



Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für Nordrhein-Westfalen

Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen

- › **Regionale Stichprobe:**
422 Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen
- › **Gesamtstichprobe:**
2.000 Unternehmen („Bundesdurchschnitt“)
- › **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

Stichprobe	regional	bundesweit
2 bis 15 Mio. €	148 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	210 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	64 Unternehmen	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=422 befragte Unternehmen

Die Darstellung greift auf einige bundesweite Ergebnisse zurück, soweit Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht regionalisiert werden können.

Die Ergebnisse für Nordrhein-Westfalen im Überblick

Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In Nordrhein-Westfalen exportieren 53 % der Unternehmen, die Region liegt im bundesweiten Durchschnitt.
- › Internationalisierung hat starke Treiber: Deutsche Produkte sind international wettbewerbsfähig und gefragt, die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig.
- › Der Euroraum ist der zentrale Absatzmarkt des Mittelstands. Ein knappes Drittel der Unternehmen ist aber auch in Großbritannien engagiert, jeweils etwa jedes fünfte in den USA, China und Russland.
- › Die Unternehmen sind in der Beschaffung und als Zulieferer von exportstarken Unternehmen stark in den internationalen Handel eingebunden.

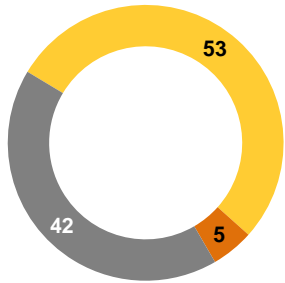
Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Zwei Drittel der Unternehmen rechnen mit konjunktureller Eintrübung.
- › Handelskonflikte, regionale Krisen und die Dieselkrise der Automobilindustrie treffen in NRW jeweils mehr als 40 % der Unternehmen. Die negativen Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit sind je nach Branche und Auslandsengagement oft noch deutlich gravierender.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von den Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China.
- › Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen. Dies gilt insbesondere für das Verhältnis zu Großbritannien, den USA und China.

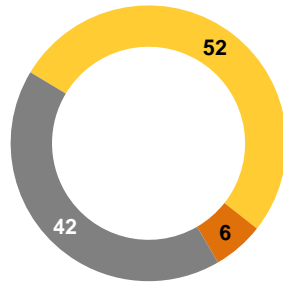
53 % der Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen exportieren, der Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



Nordrhein-Westfalen



Bundesdurchschnitt

53 % der Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen exportieren. Die Region liegt damit im Bundesdurchschnitt.

Für nur wenige Unternehmen kommt die Aufnahme von Auslandsgeschäften in Frage. Gerade einmal 5 % nennen dies als Option.

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

Im Branchenvergleich (bundesweite Daten) wird deutlich, dass insbesondere das verarbeitende Gewerbe international sehr aktiv ist.

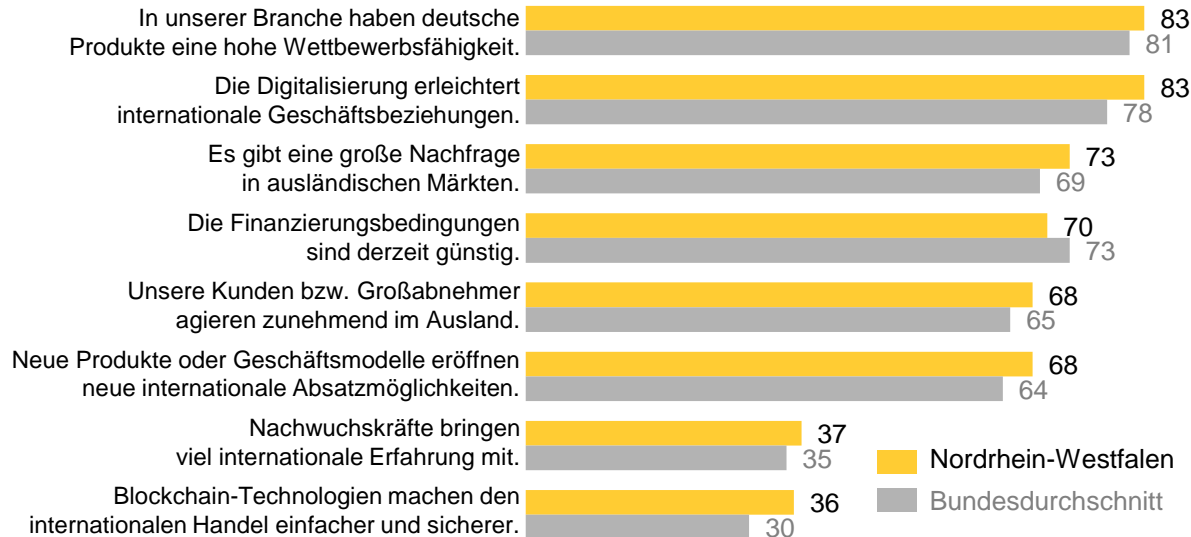
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht / keine Angabe

Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen

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. 83 % der exportierenden Unternehmen aus NRW benennen die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte als wesentlichen Faktor. Knapp drei Viertel der Unternehmen (73 %) verweisen auf die große Auslandsnachfrage.

Für Internationalisierung spricht außerdem, dass die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen erleichtert (83 %) und die Finanzierungsbedingungen günstig sind (70 %).

Darüber hinaus agieren auch Großabnehmer zunehmend im Ausland (68 %).

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, regionale Stichprobe n=263 befragte Unternehmen

Der Mittelstand ist vorwiegend im Euroraum aktiv. Dort, aber auch jenseits der EU hat er Absatzmärkte oft in Regionen mit einer unsicheren wirtschaftspolitischen Entwicklung

Absatzmärkte (Basis alle Unternehmen)

	Bundes- durch- schnitt	Nordrhein-Westfalen
nur Deutschland	48	47
Euroraum (ohne Deutschland)	47	47
speziell Italien	26	25
Schweiz	37	33
Großbritannien	29	32
Russland	18	19
USA	22	22
Kanada	14	13
China	22	21
Türkei	18	22
Japan	14	14
Indien	13	15
Brasilien	12	11
Afrika	13	13

Angaben in Prozent

Frage 7A: „Welche der folgenden Länder bzw. Regionen sind Absatzmärkte für Ihr Unternehmen?“

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen

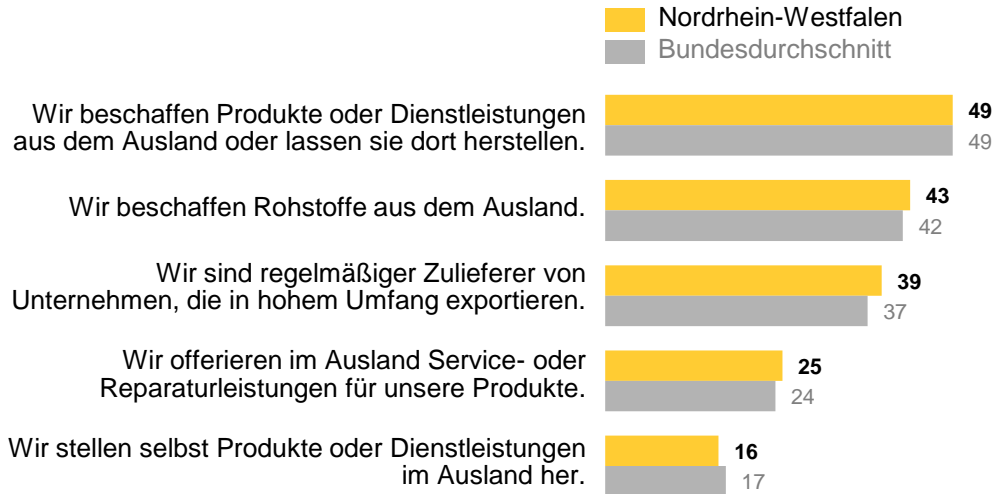
Von allen Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen setzt (wie schon geschildert) knapp die Hälfte nur in Deutschland ab.

47 % der Exporteure aus NRW verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen im Euroraum. Innerhalb Europas ist die Schweiz für die Unternehmen der beliebteste Absatzmarkt (33 %). Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des deutschen Mittelstands.

Viele Unternehmen setzen in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Großbritannien (32 %), Italien (25 %), den USA (22 %), China (21 %), Russland (19 %), der Türkei (22 %) und Brasilien (11 %).

Starke internationale Verflechtungen: sowohl bei Beschaffung als auch bei Zulieferung

Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit



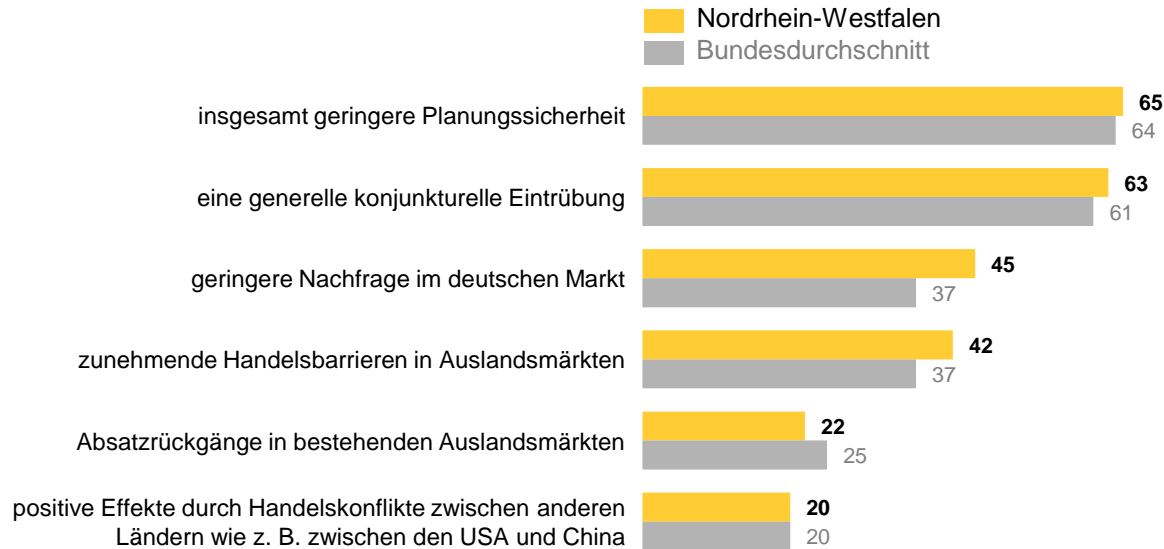
Die Unternehmen sind nicht nur im Absatz, sondern auch in der Beschaffung und Zulieferung stark in den internationalen Handel eingebunden.

In Nordrhein-Westfalen beschaffen 49 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland, 43 % beziehen Rohstoffe von dort, 39 % sind als Zulieferer von stark exportierenden Unternehmen mittelbar in den internationalen Handel eingebunden.

Angaben in Prozent
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“
 Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen

Unternehmen aus NRW befürchten abnehmende Planungssicherheit, konjunkturelle Eintrübung und eine geringe Nachfrage im deutschen Markt

Zu erwartende Entwicklungen in den nächsten ein bis zwei Jahren



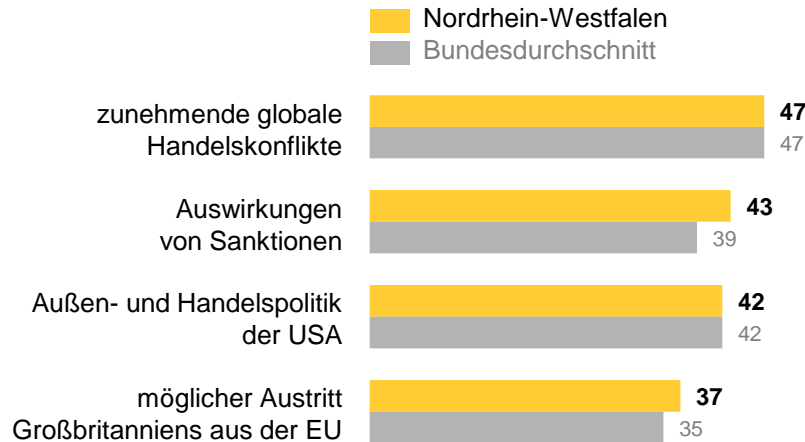
Die Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen befürchten insgesamt eine abnehmende Planungssicherheit (65 %) sowie eine generelle konjunkturelle Eintrübung (63 %). Aber auch Handelsbarrieren (42 %) und Einbrüche bei der Nachfrage im Inland (45 %) bereiten den Mittelständlern Sorgen.

Weitere bundesweite Daten: Auch die nicht-exportierenden Unternehmen fürchten eine konjunkturelle Eintrübung. Der mittelständische Einzelhandel sorgt sich außerdem um die Nachfrage im deutschen Markt. Starke Exportbranchen wie der Maschinenbau oder die Chemie- und Pharmaindustrie fürchten zu knapp zwei Dritteln zunehmende Handelsbarrieren.

Angaben in Prozent
Frage 3: „Rechnet Ihr Unternehmen für die nächsten ein bis zwei Jahre mit den folgenden Entwicklungen?“
Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen

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

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



47 % der Unternehmen aus NRW sind von Handelskonflikten betroffen. 43 % der Unternehmen erwarten negative Auswirkungen von Sanktionen. Damit liegt NRW hier etwas über dem Bundesdurchschnitt. Über ein Drittel (37 %) der Unternehmen rechnet mit negativen Auswirkungen des Brexits angesichts Großbritanniens Relevanz als Absatzmarkt (s. o.).

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

Handel	70 % der Maschinenbauer und 61 % der Unternehmen aus dem Bereich Chemie und Pharma fürchten zunehmende globale Handelskonflikte.
USA	68 % der Unternehmen mit Standort in den USA und 64 % der Exporteure in die 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

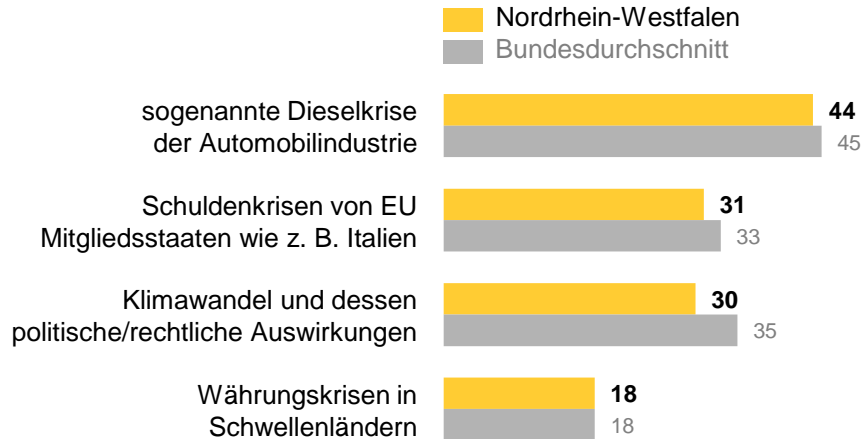
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen

Die Dieselkrise bedroht 44 % der Unternehmen in NRW. Weniger als ein Drittel befürchtet negative Auswirkungen durch den Klimawandel.

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



Ein weiteres Thema ist in Nordrhein-Westfalen die Dieselkrise der Automobilindustrie. 44 % der Unternehmen geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Der Klimawandel wirkt sich bei 30 % der Unternehmen negativ aus, die Region liegt hier leicht unter dem Bundesdurchschnitt.

Die Analyse der bundesweiten 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 Verkehr und Logistik sehen negative Auswirkungen der Dieselkrise.
Klima	77 % der Unternehmen aus der Ernährungs- und Genussmittelindustrie fürchten negative Auswirkungen des Klimawandels.
Börse	Unternehmen mit Standort in Schwellenländern fürchten mindestens zur Hälfte Währungskrisen vor Ort.

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?“

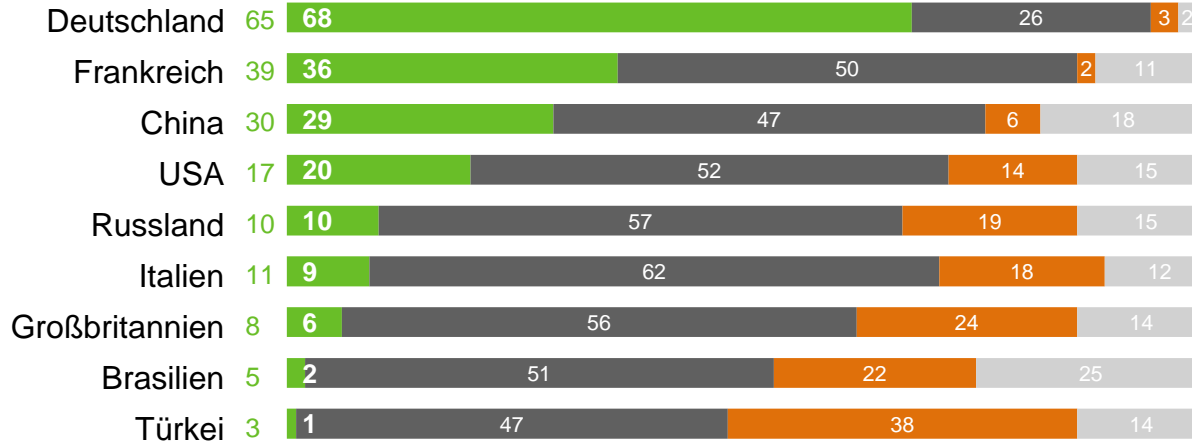
Die übrigen Befragten (an Hundert Fehlende) haben die Items entweder neutral bewertet (keine Auswirkungen) oder keine Antwort gegeben (weiß nicht).

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen

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

Bewertung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen ausgewählter Länder

Bundesdurchschnitt (sehr gut oder gut) ■ sehr gut/gut ■ befriedigend/ausreichend ■ mangelhaft/ungenügend ■ weiß nicht/k. A.



Im Vergleich ausgewählter Länder schneidet Deutschland mit Abstand am besten ab: 68 % der Unternehmen aus NRW bewerten die Rahmenbedingungen hier 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 Nordrhein-Westfalen.

Großbritannien landet lediglich auf dem drittletzten Platz des Rankings.

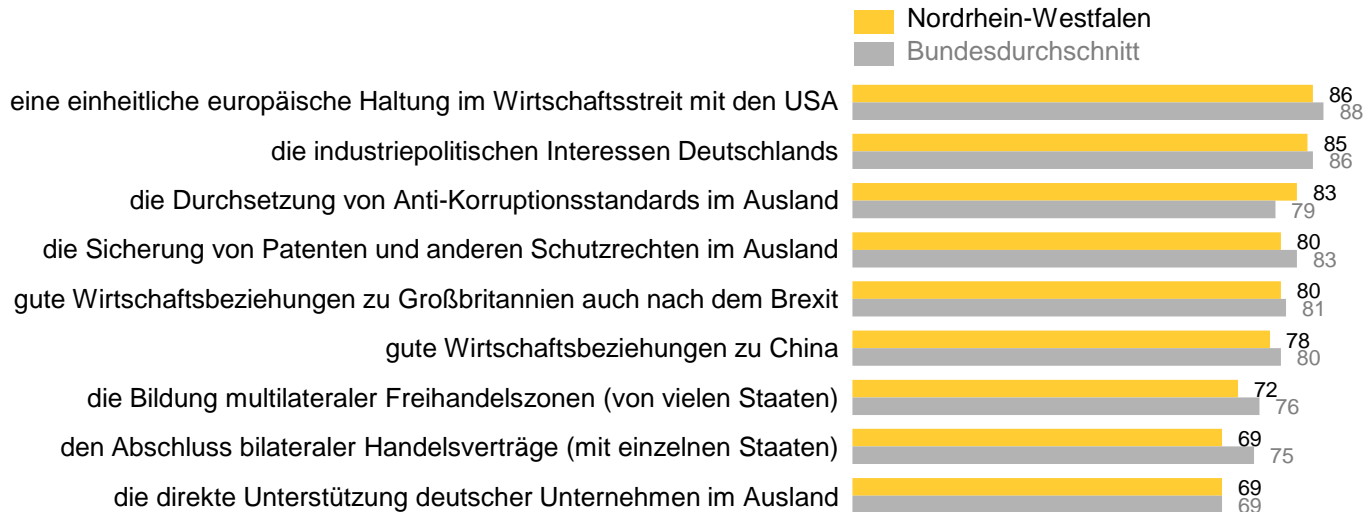
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler

Frage 4: „Wie bewerten Sie aus Sicht eines deutschen Unternehmens die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den folgenden Ländern?“

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 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:



Auch wenn sich die Unternehmen in Nordrhein-Westfalen etwas zurückhaltender äußern als der Bundesdurchschnitt erwarten sie einhellig, dass sich die Politik intensiver für die deutschen oder auch europäischen Interessen einsetzet.

Dies gilt in Nordrhein-Westfalen für das Verhältnis zu den USA, Großbritannien und China, aber auch in Bezug auf klassischere 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: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen

Weitere Ergebnisse auf Basis bundesweiter Daten

Agilität zählt:
Strategien der
exportierenden
Unternehmen

Die Unternehmen passen ihre Internationalisierungsstrategien den veränderten Rahmenbedingungen an. Aufgrund der individuell unterschiedlichen Betroffenheit gibt es dafür keine Patentrezepte, aber Tendenzen: Der kleine Mittelstand konzentriert sich eher auf Kernprodukte und den Binnenmarkt, große Unternehmen setzen häufiger auf Innovation und internationale Diversifizierung.

**Barrieren im
Auslandsgeschäft:**
von nicht exportierenden
Unternehmen überschätzt

Zentrale Hemmnisse bei der Internationalisierung sind bürokratische Anforderungen, Zölle, Preisschwankungen bei Rohstoffen und Währungsschwankungen. Kulturelle Herausforderungen sind hingegen seltener spürbar. Unternehmen mit ungenutztem Exportpotenzial überschätzen die Herausforderungen von Auslandsgeschäften.

**Unterstützung
gewünscht:**
die Rolle der Banken

Banken sind als Unterstützer bei operativen Themen gefragt: vor allem bei der Umsetzung regulatorischer Vorschriften und der Digitalisierung. Darüber hinaus erwarten die Unternehmen individuelle Beratung bei der Strategieentwicklung, insbesondere im Geschäft mit schwierigen Ländern. Finanzinstrumente helfen, Risiken zu minimieren und Erträge zu steigern, werden von kleineren Unternehmen aber vergleichsweise selten genutzt.

Kleiner Mittelstand konzentriert sich auf den deutschen oder den EU-Binnenmarkt, große Unternehmen diversifizieren (auch in Schwellenländer)

Anpassungen der Auslandsaktivitäten bei exportierenden Unternehmen

		2 bis 15 Mio. €	15 bis 100 Mio. €	über 100 Mio. €
Wir erschließen neue Auslandsmärkte.	48	45	55	65
Wir orientieren uns stärker in Richtung Schwellenländer.	17	15	23	40
Wir verlagern Produktionsstandorte in andere Länder.	8	7	10	21
Wir fokussieren uns stärker auf den deutschen Markt.	46	50	34	25
Wir fokussieren uns stärker auf den EU-Binnenmarkt.	41	44	33	25
Wir ziehen uns aus einzelnen Auslandsmärkten zurück.	11	9	17	22

Im Größenvergleich

Expansive Ausrichtung:

Größere Unternehmen erschließen häufiger neue Auslandsmärkte als kleinere Unternehmen (plus 20 Prozentpunkte). Das gilt auch für die Orientierung in Schwellenländer (plus 25 Punkte).

Fokussierung im Absatzmarkt:

Kleine Unternehmen konzentrieren sich häufiger auf den deutschen Markt (plus 25 Prozentpunkte im Vergleich zu den großen Unternehmen) und den EU-Binnenmarkt (plus 19 Punkte).

Angaben in Prozent

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

Basis: n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Große Unternehmen innovieren und digitalisieren ihr Portfolio, kleiner Mittelstand konzentriert sich öfter auf Kernprodukte

Veränderungen der Geschäftsstrategie bei exportierenden Unternehmen

		2 bis 15 Mio. €	15 bis 100 Mio. €	über 100 Mio. €	Im Größenvergleich
Suche nach neuen Vertriebsmöglichkeiten	70	68	75	73	Eher expansiv: Innovation, Digitalisierung und Verbreiterung der Angebotspalette bei den großen Unternehmen
Intensivierung der Innovationstätigkeit	68	67	68	78	
Digitalisierung von Produkten oder Prozessen	63	61	67	79	
Verbreiterung der Angebotspalette	57	56	56	63	
Anpassung der Preise oder Kalkulation	69	68	75	70	Eher fokussiert: Konzentration auf Kernprodukte bei den kleineren Unternehmen
Konzentration auf Kernprodukte	63	63	63	49	
intensivere Bindung an Großabnehmer	34	33	37	33	

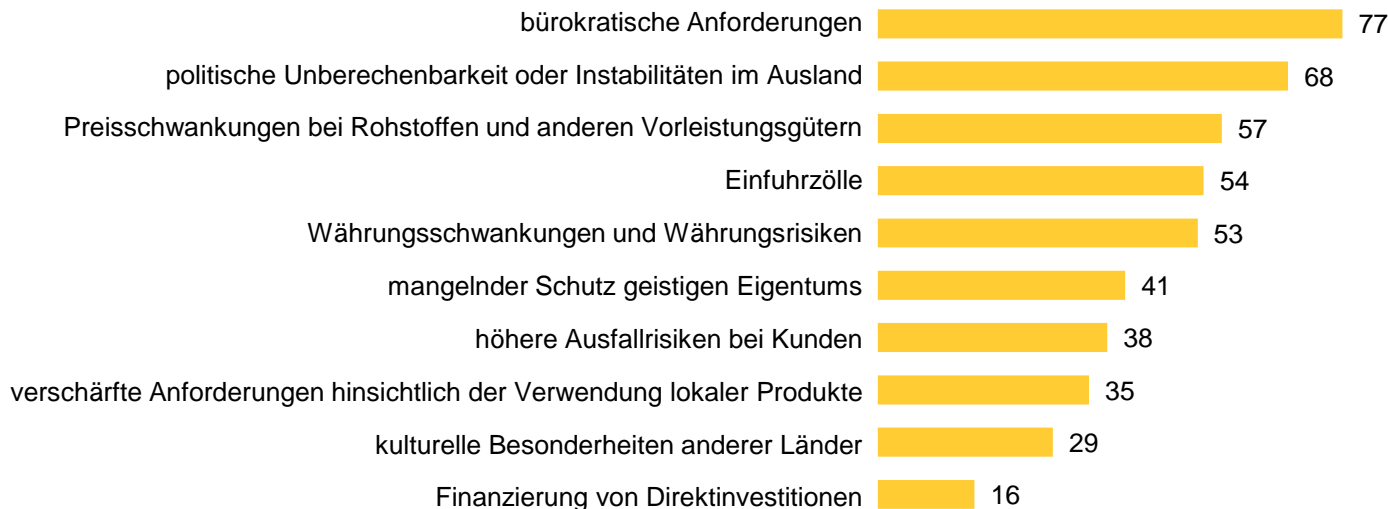
Angaben in Prozent

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

Basis: n=1.033 befragte 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



Nicht im Diagramm:

Große (damit auch stark exportierende) Unternehmen haben häufiger Probleme mit politischer **Instabilität** (84 %) und **Währungsrisiken** (73 %).

Die Ernährungs- und Genussmittelindustrie hat häufiger Probleme mit Preisschwankungen bei **Rohstoffen** oder Vorleistungsgütern (86 %).

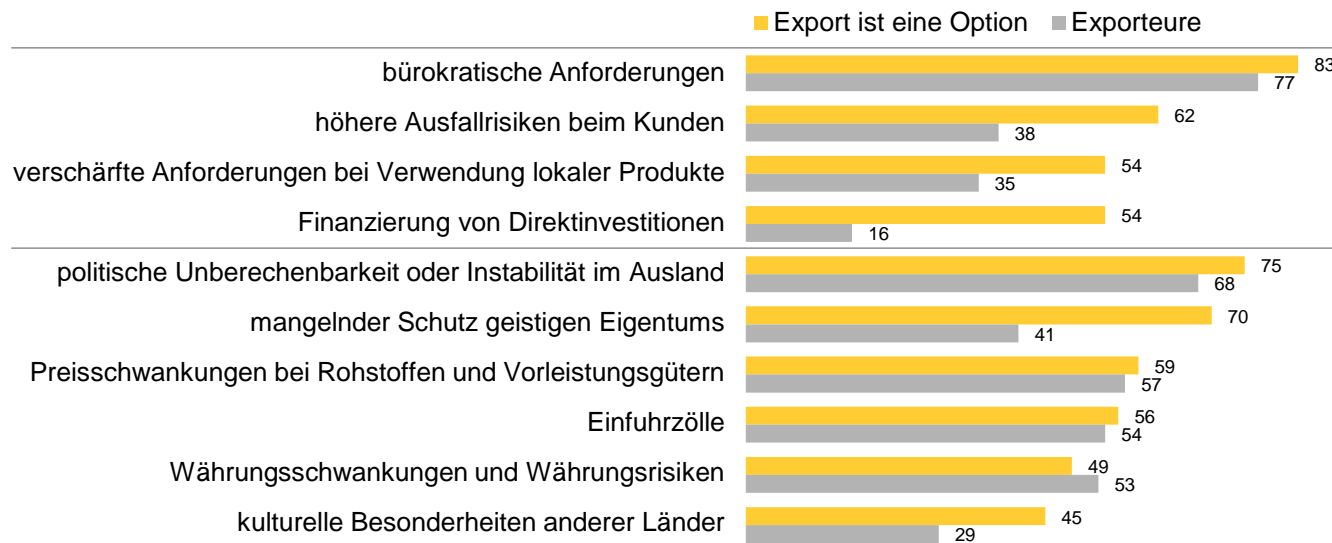
Probleme mit **Einfuhrzöllen** haben v. a. die Ernährungsindustrie (76 %) und der Maschinenbau (71 %), außerdem Unternehmen mit Standort in China (81 %), den USA (70 %) oder Großbritannien (71 %).

Unternehmen mit Standort in China oder Indien haben häufiger Probleme beim **Schutz geistigen Eigentums**.

Angaben in Prozent
Frage 10A: „Wo liegen für Ihr Unternehmen derzeit Risiken, Probleme oder Barrieren im Auslandsgeschäft?“
Basis: n=1.033 befragte 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 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.

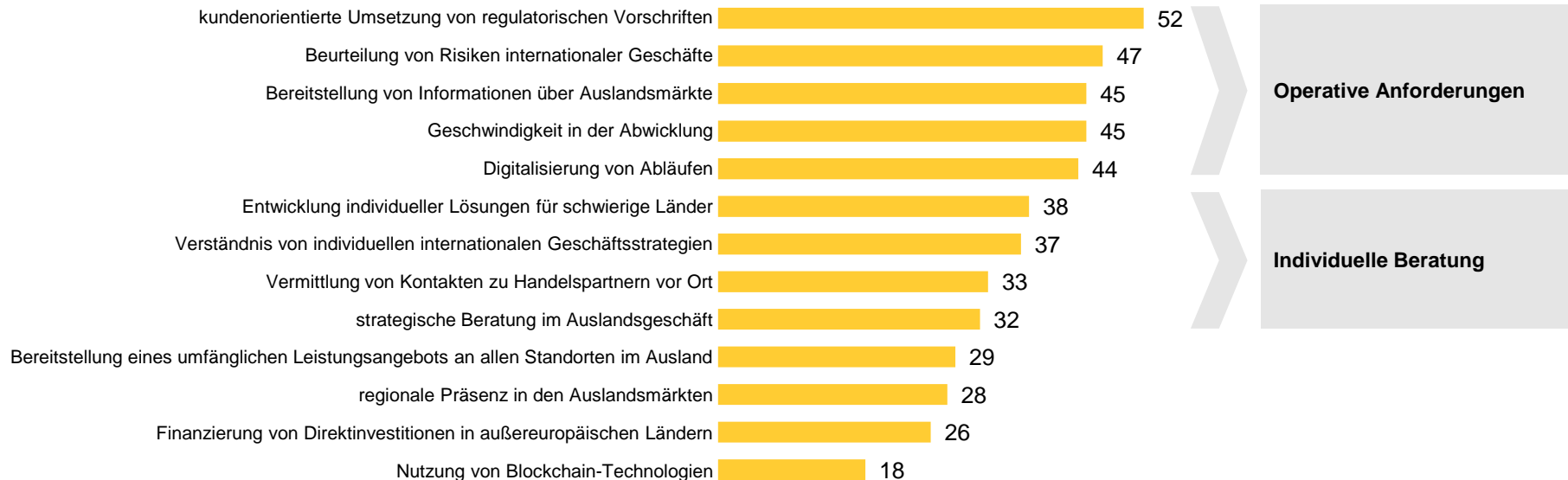
Angaben in Prozent

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

Regulatorische Vorschriften und Risikobewertung sind zentrale Themen im Banking. Unternehmen wollen bessere strategische Beratung für schwierige Länder

Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



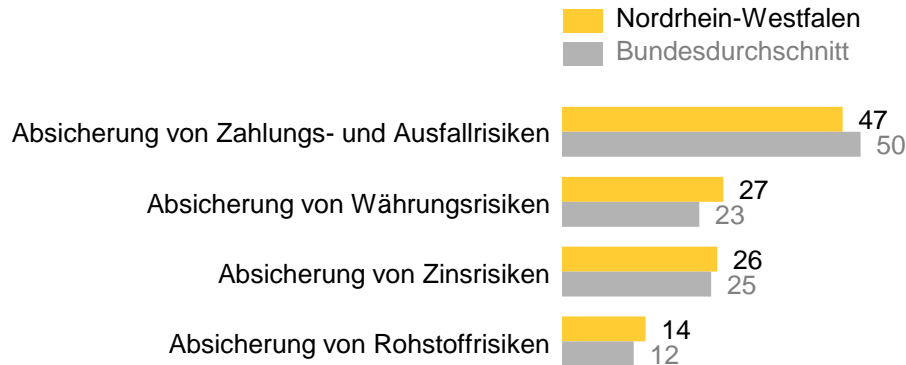
Angaben in Prozent

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

Basis: n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Oftmals unterschätzter Nutzen: nicht alle Unternehmen setzen auf Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung

Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung werden von den Unternehmen nicht durchweg eingesetzt. Im Mittelpunkt **steht die** Absicherung von Zahlungs- und Ausfallrisiken (47 %). Etwas häufiger als der Bundesdurchschnitt sichern sich Unternehmen aus NRW gegen Währungsrisiken (27 %) und Rohstoffrisiken (14 %) ab.

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, regionale Stichprobe n=422 befragte Unternehmen