

»» Mittelständische Wertschöpfungsketten werden internationaler – Europa bleibt wichtig

Nr. 137, 16. August 2016

Autorin: Dr. Jennifer Abel-Koch, Telefon 069 7431-9592, research@kfw.de

Kleine und mittlere Unternehmen sind heute Teil globaler Wertschöpfungsketten: Fast 90 % der mittelständischen Industrieunternehmen sind entweder direkt oder indirekt über ihre deutschen Kunden im Export tätig. Bei den unternehmensnahen Dienstleistern liegt der Anteil immerhin noch bei 53 %. Vor allem der Absatz, aber auch die Beschaffung und etwas seltener auch die Produktion deutscher Mittelständler erstrecken sich längst über die Grenzen des Landes hinaus.

Der Fokus aller mittelständischen Auslandsaktivitäten liegt dabei klar auf Europa. Rund zwei Drittel des Auslandsabsatzes, der Auslandseinkäufe und der Auslandsproduktionskapazitäten lassen sich hier verorten. Daran wird sich nach Einschätzung der Unternehmen auch in Zukunft wenig ändern, wenngleich es innerhalb Europas zu Verschiebungen kommen kann. So dürfte Mittel- und Osteuropa als Absatz- und vor allem als Beschaffungsmarkt deutlich stärker an Bedeutung gewinnen als Südeuropa. Wirtschaftliches Wachstum, eine vergleichsweise günstige Kostensituation und die Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte machen viele der neuen EU-Länder zu attraktiven Auslandsmärkten. Auch der Ausgang des britischen Referendums zum EU-Austritt wird sich auf die Auslandsaktivitäten des Mittelstandes auswirken. Die dadurch verursachten Umsatzrückgänge bei kleinen und mittleren Unternehmen dürften insgesamt jedoch eher gering bleiben.

Die fortschreitende Digitalisierung wird von den meisten Mittelständlern insgesamt positiv gesehen, knapp 70 % erwarten, dass ihr Unternehmen davon profitieren wird. Fast ebenso viele erwarten allerdings auch einen steigenden Wettbewerbsdruck. Digitalisierung kann die Einbindung ausländischer Kunden und Lieferanten in die eigenen Wertschöpfungsketten erleichtern und so die Internationalisierung im Mittelstand beschleunigen.

Um noch ungenutzte Chancen europäischer Märkte möglichst vielen kleinen und mittleren Unternehmen zugänglich zu machen, bedarf es jedoch auch eines konsequenten Abbaus wichtiger Hemmnisse. Vor allem bürokratische Hürden, aber auch mangelnde Informationen über ausländische Zielmärkte und Rechtssysteme halten immer noch viele Mittelständler von einer Ausweitung ihres europäischen Engagements zurück. Gerade im Hinblick auf Marktkenntnisse erhoffen sich viele Unternehmen bei

Auslandsprojekten auch Unterstützung von ihren Finanzierungspartnern.

Mittelstand ist immer stärker in globale Wertschöpfungsketten eingebunden

Seit 1990 hat sich die weltweite Warenproduktion in etwa verdreifacht. Die weltweiten Exporte und ausländischen Direktinvestitionen haben sich im gleichen Zeitraum mehr als verfünffacht.¹ Die zunehmende Internationalisierung der Weltwirtschaft ist längst auch im deutschen Mittelstand zu spüren. Sowohl als Zulieferer wie auch als Abnehmer sind viele kleine und mittlere Industrieunternehmen und unternehmensnahe Dienstleister heute ein Teil globaler Wertschöpfungsketten. Dies zeigt eine im Auftrag der KfW Bankengruppe von der IW Consult GmbH erstellte Studie, für die eine repräsentative telefonische Befragung unter 600 mittelständischen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie eine Sonderauswertung des IW Zukunftspanels durchgeführt wurde. Der Fokus lag dabei auf größeren Mittelständlern mit 20–499 Beschäftigten.²

In der Industrie ist mehr als die Hälfte des Umsatzes vom Ausland getrieben

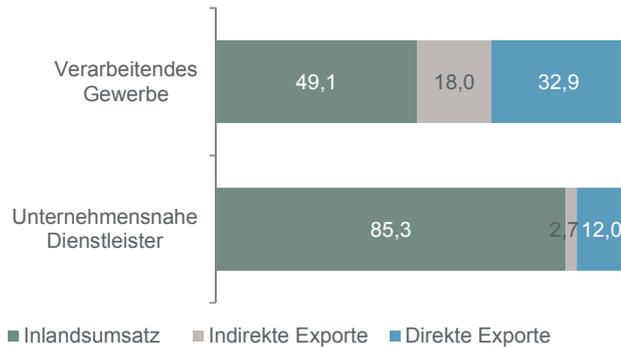
Mehr als drei Viertel aller Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes mit 20–499 Beschäftigten haben im Jahr 2014 direkt ins Ausland exportiert. Mit ihren direkten Exporten haben sie rund ein Drittel zum Gesamtumsatz aller kleinen und mittleren Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes beigetragen (Grafik 1). Darüber hinaus exportieren viele Unternehmen indirekt. Der Anteil der Mittelständler aus dem Verarbeitenden Gewerbe, deren Produkte in die Exporte ihrer deutschen Kunden einfließen, liegt bei fast 70 %. Indirekte Exporte machen weitere 18 % der Gesamtumsätze aller Unternehmen in dieser Branche und Größenklasse aus (Grafik 1). Somit lässt sich mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes kleiner und mittlerer Industrieunternehmen auf den Absatz im Ausland zurückführen. Ganze 89 % der Mittelständler aus dem Verarbeitenden Gewerbe sind entweder selbst oder über ihre exportierenden Kunden auf ausländischen Absatzmärkten aktiv.

Über die Hälfte der Dienstleister ist zumindest indirekt am Export beteiligt

Auch für mittelständische unternehmensnahe Dienstleister gewinnt die Einbindung in internationale Produktionsnetzwerke zunehmend an Bedeutung. Im Jahr 2014 haben 44 % von ihnen direkt exportiert, rund 30 % haben ihre Dienstleis-

tungen indirekt für ausländische Kunden erbracht. Der Beitrag des Auslands zu den gesamten Umsätzen aller mittelständischen unternehmensnaher Dienstleister fällt mit knapp 15 % zwar deutlich geringer aus als im Verarbeitenden Gewerbe (Grafik 1). Dennoch waren 53 % und damit mehr als die Hälfte der kleinen und mittleren unternehmensnahen Dienstleister wenn nicht direkt, dann zumindest indirekt am Export beteiligt.

Grafik 1: Umsatz des mittelständischen Verarbeitenden Gewerbes stark vom Ausland abhängig



Anmerkung: Anteil direkter und indirekter Exporte am Gesamtumsatz aller Unternehmen mit 20–499 Beschäftigten. Angaben in Prozent für das Jahr 2014.

Quelle: IW Zukunftspanel (Welle 26), Statistisches Bundesamt

Internationalisierung findet im Mittelstand auch in der Beschaffung statt ...

Nicht nur im Absatz, auch in der Beschaffung sind viele Mittelständler im Ausland aktiv. Im Jahr 2012 haben rund 66 % der kleinen und mittleren Industrieunternehmen Waren und Dienstleistungen aus dem Ausland importiert. Ihre Auslandseinkäufe machten fast ein Fünftel aller Einkäufe des mittelständischen Verarbeitenden Gewerbes aus. Die unternehmensnahen Dienstleister sind auch in der Beschaffung stärker auf das Inland fokussiert als die Industrieunternehmen. Dennoch lag der Anteil mit Auslandseinkäufen im Jahr 2012 bei rund 30 %. Ihre Importe machten immerhin ein knappes Achtel aller Einkäufe mittelständischer unternehmensnaher Dienstleister aus.

... aber kaum in der Produktion

Noch immer schwach ausgeprägt ist dagegen die Internationalisierung in der Produktion. Im Jahr 2014 waren nur rund 6 % der gesamten Produktionskapazitäten im mittelständischen Verarbeitenden Gewerbe im Ausland angesiedelt. Dies hängt vor allem mit dem hohen Investitionsvolumen zusammen, das der Aufbau eines Produktionsstandortes im Ausland erfordert. Eine Aufteilung der Produktion auf das In- und Ausland ist für viele mittelständische Unternehmen aufgrund ihrer begrenzten Größe oftmals nicht wirtschaftlich. So hat im Zeitraum 2012–2015 nicht einmal jedes zehnte mittelständische Unternehmen Direktinvestitionen im Ausland getätigt, und weniger als jedes zwanzigste Unternehmen plant dies für die Zukunft.

Europa ist Hauptziel mittelständischer Exporte

Der Fokus aller mittelständischen Auslandsaktivitäten liegt klar auf Europa. Kleine und mittlere Industrieunternehmen und unternehmensnahe Dienstleister erzielen rund zwei Drittel ihrer direkten Exportumsätze hier (Tabelle 1).

Tabelle 1: Regionale Verteilung der direkten Exporte

	Verarbeitendes Gewerbe	Unternehmensnahe Dienstleister
Europa	65,5	65,9
EU-28	57,2	55,0
Sonstiges Europa	8,3	10,9
NAFTA	8,3	8,1
China	6,9	4,8
Übrige Welt	19,3	21,2

Anmerkung: Anteil verschiedener Zielregionen an den direkten Exportumsätzen aller Unternehmen mit 20–499 Beschäftigten. Angaben in Prozent für das Jahr 2013.

Quelle: IW Zukunftspanel (Welle 24)

Innerhalb Europas liegen die bedeutendsten Absatzmärkte in Westeuropa. Rund 72 % der mittelständischen Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes und 40 % der Dienstleister geben an, dort wichtige Kunden zu haben. Hierin spiegeln sich die insgesamt starken Handelsbeziehungen Deutschlands zu Frankreich und den Niederlanden wider, die neben den USA und China zu den größten Handelspartnern zählen.

In Mittel- und Osteuropa verorten immerhin knapp 46 % der Industrieunternehmen und 20 % der Dienstleister wichtige Abnehmer. Ein attraktiver Absatzmarkt dürfte hier vor allem das Nachbarland Polen sein. Es ist mit 38 Millionen Einwohnern das bevölkerungsstärkste Land Mittel- und Osteuropas und verzeichnet seit mehr als zehn Jahren ein kontinuierlich positives Wirtschaftswachstum.

Wichtige ausländische Lieferanten meist in Westeuropa

Ein ähnliches Bild zeigt sich auf der Beschaffungsseite. Der größte Anteil mittelständischer Auslandseinkäufe kommt aus Europa, 68 % in der Industrie und 62 % bei den unternehmensnahen Dienstleistern. Wenn deutsche Mittelständler wichtige Lieferanten im Ausland haben, dann meist in Westeuropa. Dies geben 53 % der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes und 26 % der unternehmensnahen Dienstleister an. In Mittel- und Osteuropa hat ein knappes Drittel aller Industrieunternehmen wichtige Zulieferer, aber nur jeder siebte unternehmensnahe Dienstleister.

Produktion in Mittel- und Osteuropa vor allem, um Kosten zu senken

Europa ist auch Hauptziel ausländischer Direktinvestitionen kleiner und mittlerer Industrieunternehmen. Rund zwei Drittel der ausländischen Produktionskapazitäten des mittelständischen Verarbeitenden Gewerbes sind hier angesiedelt (Tabelle 2).

Tabelle 2: Regionale Verteilung der ausländischen Produktionskapazitäten

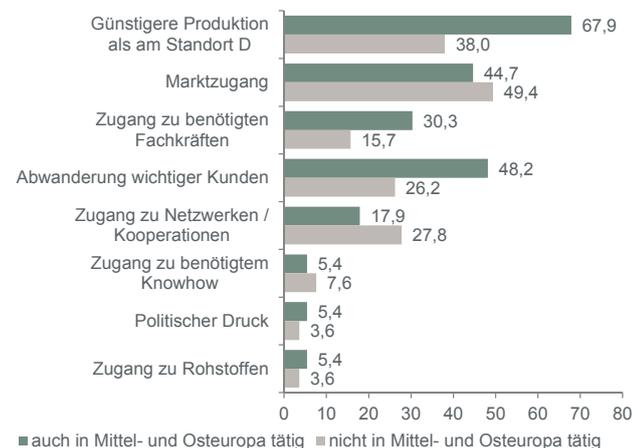
	Verarbeitendes Gewerbe
Europa	66,4
EU-15	51,6
Neue EU-Länder	12,2
Sonstiges Europa	2,7
NAFTA	3,6
China	10,5
Übrige Welt	19,5

Anmerkung: Anteil verschiedener Zielregionen an den ausländischen Produktionskapazitäten aller Unternehmen mit 20–499 Beschäftigten. Angaben in Prozent für das Jahr 2014. Daten zur Verteilung bei den unternehmensnahen Dienstleistern liegen nicht vor.

Quelle: IW Zukunftspanel (Welle 24)

Der größte Teil europäischer Produktionskapazitäten entfällt auf die EU-15 Länder. Während sich kleine und mittlere Unternehmen hier auch einen besseren Marktzugang erhoffen, sind die Motive für die Errichtung von Produktionsstandorten in den neuen EU-Mitgliedsländern vor allem in der Senkung der Produktionskosten zu suchen (Grafik 2). So nennen mehr als zwei Drittel der Unternehmen, die einen Produktionsstandort in Mittel- und Osteuropa unterhalten, geringere Kosten als wichtiges Motiv. Von den Unternehmen, die in anderen Regionen Europas einen Produktionsstandort aufgebaut haben, geben dies dagegen weniger als 40 % an.

Grafik 2: Kostendruck und Abwanderung von Kunden motivieren Investitionen in Mittel- und Osteuropa



Anmerkung: Anteil der mittelständischen Unternehmen mit Auslandsproduktion in Europa, auf die das Motiv (voll) zutrifft, nach Zielregionen. Angaben in Prozent für das Jahr 2014.

Quelle IW Zukunftspanel (Welle 24)

Zwar sind die Löhne in Mittel- und Osteuropa in der Vergangenheit stark gestiegen. Dennoch liegen die Arbeitskosten je Stunde hier um bis zu 88 % unter deutschem Niveau.³ Viele Länder bieten zudem qualifizierte Fachkräfte. So lag der Anteil der 30–34-Jährigen, die über eine abgeschlossene Hochschulbildung verfügen, in den baltischen Staaten oder auch in Polen und Slowenien deutlich über 39 %, dem EU-Durchschnitt im Jahr 2015.⁴ Dies erklärt auch, warum der

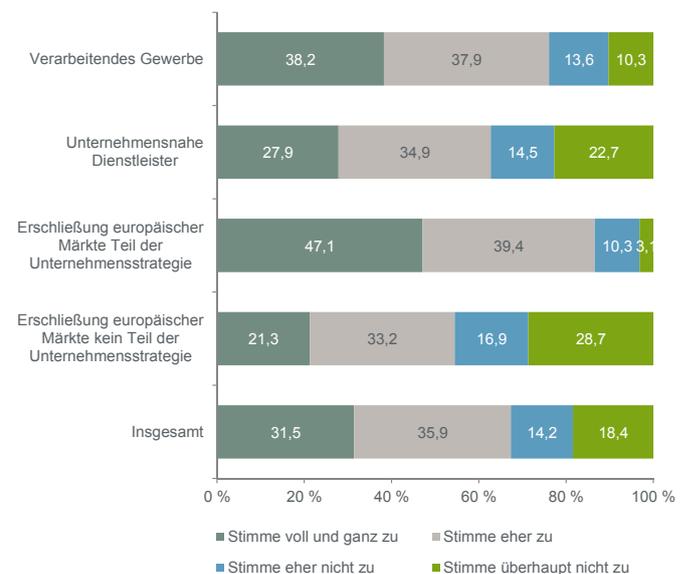
Zugang zu benötigten Fachkräften vergleichsweise häufig als Motiv für die Errichtung eines Produktionsstandortes in dieser Region genannt wird.

Überdurchschnittlich oft werden Investitionen in Mittel- und Osteuropa auch durch die Abwanderung wichtiger Kunden motiviert. Dies verdeutlicht die starke Abhängigkeit einiger mittelständischer Zulieferer von ihren Abnehmern.

Europa zugewandte Mittelständler profitieren vom Euro

Der regionale Schwerpunkt der Auslandsaktivitäten ist der räumlichen und kulturellen Nähe zu den europäischen Nachbarstaaten geschuldet, vor allem aber auch den Regelungen des EU-Binnenmarktes zum freien Waren-, Dienstleistungs-, Personen- und Kapitalverkehr. Als gemeinsame Währung spielt auch der Euro eine zentrale Rolle für die Organisation europäischer Wertschöpfungsketten. So geben rund 87 % der kleinen und mittleren Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, die die Erschließung europäischer Absatz- und Beschaffungsmärkte fest in ihrer Unternehmensstrategie verankert haben an, vom Euro zu profitieren. Unternehmen, für die Europa keine strategische Bedeutung hat, sehen deutlich seltener einen Vorteil in der gemeinsamen Währung (Grafik 3).

Grafik 3: Profitieren Mittelständler vom Euro?



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die der Aussage „Unser Unternehmen profitiert vom Euro als gemeinsamer europäischer Währung.“ zustimmen in Abhängigkeit davon, ob die Erschließung europäischer Absatz- und Beschaffungsmärkte ein fester Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie ist. Angaben in Prozent für das Jahr 2015.

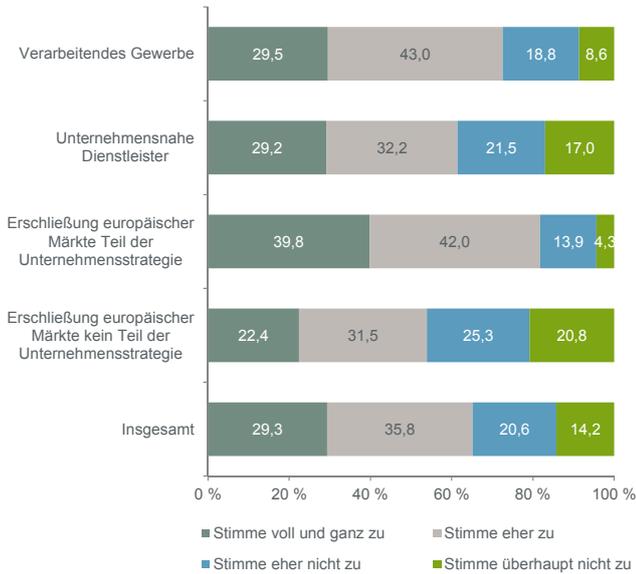
Quelle IW Consult (2015)

Internationalisierung des Mittelstands wird sich weiter fortsetzen ...

Mittelständische Unternehmen gehen davon aus, dass sich ihre grenzüberschreitenden Verflechtungen in der Zukunft noch verstärken werden. So erwarten nahezu zwei Drittel aller Mittelständler, dass ihre Wertschöpfungsketten in den kommenden drei bis fünf Jahren internationaler werden (Grafik 4). Insbesondere die Europa zugewandten Unternehmen sind dieser Überzeugung. Aber auch die Unternehmen, die

die Erschließung europäischer Märkte bisher nicht in den Blick genommen haben, gehen mehrheitlich von einer weiteren Internationalisierung ihrer Abnehmer- und Zuliefererbeziehungen aus.

Grafik 4: Mittelständler erwarten weitere Internationalisierung ihrer Wertschöpfungsketten



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die der Aussage „Die Wertschöpfungsketten, in die unser Unternehmen eingebunden ist, werden internationaler.“ zustimmen nach Branchen sowie in Abhängigkeit davon, ob die Erschließung europäischer Absatz- und Beschaffungsmärkte ein fester Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie ist. Angaben in Prozent für das Jahr 2015.

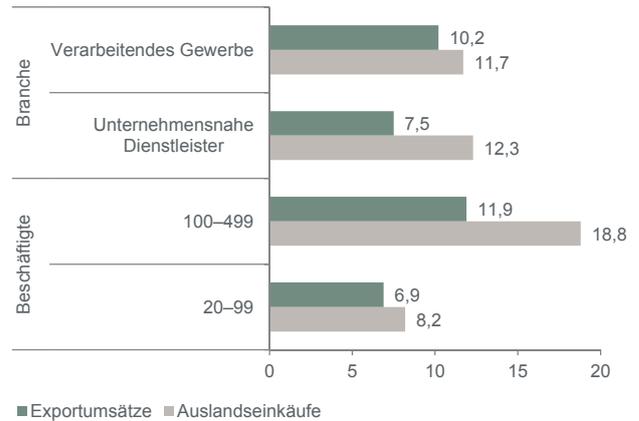
Quelle IW Consult (2015)

... auf allen Stufen der Wertschöpfungskette

Die weitere Internationalisierung des Mittelstandes dürfte alle Stufen der Wertschöpfungskette betreffen, denn die Unternehmen erwarten sowohl beim Auslandsabsatz als auch bei den Auslandseinkäufen weiteren Zuwachs. So könnten die Exportumsätze nach Einschätzung der Unternehmen zwischen 2014 und 2019 um insgesamt gut 10 % im Verarbeitenden Gewerbe und um knapp 8 % im Dienstleistungssektor steigen. Die Auslandseinkäufe könnten im gleichen Zeitraum in beiden Branchen um rund 12 % zunehmen (Grafik 5).

Die grenzüberschreitenden Verflechtungen des Mittelstandes dürften somit auf der Beschaffungsseite stärker an Bedeutung gewinnen als auf der Absatzseite. Gleichzeitig dürften sich bestehende Branchen- und Größenunterschiede im Hinblick auf die Auslandsaktivitäten des Mittelstandes weiter verstärken, wenn sich die insgesamt höheren Wachstumserwartungen im Verarbeitenden Gewerbe und bei den größeren Mittelständlern realisieren.

Grafik 5: Mittelständler erwarten weitere Zunahme der Exporte und Auslandseinkäufe



Anmerkung: Für den Zeitraum 2014–2019 erwartetes Wachstum der Exportumsätze bzw. Auslandseinkäufe von Unternehmen, die bereits exportieren bzw. im Ausland beschaffen. Angaben in Prozent.

Quelle IW Zukunftspanel (Wellen 24 und 26)

Auch die Auslandsproduktionskapazitäten dürften zukünftig etwas stärker ins Gewicht fallen. So gehen die mittelständischen Industrieunternehmen davon aus, dass sich ihr Anteil an den gesamten Produktionskapazitäten von 6 % im Jahr 2014 auf 9 % im Jahr 2019 erhöhen könnte. Auch hier zeigen sich deutliche Unterschiede nach Größenklassen. So erwarten die kleineren Mittelständler einen Anstieg des Anteils ausländischer Produktionskapazitäten von 5,3 auf 8,1 %, während die größeren Mittelständler einen etwas stärkeren Zuwachs von 7,5 auf 11,2 % erwarten. Insgesamt dürften ausländische Direktinvestitionen jedoch eine Internationalisierungsform bleiben, die im Mittelstand vergleichsweise selten genutzt wird.

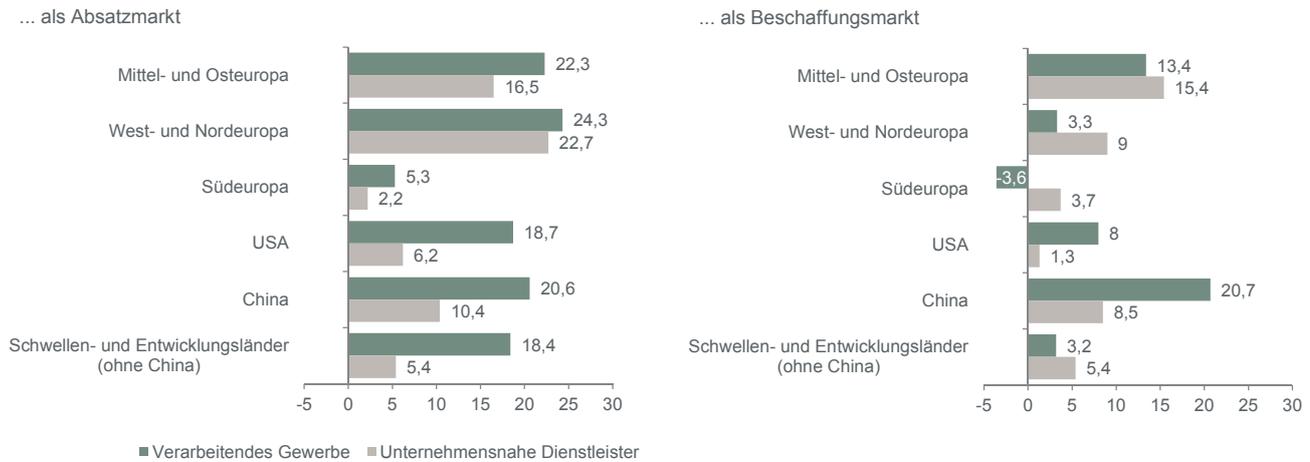
Europa bleibt auch in Zukunft wichtig

Das geografische Profil der Auslandsaktivitäten deutscher Mittelständler wird sich mittelfristig nur leicht verschieben. So gehen bei den verschiedenen untersuchten Regionen jeweils mehr als die Hälfte der Unternehmen davon aus, dass sich die Bedeutung dieser Region für ihren Absatz oder ihre Beschaffung in den nächsten drei bis fünf Jahren nicht ändern wird. Bei fast allen Regionen erwarten die übrigen Unternehmen mehrheitlich einen Bedeutungszuwachs (Grafik 6).

Im Hinblick auf die Absatzerwartungen mittelständischer Industrieunternehmen gilt dies insbesondere für West- und Nordeuropa. Knapp 58 % der Unternehmen gehen von einer gleichbleibenden Bedeutung dieser Region für ihren Absatz aus. Mehr als 33 % der Unternehmen schätzen, dass diese Region für sie an Bedeutung gewinnt. Dass sie als Absatzmarkt an Attraktivität verliert, erwarten dagegen nur rund 9 %. Im Saldo rechnen somit mehr als 24 % der kleinen und mittleren Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes mit einem Bedeutungszuwachs Nord- und Westeuropas (Grafik 6, linke Seite). Als Beschaffungsmarkt bietet diese Region vor allem aus Sicht der unternehmensnahen Dienstleister noch Chancen.

Grafik 6: Südeuropa fällt hinter dem Rest Europas zurück

Entwicklung der Bedeutung verschiedener Regionen ...



Anmerkung: Saldo der Anteile der Unternehmen, die mit stark/ eher zunehmen und stark / eher abnehmen auf die Frage „Wie wird sich Ihrer Einschätzung nach die Bedeutung der folgenden Regionen für den Absatz/die Beschaffung Ihres Unternehmens in den kommenden 3–5 Jahren entwickeln?“ geantwortet haben. Angaben in Prozent für das Jahr 2015.

Quelle IW Consult (2015)

Auswirkungen des Brexits auf den Mittelstand

Das jüngste Votum der Briten für einen Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU dürfte diesen Optimismus etwas eingetrübt haben. Kurzfristig dürfte sich vor allem das schwache Pfund negativ auf die Importnachfrage der Briten und damit auf den Auslandsabsatz des deutschen Mittelstands auswirken. Ein verlangsamtes Wachstum der britischen Wirtschaft und anhaltende Ungewissheit über die zukünftige Ausgestaltung der britischen Beziehungen zur EU dürften diesen Effekt noch verstärken. Langfristig wird vieles von den neu zu definierenden Handelsregeln zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich abhängen. Da mehr als zwei Drittel der exportierenden Mittelständler in nur ein Land exportieren und damit in ihren Auslandsaktivitäten wesentlich weniger diversifiziert sind als Großunternehmen⁵, könnte eine Beschränkung des Freihandels mit dem Vereinigten Königreich einzelne von ihnen hart treffen. Für den Mittelstand in der Breite dürften die Folgen eines Brexits jedoch überschaubar sein:

Im Jahr 2015 exportierte Deutschland Waren im Wert von 89,3 Mrd. EUR in das Vereinigte Königreich, was einem Anteil von knapp 7,5 % am der gesamten deutschen Warenausfuhr entspricht. Unterstellt man, dass dies auch für die regionale Verteilung der direkten wie indirekten Exporte des Mittelstands gilt, lassen sich knapp 3,8 % des Gesamtumsatzes kleinerer und mittlerer Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes auf das Vereinigte Königreich zurückführen. Ein Rückgang der Importnachfrage um 10 % würde somit die Umsätze der mittelständischen Industrieunternehmen um knapp 0,4 % senken. Zum Vergleich: Im Jahr 2009 verzeichnete der Mittelstand infolge der Finanzkrise einen Umsatzrückgang von 6,2 %.⁶

Auch die unternehmensnahen Dienstleister dürften in ihrer Gesamtheit relativ wenig vom Brexit spüren. Der Anteil der gesamten deutschen Dienstleistungsexporte, die in das Ver-

einigte Königreich gehen, lag 2014 mit 20,6 Mrd. EUR bei 9,9 %. Unter der Annahme, dass dieses Regionalprofil auf die hier betrachteten kleinen und mittleren Dienstleistungsunternehmen übertragbar ist, würde ein Rückgang der britischen Dienstleistungsimporte um 10 % einen Umsatzrückgang von knapp 0,15 % bedeuten.

Effekte auf Exporte in Drittländer sowie auf Importe aus dem Vereinigten Königreich bleiben bei dieser Rechnung unberücksichtigt. Auch die Auswirkungen auf das Investitionsverhalten der Mittelständler werden hier nicht abgebildet. Gleichzeitig unterliegen Abschätzungen der zukünftigen Entwicklung einer hohen Unsicherheit. Dennoch dürften diese Zahlen deutlich machen, dass ein Brexit für den Mittelstand in seiner Gesamtheit verkräftbar sein sollte.⁷

Bis der Austritt vollzogen und der Handel mit dem Vereinigten Königreich neuen Regeln unterworfen ist, wird zudem noch einige Zeit vergehen. Dies gibt dem Mittelstand die Möglichkeit, mögliche Absatzverluste durch die Erschließung alternativer Auslandsmärkte zu kompensieren. Eine wichtige Rolle dürfte hier vor allem Mittel- und Osteuropa zukommen.

Mittel- und Osteuropa gewinnt an Attraktivität

Aus Sicht der Mittelständler gewinnt Mittel- und Osteuropa als Absatz- und Beschaffungsmarkt weiter an Attraktivität. So gehen im Saldo etwa ein Fünftel der Industrie- und ein Sechstel der Dienstleistungsunternehmen davon aus, dass diese Region zukünftig wichtiger für ihren Absatz sein wird. Im Hinblick auf die Beschaffung übersteigt der Anteil der Unternehmen, die einen Bedeutungszuwachs Mittel- und Osteuropas erwarten, den Anteil der Unternehmen, die mit einem Bedeutungsrückgang dieser Region rechnen, um mehr als 13 bzw. 15 Prozentpunkte (Grafik 6, rechte Seite). Hier dürften die geringen Lohnkosten, aber auch die räumliche Nähe zu den Zulieferern eine entscheidende Rolle spielen.

Südeuropa fällt hinter anderen Regionen Europas zurück

Vergleichsweise schwach wird sich dagegen nach Einschätzung der Mittelständler Südeuropa entwickeln. Von einem Bedeutungszuwachs dieser Region als Absatzmarkt gehen nur knapp 23 % der Mittelständler des Verarbeitenden Gewerbes aus. Gut 18 % erwarten dagegen einen Bedeutungsverlust. Insgesamt ergibt sich daraus zwar ein positiver Saldo von 5,3 %, der allerdings weit hinter den optimistischen Erwartungen der Industrieunternehmen hinsichtlich anderer Absatzregionen zurückbleibt. Dies gilt auch für die unternehmensnahen Dienstleister, von denen im Saldo nur 2,2 % mit einem Bedeutungsgewinn Südeuropas als Absatzmarkt rechnen (Grafik 6, linke Seite).

Im Hinblick auf die zukünftige Rolle Südeuropas als Beschaffungsmarkt sind die Industrieunternehmen noch pessimistischer. Hier gehen sie sogar mehrheitlich von einem Bedeutungsverlust aus, was sich in einem negativen Saldo ausdrückt (Grafik 6, rechte Seite). Dieses Ergebnis deckt sich mit der Einschätzung der eigenen Konkurrenzfähigkeit spanischer und italienischer Mittelständler: Im globalen Wettbewerb sehen sie sich aufgrund von politischer Instabilität, Korruption und Finanzierungsschwierigkeiten weit abgeschlagen.⁸

USA vor allem als Absatzmarkt für Industrieunternehmen interessant

Auch den USA könnte eine wachsende Bedeutung zukommen – vor allem als Absatzmarkt für mittelständische Industrieunternehmen. Im Saldo erwartet rund ein Fünftel der befragten deutschen Unternehmen, dass die am Bruttoinlandsprodukt gemessen größte Wirtschaftsnation der Welt zukünftig eine größere Rolle für ihren Absatz spielen wird (Grafik 6, linke Seite). Wie stark die USA an Bedeutung gewinnen wird, wird nicht zuletzt vom Ausgang der Verhandlungen über ein transatlantisches Freihandelsabkommen abhängen.⁹

China gewinnt als Beschaffungsmarkt weiterhin an Attraktivität

Die Bedeutung Chinas wird aus Sicht der Mittelständler ebenfalls weiter zunehmen, sowohl auf der Absatz- als auch auf der Beschaffungsseite. Dies gilt vor allem für die Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes, wenngleich die Turbulenzen an den chinesischen Aktienmärkten und die unsicheren Wirtschaftsaussichten im Land der Mitte diese optimistische Einschätzung zwischenzeitlich ein wenig relativiert haben könnten.

Internationalisierung bietet vielen kleinen und mittleren Unternehmen Chancen ...

Das Ausland wird für den Mittelstand somit eine wachsende Rolle spielen. Dies gilt für die USA und China, insbesondere aber auch für Europa. Hier mag es zwar regionale Unterschiede geben, beispielsweise zwischen Süd- und Osteuropa, insgesamt bietet der Kontinent kleinen und mittleren Unternehmen jedoch noch viele, bisher ungenutzte Chancen.

So bewerten 13 % der Mittelständler, die bisher nicht auf den europäischen Absatzmärkten aktiv sind, ihre Erschließung

als einen entscheidenden Faktor für das weitere Wachstum des Unternehmens. Und unter den kleinen und mittleren Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, die bisher nicht die europäischen Beschaffungsmärkte genutzt haben, sehen mehr als 44 % in diesen Märkten Potenziale zum Einkauf sowohl kostengünstiger als auch hoch spezialisierter Waren und Dienstleistungen.

... stellt jedoch einige vor neue Herausforderungen

Allerdings wird die zunehmende Internationalisierung zum Teil auch mit Skepsis betrachtet. So sehen sich einige kleine und mittlere Unternehmen, deren Produkte oder Dienstleistungen in die Exporte anderer deutscher Unternehmen einfließen, durch die Auslandsverlagerung ihrer Kunden gefährdet. Rund 23 % der indirekt in den Export eingebundenen Industrieunternehmen und 29 % der unternehmensnahen Dienstleister erwarten, dass dies in den kommenden drei bis fünf Jahren zum einem Verlust ihrer Kunden führen wird. Allerdings dürften die Absichten der Mittelständler, ihre ausländischen Direktinvestitionen in den kommenden Jahren nur leicht auszuweiten, diese Befürchtungen etwas relativieren.

Darüber hinaus befürchten fast 24 % der indirekt exportierenden Industrieunternehmen, dass ihre Kunden zukünftig kostengünstiger im Ausland einkaufen könnten und sie dann als Lieferant wegfallen. Nicht ganz so schwer wiegt diese Sorge bei den unternehmensnahen Dienstleistern. Hierin spiegelt sich einmal mehr die geringere Handelbarkeit von Dienstleistungen wider. Viele Dienstleistungen erfordern persönlichen Kontakt und setzen Vertrauen voraus. Für viele unternehmensnahe Dienstleistungen wie Wirtschaftsprüfung oder Steuerberatung ist zudem eine umfassende Kenntnis nationaler Regelungen erforderlich. Darüber hinaus können sprachliche und kulturelle Unterschiede die Einschätzung der Qualität einer Dienstleistung erschweren.

Tabelle 3: Indirekte Exporteure sehen sich durch Auslandsverlagerung ihrer Kunden bedroht

	Verarbeitendes Gewerbe	Unternehmensnahe Dienstleister
Verlust des Kunden durch dessen Auslandsverlagerung	23,4	29,0
Verlust des Kunden durch dessen Auslands-einkäufe	23,5	16,7
Erwartung mindestens einer dieser Schwierigkeiten	33,4	38,2

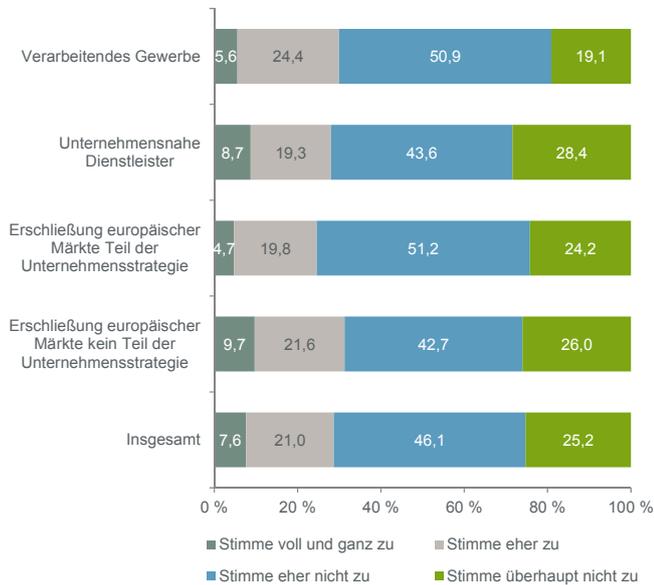
Anmerkung: Anteil indirekt exportierender Unternehmen, die der Aussage „Wir erwarten, dass unser Kunde seine Produktion ins Ausland verlagert. Wir gehen nicht mit ins Ausland und verlieren diesen Kunden.“ bzw. „Wir erwarten, dass unser Kunde unsere Leistung zukünftig kostengünstiger im Ausland einkaufen wird. Wir fallen dann als Lieferant weg.“ (eher) zustimmen. Angaben in Prozent für das Jahr 2015.

Quelle: IW Consult (2015)

Insgesamt erwarten rund ein Drittel der indirekt exportierenden Industrieunternehmen und zwei Fünftel der unternehmensnahen Dienstleister Schwierigkeiten, die sich auf die

zunehmende Internationalisierung ihrer Abnehmer zurückführen lassen.

Grafik 7: Fast jeder dritte Mittelständler sorgt sich um die Stabilität seiner Wertschöpfungsketten



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die der Aussage „Die Wertschöpfungsketten, in die unser Unternehmen eingebunden ist, werden instabiler“ zustimmen nach Branchen sowie in Abhängigkeit davon, ob die Erschließung europäischer Absatz- und Beschaffungsmärkte ein fester Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie ist. Angaben in Prozent für das Jahr 2015.

Quelle IW Consult (2015)

Zunehmende Instabilität mittelständischer Wertschöpfungsketten

Eine andere Sorge, die Mittelständler im Hinblick auf die Zukunft ihrer Wertschöpfungsketten umtreibt, ist die zunehmende Instabilität ihrer Kunden- und Lieferantenbeziehun-

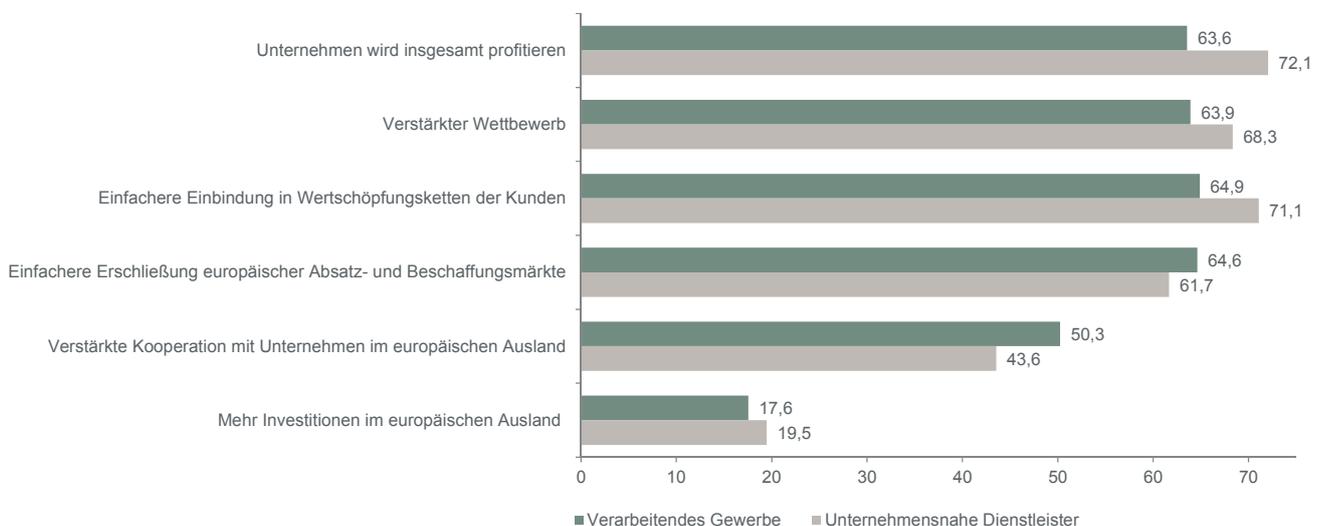
gen. Interessanterweise sorgen sich weniger als 25 % der Unternehmen, die die Erschließung europäischer Absatz- und Beschaffungsmärkte fest in ihrer Unternehmensstrategie verankert haben, um die Stabilität ihrer Wertschöpfungsketten, aber mehr als 31 % der Unternehmen in der Vergleichsgruppe (Grafik 7). Dies könnte ein Indiz dafür sein, dass Europa zugewandte Unternehmen insgesamt wettbewerbsfähiger sind und daher optimistischer in die Zukunft blicken. Es zeigt auch, dass grenzüberschreitende Kunden- und Lieferantenbeziehungen stabile Wertschöpfungsketten nicht ausschließen müssen, sondern neue Möglichkeiten eröffnen können, die eigenen Wertschöpfungsketten aktiv zu gestalten und damit zu stärken.

Digitalisierung wird Internationalisierung im Mittelstand weiter beschleunigen

Neben der zunehmenden Internationalisierung wird auch die fortschreitende Digitalisierung ihre Spuren in den Wertschöpfungsketten deutscher Mittelständler hinterlassen. Die Mehrheit der kleinen und mittleren Unternehmen bewertet diese Entwicklung jedoch positiv: Knapp 64% der Industrieunternehmen und 72% der unternehmensnahen Dienstleister schätzen, dass sie insgesamt von der Digitalisierung profitieren werden, wengleich viele Unternehmen auch einen verstärkten Wettbewerb fürchten (Grafik 8).

Die meisten Unternehmen gehen davon aus, dass es durch die Digitalisierung für sie einfacher wird, sich in die Wertschöpfungsketten ihrer Kunden zu integrieren. Dies gilt insbesondere für die unternehmensnahen Dienstleister, deren Leistungen häufiger in elektronischer Form erfolgen können und seltener den physischen Transport von Produkten voraussetzen, als dies bei Industrieunternehmen der Fall ist. Von ihnen gehen 71 % von einer leichteren Einbindung aus, im Vergleich zu 65 % der Industrieunternehmen (Grafik 8).

Grafik 8: Wie wird sich die Digitalisierung nach Einschätzung der Unternehmen auf ihr Geschäft auswirken?



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die der jeweiligen Aussage zur Auswirkung der Digitalisierung in den kommenden 3-5 Jahren zustimmen. Angaben in % für das Jahr 2015.

Quelle IW Consult (2015)

Der Vorteil einer einfacheren Einbindung von Kunden oder Lieferanten beschränkt sich nicht auf inländische Wertschöpfungsbeziehungen. So gehen knapp zwei Drittel der Mittelständler davon aus, dass die Digitalisierung ihnen die Erschließung europäischer Absatz- und Beschaffungsmärkte leichter machen wird. Zudem erwarten rund 50 % der Industrie- und 44 % der Dienstleistungsunternehmen eine verstärkte Kooperation mit Unternehmen aus dem europäischen Ausland. Einige Unternehmen erwarten von der Digitalisierung sogar Impulse für ihre Investitionstätigkeit im Ausland. Insgesamt dürfte die digitale Transformation den Prozess der Internationalisierung somit noch beschleunigen.

Abbau von Hemmnissen entscheidend, um Potenzial europäischer Märkte besser auszuschöpfen

Ob die Digitalisierung ihre beschleunigende Wirkung voll entfalten kann und kleine und mittlere Unternehmen die Chancen europäischer Märkte zukünftig besser nutzen können, wird nicht zuletzt davon abhängen, ob wichtige Hemmnisse für ein grenzüberschreitendes Engagement weiter abgebaut werden können.

Vor allem bürokratische Hürden wiegen schwer, wenn es um die Ausweitung der Auslandsaktivitäten in Europa geht. Dies sehen sowohl Unternehmen, die bisher kaum in Europa aktiv

waren, als auch Mittelständler, für die Europa Teil der Strategie ist, so (Grafik 9). Daneben wird Rechtsunsicherheit im Ausland als starkes Hemmnis empfunden, insbesondere von Unternehmen, die sich bisher nicht intensiv mit europäischen Märkten auseinandergesetzt haben. Für 22 % dieser Unternehmen ist auch ihre nach eigener Einschätzung geringe internationale Wettbewerbsfähigkeit ein wichtiger Grund gegen eine Ausweitung ihrer Auslandsaktivitäten in Europa.

Bürokratieabbau, Unterstützung mit Informationen über rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen in den Zielländern sowie die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstandes sollten daher auf einer politischen Agenda, die auch kleinen und mittleren Unternehmen das Potenzial europäischer Märkte zugänglich machen möchte, nicht fehlen.

Insbesondere im Hinblick auf Informationen erhoffen sich viele Mittelständler auch Unterstützung von ihren Finanzierungspartnern. Für fast 43 % der kleinen und mittleren Unternehmen sind umfassende Kenntnisse der Zielmärkte ein wichtiges Kriterium bei der Wahl eines Finanzierungspartners für ihre Auslandsvorhaben. Gute Konditionen sind dagegen nur für jedes dritte, langjährige Geschäftsbeziehungen sogar nur für jedes fünfte Unternehmen ausschlaggebend.

Grafik 9: Bürokratische Hürden wiegen besonders schwer



Anmerkung: Anteil der Unternehmen, die einen Faktor als (sehr) starkes Hemmnis hinsichtlich der Ausweitung ihrer Aktivitäten im europäischen Ausland bewerten. Angaben in Prozent für das Jahr 2015.

Quelle IW Consult (2015)

Fazit

Mittelständische Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sind bereits heute ein Teil globaler Wertschöpfungsketten. Die Internationalisierung kleiner und mittlerer Unternehmen wird sich in Zukunft weiter fortsetzen – auf allen Stufen der Wertschöpfungsketten.

Hierbei kommt Europa eine zentrale Rolle zu. Schon heute ist Europa Hauptziel aller mittelständischen Auslandsaktivitäten. Dies wird auch in den kommenden Jahren so bleiben, wengleich einige Regionen Europas als Absatz- und Beschaffungsmärkte für den Mittelstand eine stärkere Rolle spielen werden als andere. Dies ist nicht zuletzt auf das jüngste Votum der Briten für einen Austritt ihres Landes aus der EU zurückzuführen. Insgesamt bietet Europa noch viel ungenutztes Potenzial – um dort Waren und Dienstleistungen

zu vermarkten, kostengünstige oder auch hochspezialisierte Vorleistungen einzukaufen und zu günstigen Kosten zu produzieren.

Gleichsam stellt die zunehmende Internationalisierung inländische Wertschöpfungsketten vor neue Herausforderungen. Die Befürchtung einiger indirekt exportierender Mittelständler, wichtige deutsche Kunden zu verlieren, da diese ihre Produktion oder Beschaffung ins Ausland verlagern, ist ernst zu nehmen. Die richtige Antwort hierauf ist jedoch nicht, die Globalisierung mittelständischer Wertschöpfungsketten auszubremsen. Vielmehr müssen kleine und mittlere Unternehmen in ihrer Wettbewerbsfähigkeit gestärkt und Hürden konsequent abgebaut werden, um die Chancen der Internationalisierung einer möglichst breiten Schicht von Unternehmen zugänglich zu machen. ■

¹ Quelle: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

² Siehe IW Consult (2016): Mittelständische Unternehmen in europäischen Wertschöpfungsketten, Studie im Auftrag der KfW Bankengruppe, Köln. Als Industrieunternehmen gelten in dieser Studie die Branchen WZ 10–33, als unternehmensnahe Dienstleister die Branchen WZ 46, 49–53, 58–63, 69–74 sowie 77–82 der Wirtschaftszweigklassifikation 2008. Eine Fokussierung auf diese Branchen sowie auf Unternehmen mit 20–499 Beschäftigten wurde vorgenommen, da hier die Internationalisierung am stärksten ausgeprägt ist. Damit unterscheiden sich die in dieser Studie betrachteten Unternehmen von dem etwas breiter definierten Mittelstand, der im Rahmen des KfW-Mittelstandspanels untersucht wird. Zu dessen Grundgesamtheit gehören alle privaten Unternehmen sämtlicher Wirtschaftszweige (ohne Banken und Non-Profit-Organisationen) in Deutschland, deren jährlicher Umsatz die Grenze von 500 Mio. EUR nicht übersteigt, einschließlich Unternehmen mit weniger als 5 Beschäftigten. Siehe Schwartz, M. (2015): KfW-Mittelstandspanel 2015 – Mit steigender Zuversicht aus dem Investitionstief, KfW Research, Frankfurt am Main.

³ Destatis (2015): EU-Vergleich der Arbeitskosten 2014: Deutschland auf Rang acht, Pressemitteilung 160/15 vom 4. Mai 2015.

⁴ Quelle: Eurostat.

⁵ Siehe Söllner, R. (2016): Der deutsche Mittelstand im Zeichen der Globalisierung, WISTA 2/2016, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.

⁶ Siehe Schwartz, M. (2015): KfW-Mittelstandspanel 2015 – Mit steigender Zuversicht aus dem Investitionstief, KfW Research, Frankfurt am Main.

⁷ Zu den Auswirkungen des Brexits auf die gesamtdeutsche Wirtschaft siehe auch Borger, Klaus, Ehmer, P. und S. Schönwald (2016): Deutschland und EWU nach Brexit: zuvor erwartete Belebung der Konjunktur fällt aus, KfW-Konjunkturkompass Brexit-Update, KfW Research, Frankfurt am Main.

⁸ Siehe Abel-Koch, J. und J. Gerstenberger (2014): KfW-Wettbewerbsindikator 2014, KfW Research, Frankfurt am Main.

⁹ Zu den Perspektiven eines transatlantischen Freihandelsabkommens für den deutschen Mittelstand siehe auch Abel-Koch, J. und J.-F. Schneider (2016): TTIP – eine Chance für den europäischen Mittelstand, KfW Research, Frankfurt am Main.