



Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für Ostwestfalen-Lippe

Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe

- › **Regionale Stichprobe:**
57 Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe
- › **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

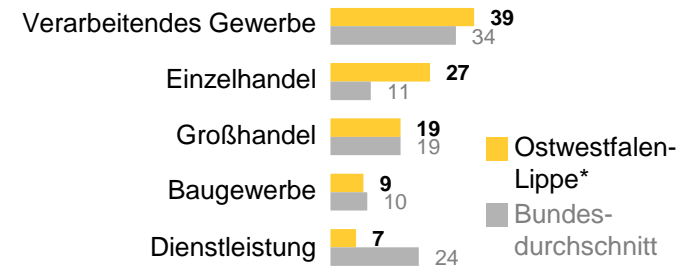
Die Darstellung greift auf einige bundesweite Ergebnisse zurück, soweit Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht regionalisiert werden können.

Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

| Stichprobe | regional | bundesweit |
|-------------------|----------------|-----------------|
| 2 bis 15 Mio. € | 19 Unternehmen | 800 Unternehmen |
| 15 bis 100 Mio. € | 32 Unternehmen | 960 Unternehmen |
| über 100 Mio. € | 6 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=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

Die Ergebnisse für Ostwestfalen-Lippe im Überblick

Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. 44 % der Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe exportieren. Die Region liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt.
- › 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. Die Unternehmen aus der Region sind aber auch in Ländern mit unsicherer wirtschaftspolitischer Entwicklung engagiert, wie z.B. in Großbritannien (22 %), Russland (22 %), den USA (20 %), China (16 %) und der Türkei (14 %).
- › Die Unternehmen sind auch in der Beschaffung und als Zulieferer in den internationalen Handel eingebunden, allerdings weniger ausgeprägt als der Bundesdurchschnitt.

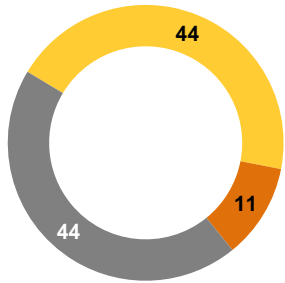
Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Der Mittelstand aus Ostwestfalen-Lippe ist besonders besorgt, er befürchtet überdurchschnittlich oft negative Auswirkungen von Handelskonflikten, regionalen Krisen und dem (möglichen) Brexit.
- › Auch der Klimawandel wird in der Region oft zum Problem. Die Dieselkrise bedroht ein gutes Drittel der Unternehmen.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die 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 Ostwestfalen-Lippe ist dabei das Verhältnis zu den USA, Großbritannien, sowie zu China besonders wichtig, außerdem Anti-Korruptionsstandards und die Sicherung von Patentrechten.

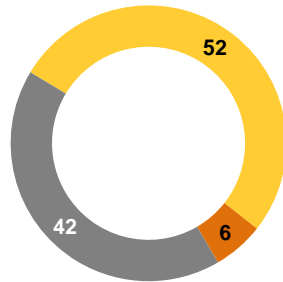
44 % der Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe exportieren, Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



Ostwestfalen-Lippe*



Bundesdurchschnitt

44 % der Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe exportieren. Die Region liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt.

Für nur wenige Unternehmen kommt die Aufnahme von Auslandsgeschäften in Frage. 11 % sehen darin zumindest eine 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.

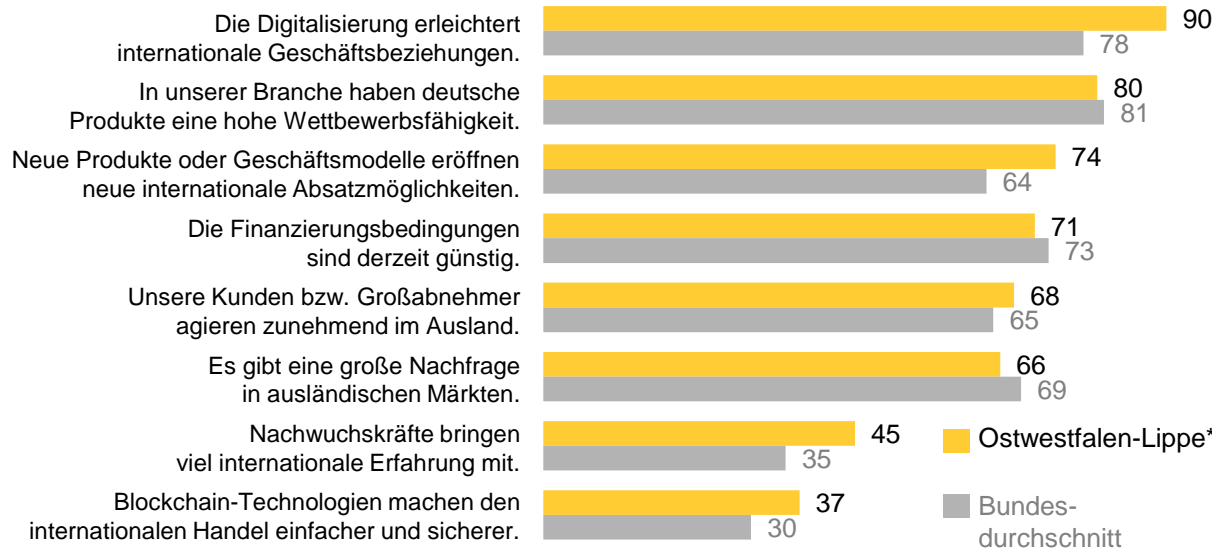
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

Treiber für mehr Internationalisierung: hohe Wettbewerbsfähigkeit, Digitalisierung und gute Finanzierungsbedingungen

Chancen und Potenziale der Internationalisierung aus Sicht von exportierenden Unternehmen



Es gibt starke Treiber für den internationalen Handel: 80 % der exportierenden Unternehmen aus der Region berichten, dass deutsche Produkte eine hohe Wettbewerbsfähigkeit haben und im Ausland stark nachgefragt werden (66 %).

Für die Internationalisierung spricht außerdem, dass Großabnehmer zunehmend im Ausland agieren (68 %). Darüber hinaus erleichtert die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen (90 %).

71 % der Exporteure empfinden die Finanzierungsbedingungen derzeit als günstig.

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=35 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

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 | Ostwestfalen-Lippe* |
|----------------------------------------------------|------------------------------|---------------------|
| nur Deutschland | 48 | 56 |
| Euroraum (ohne Deutschland) | 47 | 40 |
| speziell Italien | 26 | 24 |
| Schweiz | 37 | 24 |
| Großbritannien | 29 | 22 |
| Russland | 18 | 22 |
| Ausgewählte Länder jenseits des Euroraums | USA | 20 |
| | Kanada | 12 |
| | China | 16 |
| | Türkei | 14 |
| | Japan | 12 |
| | Indien | 9 |
| | Brasilien | 5 |
| | Afrika | 13 |

Von allen Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe setzt (wie schon geschildert) etwas mehr als die Hälfte nur in Deutschland ab. 44 % der Exporteure aus der Region verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen im Euroraum. Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des Mittelstands.

Viele Unternehmen setzen in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Italien (24 %), Großbritannien (22 %), Russland (22 %), den USA (20 %) China (16 %) und der Türkei (14 %).

Angaben in Prozent

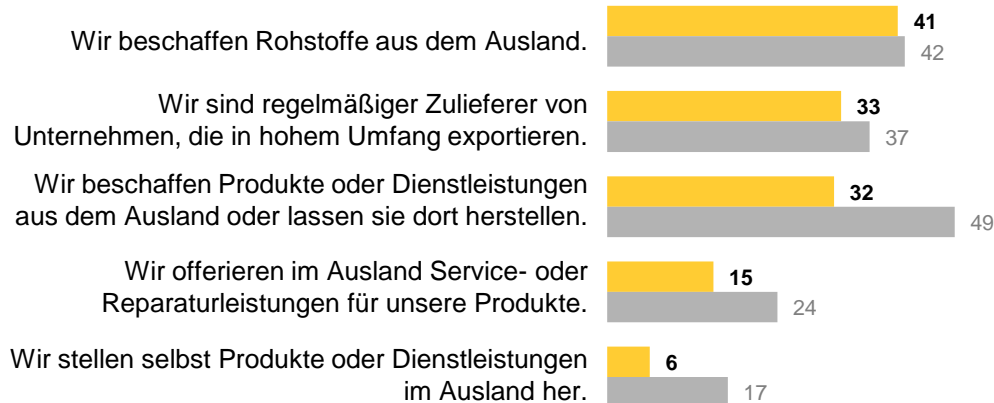
Frage 7A: „Welche der folgenden Länder bzw. Regionen sind Absatzmärkte für Ihr Unternehmen?“

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

Internationale Verflechtungen sowohl bei Beschaffung als auch bei Zulieferung – in der Region allerdings weniger ausgeprägt als im Bundesdurchschnitt

Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit

■ Ostwestfalen-Lippe*
■ Bundesdurchschnitt



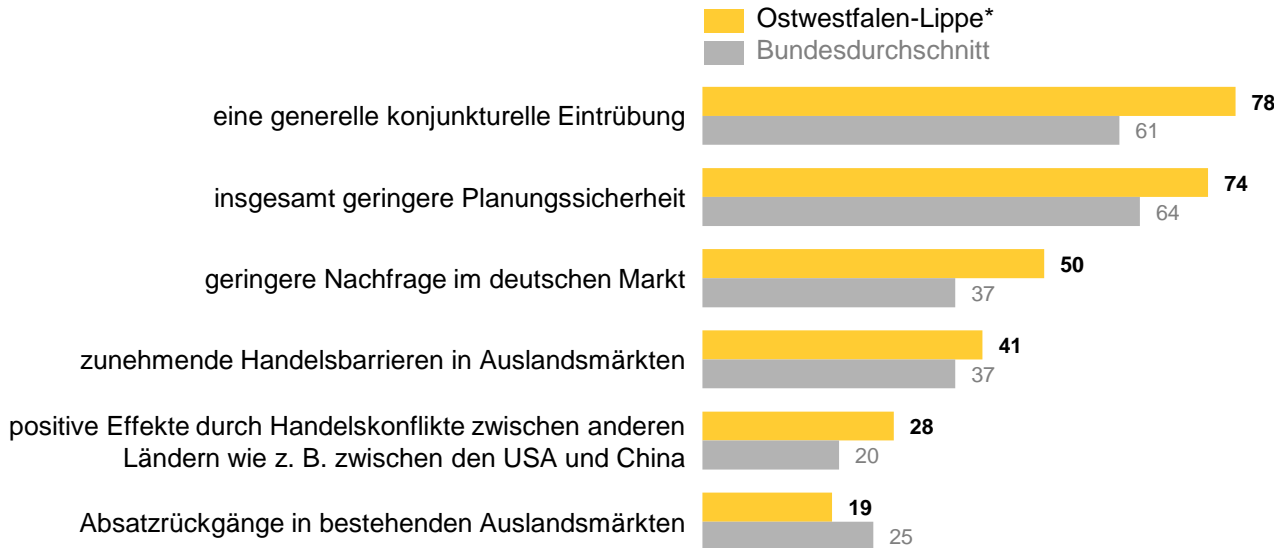
Die Unternehmen sind nicht nur im Absatz, sondern auch in der Beschaffung und Zulieferung in den internationalen Handel eingebunden, allerdings etwas seltener als im Bundesdurchschnitt.

In Ostwestfalen-Lippe beschaffen 32 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland, 41 % beziehen Rohstoffe von dort, 33 % sind Zulieferer von stark exportierenden Unternehmen.

Angaben in Prozent
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“
 Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

Der Mittelstand aus Ostwestfalen-Lippe ist besorgt, er befürchtet abnehmende Planungssicherheit und konjunkturelle Eintrübung

Zu erwartende Entwicklungen in den nächsten ein bis zwei Jahren



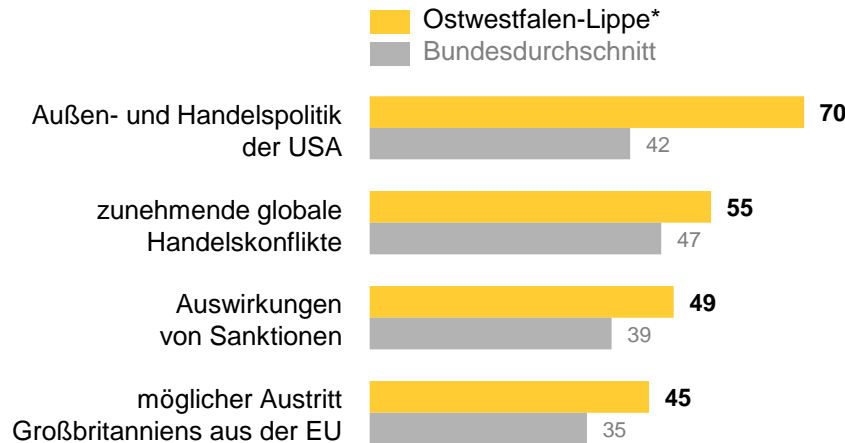
Die Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe sind überdurchschnittlich häufig besorgt. 74 % der Unternehmen fürchten eine abnehmende Planungssicherheit und 78 % eine konjunkturelle Eintrübung, oft auch mit rückläufiger Nachfrage im deutschen Markt (50 %).

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. 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=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

Politische Handelskonflikte und lokale Krisen treffen die Region besonders stark

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



Die Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe berichten überdurchschnittlich häufig, dass aktuelle politische Ereignisse negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit haben. Dies gilt insbesondere für die Außen- und Handelspolitik der USA (70 %), aber auch für Handelskonflikte (55 %), Sanktionen (49 %) und den möglichen Brexit (45 %).

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 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

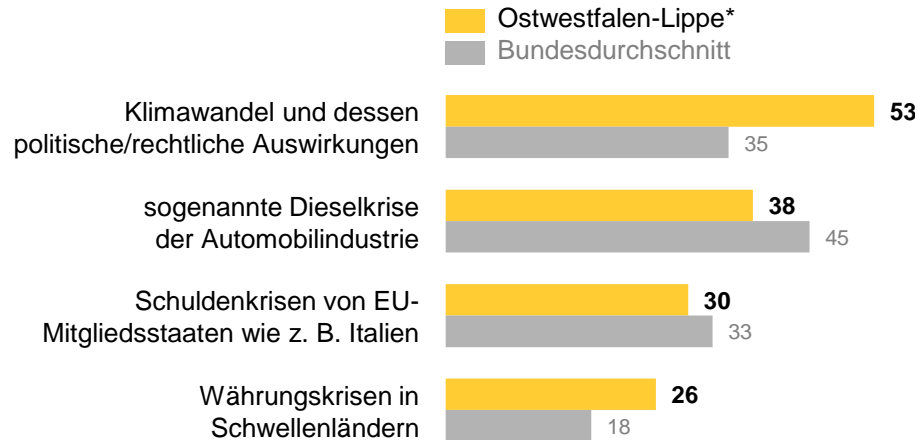
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

Der Klimawandel und seine rechtlichen Folgen gelten in der Region besonders oft als Problem, von der Dieselkrise fühlt sich ein Drittel aller Unternehmen bedroht

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



Ein Thema ist in Ostwestfalen-Lippe der Klimawandel und seine Auswirkungen. 53 % der Unternehmen geben an, dass diese Entwicklung negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Die sogenannte Dieselkrise wirkt sich vergleichsweise selten negativ bei den Unternehmen aus, aber doch bei immerhin 38 %.

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?“

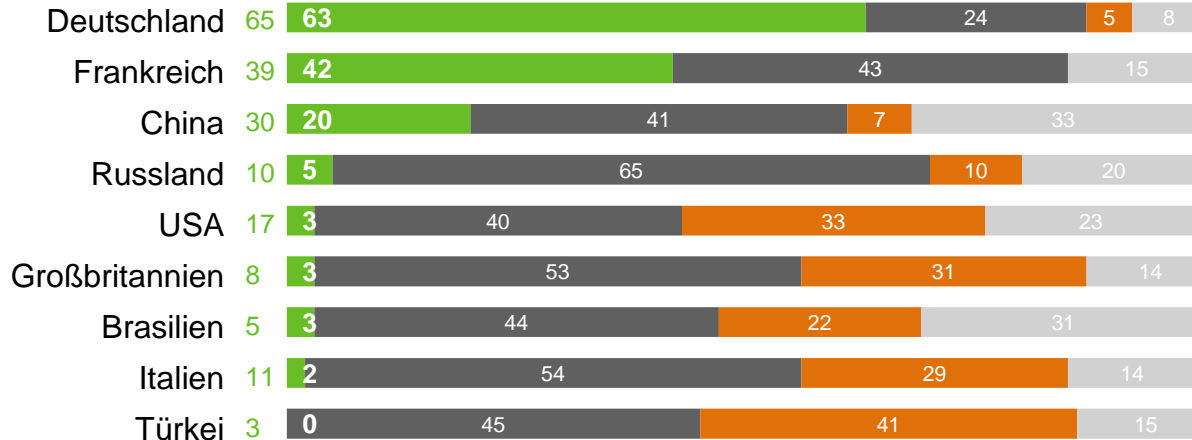
Die übrigen Befragten (an Hundert Fehlende) haben die Items entweder neutral bewertet (keine Auswirkungen) oder keine Antwort gegeben (weiß nicht).

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

Paradigmenwechsel bei 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: 63 % 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 Ostwestfalen-Lippe.

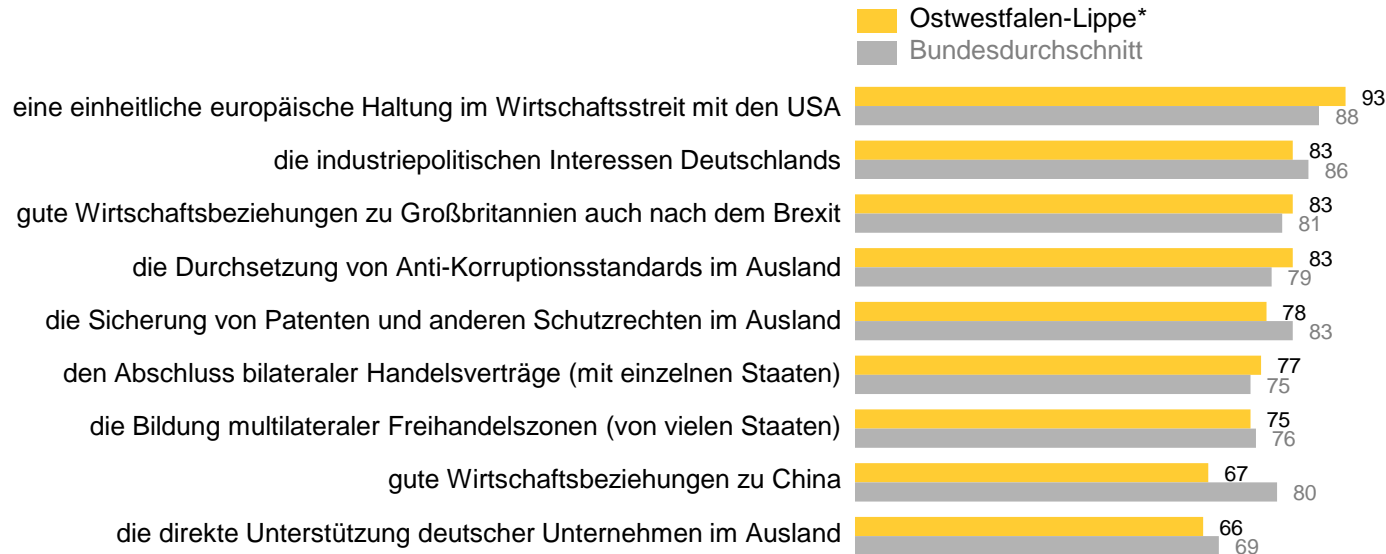
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler

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=57 befragte Unternehmen, Achtung: geringe Stichprobe

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 Ostwestfalen-Lippe insbesondere für das Verhältnis zu den USA und der Beziehung zu Großbritannien, ebenso wie für das Verhältnis zu China, außerdem für die Durchsetzung von Anti-Korruptionsstandards im Ausland und die Sicherung von Patentrechten.

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=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl

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 Ostwestfalen-Lippe 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

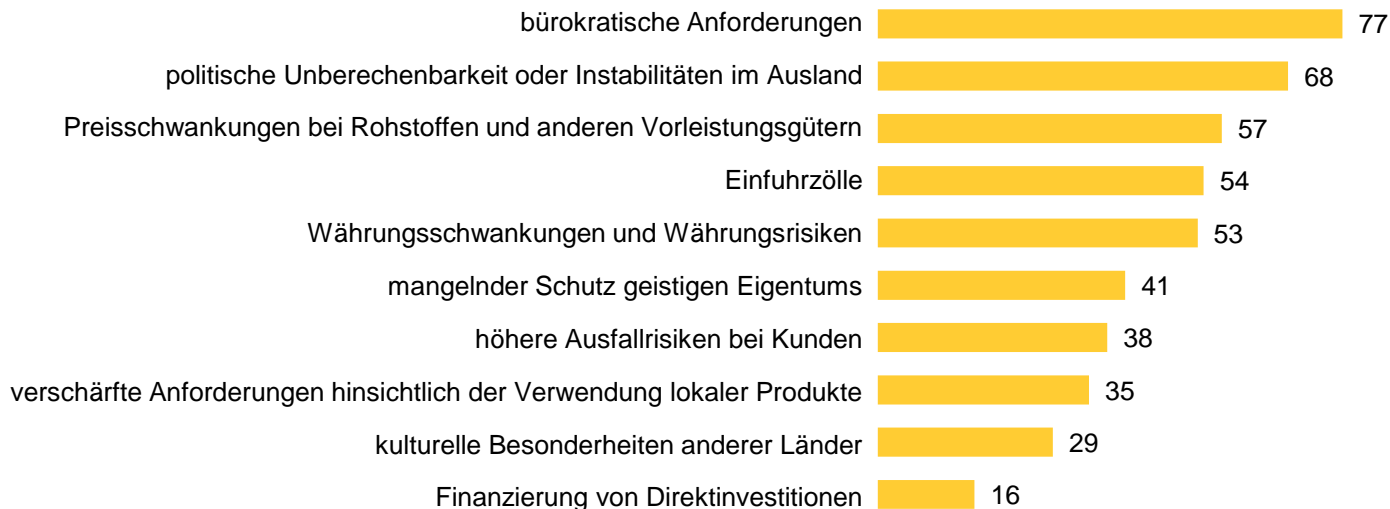
Angaben in Prozent

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 (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 %).

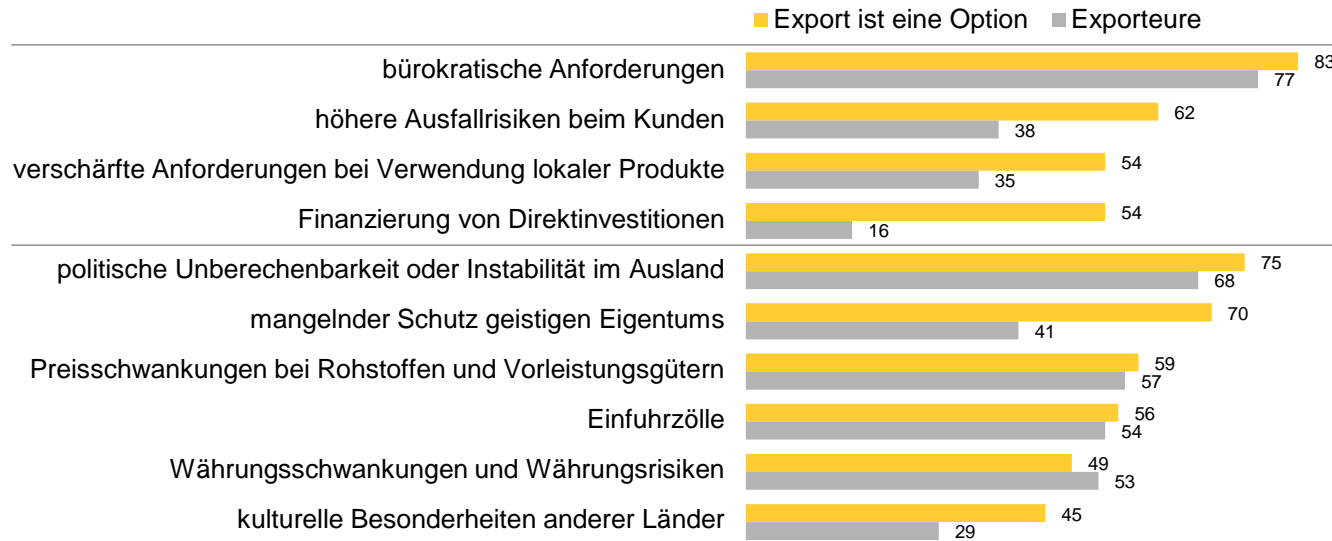
Probleme mit **Einfuhrzöllen** haben v. a. die Ernährungsindustrie (76 %) und der Maschinenbau (71 %), außerdem Unternehmen mit Standorten in China (81 %), den USA (70 %) oder Großbritannien (71 %).

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.

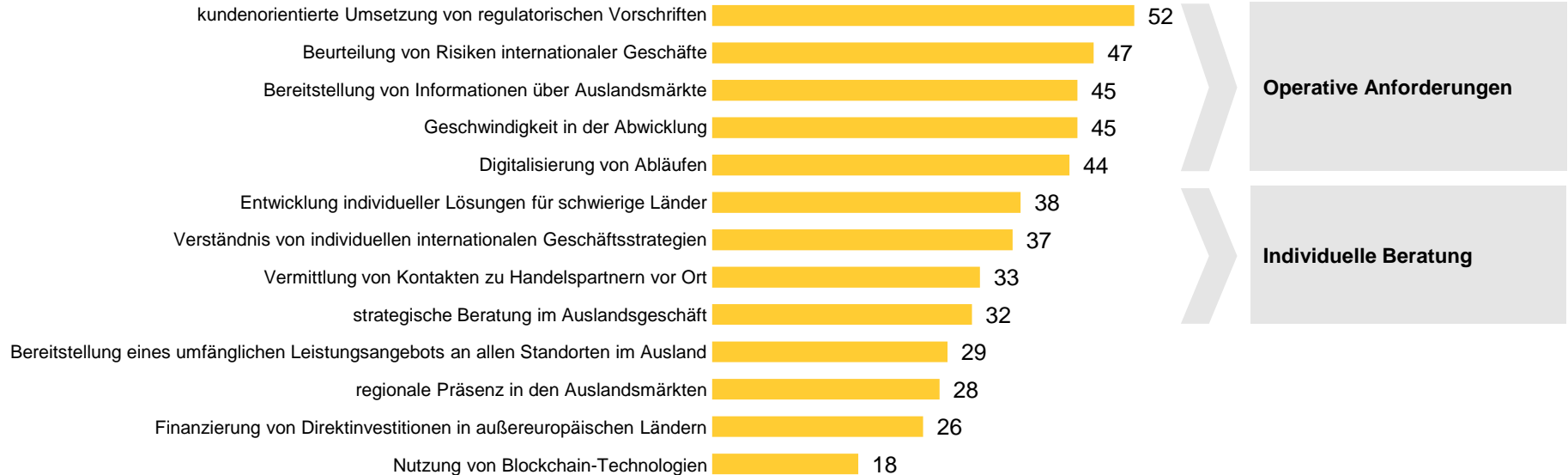
Angaben in Prozent

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

Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



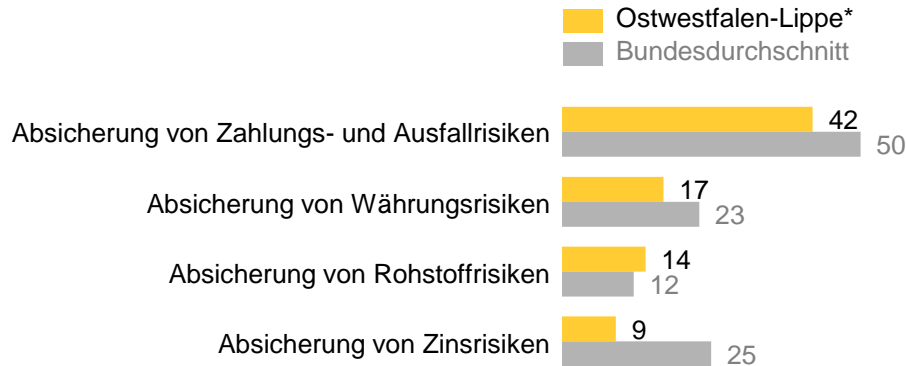
Angaben in Prozent

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 eingesetzt. Im Mittelpunkt steht die Absicherung von Zahlungs- und Ausfallrisiken (42 %), eher selten die häufig beklagten Währungsrisiken (17 %) und Rohstoffrisiken (14 %).

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=57 befragte Unternehmen, *Trendergebnis aufgrund geringer Fallzahl