



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

Ergebnisse für Rheinland-Pfalz und das Saarland

# Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland

- › **Regionale Stichprobe:**  
115 Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland
- › **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



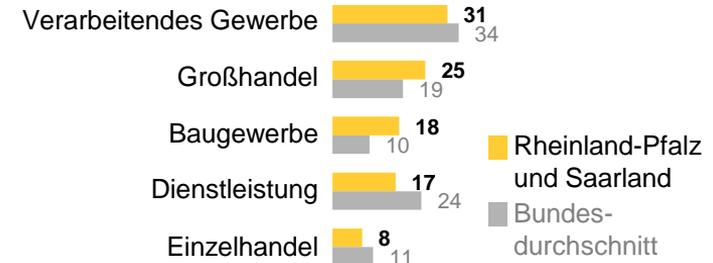
Die Darstellung greift auf einige bundesweite Ergebnisse zurück, soweit Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht regionalisiert werden können.

## Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

Stichprobe	regional	bundesweit
2 bis 15 Mio. €	43 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	57 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	15 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=115 befragte Unternehmen

# Die Ergebnisse für Rheinland-Pfalz und das Saarland im Überblick

## Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In Rheinland-Pfalz und im Saarland exportieren 60 % der Unternehmen, die Region liegt damit deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt von 52%.
- › 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. Die Unternehmen sind aber oft auch in Ländern mit unsicherer wirtschaftspolitischer Entwicklung engagiert. Großbritannien hat für die Region eine überdurchschnittliche hohe Bedeutung, jedes dritte Unternehmen exportiert dorthin. Weitere Märkte sind die USA, China, die Türkei und Brasilien.
- › Die Unternehmen sind auch in der Beschaffung und als Zulieferer stark in den internationalen Handel eingebunden.

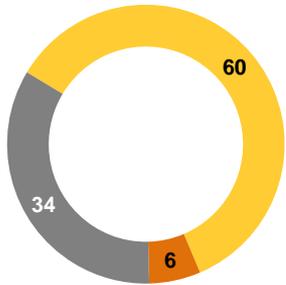
## Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Handelskonflikte belasten die Wirtschaft in Rheinland-Pfalz und im Saarland etwas seltener als im Bundesdurchschnitt; die Auswirkungen lokaler Krisen hängen dabei stark von Branche und Geschäftsmodell ab.
- › Die Unternehmen aus der Region sind hingen besonders häufig betroffen von der Dieselkrise der Automobilindustrie (52 %) und den Folgen des Klimawandels (40 %).
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von den Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland 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 Rheinland-Pfalz und dem Saarland ist das Verhältnis zu den USA, China und Großbritannien wichtig, aber noch häufiger klassische Themen wie Patentsicherung und Anti-Korruptionsstandards im Ausland.

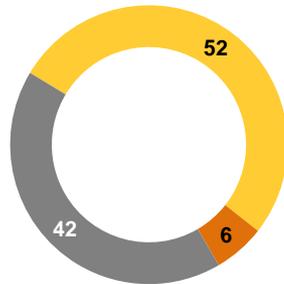
# 60 % der Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland exportieren, Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

## Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



**Rheinland-Pfalz und Saarland**



**Bundesdurchschnitt**

60 % der Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland exportieren. Die Region liegt damit über dem Bundesdurchschnitt.

Nur 6 % der Unternehmen planen die Aufnahme von Auslandsgeschäften.

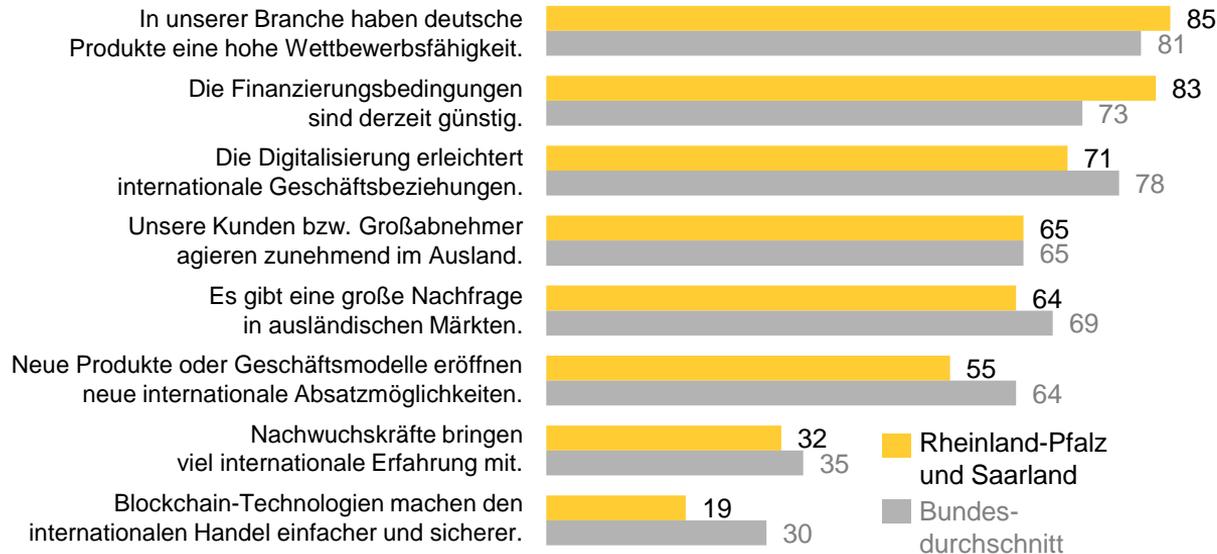
Nicht im Diagramm: Der Anteil von exportierenden Unternehmen ist im Bundesdurchschnitt unverändert, so der Vergleich mit 2007 und 2013.

Der Branchenvergleich (bundesweite Daten) zeigt, dass insbesondere das verarbeitende Gewerbe international ausgerichtet 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=115 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: 85 % der exportierenden Unternehmen aus der Region berichten, dass deutsche Produkte eine hohe Wettbewerbsfähigkeit haben und im Ausland stark nachgefragt werden (64 %).

Für die Internationalisierung spricht auch, dass Großabnehmer zunehmend im Ausland agieren (65 %). Darüber hinaus erleichtert die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen (71 %).

83 % der Exporteure empfinden die Finanzierungsbedingungen derzeit zudem 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=73 befragte Unternehmen

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

## Absatzmärkte (Basis alle Unternehmen)

	Bundes- durch- schnitt	Rheinland-Pfalz und Saarland
nur Deutschland	48	40
Euroraum (ohne Deutschland)	47	52
speziell Italien	26	24
Schweiz	37	32
Großbritannien	29	35
Russland	18	11
USA	22	15
Kanada	14	11
China	22	16
Türkei	18	15
Japan	14	11
Indien	13	10
Brasilien	12	14
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=115 befragte Unternehmen

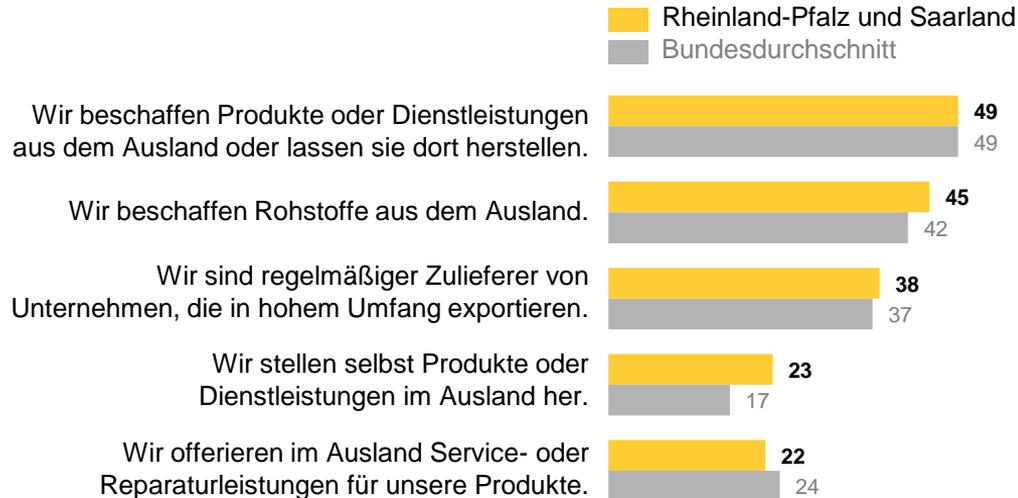
Von allen Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland setzen (wie schon geschildert) weniger als die Hälfte nur in Deutschland ab. 52 % der Exporteure verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen im Euroraum. Die Schweiz ist einer der stärksten Absatzmärkte (32 %). Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des deutschen Mittelstands.

Viele Unternehmen setzen in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Italien (24 %), den USA (15 %), China (16 %), Russland (11 %), der Türkei (15 %) und Brasilien (14 %).

Großbritannien hat für die Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland eine überdurchschnittlich hohe Bedeutung als Absatzmarkt: 35 % der Unternehmen exportieren dorthin.

# Starke internationale Verflechtung auch in der Beschaffung und als Zulieferer von exportierenden Großunternehmen

## Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit



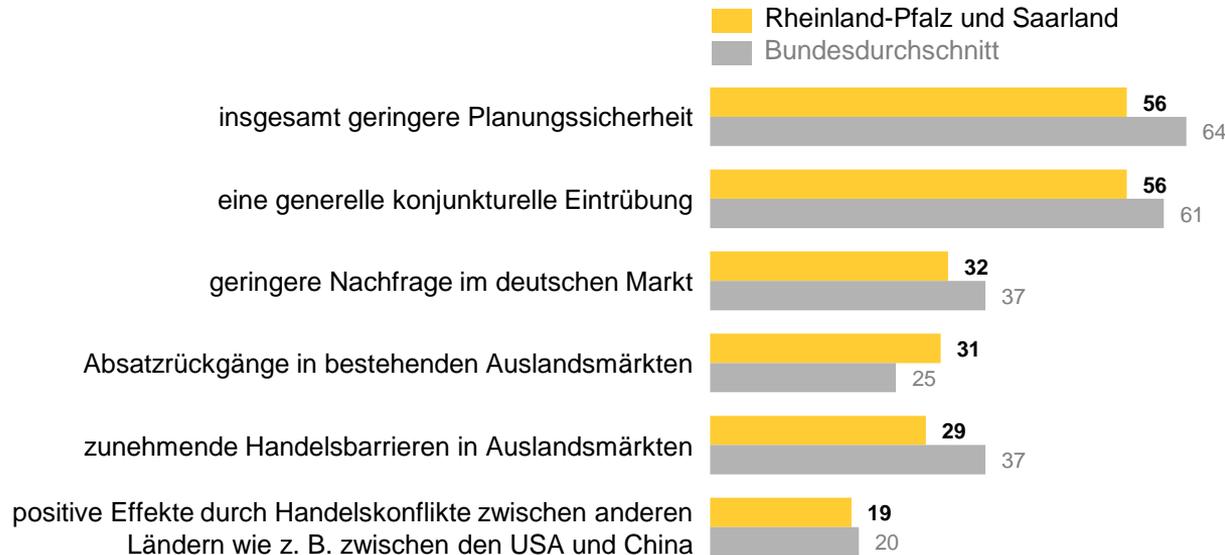
Die Unternehmen sind nicht nur im Absatz, sondern auch in der Beschaffung und als Zulieferer stark in den internationalen Handel eingebunden.

In Rheinland-Pfalz und dem Saarland beschaffen 49 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland. 45 % beziehen Rohstoffe aus dem Ausland und 38 % sind Zulieferer von Unternehmen, die im hohen Umfang exportieren.

Angaben in Prozent  
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“  
 Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=115 befragte Unternehmen

# Unternehmen befürchten abnehmende Planungssicherheit und konjunkturelle Eintrübung

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



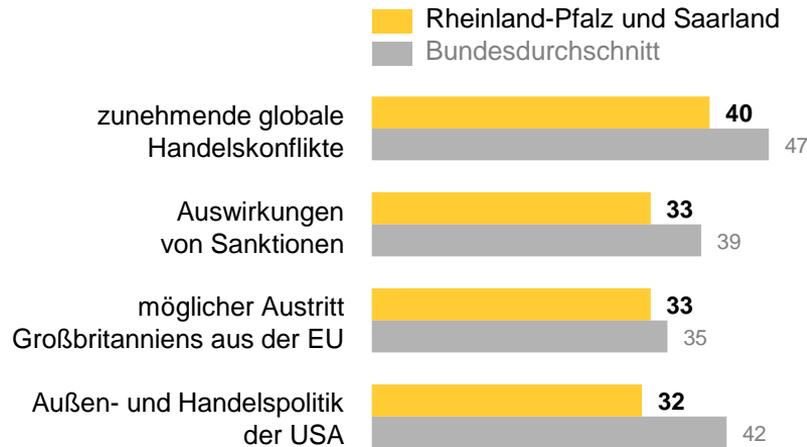
56% der Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland befürchten abnehmende Planungssicherheit und eine konjunkturelle Eintrübung. Sie sind damit häufig, aber etwas seltener besorgt als der Bundesdurchschnitt. Knapp ein Drittel erwartet Einbrüche bei der Nachfrage im deutschen Markt (32 %).

Weitere bundesweite Daten (nicht im Diagramm): Auch 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=115 befragte Unternehmen

# Politische Handelskonflikte treffen die Unternehmen etwas seltener, allerdings stark abhängig von internationaler Aufstellung, Branche und Geschäftsmodell

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



Die Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland sind von aktuellen politischen Ereignissen etwas seltener als andere Regionen betroffen. Dennoch befürchten immerhin 40 % der Unternehmen negative Auswirkungen von Handelskonflikten, sowie Sanktionen (33 %) und dem Brexit (33 %).

Bundesweite Daten: 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

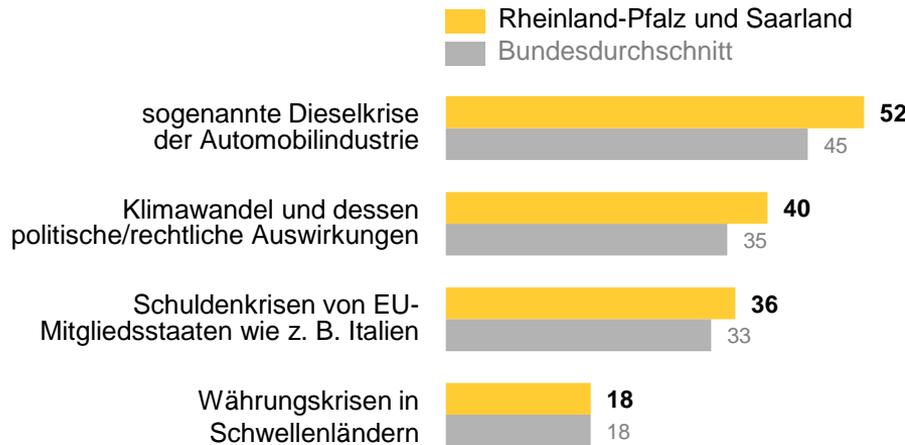
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=115 befragte Unternehmen

# Dieselkrise und der Klimawandel haben bei Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland besonders oft negative Auswirkungen

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



Ein großes Thema in Rheinland-Pfalz und dem Saarland ist die Dieselkrise der Automobilindustrie. 52 % der Unternehmen geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Auch der Klimawandel wirkt sich überdurchschnittlich oft negativ aus (40 %). Die Region ist von beiden Entwicklungen besonders betroffen. Die Gründe 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 Standort in Schwellenländern fürchten mindestens zur Hälfte Währungskrisen vor Ort.

Angaben in Prozent

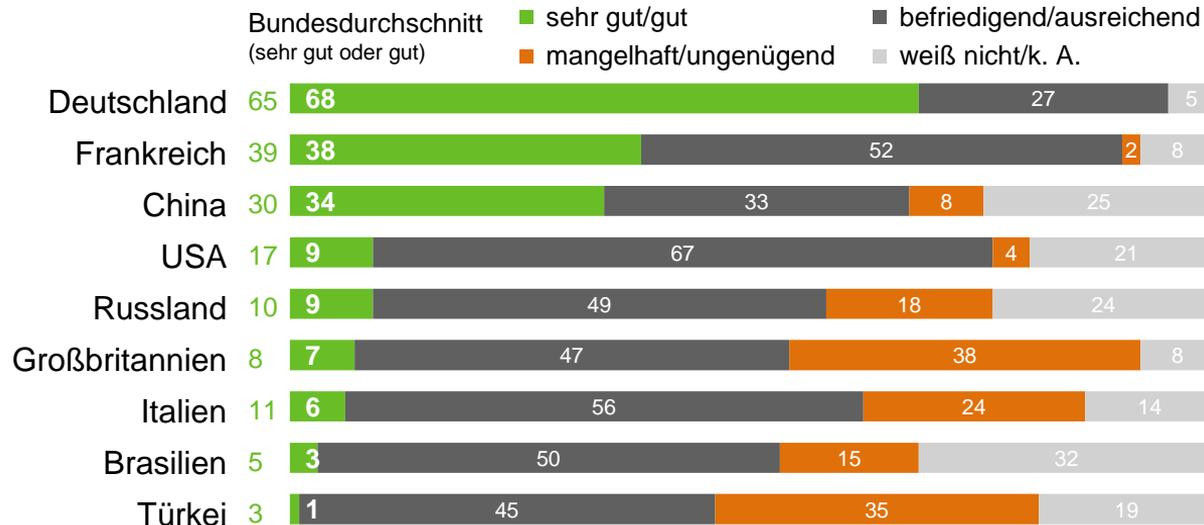
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=115 befragte Unternehmen

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

## Bewertung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen ausgewählter Länder



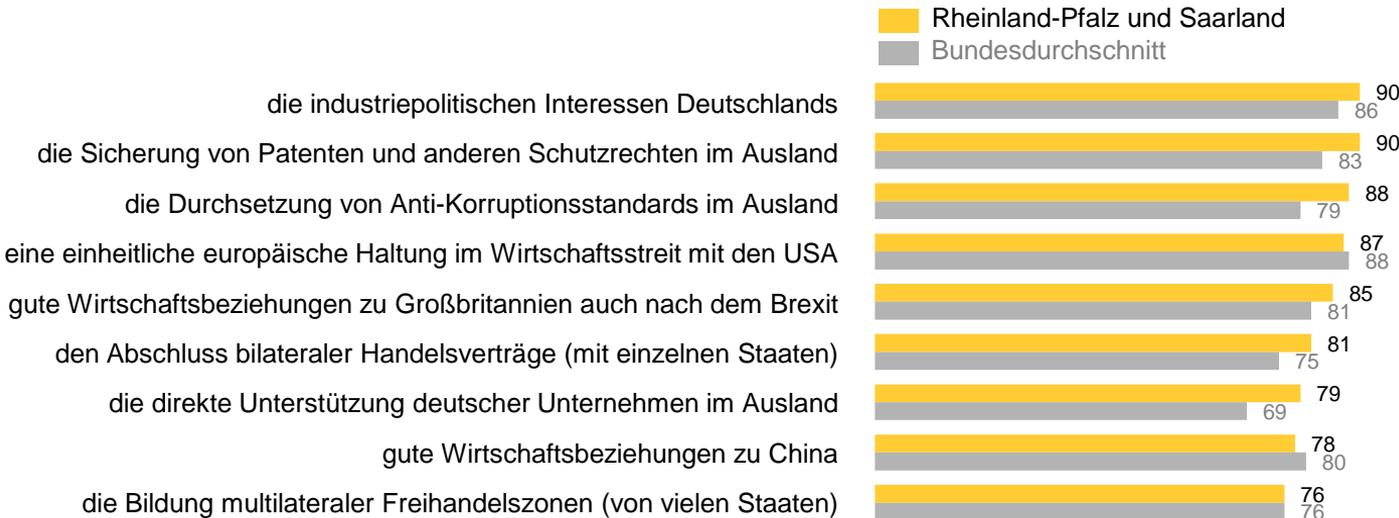
Im Vergleich ausgewählter Länder schneidet Deutschland mit Abstand am besten ab: 68 % der Unternehmen bewerten die Rahmenbedingungen hier als gut oder sehr gut.

Bemerkenswert ist, dass die USA und Großbritannien, obgleich etablierte Volkswirtschaften, auch aus Sicht der Unternehmen aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland 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=115 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 aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland erwarten, dass sich die Politik intensiver für die deutschen Interessen einsetzt. Etwas seltener als der Bundesdurchschnitt fordern sie eine einheitliche europäische Haltung.

Dies gilt in Rheinland-Pfalz und dem Saarland vor allem für das Verhältnis zu den USA, China und Großbritannien, 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=115 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 der Region) vergleichsweise selten zur Absicherung der oft beklagten Währungs- und Rohstoffrisiken 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. €	Im Größenvergleich
Wir erschließen neue Auslandsmärkte.	48	45	55	65	<b>Expansive Ausrichtung:</b> Größere Unternehmen erschließen häufiger neue Auslandsmärkte als kleine Unternehmen (plus 20 Prozentpunkte), auch in Schwellenländern (plus 25 Punkte).
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	<b>Fokussierung im Absatzmarkt:</b> 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).
Wir fokussieren uns stärker auf den EU-Binnenmarkt.	41	44	33	25	
Wir ziehen uns aus einzelnen Auslandsmärkten zurück.	11	9	17	22	

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	<b>Eher expansiv:</b> 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	<b>Eher fokussiert:</b> 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



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

### Nicht im Diagramm:

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

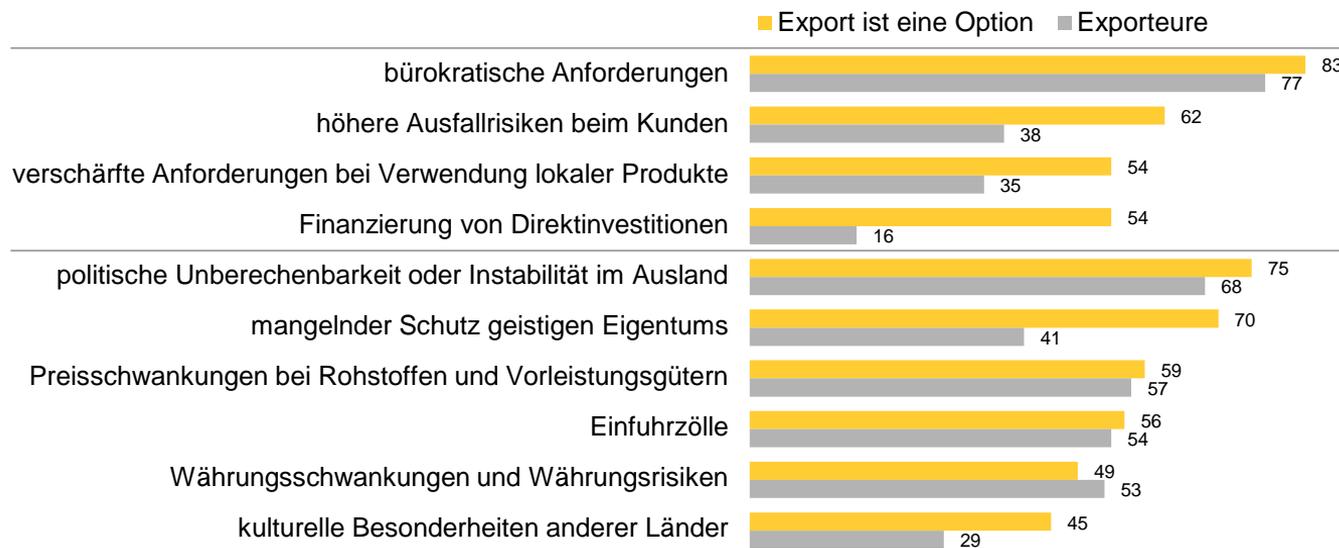
Die Ernährungs- und Genussmittelindustrie hat häufiger Probleme mit Preisschwankungen bei **Rohstoffen** oder Vorleistungsgütern (86 %).

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**.

# 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.

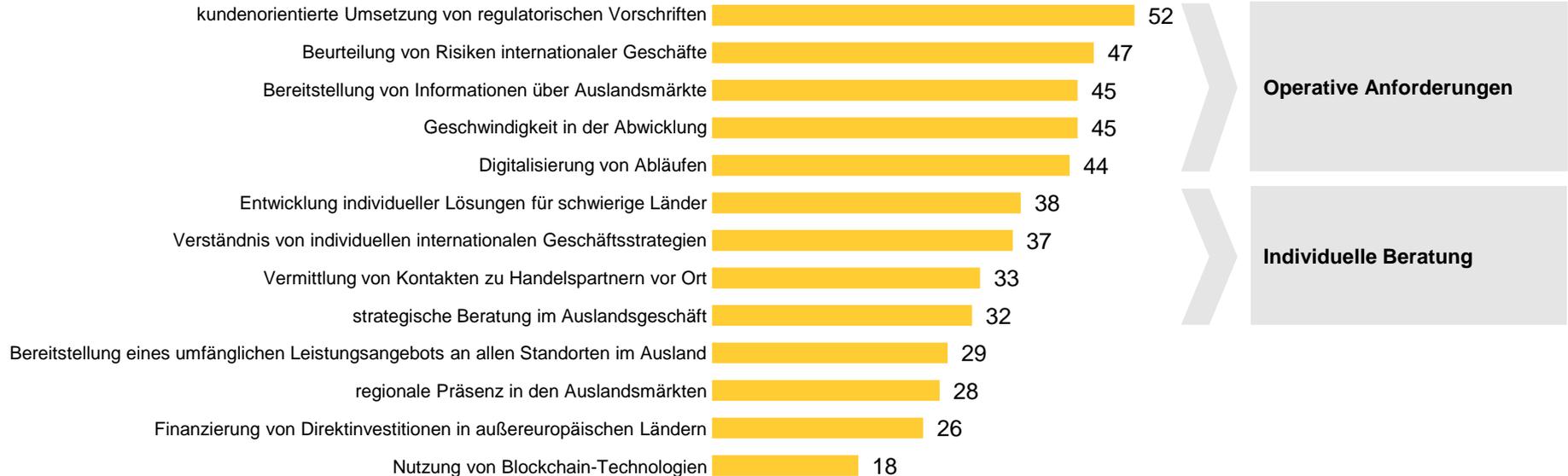
Angaben in Prozent

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



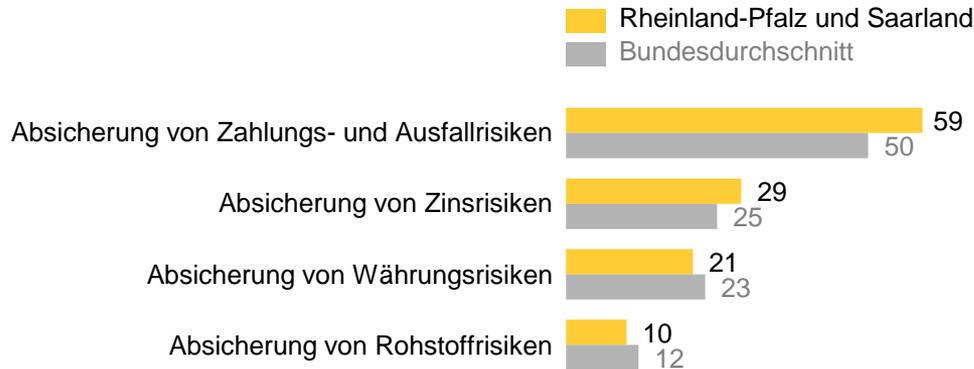
Angaben in Prozent

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

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

## Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung werden von den Unternehmen nicht durchweg eingesetzt. Im Mittelpunkt steht die die Absicherung von Zahlungs- und Ausfallrisiken (59 %), danach Zinsrisiken (29 %). Die oft beklagten Währungsrisiken (21 %) und Rohstoffrisiken (10 %) werden seltener abgesichert.

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=115 befragte Unternehmen