

Politikberatung kompakt

47

Alexander Eickelpasch • Oliver Pfirrmann

**Erschließung des Marktpotenzials
in den mittel- und osteuropäischen
EU-Mitgliedsstaaten durch kleine und
mittlere Unternehmen**

Berlin, 2008

IMPRESSUM

© DIW Berlin, 2008

DIW Berlin
Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
Tel. +49 (30) 897 89-0
Fax +49 (30) 897 89-200
www.diw.de

ISBN-10 3-938762-38-1
ISBN-13 978-3-938762-38-7
ISSN 1614-6921

Alle Rechte vorbehalten.
Abdruck oder vergleichbare
Verwendung von Arbeiten
des DIW Berlin ist auch in
Auszügen nur mit vorheriger
schriftlicher Genehmigung
gestattet.

DIW Berlin: Politikberatung kompakt 47

Alexander Eickelpasch*

Oliver Pfirrmann**

Erschließung des Marktpotenzials in den mittel- und osteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten durch kleine und mittlere Unternehmen

Berlin, Dezember 2008

* DIW Berlin, aeickelpasch@diw.de

** Prognos AG, Oliver.Pfirrmann@prognos.com

Inhaltsverzeichnis

1 Ziel und Ansatz.....	1
1.1 Ziel	1
1.2 Ansatz	4
2 Außenwirtschaftliche Beziehungen mit den nMS	7
2.1 Ziel, Ansatz, Informationsgrundlagen	7
2.2 Außenwirtschaftliche Beziehungen mit den nMS im Überblick	8
2.2.1 Warenaustausch	9
2.2.1.1 Entwicklung insgesamt	9
2.2.1.2 Entwicklung nach Ländern.....	12
2.2.1.3 Entwicklung nach Warengruppen	16
2.2.2 Austausch von technologischen Dienstleistungen mit dem Ausland	18
2.2.2.1 Entwicklung insgesamt	18
2.2.2.2 Entwicklung nach Ländern.....	23
2.2.2.3 Entwicklung nach Dienstleistungsarten	24
2.2.3 Direktinvestitionen	27
2.3 Außenwirtschaftliche Beziehungen von KMU mit den nMS	33
2.3.1 Export	33
2.3.2 Direktinvestitionen	38
2.3.3 Verlagerungen	42
2.3.4 Kooperationen	44
2.3.5 Gesamtbetrachtung mehrerer Kooperationsformen.....	46
2.4 Zwischenfazit.....	48
3 Wirtschaftliche Aktivitäten und Kooperationen von KMU in den nMS: Ergebnisse der Fallstudien.....	51
3.1 Ziel, Ansatz, Informationsgrundlagen	51
3.2 Wirtschaftliche Aktivitäten der befragten KMU.....	52
3.2.1 Strukturmerkmale, Marktstellung und Entwicklungsperspektiven.....	52
3.2.2 Wirtschaftlicher Austausch.....	57
3.2.2.1 Überblick.....	57
3.2.2.2 Bestimmungsgründe und Wirkungen des Kooperationsverhaltens.....	60
3.3 Zur Rolle der deutschen Außenwirtschaftsförderung	67
3.3.1 Bekanntheitsgrad, Inanspruchnahme und Bewertung der Außenwirtschaftsförderung durch die befragten KMU	68
3.3.1.1 Bekanntheitsgrad und Inanspruchnahme.....	68
3.3.1.2 Bewertung	70

3.3.2	Bewertung der Außenwirtschaftsförderung durch die befragten Einrichtungen	72
3.3.3	Zwischenfazit.....	74
3.4	Zur Bedeutung länderspezifischer Umfeldbedingungen: Polen, Rumänien, Slowenien und Tschechien aus Sicht der befragten KMU	74
3.4.1	Polen	75
3.4.1.1	Wirtschaftliche Aktivitäten	75
3.4.1.2	Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und die Rolle von Kooperationen	75
3.4.1.3	Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung	76
3.4.2	Rumänien.....	77
3.4.2.1	Wirtschaftliche Aktivitäten	77
3.4.2.2	Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und die Rolle von Kooperationen	78
3.4.2.3	Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung	78
3.4.3	Slowenien	79
3.4.3.1	Wirtschaftliche Aktivitäten	79
3.4.3.2	Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und die Rolle von Kooperationen	79
3.4.3.3	Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung	81
3.4.4	Tschechien	81
3.4.4.1	Wirtschaftliche Aktivitäten	81
3.4.4.2	Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und Rolle von Kooperationen	82
3.4.4.3	Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung	83
4	Zusammenfassung und Empfehlungen	85
4.1	Zusammenfassung.....	85
4.2	Empfehlungen.....	87
Literatur		91
Anhang: Interviewpartner		95

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 2.2-1	Ausfuhr von Waren in die nMS sowie nach Bulgarien und Rumänien nach Ländern 1995 und 2006.....	13
Tabelle 2.2-2	Einfuhr von Waren aus den nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien nach Ländern 1995 und 2006.....	15
Tabelle 2.2-3	Der Außenhandel nach Ländergruppen und Warenarten 1995 und 2006.....	16
Tabelle 2.2-4	Der Außenhandel mit den nMS nach Wirtschaftszweigen 1995 und 2004.....	18
Tabelle 2.2-5	Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für die nMS sowie für Bulgarien und Rumänien nach Ländern 1995 und 2006.....	21
Tabelle 2.2-6	Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus den nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien nach Ländern 1995 und 2006.....	22
Tabelle 2.2-7	Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für die nMS nach Art der Dienstleistungen 1995 und 2006.....	25
Tabelle 2.2-8	Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus den nMS nach Art der Dienstleistungen 1995 und 2006.....	25
Tabelle 2.2-9	Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen in den nMS, in Bulgarien und Rumänien und in anderen Regionen 1995 und 2005.....	29
Tabelle 2.2-10	Direktinvestitionen in ausgewählten nMS sowie nach Bulgarien und Rumänien nach ausgewählten Wirtschaftszweigen 2005.....	31
Tabelle 2.2-11	Ausgewählte Kennziffern von Investitionsobjekten deutscher Unternehmen in den nMS 1995 und 2004.....	32
Tabelle 2.3-1	Exporte von Betrieben des verarbeitenden Gewerbes nach Größen- und Exportklassen 2003.....	34
Tabelle 2.3-2	Exportorientierung von Betrieben des verarbeitenden Gewerbes nach Größenklassen 2003.....	35
Tabelle 2.3-3	Exportorientierung von unternehmensorientierten Dienstleistungsbetrieben nach Größenklassen 2003.....	36
Tabelle 2.3-4	Nach Mittel- und Osteuropa exportierende Unternehmen in den neuen Bundesländern nach der Einschätzung ihrer Innovations- und Wettbewerbsstärke 2004.....	37
Tabelle 2.3-5	Deutsche Unternehmen mit unmittelbaren und mittelbaren Direktinvestitionen im Ausland nach Größenklassen, Wirtschaftszweigen und Ländern 2005.....	39
Tabelle 2.3-6	Unmittelbare und mittelbare Direktinvestitionen deutscher Unternehmen im Ausland nach Größenklassen, Wirtschaftszweigen und Ländern 2005.....	41
Tabelle 2.3-7	Deutsche Investoren und Direktinvestitionen in den nMS 1995 bis 2005.....	42
Tabelle 2.3-8	Pläne von Betrieben im verarbeitenden Gewerbe zur Verlagerung von Kapazitäten 2004.....	43
Tabelle 2.3-9	Unternehmen, die im Jahr 2006 im Rahmen des intec-Programms mit Partnern in den nMS kooperieren.....	45
Tabelle 2.3-10	Unternehmen, die im Jahr 2006 im Rahmen des intec-Programms mit Partnern in den nMS kooperieren, nach der Art der Kooperation.....	45

Tabelle 2.3-11	Unternehmen, die im Jahr 2006 im Rahmen des intec-Programms mit Partnern in den nMS kooperieren, nach den Zielen der Kooperation	46
Tabelle 3.2-1	Alter, Export und FuE-Intensität der befragten KMU	53
Tabelle 3.2-2	Wirtschaftlicher Austausch und Kooperationen der befragten KMU nach Ländern	59

Verzeichnis der Übersichten

Übersicht 2.1-1	Informationsquellen	8
Übersicht 3.1-1	Befragte Vertreter von KMU, Kammern und Verbänden	52

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 2.2-1	Entwicklung des Außenhandels mit den nMS 1995 bis 2006	10
Abbildung 2.2-2	Entwicklung der Ausfuhren 1995 bis 2006 nach Ländergruppen	11
Abbildung 2.2-3	Entwicklung der Einfuhren 1995 bis 2006 nach Ländergruppen	12
Abbildung 2.2-4	Entwicklung der Ausfuhren in ausgewählte nMS sowie nach Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006	13
Abbildung 2.2-5	Entwicklung der Einfuhren aus ausgewählten nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006	14
Abbildung 2.2-6	Austausch von technologischen Dienstleistungen mit den nMS 1995 bis 2006	20
Abbildung 2.2-7	Entwicklung der Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für das Ausland 1995 bis 2006 nach Ländergruppen	21
Abbildung 2.2-8	Entwicklung der Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus dem Ausland 1995 bis 2006 nach Ländergruppen	22
Abbildung 2.2-9	Entwicklung der Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für ausgewählte nMS sowie für Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006	23
Abbildung 2.2-10	Entwicklung der Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus ausgewählten nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006	24
Abbildung 2.2-11	Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen im Ausland nach Ländergruppen 1995 bis 2005	27
Abbildung 2.2-12	Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen in ausgewählten nMS sowie in Rumänien und Bulgarien 1995 bis 2005	28
Abbildung 2.2-13	Direktinvestitionen in ausgewählten nMS nach ausgewählten Wirtschaftszweigen 1995 bis 2005	30
Abbildung 3.2-1	Marktstellung der befragten KMU	54
Abbildung 3.2-2	Unternehmensstrategien der befragten KMU (Mehrfachnennungen)	55
Abbildung 3.2-3	Bedeutung von Kooperationsfeldern der befragten KMU (Mehrfachnennungen)	56
Abbildung 3.2-4	Stand und Perspektiven von wirtschaftlichem Austausch und Kooperationen der befragten KMU mit den nMS	58
Abbildung 3.2-5	Gründe bei den befragten KMU für wirtschaftlichen Austausch und Kooperation in den nMS (Mehrfachnennungen)	62
Abbildung 3.2-6	Wirkungen durch Kooperation (Mehrfachnennungen)	65
Abbildung 3.2-7	Bewertung der Kooperation	66
Abbildung 3.3-1	Bekanntheit und Nutzung der Instrumente zur Außenwirtschaftsförderung	68

1 Ziel und Ansatz

1.1 Ziel

Seit der Erweiterung am 1. Mai 2004 gehören acht vormals sozialistische Volkswirtschaften – Estland, Lettland, Litauen, Polen, Ungarn, Tschechien, Slowakische Republik, Slowenien – der Europäischen Union an, seit dem 1. Januar 2007 Bulgarien und Rumänien. Deutschland rückt damit vom Rand in die Mitte der Europäischen Union. Gleichzeitig hat die Osterweiterung der Europäischen Union (EU) den vor mehr als zehn Jahren eingeleiteten Prozess der Integration der Länder Mittel- und Osteuropas in den europäischen Binnenmarkt vollendet sowie rechtlich und politisch abgesichert.

Während der politische Erfolg der EU-Osterweiterung unbestritten ist, gibt es diese Klarheit hinsichtlich der wirtschaftlichen Bilanz nicht. In der öffentlichen Diskussion werden die wirtschaftlichen Folgen bislang eher als Risiken denn als Chancen der Erweiterung diskutiert. Dies schlägt sich beispielsweise darin nieder, dass sowohl im politischen als auch im gesellschaftlichen Raum das Abwandern von Unternehmen ins europäische Ausland und der damit verbundene Arbeitsplatzabbau vor allem Anderen hervorgehoben werden.¹

Zwischenzeitlich liegen eine Reihe von wirtschaftspolitischen Gutachten vor, die überzeugend belegen können, dass der Beitritt der neuen Mitgliedsstaaten in Mittel- und Osteuropa (nMS) nicht nur ein politischer Meilenstein der immer wichtiger werdenden Beziehungen Deutschlands mit diesen Ländern darstellt.² Herausgearbeitet worden ist auch, dass die neuen Mitgliedsstaaten Dynamik in unterschiedlichen Bereichen der deutschen Volkswirtschaft entfaltet haben. Dazu gehören Handel und Investitionen, die ja auch Nachfrage aus den Beitrittsländern induzieren sowie Kooperationen, z.B. als Grundlage für eine grenzüberschreitende Arbeitsteilung.

Dem Thema Kooperation wird seit Mitte der 80er Jahre in der unternehmensbezogenen Forschung zur über- und zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit besondere Bedeutung beigemessen. Galt in den Jahren zuvor das Credo der deutschen Wettbewerbspolitik, dass die zwischenbetriebliche Zusammenarbeit in der Wirtschaft ein wichtiges Mittel zur Steigerung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen ist,³ ist diese Sichtweise in der Folgezeit erweitert und vertieft worden. Vor allem mit Blick auf die Dynamik des strukturellen Wandels und der gewach-

¹ Vgl. dazu die kleine Anfrage der Abgeordneten der FDP-Fraktion auf die wirtschaftliche Bilanz der EU-Osterweiterung für Deutschland (Drucksache 16/1714), Berlin.

² Vgl. dazu Buch et al. (2007); DIHK (2005, 2006); Hauser (2006); Klug (2005); McKinsey (2005); Prognos (2007); Untiedt et al. (2007).

³ Vgl. BMWI (1976), S. 5.

senen weltwirtschaftlichen Verflechtung wurde herausgearbeitet, dass diese Faktoren die Ressourcenpotenziale einzelner Unternehmen in einem immer stärkeren Ausmaß übersteigen. Überleben können Unternehmen nur, so die allgemeine Schlussfolgerung, durch den verstärkten Einsatz kooperativer Vorgehensweisen.⁴

Bekannt und empirisch belegt ist, dass deutsche Unternehmen bei Internationalisierungsstrategien mehrgleisig fahren.⁵ Diese Feststellung gilt zum einen in Bezug auf Unternehmensbereiche, zum anderen in Bezug auf Länder. Deutsche Unternehmen sind dabei in der Fertigung, im Vertrieb und auch bei Forschung und Entwicklung international tätig. Einbezogen werden fast alle Regionen der Welt. Gleichwohl hat der Bereich zwischenbetrieblicher und länderübergreifender Kooperation unter besonderer Berücksichtigung unternehmensgrößenspezifischer Aspekte im Kontext der Debatte um die EU-Osterweiterung bisher zu wenig Beachtung gefunden.

Angesichts der Tatsache, dass je nach Abgrenzung und Branchenumfang kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mehr als 99 % der deutschen Unternehmen repräsentieren, ist es nahe liegend zu klären, wie deutsche KMU die EU-Osterweiterung nutzen und welche Rolle dabei Kooperationen haben.

Ziel der im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie durchgeführten Studie war es, exemplarisch das Potenzial für eine verstärkte Zusammenarbeit von KMU mit Partnern in den nMS aufzuzeigen. Die leitende These ist dabei, dass es für KMU besonders geeignete Kooperationsformen gibt, die dazu beitragen, Märkte in den nMS zu erschließen bzw. Marktpositionen zu stärken. Im Mittelpunkt der Studie stehen die Fragen, welche Möglichkeiten sich den KMU zur Erschließung der Bezugs- und Absatzmärkte in den neuen EU-Mitgliedsstaaten bieten und welche Erfahrungen KMU dabei mit der deutschen Außenwirtschaftsförderung gemacht haben.

Der Bericht bezieht die mittel- und osteuropäischen nMS mit ein, darunter Rumänien und Bulgarien. Malta und Zypern werden nicht berücksichtigt.

Zur Systematisierung von (Auslands-)Kooperationen bieten sich verschiedene Perspektiven an.⁶

- Betriebswirtschaftliche Ansätze

Erschließung ausländischer Märkte als Resultat veränderter unternehmerischer Parameter über die Zeit, z.B. wachsendes Vertrauen bei zunehmendem Engagement vor Ort

- Industrieökonomische Stufenkonzepte

⁴ Vgl. dazu die Übersicht bei Pffirmann/Hornschild (1999), S. 40 ff.

⁵ Vgl. dabei die zuvor erwähnten Untersuchungen von DIHK (2005, 2006) und McKinsey (2005).

⁶ Vgl. dazu u. a. Zentes/Swoboda/Morschett (2005); Pffirmann/Hornschild (1999) sowie die dort zitierte Literatur.

Analyse der Internationalisierung von Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette unter Berücksichtigung 'inwärts' und 'auswärts' gerichteter Strategien

- Ganzheitliche Konzepte

Integration verschiedener Erklärungsmuster wie z.B. sequenzielle Internationalisierung, born globals, Clusterstrategien oder Managementansätze, um aus möglichst umfassender Perspektive zu erläutern, warum und in welchem Ausmaß Unternehmen ausländische Märkte nutzen

(Auslands-)Kooperationen können auch nach verschiedenen Kriterien und nach der Form der Kooperation unterschieden werden

- Kriterien der Beurteilung von Auslandskooperationen

Abdeckung der Wertschöpfungskette (z.B. FuE, Beschaffung/ Einkauf, Produktion, Absatz/ Vertrieb)

Richtung (z.B. horizontal, vertikal, diagonal)

Wettbewerbsbeziehungen (z.B. komplementär, konkurrierend, keine)

Bindung (z.B. Vereinbarung mit/ohne Regeln, Vertragsbindung)

Intensität (z.B. Aufgaben- und Funktionsabstimmung, wechselseitige Spezialisierung, Gemeinschaftsunternehmen)

Zeitphasen (z.B. Aufbau-, Betriebs- und Rekonfigurationsphase)

- Formen

Vertriebskooperation (Ausländischer Partner übernimmt Vertrieb in einem bestimmten Gebiet oder Land)

Einkaufskooperation (Gemeinsamer Einkauf von Gütern oder Dienstleistungen)

FuE-Kooperation (Gemeinsame Entwicklung von Prototypen, neuen Produkten oder Dienstleistungen mit einem ausländischen Partner)

Zuliefererkooperation (Ausländischer Partner fertigt oder liefert Halbfertigprodukte, technologisches Know-how für inländisches Unternehmen)

Joint Venture /ARGE (Gründung und Betrieb eines (zeitlich befristeten) Gemeinschaftsunternehmens)

Beteiligung (Zusammenarbeit über eine Kapitalbeteiligung an einem ausländischen Unternehmen)

Eigene Niederlassung (Gründung einer Tochterfirma im Ausland; Zusammenarbeit mit einem ausländischen Partner nur über die Arbeiterebene möglich)

Diese Differenzierung versteht sich als Grundlage für die Analyse von Unternehmensstrategien bei Auslandskooperationen im Kontext der zu bearbeitenden Studie. Das Raster trägt dabei folgenden inhaltlich-definitiven Überlegungen Rechnung:

- Erstens wird der Studie ein weiter Kooperationsbegriff zugrunde gelegt. Bedeutsam sind alle gemeinsamen wirtschaftlichen Aktivitäten, die verbindlich vertraglich geregelt sind. Damit werden zwar Aktivitäten wie Unternehmertreffen und Erfahrungsaustausche nicht berücksichtigt, wohl aber Einkaufs-, Absatz-, Zuliefer- und Forschungsaktivitäten zwischen deutschen Unternehmen und Partnern aus den nMS.
- Zweitens wird der Faktor Zeit berücksichtigt, um Veränderungen bei Kooperationen im Zeitablauf zu erfassen, z.B. im Rahmen eines Kooperationsphasenmodells oder um die Dynamik einzelwirtschaftlicher Strategien zur Markterschließung zu berücksichtigen (z.B. beginnend bei einer Vertriebskooperation und dann Gründung einer eigenen Niederlassung).
- Drittens erlaubt der Rückgriff auf theoretisch umfassendere Konzepte zur Systematisierung von Auslandskooperationen, anders als z.B. eine Klassifizierung nach Kooperationsmerkmalen, eine ganzheitliche Betrachtung von Auslandskooperationen, d.h. die Betrachtung möglicher Vor- und Nachteile auf dem Auslands- und dem Heimatmarkt.

Zu betonen ist, dass der Kooperationsbegriff in funktionaler Hinsicht im Vergleich zu anderen Studien weit definiert ist. Diese Definition ist dadurch begründet, dass das Spektrum der Beziehungen deutscher KMU mit Partnern aus den nMS, nach Absprache mit dem Auftraggeber, so umfassend wie möglich berücksichtigt werden sollte. Es hat sich gezeigt, dass diese Basis eine belastbare Einordnung der originären Kooperationsaktivitäten deutscher KMU erlaubt.

1.2 Ansatz

Die empirische Basis der Studie umfasst die folgenden Analyseschritte:

- Erstens, eine Auswertung von relevanten Sekundärstatistiken auf gesamt- und einzelwirtschaftlicher Ebene mit außenwirtschaftlichem Bezug. Damit wird gleichzeitig eine empirische Grundlage für die nachfolgenden Arbeitsschritte gelegt.
- Zweitens, Interviews mit KMU sowie Außenhandelskammern (AHKs), bfai sowie weiteren Einrichtungen (Botschaften, Kontaktstellen, Verbände etc.). Die KMU-Interviews sind im Hinblick auf für die nMS erfolgreichen Unternehmensstrategien von KMU ausgewertet worden.⁷ Die Interviews mit AHKs, bfai etc. und auch den KMU dienen der Einschätzung der Relevanz der deutschen Au-

ßenwirtschaftsförderung bei der Anbahnung und Umsetzung von Kooperationen in den nMS. Die Fallstudien für ausgewählte Länder⁸ untersuchen die Bedeutung der Außenwirtschaftsförderung für die Kooperationen der KMU.

Analog dazu ist der Bericht wie folgt aufgebaut:

- Kapitel zwei untersucht auf Basis von Sekundärstatistiken auf gesamt- und einzelwirtschaftlicher Ebene die außenwirtschaftlichen Beziehungen mit den nMS,
- Kapitel drei präsentiert die wirtschaftlichen Aktivitäten bzw. Strategien deutscher KMU in den nMS und die Erfahrungen der KMU mit der deutschen Außenwirtschaftsförderung sowie Länderfallstudien.

Der vorliegende Bericht ist die gekürzte Fassung eines Gutachtens, das im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWI) unter dem Titel „Erschließung des Marktpotenzials in den mittel- und osteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten für KMU durch Intensivierung der Kooperationsbeziehungen“ erstellt und im Frühjahr 2008 abgeschlossen wurde.

Die Verfasser der Studie danken an dieser Stelle allen Unternehmen, den Fachverbänden, den Repräsentanten von AHKs, bfai und den deutschen Botschaften vor Ort, die sich für die Gespräche zur Verfügung gestellt haben, der Deutschen Bundesbank für die Sonderauswertungen ihrer Datenbestände, dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung für den Zugang zum IAB-Betriebspanel sowie dem BMWI für die konstruktive Begleitung der Untersuchung.

⁷ Nicht berücksichtigt wurden lose Formen des Informationsaustausches, die keinerlei institutionelle Bindung der Partner aufweisen; vgl. dazu Pfirrmann/Hornschild (1999), S.56.

⁸ Für Fallstudien einbezogen wurden in Abstimmung mit dem Auftraggeber Polen, Rumänien, Slowenien und Tschechien.

2 Außenwirtschaftliche Beziehungen mit den nMS

2.1 Ziel, Ansatz, Informationsgrundlagen

In diesem Arbeitsschritt wird ein umfassender und differenzierter Überblick über Stand und Entwicklung der außenwirtschaftlichen Beziehungen der deutschen Wirtschaft mit den nMS sowie Bulgarien und Rumänien gegeben.

Dabei werden alle Formen der außenwirtschaftlichen Beziehungen – Lieferungen (Export/ Import), Kapitalverflechtungen (Direktinvestitionen/ Verlagerungen) und Kooperationen – einbezogen. Innerhalb der verschiedenen Formen des Austauschs wird nach Ländern⁹ sowie nach der Branchenzugehörigkeit (Kap. 2.2) und – sofern möglich – nach der Größe der deutschen Unternehmen differenziert (Kap. 2.3).

Ergebnis dieses Untersuchungsschrittes ist es, Entscheidungsgrundlagen für die im Leistungsangebot verlangte Beurteilung von für KMU besonders geeignete Kooperationsformen und den damit verbundenen Strategieansätzen bereit zu stellen.

Informationen zur Untersuchung der außenwirtschaftlichen Beziehungen nach Ländern und Art der Kooperationsbeziehungen sowie nach Größe der Unternehmen sind rar. Es gibt keine einheitliche und konsistente Statistik darüber. Um diesem Problem zu begegnen, hätte es sich angeboten, eine eigene Unternehmensumfrage durchzuführen. Darauf wurde jedoch explizit verzichtet. Vielmehr sind vorhandene und sich ergänzende Datenbestände quantitativer und qualitativer Art in Hinblick auf die vorliegende Fragestellung ausgewertet worden. Darüber hinaus wurden Datenbestände erstmals nach der Größe von Unternehmen aufbereitet und ausgewertet. Insbesondere sind hier die Statistik der Direktinvestitionen und das IAB-Betriebspanel zu nennen.

Übersicht 2.1-1 zeigt zusammenfassend, welche Informationsquellen für die beiden Arbeitsschritte genutzt wurden. Über die Informationsquellen wird im Einzelnen in den jeweiligen Arbeitsschritten berichtet.

⁹ Die Beitrittsländer Malta und Zypern (westlicher Teil) werden vereinbarungsgemäß nicht untersucht.

Übersicht 2.1-1
 Informationsquellen

	Außenhandelsstatistik	Außenhandelsdaten des DIW Berlin	Statistik der technologischen Dienstleistungen	Statistik der Direktinvestitionen	IAB-Betriebspanel	Umfrage des DIW Berlin	Umfrage der Prognos AG zur intec Evaluation	Umfragen des DIHK	Umfrage des Mittelstandsmonitors	ENRS Enterprise Survey
	Kap 2.2: Außenwirtschaftliche Beziehungen mit den nMS im Überblick									
Export	✓	✓	✓							
Import	✓	✓	✓							
Direktinvestitionen				✓						
Verlagerungen										
	Kap. 2.3: Außenwirtschaftliche Beziehungen von KMU mit den nMS									
Export					✓			✓	✓	✓
Import								✓	✓	✓
Direktinvestitionen				✓				✓	✓	✓
Verlagerungen					✓	✓				
Kooperationen							✓			

2.2 Außenwirtschaftliche Beziehungen mit den nMS im Überblick

Durch die allmähliche Marktöffnung der mittel- und osteuropäischen Länder Anfang der 90er Jahre konnten sich die Handelsbeziehungen mit den nMS bereits vor der Aufnahme der Länder in die EU kräftig entfalten. Auf der einen Seite entstand in den Ländern ein großer Nachholbedarf an international konkurrenzfähigen Produkten, auf der anderen Seite ergaben sich aufgrund der zunehmenden Nachfrage, der räumlichen Nähe und der geringen Standortkosten für deutsche Produzenten vielfältige Möglichkeiten, in den Ländern selbst Kapazitäten aufzubauen.

Im Folgenden wird die Intensivierung des wirtschaftlichen Austauschs der deutschen Wirtschaft mit den nMS anhand von drei Merkmalen untersucht, dem Warenaustausch, dem Dienstleistungsverkehr und den Direktinvestitionen deutscher Unternehmen. Ziel des Arbeitsschrittes ist es, die Entwicklung des wirtschaftlichen Austauschs mit den nMS auch im Vergleich mit anderen Regionen der Welt zu analysieren und die unterschiedliche Bedeutung der einzelnen Länder der nMS aufzuzeigen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den acht mittel- und osteuropäischen Beitrittsländern, während Malta und Zypern nicht vertieft behandelt werden. Auftragsgemäß werden zusätzlich die am 1. Januar 2007 der EU beigetretenen Länder Bulgarien und Rumänien in die Betrachtung einbezogen.

2.2.1 Warenaustausch

2.2.1.1 Entwicklung insgesamt

Datenbasis für die Untersuchung des Warenaustauschs ist die Außenhandelsstatistik des Statistischen Bundesamtes. Sie gibt einen differenzierten Überblick über Export und Import mit den nMS. Gegenstand der Statistik ist der grenzüberschreitende Warenverkehr Deutschlands mit dem Ausland.¹⁰ Erhebungsmerkmale sind u.a. die Mengen und Werte der ein- bzw. ausgeführten Waren nach Warenart sowie nach Bestimmungs- und Ursprungsländern. Dienstleistungen aller Art sind mit Ausnahme von Veredelungsgeschäften nicht Gegenstand der Außenhandelsstatistik.

Als zweite Datenbasis werden die Außenhandelsdaten des DIW Berlin genutzt. Sie baut auf der Außenhandelsstatistik der OECD auf und ermöglicht Untersuchungen zum Außenhandel Deutschlands in der Gliederung der Waren nach Wirtschaftszweigen (WZ) statt wie bei der Außenhandelsstatistik nach Warenarten der SITC.¹¹ Dienstleistungen werden hier ebenfalls nicht erfasst.

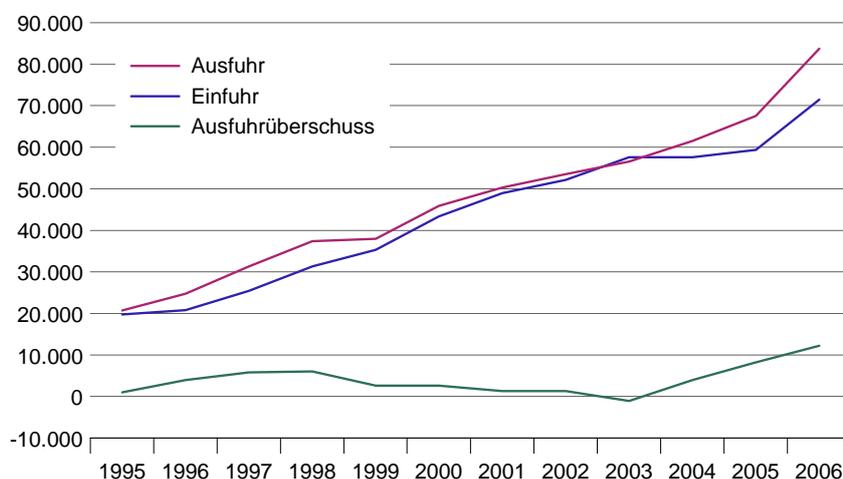
Der Außenhandelsstatistik des Statistischen Bundesamtes zufolge wurden von Deutschland im Jahr 2006 Waren im Wert von 83,7 Mrd. Euro in die nMS ausgeführt und Waren im Wert von 71,5 Mrd. Euro von dort eingeführt (Abbildung 2.2-1). Der Ausfuhrüberschuss mit diesen Ländern erreichte damit 12,2 Mrd. Euro.

Zwischen 1995 und 2006 haben sich die Ausfuhren der deutschen Wirtschaft in die nMS von 20,8 Mrd. auf 83,7 Mrd. Euro mehr als vervierfacht. Wie aus Abbildung 2.2-1 erkennbar, war die Entwicklung im betrachteten Zeitraum immer stetig aufwärts gerichtet. Auch vor dem Beitrittsjahr 2004 war dieser Trend zu erkennen. Ausschlaggebend für diese Entwicklung dürfte die bereits seit Beginn der 90er Jahre eingeleitete Liberalisierung des Handels zwischen den EU-Beitrittsländern und der EU gewesen sein. Insbesondere die sog. „Europa-Abkommen“ der EU mit den Beitrittskandidaten, die Mitte der 90er Jahre in Kraft traten, führten zum Abbau von Einfuhrhemmnissen in die EU und zu Erleichterungen im Handelsaustausch. Die vollständige Integration der Beitrittsstaaten in die EU am 1. Mai 2004 und damit verbunden der Wegfall der Grenzkontrollen und -formalitäten sowie die Übernahme aller EU-Normen und Standards („Acquis communautaire“) begünstigten den wirtschaftlichen Austausch nochmals. Dies dürfte auch dazu beigetragen haben, dass seit dem Jahr 2005 die Exporte in die nMS nochmals deutlich stärker angestiegen sind als in den Jahren vor dem Beitritt.

¹⁰ Vgl. Statistisches Bundesamt (2005).

¹¹ „Standard International Trade Classification“. Für weitere Erläuterungen zur Datenbasis vgl. Schumacher, D. und K. Hollmann (2001). Die Handelswerte lauten auf US-Dollar und sind mit jährlichen Wechselkursen auf Euro umgerechnet worden.

Abbildung 2.2-1
Entwicklung des Außenhandels mit den nMS 1995 bis 2006
In Mill. Euro



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Auf der Importseite ist eine ähnliche Entwicklung wie bei den Exporten zu erkennen. Die Importe aus den nMS vervierfachten sich im Zeitraum 1995 bis 2006, von knapp 19,8 Mrd. Euro auf 71,5 Mrd. Euro. Auch hier verlief die Entwicklung im Wesentlichen stetig. Auffällig ist jedoch, dass die Importe des Jahres 2004 gegenüber 2003 leicht gesunken sind. Dies dürfte hauptsächlich darauf zurückzuführen sein, dass für Mitgliedsländer der EU andere Modalitäten zur statistischen Erfassung des Außenhandels gelten als für Nicht-EU-Staaten. Vor dem Beitritt wurden Warenbewegungen über die Zollanmeldungen erfasst, nach dem Beitritt über eine direkte Erhebung bei den meldepflichtigen Unternehmen. Im Zuge der Umstellung können statistisch-methodische Effekte aufgetreten sein (etwa Nichterfassung von Transitgeschäften, fehlende Meldungen, Befreiung vom Warenverkehr), die zu einer Untererfassung der Warenströme geführt haben. Das Statistische Bundesamt schätzt, dass bis zu rd. 3 Mrd. Euro aufgrund der Umstellung nicht erfasst wurden.¹² Gleichwohl haben die Importe nach dem Beitritt, ähnlich wie die Exporte, nochmals deutlich zugenommen.

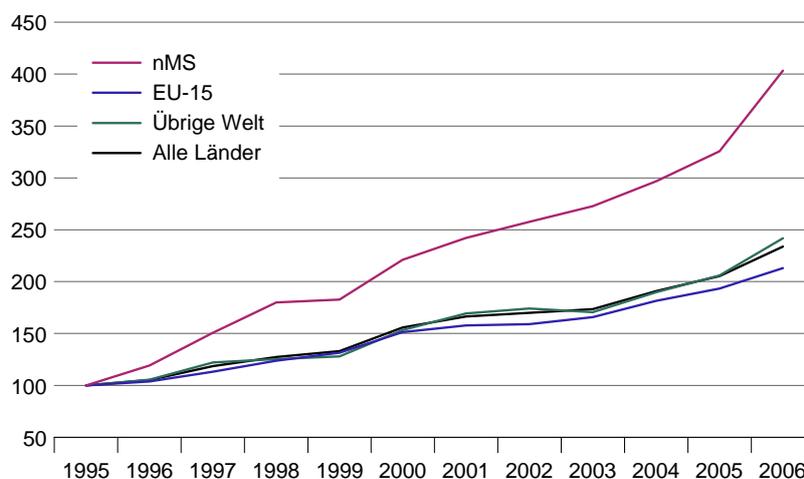
Per Saldo überstiegen die Exporte die Importe im Jahr 2006 um 12,2 Mrd. Euro. Damit erreichte der seit 2004 steigende Handelsbilanzüberschuss mit den nMS einen neuen Höchststand.

Die insgesamt günstige Entwicklung des Außenhandels mit den nMS ist vor dem Hintergrund der Entwicklung in anderen Regionen der Welt zu sehen.

¹² Bei den Exporten sind die Auswirkungen nach Schätzungen des Statistischen Bundesamtes allerdings geringer sein. Vgl. Statistisches Bundesamt (2005).

Der Vergleich auf der Exportseite zeigt, dass der Handel mit den nMS – im Durchschnitt betrachtet – deutlich stärker gestiegen ist als der Handel mit anderen Regionen (Abbildung 2.2-2). So erreichten die Exporte in die EU-15-Länder 2006 im Schnitt etwas mehr als das Doppelte des Jahres 1995. Und auch bei den Exporten in andere Länder verlief die Entwicklung ähnlich wie die in den EU-15-Ländern.

Abbildung 2.2-2
Entwicklung der Ausfuhren 1995 bis 2006 nach Ländergruppen
1995 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Die nMS haben damit als Exportregion kräftig an Bedeutung gewonnen. Im Jahr 1995 belief sich der Anteil der Exporte in die nMS an allen Exporten auf 5,8 %, im Jahr 2006 war der Anteil mit 9,3 % fast doppelt so groß.

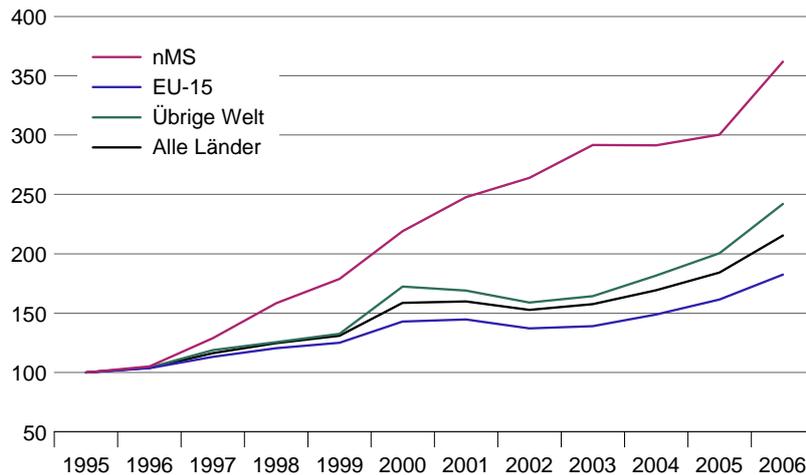
Welche Bedeutung die nMS als Exportregion haben, zeigt ein Vergleich mit anderen Ländern. Die Exporte nach Frankreich etwa, dem wichtigsten Exportland Deutschlands, beliefen sich 2006 auf 86,1 Mrd. Euro und waren damit nur wenig höher als die Exporte in die nMS insgesamt (83,7 Mrd. Euro).

Auf der Importseite ist eine ähnliche Entwicklung wie bei den Exporten erkennbar (Abbildung 2.2-3). Auch die Importe aus den nMS wuchsen deutlich dynamischer als die Importe aus anderen Ländern, wenn auch der Abstand nicht so groß ist wie bei den Exporten.

Die Importe aus den nMS haben damit ähnlich wie die Exporte kräftig an Bedeutung gewonnen: Ihr Anteil an allen Importen nach Deutschland stieg von 5,8 % (1995) auf 9,8 % (2006), verdoppelte sich also fast. Auch hier zeigt ein Vergleich mit anderen Ländern die große Bedeutung der nMS im Waren-

austausch: Die Importe aus Frankreich als dem wichtigsten Importland Deutschlands erreichten 2006 63,5 Mrd. Euro, diejenigen aus den nMS 71,5 Mrd. Euro.

Abbildung 2.2-3
Entwicklung der Einfuhren 1995 bis 2006 nach Ländergruppen
1995 = 100



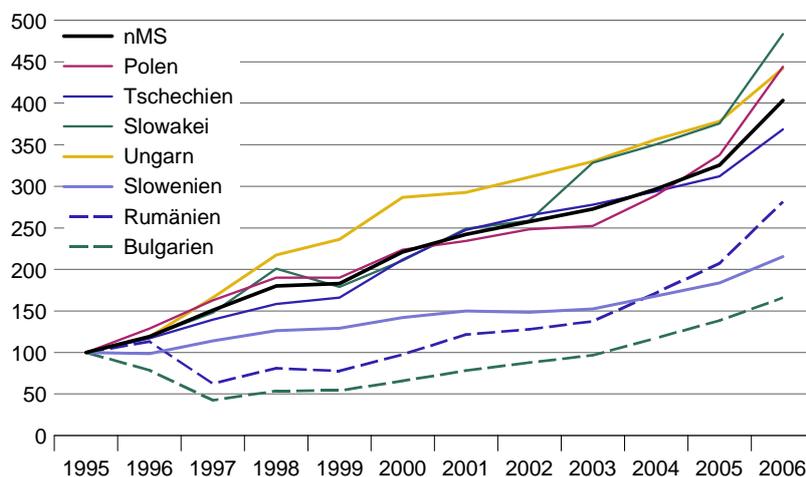
Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

2.2.1.2 Entwicklung nach Ländern

Zwischen den einzelnen Ländern verlief die Entwicklung der Exporte sehr unterschiedlich. Deutlich überdurchschnittlich expandierten die Ausfuhren nach Estland, Litauen, in die Slowakei und nach Ungarn (Tabelle 2.2-1 und Abbildung 2.2-4). Vergleichsweise gering war der Anstieg der Exporte nach Slowenien, während die Exporte nach Tschechien sowie nach Polen etwa der durchschnittlichen Entwicklung entsprachen.

Die Exporte nach Rumänien und Bulgarien, die Länder, die zum 1. Januar 2007 der EU beigetreten sind, haben sich ebenfalls positiv entwickelt. Der Export nach Rumänien war 2006 mehr als doppelt so hoch wie 1995. Allerdings verlief die Entwicklung nicht stetig. Insbesondere seit dem Jahr 2001 nahmen die Ausfuhren stark zu, nachdem sie bis 1997 rückläufig waren. Ähnliches gilt für die Exporte nach Bulgarien. Sie gingen in den Jahren 1995 bis 1997 zunächst deutlich zurück, danach stiegen sie jedoch deutlich an. Im Jahr 2006 erreichten sie das 1,3fache des Ausgangswertes von 1995.

Abbildung 2.2-4
 Entwicklung der Ausfuhren in ausgewählte nMS sowie nach Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006
 1995 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Tabelle 2.2-1
 Ausfuhr von Waren in die nMS sowie nach Bulgarien und Rumänien nach Ländern 1995 und 2006

	1995		2006		2006 1995 = 100
	In Mill. Euro	Struktur in %	In Mill. Euro	Struktur in %	
NMS gesamt:	20.759,8	100,0	83.707,1	100,0	403
darunter:					
Estland	188,7	0,9	1.292,5	1,5	685
Lettland	302,4	1,5	1.325,9	1,6	438
Litauen	393,0	1,9	1.991,1	2,4	507
Malta	197,5	1,0	342,2	0,4	173
Polen	6.490,9	31,3	28.820,4	34,4	444
Slowakei	1.577,3	7,6	7.621,3	9,1	483
Slowenien	1.603,7	7,7	3.454,5	4,1	215
Tschechien	6.042,7	29,1	22.255,3	26,6	368
Ungarn	3.593,4	17,3	15.870,8	19,0	442
Zypern	370,1	1,8	733,1	0,9	198
Alle Länder	383.232,2	100,0	896.048,1	100,0	234
darunter:					
NMS gesamt	20.759,8	5,4	83.707,1	9,3	403
EU-15	222.875,9	58,2	474.775,6	53,0	213
Übrige Länder	139.596,5	36,4	337.565,4	37,7	242
davon:					
Bulgarien	1.329,1	0,3	2.206,9	0,2	325
Rumänien	2.563,1	0,7	7.219,3	0,8	551

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

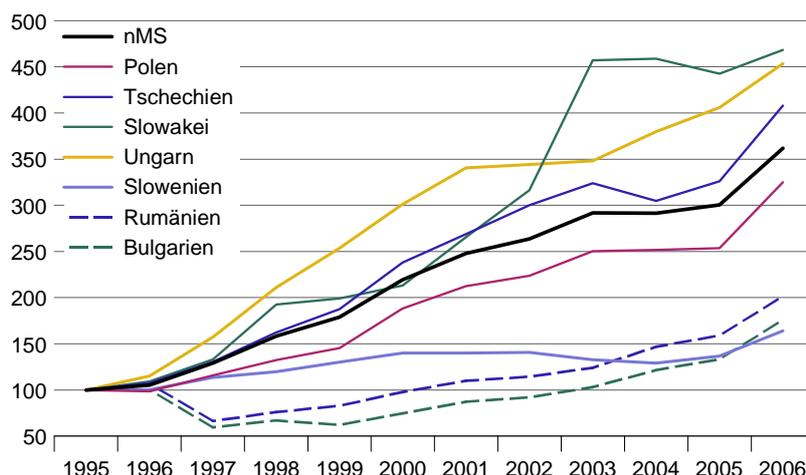
Im aktuellen Ranking unter den nMS ist Polen das wichtigste Land für den deutschen Export. Dorthin wurden 2006 Waren im Wert von 28,8 Mrd. Euro geliefert. Dies entspricht 34,4 % aller Exporte in die nMS. Weitere wichtige Exportländer sind Tschechien (26,6 %), Ungarn (19,0 %) und die Slowakei (9,1 %). Auf diese vier Länder entfielen 2006 somit 89,1 % aller deutschen Exporte in die nMS (Tabelle 2.2-1). Gegenüber 1995 hat die Bedeutung dieser Länder noch zugenommen. Damals waren es erst 85,1 %.

Die Exporte nach Rumänien und Bulgarien erreichten im Jahr 2006 einen Wert von 7,2 Mrd. (Rumänien) bzw. 2,2 Mrd. Euro (Bulgarien). Im Vergleich mit den Exporten in die nMS ist dies jedoch nicht unerheblich: Sie übertreffen die Exporte in die baltischen Staaten und nach Slowenien, die 2006 zusammen 8,1 Mrd. Euro umfassten.

Auch bei den Importen variierte das Wachstum nach einzelnen Ländern. Am stärksten stiegen die Importe aus der Slowakei, aus Ungarn und aus Tschechien und unterdurchschnittlich war der Verlauf der Importe aus den baltischen Staaten und Slowenien (Abbildung 2.2-5 und Tabelle 2.2-2).

Ähnlich wie bei den Exporten sind auch die Importe aus Bulgarien und Rumänien im hier betrachteten Zeitraum kräftig gestiegen, und zwar um knapp das 4-fache. Damit lag die Entwicklung deutlich über dem Wachstum der Importe aus den baltischen Staaten.

Abbildung 2.2-5
Entwicklung der Einfuhren aus ausgewählten nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006
1995 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Tabelle 2.2-2
 Einfuhr von Waren aus den nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien nach Ländern 1995 und 2006

	1995		2006		2006
	In Mill. Euro	Struktur in %	In Mill. Euro	Struktur in %	1995 = 100
NMS gesamt	19.760,1	100,0	71.479,5	100,0	362
darunter:					
Estland	129,2	0,7	332,4	0,5	257
Lettland	296,6	1,5	442,2	0,6	149
Litauen	311,6	1,6	748,3	1,0	240
Malta	195,9	1,0	314,3	0,4	160
Polen	6.346,7	32,1	20.626,8	28,9	325
Slowakei	1.605,2	8,1	7.515,5	10,5	468
Slowenien	1.857,6	9,4	3.051,0	4,3	164
Tschechien	5.413,3	27,4	22.074,8	30,9	408
Ungarn	3.532,7	17,9	16.022,3	22,4	454
Zypern	71,3	0,4	351,8	0,5	494
Alle Länder	339.617,5	100,0	731.478,8	100,0	215
darunter:					
NMS gesamt	19.760,1	5,8	71.479,5	9,8	362
EU-15	191.687,3	56,4	349.896,4	47,8	183
Übrige Länder	128.170,1	37,7	310.102,9	42,4	242
davon:					
Bulgarien	800,5	0,2	1.409,3	0,2	344
Rumänien	2.151,9	0,6	4.335,7	0,6	394

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Das wichtigste Importland unter den nMS ist Tschechien (2006: 30,9 % der Importe aus den nMS), gefolgt von Polen (28,9 %), Ungarn (22,4 %) und der Slowakei (10,5 %). Zusammen decken sie 92,7 % der Importe ab. 1995 waren es erst 85,5 %. Im Zeitverlauf hat dabei Tschechien Polen als wichtigstes Importland den Rang abgelaufen.

Die Importe aus Rumänien beliefen sich 2006 auf 4,3 Mrd. Euro, diejenigen aus Bulgarien auf 1,4 Mrd. Euro. Auch hier zeigt sich wie auf der Exportseite, dass Rumänien als Handelspartner wichtiger ist als die baltischen Staaten (1,5 Mrd. Euro) oder Slowenien (3,1 Mrd. Euro).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die 4 wichtigsten Importländer zugleich auch die vier wichtigsten Exportländer sind: Auf Polen, die tschechische Republik, Ungarn und die Slowakei zusammen entfallen 2006 92,7 % der Importe aus den nMS und 85,1 % der Exporte in die nMS. Die Bedeutung dieser Länder hat dabei im Zeitverlauf noch deutlich zugenommen.

2.2.1.3 Entwicklung nach Warengruppen

Die Entwicklung nach Warengruppen ist vor allem unter dem Gesichtspunkt interessant, welche Bedeutung der intraindustrielle Handel¹³, d.h. der Handel innerhalb derselben Warengruppen, gegenüber dem interindustriellen Handel, also dem Handel zwischen Warengruppen, im Verlauf der Entwicklung eingenommen hat. Der überwiegende Teil des internationalen Handels, insbesondere zwischen fortgeschrittenen Industrieländern, ist intraindustrieller Handel. Länder auf einer vergleichbaren Entwicklungsstufe spezialisieren sich dabei nicht, wie in der neoklassischen Außenhandelstheorie postuliert, nach Maßgabe ihrer Faktorausstattung intersektoral, also auf bestimmte Branchen oder Sektoren, sondern, wie es die neue Außenhandelstheorie postuliert, intraindustriell, also innerhalb von Industrien.¹⁴ Die Zunahme des intraindustriellen Handels wird häufig als Indiz dafür gesehen, dass sich die Faktorausstattungen der jeweiligen Länder angleichen.

Tabelle 2.2-3
 Der Außenhandel nach Ländergruppen und Warenarten 1995 und 2006

	Ausfuhr			Einfuhr		
	1995	2006	2006	1995	2006	2006
	Struktur in %		1995=100	Struktur in %		1995=100
NMS	100,0	100,0	403	100,0	100,0	362
davon:						
Vorerzeugnisse	21,2	14,4	275	13,6	6,9	184
Halbwaren	4,1	5,0	494	10,9	7,4	244
Enderzeugnisse	68,0	68,3	405	65,5	67,9	375
Sonstige	6,8	12,3	734	9,9	17,8	647
EU-15	100,0	100,0	213	100,0	100,0	183
davon:						
Vorerzeugnisse	16,1	12,3	162	16,9	14,6	158
Halbwaren	5,6	6,5	246	8,8	10,2	212
Enderzeugnisse	66,7	66,5	212	52,5	48,4	168
Sonstige	11,6	14,7	271	21,8	26,8	224
Übrige Welt	100,0	100,0	242	100,0	100,0	242
davon:						
Vorerzeugnisse	13,7	13,1	231	7,5	6,2	200
Halbwaren	4,0	3,9	235	10,0	6,4	156
Enderzeugnisse	77,6	79,3	247	62,8	61,2	236
Sonstige	4,7	3,7	189	19,7	26,1	322
darunter: Bulgarien und Rumänien	100,0	100,0	474	100,0	100,0	381
davon:						
Vorerzeugnisse	27,4	14,5	251	8,9	8,4	359
Halbwaren	3,4	2,1	297	9,7	3,8	147
Enderzeugnisse	63,7	78,5	584	72,8	83,3	435
Sonstige	5,6	4,9	415	8,6	4,6	204

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

¹³ Vgl. Grubel, Lloyd (1975).

¹⁴ Vgl. Schumacher, Legler, Gehrke (2003).

Auf der Basis der im Rahmen der Außenhandelsstatistik zusammengefassten Waren nach Warengruppen zeigt sich, dass sich im Zuge der Expansion der Warenströme auch die Güterstruktur des Handels verändert hat. So hat sich der Anteil der Vorerzeugnisse an den Exporten wie auch an den Importen verringert (Tabelle 2.2-3).

Auf der Exportseite gleicht die Warenstruktur der Exporte in die nMS derjenigen in die anderen EU-Länder, während auf der Importseite der Anteil der Vorerzeugnisse deutlich geringer ist als bei den Importen aus den anderen EU-Ländern.

Mit der im DIW Berlin geführten Außenhandelsstatistik¹⁵ sind auch Aussagen zur Entwicklung in einer Untergliederung nach Wirtschaftszweigen möglich. Wie Tabelle 2.2-4 zeigt, zählten im Jahr 2004 zu den wichtigsten Exportgütern Erzeugnisse aus den Branchen Datenverarbeitung/Elektrotechnik/Feinmechanik (18,5 % der Exporte), Fahrzeug- (17,7 %) und Maschinenbau (13,6 %), Metallerzeugung und -verarbeitung (9,9 %) sowie chemische Erzeugnisse (9,1 %). Insgesamt entfielen auf diese Branchen 68,8 % der Exporte in die nMS, 1995 waren es erst 63,8 %. Mit Ausnahme des Maschinenbaus sind die Exporte dieser Branchen seit 1995 auch überdurchschnittlich gewachsen. Stark an Bedeutung verloren haben dagegen Exporte des Textil- und Bekleidungs- sowie des Lebensmittelgewerbes. Die Bedeutung technologisch anspruchsvoller Produkte hat also zugenommen, diejenige relativ arbeitsintensiver Produkte abgenommen.¹⁶ Der Vergleich mit den Handelsstrukturen mit den EU-15-Länder zeigt, dass 2005 68,8 % von Produkten dieser Branchen exportiert wurden, in den Rest der Welt knapp 62 %. Dieser Vergleich deutet darauf hin, dass sich die Exportstruktur der nMS derjenigen in der EU angeglichen hat.

Die wichtigsten Importgüter waren ebenfalls Erzeugnisse aus diesen Branchen: Fahrzeugbau (24,6 % der Importe), Datenverarbeitung/ Elektrotechnik/ Feinmechanik (18,3 %), Maschinenbau (9,0 %), Metallerzeugung und -verarbeitung (8,6 %) sowie chemische Erzeugnisse (2,8 %). Zusammen entfielen auf diese Gruppe 63,3 % der Importe, 1995 waren es erst 49,5 %. Auch auf der Importseite haben die eher arbeitsintensiven Branchen an Bedeutung abgenommen, insbesondere das Textilgewerbe (von 15,7 % in 1995 auf 4,8 % in 2004). Die Importe dieser Erzeugnisse aus den EU-15-Ländern beliefen sich 2004 auf 55,8 %, diejenigen aus der übrigen Welt auf 57,6 %.

Alles in allem wird deutlich, dass sich die Warenstruktur des Außenhandels mit den nMS derjenigen des Handels mit den „alten“ EU-Ländern angenähert hat, bei den Exporten stärker als bei den Importen. Insgesamt deutet dieser Vergleich darauf hin, dass es sich beim Warenaustausch mit den nMS vor

¹⁵ Die Daten sind derzeit nur bis zum Jahr 2004 verfügbar.

¹⁶ Vgl. auch Brück et al. (2004).

allem um intraindustriellen Warenaustausch handelt und sich dies nicht wesentlich vom Warenaustausch mit den EU-15-Ländern unterscheidet.¹⁷

Tabelle 2.2-4
 Der Außenhandel mit den nMS nach Wirtschaftszweigen 1995 und 2004

	Ausfuhr			Einfuhr		
	1995	2004	2004	1995	2004	2004
	Struktur in %		1995=100	Struktur in %		1995=100
Gesamt	100,0	100,0	298	100,0	100,0	298
davon:						
Verarbeitendes Gewerbe	95,3	91,2	285	94,3	86,7	274
davon:						
Ernährungsgewerbe und Tabakverarbeitung	4,7	2,8	178	4,0	2,7	200
Textil- und Bekleidungsgewerbe	11,5	4,8	123	15,7	4,8	91
Ledergerwerbe	2,1	1,6	223	7,2	2,2	92
Papier-, Verlags- und Druckgewerbe	3,7	3,4	274	2,1	2,1	291
Kokerei, Mineralölverarbeitung, Herstellung und Verarbeitung von Spalt- und Brutstoffen	0,7	0,9	368	1,7	1,2	207
Herstellung von chemischen Erzeugnissen	10,3	9,1	264	5,4	2,8	153
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	4,9	5,7	350	2,5	3,5	424
Glasgewerbe, Herstellung von Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	1,7	1,7	295	4,2	1,5	106
Metallerzeugung und -bearbeitung, Herstellung von Metallerzeugnissen	8,8	9,9	336	15,6	8,6	165
Maschinenbau	16,6	13,6	244	8,1	9,0	331
Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen, Elektrotechnik, Feinmechanik und Optik	16,3	18,5	338	11,8	18,3	463
Fahrzeugbau	11,8	17,7	447	8,6	24,6	856
Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren und sonstigen Erzeugnissen (ohne Recycling)	2,1	1,4	196	7,3	5,4	220
Sonstige Wirtschaftszweige	4,7	8,8	554	5,7	13,3	693

Quellen: OECD; Berechnungen des DIW Berlin.

2.2.2 Austausch von technologischen Dienstleistungen mit dem Ausland

2.2.2.1 Entwicklung insgesamt

Die außenwirtschaftlichen Beziehungen mit den nMS können nicht nur am Warenhandel, sondern auch am Austausch von technologischen Dienstleistungen als Indikator für technisches Wissen abgelesen werden.

Auskunft über die Entwicklung des Dienstleistungsverkehrs gibt die Zahlungsbilanzstatistik der Deutschen Bundesbank. Rechtsgrundlage ist das Außenwirtschaftsgesetz, demzufolge die Unternehmen

¹⁷ Ausführliche Berechnungen dazu haben Untiedt et al. (2007) in einem Gutachten für das BMWI präsentiert. Auf eine parallele Untersuchung wird daher hier verzichtet.

ein- und ausgehende Zahlungen mit Gebietsfremden an die Deutsche Bundesbank melden müssen.¹⁸ Da nur entgeltlicher Austausch und Zahlungen mit einem Wert von über 12.500 Euro erfasst werden, deckt die Statistik nur einen – wenn auch den größten – Teil des Dienstleistungsverkehrs ab. Die Statistik informiert über Einnahmen aus (Exporte) und Ausgaben für (Importe) Dienstleistungen. Wie bei der Außenhandelsstatistik sind Differenzierungen nach Herkunfts- und Bestimmungsländern möglich.

In der Zahlungsbilanz werden unter dem Begriff „technologische Dienstleistungen“ grenzüberschreitende Zahlungen für folgende Leistungen subsumiert:

- „Patent- und Lizenzverkehr“: Entgelt für Patente, Erfindungen, Verfahren und sonstige Schutz- und Urheberrechte;
- „Forschung und Entwicklung“: Entgelte für Forschung und Entwicklung neuer Produkte und Verfahren, für wissenschaftliche Beratung einschl. EU-finanzierte Forschungsprojekte;
- „EDV-Leistungen“: Entgelte für Datenverarbeitung, Erstellung, Pflege und Wartung von Software, Grundlagenforschung, Lizenzen und Online übermittelte Standard-Software¹⁹ sowie
- „Ingenieur- und sonstige technische Dienstleistungen“: Entgelte für Planungsleistungen bei der Herstellung technischer Erzeugnisse und technische Zuarbeiten.

Technologische Dienstleistungen sind eine Teilmenge des in der Zahlungsbilanz erfassten Aggregats „Dienstleistungen“.²⁰

Der Statistik zufolge erreichten 2006 die Einnahmen aus dem Verkauf technologischer Dienstleistungen in die nMS einen Wert von knapp 1,3 Mrd. Euro, die Ausgaben beliefen sich auf 763 Mill. Euro. Die Entgelte für alle in der Zahlungsbilanz erfassten und in die nMS gelieferten Dienstleistungen erreichten 2006 einen Umfang von 5,8 Mrd. Euro, die Ausgaben 10,9 Mrd. Euro. Der Anteil der technologischen Dienstleistungen an allen Dienstleistungen belief sich damit bei den Einnahmen auf 22,3 % und bei den Ausgaben auf 7,0 %. Bemerkenswert ist der Bedeutungszuwachs der technologischen Dienstleistungen im Verhältnis zu allen Dienstleistungen: Im Jahr 1995 entfielen auf diese Gruppe erst 12,6 % der Einnahmen und 2,6 % der Ausgaben. Die Bedeutung der technologischen Dienstleistungen hat sich also etwa verdoppelt.

Dieser Bedeutungszuwachs war im übrigen nicht ein Spezifikum der Entwicklung mit den nMS, sondern ein allgemeines Phänomen. Der Anteil der Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen an

¹⁸ Vgl. Deutsche Bundesbank (2006c).

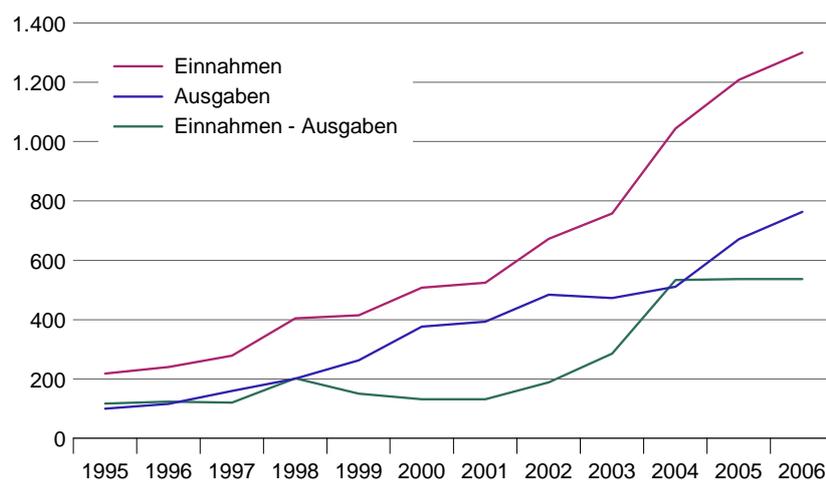
¹⁹ Entgelte für Standard-Software auf Datenträger (CD-ROM etc.) sind in dieser Kategorie jedoch nicht enthalten.

²⁰ Zu den „Dienstleistungen“ in der Definition der Zahlungsbilanzstatistik zählen die Posten „Reiseverkehr“, „Transportleistungen“, „Versicherungs- und Finanzdienstleistungen“ sowie „übrige Dienstleistungen“. In der letzten Kategorie sind „Technologische Dienstleistungen“ zusammen mit den Unterkategorien „Bauleistungen, Montagen, Ausbesserungen“, „Regiekosten“ und „sonstige Dienstleistungen“ ausgewiesen.

allen Dienstleistungen stieg weltweit von 13,3 % in 1995 auf 19,7 % in 2006, bei den Ausgaben von 9,9 % (1995) auf 14,4 % (2006).

Der Austausch von technologischen Dienstleistungen mit den nMS hat in dem hier betrachteten Zeitraum sehr stark zugenommen (Abbildung 2.2-6). Die Einnahmen sind auf das 6-fache des Wertes im Jahr 1995 gestiegen, die Ausgaben fast auf das 8-fache. Die Expansion ist damit deutlich stärker als beim Warenaustausch. Bis zum Jahr 2002 verlief die Entwicklung von Einnahmen und Ausgaben weitgehend parallel, danach nahmen die Einnahmen stärker zu als die Ausgaben, was zu einem zunehmenden positiven Handelssaldo führte. Auffallend ist, dass im Beitrittsjahr der Dienstleistungshandel nochmals deutlich zunahm.

Abbildung 2.2-6
Austausch von technologischen Dienstleistungen mit den nMS 1995 bis 2006
In Mill. Euro



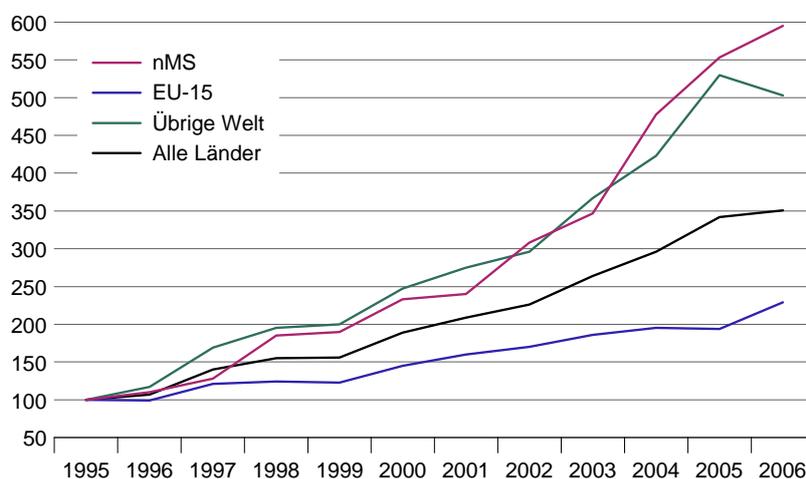
Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Der Vergleich mit der Entwicklung für andere Regionen zeigt folgendes Bild:

Die Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen mit den nMS expandierten stärker als die Einnahmen aus anderen Regionen, vor allem deutlich stärker als die Einnahmen aus den EU-15-Staaten (Abbildung 2.2-7). Dadurch nahm die Bedeutung der Einnahmen aus den nMS an allen Einnahmen zu: 2006 entfielen auf Einnahmen aus den nMS 4,8 % der Einnahmen aus allen Ländern, 1995 waren es erst 2,8 % (Tabelle 2.2-5). Im Vergleich mit dem Warenhandel ist dies jedoch wenig: 2006 erreichte der Anteil der Warenexporte in die nMS immerhin 9,3 % aller Exporte.

Abbildung 2.2-7

Entwicklung der Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für das Ausland 1995 bis 2006 nach Ländergruppen
1995 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

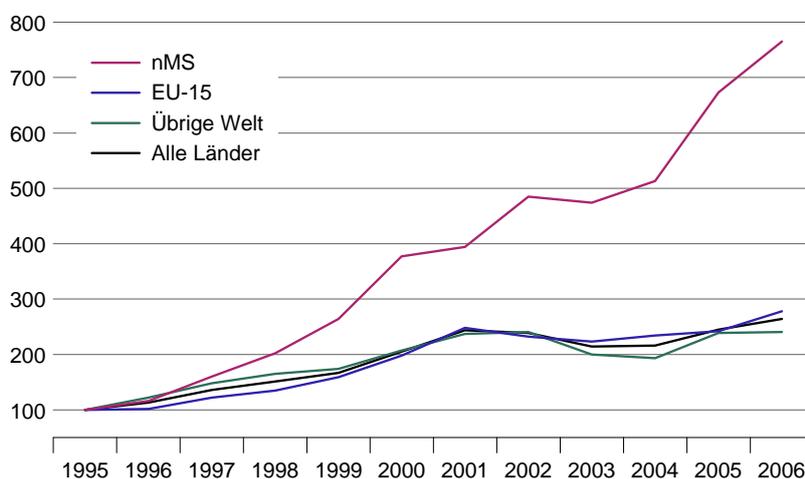
Tabelle 2.2-5

Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für die nMS sowie für Bulgarien und Rumänien nach Ländern 1995 und 2006

	1995		2006		2006
	In Mill. Euro	Struktur in %	In Mill. Euro	Struktur in %	1995 = 100
NMS gesamt	218,3	100,0	1.300,0	100,0	595
darunter:					
Estland	0,0	0,0	3,0	0,2	-
Lettland	0,0	0,0	4,0	0,3	-
Litauen	0,5	0,2	14,0	1,1	2738
Malta	1,0	0,5	0,0	0,0	0
Polen	72,1	33,0	284,0	21,8	394
Slowakei	26,6	12,2	71,0	5,5	267
Slowenien	10,2	4,7	14,0	1,1	137
Tschechien	60,3	27,6	304,0	23,4	504
Ungarn	45,0	20,6	599,0	46,1	1331
Zypern	2,6	1,2	7,0	0,5	274
Alle Länder	7.791,1	100,0	27.353,0	100,0	351
darunter:					
NMS gesamt	218,3	2,8	1.300,0	4,8	595
EU-15	4.390,0	56,3	10.059,0	36,8	229
Übrige Länder	3.182,8	40,9	15.994,0	58,5	503
davon:					
Bulgarien	6,6	0,1	33,0	0,1	496
Rumänien	6,1	0,1	55,0	0,2	896

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Abbildung 2.2-8
 Entwicklung der Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus dem Ausland 1995 bis 2006
 nach Ländergruppen
 1995 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Tabelle 2.2-6
 Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus den nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien
 nach Ländern 1995 und 2006

	1995		2006		2006 1995 = 100
	In Mill. Euro	Struktur in %	In Mill. Euro	Struktur in %	
NMS gesamt	99,7	100,0	763,0	100,0	765
darunter:					
Estland	0,0	0,0	3,0	0,4	-
Lettland	1,0	1,0	13,0	1,7	1271
Litauen	0,5	0,5	13,0	1,7	2543
Malta	2,6	2,6	13,0	1,7	509
Polen	24,0	24,1	217,0	28,4	903
Slowakei	3,6	3,6	74,0	9,7	2068
Slowenien	5,1	5,1	26,0	3,4	509
Tschechien	28,6	28,7	201,0	26,3	702
Ungarn	28,6	28,7	165,0	21,6	576
Zypern	5,6	5,6	38,0	5,0	676
Alle Länder	9.650,6	100,0	25.462,0	100,0	264
darunter:					
NMS gesamt	99,7	1,0	763,0	3,0	765
EU-15	4.633,3	48,0	12.869,0	50,5	278
Übrige Länder	4.917,6	51,0	11.830,0	46,5	241
davon:					
Bulgarien	3,6	0,0	32,0	0,1	894
Rumänien	2,0	0,0	43,0	0,2	2103

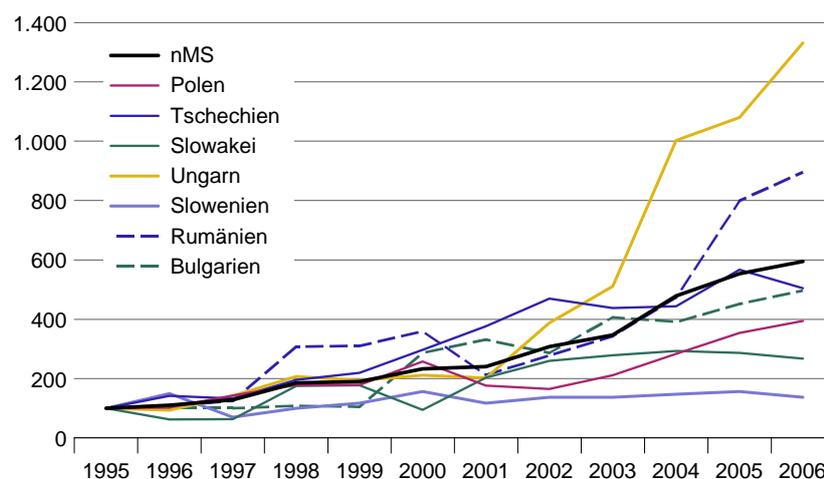
Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Bei den Ausgaben ist eine vergleichbare Entwicklung wie bei den Einnahmen zu erkennen: Der Handel mit den nMS nahm stärker zu als im Schnitt aller Länder und der EU-15 Länder (Abbildung 2.2-8). Damit stieg auch der Anteil der Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus den nMS von 1,0 % in 1995 auf 3,0 % in 2006 (Tabelle 2.2-6). Jedoch zeigt der Vergleich mit den Warenimporten die vergleichsweise geringe Bedeutung der nMS: Immerhin fast 10 % der Importe stammten 2006 aus den nMS.

2.2.2.2 Entwicklung nach Ländern

Wie die Abbildungen 2.2-9 und 2.2-10 zeigen, ist die Entwicklung des Dienstleistungshandels je nach Land recht unterschiedlich verlaufen.

Abbildung 2.2-9
Entwicklung der Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für ausgewählte nMS sowie für Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006
1995 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

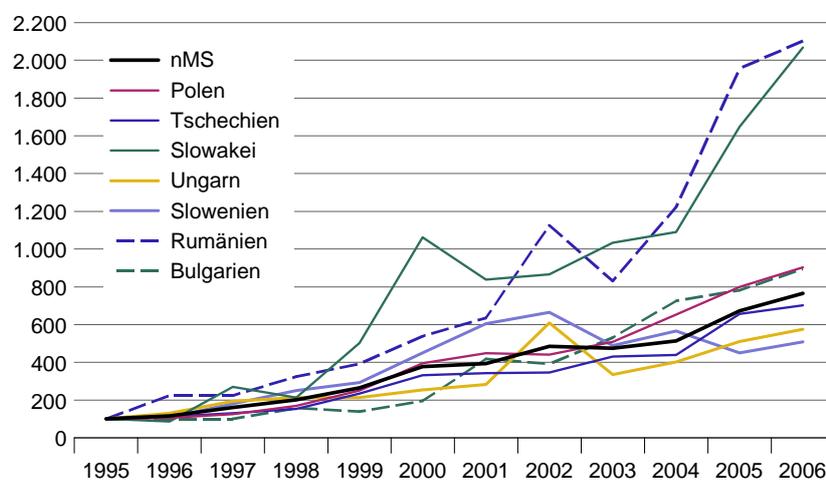
Die Einnahmen aus den kleinen Länder mit extrem geringem Ausgangsniveau wie den baltischen Staaten und auch Rumänien sind sehr stark gestiegen, die Exporte in die größeren Länder weniger stark. Auffällig stark ist die Entwicklung jedoch in Ungarn, die Einnahmen lagen 2006 um das 13-fache über dem Niveau von 1995.

In der Folge ist Ungarn das wichtigste Land für den „Export“ von technologischen Dienstleistungen geworden, mit fast der Hälfte der Exporte in die nMS. Weitere wichtige Länder sind Tschechien (23,4 %), Polen (21,8 %) und mit großem Abstand die Slowakei (5,5 %).

Auch auf der Ausgabenseite divergierte die Entwicklung stark zwischen den Ländern. Hervorzuheben ist die Slowakei mit einem sehr stark über dem Durchschnitt liegenden Wachstum (Abbildung 2.2-10).

Bulgarien und Rumänien sind hinsichtlich des Exports technologischer Dienstleistungen von nachrangiger Bedeutung, auch wenn die Entwicklung sehr aufwärts gerichtet war. Die Exporte in diese Länder übertreffen jedoch den Wert, der in die baltischen Staaten und nach Slowenien exportiert wird.

Abbildung 2.2-10
Entwicklung der Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus ausgewählten nMS sowie aus Bulgarien und Rumänien 1995 bis 2006
1995 = 100



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

Wichtigste Länder für den Import von technologischen Dienstleistungen sind Polen (28,4 % der Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus den nMS), Tschechien (26,3 %), Ungarn (21,6 %) und die Slowakei (9,7 %). Auf diese vier Länder entfielen 86 % der Ausgaben für technologische Dienstleistungen.

Die Ausgaben für Leistungen aus Bulgarien und Rumänien sind zwar ähnlich gering wie die Einnahmen von Leistungen aus diesen Ländern, aber auch diese Werte übertreffen die Importe aus den baltischen Staaten deutlich.

2.2.2.3 Entwicklung nach Dienstleistungsarten

Unter den vier in der Statistik ausgewiesenen Dienstleistungsarten fällt auf, dass an die nMS gelieferten Forschungs- und Entwicklungsleistungen (FuE-Leistungen) im Zeitverlauf sehr stark zugenommen haben, von 18 Mill. Euro in 1995 auf 423 Mill. Euro in 2006 (Tabelle 2.2-7). Dies ist vor allem auf

den sprunghaften Anstieg der FuE-Exporte in den Jahren ab 2001 nach Ungarn zurückzuführen. Auch bei anderen Dienstleistungen wie den EDV-Leistungen haben die Einnahmen stark zugenommen. Das mag möglicherweise damit zusammenhängen, dass hierunter auch Online-Verkäufe von Standard-Software erfasst werden.

Tabelle 2.2-7
 Einnahmen aus technologischen Dienstleistungen für die nMS nach Art der Dienstleistungen 1995 und 2006

	1995		2006		2006
	In Mill. Euro	Struktur in %	In Mill. Euro	Struktur in %	1995 = 100
Technologische Dienstleistungen gesamt	218,3	100,0	1.300,0	100,0	595
darunter:					
Patente und Lizenzen	96,6	44,3	263,0	20,2	272
Forschung und Entwicklung	17,9	8,2	423,0	32,5	2364
Ingenieurleistungen	76,2	34,9	368,0	28,3	483
EDV-Leistungen	27,6	12,6	246,0	18,9	891

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Auch auf der Ausgabenseite verlief die Entwicklung je nach Dienstleistungsart unterschiedlich, wobei die EDV-Leistungen überdurchschnittlich expandierten (Tabelle 2.2-8). Im Ergebnis hat der positive Saldo aus Ein- und Ausgaben in allen Dienstleistungsarten zugenommen. Eine Ausnahme bilden die Ingenieurleistungen, mit einem zuletzt leicht negativen Saldo.

Tabelle 2.2-8
 Ausgaben für technologische Dienstleistungen aus den nMS nach Art der Dienstleistungen 1995 und 2006

	1995		2006		2006
	In Mill. Euro	Struktur in %	In Mill. Euro	Struktur in %	1995 = 100
Technologische Dienstleistungen gesamt	99,7	100,0	763,0	100,0	765
darunter:					
Patente und Lizenzen	14,3	14,4	66,0	8,7	461
Forschung und Entwicklung	14,3	14,4	101,0	13,2	705
Ingenieurleistungen	56,2	56,4	397,0	52,0	706
EDV-Leistungen	14,8	14,9	199,0	26,1	1342

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Über die Differenzierung nach Ländern und Dienstleistungsarten hinaus bietet die Deutsche Bundesbank in ihren laufenden Veröffentlichungen zusätzliche Informationen über den Wirtschaftszweig der Unternehmen, die die jeweilige Dienstleistung erbringen bzw. aus dem Ausland nachfragen. Für die Kategorien „Patente und Lizenzen“ sowie „Forschung und Entwicklung“ werden darüber hinaus auch Angaben über die Kapitalverflechtung mit ausländischen Unternehmen veröffentlicht.

Die für das Jahr 2005 vorliegenden Auswertungen für das gesamte Ausland²¹ zeigen, dass 59 % der Einnahmen aus dem Verkauf technologischer Dienstleistungen ins Ausland von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes realisiert werden. Bei Patente/Lizenzen, FuE und Ingenieurleistungen entfallen auf das verarbeitende Gewerbe sogar rund drei Viertel der Einnahmen. EDV-Leistungen werden dagegen überwiegend von Unternehmen des Wirtschaftszweigs „Datenverarbeitung und Datenbanken“ erbracht. Auf der Ausgabenseite ist der Anteil von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes etwas geringer, der des Dienstleistungssektors etwas höher.

Aufgegliedert nach dem Grad der Kapitalverflechtung zeigt sich für die beiden Dienstleistungsarten „Patente/Lizenzen“ und „FuE“, dass fast der gesamte Austausch mit Unternehmen stattfindet, die vollständig oder teilweise im Besitz des deutschen Unternehmens sind. So belief sich 2005 der Anteil der Einnahmen aus Patenten aus dem eigenen Unternehmensverbund auf 95 % aller Einnahmen (FuE: 91 %), der Anteil der Ausgaben an allen Ausgaben auf 91 % (FuE: 86 %). Für die wichtigsten Länder der nMS wie Polen, die Tschechische Republik und Ungarn sind die Anteile des konzerninternen Wissensaustauschs ähnlich hoch.

Diese Befunde deuten darauf hin, dass zumindest in Hinblick auf den Wissensaustausch in Form von Patenten und FuE Unternehmen offensichtlich an verschiedenen Standorten gleichartige Aktivitäten durchführen, um die jeweiligen Standortvorteile nutzen zu können.

Alles in allem verdeutlicht die Untersuchung, dass der Handel mit technologischen Dienstleistungen mit den nMS stärker expandierte als der Handel mit anderen Regionen und die Bedeutung der nMS als Handelspartner, wenn auch von niedrigem Niveau aus, zugenommen hat. Wie beim Warenverkehr sind die Exporte höher als die Importe, die Bilanz ist also positiv. Die wichtigsten Partnerländer sind Ungarn, Polen, Tschechien und die Slowakei. Der Austausch findet, zumindest bei Patenten und FuE, vor allem innerhalb des internationalen Unternehmensverbundes statt.

Wenn auch die Statistik die einzige Quelle zur Beurteilung des Dienstleistungsverkehrs mit dem Ausland ist, so gibt sie dennoch kein vollständiges Bild über den Austausch technischen Wissens. Einmal wird der Austausch von Wissen, der auf Gegenseitigkeit beruht und somit nicht zu Zahlungen führt, nicht erfasst.²² Zum anderen können bei der Bewertung der konzerninternen Zahlungen auch gewinn- und steuertaktische Überlegungen eine Rolle spielen.²³ Schließlich werden Dienstleistungen, sofern sie Teil der Warenexporte sind, ebenfalls nicht als Dienstleistungen erfasst.²⁴

²¹ Vgl. Deutsche Bundesbank (2006c). Auswertungen für die nMS und für das Jahr 2006 liegen nicht vor.

²² Vgl. Deutsche Bundesbank (2006c).

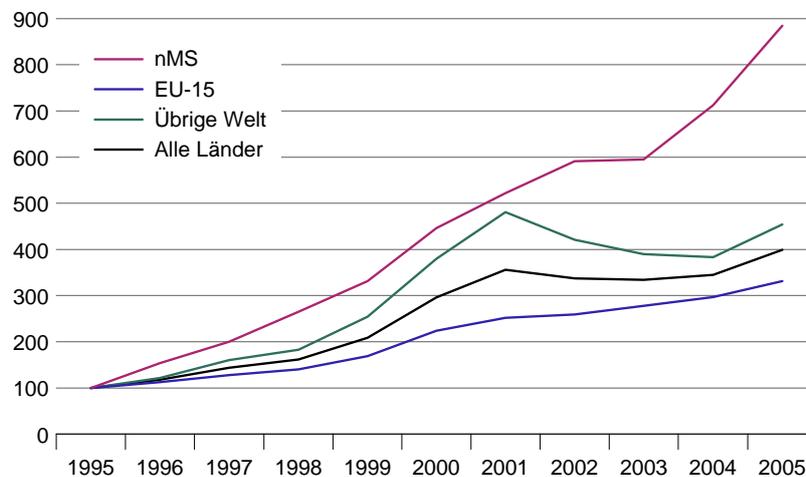
²³ Vgl. Deutsche Bundesbank (1996) und Gehrke, Legler (2004).

²⁴ Vgl. Belitz, Stille (2004).

2.2.3 Direktinvestitionen

Die Direktinvestitionen deutscher Unternehmen im Ausland werden mithilfe der Statistik der Direktinvestitionen der Deutschen Bundesbank erfasst. Damit können auf aggregierter Ebene Entwicklung und Stand der Direktinvestitionen deutscher Unternehmen in den nMS nach Branchen und Zielländern untersucht werden.²⁵

Abbildung 2.2-11
Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen im Ausland nach Ländergruppen 1995 bis 2005
1995 = 100



Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Mit der Integration der mittel- und osteuropäischen Staaten in die EU haben nicht nur die grenzüberschreitenden Waren- und Dienstleistungsströme stark zugenommen, sondern auch die Investitionen deutscher Unternehmen in Unternehmen in diesen Ländern. Nach Angaben der Deutschen Bundesbank beliefen sich die Bestände der Direktinvestitionen²⁶ deutscher Unternehmen in den nMS im Jahr 1995 auf (umgerechnet) 5,7 Mrd. Euro²⁷. Bis zum Jahr 2005 haben sich die Bestände mehr oder weniger kontinuierlich erhöht und erreichten 2005 mit 43,6 Mrd. Euro fast das 9-fache des Ausgangswertes (Abbildung 2.2-11). Auffällig ist die Stagnation der erfassten Direktinvestitionen von 2002 auf 2003. Dies ist jedoch nicht als tatsächlicher Rückgang der Investitionstätigkeit zu werten, sondern resultiert aus der Umstellung im Meldewesen, die dazu führte, dass Investitionsobjekte mit einer Bilanzsumme

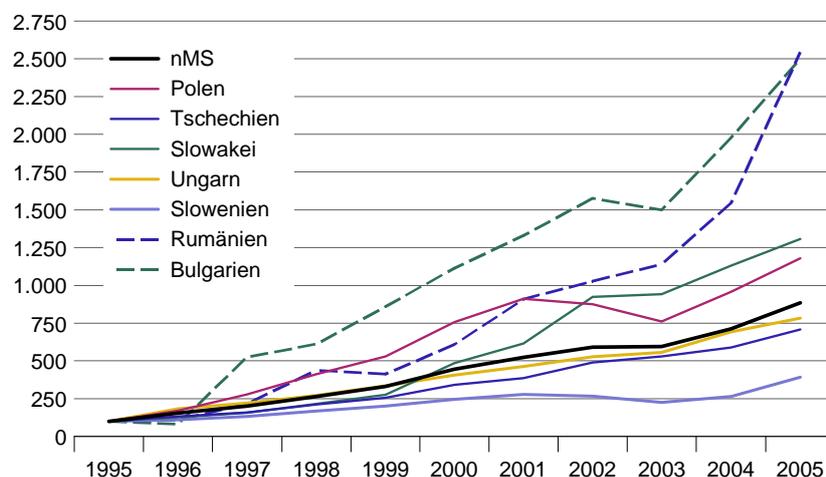
²⁵ Vgl. Deutsche Bundesbank (2007).

²⁶ Zu den Direktinvestitionen zählen auf Dauer angelegte Kapitalbeteiligungen. Dabei wird eine Mindestbeteiligung von 10 % an den Stimmrechten oder am Kapital des Tochterunternehmens zugrunde gelegt.

von bis zu 3 Mio. Euro nicht mehr gemeldet werden müssen.²⁸ Der Verlauf der Entwicklung seit 2003 wäre einschließlich dieser Vorhaben sicherlich noch steiler verlaufen, wenn auch nicht viel.

Auch in anderen Regionen ist der Bestand an Direktinvestitionen gewachsen, allerdings nicht so stark wie in den nMS. In den EU-15-Staaten haben sich die Bestände „lediglich“ verdreifacht. In der übrigen Welt verlief die Entwicklung nur bis 2001 ähnlich dynamisch wie in den nMS und ist nach dem Einbruch in den Jahren bis 2004 wieder aufwärts gerichtet.²⁹

Abbildung 2.2-12
Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen in ausgewählten nMS sowie in Rumänien und Bulgarien 1995 bis 2005
1995 = 100



Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Zwischen den einzelnen neuen Mitgliedstaaten verlief die Entwicklung recht unterschiedlich. Überdurchschnittlich gewachsen sind die Bestände in Lettland, in der Slowakei und in Polen. In Lettland erreichte der Wert der Direktinvestitionen in 2005 das 14-fache des Ausgangswertes von 1995, in der Slowakei das 13-fache, in Polen das 11-fache (Abbildung 2.2-12 und Tabelle 2.2-9). Bemerkenswert ist dabei, dass die Entwicklung in jedem Jahr günstiger verlief als im Durchschnitt der nMS. Auf der

²⁷ Unmittelbare und mittelbare, über Holdinggesellschaften gehaltene Direktinvestitionen.

²⁸ Deutsche Bundesbank (2006a). Die Umstellung im Meldewesen lässt zugleich vermuten, dass Investitionen von KMU in den nMS (wie auch generell) wohl keine sonderlich große Rolle spielen dürften. So ist zwar die Zahl der Unternehmen mit unmittelbaren Investitionen in den nMS von 2001 auf 2002 – also im Verlauf der Umstellung – von 4.311 auf 2.492 zurückgegangen. Die Zahl der Beschäftigten nahm jedoch nur geringfügig ab, und die Bestände an Investitionen nahmen sogar zu.

²⁹ Die rückläufige Dynamik der Entwicklung zu Beginn des Jahrtausends kann mit dem Platzen der „New-Economy-Blase“ und dem Rückgang der Aktienkurse erklärt werden. Vgl. Deutsche Bundesbank (2006b).

anderen Seite war die Dynamik in Slowenien (4-fach) und in Litauen (5-fach) deutlich schwächer ausgeprägt als im Mittel aller nMS, während die Entwicklung in Tschechien und in Ungarn mit dem 7 bis 8-fachen des Ausgangswertes wenig unterhalb der Gesamtwicklung blieb.

Die beiden 2006 der EU beigetretenen Länder Rumänien und Bulgarien erreichten 2005 einen Investitionsbestand von 2,8 Mrd. Euro (davon 2,1 Mrd. Euro in Rumänien). Die Entwicklung in diesen Ländern verlief, wie Abbildung 2.2-12 zeigt, günstiger als im Schnitt der nMS. Seit 2003, also bereits deutlich vor dem Beitritt zur EU, hat die Dynamik nochmals deutlich zugenommen.

Bemerkenswert ist, dass die Rangfolge der wichtigsten Zielländer im Zeitverlauf stabil geblieben ist. Wie Tabelle 2.2-9 zeigt, war Tschechien mit 38 % an allen Direktinvestitionen in die nMS der wichtigste Investitionsstandort deutscher Unternehmen in den nMS, gefolgt von Ungarn (31 %), Polen (18 %) und der Slowakei (6 %). Insgesamt waren dies 94 % aller Direktinvestitionen in die nMS. Auch in 2005 waren diese Länder die vier wichtigsten mit 92 % aller Direktinvestitionen in die nMS.

Tabelle 2.2-9

Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen in den nMS, in Bulgarien und Rumänien und in anderen Regionen 1995 und 2005

	1995		2005		2005
	In Mill. Euro	Struktur in %	In Mill. Euro	Struktur in %	1995 = 100
NMS gesamt*	5.662	100,0	50.107	100,0	885
darunter:					
Estland**	22	0,4	241	0,5	1.095
Lettland	18	0,3	243	0,5	1.350
Litauen	15	0,3	510	1,0	3.400
Malta	124	2,2	2.510	5,0	2.029
Polen	1.043	18,4	12.308	24,6	1.180
Slowakei	344	6,1	4.494	9,0	1.308
Slowenien	161	2,8	633	1,3	393
Tschechien	2.140	37,8	15.142	30,2	707
Ungarn	1.771	31,3	13.883	27,7	784
Zypern	46	0,8	143	0,3	311
Alle Länder	196.734	100,0	784.675	100,0	399
darunter:					
NMS gesamt*	5.662	2,9	50.107	6,4	885
EU-15	107.988	54,9	357.261	45,5	331
Übrige Länder	83.084	42,2	377.307	48,1	454
davon:					
Bulgarien	31	0,0	775	0,1	2.500
Rumänien	81	0,0	2.069	0,3	2.545

* Bis einschließlich 1997 ohne Estland. ** 1995 = 1998, mangels Daten für 1995.

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Der Vergleich mit anderen Regionen zeigt, dass die nMS Mitte der 90er Jahre als Investitionsstandort noch eine sehr geringe Rolle spielten. Lediglich 3 % aller Direktinvestitionen weltweit entfielen 1995 auf diese Länder (Tabelle 2.2-9). Bis zuletzt hat die Bedeutung der nMS jedoch stetig zugenommen.

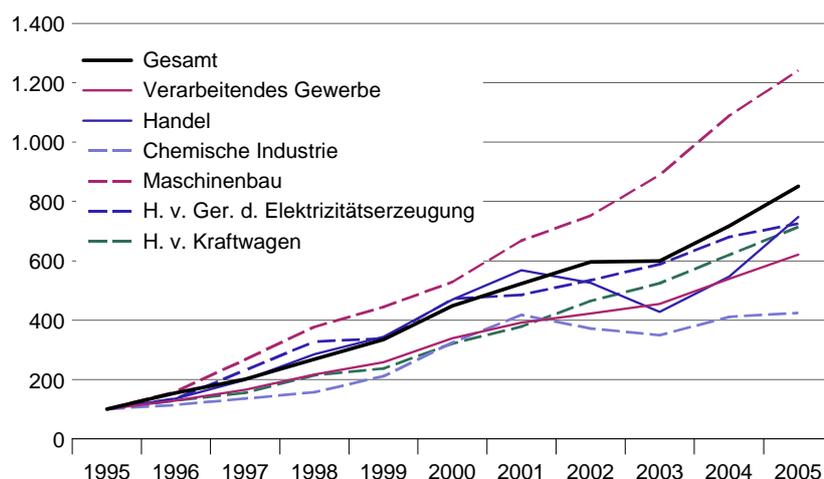
Der Anteil der Investitionen in diesen Ländern an allen Direktinvestitionen war 2005 mit 6,4 % mehr als doppelt so hoch wie im Jahr 1995.

Bezogen auf die Direktinvestitionen in Europa (EU-25 Länder) ist der Anteil der nMS von 5 % in 1995 auf 11 % in 2005 gestiegen. Bulgarien und Rumänien haben als Investitionsstandort ebenfalls an Bedeutung zugenommen. Die Investitionen dort übertreffen mittlerweile deutlich diejenigen in den baltischen Staaten und Slowenien zusammen.

Unternehmen, die im Ausland meldepflichtige Investitionen vornehmen, sind verpflichtet, über die Investitionssumme hinaus Wirtschaftszweig, Umsatz und Beschäftigung des zugehörigen Unternehmens sowie des eigenen Unternehmens an die Deutsche Bundesbank zu melden. Damit sind weitergehende Untersuchungen über die Tätigkeitsschwerpunkte und die wirtschaftlichen Aktivitäten der Unternehmen in den nMS möglich.

Die Direktinvestitionen werden von der Deutschen Bundesbank nach den Wirtschaftszweigen „Verarbeitendes Gewerbe“ (mit ausgewählten Industriezweigen), „Handel“, „Kreditinstitute“, „Sonstige Finanzierungsinstitutionen“, „Versicherungsgewerbe“ und „Beteiligungsgesellschaften“ veröffentlicht. Aus Geheimhaltungsgründen werden die Investitionen jedoch nicht vollständig für jedes Land nach Wirtschaftszweigen ausgewiesen. Für Polen, Tschechien, die Slowakei, Slowenien und Ungarn sind jedoch (fast) vollständige Zeitreihen verfügbar.

Abbildung 2.2-13
Direktinvestitionen in ausgewählten nMS* nach ausgewählten Wirtschaftszweigen 1995 bis 2005
1995 = 100



* Polen, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Ungarn.

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Abbildung 2.2-13 zeigt die Entwicklung der Direktinvestitionen in diesen Ländern nach ausgewählten Wirtschaftszweigen. Auffällig ist, dass bis zum Jahr 2001 die Investitionen im Handel stärker gewachsen sind als im verarbeitenden Gewerbe. Innerhalb des verarbeitenden Gewerbes war die Entwicklung uneinheitlich. Stärker als im Durchschnitt des verarbeitenden Gewerbes sind die Direktinvestitionen in den Branchen Maschinenbau, Kfz-Industrie und Elektrotechnik (Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung) gestiegen. Schwächer gestiegen als im Industriedurchschnitt sind die Direktinvestitionen der chemischen Industrie.

Schwerpunkt der Investitionen ist das verarbeitende Gewerbe. Reichlich die Hälfte der Investitionsbestände im Jahr 2005 entfiel auf diesen Wirtschaftsbereich, allein ein Fünftel aller Investitionen ging in den Fahrzeugbau (Tabelle 2.2-10). Ein weiterer nennenswerter Anteil (12 %) wurde in Handelsunternehmen investiert. Damit sind die Investitionen in den nMS stärker auf das verarbeitende Gewerbe ausgerichtet als in anderen EU-Ländern oder in anderen Regionen.

Tabelle 2.2-10
 Direktinvestitionen in ausgewählten nMS sowie nach Bulgarien und Rumänien nach ausgewählten Wirtschaftszweigen 2005
 Struktur in %

	Alle Wirtschaftszweige	darunter:										Nicht zugeordnet
		Verarbeitendes Gewerbe	darunter:				Handel, Instandhaltung, Rep.	Kreditinstitute	Sons-tige Finanzierungsinst.	Versicherungs-gewerbe	Beteili-gungs-gesell-schaf-ten	
			Chemische Industrie	Maschinenbau	H. v. Ger. d. Elektrizitäts-erz.	H. v. Kraft-wagen						
nMS gesamt*	100,0	50,1	2,7	2,9	3,0	20,0	12,5	3,3	.	2,1	.	31,9
Estland	100,0	41,5	17,0	0,0	0,0	0,0	12,9	.	0,0	.	0,0	45,6
Lettland	100,0	37,9	.	.	.	0,0	10,7	.	0,0	.	0,0	51,4
Litauen	100,0	17,6	.	0,0	.	.	8,8	.	0,0	.	0,0	73,5
Polen	100,0	49,4	4,6	2,4	2,7	9,2	20,9	6,3	1,6	3,3	0,2	18,4
Slowakei	100,0	56,4	1,6	10,8	3,1	29,1	7,7	2,2	0,4	5,3	0,0	28,1
Slowenien	100,0	59,1	16,0	11,2	12,5	6,2	24,3	0,0	.	0,0	.	16,6
Tschechien	100,0	51,8	1,8	1,6	3,9	21,9	11,3	1,0	0,3	0,8	1,6	33,2
Ungarn	100,0	46,5	1,8	1,8	2,0	25,1	7,3	3,8	0,5	1,7	2,4	37,9
Alle Länder	100,0	24,9	7,5	2,3	1,6	5,7	11,9	8,4	19,8	4,9	11,2	19,0
davon:												
EU-25	100,0	21,6	5,5	2,0	1,5	4,8	12,7	10,3	15,8	3,5	17,5	18,6
Bulgarien	100,0	42,3	22,8	.	0,0	.	21,3	4,1	0,0	.	.	32,3
Rumänien	100,0	51,1	3,0	2,9	5,1	2,8	28,6	0,8	.	.	0,0	19,5

* Nur Polen, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Ungarn.

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Je nach Land sind die Schwerpunkte sehr unterschiedlich. In Slowenien und in der Slowakei ist der Anteil der Investitionen im verarbeitenden Gewerbe höher als in den anderen nMS. Auffallend ist hierbei die hohe Bedeutung der Investitionen in Maschinenbauunternehmen (mehr als ein Zehntel der

Investitionen). Bevorzugte Standorte für die Produktion von Kraftfahrzeugen sind offensichtlich die Slowakei, Tschechien und Ungarn, Länder mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil von Investitionen in Unternehmen dieser Branche. Auch zwischen den beiden der EU zuletzt beigetretenen Länder Bulgarien und Rumänien sind die Schwerpunkte verschieden. Bemerkenswert ist die hohe Bedeutung der Investitionen in Unternehmen der chemischen Industrie in Bulgarien.

Mit der zunehmenden Präsenz deutscher Unternehmen in den nMS haben auch Beschäftigung und Umsatz in den Tochterunternehmen zugenommen. 1995 waren in den nMS 1.823 Unternehmen in deutschem Besitz, 2005 waren es knapp 2.700 (Tabelle 2.2-11). Der Umsatz stieg von 15 Mio. Euro auf 128 Mio. Euro, die Zahl der Beschäftigten von knapp 260.000 auf 720.000.

Tabelle 2.2-11
 Ausgewählte Kennziffern von Investitionsobjekten deutscher Unternehmen in den nMS 1995 und 2004

	Unmittelbare Direktinvestitionen In Mio. Euro		Unternehmen Zahl		Umsatz In Mio. Euro		Beschäftigte In Tsd.	
	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005
NMS gesamt*	5.657	43.639	1.823	2.695	15,2	128,0	257	721
darunter:								
Estland**	22	123	22	34	0,1	0,6	1	3
Lettland	18	231	16	25	0,1	0,5	2	5
Litauen	15	499	7	35	0,1	1,1	1	11
Malta	124	2.548	23	20	0,2	0,2	3	2
Polen	1.015	11.247	467	908	3,6	39,6	66	228
Slowakei	344	4.276	100	219	1,0	12,7	15	85
Slowenien	161	435	37	63	0,5	1,5	7	10
Tschechien	2.147	11.068	606	771	5,4	42,6	92	234
Ungarn	1.761	12.980	514	592	4,2	28,8	70	142
Zypern	72	232	53	28	0,1	0,4	1	1
Alle Länder	189.202	671.029	23.369	23.704	535,1	1.585,0	2.834	4.977
darunter:								
NMS gesamt*	107.392	348.243	12.246	10.212	284,5	651,2	1.137	1.740
EU-15	76.153	279.147	9.300	10.797	235,4	805,7	1.440	2.518
Übrige Länder								
davon:								
Bulgarien	31	481	13	61	0,1	1,7	7	23
Rumänien	81	1.531	34	163	0,2	6,3	8	97

* Bis einschließlich 1997 ohne Estland. ** 1995 = 1998, mangels Daten für 1995.

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Die starken Zuwächse bei den Direktinvestitionen und bei der Beschäftigung in den nMS führen zwangsläufig zu der Frage, ob mit diesen Investitionen Produktionskapazitäten und damit Beschäftigung in Deutschland (oder an anderen Standorten) abgebaut wird. Entscheidend dafür sind die Motive der Unternehmen. Im Allgemeinen wird zwischen horizontalen und vertikalen Direktinvestitionen unterschieden. Bei horizontalen Investitionen werden im Zielland Kapazitäten für Markterschließung aufgebaut. Damit sollen entweder Handelshemmnisse umgangen oder Transportkosten gespart wer-

den. Vertikale Investitionen sind Auslagerungen von Teilen der heimischen Wertschöpfungskette. Hier sind Kostenersparnisse in der Produktion oder der Unterhalt von Vertriebsstätten das Motiv. Horizontale Direktinvestitionen ziehen in der Regel keine negativen Beschäftigungseffekte in den heimischen Betriebsstätten nach sich. Bei vertikalen Investitionen ist dies, insbesondere bei der Auslagerung lohnkostenintensiver Produktionsstufen kurzfristig denkbar. Vertriebsniederlassungen tragen hingegen eher zum Beschäftigungsaufbau im Inland bei.

Nach einer Untersuchung der Deutschen Bundesbank auf der Basis der Direktinvestitionen dominieren horizontale Direktinvestitionen überwiegend mit dem Ziel der Markerschließung.³⁰ Der Aufbau von Beschäftigung in den Zielländern bedeutet – so die Studie – keinen Verlust von heimischen Arbeitsplätzen. Dieses Ergebnis wird von einer Studie im Auftrag des BMWI zu den Motiven und Auswirkungen des Offshoring auf Beschäftigung und Wirtschaftsstruktur in Deutschland bestätigt. Demzufolge lassen sich gesamtwirtschaftlich keine negativen Arbeitsmarkteffekte durch deutsche Direktinvestitionen im Ausland nachweisen. Dies gilt auch für Direktinvestitionen in die osteuropäischen Länder, wenn auch durch die geringe Zahl der Beobachtungen die Belastbarkeit des Ergebnisses geschmälert wird.³¹

2.3 Außenwirtschaftliche Beziehungen von KMU mit den nMS

Informationen über die außenwirtschaftlichen Beziehungen von KMU sind rar, da die amtlichen Statistiken wie die Außenhandels- oder Zahlungsbilanzstatistik die gesammelten Informationen in der Regel nicht nach der Größe der Unternehmen aufbereiten und veröffentlichen. Im Folgenden wird versucht, diese Lücke durch Sonderauswertungen amtlicher und nicht-amtlicher Informationsquellen sowie durch Hinzuziehung von Unternehmensbefragungen zu schließen.

2.3.1 Export

Um die Außenhandelstätigkeit von KMU mit den nMS zu untersuchen, bieten sich verschiedene, sich ergänzende Informationsquellen an.

Eine wichtige Quelle ist das IAB-Betriebspanel. Das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) befragt im Rahmen seines IAB-Betriebspanels jährlich eine repräsentative Auswahl von Betrieben des verarbeitenden Gewerbes, des Dienstleistungsgewerbes und anderer Branchen.³² Unter anderem wird auch nach dem Anteil des Umsatzes mit Kunden in verschiedenen Regionen gefragt. In der Erhebung für 2004 wurden Informationen zum Umsatz im Inland, dem Export in die Länder der EWU

³⁰ Vgl. Deutsche Bundesbank (2006a).

³¹ Vgl. Buch et al. (2007).

³² Zum IAB-Betriebspanel vgl. im Einzelnen Bellmann (2002) und Städele, Müller (2006).

und erstmals auch die neuen Mitgliedstaaten erhoben. An der Umfrage 2004 hatten 16.689 Betriebe teilgenommen. Die Antworten zum Export in die nMS wurden bislang nicht veröffentlicht und vom DIW Berlin für dieses Gutachten im Rahmen der Datenfernverarbeitung³³ ausgewertet. Dazu wurden die Betriebe in Beschäftigtengrößenklassen eingeteilt. Die Größenklassen wurden so gebildet, dass auch Unterscheidungen nach der von der EU-Kommission gebräuchlichen Abgrenzung für Unternehmensgrößen erkennbar sind³⁴. Im Folgenden werden die hochgerechneten Ergebnisse getrennt für das verarbeitende Gewerbe und für das produktionsnahe Dienstleistungsgewerbe dargestellt.

Im Jahre 2004 hatten 8 % der (hochgerechnet) knapp 226.000 Betriebe des verarbeitenden Gewerbes Exporte in die nMS getätigt. Bei 6 % der Betriebe belief sich der Anteil des Umsatzes mit Kunden in den nMS auf bis zu 10 %, bei 2 % waren es immerhin bis zu 30 % und bei einem sehr geringen Rest auf mehr als 30 % (Tabelle 2.3-1). Insgesamt ist der Exportanteil im Schnitt also nicht sehr groß.

Tabelle 2.3-1
 Exporte von Betrieben des verarbeitenden Gewerbes nach Größen- und Exportklassen 2003
 In %

Betriebe mit ... Beschäftigten	Betriebe mit einem Anteil des Umsatzes mit Kunden in den nMS von ... % des Gesamtumsatzes				Gesamt	N (hochge- rechnet)
	0	1 bis 10	10 bis 30	über 30		
1 bis 9	98	1	1	0	100	130.291
10 bis 19	91	8	2	0	100	41.637
20 bis 49	84	12	4	0	100	30.600
50 bis 99	77	16	6	1	100	11.072
100 bis 249	63	24	11	2	100	7.922
250 bis 499	53	35	12	1	100	2.701
500 und mehr	44	45	11	1	100	1.674
Gesamt	92	6	2	0	100	225.897

Quellen: IAB; Berechnungen des DIW Berlin.

Bei einer Differenzierung nach Größenklassen ergibt sich ein klares Muster: Je kleiner das Unternehmen, desto geringer ist auch die Exportorientierung in die nMS. Nur 2 % der Kleinstunternehmen – in der Definition der EU sind das Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten – exportieren in die nMS. Bei kleinen Unternehmen mit 10 bis unter 50 Beschäftigten liegt der Anteil der exportierenden Unternehmen bei etwa einem Zehntel des Umsatzes und bei den mittleren Unternehmen (50 bis unter 250 Beschäftigte) bei etwa einem Drittel. Die Auffächerung nach dem Anteil des Umsatzes mit den nMS zeigt zudem, dass mit steigender Unternehmensgröße auch die Bedeutung der nMS als Absatzmarkt zunimmt.

³³ Zum Datenzugang vgl. <http://fdz.iab.de/pageText.asp?PageID=43>.

³⁴ Die EU definiert KMU nach der Zahl der Mitarbeiter und nach finanziellen Schwellenwerten. KMU sind Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern und weniger als 50 Mio. Euro Jahresumsatz. Kleine Unternehmen

Dass die Exportorientierung bei kleinen Unternehmen geringer ist als bei großen, überrascht zunächst nicht, da kleine Unternehmen in der Regel auch einen geringeren Absatzradius haben als große. Zur Beurteilung dieses Exportverhaltens wäre es jedoch aufschlussreich zu wissen, inwieweit sich das Exportverhalten der KMU in Hinblick auf die nMS von ihrem Exportverhalten in Hinblick auf andere Zielregionen unterscheidet. Auch hierzu gibt das IAB-Betriebspanel Aufschluss (Tabelle 2.3-2).

Für das gesamte Sample gilt, dass der Anteil der exportierenden Betriebe in andere Zielregionen – beispielsweise in die EWU-Länder oder in das übrige Ausland – deutlich größer ist als der Anteil der Betriebe mit Exporten in die nMS. In diesen Verhältnissen spiegelt sich auch der Exportanteil der nMS in der Außenhandelsstatistik.³⁵ Nimmt man nur die Gruppe der exportierenden Betriebe als Maß, so wird der Unterschied noch deutlicher: 35 % der exportierenden Betriebe exportierten in die nMS.

Nach der Größe gegliedert sind jedoch deutliche Unterschiede zu erkennen. In der Gruppe der Kleinstbetriebe (Betriebe mit weniger als 10 Beschäftigten) exportieren nur 19 % der exportierenden Betriebe in die nMS³⁶, bei den kleinen Betrieben (10 bis unter 50 Beschäftigte) sind es knapp zwei Fünftel der exportierenden Betriebe und bei den großen Betrieben (500 und mehr Beschäftigte) 64 %. Die Ergebnisse zeigen auch, dass große Betriebe häufiger in mehrere Zielregionen exportieren als kleine Betriebe.

Tabelle 2.3-2
Exportorientierung von Betrieben des verarbeitenden Gewerbes nach Größenklassen 2003
 In %

Betriebe mit ... Beschäftigten	Anteil der Betriebe mit Kunden ... an allen Betrieben				Betriebe mit Exporten in die nMS in % aller exportierenden Betriebe
	in den nMS	in den EWU- Ländern	im übrigen Ausland	im Ausland insgesamt	
1 bis 9	2	8	6	10	19
10 bis 19	9	22	15	24	39
20 bis 49	16	40	22	45	36
50 bis 99	23	58	37	62	37
100 bis 249	37	72	60	78	47
250 bis 499	47	80	73	84	56
500 und mehr	56	83	76	87	64
Gesamt	8	21	14	24	35

N = 225.897 (hochgerechnet).

Quellen: IAB; Berechnungen des DIW Berlin.

beschäftigen zwischen 11 und 49 und Kleinstunternehmen weniger als 10 Mitarbeiter. Vgl. EU-Kommission (2003).

³⁵ Zum Vergleich: 9 % aller Exporte deutscher Unternehmen entfielen auf Abnehmer in den nMS.

³⁶ Anteil der in die nMS exportierenden Unternehmen an allen exportierenden Unternehmen.

Diese Diskrepanzen können ganz verschiedene Ursachen haben. Sie können auf unterschiedliche Branchen oder Märkte zurückzuführen sein oder auch auf individuelle Entscheidungen der Unternehmer, nicht in die nMS exportieren zu wollen. Denkbar ist jedoch auch, dass es für KMU aufgrund sprachlicher oder kultureller Barrieren oder der Probleme, bürokratische Hemmnisse zu überwinden, schwieriger sein dürfte als für größere, auf den Märkten der nMS Fuß zu fassen. Eine weiterer Grund kann auch sein, dass die nMS zum Zeitpunkt der Umfrage des IAB noch nicht vollständig in den EU-Binnenmarkt integriert waren und die Grenzformalitäten etc. gerade für KMU ein zusätzliches Hindernis dargestellt haben.

Betriebe des produktionsnahen Dienstleistungsbewerbes³⁷ sind erwartungsgemäß weniger exportorientiert als Betriebe des verarbeitenden Gewerbes. Von den (hochgerechnet) rund 322.000 Betrieben exportieren nur 2 % ihre Leistungen an Kunden in den nMS (Tabelle 2.3-3). Der Anteil dieser Exporte in die nMS am Umsatz ist sehr gering und beläuft sich bei fast allen Betrieben auf weniger als 10 % des Umsatzes. Eine größenorientierte Unterscheidung zeigt auch hier, dass bei größeren Betrieben die Exportorientierung stärker ausgeprägt ist als bei kleinen.³⁸

Tabelle 2.3-3
 Exportorientierung von unternehmensorientierten Dienstleistungsbetrieben nach Größenklassen 2003
 In %

Betriebe mit ... Beschäftigten	Anteil der Betriebe mit Kunden ... an allen Betrieben				Betriebe mit Exporten in die nMS in % aller exportierenden Betriebe	N (hochgerechnet)
	in den nMS	in den EWU-Ländern	im übrigen Ausland	im Ausland insgesamt		
1 bis 9	2	7	6	10	21	251.128
10 bis 19	2	19	12	22	11	40.104
20 bis 49	3	15	12	19	19	20.328
50 bis 99	6	16	10	19	31	5.950
100 bis 249	5	21	19	24	20	3.176
250 bis 499	0	15	10	15	0	932
500 und mehr	0	13	19	19	0	372
Gesamt	2	9	8	12	19	321.990

Quellen: IAB; Berechnungen des DIW Berlin.

Ein Vergleich mit der Exportorientierung in andere Zielregionen zeigt, dass – ähnlich wie beim verarbeitenden Gewerbe – andere Regionen stärker im Fokus der Betriebe stehen als die nMS. Signifikante Unterschiede zwischen großen und kleinen Betrieben sind jedoch nicht zu erkennen.

³⁷ Dazu zählen Betriebe in der Datenverarbeitung, Forschung und Entwicklung, Beratung, Werbung und Marktforschung, Grundstückswesen und Vermietung sowie sonstige Dienstleistungen.

³⁸ Angesichts der geringen Fallzahlen sind die Ergebnisse für die Gruppe der Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten unsicher.

Andere empirische Untersuchungen kommen zu vergleichbaren Ergebnissen, so die Umfragen des DIW Berlin im Jahr 2004 bei ostdeutschen Unternehmen. Im Rahmen der regelmäßigen Umfragen des DIW Berlin bei Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes und produktionsnaher Dienstleistungszweige in den neuen Ländern werden auch Informationen zum regionalen Absatzgebiet der Unternehmen, zur inländischen und ausländischen Konkurrenz und zu den Standortverlagerungen der Unternehmen erhoben.³⁹

Tabelle 2.3-4
 Nach Mittel- und Osteuropa exportierende Unternehmen in den neuen Bundesländern nach der Einschätzung ihrer Innovations- und Wettbewerbsstärke 2004
 In %

	Anteil der Unternehmen mit Kunden in Mittel- und Osteuropa 2003	
	Verarbeitendes Gewerbe	Dienstleistungsunternehmen
Unternehmen, die in den beiden letzten Jahren ...		
völlig neue Produkte/ Leistungen entwickelt	29	15
eigene Produkte/ Leistungen entwickelt	23	10
von anderen entwickelte Neuerungen eingeführt	11	8
marktübliche Produkte/ Leistungen eingeführt	12	8
keine neuen Produkte/ Leistungen eingeführt	9	4
Unsere Konkurrenzposition wird ...		
deutlich schlechter	9	10
etwas schlechter	17	6
etwa gleich bleiben	14	7
etwas besser	23	12
deutlich besser	24	9
Entwicklung ist nicht einzuschätzen	11	4
Wir halten uns gegenüber unseren gegenwärtigen Konkurrenten für ...		
deutlich schwächer	15	12
etwas schwächer	19	7
etwa gleich stark	14	6
etwas stärker	16	12
deutlich stärker	19	6
Position ist nicht einzuschätzen	10	4

N = 1.032 (Dienstleister), N = 4.117 (Verarbeitendes Gewerbe).

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

Der Anteil der nach Mittel- und Osteuropa exportierenden Unternehmen ist demnach ebenfalls geringer als der Anteil der Unternehmen mit Exporten in andere Regionen. Die Exportneigung im verarbeitenden Gewerbe ist höher als im unternehmensnahen Dienstleistungsgewerbe. Besonders hoch sind die Exportanteile im Fahrzeugbau, im Maschinenbau und in anderen Teilen der Investitionsgüterindustrie sowie in der chemischen Industrie. Bemerkenswert ist, dass insbesondere solche Unternehmen

³⁹ Insgesamt nahmen rund 6.200 Unternehmen teil, rund 4.800 Unternehmen (mit knapp 133.000 Beschäftigten Ende 2003) zählen zum verarbeitenden Gewerbe, 1.300 Unternehmen (mit knapp 28.000 Beschäftigten) sind unternehmensnahe Dienstleistungsunternehmen. Weitere Informationen zur Datenbasis vgl. Eickelpasch, Pfeiffer (2006).

in den nMS überdurchschnittlich aktiv sind, die über eine hohe Innovationskraft und vergleichsweise günstige Konkurrenzpositionen verfügen (Tabelle 2.3-4).

Eine aktuelle Untersuchung zur Entwicklung der Exporte von Dienstleistungsunternehmen zeigt, dass im Verlauf der Jahre 2000 bis 2005 die Exportorientierung bei den unternehmensnahen Dienstleistungsunternehmen zugenommen hat. So ist sowohl der Anteil der exportierenden Unternehmen gestiegen als auch die Exportquote. Die Entwicklung unterscheidet sich dabei sowohl in den einzelnen Gewerbezweigen als auch nach Größenklassen. Kleine Unternehmen sind jedoch weniger stark exportorientiert als große.⁴⁰

2.3.2 Direktinvestitionen

Informationen über die Direktinvestitionen deutscher Unternehmen im Ausland gegliedert nach der Größe der Unternehmen waren bisher nicht verfügbar. In der Statistik der Direktinvestitionen der Deutschen Bundesbank geben die Unternehmen bei der Meldung ihrer Direktinvestitionen zwar auch die Zahl der Beschäftigten oder den Umsatz der deutschen Gesellschaft an. Diese Angaben können jedoch dann zu Fehlinterpretationen führen, wenn – wie häufig bei verbundenen Unternehmen der Fall – meist kleine Tochtergesellschaften die Auslandsinvestitionen für das Mutterunternehmen abwickeln. In diesen Fällen würden Direktinvestitionen großer Unternehmen als Investitionen kleiner Unternehmen gezählt. Um diesen Messfehler auszuschließen, muss bei einer Differenzierung der Investitionstätigkeit nach Unternehmensgröße die Größe des Mutterunternehmens bekannt sein.

Im Rahmen der Meldungen an die Deutsche Bundesbank muss das investierende Unternehmen auch seine Eigentumsverhältnisse angeben, so dass prinzipiell die Identifizierung des sog. ultimativen Eigentümers, also des Mutterunternehmens, möglich ist.⁴¹ Die Deutsche Bundesbank hat vor einiger Zeit mit den Zuordnungsarbeiten begonnen und erstmals für diese Untersuchung eine Sonderauswertung der Daten nach der Größe des „ultimativen“ Eigentümers zur Verfügung gestellt. Die Auswertungen beziehen sich auf das Jahr 2005 und sind vorläufig, da einige wenige Investitionsfälle noch nicht geklärt werden konnten. Künftig sollen auch für die zurückliegenden Jahrgänge die „ultimativen“ Eigentümer identifiziert werden.

Die Sonderauswertung umfasst die Zahl der investierenden Unternehmen und deren unmittelbare und mittelbare Direktinvestitionen nach der Größe und nach dem Wirtschaftszweig des deutschen Investors sowie nach Ländergruppen (nMS zusammen mit Rumänien und Bulgarien, EU-15-Länder, alle 27 EU-Länder und alle Länder) und nach den wichtigsten Ländern der nMS (Polen, Slowakei, Ungarn und Tschechische Republik) und für Rumänien.

⁴⁰ Vgl. Eickelpasch (2008).

⁴¹ Vgl. Lipponer (2006).

Diesen Angaben zufolge hielten 2005 1.546 Unternehmen Direktinvestitionen in den nMS in Höhe von 53,0 Mrd. Euro (Tabelle 2.3-5 und Tabelle 2.3-6). Dies entspricht 26 % aller Unternehmen mit Direktinvestitionen und 7 % aller Direktinvestitionen weltweit. Bezogen auf die Unternehmen, die in der EU27 investierten, sind dies 37 % der Unternehmen mit 13 % der Investitionen. Je Unternehmen gerechnet haben die deutschen Unternehmen in den nMS Investitionen in Höhe von 34 Mio. Euro investiert, in den EU-15-Ländern erreichten die Investitionen je Unternehmen dagegen mit 107 Mio. Euro mehr als das Doppelte und weltweit 134 Mio. Euro.

Tabelle 2.3-5

Deutsche Unternehmen mit unmittelbaren und mittelbaren Direktinvestitionen im Ausland nach Größenklassen, Wirtschaftszweigen und Ländern 2005

Deutsche Investoren ¹ nach Wirtschaftszweig und Größe	nMS (einschl. Bulgarien und Rumänien)						Alle Länder		
	insgesamt	darunter:					insgesamt	darunter:	
		Polen	Rumänien	Slowakei	Ungarn	Tschechien		EU-27	EU-15
Alle Wirtschaftszweige (Zahl)	1.546	698	139	184	466	615	5.855	4.159	3.337
darunter: Investoren mit ... Beschäftigten (in %)									
1 bis 49	12,7	11,7	9,4	12,0	10,9	9,4	12,1	12,6	11,6
50 bis 99	3,8	4,2	2,9	2,7	3,6	2,8	3,5	3,8	3,4
100 bis 249	5,1	4,0	2,9	3,8	3,2	4,6	7,2	6,8	6,8
250 und mehr	61,4	65,5	74,1	73,4	64,4	69,8	51,9	57,4	59,5
darunter:									
Verarbeitendes Gewerbe gesamt (Zahl)	495	199	46	64	139	200	1.604	1.208	951
darunter: Investoren mit ... Beschäftigten (in %)									
1 bis 49	3,6	5,0	4,3	3,8	3,0
50 bis 99	4,8	4,0	.	4,7	4,3	3,0	4,7	4,9	3,9
100 bis 249	9,9	8,0	.	4,7	6,5	9,5	15,5	13,0	12,6
250 und mehr	81,8	83,9	93,5	87,5	87,8	86,0	75,7	78,4	80,4
Dienstleistungen gesamt (Zahl)	720	355	65	89	225	279	2.500	1.842	1.494
darunter: Investoren mit ... Beschäftigten (in %)									
1 bis 49	17,5	14,9	13,8	15,7	16,9	14,0	18,0	18,3	17,7
50 bis 99	2,5	3,7	.	.	3,1	1,8	1,8	1,8	1,7
100 bis 249	1,8	1,1	.	.	1,3	1,1	3,1	2,6	2,7
250 und mehr	53,5	56,6	63,1	67,4	54,7	63,1	50,4	52,3	54,6

¹ Investoren mit Direktinvestitionen in mehreren Ländern werden jedem Land voll zugerechnet. Die Summe der Investoren in einzelnen Ländern kann daher von der Summe der Investoren in Ländergruppen abweichen.

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Von den 1.546 Unternehmen mit Investitionen in die nMS⁴² beschäftigen 21,6 % Unternehmen weniger als 250 Mitarbeiter, Unternehmen, die hier als KMU bezeichnet werden. Auf sie entfielen 7,1 % der Direktinvestitionen in den nMS. In den EU-15-Ländern und auch weltweit ist der Anteil der Zahl

⁴² Für 1.285 Unternehmen (84 % aller Unternehmen mit Investitionen in den nMS) mit 50 Mrd. Euro Direktinvestitionen in den nMS (94,4 % aller Direktinvestitionen in den nMS) konnten die Eigentumsverhältnisse geklärt werden.

der KMU ähnlich hoch (21,8 % und 22,8 %), der Anteil der Investitionssumme der KMU an allen Investitionen jedoch niedriger (EU-15-Länder: 4,6 %, weltweit: 4,5 %).

495 Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes haben 2005 in den nMS im Umfang von knapp 18 Mrd. Euro investiert. Das sind 30 % aller Unternehmen und 8 % aller Direktinvestitionen. Großunternehmen sind hier noch stärker vertreten als in anderen Wirtschaftsbereichen: 82 % der Unternehmen mit 98 % der Investitionen haben mehr als 250 Beschäftigte. Die Bedeutung der KMU ist also im verarbeitenden Gewerbe sehr gering. Die größte Gruppe innerhalb der KMU bilden die mittleren Unternehmen mit 100 bis 250 Beschäftigten. Knapp ein Zehntel der Investoren des verarbeitenden Gewerbes zählen zu dieser Gruppe. Der Anteil dieser Gruppe an allen Direktinvestitionen ist mit 1,3 % gering. Gleichwohl zeigt sich auch hier, dass in den Vergleichsregionen der Anteil der KMU an den Direktinvestitionen in den nMS höher ist als den EU-15-Ländern oder anderswo.

Im verarbeitenden Gewerbe haben in Tschechien 200 deutsche Unternehmen investiert, in Polen 199, in Ungarn 139 und in der Slowakei 64. In einer Reihe von Fällen haben Unternehmen in mehr als einem Land investiert, so dass die Summe der Investoren in den einzelnen Ländern die Zahl der in Tabelle 2.3-5 ausgewiesenen Investoren in den nMS übersteigt.

Die vier wichtigsten Standorte im verarbeitenden Gewerbe sind auch gemessen an der Investitionssumme Tschechien, Ungarn, Polen und die Slowakei. (Tabelle 2.3-6) Signifikante Unterschiede in der Größenstruktur der Investoren und der Investitionssumme sind nicht zu erkennen. Lediglich in Polen scheint der Anteil der Großunternehmen geringer zu sein als in den anderen Ländern. Insbesondere auf die Gruppe der Kleinunternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten entfällt ein etwas größerer Anteil (5 % der Unternehmen mit 0,5 % der Investitionen) als in den anderen nMS. Ein Grund dafür könnte die räumliche Nähe Polens zu Deutschland sein.

Im Dienstleistungsgewerbe haben 720 Unternehmen in den nMS Direktinvestitionen vorgenommen und damit deutlich mehr als im verarbeitenden Gewerbe. Auffällig ist dabei, dass der Anteil der kleinen Unternehmen mit bis zu 49 Beschäftigten an allen Unternehmen deutlich höher ist (17,5 %) als im verarbeitenden Gewerbe (3,6 %). Diese Relation gilt indes weltweit und nicht nur für die nMS. Auch in Bezug auf die Investitionsbestände ist der Anteil der kleineren Unternehmen an allen Investitionen im Dienstleistungsgewerbe höher als im verarbeitenden Gewerbe. Welchen Branchen sich dahinter verbergen, ist aufgrund von Datenschutzrestriktionen bei der Deutschen Bundesbank nicht ausweisbar.

Alles in allem zeigen die Daten, dass KMU als Investoren in den nMS nur eine geringe Rolle spielen. Dies ist jedoch kein Spezifikum der nMS, denn auch in anderen Regionen ist die Zahl der KMU als Investoren ähnlich gering. Gemessen an der Investitionssumme ist die Präsenz von KMU in den nMS höher als in anderen Regionen, etwa den EU-15-Ländern. Diese Unterschiede können jedoch dadurch verzerrt sein, dass der Erfassungsgrad der Größenordnung je nach betrachteter Region schwankt.

Tabelle 2.3-6

Unmittelbare und mittelbare Direktinvestitionen deutscher Unternehmen im Ausland nach Größenklassen, Wirtschaftszweigen und Ländern 2005

Deutsche Investoren nach Wirtschaftszweig und Größe	nMS (einschl. Bulgarien und Rumänien)						Alle Länder		
	insgesamt	darunter:					insgesamt	darunter:	
		Polen	Rumänien	Slowakei	Ungarn	Tschechien		EU-27	EU-15
Alle Wirtschaftszweige (in Mio. Euro)	52.950	12.308	2.069	4.494	13.883	15.142	784.675	410.211	357.261
darunter: Investoren mit ... Beschäftigten (in %)									
1 bis 49	4,7	5,9	4,4	8,9	2,1	4,7	2,8	2,8	2,5
50 bis 99	1,2	2,2	4,8	0,6	1,0	0,5	0,6	0,8	0,8
100 bis 249	1,2	1,6	0,5	2,6	0,6	0,8	1,2	1,3	1,3
250 und mehr	87,4	82,3	86,2	84,9	90,8	88,1	92,1	91,8	92,5
darunter:									
Verarbeitendes Gewerbe gesamt ((in Mio. Euro)	17.955	3.903	592	1.807	5.306	5.522	223.018	95.545	77.590
darunter: Investoren mit ... Beschäftigten (in %)									
1 bis 49	0,7	0,5	0,2	0,4	0,3
50 bis 99	0,6	1,0	.	0,8	0,4	0,4	0,2	0,3	0,2
100 bis 249	1,3	1,9	.	1,1	1,1	1,2	0,8	1,0	0,9
250 und mehr	97,6	96,6	98,8	97,2	98,9	98,0	99,1	98,8	99,1
Dienstleistungen gesamt ((in Mio. Euro)	26.886	6.402	1.225	1.690	7.071	6.546	380.301	231.255	204.369
darunter: Investoren mit ... Beschäftigten (in %)									
1 bis 49	7,5	9,4	6,9	22,0	3,4	9,3	4,9	4,1	3,6
50 bis 99	1,5	3,2	.	.	1,1	0,6	0,6	0,7	0,6
100 bis 249	0,9	0,5	.	.	0,2	0,3	1,5	1,5	1,6
250 und mehr	79,7	72,2	80,1	65,7	85,9	76,8	87,3	88,5	89,7

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Die Aussagekraft der Statistik in Hinblick auf die Investitionstätigkeit von KMU ist zudem deshalb eingeschränkt, weil ab dem Jahr 2002 die Meldepflichten für die ausländischen Investitionsobjekte vereinheitlicht wurden. Bei Mehrheitsbeteiligungen deutscher Unternehmen im Ausland wurde sie 2002 erhöht. Gemeldet werden seitdem ausländische Objekte mit einer Bilanzsumme von 3 Mio. Euro anstatt wie vorher 0,5 Mio. Euro. Bei Minderheitsbeteiligungen wurde die Meldegrenze dagegen auf diesen Wert herabgesetzt. Insgesamt gesehen entfiel die Meldepflicht für ca. 11.500 ausländische Investitionsobjekte. Dadurch wurde das gemeldete Volumen der Direktinvestitionen um ca. 7 Mrd. Euro gemindert.⁴³ Die Zahl der meldenden deutschen Unternehmen mit Direktinvestitionen in den nMS ging drastisch zurück. 2001 meldeten noch 4.311 Unternehmen, 2002 nur noch 2.492. Gleichwohl nahm der Umfang der Direktinvestitionen weiter zu (Tabelle 2.3-7). Unter der Annahme, dass kleine Investitionsobjekte in den nMS eher von kleinen als von großen Unternehmen betrieben wer-

⁴³ Vgl. Deutsche Bundesbank (2006a). Die Meldepflichten wurden auch davor mehrmals geändert, zuletzt im Jahr 1999; vgl. Lippner (2003).

den, kann davon ausgegangen werden, dass insbesondere die Aktivitäten deutscher KMU und vor allem Investitionen kleinerer Unternehmen nicht mehr vollständig erfasst werden.

Tabelle 2.3-7
Deutsche Investoren und Direktinvestitionen in den nMS* 1995 bis 2005

	Deutsche Unternehmen	Direktinvestitionen In Mill. Euro	Umsatz In Mill. Euro	Beschäftigte In Tsd.
1995	1.823	5.657	15,2	257
1996	2.279	7.980	23,7	343
1997	2.807	10.529	34,4	412
1998	3.348	14.534	47,3	501
1999	3.625	17.998	57,0	559
2000	3.999	23.617	75,5	645
2001	4.311	27.624	87,5	693
2002	2.492	28.857	96,9	670
2003	2.475	29.483	96,6	656
2004	2.563	36.022	107,6	670
2005	2.695	43.639	128,0	721

* Bis einschließlich 1997 ohne Estland.

Quellen: Deutsche Bundesbank; Berechnungen des DIW Berlin.

Die Zahl der KMU als Investoren wird von der Statistik der Direktinvestitionen somit wohl deutlich unterschätzt. Jedoch dürfte dies weniger starke Auswirkungen auf den Anteil von KMU am Volumen der Direktinvestitionen haben.

2.3.3 Verlagerungen

Anhaltspunkte für die Bedeutung von Verlagerungen für KMU bietet das IAB-Betriebspanel. In der Umfrage 2004 wurde auch danach gefragt, ob der Betrieb plant, in den nächsten zwei Jahren die gesamte Produktion oder Teile davon in die nMS zu verlegen. Unter den Betrieben des verarbeitenden Gewerbes haben 4 % Verlagerungsabsichten gehabt.⁴⁴ Wie die Aufbereitung nach Größenklassen zeigt, war der Anteil der Verlagerungswilligen bei den größeren Betrieben höher als bei den kleinen (Tabelle 2.3-8). Bemerkenswert ist, dass solche Betriebe, die bereits in die nMS exportieren, eher Verlagerungen geplant haben als solche ohne Exporte in die nMS. Betriebe des produktionsnahen Dienstleistungsgewerbes haben praktisch keine Verlagerungsabsichten geäußert.

Aus einer Umfrage des DIW Berlin bei Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes und produktionsnaher Dienstleistungszweige in den neuen Ländern können auch größenspezifische Informationen über bisherige und künftige Verlagerungen gewonnen werden. Die dazu erhobenen Informationen beinhalten

⁴⁴ Von den Betrieben des produktionsnahen Dienstleistungsgewerbes haben nur wenige Betriebe die Frage beantwortet. Daher wurde auf eine Auswertung verzichtet.

ten neben den Verlagerungen nach den Zielländern auch Fragen zu den damit verbundenen Beschäftigungseffekten.⁴⁵

Tabelle 2.3-8
Pläne von Betrieben im verarbeitenden Gewerbe zur Verlagerung von Kapazitäten 2004
 In %

	Betriebe, die in den nächsten beiden Jahren Kapazitäten in die nMS ... wollen		Gesamt
	verlagern	nicht verlagern	
Unternehmen mit ... Beschäftigten			
1 bis 9	4	96	100
10 bis 19	1	99	100
20 bis 49	3	97	100
50 bis 99	7	93	100
100 bis 249	7	93	100
250 bis 499	9	91	100
500 und mehr	19	81	100
Gesamt	4	96	100
Unternehmen ... Exporten (2003) in die nMS			
ohne	4	96	100
mit	8	92	100
Gesamt	4	96	100

N = 136.700 (hochgerechnet).

Quellen: IAB; Berechnungen des DIW Berlin.

Auslagerungen von Arbeitsplätzen oder Betriebsteilen aus den bestehenden Standorten sind demzufolge vergleichsweise selten. 3 % der Unternehmen (mit 8 % der Beschäftigten) haben Kapazitäten ausgelagert.⁴⁶ Der überwiegende Teil der Kapazitäten wurde in die östlichen Anrainerstaaten verlagert, also nach Polen, Tschechien, Slowakei und Ungarn. Unter den im Auslandsbesitz befindlichen Unternehmen war der Anteil der Verlagerungen überdurchschnittlich hoch. Auffällig ist auch, dass unter den größeren Unternehmen Auslagerungen häufiger vorgekommen sind als unter kleinen. In den Branchen Fahrzeugbau und chemische Industrie und in Teilen der Elektroindustrie sind Abwanderungen ebenfalls vergleichsweise häufig.

Für die nähere Zukunft zeichnen sich den Umfrageergebnissen zufolge ähnlich häufige Kapazitätsverlagerungen ab wie in der Vergangenheit. So gaben 5 % der Unternehmen (mit 10 % der Beschäftigung) an, dass sie für die nächsten beiden Jahre überregionale räumliche Veränderungen vornehmen wollen. Weitere 10 % (mit 13 % der Beschäftigung) schließen die Möglichkeit von Kapazitätsverlage-

⁴⁵ Insgesamt nahmen rund 6.200 Unternehmen teil, rund 4.800 Unternehmen (mit knapp 133.000 Beschäftigten Ende 2003) zählen zum verarbeitenden Gewerbe, 1.300 Unternehmen (mit knapp 28.000 Beschäftigten) sind unternehmensnahe Dienstleistungsunternehmen; vgl. Eickelpasch, Pfeiffer (2006).

⁴⁶ In einigen wenigen Fällen wurden in den beiden letzten Jahren Kapazitäten sowohl herverlagert als auch ausgelagert.

rungen nicht prinzipiell aus, lassen jedoch offen, ob diese zugunsten des jeweiligen Standortes vorgenommen werden oder zu seinen Lasten. 85 % der Unternehmen (mit 77 % der Beschäftigung) gaben zum Befragungszeitpunkt an, keine Standortverlagerungen zu planen.

Der überwiegende Teil der Unternehmen mit Verlagerungen (4 %) plant den Abzug von Kapazitäten, vornehmlich ins Ausland (3 %). Im Mittelpunkt stehen dabei Verlagerungen in benachbarte mitteleuropäische Länder, vor allem nach Polen, Tschechien, Slowakische Republik und Ungarn. Es sind jedoch auch Verlagerungen in den asiatischen Wirtschaftsraum vorgesehen, insbesondere nach China. Unter den Unternehmen, die auslagern wollen, finden sich nicht nur Unternehmen im westdeutschen oder ausländischen Besitz. Auch Unternehmen mit heimischem Eigentümer, meist größere, haben derartige Pläne. Besonders hoch ist der Anteil der Auslagerungswilligen im Fahrzeugbau und in der Elektrotechnik.

Ein Motiv für Verlagerungen ist der starke Konkurrenzdruck des Auslandes. So ist der Anteil der Unternehmen mit Verlagerungsplänen besonders groß bei denen, die ihre Hauptkonkurrenten im Ausland sehen und besonders gering bei den Unternehmen mit Konkurrenten in ihrer unmittelbaren Umgebung bzw. anderswo in den neuen Ländern.

Die Auslagerungen von Kapazitäten in auswärtige Standorte werden sich unterschiedlich auf die Beschäftigung in den Betrieben auswirken: Ein Fünftel der Unternehmen konnte oder wollte die Wirkungen nicht abschätzen. Zwei Fünftel der Unternehmen rechnen mit einem mehr oder minder starken Rückgang der Beschäftigung. Bei knapp einem Drittel werden die Auslagerungen das Beschäftigungsniveau im Saldo nicht verändern, und bei einem Zehntel soll die Beschäftigung zunehmen. Dies überrascht zunächst. Zu bedenken ist jedoch, dass nicht jede Verlagerung aus Gründen der Rationalisierung stattfindet. So ist bekannt, dass Unternehmen einen Teil ihrer Produktion in das Ausland verlagern, um dadurch ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Ebenso ist denkbar, dass Teile des Vertriebs oder des Kundendienstes in die jeweiligen Zielländer verlagert werden und sich dadurch Marktvorteile ergeben.

Alles in allem bestätigen die Ergebnisse die These, dass Verlagerungen eher die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Kapazitäten stärken als einen Abbau von Kapazitäten in Deutschland nach sich ziehen.

2.3.4 Kooperationen

Für die Untersuchung von Kooperationen der KMU mit den nMS konnten die Informationen der Evaluation des Programms „Netzwerk internationale Technologiekooperation“ (intec.net) des BMWI genutzt werden. Die an diesem Programm beteiligten KMU wurden unter anderem nach dem Sitz ihrer Kooperationspartner, der Art der Kooperation (Forschung und Entwicklung, Vertrieb, Markterschlie-

ßung, Produktion, Vorleistungsbezug) und den damit verbundenen Zielen schriftlich befragt. Beteiligt haben sich 123 KMU, deren Kooperationen in einem der nMS gefördert wurden.

Die Befragung zeigt, dass die meisten Unternehmen mit Partnern in Polen, Ungarn, der Tschechischen Republik und der Slowakei kooperieren (Tabelle 2.3-9). Häufig arbeiten sie mit Partnern in mehr als einem Land. Bei den Kleinstunternehmen (weniger als 10 Beschäftigten) ist das Kooperationsverhalten ähnlich dem der etwas größeren. Auffällig ist allein, dass sie häufiger mit Partnern in den baltischen Staaten kooperieren als die größeren.

Tabelle 2.3-9

Unternehmen, die im Jahr 2006 im Rahmen des intec-Programms mit Partnern in den nMS kooperieren
Anteil in %

	Unternehmen mit ... Beschäftigten			Gesamt
	1 bis 9	10 bis 49	50 und mehr	
Estland	28	19	29	25
Lettland	30	15	15	20
Litauen	36	18	20	24
Polen	50	61	76	62
Slowakei	32	27	36	31
Slowenien	0	18	15	12
Tschechien	52	51	55	52
Ungarn	44	49	52	48

N = 123.

Quelle: Befragung der Prognos AG vom Herbst 2006.

Tabelle 2.3-10

Unternehmen, die im Jahr 2006 im Rahmen des intec-Programms mit Partnern in den nMS kooperieren, nach der Art der Kooperation
In %

	Gesamt	darunter:		
		FuE	Vertrieb	Produktion
Estland	25	32	76	8
Lettland	20	24	81	19
Litauen	24	33	76	19
Polen	62	38	57	26
Slowakei	31	27	67	23
Slowenien	12	45	64	27
Tschechien	52	31	65	40
Ungarn	48	33	71	19

N = 123.

Quelle: Befragung der Prognos AG vom Herbst 2006.

Die Kooperationen umfassen sowohl Kooperationen in der Produktion, als auch Kooperationen in FuE und im Vertrieb. Am häufigsten werden jedoch Vertriebskooperationen praktiziert, und zwar in allen Ländern (Tabelle 2.3-10). Auch hinsichtlich der FuE-Kooperationen sind keine Präferenzen für eines

der nMS erkennbar. Dagegen zeigt sich bei Kooperationen im Rahmen der Produktion, dass die baltischen Staaten offenbar von geringerem Interesse sind als Polen, die Tschechische Republik, die Slowakei oder Slowenien.

Die Unterschiede in der Art der Kooperation spiegeln die unterschiedlichen Ziele, die die Unternehmen mit der Kooperation verfolgen. Im Vordergrund steht die Absicht, neue Märkte zu erschließen und die eigenen Produkte im Zielland zu vertreiben. Dementsprechend haben sich drei Viertel der beteiligten Unternehmen geäußert (Tabelle 2.3-11). In zweiter Linie geht es um den Erwerb von Wissen und Technologien und erst in dritter Linie um die Möglichkeit, durch Auslagerungen von Produktionsstufen Kosten zu reduzieren.

Tabelle 2.3-11

Unternehmen, die im Jahr 2006 im Rahmen des intec-Programms mit Partnern in den nMS kooperieren, nach den Zielen der Kooperation
 In %

	Stellenwert des Motivs ist ...					Gesamt
	niedrig	eher niedrig	neutral	eher hoch	hoch	
Erschließung neuer Märkte	2	5	15	25	53	100
Wissens- und Technologieerwerb	9	14	26	27	25	100
Kostenreduktion	20	19	26	21	15	100
Bezug von Vorleistungen	25	13	29	21	11	100
Neue Prozesse und Verfahren	34	18	22	17	9	100
Personalrekrutierung	46	21	18	11	4	100
Verlagerung von Produktion	54	27	12	6	2	100

N = 123.

Quelle: Befragung der Prognos AG vom Herbst 2006.

2.3.5 Gesamtbetrachtung mehrerer Kooperationsformen

Die bisher vorgestellten Studien haben einen differenzierten Einblick in Entwicklung und Struktur von ausgewählten Formen des wirtschaftlichen Austauschs von KMU auch in sektoraler Differenzierung gegeben. In der folgenden Gesamtbetrachtung sollen die verschiedenen Formen des wirtschaftlichen Austauschs gegenübergestellt werden. Dazu wurden verschiedene Datenquellen genutzt.

Einen Überblick über die verschiedenen Formen der außenwirtschaftlichen Beziehungen von KMU mit den nMS gibt eine Unternehmensumfrage des DIHK von 2005.⁴⁷ An der Umfrage nahmen knapp 4.400 Unternehmen teil, überwiegend mittelgroße Unternehmen. Der Umfrage zufolge sehen knapp 70 % der Unternehmen die nMS als einen wichtigen Zielmarkt an. Diese Region steht damit an zwei-

⁴⁷ Vgl. DIHK (2005). 12 % der Unternehmen sind Kleinunternehmen (bis 500 Tsd. Euro Jahresumsatz), 53 % mittelständisch (Jahresumsatz von 500 Tausend bis 10 Mio. Euro), 22 % größere Mittelständler (10 bis 50 Mio. Euro Jahresumsatz) und 12 % große Unternehmen (über 50 Mio. Euro Jahresumsatz).

ter Stelle in der Bedeutung der Auslandsmärkte, nach den EU-15-Staaten und vor den Märkten in Asien, Nordamerika und Russland.

Am wichtigsten ist der Export. Knapp 80 % der Unternehmen haben dies angegeben. 36 % der Unternehmen beziehen Waren oder Leistungen aus den nMS und jeweils ein Fünftel unterhält Kooperationsbeziehungen, Vertriebsbüros oder Tochterunternehmen in den nMS. Das Auslandsengagement in Hinblick auf die nMS unterscheidet sich damit nicht gravierend vom Engagement der Unternehmen in den anderen Zielregionen. Auch dort stehen Export und Vertrieb der eigenen Produkte im Vordergrund.

Über die statistischen Angaben hinaus wurden die Unternehmen auch nach den Geschäftsaussichten im Ausland gefragt. Demzufolge erwarten die Unternehmen vor allem für Polen, Tschechien, Ungarn, Rumänien und Bulgarien günstige Entwicklungsperspektiven. Die Umfrage wurde im Jahr 2006 wiederholt und kommt zu ähnlichen Ergebnissen.⁴⁸

Eine zweite Datenquelle ist eine Unternehmensumfrage, die der Verband Vereine Creditreform e.V. (VVC) für den Mittelstandsmonitor 2005 durchgeführt hat.⁴⁹ Während die Umfrage des DIHK überwiegend mittelgroße Unternehmen befragt hat und damit ein Bild für die mittelständische Wirtschaft vermittelt, liegt der Schwerpunkt der Untersuchung des VVC bei den kleineren Unternehmen.⁵⁰ Gefragt wurde unter anderem nach Stand und Plänen von Export- und Importtätigkeit mit sowie Direktinvestitionen in den nMS. 25 % der Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe waren 2004 in den nMS tätig, 21 % exportierten ihre Waren in die nMS, 8 % von ihnen importierten Waren und 2 % investierten dort. Im Dienstleistungsgewerbe waren die außenwirtschaftlichen Beziehungen erwartungsgemäß schwächer ausgeprägt. 13 % der Unternehmen waren in den nMS tätig, überwiegend im Export.

Die Umfrage gibt auch Aufschluss über das künftige Engagement und über die Gründe, darauf zu verzichten. Demnach wollen 9 % der Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes Geschäftsbeziehungen aufnehmen. Diejenigen, die darauf verzichten wollten, nannten als Gründe sprachliche oder kulturelle Barrieren und bürokratische Hemmnisse.

Schließlich geben die Daten aus dem ENSR Enterprise Survey 2003⁵¹ Aufschluss über die Aktivitäten von KMU in den nMS. Diese im Auftrag der EU-Kommission durchgeführte Umfrage enthält Informationen über KMU in 19 europäischen Ländern. Im Rahmen der Umfrage im Jahre 2003 wurden

⁴⁸ Vgl. DIHK (2006).

⁴⁹ Vgl. KfW, Creditreform, IfM, RWI, ZEW (2005).

⁵⁰ An der Umfrage nahmen 4.044 Unternehmen teil. 42 % der beteiligten Unternehmen beschäftigen bis zu 10 Mitarbeiter, 35 % 11 bis 50 Mitarbeiter.

⁵¹ Vgl. European Commission (2004). An der Umfrage haben 698 deutsche Unternehmen teilgenommen, knapp drei Viertel von ihnen mit weniger als 10 Beschäftigten.

auch Informationen zur Internationalisierung der KMU (Export, Import, Niederlassungen, Joint ventures) und zu ihren Reaktionen auf die EU-Osterweiterung erfragt.

Die wichtigsten Zielländer sind demzufolge die Tschechische Republik und Polen, mit denen 8 % bzw. 5 % der Befragten Geschäftsbeziehungen unterhalten. Die meisten dieser Unternehmen bedienen damit den Markt im Zielland, und der geringere Teil unterhält Produktionsstätten für den heimischen Markt.

2.4 Zwischenfazit

Das Potenzial für ein weiteres Engagement in den nMS ist, soweit aus dem aktuellen Bild erkennbar, vorhanden.

- Der wirtschaftliche Austausch mit den nMS ist in den Jahren seit 1995, also bereits vor dem Beitritt der Reformländer, deutlich angestiegen und – im Durchschnitt – stärker expandiert als der Austausch mit anderen Regionen. Nach dem Beitritt hat der Anstieg des Warenaustauschs nochmals zugenommen.
- Die wichtigsten Partnerländer Deutschlands sind für alle Formen der außenwirtschaftlichen Beziehungen die großen Länder Polen, Tschechische Republik, Ungarn, Slowakei. Die seit Januar 2007 hinzugetretenen Länder Rumänien und Bulgarien sind demgegenüber zwar relativ unbedeutend, aber immer noch gewichtiger als die baltischen Staaten.

Weiterhin zeigt die Sekundäranalyse in Bezug auf Branchen und Unternehmensgrößen folgende Differenzierungen:

- Die traditionell in Deutschland starken Branchen Fahrzeug- und Maschinenbau, Elektrotechnik und chemische Industrie dominieren den Export. Die Bedeutung des intraindustriellen Handels nimmt zu und die des interindustriellen Handels ab. Die Handelsmuster gleichen sich somit dem Muster an, das für die EU-15-Länder besteht.
- Der Handel mit Dienstleistungen expandiert stark, insbesondere derjenige mit technologischen Dienstleistungen. Seit 2004 ist eine erhebliche Dynamik zu konstatieren, die sich in einem verstärkten Handel von EDV-Leistungen und ingenieurtechnischen Leistungen in die nMS niederschlägt. Bei Patenten und FuE findet der Austausch fast vollständig zwischen eigentumsrechtlich verbundenen Unternehmen statt, und hier vor allem im Investitionsgütergewerbe.
- Der Bestand an Direktinvestitionen ist kräftig gestiegen. Im Zuge dessen auch Produktion und Beschäftigung in den Produktionsstätten in den nMS. Negative Auswirkungen auf die heimische Beschäftigung sind dabei nicht zu erkennen.

- Unter den kleinen Unternehmen ist der Anteil der in die nMS exportierenden Unternehmen deutlich geringer ist als bei den großen Unternehmen, sowohl im verarbeitenden Gewerbe als auch im unternehmensnahen Dienstleistungsgewerbe. KMU sind in den nMS deutlich weniger aktiv als in anderen Regionen, insbesondere im Vergleich mit den alten EU-Ländern.
- Direktinvestitionen in den nMS werden vor allem von großen Unternehmen vorgenommen. KMU spielen – zumindest was die Investitionssumme betrifft – als Investoren eine geringe Rolle, jedoch immerhin eine größere als in anderen Zielregionen.
- Auch Verlagerungen sind bei KMU seltener als bei großen Unternehmen. Negative Beschäftigungseffekte in heimischen Betriebsstätten, die mit Verlagerungen von Kapazitäten in die nMS in Verbindung gebracht werden könnten, sind allein schon aus diesem Grund unwahrscheinlich.
- Das wichtigste Motiv für KMU, grenzüberschreitend tätig zu werden, ist die Erschließung neuer Märkte in den nMS. Dies erfolgt in der Regel von Deutschland aus. Eigene Vertriebsstätten sind bei KMU seltener als bei größeren Unternehmen.

3 Wirtschaftliche Aktivitäten und Kooperationen von KMU in den nMS: Ergebnisse der Fallstudien

3.1 Ziel, Ansatz, Informationsgrundlagen

Im vorigen Abschnitt wurde ein Überblick über Entwicklung und Struktur der wirtschaftlichen Aktivitäten von KMU in den nMS gegeben. Ziel dieses Kapitels ist es, darauf aufbauend

- die Besonderheiten des wirtschaftlichen Austauschs von KMU herauszuarbeiten und die Rolle der Außenwirtschaftsförderung einzuschätzen sowie
- für ausgewählte nMS die länderspezifischen Umfeldbedingungen für deutsche KMU zu untersuchen.

Dazu wurden Informationen bei ausgewählten KMU und in ausgewählten Ländern direkt erhoben.

Erstes Kriterium für die Auswahl von KMU war die Exporttätigkeit dieser Unternehmen mit Partnern in den nMS.

Weitere Kriterien waren Branchenzugehörigkeit und Unternehmensgröße. Entsprechend der Analysen aus Kapitel zwei ergibt sich erstens, dass vor allem Unternehmen der in Deutschland traditionell starken Branchen des Investitionsgütergewerbes (Fahrzeug- und Maschinenbau, Elektrotechnik und chemische Industrie) ausgewählt wurden. Aus dem Dienstleistungssektor sind Unternehmen einbezogen worden, die auf technologische Dienstleistungen (EDV, FuE- und Ingenieurdienste) spezialisiert sind. Zweitens wurde innerhalb der Gruppe der KMU nach der Größe differenziert, da gezeigt werden konnte, dass größere Unternehmen in den nMS stärker engagiert sind als kleinere.

Auf Grundlage von Vorrecherchen und Adresslisten wurden gut 60 Unternehmen kontaktiert, von denen 43 für ein Gespräch entweder persönlich oder telefonisch zur Verfügung standen (Übersicht 3.1-1). Die Gespräche über wirtschaftliche Aktivitäten in den nMS, insbesondere ihre Kooperationen, und die Rolle der Außenwirtschaftsförderung wurden auf Grundlage eines überwiegend offen strukturierten Interviewleitfadens durchgeführt.

Darüber hinaus wurden auch 16 Interviews mit Vertretern der deutschen Außenwirtschaftsförderung (AHKs, bfai sowie Botschaften), mit Vertretern von Dach- und Fachverbänden wie Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Verband beratender Ingenieure (VBI), Verband unabhängiger beratender Ingenieure und Consultants (vubic), Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft (BDWi)

sowie mit Vertretern der Europäischen Kommission (GD Industry and Enterprise) geführt.⁵² Diese Gespräche dienten zum einen dazu, Einschätzungen für die Länderfallstudien einzuholen, zum anderen, um branchen- und unternehmensgrößenspezifische Kooperationspotenziale und eventuelle Fördermaßnahmen zu diskutieren.

Übersicht 3.1-1
Befragte Vertreter von KMU, Kammern und Verbänden

	Beschäftigte			Interviews insgesamt
	Bis 20	> 20 bis < 100	> 100 bis < 250	
Produzierendes Gewerbe				
Fahrzeugbau	1	2	1	4
Maschinenbau	1	4	5	10
Elektrotechnik	2	2	3	7
Chemie	3	3	3	9
Handwerk	1	2	0	3
Technische Dienstleister				
Informationstechnologie	1	0	0	1
Forschung und Entwicklung	1	0	0	1
Architekten, Ingenieure	3	2	2	7
Logistik	0	0	1	1
KMU gesamt	13	15	15	43
AHKs, Fachverbände etc.	X	X	X	16
Insgesamt	X	X	X	59

Die Auswahl der nMS erfolgte im Einvernehmen mit dem BMWI nach ihrer aktuellen und künftigen Bedeutung für KMU. Ausgewählt wurden Polen, Slowenien, Rumänien und Tschechien.

Angesichts der schmalen Datenbasis können die Gesprächsergebnisse nicht als repräsentativ gelten. Gleichwohl erlauben sie belastbare Aussagen zum Kooperationsverhalten deutscher KMU in den nMS sowie zur Inanspruchnahme der deutschen Außenwirtschaftsförderung.

3.2 Wirtschaftliche Aktivitäten der befragten KMU

3.2.1 Strukturmerkmale, Marktstellung und Entwicklungsperspektiven

Im Folgenden werden die Unternehmen nach grundlegenden und spezifischen Merkmalen soweit für die Untersuchung relevant beschrieben.

Die überwiegende Mehrzahl der interviewten Unternehmen ist älter als fünf Jahre, nur sieben Prozent sind Neugründungen (Tabelle 3.2-1).

⁵² Vgl. für eine Übersicht der befragten KMU und Verbände etc. Anhang.

Tabelle 3.2-1
Alter, Export und FuE-Intensität der befragten KMU

	Anzahl	In %
Alter		
bis 5 Jahre	3	7
6 und mehr Jahre	40	93
Exportquote		
größer 0 bis kleiner 20 %	11	31
mehr als 20 bis unter 50 %	8	22
mehr als 50 %	17	47
keine Angabe	7	
Anteil der FuE-Ausgaben am Umsatz		
0 %	13	35
1 bis unter 5 %	7	19
6 bis unter 10 %	10	27
mehr als 10 %	7	19
keine Angabe	6	

N = 43

Quelle: Prognos AG.

Die aktuellen Exportaktivitäten der befragten Unternehmen sind vergleichsweise stark ausgeprägt. Knapp die Hälfte der Unternehmen hat eine Exportquote von über 50 %, bei gut einem Fünftel liegt die Exportquote zwischen 20 und 50 %, knapp 30 % weist unter 20 % auf. Die durchschnittliche Exportquote dieses Samples liegt bei 51 % und ist damit höher als in vergleichbaren Untersuchungen.⁵³

Zwei Drittel aller Unternehmen führen Forschung und Entwicklung (FuE) durch. Ein gutes Fünftel sogar auf quantitativ hohem Niveau mit FuE-Ausgaben am Umsatz von mehr als 10 %.

In die Untersuchung einbezogen worden sind vor allem Unternehmen aus den wirtschaftlich starken Ländern Bayern (13), Nordrhein-Westfalen (12) sowie Baden-Württemberg und Sachsen (jeweils 4). Sie repräsentieren über 70 % aller berücksichtigten Unternehmen. Aus den übrigen Bundesländern Brandenburg, Bremen, Hessen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen sind jeweils nur einzelne Unternehmen im Untersuchungssample vertreten. Nicht beteiligt an der Untersuchung sind Unternehmen aus Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg und dem Saarland.

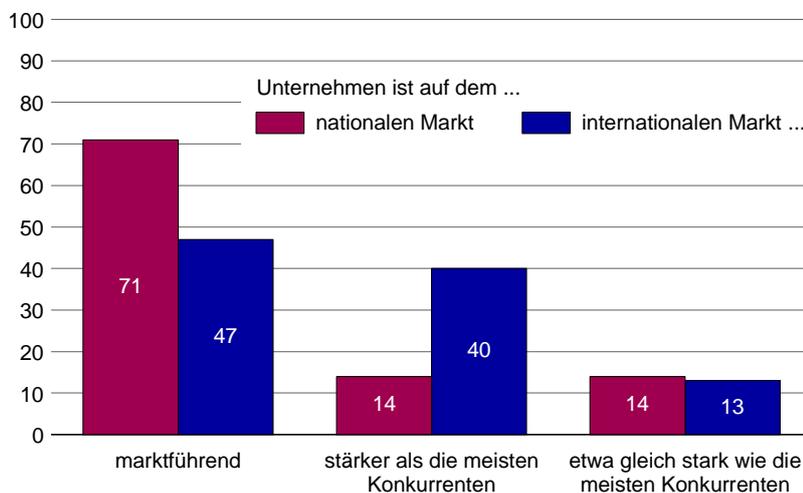
Die Mehrzahl der erfassten Unternehmen schätzt ihre eigene Position auf ihren relevanten Absatzmärkten als dominierend ein. Dabei wird zwischen dem nationalen und internationalen Markt unterschieden. Über 70 % der Unternehmen sind auf nationalen Märkten führend, jeweils nur 14 % nehmen eine weniger starke Marktposition ein. Auf internationalen Märkten sehen sich deutlich weniger Un-

⁵³ Hauser hat für seine aus dem Institut für Mittelstandsforschung heraus verwendete Stichprobe eine durchschnittliche Exportquote von 38 % berechnet (2006, S.198); die Untersuchung des DIHK (2005, S.9) benennt eine durchschnittliche Exportquote von ebenfalls 38 %. Beide Studien verweisen darauf, dass die Exportquoten in den Jahren zuvor gestiegen sind und weiter steigen.

ternehmen als Marktführer an (47 %), dafür positionieren sich vergleichsweise mehr Unternehmen im Feld derjenigen Unternehmen, die zumeist besser als ihre Konkurrenten sind (40 %, Abbildung 3.2-1).

Weitgehend unabhängig von der aktuellen Marktposition schätzen die Unternehmen ihre Wachstumsperspektiven positiv ein: Über 90 % gaben an, dass sie die weitere wirtschaftliche Entwicklung ihres Unternehmens positiv einschätzen, knapp ein Zehntel geht von einer gleich bleibenden Entwicklung aus. Eine eher skeptische Einschätzung traf kein Unternehmen.

Abbildung 3.2-1
Marktstellung der befragten KMU
In %



N = 26

Quelle: Prognos AG.

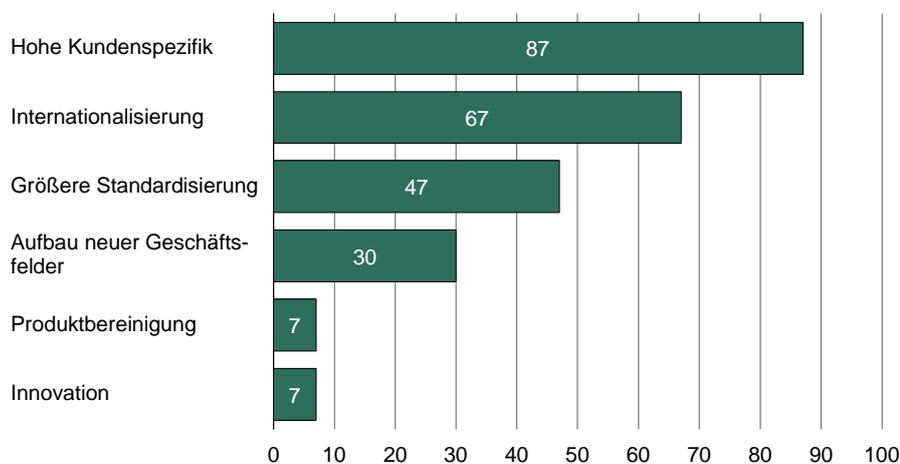
Die Unternehmensstrategien der untersuchten KMU sind geprägt von hoher Kundenspezifität bei der Leistungserstellung einerseits und Ausrichtung auf internationale Märkte andererseits (Abbildung 3.2-2). Wie sich jedoch in einigen Gesprächen auch zeigte, schließt Kundenspezifität andere strategische Ansätze einer Internationalisierung nicht aus. Bei größeren Mittelständlern, z.B. aus dem Maschinenbau, stellt die Standardisierung durch Modularisierung von Baugruppen bzw. Halbfertiggütern eine wichtige Möglichkeit dar, Kosten einzusparen.⁵⁴

Auch ist die Internationalisierung nicht immer ein selbstverständlicher Bestandteil der Unternehmensaktivitäten. Vielmehr ist diese Strategie oft dem verschärften Wettbewerb um Marktanteile geschuldet, sofern nicht Alleinstellungsmerkmale aufgrund hoch innovativer Produktentwicklungen oder spezifi-

⁵⁴ Eine Ausnahme bildet ein Maschinenbauunternehmen, das von einem tschechischen Tochterunternehmen spezifische Zulieferungen erhält, die für das Unternehmen selbst von eminenter Bedeutung sind. Das war übri-

scher Dienstleistungsangebote bestehen. Als Reaktion auf die Internationalisierung von Märkten sind KMU gezwungen, sich den weltwirtschaftlichen Herausforderungen zu stellen. Natürlich werden in ausländischen Märkten auch Chancen für weiteres Wachstum gesehen. Die vielfach in der Literatur beschriebene Fokussierung von KMU auf lokale oder regionale Märkte ist jedoch ein Phänomen, das erst langsam abgelöst wird durch eine stärkere Internationalisierung.⁵⁵

Abbildung 3.2-2
Unternehmensstrategien der befragten KMU (Mehrfachnennungen)
In %



N = 39

Quelle: Prognos AG.

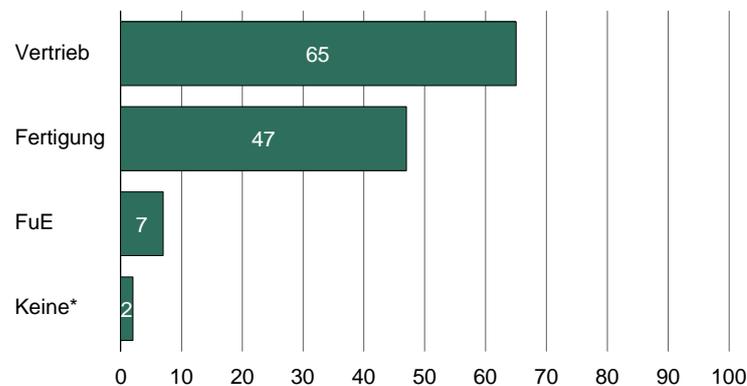
In einigen Fällen gehört auch der Aufbau neuer Geschäftsfelder zur Unternehmensstrategie. Als Reaktion auf Wettbewerber oder Kundenwünsche haben diese Unternehmen ihr Leistungsspektrum in den nMS erweitert.

Produktbereinigung und aktives Vorantreiben technologisch-industrieller Innovationen gehört nur in wenigen Fällen zum Portfolio der verfolgten Unternehmensstrategien. Die Mehrzahl der befragten KMU übernimmt mangels eigener Forschungsabteilungen Ergebnisse von außen und integriert diese in eigene Produkte bzw. Leistungen.

Welche Bedeutung messen die befragten Unternehmen nun der Zusammenarbeit mit Externen zu? Ganz eindeutig im Vordergrund steht die Kooperationen bei Markterschließungsaktivitäten bzw. beim Vertrieb (Abbildung 3.2-3).

gens auch der Grund, warum dieses Unternehmen Mitte der 90er Jahre in Tschechien übernommen worden ist; im weiteren decken sich die Ergebnisse mit dem Gutachten von Prognos (2007), S.41 ff.

Abbildung 3.2-3
Bedeutung von Kooperationsfeldern der befragten KMU (Mehrfachnennungen)
In %



N = 42

* Hierbei handelt es sich um ein aus Deutschland nach Rumänien übergesiedeltes Ingenieurbüro mit zwei Beschäftigten, das nicht über explizite Kooperationsbeziehungen verfügt.

Quelle: Prognos AG.

Zwei Drittel aller KMU gaben an, mit Externen zusammen zu arbeiten. Gefolgt wird die Vertriebskooperation von der Zusammenarbeit in der Fertigung. Zumeist handelt es sich hierbei um Zulieferbeziehungen, bei denen (Halb-)Fertigwaren von Externen in eigene Produkte eingebaut werden bzw. im Rahmen „schlüsselfertiger Leistungen“ wie in der Bauwirtschaft in das Angebot integriert werden. In Einzelfällen erstreckt sich die Zusammenarbeit in der Fertigung auch auf die Zusammenarbeit bei unerwarteten Nachfragespitzen bzw. die Herstellung von Losgrößen, die die eigenen Produktionskapazitäten übersteigen.

Die Zusammenarbeit mit Externen in Forschung und Entwicklung ist nur für wenige der befragten Unternehmen ein Thema. Oft wird diese Aktivität vom Geschäftsführer bzw. vom Management nicht gezielt und vor allem nicht regelmäßig betrieben, und eine Zusammenarbeit mit Externen wird aus Furcht vor Wissensabfluss gescheut. FuE wird vielmehr diskontinuierlich durchgeführt. Ein Phänomen, das in der Innovationsforschung bei KMU seit Jahren bekannt ist.⁵⁶ Diejenigen KMU, die FuE kontinuierlich betreiben, verfügen meistens über eine starke Marktstellung durch innovative Produkte. Der Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen kommt dabei eine wichtige komplementäre Funktion zu. Auffällig ist, dass bis auf zwei deutsche Unternehmen keinerlei Kontakte zu ausländischen

⁵⁵ Vgl. Welter (2002).

⁵⁶ Vgl. dazu die Evaluation des ersten großen Innovationsförderprogramms „Personalkostenzuschuss“ Ende der 70er bis Mitte der 80er Jahre, zusammenfassend: Meyer-Krahmer et al. (1982), S.120 ff.

FuE-Dienstleistern bestehen, weder aus dem wissenschaftlichen oder noch aus dem gewerblichen Bereich.

3.2.2 Wirtschaftlicher Austausch

3.2.2.1 Überblick

Die auf Grundlage der geführten Interviews erfassten Kooperationsaktivitäten wurden in eine Matrix wirtschaftlicher Aktivitäten übertragen. Der Intention der Studie folgend, das ganze Spektrum wirtschaftlicher Austauschbeziehungen zwischen deutschen KMU und den nMS soweit wie möglich abzubilden, kommt ein weiter Kooperationsbegriff zum Tragen. Er bezieht Absatz-, Einkaufs- und Zulieferbeziehungen ein ebenso wie die Gründung einer Niederlassung oder Direkt- bzw. so genannte Greenfield-Investments.⁵⁷ Durch die Aktivitätsmatrix werden zwei Aspekte herausgearbeitet:

- die Entwicklung bestimmter Kooperationsformen und
- die Relevanz von Kooperationsformen nach Ländern.

Hinzuweisen ist darauf, dass bei der Erfassung Schwerpunkte der wirtschaftlichen Aktivitäten in Verbindung mit Kooperationsaktivitäten abgefragt worden sind.

Die Ergebnisse zeigen, dass Berater-/Vertreterverträge vor allen (Kooperations-)Aktivitäten stehen (Abbildung 3.2-4). Für 31 der 42 befragten KMU sind diese Kooperationen von eminenter Bedeutung zur Erschließung ausländischer Märkte bzw. ausländischen Know-hows. Die perspektivische Betrachtung zeigt allerdings, dass dieses Potenzial bei den befragten KMU weitgehend ausgeschöpft ist. Künftig an Bedeutung zunehmen werden der Direktvertrieb, der Warenimport sowie der Aufbau eigener Kapazitäten vor Ort (Gründung einer Tochtergesellschaft/Niederlassung und Greenfield-Investments). Es bestehen Interdependenzen zwischen den verschiedenen Kategorien, vor allem zwischen Berater- und Vertreterverträgen und der Ausfuhr von Waren. Festzuhalten sind dabei mehrere Aspekte:

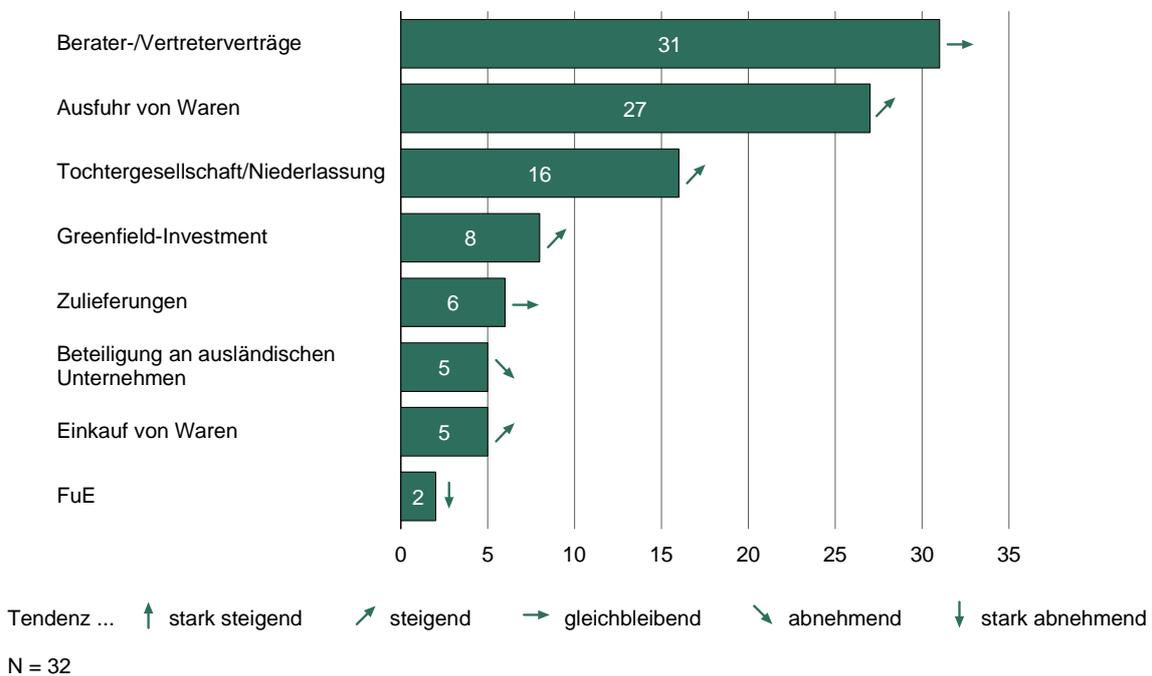
- Vertriebsaktivitäten gehen einher mit Handelsvertreterbeziehungen, in geringerem Maße mit Beteiligungen an ausländischen Unternehmen oder Gründung einer Niederlassung. Die Option des Direktvertriebs nutzen die KMU bis auf Bulgarien und Rumänien kaum. Franchising ist für die hier befragten KMU nicht relevant.
- Absatzaktivitäten über Handelsvertreter stehen in der Regel am Anfang einer Vertriebskooperation, erst später folgen wirtschaftlich bedeutendere Engagements wie Beteiligungen an ausländischen

⁵⁷ Um z.B. die Gründung einer kleinen Vertriebsniederlassung vom Aufbau einer größeren Produktionsstätte zu unterscheiden, wurden Greenfield-Investments gesondert einbezogen.

Unternehmen oder Gründung einer Niederlassung. Einige der befragten KMU hatten schon vor 1989 Vertriebsbeziehungen in die damaligen RGW-Länder.

- Wenige, vor allem größere KMU, starten gleich mit einer hohen Investition über Beteiligungen an ausländischen Unternehmen, Gründung einer Niederlassung oder Aufbau einer Produktion (Greenfield-Investment).

Abbildung 3.2-4
Stand und Perspektiven von wirtschaftlichem Austausch und Kooperationen der befragten KMU mit den nMS



Quelle: Prognos AG.

Die Etablierung von Zulieferbeziehungen sowie FuE-Kooperationen ist nur für eine kleinere Gruppe der befragten KMU von Relevanz. Wiederum zeigt die zeitliche Betrachtung, dass vor allem FuE-Kooperationen erst nach einer gewissen Zeit und nach der Sammlung von landesspezifischen Erfahrungen etabliert worden sind. Unmittelbare Engagements durch den Aufbau von Zulieferbeziehungen bilden die Ausnahme, wenn z.B. die Kunden bzw. Abnehmer dies verlangten oder wenn bereits durch heimische Mitarbeiter aus den jeweiligen Zielländern interessante Investitionsobjekte erfasst werden konnten.

Zu den wichtigsten Ländern für wirtschaftliche Aktivitäten und Kooperationen gehören Polen und Tschechien, gefolgt von Ungarn, Rumänien, Slowenien, Slowakei, Bulgarien und dem Baltikum

(Tabelle 3.2-2). Die Rangfolge dieser Länder entspricht dem wirtschaftlichen Gewicht, das ihnen im Kontext der Befunde von Kapitel zwei beigemessen worden ist.

Tabelle 3.2-2

Wirtschaftlicher Austausch und Kooperationen der befragten KMU nach Ländern

Kooperationsformen nach dem Grad ihrer Komplexität	Beginn ¹	Anzahl	In % ²	Perspektive ³	Beginn ¹	Anzahl	In % ²	Perspektive ³
	Baltikum				Bulgarien			
Ausfuhr von Waren	2002	2	40,0	3	2004	4	50,0	3
Einkauf von Waren								
Berater-/Vertreterverträge	1990	2	40,0	4	1995	2	25,0	4
Zulieferungen						1	12,5	2
FuE					2004	1	12,5	1
Beteiligung an ausländischen Unternehmen								
Tochtergesellschaft/ Niederlassung	1995	1	20,0	2				
Greenfield-Investment								
		5				8		
	Polen				Rumänien			
Ausfuhr von Waren	1997	8	29,6	3	2003	5	38,5	4
Einkauf von Waren								
Berater-/Vertreterverträge	2000	10	37,0	3	1998	4	30,8	4
Zulieferungen		1	3,7	2	1992	1	7,7	2
FuE	2004	1	3,7	1				
Beteiligung an ausländischen Unternehmen	2000	1	3,7	1				
Tochtergesellschaft/ Niederlassung	2001	6	22,2	4	2005	2	15,4	4
Greenfield-Investment					2003	1	7,7	3
		27				13		
	Slowakische Republik				Slowenien			
Ausfuhr von Waren	2005	2	20,0	3	1999	4	33,3	3
Einkauf von Waren								
Berater-/Vertreterverträge	2001	7	70,0	4	2001	6	50,0	4
Zulieferungen		1	10,0	2		1	8,3	2
FuE								
Beteiligung an ausländischen Unternehmen								
Tochtergesellschaft/ Niederlassung					1995	1	8,3	2
Greenfield-Investment								
		10				12		
	Tschechische Republik				Ungarn			
Ausfuhr von Waren	2001	5	24,9	3	1999	7	30,4	3
Einkauf von Waren								
Berater-/Vertreterverträge	1997	10	49,9	3	1998	9	39,1	3
Zulieferungen		1	5,0	2		1	4,3	2
FuE								
Beteiligung an ausländischen Unternehmen	1997	3	15,0	4				
Tochtergesellschaft/ Niederlassung	1994	1	5,0	3	2000	6	26,1	4
Greenfield-Investment	1996	0		4				
		20				23		

N = 32

¹ Mittelwert aller Nennungen je Land und Art der Kooperation.- ² Mittelwert (Spaltensumme = 100 %).- ³ Mittelwert.

Quelle: Prognos AG.

Gravierende länderspezifische Muster im Kooperationsverhalten lassen sich bei den in 2004 beigetretenen nMS nicht erkennen, bei den 2007 beigetretenen Ländern Bulgarien und Rumänien jedoch schon. Dort stehen Direktvertriebsaktivitäten vor dem Einsatz von Beratern und Vertretern im Vertrieb. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass die KMU in diesen Ländern noch keine größeren Vertriebsnetze über Berater und Vertreter etablieren konnten. Diese Einschätzung spiegelt die Absicht der überwiegenden Zahl der Unternehmen, perspektivisch Vertriebsnetze über Berater und Vertreter auszubauen.

Die meisten der befragten KMU sind nach der Jahrtausendwende in den nMS aktiv geworden. ein kleinerer Teil davor, teilweise zu Zeiten des RGW, teilweise in der Umbruchphase.

Wiederum zeigt die Betrachtung über die Zeit, dass einem Engagement mit positiven Erfahrungen in einem der nMS Engagements in anderen nMS folgen. Am häufigsten gilt dem Aufbau des Vertriebs das betriebliche Augenmerk.

3.2.2.2 Bestimmungsgründe und Wirkungen des Kooperationsverhaltens

Aus den bisherigen Darstellungen ist deutlich geworden, dass verschiedene Formen des Auslandsengagements existieren. Im Folgenden sollen diese stärker vor dem Hintergrund theoretischer und empirischer Erkenntnisse der Kooperationsforschung beleuchtet werden, und es sollen Unterschiede erstens innerhalb der Gruppe der KMU, zweitens zwischen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen herausgearbeitet werden.⁵⁸

Eine in der Kooperationsforschung anerkannte These besagt, dass Kooperation mit anderen Unternehmen eine Möglichkeit ist, die Nachteile der begrenzten Ressourcen zu überwinden.⁵⁹ Durch Kooperationen können KMU Kontrolle über externe Ressourcen erlangen, die große Unternehmen über ihre Hierarchien oder Eigentumsrechte kontrollieren. Auf diese Weise können KMU ähnliche Ausgangsbedingungen für ihre Wertschöpfung schaffen wie große Unternehmen.

Bekannt ist indes auch, dass große Unternehmen im Bereich der Massenproduktion mit kapitalintensiven Verfahren bzw. bei der Herstellung von Massenprodukten eindeutig einen Vorteil gegenüber kleinen Unternehmen haben, während KMU in Nischenmärkten und geografisch begrenzten Märkten im Vorteil sind. KMU wird bei geringeren Produktionsmengen oder Spezialprodukten eine starke

⁵⁸ Es kann inzwischen als Gemeinplatz gelten, dass KMU nicht als homogene Unternehmensgruppe betrachtet werden dürfen, sondern diese in Abhängigkeit von ihrem Leistungsspektrum, Branche und auch Größe differenziert betrachtet werden müssen; vgl. dazu etwa Storey (1994).

⁵⁹ Vgl. dazu Pfirrmann/Hornschild (1999).

Position attestiert. Sie gelten als flexibler und können leichter auf Veränderungen im Bereich der Nachfrage und der Technologie reagieren als große Unternehmen.⁶⁰

Indes hat in den vergangenen Jahrzehnten der Wettbewerb in vielen bisher als „sicher“ geltenden Marktnischen von KMU zugenommen. Die technologischen Entwicklungen haben es großen Unternehmen ermöglicht, ihre Produkte und Dienstleistungen besser an individuelle Kundenwünsche anzupassen als vorher. Ihren Kostenvorteil durch die Massenproduktion haben sie dabei bewahren können. Verbesserungen in den Kommunikations- und Vertriebssystemen haben schrittweise die Bedeutung der Distanz als Wettbewerbsbeschränkung reduziert. Hinzu gekommen sind liberalisierte Märkte wie der EU-Binnenmarkt, der den grenzüberschreitenden Austausch von Waren und Produktionsfaktoren erheblich erleichtert mithin intensiviert hat.

Die bereits in Kapitel 2 zitierte Umfrage im Rahmen des ENSR⁶¹ kommt zu dem Befund, dass unter den Bedingungen eines liberalisierten EU-Binnenmarktes KMU in zunehmendem Ausmaß einen Vorteil darin sehen, ihre Ressourcen mit anderen Unternehmen zu verbinden. KMU des verarbeitenden Gewerbes, die vorwiegend am Vertrieb ihrer Produkte interessiert sind, starten ihr Auslandsengagement zunächst mit dem Vertrieb ihrer Produkte über Vertreter oder Handelspartner. Bei erfolgreichem Start und entsprechender Marktgröße folgt der Aufbau einer eigenen Organisation oder Kauf bzw. Beteiligung an einem bestehenden Unternehmen. Damit decken sich diese Befunde weitgehend mit den zuvor betrachteten Analysen des DIHK sowie der KfW et al., die darauf hinweisen, dass am Anfang einer Kooperation im Ausland Markterschließungsaktivitäten stehen, gefolgt von so genannten Sourcing-Aktivitäten, d.h. dem Zukauf von Rohmaterialien und Vorprodukten für die Weiterverarbeitung von Produkten. Diese werden, nach erfolgreichem Engagement, um zusätzliche Kooperationsaktivitäten in anderen Unternehmensbereichen erweitert.⁶²

Die Auswertungen des ENSR-Unternehmenssamples nach Unternehmensgrößen zeigen, dass neben dem leichteren Zugang zu neuen und größeren Märkten Kleinstunternehmen auch zu Kooperationen neigen, um das Spektrum an Vorleistungen, Technologien und Know-how zu erweitern. Kleine Unternehmen orientieren sich stärker auf die Produktionskapazität und auf Kostenaspekte. Bei mittleren Unternehmen ist die Kostenreduktion der häufigste Grund, gefolgt vom Zugang zu Know-how und Technologien.

Diese Unterschiede zeigen, dass mit steigender Unternehmensgröße die Reduktion von Kosten als Kooperationsgrund an Bedeutung gewinnt. Die aufgeführten Kooperationsgründe von kleineren Unternehmen belegen, dass diese nach externen Kapazitäten suchen, um die Vielzahl an Produkten und

⁶⁰ Vgl. dazu Storey, a.a.O., S.43.

⁶¹ Vgl. a.a.O., S.9.

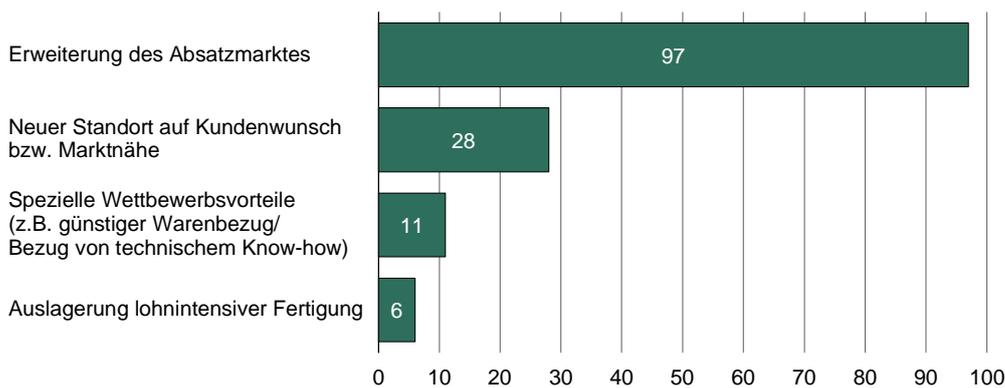
⁶² Vgl. DIHK (2006), S.19 sowie KfW, Creditreform, IfM, RWI, ZEW (2005).

Technologien bereitstellen zu können, die auf den sich rasch verändernden Märkten nachgefragt werden. Persönliche Kontakte, die sich im Rahmen einer KMU-Kooperation ergeben, können dabei wichtig sein, um sich Zugang zu neuen Absatzmöglichkeiten zu schaffen.

Wie stellen sich nun die Ergebnisse für das hier untersuchte Sample deutscher KMU in den nMS dar?

Die in den Interviews erfragten Gründe für Kooperationen korrespondieren wenig überraschend weitgehend mit den zuvor erarbeiteten Befunden aus der Aktivitätsmatrix. Zu berücksichtigen ist, dass es sich hierbei um Mehrfachnennungen handelt, mithin die befragten KMU oft mehr als einen Kooperationsgrund benannt haben (Abbildung 3.2-5).

Abbildung 3.2-5
Gründe bei den befragten KMU für wirtschaftlichen Austausch und Kooperation in den nMS (Mehrfachnennungen)
In %



N = 36

Quelle: Prognos AG.

Ganz eindeutig im Vordergrund steht für die KMU das Kooperationsmotiv „Erweiterung des Absatzmarktes“. Für nahezu alle Unternehmen (97 %) sind die nMS ein Absatzmarkt. Die Erschließung der Märkte in den nMS ist für viele der befragten KMU Resultat veränderter unternehmerischer Parameter. Genannt wurden dabei ein verschärfter Wettbewerb um Marktanteile bzw. zunehmende Konkurrenz durch ausländische, zumeist asiatische Unternehmen. Letztere können oft qualitativ nicht die gleichen Leistungen anbieten, sondern nur über den Preis konkurrieren. Die Konkurrenzunternehmen in den nMS wiederum werden qualitativ und preislich noch nicht als gleichwertig angesehen. Deutsche KMU mit starkem Wettbewerb erwarten neue Absatzchancen durch einen möglichst frühen Markteintritt in den nMS. Diejenigen, die über Produkte mit Alleinstellungsmerkmal verfügen, sehen in den nMS zu den bereits bedienten ausländischen Märkten zusätzliche Absatzpotenziale.

An zweiter Stelle folgt der Aspekt „Marktnähe“ bzw. „ein neuer Standort auf Kundenwunsch“ (28 %). Zum einen handelt es sich um Dienstleister, für die eine Vor-Ort-Tätigkeit unabdingbar für erfolgreiche kommerzielle Tätigkeit ist. Insbesondere die Bereitstellung von Dienstleistungen ist „peoples business“. Zum anderen besteht auch für produzierende mittelständische Unternehmen die Notwendigkeit zu Vor-Ort-Aktivitäten. Diese werden insbesondere notwendig, wenn den KMU in ihrer Funktion als Zulieferer für große Unternehmen signalisiert wird, dass bei einem Aufbau neuer Produktionswerke in den nMS die regionale Nähe der Zulieferer erwünscht ist. Um den Kunden nicht zu verlieren, ist dann ein Aufbau von eigenen Fertigungsstätten unabdingbar. In diesen Fällen ist die Kooperation mit einem hohen finanziellen und personellen Engagement verbunden, entweder durch Gründung einer Niederlassung oder durch ein Greenfield-Investment. Ein weiterer, in den Interviews genannter Grund für die Gründung einer neuen Betriebsstätte war, dass die jeweiligen Produkte nicht über Handelsvertreter vertrieben werden können, sondern der Betreuung durch eine Firmenniederlassung bzw. einem regionalen Servicestützpunkt bedürfen. Auch bei diesen Beispielen war die Kooperation mit einem hohen finanziellen und personellen Engagement verbunden.

Spezielle Wettbewerbsvorteile wurden insbesondere durch Maschinen- und Anlagenbauer benannt, die auf Basis etablierter Zuliefer- bzw. Kooperationsbeziehungen mit Partnerunternehmen in den nMS Leistungen für eigene Produkte nutzen können, die ihnen einen besonderen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

Im Unterschied zu den übrigen Nennungen stellt die Kategorie „Auslagerung lohnkostenintensiver Fertigung“ nur ein Randphänomen dar. Dieser Befund wird auch durch die folgende Auswertung unterstützt.

Im Unterschied zu den DIHK-Studien ist die Auslagerung von lohnkostenintensiver Fertigung für die Mehrzahl der befragten KMU kein Thema.⁶³ Der Aufbau einer neuen Fertigung in den nMS wurde dabei nicht in Betracht gezogen, weil die eigene Fertigungsstruktur das nicht zulässt. Aufgeführte Argumente waren:

- zu eng aufeinander abgestimmte Fertigungsschritte,
- Unsicherheiten bezüglich Qualität und Termintreue und
- zu niedrige Stückzahlen,

so dass jeweils eine räumliche Trennung auf Kooperationsbasis nicht lohnt. Der Aufbau einer neuen Fertigung in den nMS wird also letztlich aufgrund zu hoher Transaktions-, weniger aufgrund der Investitionskosten gescheut.

⁶³ In der Studie von DIHK und Steinbeis Hochschule Berlin wurde festgestellt, dass vor allem kleinere Unternehmen eine Auslandsverlagerung in der näheren Zukunft planen (a.a.O., S.47).

Zu beachten sind weitere branchenspezifische und regionale Besonderheiten. Zweifelsohne bestehen bei besonders arbeitsintensiven Fertigungsschritten in den nMS gegenüber Deutschland noch Lohnkostenvorteile. Diese sind jedoch durch die Lohnanpassungen und die gestiegene Produktivität der letzten Jahre geringer geworden. So sind aufgrund der gestiegenen Löhne weitere (Ab-) Wanderungsbewegungen der Industrie wie der Textilindustrie weiter nach Osten bzw. nach China bereits Tatsache. Lohnenswert ist das indes nur bei großen Stückzahlen. So lange es um kleine Stückzahlen bzw. um Nischenprodukte geht, wie Spezialtextilien oder funktionale Kleidung, sind die nMS noch ein interessanter Investitionsstandort. Gleichwohl sehen von den befragten KMU nur die Automobilzulieferer und hier die mittelgroßen Unternehmen weiteres Investitionspotenzial.⁶⁴

Eine weitergehende Differenzierung der Industriebranchen zeigt, dass tendenziell Unternehmen des Fahrzeugbaus, die als Zulieferer anderer, meist größerer deutscher Unternehmen in den nMS tätig sind, sich – auf der Grundlage von ersten Kooperationserfahrungen und Landeskenntnissen – direkt mit der Gründung von größeren Niederlassungen, Tochtergesellschaften bzw. Greenfield-Investitionen vor Ort engagieren. Demgegenüber sind Unternehmen des Maschinenbaus und der chemischen Industrie mehr darauf ausgerichtet, vertraglich fixierte, also feste Zulieferbeziehungen für Halbfertigprodukte und Rohstoffe oder Arbeitsgemeinschaften für Entwicklung und Fertigung einzugehen.

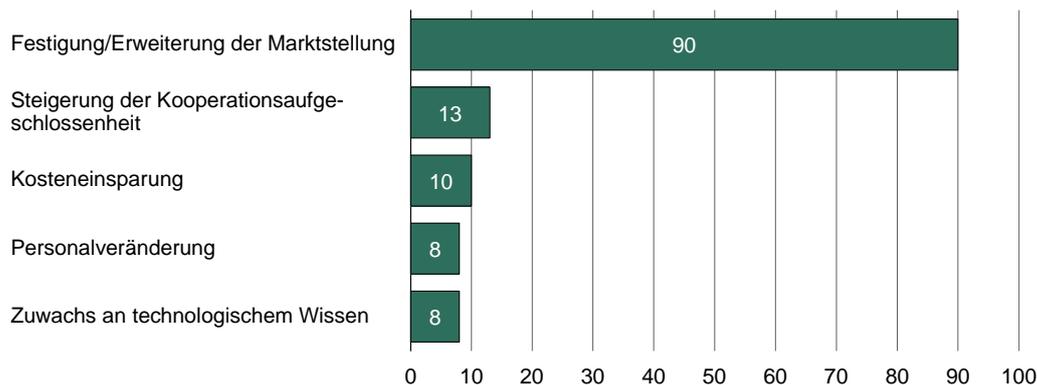
Im Unterschied zu produzierenden Unternehmen ist für unternehmensnahe Dienstleistungsunternehmen wie Architekten, technische Berater und Ingenieurbüros ein dauerhaftes Auslandsengagement oft nicht rentabel, da die Aufträge in der Regel einzelne, zeitlich begrenzte Projekte sind, sei es – wie häufig der Fall – von öffentlichen Auftraggebern, sei es von privaten Kunden. Für die Dauer eines Projektes wird ein Projektbüro gegründet und nach Abschluss des Projektes geschlossen. Die Mitarbeiter des Unternehmens kehren nach Abschluss des Projektes nach Deutschland zurück. Eine dauerhafte Präsenz können sich nur wenige, meist die etwas größeren Unternehmen leisten. Aber auch dort gilt, wenn sich das Auslandsbüro nicht auf Dauer trägt, muss es geschlossen werden.

Entscheidende Faktoren für eine erfolgreiche Akquisition sind die Kenntnisse von Entscheidungsträgern vor Ort. Daher kommt der Kooperation deutscher Büros mit Unternehmen vor Ort, die Sprache und Mentalität des Ziellandes kennen, große Bedeutung zu. Häufig ist es auch hilfreich, Mitarbeiter aus diesen Ländern im eigenen Unternehmen zu beschäftigen. Insofern wäre es sinnvoll, wenn die Regelungen der Aufenthaltserlaubnis für ausländische Studenten, die in Deutschland ihr Studium absolviert haben, gelockert würden und sie leichter als bisher von einem deutsche Unternehmen eingestellt werden können.

⁶⁴ Der Befund steht damit im Einklang mit den Branchenanalysen bei Prognos (2007) S.38 ff.

Die durch die Kooperationen angestoßenen Wirkungen bei den befragten Unternehmen decken sich mit den Erwartungen und Begründungen (Abbildung 3.2-6).

Abbildung 3.2-6
Wirkungen durch Kooperation (Mehrfachnennungen)
In %



N = 39

Quelle: Prognos AG.

Für 90 % der Unternehmen hat sich durch die Kooperation eine Festigung bzw. Erweiterung der Marktstellung ergeben. Insbesondere bei den Marktführern unter den befragten KMU steht die Festigung der Marktstellung im Vordergrund, während die Unternehmen mit mittlerer oder nachgeordneter Marktposition oft neue Kunden erreicht haben.

An zweiter Stelle folgt die „Steigerung der Kooperationsaufgeschlossenheit“ (13 %), die insbesondere bei den anfänglich eher vorsichtig agierenden, zumeist kleineren Unternehmen zu einer stärkeren Offenheit für Kooperationen auf weiteren Unternehmensbereichen und auch in anderen nMS geführt hat. Hier bestätigt sich erneut die aus der Literatur bekannte These, dass Kooperationen, die erfolgreich in einen Unternehmensbereich beginnen, auf andere, zumeist sensible Unternehmensfelder wie FuE ausgedehnt werden.⁶⁵ In dem hier betrachteten Sample waren das vor allem KMU des produzierenden Gewerbes. Demgegenüber gab es nur wenige Dienstleistungsunternehmen, die nach ersten erfolgreichen Kooperationsprojekten begonnen haben, ein gemeinsames Leistungs- bzw. Angebotsspektrum zu entwickeln.

Der Effekt „Kosteneinsparung“ ist nachgeordnet. Der Anteil von 10 % der Unternehmen, die das angegeben haben, unterstreicht, dass Kooperationen in den nMS nicht primär unter dem Gesichtspunkt

⁶⁵ Vgl. dazu Pfirmann/Hornschild (1999), S.61f.

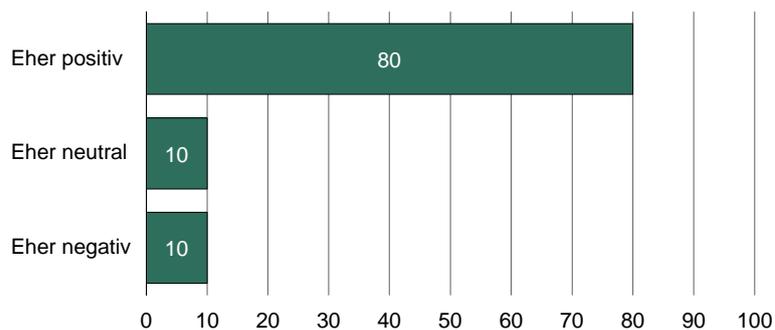
Auslagerung von lohnintensiver Fertigung bzw. kostengünstiger Bezug von Roh- und Halbfertigwaren beurteilt werden.

Den Wirkungen „Personalveränderung“ sowie „Zuwachs an technologischem Wissen“ kommt eine nur untergeordnete Bedeutung zu. Genannt wurden diese von einigen wenigen, zudem größeren Unternehmen des produzierenden Gewerbes. Herauszuheben ist dabei, dass es sich in allen Fällen um Kooperationen handelt, die einen Beschäftigungsaufbau nach sich gezogen haben. Teilweise ging dies einher mit der erfolgreichen Suche nach qualifiziertem Personal.

Die befragten KMU erwarten auch einen Zuwachs an technologischem Wissen. Das gilt auch für kleinere Unternehmen ohne eigene FuE, die z.B. über Fertigungs- oder Vertriebskooperationen Impulse für Produkt- oder Prozessinnovationen bekommen können.

Das Resümee der befragten KMU zu den getätigten Kooperationen ist durchweg positiv (Abbildung 3.2-7): 80 % sind mit den bisherigen Ergebnissen sehr zufrieden und planen konkret einen Ausbau ihres Engagements in den nMS. Nicht immer spielen dabei Partner aus den Ländern eine tragende Rolle. Tatsache ist jedoch, dass durch die Kooperationen nicht nur die Aufgeschlossenheit gegenüber einer Zusammenarbeit mit Externen zugenommen hat, sondern auch die Aufgeschlossenheit gegenüber einzelnen nMS.

Abbildung 3.2-7
Bewertung der Kooperation
In %



N = 40

Quelle: Prognos AG.

Die nur geringen neutralen und negativen Bewertungen (jeweils 10 %) zeigen, dass die meisten untersuchten Unternehmen eine tragfähige Basis für die Etablierung wirtschaftlicher Aktivitäten gefunden haben. Die in den Medien oft kritisch thematisierten Rückwirkungen eines Engagements deutscher Unternehmen in Mittel- und Osteuropa auf die heimische Beschäftigung haben nach dieser

Untersuchung keinen hohen Stellenwert. Gut ein Viertel der befragten KMU gab an, dass das Auslandsengagement in den nMS zu Ängsten und Spannungen bei der deutschen Belegschaft geführt hat. Dort, wo durch die Unternehmensleitung Auslandsengagements offen und verständlich kommuniziert worden sind, konnten derartige Probleme indes schnell beseitigt werden. Beispielhaft ist ein Maschinenbauer zu nennen, der durch eine Umstrukturierung nahezu drei Viertel der Belegschaft in Deutschland abbauen musste und dennoch ein Werk in Tschechien zugekauft hat. Eine in diesem Fall transparente Unternehmensentscheidung, gepaart mit einer entsprechenden Kommunikation, konnte im Vorfeld des Zukaufs Spannungen bei der deutschen Belegschaft vermeiden.

Zu nennen sind im Rahmen der Untersuchung auch KMU, deren Engagement in den nMS durch Misserfolge gekennzeichnet gewesen ist. Diese werden sich zurückziehen. Gründe dafür waren den Aussagen der KMU zufolge „mafiotisch anmutende Verwaltungen“ oder einseitig auf die Maximierung ihrer Vorteile bedachte Kooperationspartner. Diese Beispiele untermauern die Notwendigkeit entsprechender Vorbereitungen und eines gewissen Maßes an Bereitschaft, auf den jeweiligen Kooperationspartner in den nMS einzugehen. Oft waren es zumeist kleinere Unternehmen, die sich nicht oder nur ungenügend auf ihr Auslandsengagement vorbereitet haben. Die Mehrzahl der Positivbeispiele unterlegt demgegenüber gut, wie wichtig gerade diese Faktoren für erfolgreiche Kooperationsbeziehungen in den nMS sind.

3.3 Zur Rolle der deutschen Außenwirtschaftsförderung

Die deutsche Außenwirtschaftsförderung gliedert sich institutionell in die drei Säulen

- Außenhandelskammern (AHK),
- Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai) und
- deutsche Botschaften und Konsulate.⁶⁶

In dieser Dreiteilung artikuliert sich gleichzeitig die für die deutsche Außenwirtschaftsförderung charakteristische enge Aufgabenteilung zwischen Staat und Wirtschaft: Während die deutschen Botschaften sowie die bfai den Staat vertreten, repräsentieren die AHKs die deutsche Wirtschaft im Ausland.

Im Rahmen dieser Untersuchung wurden die KMU gebeten, Informationen darüber bereit zu stellen, inwiefern sie von der Außenwirtschaftsförderung profitiert haben und an welchen Stellen sie gegebenenfalls Verbesserungspotenzial sehen. Darüber hinaus wurden auch Experteninterviews mit AHKs, bfai, deutschen Botschaften und Interessenverbänden geführt.

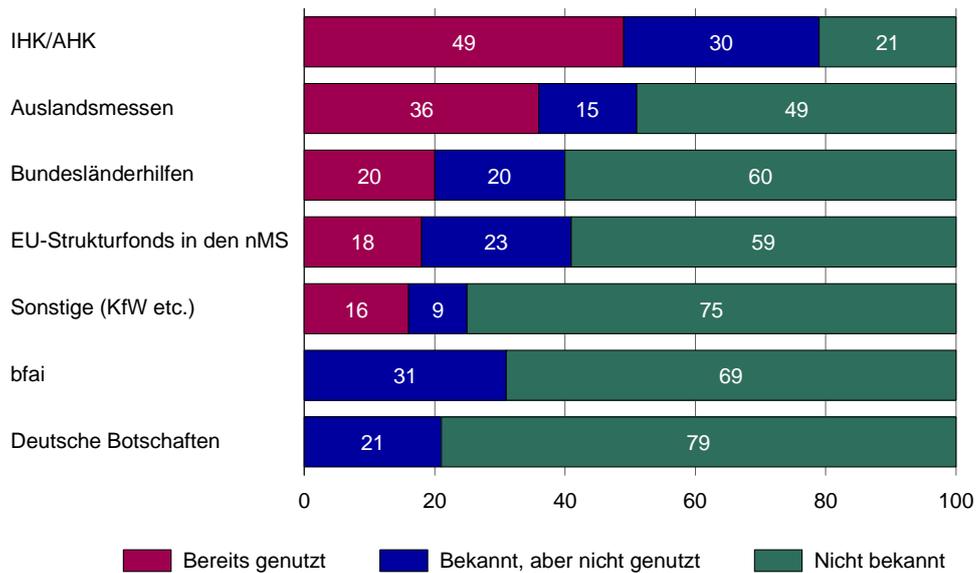
⁶⁶ Vgl. Auswärtiges Amt und BMWI (2004), S.2.

3.3.1 Bekanntheitsgrad, Inanspruchnahme und Bewertung der Außenwirtschaftsförderung durch die befragten KMU

3.3.1.1 Bekanntheitsgrad und Inanspruchnahme

Im Rahmen der Unternehmensbefragung gaben fast alle KMU an, einzelne Instrumente der deutschen Außenwirtschaftsförderung zu kennen. Aufgrund des Förderpluralismus im Bereich der Außenwirtschaftsförderung, der auch durch die föderale Aufgabenteilung in Deutschland noch verstärkt wird, war ein umfassender Gesamtüberblick über die Struktur und Ansprechpartner der deutschen Außenwirtschaftsförderung allerdings nur bei sehr wenigen Unternehmen zu erkennen. Im Regelfall sind den Befragten nur einzelne Angebote und Leistungen bekannt. Auch hat trotz der relativ hohen Bekanntheit der Förderangebote nur knapp die Hälfte der befragten Unternehmen bereits die Leistungen der deutschen Außenwirtschaftsförderung in Anspruch genommen (Abbildung 3.3-1).

Abbildung 3.3-1
Bekanntheit und Nutzung der Instrumente zur Außenwirtschaftsförderung



N = 43

Quelle: Prognos AG.

Im Bekanntheitsgrad und in der Inanspruchnahme der einzelnen Instrumente der Außenwirtschaftsförderung spiegelt sich die unterschiedliche Bedeutung der einzelnen Instrumente der deutschen Außenwirtschaftsförderung.

In der einschlägigen Literatur wird den Kammern oft die wichtigste Bedeutung für die deutschen Außenwirtschaftsförderung zugeschrieben.⁶⁷ Diese Einschätzung bestätigen die Angaben der befragten Unternehmen. Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen hat das Dienstleistungsangebot von AHKs und IHKs für die Unterstützung seines Auslandsengagements in Anspruch genommen. Knapp einen weiteren Drittel ist das Angebot von AHKs und IHKs zumindest bekannt.

Für die beiden anderen Säulen der deutschen Außenwirtschaftsförderung bestätigt sich ebenfalls die Einschätzung, nach der diese beiden Instrumente für die Kooperationsanbahnung und Markterschließung von KMU eher von untergeordneter Bedeutung sind. Für die bfai gaben knapp zwei Drittel, für die Deutschen Botschaften über drei Viertel der befragten Unternehmen an, deren Leistungen nicht zu kennen.

Wie bereits oben dargestellt, konzentriert sich die Arbeit der Botschaften eher auf strategische Aktivitäten auf der politischen Ebene. Nicht selten geraten dabei die Interessen des Mittelstandes aus dem Blickfeld bzw. erscheinen KMU bei der Unterstützung ihres Auslandsengagements als wenig geeigneter Kooperationspartner.

Für die Arbeit der bfai steht zu vermuten, dass deren Leistungen für die Unternehmen oft nicht greifbar sind: Exklusive Dienstleistungen und Recherchen der bfai sind für KMU relativ teuer. Allerdings nutzten die AHKs und IHKs im Rahmen von Kooperationsverträgen die Informationen der bfai. Damit kann plausibel unterstellt werden, dass deutsche KMU von den Leistungen der bfai indirekt profitieren, die Quelle der Informationen für die Unternehmen aber nicht eindeutig zuordenbar ist.

Von hoher Bedeutung für die Markterschließungsstrategien deutscher KMU in den nMS ist neben dem Dienstleistungsportfolio der Kammern auch das Auslandsmesseprogramm. Die Unternehmen nutzen dieses Angebot, um ihre Leistungen im Ausland dem entsprechenden Fachpublikum zu präsentieren und Kontakte zu knüpfen. Innerhalb der Markterschließungsstrategien der KMU kommt den Auslandsmessen damit eine hohe Bedeutung zu. Nach den Leistungen der AHKs und IHKs wird dieses Angebot von den befragten KMU am zweit häufigsten in Anspruch genommen.

Über die bereits angesprochenen Instrumente hinaus wurde die Maßnahme „intec.net“ als unterstützende Institution genannt sowie das Vermarktungshilfeprogramm des BMWI (VHP) und die Europäische Investitionsbank (EIB). Als Programm, das die Förderung außenwirtschaftlicher Aktivitäten nur indirekt zum Gegenstand hatte, war ProInno von Bedeutung. Darüber hinaus wurden private Berater von den hier Befragten in Anspruch genommen.

Die Abbildung 3.3-1 zeigt, dass der Außenwirtschaftsförderung über die Bundesländer eine vergleichsweise geringe Bedeutung zukommt. Nur gut ein Fünftel der Unternehmen hat diese Unterstüt-

⁶⁷ Vgl. Held (2000), S.58 ff.; Hauser (2006), S.105 ff.

zung in Anspruch genommen. Auffällig ist dabei, dass alle diese Unternehmen, die solche Leistungen der Länder in Anspruch genommen haben, aus Bayern stammen.

Ebenfalls geringe Bedeutung kommt der EU-Strukturfondsförderung in den nMS zu: Nur knapp ein Fünftel der Unternehmen hat bereits von dieser Art der Förderung in den nMS profitiert. Knapp einem weiteren Viertel sind die Potenziale dieser Förderung bekannt. Vor dem Hintergrund der quantitativ zunehmenden Bedeutung dieser Förderung in den nMS ist hier zukünftig von einer steigenden Bedeutung dieser Fördermöglichkeit auch für deutsche KMU auszugehen. Dies gilt insbesondere für Unternehmen, die direkt oder indirekt von Infrastrukturinvestitionen profitieren (etwa Anbieter von Steuerungstechnik für Energieversorgungssysteme oder von Klimatechnik für Krankenhäuser) oder als Zulieferer von der gestiegenen Nachfrage aufgrund geförderter (Anlage-) Investitionen von Unternehmen in den nMS profitieren können.

3.3.1.2 Bewertung

Insgesamt zeigen sich die Unternehmen mit den Unterstützungsleistungen zufrieden. Für einzelne Aspekte der deutschen Außenwirtschaftsförderung artikulieren die Unternehmen allerdings durchaus Kritik an der bestehenden Ausrichtung der einzelnen Instrumente:

- Diese bezieht sich bei den AHKs auf die Passgenauigkeit und Bedarfsgerechtigkeit der angebotenen Leistungen. In einer Reihe von Fällen wurden die Informations- und Beratungsangebote von den befragten Unternehmen als unspezifisch und oberflächlich beschrieben. Die notwendige Detail- und Branchenkenntnis wurde vermisst. Ebenfalls wurde bei den vermittelten Kontakte die Passgenauigkeit bemängelt, d.h. die potenziellen Kooperationspartner entsprächen nicht genau den Bedarfen der Unternehmen. Weiterhin wurde die Ernsthaftigkeit des Kooperationsinteresses der potenziellen Partner bezweifelt.⁶⁸
- Darüber hinaus werden die Kosten der AHKs für die angebotenen Leistungen von vielen KMU als zu hoch erachtet. Dies gilt besonders vor dem Hintergrund, dass auch Mitgliedsunternehmen für in Anspruch genommene Dienstleistungen einen – wenn auch reduzierten – Preis bezahlen müssen. Vor dem Hintergrund einer geringen Kapitaldecke vieler KMU sowie der hohen finanziellen Vorleistungen, die die Anbahnung eines Auslandsengagements notwendig machen, erweisen sich diese zusätzlichen Kosten für viele KMU als ein Hindernis für die Konkretisierung ihrer Auslandspläne.
- Die Anmerkungen der KMU bezüglich eines zu unspezifischen Beratungsangebotes wird in analoger Form auch für das Angebot der bfai artikuliert. Auch hier verweisen die Unternehmen auf mangelnde Detailgenauigkeit der Angebote sowie teilweise veraltete Informationen. Vor diesem

⁶⁸ Beispielsweise wurde in KMU-Interviews geschildert, dass durch die AHK vermittelte potenzielle Kooperationspartner vereinbarte Termine ohne Begründung absagten oder auch unentschuldigt nicht erscheinen.

Hintergrund sehen die Unternehmen ein Missverhältnis zwischen Preis und Gegenleistung der angebotenen Dienstleistungen.

- In Bezug auf die deutschen Botschaften wird herausgehoben, dass eine, vergleichbar mit anderen europäischen Ländern (z.B. Frankreich), aktivere und vor allem gezielte politische Unterstützung bei der Markterschließung gewünscht wird.
- Als Hinderungsgrund für die Beteiligung am Auslandsmesseprogramm wird die Befürchtung genannt, das im Rahmen der Gemeinschaftsmessestände zu wenig Raum bleibt, das eigene Leistungsangebot angemessen zu präsentieren. Die KMU sehen die Gefahr, dass sich der Aufwand der Messebeteiligung vor dem Hintergrund dieses „Bauchladenprinzips“ nicht lohnen würde. Darüber hinaus wird auch die mangelnde Verkaufsorientierung der Organisatoren und der offiziellen Begleiter dieses Programms beklagt. Hier wünschen sich die Unternehmen eine offensivere Vertretung.

Vor diesem Hintergrund werden von den Unternehmen zentrale Handlungsfelder für eine Justierung der deutschen Außenwirtschaftsförderung artikuliert.

- Stärkere Fokussierung auf den Bedarf von KMU

Viele der befragten KMU beklagen eine deutliche Bevorzugung von Großunternehmen innerhalb der Außenwirtschaftsförderung. Es besteht der Eindruck, dass Großunternehmen vor allem auch bei den AHKs bevorzugt behandelt werden. Auch in der politischen bzw. diplomatischen Interessenvertretung steht das Engagement von Großunternehmen nach Wahrnehmung der befragten KMU im Mittelpunkt. Hier wünschen sich diese eine stärkere Berücksichtigung ihrer Interessen.

- Stärkere Beachtung der Interessen von Dienstleistungsunternehmen

Dienstleistungsunternehmen sollten Frühinformationen von öffentlichen Auftraggebern bekannt gemacht werden, und zwar bevor die Ausschreibungen bekannt sind. Geeignet wäre hierzu die bfai. Eine weitere Anregung ist, die Finanzierung der Vorphase einer Akquisition, etwa die Anfertigung von Machbarkeitsstudien, finanziell zu unterstützen. Denkbar wäre es, einen Zuschuss zu gewähren, der im Erfolgsfall zurückgezahlt wird.

- Ausweitung finanzieller Hilfen

Den größten Bedarf für weitere Unterstützung sehen die befragten Unternehmen in finanziellen Hilfen. Für KMU sind die für das Auslandsengagement notwendigen Vorinvestitionen aufgrund der geringen finanziellen und personellen Ressourcen hoch und daher auch mit einem hohen Risiko verbunden. Die Ausweitung finanzieller Unterstützungsleistungen zur Minderung dieser Kosten und dieses Risikos würde die Bereitschaft zu einem verstärkten Auslandsengagement erhöhen. Mehrfach genannt wurde hier der Vorschlag, einen Ansprechpartner im Zielland für eine gewisse

Zeit zu finanzieren. Die Kontaktaufnahme und Geschäftsanbahnung würde für die Unternehmen dadurch deutlich erleichtert.

- Förderung interkultureller und sprachlicher Kompetenzen

Von größter Bedeutung ist für die befragten KMU darüber hinaus die Unterstützung bei sprachlichen Hürden sowie die Vermittlung interkultureller Kompetenzen. Exzellente Kenntnisse in der Landessprache werden von Unternehmen oft als unerlässliche Voraussetzung für die erfolgreiche Anbahnung und Abwicklung des Auslandsgeschäfts betrachtet. Hier fehlt es oft an adäquaten Kompetenzen im Unternehmen. Das Outsourcing von Übersetzungsleistungen ist dabei in vielen Fällen keine adäquate Alternative (beispielsweise bei Vertragsverhandlungen).

- Harmonisierung rechtlicher Normen

Verstärkte Anstrengungen wünschen sich die Unternehmen auch hinsichtlich der Harmonisierung von rechtlichen Rahmenbedingungen (Normen, Zertifikate). Ungleiche Vorschriften verursachen hier teilweise erhebliche zusätzliche Kosten.

Diese Kritik gilt in ähnlicher Form auch für die Ausschreibungs- und Vergabeverfahren von öffentlichen Einrichtungen in den nMS. Deutsche Unternehmen fühlen sich hier oft benachteiligt. Die Ausschreibungen werden oft nur in der jeweiligen Landessprache veröffentlicht oder versuchen über indirekt wirkende Klauseln, den Wettbewerb zu Ungunsten ausländischer Unternehmen zu verzerren. Beispielsweise müssen sämtliche Verträge in der Landessprache abgeschlossen werden, dürfen die öffentlichen Gelder nur für Investitionen in einheimische Güter oder für einheimisches Personal verwendet werden. Hier sollten einheitliche Rechtsvorschriften durchgesetzt werden und indirekten Wettbewerbsverzerrungen verstärkt entgegengetreten werden.

3.3.2 Bewertung der Außenwirtschaftsförderung durch die befragten Einrichtungen

Die beteiligten Verbände und Interessenvertretungen äußern in der Regel eine große Zufriedenheit mit dem 3-Säulen-Modell der deutschen Außenwirtschaftsförderung. Die Abstimmung und Arbeitsteilung funktioniert innerhalb dieses Systems aus Sicht der beteiligten Akteure weitgehend reibungslos. Die Zuständigkeiten innerhalb des 3-Säulen-Modells sind nach Aussagen der beteiligten Akteure klar getrennt, bei einer gleichzeitig sehr engen Abstimmung und Zusammenarbeit im jeweiligen Zielland: Während die Botschaften vor allem die politischen Kontakte pflegen, erarbeitet und verbreitet die bfaI volkswirtschaftliche Informationen. Der direkte Kontakt zu Firmen ist Kernaufgabe der AHKs.

Aus der Sicht der Dienstleistungswirtschaft wird jedoch darauf hingewiesen, dass die AHK die spezifischen Informations- und Kooperationswünsche von Dienstleistungsunternehmen nicht immer befriedigen können, weil sie geeignete Partner vor Ort nicht kennen oder kostenpflichtige oder zeitraubende

Recherchen notwendig sind. Hier wäre eine stärkere Betonung des Leistungsangebots auf die Interessen von Dienstleistungsunternehmen angezeigt.

Ausbaufähig sind die Kooperationsbeziehungen und Abstimmungsprozesse zu anderen außenwirtschaftlichen Akteuren außerhalb der drei Säulen. Trotz des engen thematischen und oft auch räumlichen Bezugs sind einige AHKs beispielsweise über die Arbeit der lokalen intec.net-Büros nur unzureichend informiert. Hier müsse die Zusammenarbeit intensiviert und Synergien stärker genutzt werden. Dies gilt auch für Kontakte zu weiteren deutschen Akteuren vor Ort, wie Wirtschaftsverbände und Unternehmenszusammenschlüsse oder Regionalvereine.

Aus Sicht der AHKs ist die Zusammenarbeit mit den lokalen IHKs in Deutschland ausbaufähig. Hier wird vor allem ein Bedarf zur stärkeren Verzahnung der Geschäftsprozesse artikuliert. Die IHKs sollten in stärkerem Maße als bisher eine Filterfunktion für unqualifizierte Anfragen übernehmen und damit die AHKs entlasten. Die Zusammenarbeit sollte sich nicht nur auf die gemeinsame Organisation und Durchführung von Veranstaltungen beschränken.

Nach Auskunft der befragten Intermediäre lassen sich in den AHKs zwei zentrale Anfragekategorien unterscheiden, die von den AHKs nur unzureichend abgedeckt werden:

- Ein Teil der Unternehmen tritt mit sehr spezifischem Informationsbedarf an die AKHs heran (beispielsweise Rechts- und Steuerberatung, Immobilienwettbewerb). Dabei haben diese Unternehmen in der Regel bereits Erfahrungen auf Auslandsmärkten.
- Der andere Teil umfasst unkonkrete Anfragen und diffuse Zielvorstellungen der Unternehmen. Die Unternehmen mit derartigen Anfragen haben in der Regel noch keine Auslandserfahrung. Nach den Erfahrungen der AHKs sind die Anfragen umso unspezifischer, je kleiner das betreffende Unternehmen ist.

Gerade für die in der Anbahnung des Auslandsengagements so wichtigen AHKs sind die im Auslandsgeschäft unerfahrenen KMU mit zunächst sehr unkonkreten Anfragen wenig attraktive Kunden. Zum einen besteht ein hoher Beratungsbedarf hinsichtlich der Möglichkeiten und Ziele des Auslandsengagements, zum anderen ist die Zahlungsbereitschaft dieser KMU für Leistungen der AHKs gering.

In der Folge erhalten von den AHKs vor allem solche Unternehmen Unterstützung, die der Förderung nicht unbedingt am dringendsten bedürfen. Von der Außenwirtschaftsförderung profitieren damit meist „starke“ KMU, die oft auch eigenverantwortlich erfolgreich und aktiv Auslandsmärkte bearbeiten könnten.

3.3.3 Zwischenfazit

Die Interviews mit Intermediären und den befragten KMU haben gezeigt, dass sich die deutsche Außenwirtschaftsförderung grundsätzlich bewährt hat. Die Außenwirtschaftsförderung sollte den Befragungsergebnissen zufolge zwei strukturelle Herausforderungen von KMU stärker berücksichtigen:

- Beschränkte finanzielle und personelle Ressourcen von KMU

Die Unternehmensinterviews ergaben, dass KMU bei der Anbahnung ihrer Auslandsengagements in besonderem Maße von geringen finanziellen und personellen Ressourcen gebremst werden.

Vor diesem Hintergrund sind KMU bei der Anbahnung ihres Auslandsengagements in besonderem Maße auf externe Informationen und Beratung angewiesen. Gleichzeitig stellen die notwendigen zeitlichen und finanziellen Investitionen KMU vor erheblich höhere Risiken als Großunternehmen. Sehr oft wirkt diese Problemlage als doppeltes Hemmnis für die Anbahnung oder Ausweitung des Auslandsengagements. Zum einen wissen die Unternehmen zu wenig über die Potenziale eines Auslandsengagements, zum anderen scheuen sie angesichts der hohen Unsicherheit größere Anstrengungen zur Verbesserung ihrer Informationsbasis. Ziel der deutschen Außenwirtschaftsförderung sollte es daher sein, diesen Beschränkungen so weit wie möglich entgegen zu treten.

- Branchen-Bias hinsichtlich des Unterstützungsbedarfs

Während die Bedürfnisse der produzierenden Unternehmen im Leistungsangebot der AHKs bereits gut abgebildet werden, besteht Bedarf für die Ausweitung des Leistungsportfolios hinsichtlich von Dienstleistungsunternehmen. Die Geschäftsanbahnung im Dienstleistungssektor verläuft anders als im produzierenden Gewerbe, hier besteht ein spezifischer Beratungsbedarf.

Dienstleistungsbeziehungen sind als „peoples business“ in hohem Maße auf den persönlichen Kontakt zwischen Auftragnehmer und Auftraggeber angewiesen. Persönliche Kontakte sowie interkulturelle und sprachliche Kompetenzen sind damit von sehr viel höherer Bedeutung als im produzierenden Gewerbe. Darüber hinaus sind Dienstleistungen in hohem Maße örtlich und zeitlich gebunden. Daher ist das Auslandsengagement von deutschen Dienstleistern meist projektbezogen und zeitlich begrenzt. Ein dauerhaftes Engagements ist meist sachlich nicht möglich und wird nicht angestrebt.

3.4 Zur Bedeutung länderspezifischer Umfeldbedingungen: Polen, Rumänien, Slowenien und Tschechien aus Sicht der befragten KMU

In diesem Kapitel werden die wirtschaftlichen Aktivitäten der befragten KMU, deren Unternehmensstrategien in einzelnen Ländern im Kontext der jeweiligen Standortbedingungen und der deutschen

Außenwirtschaftsförderung vor Ort untersucht. Die Fallstudienländer sind Polen, Rumänien, Slowenien und Tschechien.

3.4.1 Polen

3.4.1.1 Wirtschaftliche Aktivitäten

Von den insgesamt 27 erfassten KMU-Engagements mit wirtschaftlichen Beziehungen in Polen kooperiert die Mehrheit (10 Unternehmen) über Berater- und Vertreterverträge. Dies korreliert mit der Warenausfuhr (8 Unternehmen), d.h. die Unternehmen erschließen sich den polnischen Markt über Vertriebskooperationen. In den Interviews wurden darüber hinaus im Einzelnen genannt:

- Gründung einer Niederlassung/Tochtergesellschaft,
- Zulieferung,
- FuE-Kooperation sowie
- Beteiligung an polnischen Unternehmen.

Markt- und Vertriebsaktivitäten stehen dabei am Anfang der Kooperationsaktivitäten der befragten KMU (1997), gefolgt von Berater- und Vertreterverträgen und der Gründung einer Niederlassung/Tochtergesellschaft (jeweils 1998). Die Beteiligung an polnischen Unternehmen sowie FuE-Kooperationen begann erst 2000 bzw. 2004. Perspektivisch sind es die auf den Absatz ausgerichteten Unternehmen, die diese Aktivität ausbauen wollen. Dieser und der vorhergehende Befund unterstützen die These vom stufenweisen Ausbau eines Engagements in den nMS durch kleine und mittlere Unternehmen. Dass es dabei auch zu Rückschlägen kommen kann, belegen die Beteiligungen an polnischen Unternehmen sowie FuE-Kooperationen, die einen Abbau der Kooperationsbeziehungen in Polen bzw. eine Rückführung der wirtschaftlichen Aktivitäten nach Deutschland anstreben.

In Polen sind alle in dieser Studie vertieft untersuchten Branchen von Bedeutung, darunter auch das produzierende Handwerk (Metallbearbeitung/Schlosserei). Im Befragungssample sind Kleinstunternehmen ebenso wie größere Mittelständler in Polen vertreten. Kleinere Unternehmen sind vorrangig mit den Vertriebsstätten vertreten.

3.4.1.2 Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und die Rolle von Kooperationen

Aus den Gesprächen mit den Akteuren vor Ort (AHK und bfai) wurde deutlich, dass sich das Bild der wirtschaftlichen Kooperationsbeziehungen mit Polen gewandelt hat. Standen anfänglich Joint Ventures und die Gründung von Arbeitsgemeinschaften im Vordergrund, unterstützt auch durch staatliche Förderung aus Deutschland, werden heute vor allem Direktinvestitionen als „Greenfield-

Investments“ von Unternehmen bevorzugt. Das betrifft sowohl größere und mittlere Unternehmen, wobei diese zumeist über Erfahrungen mit einem wirtschaftlichen Engagement in Polen verfügen. Oft spielen polnische Mitarbeiter deutscher Unternehmen eine Vorreiterrolle bei der Anbahnung von Kontakten. Aufgrund der räumlichen Nähe zu Deutschland wird der Vertrieb von Gütern zumeist von Deutschland aus organisiert oder es werden Handelsvertreter bzw. ein polnischer Vertriebspartner genutzt. Nur bei festen und großen Kunden werden in Polen Vertriebsgesellschaften gegründet, d.h., wenn das wirtschaftliche Engagement an Volumen gewonnen hat und perspektivisch stabil erscheint. Als hemmend wurde wiederholt das „interkulturelle Konfliktpotenzial“ herausgehoben. Deutsche Unternehmen, vor allem kleinere haben den Interviewpartnern zufolge Schwierigkeiten mit der polnischen Geschäftsmentalität. Danach werde erst einmal alles am Telefon und nicht per Vertrag geregelt. Letzterer stellt in polnischer Sicht sozusagen die Krönung einer Kooperation dar. Der Vertrag steht nicht am Beginn, sondern am Ende. Dazu gehört auch, einen einmal bereits geschlossenen Vertrag wieder „aufzuschneiden“. Deutsche Partner wittern hier Vertrauensmissbrauch, für polnische Partner ist das „spontane Kreativität“. Ungeachtet guter Erfahrungen bei grenzüberschreitenden Projekten zwischen Polen und Deutschland (vor allem: Brandenburg) seien polnische Verwaltungsbeamte noch nicht ausreichend geschult im Umgang mit nationalen und EU-Programmen und ihrer Zusammenführung. Entsprechende Schulungen innerhalb von Behörden im Rahmen von Twinning/Taiex-Programmaktivitäten funktionieren nicht immer. Konkretes Beispiel sei ein Projekt mit Brandenburger Behörden. Hier wären Projektergebnisse wie eine Checkliste für die Modernisierung/ Privatisierung für See- und Flughäfen nicht akzeptiert worden, weil es aus Deutschland kam. Public-Private-Partnerships funktionierten in der Praxis nicht, weil die Verwaltungen dafür kein Basiswissen bereit halten.

3.4.1.3 Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung

Knapp die Hälfte der befragten KMU mit einem wirtschaftlichen Engagement in Polen hat mit Hilfe der in Warschau ansässigen AHK oder durch das Instrument der Auslandsmesseförderung ihre Aktivitäten begonnen. Die übrigen Säulen oder Instrumente waren kaum bekannt. In Einzelfällen gab es Hinweise auf das Engagement der Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungseinrichtungen (AiF) bei der Anbahnung von Kooperationen. Viele der KMU haben ihr Engagement auf Basis eigener Kontakte gestartet und dann sukzessive ausgebaut.

Als Einstiegshilfe für Kooperationsanbahnungen wurden von polnischer Seite Veranstaltungen wie die German Days genannt, wobei konkrete Aussagen zu gemeinsamen Vorhaben nicht getätigt worden sind. Durch die Gespräche mit KMU-Vertretern ist deutlich geworden, dass eine stärkere aktivitätsbezogene und branchenspezifische Beratung deutscher KMU bereits im Vorfeld wichtige Weichen stellen kann. Diese Vorfeldberatung sollte nach Meinung der AHK weiter in Warschau durchgeführt

werden, da man besser als deutsche IHKs die Anforderungen des Landes und die Bedürfnisse deutscher KMU erkennen und umsetzen könne.

3.4.2 Rumänien

3.4.2.1 Wirtschaftliche Aktivitäten

Von den insgesamt 13 erfassten KMU-Engagements mit wirtschaftliche Beziehungen⁶⁹ in Rumänien, strebt die Mehrheit (5 Unternehmen) die Ausfuhr von Waren an. Wiederum gibt es einen engen Zusammenhang mit der Kooperation über Berater- und Vertreterverträge (4 Unternehmen). Die Interviews haben darüber hinaus weitere Organisationsformen gezeigt, denen zufolge Mitarbeiter aus Deutschland nach einer Schulung nach Rumänien geschickt werden oder es findet komplementär dazu ein Direktvertrieb über das Internet statt. Darüber hinaus genannt wurden in den Interviews im Einzelnen:

- Gründung einer Niederlassung/Tochtergesellschaft,
- Zulieferverbindungen und
- Greenfield-Investment.

Im hier analysierten Sample begann das Engagement in Rumänien 1992. In Einzelfällen gab es Berater- und Vertreterverträge schon Anfang der 80er Jahre, d.h. noch zu RGW-Zeiten bzw. deutlich vor dem Beitritt Rumäniens zur Europäischen Union. Perspektivisch sind es insbesondere die Unternehmen, die gegenwärtig die Ausfuhr ihrer Produkte betreiben und diese Aktivität ausbauen wollen. Die übrigen, wirtschaftlich bereits stärker engagierten Unternehmen, streben eine Beibehaltung des gegenwärtigen Niveaus an. Vereinzelt handelt es sich um Unternehmen, denen in weiter entwickelten nMS die Lohnkosten zu stark gestiegen sind, die ihrer Aktivitäten nach Rumänien verlagert haben und dort auf ein moderat wachsendes Lohnniveau setzen.

Die Branchen der befragten KMU sind chemische Industrie, Maschinenbau und produzierendes Handwerk (Sanitärtechnik und Bau). Chemische Industrie und Maschinenbau gehören neben dem Automobilbau und der Elektrotechnik auch zu den gegenwärtig bedeutsamen Sektoren der rumänischen Industrie. Ein Unternehmen gehört zu den technischen Dienstleistern und berät vor allem im Energiesektor. Es handelt sich mit Ausnahme des technischen Dienstleisters zumeist um mittelgroße bis größere Unternehmen mit mindestens 20 Beschäftigten, die in Rumänien aktiv sind.

⁶⁹ Unter den interviewten KMU war ein Dienstleistungsunternehmen, das seinen Unternehmenssitz komplett nach Rumänien verlagert hat bzw. dort mit einem heimischen Partner einen Joint Venture gegründet hat. Das Unternehmen operiert von Rumänien (Bukarest) aus, berät deutsche Unternehmen in Rumänien bzw. Unternehmen, die ein derartiges Engagement planen sowie rumänische Ministerien.

3.4.2.2 Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und die Rolle von Kooperationen

In Bezug auf Kooperationen gibt es traditionell eine hohe Affinität Rumäniens zu Deutschland (Siebenbürger Sachsen, Banater Schwaben). Diese Historie spielt auf beiden Seiten für Kooperationen eine wichtige Rolle. Neben Bukarest gehen rund 40 % der Direktinvestitionen in die ehemaligen industriellen Kerne nördlich der Karpaten mit einem schnellen Anschluss an die internationalen Verkehrswege. Fördernd hinzu kommt die Bereitschaft ganzer Teams aus Rumänien in Deutschland zu lernen, wie nach deutschen Maßstäben produziert werden sollte. Kooperationen mit rumänischen Partnern sind dann gut verlaufen, wenn sich der deutsche Partner von Anfang an flexibel auf sein rumänisches Pendant eingestellt bzw. ihm Zeit zur Übernahme entsprechender Standards zugebilligt hat. Dort, wo dies nicht der Fall war, sind Kooperationen oft gescheitert. Kritisch wurde in den Gesprächen sowohl mit KMU-Vertretern als auch AHKs, bfai und Deutscher Botschaft die Schwerfälligkeit der nationalen und regionalen bzw. kommunalen Verwaltung angemerkt: Problematisch sei dabei die Umsetzung von Gesetzen nach nationalem und EU-Recht. Ein Hindernis für ein wirtschaftliches Engagement sei auch der Facharbeitermangel. Sehr oft werde deshalb auf Hochschulkooperationen ausgewichen, die keinen innovativen Charakter haben und lediglich der frühzeitigen Sicherung von hoch qualifizierten Fachkräften dienen.

3.4.2.3 Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung

Die Hälfte der befragten KMU mit einem wirtschaftlichen Engagement in Rumänien hat mit Hilfe der in Bukarest ansässigen AHK oder durch das Instrument der Auslandsmesseförderung ihre Aktivitäten begonnen. Teilweise beruhte die Entscheidung für Rumänien auf guten Erfahrungen mit anderen AHKs, teilweise auf einer Kofinanzierung der Kosten durch das jeweilige Landesministerium für Wirtschaft. Die übrigen Säulen oder Instrumente waren bedingt bekannt. Die Leistungen der bfai und der Deutschen Botschaft sind nicht in Anspruch genommen worden.

Als Einstiegshilfe für Kooperationsanbahnungen wurden von beiden Seiten Veranstaltungen der AHK und des deutsch-rumänischen Wirtschaftsclubs genannt, wobei konkrete Aussagen zu gemeinsamen Vorhaben nicht getätigt worden sind. Durch Gespräche mit KMU-Vertretern, die in Rumänien mit einer Niederlassung/vor Ort-Engagement tätig sind und die einen Überblick über eine Reihe erfolgreicher und auch gescheiterter Projekte zwischen rumänischen und deutschen KMU haben, ist deutlich geworden, dass eine stärkere branchenspezifische Beratung deutscher KMU bereits im Vorfeld wichtige Weichen stellen kann. Diese Vorfeldberatung sollte nach Meinung von AHK und auch einzelnen KMU bereits in Deutschland erfolgen, um frühzeitig hoch riskante Engagements zu erkennen und ggf. vermeiden zu helfen.

3.4.3 Slowenien

3.4.3.1 Wirtschaftliche Aktivitäten

Von den befragten Unternehmen haben neun Unternehmen wirtschaftliche Beziehungen mit Partnern oder Kunden in Slowenien. Überwiegend handelt es sich dabei um den Export von eigenen Waren oder Leistungen. Die meisten Unternehmen setzen ihre Produkte über slowenische Geschäftspartner vor Ort ab oder gehen Kooperationen mit slowenischen Partnern ein. Der persönliche Kontakt und die Kenntnis der Kundschaft ist nur so zu erreichen. Ein Unternehmen unterhält in Slowenien ein Tochterunternehmen, das selbständig produziert und am Markt agiert. In der Regel haben die Unternehmen mit der Markterschließung bereits vor dem Beitritt Sloweniens zur EU begonnen. Slowenien ist für alle Unternehmen ein Markt unter mehreren; es gibt kein Unternehmen, das ausschließlich mit Slowenien handelt.

Die hier erfassten in Slowenien aktiven Unternehmen zählen zur chemischen Industrie, zur Elektrotechnik, zum Maschinenbau, zum Handwerk und zum Dienstleistungsgewerbe. Das kleinste Unternehmen beschäftigt 30 Mitarbeiter, das größte 390. Letzteres fällt damit zwar aus der üblichen Abgrenzung von KMU, bezeichnet sich selbst jedoch als mittelständisches und konzernungebundenes Unternehmen.

3.4.3.2 Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und die Rolle von Kooperationen

Alles in allem haben die befragten KMU in Slowenien gute Erfahrungen gemacht. Positiv hervorgehoben werden die gute Infrastruktur, die Verlässlichkeit der Geschäftspartner, die Qualifikation und das Engagement der Mitarbeiter, die kulturelle Nähe und die Tatsache, dass viele Slowenen deutsch sprechen. Als ein wichtiger positiver Aspekt wird die Nähe zum Balkan angesprochen. Die südosteuropäischen Staaten können zum einen über slowenische Partner, die über entsprechende Kenntnisse verfügen, erschlossen werden, zum anderen ist der Balkan auch als Arbeitskräftereservoir für slowenische Betriebsstätten interessant. Der Zugang zu öffentlichen Aufträgen wird als nicht einfach bezeichnet. Hierbei versuchen die Unternehmen jedoch den Zugang über slowenische Partner zu erreichen. Eine der Stärken des Landes ist die gute Ausbildung von Ingenieuren. Dies ist jedoch zugleich ein Nachteil für deutsche Unternehmen, denn vieles, was im Bereich von Ingenieurdienstleistungen in Slowenien erbracht werden kann, wird potenziell von einheimischen Arbeitskräften abgedeckt.

Die Unternehmen wollen ihre Aktivitäten in Slowenien ausbauen. Allerdings wird auch gesehen, dass Slowenien ein kleines Land und somit als Absatzregion allein nur begrenzt von Interesse ist.

Die deutsche Außenhandelskammer führte zu Beginn des Jahres 2007 eine Umfrage unter deutschen Unternehmen in Slowenien zu ihren Geschäftserwartungen durch. Dabei wurden die Unternehmen auch um eine Bewertung der Rahmenbedingungen gebeten. Die Ergebnisse dieser Studie untermauern weitgehend die Gesprächsergebnisse. Demzufolge sind die wichtigsten Standortfaktoren für die dort tätigen deutschen Unternehmen das Steuersystem, die Rechtssicherheit, die öffentliche Verwaltung und die Infrastruktur. Positiv bewertet werden die politische Stabilität, die gute Infrastruktur sowie die Qualität lokaler Zulieferer sowie die Leistungsbereitschaft und die Qualifikation der Arbeitskräfte. Gewünscht werden jedoch eine Absenkung der Steuern, Lockerungen beim Arbeitsrecht, Abbau des staatlichen Einflusses auf die Wirtschaft, eine effizientere öffentliche Verwaltung und schließlich der Ausbau des Bahnverkehrs.

Problem ist nach wie vor das öffentliche Auftragswesen. Erstens, weil häufig die Aufträge so bemessen werden, dass keine internationalen Ausschreibungen nötig sind. Zweitens, weil es eine Reihe von Möglichkeiten gibt, den gewünschten inländischen Auftragnehmer zu bevorzugen. Typisch hierfür sind Aufträge von Kommunen für das Baugewerbe und Aufträge von Krankenhäusern. So wird von der Anforderung unzulässiger Nachweise oder der Lieferung bestimmter Markenprodukte oder der Missachtung von Ausschreibungskriterien berichtet. Häufig würden auch im Ausland erworbene Referenzen nicht anerkannt, und die Verfahren seien sehr formal und zeitraubend. Die Anwendung von Rechtsmitteln wird als nicht sehr erfolgreich bezeichnet. Positiv hervorgehoben wird jedoch die Arbeit der staatlichen Revisionsbehörde.

Trotz dieser Kritikpunkte: Fast alle deutschen Unternehmen würden der Umfrage der AHK zufolge wieder in Slowenien investieren.

Slowenien beginnt derzeit auf Druck der EU mit der Privatisierung wichtiger Wirtschaftsbereiche. Derzeit sind noch Versicherungen, Banken, Telefongesellschaften, der Energiesektor und die Bahn staatlich. Profitieren dürften von den Privatisierungen vor allem große und internationale Anbieter, weniger deutsche KMU. Als weitere wichtige Märkte werden nach den vor Ort geführten Gesprächen die Felder Privatisierung von Autobahnteilstücken sowie Tourismus angesehen.

Slowenien hat erst lernen müssen, die Strukturfonds der EU zu nutzen. Neuerdings ist sichergestellt, dass das Land die Mittel auch vollständig abrufen wird. Für deutsche KMU relevant sind – eventuell als Zulieferer – Tunnel- und Viaduktbau sowie der Bau von Energieanlagen, besonders Wasserkraftanlagen.

3.4.3.3 Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung

Die AHK ist die zentrale Anlaufstelle für deutsche Unternehmen in Slowenien. Die Botschaft fungiert zwar auch als Ansprechpartner, dort laufen aber nicht mehr viele Anfragen auf, seit es die AHK gibt. Formal wurde die AHK im Juli 2007 eröffnet.

Der überwiegende Teil der befragten Unternehmen hat die Angebote der Außenwirtschaftsförderung nicht in Anspruch genommen und den Markteintritt aus eigener Kraft bewältigt.

Eine weitere Anlaufstelle ist die intec.net-Geschäftsstelle bei der slowenischen Wirtschaftskammer.⁷⁰ Sie ist die Anlaufstelle für deutsche Unternehmen, die in Slowenien Forschungspartner suchen und für slowenische Unternehmen, die in Deutschland Partner suchen. Faktisch ist es so, dass so gut wie keine deutschen Unternehmen über die Geschäftsstelle anfragen, während umgekehrt das Interesse slowenischer Unternehmen für deutsche Partner vorhanden ist und die Anfragen zunehmen.

3.4.4 Tschechien

3.4.4.1 Wirtschaftliche Aktivitäten

Von den 21 erfassten KMU-Engagements, die wirtschaftliche Beziehungen mit Tschechien berücksichtigen, kooperiert gut die Hälfte (10 Unternehmen) über Berater- und Vertreterverträge. Wiederum gibt es einen engen Zusammenhang mit Absatzaktivitäten, d.h. die Unternehmen erschließen sich den tschechischen Markt über Vertriebskooperationen. In den Interviews wurden darüber hinaus im Einzelnen genannt:

- Beteiligung an tschechischen Unternehmen,
- Zulieferverträge,
- Gründung einer Niederlassung/Tochtergesellschaft und
- Greenfield-Investment.

Begonnen wurde mit Zulieferkooperationen (1991), gefolgt von der Gründung einer Niederlassung/Tochtergesellschaft (1994). In beiden Fällen handelt es sich um betriebspezifische Konstellationen. Im ersten Fall wurde ein wichtiger Know-how-Partner in den nMS gesucht und in Tschechien gefunden. Im zweiten Fall baute ein großer Kunde eine Betriebsstätte in Tschechien auf und verlangte, dass sich die Zulieferfirmen dort ebenfalls ansiedeln. Die Beteiligung an einem tschechischen Unternehmen kam danach. Unternehmen, die in Tschechien Waren einkaufen, an einem tschechischen

⁷⁰ Die slowenische Wirtschaftskammer ist derzeit in einer Neufindungsphase, da die Unternehmen seit 2006 nicht mehr Pflichtmitglied sein müssen.

Unternehmen beteiligt sind und ein Greenfield-Investment vorgenommen haben, wollen ihre Aktivitäten ausbauen. Unternehmen mit Absatzaktivitäten, Berater- und Vertreter- sowie Zulieferverträgen wollen dieses Engagement zumindest beibehalten.

In Tschechien sind fast alle Branchen aktiv, mit Ausnahme des produzierenden Handwerks. Schwerpunkte liegen indes im Maschinenbau, was wiederum mit der Stärke der tschechischen Industrie korrespondiert.

Die positive Entwicklung der tschechischen Wirtschaft kommt auch deutschen Unternehmen zu gute. Erhebliche Potenziale werden, initiiert durch EU-Auflagen, bei kommunalen Investitionen im Umweltbereich, beim Bau bzw. bei Gebäudesanierungen oder beim Thema Energieeffizienz gesehen.

Im Befragungssample sind Kleinstunternehmen ebenso wie größere Mittelständler vertreten. Tendenziell sind indes eher die größeren Unternehmen mit anspruchsvollen Kooperationen in der Fertigung oder bei Beteiligungen aktiv, während die kleineren Unternehmen sich (zunächst) um den Vertrieb oder Einkauf kümmern.

3.4.4.2 Hemmende und fördernde Faktoren für den Markteinstieg und Rolle von Kooperationen

Die Erfahrungen von tschechischen Maschinen- und Anlagenbauern mit deutschen Kooperationspartnern (und umgekehrt) sind vielfältig. Dominierend war anfänglich zum einen die Auslagerung einfacher, lohnkostenintensiver Arbeiten nach Tschechien und dann wieder zurück nach Deutschland. Das zentrale Motiv für Kooperationen war hier günstiger Montagezukauf. Zum anderen gab es starke Interessen deutscher inhabergeführter Unternehmen tschechische Maschinen- und Anlagenbauer im Rahmen von Privatisierungen aufzukaufen. Der Grund war hier fast immer die angestrebte Produktionserweiterung deutscher Unternehmen. Zwischenzeitlich ist in Tschechien das Lohnkostenniveau gestiegen und Tschechien hat für viele deutsche Unternehmen seine Funktion als verlängerte Werkbank verloren. Verbunden ist das mit der Tendenz zu anspruchsvolleren Entwicklungskooperationen zwischen deutschen und tschechischen Unternehmen im Inland, aber auch bei der gemeinsamen Bearbeitung ausländischer Märkte in Mittel- und Osteuropa.

Es gab und gibt den geführten Gesprächen zufolge teilweise noch Bedenken tschechischer Maschinen- und Anlagenbauer vor den deutschen Unternehmen als Konkurrenten. Mitunter hat das grenzüberschreitende Kooperationen behindert und tschechische Unternehmen haben lieber im Inland kooperiert.

Bei Übernahmen gab es vereinzelt Schwierigkeiten in der Anpassung der verschiedenen Unternehmenskulturen. Tschechische Ingenieure improvisieren gerne, arbeiten oft anders als deutsche Ingenieure. Dieses wiederholt benannte „interkulturelle Konfliktpotenzial“ scheint beseitigt.

Inzwischen hat sich vieles angeglichen, deutsche Standards werden dabei mehr und mehr von tschechischen Unternehmen übernommen.

3.4.4.3 Zur Rolle der Außenwirtschaftsförderung

Nur etwa ein Drittel der befragten KMU mit einem wirtschaftlichen Engagement in Tschechien hat mit Hilfe der in Prag ansässigen AHK oder durch das Instrument der Auslandsmesseförderung ihre Aktivitäten begonnen. Die übrigen Säulen oder Instrumente waren kaum bekannt. Die meisten Unternehmen haben ihr Engagement auf Basis eigener Kontakte gestartet und dann sukzessive ausgebaut.

In Gesprächen mit dem in Prag ansässigen bfai-Büro wurde darauf hingewiesen, dass Unternehmen aus dem Energieberatungs- und Gebäudesanierungsbereich in Tschechien erhebliche Marktpotentiale durch öffentliche Ausschreibungen erwarten können. Bisher seien die Erfahrungen mit diesen Ausschreibungen, die üblicherweise durch EU-Mittel kofinanziert sind, auf Einzelfälle beschränkt. Hier fehle es, so die Einschätzung durch die bfai, an informationsunterstützenden Maßnahmen zur Aufbereitung der in der Landessprache verfassten, zumeist schwer verständlichen Ausschreibungsunterlagen.

Grenznahe Bundesländer wie Sachsen oder Bayern sind offenkundig sehr aktiv bei der Erschließung von Tschechien als Absatzmarkt und bei der Vermittlung von spezifischen Kooperationspartnern. Oft wird dann seitens der deutschen Unternehmen nicht auch noch bei der AHK angefragt. Das Potenzial der AHK wird indes dann genutzt, wenn es um eine Vertiefung des wirtschaftlichen Engagements geht, wie vertraglich-institutionelle Bindung mit tschechischen Partnern oder Grundstückserwerb für Firmenansiedlungen.

4 Zusammenfassung und Empfehlungen

4.1 Zusammenfassung

Seit der Erweiterung am 1. Mai 2004 gehören acht vormals sozialistische Volkswirtschaften – Estland, Lettland, Litauen, Polen, Ungarn, Tschechien, Slowakische Republik und Slowenien – der Europäischen Union an. Am 1. Januar 2007 kamen Bulgarien und Rumänien hinzu. Deutschland rückt damit vom Rand in die Mitte der Europäischen Union. Während der politische Erfolg der EU-Osterweiterung unbestritten ist, gibt es diese Klarheit hinsichtlich der wirtschaftlichen Bilanz nicht. In der öffentlichen Diskussion werden die wirtschaftlichen Folgen bislang eher als Risiken denn als Chancen der Erweiterung diskutiert.

Eine Reihe von Untersuchungen zeigen jedoch, dass der Beitritt der neuen Mitgliedsstaaten in Mittel- und Osteuropa (nMS) nicht nur ein politischer Meilenstein ist, sondern auch beträchtliche wirtschaftliche Wohlfahrtsgewinne mit sich bringt. Unklar war bislang allerdings, inwieweit kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Deutschland die wirtschaftlichen Veränderungen für sich nutzen konnten.

Ziel der vorgelegten Studie war es daher, exemplarisch das Potenzial für eine verstärkte Zusammenarbeit von KMU mit Partnern in den nMS aufzuzeigen.

Das methodische Konzept der Studie basiert auf einem weiten Kooperationsbegriff. Damit soll das Spektrum der Beziehungen deutscher KMU mit Partnern aus den nMS so umfassend wie möglich berücksichtigt werden. Dementsprechend wurden verschiedene Formen des wirtschaftlichen Austauschs wie Export, Import, Direktinvestitionen und Kooperationen untersucht.

Einleitend sind verschiedene Ansätze der Typisierung von wirtschaftlichen Austauschbeziehungen vorgestellt worden. Sie bildeten das konzeptionelle Gerüst der Studie (Kapitel 1).

Die empirische Aufarbeitung des Standes und der Entwicklung der außenwirtschaftlichen Beziehungen deutscher Unternehmen mit den nMS diente zur Einordnung der Kooperationsaktivitäten deutscher KMU (Kapitel 2). Dazu wurden vorhandene Informationsquellen – amtliche Daten und nicht-amtliche Umfragen – genutzt. Auf eine originäre breit angelegte Befragung von KMU wurde auftragsgemäß verzichtet. Ziel dieses Arbeitsschrittes war es, Auswahlkriterien für die anschließenden Fallstudien bereitzustellen. Die wichtigsten Ergebnisse dieses Kapitels sind:

- Sowohl der Austausch von Waren und Dienstleistungen mit den nMS als auch der Bestand an Direktinvestitionen deutscher Unternehmen in den nMS expandierten bereits vor dem EU-Beitritt deutlich stärker als die Außenbeziehungen mit anderen Regionen. Gleichwohl fällt auf, dass in der Zeit nach dem Beitritt die Expansion nochmals zugenommen hat. Die wichtigsten Partnerländer

sind dabei Polen, Tschechien, Ungarn und die Slowakei. Motiv ist vor allem die Erschließung neuer Absatzmärkte. Auslagerungen von kostenintensiven Produktionsstufen und damit negative Auswirkungen auf heimische Arbeitsplätze sind eher marginal.

- KMU sind aufgrund ihrer begrenzten Ressourcen und ihrer stärkeren Orientierung auf regionale Märkte in der Regel weniger exportorientiert als große Unternehmen. Dies gilt sowohl generell, als auch für die nMS. Jedoch zeigt sich, dass die Exportorientierung in Hinblick auf die nMS geringer ist als in Hinblick auf andere Exportregionen. Dies deutet darauf hin, dass KMU ihre Marktchancen in den nMS noch nicht voll ausgeschöpft haben. Die Erschließung neuer Märkte im Ausland ist das wichtigste Motiv für KMU. Kooperiert wird zumeist über Partner vor Ort. Eigene Vertriebsstätten bauen KMU dabei seltener auf als größere Unternehmen.

Aufbauend auf diesem Überblick wurden die Besonderheiten des wirtschaftlichen Austauschs von KMU mit den nMS untersucht (Kapitel 3). Dazu wurden Interviews mit 43 KMU sowie mit 16 Repräsentanten der deutschen Außenwirtschaftsförderung und ausgewählter Verbände durchgeführt. Aufgrund der schmalen Datenbasis können die Gesprächsergebnisse zwar nicht als repräsentativ gelten, sie erlauben aber belastbare Aussagen zum Kooperationsverhalten deutscher KMU in den nMS sowie zur Inanspruchnahme der deutschen Außenwirtschaftsförderung. Wo immer möglich, wurden die Ergebnisse an vergleichbaren Studien zur Prüfung der Plausibilität der Aussagen gespiegelt.

Die Ergebnisse der Unternehmensgespräche bestätigen eine Reihe von Befunden aus Kapitel 2:

- KMU unterhalten angesichts ihres begrenzten Aktionsradius' kaum Betriebsstätten in den nMS. Allein schon deshalb sind Kapazitätsverlagerungen bei KMU sehr unwahrscheinlich. Stärker noch als bei großen Unternehmen herrscht hier das Motiv der Markterschließung vor. Erst nachdem der Markt eine kritische Größe erreicht hat und Vertrauen aufgebaut wurde, sind weitere, intensivere Kooperationen unternommen worden, die etwa Fertigung oder Entwicklung umfassen. Dabei werden teilweise auch Investitionen vor Ort vorgenommen.
- KMU haben aufgrund der knappen Personaldecke und geringer finanzieller Mittel nur wenig Raum für umfangreiche Auslandsengagements.
- Eine Unterscheidung im Kooperationsverhalten nach den einzelnen nMS ist nicht zu erkennen. Die Unternehmensgespräche heben die Bedeutung der für den Export wichtigen Länder Polen und Tschechien hervor. In diesen Ländern wird mit Vertriebspartnern sowie mit Partnern in den Bereichen Fertigung und vereinzelt auch in Forschung und Entwicklung kooperiert. Für Bulgarien und Rumänien scheint der Aufbau von kooperationsbasierten Vertriebsnetzen noch am Anfang zu stehen.

- Differenzierungen nach Unternehmensgröße und Branche zeigen, dass vor allem mittelgroße Unternehmen z.B. aus dem Maschinenbau und Automobilzulieferer spezifisches technologisches Wissen aus den nMS im Rahmen von Fertigungskooperationen nutzen wollen.

Von den eingangs vorgestellten Typisierungen für die Beschreibung von Kooperationen findet vor allem der betriebswirtschaftliche Ansatz seine Entsprechung in der hier vorgestellten Empirie. Kooperationen sind vor allem vertikal ausgerichtet und beziehen in der Regel keine Wettbewerber mit ein. Von den aufgeführten Formen von Auslandskooperationen dominiert die Vertriebskooperation. Motiv für außenwirtschaftliche Aktivitäten deutscher KMU mit den nMS ist vor allem die Markterweiterung. KMU gehen Kooperationen in den nMS zunächst vom Heimatmarkt mit geringem finanziellem und personellem Engagement ein. Erst nachdem Vertrauen aufgebaut worden ist und Kooperationen erfolgreich waren, werden Kooperationen ausgebaut bzw. Investitionen vor Ort unternommen.

Alles in allem hat die Befragung gezeigt, dass die nMS für viele der befragten KMU Erfolg versprechende Märkte darstellen, in denen sie ihre Produkte und Leistungen über Vertriebskooperationen absetzen können. Da die Konkurrenz in den nMS oft noch nicht als gleichwertig angesehen wird, sehen die KMU ihre Absatzchancen dort als besonders gut an.

Um die Rolle der deutschen Außenwirtschaftsförderung bei den Aktivitäten von KMU in den nMS besser beurteilen zu können, sind sowohl KMU als auch Vertreter der deutschen Außenwirtschaftsförderung (AHK, bfai, Deutsche Botschaften) sowie von einschlägigen Verbänden befragt worden. Dabei wurden die Erfahrungen deutscher KMU für die Fallstudien über die vier Zielländer Polen, Rumänien, Slowenien und Tschechien einbezogen.

Die Untersuchung hat deutlich gemacht, dass sich die deutsche Außenwirtschaftsförderung grundsätzlich bewährt hat. Die Ergebnisse der Studie legen gleichwohl Optimierungsmöglichkeiten nahe, die nachfolgend diskutiert werden sollen.

4.2 Empfehlungen

Wie die Untersuchungsergebnisse zeigten, überblicken KMU in der Regel nicht das vielfältige Angebot der deutschen Außenwirtschaftsförderung. Es fällt den Unternehmen schwer, das adäquate Betreuungs- und Beratungsangebot für ihre Bedürfnisse herauszufinden und gegenüber den Fördereinrichtungen angemessen zu formulieren. Eine spezifische Beratung und Unterstützung kann dann oft nicht erfolgen.

Schließlich erscheinen die Förderangebote in Hinblick auf die unterschiedlichen Bedarfe von Unternehmen aus Industrie, Handwerk oder Dienstleistungsgewerbe und insbesondere von KMU noch nicht differenziert genug.

Aus dieser Diagnose lassen sich Überlegungen ableiten, die

- eine stärkere Bündelung und Transparenz der Außenwirtschaftsförderung und
- eine stärkere Beachtung der Bedarfe von KMU

beinhalten.

Stärkere Bündelung und Transparenz der Außenwirtschaftsförderung

Insgesamt hat sich die deutsche Außenwirtschaftsförderung bewährt. Die geringen Kenntnisse der KMU zur grundsätzlichen Struktur und der Breite der Beratungsangebote offenbart jedoch die Notwendigkeit zur stärkeren Bündelung der deutschen Außenwirtschaftsförderung, unter Berücksichtigung bereits vorhandener Strukturen:

- Ausbau zentraler Marketing- und Kommunikationsaktivitäten

Die Einführung des Internetportals „ixpos“ und des „e-trade-centers“ sind wichtige Meilensteine für die gebündelte Präsentation der Angebote der deutschen Außenwirtschaftsförderung. Dieser Ansatz sollte weiter ausgebaut werden. Um den Zugang zur deutschen Außenwirtschaftsförderung für KMU möglichst transparent und effizient zu gestalten, sollten sämtliche Informationen zu den Angeboten der deutschen Außenwirtschaftsförderung möglichst aus einer Hand und über einen einheitlichen Zugang („one stop agency“) zur Verfügung gestellt werden. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, die verschiedenen Einrichtungen der Außenwirtschaftsförderung zu einer einzigen Einrichtung zusammen zu legen. Der Wiedererkennungswert der einzelnen Angebote kann jedoch über ein einheitliches Corporate Design gesteigert werden.

Die vielfältigen Möglichkeiten der Außenwirtschaftsförderung sollten noch gezielter kommuniziert werden. Als wichtige Zielgruppen sind hierbei KMU und Dienstleistungsgewerbe zu adressieren. Unter den verschiedenen Maßnahmen sollten auch die Investitionsgarantien hervorgehoben werden, die von KMU – so die Ergebnisse der Interviews – bisher nur höchst selten genutzt werden.

- AHK als erste Anlaufstelle im Zielland, breite Kooperationsanbahnung vom Inland aus

Die Position der AHKs sollte, nicht zuletzt wegen der hohen Akzeptanz von Seiten der KMU, gestärkt werden. Idealerweise sollten die AHK der erste Ansprechpartner in einem Zielland sein, die die Anfragen von KMU entgegennehmen und an den jeweiligen Spezialisten (beispielsweise die in-tec.net-Büros oder den bfai-Korrespondenten) weiterleitet. Diese Verfahrensweise ist in mehreren der untersuchten Zielländer bereits gängige und – den Interviews der relevanten Akteure zufolge – bewährte Praxis.

Besondere Spezialisierungen und die institutionelle Eigenständigkeit der relevanten Akteure in den jeweiligen Zielländern sollten dabei weitgehend erhalten bleiben. Wünschenswert wäre es, wenn

die deutschen Botschaften in den nMS die politische Flankierung der Markteintrittsbedingungen für KMU intensivieren würden.

Zu überlegen wäre auch, die Abstimmungsprozesse zwischen den Akteuren in den jeweiligen Zielländern weiter zu optimieren. Dabei kann an bestehende Strukturen (wie die Kooperation zwischen AHKs und intec.net-Büros) angeknüpft werden. Denkbar ist, dass die betreffenden deutschen Einrichtungen in den Zielländern Bürogemeinschaften bilden und regelmäßige Abstimmungs- und Koordinierungsrunden einrichten. Dieses Verfahren wird in einzelnen nMS schon erfolgreich praktiziert und könnte für andere Zielländer übernommen werden.

Die vom BMWI geförderten Kooperationstreffen für technische Dienstleister und innovative Unternehmen, die heimischen Unternehmen den Zugang zu neuen Märkten erleichtern sollen, sind dabei beizubehalten. Sie sind auf die Bedarfe interessierter KMU zugeschnitten und verfügen über eigene Netzwerke in den Zielländern.

Stärkere Beachtung der Bedarfe von KMU und Dienstleistungsunternehmen

Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung zeigen, dass die Außenwirtschaftsförderung nicht immer die Bedarfe der KMU und Dienstleistungsunternehmen trifft. Daher wird die stärkere Beachtung dieser Bedarfe empfohlen und zwar in zweierlei Hinsicht:

- Einführung spezialisierter Ansprechpartner für auslandsunerfahrene KMU und für Dienstleistungsunternehmen

Vor dem Hintergrund der oben geschilderten spezifischen Beratungsbedarfe von auslandsunerfahrenen KMU sowie Dienstleistungsunternehmen sollten die deutschen Einrichtungen im jeweiligen Zielland – also vor allem die AHKs – Ansprechpartner benennen, die für Anfragen und für Beratung dieser Unternehmen zuständig sind. Diese Personen sollten möglichst aus dem Zielland stammen.

Die Einrichtungen der Außenwirtschaftsförderung sollten sich angesichts der Bedeutung der EU-Strukturfonds auch als Mittler und Ansprechpartner zur Erschließung dieser Potenziale für deutsche KMU verstehen. Hier gilt es, die Unternehmen gezielt zu unterstützen, da Programme häufig nur in der Landessprache ausgeschrieben werden und deutsche Unternehmen oft erst zu spät von interessanten Ausschreibungen erfahren.

- Betreuungssystem für die Unterstützung des Markteintritts auslandsunerfahrener KMU und für Dienstleistungsunternehmen

Die Bedarfe von KMU und Dienstleistungsunternehmen können auch dadurch gestärkt werden, dass die betroffenen Unternehmen selbst stärker als bisher Möglichkeiten bei der Auswahl der betreuenden Einrichtungen bekommen. Hier sind unterschiedliche Varianten denkbar etwa durch

die Ausgabe von Gutscheinen für Beratungsleistungen, durch die Vergabe von Erfolgsprämien für die AHK oder durch die zielgruppenspezifische Aufstockung der Finanzierung der AHK.

Literatur

- Auswärtiges Amt und Bundesministeriums für Wirtschaft (2004): Weltweit Aktiv. Außenwirtschaftsförderung. Berlin.
- Belitz, H. und Stille, F. (2004): Deutschlands Position im internationalen Austausch technologischer Dienstleistungen: Kaum Anlass zur Besorgnis. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 22.
- Bellmann, L. (2002): Das IAB-Betriebspanel. Konzeption und Anwendungsbereiche. In: Allgemeines statistisches Archiv, Bd. 86, H. 2. S. 177 – 188.
- Brück et al. (2004): EU-Osterweiterung: Klare Herausforderungen, unberechtigte Ängste. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 17. S. 213 – 222.
- Buch, C. et al. (2007): Analyse der Beweggründe, der Ursachen und der Auswirkungen des sogenannten Offshoring auf Arbeitsplätze und Wirtschaftsstruktur in Deutschland. Tübingen und München.
- Bundesministerium der Finanzen (2006): Informationen zur Europäischen Bank für Wiederaufbau und Entwicklung. Berlin.
- Bundesministerium für Wirtschaft (1976): Kooperationsfibel für mittelständische Unternehmen. Bonn.
- Bundesregierung (2003): Weltweit aktiv. Außenwirtschaftsoffensive der Bundesregierung. Berlin.
- Deutsche Bundesbank (1996): Technologische Dienstleistungen in der Zahlungsbilanz im längerfristigen Vergleich. Monatsbericht der Deutschen Bundesbank, Mai 1996. S. 63 – 73.
- Deutsche Bundesbank (2006a): Die deutschen Direktinvestitionsbeziehungen mit dem Ausland: neuere Entwicklungstendenzen und makroökonomische Auswirkungen. Monatsbericht der Deutschen Bundesbank, September 2006. S. 45 – 62.
- Deutsche Bundesbank (2006b): Kapitalverflechtung mit dem Ausland, Statistische Sonderveröffentlichung April 2006. Frankfurt am Main.
- Deutsche Bundesbank (2006c): Technologische Dienstleistungen in der Zahlungsbilanz, Statistische Sonderveröffentlichung 12. Frankfurt am Main.
- Deutsche Bundesbank (2007): Bestandserhebung über Direktinvestitionen, Statistische Sonderveröffentlichung, April 2007. Frankfurt am Main.
- DIHK (2005): Going International. Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft. Erfahrungen, Lösungen, Perspektiven. Berlin.
- DIHK (2006): Going International. Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft. Erfahrungen, Lösungen, Perspektiven. Ergebnisse der bundesweiten Umfrage 2006. Berlin.
- Eickelpasch, A. (2008). Fortschritte bei der Exportorientierung von Dienstleistungsunternehmen. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 25/2008. S. 339 – 346.
- Eickelpasch, A. und Pfeiffer, I. (1995): Technologische Zusammenarbeit von Berliner Unternehmen mit den Reformstaaten Mittel- und Osteuropas. Berlin.
- Eickelpasch, A. und Pfeiffer, I. (2006): Standortverlagerungen der ostdeutschen Industrie. In: Wochenbericht des DIW Berlin. Nr. 14/2006. S. 181 – 185.
- EU-Kommission (2003): Empfehlung der Kommission vom 6. Mai 2003 betreffend die Definition der Kleinstunternehmen sowie der kleinen und mittleren Unternehmen. Amtsblatt der Europäischen Union, L 124/36 vom 20. Mai 2003.

- European Commission (2004): Observatory of European SMEs 2003. ENSR, Enterprise Survey 2003. Enlargement of the European Union (Part A) sowie Internationalisation (Part A). Luxemburg.
- Gehrke, B. und Legler, H. (2004): Technologische Dienstleistungen in der Zahlungsbilanz. Studien zum deutschen Innovationssystem Nr. 19-2004. Hannover.
- Grubel, H. G. und Lloyd, P. J. (1975): Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products. London.
- Hauser, C. (2006): Außenwirtschaftsförderung für KMU in der BRD. Eine empirische Analyse auf der Basis der ökonomischen Theorie des Föderalismus. Wiesbaden.
- Held, H. (2000): Außenwirtschaft – Theorie, Empirie und Politik der interdependenten Wirtschaft. Heidelberg.
- Heinig, S. (2005): Kooperationsförderung für technische Dienstleister und innovative Unternehmen. Auswertung einer Befragung der Teilnehmer an den Kooperationstreffen 2003/2004. Unveröffentlichtes Manuskript.
- KfW, Creditreform, IfM, RWI, ZEW (2005): Den Aufschwung schaffen – Binnenkonjunktur und Wettbewerbsfähigkeit stärken. MittelstandsMonitor 2005. Frankfurt am Main.
- Klug, M. (2005): Market Entry Strategies in Eastern Europe in the Context of the European Union. An Empirical Research into German Firms Entering the Polish Market. Wiesbaden.
- Krause, J. (2005): Rahmenbedingungen der Außenwirtschaftsförderung für kleine und mittlere Unternehmen in Ostdeutschland. Eine empirische Analyse des Vermarktungshilfeprogramms. Konstanz (Diplomarbeit, mimeo).
- Lipponer, A. (2006): Microdatabase Direct Investment - MIDI. A Brief Guide. Frankfurt am Main.
- McKinsey et al. (2005): Unternehmertum Deutschland (Ergebnisse der ersten Befragungsrunde). Düsseldorf.
- Meyer-Krahmer, F. et al. (1982): Innovationsförderung bei kleinen und mittleren Unternehmen. Frankfurt am Main und New York.
- Pfaffmann, O. und Hornschild, K. (1999): Neuere Erkenntnisse zur Bedeutung von FuE-Kooperationen industrieller Unternehmen. Ein Literaturüberblick. Konjunkturpolitik 45. Jg., H. 1. S. 40 – 78.
- Prognos (2007): Die Veränderungen der europäischen Wertschöpfungsstrukturen im Zuge der Vervollständigung des europäischen Binnenmarktes und der EU-Erweiterungen. Basel.
- Schumacher, D. und Hollmann, K. (2001): Außenhandel der OECD-Länder mit Gütern des verarbeitenden Gewerbes in europäischer Klassifikation. Ausgewählte Reihen 1989 bis 1998. Berlin.
- Schumacher, H. Legler, U. und Gehrke, H. (2003): Marktergebnisse bei forschungsintensiven Waren und wissensintensiven Dienstleistungen: Außenhandel, Produktion und Beschäftigung. Berlin 2003.
- Städele, D. und D. Müller (2006): Codebuch zum IAB-Betriebspanel. Version 5: Querschnitt 2003 – 2005. FDZ-Datenreport Nr. 06/2006. Nürnberg 2006.
- Statistisches Bundesamt (2005): Qualitätsbericht Außenhandel. Wiesbaden.
- Storey, D. J. (1994): Understanding the Small Business Sector. London und New York.
- Untiedt, G. et al. (2007): Auswirkung der EU-Erweiterung auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und ausgewählten EU-Mitgliedsstaaten. Bisherige Erfahrung und künftige Entwicklungen unter besonderer Berücksichtigung der EU-Beitritte Bulgariens und Rumäniens. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Münster 2007.

Welter, F. (2002): Internationalisierung im Mittelstand. In. Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.), Schriften und Materialien zu Handwerk und Mittelstand, Heft 14. Essen.

Zentes, J., Swoboda, B. und Morschett, D. (2005): Kooperationen, Allianzen und Netzwerke: Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. Wiesbaden.

Anhang: Interviewpartner

Politische Einrichtungen:

bfai Bukarest, Rumänien

bfai Prag, Tschechien

Deutsche Botschaft Bukarest, Rumänien

European Commission, DG Enterprise and Industry, Brüssel, Belgien

Kammern und Verbände:

AHK Bukarest, Rumänien

AHK Prag, Tschechien

AHK Ljubljana, Slowenien

AiF Contact Office, Ljubljana, Slowenien

BDWi, Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft, Berlin

Business Advisory Council for South Eastern Europe, Italien

Chamber of Commerce and Industry of Slovenia, Ljubljana, Slowenien

DIHK, Berlin

Polnische Wirtschaftskammer Warschau, Polen

VBI, Verband beratender Ingenieure, Berlin

Verband der Hersteller und Lieferanten der Maschinenbautechnik Prag, Tschechien

vubic, Verband unabhängiger Beratender Ingenieure und Consultants e. V., Berlin

Unternehmen:

AHT Group, Essen

Baumüller Anlagen-Systemtechnik GmbH & Co KG, Nürnberg

ALLMATIC -Jacob GmbH, Unterthingau

andron GmbH, Wasserburg

assmann beraten + planen GmbH, Braunschweig

Bego GmbH & Co. KG, Bremen

BGS Umwelt GmbH, Darmstadt

Biona GmbH, München

Bremer Pharma GmbH, Warburg

Dezidata GmbH; Deggendorf

dsi International Consulting Ltd&Co.KG, Leutkirch

Elgeba Gerätebau, Bad Honnef

Encogroup, Bukarest, Rumänien

Ernst Schlosserei, Klingentalde

Frelu Hergert GmbH, Großsteinberg

Glindemann CarDiagnostic, Rinteln

Haering Farben + Lacke GmbH, Untergruppenbach

Heberger Baumanagement GmbH, Schifferstadt

HSA GmbH, Genthin

Hüco Gruppe, Espelkamp

IBAK, Kiel

ids GmbH, Ettlingen

Ingenieurbüro Vössing GmbH, Düsseldorf

ISV GmbH, Straßburg

Kemmax GmbH, Essen

KI Keramik-Institut GmbH, Chemnitz

klimed GmbH, Reusentamm-Rehmbrücken

Kocks Consult GmbH, Koblenz

Limburg GmbH, Köln

MAKA Max Mayer Maschinenbau GmbH, Nersingen

Moore GmbH, Erfurt

Mubea Systeme GmbH, Brüggen

NÜRMONT Installations GmbH & Co. KG, Nürnberg

Pero AG, Königsbrunn

Sat-Kabel GmbH, Burgstädt

Schmitz u. Söhne GmbH & Co KG, Wickede (Ruhr)

Schüßler-Plan GmbH, Düsseldorf

SW Color GmbH, Bindlacher Berg

Töpfer GmbH, Dietmansried

Trebbiner Fahrzeugfabrik GmbH, Trebbin

TSK Prüfsysteme GmbH, Porta Westfalica

TTI Inc. Europe, Maisach-Gernlinden

Weiler Maschinenbau GmbH, Mausdorf