



Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für den großen Mittelstand (über 100 Mio. € Jahresumsatz)

Repräsentativität für Unternehmen aus dem großen Mittelstand

- › **Größen-Stichprobe:**
240 Unternehmen über 100 Mio. € Jahresumsatz, im Folgenden „großer Mittelstand“
- › **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

Die Darstellung greift auf einige gesamtwirtschaftliche Ergebnisse zurück, sowie Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht größenspezifisch ausgewertet werden können.

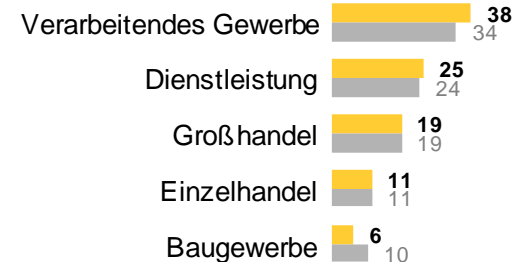
Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

2 bis 15 Mio. €	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	240 Unternehmen

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

Branchenverteilung

■ großer Mittelstand
■ Mittelstand (gesamt)



Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe
 Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen,
 regionale Stichprobe n=240 befragte Unternehmen

Die Ergebnisse für den großen Mittelstand im Überblick

<p>Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit</p>	<p>Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. Mehr als zwei Drittel der Unternehmen mit einem Umsatz über 100 Millionen Euro exportieren ins Ausland. Große Unternehmen exportieren deutlich häufiger als der Mittelstand im Durchschnitt. Dieses hohe Maß an Internationalisierung hat starke Treiber: Deutsche Produkte sind auf der ganzen Welt wettbewerbsfähig und gefragt – nicht zuletzt, weil Unternehmen ihre Angebotspalette ständig erneuert. Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen und die Finanzierungsbedingungen sind günstig. Große, exportierende Mittelständler nutzen vor allem den Euroraum als Absatzmarkt. Interessanterweise exportieren sie aber auch überdurchschnittlich oft in Ländern mit unsicherer wirtschaftspolitischer Entwicklung, wie Großbritannien (49 %), Italien (49 %), China (46 %), den USA (45 %), Russland (41 %), der Türkei (38 %) und Brasilien (35 %).</p>
<p>Bewegte Zeiten: wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen</p>	<p>Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Große Mittelständler sind überdurchschnittlich häufig besorgt: Handelsbarrieren, Handelskonflikte, regionale Krisen und der Brexit treffen sie in besonderem Maße. Klimawandel und Dieselkrise wirken sich insgesamt nicht negativer aus als bei kleineren Unternehmen, machen spezifischen Branchen aber deutlich häufiger Probleme. Ein Paradigmenwechsel ist bei der Beurteilung der Handelspartner beobachtbar: Die etablierten Volkswirtschaften und langjährigen Handelspartner USA und Großbritannien werden 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. Der große Mittelstand geht dabei deutlich expansiver vor als die kleineren Unternehmen. Er setzt vor allem auf Innovation, Digitalisierung und internationale Diversifizierung – auch in Schwellenländer. Vergleichsweise seltener fokussieren sich diese Unternehmen auf ihre Kernprodukte sowie auf den deutschen oder europäischen Binnenmarkt. Die Herausforderungen im Auslandsgeschäft für den großen Mittelstand sind vor allem politische Instabilitäten, bürokratische Anforderungen sowie schwankende Rohstoffpreise und Wechselkurse.</p>
<p>Unterstützung gewünscht: Bankpartner und Politik</p>	<p>Banken sind als Unterstützer bei operativen Themen gefragt: vor allem bei der Digitalisierung von Abläufen, der Umsetzung regulatorischer Vorschriften und der Risikobewertung. Darüber hinaus erwarten große Mittelständler individuelle Beratung bei der Strategieentwicklung und insbesondere im Geschäft mit schwierigen Ländern. Finanzinstrumente helfen Risiken zu minimieren und Erträge zu steigern, sie werden von den großen Unternehmen vergleichsweise oft zur Absicherung von Zahlungs-, Zins- und Währungsrisiken genutzt, aber seltener bei Rohstoffrisiken. Die Politik ist gefragt, wenn es darum geht, den Unternehmen auf internationaler Bühne den Rücken zu stärken: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen, vor allem im Verhältnis zu den wichtigen Handelspartnern USA, Großbritannien und China.</p>

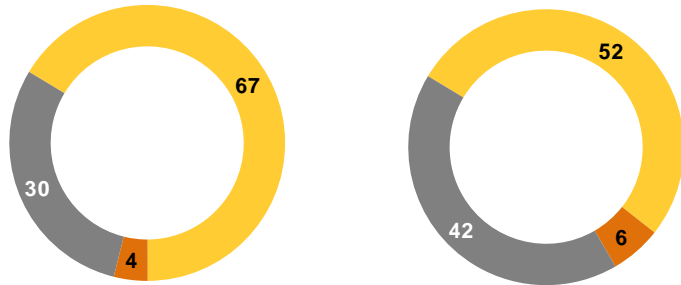
Agenda

- 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

67 % der Unternehmen aus dem großen Mittelstand exportieren, Internationalisierungsgrad ist seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



großer Mittelstand

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, Größen-Stichprobe n=240 befragte Unternehmen

67 % der Unternehmen aus dem großen Mittelstand verkaufen Produkte und Dienstleistungen ins Ausland. Die großen Unternehmen sind erwartungsgemäß exportorientierter als der mittelständische Durchschnitt (plus 15 Prozentpunkte).

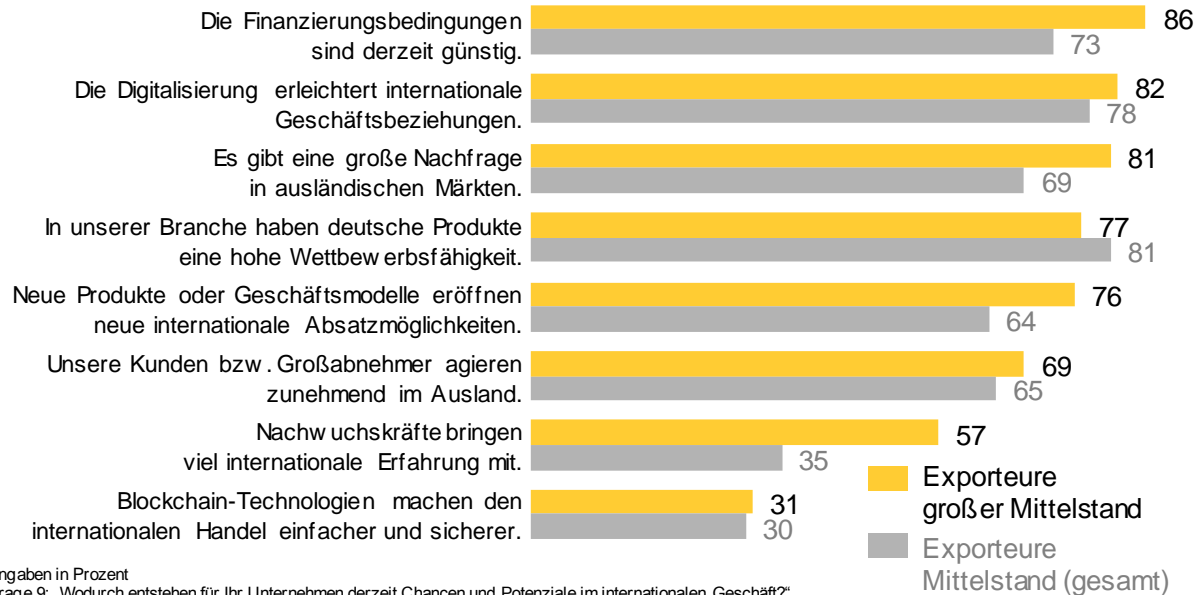
Nur wenige Unternehmen, die bisher nur den deutschen Binnenmarkt bedienen, planen Auslandsgeschäfte. Für 4 % ist dies zumindest eine Option.

30 % der großen Unternehmen sind rein auf den deutschen Binnenmarkt fokussiert und haben nicht vor, dies zu ändern.

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

Starke Treiber für mehr Internationalisierung: hohe Wettbewerbsfähigkeit und Nachfrage im Ausland, Digitalisierung und gute Finanzierungsbedingungen

Chancen und Potenziale der Internationalisierung aus Sicht von exportierenden Unternehmen



Aus Sicht der großen Unternehmen gibt es starke Treiber für den internationalen Handel.

Für Internationalisierung spricht, dass die Finanzierungsbedingungen günstig sind, so 86 % der großen Exporteure. Darüber hinaus erleichtert die fortschreitende Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen (82 %).

77 % der Exporteure berichten, dass deutsche Produkte äußerst wettbewerbsfähig sind und im Ausland stark nachgefragt werden (81 %).

Großabnehmer sind selbst zunehmend im Ausland aktiv (69 %). Die großen Unternehmen verfügen außerdem besonders häufig über Nachwuchskräfte mit internationaler Erfahrung (57 %).

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, Größen-Stichprobe n=147 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Großer Mittelstand ist vorwiegend im Euroraum aktiv, hat Absatzmärkte aber sehr oft auch in Regionen mit einer unsicheren wirtschaftspolitischen Entwicklung

Absatzmärkte (Basis alle Unternehmen)

	Mittelstand (gesamt)	großer Mittelstand
nur Deutschland	48	33
Euroraum (ohne Deutschland)	47	63
speziell Italien	26	49
Schweiz	37	52
Großbritannien	29	49
Russland	18	41
USA	22	45
Kanada	14	36
China	22	46
Türkei	18	38
Japan	14	31
Indien	13	31
Brasilien	12	35
Afrika	13	36

Angaben in Prozent

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

Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Größen-Stichprobe n=240 befragte Unternehmen

Von allen großen Unternehmen in der Untersuchung beschränken sich 33 % auf den Absatzmarkt Deutschland. 67 % exportieren. 63 % nutzen den Euroraum als Absatzmarkt. Die Schweiz ist für 52 % ein Absatzmarkt.

Große Mittelständler exportieren häufiger als kleinere Unternehmen in Ländern mit unsicherer wirtschaftspolitischer Entwicklung, wie Großbritannien (49 %), Italien (49 %), die USA (45 %), China (46 %), Russland (41 %), die Türkei (38 %) und Brasilien (35 %).

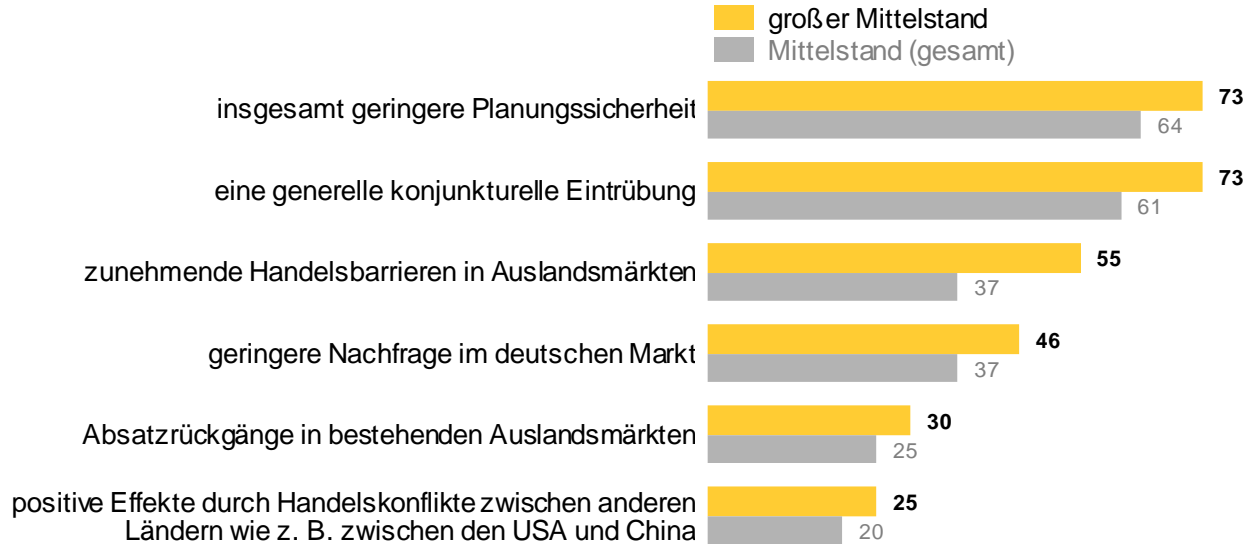
Große Unternehmen sind stärker als alle anderen von veränderten politischen Rahmenbedingungen dieser Wirtschaftsräume betroffen.

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

Der große Mittelstand ist besonders besorgt bezüglich abnehmender Planungssicherheit, konjunktureller Eintrübung und politischen Turbulenzen

Zu erwartende Entwicklungen für die nächsten ein bis zwei Jahre



Fast drei Viertel der Unternehmen aus dem großen Mittelstand gehen davon aus, dass die Planungssicherheit für die nächsten ein bis zwei Jahre abnehmen wird.

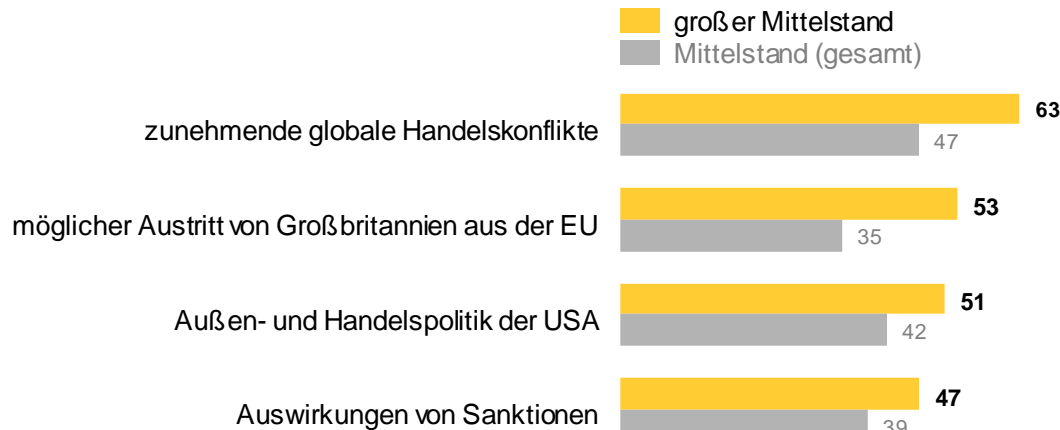
Überdurchschnittlich viele von ihnen rechnen mit konjunktureller Eintrübung (73 %), zunehmenden Handelsbarrieren (55 %) und in der Folge auch mit Absatzrückgängen in bestehenden Auslandsmärkten (30 %).

Der Mittelstand sieht auch positive Effekte: Jedes vierte große Unternehmen geht davon aus, dass Handelskonflikte zwischen anderen Ländern (z.B. den USA und China) 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, Größen-Stichprobe n=240 befragte Unternehmen

Politische Handelskonflikte, lokale Krisen und der Brexit treffen den großen Mittelstand überdurchschnittlich stark

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



Die aktuellen geopolitischen Turbulenzen treffen besonders viele Unternehmen im großen Mittelstand. 63 % der Unternehmen berichten, dass zunehmende globale Handelskonflikte sich bereits heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren negativ auf die eigene Geschäftstätigkeit auswirkt. Gleiches gilt für die aktuelle Außen- und Handelspolitik der USA (51 %). Schon spürbar oder zu erwarten sind außerdem die Folgen von Sanktionen (47 %). Große Unternehmen sehen öfter negative Auswirkungen politischer Ereignisse als der Durchschnitt im Mittelstand.

53 % der Unternehmen rechnen mit negativen Auswirkungen des Brexits. Zu beachten ist, dass die Exporteure nach Großbritannien noch deutlich häufiger betroffen sind (nicht im Diagramm).

Angaben in Prozent

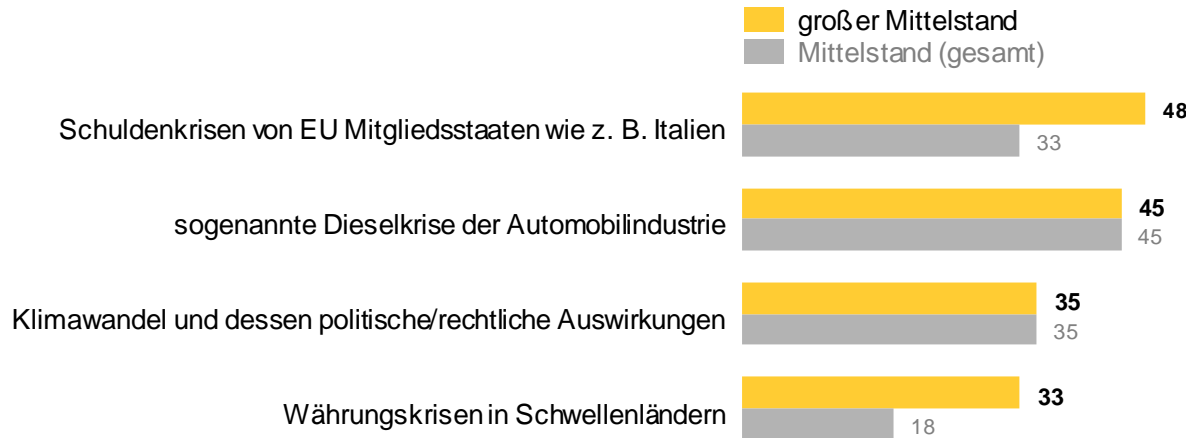
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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, Größen-Stichprobe n=240 befragte Unternehmen

Die Dieselkrise bedroht 45 % der Unternehmen des großen Mittelstands, der Klimawandel ein gutes Drittel, Schulden- und Währungskrisen sind überdurchschnittlich problematisch

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



45 % der großen Mittelständler fühlen sich von der globalen Dieselkrise der Automobilindustrie bedroht. Der Klimawandel hat für 35 % der Unternehmen heute schon oder in naher Zukunft Auswirkungen auf das Geschäft.

Die gesamtwirtschaftliche Analyse zeigt aber, dass einzelne Branchen wie Automobil und Verkehr (Dieselkrise) sowie die Ernährungsindustrie (Klimawandel) häufiger von diesen Entwicklungen betroffen sind.

Große Unternehmen sorgen sich, in weitaus stärkerem Maße als der mittelständische Durchschnitt, um Schuldenkrisen von EU-Staaten (48 %), sowie Währungskrisen in Schwellenländern (33 %).

Angaben in Prozent

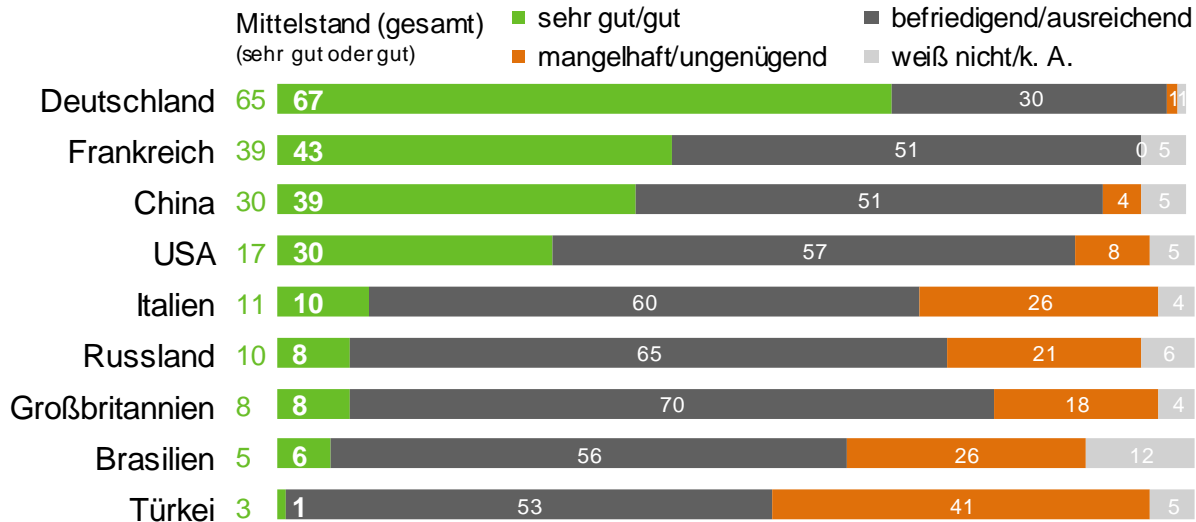
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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, Größen-Stichprobe n=240 befragte Unternehmen

Paradigmenwechsel bei Beurteilung der Handelspartner: Große Mittelständler bewerten Russland 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: 67 % des großen Mittelstands bewerten die Rahmenbedingungen als gut oder sehr gut. China liegt im Ranking der Länder mit guten Rahmenbedingungen auf Platz drei. Bemerkenswert ist, dass Großbritannien im Ranking der drittletzten Platz einnimmt.

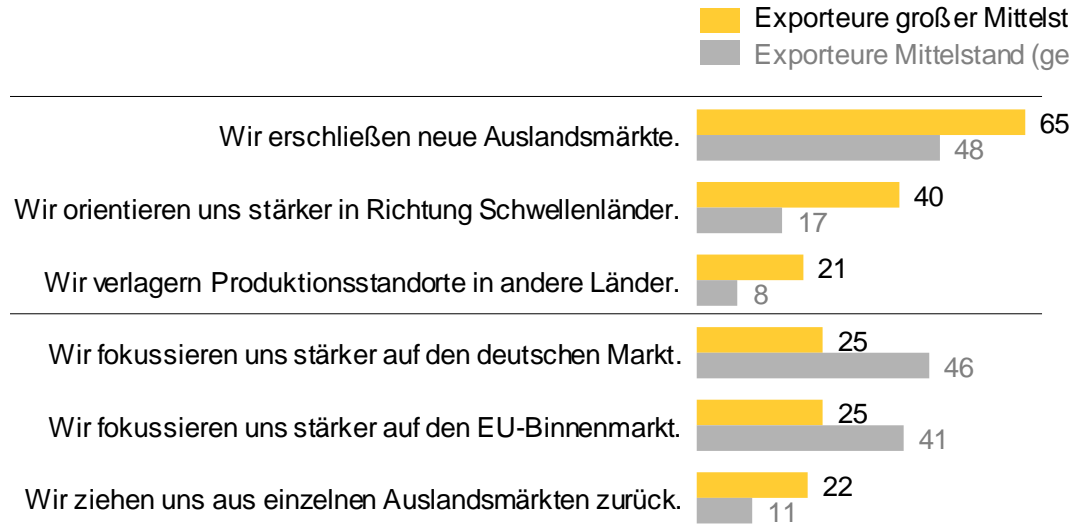
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler
 Frage 4: „Wie bewerten Sie aus Sicht eines deutschen Unternehmens die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den folgenden Ländern?“
 Basis: Mittelstand (gesamt) n=2.000 befragte Unternehmen, Größen-Stichprobe n=240 befragte Unternehmen

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

Großer Mittelstand reagiert eher expansiv: 65 % der Unternehmen diversifizieren in neue Märkte, 40 % auch in Schwellenländer

Anpassungen der Auslandsaktivitäten bei exportierenden Unternehmen



Die Exporteure aus dem großen Mittelstand verändern ihre Absatzstrategie und reagieren mehrheitlich expansiv. 65 % erschließen neue Auslandsmärkte, 40 % setzen auf Schwellenländer. Jeweils ein Viertel konzentriert sich auf den deutschen Markt und den EU-Binnenmarkt.

Größere Unternehmen setzen häufiger auf Markterschließung und Diversifizierung als kleinere. Der von den kleineren Unternehmen geprägte mittelständische Durchschnitt fokussiert häufiger den deutschen oder EU-Binnenmarkt.

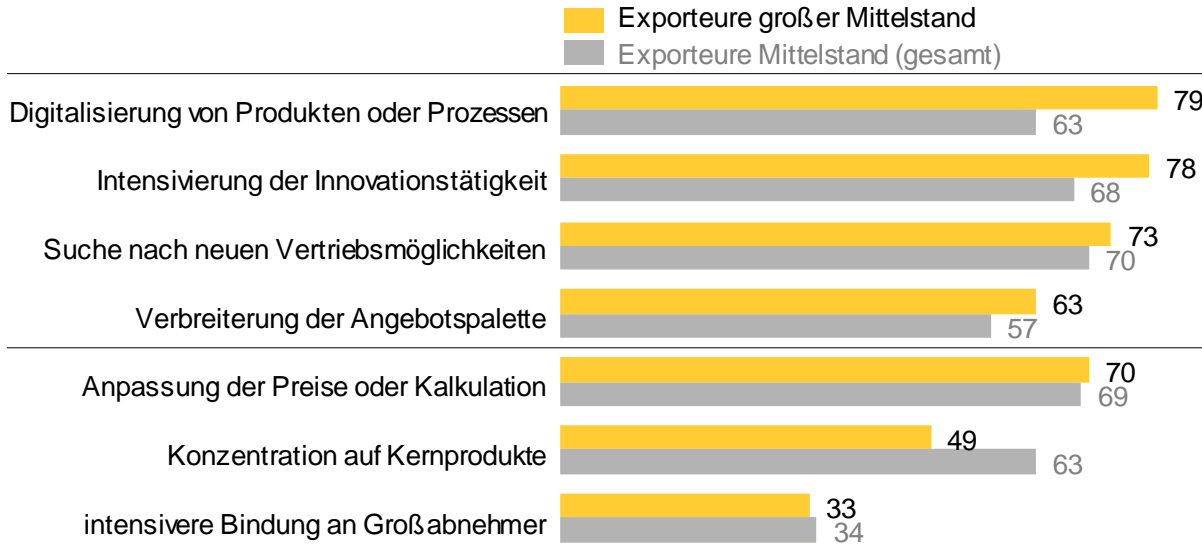
Angaben in Prozent

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, Größen-Stichprobe n=147 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Der große Mittelstand innoviert und digitalisiert mehrheitlich und überdurchschnittlich oft sein Portfolio, 49 % der Unternehmen konzentrieren sich auf Kernprodukte

Veränderungen der Geschäftsstrategie bei exportierenden Unternehmen



Eher expansiv sind auch die Anpassungen der Geschäftsstrategie. Der große Mittelstand setzt überdurchschnittlich oft auf Innovation (78 %), Digitalisierung (79 %) und Verbreiterung des Angebots (63 %). 70 % der Unternehmen passen ihre Preisstruktur an. 49 % der Unternehmen konzentrieren sich auf ihre Kernprodukte.

Auch hier zeigt der Größenvergleich, dass eine innovative und diversifizierende Strategie im Auslandsgeschäft mit der Unternehmensgröße korreliert. Kleinere Mittelständler konzentrieren sich häufiger auf ihre Kernprodukte.

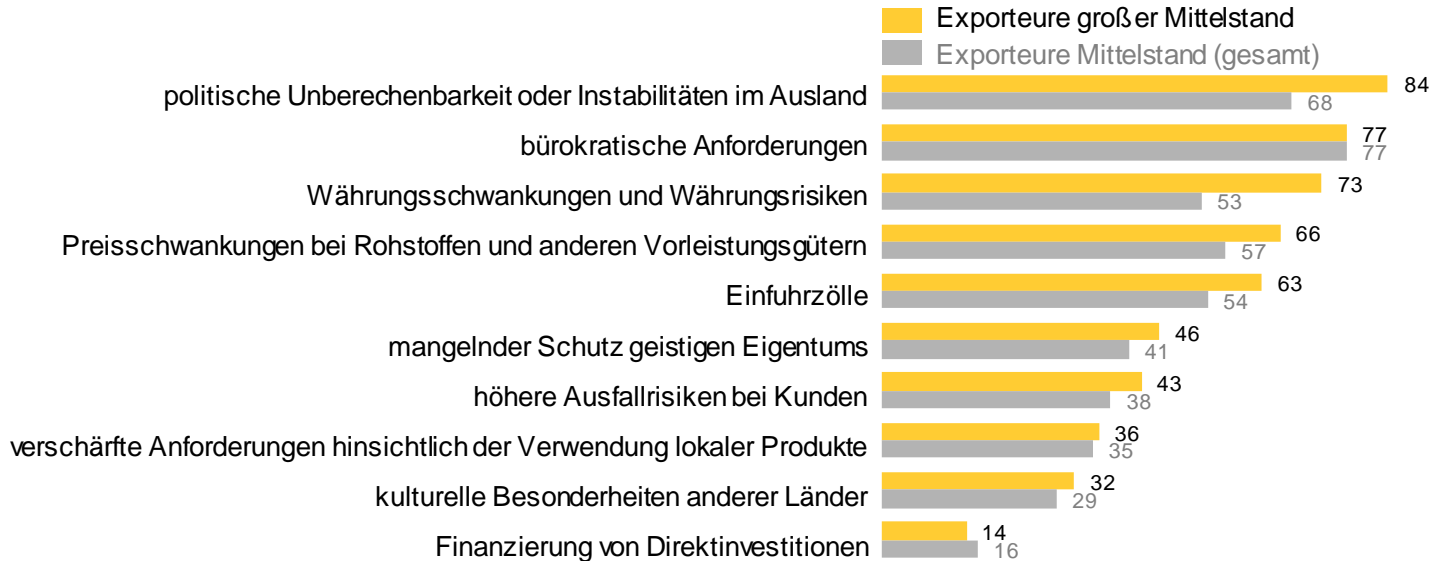
Angaben in Prozent

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, Größen-Stichprobe n=147 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Die großen Unternehmen kämpfen besonders oft mit bürokratischen Anforderungen, Zöllen und Instabilität; kulturelle Herausforderungen sind seltener spürbar

Probleme im internationalen Geschäft bei exportierenden Unternehmen



Im Auslandsgeschäft bereiten bürokratische Anforderungen (77 %), Zölle (63 %) und vor allem politische Instabilität (84 %) besonders oft Probleme.

Die großen Unternehmen beklagen vergleichsweise oft schwankende Rohstoffpreise (66 %) und Währungsrisiken (73 %).

Kulturelle Besonderheiten werden hingegen deutlich seltener zum Problem (32 %).

Angaben in Prozent

Frage 10A: „Wo liegen für Ihr Unternehmen derzeit Risiken, Probleme oder Barrieren im Auslandsgeschäft?“

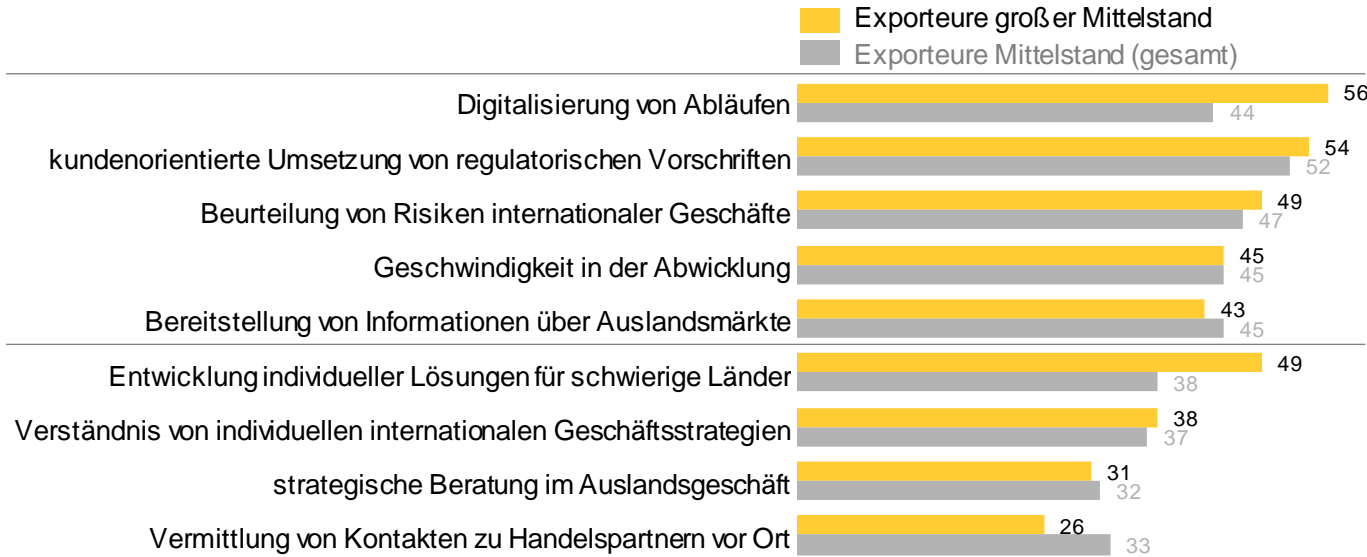
Basis: Mittelstand (gesamt) n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben, Größen-Stichprobe n=147 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

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

Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



Die Unternehmen erwarten **operative Unterstützung von ihren Banken** bei der Digitalisierung von Abläufen im Banking (56 %), bei der Bewältigung regulatoriver Vorschriften (54 %) und der Beurteilung von Risiken (49 %).

Bessere individuelle Beratung ist den großen Unternehmen wichtig – insbesondere bei der Entwicklung von Lösungen für schwierige Länder (49 %). Dies erfordert von den Banken ein gutes Verständnis der jeweiligen Geschäftsstrategie (38 %).

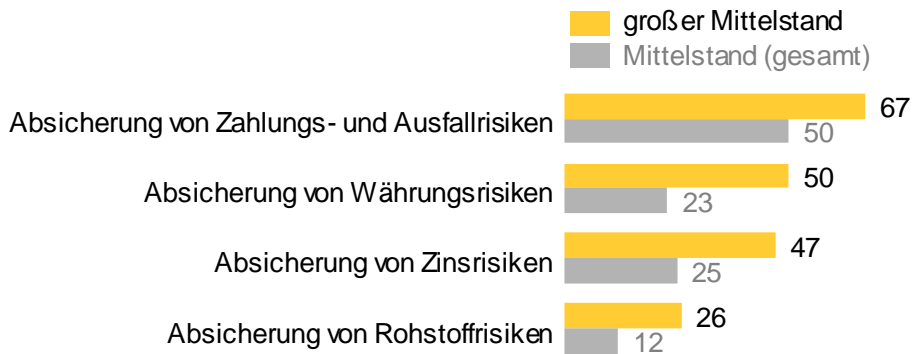
Angaben in Prozent

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, Größen-Stichprobe n=147 Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

Großer Mittelstand nutzt vergleichsweise häufig, aber nicht durchweg Instrumente zur Risikominimierung; Rohstoffrisiken bleiben oft ungesichert

Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Zwar nutzen deutlich mehr exportierende Unternehmen aus dem großen Mittelstand Finanzinstrumente zur Risikoabsicherung, dies tun aber längst nicht alle. Am häufigsten sichern sie Zahlungs- und Ausfallrisiken (67 %) ab. 50 % treffen Vorkehrungen gegen die häufig beklagten Währungsrisiken und 47 % gegen Zinsrisiken. Rohstoffrisiken werden hingegen deutlich seltener absichert (26 %).

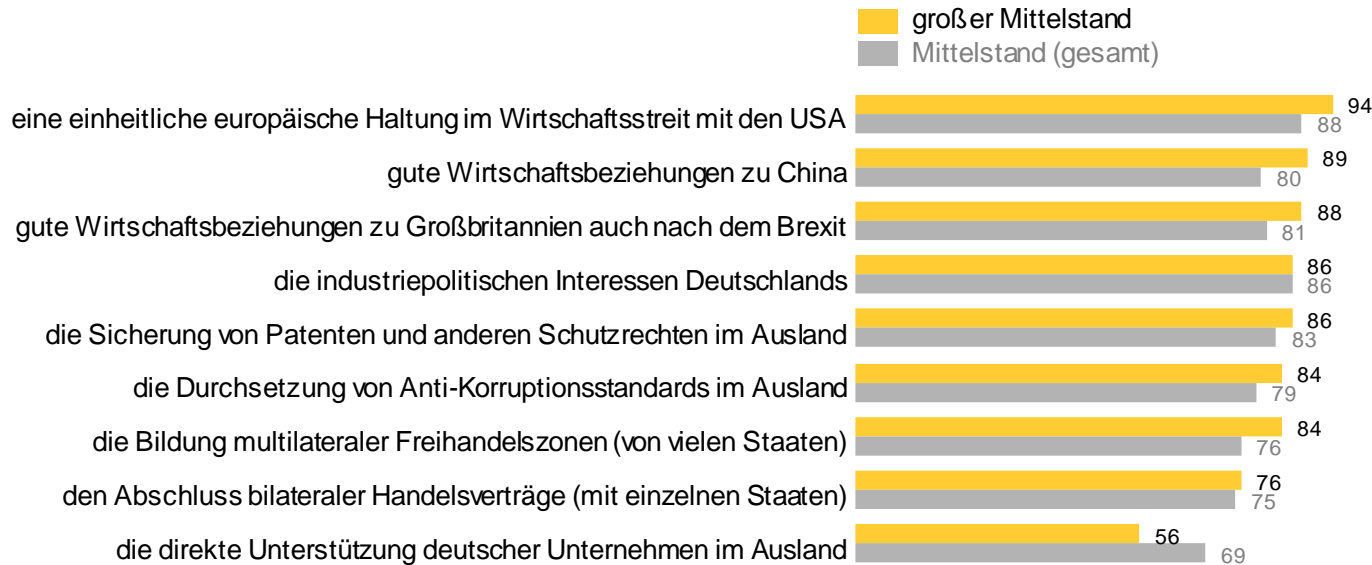
Nicht im Diagramm (gesamtwirtschaftliche Daten): Der Vergleich mit besonders zufriedenen Exporteuren* zeigt, dass die Instrumente durchaus zu einer guten Rentabilität beitragen können. Ihr Nutzen wird offenbar von denen unterschätzt, die sie nicht einsetzen.

*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, Größen-Stichprobe n=240 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:



Große Mittelständler erwarten, dass sich die Politik intensiver für die deutschen oder auch europäischen Interessen einsetzt.

Dies gilt insbesondere für das Verhältnis zu den USA, Großbritannien und China. Interessensvertretung fordern Unternehmen aber auch für klassische Unternehmensthemen ein, 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, Größen-Stichprobe n=240 befragte Unternehmen