

»» Die Welt ist kein Dorf – räumliche Nähe zu Exportmärkten für Mittelstand entscheidend

Nr. 182, 18. Oktober 2017

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

Offene Märkte spielen für viele deutsche Mittelständler eine wichtige Rolle. Rund 547 Mrd. EUR, mehr als ein Viertel ihres gesamten Umsatzes, haben kleine und mittlere Exporteure im Jahr 2016 im Ausland erzielt. Die meisten Mittelständler konzentrieren sich dabei auf einige wenige Zielmärkte innerhalb Europas. Wichtigste Exportländer sind Österreich und die Schweiz, gefolgt von den Beneluxstaaten und Frankreich. Rund 373 Mrd. EUR, mehr als zwei Drittel der mittelständischen Auslandsumsätze, entfielen im Jahr 2016 auf Europa.

Dabei gibt es starke regionale Unterschiede. So sind Unternehmen aus Bayern und Baden-Württemberg überdurchschnittlich häufig in den südlichen Nachbarländern aktiv, während westdeutsche Mittelständler besonders oft in die Beneluxstaaten und nach Frankreich exportieren. In Tschechien, Polen, der Slowakei und den skandinavischen Ländern sind dagegen vor allem ostdeutsche Mittelständler vertreten.

Wie wichtig räumliche Nähe zu den Zielmärkten für die Exportaktivitäten mittelständischer Unternehmen ist, zeigt sich auch in den Zusatzkosten des Auslandsgeschäfts. Dass der Absatz von Waren oder Dienstleistungen im Ausland teurer ist als im Inland, liegt aus Sicht vieler Mittelständler vor allem an den Transportkosten. Eine große Rolle spielen jedoch auch die Kosten der Markterschließung. Vor allem bei innovativen Unternehmen mit neuen Produkten fallen diese ins Gewicht. Die Kosten der Finanzierung, Zahlungsabwicklung und Absicherung von Exporten sind für die meisten Mittelständler nur von geringer Bedeutung.

Insgesamt muss rund jeder zehnte im Ausland verdiente Euro für Marktanalysen, neue Vertriebswege und Marketingstrategien, notwendige Produktpassungen, den Transport der Waren, Zölle und andere Zusatzkosten ausgegeben werden – knapp 50 Mrd. EUR im Jahr 2016. Neue bilaterale wie multilaterale Freihandelsabkommen, die Zölle senken und Standards vereinheitlichen, aber auch Investitionen in Infrastruktur könnten diese Kosten deutlich reduzieren – und so auch bisher inaktive Unternehmen ermutigen, grenzüberschreitend tätig zu werden.

Mittelständler fordern Abbau von Handelshemmnissen

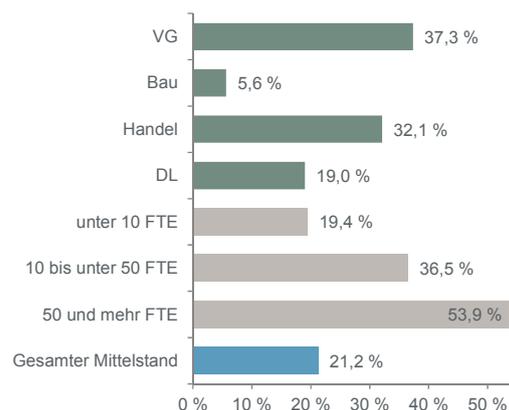
Offene Grenzen und freier Handel gehören zu den zentralen wirtschaftspolitischen Forderungen mittelständischer Unternehmensverbände an die zukünftige Bundesregierung. Die Stärkung des europäischen Binnenmarktes sollte dabei im

Vordergrund stehen. Aber auch im Austausch mit Asien und anderen wachstumsstarken Regionen sollten aus ihrer Sicht Handelshemmnisse abgebaut und ein fairer Wettbewerb gefördert werden – durch multilaterale Bemühungen auf Ebene der Welthandelsorganisation (WTO) oder bilaterale Freihandelsabkommen.¹

Auslandsgeschäft für viele Mittelständler wichtig

Tatsächlich leistet in Deutschland das Auslandsgeschäft bei vielen kleinen und mittleren Unternehmen einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg, wie aktuelle Ergebnisse des KfW-Mittelstandspanels zeigen.² Im Jahr 2016 hat jeder fünfte der rund 3,6 Mio. Mittelständler in Deutschland exportiert und damit durchschnittlich 27 % seines gesamten Umsatzes erwirtschaftet. Insgesamt haben kleine und mittlere Unternehmen Auslandsumsätze von rund 547 Mrd. EUR erzielt – das entspricht rund 38 % der gesamten deutschen Waren- und Dienstleistungsexporte.³ Viele kleine und mittlere Unternehmen sind zudem Zulieferer deutscher Großunternehmen, die ihre Produkte verstärkt im Ausland absetzen. Berücksichtigt man diese indirekten Exporte, dürfte ein noch größerer Teil mittelständischer Umsätze vom Ausland abhängen.⁴

Grafik 1: Jeder fünfte Mittelständler ist im Ausland aktiv



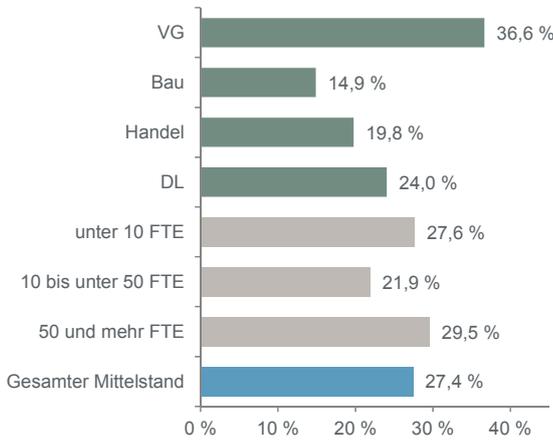
Anmerkung: Anteil mittelständischer Unternehmen mit Auslandsumsätzen im Jahr 2016.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2017

Eine wichtige Rolle spielen offene Grenzen vor allem für Mittelständler des Verarbeitenden Gewerbes. Mehr als ein Drittel von ihnen setzt seine Waren im Ausland ab (Grafik 1). Der Anteil der Exporte an den Umsätzen der kleinen und mittleren Unternehmen ist in dieser Branche mit fast 37 % überdurchschnittlich hoch (Grafik 2). Insgesamt waren die Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2016 für

277 Mrd. EUR und somit für mehr als die Hälfte der gesamten mittelständischen Auslandsumsätze verantwortlich (Grafik 3) – wenngleich sie nur rund 7 % aller mittelständischen Unternehmen repräsentieren.

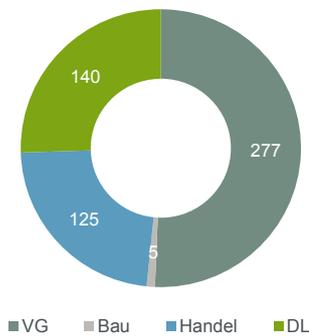
Grafik 2: Ein Viertel der Umsätze kleiner und mittlerer Exporteure kommt aus dem Ausland



Anmerkung: Anteil der Auslandsumsätze an den Gesamtumsätzen auslandsaktiver mittelständischer Unternehmen im Jahr 2016.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2017

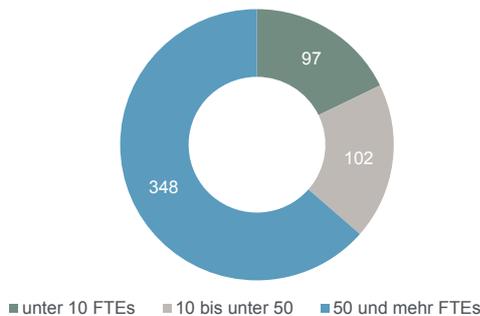
Grafik 3: Verarbeitendes Gewerbe treibt Auslandsumsätze im Mittelstand



Anmerkung: Auslandsumsätze mittelständischer Unternehmen nach Branchen in Milliarden Euro für das Jahr 2016.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2017

Grafik 4: Große Mittelständler überdurchschnittlich stark



Anmerkung: Auslandsumsätze mittelständischer Unternehmen nach Größenklassen auf Basis von Vollzeitäquivalent-Beschäftigten (FTE) für das Jahr 2016.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2017

Nicht nur die Branche, auch die Größe eines Unternehmens hat einen Einfluss auf die Exportorientierung. Während der Anteil der Auslandsaktiven bei Mittelständlern mit weniger als 10 Beschäftigten unter 20 % liegt, beläuft er sich bei Mittelständlern mit 50 und mehr Beschäftigten auf über 53 % (Grafik 1). Rund zwei Drittel, genauer 348 Mrd. EUR, steuerten Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten im vergangenen Jahr zu den Auslandsumsätzen des deutschen Mittelstands bei (Grafik 4) – obwohl sie weniger als 2 % aller mittelständischen Unternehmen ausmachen.

Deutschlands Exportüberschuss – ein Problem des Mittelstands?

Deutschland weist seit Jahren deutliche Exportüberschüsse aus, die im Jahr 2016 mit 252 Mrd. EUR einen neuen Höchstwert erreicht haben. Die Europäische Kommission hat aus diesem Grund bereits 2014 ein makroökonomisches Ungleichgewichtsverfahren gegen Deutschland eingeleitet. Auch der IWF sieht die Exportüberschüsse zunehmend kritisch. Der Staat und die privaten Haushalte haben vergleichsweise wenig zum Anstieg des deutschen Leistungsbilanzsaldos beigetragen. Den mit Abstand größten Anteil an den wachsenden Überschüssen trägt der Unternehmenssektor.⁵

Dies gilt allerdings nicht für den deutschen Mittelstand. Laut Eurostat/OECD-Daten – denen eine etwas engere Definition des Mittelstandes zugrunde liegt – weisen Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten im Jahr 2015 im Warenhandel sogar einen Importüberschuss auf. Sie haben Waren im Wert von fast 261 Mrd. EUR importiert – aber nur Waren im Wert von 231 Mrd. EUR exportiert. Daraus ergibt sich für den deutschen Mittelstand ein Importüberschuss von rund 30 Mrd. EUR. Gemessen am Warenhandel, der wichtigsten Komponente der Handels- und Leistungsbilanz, sind es also vor allem größere Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten, die den deutschen Überschuss treiben.⁶

Europa von zentraler Bedeutung

Ein Blick auf die Zielregionen zeigt, dass Europa klar im Fokus der exportierenden Mittelständler steht. Etwa 95 % von ihnen setzen dort ihre Waren und Dienstleistungen ab (Tabelle 1). Rund 373 Mrd. EUR Umsatz haben deutsche Mittelständler im Jahr 2016 in Europa erzielt – mehr als zwei Drittel ihrer gesamten Auslandsumsätze. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass die Stärkung des europäischen Binnenmarktes aus Sicht mittelständischer Unternehmensverbände eine der wichtigsten Aufgaben der Wirtschaftspolitik in der kommenden Legislaturperiode ist.

Besonders häufig sind deutsche Mittelständler in Österreich und der Schweiz aktiv. Mehr als 63 % der kleinen und mittleren Auslandsaktiven sind dort präsent. Neben der räumlichen Nähe dürfte vor allem die gemeinsame Sprache den Austausch mit diesen Ländern erleichtern. Denn kulturelle und sprachliche Hürden zählen aus Sicht mittelständischer Unternehmen noch immer zu den wichtigsten Hemmnissen für ein Engagement im Ausland.⁷

Brexit könnte jeden vierten Exporteur im Mittelstand treffen

Immerhin jeder vierte Mittelständler setzt seine Produkte im Vereinigten Königreich oder in Irland ab und profitiert dabei von den Regeln des europäischen Binnenmarktes, der den freien Austausch von Waren und Dienstleistungen vorsieht. Wie sich der Brexit auf die Handelsbeziehungen dieser Mittelständler auswirken wird, hängt davon ab, auf welche Handelsregeln sich das Vereinigte Königreich und die verbleibenden 27 EU-Staaten für die Zeit nach dem Austritt einigen. Die Verhandlungen darüber dürften nach Einschätzung der EU jedoch frühestens im Dezember dieses Jahres beginnen.⁸

Tabelle 1: Nachbarländer rangieren bei Exportzielen vorn

Anteil Auslandsaktiver mit Auslandsumsatz in ...	
Österreich/Schweiz	63 %
Benelux	39 %
Frankreich	30 %
Spanien/Portugal/Italien	26 %
Tschechien/Slowakei/Polen	26 %
Vereinigtes Königreich/Irland	25 %
Skandinavien	22 %
USA	15 %
Balkanstaaten/Griechenland	14 %
Asien (ohne China)	12 %
China	11 %
Russland	11 %
Türkei	10 %
Afrika/Naher Osten	8 %
Baltikum	7 %
Lateinamerika	6 %
Europa	95 %
Schwellen- und Entwicklungsländer	27 %

Anmerkung: Anteil der mittelständischen Unternehmen, die im Jahr 2015 Auslandsumsätze in der jeweiligen Zielregion erzielt haben, an allen mittelständischen Unternehmen mit Auslandsumsätzen im Jahr 2015. Mehrfachnennungen möglich. Europa umfasst die Zielregionen Österreich/Schweiz, Benelux, Frankreich, Spanien/Portugal/Italien, Tschechien/Slowakei/Polen, Vereinigtes Königreich/Irland, Skandinavien, Balkanstaaten/Griechenland sowie das Baltikum. Schwellen- und Entwicklungsländer umfassen die Zielregionen Asien (ohne China), China, Türkei, Russland, Afrika/Naher Osten und Lateinamerika.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016

USA wichtigstes Zielland außerhalb Europas

Wichtigster Zielmarkt deutscher Mittelständler außerhalb Europas sind die USA. Etwa 15 % der exportierenden Mittelständler sind dort aktiv (Tabelle 1). Im Vergleich zur Gesamtheit mittelständischer Exporteure sind sie besonders umsatzstark, auslandsorientiert und innovativ. Jeder Zweite von ihnen bietet individuelle, auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnittene Produkte oder Dienstleistungen an. Ihre Eigenkapitalquote ist mit 38 % überdurchschnittlich hoch.⁹

Damit sind viele der in den USA aktiven mittelständischen Exporteure gut gerüstet, so zum Beispiel für zunehmend

schwierigere Handelsbedingungen. Zwar ist es in den USA bisher nicht zur Umsetzung der mehrfach angedrohten Strafzölle in der Automobilindustrie gekommen, und auch die Einführung so genannter Border Tax Adjustments ist momentan nicht mehr in der Diskussion. Dennoch hat der Protektionismus in den USA messbar zugenommen. So registrierte das Centre for Economic Policy Research (CEPR) in den ersten sechs Monaten dieses Jahres einen Anstieg diskriminierender Maßnahmen um 26 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.¹⁰

China vor allem für größere Mittelständler relevant

Unter den Schwellen- und Entwicklungsländern hat vor allem China als Handelspartner an Bedeutung gewonnen.¹¹ Der Anteil Chinas an den deutschen Warenexporten ist zwischen 1997 und 2016 von rund 1 % auf mehr als 6 % angestiegen. Allein im letzten Jahr stiegen die deutschen Exporte nach China um 6,7 % an, während die deutschen Exporte insgesamt nur um 1,1 % zunahmen. Berücksichtigt man sowohl Exporte als auch Importe, war China im vergangenen Jahr der wichtigste Handelspartner Deutschlands.¹² Auch im deutschen Mittelstand nimmt China einen festen Platz ein. Von den kleineren Exporteuren mit weniger als 10 Beschäftigten erzielt jeder Zehnte Umsätze in der Volksrepublik, von den größeren Exporteuren mit 50 und mehr Beschäftigten sogar fast jeder Dritte.

Als zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt dürfte China auch in Zukunft ein interessanter Absatz- und Beschaffungsmarkt für deutsche Mittelständler bleiben. Einen zusätzlichen Impuls für den internationalen Handel mit China könnte die so genannte „Neue Seidenstraße“ geben. Entlang historischer Handelsrouten will China eine moderne Infrastruktur schaffen und so seine Märkte besser mit dem europäischen Kontinent verknüpfen. Bereits heute gibt es einzelne Zugverbindungen für den Frachtverkehr, beispielsweise zwischen Hamburg und Zhengzhou. Der Transport eines Containers mit der Bahn ist deutlich schneller als mit dem Schiff und deutlich günstiger als mit dem Flugzeug. Wenngleich das Projekt nicht unumstritten ist, könnten sich daraus für einige kleine und mittlere Unternehmen neue Exportmöglichkeiten ergeben.¹³

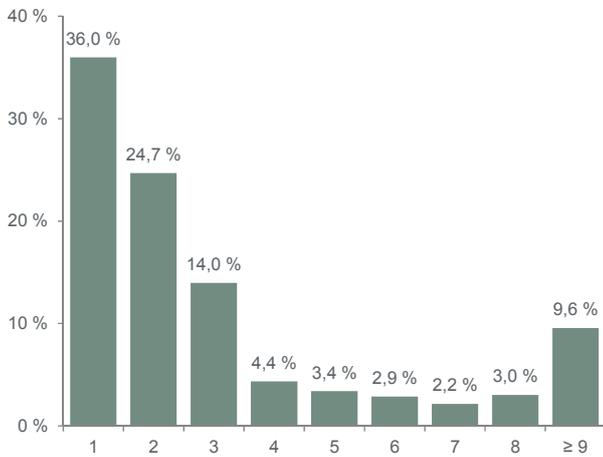
Mittelständische Exporteure regional kaum diversifiziert

Die Erschließung neuer Zielmärkte – sei es in Asien oder anderswo – mindert das Risiko eines Unternehmens, bei einem negativen exogenen Schock in einem der Zielländer einen Umsatzeinbruch zu erleiden.¹⁴ Eine starke regionale Diversifizierung ist einer der wesentlichen Gründe dafür, dass besonders exportorientierte Unternehmen langfristig eine höhere Überlebenswahrscheinlichkeit aufweisen.¹⁵

Im deutschen Mittelstand profitiert jedoch nur eine kleine Gruppe von Exporteuren von einer breiten Streuung ihrer Zielmärkte. Weniger als 10 % der Auslandsaktiven sind in mehr als acht Zielregionen tätig. Dagegen ist mehr als ein Drittel der Exporteure in nur einer einzigen Zielregion aktiv (Grafik 5). Die regionale Diversifizierung ist dabei vor allem eine Frage der Unternehmensgröße. Kleinere Exporteure mit

weniger als 10 Beschäftigten sind im Mittel in drei verschiedenen Zielregionen aktiv, während größere Mittelständler im Durchschnitt in mehr als sechs Zielregionen exportieren.

Grafik 5: Die meisten Mittelständler sind auf nur wenigen Auslandsmärkten aktiv



Anmerkung: Anteil der mittelständischen Unternehmen, die im Jahr 2015 Auslandsumsätze erzielt haben, nach Zahl der Zielregionen (in Tabelle 1 aufgeführt).

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016

Räumliche Nähe zu Exportmärkten entscheidend

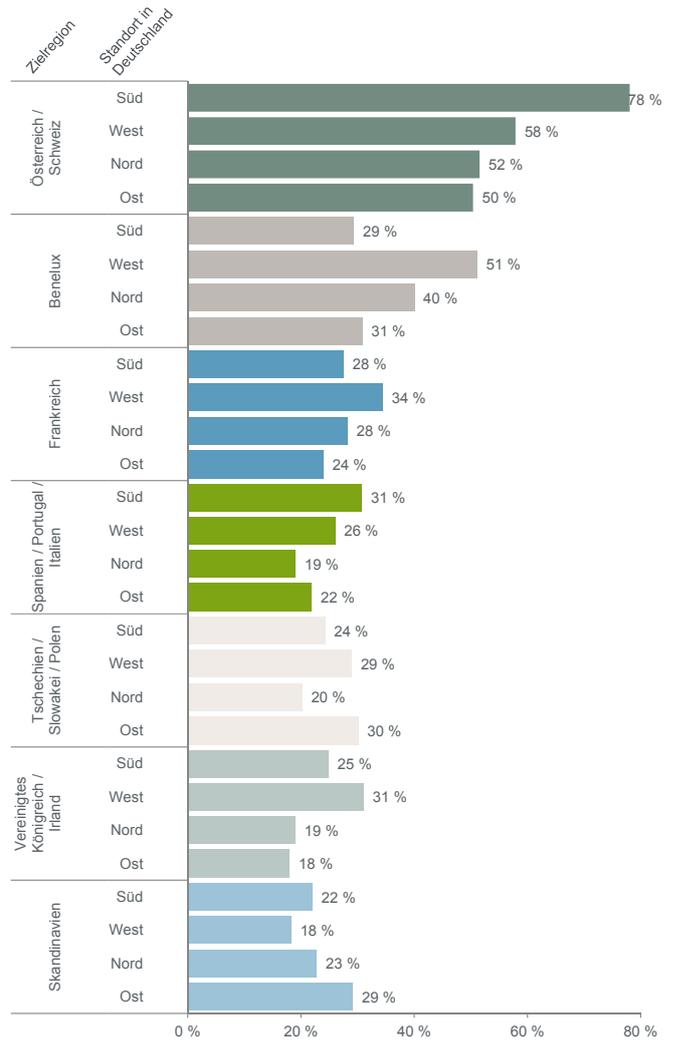
In welchen Zielregionen ein Mittelständler aktiv ist, hängt stark von geografischen Faktoren ab. Die starke Fokussierung der Exporttätigkeiten auf Europa lässt dies bereits vermuten, wenngleich hier andere Faktoren – wie der freie Warenverkehr innerhalb des europäischen Binnenmarktes oder einheitliche Standards und Normen – ebenfalls eine Rolle spielen dürften.

Sehr deutlich zeigt sich die Bedeutung räumlicher Nähe im Vergleich der verschiedenen Regionen Deutschlands. So sind Mittelständler aus Bayern und Baden-Württemberg überdurchschnittlich häufig in Österreich oder der Schweiz aktiv. Mehr als 78 % der kleinen und mittleren Exporteure aus Süddeutschland sind in den südlichen Nachbarländern präsent, aber nur rund 50 % der mittelständischen Exporteure aus Nord- oder Ostdeutschland (Grafik 6).

Mittelständler aus dem Westen Deutschlands – Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland – exportieren überdurchschnittlich häufig in die Niederlande, nach Belgien oder Luxemburg. Der Anteil kleiner und mittlerer Exporteure, die Umsätze in den Beneluxländern erzielen, liegt in den westlichen Bundesländern bei rund 51 % und ist damit um ganze 20 Prozentpunkte höher als in den östlichen Bundesländern. Auch Frankreich ist häufiger ein Ziel west- als ostdeutscher Mittelständler.

Kleine und mittlere Unternehmen aus Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, oder Thüringen sind dagegen relativ oft in Polen, Tschechien oder der Slowakei aktiv. Auch in den skandinavischen Ländern, zu denen eine Verbindung über die Ostsee besteht, sind sie überdurchschnittlich oft vertreten.

Grafik 6: Standort der Mittelständler beeinflusst Exportziele in Europa



Anmerkung: Anteil der mittelständischen Exporteure mit Sitz im Süden (Baden-Württemberg, Bayern), Westen (Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland), Norden (Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein) und Osten (Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen) Deutschlands, die im Jahr 2015 Auslandsumsätze in der jeweiligen Zielregion erzielt haben.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016

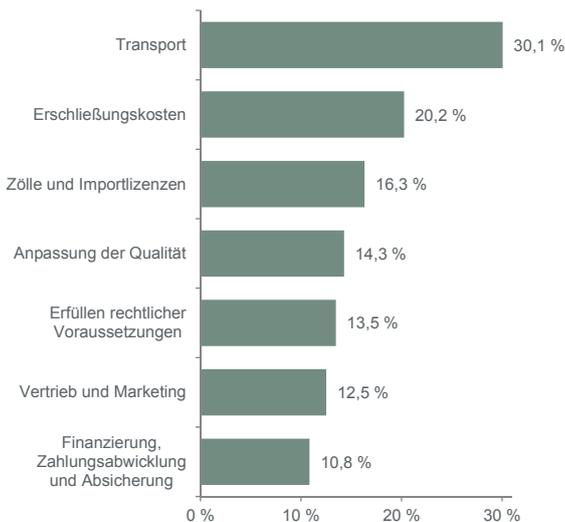
Transportkosten für Mittelständler wichtigster Kostenfaktor im Außenhandel

Wie wichtig räumliche Nähe zu den Zielmärkten für die Exportaktivitäten mittelständischer Unternehmen ist, zeigt sich auch in den Zusatzkosten des Auslandsgeschäftes. Dass der Absatz von Waren oder Dienstleistungen im Ausland teurer ist als im Inland, liegt aus Sicht vieler Mittelständler vor allem an den Transportkosten. Sie spielen für mehr als 30 % der kleinen und mittleren Exporteure eine große oder sehr große Rolle im Auslandsgeschäft und fallen damit von allen Zusatzkosten am stärksten ins Gewicht (Grafik 7).

Schätzungen der Vereinten Nationen (UNCTAD) zufolge beliefen sich die Transportkosten im internationalen Handel der Industrieländer im Zeitraum 2005–2014 auf etwa 6,8 % des Warenwertes.¹⁶ Die Höhe der Transportkosten hängt dabei nicht nur von der physischen Distanz eines Landes zu seinen

Exportmärkten ab, sondern auch von der vorhandenen Infrastruktur. Investitionen in Häfen und Flughäfen, Straßen und Gleise können die Transportkosten im internationalen Handel deutlich senken.¹⁷ Wie sich eine schwache Infrastruktur auf den grenzüberschreitenden Güterverkehr auswirken kann, hat die Sperrung der Rheintalstrecke vor kurzem deutlich gemacht. Für die wichtigste Nord-Süd-Verbindung zwischen den Seehäfen Rotterdam und Genua gibt es kaum Ausweichstrecken, was in der Industrie zu Schwierigkeiten bei der Rohstoffversorgung und bei der Belieferung ihrer Kunden geführt hat.¹⁸

Grafik 7: Transportkosten verteuern Auslandsgeschäft



Anmerkung: Anteil der mittelständischen Unternehmen mit Auslandsumsätzen im Jahr 2015, für deren Auslandsgeschäft die jeweilige Kostenart eine große oder sehr große Rolle spielt.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016

Bei innovativen Unternehmen fallen Markterschließungskosten stark ins Gewicht

Sich mit den wirtschaftlichen, rechtlichen und kulturellen Rahmenbedingungen im Zielland vertraut machen, das Marktpotenzial abschätzen, Kontakte zu möglichen Geschäftspartnern knüpfen – die Erschließung eines ausländischen Marktes ist mit personellem und finanziellem Aufwand verbunden. Für jeden fünften exportierenden Mittelständler spielen die mit der Markterschließung einhergehenden Kosten eine bedeutende Rolle im Auslandsgeschäft (Grafik 7).

Vor allem für innovative Unternehmen mit neuen Produkten ist die Erschließung von Auslandsmärkten schwierig. So spielen Markterschließungskosten für 38 % der Exporteure, die im Zeitraum 2013–2015 eine Produktinnovation eingeführt haben, eine große Rolle, aber nur für 12 % der Exporteure, die keine Produktinnovation eingeführt haben. Dennoch lohnt sich der Aufwand – innovative Unternehmen erzielen im Durchschnitt Auslandsumsätze, die mehr als doppelt so hoch sind wie die nicht innovativer Unternehmen.¹⁹

Finanzierungskosten spielen eher kleine Rolle

Von eher geringer Bedeutung für kleine und mittlere Exporteure sind die Kosten der Finanzierung, Zahlungsabwicklung und Absicherung von Auslandsgeschäften. Sie spielen nur

für jeden zehnten auslandsaktiven Mittelständler eine größere Rolle. Dazu passt, dass die meisten Möglichkeiten zur Finanzierung und Absicherung von Exporten nur von wenigen Mittelständlern genutzt werden (Grafik 8).

Häufiger zum Einsatz kommen allenfalls Kontokorrentkredite. Diese sind zwar nicht explizit für die Finanzierung von Auslandsgeschäften vorgesehen, können aber relativ schnell und einfach in Anspruch genommen werden – ein entscheidender Vorteil für kleine und mittlere Unternehmen mit geringen Exportvolumina und begrenzten personellen Ressourcen. Lieferantenkredite werden vor allem von Mittelständlern genutzt, die auch in die USA exportieren. Von ihnen nehmen 17 % dieses Instrument stark in Anspruch – im gesamten auslandsaktiven Mittelstand dagegen nur 5 %. Noch seltener kommen Dokumentenakkreditive zum Einsatz – sie werden von nur 3 % der exportierenden Mittelständler genutzt. Attraktiv sind sie vor allem für kleine und mittlere Unternehmen, die in Schwellen- und Entwicklungsländer exportieren. Fast jeder Zehnte von ihnen macht von diesem Absicherungsinstrument starken Gebrauch.

Grafik 8: Nur wenige Mittelständler nutzen spezielle Instrumente zur Exportfinanzierung und -absicherung



Anmerkung: Anteil der mittelständischen Unternehmen mit Auslandsumsätzen im Jahr 2015, die das jeweilige Instrument zur Finanzierung oder Absicherung ihrer Exporte gar nicht, wenig oder stark nutzen.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016

Kosten der Markterschließung und -bearbeitung belaufen sich auf ein Zehntel der erzielten Auslandsumsätze

Insgesamt lassen sich die Zusatzkosten des Auslandsgeschäftes – im Vergleich zu Produktion und Vertrieb in Deutschland – für mittelständische Unternehmen auf rund 10 % des Auslandsumsatzes schätzen. Im Jahr 2016 haben kleine und mittlere Exporteure somit knapp 50 Mrd. EUR für die Erschließung und Bearbeitung ihrer Auslandsmärkte aufgewendet. Die Kosten für Marktanalysen, Produktpassungen oder den Aufbau eines Vertriebsnetzes im Ausland fallen hierunter ebenso wie Transport- und Finanzierungskosten.

Nicht dazu zählen beispielsweise die Fertigungskosten, die auch im reinen Inlandsgeschäft anfallen würden.

Dabei machen die Zusatzkosten nicht bei allen mittelständischen Exporteuren den gleichen Anteil der Auslandsumsätze aus. Multivariate Analysen zeigen, dass der Anteil der Zusatzkosten an den Auslandsumsätzen mit den Auslandsumsätzen steigt. Um höhere Auslandsumsätze zu erzielen, müssen Unternehmen auch weiter entfernte und schwerer zugängliche Zielmärkte erschließen – etwa die USA oder China. Dies ist oft mit deutlich höheren Zusatzkosten verbunden. So müssen Unternehmen, die über die europäischen Grenzen hinaus aktiv werden, allein für den Transport und für Zölle einen höheren Anteil der erzielten Auslandsumsätze einkalkulieren, als Unternehmen, die nur auf dem europäischen Binnenmarkt präsent sind.

Eine Rolle spielt auch, ob das Unternehmen eigene Produktions- oder Vertriebsstandorte im Ausland unterhält. So ist der Anteil der Zusatzkosten an den Auslandsumsätzen signifikant höher, wenn das Unternehmen in den Vorjahren Auslandsinvestitionen getätigt hat. Die Errichtung eines neuen Produktions- oder Vertriebsstandortes dürfte zwar langfristig zu höheren Auslandsumsätzen führen. Kurzfristig treibt eine solche Investition jedoch die Kosten für das Auslandsgeschäft in die Höhe.

Nicht zuletzt hängt der Anteil der Zusatzkosten am Auslandsumsatz von der Unternehmensgröße ab – er fällt mit der Zahl der Beschäftigten. Dies deutet darauf hin, dass ein effizientes Management von Auslandsaktivitäten personelle Ressourcen erfordert, über die kleine Unternehmen oftmals nicht verfügen.

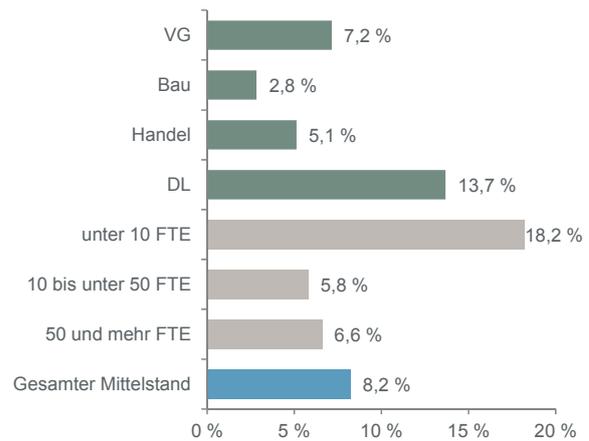
Auslandsgeschäft auch in der Zukunft wichtiges Standbein des Mittelstands

Die positive wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands wird momentan vor allem durch eine starke Inlandsnachfrage getrieben. Dennoch dürfte das Exportgeschäft auch in Zukunft ein wichtiger Erfolgsfaktor für den deutschen Mittelstand bleiben. Rund jeder dritte kleine und mittlere Exporteur rechnet für den Zeitraum 2017–2019 mit einem Anstieg seiner Auslandsumsätze, jeder zweite erwartet keine Veränderung. Nur wenige Unternehmen erwarten einen Rückgang, noch weniger planen den kompletten Rückzug aus dem Auslandsgeschäft.

Insgesamt rechnet der deutsche Mittelstand im Zeitraum von 2017 bis 2019 mit einem moderaten Anstieg der Auslandsumsätze um rund 8 %. Für eine solche Entwicklung sprechen auch Prognosen, die von der weiteren wirtschaftlichen Erholung Europas ausgehen – der wichtigsten Zielregion kleiner und mittlerer Exporteure. Risiken dürften sich in dieser Hinsicht vor allem durch den Brexit ergeben.²⁰ Aber auch ein wachsender Protektionismus in den USA und eine sich abschwächende Konjunktur in den Schwellenländern könnten sich bei einigen Mittelständlern negativ auf die Entwicklung der Exporte auswirken.

Vergleichsweise optimistisch zeigen sich vor allem Mittelständler aus dem Dienstleistungssektor. Sie erwarten einen Anstieg ihrer Auslandsumsätze um nahezu 14 %, starten jedoch auch von einem deutlich niedrigeren Niveau als Mittelständler aus dem Verarbeitenden Gewerbe. Relativ stark ins Gewicht fällt eine moderate Steigerung der absoluten Auslandsumsätze auch bei kleinen Exporteuren mit weniger als 10 Beschäftigten – sie rechnen zwischen 2017 und 2019 mit einem Zuwachs ihrer Auslandsumsätze um durchschnittlich 18%.

Grafik 9: Mittelständler erwarten moderate Steigerung ihrer Auslandsumsätze



Anmerkung: Erwarteter Anstieg der Auslandsumsätze im Dreijahreszeitraum 2017–2019. Berücksichtigt werden alle mittelständischen Unternehmen, die im Jahr 2015 Auslandsumsätze erzielt haben. Mit der Höhe der Auslandsumsätze gewichtet.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2016

Fazit

Viele deutsche Mittelständler sind im Exportgeschäft aktiv. Allerdings ist die Erschließung und Bearbeitung ausländischer Märkte für sie auch mit Kosten verbunden – jeder zehnte im Ausland verdiente Euro muss für Marktanalysen, neue Vertriebswege und Marketingstrategien, notwendige Produktanpassungen, den Transport der Waren, Zölle und andere Zusatzkosten ausgegeben werden. Knapp 50 Mrd. EUR waren dies im Jahr 2016.

Die Zusatzkosten des Auslandsgeschäfts könnten deutlich gesenkt werden – zum Beispiel durch bilaterale oder multilaterale Handelsabkommen, mit denen Zölle reduziert und Standards vereinheitlicht werden.

Investitionen in die Infrastruktur sowohl in Deutschland als auch in den Zielländern könnten die Transportkosten deutlich senken, die immer noch einen wesentlichen Teil der Kosten im internationalen Handel ausmachen. Schätzungen zufolge ist die Straßenverbindung zwischen zwei Städten in Europa unter sonst gleichen Bedingungen um rund 10 % länger, wenn diese beiden Städte nicht im gleichen sondern in verschiedenen Ländern Europas liegen. Investitionen in Straßenverbindungen, die diesen Nachteil beseitigen, könnten zu einem Anstieg des Handels zwischen den verschiedenen Ländern Europas um mehr als 15 % führen.²¹

Letztlich könnte auch eine Anpassung der Finanzierungs- und Absicherungsinstrumente an die Bedürfnisse kleiner und mittlerer Exporteure dazu beitragen, die Kosten und Risiken des Auslandsgeschäftes zu mindern. Zum einen müsste der bürokratische Aufwand, der mit der Nutzung von Finanzierungs- und Absicherungsinstrumenten verbunden ist, reduziert werden. Zum anderen sehen einige mittelständische Exporteure ein nicht ausreichendes Angebot von Exportfi-

nanzierungen für kleinere Volumen.²²

Geringere Kosten im internationalen Handel könnten nicht nur Mittelständler stärken, die bereits im Ausland aktiv sind. Sie könnten auch bisher inaktive Unternehmen ermutigen, grenzüberschreitend tätig zu werden – mit positiven Effekten für Wachstum und Beschäftigung.²³ ■

¹ Vgl. Arbeitsgemeinschaft Mittelstand (2017): Der Mittelstand – Erwartungen zur Bundestagswahl 2017 sowie Bundesverband mittelständische Wirtschaft (2017): Unternehmerprogramm des Mittelstands zur Bundestagswahl 2017.

² Im Rahmen des KfW Mittelstandspanels werden jährlich bis zu 15.000 private Unternehmen sämtlicher Wirtschaftszweige mit einem Jahresumsatz von bis zu 500 Mio. EUR repräsentativ befragt. Für weiter gehende Informationen siehe Schwartz (2016): KfW Mittelstandspanel 2016 – Mittelstand nutzt sein finanzielles Polster – Investitionsaufschwung bleibt trotzdem aus, KfW Research sowie www.kfw-mittelstandspanel.de.

³ Siehe Deutsches Statistisches Bundesamt und Deutsche Bundesbank (2017): Außenhandel und Dienstleistungen der Bundesrepublik Deutschland mit dem Ausland.

⁴ Vgl. Abel-Koch, J. (2017): Mittelständische Wertschöpfungsketten werden internationaler – Europa bleibt wichtig, Fokus Volkswirtschaft Nr. 137, KfW Research.

⁵ Siehe hierzu auch Borger, K. (2017): Leistungsbilanz: Überschuss reduzieren, Deutschland stärken, Fokus Volkswirtschaft Nr. 178, KfW Research.

⁶ Vgl. Eurostat/OECD Trade by Enterprise Characteristics (TEC) Database.

⁷ Vgl. Abel-Koch, J. (2017): Mittelständische Wertschöpfungsketten werden internationaler – Europa bleibt wichtig, Fokus Volkswirtschaft Nr. 137, KfW Research.

⁸ Vgl. Tagesspiegel vom 17.08.2017: EU: Londoner Vorschläge zu Brexit-Verhandlungen sind "enttäuschend"

⁹ Abel-Koch, J. (2017): Umsatzstark und innovativ – Mittelständler mit dem Exportziel USA, Fokus Volkswirtschaft Nr. 170, KfW Research.

¹⁰ Dies sind beispielsweise Steuererleichterungen für die US-amerikanische Agrarindustrie, staatliche finanzielle Unterstützung einzelner US-amerikanischer Unternehmen oder Vorgaben zur Bevorzugung US-amerikanischer Unternehmen in öffentlichen Ausschreibungen. Siehe hierzu Evenett, S. J. und J. Fritz (2017): Will Awe Trump Rules? The 21st Global Trade Alert Project, London sowie www.globaltradealert.org.

¹¹ Siehe hierzu beispielsweise auch Ulrich, K. (2017): Stärkere Bedeutung der Schwellenländer für Deutschlands Außenhandel, Volkswirtschaft Kompakt Nr. 141, KfW Research.

¹² Basierend auf Daten zum deutschen Warenhandel des Deutschen Statistisches Bundesamtes.

¹³ Vgl. Nicolai, B. (2017): So macht China die Europäer noch abhängiger von sich, Die Welt vom 16.01.2017 sowie Germany Trade and Invest (2016): China investiert massiv in Neue Seidenstraßen und Garcia Herrero, A. und X. Jianwei (2016): China's Belt and Road Initiative: Can Europe Expect Trade Gains? Bruegel Working Paper Issue 5.

¹⁴ Unter einem exogenen Schock versteht man ein einmaliges Ereignis, dessen Ausmaß und Zeitpunkt von den Wirtschaftsakteuren nicht antizipiert werden kann. Beispiele für exogene Schocks sind Naturkatastrophen, eine unerwartete Änderung der Geldpolitik einer Zentralbank, oder eine technologische Neuerung.

¹⁵ Für eine Diskussion dieses Arguments und eine Zusammenfassung der relevanten empirischen Literatur siehe auch Wagner, J. (2011): Exports, Imports and Firm Survival: First Evidence for Manufacturing Enterprises in Germany, IZA Discussion Paper 5924.

¹⁶ Siehe UNCTAD (2015): Review of Maritime Transport 2015. Die hier genannte Schätzung bezieht alle Transportwege mit ein.

¹⁷ Vgl. Behar, A. und A. J. Venables (2010): Transport Costs and International Trade, Handbook of Transport Economics, sowie die darin zitierten Studien.

¹⁸ Vgl. Jehle, S. (2017): Der Ausbau lahm schon seit Jahrzehnten, Stuttgarter Nachrichten vom 29.08.2017, sowie Verband der chemischen Industrie e. V. (2017): Hälfte der Chemietransporte muss verlagert werden, Pressemitteilung vom 25.08.2017.

¹⁹ Auch in der empirischen Literatur gibt es starke Evidenz für einen positiven Zusammenhang zwischen der Innovationstätigkeit und dem Exporterfolg von Unternehmen. Siehe Love, J. H. und S. Roper (2015): SME Innovation, Exporting and Growth: A Review of Existing Evidence, International Small Business Journal 33(1), S. 28–48 für eine Zusammenfassung entsprechender Studien.

²⁰ Vgl. Borger, K. (2017): KfW-Konjunkturkompass Deutschland August 2017 – Deutsches Realwachstum 2017 und 2018: zweimal die Zwei im Visier, KfW Research.

²¹ Vgl. Braconier, H. und M. Pisu (2013): Road Connectivity and the Border Effect: Evidence from Europe, OECD Economics Department Working Papers, No. 1073, OECD Publishing, Paris.

²² Siehe auch Woher, M. (2017): Kein Geld für Exporteure, Handelsblatt vom 25.08.2017, S. 20–21.

²³ Siehe hierzu auch Love, J. H. und S. Roper (2015): a. a. O. sowie Zimmermann, V. (2017): Erfolgsfaktoren von Wachstumsunternehmen, Fokus Volkswirtschaft Nr. 177, KfW Research.