



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

Ergebnisse für Niedersachsen und Bremen

# Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen

- › **Regionale Stichprobe:**  
202 Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen
- › **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



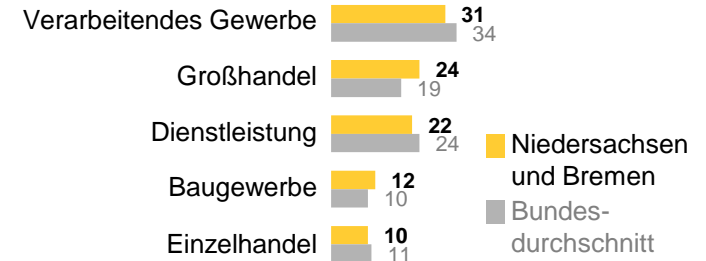
Die Darstellung greift auf einige bundesweite Ergebnisse zurück, soweit Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht regionalisiert werden können.

## Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

| Stichprobe        | regional        | bundesweit      |
|-------------------|-----------------|-----------------|
| 2 bis 15 Mio. €   | 63 Unternehmen  | 800 Unternehmen |
| 15 bis 100 Mio. € | 115 Unternehmen | 960 Unternehmen |
| über 100 Mio. €   | 24 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=202 befragte Unternehmen

# Die Ergebnisse für Niedersachsen und Bremen im Überblick

## Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In Niedersachsen und Bremen exportieren 47 % der Unternehmen, die Region liegt leicht unter dem bundesweiten Durchschnitt.
- › Internationalisierung hat starke Treiber: Deutsche Produkte sind international wettbewerbsfähig und gefragt (auch aufgrund neuer Produkte), die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig.
- › Der Euroraum ist der zentrale Absatzmarkt des Mittelstands. Knapp ein Viertel der Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen ist aber auch in Großbritannien und in China engagiert, etwa jedes fünfte Unternehmen in den USA, in der Türkei und in Russland.
- › Die Unternehmen sind auch in der Beschaffung und als Zulieferer von in hohem Maße exportierenden Großunternehmen stark in den internationalen Handel eingebunden.

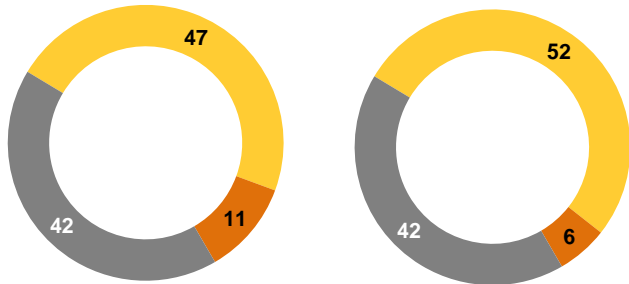
## Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Handelskonflikte und regionale Krisen treffen die Region etwas seltener als im Bundesdurchschnitt, haben aber je nach Branche und Auslandsengagement der Unternehmen stark negative Auswirkungen.
- › Von der Dieselkrise fühlen sich fast die Hälfte der Unternehmen am Automobilstandort Niedersachsen bedroht. Auch der Klimawandel wirkt sich in der Wahrnehmung der Unternehmen oft negativ aus.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von den Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen schlechter bewertet als Russland und das ehemalige Schwellenland China.
- › Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen. Den Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen ist dabei das Verhältnis zu den USA, zu Großbritannien und zu China besonders wichtig.

# 47 % der Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen exportieren, Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

## Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



47 % der Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen exportieren. Die Region liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 52 %.

Für nur wenige Unternehmen kommt die Aufnahme von Auslandsgeschäften in Frage. Gerade einmal 11 % nennen dies 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 insbesondere das verarbeitende Gewerbe international sehr aktiv ist.

### Niedersachsen und Bremen Bundesdurchschnitt

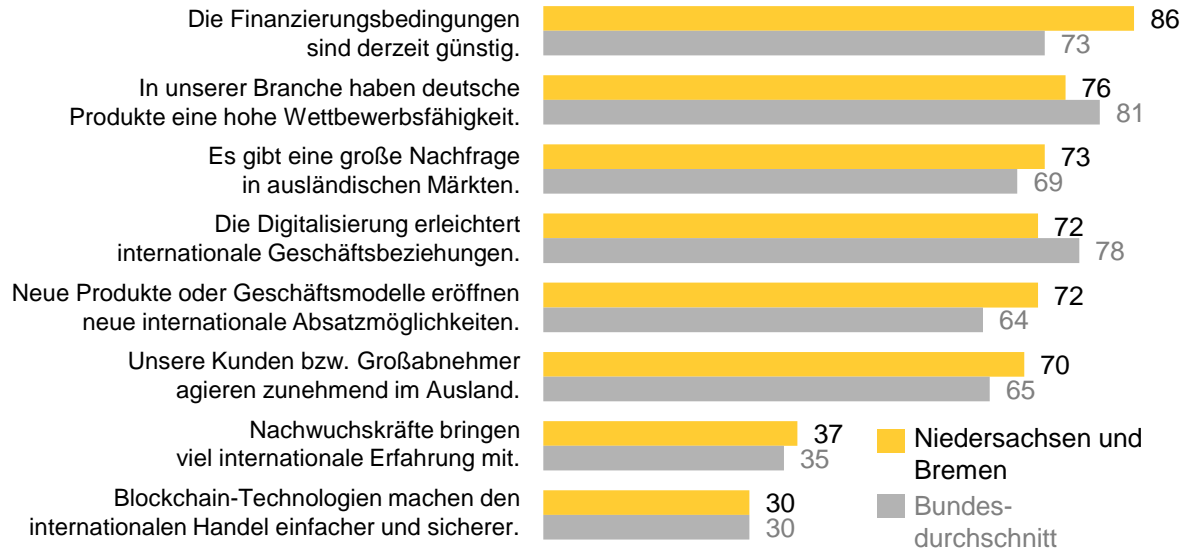
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=202 befragte Unternehmen

# 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



Es gibt starke Treiber für den internationalen Handel. 86 % der exportierenden Unternehmen aus der Region verweisen auf die aktuell günstigen Finanzierungsbedingungen und die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte (76 %).

73 % der Unternehmen aus der Region benennen die große Nachfrage in ausländischen Märkten als wesentlichen Faktor. Knapp drei Viertel der Unternehmen (72 %) sehen die Digitalisierung, die internationale Geschäftsbeziehungen erleichtert, als zusätzlichen Treiber.

Für Internationalisierung spricht außerdem, dass Großabnehmer zunehmend im Ausland agieren (70 %).

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=116 befragte Unternehmen

# 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-<br>durch-<br>schnitt | Niedersachsen und Bremen |
|-----------------------------|------------------------------|--------------------------|
| nur Deutschland             | 48                           | 53                       |
| Euroraum (ohne Deutschland) | 47                           | 47                       |
| speziell Italien            | 26                           | 30                       |
| Schweiz                     | 37                           | 34                       |
| Großbritannien              | 29                           | 23                       |
| Russland                    | 18                           | 18                       |
| USA                         | 22                           | 19                       |
| Kanada                      | 14                           | 7                        |
| China                       | 22                           | 25                       |
| Türkei                      | 18                           | 19                       |
| Japan                       | 14                           | 18                       |
| Indien                      | 13                           | 16                       |
| Brasilien                   | 12                           | 7                        |
| Afrika                      | 13                           | 17                       |

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=202 befragte Unternehmen

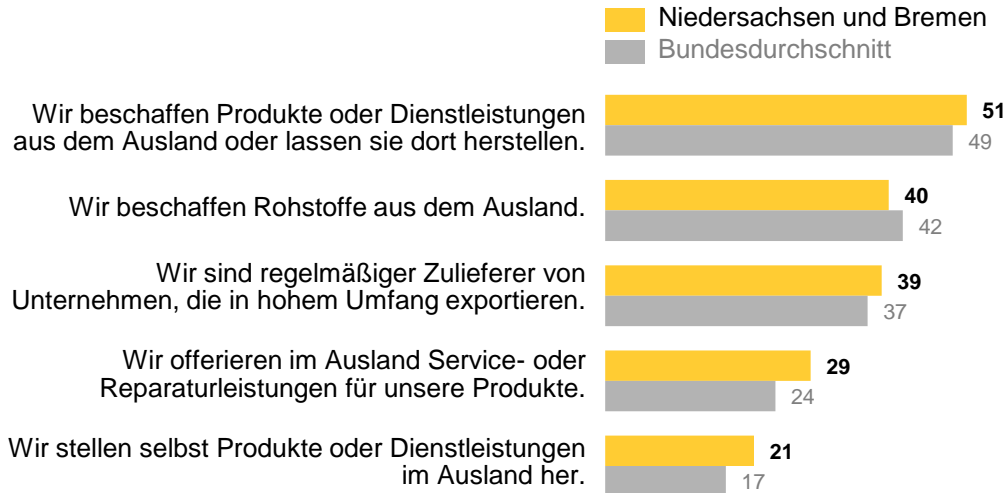
Von allen Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen setzen (wie schon geschildert) 53 % ihre Waren und Dienstleistungen nur in Deutschland ab. 47 % der Unternehmen exportieren, durchweg in den Euroraum (ebenfalls 47 %).

Die Schweiz ist ein weiterer häufig genannter Absatzmarkt (34 %). Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des deutschen Mittelstands.

Viele Unternehmen setzen in Länder mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Italien (30 %), China (25 %), Großbritannien (23 %) den USA (19 %), der Türkei (19 %) und Russland (18 %)

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

## Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit



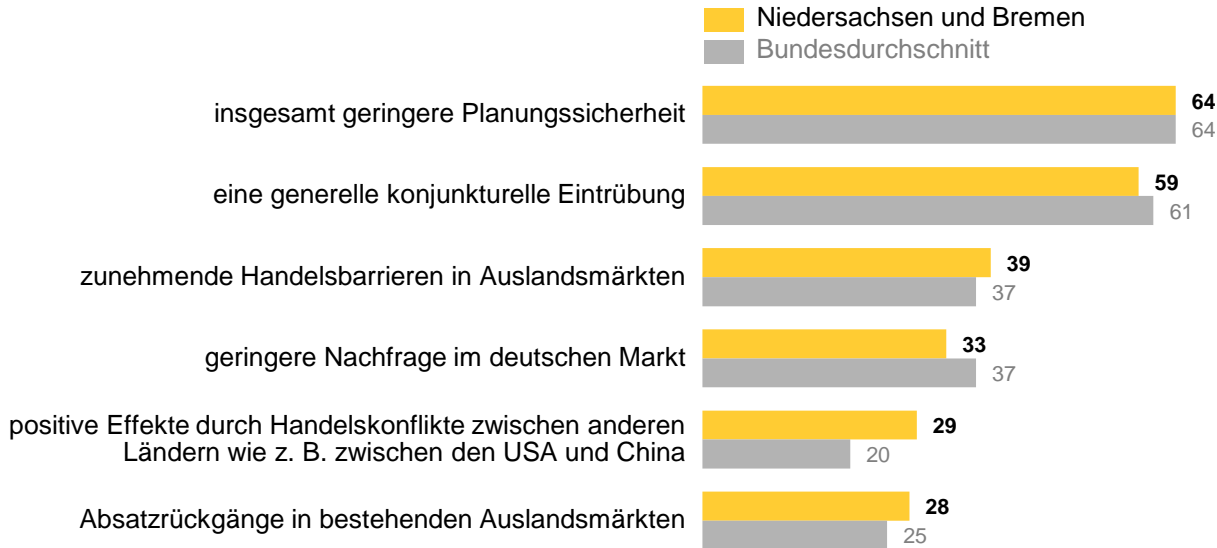
Die Unternehmen sind nicht nur im Absatz, sondern auch in der Beschaffung und Zulieferung in den internationalen Handel eingebunden.

In Niedersachsen und Bremen beschaffen 51 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland, 40 % beziehen Rohstoffe von dort, 39 % 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=202 befragte Unternehmen

# Unternehmen befürchten abnehmende Planungssicherheit, konjunkturelle Eintrübung und politische Turbulenzen

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



Die Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen befürchten abnehmende Planungssicherheit (64 %) sowie generelle konjunkturelle Eintrübungen (59 %). Aber auch Handelsbarrieren (39 %) und Einbrüche bei der Nachfrage, im Inland (33 %) wie auch im Ausland (28 %) bereiten den Mittelständlern Sorgen.

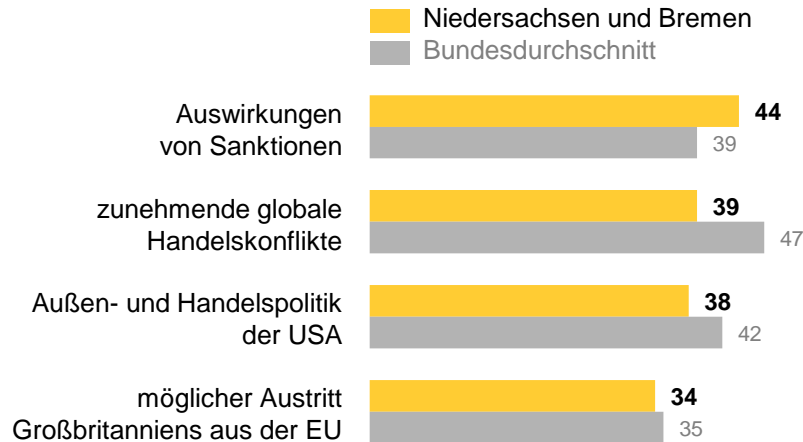
Weitere bundesweite Daten (nicht im Diagramm): Auch die nicht-exportierenden Unternehmen fürchten eine konjunkturelle Eintrübung. Der mittelständische Einzelhandel sorgt sich außerdem um die Nachfrage im deutschen Markt. Exportorientierte Branchen wie der Maschinenbau oder die Chemie- und Pharmaindustrie 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=202 befragte Unternehmen



# Politische Handelskonflikte und lokale Krisen treffen Unternehmen unterschiedlich stark – abhängig von internationaler Aufstellung, Branche und Geschäftsmodell

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



Die Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen berichten etwas seltener als der Bundesdurchschnitt, dass aktuelle politische Ereignisse negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit haben. Sanktionen fürchtet man besonders oft (44 %). Der Brexit bedroht ein Drittel aller Unternehmen aus der Region.

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

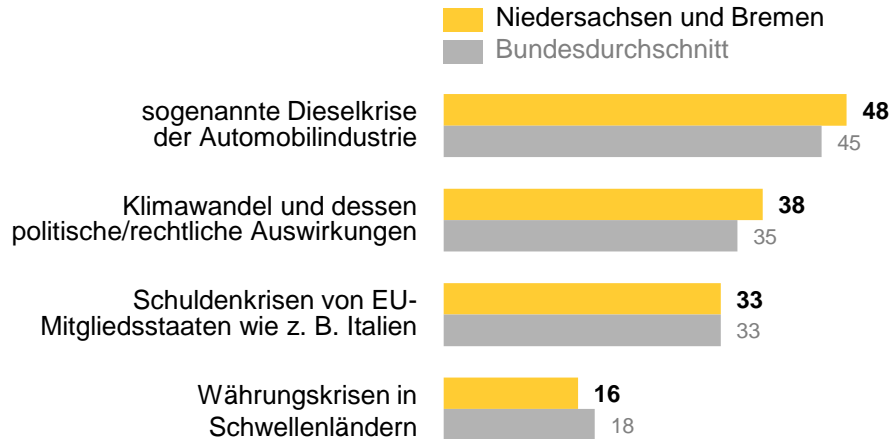
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=202 befragte Unternehmen

# Die Dieselkrise bedroht fast die Hälfte der Unternehmen aus Niedersachsen und Bremen und Bremen, auch der Klimawandel wirkt sich oft negativ aus

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



Ein größeres Thema ist am Automobilstandort Niedersachsen die Dieselkrise der Automobilindustrie. 48 % der Unternehmen geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Etwas mehr als ein Drittel befürchtet negative Auswirkungen des Klimawandels.

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?“

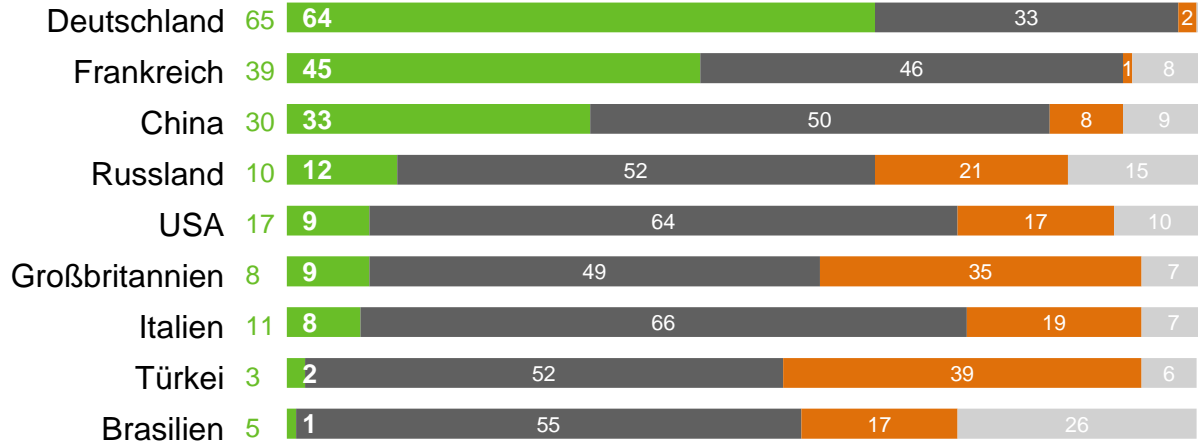
Die übrigen Befragten (an Hundert Fehlende) haben die Items entweder neutral bewertet (keine Auswirkungen) oder keine Antwort gegeben (weiß nicht).

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=202 befragte Unternehmen

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

## 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: 64 % der Unternehmen 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 Niedersachsen und Bremen.

Sowohl China als auch Russland werden von den Unternehmen aus der Region besser bewertet.

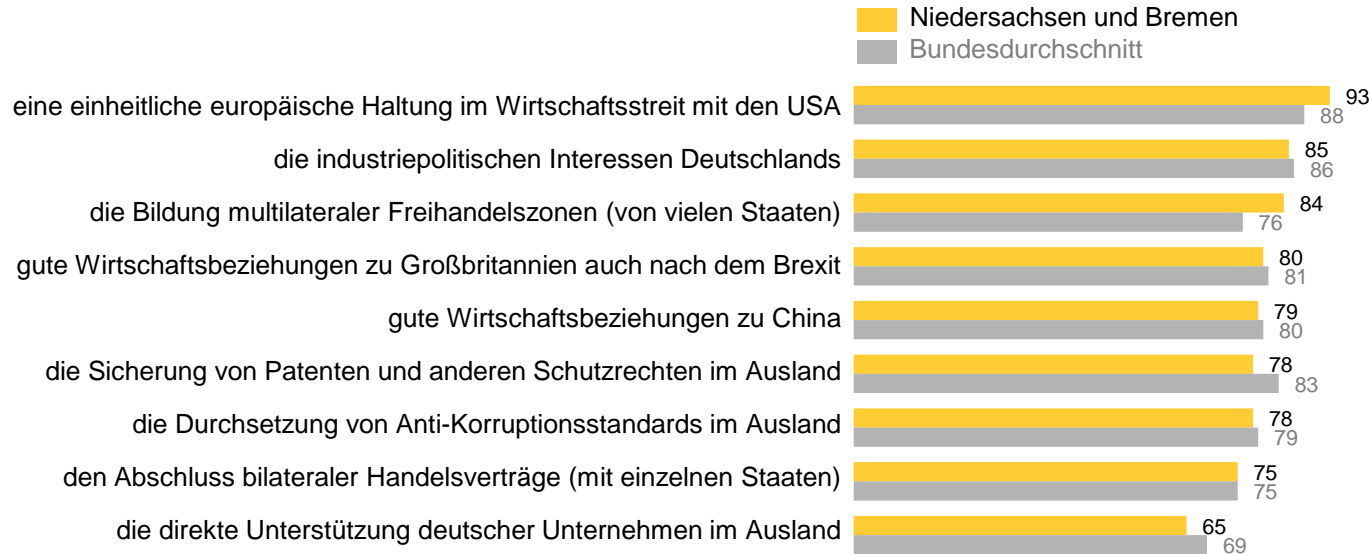
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler

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=202 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 in Niedersachsen und Bremen insbesondere für das Verhältnis zu den USA, zu Großbritannien und zu China.

Der innovationsstarken Region ist die Bildung multilateraler Freihandelszonen wichtiger als andernorts.

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=202 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 Niedersachsen und Bremen) vergleichsweise selten 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<br>Mio. € | 15 bis 100<br>Mio. € | über 100<br>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<br>Mio. € | 15 bis 100<br>Mio. € | über 100<br>Mio. € |
|----------------------------------------------|----|--------------------|----------------------|--------------------|
| Suche nach neuen Vertriebsmöglichkeiten      | 70 | 68                 | 75                   | 73                 |
| Intensivierung der Innovationstätigkeit      | 68 | 67                 | 68                   | 78                 |
| Digitalisierung von Produkten oder Prozessen | 63 | 63                 | 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

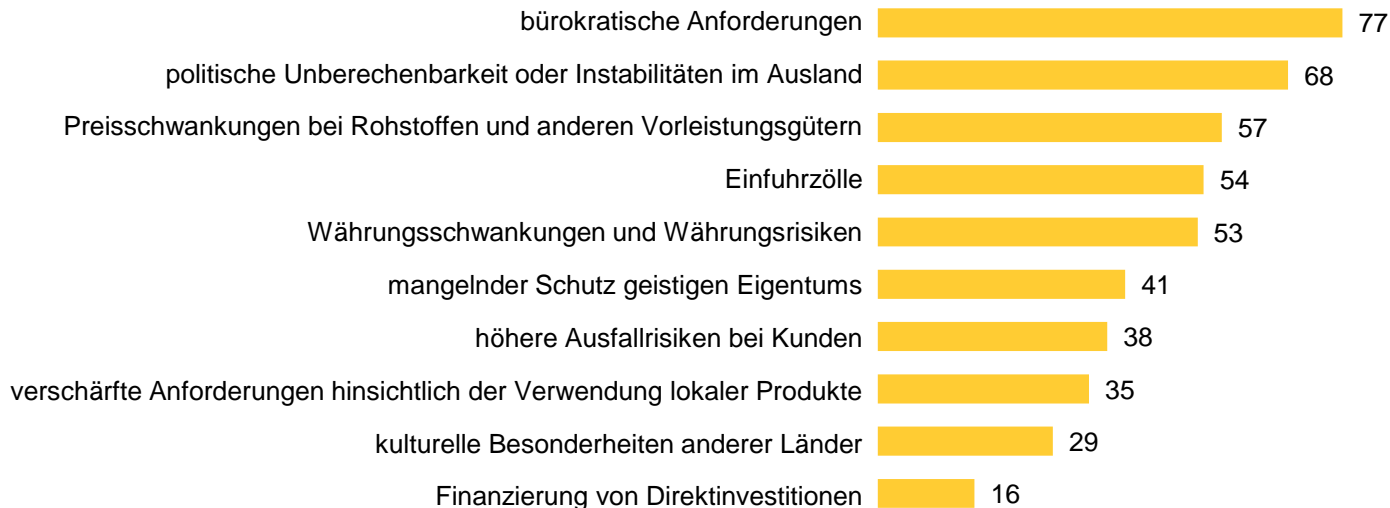
Angaben in Prozent

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 %).

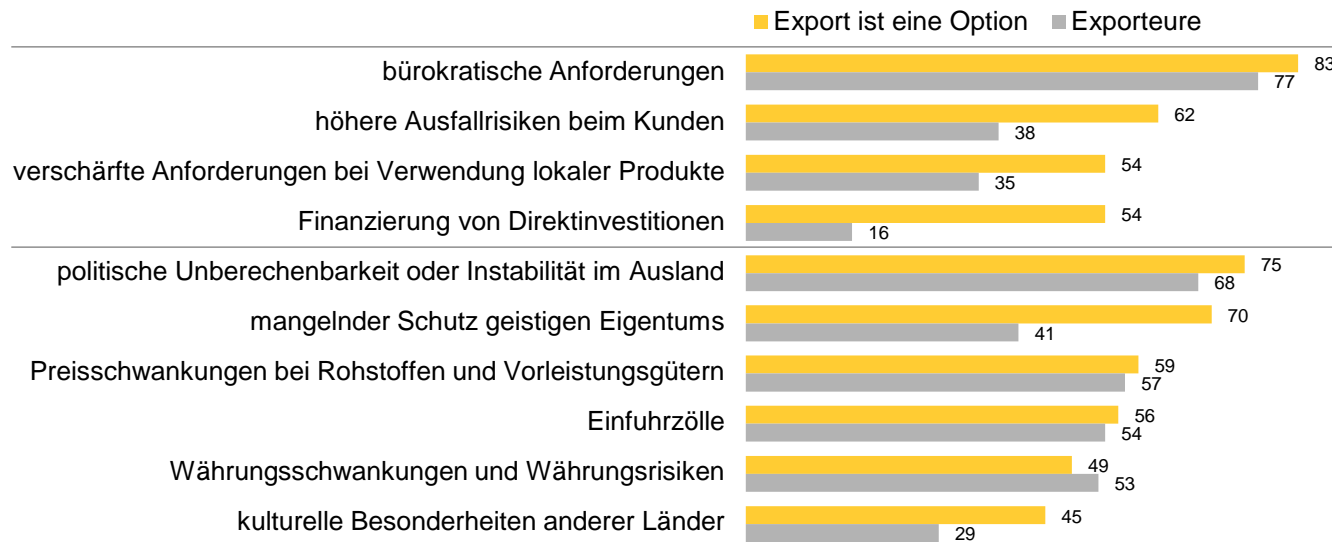
Unternehmen mit Standort in China oder Indien haben häufiger Probleme beim **Schutz geistigen Eigentums**.

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.

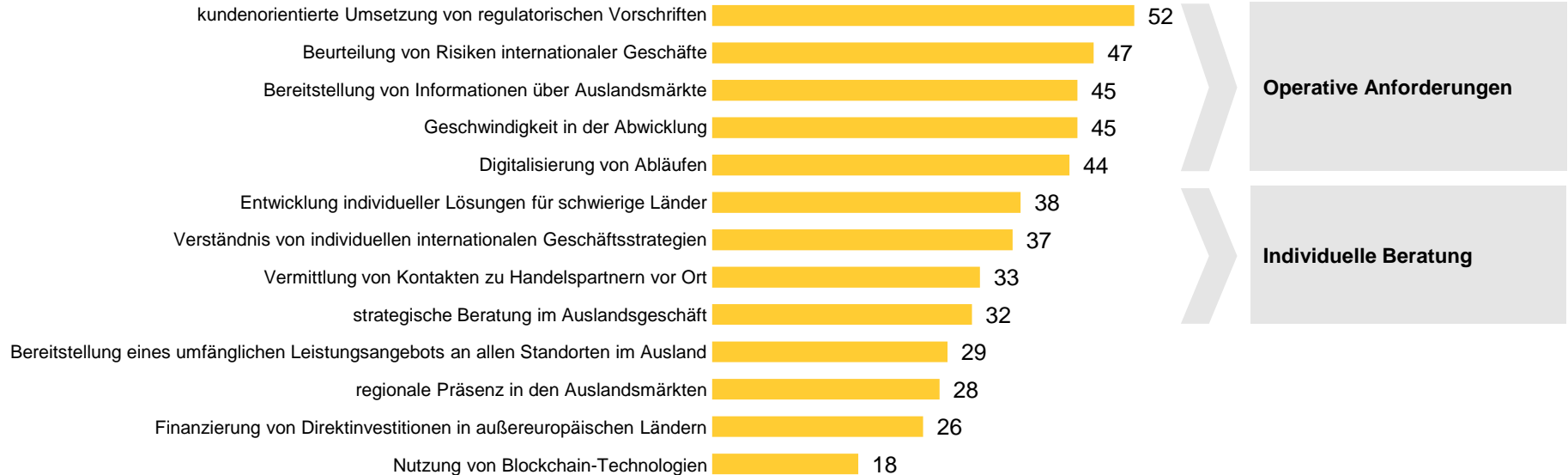
Angaben in Prozent

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

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



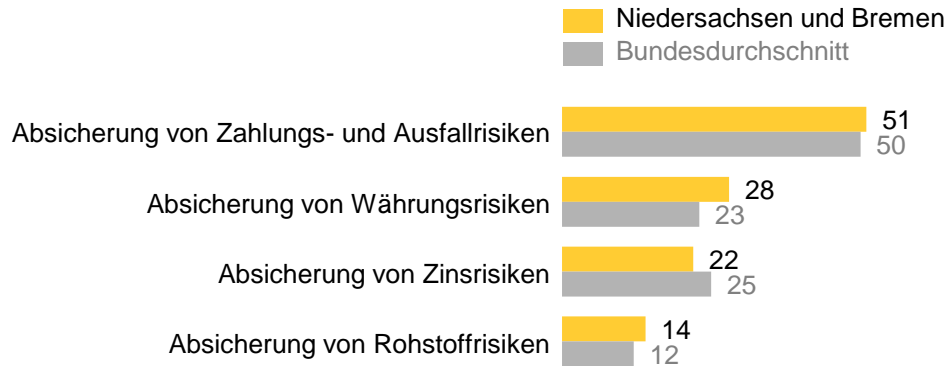
Angaben in Prozent

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

# 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 Zahlungs- und Ausfallrisiken (51 %). Etwas häufiger als der Bundesdurchschnitt sichern sich Unternehmen aus der Region gegen die häufig beklagten Währungs- (28 %) 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=202 befragte Unternehmen