



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

Ergebnisse für Berlin und Brandenburg

# Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Berlin und Brandenburg

- › **Regionale Stichprobe:**  
100 Unternehmen aus Berlin und Brandenburg
- › **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

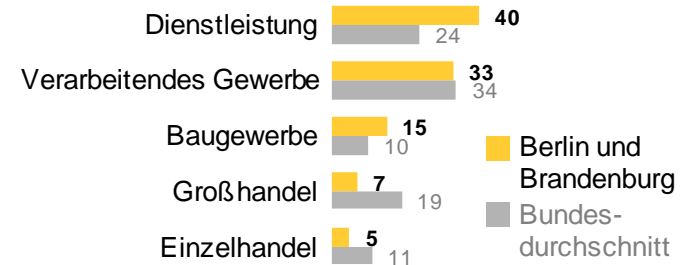


## Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

Stichprobe	regional	bundesweit
2 bis 15 Mio. €	58 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	35 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	7 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=100 befragte Unternehmen

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

# Die Ergebnisse für Berlin und Brandenburg im Überblick

## Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In Berlin und Brandenburg exportieren 44 % der Unternehmen, die Region liegt damit unter dem bundesweiten Durchschnitt, was u. a. auf den starken, in der Regel eher binnenmarktorientierten Dienstleistungssektor zurückzuführen ist.
- › Internationalisierung hat auch in der Region starke Treiber: Deutsche Produkte sind international wettbewerbsfähig, die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig. Die Nachfrage im Ausland ist aus Sicht der Unternehmen jedoch vergleichsweise gering, was auf Probleme im Marketing hinweisen kann.
- › Der Euroraum ist der zentrale Absatzmarkt des Mittelstands. Ein Drittel der Unternehmen aus Berlin und Brandenburg ist aber auch in Großbritannien engagiert, 17 % in China, 14 % in den USA und 12 % in Russland.
- › Die Unternehmen sind in der Beschaffung und Zulieferung etwas seltener in den internationalen Handel eingebunden als Unternehmen aus anderen Regionen. Das liegt am starken Dienstleistungsschwerpunkt der Region Berlin-Brandenburg.

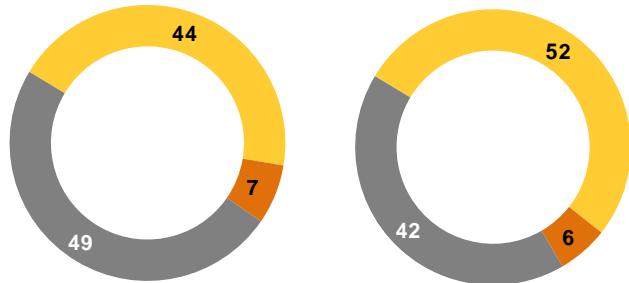
## Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Berliner und Brandenburger Unternehmer sind dennoch etwas optimistischer eingestellt als der Durchschnitt.
- › Jeweils rund 40 % der Unternehmen aus der Region sind von Handelskonflikten, Schuldenkrisen und überdurchschnittlich oft vom möglichen Brexit negativ betroffen. Die Dieselkrise der Automobilindustrie und der Klimawandel wirken sich hingegen vergleichsweise selten negativ aus.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die Rahmenbedingungen in den USA und Großbritannien werden von den Unternehmen schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China.
- › Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen. Den Unternehmen aus Berlin und Brandenburg ist dabei das Verhältnis zu Großbritannien, den USA und China besonders wichtig.

# 44 % der Unternehmen aus Berlin und Brandenburg exportieren, Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

## Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



**Berlin und Brandenburg**

**Bundesdurchschnitt**

44 % der Unternehmen aus Berlin und Brandenburg exportieren. Die Region liegt damit unter dem Bundesdurchschnitt, was auf den großen Anteil von Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor zurückzuführen ist (s. o.), der durchweg stark binnenmarkt-orientiert ist.

Für nur wenige Unternehmen kommt die Aufnahme von Auslandsgeschäften in Frage. Gerade einmal 7 % nennen dies als Option.

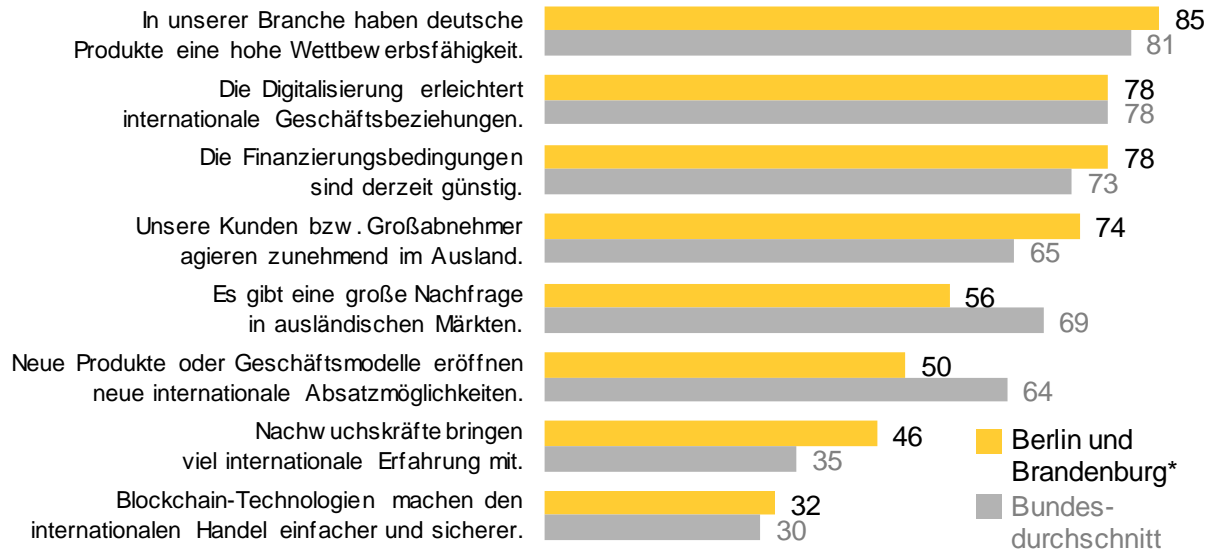
Nicht im Diagramm: Der Anteil von exportierenden Unternehmen ist im Bundesdurchschnitt unverändert, so der Vergleich mit 2007 und 2013.

Der Branchenvergleich (bundesweite Daten) zeigt, 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=100 befragte Unternehmen

# Starke Treiber für mehr Internationalisierung in Berlin-Brandenburg: hohe Wettbewerbsfähigkeit, Digitalisierung und gute Finanzierungsbedingungen

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



Auch in der Region Berlin-Brandenburg gibt es starke Treiber für internationalen Handel. 85 % der exportierenden Unternehmen von hier sind davon überzeugt, dass deutsche Produkte eine hohe Wettbewerbsfähigkeit haben. Dem gegenüber stehen jedoch nur 56 %, die von einer großen Nachfrage im Ausland berichten. Dieser unterdurchschnittliche Wert deutet darauf hin, dass die Region womöglich weniger attraktiv ist für Partner aus dem Ausland.

Für Internationalisierung spricht allerdings, dass die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen inzwischen erleichtert (78 %) und die Finanzierungsbedingungen als günstig wahrgenommen werden (ebenfalls 78 %).

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=41 befragte Unternehmen, \*Achtung: geringe Stichprobe

# 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	Berlin und Brandenburg
nur Deutschland	48	56
Euroraum (ohne Deutschland)	47	41
speziell Italien	26	21
Schweiz	37	33
Großbritannien	29	32
Russland	18	12
USA	22	14
Kanada	14	5
China	22	17
Türkei	18	12
Japan	14	6
Indien	13	2
Brasilien	12	6
Afrika	13	7

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=100 befragte Unternehmen

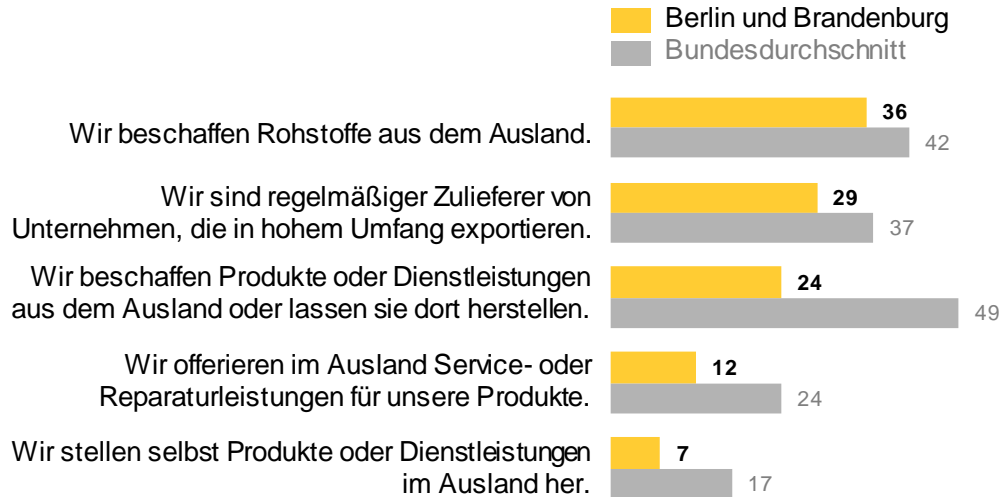
Von allen Unternehmen aus Berlin und Brandenburg setzt (wie schon geschildert) gut die Hälfte ihre Waren und Dienstleistungen nur in Deutschland ab. 41 % der Exporteure verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen im Euroraum. Auch die Schweiz ist ein geschätzter Absatzmarkt (33 %). Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des deutschen Mittelstands.

Viele Unternehmen sind in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung aktiv, wie z. B. in Großbritannien (32 %), Italien (21 %), China (17 %), den USA (14 %), Russland (12 %) und der Türkei (12 %).

Für Berlin und Brandenburg ist Großbritannien als kritischer Absatzmarkt überdurchschnittlich wichtig.

# Internationale Verflechtungen sowohl bei Beschaffung als auch bei Zulieferung – aber Unternehmen aus Berlin und Brandenburg kaufen seltener im Ausland

## Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit



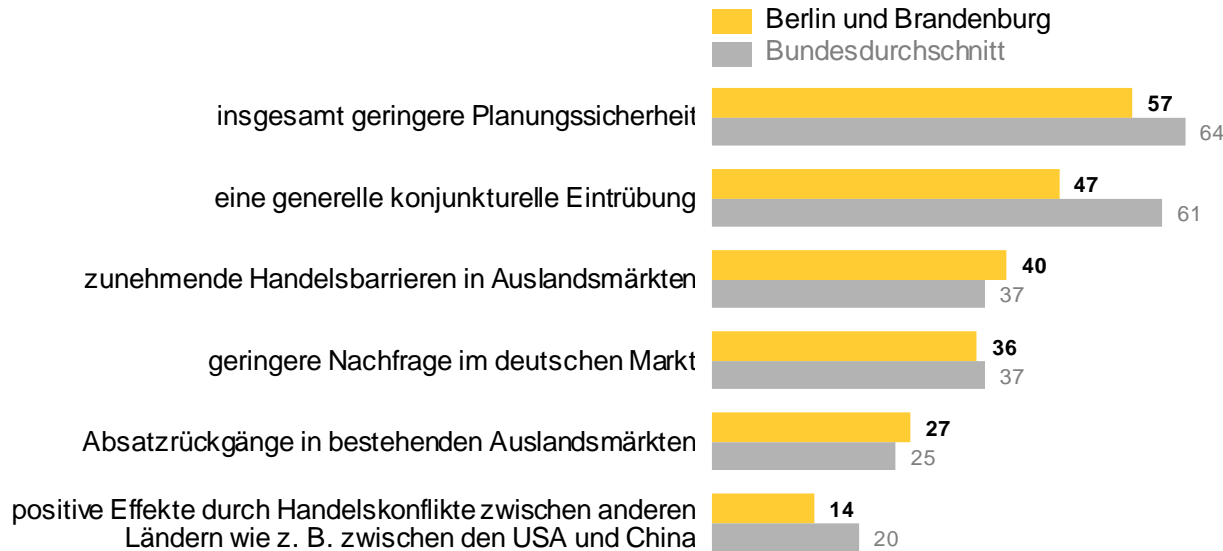
Die Unternehmen sind zwar in den internationalen Absatz eingebunden, als dienstleistungsgeprägte Region in der Beschaffung und Zulieferung aber seltener als der Bundesdurchschnitt.

In Berlin und Brandenburg beziehen lediglich 36 % der Unternehmen Rohstoffe aus dem Ausland, 29 % sind aber zumindest als Zulieferer für stark exportierende Unternehmen mittelbar in den internationalen Handel eingebunden. Nur knapp ein Viertel der Unternehmen aus der Region beschafft Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland oder lässt sie dort herstellen und liegt damit 25 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Angaben in Prozent  
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“  
 Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=100 befragte Unternehmen

# Unternehmen aus Berlin und Brandenburg befürchten abnehmende Planungssicherheit und konjunkturelle Eintrübung, sind aber optimistischer als der Bundesdurchschnitt

## Zu erwartende Entwicklungen in den nächsten ein bis zwei Jahren



Die Unternehmen aus Berlin und Brandenburg befürchten, dass die Planungssicherheit abnimmt (57 %) und sich die Konjunktur eintrübt (47 %). Die Unternehmen der Region sind seltener besorgt als andernorts, sehen jedoch ernstzunehmende Risiken. 40 % (und damit wieder im Durchschnitt) blicken mit Sorge auf zunehmende Handelsbarrieren, 36 % auf nachlassende Nachfrage im Inland.

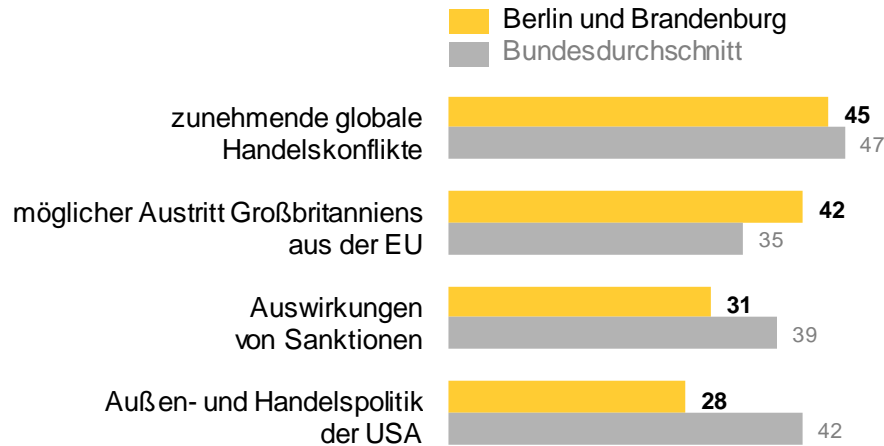
Weitere bundesweite Daten (nicht im Diagramm): Auch die nicht-exportierenden Unternehmen fürchten eine konjunkturelle Eintrübung. Der mittelständische Einzelhandel macht sich außerdem um die Nachfrage im deutschen Markt Sorgen. Zwei Drittel der Unternehmen aus exportorientierten Branchen wie Maschinenbau oder Chemie und Pharma befürchten 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=100 befragte Unternehmen



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

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



45 % der Unternehmen aus Berlin und Brandenburg sehen sich direkt von zunehmenden globalen Handelskonflikten betroffen. Der (mögliche) Brexit trifft die Region in besonderem Maße. 42 % erwarten hier negative Auswirkungen (plus 7 Prozentpunkte). Sanktionen (31 %, minus 8 Prozentpunkte) und die Außen- und Handelspolitik der USA (28 %, minus 14 Prozentpunkte) werden deutlich seltener problematisiert.

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

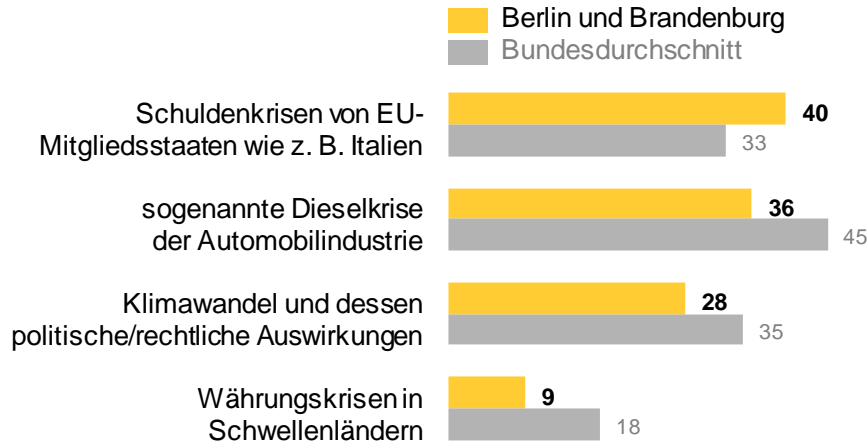
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=100 befragte Unternehmen

# Die Dieselkrise bedroht zwei Drittel der Unternehmen in den Branchen Automotive und Mobilität, der Klimawandel gefährdet insbesondere die Ernährungsindustrie

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



Ein Thema sind in Berlin und Brandenburg die Schuldenkrisen von EU-Mitgliedsstaaten. 40 % der Unternehmen geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit haben oder haben werden. Vergleichsweise selten wirken sich dagegen der Klimawandel (28 %) und die Dieselkrise (36 %) negativ bei den Unternehmen aus.

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

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

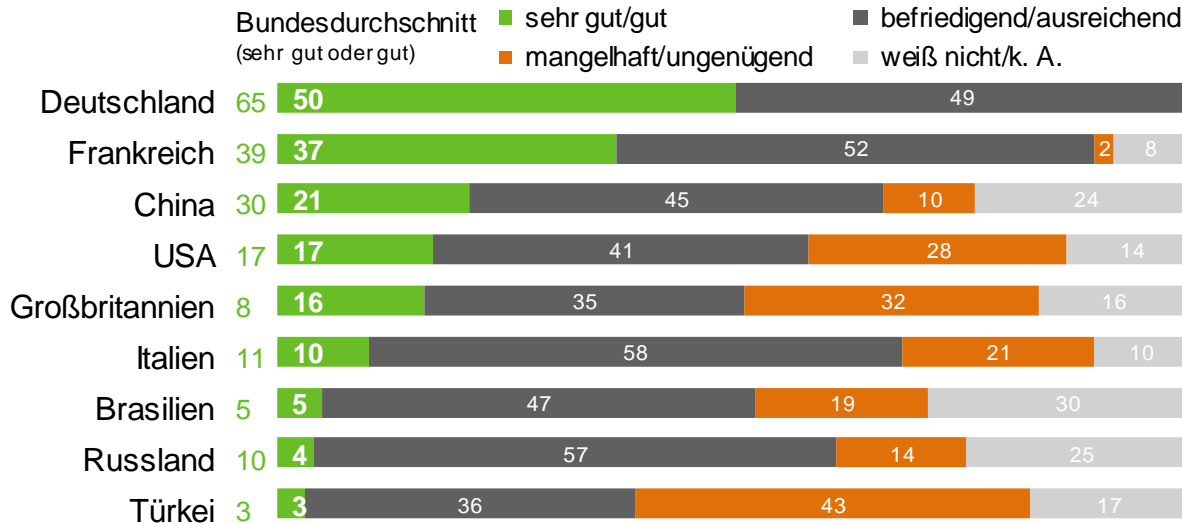
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=100 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



Im Vergleich ausgewählter Länder schneidet Deutschland mit Abstand am besten ab: 50 % der Unternehmen aus Berlin und Brandenburg bewerten die Rahmenbedingungen hier als gut oder sehr gut. In der Region ist man allerdings mit dem Standort Deutschland etwas seltener zufrieden als der Bundesdurchschnitt.

Bemerkenswert ist, dass die USA und Großbritannien, obgleich etablierte Volkswirtschaften, auch aus Sicht der Unternehmen aus Berlin und Brandenburg weiter hinten im Ranking stehen.

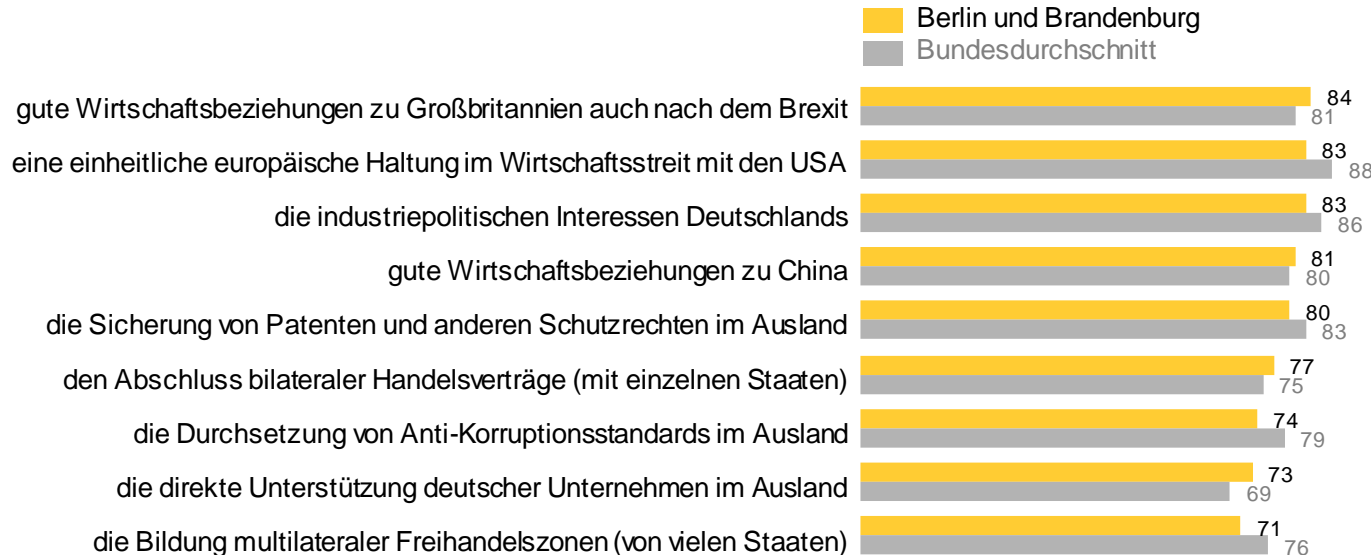
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler

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=100 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 in Berlin und Brandenburg insbesondere für das Verhältnis zu Großbritannien, den USA und China, aber auch in Bezug auf klassische Mittelstandsthemen wie die Sicherung von Patenten 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: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=100 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 den Unternehmen aus Berlin und Brandenburg aber vergleichsweise selten zur Absicherung von Rohstoff- und Währungsrisiken 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 kleine 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. €
Suche nach neuen Vertriebsmöglichkeiten	70	68	75	73
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
Konzentration auf Kernprodukte	63	63	63	49
intensivere Bindung an Großabnehmer	34	33	37	33

#### Im Größenvergleich

**Eher expansiv:**  
Innovation, Digitalisierung und Verbreiterung der Angebotspalette bei den großen Unternehmen

**Eher fokussiert:**  
Konzentration auf Kernprodukte bei den kleineren Unternehmen

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 (und 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 Standorten in China (81 %), den USA (70 %) oder Großbritannien (71 %).

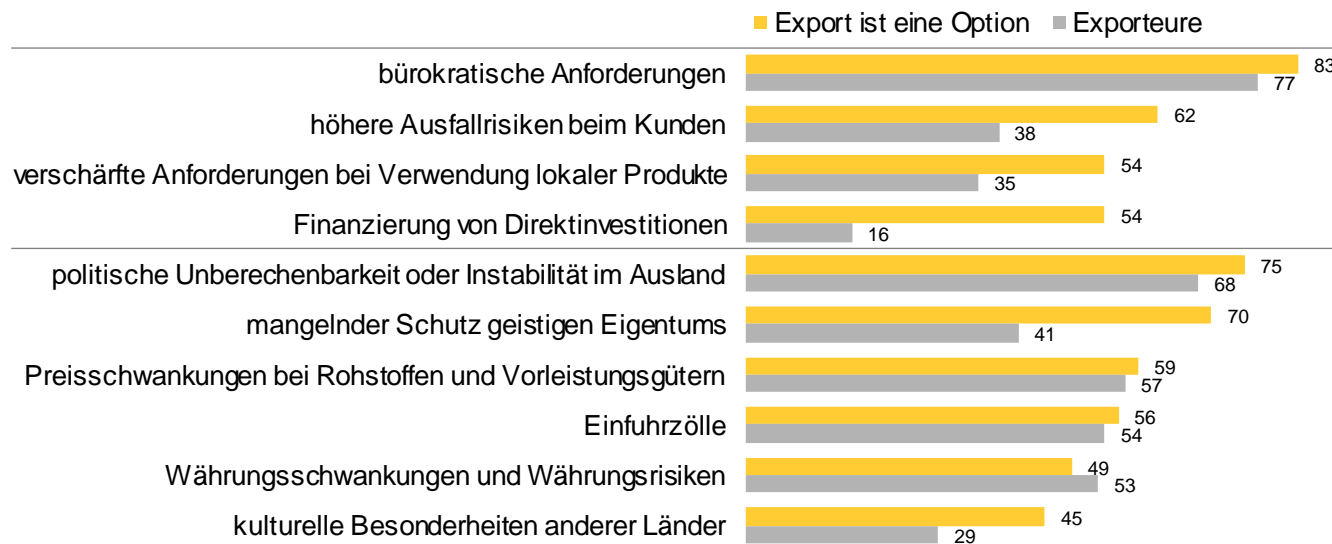
Unternehmen mit Standort in China oder Indien haben häufiger Probleme beim **Schutz geistigen Eigentums**.

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 überschätzen Probleme beim Schutz geistigen Eigentums und beim Umgang mit kulturellen Besonderheiten anderer Länder.

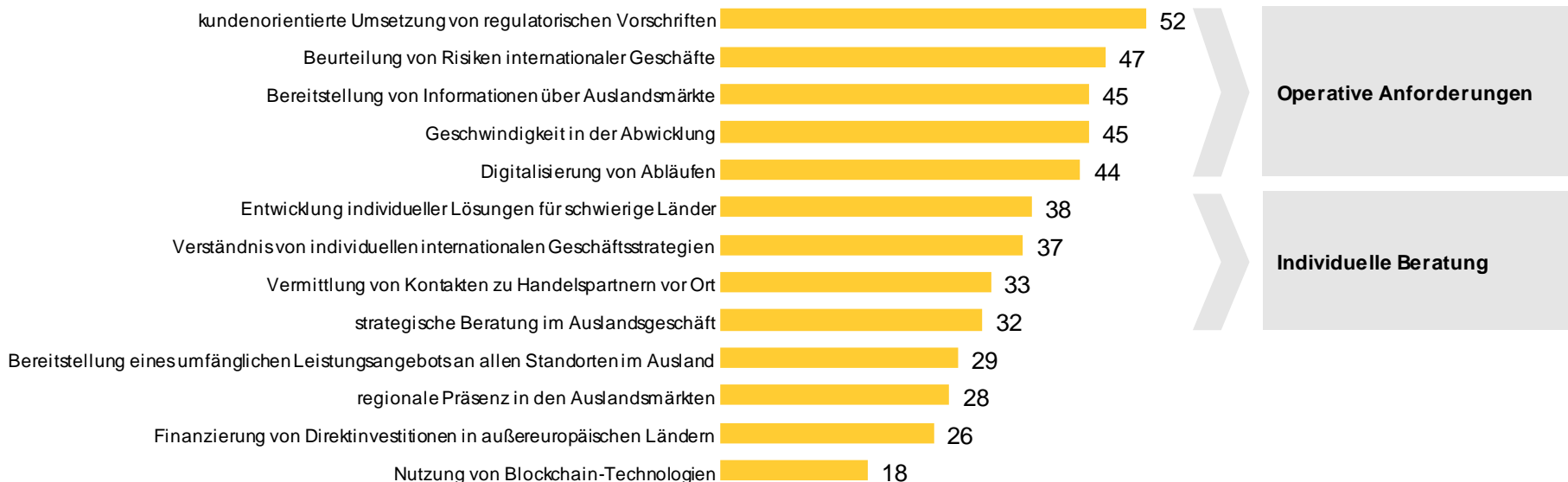
Angaben in Prozent

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



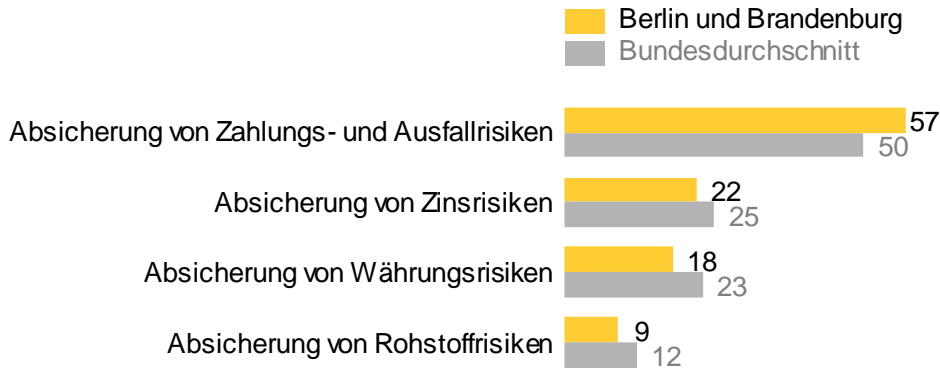
Angaben in Prozent

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

# Oftrmals 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 (57 %). Etwas seltener als der Bundesdurchschnitt sichern sich Unternehmen aus der Region Berlin-Brandenburg gegen die häufig beklagten Zins- (22 %) und Währungsrisiken (9 %) 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=100 befragte Unternehmen