbauer und 61 % der Unternehmen aus Chemie und Pharma fürchten zunehmende globale Handelskonflikte.
USA	68 % der Unternehmen mit Standort in den USA und 64 % der Exporteure in den USA sehen negative Auswirkungen der Außen- und Handelspolitik der USA.
Brexit	82 % der Unternehmen mit Standort in Großbritannien und 60 % der Exporteure nach Großbritannien fürchten negative Auswirkungen des Brexits.

Angaben in Prozent

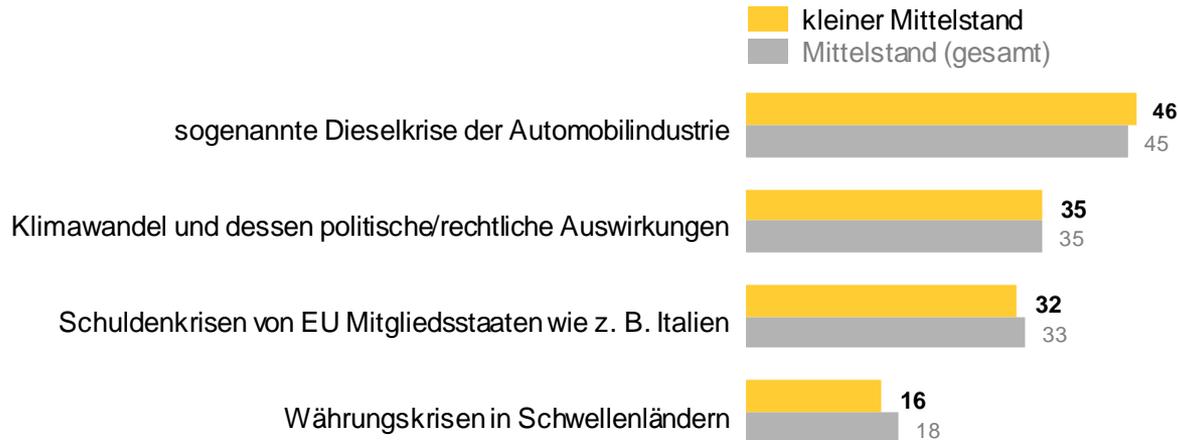
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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, Größen-Stichprobe n=800 befragte Unternehmen

Die Dieselkrise bedroht 46 % der Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand, Klimawandel ein gutes Drittel

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



Auch die Dieselkrise hat häufig negative Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit, so 46 % der Unternehmen aus dem kleinen Mittelstand. Der Klimawandel wirkt sich bei 35 % negativ aus.

Die Analyse der gesamtwirtschaftlichen Daten zeigt auch hier, dass die genannten Ereignisse manche Branchen und Unternehmen besonders hart treffen (nicht im Diagramm).

Diesel	63 % der „rund ums Auto“ tätigen Unternehmen und 65 % der Unternehmen aus dem Bereich Verkehr und Logistik sehen negative Auswirkungen der Dieselkrise.
Klima	77 % der Unternehmen aus der Ernährungs- und Genussmittellindustrie fürchten negative Auswirkungen des Klimawandels.
Börse	Unternehmen mit Standort in Schwellenländern fürchten mindestens zur Hälfte Währungskrisen.

Angaben in Prozent

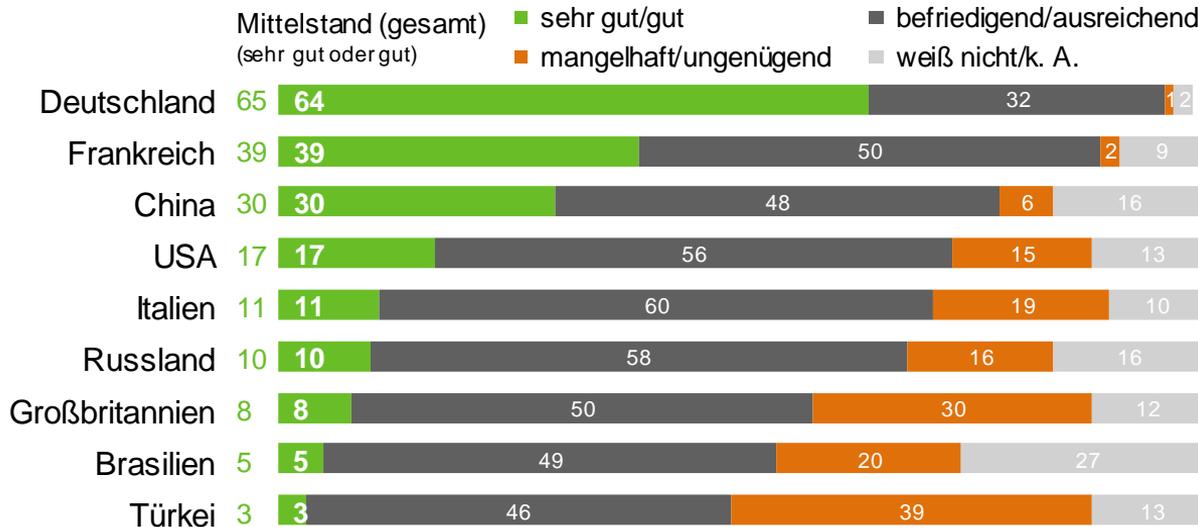
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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, Größen-Stichprobe n=800 befragte Unternehmen

Paradigmenwechsel bei Beurteilung der Handelspartner: kleiner Mittelstand 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: 64 % 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 kleinen Mittelstand.

Großbritannien landet im Ranking gar auf dem drittletzten Platz, hinter Russland.

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?“

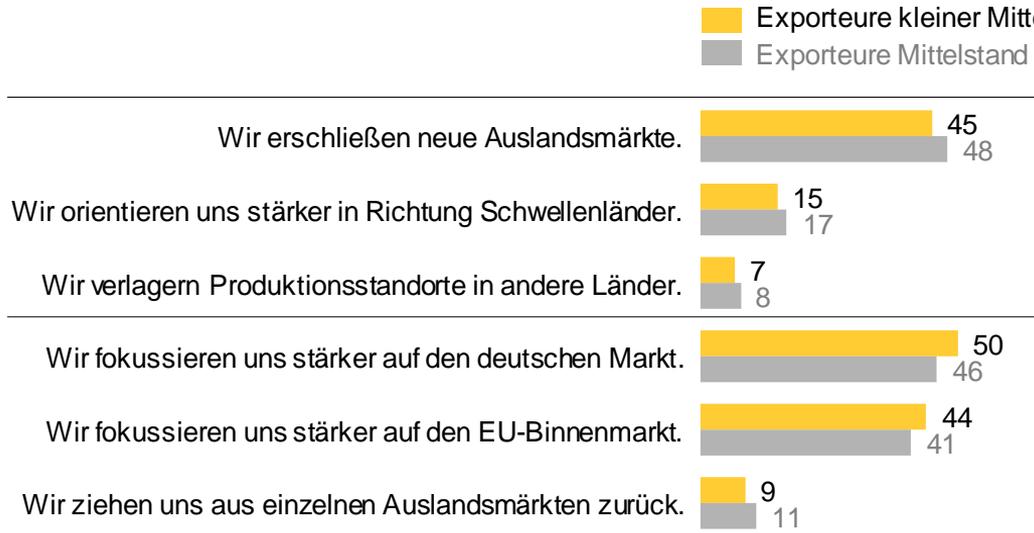
Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Größen-Stichprobe n=800 befragte Unternehmen

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

Der kleine Mittelstand reagiert häufiger konservativ: 45 % der Unternehmen diversifizieren, 50 % konzentrieren sich auf den deutschen Markt

Anpassungen der Auslandsaktivitäten bei exportierenden Unternehmen



Die Exporteure aus dem kleinen Mittelstand verändern ihre Absatzstrategien, reagieren dabei aber eher konservativ. Nur 45 % erschließen neue Auslandsmärkte, 15 % auch in Schwellenländern. Eine Mehrheit von 50 % fokussiert hingegen stärker den deutschen Markt, 44 % den EU-Binnenmarkt.

Nicht im Diagramm: Der Größenvergleich zeigt, dass größere Unternehmen expansiver vorgehen und häufiger auf Markterschließung setzen, kleinere Unternehmen fokussieren eher den deutschen oder den EU-Binnenmarkt.

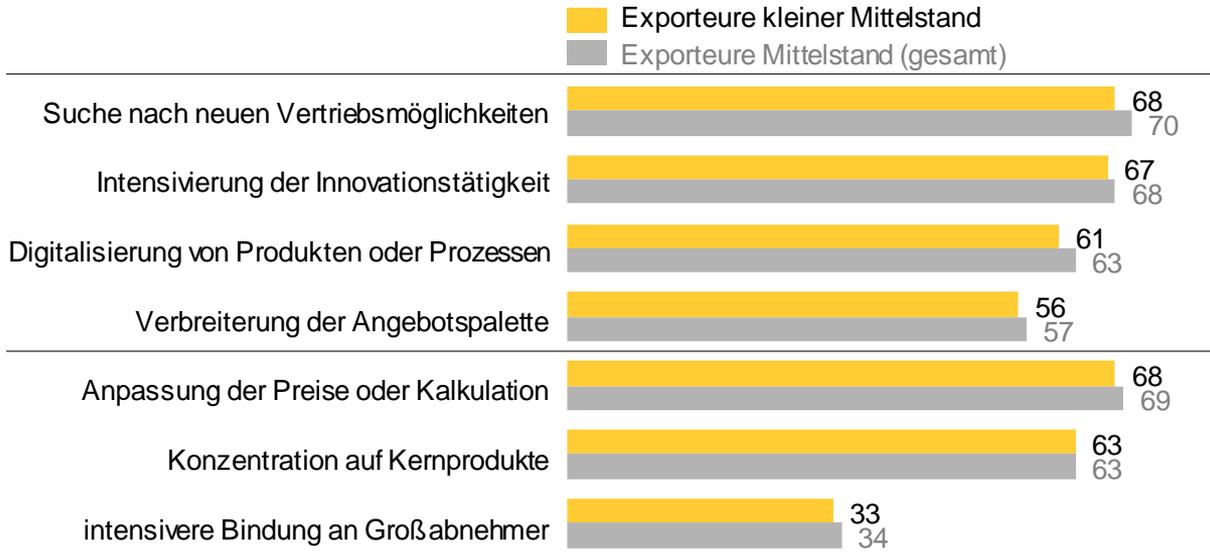
Angaben in Prozent

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, Größen-Stichprobe n=344 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Mehrheit der Unternehmen innovieren und digitalisieren ihr Portfolio, 63 % konzentrieren sich zugleich auf Kernprodukte

Veränderungen der Geschäftsstrategie bei exportierenden Unternehmen



Eher heterogen sind auch die Anpassungen der weiteren Geschäftsstrategie. Der kleine Mittelstand setzt auf Innovation (67 %), Digitalisierung (61 %) und die Verbreiterung des Angebots (56 %). 63 % der Exporteure aus dem kleinen Mittelstand konzentrieren sich zugleich auf ihre Kernprodukte.

Nicht im Diagramm: Auch hier zeigt der Größenvergleich, dass die größeren Unternehmen eher expansiv eingestellt sind und häufiger Innovation und Diversifizierung voran treiben.

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, Größen-Stichprobe n=344 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Unternehmen kämpfen mit bürokratischen Anforderungen, Zöllen und Instabilität; kulturelle Herausforderungen sind seltener spürbar

Probleme im internationalen Geschäft bei exportierenden Unternehmen



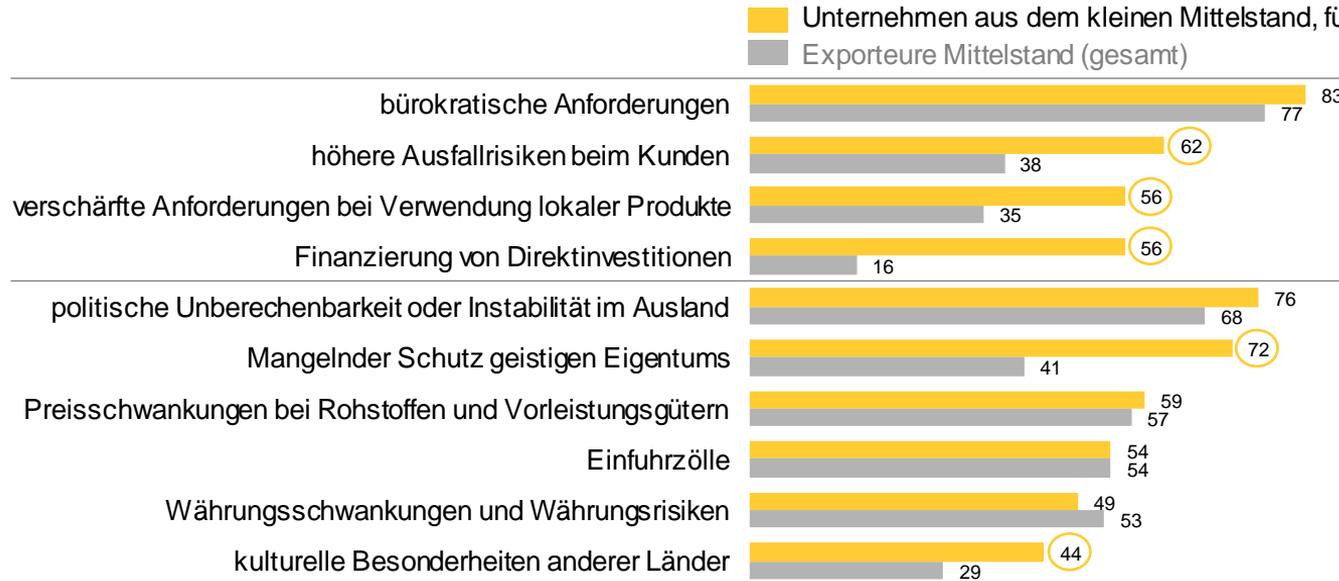
Im Auslandsgeschäft bereiten u. a. bürokratische Anforderungen (78 %), politische Instabilität (65 %) und Zölle (53 %) Probleme. Die Unternehmen beklagen außerdem schwankende Rohstoffpreise (55 %) und Währungsrisiken (52 %).

Kulturelle Herausforderungen und Besonderheiten werden hingegen deutlich seltener spürbar zum Problem (28 %).

Angaben in Prozent
 Frage 10A: „Wo liegen für Ihr Unternehmen derzeit Risiken, Probleme oder Barrieren im Auslandsgeschäft?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Größen-Stichprobe n=344 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Überschätzte Herausforderungen: Schutz geistigen Eigentums, Ausfallrisiken, lokale Vorschriften, Finanzierung und kulturelle Besonderheiten

Erwartete Barrieren im internationalen Geschäft (Unternehmen mit ungenutztem Exportpotenzial)



Beherrschbare Risiken: lösbar mit Unterstützung von Bankpartnern, Handelskammern und Verbänden. Ausfallrisiken, lokale Vorschriften und Finanzierungsprobleme werden von Planern überschätzt.

Politische und institutionelle Risiken: von erfolgreichen Exporteuren den Umgang lernen. Unternehmen mit Exportpotenzial überschätzten Probleme beim Schutz geistigen Eigentums und beim Umgang mit kulturellen Besonderheiten anderer Länder.

Angaben in Prozent

Frage 10B: „Wo erwarten Sie spürbare Risiken, Probleme oder Barrieren bei einer Aufnahme von Auslandsgeschäften?“

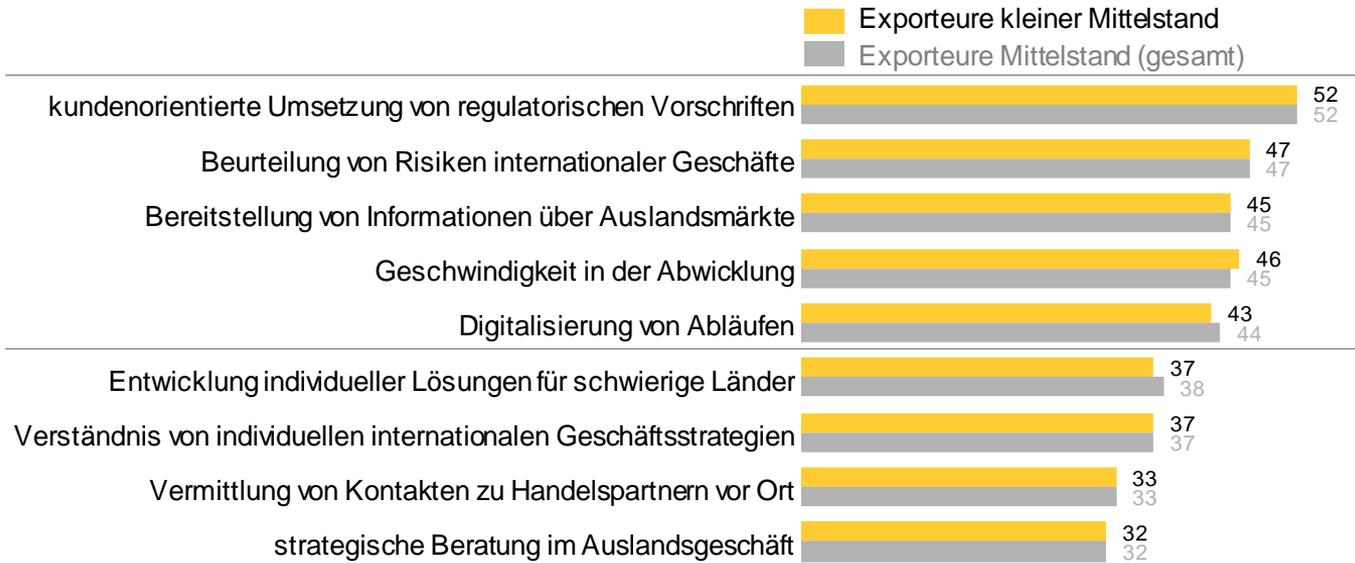
Basis: n=135 befragte Unternehmen, bei denen es eine Option oder geplant ist, Produkte oder Dienstleistungen im Ausland zu vertreiben, n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

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

Regulatorische Vorschriften und Digitalisierung sind zentrale Themen im Banking, Unternehmen wollen außerdem bessere strategische Beratung für schwierige Länder

Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



Operative Unterstützung zählt im Banking v. a. bei der Umsetzung regulatorischer Vorschriften (52 %) und der Beurteilung von Risiken (47 %), aber auch bei der generellen Bereitstellung von Informationen (45 %).

Bessere individuelle Beratung ist den Unternehmen ebenfalls wichtig, insbesondere bei der Entwicklung von Lösungen für schwierige Länder (37 %). Diese fordert ein gutes Verständnis der jeweiligen Geschäftsstrategie (37 %).

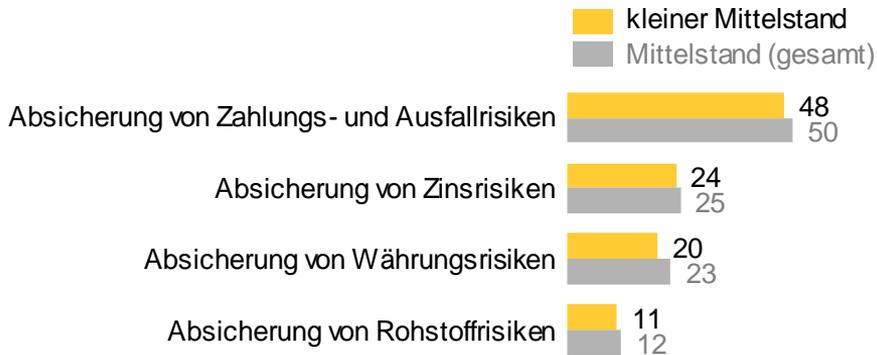
Angaben in Prozent

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, Größen-Stichprobe n=344 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Nicht alle Unternehmen minimieren ihre Risiken durch Finanzmanagement, der Nutzen wird unterschätzt

Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung werden vom kleinen Mittelstand nicht durchweg eingesetzt. Im Mittelpunkt stehen dabei Zahlungs- und Ausfallrisiken (48 %), eher selten Währungsrisiken (20 %) und Rohstoffrisiken (11 %).

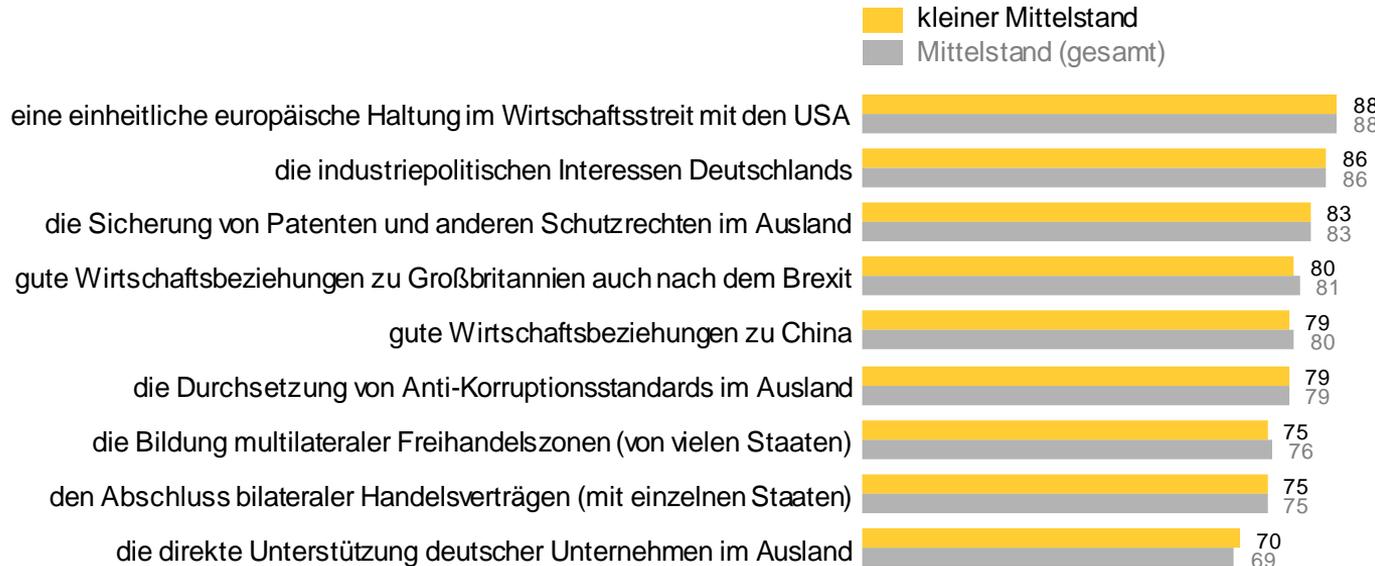
Nicht im Diagramm (gesamtwirtschaftliche Daten): Der Vergleich mit besonders zufriedenen Exporteuren* zeigt, dass die Instrumente durchaus zu einer guten Rentabilität beitragen können. Ihr Nutzen wird offenbar häufig unterschätzt.

*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, Größen-Stichprobe n=800 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, 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 klassische Themen wie den Schutz geistigen Eigentums und 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, Größen-Stichprobe n=800 befragte Unternehmen