



Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für Metall- und Elektroindustrie

Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Metall- und Elektroindustrie

- › **Branchen-Stichprobe:**
128 Unternehmen aus Metall- und Elektroindustrie
- › **Gesamtstichprobe:**
2.000 Unternehmen, im Folgenden „Mittelstand (gesamt)“
- › **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

	Metall- und Elektroindustrie	Mittelstand (gesamt)
2 bis 15 Mio. €	34 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	82 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	12 Unternehmen	240 Unternehmen

Für Aussagen zur Gesamtstichprobe wurde die Stichprobe repräsentativ zur Umsatzsteuerstatistik gewichtet.

Die Ergebnisse für die Metall- und Elektroindustrie im Überblick

<p>Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit</p>	<p>Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In der Metall- und Elektroindustrie exportieren drei Viertel der Unternehmen, die Branche liegt damit deutlich über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt. Internationalisierung hat starke Treiber: Deutsche Produkte sind international wettbewerbsfähig und gefragt, die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig. Die Exporteure aus der Metall- und Elektroindustrie setzen durchweg im Euroraum ab, haben ihre Absatzmärkte aber überdurchschnittlich oft in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung, wie z. B. in Großbritannien (50 %), Italien (39 %), den USA (30 %), China (39 %), Russland (28 %) und der Türkei (28 %).</p>
<p>Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen</p>	<p>Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Die Branche ist stark betroffen: Handelsbarrieren, Handelskonflikte, Sanktionen, regionale Krisen und der Brexit treffen die Metall- und Elektroindustrie in besonderem Maße. Die Dieselkrise wirkt sich hingegen nicht überdurchschnittlich negativ aus. Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von der Branche schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China.</p>
<p>Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen</p>	<p>Die Unternehmen passen ihre Internationalisierungsstrategien den veränderten Rahmenbedingungen an. Die Branche reagiert dabei eher konservativ: 43 % erschließen neue Auslandsmärkte, 21 % auch in Schwellenländern, eine Mehrheit von 54 % setzt auf den deutschen Markt. 40 % wollen dem EU-Binnenmarkt künftig einen höheren Stellenwert geben. Die Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie sind vergleichsweise seltener innovativ oder verbreitern ihre Angebotspalette, um ihre Internationalisierung zu stärken. Sie konzentriert sich häufiger auf Kernprodukte, halten (wie alle Unternehmen) Preise sowie Kosten im Blick und digitalisieren.</p>
<p>Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik</p>	<p>Die Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie sind mit ihren Bankpartnern recht zufrieden. Banken sind als Unterstützer bei operativen Themen gefragt: vor allem bei der Umsetzung regulatorischer Vorschriften und der Risikobewertung. Darüber hinaus wird noch bessere individuelle strategische Beratung erwartet, insbesondere in schwierigen Ländern. Finanzinstrumente helfen Risiken zu minimieren und Erträge zu steigern, werden aber recht selten zur Absicherung von Preisschwankungen genutzt. Die Politik soll sich intensiver für die Interessen deutscher Unternehmen einsetzen, vor allem im Verhältnis zu den wichtigen Handelspartnern USA, Großbritannien und China.</p>

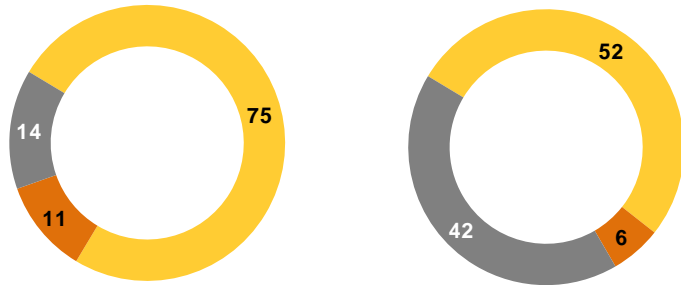
Agenda

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik

Drei Viertel der Unternehmen aus der Metall- und Elektroindustrie exportieren, Internationalisierungsgrad ist seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



Metall- und Elektroindustrie

Mittelstand (gesamt)

Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=128 befragte Unternehmen

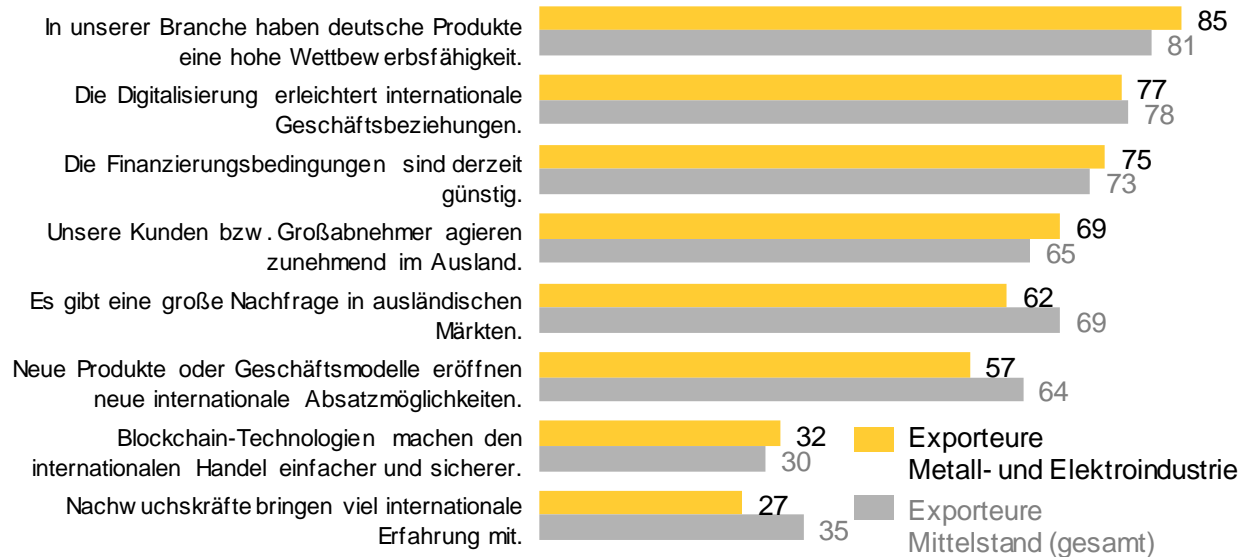
75 % der Unternehmen aus der Metall- und Elektroindustrie setzen Produkte im Ausland ab. Die Branche ist erwartungsgemäß stark exportorientiert. Ihr Internationalisierungsgrad liegt deutlich über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt (52 %).

Für 11 % der Unternehmen ist die Aufnahme von Auslandsgeschäften eine Option, 14 % sind rein auf den deutschen Binnenmarkt fokussiert.

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

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 Exporteure aus der Metall- und Elektroindustrie berichten, dass ihre Produkte sehr wettbewerbsfähig sind und im Ausland stark nachgefragt werden (62 %).

Für Internationalisierung spricht außerdem, dass die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen erleichtert (77 %), die Finanzierungsbedingungen günstig sind (75 %) und Großabnehmer zunehmend im Ausland agieren (69 %).

In neuen Produkten oder Geschäftsmodellen sehen nur 57 % der Unternehmen – und damit weniger als im Branchenvergleich – Potenzial.

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, Branchen-Stichprobe n=110 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Die Metall- und Elektroindustrie ist vorwiegend im Euroraum aktiv, hat Absatzmärkte aber auch in Regionen mit einer unsicheren wirtschaftspolitischen Entwicklung

Absatzmärkte (Basis alle Unternehmen)

	Mittelstand (gesamt)	Metal- und Elektroindustrie
nur Deutschland	48	25
Euroraum (ohne Deutschland)	47	68
speziell Italien	26	39
Schweiz	37	56
Großbritannien	29	50
Russland	18	28
USA	22	30
Kanada	14	21
China	22	39
Türkei	18	28
Indien	13	28
Japan	14	20
Afrika	13	20
Brasilien	12	13

Angaben in Prozent
 Frage 7A: „Welche der folgenden Länder bzw. Regionen sind Absatzmärkte für Ihr Unternehmen?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=128 befragte Unternehmen

Von allen Unternehmen aus der Metall- und Elektroindustrie setzen (wie schon geschildert) 25 % ausschließlich in Deutschland ab.

75 % exportieren generell, 68 % in den Euroraum. Die Schweiz ist ein weiterer häufig genannter Absatzmarkt (56 %). Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen.

Die Metall- und Elektroindustrie setzt dabei überdurchschnittlich oft in Ländern mit unsicherer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Großbritannien (50 %), Italien (39 %), den USA (30 %), China (39 %), Russland (28 %) der Türkei (28 %).

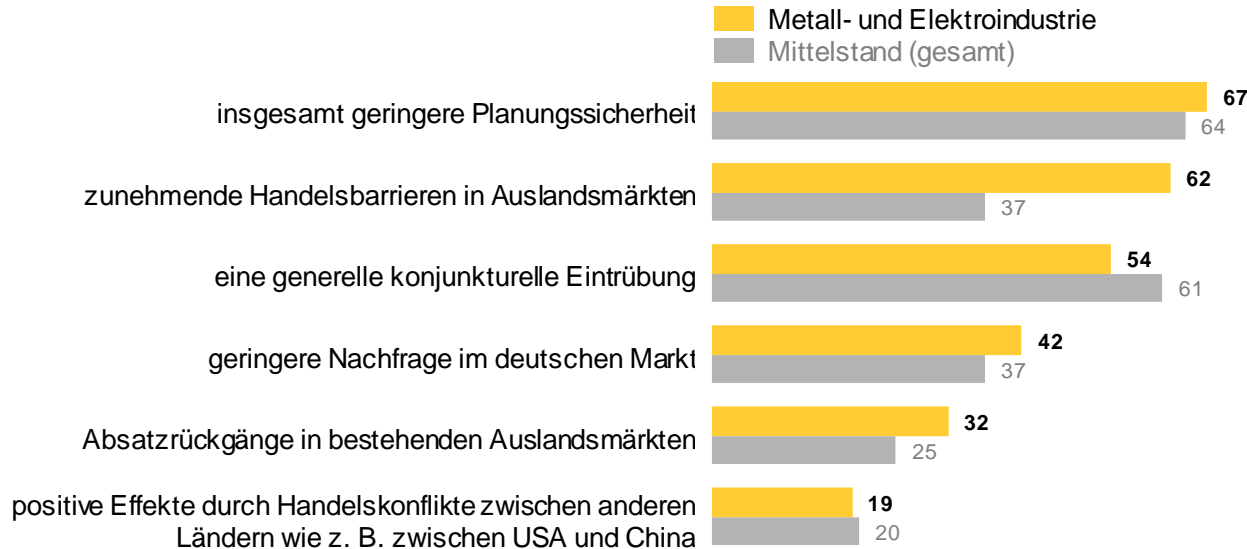
Die exportabhängige Branche ist damit von sich verändernden Rahmenbedingungen besonders stark betroffen.

Agenda

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik

Unternehmen befürchten abnehmende Planungssicherheit, zunehmende Handelsbarrieren und in der Folge auch Absatzrückgänge in Auslandsmärkten

Zu erwartende Entwicklungen für die nächsten ein bis zwei Jahre



Zwei Drittel der Unternehmen aus der Metall- und Elektroindustrie gehen davon aus, dass die Planungssicherheit in den nächsten ein bis zwei Jahren abnehmen wird.

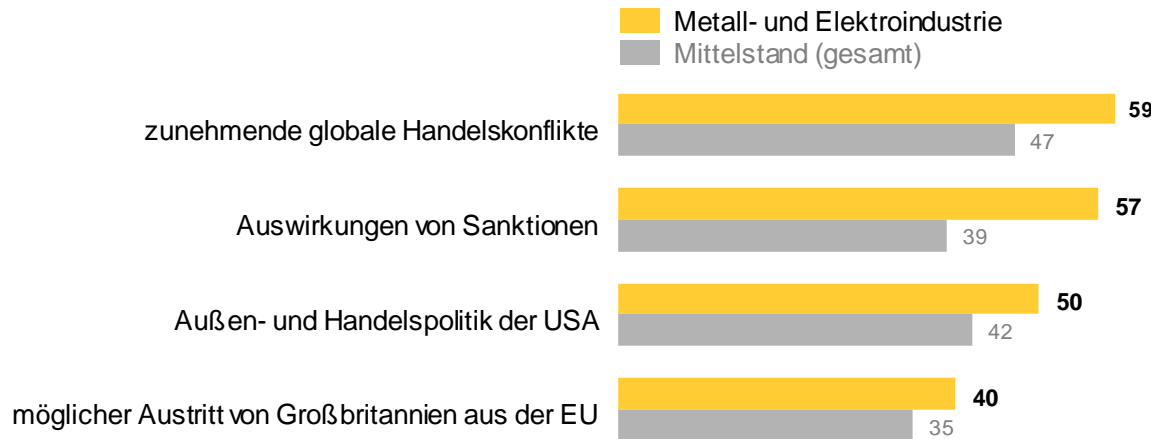
Die Unternehmen der Branche sind mehr als andere besorgt; 62 % fürchten Handelsbarrieren (plus 25 Prozentpunkte im Vergleich zur Gesamtwirtschaft) und 32 % in der Folge auch Absatzrückgänge in den bestehenden Auslandsmärkten.

Die Zeichen stehen auf Internationalisierung: 42 % erwarten einen weiteren Nachfrage-rückgang im deutschen Binnenmarkt. 19 % gehen davon aus, dass Handelskonflikte zwischen anderen Ländern Chancen für deutsche Unternehmen mit sich bringen.

Angaben in Prozent
 Frage 3: „Rechnet Ihr Unternehmen für die nächsten ein bis zwei Jahre mit den folgenden Entwicklungen?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=128 befragte Unternehmen

Politische Handelskonflikte, Sanktionen und lokale Krisen treffen überdurchschnittlich viele Unternehmen in der Metall- und Elektroindustrie

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



Die aktuellen geopolitischen Turbulenzen treffen die Metall- und Elektroindustrie besonders stark.

Mehr als jedes zweite Unternehmen (59 %) berichtet, dass sich globale Handelskonflikte direkt negativ auf die eigenen Geschäfte auswirken (werden). Überdurchschnittlich viele Unternehmen bemerken negative Auswirkungen von Sanktionen (57 %, plus 18 Prozentpunkte zum Gesamtdurchschnitt) sowie der Außen- und Handelspolitik der USA (50 %).

40 % der Unternehmen rechnen mit negativen Auswirkungen des Brexits. Exporteure nach UK sind noch öfter betroffen (nicht im Diagramm).

Angaben in Prozent

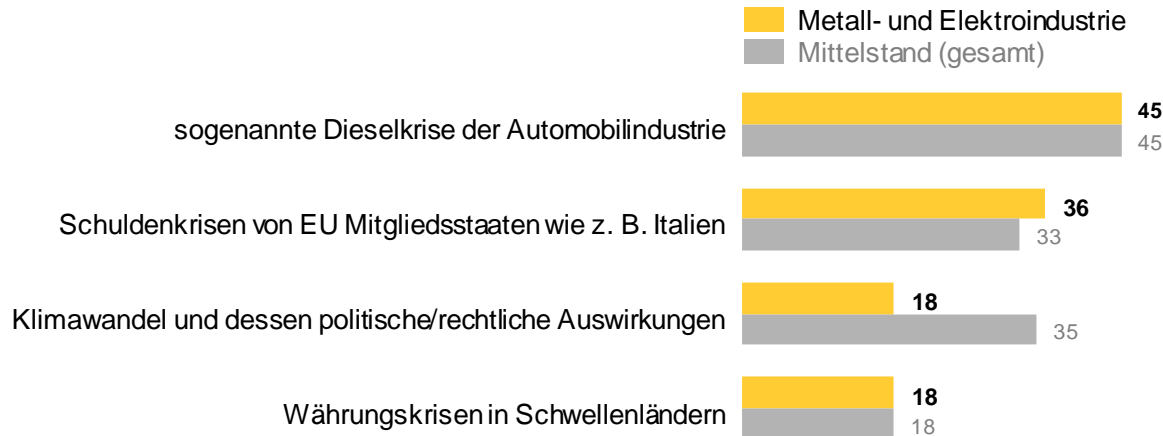
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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

Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=128 befragte Unternehmen

Die Dieselkrise bedroht 45 % der Unternehmen aus der Metall- und Elektroindustrie, der Klimawandel hat für die Branche selten negative Auswirkungen

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



Die Dieselkrise der Automobilindustrie bedroht die Metall- und Elektroindustrie zwar nicht häufiger als im gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt, aber doch 45 % bemerken Auswirkungen. Der Klimawandel hat eine vergleichsweise geringere Bedeutung (18 %).

Die exportabhängige Branche fürchtet etwas häufiger als der gesamtwirtschaftliche Durchschnitt Schuldenkrisen von EU-Staaten (36 %). 18 % rechnen mit Währungskrisen in Schwellenländern.

Angaben in Prozent

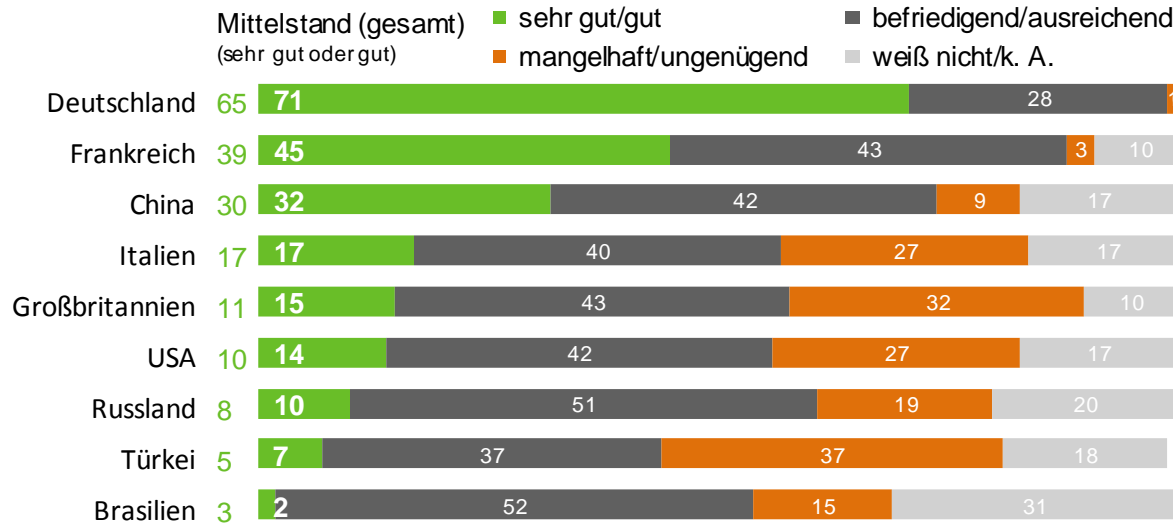
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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

Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=128 befragte Unternehmen

Paradigmenwechsel bei Beurteilung der Handelspartner: Metall- und Elektroindustrie bewertet die Rahmenbedingungen im einstigen Schwellenland China als gut bis sehr gut

Bewertung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen ausgewählter Länder



Im Vergleich ausgewählter Länder schneidet Deutschland mit Abstand am besten ab: 71 % der Unternehmen bewerten die Rahmenbedingungen als gut oder sehr gut. Die Branche scheint besonders zufrieden.

Bemerkenswert ist, dass die USA und Großbritannien, obgleich etablierte Volkswirtschaften, weiter hinten im Ranking stehen (hinter China und auch Italien), auch aus Sicht der Unternehmen aus Metall- und Elektroindustrie.

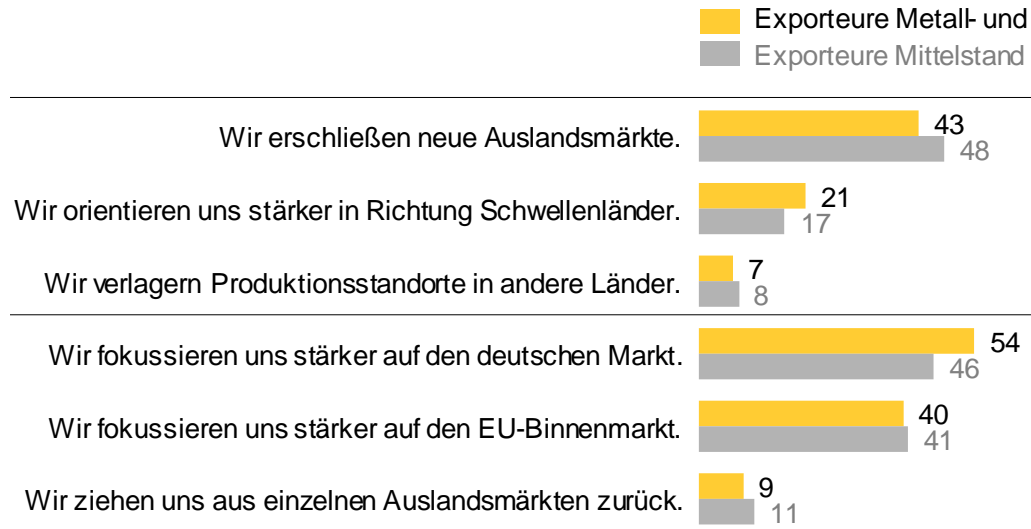
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler
 Frage 4: „Wie bewerten Sie aus Sicht eines deutschen Unternehmens die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den folgenden Ländern?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=128 befragte Unternehmen

Agenda

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 **Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen**
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik

Branche reagiert eher konservativ: 43 % der Unternehmen diversifizieren in weitere Länder, 54 % konzentrieren sich stärker auf den deutschen Markt

Anpassungen der Auslandsaktivitäten bei exportierenden Unternehmen



Die Exporteure aus Metall- und Elektroindustrie verändern ihre Absatzstrategien, reagieren dabei konservativer als die Unternehmen anderer Branchen. 43 % erschließen neue Auslandsmärkte, 21 % auch in Schwellenländern. 54 % fokussiert sich auf den deutschen Markt. 40 % wollen dem EU-Binnenmarkt künftig einen höheren Stellenwert geben.

Nicht im Diagramm: Der Größenvergleich auf Basis gesamtwirtschaftlicher Daten zeigt zumindest Tendenzen: Größere Unternehmen gehen expansiver vor und setzen häufiger auf Markterschließung, kleinere Unternehmen fokussieren sich häufiger auf den deutschen oder den EU-Binnenmarkt.

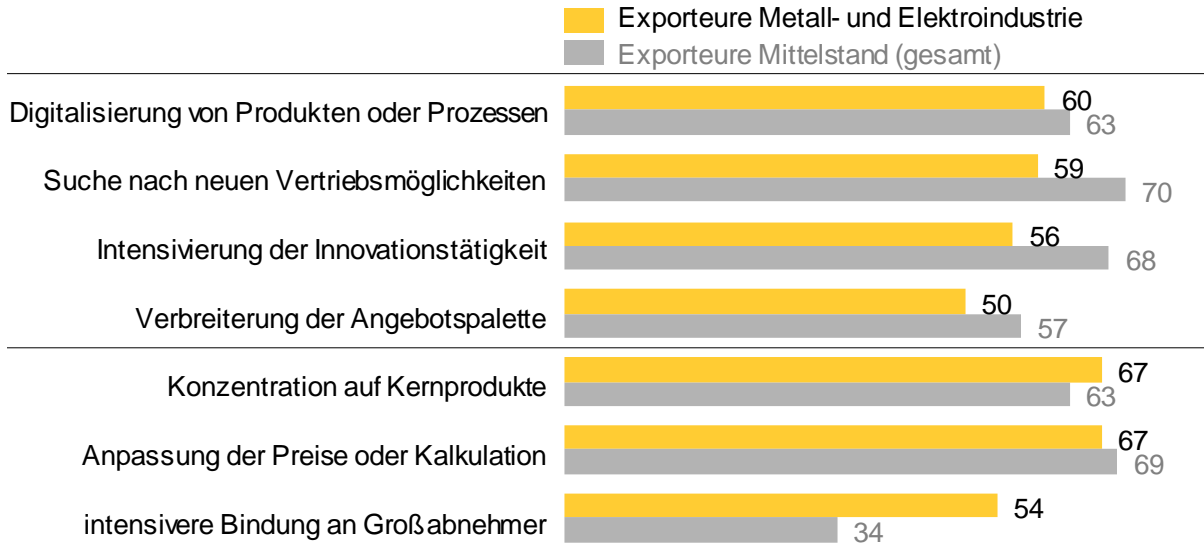
Angaben in Prozent

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

Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=110 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Die Metall- und Elektroindustrie fokussiert mehrheitlich Kernprodukte und setzt vergleichsweise selten auf Innovation und Diversifizierung

Veränderungen der Geschäftsstrategie bei exportierenden Unternehmen



Eher zurückhaltend sind auch die Anpassungen der weiteren Geschäftsstrategie. Die Metall- und Elektroindustrie setzt vergleichsweise selten auf Innovation (56 %) oder eine Verbreiterung der Angebotspalette (50 %). Sie konzentriert sich häufiger auf Kernprodukte und hält dabei (wie alle Unternehmen) Preise und Kosten im Blick (67 %), aber auch die Digitalisierung (60 %).

Nicht im Diagramm: Auch hier zeigt der Größenvergleich (gesamtwirtschaftliche Daten), dass die größeren Unternehmen expansiver eingestellt sind (Innovation und Diversifizierung). Der kleinere Mittelstand konzentriert sich hingegen häufiger auf seine Kernprodukte.

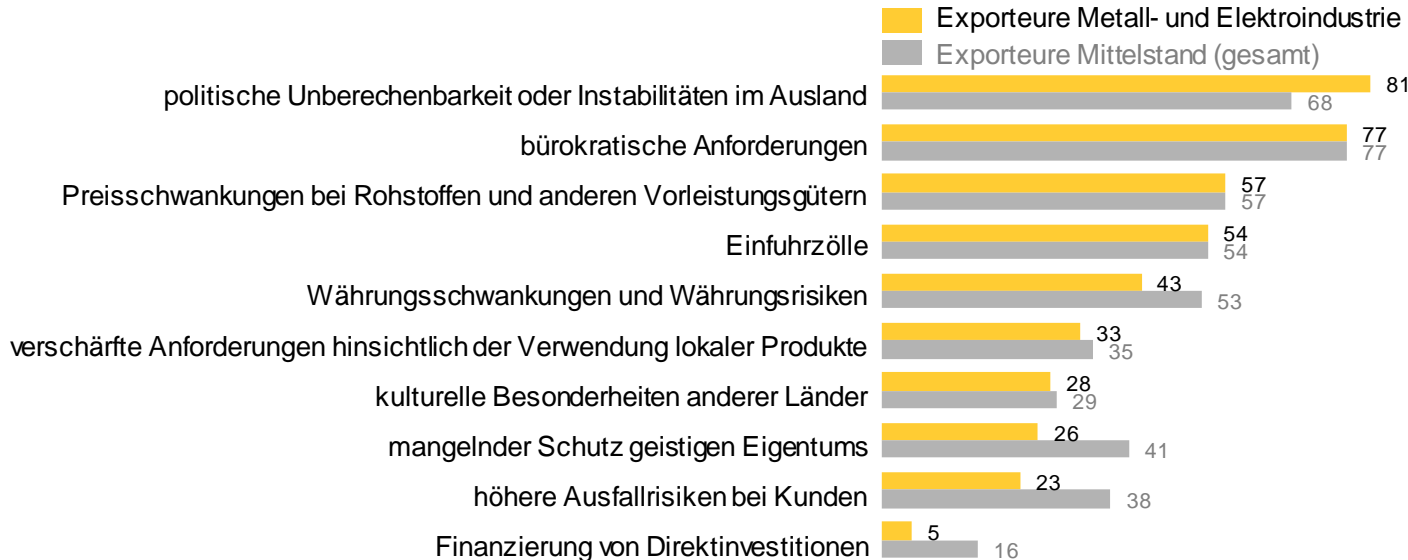
Angaben in Prozent

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

Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=110 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Unternehmen kämpfen besonders oft mit politischer Instabilität, außerdem mit Bürokratie. Kulturelle Herausforderungen sind seltener spürbar

Probleme im internationalen Geschäft bei exportierenden Unternehmen



Im Auslandsgeschäft bereiten politische Instabilität (81 %), Bürokratie (77 %) und Einfuhrzölle (54 %) Probleme. Die Branche beklagt außerdem schwankende Rohstoffpreise (57 %) und – etwas seltener – Währungsrisiken (43 %).

Kulturelle Herausforderungen und Besonderheiten sind seltener spürbar (28 %).

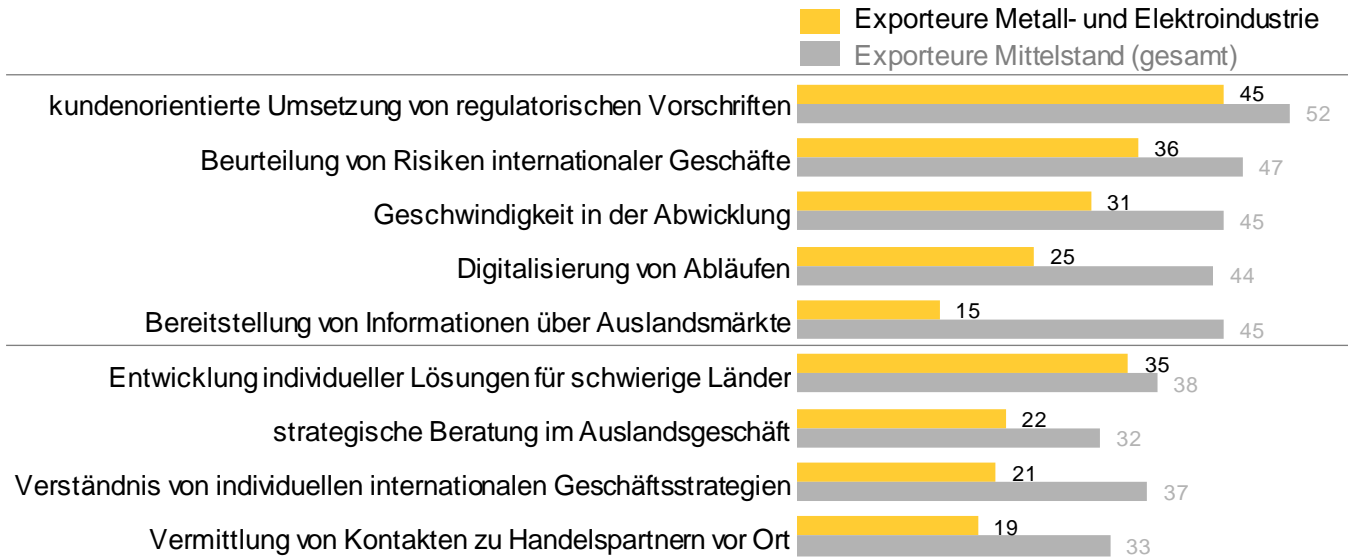
Angaben in Prozent
 Frage 10A: „Wo liegen für Ihr Unternehmen derzeit Risiken, Probleme oder Barrieren im Auslandsgeschäft?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=110 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Agenda

- 1 Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit
- 2 Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen
- 3 Agilität zählt: Strategien der exportierenden Unternehmen
- 4 Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik

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



Die Branche ist mit ihren Bankpartnern **überdurchschnittlich zufrieden** und meldet vergleichsweise selten Verbesserungsbedarf an.

Operative Unterstützung zählt, aus Branchensicht v. a. bei der Umsetzung regulatorischer Vorschriften (45 %) und der Beurteilung von Risiken (36 %).

Bessere individuelle Beratung ist den Unternehmen insbesondere bei der Entwicklung von Lösungen für schwierige Länder wichtig (35 %).

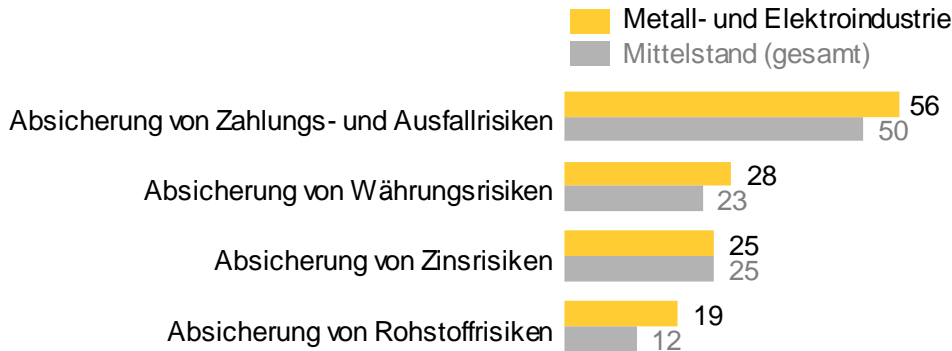
Angaben in Prozent

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

Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Branchen-Stichprobe n=110 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Nicht alle Unternehmen minimieren ihre Risiken durch Finanzmanagement, Metall- und Elektroindustrie fokussiert Ausfall- und Zahlungsrisiken

Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung werden von der exportorientierten Metall- und Elektroindustrie überdurchschnittlich oft, allerdings nicht durchweg eingesetzt. Im Mittelpunkt stehen dabei Zahlungs- und Ausfallsrisiken (56 %), eher selten die häufig beklagten Risiken durch schwankende Rohstoffpreise (19 %).

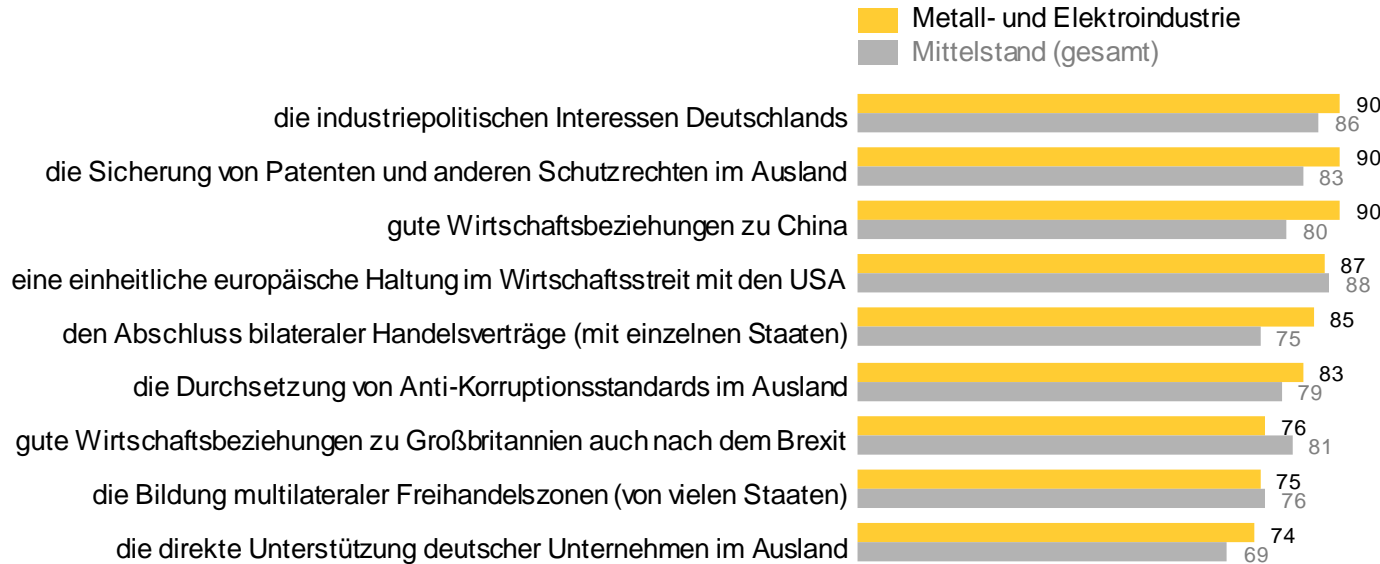
Nicht im Diagramm (gesamtwirtschaftliche Daten): Der Vergleich mit besonders zufriedenen Exporteuren* zeigt, dass die Instrumente durchaus zu einer guten Rentabilität beitragen können. Ihr Nutzen wird offenbar häufig unterschätzt.

*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, Branchen-Stichprobe n=128 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 insbesondere für das Verhältnis zu den USA, wie auch zu Großbritannien und China, aber auch für 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: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Branchen-Stichprobe n=128 befragte Unternehmen