



Die Exporttätigkeit deutscher IKT-Unternehmen – Vorabergebnisse der ersten Welle

Auslandsaktive IKT-Unternehmen – eine Bestandsaufnahme.

Die IKT-Branche ist eine sehr dynamische Branche, die sich vor dem Hintergrund aktueller Marktbelange immer wieder neu aufstellt und extrem flexibel auf innovative Entwicklungen und Trends reagiert. Für Industrie- und Dienstleistungsunternehmen ist sie der Wegbereiter für neue, globale Geschäftsmodelle. So ist es auch nicht verwunderlich, dass eine Branche, die anderen Unternehmen ein globales Agieren oftmals erst ermöglicht, sich selbst auf internationalen Märkten positionieren muss, um ihre Wachstumschancen zu festigen.

Die erste Welle einer Befragung – Trendscreener zur aktuellen Lage.

Wie agieren in Deutschland ansässige IKT-Unternehmen auf Auslandsmärkten? In welche Weltregionen und Länder exportieren sie? Welche Barrieren und Hindernisse haben sie vor allem zu überwinden? Welche Dienstleistungen zur Erschließung der Märkte nehmen sie vorzugsweise in Anspruch?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurde von Mitte September bis Mitte Oktober 2010 die erste Welle einer Online-Befragung von deutschen IKT-Unternehmen zu ihren Auslandsaktivitäten durchgeführt. Initiierung und Durchführung erfolgten im Rahmen der Arbeit der AG 1 „IKT-Standort und innovative Anwendungen“ von den AG 1-Mitgliedern Arvato, BITKOM, BMWi, Deutsche Messe, DIHK, Ernst&Young, Fujitsu, GFT, init, MWVLW Rheinland-Pfalz, visionapp und ZEW Mannheim. 222 Unternehmen füllten den Fragebogen vollständig aus.

Die Grundgesamtheit.

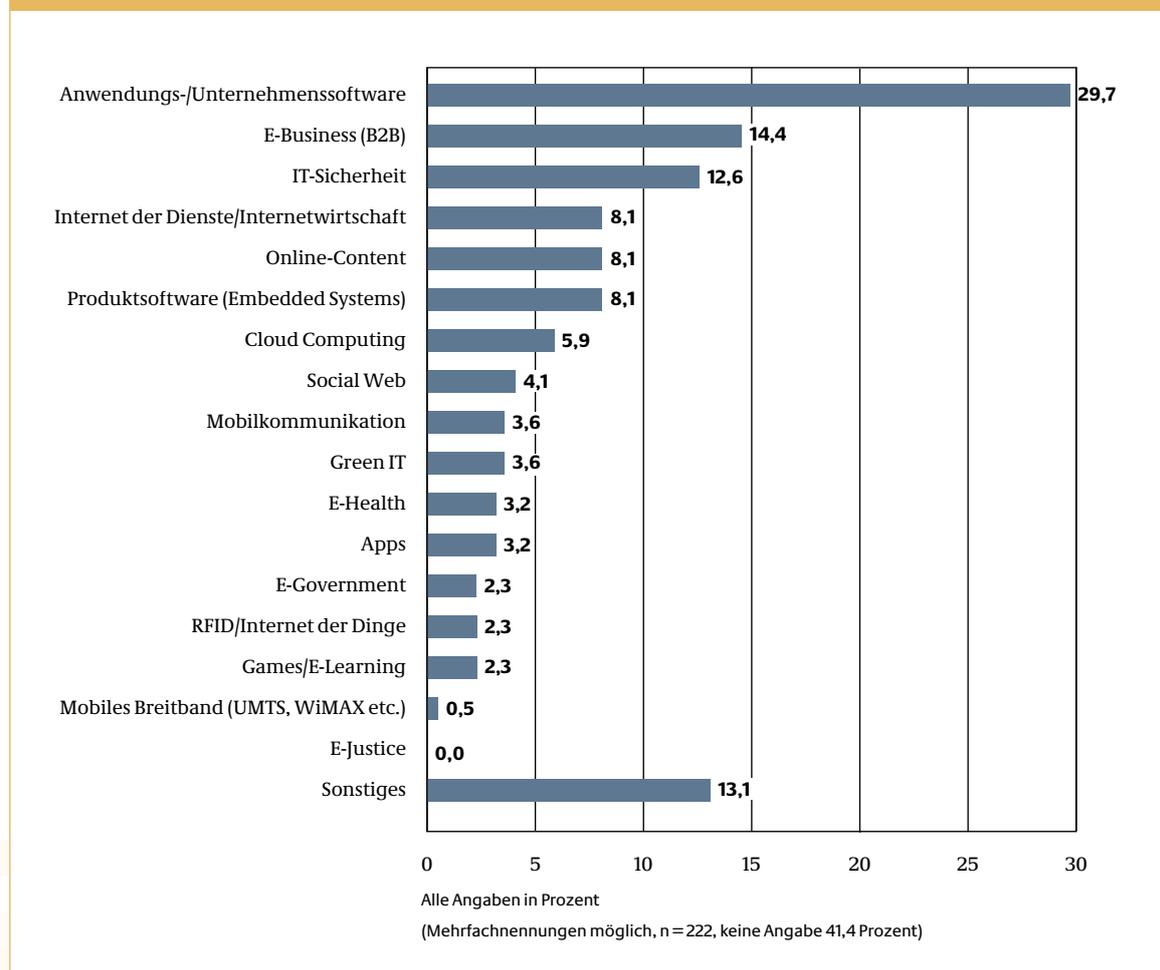
Es antworteten zu 36 Prozent kleine IKT-Unternehmen, die zwischen einem und neun Beschäftigte aufweisen, sowie zu 41 Prozent mittelständische Unternehmen, die zwischen zehn und 250 Mitarbeiter beschäftigen. 23 Prozent der antwortenden Unternehmen beschäftigen 251 Mitarbeiter und mehr. Zehn Prozent machten keine Angaben. Mit dieser Verteilung nach Mitarbeitergrößenklassen wird kein repräsentativer Querschnitt der deutschen IKT-Unternehmen abgebildet.

Überwiegend inhabergeführte Unternehmen.

Die an der Umfrage beteiligten Unternehmen sind zu 72,5 Prozent inhabergeführt, zu 17 Prozent nicht inhabergeführt. Das Auslandsgeschäft hatte bei 33 Prozent der Unternehmen einen Umsatzanteil von bis zu zehn Prozent, bei 9,5 Prozent zwischen zehn und 19 Prozent, bei 8,5 Prozent zwischen 20 und 29 Prozent und bei 1,8 Prozent zwischen 30 und 39 Prozent. 42 Prozent der Unternehmen gaben an, noch keinen Umsatz im Ausland zu generieren.

Fast jedes dritte Unternehmen mit Anwendungs- und Unternehmenssoftware im Ausland tätig. 30 Prozent der antwortenden Unternehmen exportieren Anwendungs- und Unternehmenssoftware, 14 Prozent E-Business-Lösungen im B2B-Bereich, 13 Prozent IT-Sicherheitslösungen. Jeweils acht Prozent sind in den Bereichen Embedded Systems, Online-Content und Internet der Dienste/Internetwirtschaft tätig. Es folgt Cloud Computing mit sechs Prozent. 41 Prozent beantworteten die obige Frage nicht.

Abb. 1: Mit welchem Angebot sind Sie heute schon im Ausland tätig?



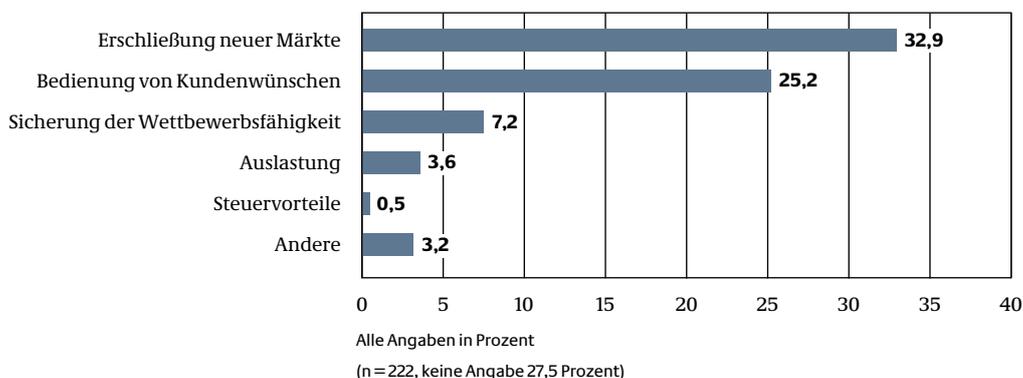
Wettbewerbsfähigkeit noch steigerungsfähig.

26 Prozent der befragten Unternehmen schätzen ihre Wettbewerbsfähigkeit im Ausland gegenwärtig als befriedigend (Schulnote 3) ein. 18,5 Prozent halten sie für gut (Schulnote 2), 1,3 Prozent beurteilen sie mit der besten Schulnote. Dagegen urteilen 13,5 Prozent, dass ihre Wettbewerbsfähigkeit im Ausland lediglich ausreichend sei. 11,6 Prozent halten sie für mangelhaft (Schulnoten 5 bzw. 6).

Erschließung neuer Märkte als Hauptmotiv für den Export.

Nach den Gründen für ihr Auslandsengagement befragt, gaben 33 Prozent der Befragten an, dass sie sich im Ausland engagieren, um neue Märkte zu erschließen. Ein Viertel der Befragten sagen, dass sie aufgrund von Kundenwünschen im Ausland tätig werden. Sieben Prozent der Befragten engagieren sich im Export, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Zu knapp vier Prozent erfolgt das Auslandsengagement, um die eigene Auslastung zu verbessern. Lediglich 0,45 Prozent engagieren sich, weil es Steuervorteile im Ausland gibt.

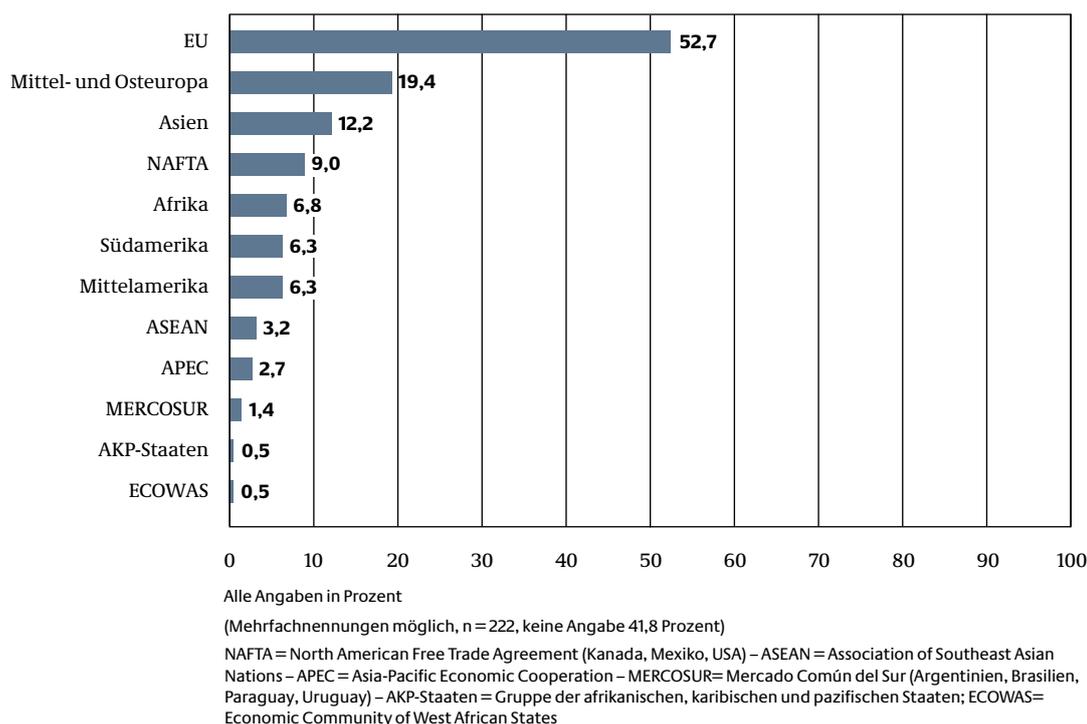
Abb. 2: Welches ist Ihr Hauptmotiv für Ihr Auslandsengagement?



Europa als wichtigste Exportregion.

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (52,7 Prozent) gab an, im europäischen Ausland tätig zu sein. Somit stellt die EU eine bedeutende Exportregion für die IKT-Unternehmen dar. Aber nicht nur die Europäische Union steht im Interesse der deutschen Unternehmen. Ebenso gab ein Fünftel der befragten Unternehmen an, sowohl nach Mittel- als auch nach Osteuropa zu exportieren. Zwölf Prozent der Befragten gaben an, in den asiatisch-pazifischen Raum zu exportieren. Erst an vierter Rangposition folgt die westliche Region (NAFTA), in die neun Prozent der befragten Unternehmen exportieren. Nach Süd- und Mittelamerika exportieren jeweils gut sechs Prozent der Befragten.

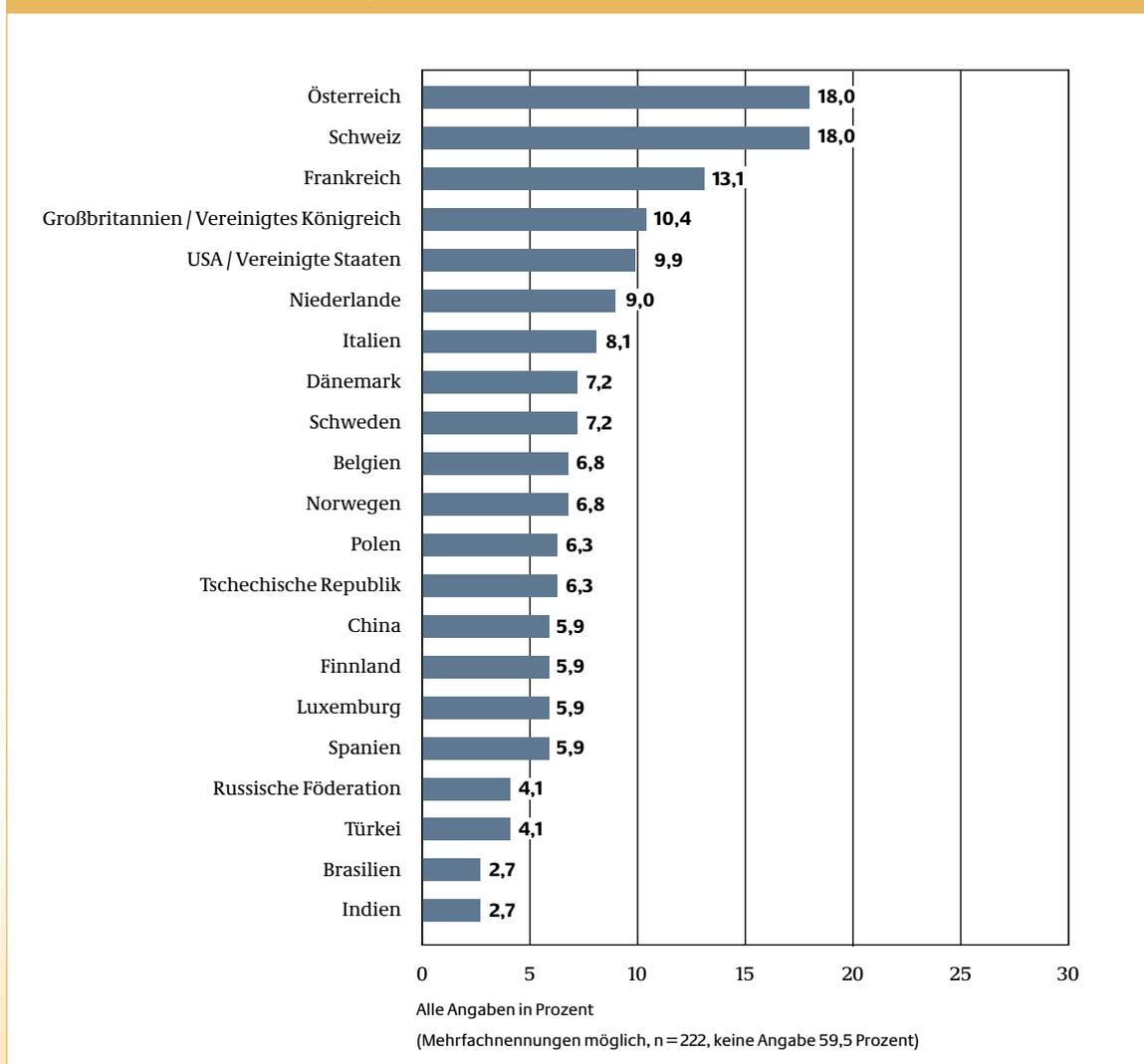
Abb. 3: In welchen Regionen ist Ihr Unternehmen im Export tätig?



Die deutschsprachigen Länder am häufigsten als Exportländer genannt.

Die Frage, in welche Länder hauptsächlich exportiert wird, wurde von 41 Prozent der befragten Unternehmen beantwortet. Mit jeweils 18 Prozent wurden die Schweiz und Österreich am häufigsten als Exportstandorte genannt. An dritter Stelle folgen Frankreich (13,1 Prozent) und an vierter Position Großbritannien (10,4 Prozent) als attraktive Exportländer für deutsche IKT-Unternehmen. In die USA exportieren rund zehn Prozent der Befragten. Nach Belgien wird zu 6,8 Prozent, nach Luxemburg zu 5,9 Prozent, in die Niederlande zu neun Prozent exportiert. Nach Brasilien werden zu 2,7 Prozent, nach China zu 5,9 Prozent, nach Indien zu 2,7 Prozent sowie nach Russland zu vier Prozent Waren und Dienstleistungen ausgeführt. 59 Prozent der Unternehmen beantworteten die Frage nicht.

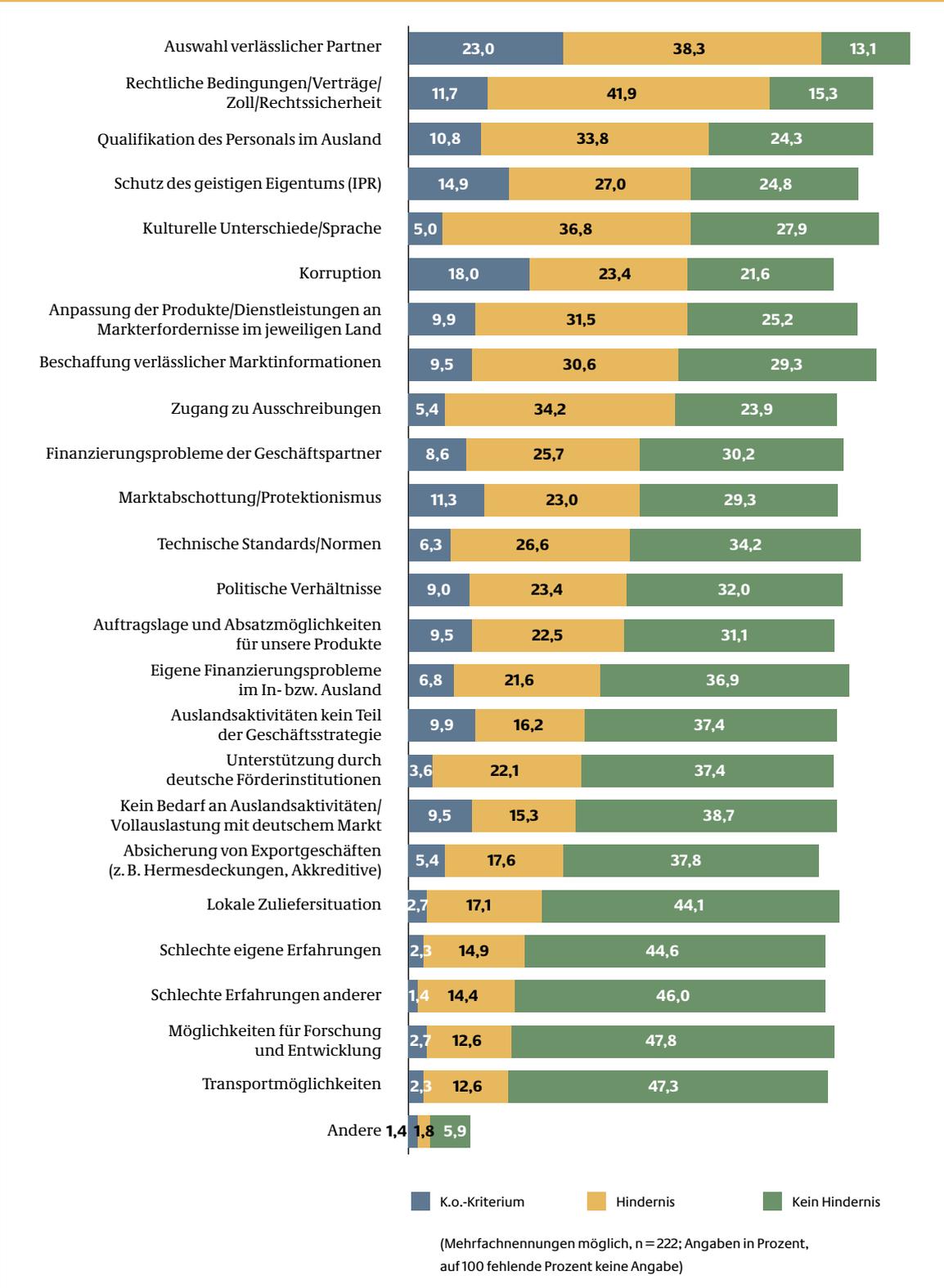
Abb. 4: In welche Länder exportiert Ihr Unternehmen?



Das Finden verlässlicher Partner stellt ein wesentliches Hindernis beim Aufbau von Auslandsgeschäften dar.

Betrachtet man die K.o.-Kriterien, dies heißt die unüberwindbaren Barrieren und die gelegentlichen Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen bzw. für das Auslandsgeschäft zusammen, so gilt die Auswahl verlässlicher Partner bei zwei Drittel (61 Prozent) als größtes Problem. Für 23 Prozent der Unternehmen ist dies der entscheidende Punkt schlechthin, an dem sich der Erfolg im Ausland bemisst. Knapp mehr als die Hälfte der Unternehmen (53,6 Prozent) sieht in den rechtlichen Rahmenbedingungen und der Rechtssicherheit Problemfelder, die einem attraktiven Auslandsgeschäft entgegenstehen. Gut 45 Prozent der Befragten sehen unüberwindbare Barrieren und gelegentliche Hindernisse in der Qualifikation des Personals im Ausland. Jeweils 42 Prozent der Befragten haben beim Auslandsengagement Sorge wegen des adäquaten Schutzes des geistigen Eigentums (IPR) und hinsichtlich der kulturellen Unterschiede und Sprachen. 41 Prozent der Befragten sehen Probleme aufgrund von Korruption oder der Anpassung der eigenen Produkte an die Markterfordernisse im jeweiligen Land. Immerhin noch 40 Prozent sehen die Beschaffung verlässlicher Marktinformationen als problematisch an. Kein Hindernis stellen dagegen die Transportmöglichkeiten (47 Prozent) sowie Möglichkeiten für Forschung und Entwicklung (48 Prozent) dar.

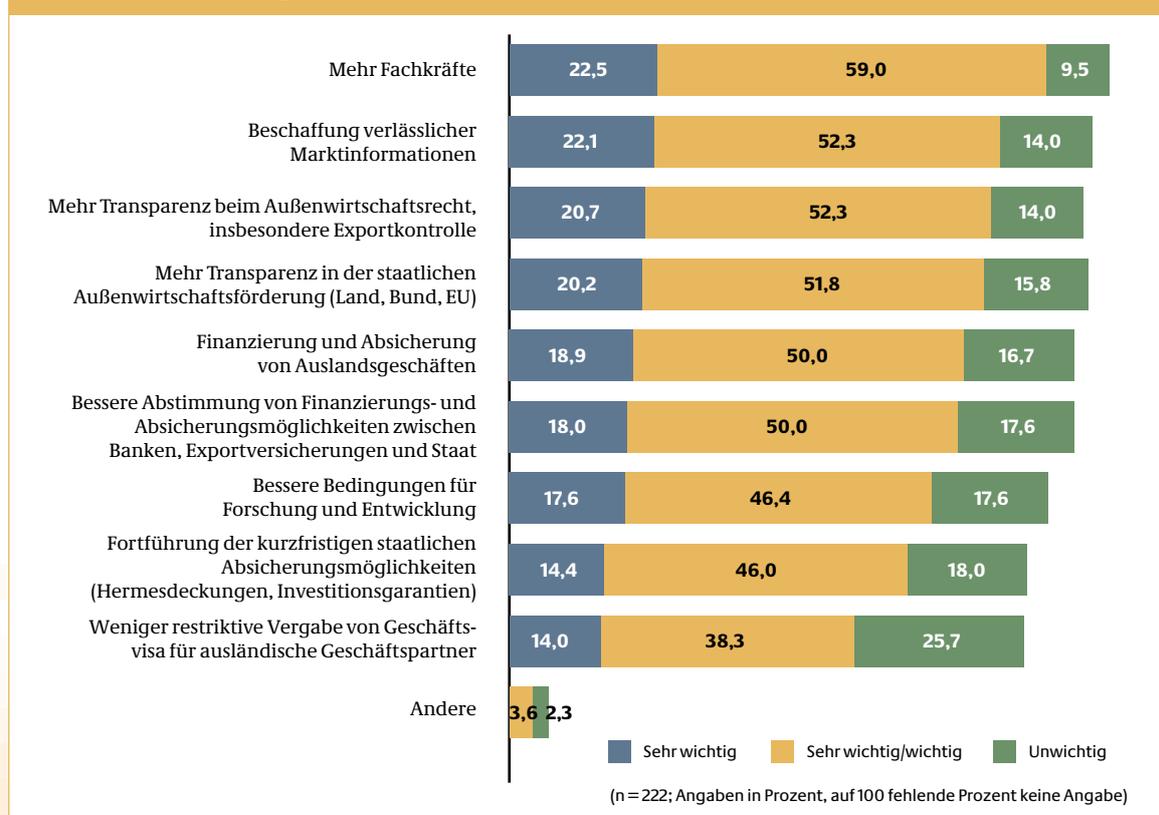
Abb. 5: Worin sehen Sie Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen bzw. was ist für Sie ein K.o.-Kriterium für das Auslandsgeschäft?



Deutsche Unternehmen wünschen sich im eigenen Land mehr Fachkräfte, verlässliche Marktinformationen und ein transparenteres Außenwirtschaftsrecht.

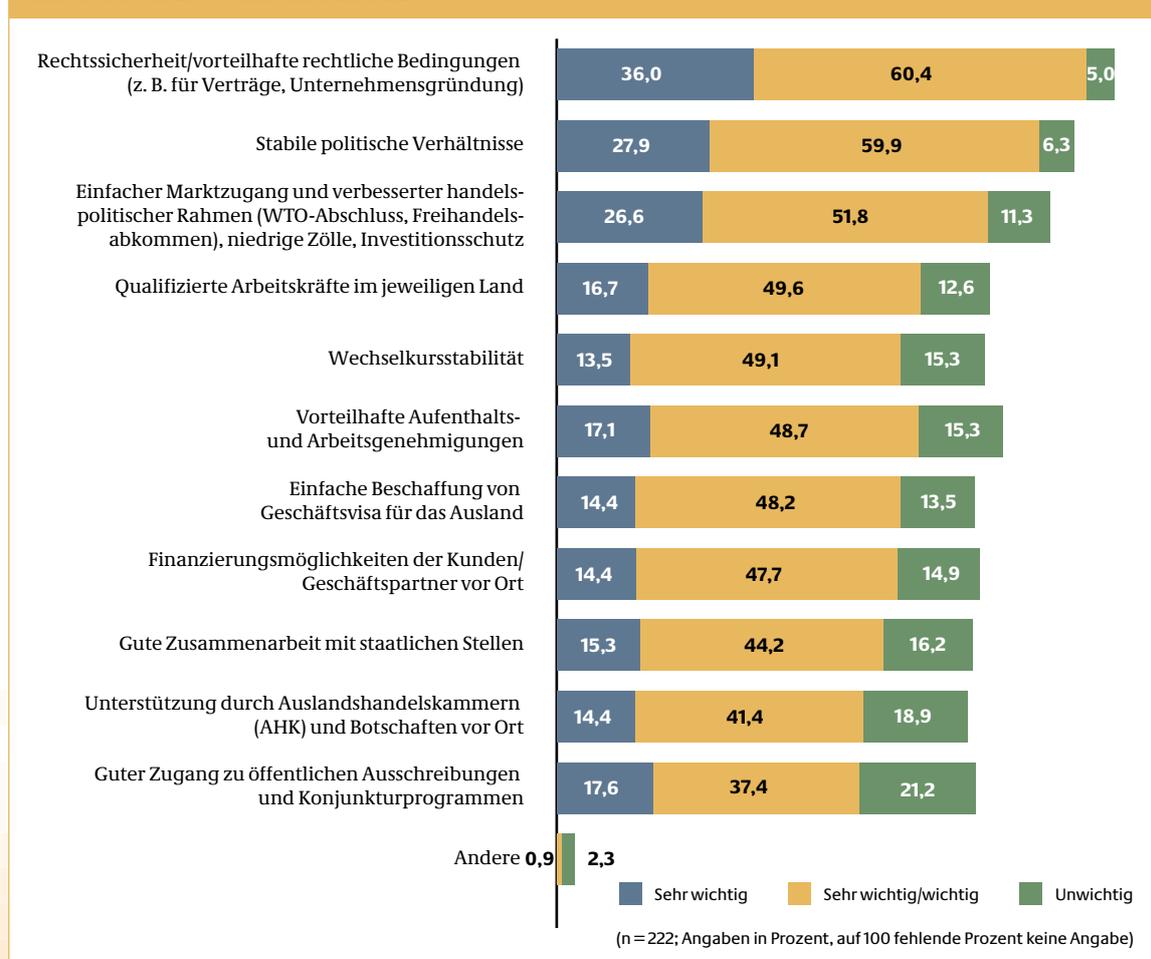
Als wichtigste Verbesserung im eigenen Land zur Förderung der eigenen Exportgeschäfte wünschen sich 59 Prozent „Mehr Fachkräfte“. Zehn Prozent der Befragten halten dies für unwichtig. Jeweils 52 Prozent halten die Beschaffung verlässlicher Marktinformationen sowie mehr Transparenz beim Außenwirtschaftsrecht, insbesondere bei der Exportkontrolle, für bedeutungsvoll, jeweils 14 Prozent finden dies unwichtig. 52 Prozent betonen, wie wichtig die Schaffung von mehr Transparenz in der staatlichen Außenwirtschaftsförderung (Land, Bund, EU) sei, 16 Prozent halten dies für unwichtig. Jeweils die Hälfte der Befragten hält die Finanzierung und Absicherung von Auslandsgeschäften für sehr wichtig bzw. wichtig. Dies gilt gleichermaßen auch für die Absicherungsmöglichkeiten zwischen Banken, Exportversicherungen und Staat und zu 46 Prozent auch für die Fortführung der kurzfristigen staatlichen Absicherungsmöglichkeiten (Hermesdeckungen, Investitionsgarantien). 47 Prozent halten die Schaffung von besseren Bedingungen für Forschung und Entwicklung für bedeutend. Ein Drittel der Unternehmen beantwortete die obige Frage nicht.

Abb. 6: Welche Rahmenbedingungen sollten in Deutschland verbessert werden, um im Ausland erfolgreich sein zu können?



Deutsche Exporteure wünschen sich im Ausland Rechtssicherheit und stabile politische Verhältnisse. Für rund 60 Prozent der Befragten ist jeweils die Rechtssicherheit bzw. sind die vorteilhaften, rechtlichen Bedingungen (z. B.: für Verträge und Unternehmensgründungen) sowie stabile politische Verhältnisse ausschlaggebend. Für etwas mehr als die Hälfte der Befragten ist der einfache Marktzugang (52 Prozent) am wichtigsten, ebenso die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften im jeweiligen Land (49,6 Prozent) sowie die Wechselkursstabilität (49,1 Prozent). Die gute Zusammenarbeit mit staatlichen Stellen ist für 44 Prozent sehr wichtig bzw. wichtig. Immerhin 41 Prozent halten die Unterstützung durch Außenhandelskammern und Botschaften vor Ort für bedeutend. 38 Prozent schätzen den guten Zugang zu öffentlichen Ausschreibungen und Konjunkturprogrammen als sehr wichtig bzw. wichtig ein.

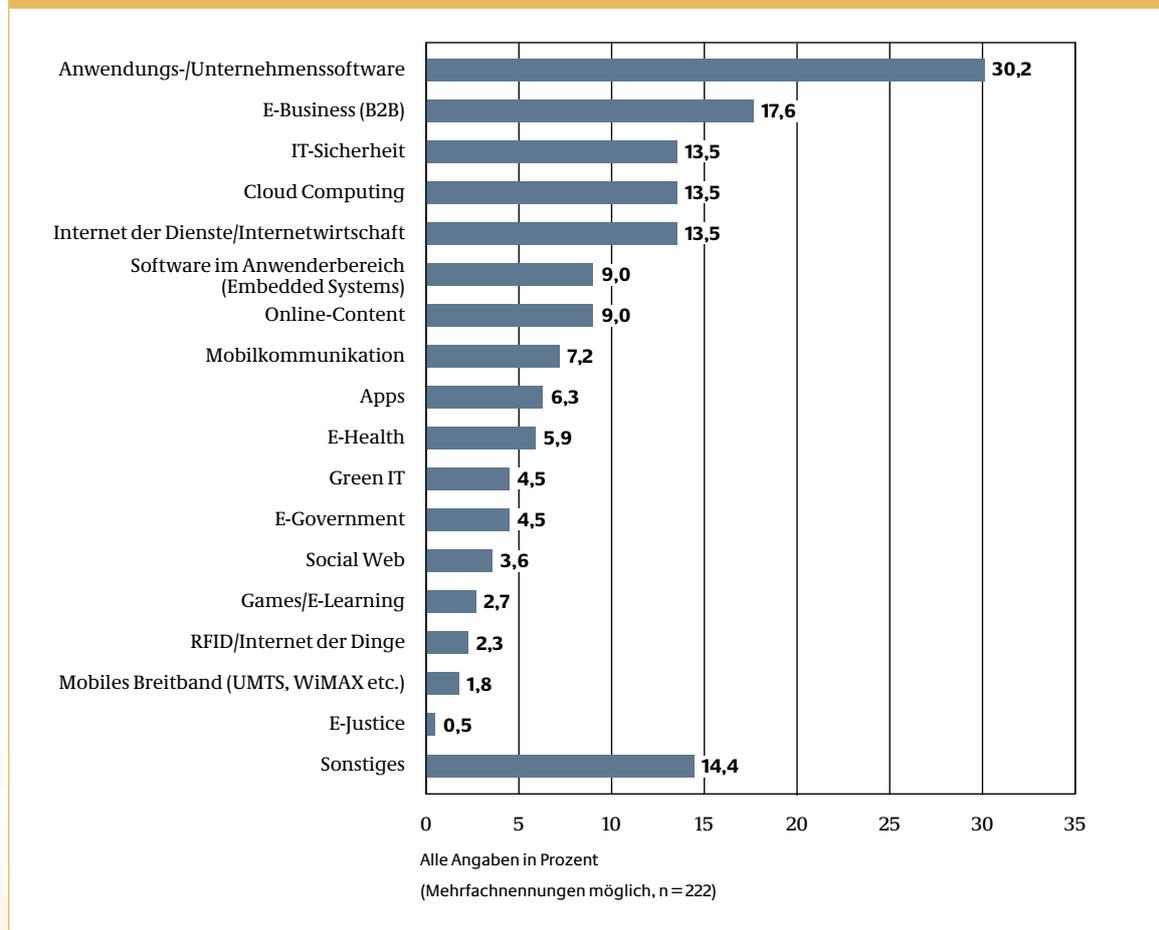
Abb. 7: Von welchen Rahmenbedingungen in Zielländern hängt der Erfolg Ihres Geschäftes im Ausland ab?



Künftig weitere Exportorientierung bei Software und Services sowie bei E-Business.

30 Prozent der befragten Unternehmen werden in den nächsten drei Jahren Anwendungs- und Unternehmenssoftware ins Ausland exportieren. 18 Prozent geben an, grenzüberschreitend im Bereich E-Business (B2B) tätig werden zu wollen. Jeweils 14 Prozent werden Services rund um das Internet der Dienste, im Bereich IT-Sicherheit und Cloud Computing ins Ausland exportieren. Jeweils neun Prozent werden im Bereich Online-Content oder Embedded Systems ihre Auslandsaktivitäten verstärken. 33 Prozent beantworteten die Frage nicht.

Abb. 8: Mit welchen Angeboten planen Sie einen Ausbau Ihrer Auslandsaktivitäten in den nächsten drei Jahren?



Ausblick.

Die vorliegenden Ergebnisse sind allererste Trendaussagen, die noch keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Die Befragung wird in einer zweiten Welle fortgesetzt über die Internetplattform „IT und Mittelstand“ des BMWi.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit/L2
10115 Berlin
www.bmwi.de

Redaktion

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit/L2
Jinit[AG für digitale Kommunikation

Gestaltung

PRpetuum GmbH, München

Stand

November 2010