



Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für Hessen

Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Hessen

- › **Regionale Stichprobe:**
150 Unternehmen aus Hessen
- › **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

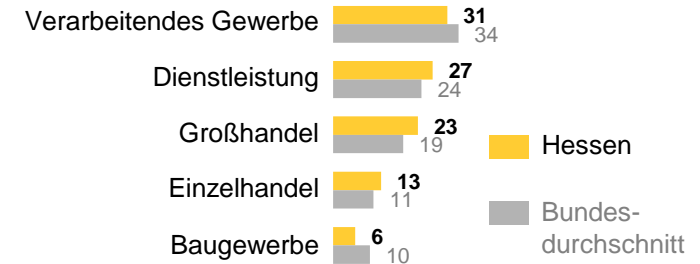


Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

Stichprobe	regional	bundesweit
2 bis 15 Mio. €	60 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	69 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	21 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=150 befragte Unternehmen

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

Die Ergebnisse für Hessen im Überblick

Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In Hessen exportieren 55 % der Unternehmen, die Region liegt damit leicht über dem bundesweiten Durchschnitt.
- › Internationalisierung hat starke Treiber: Die exportierenden Unternehmen am Dienstleistungsstandort Hessen finden, dass vor allem die Digitalisierung internationale Geschäfte erleichtert, ebenso neue Produkte oder Geschäftsmodelle. Sie berichten mehr als andere, dass im Ausland deutsche Waren und Dienstleistungen stark nachgefragt werden.
- › Der Euroraum ist der zentrale Absatzmarkt. Die Unternehmen sind außerdem in Ländern mit unsicherer wirtschaftspolitischer Entwicklung engagiert. In Hessen ist jedes fünfte Unternehmen in Großbritannien, den USA und China aktiv.
- › Die Unternehmen sind auch in der Beschaffung und in der Zulieferung stark in den internationalen Handel eingebunden.

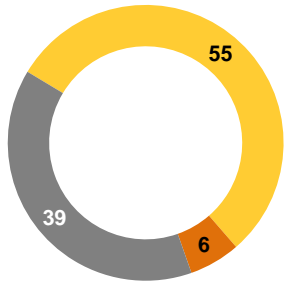
Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen für hessische Unternehmer zu abnehmender Planungssicherheit.
- › Handelskonflikte belasten mehr als jedes zweite hessische Unternehmen, die Auswirkungen lokaler Krisen hängen stark von Branche und Geschäftsmodell ab. Die Unternehmen aus der Region sind von der Dieselkrise (54 %) und den Folgen des Klimawandels (44 %) besonders häufig betroffen.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von den Unternehmen aus Hessen schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China.
- › Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen. Den hessischen Unternehmen ist dabei das Verhältnis zu den USA besonders wichtig, außerdem klassische Themen wie Patentsicherung und Anti-Korruptionsstandards im Ausland.

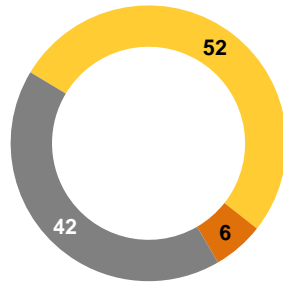
55 % der hessischen Unternehmen exportieren; Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



Hessen



Bundesdurchschnitt

55 % der hessischen Unternehmen exportieren. Die Region liegt damit leicht über dem Bundesdurchschnitt.

Nur für wenige Unternehmen, die bisher auf den deutschen Binnenmarkt beschränkt sind, kommt die Aufnahme von Auslandsgeschäften in Frage. Gerade einmal 6 % 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.

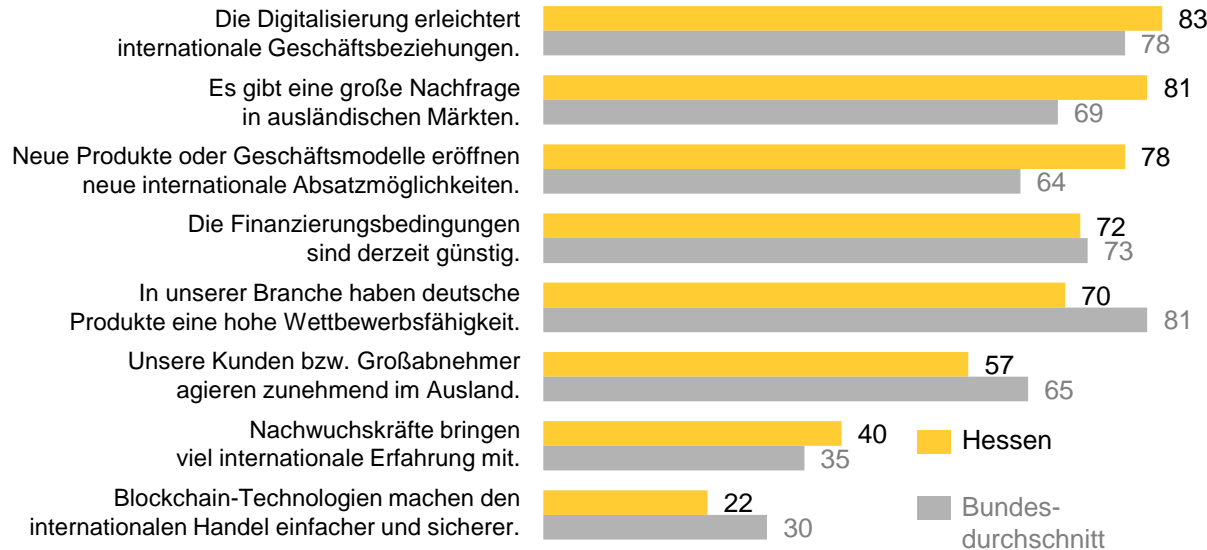
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=150 befragte Unternehmen

Starke Treiber für mehr Internationalisierung: in Hessen vor allem die fortschreitende Digitalisierung, neue Geschäftsmodelle und große 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 am Dienstleistungsstandort Hessen sehen diese vor allem in der Digitalisierung, die internationale Geschäftsbeziehungen erleichtert und in der großen Nachfrage im Ausland (81 %).

78 % der exportierenden Unternehmen aus Hessen sehen in neuen Produkten eine Chance, im internationalen Geschäft zu punkten. 72 % verweisen auf die aktuell günstigen Finanzierungsbedingungen.

Für Internationalisierung spricht außerdem, dass deutsche Unternehmen über eine hohe Wettbewerbsfähigkeit verfügen, so meinen 70 % der Befragten.

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=84 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	Hessen
nur Deutschland	48	45
Euroraum (ohne Deutschland)	47	50
speziell Italien	26	26
Schweiz	37	41
Großbritannien	29	21
Russland	18	15
USA	22	20
Kanada	14	11
China	22	20
Türkei	18	18
Japan	14	10
Indien	13	12
Brasilien	12	12
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=150 befragte Unternehmen

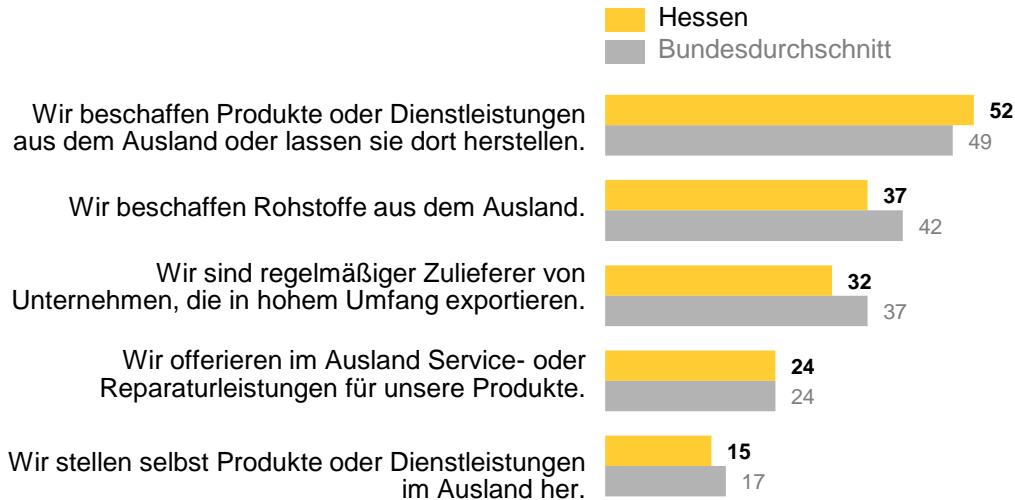
Von allen Unternehmen aus Hessen setzen knapp die Hälfte ihre Waren und Dienstleistungen nur in Deutschland ab. 50 % der hessischen Exporteure nutzen den Euroraum als Absatzmarkt. Auch die Schweiz ist ein wichtiger Handelspartner (41 %).

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 Italien (26 %), Großbritannien (21 %), den USA (20 %), China (20 %), der Türkei (18 %), Russland (15 %), und Brasilien (12 %).

Starke internationale Verflechtung: 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 in den internationalen Handel eingebunden.

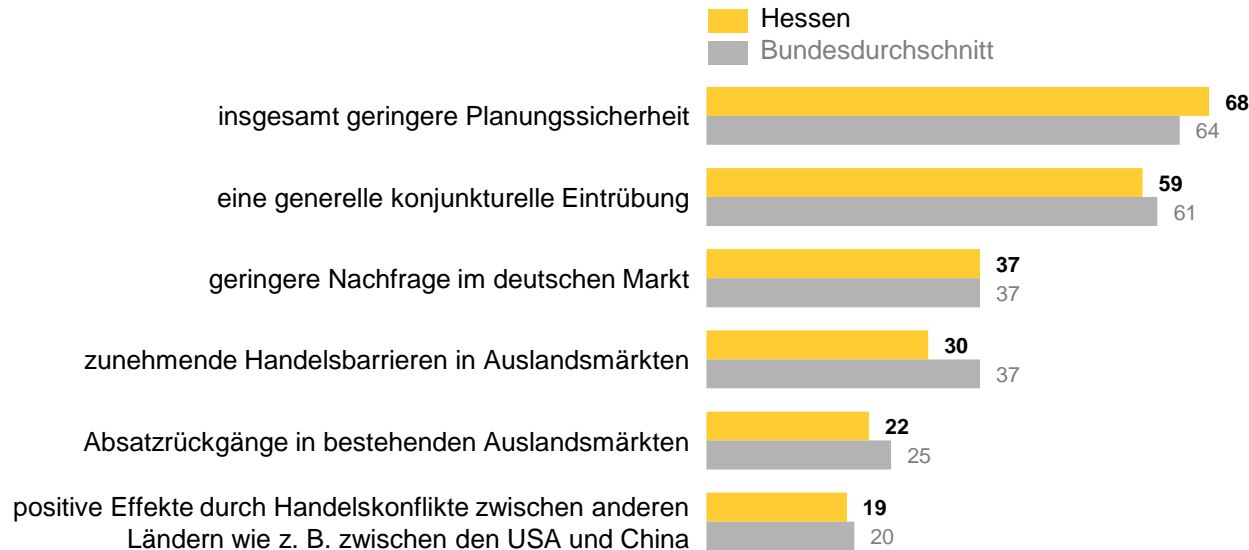
In Hessen beschaffen 52 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland, 37 % beziehen Rohstoffe von dort, 32 % sind als Zulieferer von stark exportierenden Unternehmen mittelbar in den internationalen Handel eingebunden.

Die Region liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt, was auf den starken Dienstleistungssektor in Hessen zurückzuführen ist, der weniger auf die Zulieferung von Produkten angewiesen ist als das verarbeitende Gewerbe.

Angaben in Prozent
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“
 Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=150 befragte Unternehmen

Hessische Unternehmen befürchten abnehmende Planungssicherheit, konjunkturelle Eintrübung und politische Turbulenzen

Zu erwartende Entwicklungen in den nächsten ein bis zwei Jahren



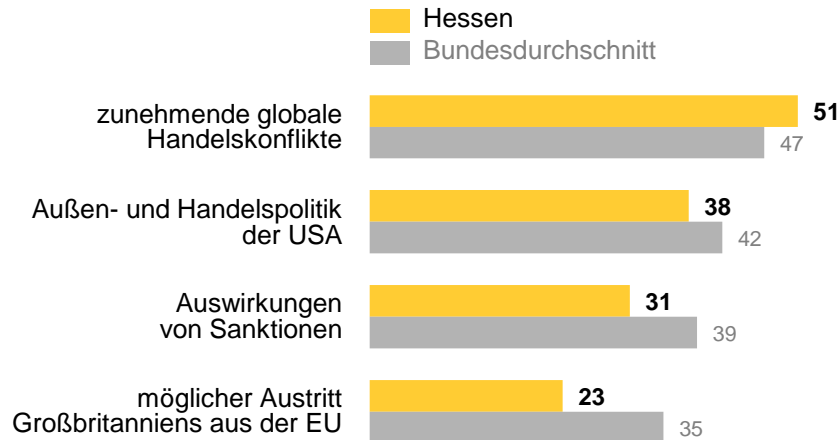
68 % der Unternehmen aus Hessen erwarten abnehmende Planungssicherheit und 59 % eine generelle konjunkturelle Eintrübung. Deutlich geringer ist die Sorge vor Einbrüchen bei der Nachfrage: Eher im Inland (37 %) als im Ausland (22 %) könnten diese eine Rolle spielen.

Weitere bundesweite Daten: Auch die nicht-exportierenden Unternehmen fürchten eine konjunkturelle Eintrübung. Der mittelständische Einzelhandel macht sich außerdem um die Nachfrage im deutschen Markt Sorgen. In starken Exportbranchen, wie der Maschinenbau- oder der Chemie- und Pharmaindustrie, fürchten knapp zwei Drittel der Unternehmen 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=150 befragte Unternehmen

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

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



51 % der Unternehmen aus Hessen sind von Handelskonflikten betroffen. Damit liegen sie über dem Bundesdurchschnitt. Etwas seltener als dieser berichten die hessischen Unternehmer jedoch davon, dass die Handelspolitik der USA (38 %) oder der mögliche Brexit (23 %) negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit haben. Zu beachten ist, dass Großbritannien als Absatzmarkt eine vergleichsweise geringe Bedeutung für die befragten Unternehmen aus Hessen hat (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 dortigen Außen- und Handelspolitik.
Brexit	82 % der Unternehmen mit Standort in Großbritannien und 60 % der Exporteure dorthin fürchten negative Auswirkungen des Brexits.

Angaben in Prozent

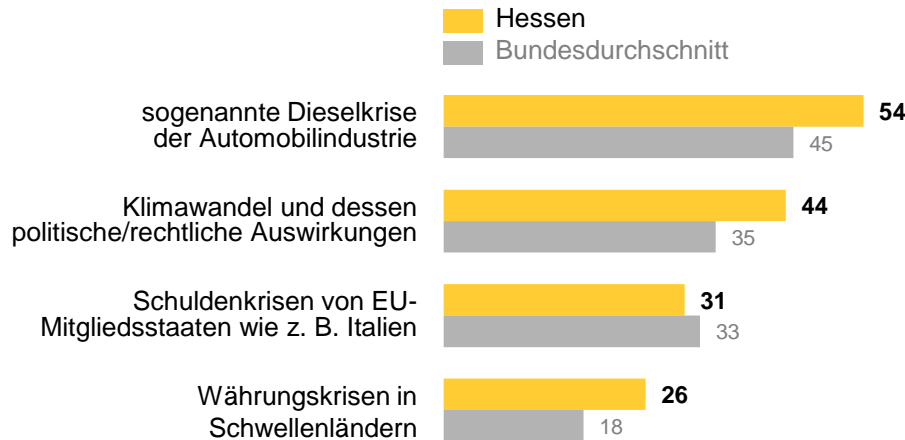
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=150 befragte Unternehmen

Dieselkrise und Klimawandel haben bei hessischen Unternehmen häufiger negative Auswirkungen als andernorts

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



Ein großes Thema ist in Hessen die Dieselkrise der Automobilindustrie. 54 % der Unternehmen, und damit 9 Prozentpunkte mehr als im Bundesdurchschnitt, geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Auch der Klimawandel wirkt sich überdurchschnittlich oft negativ aus (bei 44 % der Unternehmen, plus 9 Prozentpunkte). Die Gründe für diese Einschätzung der Unternehmen können vielfältig sein; sie reichen von Absatzproblemen (z. B. Industrie) bis hin zu Fahrverboten in Innenstädten (z. B. im Handel).

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 Standorten in Schwellenländern fürchten mindestens zur Hälfte Währungskrisen vor Ort.

Angaben in Prozent

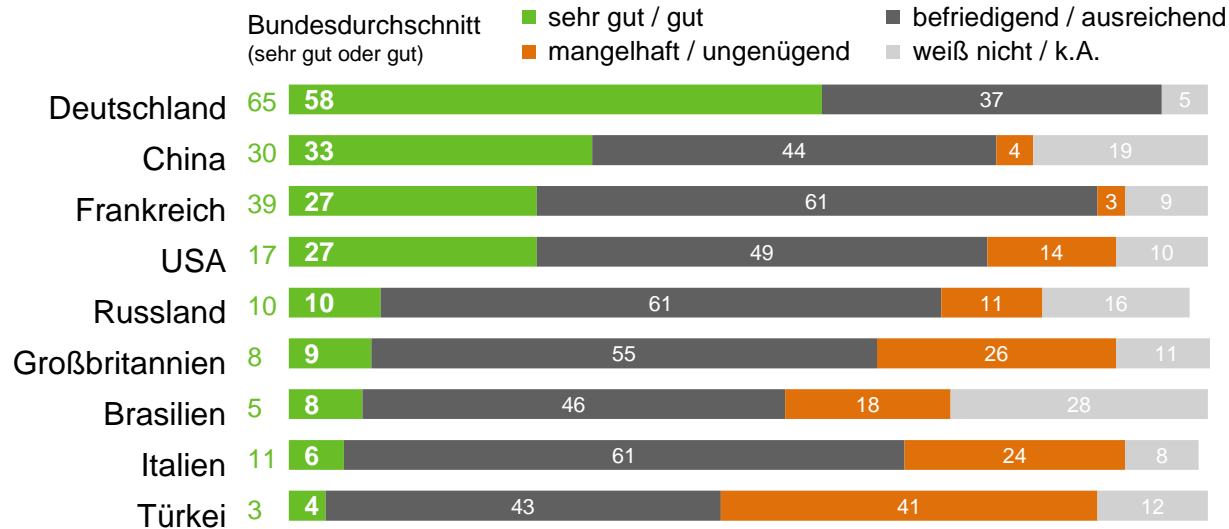
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=150 befragte Unternehmen

Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Der hessische 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: 58 % der Unternehmen aus Hessen bewerten die Rahmenbedingungen hier als gut oder sehr gut. Man ist in Hessen allerdings etwas seltener zufrieden mit dem Standort Deutschland als der Bundesdurchschnitt.

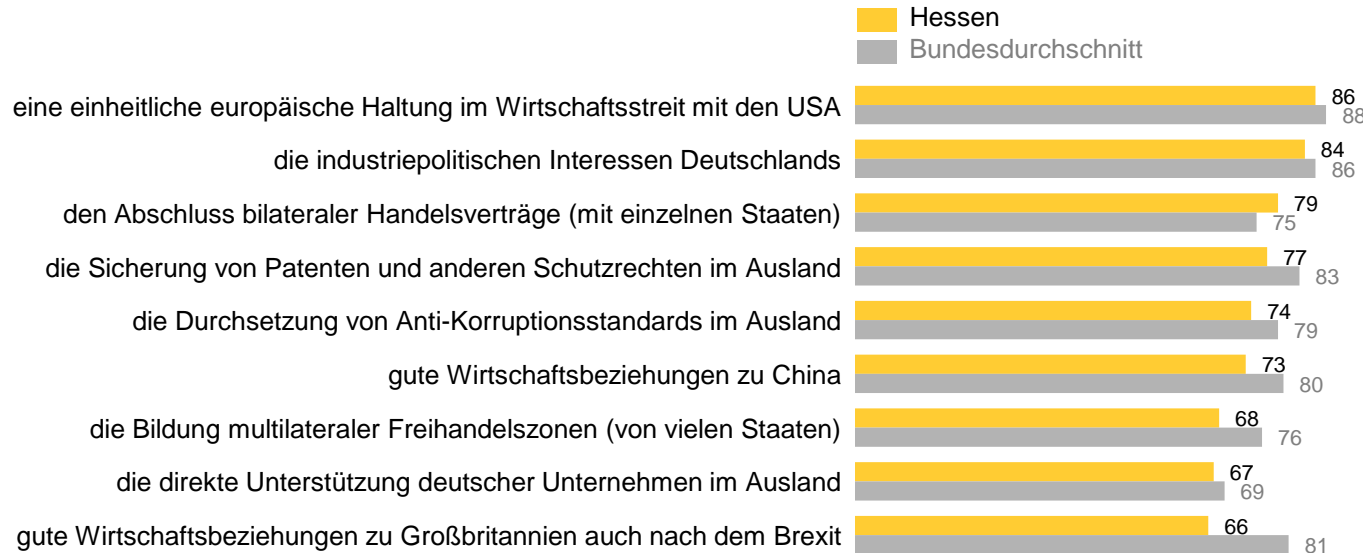
Bemerkenswert ist, dass die USA und Großbritannien, obgleich etablierte Volkswirtschaften, weiter hinten im Ranking stehen, auch aus Sicht der hessischen Unternehmen.

China landet im Ranking der hessischen Unternehmen sogar auf Platz zwei (33 %) vor Frankreich. Dieses bewerten die hessischen Unternehmer schlechter als der Bundesdurchschnitt.

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=150 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 Hessen etwas zurückhaltender äußern als der Bundesdurchschnitt, erwarten sie einhellig, dass sich die Politik intensiver für die deutschen oder auch europäischen Interessen einsetzt.

Dies gilt in Hessen insbesondere für Handelsbeziehungen zu den USA (86 %) und China (73 %), seltener für die Beziehungen zu Großbritannien (66 %).

Gleichfalls wichtig sind klassische Themen wie Patentsicherung 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=150 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 aber (auch in Hessen) vergleichsweise selten genutzt.

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

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. €	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	

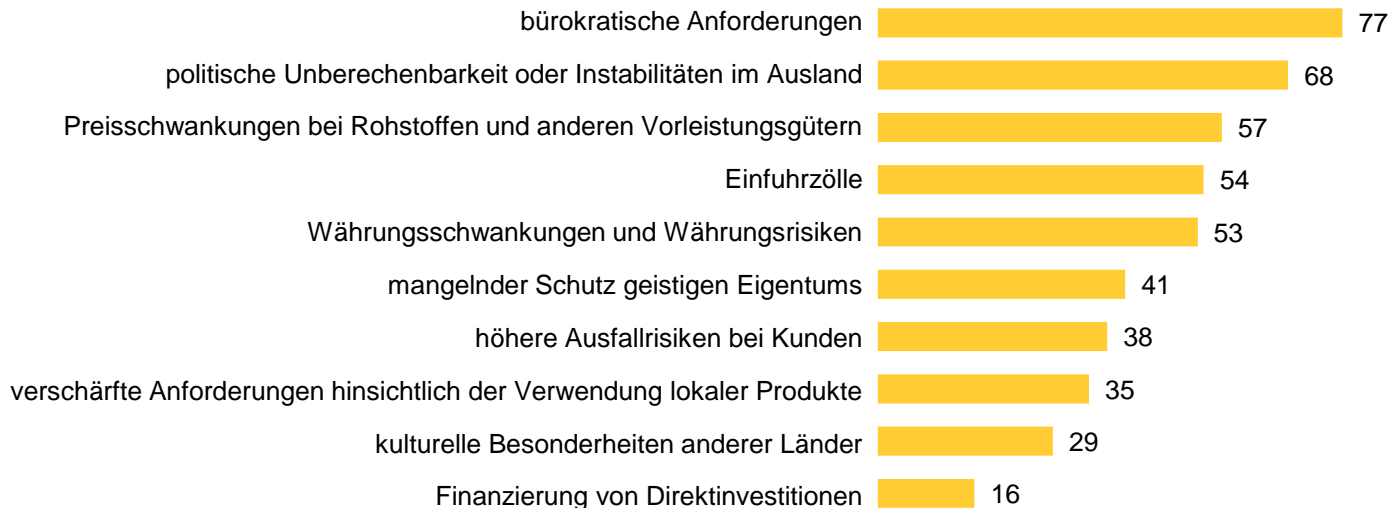
Angaben in Prozent

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 %).

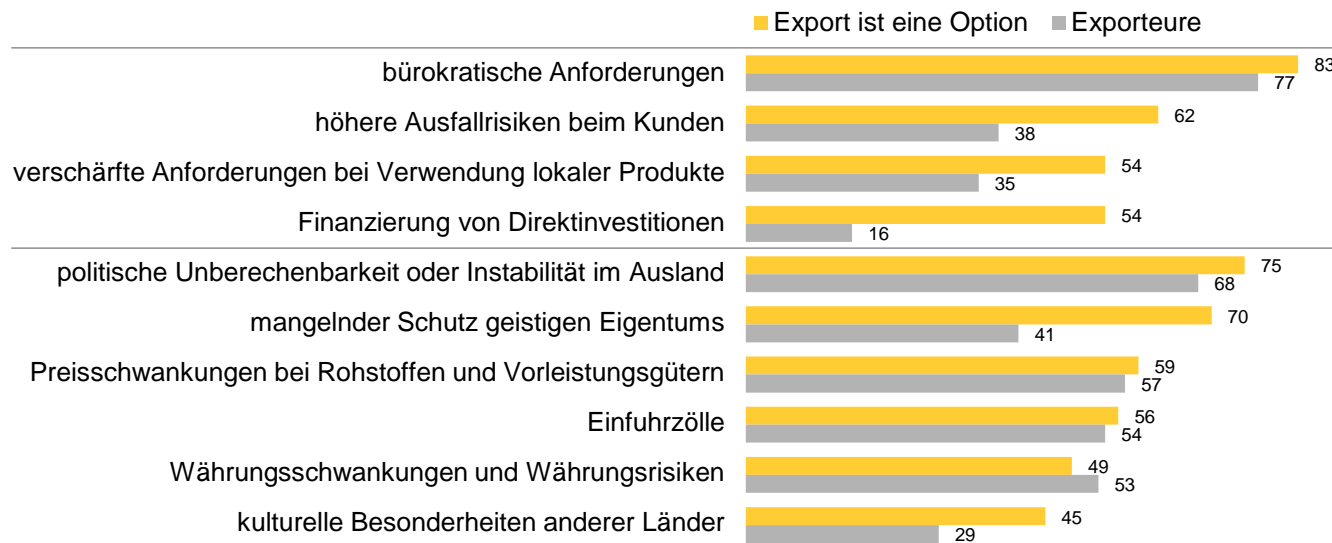
Probleme mit **Einfuhrzöllen** haben v. a. die Ernährungsindustrie (76 %) und der Maschinenbau (71 %), außerdem Unternehmen mit Standorten in China (81 %), den USA (70 %) oder Großbritannien (71 %).

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

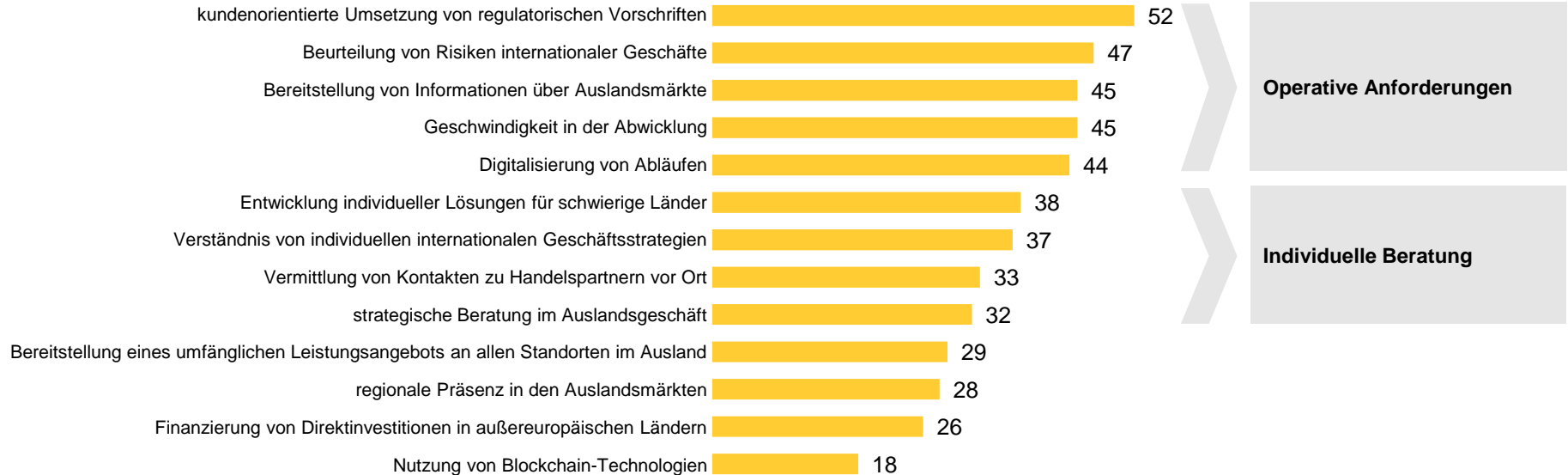
Angaben in Prozent

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 Digitalisierung sind zentrale Themen im Banking. Unternehmen wollen bessere strategische Beratung für schwierige Länder

Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



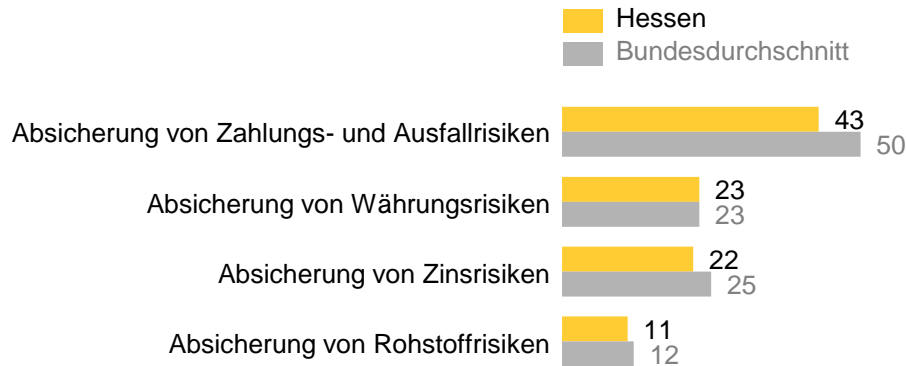
Angaben in Prozent

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 und in Hessen auch vergleichsweise selten eingesetzt. Im Mittelpunkt stehen dabei Zahlungs- und Ausfallrisiken (43 %), deutlich seltener die häufig beklagten Währungsrisiken (23 %) und die Absicherung von Zinsrisiken (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, regionale Stichprobe n=150 befragte Unternehmen