

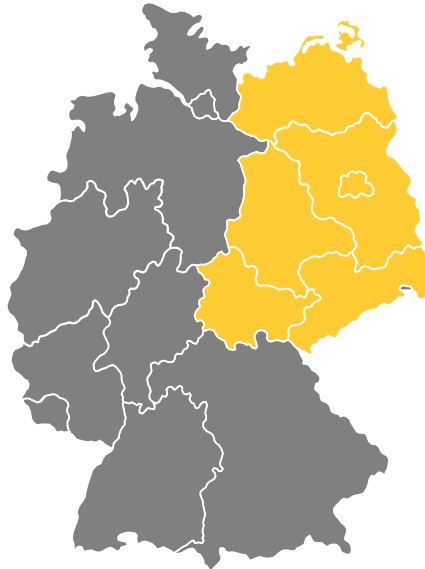


Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für Ostdeutschland

Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus Ostdeutschland

- › **Regionale Stichprobe:**
362 Unternehmen aus Ostdeutschland
- › **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



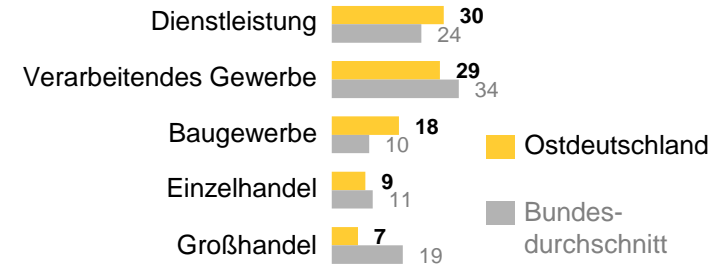
Die Darstellung greift auf einige bundesweite Ergebnisse zurück, soweit Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht regionalisiert werden können.

Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

Stichprobe	regional	bundesweit
2 bis 15 Mio. €	87 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	70 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	1 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=362 befragte Unternehmen

Die Ergebnisse für Ostdeutschland im Überblick

Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. In Ostdeutschland exportieren 36 % der Unternehmen. Die Region ist vergleichsweise exportschwach, auch aufgrund eines hohen Anteils von Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor und der Bauwirtschaft. Beide Branchen sind vorwiegend binnenmarktorientiert.
- › Internationalisierung hat in Ostdeutschland starke Treiber: Deutsche Produkte sind international wettbewerbsfähig und gefragt, die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig.
- › Der Euroraum ist der zentrale Absatzmarkt des ostdeutschen Mittelstands. Knapp jedes fünfte Unternehmen ist in Großbritannien engagiert, etwa jedes zehnte in den USA, China und Russland.
- › Die Unternehmen sind in der Beschaffung und als Zulieferer von stark exportierenden Großunternehmen in den internationalen Handel eingebunden, im Osten Deutschlands allerdings weniger ausgeprägt als im Westen.

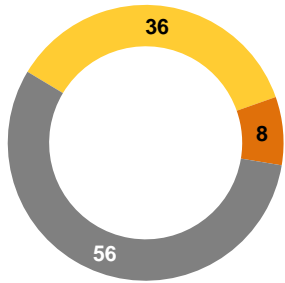
Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Unternehmen in Ostdeutschland sind etwas seltener besorgt als Unternehmen im Bundesdurchschnitt.
- › Etwa ein Drittel der Unternehmen sind von Handelskonflikten und regionalen Krisen betroffen. Diese haben im Osten Deutschlands je nach Branche und Auslandsengagement häufiger negative Auswirkungen als in anderen Landesteilen. Die Dieselkrise bedroht knapp die Hälfte der Unternehmen aus Ostdeutschland, der Klimawandel hat überdurchschnittlich oft negative Auswirkungen.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die USA und Großbritannien werden von den Unternehmen aus Ostdeutschland schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China.
- › Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen. Den Unternehmen aus Ostdeutschland ist dabei das Verhältnis zu den USA, China und Großbritannien besonders wichtig.

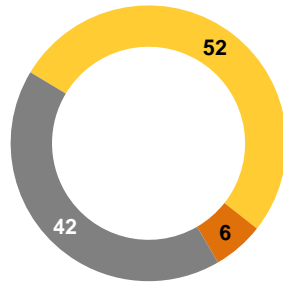
Ostdeutscher Mittelstand ist vergleichsweise exportschwach: 36 % der Unternehmen exportieren. Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



Ostdeutschland



Bundesdurchschnitt

36 % der Unternehmen aus Ostdeutschland exportieren. Der Osten Deutschlands ist damit deutlich export-schwächer als der Bundesdurchschnitt.

Hintergrund ist u. a. der hohe Anteil von Unternehmen aus den Branchen Dienstleistung und Bau, die beide stark auf den Binnenmarkt ausgerichtet sind. Das verarbeitende Gewerbe ist im Osten hingegen weniger stark vertreten.

Zwar planen nur wenige Unternehmen die Aufnahme von Auslandsgeschäften. Es sind mit 8 % aber doch im Schnitt etwas mehr als gesamtwirtschaftlich betrachtet.

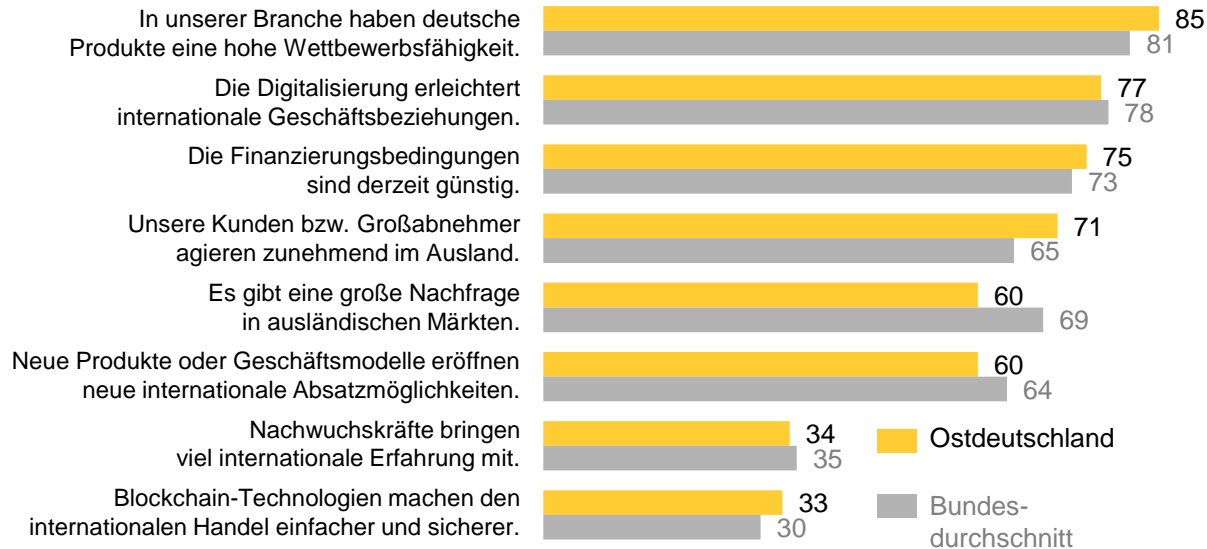
Nicht im Diagramm: Der Anteil von exportierenden Unternehmen ist im Bundesdurchschnitt unverändert, so der Vergleich mit 2007 und 2013.

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

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=362 befragte Unternehmen

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

Chancen und Potenziale der Internationalisierung aus Sicht von exportierenden Unternehmen



Es gibt auch im Osten starke Treiber für den internationalen Handel. 85 % der exportierenden Unternehmen aus Ostdeutschland benennen die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte als wesentlichen Faktor. Knapp zwei Drittel der Unternehmen (60 %) erlebt derzeit eine große Nachfrage aus dem Ausland.

Für Internationalisierung spricht außerdem, dass die Kunden der Unternehmen zunehmend im Ausland agieren (71 %). Darüber hinaus erleichtern die Digitalisierung (77 %) und günstige Finanzierungsbedingungen (75 %) internationale Geschäftsbeziehungen.

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=138 befragte Unternehmen

Der ostdeutsche Mittelstand ist vorwiegend im Euroraum aktiv. Auch jenseits der EU hat er Absatzmärkte oft in Regionen mit einer unsicheren wirtschaftspolitischen Entwicklung

Absatzmärkte (Basis alle Unternehmen)

	Bundes- durch- schnitt	Ostdeutschland
nur Deutschland	48	64
Euroraum (ohne Deutschland)	47	33
speziell Italien	26	15
Schweiz	37	23
Großbritannien	29	19
Russland	18	11
USA	22	12
Kanada	14	5
China	22	11
Türkei	18	9
Japan	14	5
Indien	13	3
Brasilien	12	6
Afrika	13	7

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=362 befragte Unternehmen

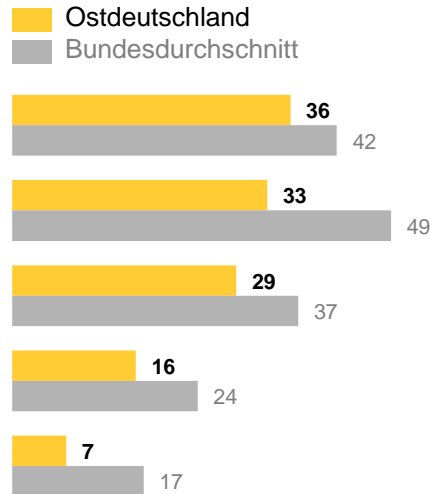
Von allen Unternehmen aus Ostdeutschland setzen (wie schon geschildert) 64 % nur in Deutschland ab. 33 % der Exporteure aus Ostdeutschland verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen im Euroraum. Innerhalb Europas ist die Schweiz ein weiterer beliebter Absatzmarkt (23 %).

Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des ostdeutschen Mittelstands, aufgrund der insgesamt geringeren Exporttätigkeit aber seltener als im Bundesdurchschnitt.

Unternehmen aus Ostdeutschland verkaufen Produkte und Dienstleistungen auch in Länder mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung, wie Großbritannien (19 %), Italien (15 %), die USA (12 %), China (11 %), Russland (11 %), die Türkei (9 %) und Brasilien (6 %).

Internationale Verflechtung sowohl in der Beschaffung als auch bei der Zulieferung, im Osten allerdings weniger ausgeprägt als im Westen

Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit



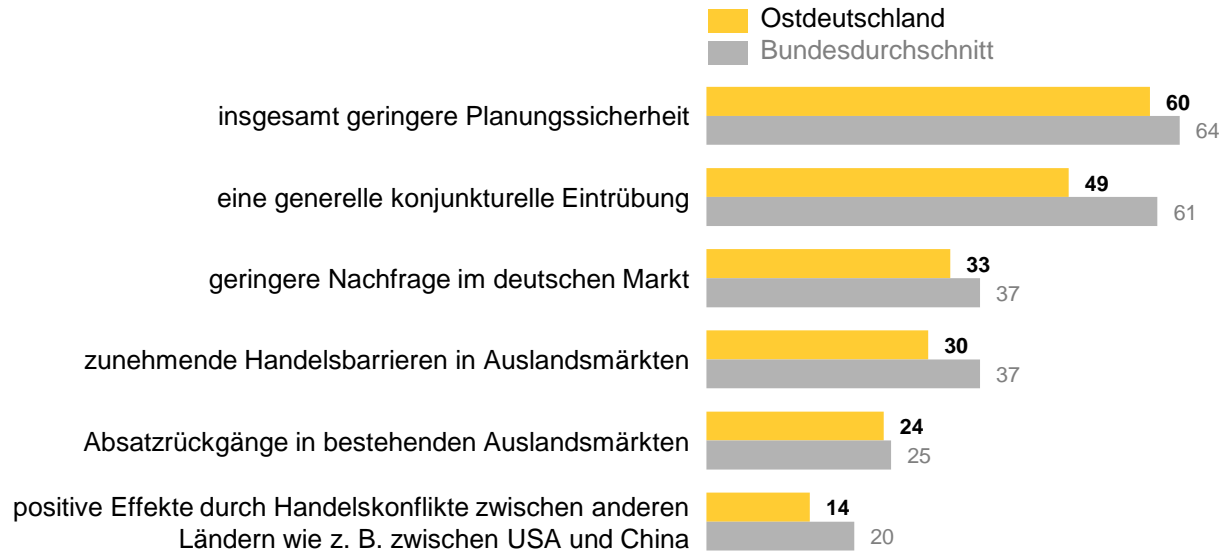
Die Unternehmen sind auch bei der Beschaffung und Zulieferung in den internationalen Handel eingebunden, liegen aber auch hier ähnlich wie beim Export unter dem Bundesdurchschnitt.

In Ostdeutschland kaufen 33 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen im Ausland, 36 % beziehen Rohstoffe von dort, 29 % 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=362 befragte Unternehmen

Unternehmen befürchten abnehmende Planungssicherheit, konjunkturelle Eintrübung und politische Turbulenzen, liegen dabei jedoch unter dem Durchschnitt

Zu erwartende Entwicklungen in den nächsten ein bis zwei Jahren



60 % der Unternehmen aus Ostdeutschland erwarten abnehmende Planungssicherheit, 49 % rechnen mit einer generellen konjunkturellen Eintrübung.

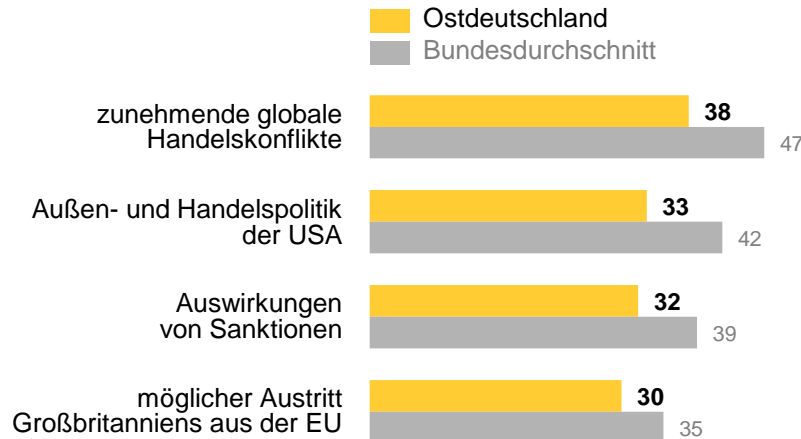
Sie sind seltener besorgt als die Unternehmen im Bundesdurchschnitt, da sie weltpolitische Turbulenzen weniger treffen.

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=362 befragte Unternehmen

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

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



38 % der Unternehmen aus Ostdeutschland sind direkt von globalen Handelskonflikten betroffen. Die Region liegt damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Vergleichsweise selten, aber doch noch häufig fürchten die Unternehmen außerdem die Außen- und Handelspolitik der USA (33 %), Sanktionen (32 %), sowie den möglichen Brexit (30 %).

Bundesweite Daten: Die Betroffenheit der Unternehmen hängt stark von der jeweiligen Branche, der regionalen Aufstellung und der Geschäftstätigkeit ab.

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

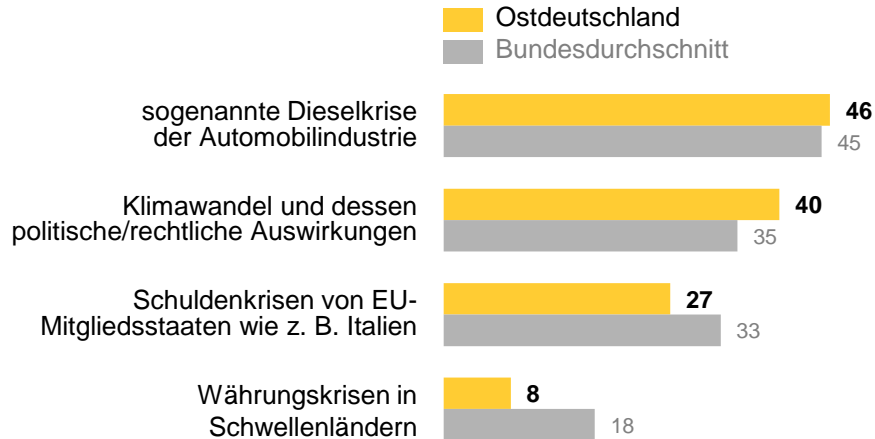
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=362 befragte Unternehmen

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

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



Ein größeres Thema ist in Ostdeutschland die Dieselkrise der Automobilindustrie. 46 % der Unternehmen geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Auch der Klimawandel wirkt sich häufig negativ (40 %) auf die Geschäftstätigkeit der Unternehmen aus.

Die Analyse der bundesweiten Daten 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?“

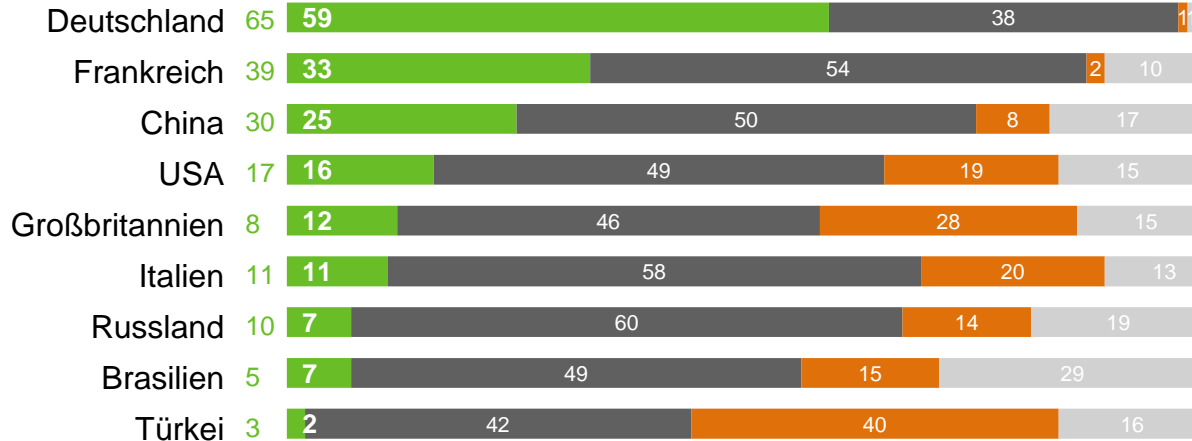
Die übrigen Befragten (an Hundert Fehlende) haben die Items entweder neutral bewertet (keine Auswirkungen) oder keine Antwort gegeben (weiß nicht).

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=362 befragte Unternehmen

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

Bewertung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen ausgewählter Länder

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: 59 % der Unternehmen aus Ostdeutschland bewerten die Rahmenbedingungen hier als gut oder sehr gut. In Ostdeutschland sind die Unternehmen jedoch seltener mit dem Standort Deutschland zufrieden als im Bundesdurchschnitt.

Bemerkenswert ist, dass die USA und Großbritannien, obgleich etablierte Volkswirtschaften, weiter hinten im Ranking der Rahmenbedingungen stehen.

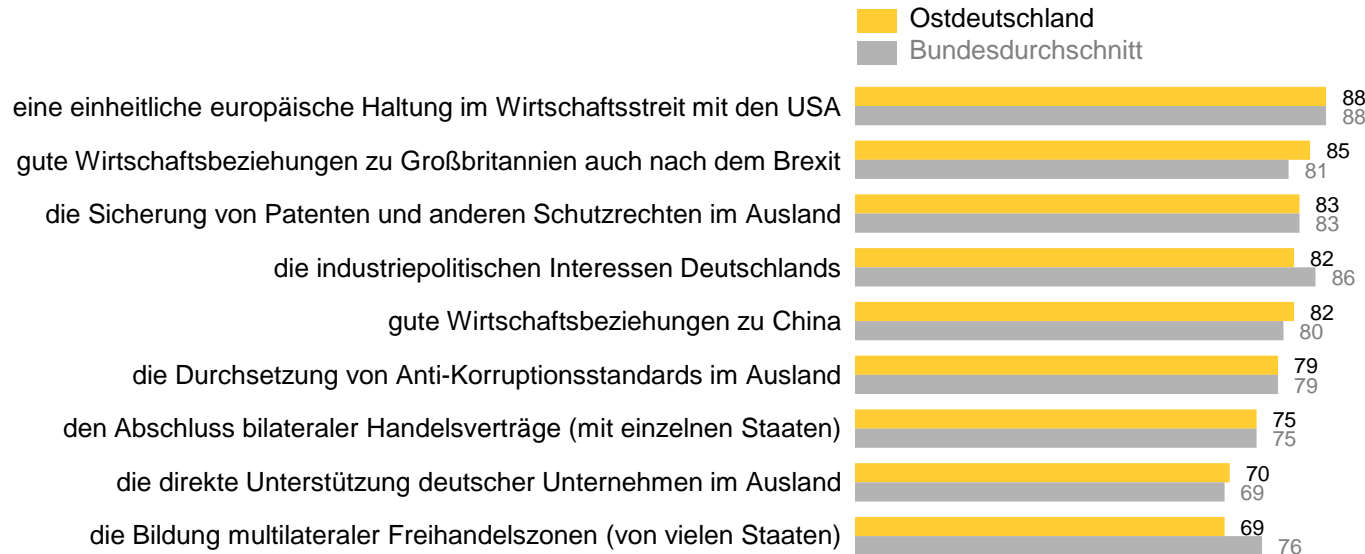
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler

Frage 4: „Wie bewerten Sie aus Sicht eines deutschen Unternehmens die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in den folgenden Ländern?“

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=362 befragte Unternehmen

Who's first? Die Politik ist gefragt bei der Vertretung deutscher/europäischer Interessen gegenüber den USA, beim Brexit und im Verhältnis zu China

Erwartungen an die Politik, die sich intensiver einsetzen soll für:



Die Unternehmen aus Ostdeutschland erwarten, dass sich die Politik intensiver für die deutschen oder auch europäischen Interessen einsetzt.

Dies gilt in Ostdeutschland insbesondere für das Verhältnis zu den USA, China und Großbritannien, aber auch für klassische Themen wie den Schutz geistigen Eigentums und Anti-Korruptionsstandards im Ausland.

Angaben in Prozent

Frage 16: „Was muss die deutsche Politik tun, um die Auslandsaktivitäten des deutschen Mittelstands zu erleichtern und zu fördern? Sie muss sich intensiver als bisher einsetzen für: ...“

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=362 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 Ostdeutschland 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 kleinere 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

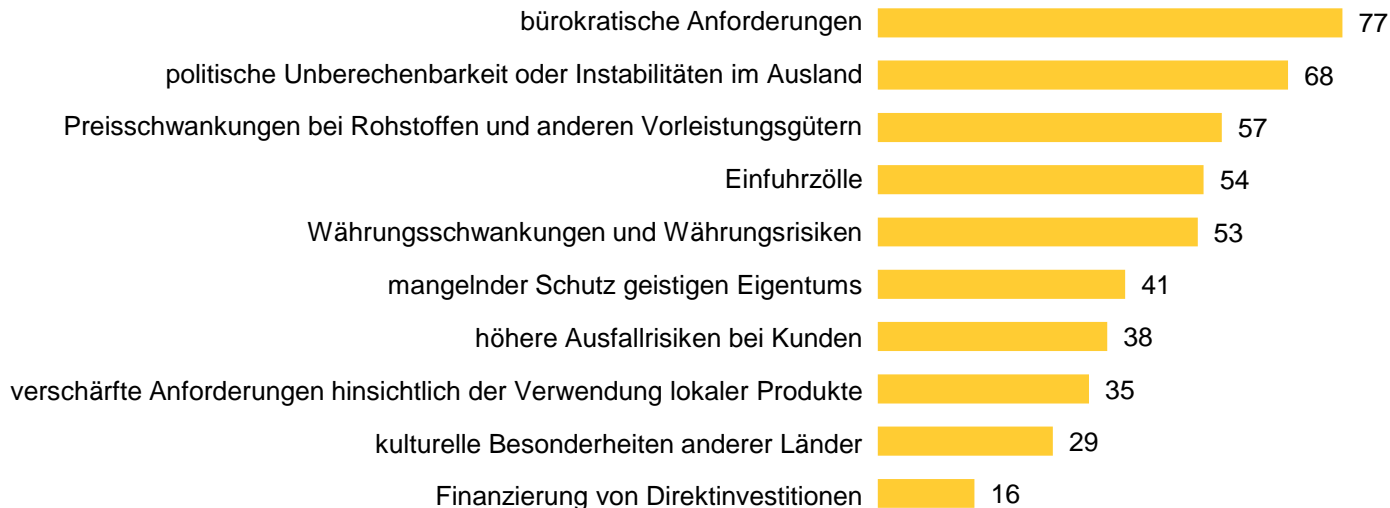
Angaben in Prozent

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

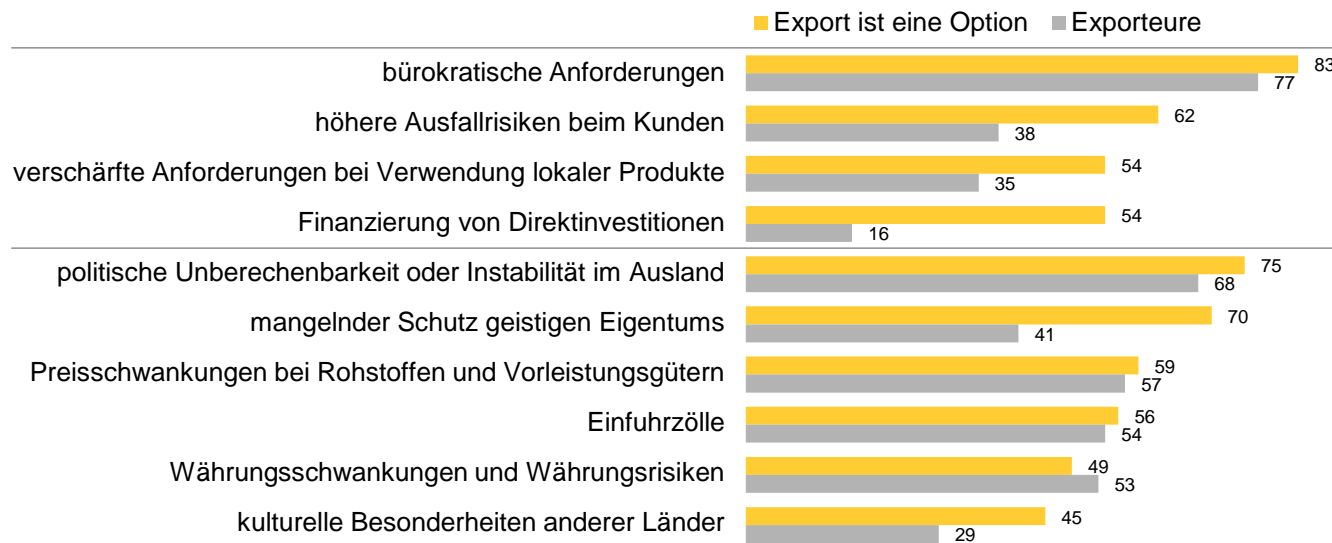
Probleme mit **Einfuhrzöllen** haben v. a. die Ernährungsindustrie (76 %) und der Maschinenbau (71 %), außerdem Unternehmen mit Standorten in China (81 %), den USA (70 %) oder Großbritannien (71 %).

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.

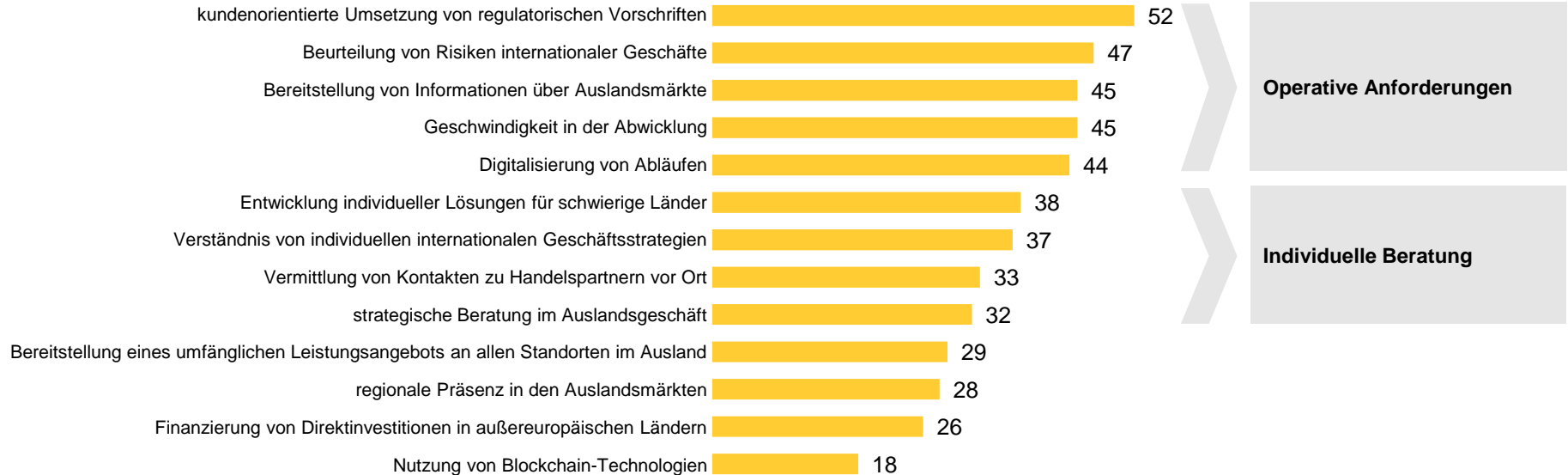
Angaben in Prozent

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

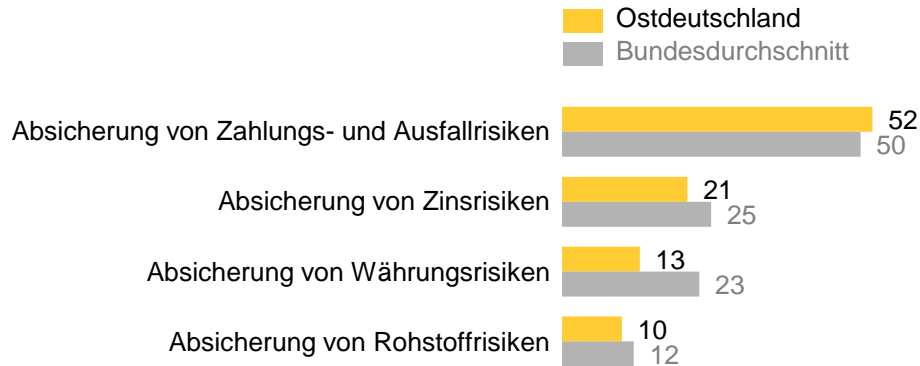
Optimierungsbedarf von Banken im internationalen Geschäft aus Sicht exportierender Unternehmen



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 (52 %), eher selten die häufig beklagten Währungsrisiken (13 %) und Rohstoffrisiken (10 %). Die Unternehmen aus Ostdeutschland sind hier besonders zurückhaltend.

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=362 befragte Unternehmen