



Chancen im Export | Teil 2

Außenwirtschaftliche Verflechtungen der Unternehmen im IHK-Bezirk

Impressum

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
Neuer Graben 38
49074 Osnabrück
Telefon 0541 353-0
Telefax 0541 353-122
www.osnabrueck.ihk24.de

Ihr Ansprechpartner

Frank Hesse
Telefon 0541 353-110
hesse@osnabrueck.ihk.de
Ina Riesen
Telefon 0541 353-125
riesen@osnabrueck.ihk.de

Titelbilder

fotolia ©Brian Jackson, Shutterstock ©solarseven,
fotolia ©stockWERK

2

Daten

IHK-Außenwirtschaftsumfrage 2017/2018

Rechtliches

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch
auszugsweise, nur mit ausdrücklicher und
schriftlicher Genehmigung der IHK
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim

© Osnabrück, 2018 Industrie- und Handelskammer
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim



Quelle: shutterstock © Artens

5	Vorwort
6	Rückblick: Die Ergebnisse der iHK-analyse »Chancen im Export«
7	Ergebnisse der IHK-Befragung
7	Auslandsaktive Unternehmen im IHK-Bezirk
10	Bestehende Zielmärkte regionaler Unternehmen
14	Marktchancen für regionale Unternehmen im Ausland
16	Herausforderungen im internationalen Geschäft
18	Neues Online-Instrument: Die Kleinunternehmen-/KU-Ampel
20	Handlungsempfehlungen
21	Anhang: Fragebogen

Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation bei der Bezeichnung von Personengruppen nur die männliche Form für beide Geschlechter verwendet.

Der Export ist seit zwei Jahrzehnten eine Wachstumssäule für die regionale Wirtschaft. Die Exportumsätze sind in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Die Exportquote liegt mittlerweile bei 33 Prozent.

Zuletzt hatten zwar schwächere Wachstumsraten in einzelnen Regionen der Welt, politische Krisen und zunehmende protektionistische Maßnahmen die Aussichten für Exporteure belastet. Dennoch bleiben die Wachstumsprognosen gut. So rechnet der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) für das Jahr 2018 mit einem Wachstum der deutschen Wirtschaft von 2,7 Prozent und mit einem Exportschub von mindestens 6 Prozent. Dies wird auch die regionale Wirtschaft in Osnabrück, dem Emsland und der Grafschaft Bentheim weiter antreiben.

Für die Unternehmen der Region stellt sich allerdings gerade vor dem Hintergrund der schwierigeren internationalen Rahmenbedingungen die Frage, welche Märkte in Zukunft erfolgversprechend sind. Diese *ihk-analyse* beleuchtet den Stand der Internationalisierung der Wirtschaft im IHK-Bezirk.

Basis ist eine Ende 2017 durchgeführte IHK-Befragung zu Zielmärkten, Hürden und Geschäftschancen im Außenhandel. Gemeinsam mit den bereits vorhandenen Daten in der IHK-Datenbank wurden somit die Angaben von insgesamt 1.015 international aktiven Unternehmen aus dem IHK-Bezirk ausgewertet. Als Grundgesamtheit wurde dabei jeweils die Anzahl der gültigen Antworten der einzelnen Fragen festgelegt.

Die vorliegende Studie ist eine Fortsetzung der Ende 2016 veröffentlichten *ihk-analyse* »Chancen im Export – Rückblicke und Perspektiven im regionalen Außenhandel«, die im Wesentlichen auf Daten der amtlichen Statistik basierte.

Die aktuelle *ihk-analyse* legt einen besonderen Fokus auf die kleineren Unternehmen (KU). Ziel ist, gerade auch für KU Geschäftschancen aufzuzeigen. Dazu wurde in der Befragung nach Unternehmensgrößen differenziert. Auf dieser Basis wurde mit einer KU-Ampel ein Instrument entwickelt, um gezielt Kleinunternehmen bei ihrem Auslandsengagement zu fördern. Dies ist online abrufbar unter: www.osnabrueck.ihk24.de (Nr. 4020416).



Rückblick

Die Ergebnisse der IHK-Analyse »Chancen im Export«

Die amtliche Statistik zeigt, dass die IHK-Region in den letzten zwei Jahrzehnten verhältnismäßig größere Zuwächse im Außenhandel als der Niedersachsendurchschnitt erzielt hat. Dabei stiegen nicht nur die im Ausland erwirtschafteten Umsätze. Auch deren Anteil an den Gesamtumsätzen – also die Exportquote – hat sich in den letzten 20 Jahren signifikant erhöht. Zuletzt lag sie im Jahr 2016 bei knapp 33 Prozent.

Dennoch liegt die Exportquote unserer Region noch deutlich unter dem Niedersachsendurchschnitt.

Dies hat im Wesentlichen drei Gründe: So erzielt die Region erstens bedeutende Umsätze in der erdölverarbeitenden Industrie, die überwiegend im Inland erbracht werden. Zweitens sind viele regionale Betriebe Zulieferer für Exporteure außerhalb des IHK-Bezirks. Diese sogenannten »versteckten Exporte« werden rechnerisch nicht den regionalen Exporten zugeordnet. Drittens sind Branchen mit traditionell hohen Exportquoten in der Region nur unterdurchschnittlich präsent. Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Fahrzeugindustrie, die den Hauptteil ihrer Umsätze im Ausland erzielt.

Kleinere und mittlere regionale Unternehmen (KMU) bevorzugen europäische Märkte. Dies ist unter anderem auf die dort stabileren ökonomischen und politischen Rahmenbedingungen zurückzuführen. Allerdings war der auswertbare Datenbestand seinerzeit beschränkt. Mit dem vorliegenden zweiten Teil der ihk-analyse wird auf der Basis der aktuellen Befragungsergebnisse die Ausrichtung der Betriebe nach Unternehmensgröße besonders in den Fokus genommen.

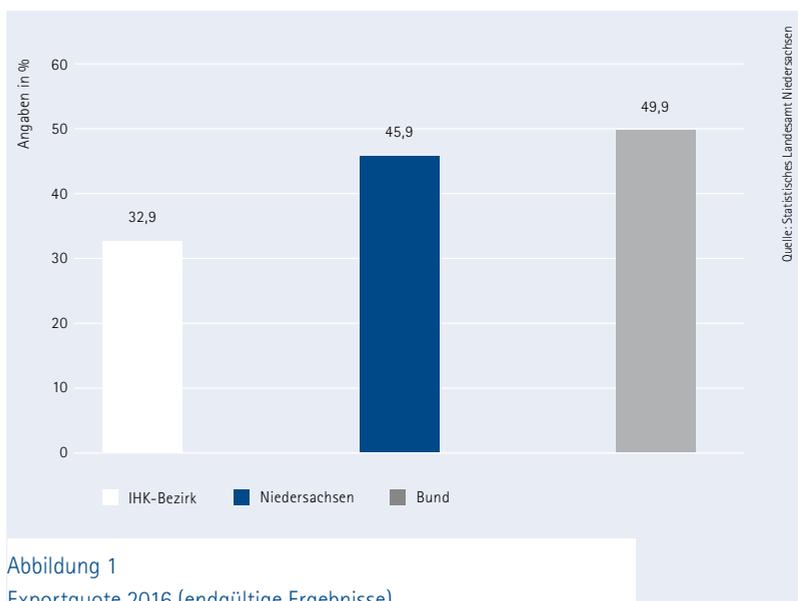


Abbildung 1
Exportquote 2016 (endgültige Ergebnisse)

Ergebnisse der IHK-Befragung

Auslandsaktive Unternehmen im IHK-Bezirk

Grundlage der vorliegenden ihk-analyse ist eine Befragung bei rund 8.500 Unternehmen aus den Bereichen Industrie (inkl. Baugewerbe), Großhandel, Logistik, Dienstleistungen Informationstechnologien sowie Architektur- und Ingenieurbüros. Der Fragebogen dazu befindet sich im Anhang dieser Analyse. Im Ergebnis umfasst die aktuelle Außenhandelsdatenbank der IHK nunmehr 1.015 auslandsaktive Unternehmen.

Bei der Auswertung der Ergebnisse wird in dieser Analyse kleineren Unternehmen (KU = zwischen 1 und 19 Mitarbeiter) besonderes Augenmerk gewidmet. Zu dieser Gruppe gehört fast die Hälfte der auslandsaktiven Unternehmen (48 %, vgl. Abbildung 2). Dies zeigt, dass kleine Unternehmen eine wichtige Rolle im Außenhandel spielen.

Nimmt man zu den kleinen Unternehmen auch die mittleren (20 bis 199 Beschäftigten), so stellt die Gruppe der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) mit internationalen Wirtschaftsbeziehungen 90 Prozent aller regionalen auslandsaktiven Unternehmen. Dies korrespondiert mit dem hohen Anteil der KMU im IHK-Bezirk Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim.

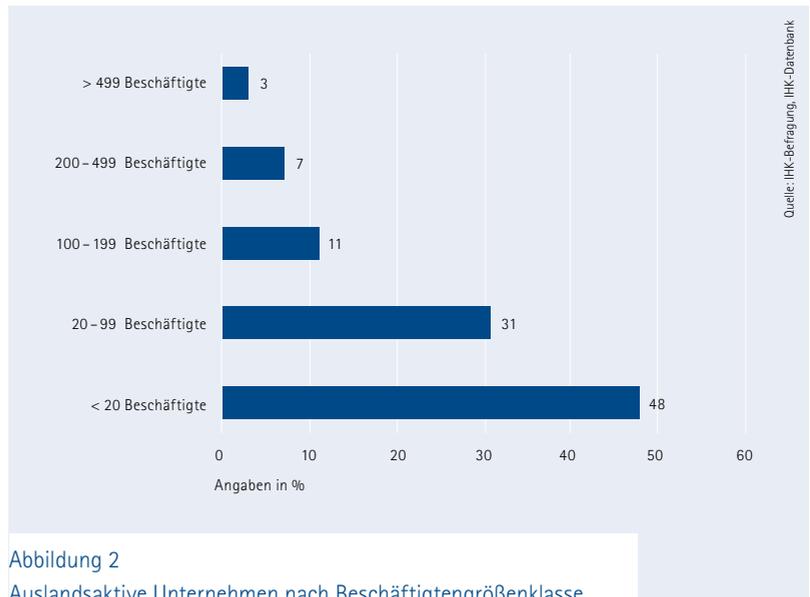


Abbildung 2
Auslandsaktive Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklasse

Die Mehrheit der Betriebe in der Region hat langjährige Erfahrungen im Umgang mit ausländischen Geschäftspartnern (vgl. Abbildung 3). Fast die Hälfte (42%) gab an, mehr als 20 Jahre auf Auslandsmärkten präsent zu sein. Immerhin ein Viertel ist zwischen 10 und 20 Jahren außenwirtschaftlich tätig. Ebenso groß ist der Anteil derer, die zwischen zwei und zehn Jahren Ex- und Import betreiben.

Anders verhält es sich mit den kleinen Unternehmen. Von ihnen sind die meisten zwischen zwei und zehn Jahren im Ausland aktiv. Ein Fünftel der auslandsaktiven KU hat über 20 Jahre Erfahrung im internationalen Geschäft. Dieser Anteil ist höher als der von Unternehmen mit unter zwei Jahren Auslandserfahrung.

Grundsätzlich lässt Abbildung 3 vermuten, dass die Auslandserfahrung mit der Unternehmensgröße steigt. Je mehr Mitarbeiter ein Betrieb beschäftigt, desto länger und nachhaltiger ist offenbar seine Präsenz in anderen Ländern.

Dies lässt sich unter anderem damit erklären, dass die Abwicklung von Auslandsgeschäften Personal erfordert. Die Pflege der ausländischen Geschäftskontakte, Erstellung von Dokumenten, regelmäßige Information über Außenwirtschafts- und Exportkontrollrecht, Beobachtung der wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen im Ausland – für all das werden Mitarbeiter benötigt, die ein KU mit weniger als 20 Beschäftigten häufig nicht erübrigen kann.

Hinsichtlich des Ausmaßes der Internationalisierung zeigt sich, dass rund ein Fünftel der auslandsaktiven Betriebe mehr als die

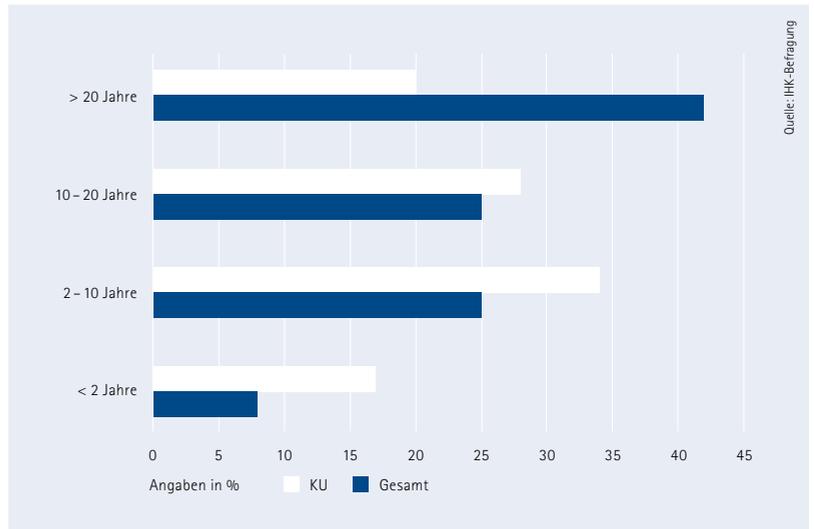


Abbildung 3
Auslandserfahrungen regionaler Unternehmen

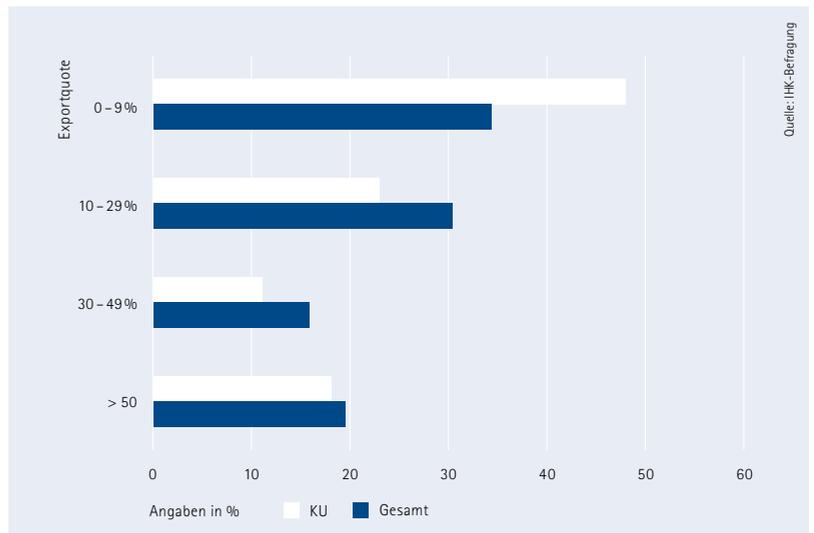


Abbildung 4
Anteil des Exportgeschäfts am Gesamtumsatz

Hälfte ihres Gesamtumsatzes im Export erzielt (Abbildung 4). Diese Unternehmen haben überwiegend langjährige Erfahrung im Auslandsgeschäft. Drei Viertel von ihnen gaben an, bereits seit mindestens zehn Jahren im Ausland aktiv zu sein.

Für immerhin 35 Prozent der auslandsaktiven Firmen kommen noch über 90 Prozent der Umsätze aus Deutschland. Hier ist der Anteil von KU deutlich höher: bei ihnen gilt dies für knapp die Hälfte der Unternehmen.

Die Exportorientierung ist je nach Wirtschaftszweig unterschiedlich. Im Schnitt werden in der Logistik und im Verarbeitenden Gewerbe jeweils über ein Drittel der Umsätze im Ausland erzielt (Abbildung 5). Die geringste Exportquote erreichten befragte Unternehmen aus der Branche der unternehmensnahen Dienstleistungen.

In der Befragung gaben die Unternehmen ihre Gesamtumsätze und Exportquoten innerhalb vorgegebener Bandbreiten an. Verwendet man jeweils die Mittelwerte dieser Bandbreiten, ergibt sich, dass die an der Befragung beteiligten Betriebe Umsätze in Höhe von 12,8 Mrd. Euro erzielen und die durchschnittliche Exportquote bei 40 Prozent liegt. Auf dieser Basis errechnet sich ein Auslandsumsatz von 5,1 Mrd. Euro. Den Daten des Statistischen Landesamtes zufolge erzielten die Industrieunternehmen im IHK-Bezirk im Jahr 2016 Auslandsumsätze von 8,7 Mrd. Euro. Die Befragung erfasst damit über 60 Prozent der im Ausland erwirtschafteten Umsätze.

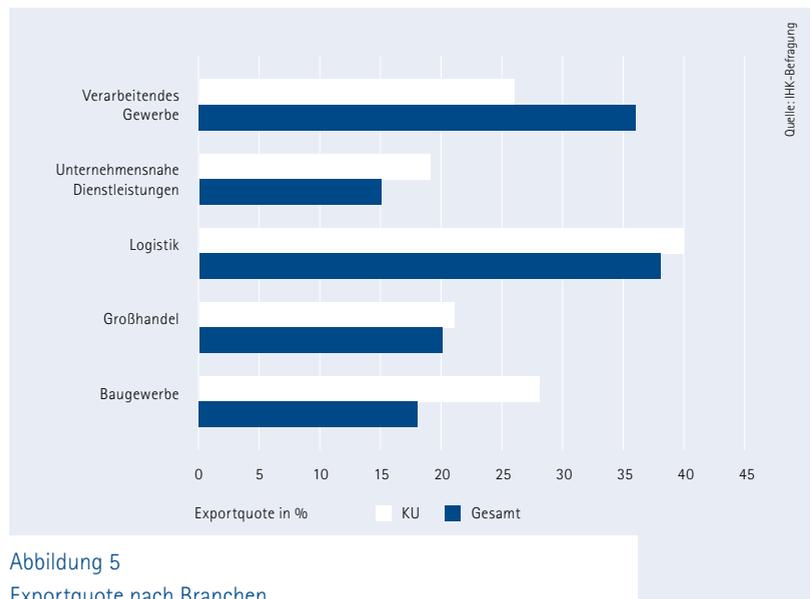


Abbildung 5
Exportquote nach Branchen

Bestehende Zielmärkte regionaler Unternehmen

Der Prozess der Globalisierung erleichtert den Zugang zu neuen Absatzmärkten. Gleichzeitig können Unternehmen durch globalen Einkauf und (Teil-)Verlagerung ihrer Produktion ihre Kostenstruktur optimieren und dadurch wettbewerbsfähiger werden. Diese Vorteile bieten grundsätzlich alle Länder. Allerdings gibt es deutliche Unterschiede hinsichtlich des Schwierigkeitsgrads der Erschließung.

So beginnen beispielsweise kleinere Unternehmen häufig zunächst mit einem Engagement auf geografisch näher gelegenen und sprachlich-kulturell vertrauteren Märkten. Dafür bieten sich (Nachbar-)Länder wie die Niederlande, Österreich oder die Schweiz an. Dabei nutzen sie in der Regel einfachere Marktbearbeitungsformen wie Export und Import, um sich später – mit fortschreitender Unternehmensgröße – auch komplexerer Formen wie Niederlassungen zu bedienen.

Abbildung 6 stellt die Top-20 Außenhandelspartner regionaler Unternehmen dar. In diese Länder ex- und importieren die Betriebe ihre Waren und Dienstleistungen, hier betreiben sie Vertriebsbüros und/oder Produktionsstätten. Der mit Abstand attraktivste Zielmarkt für die auslandsaktiven Unternehmen der Region sind danach die Niederlande. Die geografische und kulturelle Nähe erleichtern hier offenbar den Marktzugang. Zudem ist der Hafen Rotterdam ein internationaler Umschlagsplatz, von dem aus Waren über den Seeweg weiter verschifft werden. Laut Germany Trade and Invest (GTAI) wird fast die Hälfte der in die Niederlande eingeführten

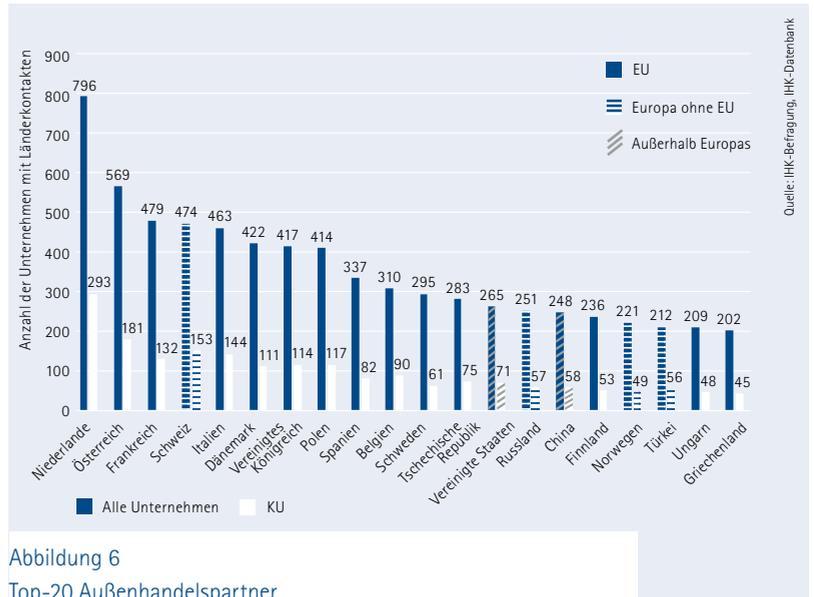


Abbildung 6
Top-20 Außenhandelspartner

Waren weiter in andere Länder exportiert (Reexporte). So wird zum Beispiel Ware aus der Region in die Niederlande verbracht und dann direkt weiter in die ganze Welt verschifft. Für die regionalen Betriebe sind es in einigen Fällen Lieferungen in die Niederlande obwohl der Endbestimmungspunkt in einem anderen Land liegt. Ebenso werden Importe z. B. aus China oder den USA über Rotterdam in die EU eingeführt. Bei der weiteren Verteilung u. a. in die Region werden diese Sendungen häufig als Einfuhren aus den Niederlanden betrachtet.

Die EU-Länder gehören – gemessen an der Anzahl der Kontakte – zu den wichtigsten Außenhandelspartnern der regionalen Unternehmen. Allein die Schweiz ist als nicht-EU-Land auf Rang 4. Als wichtigstes Land außerhalb Europas rangieren die USA auf Platz 13, direkt gefolgt von Russland und China.

Die Übersicht zeigt weiterhin, dass das Vereinigte Königreich einer der wichtigsten Außenhandelspartner der Unternehmen im IHK-Bezirk ist. 417 Betriebe engagieren sich dort, 30 auch mit eigenen Niederlassungen.¹ Wie sich dies nach dem Brexit entwickelt, bleibt abzuwarten.

Unter den Top-20-Außenhandelspartnern ist der Export immer die am weitesten verbreitete Form des Auslandsengagements. In all diesen Ländern übersteigt die Zahl der Exportbeziehungen deutlich die der Importbeziehungen (vgl. Abbildung 7). Die Niederlande sind sowohl bei den Export- als auch bei den Importkontakten die Nummer eins und damit der wichtigste Handelspartner für die regionalen Unternehmen. Österreich steht bei der Anzahl dorthin exportieren Betriebe an zweiter Stelle. Italien ist der zweitwichtigste Importpartner für die Region.

China ist das einzige Land, in dem die Zahl der exportierenden und der importierenden Unternehmen sehr nahe beieinander liegen. Gleichzeitig fällt auf, dass im Vergleich mit den anderen betrachteten Ländern die wenigsten regionalen Betriebe ihre Waren und Dienstleistungen nach China ausführen.

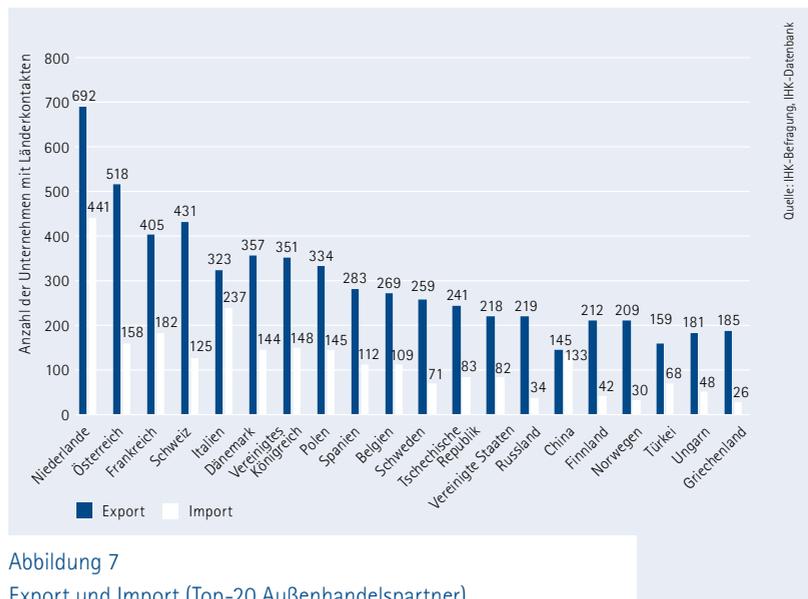


Abbildung 7
Export und Import (Top-20 Außenhandelspartner)

¹ Vertriebsstätte und Produktionsstätte abzüglich Doppelungen

In Griechenland, Norwegen und Russland ist das Verhältnis von exportierenden zu importierenden Unternehmen am höchsten (Abbildung 8). Diese Länder sind insofern als Exportmärkte einzustufen. Umgekehrt lässt ein niedriges Verhältnis darauf schließen, dass Länder wie China und Italien wichtige Beschaffungsmärkte sind. Dennoch überwiegen auch in diesen Ländern die Exportkontakte deutlich.

Bei den Niederlassungen (Abbildung 9) ist Polen das am stärksten gesuchte Land (Vertriebsbüros und Produktionsstätten). Auf Platz zwei und drei stehen hier die Niederlande und China. Betrachtet man ausschließlich Produktionsstätten, so steht auch hier Polen vor China.

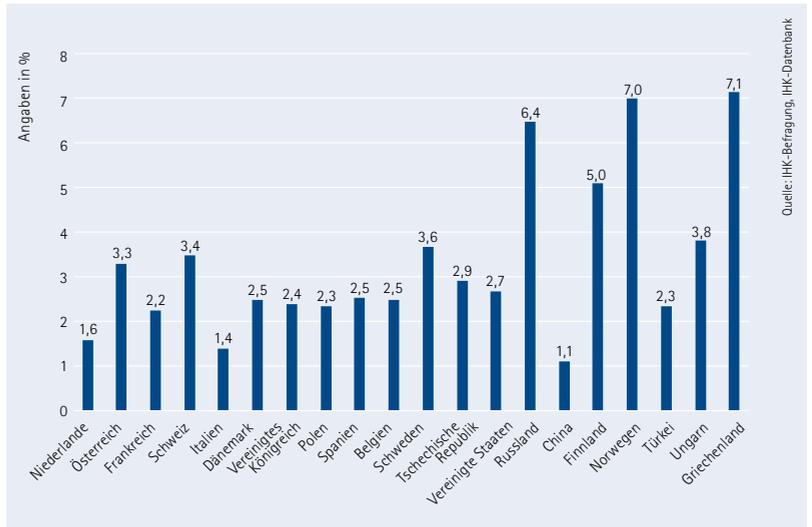


Abbildung 8
Verhältnis Export zu Import (Top-20-Außenhandelspartner)

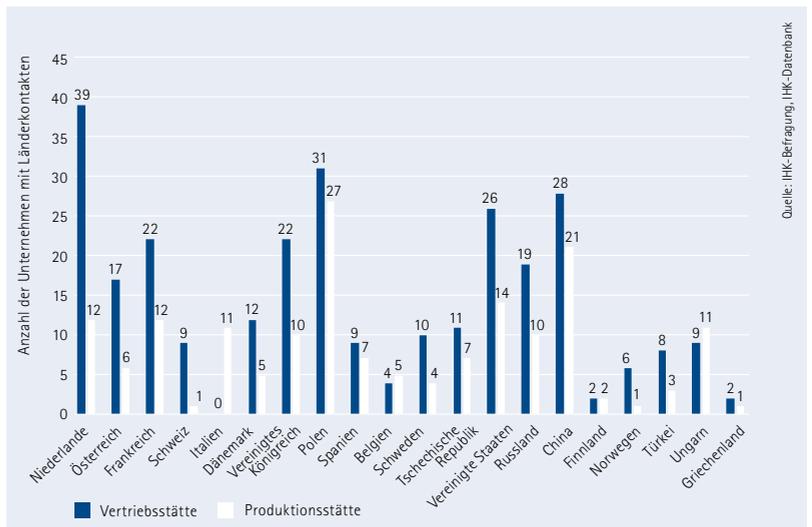
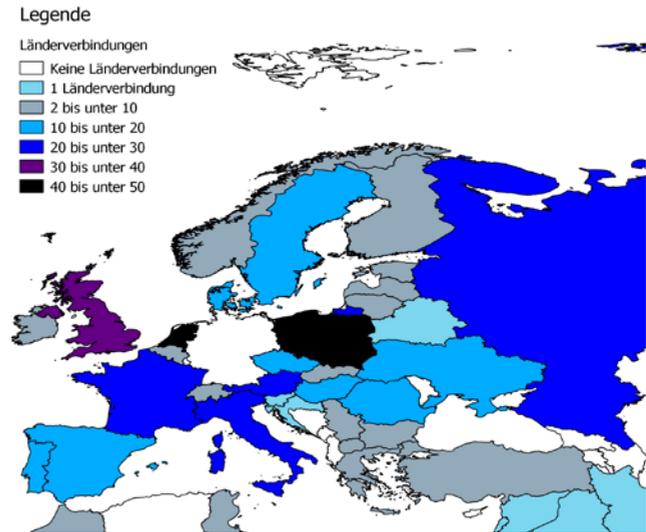


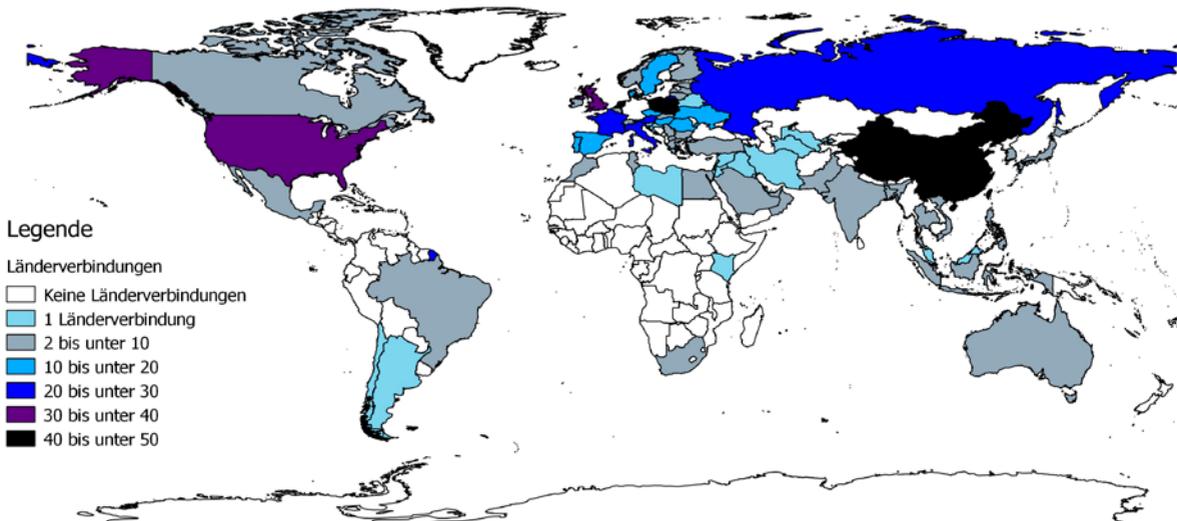
Abbildung 9
Vertriebs- und Produktionsstätten (Top-20 Außenhandelspartner)

Die Anzahl der Unternehmen mit Niederlassungen – Vertriebsbüros und Produktionsstätten – ist in den folgenden Welt- und Europakarten dargestellt (Abbildungen 10 und 11). Sie zeigen, dass Schwerpunkte der Niederlassungen neben Europa im asiatischen und nord-amerikanischen Raum liegen.



Quelle: IHK-Befragung, IHK-Datenbank

Abbildung 10
Europakarte der Niederlassungen regionaler Unternehmen im Ausland



Quelle: IHK-Befragung, IHK-Datenbank

Abbildung 11
Weltkarte der Niederlassungen regionaler Unternehmen im Ausland

Marktcancen für regionale Unternehmen im Ausland

Jedem Unternehmen stellt sich die Frage, welche Länder auch zukünftig noch hohe Bedeutung haben werden. Neben den bestehenden Kontakten sind daher auch die geplanten Aktivitäten von Bedeutung, die in der Befragung ebenfalls abgefragt wurden.

Besonders vielversprechend sind dabei die Märkte, auf denen die regionalen Betriebe zum einen schon heute umfangreiche Geschäftskontakte pflegen und die zum anderen noch weiter ausgebaut werden sollen.

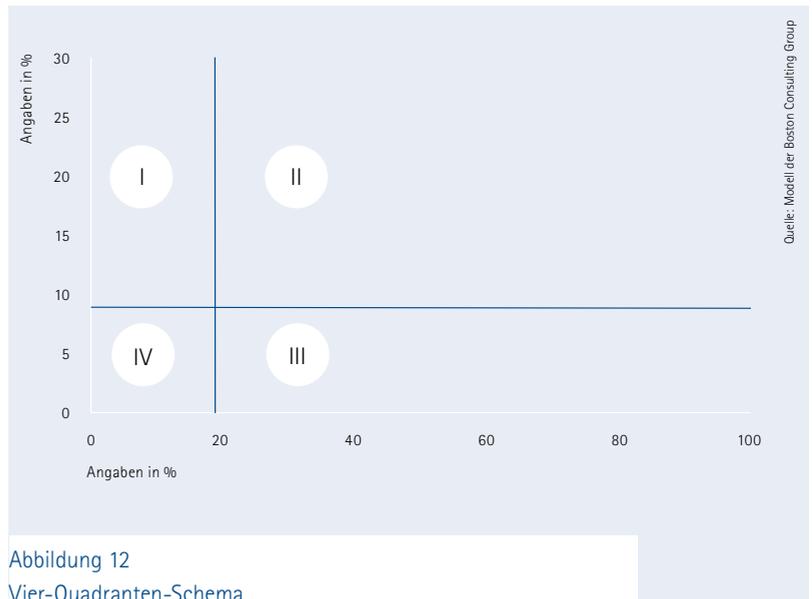


Abbildung 12
Vier-Quadranten-Schema

14

Als Analysemethode wird dabei die BCG-Matrix der Boston Consulting Group angewendet. Sie erlaubt, beide Indikatoren kombiniert zu betrachten (vgl. Abbildung 12). Im Rahmen dieser Untersuchung wurden die Länder, in denen sich mindestens 5 Prozent der regionalen auslandsaktiven Unternehmen engagieren, auf bestehenden Geschäftskontakte und geplante Aktivitäten hin untersucht. Insgesamt werden damit 60 Länder erfasst.

Die vier Quadranten der Matrix werden durch die Mittelwerte (arithmetisches Mittel) der Unternehmensangaben zu den Geschäftskontakten und den geplanten Aktivitäten gebildet. Diese Mittelwerte betragen für die bestehenden Länderkontakte 19 Prozent und für die geplanten Aktivitäten 8 Prozent.² In der Abbildung 12 und 13 bilden diese beiden Werte deshalb den Schnittpunkt der Achsen.

Die Quadranten lassen sich dabei im Wesentlichen wie folgt beschreiben:

Quadrant I Wachsende Auslandsmärkte

Die Anzahl der regionalen Unternehmen mit Interesse an diesen Ländern ist vergleichsweise hoch. Andererseits ist die Anzahl der aktuell bestehen Länderverbindungen noch gering.

Quadrant II Hoch bedeutsame Auslandsmärkte

Die bestehenden Länderkontakte und das Kontaktinteresse der Unternehmen befinden sich jeweils oberhalb des Durchschnitts. Dies ist ausländersicht der offenste der vier Quadranten, die Standorte weisen die höchste Außenhandelsrelevanz für die Unternehmen auf.

Quadrant III Bedeutungsschwächere Auslandsmärkte

In diesen Ländern bestehen überdurchschnittlich viele Kontakte. Andererseits weisen sie nur ein unterdurchschnittliches oder sogar nicht vorhandenes Kontaktinteresse auf.

Quadrant IV Weniger kontaktintensive Auslandsmärkte

Die aktuellen Geschäftskontakte und das Kontaktinteresse liegen jeweils unterhalb des Mittelwerts oder nicht vor. Dies ist ausländersicht der am meisten geschlossene der vier Quadranten, die Standorte weisen die geringste Außenhandelsrelevanz für die Unternehmen auf.

² Berechnung Mittelwert bestehende Länderkontakte:
Im Durchschnitt sind in jedem der 60 Ländern, in denen sich min. 5 Prozent der 1.015 regionaler auslandsaktiver Unternehmen engagieren, 190 Betriebe aktiv bzw. 19 Prozent (190 von 1.015).
Berechnung Mittelwert geplante Aktivitäten:
Durchschnittlich sind 5 Unternehmen am Aus- oder Aufbau ihrer Geschäftsbeziehungen in jedem der Top-60 Länder interessiert. Der Anteil dieses Durchschnitts an der Gesamtanzahl der Unternehmen, die Kontaktinteresse angegeben haben, liegt bei 8 Prozent.

Die waagerechte Achse gibt den Anteil der in einem Land bereits aktiven regionalen Betriebe an. Auf der senkrechten Achse ist das Interesse der Unternehmen aus dem IHK-Bezirk an einem Land dargestellt.

Beispiel: So sind in den Niederlanden bereits heute fast 80 Prozent der auslandsaktiven Betriebe aus dem IHK-Bezirk aktiv. 25 Prozent der Unternehmen, die insgesamt ihr Auslandsgeschäft ausbauen möchten, gaben an, Interesse an Kontakten zu den Niederlanden zu haben. Somit befindet sich das Land auf der waagerechten Achse bei knapp 80 Prozent und auf der senkrechten bei 25 Prozent und damit im Quadranten II.

Zu den **wachsende Auslandsmärkten** (Länder im Quadrant I) gehören folgende sechs Länder: Irland, Indien, Bulgarien, Brasilien, Mexiko und Argentinien.

In diesen Ländern engagieren sich nur wenige regionale Betriebe. Jedoch ist das Interesse an diesen Märkten vergleichsweise hoch, so dass sie sich zukünftig zu bedeutsameren Auslandsmärkten entwickeln können.

Hoch bedeutsame Auslandsmärkte (Länder im Quadrant II) sind 20 Länder: Niederlande, Österreich, Frankreich, Schweiz, Italien, Dänemark, Vereinigtes Königreich, Polen, Spanien, Schweden, Tschechische Republik, USA, Russland, China, Finnland, Norwegen, Türkei, Ungarn, Rumänien und Portugal.

Diese 20 Länder sind für die regionale Wirtschaft sehr wichtig. Bereits heute engagiert sich eine Vielzahl der Betriebe aus der Region auf diesen Märkten. Das hohe Interesse an weiterem Geschäfts-



Abbildung 13
Bestehendes und zukünftiges Engagement der regionalen Unternehmen auf Auslandsmärkten

ausbau lässt vermuten, dass die Länder auch zukünftig wichtige Außenhandelspartner bleiben.

Zu den **bedeutungsschwächeren Auslandsmärkten** (Länder im Quadrant III) gehören zwei Länder: Belgien und Griechenland.

Zu Belgien und Griechenland unterhalten viele regionale Unternehmen Geschäftsbeziehungen. Allerdings ist in diesen beiden Ländern kein nennenswertes Wachstum der Aktivitäten geplant.

Weniger kontaktintensive Auslandsmärkte (Länder im Quadrant IV) sind 32 Länder: Slowakei, Slowenien, Japan, Litauen, Australien, Kroatien, Ukraine, Estland, Lettland, Hongkong, Vereinigte Arabische Emirate, Südkorea, Kanada, Südafrika, Israel, Saudi-Arabien, Taiwan, Thailand, Ägypten, Belarus, Chile, Singapur,

Indonesien, Serbien, Malaysia, Neuseeland, Zypern, Iran, Kuwait, Bosnien und Herzegowina, Kasachstan, Vietnam.

In diesen Ländern ist der Anteil der dort aktiven regionalen Unternehmen gering. Außerdem gaben auch nur sehr wenige oder keine Betriebe an, zukünftig in diesen Ländern ihr Auslandsengagement aus- oder aufzubauen. Diese Länder liegen aktuell weniger im Fokus der regionalen Wirtschaft. Das gilt auch für die Länder, die nicht in der Portfolio-Analyse berücksichtigt wurden.

Herausforderungen im internationalen Geschäft

Trotz der Freiheit auf den europäischen Märkten und der voranschreitenden Globalisierung gibt es nach wie vor Barrieren, die das Engagement regionaler Betriebe im Ausland erschweren. Insgesamt gaben 13 Prozent der befragten Unternehmen an, Hindernissen im internationalen Geschäft zu begegnen.

Die meisten Unternehmen stoßen im internationalen Geschäft auf Hürden bei der Auswahl verlässlicher Geschäftspartner (Abbildung 14). Kultur, Sprache und Entfernung stellen hier Nachteile im Vergleich zu nationalen Geschäftspartnern dar. Messen und Delegationsreisen können helfen, neue Kontakte ins Ausland zu knüpfen. Gute Geschäftsbeziehungen erfordern aber gerade im Ausland häufig viele Zeit- und Personal-Ressourcen.

Auch beim Zoll- und Exportkontrollrecht begegnen Unternehmen Schwierigkeiten. Handelsabkommen können hier Erleichterungen schaffen. Zuletzt zeigen sich jedoch gegenteilige Entwicklungen. Das Scheitern der Verhandlungen zum geplanten Freihandelsabkommen TTIP mit den USA, der bevorstehende Brexit, die fortbestehenden Russland-Sanktionen – all das erschwert den freien Marktzugang.

Trotz des Binnenmarkts werden in der Eurozone Handelsbarrieren wahrgenommen (Abbildung 15). Hier bereiten insbesondere die Geschäftspartnerwahl und sprachliche/interkulturelle Unterschiede regionalen Unternehmen Schwierigkeiten.

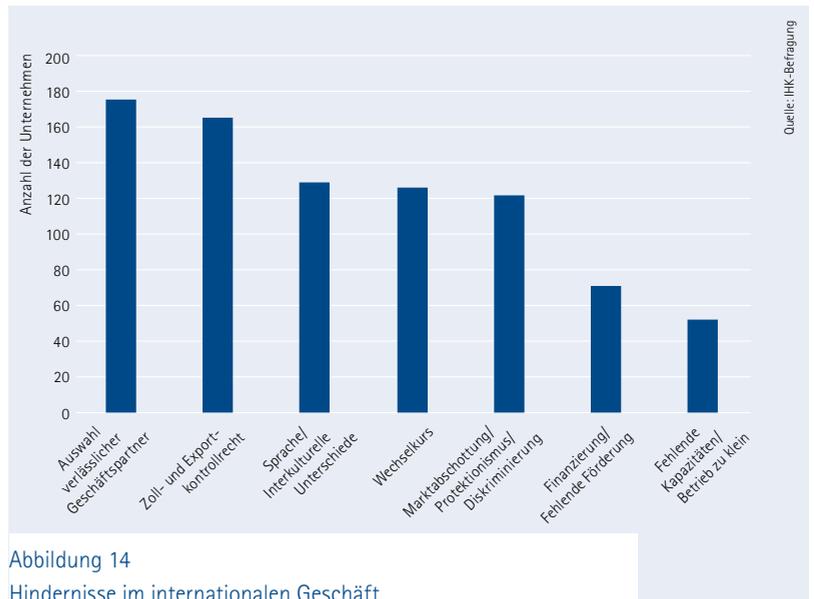


Abbildung 14
Hindernisse im internationalen Geschäft

Die meisten Unternehmen gaben an, in China mit Handelshemmnissen konfrontiert zu werden (Abbildung 15). Auf Platz zwei rangiert Russland. Dabei werden in Russland die Hürden im Zoll- und Exportkontrollrecht als besonders hoch eingestuft. Grund dafür könnten die Sanktionen der EU und USA sowie die Gegensanktionen Russlands sein. In China erweist sich die Suche nach geeigneten Geschäftspartnern als besonders herausfordernd.

Vergleichsweise geringe Hindernisse im internationalen Geschäft sehen die Unternehmen in der Türkei und den USA. Am geringsten sind aus ihrer Sicht derzeit die Hürden im Großbritannien-Geschäft. Ob nach dem Vollzug des Brexits die Hemmnisse – insbesondere im Zoll- und Exportkostrollrecht – zunehmen werden, bleibt abzuwarten.

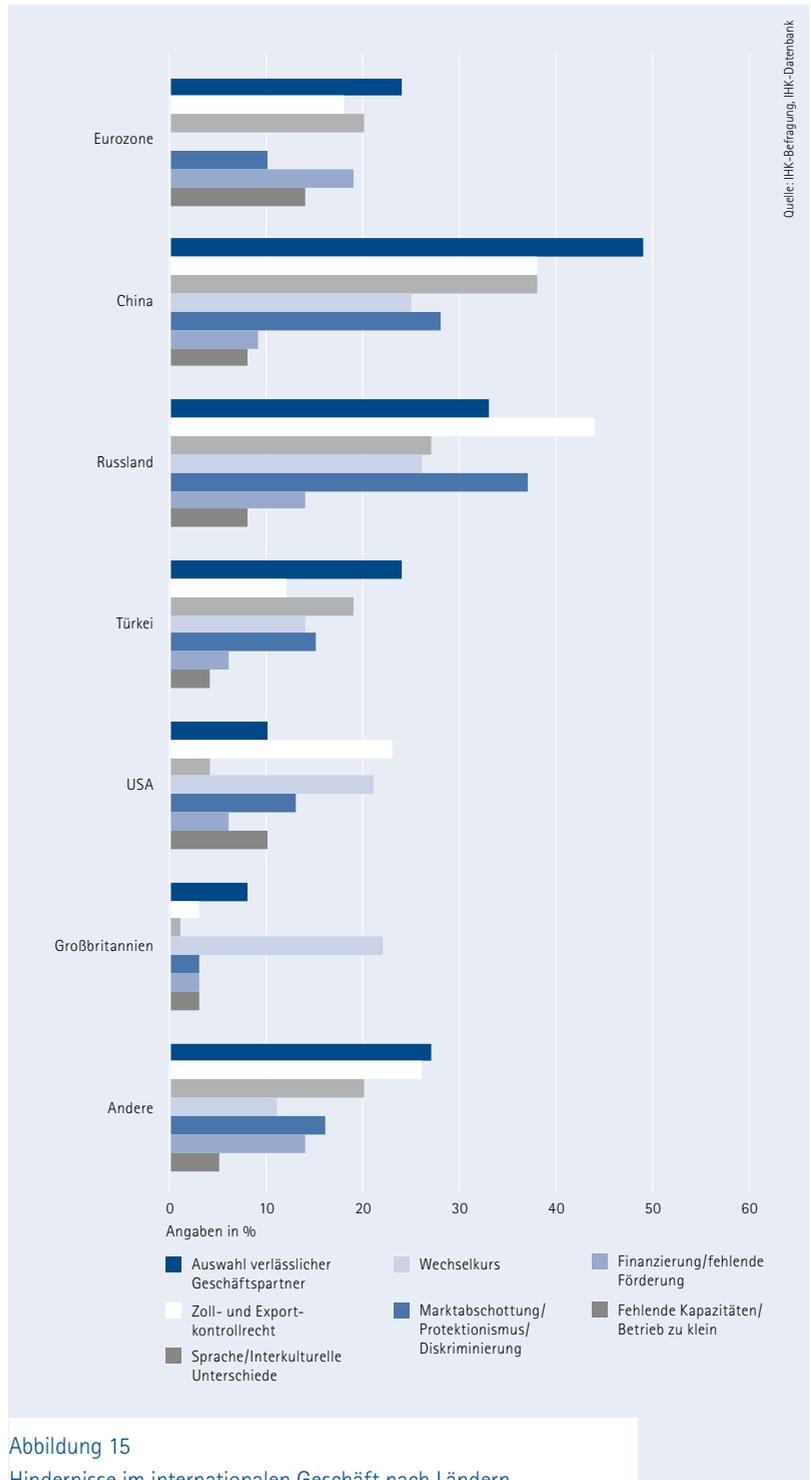


Abbildung 15
Hindernisse im internationalen Geschäft nach Ländern

**Neues Online-Instrument:
Die Kleinunternehmen-/KU-Ampel**

Ziel der IHK ist es, vor allem kleineren Unternehmen beim Auslandsengagement zu helfen. In der Außenwirtschaftsumfrage wurde daher nach Unternehmensgrößen differenziert. Auf dieser Basis hat die IHK mit einer KU-Ampel – Kleinunternehmer-Ampel – ein neues Online-Instrument entwickelt, um gezielt Kleinunternehmen bei ihrem Auslandsengagement zu fördern. Dabei werden die Geschäftschancen für kleine Unternehmen in ausgewählten Ländern analysiert und bewertet.

Die Bewertung erfolgt dabei nach vier Kriterien, die als besonders bedeutend für ein Engagement von KU im Ausland betrachtet werden. Die ersten beiden basieren auf den Ergebnissen der IHK-Umfrage zur Außenwirtschaft. Die beiden folgenden Kriterien sind allgemeiner Natur.

1. Anteil KU: Hier wird der Anteil von Kleinunternehmen (<20 Beschäftigte), die in einem bestimmten Land aktiv sind, an der Gesamtanzahl der auslandsaktiven regionalen Unternehmen in diesem Land betrachtet.

Quelle: IHK-Datenbank

2. Marktbarrieren: Hier werden Barrieren betrachtet, die regionale KU in den entsprechenden Ländern wahrnehmen. Dabei wird die Anzahl der von KU angegebenen Hemmnisse ins Verhältnis gesetzt zu der Anzahl der in diesem Land aktiven KU.

Quelle: IHK-Umfrage

Die Kriterien zur Bewertung

Bewertungszahl	1	2	3
Anteil KU	ab 30%	15 – 29%	0 – 14%
Marktbarrieren	0 – 14%	15 – 29%	Ab 30%
Region	EU	Europa ohne EU	Außerhalb Europas
GTAI-Bewertung für KMU	Gutes Umfeld	Nutrales Umfeld	Schwieriges Umfeld

 10 – 12 Punkte  7 – 9 Punkte  4 – 6 Punkte

3. Region: Unterschieden wird zwischen Mitgliedsländern der Europäischen Union, den übrigen europäischen Ländern und Ländern außerhalb Europas.
4. GTAI-Bewertung für KMU: Germany Trade and Invest (GTAI) erstellt für sämtliche Länder regelmäßig SWOT-Analysen. Diese Analysen wurden auf Vor- bzw. Nachteile für kleine und mittlere Unternehmen untersucht und von der IHK entsprechend eingestuft.

Quelle: GTAI, eigene Bewertung

Die Kriterien im grünen Bereich werden mit je einem Punkt bewertet, im gelben Bereich mit zwei und im roten Bereich mit drei Punkten. Die Summe der Punkte ergibt die KU-Ampel. Je geringer die Punktezah ist, desto leichter ist der Marktzugang für kleinere Unternehmen.

Gut schneiden etwa die Niederlande oder Großbritannien ab. Ungünstiger sind China und Russland für kleine Unternehmen.

KU-Ampel für sechs ausgewählte Beispiel-Länder

	Anteil KU	Region	Marktbarrieren	GTAI-Bewertung
 Niederlande (4 Punkte)	37%	EU	12%	Gutes Umfeld
 Vereinigtes Königreich (6 Punkte)	27%	EU	8%	Neutrales Umfeld
 USA (9 Punkte)	27%	Rest der Welt	24%	Neutrales Umfeld
 Türkei (9 Punkte)	26%	Europa ohne EU	32%	Neutrales Umfeld
 Russland (10 Punkte)	23%	Europa ohne EU	47%	Schwieriges Umfeld
 China (11 Punkte)	23%	Rest der Welt	74%	Schwieriges Umfeld

Die ausführlichere Darstellung auch für weitere Länder ist online abrufbar unter:
www.osnabrueck.ihk24.de (Nr. 4020416)
 bzw. unter dem abgebildeten QR-Code.



Handlungsempfehlungen

Die Analyse zeigt, dass die Internationalisierung der regionalen Unternehmen deutlich zugenommen hat. Mittlerweile sind 1.015 auslandsaktive Unternehmen in der IHK-Datenbank verzeichnet. Die meisten international aktiven Unternehmen unterhalten dabei außenwirtschaftliche Beziehungen in das Nachbarland Niederlande. Europäische Länder werden insgesamt deutlich bevorzugt.

Ebenfalls zeigt sich, dass Außenhandel längst nicht mehr eine Domäne größerer Unternehmen ist. Im Gegenteil. Mehr als 90 Prozent der auslandsaktiven Unternehmen haben weniger als 200 Beschäftigte und gehören damit zur Gruppe der KMU. Die Hälfte der Unternehmen hat sogar weniger als 20 Beschäftigte.

Gerade weil der Außenhandel mittlerweile stark von vielen kleineren Unternehmen geprägt ist, kommt es darauf an, die Hürden bei der Erschließung und dem Ausbau ausländischer Märkte möglichst gering zu halten. Denn gerade kleinere Unternehmen haben vielfach nicht die Ressourcen, hohe Markthürden zu überwinden. Die Befragung ergibt, dass die Unternehmen die größten Hemmnisse sowohl im politisch-administrativen Bereich – Zoll- und Exportkontrollrecht – als auch in den Marktkennntnissen – insbesondere der Anbahnung von Geschäftskontakten – sehen.

Gefragt sind daher sowohl die Politik als auch unterstützende Institutionen wie die IHK, die den Unternehmen den Weg ins Ausland erleichtern.

Für den politischen Bereich macht die IHK-Organisation mit ihren »Wirtschaftspolitischen Positionen« bundesweit Vorschläge zur Verringerung der internationalen Markthürden. Dies bedeutet:

- Einen fairen Wettbewerb stärken: Etliche Staaten verzerren den internationalen Wettbewerb, indem sie die Finanzierung von Großprojekten ihrer Unternehmen übernehmen. Die Bundesregierung ist aufgefordert, wettbewerbsverzerrenden Maßnahmen, zum Beispiel bei internationalen Ausschreibungen, entgegenzuwirken.
- Die Visavergabe und das Außenwirtschaftsrecht entbürokratisieren: Bei der Visavergabe der deutschen Auslandsvertretungen sollten einheitliche europäische Standards gelten. Genauso sollten bei der Anwendung des Exportkontrollrechts EU-weit, identische und faire Wettbewerbsbedingungen herrschen. Außerdem müssen Exportkontrollprüfungen durch das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle schneller bearbeitet werden.
- Protektionismus entgegentreten: Die Bundesregierung sollte ihre Möglichkeiten auf allen politischen Ebenen nutzen, um den Freihandel unter der Prämisse pragmatischer Regeln anzukurbeln.

Fragebogen: IHK-Umfrage International

Bitte hier den kompletten Firmennamen und die Adresse eintragen:

Bitte zurück an:

IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim
Neuer Graben 38
49074 Osnabrück

Ina Riesen
riesen@osnabrueck.ihk.de
Telefax 0541 353-99-125

Sind Sie im Ausland aktiv? Wenn ja, dann gehen Sie bitte zu Punkt 1. Wenn nein, nennen Sie uns bitte die Gründe. Wir bieten Ihnen unsere Hilfe für den Einstieg in das Auslandsgeschäft an.

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

Verarbeitendes Gewerbe	
Großhandel	
Logistik	
Baugewerbe	
Unternehmensnahe Dienstleistungen	

Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen?

1 – 19	
20 – 99	
100 – 199	
200 – 499	
> 500	

Wie hoch ist der Gesamtjahresumsatz Ihres Unternehmens?

bis 50.000 €	
50.000 € – 500.000 €	
500.000 € – 2,5 Mio. €	
2,5 Mio. € – 250 Mio. €	
über 2,5 Mio. €	

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

Verarbeitendes Gewerbe

Großhandel

Logistik

Baugewerbe

Unternehmensnahe Dienstleistungen

Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen?

1 – 19

20 – 99

100 – 199

200 – 499

> 500

Falls ein ausländischer Anteilseigner die Mehrheit Ihres Unternehmens besitzt, tragen Sie bitte das Herkunftsland der Mehrheitsbeteiligung ein.

Land

22

Wie lange ist Ihr Unternehmen bereits im Ausland aktiv (Export/Import)?

0 – 2 Jahre

2 – 10 Jahre

10 – 20 Jahre

> 20 Jahre

Wie hoch ist die Exportquote Ihres Unternehmens gemessen am Gesamtumsatz?

0 – 9 Prozent

10 – 29 Prozent

30 – 49 Prozent

> 50 Prozent

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie in ausländischen Standorten?

keine

1 – 19

20 – 99

100 – 199

> 500

Falls ein ausländischer Anteilseigner die Mehrheit Ihres Unternehmens besitzt, tragen Sie bitte das Herkunftsland der Mehrheitsbeteiligung ein.

E	Export	In dieses Land werden Waren/Dienstleistungen geliefert.
I	Import	Aus diesem Land werden Waren/Dienstleistungen bezogen.
N	Niederlassung/Vertriebsbüro	In diesem Land haben wir eine Niederlassung/Vertriebsbüro.
P	Produktionsstätte	In diesem Land unterhalten wir eine Produktionsstätte.
W	Wachstum/Expansion	In diesem Land planen wir unsere Aktivitäten auszuweiten oder neu aufzubauen.

Europa

Albanien	E	I	N	P	W
Belgien	E	I	N	P	W
Bosnien-Herzegowina	E	I	N	P	W
Bulgarien	E	I	N	P	W
Dänemark	E	I	N	P	W
Estland	E	I	N	P	W
Finnland	E	I	N	P	W
Frankreich	E	I	N	P	W
Griechenland	E	I	N	P	W
Großbritannien	E	I	N	P	W
Irland	E	I	N	P	W
Italien	E	I	N	P	W
Kosovo	E	I	N	P	W
Kroatien	E	I	N	P	W
Lettland	E	I	N	P	W
Liechtenstein	E	I	N	P	W
Litauen	E	I	N	P	W
Mazedonien	E	I	N	P	W
Norwegen	E	I	N	P	W

Europa

Moldau Rep.	E	I	N	P	W
Niederlande	E	I	N	P	W
Österreich	E	I	N	P	W
Polen	E	I	N	P	W
Portugal	E	I	N	P	W
Rumänien	E	I	N	P	W
Russland	E	I	N	P	W
Schweden	E	I	N	P	W
Schweiz	E	I	N	P	W
Serbien	E	I	N	P	W
Slowakei	E	I	N	P	W
Slowenien	E	I	N	P	W
Spanien	E	I	N	P	W
Tschechische Republik	E	I	N	P	W
Türkei	E	I	N	P	W
Ukraine	E	I	N	P	W
Ungarn	E	I	N	P	W
Weißrussland (Belarus)	E	I	N	P	W
Zypern	E	I	N	P	W

23

Amerika

Argentinien	E	I	N	P	W
Brasilien	E	I	N	P	W
Chile	E	I	N	P	W
Ecuador	E	I	N	P	W
Kanada	E	I	N	P	W
Kolumbien	E	I	N	P	W

Amerika

Kuba	E	I	N	P	W
Mexiko	E	I	N	P	W
Panama	E	I	N	P	W
Peru	E	I	N	P	W
Venezuela	E	I	N	P	W
USA	E	I	N	P	W

Afrika

Ägypten	E	I	N	P	W
Algerien	E	I	N	P	W
Angola	E	I	N	P	W
Ghana	E	I	N	P	W
Kenia	E	I	N	P	W

Asien

Afghanistan	E	I	N	P	W
Aserbaidshan	E	I	N	P	W
Bangladesch	E	I	N	P	W
China	E	I	N	P	W
Georgien	E	I	N	P	W
Hongkong	E	I	N	P	W
Indien	E	I	N	P	W
Indonesien	E	I	N	P	W
Japan	E	I	N	P	W
Kasachstan	E	I	N	P	W

Naher und Mittlerer Osten

Bahrain	E	I	N	P	W
Irak	E	I	N	P	W
Iran	E	I	N	P	W
Israel	E	I	N	P	W
Jordanien	E	I	N	P	W
Katar	E	I	N	P	W

Australien

Australien	E	I	N	P	W
Neuseeland	E	I	N	P	W

Sonstige (bitte ergänzen Sie)

Afrika

Marokko	E	I	N	P	W
Nigeria	E	I	N	P	W
Sudan	E	I	N	P	W
Südafrika	E	I	N	P	W
Tunesien	E	I	N	P	W

Asien

Malaysia	E	I	N	P	W
Pakistan	E	I	N	P	W
Philippinen	E	I	N	P	W
Singapur	E	I	N	P	W
Südkorea	E	I	N	P	W
Taiwan	E	I	N	P	W
Thailand	E	I	N	P	W
Turkmenistan	E	I	N	P	W
Usbekistan	E	I	N	P	W
Vietnam	E	I	N	P	W

Naher und Mittlerer Osten

Kuwait	E	I	N	P	W
Libanon	E	I	N	P	W
Oman	E	I	N	P	W
Saudi-Arabien	E	I	N	P	W
Syrien	E	I	N	P	W
Verein. Arabische Emirate	E	I	N	P	W

Auf welche Hindernisse stoßen Sie im internationalen Geschäft?

	Eurozone	Großbritannien	Russland	Türkei	USA	China	Weitere:
Probleme bei der Auswahl verlässlicher Geschäftspartner							
Marktabstottung/ Protektionismus/ Diskriminierung							
Protektionismus/ Diskriminierung							
Sprache / Interkulturelle Unterschiede							
Zoll- und Exportkontrollrecht							
Finanzierung/ Fehlende Förderungen							
Fehlende Kapazitäten/ Betrieb zu klein							
Wechselkurs							
Weitere:							

Ansprechpartner Außenwirtschaft

Name	
Position im Unternehmen	
E-Mail	
Telefon	

Einverständniserklärung zur Datenspeicherung

Die Teilnahme an dieser Außenwirtschaftsumfrage ist freiwillig. Die Daten nutzen wir für statistische Zwecke, zur Aktualisierung unserer IHK-Firmendaten und für die Erstellung eines zielgerichteten Angebots zur Unterstützung Ihres Auslandsgeschäfts.

- Mit der Speicherung und Verarbeitung der vorgenannten Daten bin ich einverstanden. Die Daten werden vertraulich behandelt.

Weitergabe von Unternehmensdaten

Unsere IHK bemüht sich für Sie um Vermittlung von Geschäftskontakten. Hierzu geben wir die Angaben zu Länderverbindungen auf Nachfrage weiter. Dabei werden die geltenden Datenschutzbestimmungen beachtet. Die Kontaktdaten der Ansprechpartner werden nicht weitergegeben. Wenn auch Sie von dem Service profitieren möchten, geben Sie uns bitte Ihre Einwilligung.

- Mit der Weitergabe der Länderverbindungen für Geschäftszwecke bin ich einverstanden. Personenbezogene Daten werden nicht weitergegeben.

Datum _____

Unterschrift _____

Industrie- und Handelskammer
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim

Neuer Graben 38
49074 Osnabrück
Telefon 0541 353-0
Telefax 0541 353-122
E-Mail ihk@osnabruock.ihk.de
www.osnabruock.ihk24.de