

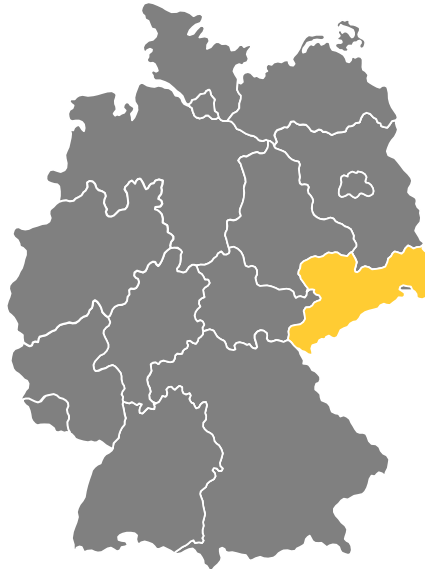


# Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für Sachsen

# Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Sachsen

- › **Regionale Stichprobe:**  
104 Unternehmen aus Sachsen
- › **Gesamtstichprobe:**  
2.000 Unternehmen („Bundesdurchschnitt“)
- › **Unternehmensgröße:**  
ab 2 Mio. Euro Jahresumsatz
- › **Gesprächspartner:**  
Führungskräfte der ersten Ebene
- › **Verfahren:**  
telefonische Interviews von 20 Minuten Dauer
- › **Institut:**  
forsa
- › **Zeitraum:**  
05.11.2018 bis 22.02.2019

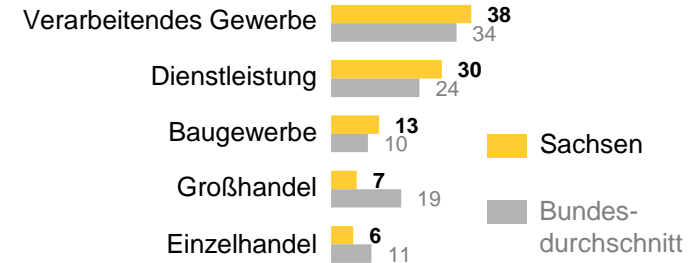


## Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

Stichprobe	regional	bundesweit
2 bis 15 Mio. €	55 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	45 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	4 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=104 befragte Unternehmen

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

# Die Ergebnisse für Sachsen im Überblick

## Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In Sachsen exportieren 33 % der Unternehmen, die Region liegt damit unter dem bundesweiten Durchschnitt (52 %) und ist vergleichsweise exportschwach.
- › Internationalisierung hat in Sachsen starke Treiber: Die Produkte sind international wettbewerbsfähig, auch aufgrund von Innovationen. Die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig. Die Nachfrage im Ausland ist jedoch vergleichsweise gering, was auf Probleme im Marketing hinweist.
- › Der Euroraum ist der zentrale Absatzmarkt des sächsischen Mittelstands. Nach der Schweiz ist Russland ein weiterer wichtiger Absatzmarkt (15 %), gefolgt von den USA, der Türkei und Großbritannien.
- › Die Unternehmen sind außerdem in der Beschaffung und der Zulieferung in den internationalen Handel eingebunden.

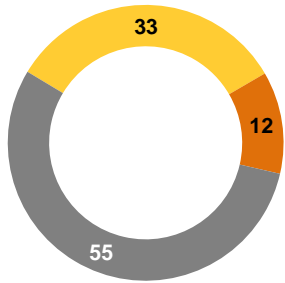
## Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Sachsen ist dabei etwas weniger besorgt als der Bundesdurchschnitt.
- › Handelskonflikte und regionale Krisen treffen die Unternehmen zu etwa einem Drittel und haben je nach Branche und Auslandsengagement deutlich häufiger negative Auswirkungen. Die Dieselkrise bedroht knapp die Hälfte der Unternehmen aus Sachsen, auch der Klimawandel hat überdurchschnittlich oft negative Auswirkungen.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von den sächsischen Unternehmen schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China. Großbritannien landet hinter Russland auf dem drittletzten Platz.
- › Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen. Den Unternehmen ist dabei das Verhältnis zu China, den USA und Großbritannien besonders wichtig.

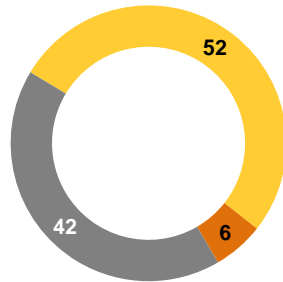
# Sächsischer Mittelstand ist vergleichsweise exportschwach: nur 33 % der Unternehmen exportieren. Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

## Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



Sachsen



Bundesdurchschnitt

33 % der Unternehmen aus Sachsen exportieren. Die Region liegt damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt.

Für über die Hälfte der Unternehmen kommen Auslandsgeschäfte nicht in Frage. Immerhin 12 % nennen dies aber als Option.

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

Im Branchenvergleich (bundesweite Daten) wird deutlich, dass das verarbeitende Gewerbe international sehr aktiv ist.

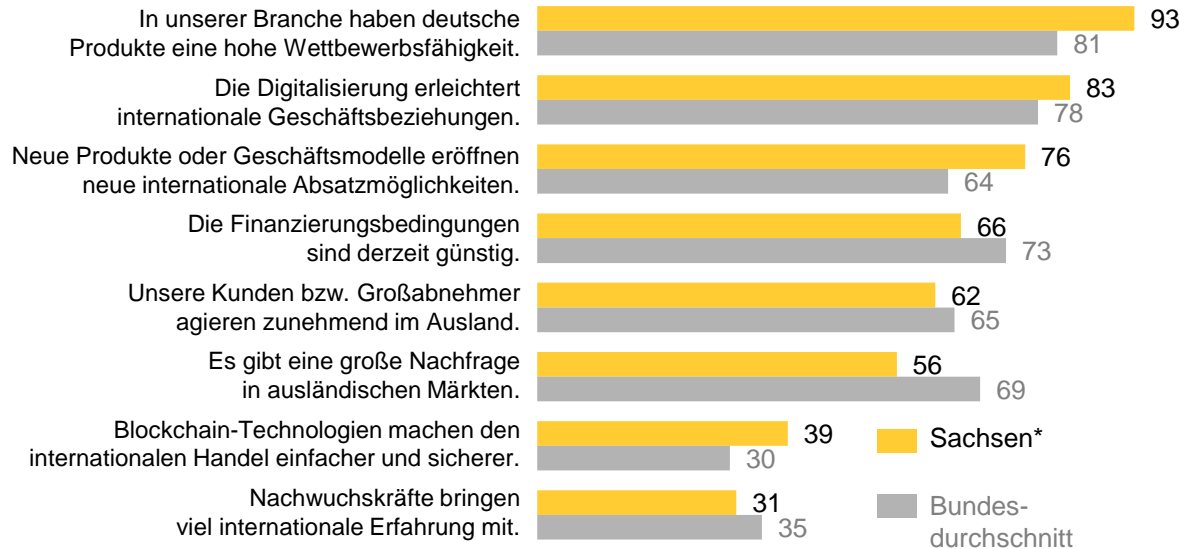
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=104 befragte Unternehmen

# Starke Treiber für mehr Internationalisierung: hohe Wettbewerbsfähigkeit, auch aufgrund von Innovationen, Digitalisierung und gute Finanzierungsbedingungen

## Chancen und Potenziale der Internationalisierung aus Sicht von exportierenden Unternehmen



Es gibt in Sachsen starke Treiber für den internationalen Handel. 93 % der exportierenden Unternehmen benennen die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte als wesentlichen Faktor. Drei Viertel der Unternehmen (76 %) setzen auf neue Produkte und Geschäftsmodelle.

Für die Internationalisierung spricht auch, dass die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen (83 %) erleichtert und die Finanzierungsbedingungen günstig sind (66 %). Bei letzterem Punkt liegen die sächsischen Unternehmen jedoch unter dem Bundesdurchschnitt.

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=44 befragte Unternehmen, \*Achtung: geringe Stichprobe

# 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	Sachsen
nur Deutschland	48	67
Euroraum (ohne Deutschland)	47	32
speziell Italien	26	9
Schweiz	37	22
Großbritannien	29	12
Russland	18	15
USA	22	13
Kanada	14	6
China	22	9
Türkei	18	12
Japan	14	3
Indien	13	0
Brasilien	12	4
Afrika	13	3

ausgewählte  
Länder  
jenseits des  
Euroraums

Von allen Unternehmen aus Sachsen setzen (wie schon geschildert) 67 % nur in Deutschland ab. 32 % der Exporteure verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen im Euroraum. Innerhalb Europas ist die Schweiz für die Unternehmen der beliebteste Absatzmarkt (22 %).

Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des sächsischen Mittelstands. Aufgrund der insgesamt geringeren Exporttätigkeit liegt Sachsen bei den Exporten in andere Länder immer unter dem Bundesdurchschnitt.

Die Unternehmen setzen auch in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Russland (15 %), den USA (13 %) Großbritannien (12 %), der Türkei (12 %), Italien (9 %), China (9 %) und Brasilien (4 %).

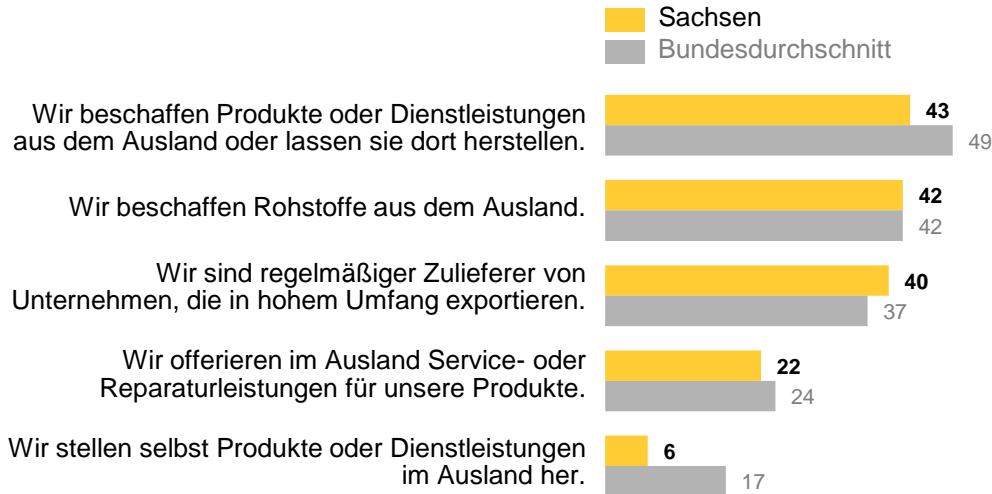
Angaben in Prozent

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=104 befragte Unternehmen

# Internationale Verflechtungen sowohl bei Beschaffung und als auch bei Zulieferung von exportierenden Großunternehmen

## Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit



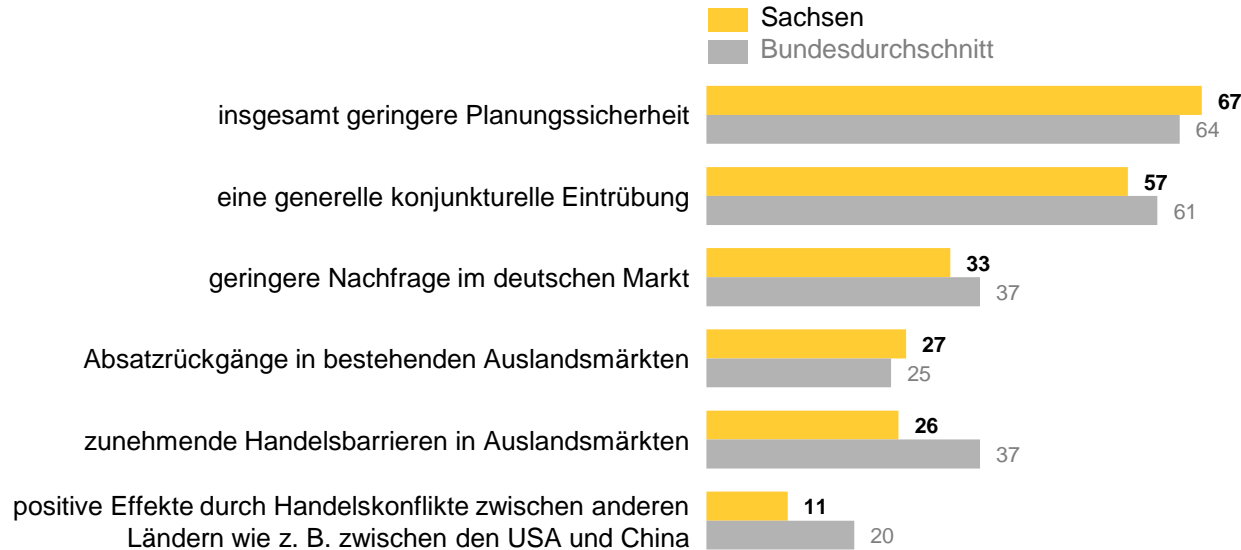
Die Unternehmen sind nicht nur im Absatz, sondern auch in der Beschaffung und der Zulieferung in den internationalen Handel eingebunden.

In Sachsen beschaffen 43 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland, 42 % beziehen Rohstoffe von dort, 40 % sind als Zulieferer von stark exportierenden Unternehmen mittelbar in den internationalen Handel eingebunden.

Angaben in Prozent  
 Frage 5: „Welche Teile der Wertschöpfungskette sind in Ihrem Unternehmen internationalisiert?“  
 Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=104 befragte Unternehmen

# Unternehmen befürchten abnehmende Planungssicherheit und konjunkturelle Eintrübung

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



Die Unternehmen aus Sachsen befürchten zu über zwei Dritteln eine abnehmende Planungssicherheit (67 %) sowie eine generelle konjunkturelle Eintrübung (57 %). Zunehmende Handelsbarrieren betreffen mit Blick auf die geringen Exportaktivitäten nur 26 %. Ein Drittel befürchtet eine eher rückläufige Nachfrage in Deutschland.

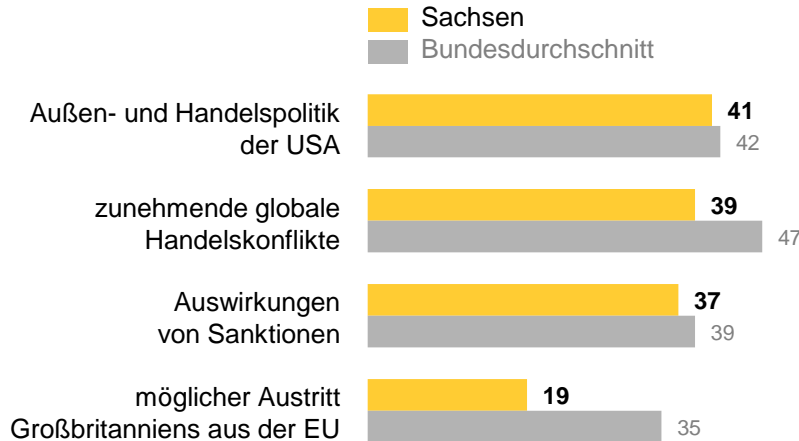
Weitere bundesweite Daten: Auch die nicht-exportierenden Unternehmen fürchten eine konjunkturelle Eintrübung. Der mittelständische Einzelhandel macht sich außerdem um die Nachfrage im deutschen Markt Sorgen. Starke Exportbranchen wie der Maschinenbau oder die Chemie- und Pharmaindustrie fürchten zu knapp 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=104 befragte Unternehmen



# Politische Handelskonflikte und der Brexit treffen Sachsen seltener; allerdings stark abhängig von internationaler Aufstellung, Branche und Geschäftsmodell

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



Die Unternehmen aus Sachsen erwarten im Vergleich zum Bundesdurchschnitt seltener negative Auswirkungen politischer Ereignisse. Die Außen- und Handelspolitik der USA sehen aber dennoch 41 % als kritisch an. Über ein Drittel der Unternehmen rechnet mit negativen Auswirkungen von globalen Handelskonflikten (39 %) und von Sanktionen (47 %). Der Brexit wirkt sich auf 19 % der Unternehmen negativ aus, da in Sachsen nur wenige nach Großbritannien exportieren.

Bundesweite Daten (nicht im Diagramm): Die Betroffenheit der Unternehmen hängt stark von der jeweiligen Branche, der regionalen Aufstellung und der Geschäftstätigkeit ab.

Handel	70 % der Maschinenbauer und 61 % der Unternehmen aus dem Bereich Chemie und Pharma fürchten zunehmende globale Handelskonflikte.
USA	68 % der Unternehmen mit Standort in den USA und 64 % der Exporteure in die USA sehen negative Auswirkungen der 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

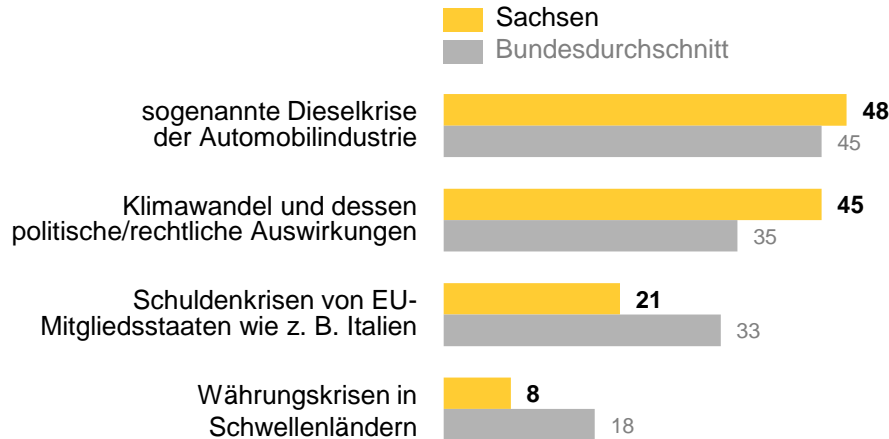
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=104 befragte Unternehmen

# Die Dieselkrise bedroht knapp die Hälfte der Unternehmen aus Sachsen, auch der Klimawandel hat überdurchschnittlich oft negative Auswirkungen

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



Ein größeres Thema ist in Sachsen die Dieselkrise der Automobilindustrie. 48 % der Unternehmen geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Auch der Klimawandel wirkt sich im Vergleich zum Bundesdurchschnitt häufiger auf sächsische Unternehmen aus: 45 % rechnen hier mit negativen Auswirkungen.

Die Analyse der bundesweiten Daten zeigt auch hier, dass die genannten Ereignisse manche Branchen und Unternehmen besonders hart treffen (nicht im Diagramm).

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

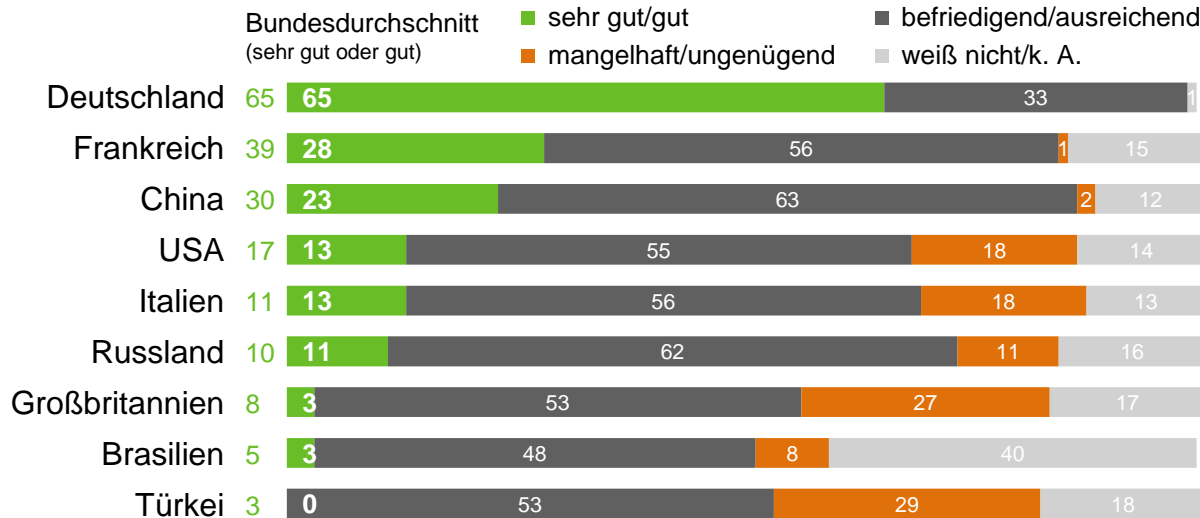
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=104 befragte Unternehmen

# Paradigmenwechsel bei der 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: 65 % der Unternehmen aus Sachsen bewerten die Rahmenbedingungen hier 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 Sachsen.

Großbritannien landet im Ranking hinter Russland auf dem drittletzten Platz.

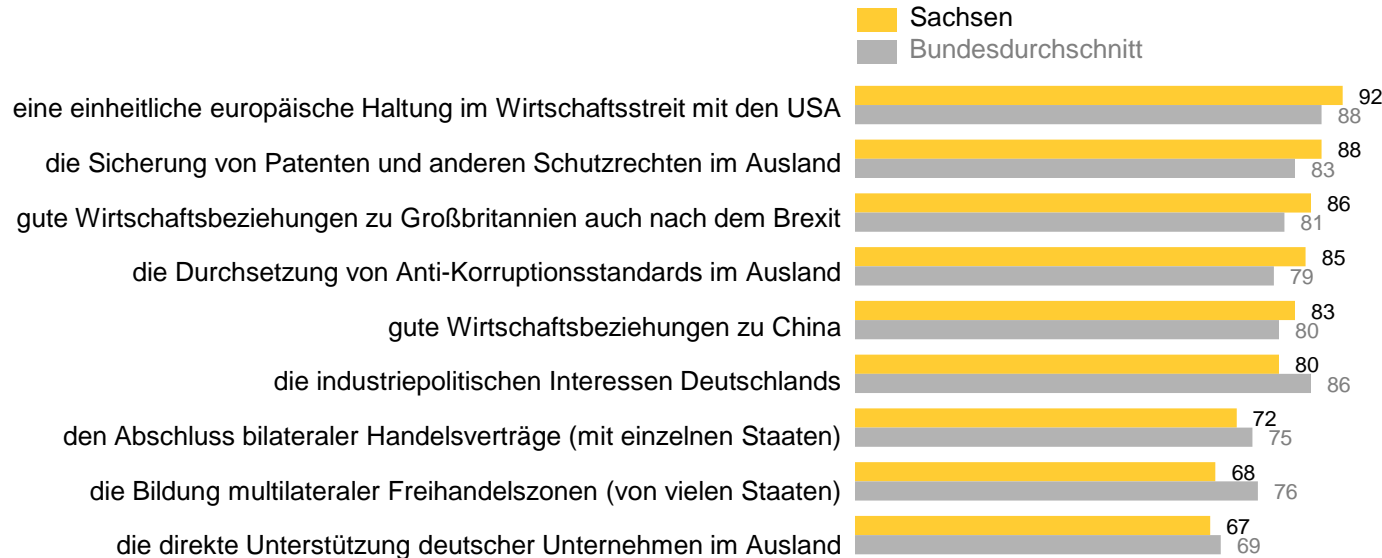
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler

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=104 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 und europäischen Interessen einsetzen muss.

Dies gilt in Sachsen insbesondere für das Verhältnis zu den USA, Großbritannien und China, aber auch in Bezug auf klassischere Themen, wie die Sicherung von Patenten und die Durchsetzung von 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=104 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 von den Unternehmen aus Sachsen 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

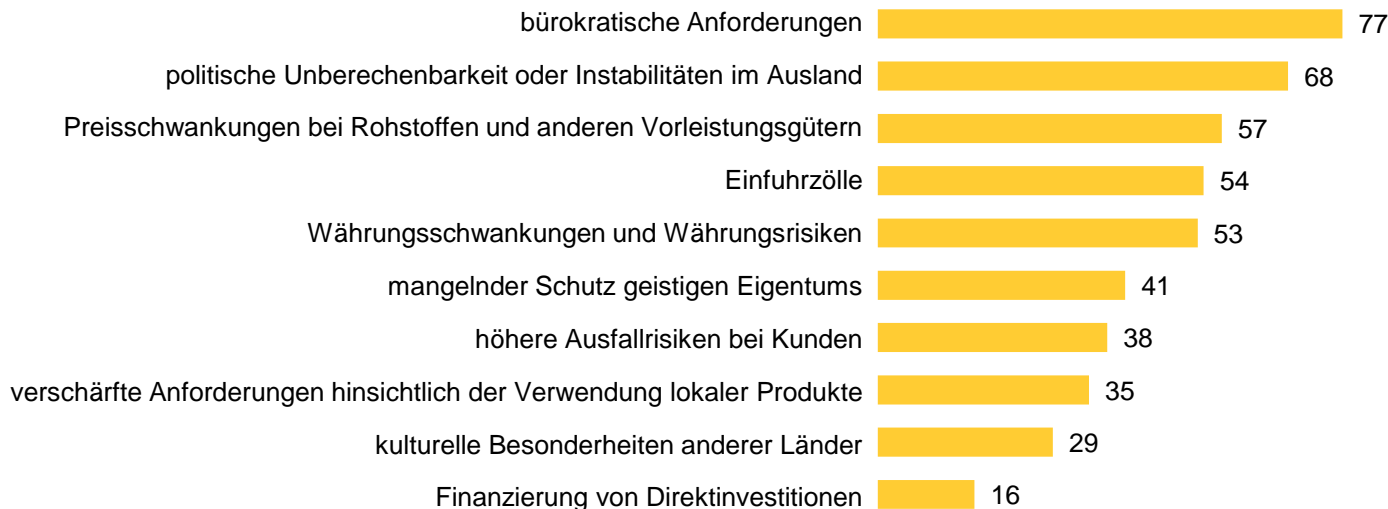
Angaben in Prozent

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 Genussmittel-industrie hat häufiger Probleme mit Preisschwankungen bei **Rohstoffen** oder Vorleistungsgütern (86 %).

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

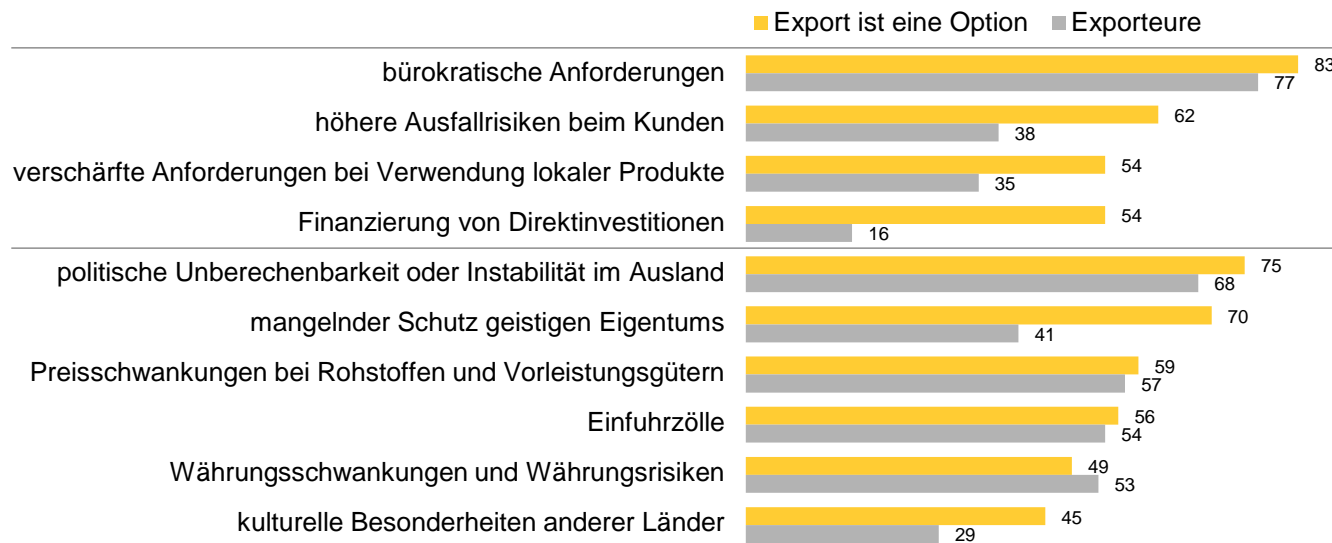
Unternehmen mit Standort in China oder Indien haben häufiger Probleme beim **Schutz geistigen Eigentums**.

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



# Überschätzte Herausforderungen: Schutz geistigen Eigentums, Ausfallrisiken, lokale Vorschriften, Finanzierung und kulturelle Besonderheiten

## Erwartete Barrieren im internationalen Geschäft (Unternehmen mit ungenutztem Exportpotenzial)



**Beherrschbare Risiken:** lösbar mit Unterstützung von Bankpartnern, Handelskammern und Verbänden. Ausfallrisiken und Finanzierungsprobleme werden von Planern überschätzt.

**Politische und institutionelle Risiken:** von erfolgreichen Exporteuren den Umgang lernen. Unternehmen mit Exportpotenzial überschätzten Probleme beim Schutz geistigen Eigentums und beim Umgang mit kulturellen Besonderheiten anderer Länder.

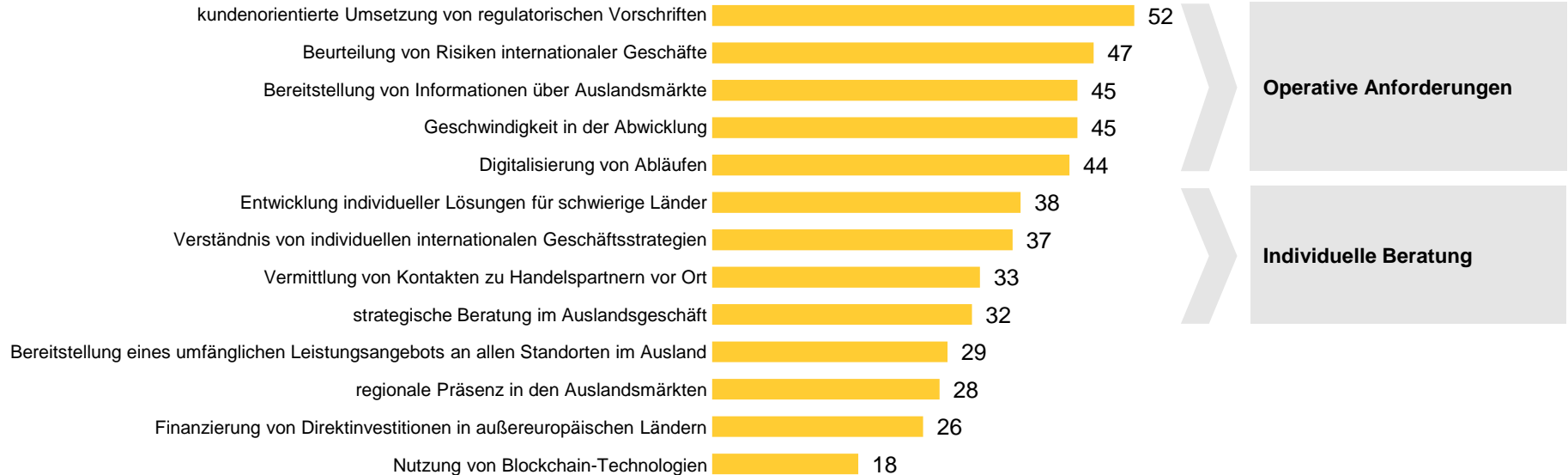
Angaben in Prozent

Frage 10B: „Wo erwarten Sie spürbare Risiken, Probleme oder Barrieren bei einer Aufnahme von Auslandsgeschäften?“

Basis: n=135 befragte Unternehmen, bei denen es eine Option oder geplant ist, Produkte oder Dienstleistungen im Ausland zu vertreiben, n=1.033 befragte Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen im Ausland vertreiben

# Regulatorische Vorschriften und Risikobewertung sind zentrale Themen im Banking. Unternehmen wollen bessere strategische Beratung für schwierige Länder

## Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



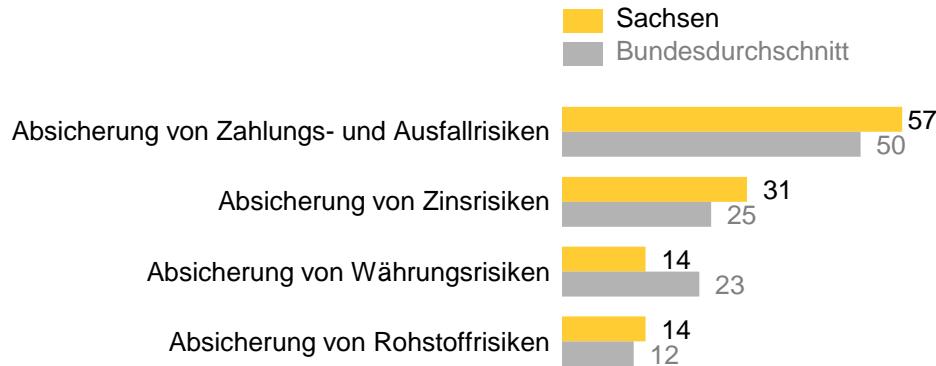
Angaben in Prozent

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

# Oftrmals 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 (57 %). Eher selten sichern sich die Unternehmen aus Sachsen gegen die häufig beklagten Währungsrisiken (14 %) und Rohstoffrisiken (14 %) ab.

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=104 befragte Unternehmen