



Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft

Ergebnisse für das Ruhrgebiet

Repräsentativität für mittelständische Unternehmen aus dem Ruhrgebiet

- › **Regionale Stichprobe:**
81 Unternehmen aus dem Ruhrgebiet
- › **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

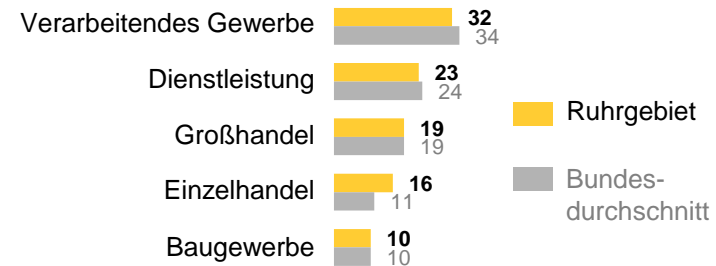
Die Darstellung greift auf einige bundesweite Ergebnisse zurück, soweit Unterzielgruppen betrachtet werden, die nicht regionalisiert werden können.

Befragte Unternehmen nach Jahresumsatz

Stichprobe	regional	bundesweit
2 bis 15 Mio. €	28 Unternehmen	800 Unternehmen
15 bis 100 Mio. €	35 Unternehmen	960 Unternehmen
über 100 Mio. €	18 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=81 befragte Unternehmen

Die Ergebnisse für das Ruhrgebiet im Überblick

Status quo: Internationalisierung im Spiegel der Zeit

- › Der Internationalisierungsgrad des Mittelstands ist seit 2007 stabil. Im Ruhrgebiet exportieren 48 % der Unternehmen, die Region liegt damit leicht unter dem bundesweiten Durchschnitt.
- › Internationalisierung hat starke Treiber: Deutsche Produkte sind international wettbewerbsfähig und gefragt, die Digitalisierung erleichtert die Geschäftsbeziehungen, die Finanzierungsbedingungen sind günstig.
- › Der Euroraum ist der zentrale Absatzmarkt, die Unternehmen sind vergleichsweise weniger außerhalb des Euroraums aktiv. 17 % sind in Russland engagiert, 16 % in Großbritannien, 14 % in den USA und 13 % in China.

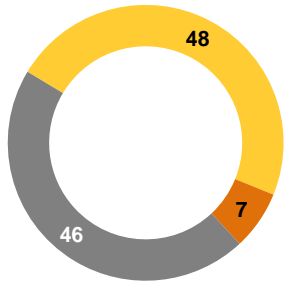
Bewegte Zeiten: veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen

- › Geopolitische Turbulenzen verändern die Rahmenbedingungen im internationalen Geschäft und führen zu abnehmender Planungssicherheit. Das Ruhrgebiet fürchtet eine geringere Nachfrage im deutschen Markt und zunehmende Handelsbarrieren in Auslandsmärkten.
- › Handelskonflikte, regionale Krisen, Klimawandel und Diesel haben je nach Branche und Auslandsengagement der Unternehmen negative Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit. Die Region ist vor allem von der Dieselkrise betroffen: Zwei Drittel der Unternehmen spüren oder erwarten negative Auswirkungen.
- › Paradigmenwechsel bei der Beurteilung der Handelspartner: Die Rahmenbedingungen in den USA und Großbritannien werden von den Unternehmen aus dem Ruhrgebiet schlechter bewertet als das ehemalige Schwellenland China. Großbritannien landet nur knapp vor der Türkei auf dem vorletzten Platz des Rankings.
- › Die Politik ist gefragt: Sie soll sich intensiver für die wirtschaftspolitischen Interessen deutscher Unternehmen einsetzen. Den Unternehmen aus dem Ruhrgebiet ist dabei das Verhältnis zu den USA und China besonders wichtig.

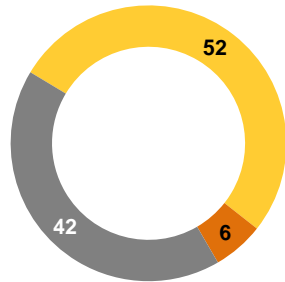
48 % der Unternehmen aus dem Ruhrgebiet exportieren, Internationalisierungsgrad ist im Bundesdurchschnitt seit 2007 stabil

Vertrieb von Produkten bzw. Dienstleistungen im Ausland

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



Ruhrgebiet



Bundesdurchschnitt

48 % der Unternehmen aus dem Ruhrgebiet exportieren. Die Region liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt.

Für nur wenige Unternehmen kommt die Aufnahme von Auslandsgeschäften in Frage. 7 % sehen dies zumindest 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.

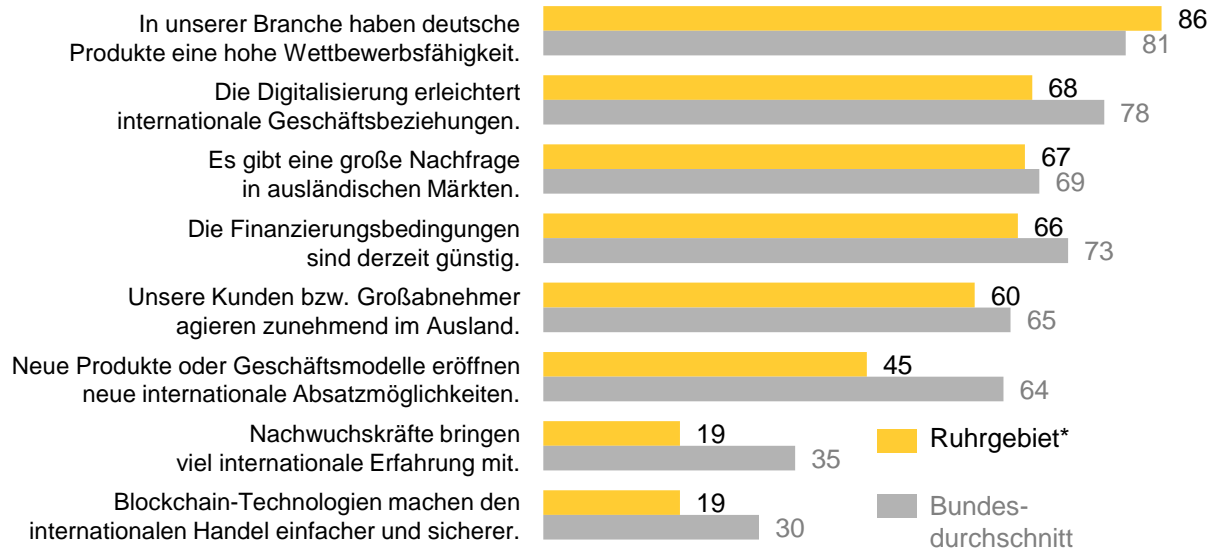
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: weiß nicht/keine Angabe

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

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=81 befragte Unternehmen

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. Für 86 % der exportierenden Unternehmen aus dem Ruhrgebiet ist die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte ein wesentlicher Faktor. Zwei Drittel der Unternehmen verweisen auf die große Auslandsnachfrage. Neue Produkte oder Geschäftsmodelle spielen allerdings eher selten eine Rolle (45 %).

Für Internationalisierung spricht auch, dass die Digitalisierung internationale Geschäftsbeziehungen erleichtert (68 %) und die Finanzierungsbedingungen günstig sind (66 %).

Außerdem agieren immer mehr Großabnehmer im Ausland (60 %).

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=47 befragte Unternehmen, Trendergebnis aufgrund der geringen Fallzahl

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- durch- schnitt	Ruhrgebiet
nur Deutschland	48	52
Euroraum (ohne Deutschland)	47	35
speziell Italien	26	16
Schweiz	37	25
Großbritannien	29	16
Russland	18	17
USA	22	14
Kanada	14	9
China	22	13
Türkei	18	16
Japan	14	9
Indien	13	14
Brasilien	12	12
Afrika	13	6

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=81 befragte Unternehmen

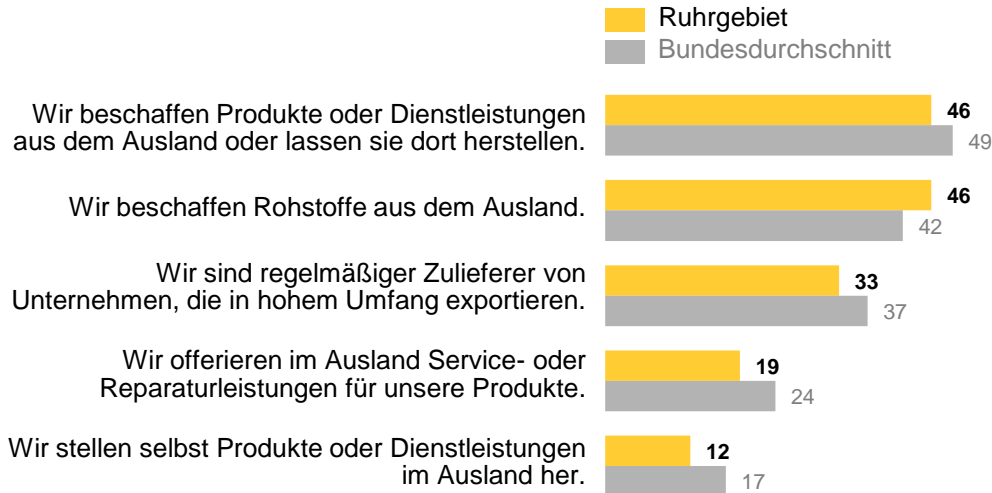
Von allen Unternehmen aus dem Ruhrgebiet setzt (wie schon geschildert) gut die Hälfte ihre Produkte und Dienstleistungen nur in Deutschland ab. 35 % der Exporteure aus dem Ruhrgebiet verkaufen Waren im Euroraum.

Darüber hinaus zählen Länder auf allen Kontinenten zu den Zielregionen des deutschen Mittelstands. Die Unternehmen setzen damit auch in Ländern mit kritischer wirtschaftspolitischer Entwicklung ab, wie z. B. in Großbritannien (16 %), Italien (16 %), den USA (14 %), in China (13 %), Russland (17 %), der Türkei (16 %) und Brasilien (12 %).

Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt sind die Unternehmen aus dem Ruhrgebiet in fast allen Absatzmärkten seltener vertreten. In dieser ohnehin exportschwächeren Region sind die Unternehmen folglich weniger stark in Auslandsmärkten diversifiziert.

Internationale Verflechtung auch in der Beschaffung und der Zulieferung von exportierenden Großunternehmen

Weitere Formen internationaler Geschäftstätigkeit



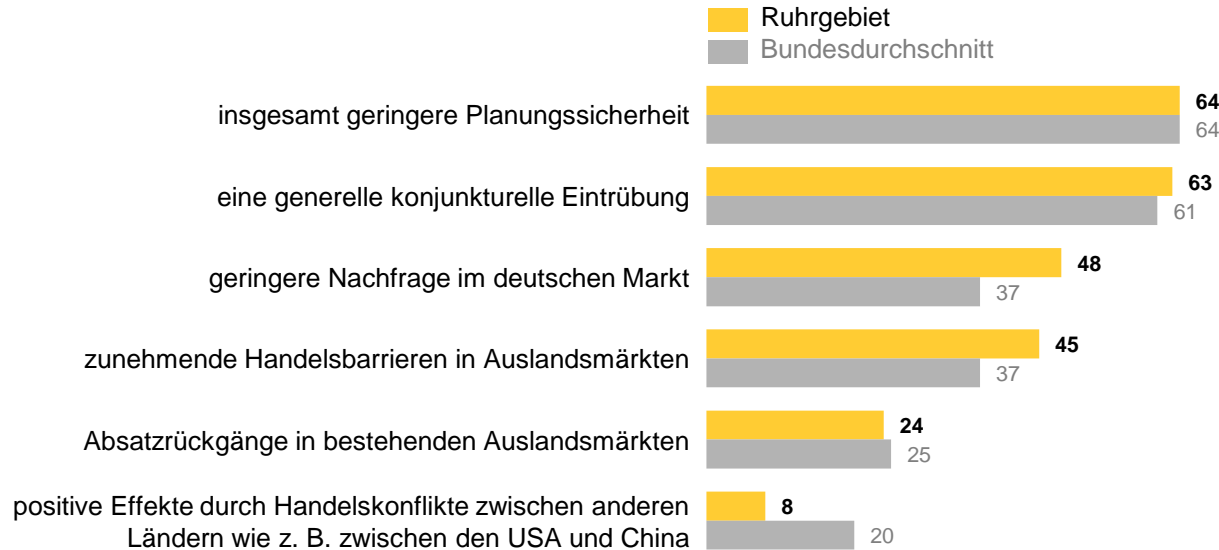
Die Unternehmen sind nicht nur im Absatz, sondern auch in der Beschaffung und als Zulieferer in den internationalen Handel eingebunden.

In Ruhrgebiet beschaffen 46 % der Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen aus dem Ausland, ebenfalls 46 % beziehen Rohstoffe von dort, 33 % 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=81 befragte Unternehmen

Unternehmen befürchten abnehmende Planungssicherheit, konjunkturelle Eintrübung und politische Turbulenzen

Zu erwartende Entwicklungen in den nächsten ein bis zwei Jahren



Die Unternehmen aus dem Ruhrgebiet befürchten insgesamt abnehmende Planungssicherheit (64 %) sowie generelle konjunkturelle Eintrübung (63 %).

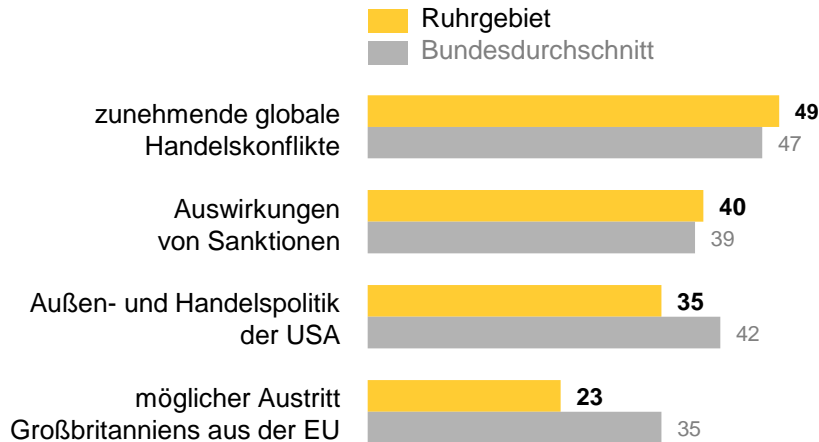
Sie erwarten überdurchschnittlich oft geringere Nachfrage im deutschen Markt (48 %), ebenso wie Handelsbarrieren in Auslandsmärkten (45 %). Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt sind sie also vergleichsweise besorgt.

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=81 befragte Unternehmen

Globale Handelskonflikte treffen die Hälfte der Unternehmen aus dem Ruhrgebiet, der Brexit hat eine vergleichsweise geringe Bedeutung

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



Knapp die Hälfte der Unternehmen aus dem Ruhrgebiet ist von globalen Handelskonflikten betroffen. 40 % erwarten negative Auswirkungen von Sanktionen. Vergleichsweise selten fürchten die Unternehmen die Folgen der US-amerikanischen Handelspolitik (35 %) und des möglichen Brexits (23 %).

Bundesweite Daten: Die Betroffenheit der Unternehmen hängt dabei 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

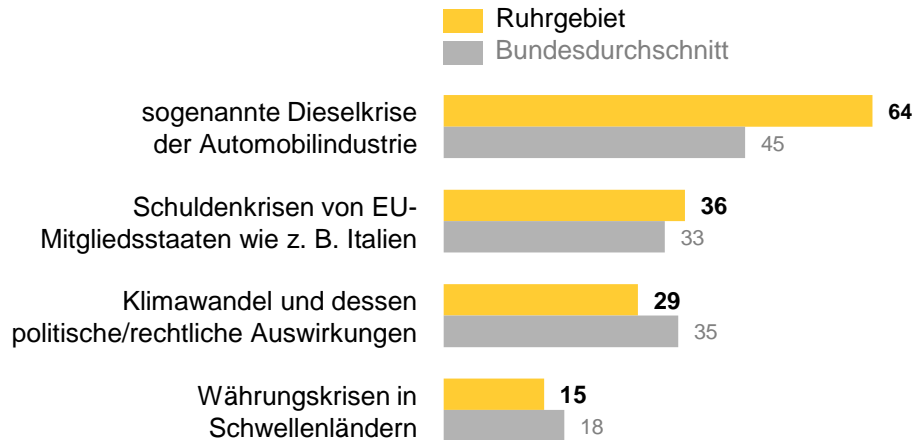
Frage 2: „Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten ein bis zwei Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?“

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=81 befragte Unternehmen

Die Dieselkrise bedroht zwei Drittel der Unternehmen aus dem Ruhrgebiet, der Klimawandel gefährdet ein knappes Drittel

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



Ein großes Thema ist im Ruhrgebiet die Dieselkrise der Automobilindustrie. 64 % der Unternehmen geben an, dass diese negative Auswirkungen auf ihre Geschäftstätigkeit hat oder haben wird. Damit liegen sie deutlich über dem Durchschnitt. Der Klimawandel wirkt sich hingegen seltener negativ bei den Unternehmen aus (29 %).

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?“

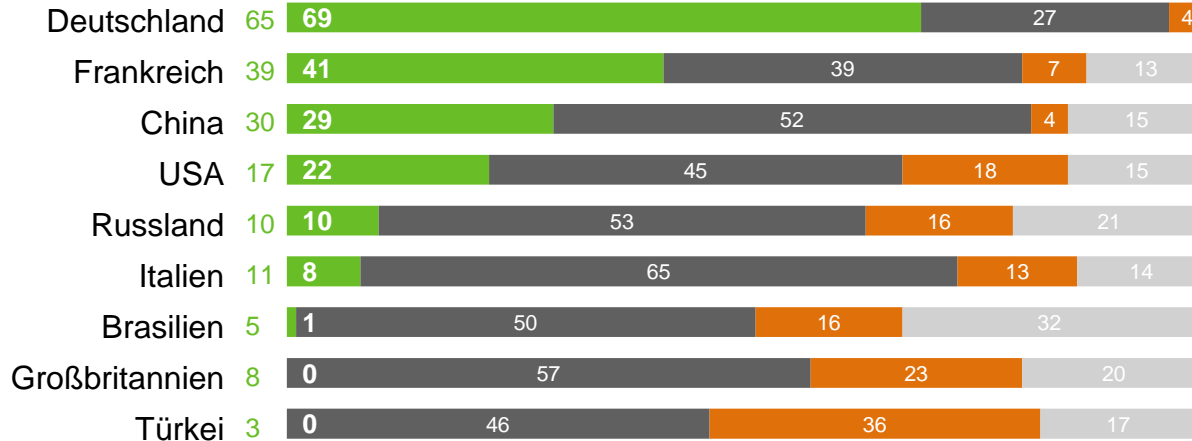
Die übrigen Befragten (an Hundert Fehlende) haben die Items entweder neutral bewertet (keine Auswirkungen) oder keine Antwort gegeben (weiß nicht).

Basis: Bundesdurchschnitt n=2.000 befragte Unternehmen, regionale Stichprobe n=81 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

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: 69 % der Unternehmen bewerten die Rahmenbedingungen 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 dem Ruhrgebiet.

Großbritannien wird vom keinem Unternehmen im Ruhrgebiet als gut oder sehr gut bewertet und landet auf dem vorletzten Platz des Rankings – nur knapp über der Türkei.

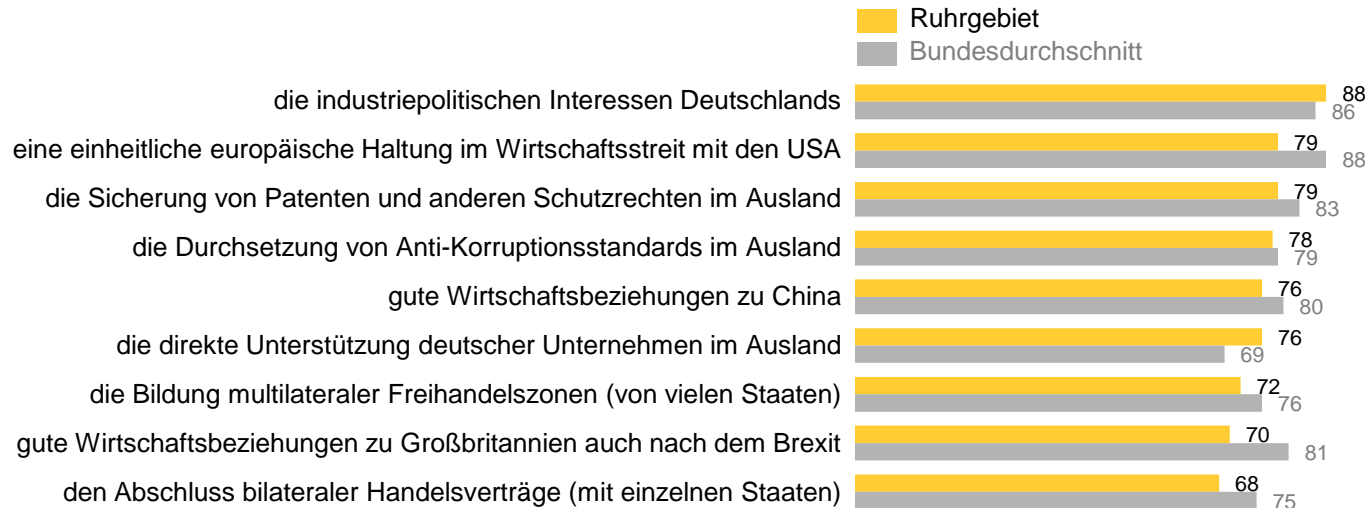
Angaben in Prozent, an Hundert Fehlende: Rundungsfehler

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=81 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 dem Ruhrgebiet erwarten, dass sich die Politik intensiver für die deutschen Interessen einsetzt. Etwas seltener als der Bundesdurchschnitt fordern sie eine einheitliche europäische Haltung.

Dies gilt in der Region insbesondere für das Verhältnis zu den USA und China, aber auch für Themen wie der Sicherung von Patenten und der 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=81 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 kleineren Unternehmen aber 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 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. €	Im Größenvergleich
Suche nach neuen Vertriebsmöglichkeiten	70	68	75	73	Eher expansiv: Innovation, Digitalisierung und Verbreiterung der Angebotspalette bei den großen Unternehmen
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	Eher fokussiert: Konzentration auf Kernprodukte bei den kleineren Unternehmen
Konzentration auf Kernprodukte	63	63	63	49	
intensivere Bindung an Großabnehmer	34	33	37	33	

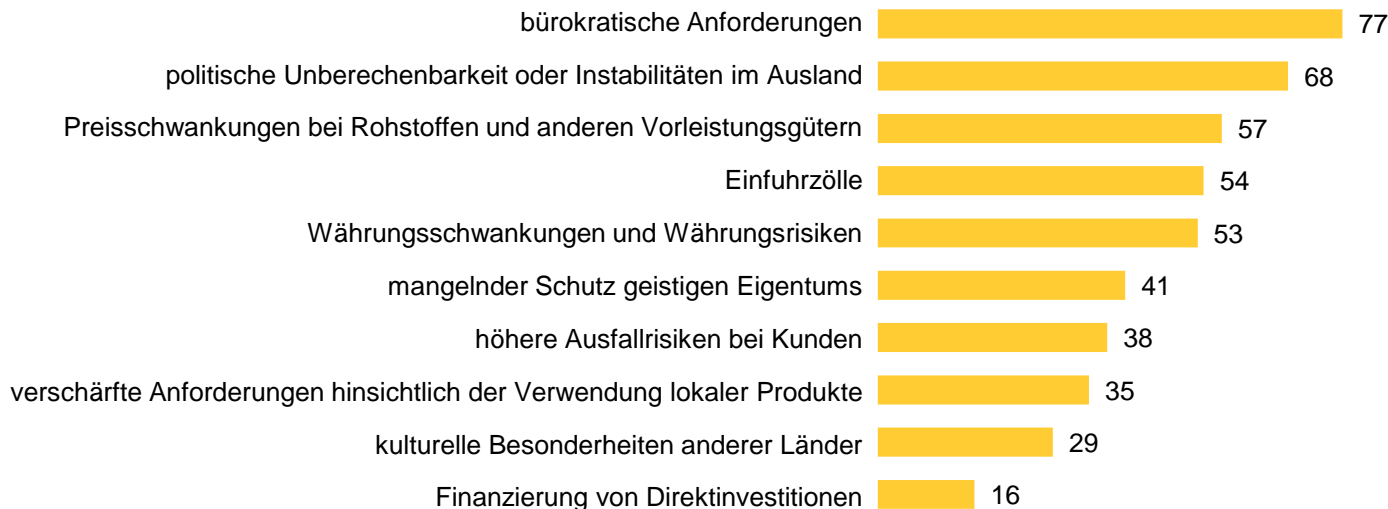
Angaben in Prozent

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 %).

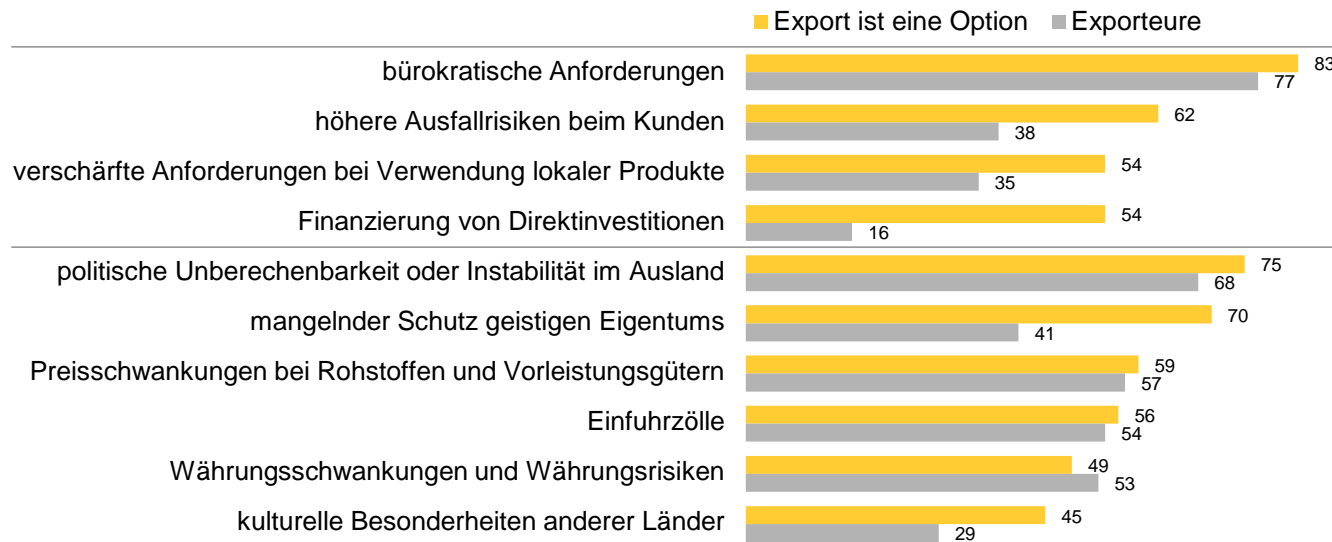
Probleme mit **Einfuhrzöllen** haben v. a. die Ernährungsindustrie (76 %) und der Maschinenbau (71 %), außerdem Unternehmen mit Standorten in China (81 %), den USA (70 %) oder Großbritannien (71 %).

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.

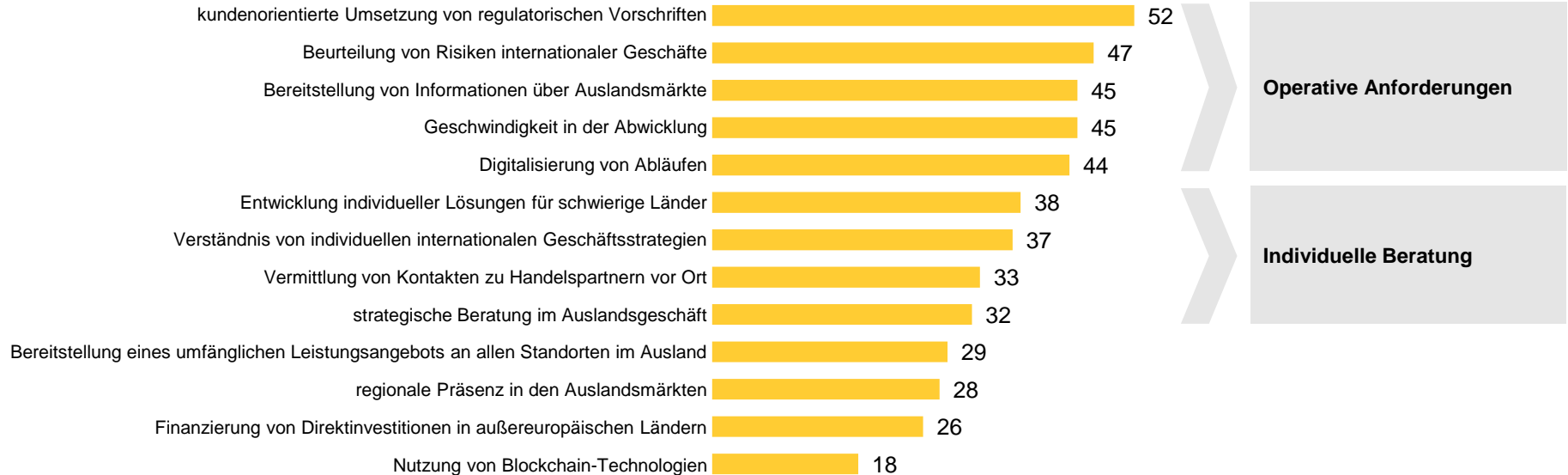
Angaben in Prozent

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



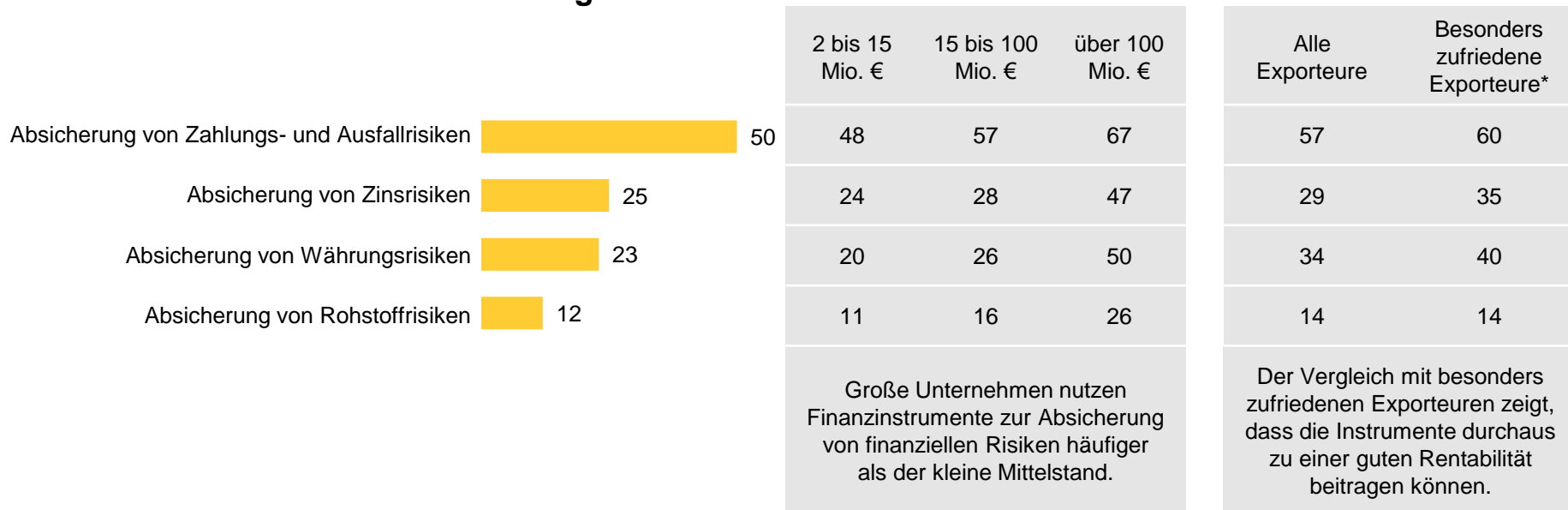
Angaben in Prozent

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

Große mittelständische Unternehmen minimieren ihre Risiken, nur jeder Zweite im kleinen Mittelstand nutzt entsprechende Instrumente im Finanzmanagement

Genutzte Instrumente im Finanzmanagement



Angaben in Prozent
 Frage 15: „Nutzt Ihr Unternehmen im Finanzmanagement Instrumente zur ...?“
 Basis: n=2.000 befragte Unternehmen

*Exportierende Unternehmen, die mit der **Rentabilität ihrer Auslandsgeschäfte** außerordentlich oder sehr zufrieden sind (Selbsteinschätzung lt. Frage 2), Basis: n=182 befragte Unternehmen