

Hoffmann, Mandy; Deike, Antje

**Working Paper**

## Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in Westmecklenburg

Wismarer Diskussionspapiere, No. 08/2006

**Provided in Cooperation with:**

Hochschule Wismar, Wismar Business School

*Suggested Citation:* Hoffmann, Mandy; Deike, Antje (2006) : Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in Westmecklenburg, Wismarer Diskussionspapiere, No. 08/2006, Hochschule Wismar, Fachbereich Wirtschaft, Wismar

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/23340>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*



**Hochschule Wismar**

University of Technology, Business and Design

**Fachbereich Wirtschaft**



**Hochschule Wismar**

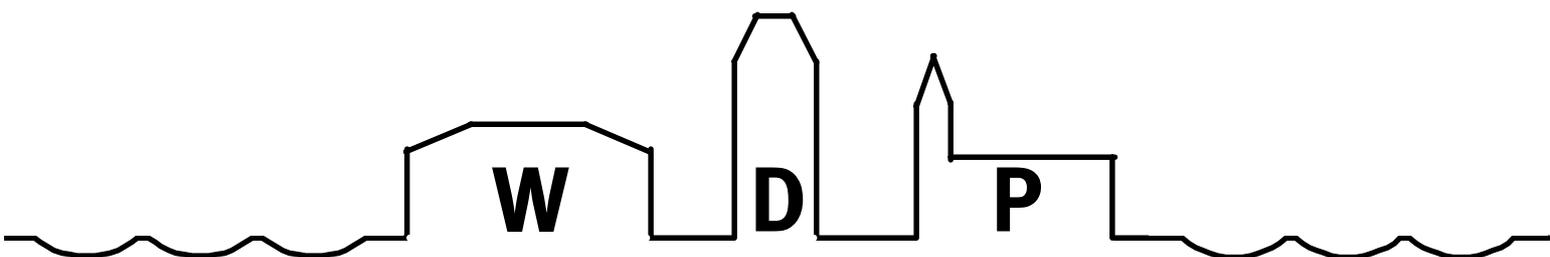
University of Technology, Business and Design

**Faculty of Business**

Mandy Hoffmann, Antje Deike

Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in  
Westmecklenburg

Heft 08 / 2006



**Wismarer Diskussionspapiere / Wismar Discussion Papers**

Der Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Wismar, University of Technology, Business and Design bietet die Präsenzstudiengänge Betriebswirtschaft, Management sozialer Dienstleistungen, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht sowie die Fernstudiengänge Betriebswirtschaft, International Management, Krankenhaus-Management und Wirtschaftsinformatik an. Gegenstand der Ausbildung sind die verschiedenen Aspekte des Wirtschaftens in der Unternehmung, der modernen Verwaltungstätigkeit im sozialen Bereich, der Verbindung von angewandter Informatik und Wirtschaftswissenschaften sowie des Rechts im Bereich der Wirtschaft.

Nähere Informationen zu Studienangebot, Forschung und Ansprechpartnern finden Sie auf unserer Homepage im World Wide Web (WWW): <http://www.wi.hs-wismar.de/>.

Die Wismarer Diskussionspapiere/Wismar Discussion Papers sind urheberrechtlich geschützt. Eine Vervielfältigung ganz oder in Teilen, ihre Speicherung sowie jede Form der Weiterverbreitung bedürfen der vorherigen Genehmigung durch den Herausgeber.

Herausgeber: Prof. Dr. Jost W. Kramer  
Fachbereich Wirtschaft  
Hochschule Wismar  
University of Technology, Business and Design  
Phillipp-Müller-Straße  
Postfach 12 10  
D – 23966 Wismar  
Telefon: ++49/(0)3841/753 441  
Fax: ++49/(0)3841/753 131  
e-mail: [j.kramer@wi.hs-wismar.de](mailto:j.kramer@wi.hs-wismar.de)

Vertrieb: HWS-Hochschule Wismar Service GmbH  
Phillipp-Müller-Straße  
Postfach 12 10  
23952 Wismar  
Telefon: ++49/(0)3841/753-574  
Fax: ++49/(0) 3841/753-575  
e-mail: [info@hws-startupfuture.de](mailto:info@hws-startupfuture.de)  
Homepage: <http://www.hws-startupfuture.de>

ISSN 1612-0884  
ISBN 3-910102-95-6

JEL-Klassifikation F14, F15, F23

Alle Rechte vorbehalten.

© Hochschule Wismar, Fachbereich Wirtschaft, 2006.  
Printed in Germany

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>Danksagung</b>	<b>7</b>
<b>1. Einleitung</b>	<b>7</b>
1.1. Zielstellung	7
1.2. Die IHK	8
1.3. Die Region Westmecklenburg	8
1.4. Die Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern	8
<b>2. Theorie</b>	<b>11</b>
2.1. Definitionen	11
2.2. Allgemeines Vorgehen	13
2.3. Methodisches Vorgehen	13
<b>3. Management Summary</b>	<b>15</b>
<b>4. Univariate Datenanalyse</b>	<b>16</b>
4.1. Fragen zum Unternehmen	16
4.1.1. Wie ist Ihr Unternehmen in Bezug auf seine rechtliche/ wirtschaftliche Selbständigkeit zu charakterisieren?	16
4.1.2. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?	18
4.1.3. Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen im Jahresdurchschnitt außer Ihnen?	19
4.1.4. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr?	20
4.1.5. Wie entwickelte sich ihr Umsatz in den letzten 3 Jahren?	22
4.1.6. Wie beurteilen Sie die Umsatzentwicklung Ihres Unternehmens im letzten Jahr?	23
4.1.7. Wie schätzen Sie Ihre Umsatzentwicklung in den nächsten Jahren ein?	25
4.1.8. Wie teilte sich Ihr Umsatz im vergangenen Jahr etwa auf [in %]?	26
4.1.9. Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?	28
4.1.10. Mit welchen Problemen ist Ihr Unternehmen gegenwärtig konfrontiert?	30
4.2. Fragen zu wirtschaftlichen Aktivitäten des Unternehmens im Ausland	42

4.2.1.	Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Unternehmen zu?	42
4.2.1.1.	Während der letzten 10 Jahre unterhält unser Unternehmen Geschäftsbeziehungen zu (einem) ausländischen Unternehmen und zwar in	42
4.2.1.2.	Unser Unternehmen bereitet sich erstmalig auf eine Zusammenarbeit mit (einem) ausländischen Unternehmen vor und zwar mit ...	46
4.2.1.3.	Unser Unternehmen unterhält keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen, weil ...	51
4.2.2.	In welcher Branche ist Ihr ausländisches Partnerunternehmen schwerpunktmäßig tätig?	53
4.2.3.	Was sind / waren Ihre Motive für die Tätigkeit im Ausland?	55
4.2.4.	Was exportieren Sie zum ausländischen Unternehmen?	66
4.2.5.	Was importieren Sie vom ausländischen Unternehmen?	67
4.2.6.	Auf welche betrieblichen Funktionsbereiche bezieht sich Ihre Zusammenarbeit mit den ausländischen Unternehmen?	69
4.2.7.	Welche der folgenden Aktivitäten wollen Sie zukünftig mit den ausländischen Unternehmen durchführen oder ausweiten?	70
4.2.8.	Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihre ausländischen Geschäftspartner zu?	71
4.2.9.	Wie profitiert Ihr Unternehmen von dieser Zusammenarbeit?	73
4.2.10.	Welche Probleme traten bisher im Rahmen Ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland auf?	81
4.2.11.	Mit welcher Hilfe kamen die Kontakte zu den ausländischen Unternehmen zustande?	99
4.2.12.	Welche öffentliche Förderprogramme (ÖFP) nutzen Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?	101
4.3.	Das Beratungsangebot der IHK zu Schwerin im Zusammenhang mit Auslandsaktivitäten	103
4.3.1.	Haben Sie die Beratungs- und Dienstleistungen der IHK zu Schwerin für Wirtschaftskooperationen mit ausländischen Partnern bereits genutzt?	103
4.3.2.	Falls Sie die Beratungs- und Dienstleistungen bisher noch nicht nutzten, weshalb nutzten Sie diese Leistungen nicht?	104
4.3.3.	Welche Leistungen nutz(t)en Sie?	106
4.3.4.	Waren Sie mit den Leistungen zufrieden?	107
4.3.5.	Welche Zusatzleistungen sollten von der IHK angeboten werden?	108

	5
<b>5. Bivariate Datenanalyse</b>	<b>109</b>
5.1. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? A – Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?	110
5.2. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr? – Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?	111
5.3. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr? – Welche öffentlichen Förderprogramme (ÖFP) nutzten Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?	113
5.4. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Welche öffentlichen Förderprogramme nutzen Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?	115
5.5. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? - Was exportieren Sie zum ausländischen Unternehmen?	117
5.6. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Was importieren Sie vom ausländischen Unternehmen?	119
5.7. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr?	129
5.8. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr? – Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen im Jahresdurchschnitt außer Ihnen?	122
5.9. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Mit welchen Problemen ist Ihr Unternehmen gegenwärtig konfrontiert?	124
5.10. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Was sind/waren Ihre Motive für die Tätigkeit im Ausland?	128
<b>6. Korrelation und Regression</b>	<b>130</b>
<b>7. Schluss</b>	<b>131</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>133</b>
<b>Anhang</b>	<b>136</b>
<b>Autorenangaben</b>	<b>149</b>

## **Vorwort**

In kaum einer Lagebeurteilung der Wirtschaft in den Neuen Ländern fehlt der Hinweis auf die mangelnden Auslandsaktivitäten der hier ansässigen Unternehmen. Die ostdeutsche Wirtschaft sei entweder international nicht konkurrenzfähig oder verschlafe die Chancen der Globalisierung, so dass sie von deren Risiken überrannt zu werden drohe. Das Land Mecklenburg-Vorpommern bildet hinsichtlich dieser Einschätzung leider keine Ausnahme. Nun neigen solche Diagnosen dazu, ein Eigenleben als bloßes Schlagwort zu entwickeln, werden sie nicht immer wieder empirisch überprüft.

Einen interessanten und wichtigen Beitrag auf regionaler Ebene liefert hierzu die von Frau Antje Deike und Frau Mandy Hoffmann verfasste Diplomarbeit „Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in Westmecklenburg“. Die Arbeit wurde im Herbst 2005 erfolgreich am Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Wismar verteidigt. Diese Schrift gibt nicht nur ein Bild von den Auslandsaktivitäten von Unternehmen in der Region, sondern zeigt darüber hinaus Hindernisse dafür auf. Man kann ihr deshalb Hinweise darauf entnehmen, wie die Aktivitäten hiesiger Unternehmen im Ausland gefördert werden könnten.

Die Autorinnen haben einen Fragebogen entworfen, der ausgewählten Unternehmen des Kammerbezirks der IHK zu Schwerin vorgelegt wurde. Sie haben damit wertvolles Datenmaterial aus der Region gewonnen, das sie in der vorliegenden Arbeit ausgewertet haben. Das Datenmaterial ist bereits jenseits dieser Arbeit auf Interesse gestoßen und wird sicher für weitere Betrachtungen zur regionalen Wirtschaft von großer Relevanz sein.

Die Arbeit entstand in Zusammenarbeit der Hochschule Wismar mit der IHK zu Schwerin, die Antje Deike und Mandy Hoffmann logistisch wie fachlich unterstützt hat. Sehr gern bedanken wir uns auch an dieser Stelle noch einmal bei den Mitgliedern der Abteilung „Handel, Dienstleistungen, Hotellerie, Gastronomie, Tourismus, International“ für die hervorragende Zusammenarbeit. Ganz besonders trugen Herr Dipl.-Ing. Bernd Riemann und Frau Dipl.-Ing. Angela Preuß, die auch den Anstoß zu der vorliegenden Untersuchung gaben, zum gelungenen Transfer der „Wissenschaft in die Praxis“ bei.

Wismar, März 2006

Prof. Dr. Wolfgang Eichholz  
Prof. Dr. Gudrun Peschutter

## **Danksagung**

Wir danken allen, die zum Gelingen dieser Diplomarbeit beigetragen haben.

Unser Dank gilt in erster Linie Frau Prof. Dr. Peschutter und Herrn Prof. Dr. Eichholz für die zahlreichen wertvollen Ratschläge, die aufmunternden Worte und die hervorragende Betreuung unserer Arbeit.

Danken möchten wir auch den Mitarbeitern der IHK zu Schwerin. Unser besonderer Dank gilt Herrn Riemann, der durch praktische Hinweise und anregende Diskussionen wesentlich zur Durchführung dieser Arbeit beigetragen hat.

Ganz besonders möchten wir auch unseren Eltern danken, die uns in den letzten Jahren unterstützten und uns dieses Studium ermöglicht haben.

Wismar, März 2006

Mandy Hoffmann, Antje Deike

## **1. Einleitung**

### *1.1. Zielstellung*

Im Rahmen der Diplomarbeit ist in Zusammenarbeit mit der IHK zu Schwerin eine Befragung der Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes und der Dienstleistungsbranche Westmecklenburgs zum Thema „Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in Westmecklenburg“ durchzuführen.

Die Analyse soll dazu dienen, Erkenntnisse über die Auslandskontakte westmecklenburgischer Unternehmen zu gewinnen.

Dabei geht es insbesondere darum, aufzuzeigen, auf welche Länder sich die Aktivitäten der Unternehmen des IHK-Bezirktes konzentrieren, welche Motive die westmecklenburgischen Unternehmen haben, mit ausländischen Unternehmen zusammenzuarbeiten und mit welchen Problemen sie bei der Zusammenarbeit konfrontiert sind.

Weiterhin sollen auch Gründe aufgezeigt werden, warum Unternehmen in Westmecklenburg den Schritt ins Ausland nicht wagen.

Ebenfalls ist es von Interesse herauszufinden, ob es bei der Tätigkeit im Ausland zwischen den verschiedenen Unternehmensgrößen Unterschiede in der Nutzung der öffentlichen Förderprogramme gibt.

Weiterhin ist zu untersuchen, ob es Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen hinsichtlich der zu betrachtenden gegenwärtigen Probleme gibt.

Es soll außerdem ermittelt werden, ob das Betreiben von Forschung und Entwicklung abhängig von der Umsatzhöhe des vergangenen Jahres ist.

Hierzu ist ein Fragebogen zu entwickeln, um Daten zu gewinnen und diese später auszuwerten.

## 1.2. Die IHK

Die Industrie- und Handelskammer (IHK) ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts. Es gibt sie in Deutschland seit mehr als 150 Jahren. Die IHK tritt als Interessenvertreter der Wirtschaft sowie als Ratgeber für Staat und Unternehmen auf. Sie sorgt dafür, dass bei allen wirtschaftsrelevanten Entscheidungen von Verwaltung und Politik, auf lokaler oder auf Landesebene, die Interessen der Wirtschaft berücksichtigt werden. Die IHK unterstützt wirtschaftsfördernd die Mitgliedsbetriebe im Kammerbezirk. Dies geschieht unter anderem durch direkte Anfrage der Unternehmen nach Kooperationspartnern, Förderprogrammen, Exportmöglichkeiten oder durch Informationen und Veranstaltungen der IHK. Die Schwerpunkte der Wirtschaftsförderung liegen besonders in der aktiven Einflussnahme auf die Verbesserung der Verkehrsstruktur, der Existenzgründerberatung, der betriebswirtschaftlichen Erstberatung, der Außenwirtschaftsförderung oder der Umweltberatung.

Die IHK gewährleistet in Deutschland die Ausbildung in den Unternehmen. Somit sichert sie die Zukunftsfähigkeit der Betriebe.

Neben Publikationen wie Informationsbroschüren, Produktkatalogen, Seminaren und der IHK-Zeitschrift „Wirtschaftskompass“ bietet die IHK individuelle Einzelberatungen zu allen Problemfällen der Mitgliedsunternehmen an.<sup>1</sup>

## 1.3. Die Region Westmecklenburg

Die Region Westmecklenburg liegt zwischen der Hansestadt Hamburg und der Bundeshauptstadt Berlin, den zwei größten deutschen Metropolregionen. Westmecklenburg liegt im westlichen Teil des Landes Mecklenburg-Vorpommerns und umfasst eine Fläche von 7.000 km<sup>2</sup>. Dies entspricht circa einem Drittel der Landesfläche.

Westmecklenburg umfasst 5 Gebietskörperschaften: die Landeshauptstadt Schwerin, die Hansestadt Wismar sowie die Landkreise Parchim, Ludwigslust und Nordwestmecklenburg.

Der Bezirk der IHK zu Schwerin ist Westmecklenburg. Zur Zeit gibt es etwa 22.100 IHK-zugehörige Unternehmen des Kammerbezirkes der Region Westmecklenburg.<sup>2</sup>

## 1.4. Die Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern

Das Bruttoinlandsprodukt, der umfassende Indikator für die volkswirtschaftli-

---

<sup>1</sup> Vgl. [http://www.ihkzuschwerin.de/ihksn/Wir\\_ueber\\_uns/leitbild.html](http://www.ihkzuschwerin.de/ihksn/Wir_ueber_uns/leitbild.html), abgerufen am 17.01.2005.

<sup>2</sup> Vgl. <http://www.ihkzuschwerin.de/ihksn/Medien/Dokumente/Industrie/Wirtschaftsentwicklung%20M-V%202005.pdf>, abgerufen am 17.01.2005.

che Gesamtleistung eines regional abgegrenzten Gebiets, betrug 2004 in Mecklenburg-Vorpommern 27.619 Mill. Euro. Das Bruttoinlandsprodukt stieg in Mecklenburg-Vorpommern, im Vergleich zu 2003, preisbereinigt nur um 0,8% an. In den neuen Bundesländern stieg es dagegen durchschnittlich um 1,5%, in Gesamtdeutschland sogar um 1,7%.<sup>3</sup>

*Tabelle 1: Bruttoinlandsprodukte 2004 der Bundesländer in Mrd. Euro*

Platz	Bundesland	BIP in Mio. Euro (2004)
1	Nordrhein-Westfalen	445.836
2	Bayern	357.592
3	Baden-Württemberg	292.293
4	Hessen	183.836
5	Niedersachsen	170.510
6	Rheinland-Pfalz	88.877
7	Sachsen	73.946
8	Hamburg	73.467
9	Berlin	70.847
10	Schleswig-Holstein	62.502
11	Sachsen-Anhalt	42.291
12	Brandenburg	41.716
13	Thüringen	38.831
14	Mecklenburg-Vorpommern	27.619
15	Saarland	24.343
16	Bremen	21.612

Quelle: Vgl. [http://www.berlin.ihk24.de/BIHK24/BIHK24/produktmarken/standortpolitik/anlagen/\\_download/BIP\\_Bund\\_2003.pdf](http://www.berlin.ihk24.de/BIHK24/BIHK24/produktmarken/standortpolitik/anlagen/_download/BIP_Bund_2003.pdf), abgerufen am 04.07.2005.

In der Wirtschaft eines Landes spielt die Außenwirtschaft eine wichtige Rolle.

Die Außenwirtschaft bezeichnet den Wirtschaftsverkehr zwischen dem Inland, hier im speziellen des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern, und dem Ausland.

Außenhandel umfasst allgemein alle betriebswirtschaftlichen Tätigkeiten der Unterhaltung von wirtschaftlichen Beziehungen zum Ausland auf der Grundlage des grenzüberschreitenden Waren- und Dienstleistungsverkehr sowie von Rechtsübertragungen, Erwerbs- und Vermögenseinkommen sowie Kapitalverkehr (vgl. Pepels 1997: 7).

<sup>3</sup> Vgl. <http://www.statistik-mv.de/doku/veroeff/Wirtschaftsentwicklung.pdf>, abgerufen am 24.05.2005.

Die Bundesrepublik Deutschland ist ein sehr stark exportabhängiges Land. Es kann heute davon ausgegangen werden, dass jeder dritte Arbeitsplatz vom Export abhängig ist.<sup>4</sup>

Innerhalb der deutschen Außenwirtschaft stand das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2004 an letzter Stelle.

*Tabelle 2: Importe und Exporte der Bundesländer in Mio. Euro im Jahr 2004*

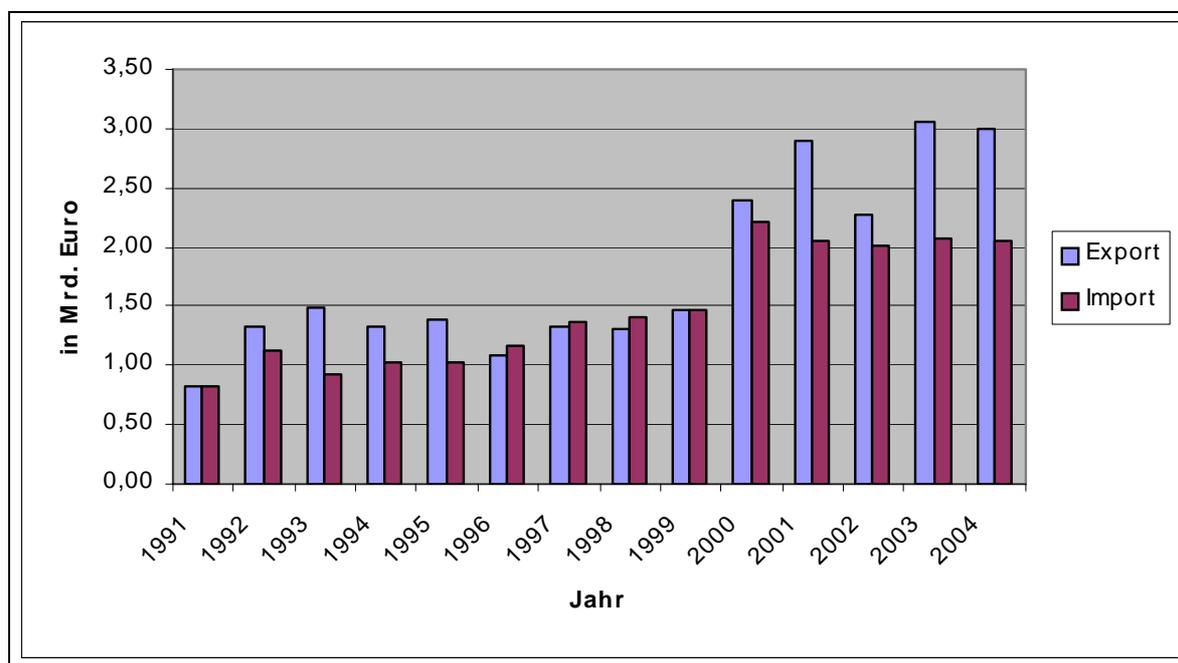
Land	Export in Mill. Euro	Import in Mill. Euro
Nordrhein-Westfalen	131.941,00	137.957,00
Bayern	118.035,00	95.125,00
Baden-Württemberg	114.323,00	91.322,00
Hessen	37.186,00	53.910,00
Niedersachsen	56.488,00	50.146,00
Hamburg	20.995,00	41.433,00
Rheinland-Pfalz	31.661,00	19.767,00
Schleswig-Holstein	14.543,00	16.236,00
Bremen	11.931,00	10.622,00
Saarland	10.493,00	9.866,00
Sachsen	16.215,00	9.796,00
Brandenburg	5.466,00	6.643,00
Berlin	9.993,00	6.131,00
Sachsen-Anhalt	6.143,00	5.355,00
Thüringen	7.382,00	5.135,00
Mecklenburg-Vorpommern	2.994,00	2.055,00

Quelle: Vgl. <http://www.destatis.de/basis/d/aussh/aushtab1.php>, abgerufen am 05.07.2005.

Trotz der schlechten Stellung, im Vergleich zu den übrigen Bundesländern, kann Mecklenburg-Vorpommern einen tendenziellen Anstieg des Im- und Exportes in den letzten Jahren verzeichnen.

<sup>4</sup> Vgl. <http://www.sao-paulo.diplo.de/de/05/Wirtschaft.html>, abgerufen am 20.06.2005.

Abbildung 1: Entwicklung der Importe und Exporte in Mecklenburg Vorpommern in Mrd. Euro (2004: vorläufige Angaben)



Quelle: Eigene Darstellung.

## 2. Theorie

### 2.1. Definitionen

Um die erhobenen Daten für den Rechner lesbar zu machen, müssen sie in eine maschinenlesbare Form überführt werden. Diesen Vorgang nennt man **Codierung**. Da ein Computer und ein Rechenprogramm i.d.R. nur Zahlen (=numerische Zeichen) lesen können, müssen die Antworten der Befragten in Zahlen umwandelt werden (vgl. Reiter/Matthäus 1996: 81-82).

**Schriftliche Befragung** bedeutet: Der Befragte soll den Fragebogen, nachdem er die Fragen gelesen hat, selbst ausfüllen. Dabei ist es unerheblich, ob der Fragebogen mit der Post, per Fax oder persönlich zugestellt wird (vgl. Reiter/Matthäus 1996: 37).

Als **Primärforschung** bezeichnet man die Beschaffung und Auswertung von Daten, die speziell für den jeweiligen Forschungszweck eigens erhoben werden (vgl. Reiter/Matthäus 1996: 26).

Beim Auswahlverfahren wird zwischen Vollerhebung und Teilerhebung unterschieden: Im Falle einer Vollerhebung werden alle Mitglieder einer Grundgesamtheit bei der Untersuchung erfasst. Wird eine **Teilerhebung** durchgeführt, wird nur ein Teil der Grundgesamtheit in Form einer Stichprobe berücksichtigt (vgl. Eichholz/Prause 2002: 16).

Eine **Stichprobe** ist ein Teil der Grundgesamtheit, der hinsichtlich der zu untersuchenden Merkmale die gleiche Struktur aufweist, wie die Grundgesamtheit selbst (vgl. Reiter/Matthäus 1996: 55).

Den einfachsten Fall einer Kreuzauswertung stellt die Kombination von Daten in einer Vierfeldertafel dar. Gegenüber der bloßen Auszählung von Daten ermöglicht die Kreuzauswertung die Erkenntnis von Zusammenhängen. **Kreuztabellen** stellen die gemeinsame Häufigkeitsverteilung von Variablen dar. Sie weisen in absoluten oder relativen Häufigkeiten aus, mit wie vielen Elementen jede Zelle der Tabelle, d. h. jede mögliche Kombination der Ausprägungen der Variablen, besetzt ist.<sup>5</sup>

Die **Korrelation** vergleicht zwei Merkmale miteinander. Voraussetzung hierfür ist jedoch mindestens Intervallskalierung. Es wird ein Korrelationskoeffizient bestimmt, dessen Wert zwischen  $-1$  und  $1$  liegt (vgl. Eichholz/Prause 2002: 29).

Daten auf **Intervallskalenniveau** fügen sich in eine steigende oder fallende Ordnung ein. Die Abstände zwischen den Einzelwerten sind genau definiert. Zu den intervallskalierten Daten gehören zum Beispiel die Thermometerskala sowie die Schulnoten (vgl. Reiter/Matthäus 1996: 42).

Der **Korrelationskoeffizient** beschreibt den Grad und die Richtung eines eventuell vorhandenen linearen Zusammenhangs zwischen den Merkmalsausprägungen von zwei Merkmalen. Je näher er bei  $-1$  oder  $1$  liegt, desto ausgeprägter ist der lineare Zusammenhang. Ist der Wert gleich  $-1$  oder  $1$ , ist der Zusammenhang am stärksten. Ist der Wert  $0$ , existiert kein Zusammenhang (vgl. Eichholz/Prause 2002: 29).

Die **Regression** liefert die Beschreibung des linearen Zusammenhangs  $y = ax + b$  durch die Berechnung der Größen  $a$  und  $b$ . Voraussetzung ist jedoch das Vorliegen mindestens intervallskalierter Merkmale.

Die Güte der Regression wird durch das **Bestimmtheitsmaß** beschrieben. Das Bestimmtheitsmaß  $R^2$  wird nach Durchführung der Regression berechnet aus den Residuen – das sind die Abweichungen der tatsächlichen Werte von der berechneten Regressionsgerade. Liegen alle Punkte auf der Geraden, so hat das Bestimmtheitsmaß den Idealwert  $1$ . Je kleiner der Wert des Bestimmtheitsmaßes ist, desto stärker streuen die Punkte um die Regressionsgerade.<sup>6</sup>

Die **Regressionsgerade** gibt die Richtung der Beziehung zwischen der abhängigen und der/den unabhängigen Variablen an sowie die Höhe der proportionalen Veränderung in der abhängigen Variablen, wenn die Unabhängige um eine Einheit erhöht oder vermindert wird (vgl. Reinke/Stockmann 2001: 146).

Die EXCEL-Funktion **Chi<sup>2</sup>-Unabhängigkeitstest** liefert den Wert der Überschreitungswahrscheinlichkeit. Falls dieser Wert unter dem vorgegebenen

<sup>5</sup> Vgl. <http://medialine.focus.de/PM1D/PM1DB/PM1DBF/pm1dbf.htm?snr=3194>, abgerufen am 27.06.2005.

<sup>6</sup> Vgl. Eichholz/Prause 2002: 30; Reiter/Matthäus 1998: 119; Reiter/Matthäus 1996: 207.

Signifikanzniveau (z. B. von 0,01 oder 0,05) liegt, bedeutet dies Abhängigkeit (vgl. Reiter/Matthäus 1996: 257).

Die Berechtigung einer Annahme kann nie mit Sicherheit erwiesen werden, sondern nur mit einer gewissen, **vorab** festzulegenden (Irrtums-) Wahrscheinlichkeit. Diese bezeichnet man in diesem Kontext als **Signifikanzniveau**. In den Wissenschaften übliche Signifikanzniveaus sind 0,05, 0,01 und 0,001.<sup>7</sup>

## 2.2. *Allgemeines Vorgehen*

Im Rahmen der Diplomarbeit war in Zusammenarbeit mit der IHK zu Schwerin eine Befragung westmecklenburgischer Unternehmen durchzuführen. Zunächst war ein Fragebogen zu entwerfen. Dieser Fragebogen wurde anschließend codiert. Dabei ging es darum, die erhobenen Daten für den Rechner auswertbar zu machen. Nach der Fertigstellung des Fragebogens und der Codierung folgten Überlegungen zum Auswahlverfahren und zur Art der Befragung. Daraufhin folgte der Test des Fragebogens auf Verständlichkeit. Nach der erfolgreichen Testphase konnte die schriftliche Befragung beginnen. Im Anschluss an die Befragung wurden die erhobenen Daten in die vorher angefertigte Datenmatrix eingetragen. Anschließend erfolgte die Analyse der Daten. Am Ende wurden die Ergebnisse der Analyse in dem vorliegenden Bericht zusammengefasst.

## 2.3. *Methodisches Vorgehen*

Der gesamte Forschungsprozess teilte sich in verschiedene Phasen.

Zu Beginn war die Zielstellung der Forschung zu definieren. Im Anschluss daran folgte die Festlegung der Informationsquelle. Es fiel die Entscheidung, eine Primärforschung durchzuführen. Die Datenerhebung sollte mittels einer schriftlichen Befragung der Unternehmen Westmecklenburgs erfolgen. Hierfür war zunächst ein Fragebogen zu erstellen, der in verschiedene Kategorien eingeteilt wurde.

Der Fragebogen umfasste drei Teilbereiche. Der erste Teil enthielt Fragen zum Unternehmen. Im zweiten Teil folgten Fragen zu wirtschaftlichen Aktivitäten des Unternehmens im Ausland. Der dritte und letzte Teil beinhaltete Fragen zum Beratungsangebot der IHK zu Schwerin im Zusammenhang mit Auslandsaktivitäten.

Im Anschluss an den Fragebogenentwurf musste eine Codierung der Daten des Fragebogens erfolgen, um die erhobenen Daten später am PC auswerten zu können. Die Codierung wurde direkt auf dem Fragebogen berücksichtigt, um die später folgende Erfassung der Daten am Rechner zu erleichtern und Übertragungsfehler zu vermeiden.

---

<sup>7</sup> Vgl. [http://www.lrz-muenchen.de/~wlm/ilm\\_s6.htm](http://www.lrz-muenchen.de/~wlm/ilm_s6.htm), abgerufen am 27.06.2005.

Nachdem der Fragebogen fertig gestellt war, wurde ein Pretest durchgeführt, um eventuelle Fehler, Unvollständigkeiten in den Antwortmöglichkeiten oder missverständliche Fragestellungen im Fragebogen aufzudecken und korrigieren zu können.

Im Folgenden wurden in Zusammenarbeit mit der IHK zu Schwerin die Unternehmen festgelegt, die an der Umfrage teilnehmen durften.

Die Datenbank der IHK zu Schwerin enthielt zum Zeitpunkt der Stichprobenauswahl etwa 6.506 ins Handelsregister eingetragene Firmen des Verarbeitenden- und Dienstleistungsgewerbes. Aus der Unternehmensdatenbank der IHK zu Schwerin wurden 2.219 Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes und Dienstleister für die Befragung ausgewählt. Dabei wurden nur Firmen, die zu diesem Zeitpunkt ins Handelsregister eingetragen waren, selektiert. Somit wurden 34,17% der eingetragenen Unternehmen befragt. Die Auswahl erfolgte durch die IHK mit Hilfe des Zufallsprinzips.

Aufgrund der großen Anzahl der zu analysierenden Unternehmen wurde eine schriftliche Umfrage durchgeführt. Sie hat den Vorteil, dass mehrere Unternehmen gleichzeitig befragt werden können. Dies ist bei dieser Umfrage von Bedeutung, da eine mündliche Befragung der 2219 Unternehmen zu viel Zeit in Anspruch genommen hätte. Jedoch hat eine schriftliche Befragung auch Nachteile: sie ist kostenintensiv, zeitaufwändig in der Vorbereitung und die Rücklaufquote ist deutlich geringer als bei einer mündlichen Befragung.

Die Fragebögen wurden mit den jeweiligen Unternehmens-Identnummern der IHK versehen, um später die Nachfassaktion durchführen zu können.

Die Fragebögen wurden von der IHK zu Schwerin gedruckt und abgeschickt. Die Unternehmen hatten für das Ausfüllen der Fragebögen 3 Wochen zur Verfügung. Innerhalb dieser Frist riefen auch Unternehmen bei der IHK an, die angaben, keine Außenwirtschaft zu betreiben und aus diesem Grund an der Befragung nicht teilnehmen werden. Leider wurden diese Unternehmen nicht erfasst und daher konnten sie nicht mit in die Auswertung einbezogen werden.

Im Anschluss wurde die Nachfassaktion durch zwei Auszubildende der IHK zu Schwerin durchgeführt. Von den Befragten, die bis zu Beginn der Nachfassaktion keine Angaben gemacht hatten, wurden jene Unternehmen durch die IHK ausgewählt, bei denen Außenhandel vermutet wurde. Durch diesen Fehler in der Erhebung, wurde die Aussagekraft der gesamten Untersuchung beeinträchtigt. Die Rücklaufquote der Nachfassaktion war jedoch sehr gering, wodurch dieser systematische Fehler nicht sehr groß ausfiel.

Parallel zur Datenerhebungsphase wurden die zurückgesandten Fragebögen in die zuvor vorbereitete Datenmatrix eingegeben.

Die Rücklaufquote der Befragung beträgt in etwa 15,50%. Dieser Wert kann nicht genauer bestimmt werden, da Unternehmen bei der IHK telefonisch angaben, keinen Außenhandel zu betreiben, diese aber nicht vermerkt worden

sind. Insgesamt sind 344 Bögen an die IHK zurück geschickt worden. Hiervon wurden 26 Bögen wegen Widersprüchlichkeiten bzw. fehlender Seiten aussortiert. 13 weitere Bögen enthielten nur die Angabe „wir betreiben keinen Außenhandel“ und konnten somit nicht ausgewertet werden. Insgesamt wurden folglich 39 Fragebögen nicht mit in die Auswertung einbezogen. Für die Analyse standen somit 305 auswertbare Bögen zur Verfügung.

Ziel der Marktforschungsuntersuchungen ist es, den Ausschöpfungsgrad so hoch wie möglich zu halten. Das ZAW- (Zentralausschuss der Werbewirtschaft) Rahmenschema für Werbeträger-Analysen schreibt vor, dass der Ausschöpfungsgrad einer Stichprobe bei mindestens 70 % liegen muss. Sie geht davon aus, dass eine Ausschöpfungsquote unter 70 % keine repräsentative Aussage und auch keine Hochrechnung auf die Grundgesamtheit zulässt (vgl. Herrmann/Homburg 1999: 73).

Die Ausschöpfungsquote liegt bei dieser Analyse deutlich unter 70%. Daher sind die Ergebnisse nicht statistisch absicherbar. Schlussfolgernd ist festzustellen, dass die Aussage der Analyse lediglich eine Orientierung darstellt und nicht allgemein auf die Unternehmen in ganz Westmecklenburg bezogen werden kann.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Umfrage dargestellt.

### **3. Management Summary**

Die Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in Westmecklenburg hat folgende Ergebnisse geliefert. Die Werte beziehen sich jeweils nur auf die Unternehmen, die Angaben zu den einzelnen Fragen gemacht haben.

82,39% der Unternehmen sind eigenständige (konzernunabhängige) Unternehmen. 38,36% gaben an, zur Dienstleistungsbranche zu gehören. In 46,06% der Unternehmen werden unter 10 Mitarbeiter beschäftigt und 60,07% haben im vergangenen Jahr einen Umsatz von unter 2 Millionen Euro gemacht. Der größte Teil der Unternehmen (65,35%) betreibt keine Forschung und Entwicklung.

Die Analyse der Außenwirtschaft von westmecklenburgischen Unternehmen hat ergeben, dass gegenwärtig 30,74% mit dem Problem der zu hohen Lohnkosten stark oder sehr stark konfrontiert sind.

Während der letzten 10 Jahre unterhalten 51,39% der Unternehmen Geschäftsbeziehungen in die Niederlande, 45,14% nach Dänemark und 43,75% nach Österreich. Erstmals bereiten sich 39,13% der Unternehmen auf eine Zusammenarbeit mit einem polnischen Unternehmen vor.

39,17% der Unternehmen gaben an, dass das Motiv „Marktzugang / Markterschließung“ für sie ein sehr wichtiger Grund für die Tätigkeit im Ausland ist. 36,51% der Unternehmen sagten aus, dass sie sehr stark von einer Umsatzsteigerung profitieren, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammen arbeiten. 13,33% der Unternehmen gaben an, sich sehr stark mit dem

Problem der bürokratischen und rechtlichen Hemmnisse konfrontiert zu sehen, seit sie im Ausland tätig sind.

Die ausländischen Partnerunternehmen sind zu 59,06% im Bereich Handel / Großhandel tätig. Im Gesamtspektrum der Auslandsaktivitäten der befragten westmecklenburgischen Unternehmen dominiert mit 66,18% der Warenexport und mit 63,43% der Warenimport. Auf den Funktionsbereich Vertrieb und Service beziehen sich 59,26% der Kooperationen. 66,67% der Unternehmen möchten zukünftig den Export ausweiten bzw. durchführen. Mittels Informeller Kontaktvermittler (z. B. Geschäftspartner, Bekannte) kamen bei 71,54% der Unternehmen die Kontakte zum ausländischen Unternehmen zustande. 86,07% der Unternehmen sagten aus, keine öffentlichen Förderprogramme zu nutzen.

In die Analyse wurden auch Unternehmen ohne Auslandsaktivitäten einbezogen. 33,06% gaben die geringen Gewinnaussichten als Grund an, warum sie keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen unterhalten. Das Sprachproblem nannten 23,97%. Das zu geringe Marktpotential wurde von 20,66% angegeben.

83,28% der Unternehmen gaben an, die Beratungs- und Dienstleistungen der IHK zu Schwerin für Wirtschaftskooperationen mit ausländischen Partnern nicht genutzt zu haben. Die telefonische Beratung wurde von 41,43% der Unternehmen in Anspruch genommen. Ebenfalls 41,43% der Unternehmen nutzten die persönliche Beratung der IHK. 87,88% gaben an, dass sie mit den Leistungen der IHK zufrieden waren. 47,62% der Unternehmen wünschen mehr Informationen über die Presse, die Medien oder die IHK-Zeitschrift.

#### **4. Univariante Datenanalyse**

Im Folgenden wird auf jede Frage des Fragebogens eingegangen und die gewonnenen Ergebnisse werden graphisch dargestellt.

##### *4.1. Fragen zum Unternehmen*

Unter diesem Fragebogenabschnitt wurden die Unternehmen gebeten, allgemeine Fragen zur Unternehmenssituation zu beantworten. Dieser Teil des Bogens konnte sowohl von Unternehmen mit Auslandsaktivitäten als auch von Unternehmen ohne diese beantwortet werden.

##### **4.1.1. Wie ist Ihr Unternehmen in Bezug auf seine rechtliche/wirtschaftliche Selbständigkeit zu charakterisieren?**

Die Frage nach der rechtlichen bzw. wirtschaftlichen Selbständigkeit des Unternehmens stellte die Eröffnungsfrage in dem Fragebogen zur Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in Westmecklenburg dar. 301 der 305

Unternehmen beantworteten diese Frage. Folgendes Ergebnis war zu verzeichnen.

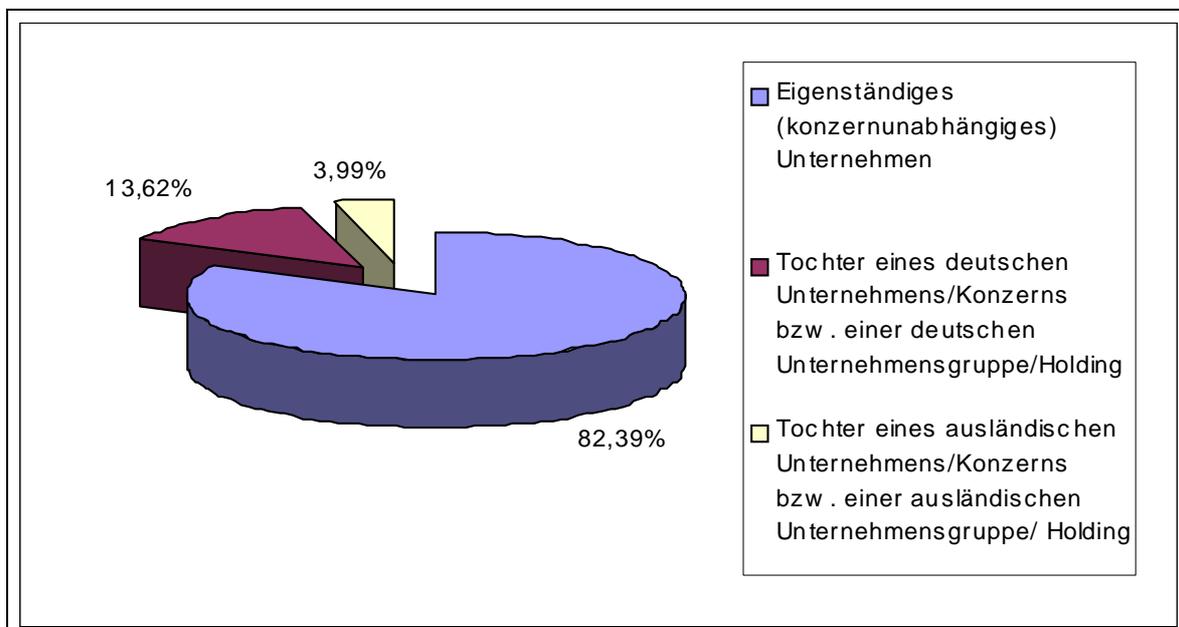
*Tabelle 3: Häufigkeitsverteilung rechtliche / wirtschaftliche Selbständigkeit*

Kategorie	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Eigenständiges (konzernunabhängiges) Unternehmen	248	82,39%
Tochter eines deut. UN/Konzerns/UN-Gruppe/Holding	41	13,62%
Tochter eines ausl. UN/Konzerns/UN-gruppe/ Holding	12	3,99%
gesamt	301	100,00%
fehlende Werte	4	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die meisten Unternehmen sind als eigenständig (konzernunabhängig) zu charakterisieren. 248 von 301 Unternehmen (82,39%) gaben dies an. Die Tochter eines deutschen Unternehmens / Konzerns bzw. einer deutschen Unternehmensgruppe / Holding zu sein, äußerten 13,62% der Antwortenden (41 von 301 Unternehmen). 12 Unternehmen gaben an, die Tochter eines ausländischen Unternehmens / Konzerns bzw. einer ausländischen Unternehmensgruppe / Holding zu sein. Das entspricht einem Prozentsatz von 3,99%. Dies wird in der Abbildung 2 deutlich.

*Abbildung 2: Rechtliche / wirtschaftliche Selbständigkeit*



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.2. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? (nur Hauptbranche nennen)

Die westmecklenburgischen Unternehmen wurden weiterhin befragt, zu welcher Branche ihr Unternehmen gehört. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse.

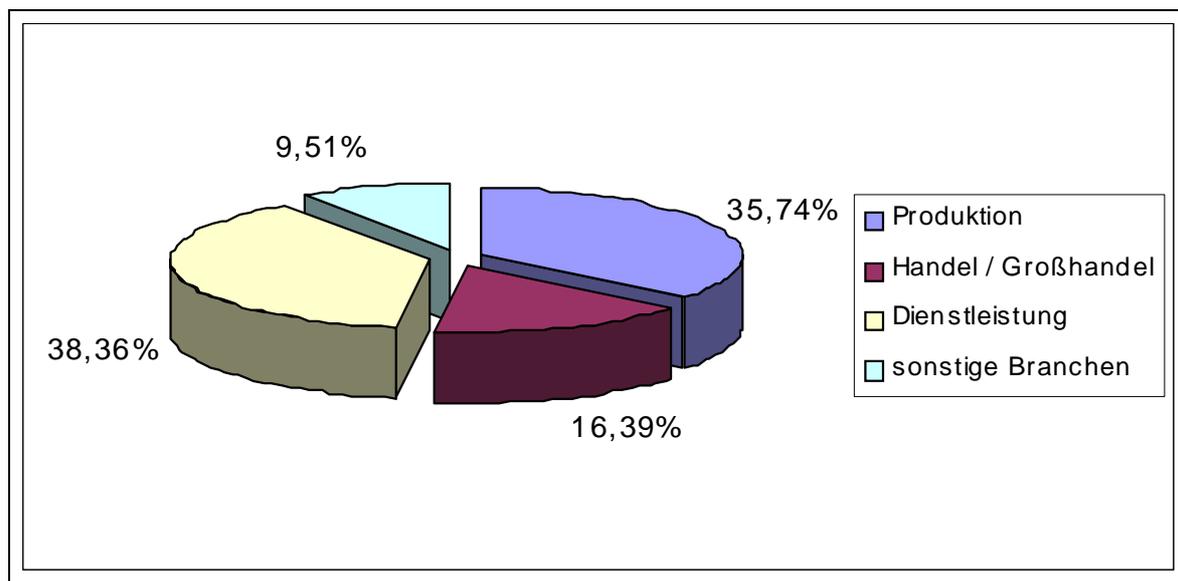
*Tabelle 4: Häufigkeiten der Branchen;*

Branche	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Produktion	109	35,74%
Handel / Großhandel	50	16,39%
Dienstleistung	117	38,36%
sonstige Branchen	29	9,51%
Summe	305	100,00%
fehlende Werte	0	

Quelle: Eigene Erarbeitung

Auf diese Frage gaben 109 von 305 Unternehmen zur Antwort, dass ihr Unternehmen zur Produktionsbranche gehört. Dies entspricht 35,74% der Antworten. In die Branche Handel / Großhandel ordneten sich 50 von 305 westmecklenburgischen Unternehmen ein, was einem Prozentsatz von 16,39% entspricht. 117 der 305 Unternehmen (38,36%), die auf diese Frage antworteten, gaben an, zur Branche der Dienstleister zu gehören. 29 von 305 Unternehmen gehören laut Umfrage zu sonstigen Branchen. Dies macht 9,51% der befragten Unternehmen aus. Zu den genannten sonstigen Branchen gehören unter anderem Bau, Landwirtschaft / Fischerei, Transport / Spedition / Logistik sowie Handwerk / Ausbaugewerbe / Metallbearbeitung. In der folgenden Abbildung wird dies veranschaulicht.

Abbildung 3: Branchenverteilung



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.3. Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen im Jahresdurchschnitt außer Ihnen?

Weiterhin wurden die Unternehmen nach der Anzahl ihrer Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt befragt. 304 Unternehmen machten zu dieser Frage eine Aussage. Es ergaben sich folgende Ergebnisse:

Tabelle 5: Mitarbeiterzahl im Jahresdurchschnitt

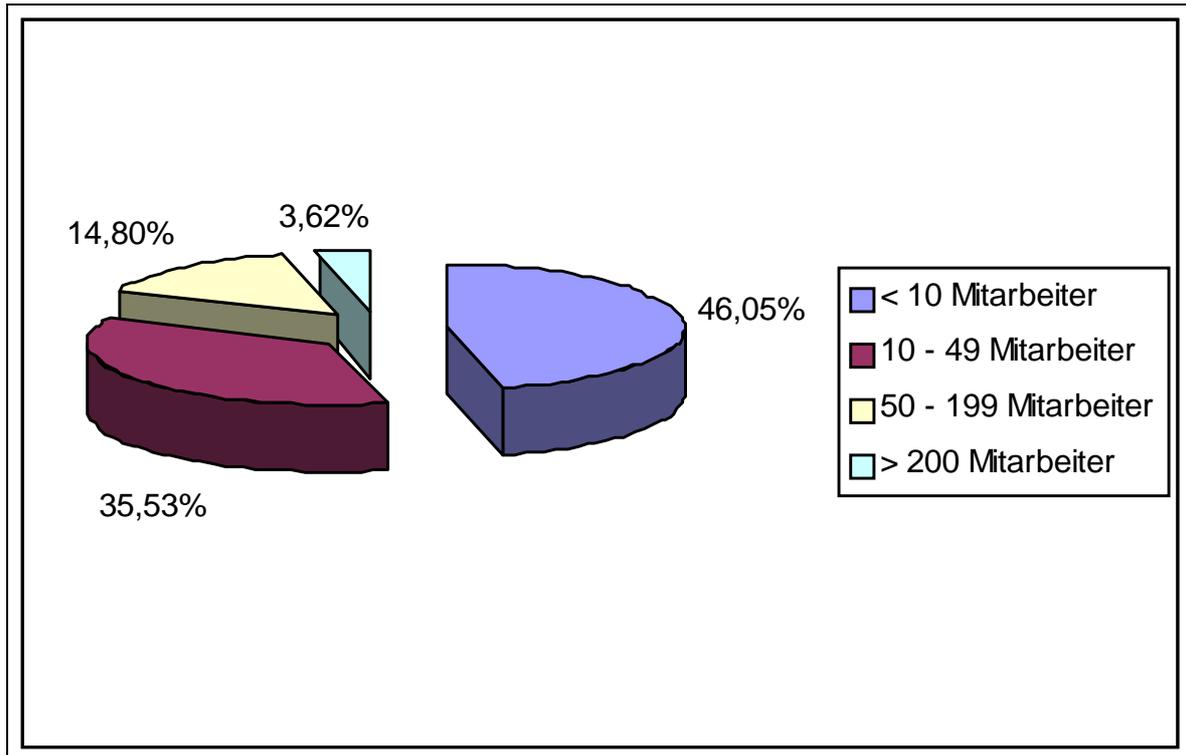
Anzahl der Mitarbeiter	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
< 10 Mitarbeiter	140	46,05%
11 - 49 Mitarbeiter	108	35,53%
50 - 199 Mitarbeiter	45	14,80%
> 200 Mitarbeiter	11	3,62%
gesamt	304	100,00%
fehlende Werte	1	

Quelle: Eigene Erarbeitung

Im größten Teil der Unternehmen, die zu dieser Frage eine Antwort gegeben haben, werden unter 10 Mitarbeiter beschäftigt. Diese Angabe machten 46,06% bzw. 140 der 304 Unternehmen. 35,53%, und somit 108 Unternehmen, ordneten sich in die Gruppe der Unternehmen mit 10 bis 49 Mitarbeiter

ein. In 45 Unternehmen (14,80%) sind 50 bis 199 Mitarbeiter angestellt. Über 200 Mitarbeiter werden in nur 3,62% der Unternehmen beschäftigt. Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl der antwortenden Unternehmen beträgt etwa 26 Mitarbeiter (es wurden Klassenmittelwerte verwendet). Deutlich wird diese Aussage anhand der Abbildung 4.

Abbildung 4: Mitarbeiterzahlen



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.4. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr?

Auf die Frage nach der Umsatzhöhe des vergangenen Jahres antworteten insgesamt 298 der 305 befragten Unternehmen. Folgendes ergab die Umfrage:

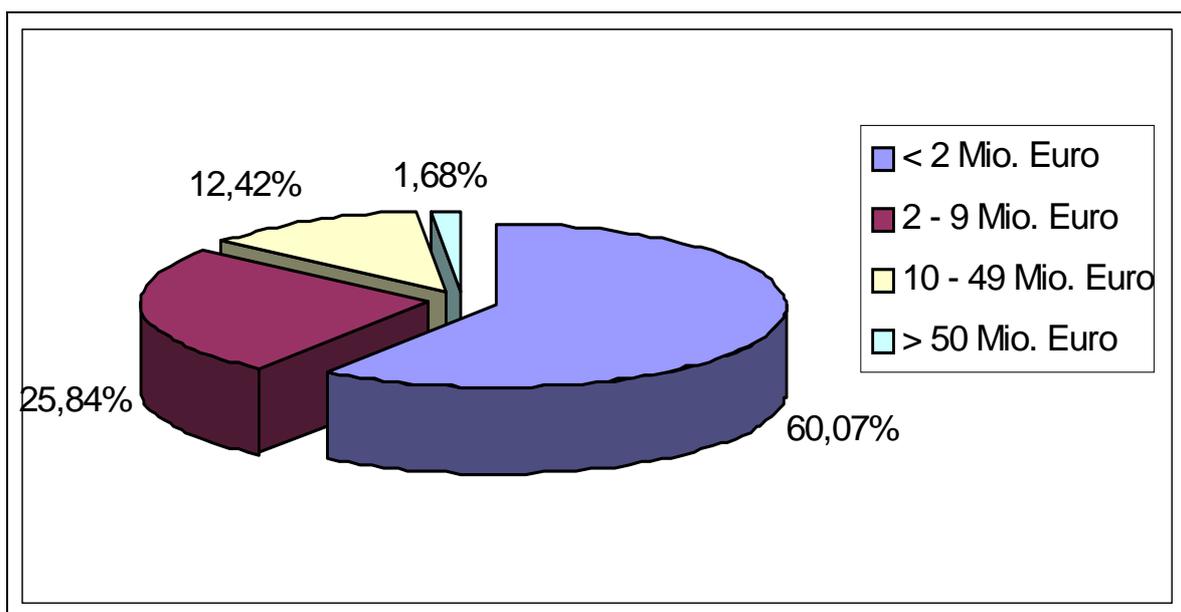
Tabelle 6: Umsatzhöhe in Mio. Euro

Umsatzhöhe	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
< 2 Mio. Euro	179	60,07%
2 - 9 Mio. Euro	77	25,84%
10 - 49 Mio. Euro	37	12,42%
> 50 Mio. Euro	5	1,68%
Summe	298	100,00%
fehlende Werte	7	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

179 von 298 Unternehmen erzielten einen Umsatz von unter 2 Millionen Euro. Dies entspricht 60,07% aller Antworten. Zwischen 2 Millionen und einschließlich 9 Millionen Euro Umsatz erwirtschafteten laut Umfrage 25,84% der antwortenden Unternehmen (77 von 298 Unternehmen). 12,42% der auf diese Frage antwortenden Unternehmen, also 37 von 298 Unternehmen, gaben an, im vergangenen Jahr zwischen 10 und 49 Millionen Euro Umsatz gemacht zu haben. Einen Umsatz von 50 Millionen Euro und mehr erwirtschafteten laut Befragung lediglich 1,68% der Antwortenden (5 von 298 Unternehmen). Durchschnittlich betrug der Umsatz der antwortenden Unternehmen im vergangenen Jahr etwa 16,13 Mio. Euro (es wurden Klassenmittelwerte verwendet). Die nachfolgende Grafik veranschaulicht diese Ergebnisse.

Abbildung 5: Umsatzhöhe in Mio. Euro



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.5. Wie entwickelte sich ihr Umsatz in den letzten 3 Jahren?

Zur Umsatzentwicklung des Unternehmens in den letzten 3 Jahren machten 301 Unternehmen Angaben.

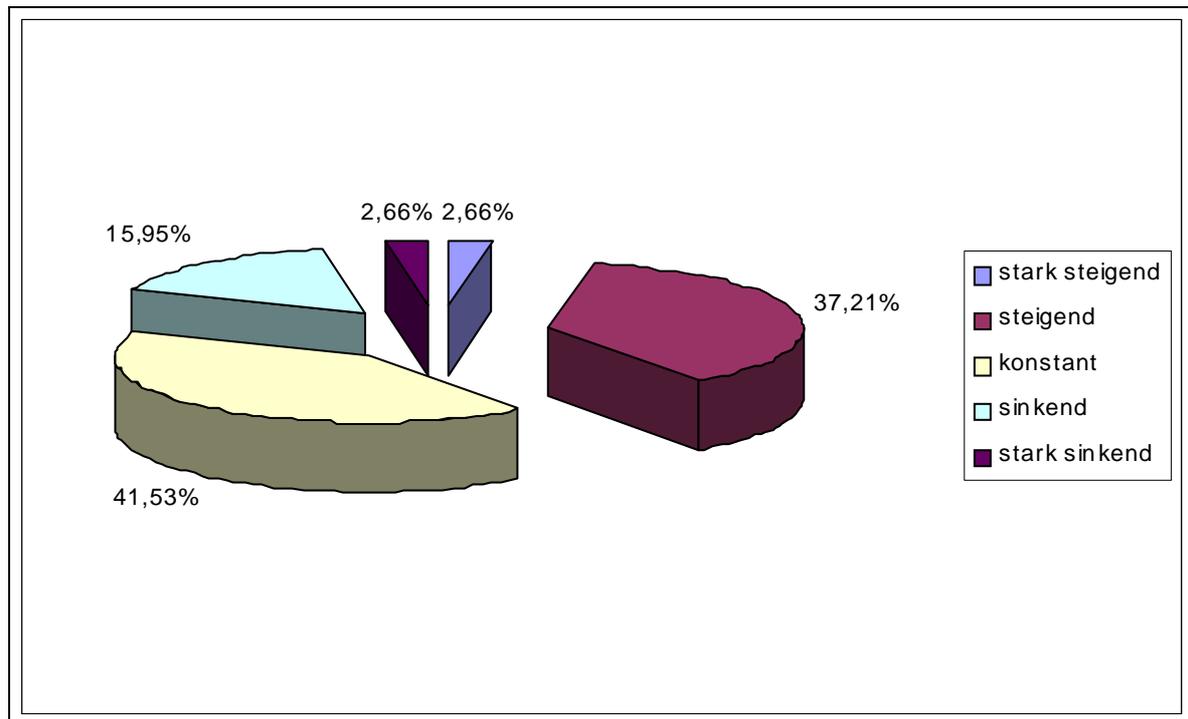
*Tabelle 7: Umsatzentwicklung in letzten 3 Jahren*

Umsatzentwicklung	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
stark steigend	8	2,66%
steigend	112	37,21%
konstant	125	41,53%
sinkend	48	15,95%
stark sinkend	8	2,66%
gesamt	301	100,00%
fehlende Werte	4	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

8 von 301 Unternehmen gaben bei dieser Frage an, dass sich ihr Umsatz in den letzten 3 Jahren stark steigend entwickelt hat. Dies entspricht 2,66% der Unternehmen, die zu dieser Frage eine Antwort gegeben haben. 37,21% der Unternehmen sagten aus, dass der Umsatz stieg. Dies entspricht einer absoluten Häufigkeit von 112 Unternehmen. 125 Unternehmen (41,53%) stellten keine Veränderungen fest und antworteten, dass ihr Umsatz konstant geblieben ist. 48 von 301 Befragten verzeichneten einen sinkenden Umsatz. Dies entspricht einer relativen Häufigkeit von 15,95%. 2,66%, und somit 8 Unternehmen, gaben an, dass sich ihr Umsatz in den letzten 3 Jahren stark sinkend entwickelt hat. Folgende Grafik verdeutlicht diese Aussagen.

Abbildung 6: Umsatzentwicklung in letzten 3 Jahren



Quelle: Eigene Darstellung

#### 4.1.6. Wie beurteilen Sie die Umsatzentwicklung Ihres Unternehmens im letzten Jahr?

Weiterhin wurden die Unternehmen Westmecklenburgs gebeten, ihre Umsatzentwicklung im letzten Jahr anhand einer Skala zu bewerten. Es war einzuschätzen, ob sich der Umsatz stark steigend, steigend, sinkend, stark sinkend entwickelte oder konstant blieb. Auf diese Frage gaben 303 Unternehmen eine Antwort.

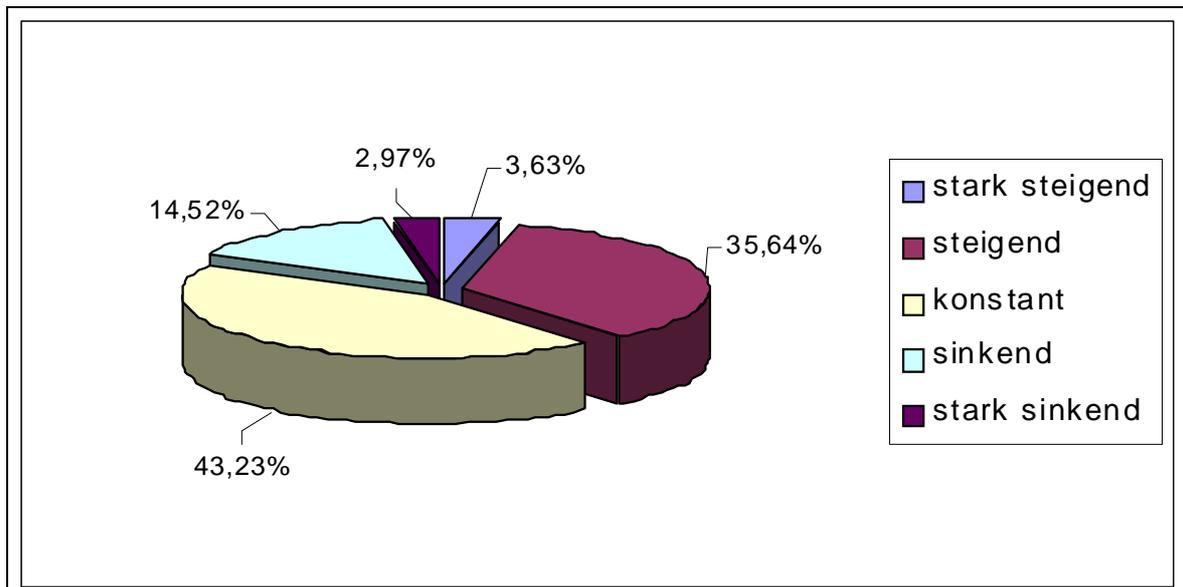
Tabelle 8: Umsatzentwicklung im letzten Jahr

Entwicklung	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
stark steigend	11	3,63%
steigend	108	35,64%
konstant	131	43,23%
sinkend	44	14,52%
stark sinkend	9	2,97%
Summe	303	100,00%
fehlende Werte	2	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

11 dieser Unternehmen gaben an, im letzten Jahr einen stark steigenden Umsatz verzeichnet zu haben. Dies entspricht 3,63% der Antworten. Einen steigenden Umsatz erzielten laut Befragung 108 der 303 Unternehmen, was einem Prozentsatz von 35,64% entspricht. Die Mehrheit der antwortenden Unternehmen (131 von 303 Unternehmen) äußerte, dass ihr Umsatz im letzten Jahr konstant geblieben ist. Somit veränderte sich der Umsatz bei 43,23% der befragten Unternehmen im letzten Jahr nicht. 14,52% der antwortenden Unternehmen (also 44 von 303 Unternehmen) gaben an, im letzten Jahr einen sinkenden Umsatz verzeichnet zu haben. Der Umsatz von 9 der 303 antwortenden Unternehmen entwickelte sich im letzten Jahr laut Umfrage stark sinkend. Dies entspricht 2,97% der Antworten. Die Abbildung 7 veranschaulicht diese Ergebnisse.

Abbildung 7: Umsatzentwicklung im letzten Jahr



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.7. Wie schätzen Sie Ihre Umsatzentwicklung in den nächsten Jahren ein?

Über die voraussichtlichen Umsatzentwicklungen des Unternehmens in den nächsten Jahren machten 303 Unternehmen Angaben.

Tabelle 9: Einschätzung Umsatzentwicklung im nächsten Jahr

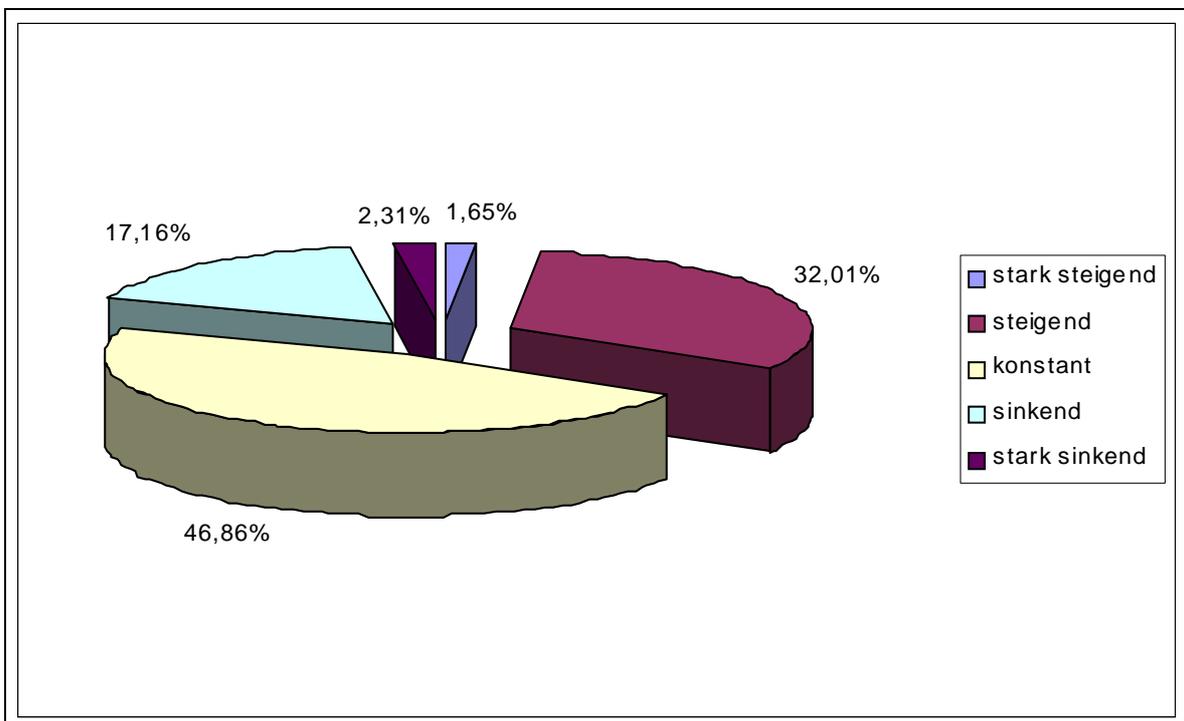
Umsatzentwicklung	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
stark steigend	5	1,65%
steigend	97	32,01%
konstant	142	46,86%
sinkend	52	17,16%
stark sinkend	7	2,31%
gesamt	303	100,00%
fehlende Werte	2	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

5 der 303 Unternehmen gaben bei dieser Fragestellung an, dass sich ihr Um-

satz in den nächsten Jahren vermutlich stark steigend entwickeln wird. Dies entspricht einer relativen Häufigkeit von 1,65%. Die Annahme, dass sich der Umsatz steigend entwickeln wird, vertraten 97 Unternehmen und somit 32,01%. Der Großteil der Unternehmen vertrat die Auffassung, dass der Umsatz sich nicht stark verändern wird. 46,86% der Unternehmen sagten, dass der Umsatz konstant bleibt. Dies entspricht 142 von 303 Unternehmen. 17,16% der Unternehmen äußerten, dass sie mit sinkenden Umsatzzahlen rechnen. Einen stark sinkenden Umsatz erwarten 7 von 303 Unternehmen. Dies entspricht einem Prozentsatz von 2,31%. Dies wird in der Abbildung 8 sichtbar.

Abbildung 8: *Einschätzung Umsatzentwicklung im nächsten Jahr*



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.8. Wie teilte sich Ihr Umsatz im vergangenen Jahr etwa auf [in %]?

Die Unternehmen Westmecklenburgs wurden des Weiteren nach ihrer Umsatzaufteilung im vergangenen Jahr befragt. Sie sollten in dieser Frage einschätzen, wie hoch der Anteil ihres Umsatzes war, den sie im Ausland erwirtschafteten, und wie groß der Anteil des Inlandsumsatzes war. Dabei ergaben sich folgende Durchschnittswerte.

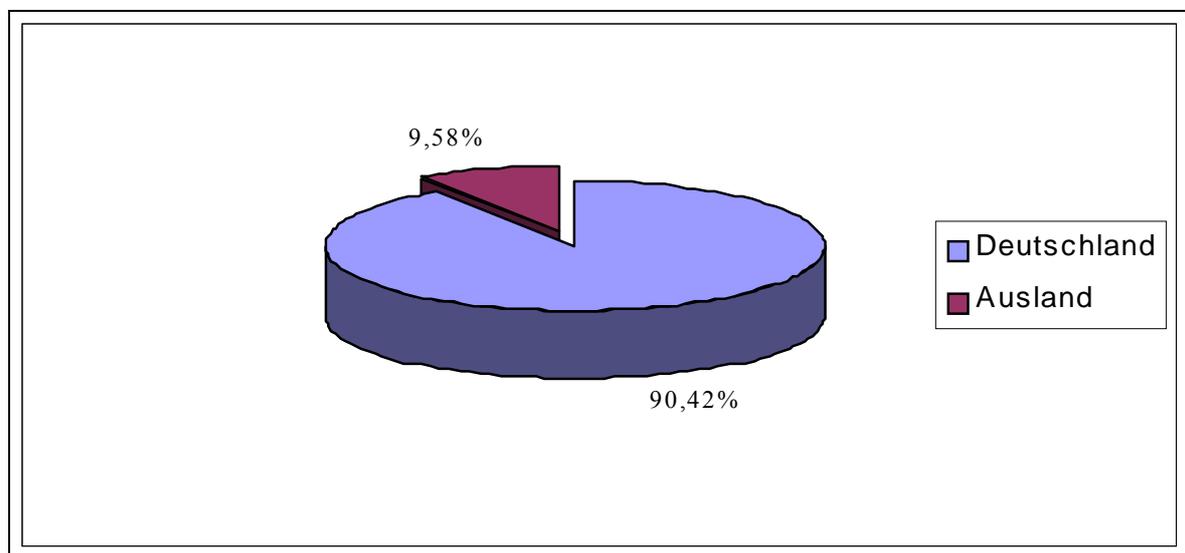
Tabelle 10: Durchschnittlicher Umsatzanteil Inland / Ausland

	Deutschland	Ausland
Durchschnittlicher Umsatz	90,42%	9,58%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Der Anteil des Umsatzes, der im Ausland erwirtschaftet wurde, beträgt laut Umfrage durchschnittlich 9,58%. Der Anteil des Inlandsumsatzes, gemessen am Gesamtumsatz, beträgt der Befragung zu Folge 90,42%. Die folgende Abbildung zeigt diese Verteilung.

Abbildung 9: Durchschnittliche Umsatzanteile Inland / Ausland



Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 11: Häufigkeiten der Umsatzanteile Inland Ausland

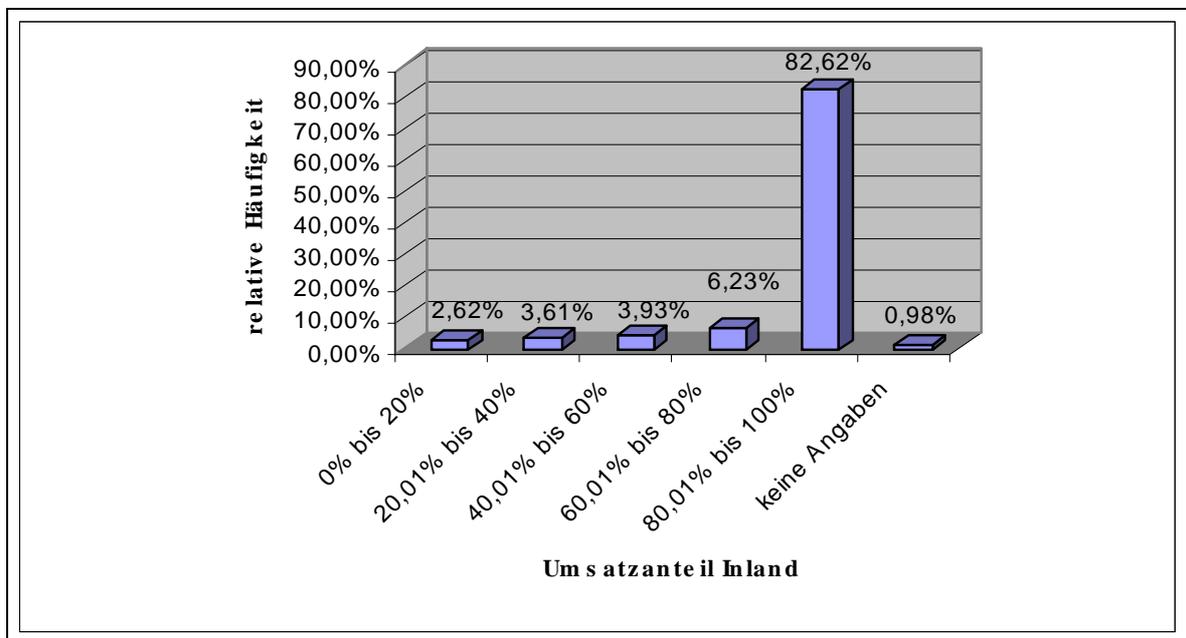
Umsatzanteil Inland	Umsatzanteil Ausland	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
0% bis 20%	80% bis 100%	8	2,62%
20,01% bis 40%	79,99% bis 60%	11	3,61%
40,01% bis 60%	59,99% bis 40%	12	3,93%
60,01% bis 80%	39,99% bis 20%	19	6,23%
80,01% bis 100%	19,99% bis 0%	252	82,62%
keine Angaben	keine Angaben	3	0,98%
Summe		305	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

In der oben stehenden Tabelle sind die Umsatzanteile der Unternehmen zu sehen, die im Inland bzw. Ausland erwirtschaftet wurden. Die Befragung ergab,

dass die absolute Mehrheit der Befragten (82,62%) einen Inlandsumsatzanteil zwischen 80,01% und 100% hat. Von dieser Gruppe äußerten die meisten Unternehmen, 100% des Umsatzes im Inland zu erbringen. 6,23% der Unternehmen erbrachten laut Umfrage zwischen 60,01% und 80% ihres Umsatzes im Inland. Einen Inlandsumsatzanteil zwischen 40,01% und 60% vermerkten 3,93% der antwortenden Unternehmen. 3,61% der befragten Unternehmen gaben an, dass der Inlandsumsatz zwischen 20,01% und 40% ihres Gesamtumsatzes liegt. 2,62% der Befragten haben einen sehr hohen Auslandsumsatzanteil. Sie erwirtschafteten nur bis zu 20% ihres Umsatzes im Inland. 0,98% der Unternehmen machten keine Angaben zu dieser Frage. Diese Ergebnisse veranschaulicht die folgende Abbildung.

Abbildung 10: Umsatzanteile Inland Ausland



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.9. Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?

Die Frage, ob die Unternehmen selber Forschung und Entwicklung betreiben, wurde von 303 Unternehmen beantwortet.

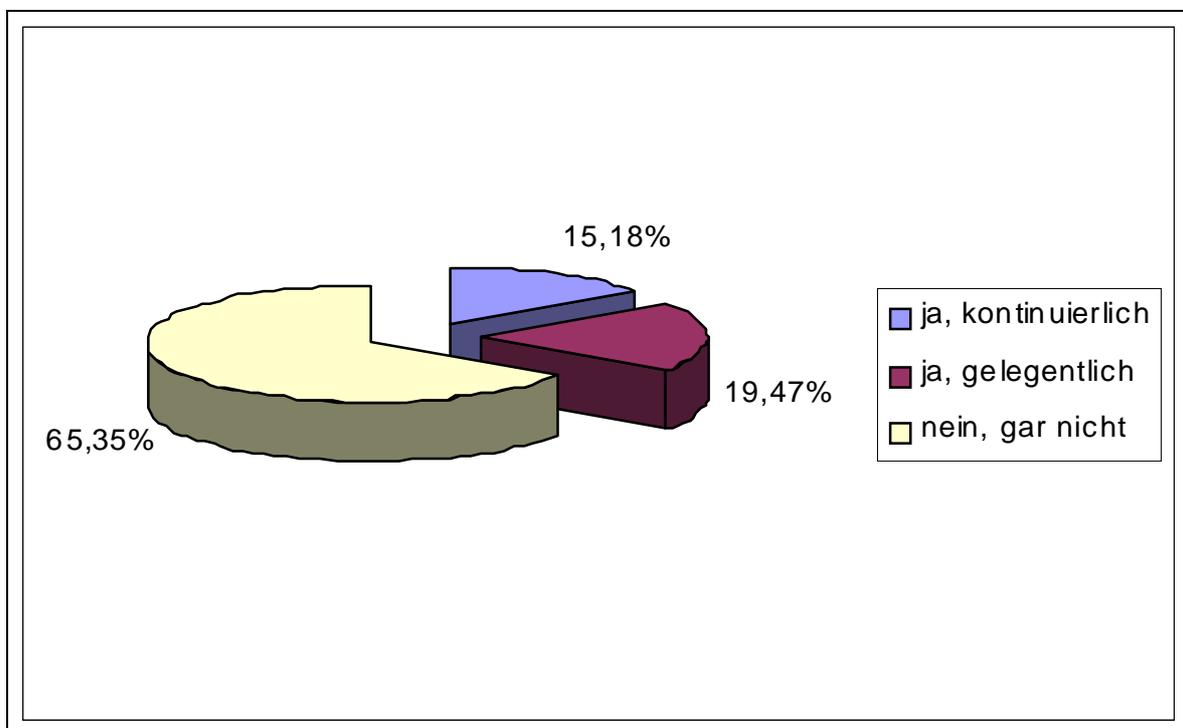
Tabelle 12: Betreiben von Forschung und Entwicklung

Kategorie	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
ja, kontinuierlich	46	15,18%
ja, gelegentlich	59	19,47%
nein, gar nicht	198	65,35%
gesamt	303	100,00%
fehlende Werte	2	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Der größte Teil (198 Unternehmen und somit 65,35%), der zu dieser Frage Angaben gemacht hat, investiert nicht in die eigene Forschung und Entwicklung. 19,47% der Unternehmen gaben an, gelegentlich Forschung und Entwicklung zu betreiben. Diese Angabe tätigten 59 von 303 Unternehmen. 15,18%, und somit 46 Unternehmen, betreiben kontinuierlich Forschung und Entwicklung. Abbildung 11 zeigt diese Verteilung.

Abbildung 11: Betreiben von Forschung und Entwicklung



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.1.10. Mit welchen Problemen ist Ihr Unternehmen gegenwärtig konfrontiert?

Als nächstes wurden die Unternehmen befragt, mit welchen Problemen sie gegenwärtig konfrontiert sind. Hier wurden insgesamt 11 Probleme aufgelistet, die die Unternehmen mit jeweils einer Note von 1 bis 5 bewerten sollten. Dabei hieß die Note 1, dass das Unternehmen mit diesem Problem gegenwärtig gar nicht konfrontiert ist und die Note 5, dass das Unternehmen gegenwärtig sehr stark mit diesem Problem konfrontiert ist. Unter dem Punkt „sonstige“ konnten die Unternehmen weitere Probleme nennen, die sie momentan beschäftigen. Die oben stehende Tabelle zeigt die relativen Häufigkeiten auf, die sich aus der Befragung der Unternehmen ergaben. Es wurden nicht alle Probleme von jedem Unternehmen bewertet. Somit ergibt sich für jedes bewertete Problem eine andere absolute Summenhäufigkeit.

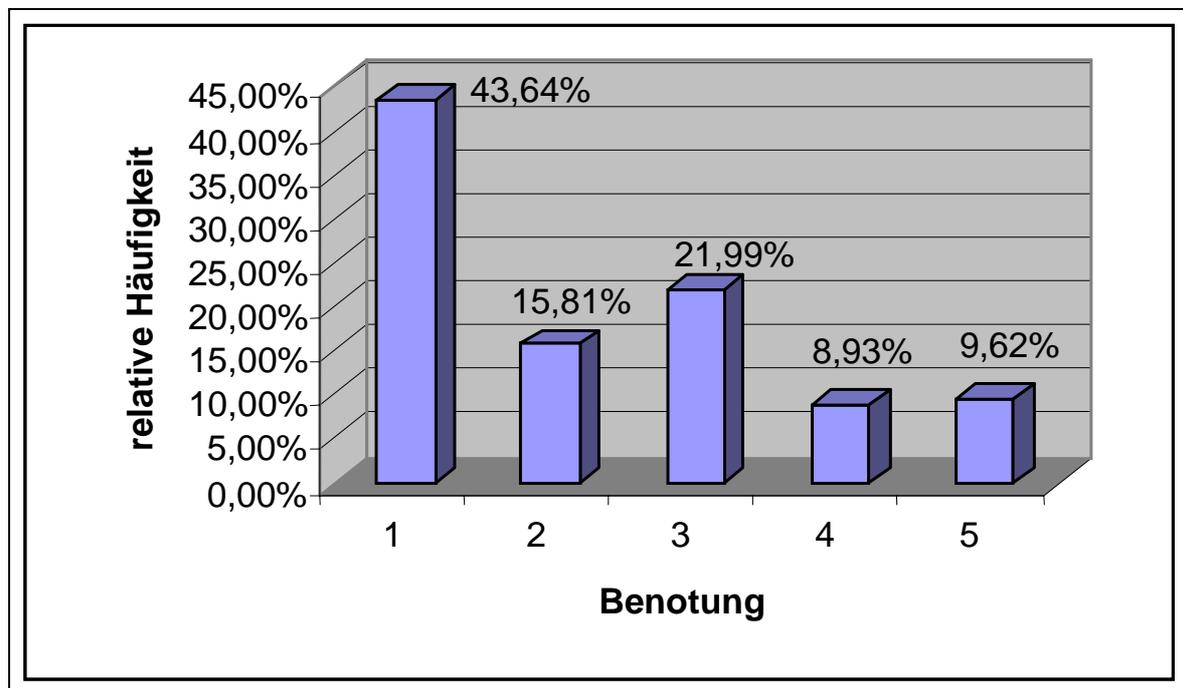
*Tabelle 13: Benotung der Probleme*

relative Häufigkeiten Probleme	Noten					Summe
	1	2	3	4	5	
Konkur.druck durch westeuropäische UN	43,64%	15,81%	21,99%	8,93%	9,62%	100,00%
Konkur.druck durch Staaten Mittel- und Osteuropas	52,43%	20,83%	12,50%	9,03%	5,21%	100,00%
zu kleine Betriebsgröße	51,02%	26,53%	12,93%	5,78%	3,74%	100,00%
Defizite bei den angebotenen Produkten	50,52%	25,26%	16,61%	4,84%	2,77%	100,00%
Defizite bei der Vermarktung	30,69%	30,69%	25,52%	11,38%	1,72%	100,00%
Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte	52,28%	27,37%	12,63%	4,91%	2,81%	100,00%
Schwieriger Zugang zu den überregionalen Märkten	35,99%	17,99%	25,95%	12,80%	7,27%	100,00%
zu hohe Lohnkosten	17,57%	24,32%	27,36%	14,19%	16,55%	100,00%
Mangel an qualifizierten Arbeitskräften	38,91%	25,94%	17,41%	10,92%	6,83%	100,00%
Defizite in der technischen Ausstattung	50,68%	27,74%	15,07%	4,11%	2,40%	100,00%
Finanzierungsschwierigkeiten	35,15%	17,41%	21,16%	15,02%	11,26%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Das Problem „Konkurrenzdruck durch westeuropäische Unternehmen“ wurde von 291 Unternehmen bewertet. Die Umfrage ergab, dass 43,64% der antwortenden Unternehmen keinem Konkurrenzdruck durch westeuropäische Unternehmen ausgesetzt sind. 15,81% der Unternehmen beschäftigt dieses Problem derzeit wenig. Die Note 3 wurde von 21,99% der antwortenden Unternehmen vergeben. 8,93% der Unternehmen gaben an, sich diesem Problem gegenwärtig stark gegenübergestellt zu sehen. 9,62% der Antwortenden sind gegenwärtig sehr stark mit dem Problem „Konkurrenzdruck durch westeuropäische Unternehmen“ konfrontiert. Diese Ergebnisse verdeutlicht die folgende Abbildung.

Abbildung 12: Benotung des Problems „Konkurrenzdruck durch westeuropäische Unternehmen“



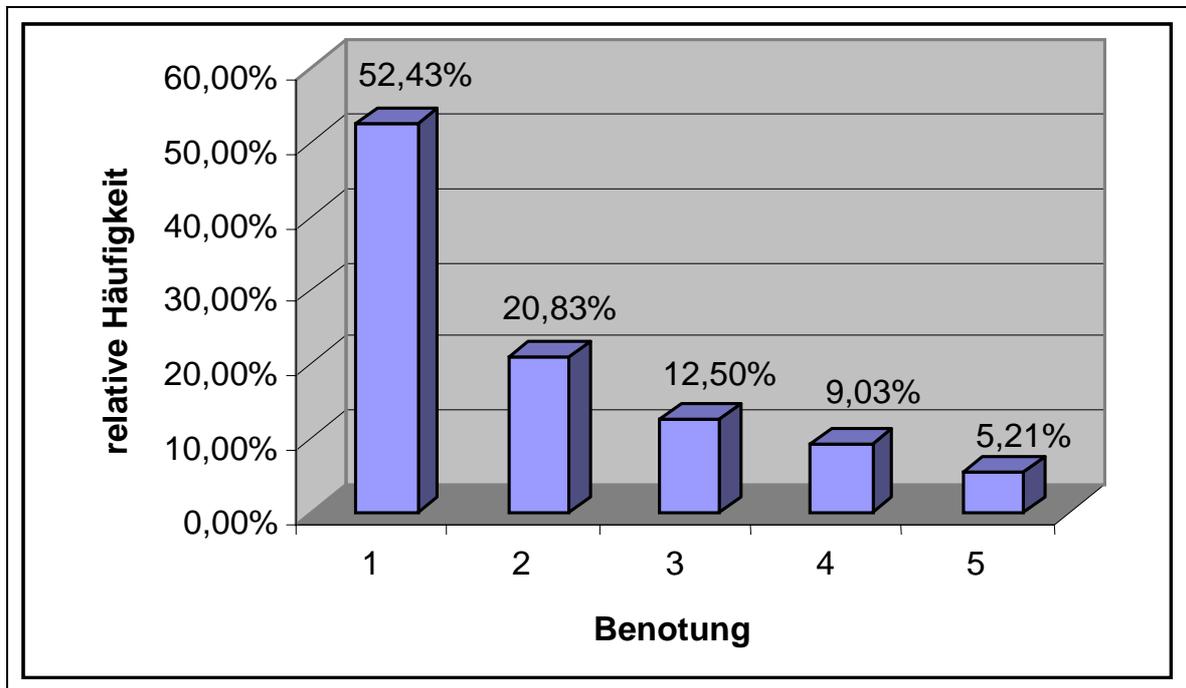
Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt ergab sich für diese Kategorie die Note 2,25. Dies bedeutet, dass die Unternehmen momentan nur einem geringen Konkurrenzdruck durch Westeuropäische Unternehmen ausgesetzt sind.

An dieser Stelle wurde das Problem „Konkurrenzdruck durch Unternehmen aus Staaten Mittel- und Osteuropas“ von 288 Unternehmen mit einer Note bewertet. Mehr als die Hälfte der Antwortenden (52,43%) ist keinem Konkurrenzdruck durch Unternehmen aus Staaten Mittel- und Osteuropas ausgesetzt. Mit diesem Problem sind 20,83% der Unternehmen wenig belastet.

12,55% der antwortenden Unternehmen vergaben die Note 3 und sagten somit aus, mit dem Konkurrenzdruck mäßig belastet zu sein. 9,03% der Unternehmen sind mit diesem Problem momentan stark beschäftigt. Einem sehr starken Konkurrenzdruck durch Unternehmen aus Staaten Mittel- und Osteuropas sind 5,21% der Unternehmen ausgesetzt. Die folgende Abbildung zeigt die Notenverteilung.

Abbildung 13: Benotung des Problems „Konkurrenzdruck durch Unternehmen aus Staaten Mittel- und Osteuropas“

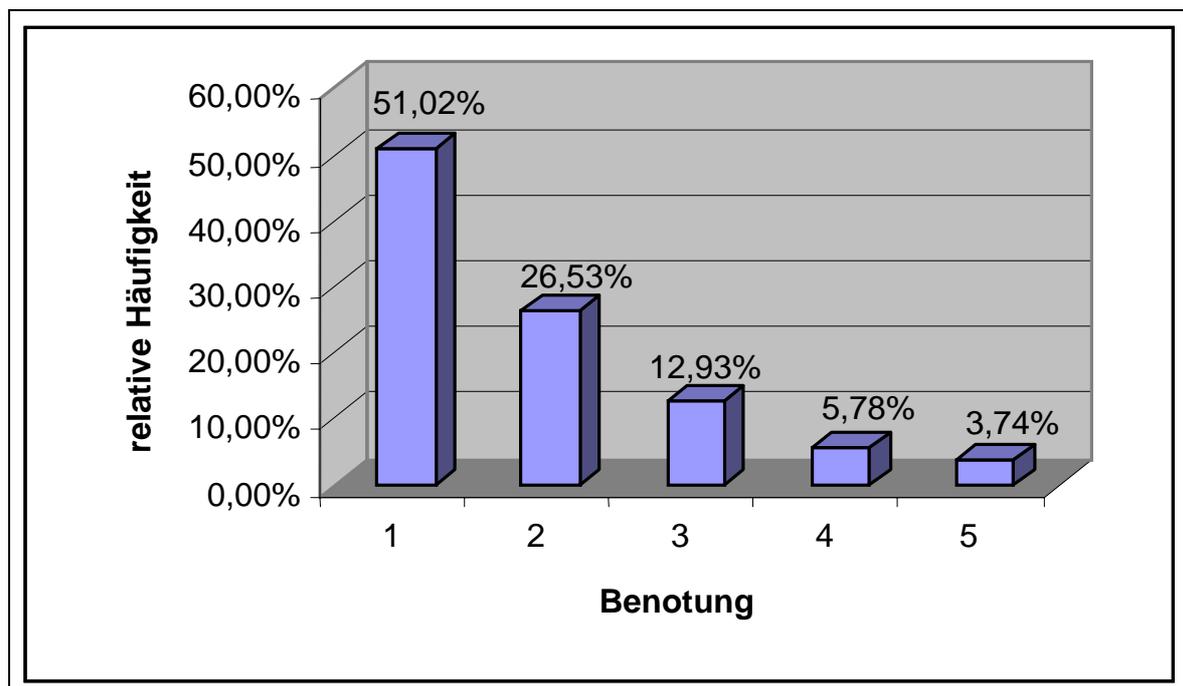


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde der Punkt „Konkurrenzdruck durch Unternehmen aus Staaten Mittel- und Osteuropas“ mit der Note 1,94 bewertet. Somit sehen sich die Unternehmen in ihrer Gesamtheit diesem Problem gegenwärtig wenig gegenübergestellt.

Im Anschluss daran wurde das Problem „zu kleine Betriebsgröße“ von 294 Unternehmen benotet. Mehr als die Hälfte der antwortenden Unternehmen (51,02%) sind gegenwärtig gar nicht mit dem Problem konfrontiert. 26,53% der Antwortenden sind momentan wenig mit diesem Punkt belastet. Die Note 3 wurde durch 12,93% der Unternehmen vergeben. Die Note 4 kreuzten 5,78% der befragten Unternehmen an. 3,74% gaben an, sehr stark mit dem Problem der zu kleinen Betriebsgröße konfrontiert zu sein. Diese Verteilung veranschaulicht auch die folgende Abbildung.

Abbildung 14: Benotung des Problems „zu kleine Betriebsgröße“

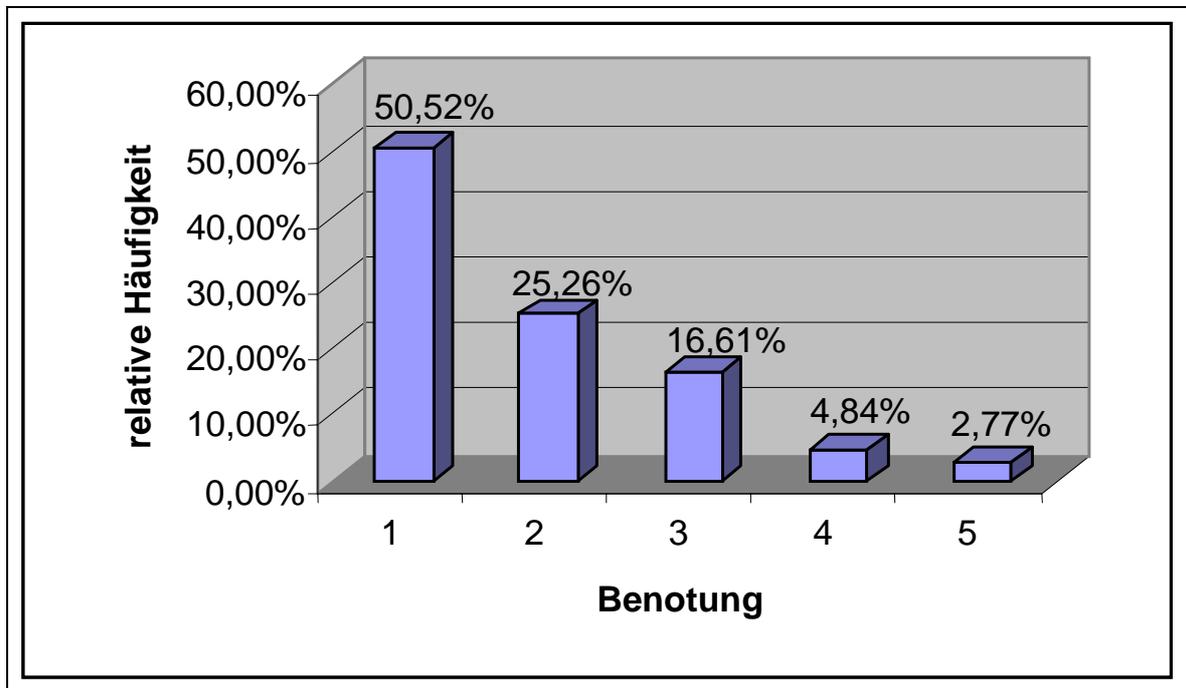


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde für das Problem „zu kleine Betriebsgröße“ die Note 1,85 vergeben. Die Unternehmen sehen sich also im Durchschnitt diesem Problem kaum gegenübergestellt.

Als nächstes wurde das Problem „Defizite bei den angebotenen Produkten“ durch 289 Unternehmen mit einer Note von 1 bis 5 bewertet. Im Einzelnen vergaben 50,52% die Note 1. 25,26% haben wenig Defizite bei den angebotenen Produkten. Die Note 3 wurde von 16,61% der Unternehmen vergeben. 4,84% der Unternehmen gaben an, dass sie stark mit dem Problem „Defizite bei den angebotenen Produkten“ konfrontiert sind. 2,77% verteilten die Note 5. Dies zeigt auch die Abbildung 15.

Abbildung 15: Benotung des Problems „Defizite bei den angebotenen Produkten“

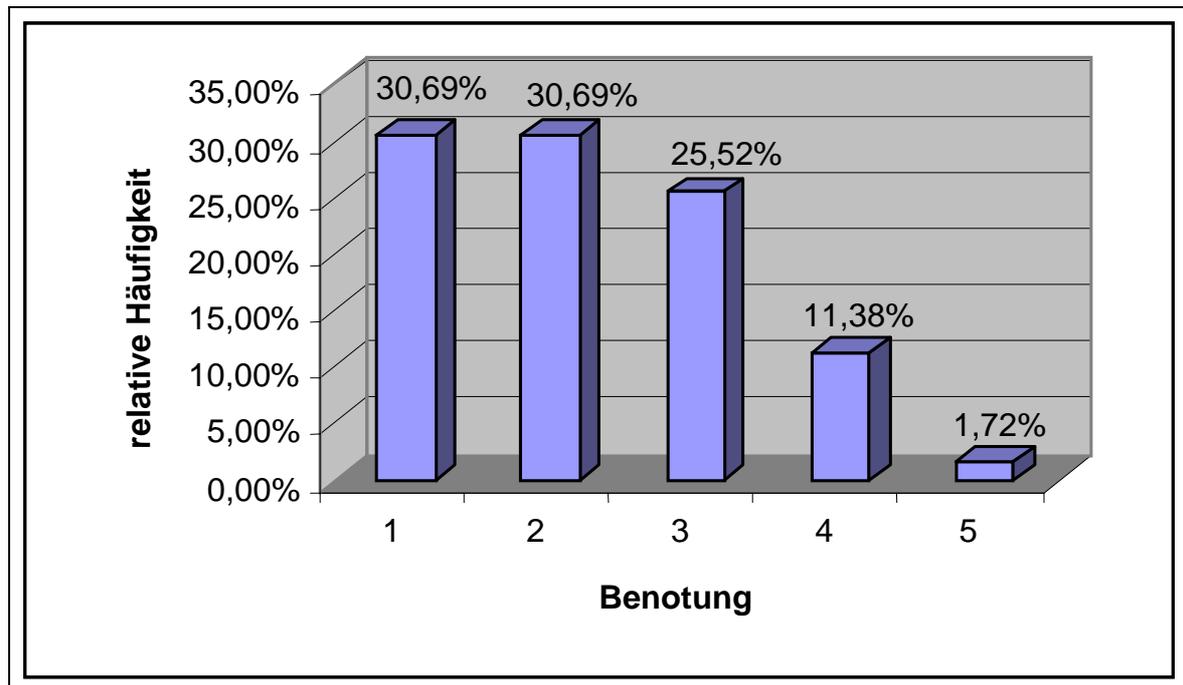


Quelle: Eigene Darstellung.

Hier ergab sich insgesamt die Durchschnittsnote 1,84. Das bedeutet, dass die Defizite bei den angebotenen Produkten gegenwärtig für die Unternehmen kaum ein Problem darstellen.

Das Problem „Defizite bei der Vermarktung“ wurde im nächsten Schritt von 290 Unternehmen bewertet. Die Note 1 vergaben 30,69% der befragten Unternehmen, da sie gegenwärtig gar nicht mit diesem Problem konfrontiert sind. Ebenfalls 30,69% der Unternehmen haben geringe Defizite bei der Vermarktung. Die Note 3 wurde von 25,52% der Antwortenden vergeben. 11,38% der Unternehmen gaben an, stark mit dem Problem „Defizite bei der Vermarktung“ beschäftigt zu sein. 1,72% kreuzten die Note 5 an. In der Abbildung 16 ist diese Notenverteilung zu sehen.

Abbildung 16: Benotung des Problems „Defizite bei der Vermarktung“

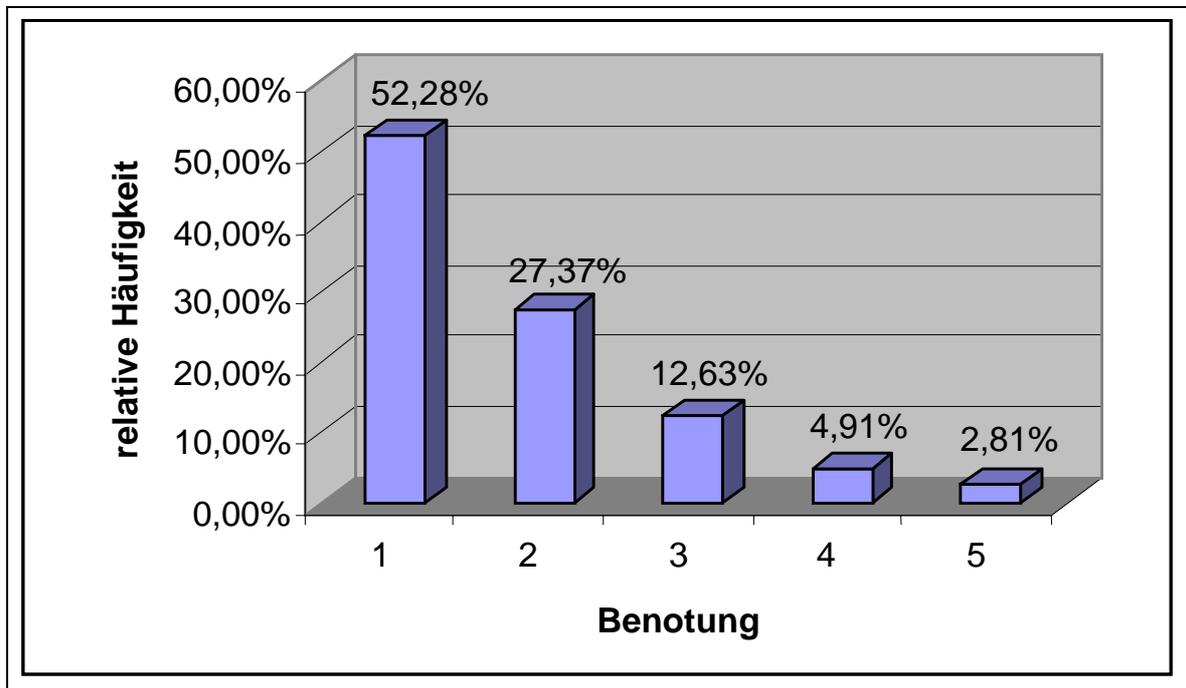


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde bei der Bewertung des Problems „Defizite bei der Vermarktung“ die Note 2,23 vergeben. Das bedeutet, dass sich die Unternehmen im Durchschnitt wenig diesem Problem gegenübergestellt sehen.

285 Unternehmen bewerteten im Folgenden den Punkt „Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte“. Die Note 1 vergaben für dieses Problem mehr als die Hälfte der Antwortenden (52,28%). 27,37% der Unternehmen haben gegenwärtig geringe Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte. Durch 12,63% der Unternehmen wurde die Note 3 angegeben. 4,91% sind mit dem Problem stark belastet. Die restlichen 2,81% der Antwortenden sehen sich dem Problem „Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte“ sehr stark gegenübergestellt. Die Verteilung der Noten wird auch in der Abbildung 17 deutlich.

Abbildung 17: Benotung des Problems „Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte“

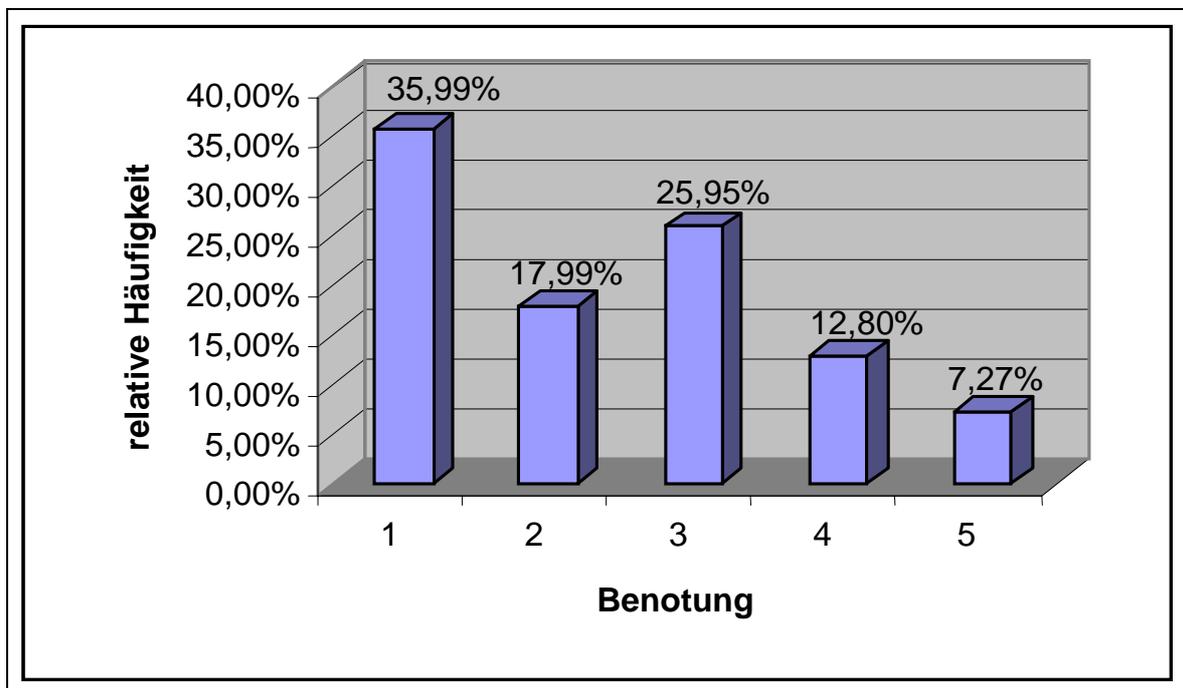


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt erhielt diese Kategorie die Note 1,79, was heißt, dass die Unternehmen im Durchschnitt geringe Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte haben.

Das Problem „Schwieriger Zugang zu den überregionalen Märkten“ wurde von 289 Unternehmen benotet. Für 35,99% der antwortenden Unternehmen stellt der schwierige Zugang zu den überregionalen Märkten kein Problem dar. 17,99% vergaben die Note 2. Die Note 3 verteilten 25,95% der antwortenden Unternehmen. 12,80% der Unternehmen gaben an, dass sie sich gegenwärtig dem Problem „Schwieriger Zugang zu den überregionalen Märkten“ stark gegenübergestellt sehen. 7,27% verteilten die Note 5. Diese Ergebnisse sind in der Abbildung 18 zu sehen.

Abbildung 18: Benotung des Problems „Schwieriger Zugang zu den überregionalen Märkten“

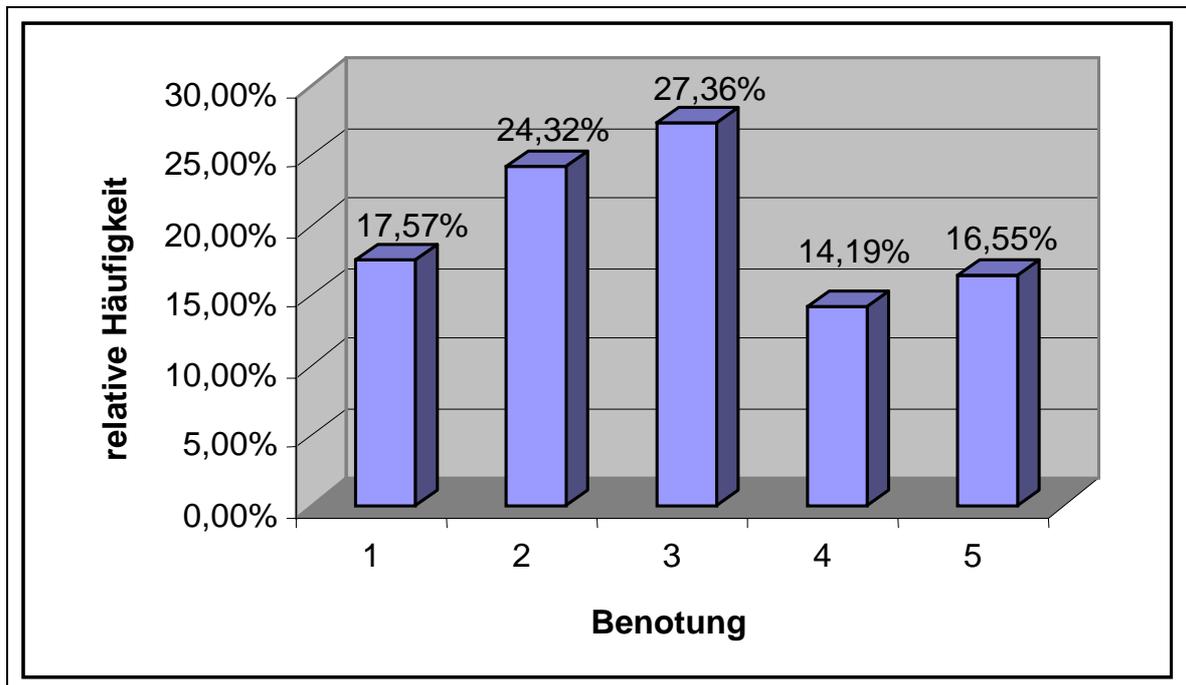


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt bewerteten die Unternehmen den Punkt mit der Note 2,37. Das bedeutet, dass die Unternehmen mit dem Problem „Schwieriger Zugang zu den überregionalen Märkten“ wenig konfrontiert sind.

Als nächster Punkt bewerteten 296 Unternehmen das Problem „zu hohe Lohnkosten“. 17,57% vergaben die Note 1. Sie sind derzeit gar nicht mit diesem Problem konfrontiert. Durch 24,32% der antwortenden Unternehmen wurde die Note 2 vergeben. 27,36 % sind mäßig mit den zu hohen Lohnkosten belastet. 14,19% der Antwortenden verteilten die Note 4. Gegenwärtig sehr stark mit dem Problem konfrontiert sind laut Befragung 16,55% der antwortenden westmecklenburgischen Unternehmen. Deutlicher wird die Notenverteilung in der Abbildung 19.

Abbildung 19: Benotung des Problems „zu hohe Lohnkosten“

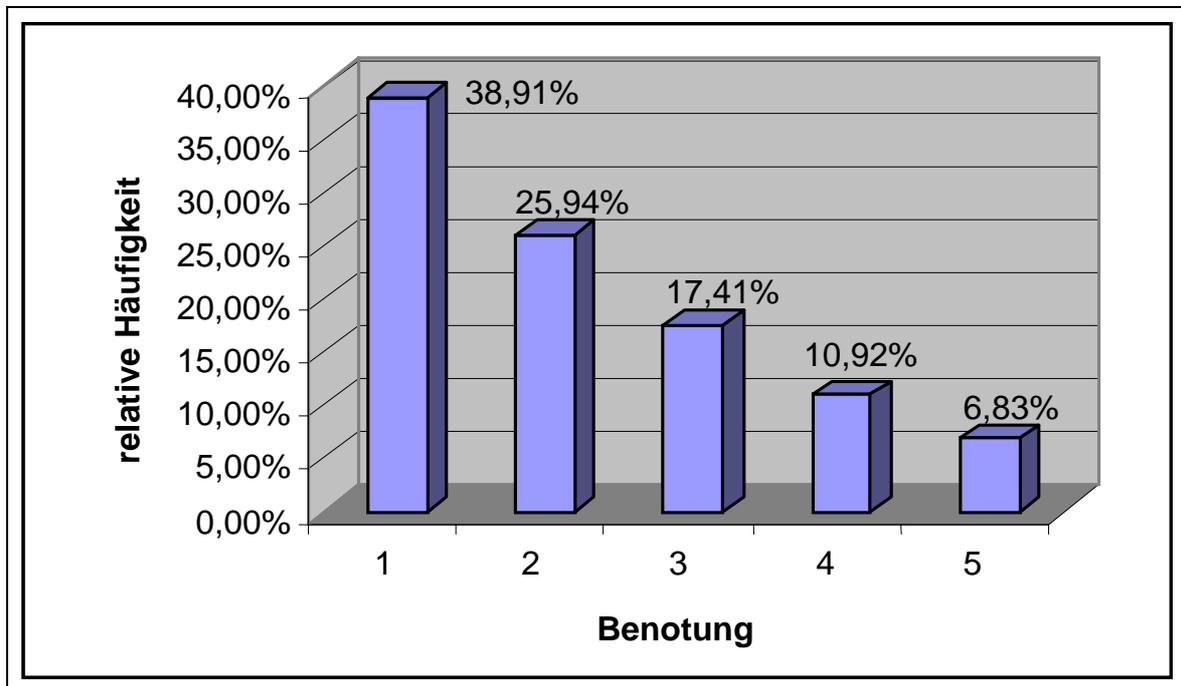


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt vergaben die Unternehmen die Note 2,88, was bedeutet, dass sie mäßig mit dem Problem der zu hohen Lohnkosten konfrontiert sind.

Im Folgenden bewerteten 293 Unternehmen das Problem „Mangel an qualifizierten Arbeitskräften“. Die Mehrheit der antwortenden Unternehmen (38,91%) hat kein Mangel an qualifizierten Arbeitskräften. 25,94% der Antwortenden verteilten die Note 2. Die Note 3 kreuzten 17,41% der antwortenden Unternehmen an. 10,92% der Unternehmen haben laut Befragung einen starken Mangel an qualifizierten Arbeitskräften. Die Note 5 vergaben 6,83% der Antwortenden, da sie sich diesem Problem derzeit sehr stark gegenübergestellt sehen. Die Abbildung 20 zeigt diese Ergebnisse auf.

Abbildung 20: Benotung des Problems „Mangel an qualifizierten Arbeitskräften“

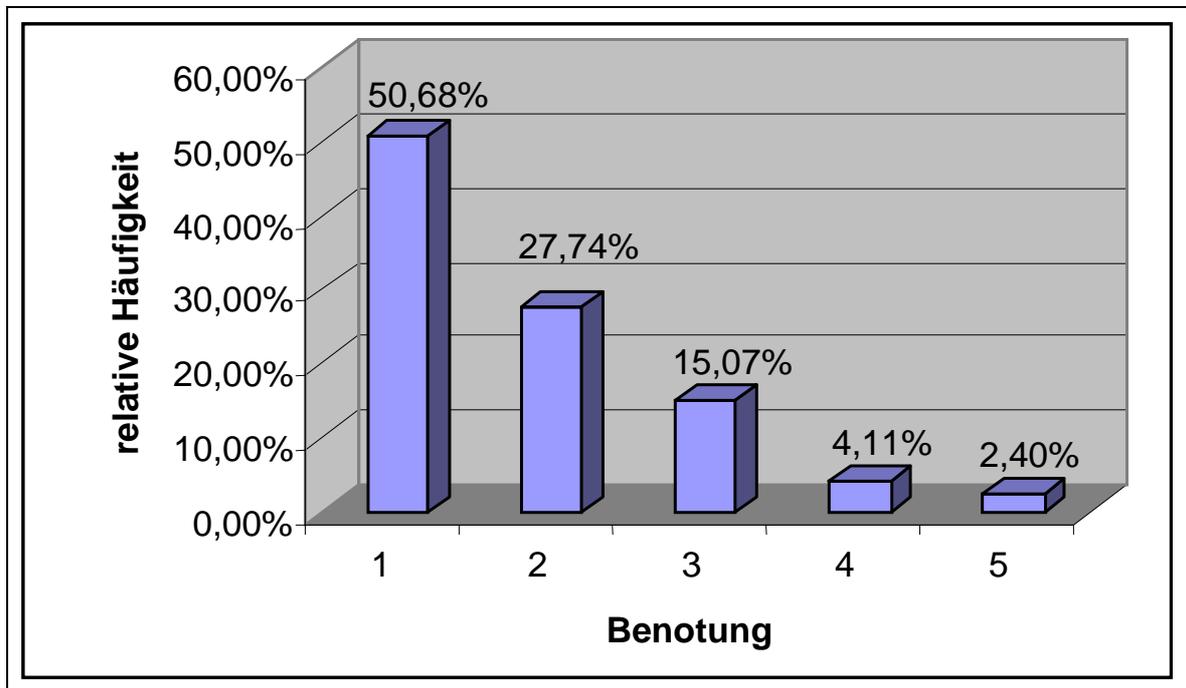


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt verteilten die antwortenden Unternehmen die Note 2,21. Somit haben die Unternehmen durchschnittlich einen geringen Mangel an qualifizierten Arbeitskräften.

Der Punkt „Defizite in der technischen Ausstattung“ wurde von 292 Unternehmen betrachtet. Mehr als die Hälfte der antwortenden Unternehmen benoteten dieses Problem mit einer 1. Etwas mehr als  $\frac{1}{4}$  der Unternehmen (27,74%) hat geringe Defizite in der technischen Ausstattung. Die Note 3 wurde von 15,07% der Unternehmen verteilt. 4,11% der Antwortenden sind gegenwärtig mit diesem Problem stark belastet. Die Note 5 kreuzten 2,40% der Unternehmen an. Dies ist auch in der Abbildung 21 zu sehen.

Abbildung 21: Benotung des Problems „Defizite in der technischen Ausstattung“

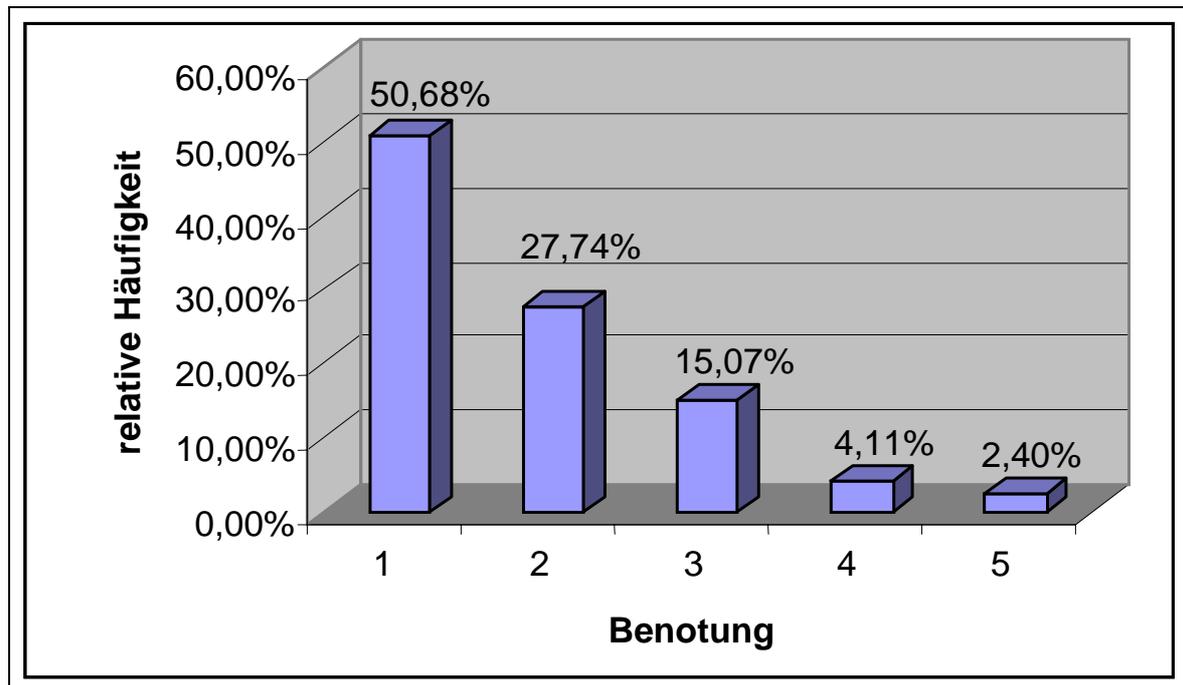


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt gaben die Unternehmen diesem Problem die Note 1,8. Sie haben somit geringe Defizite in der technischen Ausstattung.

Abschließend bewerteten 293 Unternehmen das Problem „Finanzierungsschwierigkeiten“ mit einer Note von 1 bis 5 zu bewerten. Die Befragung ergab, dass 35,15% der antwortenden westmecklenburgischen Unternehmen derzeit keine Finanzierungsschwierigkeiten haben. Die Note 2 wurde durch 17,41% der befragten Unternehmen vergeben. 21,16% der Unternehmen gaben an, mäßige Finanzierungsschwierigkeiten zu haben. 15,02% der Unternehmen verteilten die Note 4. Mit sehr starken Finanzierungsschwierigkeiten sind 11,26% der Unternehmen konfrontiert. Im Durchschnitt wurde hier die Note 2,5 vergeben. Das bedeutet, dass die Unternehmen durchschnittlich mäßig mit Finanzierungsschwierigkeiten belastet sind.

Abbildung 22: Benotung des Problems „Finanzierungsschwierigkeiten“

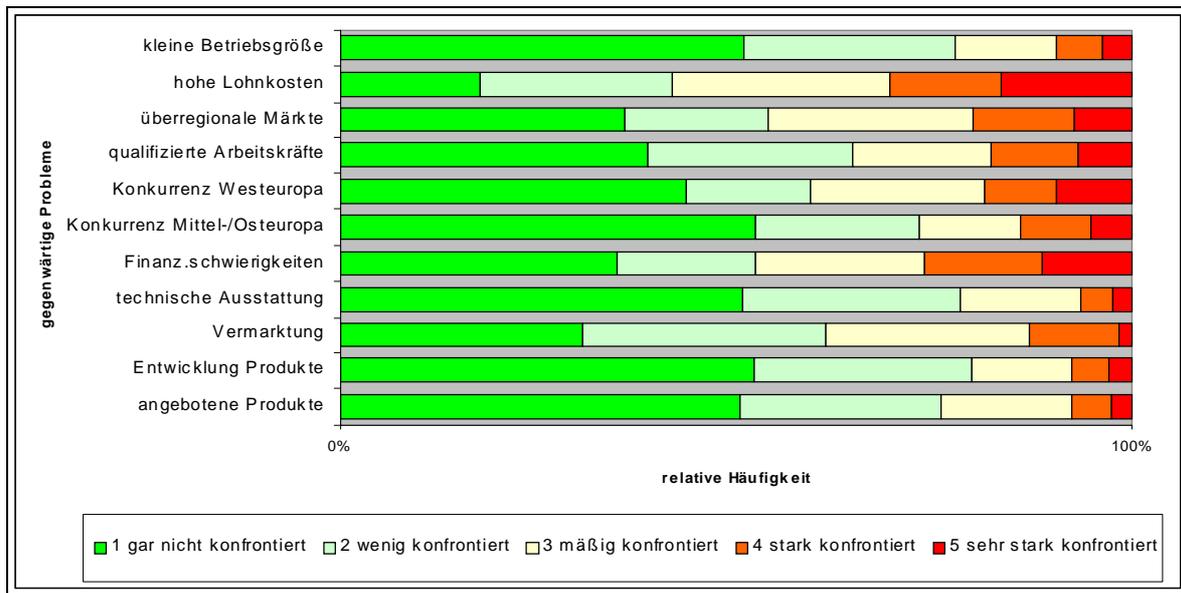


Quelle: Eigene Darstellung.

Für die Unternehmen bestand die Möglichkeit, weitere Probleme unter dem Punkt „Sonstiges“ zu nennen. 28 der befragten Unternehmen machten davon Gebrauch. Unter diesem Punkt wurden beispielsweise die Probleme „schlechte Zahlungsmoral“, „Probleme durch Einführung der EU“, „Probleme durch Nachfragerückgang“, „Probleme durch staatliche Vorgaben“ genannt. Eine vollständige Auflistung der genannten Probleme findet sich im Anhang unter Punkt A1.2. wieder.

Bei der zusammenfassenden Betrachtung der Probleme, die am häufigsten mit den Noten 4 und 5 bewertet worden sind, ist festzustellen, dass die Unternehmen gegenwärtig am stärksten mit dem Problem der zu hohen Lohnnebenkosten konfrontiert sind. 30,74% bewerteten dieses Problem mit der Note 4 oder 5. Das zweitstärkste Problem, welchem sich die Unternehmen gegenwärtig gegenübergestellt sehen, sind die Finanzierungsschwierigkeiten. 26,28% gaben diesem Problem die Note 4 oder 5. Diese beiden Probleme erhielten auch die höchsten Durchschnittsnoten. Während die restlichen Punkte eine Durchschnittsnote von etwa 2 erhielten, wurden die zwei oben stehenden Probleme mit der Durchschnittsnote 3 bewertet. In der Abbildung sind die Notenvergaben vergleichend dargestellt.

Abbildung 23: Zusammenfassung gegenwärtiger Probleme



Quelle: Eigene Darstellung.

Abschließend kann festgestellt werden, dass im Durchschnitt keines der zu bewertenden Probleme die Unternehmen stark bis sehr stark beschäftigt.

#### 4.2. Fragen zu wirtschaftlichen Aktivitäten des Unternehmens im Ausland

Unter diesem Fragebogenabschnitt wurden die Unternehmen gebeten, Fragen zu ihren wirtschaftlichen Auslandsaktivitäten zu beantworten. Dieser Teil des Bogens konnte, bis auf Frage 11b und c, nur von Unternehmen mit Auslandsaktivitäten beantwortet werden.

4.2.1. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Unternehmen zu?

4.2.1.1. Während der letzten 10 Jahre unterhält unser Unternehmen Geschäftsbeziehungen zu (einem) ausländischen Unternehmen und zwar in

Es war zu untersuchen, aus welchen Ländern die ausländischen Geschäftspartner der Befragten, mit denen sie während der letzten 10 Jahre Geschäftsbeziehungen hatten, kommen. In einer Liste wurden die 24 EU-Länder aufgeführt. Unter dem Punkt „sonstige Länder“ konnten weitere Länder von den Befragten aufgelistet werden.

Die Untersuchungsergebnisse zeigt die folgende Tabelle. Insgesamt gaben 298 Unternehmen eine Antwort auf diese Frage. Die Daten beziehen sich auf die 144 Unternehmen, die durch Ankreuzen eines Landes angaben, Auslandsbeziehungen während der letzten 10 Jahre gehabt zu haben. Dies entspricht

51,68% der antwortenden Unternehmen. 48,32% gaben an, während der letzten 10 Jahre keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen gehabt zu haben.

*Tabelle 14: Häufigkeiten Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen*

Land	Ja		Nein		Summe	
	absolut	relativ	absolut	relativ	absolut	relativ
Aussage trifft nicht zu	154	51,68%	144	48,32%	298	100,00%
Niederlande	74	51,39%	70	48,61%	144	100,00%
Dänemark	65	45,14%	79	54,86%	144	100,00%
Österreich	63	43,75%	81	56,25%	144	100,00%
Frankreich	48	33,33%	96	66,67%	144	100,00%
Polen	48	33,33%	96	66,67%	144	100,00%
Belgien	46	31,94%	98	68,06%	144	100,00%
Schweden	45	31,25%	99	68,75%	144	100,00%
Italien	43	29,86%	101	70,14%	144	100,00%
Großbritannien	38	26,39%	106	73,61%	144	100,00%
Tschechien	33	22,92%	111	77,08%	144	100,00%
Spanien	31	21,53%	113	78,47%	144	100,00%
Finnland	23	15,97%	121	84,03%	144	100,00%
Griechenland	22	15,28%	122	84,72%	144	100,00%
Ungarn	22	15,28%	122	84,72%	144	100,00%
Luxemburg	15	10,42%	129	89,58%	144	100,00%
Litauen	15	10,42%	129	89,58%	144	100,00%
Portugal	13	9,03%	131	90,97%	144	100,00%
Irland	12	8,33%	132	91,67%	144	100,00%
Estland	12	8,33%	132	91,67%	144	100,00%
Slowakei	12	8,33%	132	91,67%	144	100,00%
Lettland	12	8,33%	132	91,67%	144	100,00%
Slowenien	10	6,94%	134	93,06%	144	100,00%
Zypern	3	2,08%	141	97,92%	144	100,00%
Malta	3	2,08%	141	97,92%	144	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Tabelle 15: Häufigkeiten der Geschäftsbeziehungen zu sonstigen Ländern

Kontinent	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Aussage trifft nicht zu	154	51,68%	144	48,32%	298	100,00%
Europa	31	21,53%	113	78,47%	144	100,00%
Asien	19	13,19%	125	86,81%	144	100,00%
Nordamerika	15	10,42%	129	89,58%	144	100,00%
Australien	5	3,47%	139	96,53%	144	100,00%
Afrika	5	3,47%	139	96,53%	144	100,00%
Südamerika	3	2,08%	141	97,92%	144	100,00%
sonstiges	2	1,39%	142	98,61%	144	100,00%
fehlende Werte	7					

Quelle: Eigene Erarbeitung .

Die Analyse ergab, dass die meisten Unternehmen Geschäftsbeziehungen zu Unternehmen in den Niederlanden haben. 74 der 144 Unternehmen gaben dies zur Antwort. Das entspricht einem Prozentsatz von 51,39%. Am zweit häufigsten haben die Unternehmen Beziehungen zu Unternehmen in Dänemark. 65 der 144 Unternehmen gaben dies an. Das entspricht 45,14%.

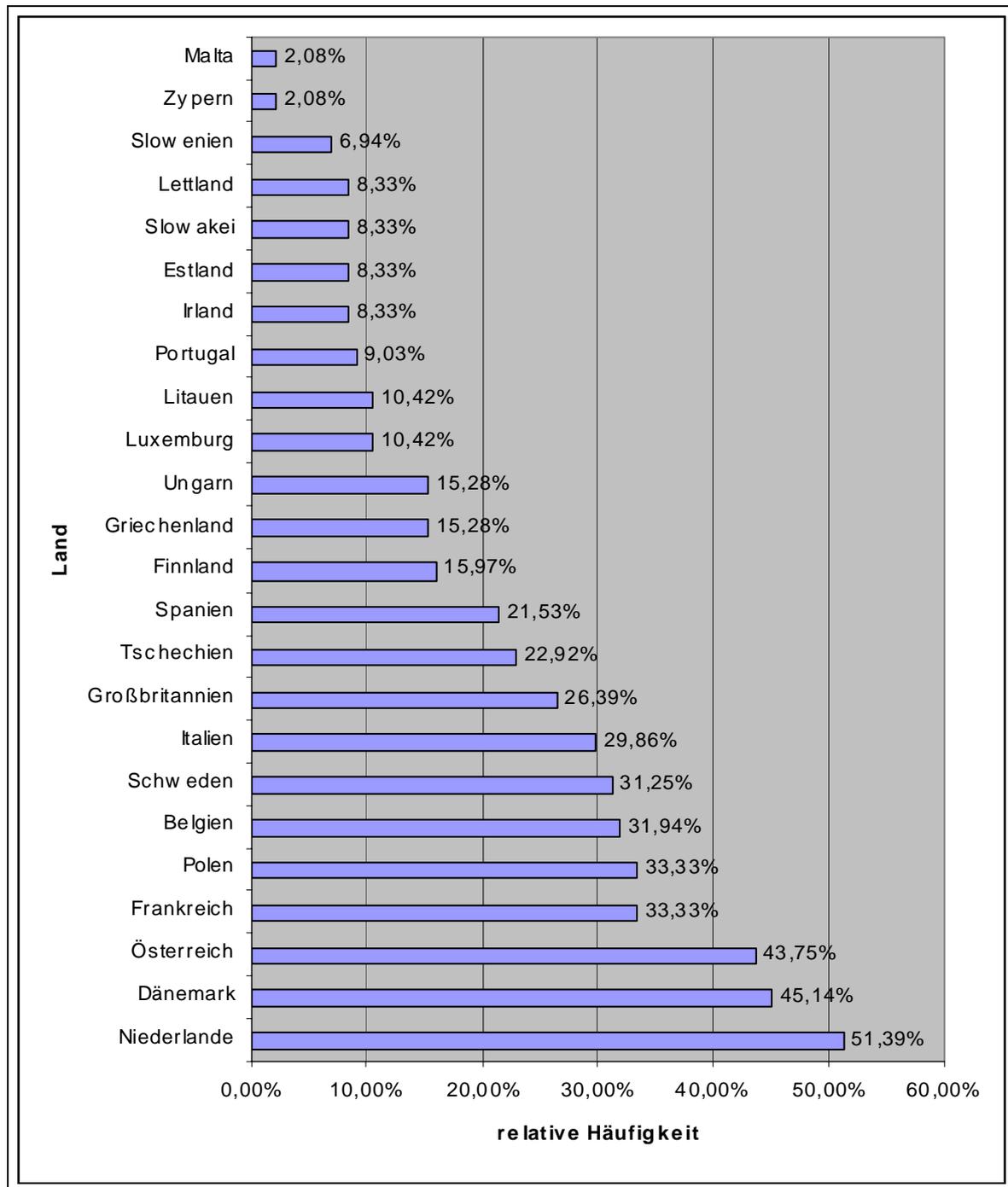
An dritter Position liegt Österreich. 43,75% der Unternehmen (63 von 144) haben zu Unternehmen in Österreich Geschäftsbeziehungen. Platz 4 belegten sowohl Polen als auch Frankreich. Jeweils 33,33% (48 von 144) gaben an, zu Polen bzw. Frankreich Geschäftsbeziehungen zu haben. Auf Platz 5 steht Belgien. 31,94% (46 von 144) gaben dies zur Antwort.

Mit 31,25% der Antworten (45 von 144) liegt Schweden auf Platz sechs der Antworten. Darauf folgt Italien mit 29,86% der Antworten (43 von 144). Platz 8 belegte Großbritannien mit 26,39% (38 von 144), gefolgt von Tschechien mit 22,92% der Stimmen (33 von 144).

Spanien liegt mit 21,53% (31 von 144) auf Platz 10, gefolgt von Finnland auf Platz 11 mit 15,97% der Antworten (23 von 144). An zwölfter Stelle stehen Ungarn und Griechenland. Jeweils 15,28% der Unternehmen (22 von 144) gaben an zu ungarischen bzw. griechischen Unternehmen Geschäftsbeziehungen zu haben. An dreizehnter Stelle mit jeweils 10,42% der Antworten (15 von 144) liegen Litauen und Luxemburg.

Auf Platz vierzehn folgt dann Portugal mit 9,03% der Antworten (13 von 144). Vier Länder liegen auf Platz 15 mit je 8,33% der Antworten (12 von 144). Zu diesen Ländern gehören Estland, Irland, Slowakei sowie Lettland. An vorletzter Position mit 6,94% der Antworten (10 von 144) steht Slowenien. Das Schlusslicht der genannten Länder bilden, mit jeweils 2,08% (3 von 144), Zypern und Malta. In der folgenden Abbildung wird dies dargestellt.

Abbildung 24: Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen

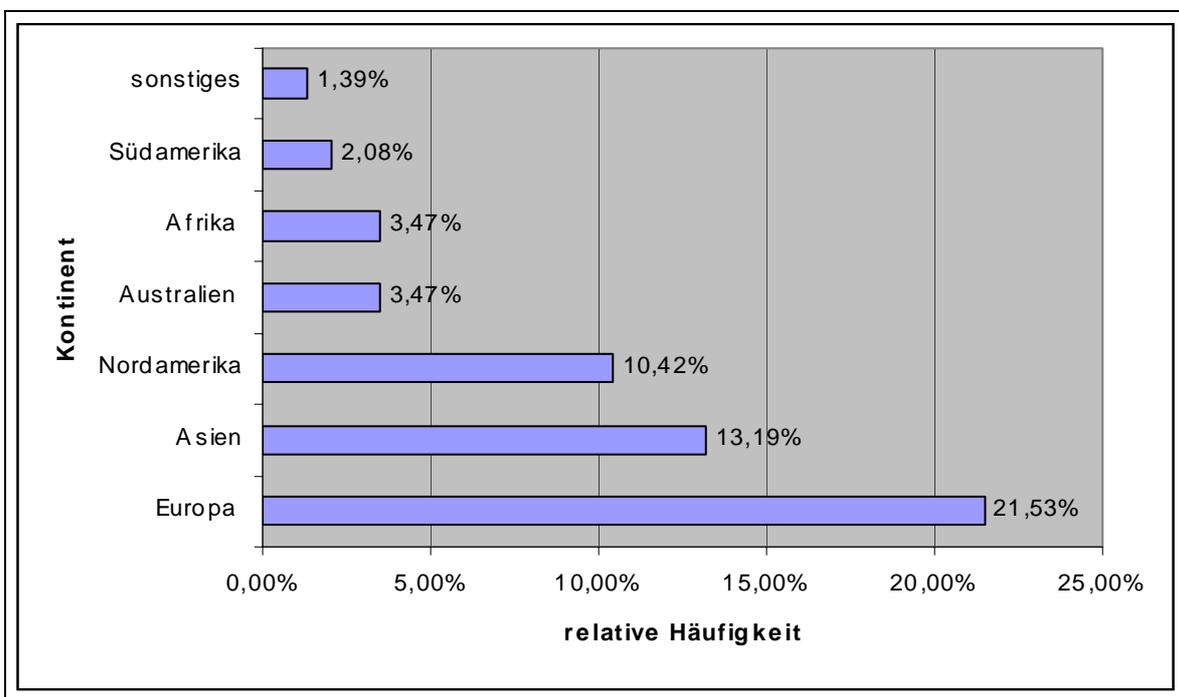


Quelle: Eigene Darstellung.

Weiterhin bestand für die Unternehmen die Möglichkeit, unter dem Punkt „sonstige Länder“ weitere Länder zu nennen. In der Auswertungsphase wurden diese Länder zu Kontinenten zusammengefasst. Dabei nannten 21,53% der Unternehmen (31 von 144) Länder aus Europa, die nicht zur EU gehören. Am häufigsten wurden hierbei die Länder Russland, Schweiz und Norwegen angegeben. 13,19% (19 von 144) nannten asiatische Länder wie China, Japan

und Indonesien. 10,42% der Unternehmen (15 von 144) gaben nordamerikanische Länder an, wie beispielsweise USA, Kanada und Mexiko. 3,47% der Antworten (5 von 144) erhielt Australien. Weitere 3,47% der Antworten entfielen auf die Länder Marokko, Mali, Namibia, die Elfenbeinküste sowie Kamerun in Afrika. 2,08% der Stimmen (3 von 144) erhielt Südamerika. Hier wurden die Länder Brasilien und Peru aufgelistet. Weitere 1,39% (2 von 144) der Unternehmen gaben kein genaues Land an, sondern äußerten nur, dass sie in weiteren Ländern Geschäftspartner haben. In der Abbildung 24 ist die Verteilung der Antworten zu den sonstigen Ländern dargestellt.

Abbildung 25: Geschäftsbeziehungen zu sonstigen Ländern



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.1.2. Unser Unternehmen bereitet sich erstmalig auf eine Zusammenarbeit mit (einem) ausländischen Unternehmen vor und zwar mit ...

Untersucht wurde ebenfalls, ob sich Unternehmen auf eine erstmalige Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen vorbereiten und in welchem EU-Land diese ausländischen Unternehmen angesiedelt sind. Es war den Unternehmen möglich, mehrere Länder zu nennen. Folgende Ergebnisse ergaben sich aus den Antworten:

*Tabelle 16: Erstmalige Vorbereitung auf Zusammenarbeit mit ausländischen Unternehmen*

Land	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Polen	18	39,13%	28	60,87%	46	100,00%
Schweden	8	17,39%	38	82,61%	46	100,00%
Litauen	5	10,87%	41	89,13%	46	100,00%
Niederlande	5	10,87%	41	89,13%	46	100,00%
Tschechien	5	10,87%	41	89,13%	46	100,00%
Dänemark	4	8,70%	42	91,30%	46	100,00%
Estland	4	8,70%	42	91,30%	46	100,00%
Großbritannien	4	8,70%	42	91,30%	46	100,00%
Finnland	3	6,52%	43	93,48%	46	100,00%
Griechenland	3	6,52%	43	93,48%	46	100,00%
Italien	3	6,52%	43	93,48%	46	100,00%
Österreich	3	6,52%	43	93,48%	46	100,00%
Spanien	3	6,52%	43	93,48%	46	100,00%
Ungarn	3	6,52%	43	93,48%	46	100,00%
Lettland	2	4,35%	44	95,65%	46	100,00%
Portugal	2	4,35%	44	95,65%	46	100,00%
Slowakei	2	4,35%	44	95,65%	46	100,00%
Slowenien	2	4,35%	44	95,65%	46	100,00%
Belgien	1	2,17%	45	97,83%	46	100,00%
Frankreich	1	2,17%	45	97,83%	46	100,00%
Irland	1	2,17%	45	97,83%	46	100,00%
Luxemburg	1	2,17%	45	97,83%	46	100,00%
Malta	0	0,00%	46	100,00%	46	100,00%
Zypern	0	0,00%	46	100,00%	46	100,00%

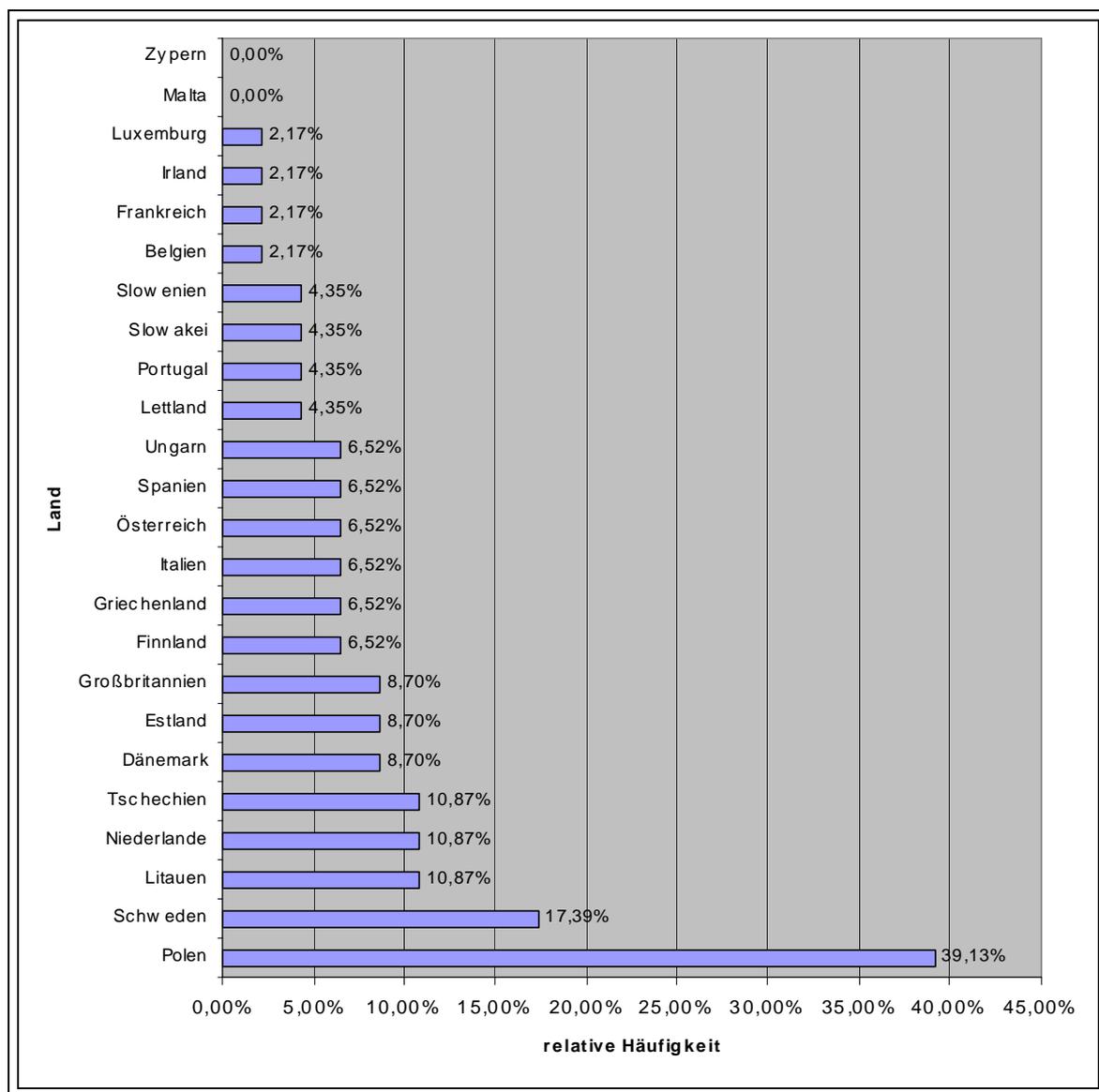
Quelle: Eigene Erarbeitung.

296 Unternehmen machten zu dieser Frage Angaben. 15,45% der Unternehmen äußerten, dass sie sich erstmalig auf eine Zusammenarbeit vorbereiten. 250 Unternehmen (84,46%) gaben an, sich nicht auf eine erstmalige Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen vorzubereiten. 9 Unternehmen machten zu dieser Frage keine Angaben.

Die folgenden Angaben beziehen sich nur auf diejenigen Unternehmen, die eine Länderangabe zu dieser Frage gemacht haben. Mit 39,13% wurde Polen am häufigsten als EU-Land angegeben, mit dem die Unternehmen eine Zusammenarbeit aufbauen. 18 Unternehmen kreuzten bei dieser Frage das neue EU-Beitrittsland an. An zweiter Stelle wurde von 8 Unternehmen Schweden genannt. 17,39% der Unternehmen, die zu dieser Frage Angaben gemacht haben, gaben an, sich auf eine erstmalige Zusammenarbeit mit einem schwedischen Unternehmen vorzubereiten. Am dritthäufigsten wurde von den Unternehmen die Niederlande, Tschechien und Litauen genannt. Jeweils 5 Unternehmen gaben diese Länder für eine erstmalige Zusammenarbeit an. Dies entspricht jeweils einer relativen Häufigkeit von 10,87%.

Auf dem vierten Platz folgen Dänemark, Estland und Großbritannien. Sie wurden jeweils viermal genannt. Somit bereiten sich je 8,70% der Unternehmen auf eine erstmalige Zusammenarbeit mit einem dänischen, estnischen oder britischen Unternehmen vor. Finnland, Griechenland, Italien, Österreich, Spanien und Ungarn folgen auf Platz 5. Je 6,52% gaben an, sich mit Unternehmen dieser Länder erstmalig auf eine Zusammenarbeit vorzubereiten. Zweimal wurden die Länder Portugal, Slowenien, die Slowakei und Lettland angekreuzt. Diese Länder belegen mit einem Prozentsatz von je 4,35% den 6. Platz. Auf Platz 7 kommen mit jeweils 2,17% die Länder Belgien, Frankreich, Irland und Luxemburg. Dies entspricht einer absoluten Häufigkeit von 1. Sich auf eine erstmalige Zusammenarbeit mit den genannten 4 Ländern vorzubereiten gab dementsprechend jeweils 1 Unternehmen an. Bei der Aufzählung der EU-Länder wurden von keinem Unternehmen das Land Malta oder Zypern genannt. Verdeutlicht wird die Verteilung in der folgenden Abbildung.

Abbildung 26: *Erstmalige Vorbereitung auf Zusammenarbeit mit ausländischen Unternehmen*



Quelle: Eigene Darstellung.

Den Befragten wurde die Möglichkeit offen gelassen, unter dem Punkt „sonstige Länder“ weitere Länder aufzuzählen, die in der vorgegebenen Liste nicht zu finden waren. Insgesamt machten 14 Unternehmen von diesem Punkt Gebrauch. In der folgenden Tabelle sind die einzelnen Angaben zu Kontinenten zusammengefasst.

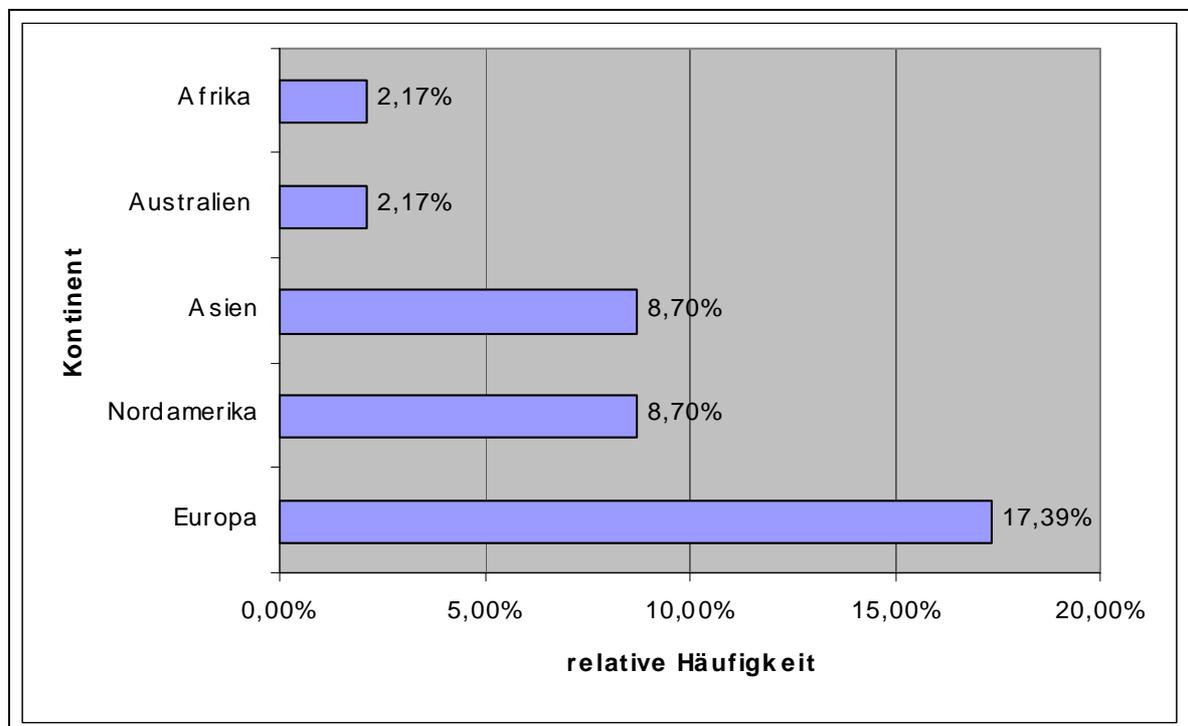
*Tabelle 17: Erstmalige Vorbereitung auf Zusammenarbeit mit Unternehmen in Ländern sonstiger Kontinente*

Kontinent	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Europa	8	17,39%	38	82,61%	46	100,00%
Nordamerika	4	8,70%	42	91,30%	46	100,00%
Asien	4	8,70%	42	91,30%	46	100,00%
Australien	1	2,17%	45	97,83%	46	100,00%
Afrika	1	2,17%	45	97,83%	46	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung

Insgesamt wurden 6 Länder in Europa genannt, die nicht zur EU gehören: Dreimal die Schweiz und jeweils einmal Norwegen, Russland, Weißrussland (speziell Belarus), die Ukraine und Rumänien. Einmal wurde unter dem Punkt „sonstiges“ Nordafrika und einmal Australien angegeben. Unter dem Kontinent Asien wurden die Antworten Dubai, Arabien, Philippinen und Asien zusammengefasst. Viermal wurden die USA genannt, die unter dem Punkt Nordamerika zusammengefasst sind.

*Abbildung 27: Erstmalige Vorbereitung auf Zusammenarbeit mit Unternehmen aus Ländern sonstiger Kontinente*



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.1.3. Unser Unternehmen unterhält keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen, weil ...

Bei der Frage, warum das Unternehmen keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen betreibt, wurden 17 verschiedene Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Es konnten mehrere Gründe genannt werden. 121 Unternehmen beantworteten diese Frage. Folgende Verteilung wurde erzielt:

*Tabelle 18: Gründe für keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen*

Kategorie	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
keine bzw. zu geringe Gewinnaussichten	40	33,06%	81	66,94%	121	100,00%
zu geringes Marktpotential	25	20,66%	96	79,34%	121	100,00%
Finanzierungsprobleme/finanzielles Risiko	24	19,83%	97	80,17%	121	100,00%
fehlende Personalressourcen im eigenen Unternehmen	22	18,18%	99	81,82%	121	100,00%
fehlende Kapazitäten für Forschung und Entwicklung	3	2,48%	118	97,52%	121	100,00%
Informationsdefizite	23	19,01%	98	80,99%	121	100,00%
Mangel an geeigneten Kooperationspartnern	20	16,53%	101	83,47%	121	100,00%
Mangel an geeigneter Arbeitskräften im Ausland	5	4,13%	116	95,87%	121	100,00%
Sprachprobleme	29	23,97%	92	76,03%	121	100,00%
unterschiedliche Unternehmenskulturen	9	7,44%	112	92,56%	121	100,00%
Defizite in der Verkehrsanbindung	4	3,31%	117	96,69%	121	100,00%
Grenzprobleme	2	1,65%	119	98,35%	121	100,00%
fehlende Qualitätsnachweise/Zertifizierung	2	1,65%	119	98,35%	121	100,00%
bürokratische und rechtliche Hemmnisse	21	17,36%	100	82,64%	121	100,00%
fehlende finanzielle Anreize/zu geringe öffentliche Förderrungen	12	9,92%	109	90,08%	121	100,00%
Behinderung bei Übernahme/Neugründung von Unternehmen	1	0,83%	120	99,17%	121	100,00%
sonstiges	24					
fehlende Werte	184					

Quelle: Eigene Erarbeitung

Die geringen Gewinnaussichten sind für die meisten Unternehmen ein Grund, warum sie keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen haben. Etwa  $\frac{1}{3}$  der Unternehmen kreuzten diesen Punkt auf ihrem Fragebogen an. Dies entspricht 40 von 121 Unternehmen und einem Prozentsatz von 33,06%

Das Sprachproblem ist die zweithäufigste Ursache für die antwortenden Unternehmen, keine Geschäftsbeziehungen zum Ausland aufzubauen. Fast  $\frac{1}{4}$  aller Unternehmen, die zu dieser Frage Stellung bezogen haben, gaben an, dass das Sprachproblem ein Grund für sie ist, nicht mit ausländischen Unternehmen zusammenzuarbeiten. Von 121 Unternehmen gaben 29 an, dieses Problem zu sehen. Dies entspricht 23,97%.

Das drittgrößte Problem für die Unternehmen ist das zu geringe Marktpotential. 25 Unternehmen und somit 20,66% gaben an, dass dies ein Grund dafür ist, warum sie keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen haben oder aufbauen.

19,83% der Unternehmen, die zu diesem Punkt Angaben gemacht haben, gaben an, dass das Finanzierungsproblem bzw. das finanzielle Risiko ein

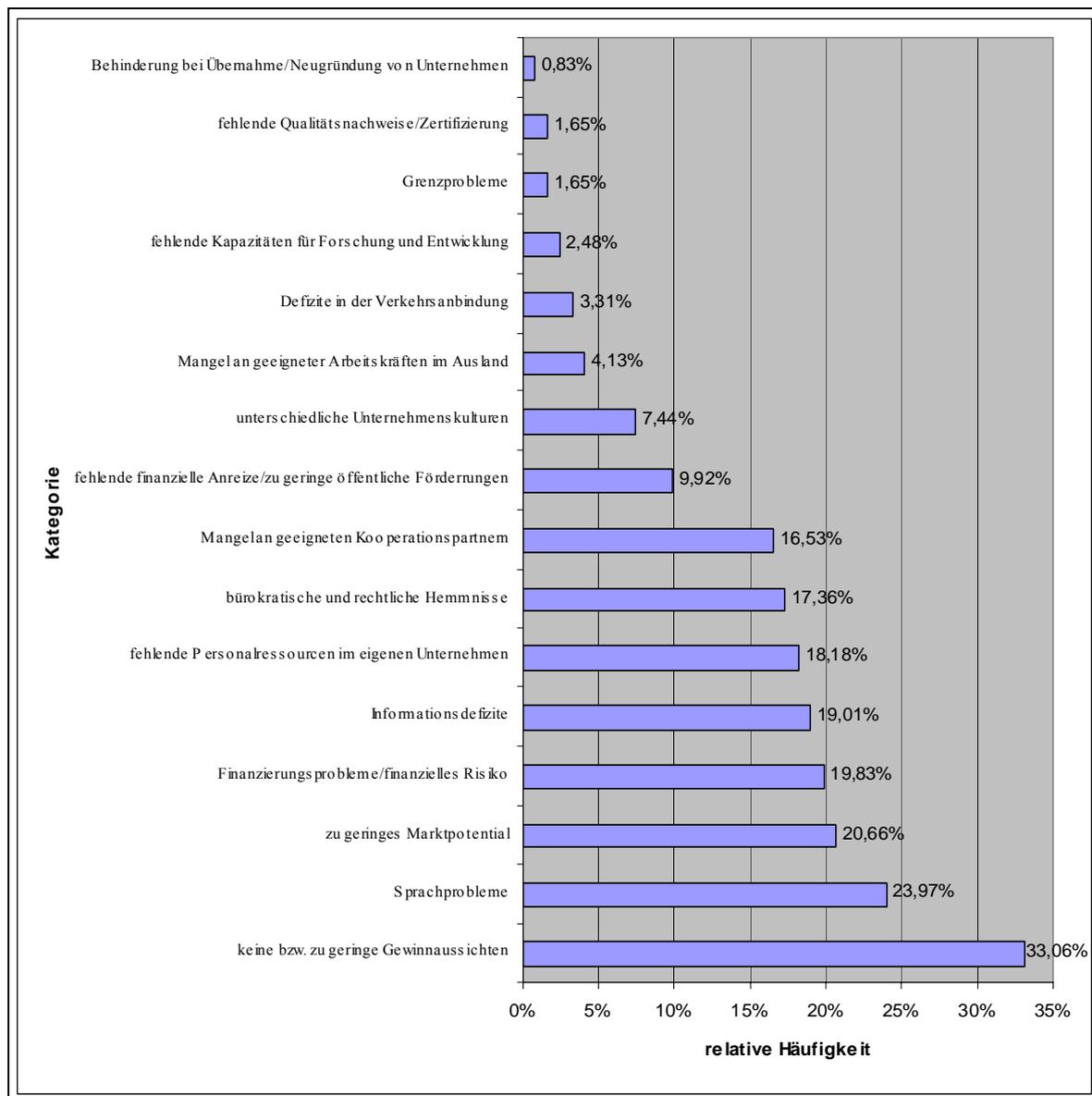
Grund dafür ist, warum sie keinen Kontakt zum Ausland haben. Dies Problem gaben 24 von 121 Unternehmen an. An 5. Stelle steht bei den Unternehmen das Problem des Informationsdefizits. 23 von 121 Unternehmen und somit 19,01% nannten diesen Grund. 22 Unternehmen gaben an, dass die fehlenden Personalressourcen im eigenen Unternehmen ein Grund dafür sind, keine Geschäftskontakte zum Ausland aufzubauen. Dies entspricht einer relativen Häufigkeit von 18,18%.

Die bürokratischen und rechtlichen Hindernisse wurden von 21 und somit von 17,36% der Unternehmen als Grund angegeben, keine Geschäftsbeziehungen zum Ausland zu haben. An 8. Stelle steht der Grund „Mangel an geeigneten Kooperationspartnern“. 16,53% der Unternehmen (20 von 121), die zu diesem Punkt Angaben gemacht haben, gaben diesen Grund an. 12 von 121 Unternehmen gaben an, dass die fehlenden finanziellen Anreize oder die zu geringen öffentlichen Förderungen ein Grund für sie sind, warum sie nicht ins Ausland gehen. Dies entspricht einem Prozentsatz von 9,92%.

9 Unternehmen sagten aus, dass die unterschiedlichen Unternehmenskulturen ein Hindernis für den Ausbau von Geschäftsbeziehungen mit dem Ausland darstellen. Dies entspricht einer relativen Häufigkeit von 7,44%. Der Mangel an geeigneten Arbeitskräften im Ausland wurde von 5 Unternehmen (4,13%) als Grund angegeben, warum sie keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen haben. 3,31% der Unternehmen, und somit 4 Unternehmen, gaben den Grund „Defizite in der Verkehrsanbindung“ an.

3 Unternehmen, und somit 2,48%, gaben als Hindernis die fehlenden Kapazitäten für Forschung und Entwicklung an. Grenzprobleme und fehlende Qualitätsnachweise bzw. fehlende Zertifizierungen wurden von je 1,65% der Unternehmen als Grund angegeben, warum sie keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen haben. Diese Antwort gaben jeweils 2 der 121 Unternehmen. Ein Unternehmen gab an, dass die Behinderung bei Übernahmen bzw. die Behinderung bei Neugründungen von Unternehmen ein Grund dafür sei, warum keine Geschäftsbeziehungen zum Ausland aufgebaut wurden. Deutlich wird die Verteilung in der folgenden Abbildung.

Abbildung 28: Gründe gegen Zusammenarbeit mit ausländischen Unternehmen



Quelle: Eigene Darstellung.

Unter dem Punkt „sonstige Faktoren“ wurden von den Unternehmen 24 weitere Gründe genannt, warum sie keine Geschäftsbeziehungen zum Ausland haben. Häufig wurde die regionale Ausrichtung oder das fehlende Interesse bzw. der fehlende Bedarf genannt. Eine gesamte Auflistung der genannten sonstigen Faktoren ist im Anhang unter Punkt A1.3. aufgeführt.

#### 4.2.2. In welcher Branche ist Ihr ausländisches Partnerunternehmen schwerpunktmäßig tätig?

Auf die Frage, in welcher Branche das Partnerunternehmen schwerpunktmä-

Big tätig ist, antworteten insgesamt 127 Unternehmen. Hier bestand für die Unternehmen die Möglichkeit, mehrere Antworten anzukreuzen.

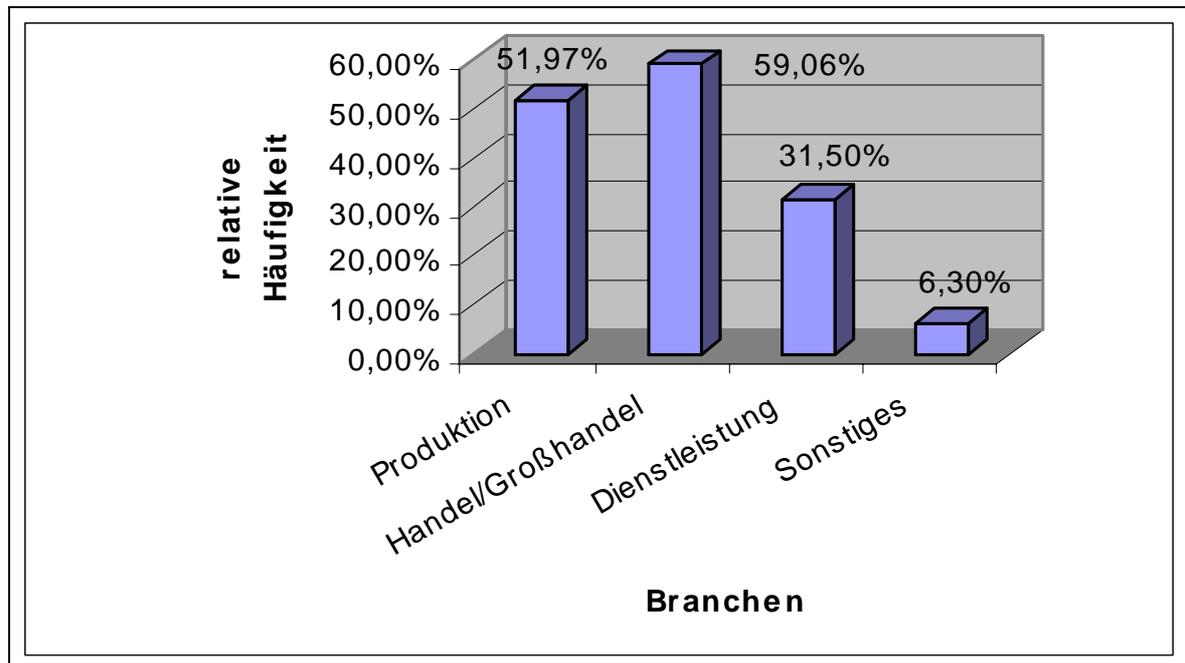
*Tabelle 19: Branche der ausländischen Partnerunternehmen*

Funktionsbereiche	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Produktion	66	51,97%	61	48,03%	127	100,00%
Handel/Großhandel	75	59,06%	52	40,94%	127	100,00%
Dienstleistung	40	31,50%	87	68,50%	127	100,00%
Sonstiges	8	6,30%	119	93,70%	127	100,00%
fehlende Werte	178					

Quelle: Eigene Erarbeitung-

51,97% (66 von 127) der Unternehmen, die auf diese Frage antworteten, gaben an, dass das Partnerunternehmen in der Produktionsbranche tätig ist. Die Partnerunternehmen von 59,06% der antwortenden Unternehmen Westmecklenburgs (75 von 127) treten laut Umfrage im Bereich Handel / Großhandel auf. In der Dienstleistungsbranche arbeiten 31,5% der Partnerunternehmen (also 40 von 127). Es gaben 8 Unternehmen an, dass ihr Partnerunternehmen in einer sonstigen Branche tätig ist. Dies entspricht 6,3% der 127 antwortenden Unternehmen. Zu diesen sonstigen Branchen zählen zum Beispiel Bau, Vertrieb, Transport, Spedition, und Logistik. Es wurden vereinzelt weitere Branchen genannt, die im Anhang vollständig aufgeführt sind. In der folgenden Abbildung ist diese Verteilung zu sehen.

Abbildung 29: Branche der ausländischen Partnerunternehmen



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.3. Was sind / waren Ihre Motive für die Tätigkeit im Ausland?

In diesem Teil der Befragung wurden die Unternehmen gebeten, die Motive für die Auslandstätigkeit mit einer Note zu bewerten. Es konnten die Noten von 1 bis 5 vergeben werden, wobei die 1 für „kein Motiv“ und die 5 für ein „sehr wichtiges Motiv“ stand. Nicht jeder Beweggrund wurde von jedem Unternehmen bewertet. Daher ergeben sich unterschiedliche absolute Summenhäufigkeiten bei den verschiedenen Motiven. Die unten stehende Tabelle zeigt die Verteilung der Antworten.

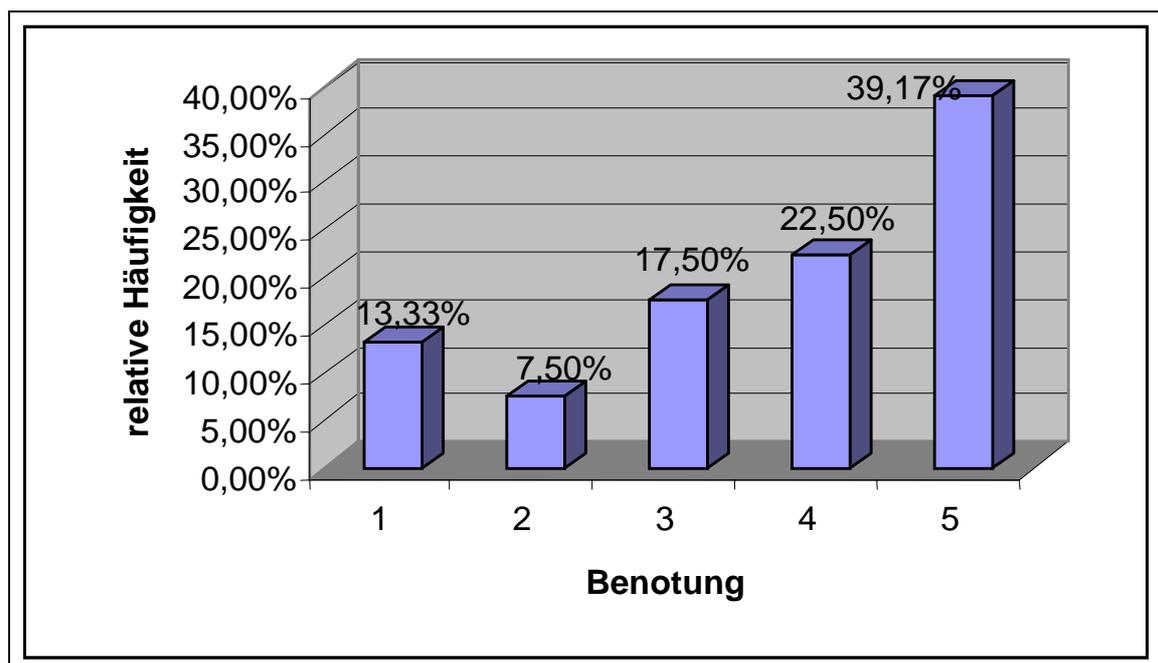
Tabelle 20: Benotung der Motive für die Tätigkeit im Ausland

relative Häufigkeiten Motive	Noten					Summe
	1	2	3	4	5	
Marktzugang/-erschließung	13,33%	7,50%	17,50%	22,50%	39,17%	100,00%
Anforderung Finalproduzenten/Kunden	29,82%	8,77%	20,18%	13,16%	28,07%	100,00%
Reaktion auf Strategien Konkurrenzunt.	34,48%	18,10%	24,14%	12,07%	11,21%	100,00%
Sicherung Beschaffungsquellen	38,60%	7,89%	14,04%	21,93%	17,54%	100,00%
Verbesserung Leistungs-/Serviceangebot	29,20%	11,50%	21,24%	23,89%	14,16%	100,00%
Kostensenkung durch Lohnveredelung	49,52%	11,43%	16,19%	9,52%	13,33%	100,00%
Suche nach Kooperationspartnern	24,56%	8,77%	34,21%	17,54%	14,91%	100,00%
Zugangsmglk. zu öff. Aufträgen	70,64%	12,84%	5,50%	1,83%	9,17%	100,00%
Wissenstransfer	70,75%	11,32%	7,55%	5,66%	4,72%	100,00%
fehlende Inlandsnachfrage	39,29%	11,61%	18,75%	17,86%	12,50%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Zunächst wurde der Punkt „Marktzugang / Markterschließung“ von 120 Unternehmen bewertet. Hier vergaben 13,33% der antwortenden Unternehmen die Note 1, da dies für sie keinen Anlass für die Auslandstätigkeit darstellt. Für 7,50% der Unternehmen hat dieser Punkt nur geringe Bedeutung. Für 17,50% der Antwortenden stellt dies ein mäßiges Motiv dar. Die Note 4 wurde von 22,5% der Unternehmen vergeben. Ein sehr wichtiger Grund für die Tätigkeit im Ausland ist der Punkt „Marktzugang / Markterschließung“ für die Mehrheit der Befragten (39,17%).

Abbildung 30: Benotung des Motivs „Marktzugang / Markterschließung“

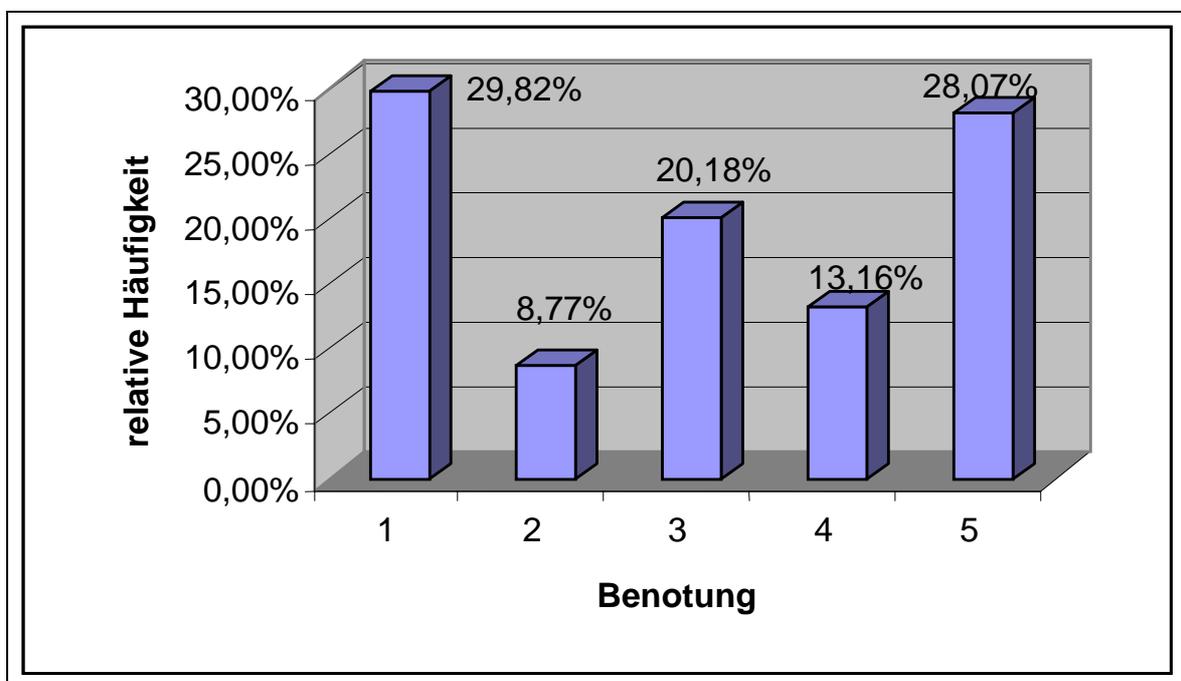


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt vergaben die bewertenden Unternehmen die Note 3,67. Somit ist das Motiv „Marktzugang / Markterschließung“ für die Tätigkeit im Ausland im Durchschnitt für die Unternehmen wichtig.

Als nächstes wurde der Beweggrund „Anforderung von Finalproduzenten / Kunden“ von 114 Unternehmen mit einer Note benotet. Für die Mehrheit (29,82%) ist die „Anforderung von Finalproduzenten / Kunden“ kein Grund für die Tätigkeit im Ausland. 8,77% der Unternehmen verteilten die Note 2. Die Note 3 wurde insgesamt von 20,18% der Unternehmen vergeben. Für 13,16% der Antwortenden ist dieser Punkt für die Tätigkeit im Ausland wichtig. Ein sehr wichtiger Beweggrund ist die „Anforderung von Finalproduzenten / Kunden“ für 28,07% der antwortenden Unternehmen.

Abbildung 31: Benotung des Motivs „Anforderung von Finalproduzenten/Kunden“



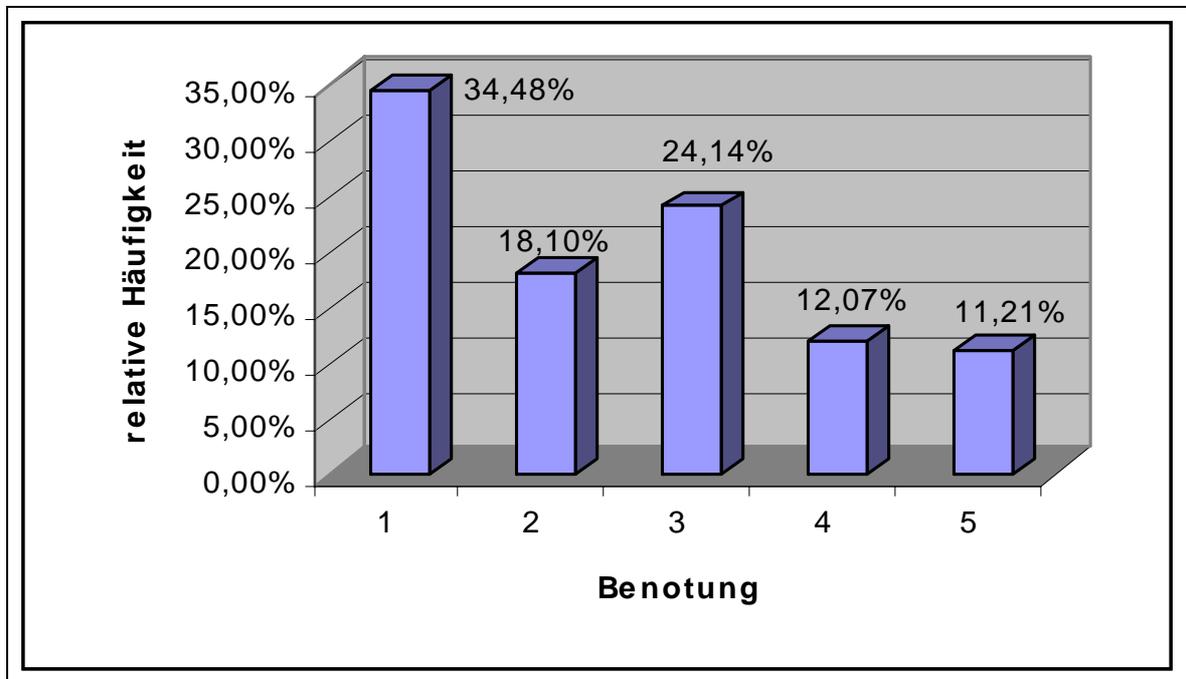
Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde dieses Motiv mit der Note 3 bewertet. Die Anforderungen von den Finalproduzenten bzw. den Kunden stellen demzufolge ein mäßiges Motiv für die Tätigkeit im Ausland dar.

116 Unternehmen beurteilten anschließend den Punkt „Reaktion auf Strategien von Konkurrenzunternehmen“. Hierbei ergab die Umfrage, dass die Mehrheit der Unternehmen (34,48%) dies nicht als Motiv für die Auslandstätigkeit ansieht. Die Note 2 verteilten 18,10% der Antwortenden. Die Note 3 kreuzten 24,14% der beurteilenden Unternehmen an. Ein wichtiger Grund für die Auslandstätigkeit ist die Reaktion auf Strategien von Konkurrenzunternehmen für 12,07% der bewertenden Unternehmen Westmecklenburgs. Die

Note 5 kreuzten 11,21% an.

Abbildung 32: Benotung des Motivs „Reaktion auf Strategien von Konkurrenzunternehmen“

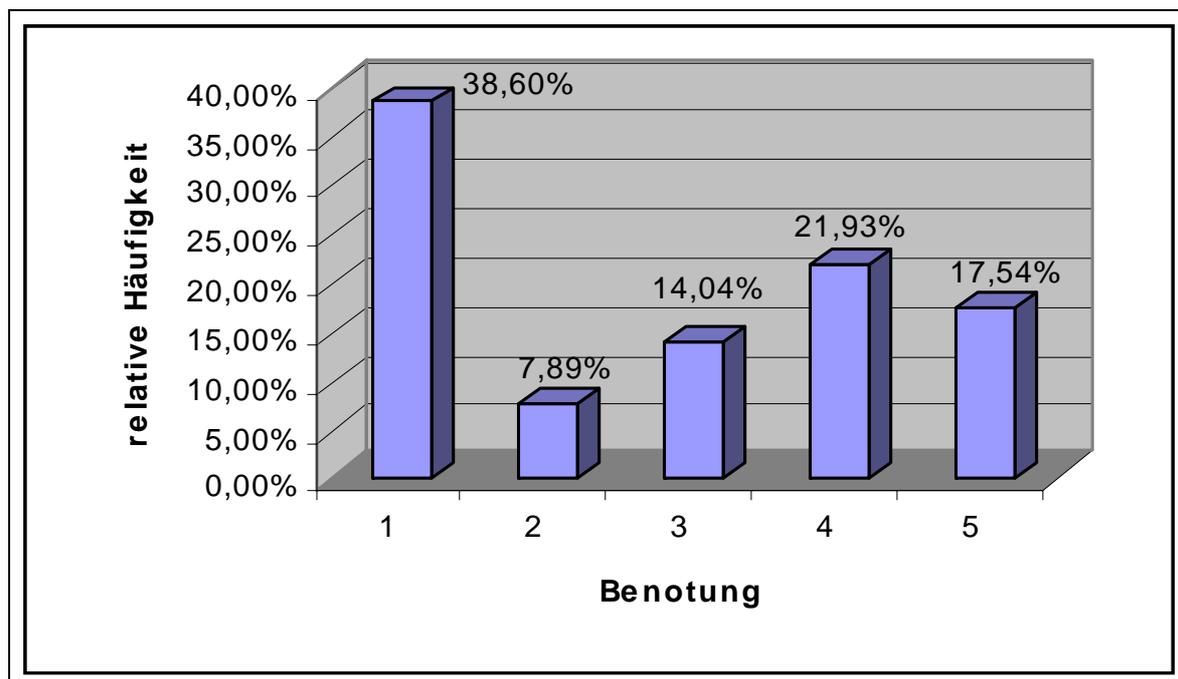


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt erhielt dieser Punkt die Note 2,47. Somit ist die Reaktion auf Strategien von Konkurrenzunternehmen ein geringes Motiv für die Tätigkeit im Ausland.

Das Motiv „Sicherung von Beschaffungsquellen“ wurde von 114 Unternehmen im Folgenden beurteilt. Die Mehrheit (38,6%) vergab die Note 1. Für 7,89% der Unternehmen ist das Motiv von geringer Bedeutung. Die Note 3 wurde von 14,04% der Antwortenden verteilt. 21,93% der Unternehmen sagten aus, dass die „Sicherung von Beschaffungsquellen“ für sie ein wichtiger Beweggrund für die Tätigkeit im Ausland darstellt. Die Note 5 vergaben 17,54% der antwortenden Unternehmen.

Abbildung 33: Benotung des Motivs „Sicherung von Beschaffungsquellen“



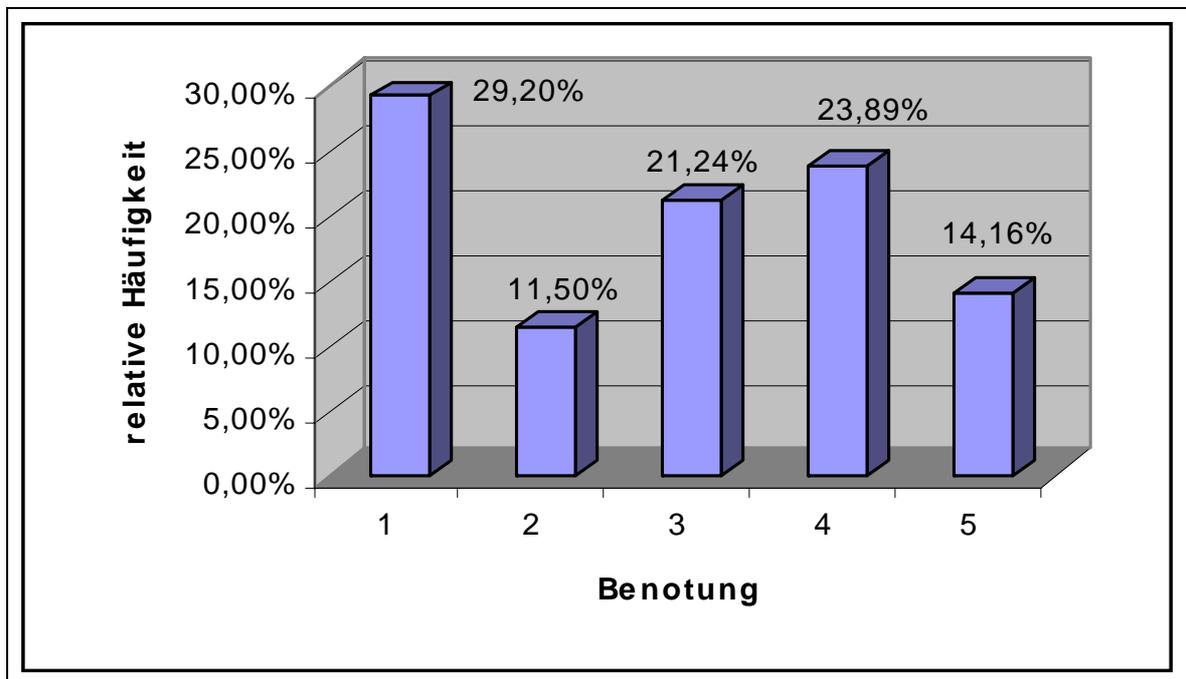
Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde die Note 2,72 vergeben. Somit ist die Sicherung von Beschaffungsquellen ein mäßiges Motiv für die Tätigkeit im Ausland.

Nun wurde der Punkt „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots / Abrundung der Produktpalette“ von 113 Unternehmen als Motiv für die Auslandstätigkeit beurteilt. Die Mehrheit (29,20%) sieht dies nicht als Motiv für die Auslandstätigkeit an. Die Note 2 verteilten 11,50% der antwortenden Unternehmen. 21,24% kreuzten die Note 3 an.

Eine wichtige Ursache für die Tätigkeit im Ausland stellen die Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots und die Abrundung der Produktpalette für 23,89% der antwortenden westmecklenburgischen Unternehmen dar. Die Note 5 verteilten 14,16% der Antwortenden.

Abbildung 34: Benotung des Motivs „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots / Abrundung der Produktpalette“

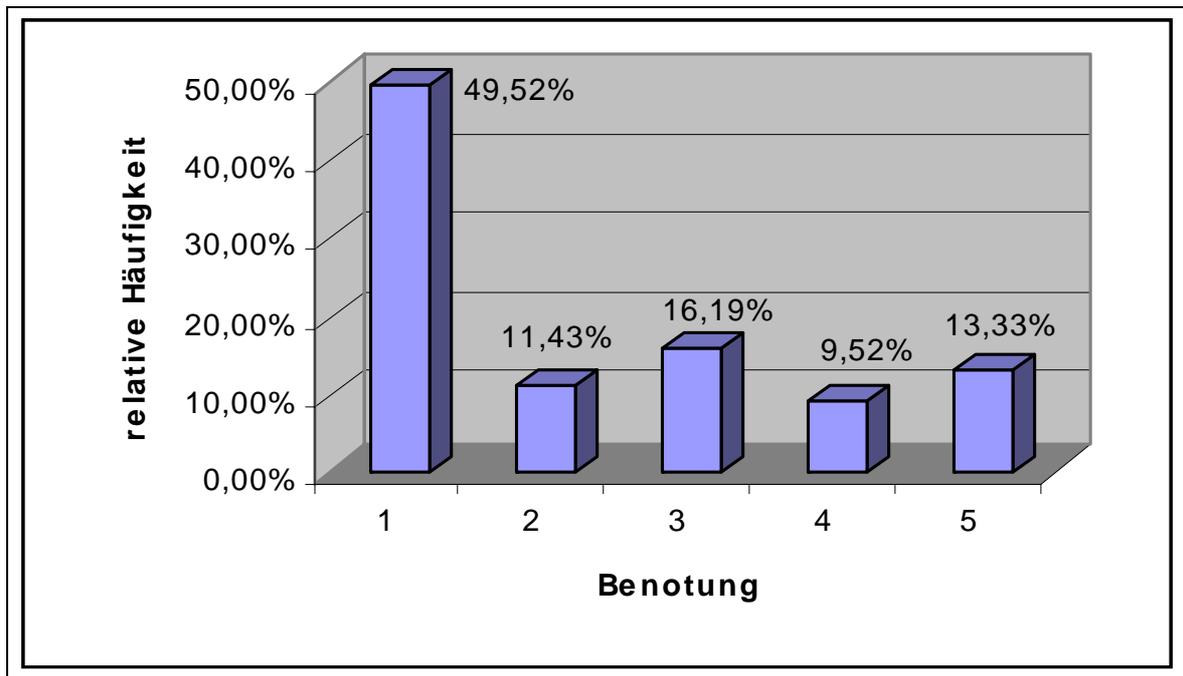


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt vergaben die Unternehmen die Note 2,82. Das heißt, dass die Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots und die Abrundung der Produktpalette ein mäßiges Motiv für die Tätigkeit im Ausland ist.

Im Anschluss daran wurde das Motiv „Kostensenkung durch Lohnveredelung“ von 105 Unternehmen benotet. Die Umfrage ergab, dass nahezu die Hälfte der Antwortenden (49,52%) die Note 1 angaben. 11,43% der Unternehmen vergaben die Note 2, da sie dieser Punkt schwach motiviert, im Ausland tätig zu werden. 16,19% nannten die Note 3. Für 9,52% ist dieser Punkt wichtig. 13,33% der bewertenden Unternehmen empfinden das Motiv der Kostensenkung durch Lohnveredelung für die Tätigkeit im Ausland als sehr wichtig.

Abbildung 35: Benotung des Motivs „Kostensenkung durch Lohnveredelung“

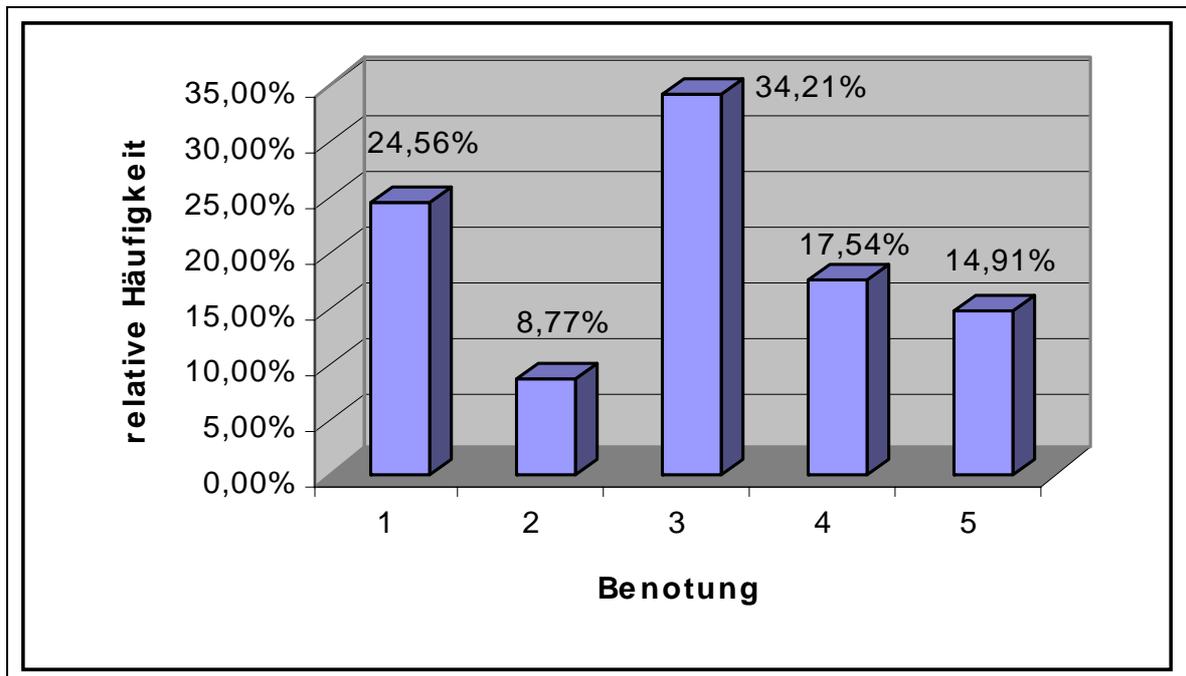


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt erhielt die „Kostensenkung durch Lohnveredelung“ die Note 2,26. Somit stellt dies für die Unternehmen ein geringes Motiv für die Tätigkeit im Ausland dar.

Nun wurde die „Suche nach Kooperationspartnern“ von 114 Unternehmen bewertet. Hierbei ergab die Umfrage folgendes: Für 24,56% der Unternehmen ist dies kein Grund für die Auslandstätigkeit. Die Note 2 wurde von 8,77% der Unternehmen vergeben. Mit der Note 3 bewertete die Mehrheit der Unternehmen (34,21%) diesen Aspekt. 17,54% der antwortenden Unternehmen bewertete die Suche nach Kooperationspartnern als eine wichtige Ursache, für die Tätigkeit im Ausland. Die Note 5 verteilten 14,91% der beurteilenden Unternehmen.

Abbildung 36: Benotung des Motivs „Suche nach Kooperationspartnern“

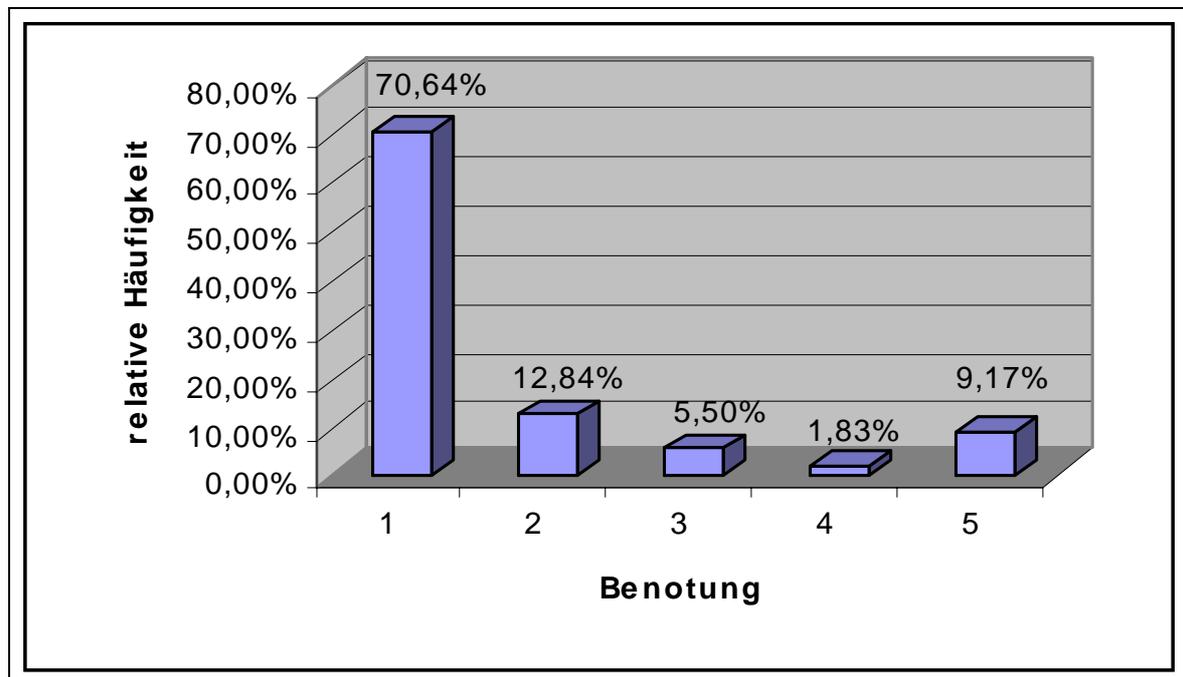


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt erhielt der Punkt die Note 2,89. Das heißt, dass die Suche nach Kooperationspartnern ein mäßiges Motiv für die Tätigkeit im Ausland darstellt.

Als nächstes wurde der Punkt „(Bessere) Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen“ von 109 Unternehmen benotet. Folgendes ergab die Analyse: Deutlich mehr als die Hälfte der antwortenden Unternehmen (70,64%) bewerteten diesen Beweggrund mit der Note 1. Für 12,84% stellen die besseren Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen ein geringes Motiv für die Tätigkeit im Ausland dar. Die Note 3 verteilten 5,50% der Antwortenden. Für 1,83% der Unternehmen ist der Punkt „(Bessere) Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen“ ein wichtiger Grund für die Auslandstätigkeiten. Die Note 5 wurde von 9,17% der Antwortenden vergeben.

Abbildung 37: Benotung des Motivs „(Bessere) Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen“

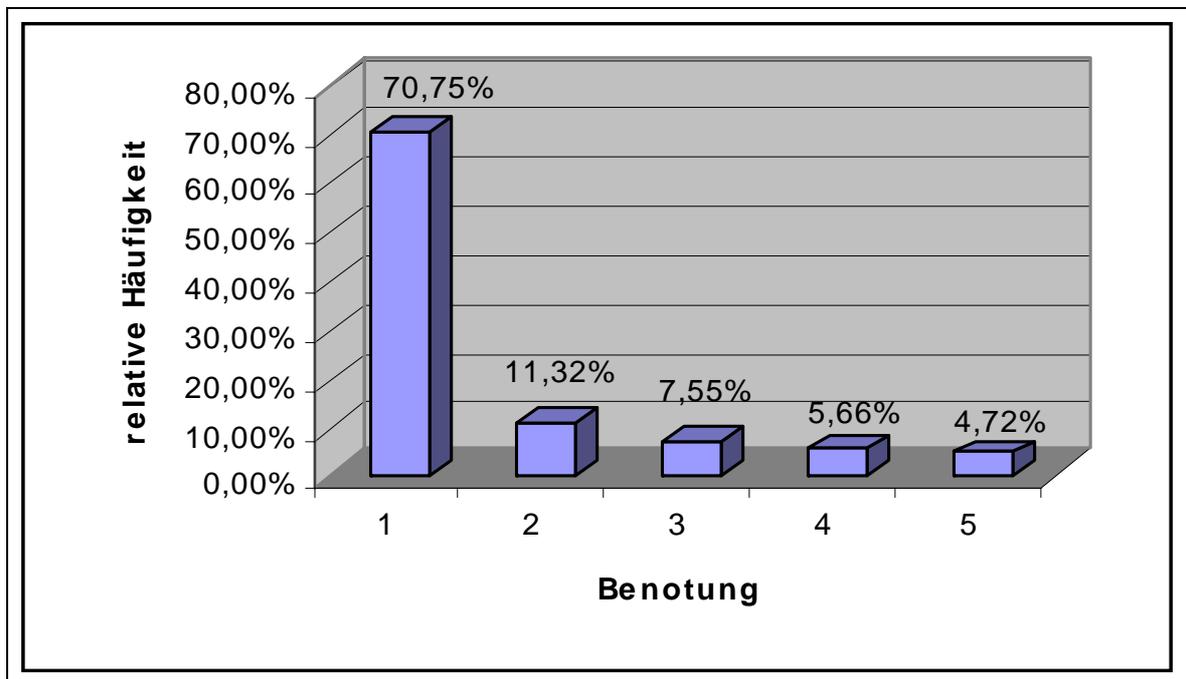


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt ergab sich die Note 1,66. Somit stellen die besseren Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen ein geringes Motiv für die Tätigkeit im Ausland dar.

Im nächsten Schritt bewerteten 106 Unternehmen das Motiv „Wissenstransfer, gemeinsame Forschung oder Produktentwicklung“. Die Note 1 wurde in diesem Punkt von deutlich mehr als der Hälfte der antwortenden Unternehmen (70,75%) vergeben. 11,32% der Unternehmen empfinden das Motiv „Wissenstransfer, gemeinsame Forschung oder Produktentwicklung“ als unwichtig für die Auslandstätigkeit. Die Note 3 wurde von 7,55% der Unternehmen angekreuzt. Als wichtigen Grund sahen 5,66% der Befragten diesen Punkt an. Die Note 5 wurde durch 4,72% der Unternehmen angegeben.

Abbildung 38: Benotung des Motivs „Wissenstransfer, gemeinsame Forschung oder Produktentwicklung“

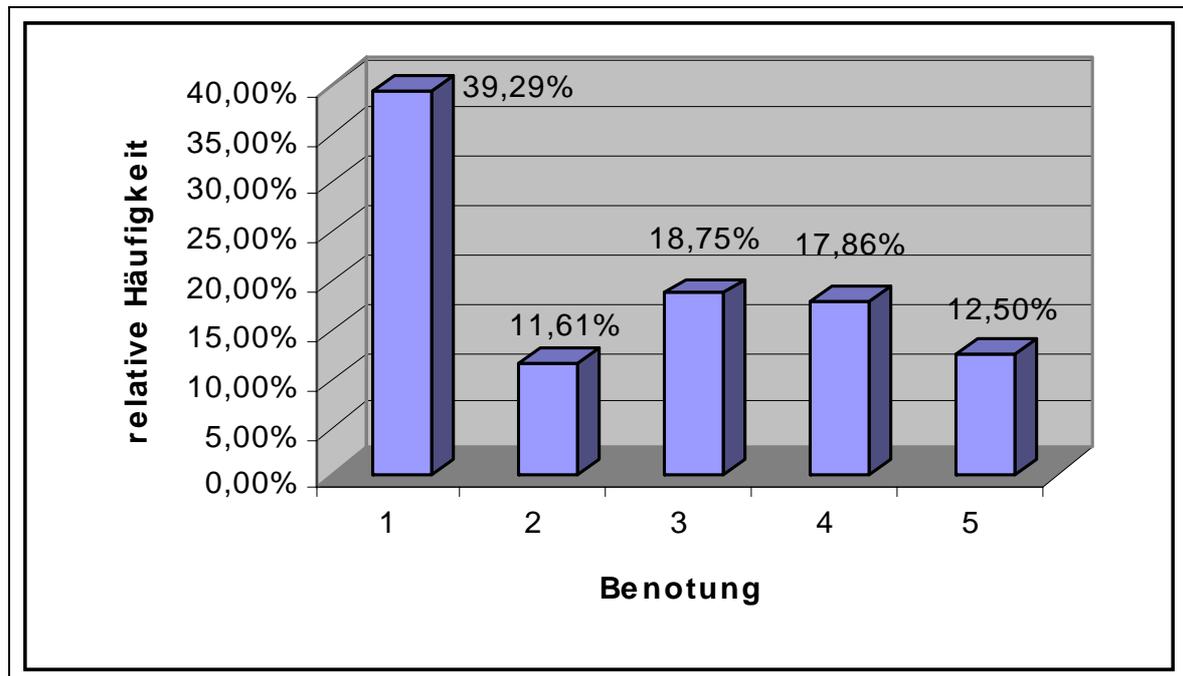


Quelle: Eigene Darstellung.

Als Durchschnittsnote ergab sich hier eine 1,62. Das heißt, dass der Punkt „Wissenstransfer, gemeinsame Forschung oder Produktentwicklung“ sich wenig motivierend auf die Auslandstätigkeit auswirkt.

Als letztes Motiv wurde die „Fehlende Inlandsnachfrage“ von 112 Unternehmen benotet. Hierbei ergab die Analyse, dass die Mehrheit der antwortenden Unternehmen (39,29%) diesen Punkt als unwichtig für die Tätigkeit im Ausland ansieht. Die Note 2 wurde von 11,61% der Unternehmen genannt. Für 18,75% der Antwortenden stellte die fehlende Inlandsnachfrage ein mäßiges Motiv dar. 17,86% der bewertenden Unternehmen Westmecklenburgs nannten die Note 4. 12,50% gaben an, dass dieser Punkt für sie ein wichtiger Grund für die Tätigkeit im Ausland darstellt. Die Durchschnittsnote liegt hier bei 2,53. Somit stellt die fehlende Inlandsnachfrage durchschnittlich ein mäßiges Motiv für die Tätigkeit im Ausland dar.

Abbildung 39: Benotung des Motivs „Fehlende Inlandsnachfrage“



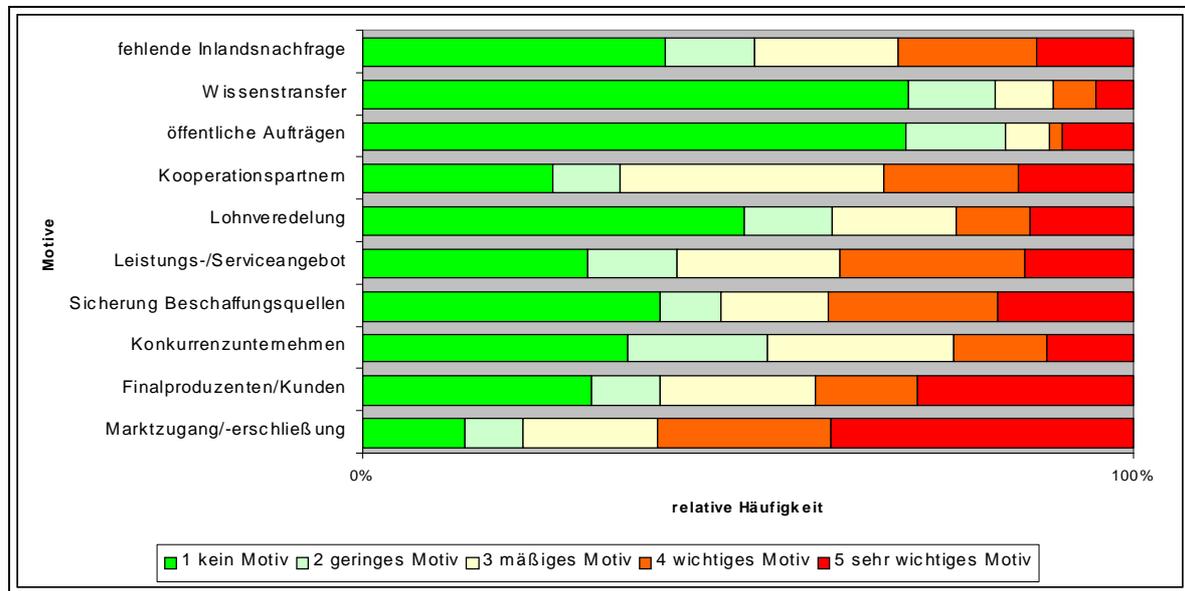
Quelle: Eigene Darstellung.

Zum Abschluss gab es für die befragten Unternehmen die Möglichkeit, unter dem Punkt „sonstige Gründe“ weitere Motive aufzulisten, die für sie einen Grund für die Tätigkeit im Ausland darstellen. Genannt wurden hier als Motive die Konzernzugehörigkeit, Preisvorteile beim Wareneinkauf, Preisunterschiede zu inländischen Anbietern und vieles mehr. Eine vollständige Auflistung ist in der Anlage unter dem Punkt A1.5. zu finden.

Zusammenfassend ist zu erkennen, dass der Punkt „Marktzugang / Markterschließung“ für den Großteil der antwortenden Unternehmen ein wichtiges bis sehr wichtiges Motiv für die Tätigkeit im Ausland darstellt. 61,67% bewerteten dieses Motiv mit der Note 4 oder 5. Das Motiv „Anforderungen von Finalproduzenten / Kunden“ wurde am zweithäufigsten (41,23%) mit wichtig oder sehr wichtig bewertet. An dritter Stelle ist die Sicherung der Beschaffungsquelle zu finden. 39,47% bewerteten dieses Motiv mit der Note 4 oder 5. Mit wichtig oder sehr wichtig bewerteten 38,05% der Befragten das Motiv „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots / Abrundung der Produktpalette“. Bei der Betrachtung der Durchschnittsnoten ist zu sehen, dass hier die beiden ersten Positionen identisch sind. Mit der Durchschnittsnote 3,67 liegt auch hier der Punkt „Marktzugang / Markterschließung“ auf Platz eins. An zweiter Stelle folgt, mit der Durchschnittsnote 3,0 die Beweggrund „Anforderungen von den Finalproduzenten / Kunden“. Auf Platz drei ist hier das Motiv „Suche nach Kooperationspartnern“ zu nennen. Die „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots / Abrundung der Produktpalette“ ist hier mit

der Durchschnittsnote 2,82 auf Rang 4 zu finden. In der folgenden Abbildung sind die Notenverteilungen der einzelnen Motive im Vergleich dargestellt.

Abbildung 40: Zusammenfassung der Motive



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.4. Was exportieren Sie zum ausländischen Unternehmen?

Ob die befragten Unternehmen Waren, Dienstleistungen, Know How, sonstiges oder gar nichts exportieren, sollte an dieser Stelle untersucht werden. Bei dieser Frage war es den Unternehmen möglich Mehrfachantworten zu geben. 136 Unternehmen machten zu dieser Frage Angaben. Folgende Ergebnisse waren zu verzeichnen.

Tabelle 21: Häufigkeiten der Exporte

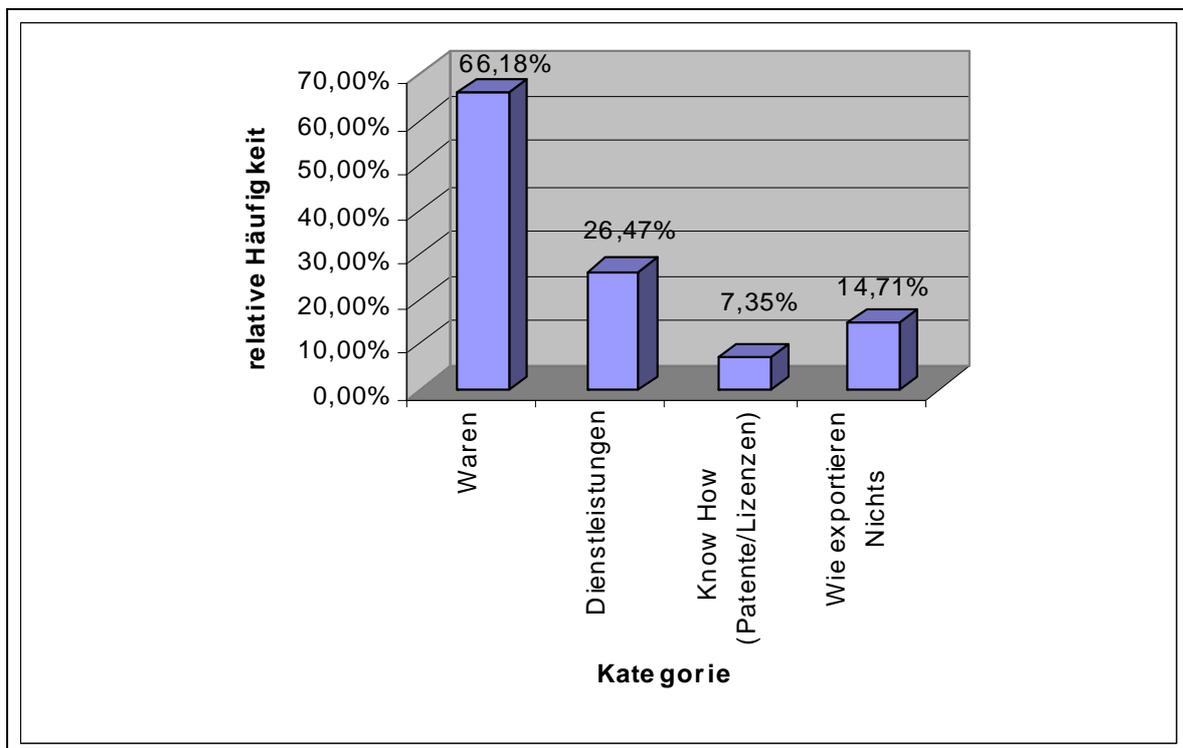
Kategorien	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Waren	90	66,18%	46	33,82%	136	100,00%
Dienstleistungen	36	26,47%	100	73,53%	136	100,00%
Know How (Patente/Lizenzen)	10	7,35%	126	92,65%	136	100,00%
Wir exportieren Nichts	20	14,71%	116	85,29%	136	100,00%
Sonstiges	2					
fehlende Werte	169					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Weit über die Hälfte der Unternehmen, die diese Frage beantwortet haben, gaben an, Waren zu ausländischen Partnern zu exportieren. Diese Aussage

machten 90 von 136 Unternehmen. Dies entspricht einem Prozentsatz von 66,18%. 26,47% der antwortenden Unternehmen (36 von 136) exportieren Dienstleistungen. 10 Unternehmen sagten aus Know How zu exportieren. Somit ergibt sich für diese Kategorie ein Prozentsatz von 7,35%. Nichts zu exportieren kreuzten 20 Unternehmen an. Die relative Häufigkeit liegt hier bei 14,71%. 2 Unternehmen nutzen den Punkt „sonstiges“. Hier wurden zum einen die „Asbestsanierung“ und zum anderen „medizinische Geräte“ genannt. In Abbildung 41 wird die Verteilung sichtbar.

Abbildung 41: Relative Häufigkeiten der Exporte



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.5. Was importieren Sie vom ausländischen Unternehmen?

In dieser Frage wurden die Unternehmen gebeten, anzugeben, was sie von ausländischen Unternehmen importieren. Dabei konnten die Unternehmen mehrere Antworten geben. 134 der 305 Unternehmen antworteten auf diese Frage.

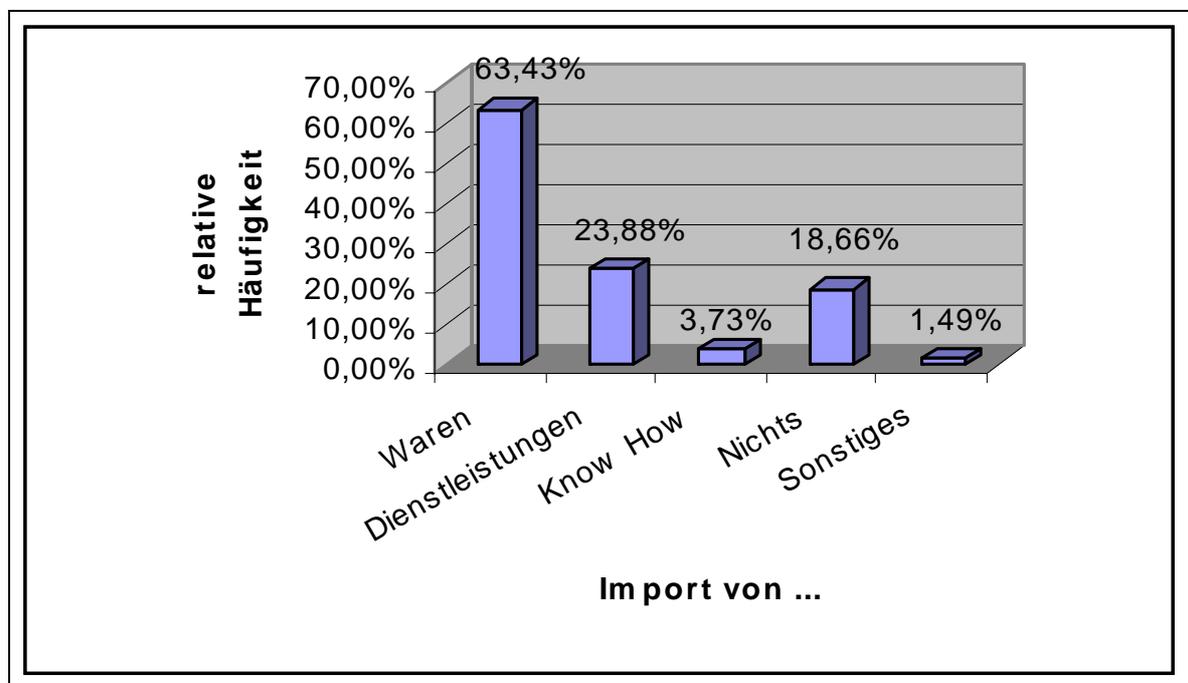
Tabelle 22: Häufigkeiten der Importe

Import von ...	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Waren	85	63,43%	49	36,57%	134	100,00%
Dienstleistungen	32	23,88%	102	76,12%	134	100,00%
Know How	5	3,73%	129	96,27%	134	100,00%
Nichts	25	18,66%	109	81,34%	134	100,00%
Sonstiges	2	1,49%	132	98,51%	134	100,00%
fehlende Werte	171					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Von diesen 134 Unternehmen gaben 85 an, Waren zu importieren. Dies entspricht 63,43%. 23,88% der antwortenden Unternehmen (32 Unternehmen von 134 Unternehmen) importieren Dienstleistungen. Know How (Patente / Lizenzen) wird von insgesamt 3,73% der Unternehmen (5 von 134 Unternehmen) von ausländischen Unternehmen importiert. Insgesamt gaben 2 Unternehmen an, etwas anderes zu importieren. Hierbei wurde „Künstler gebucht“ und „Baugruppen für unsere Produkte“ genannt. 18,66% der antwortenden Unternehmen gaben in der Umfrage an, keine Importe zu tätigen.

Abbildung 42: Relative Häufigkeiten der Importe



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.6. Auf welche betrieblichen Funktionsbereiche bezieht sich Ihre Zusammenarbeit mit den ausländischen Unternehmen?

Des Weiteren war es von Interesse zu erfahren, auf welche Funktionsbereiche sich die Zusammenarbeit mit den ausländischen Unternehmen bezieht. Auch hier bestand wieder die Möglichkeit, mehrere Antworten zu geben. Es antworteten insgesamt 135 Unternehmen.

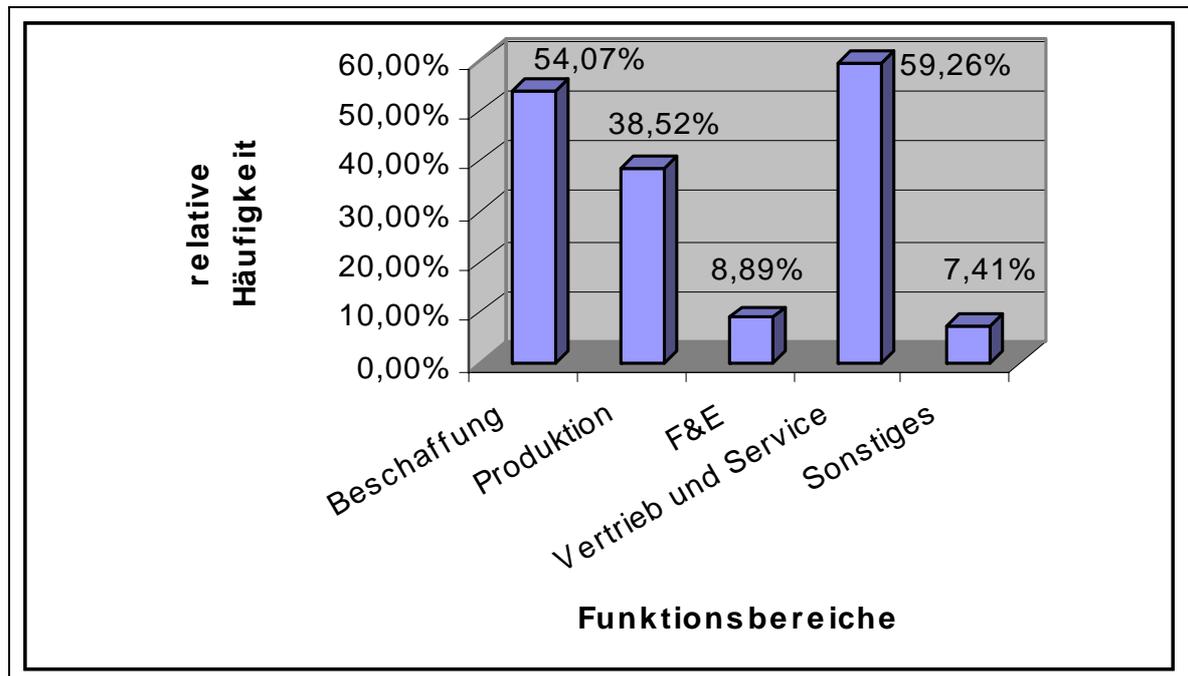
*Tabelle 23: Betriebliche Funktionsbereiche der Zusammenarbeit*

Funktionsbereiche	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Beschaffung	73	54,07%	62	45,93%	135	100,00%
Produktion	52	38,52%	83	61,48%	135	100,00%
F&E	12	8,89%	123	91,11%	135	100,00%
Vertrieb und Service	80	59,26%	55	40,74%	135	100,00%
Sonstiges	10	7,41%	125	92,59%	135	100,00%
fehlende Werte	170					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

73 von ihnen gaben in der Umfrage an, dass sie in der Beschaffung zusammenarbeiten. Dies entspricht 54,07% aller Antworten. Auf den Bereich Produktion bezieht sich laut Umfrageergebnis die Zusammenarbeit von 52 der 135 Unternehmen, was einen Prozentsatz von 38,52% ausmacht. 12 der 135 Unternehmen (also 8,89%) arbeiten im Bereich Forschung und Entwicklung mit dem Partnerunternehmen zusammen. Auf den Funktionsbereich Vertrieb und Service beziehen sich laut Angabe der Unternehmen 59,26% der Zusammenarbeiten (80 von 135). 10 Unternehmen gaben an, in einem sonstigen Bereich mit einem ausländischen Unternehmen zusammenzuarbeiten. Zu diesen sonstigen Funktionsbereichen gehören zum Beispiel Logistik / Lager, Montage sowie Wartung.

Abbildung 43: Betriebliche Funktionsbereiche der Zusammenarbeit



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.7. Welche der folgenden Aktivitäten wollen Sie zukünftig mit den ausländischen Unternehmen durchführen oder ausweiten?

Die Unternehmen aus dem Bereich Westmecklenburg wurden weiterhin gefragt, welche Aktivitäten sie zukünftig mit den ausländischen Unternehmen durchführen oder ausweiten möchten. Darauf antworteten 135 der 305 befragten Unternehmen. Auch hier bestand die Möglichkeit der Mehrfachnennung.

Tabelle 24: Zukünftige Durchführung / Ausweitung von Aktivitäten

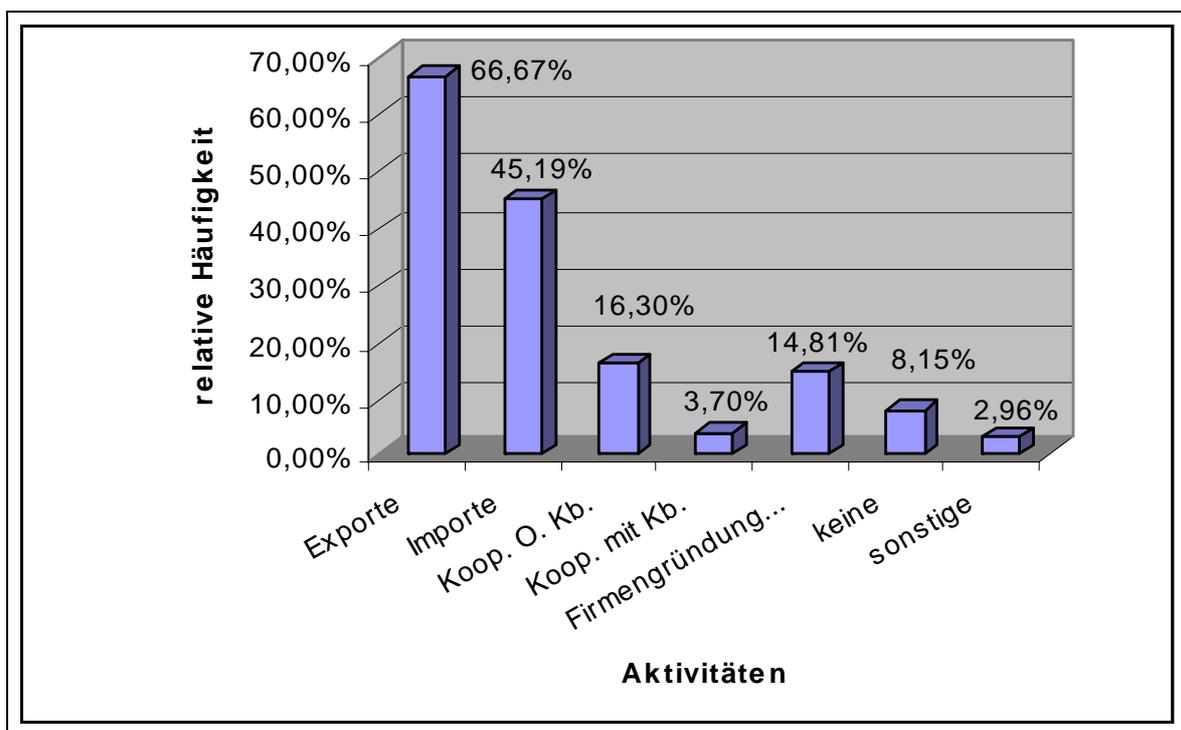
Aktivitäten	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Exporte	90	66,67%	45	33,33%	135	100,00%
Importe	61	45,19%	74	54,81%	135	100,00%
Koop. ohne Kap.beteiligung	22	16,30%	113	83,70%	135	100,00%
Koop. mit Kap.beteiligung	5	3,70%	130	96,30%	135	100,00%
Firmengründung / Aufbau neuer Niederl.	20	14,81%	115	85,19%	135	100,00%
keine Aktivitäten	11	8,15%	124	91,85%	135	100,00%
sonstige Aktivitäten	4	2,96%	131	97,04%	135	100,00%
fehlende Werte	168					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die Exporte möchten laut Befragungsergebnisse  $\frac{2}{3}$  der antwortenden Unter-

nehmen (90 von 135 Unternehmen) zukünftig durchführen bzw. ausweiten. 45,19% der Unternehmen (61 von 135 Unternehmen) gaben an, die Importe ausweiten oder durchführen zu wollen. Eine Kooperation ohne Kapitalbeteiligung möchten insgesamt 16,30% der antwortenden Unternehmen (22 von 135). 3,70% der antwortenden Unternehmen (5 von 135) planen zukünftig eine Durchführung oder Ausweitung der Kooperation mit Kapitalbeteiligung mit den ausländischen Unternehmen. Eine Firmengründung bzw. Aufbau neuer Niederlassung ist bei 14,81% der antwortenden Unternehmen (20 von 135) in Planung. 4 Unternehmen (2,96%) gaben an, Aktivitäten ausweiten bzw. durchführen zu wollen, die nicht explizit genannt wurden. Dazu gehören Aktivitäten wie Dienstleistungen und Forschung und Entwicklung. 8,15% der Antwortenden (11 von 135) planen keine Ausweitung ihrer Aktivitäten mit den ausländischen Unternehmen.

Abbildung 44: Zukünftige Durchführung / Ausweitung von Aktivitäten



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.8. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihre ausländischen Geschäftspartner zu?

In dieser Frage wurden die Unternehmen befragt, auf welcher Stufe ihre ausländischen Geschäftspartner arbeiten. Es war herauszufinden, ob die Geschäftspartner auf vorgelagerter, nachgelagerter oder auf gleicher Stufe wie das deutsche Unternehmen arbeiten. Auch bei dieser Frage bestand für die Un-

ternehmen die Möglichkeit, Mehrfachantworten zu geben. Es antworteten 116 Unternehmen auf diese Frage.

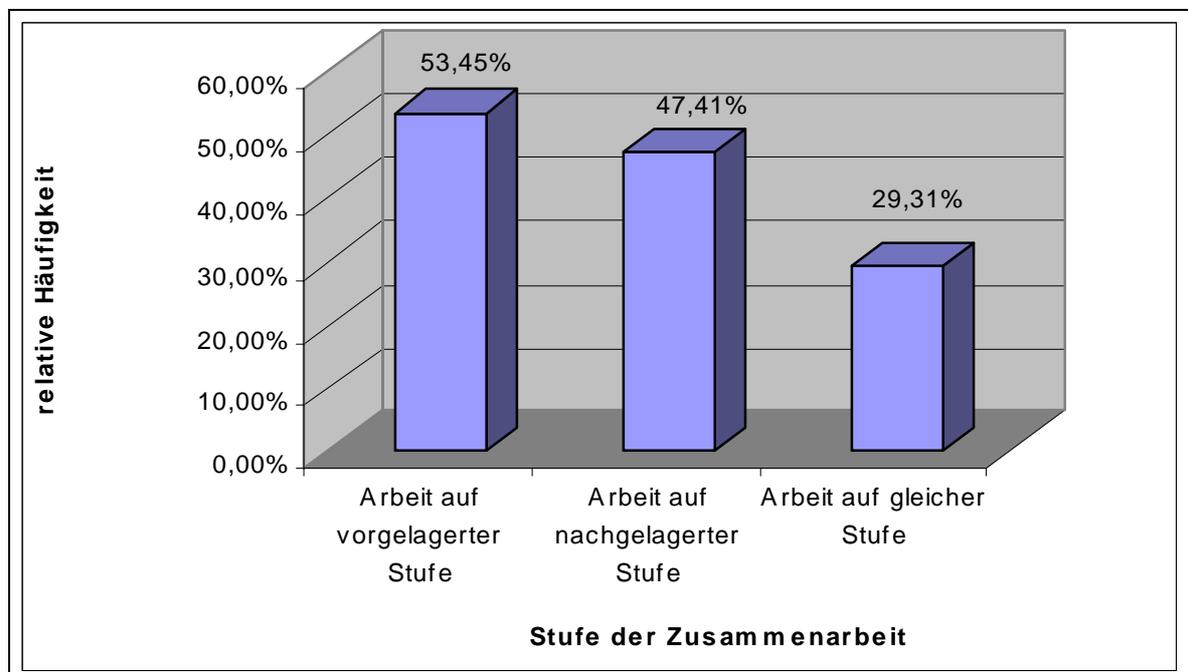
*Tabelle 25: Stufe der Zusammenarbeit*

Stufe der Zusammenarbeit	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Arbeit auf vorgelagerter Stufe	62	53,45%	54	46,55%	116	100,00%
Arbeit auf nachgelagerter Stufe	55	47,41%	61	52,59%	116	100,00%
Arbeit auf gleicher Stufe	34	29,31%	82	70,69%	116	100,00%
fehlende Werte	189					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

62 der 116 Unternehmen äußerten, dass ihre Geschäftspartner auf einer vorgelegerten Stufe arbeiten. Dies entspricht 53,45%. 55 der 116 Unternehmen antworteten auf die Frage, dass die ausländischen Unternehmen, mit denen sie zusammenarbeiten, auf nachgelagerter Stufe tätig sind. Das entspricht einem Prozentsatz von 47,41%. 29,31% der ausländischen Geschäftspartner arbeiten laut Angaben der westmecklenburgischen Unternehmen auf gleicher Stufe wie ihre ausländischen Partner.

*Abbildung 45: Stufe der Zusammenarbeit*



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.9. Wie profitiert Ihr Unternehmen von dieser Zusammenarbeit?

Mit Hilfe der Umfrage sollte herausgefunden werden, wie die Unternehmen von der Zusammenarbeit mit den ausländischen Unternehmen profitieren. Hierzu wurden 7 Kriterien vorgegeben, die von den antwortenden Unternehmen mit Hilfe von Noten bewertet werden sollten. Die Note 1 bedeutet, dass das Unternehmen in diesem Punkt gar nicht von der Zusammenarbeit mit dem ausländischen Partnerunternehmen profitiert und die Note 5, dass das Unternehmen in diesem Punkt sehr stark von der Zusammenarbeit profitiert.

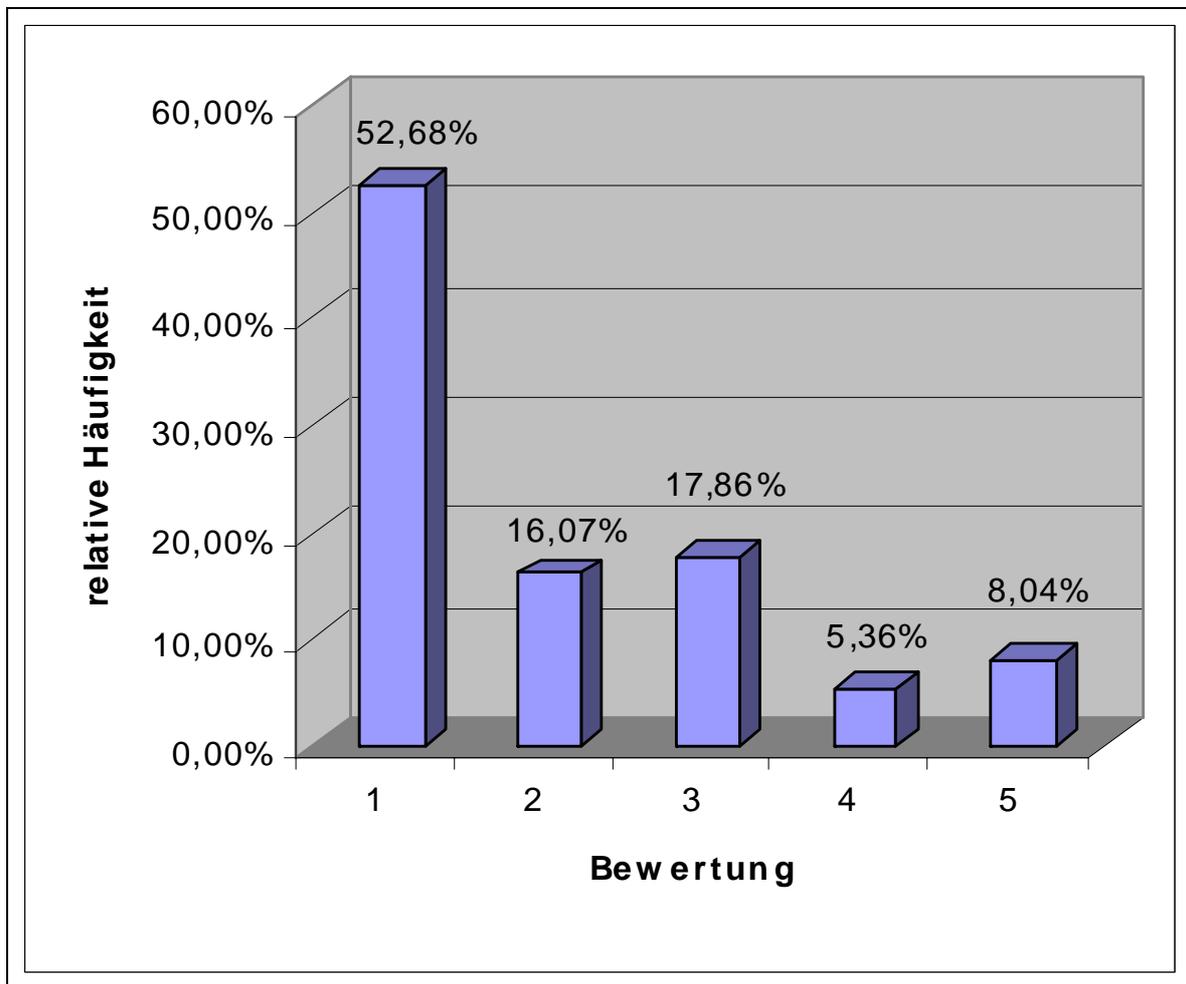
*Tabelle 26: Benotung der Art des Profitierens von Zusammenarbeit*

relative Häufigkeit						
Kategorie	Note					Summe
	1	2	3	4	5	
Entwicklung neuer Produkte bzw. Produktionsverfahren	52,68%	16,07%	17,86%	5,36%	8,04%	100,00%
Höhere Flexibilität	33,33%	16,67%	28,07%	14,04%	7,89%	100,00%
Risikominimierung	52,68%	18,75%	16,07%	8,04%	4,46%	100,00%
Qualifizierung der Mitarbeiter	62,16%	17,12%	14,41%	0,90%	5,41%	100,00%
Informations-/Know How-Gewinnung	44,64%	20,54%	19,64%	8,04%	7,14%	100,00%
Bessere Ausnutzung der Kapazitäten	29,82%	5,26%	17,54%	27,19%	20,18%	100,00%
Umsatzsteigerung	9,52%	3,97%	21,43%	28,57%	36,51%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die Entwicklung neuer Produkte bzw. die Entwicklung neuer Produktionsverfahren bewerteten 112 Unternehmen. Über die Hälfte der beurteilenden Unternehmen (52,68%) sagte aus, dass sie aus der Entwicklung neuer Produkte bzw. Produktionsverfahren gar keinen Vorteil erzielt. 18 Unternehmen und somit 16,07% benoteten diesen Punkt mit der Note 2. 17,86% der Unternehmen vergaben die Note 3. Die Note 4 wurde von 5,36% der Unternehmen angekreuzt. Nur 8,04% der Unternehmen, die zu diesem Punkt Angaben gemacht haben, zogen einen sehr stark Vorteil aus der Entwicklung neuer Produkte bzw. Produktionsverfahren.

Abbildung 46: Benotung des Punktes „Entwicklung neuer Produkte bzw. die Entwicklung neuer Produktionsverfahren“

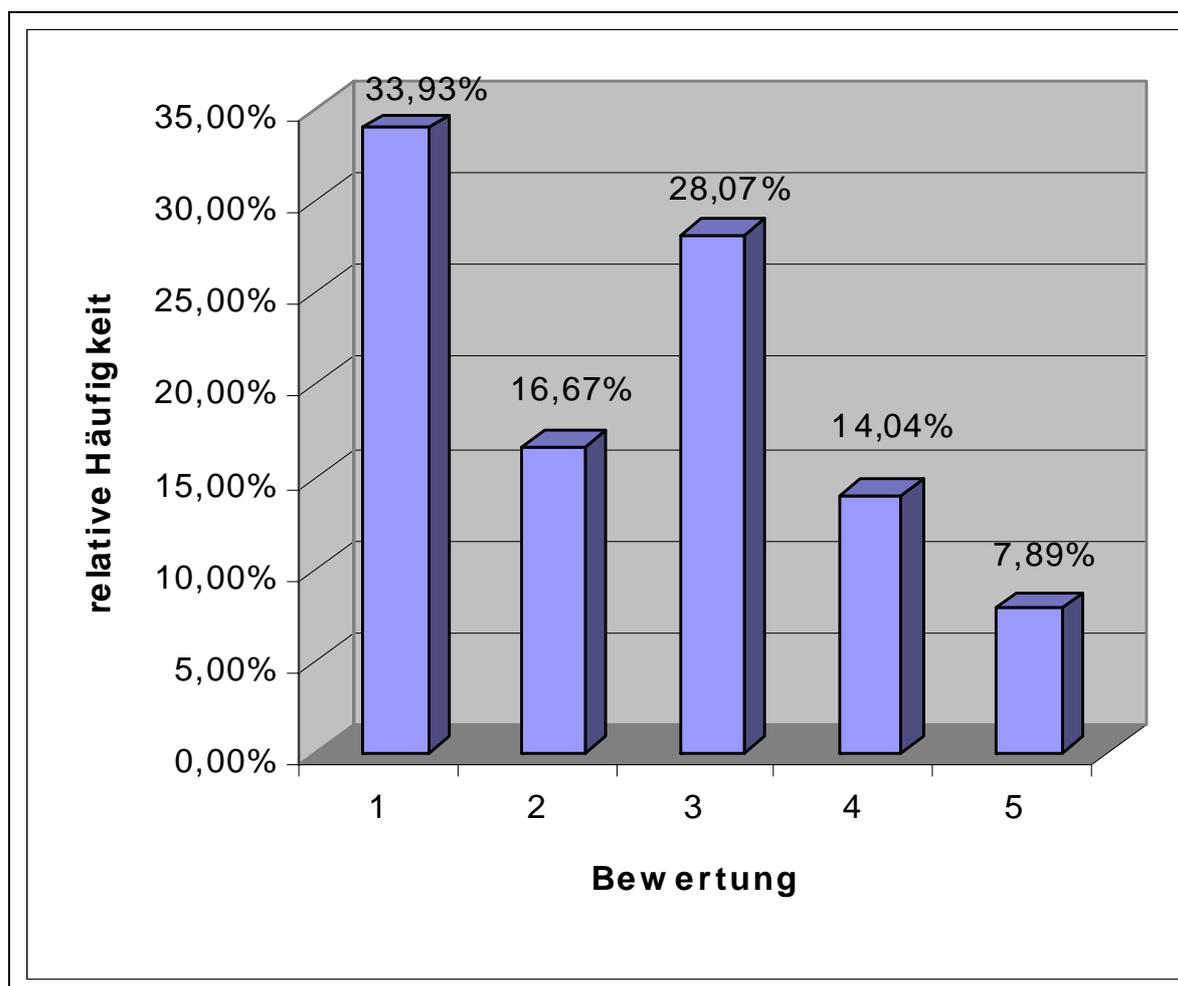


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde die Entwicklung neuer Produkte bzw. Produktionsverfahren mit der Note 2,0 bewertet. Dies bedeutet, dass die Unternehmen in diesem Punkt wenig von der Zusammenarbeit mit ausländischen Unternehmen profitieren.

114 Unternehmen bewerteten das Profitieren durch eine höhere Flexibilität. Die Mehrzahl der Unternehmen (33,33%) ist durch die Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen nicht flexibler geworden. Die Note 2 wurde von 16,67% der Unternehmen angegeben. 28,07% der Unternehmen bewerteten diesen Punkt mit der Note 3. 16 Unternehmen und somit 14,04% sagten, stark von der höheren Flexibilität zu profitieren. Nur 7,89% gaben an, aus der höheren Flexibilität einen sehr starken Vorteil zu ziehen.

Abbildung 47: Benotung des Punktes „Höhere Flexibilität“

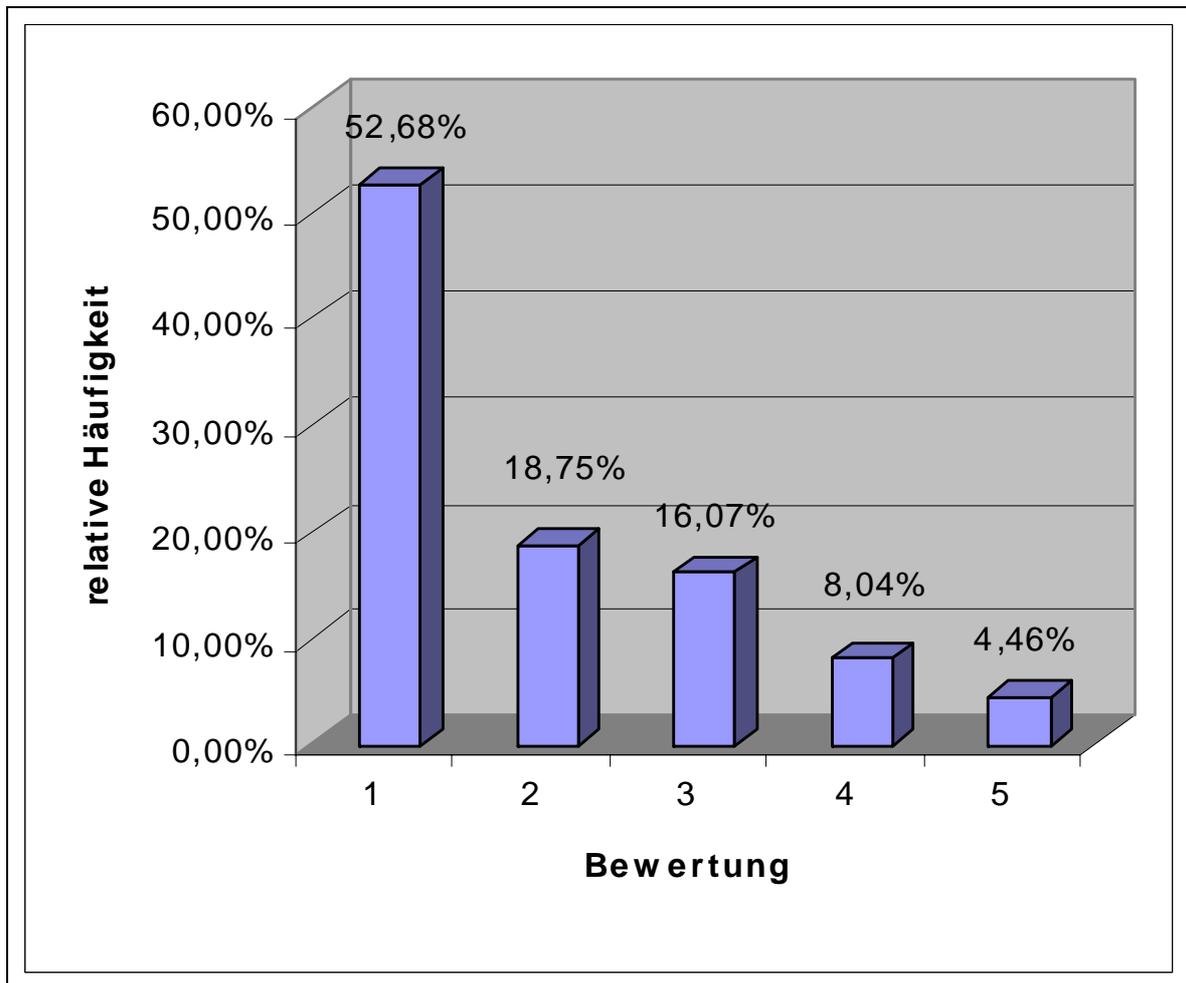


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde die höhere Flexibilität mit der Note 2,5 bewertet. Das heißt, dass die Flexibilität durch die Zusammenarbeit durchschnittlich mäßig stieg.

Der Punkt der Risikominimierung wurde von 112 Unternehmen benotet. Von der Risikominimierung profitieren 52,68% der antwortenden Unternehmen gar nicht. 18,75% der antwortenden Unternehmen erzielen nur einen geringen Vorteil aus der Risikominimierung und verteilten hier die Note 2. Die Note 3 wurde von 16,07% der Unternehmen vergeben. 8,04% der Antworten bewerteten diesen Punkt mit der Note 4. Einen sehr großen Vorteil nahmen 4,46% der antwortenden Unternehmen aus der Risikominimierung war. Verdeutlicht werden diese Zahlen in der Abbildung 48.

Abbildung 48: Benotung des Punktes „Risikominimierung“

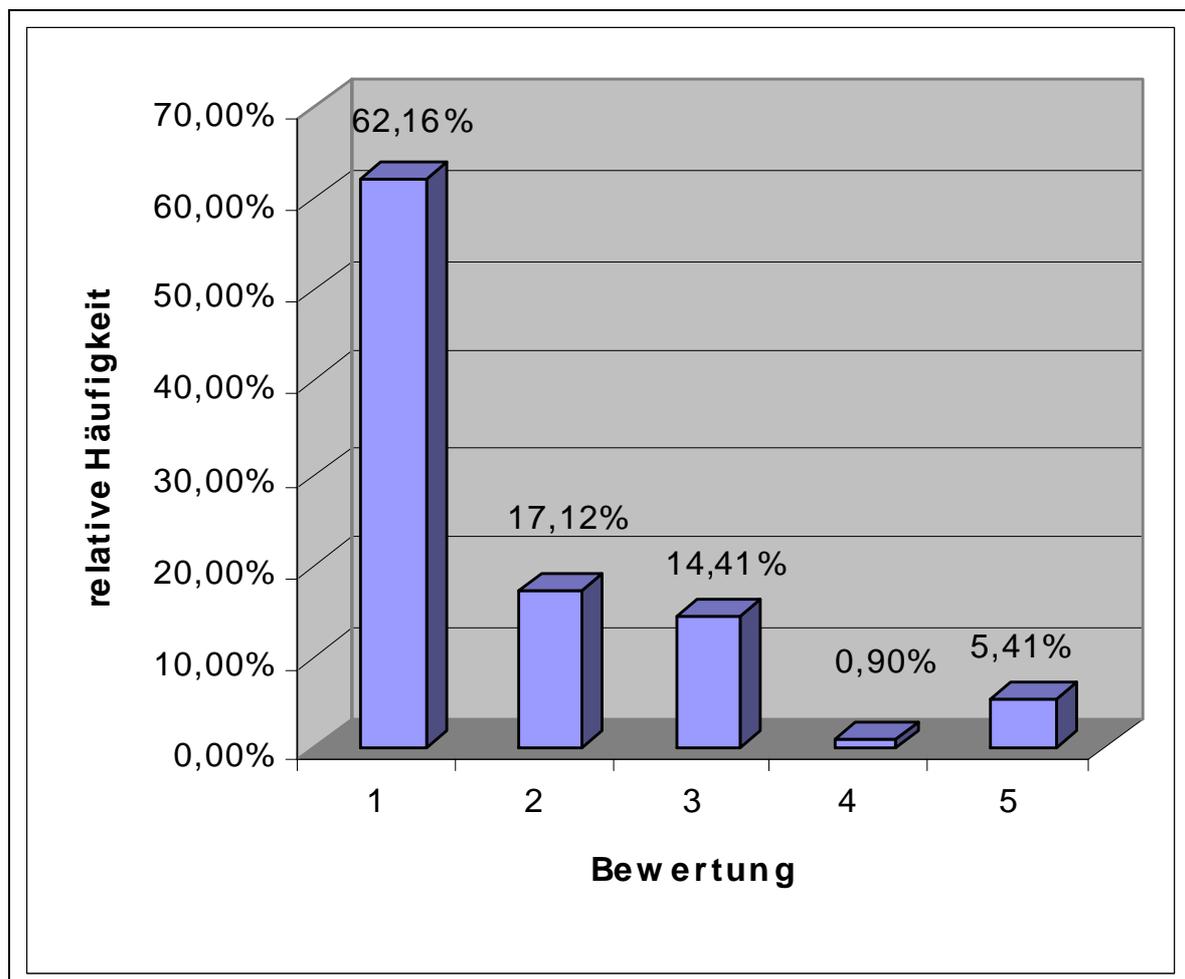


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Antwortenden bewerteten im Durchschnitt mit der Note 1,9. Die bedeutet, dass die Unternehmen einen geringen Vorteil aus der Risikominimierung erzielen.

111 Unternehmen benoteten den Punkt „Qualifizierung der Mitarbeiter“. 62,16% der Unternehmen gaben an, gar nicht von der Qualifizierung der Mitarbeiter zu profitieren und bewerteten diesen Punkt mit der Note 1. Die Note 2 wurde von 19 Unternehmen (17,12%) vergeben. 14,41% der Unternehmen verteilten in diesem Punkt die Note 3. 0,90% der Unternehmen gaben an, stark von der Qualifizierung der Mitarbeiter zu profitieren. 5,41% der Antwortenden vergaben die Note 5. In der nachfolgenden Abbildung wird dies verdeutlicht.

Abbildung 49: Benotung des Punktes „Qualifizierung der Mitarbeiter“

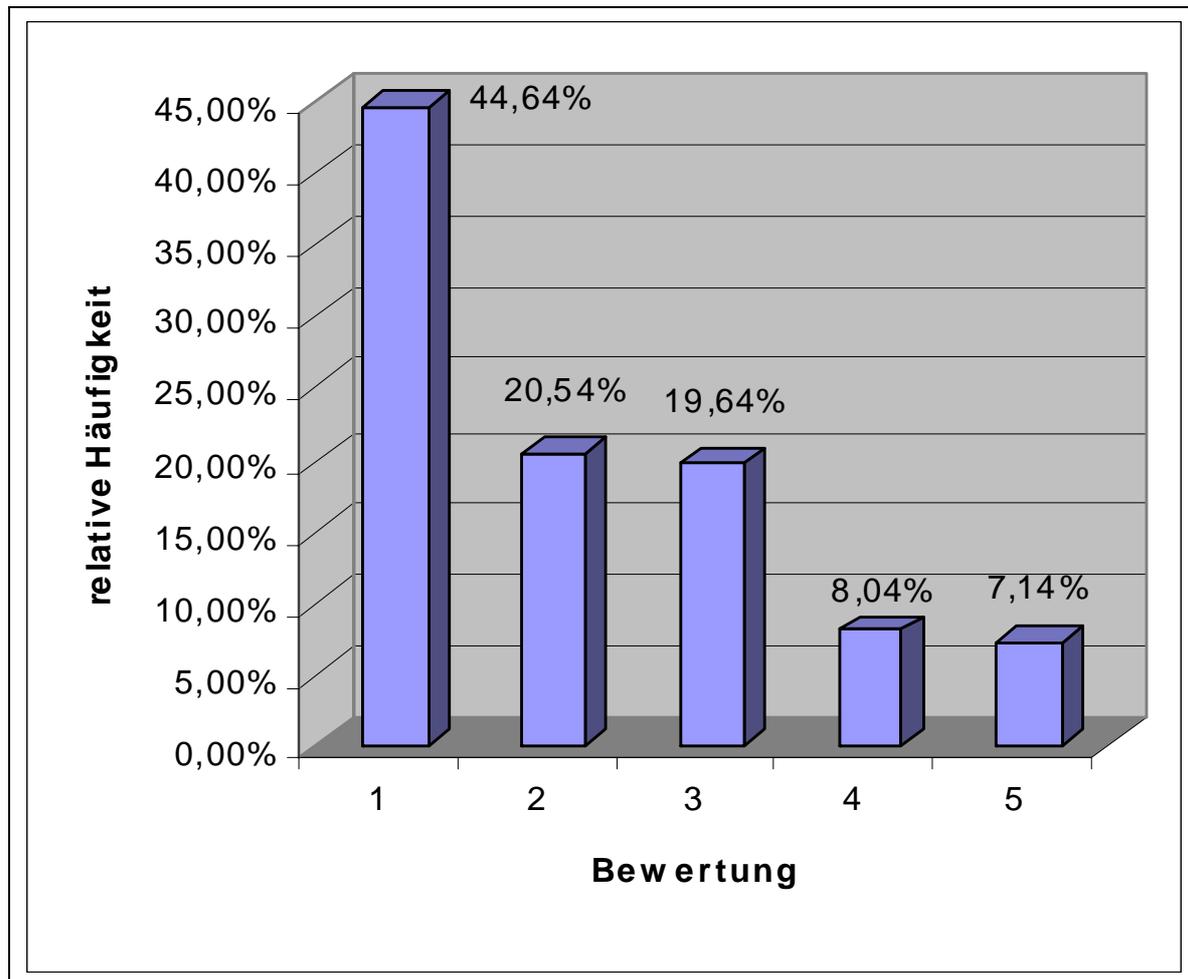


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde der Punkt „Qualifizierung der Mitarbeiter“ mit der Note 1,7 bewertet. Dies heißt, dass die antwortenden Unternehmen durchschnittlich nur wenig von der Qualifizierung der Mitarbeiter profitieren, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammenarbeiten.

In einem weiteren Punkt bewerteten 112 Unternehmen die Informations- bzw. Know How-Gewinnung. 44,64% der Unternehmen sagten aus, gar keinen Vorteil aus der Informations- bzw. Know How-Gewinnung zu ziehen. 20,54% der Unternehmen verteilten die Note 2. Die Note 3 wurde von 19,64% Unternehmen vergeben. 8,04% der Unternehmen gaben dem Profit durch die Informations- und Know How-Gewinnung die Note 4. Nur 7,14% meinten, von der Informations- bzw. Know How-Gewinnung sehr stark zu profitieren.

Abbildung 50: Benotung des Punktes „Informations- / Know How-Gewinnung“

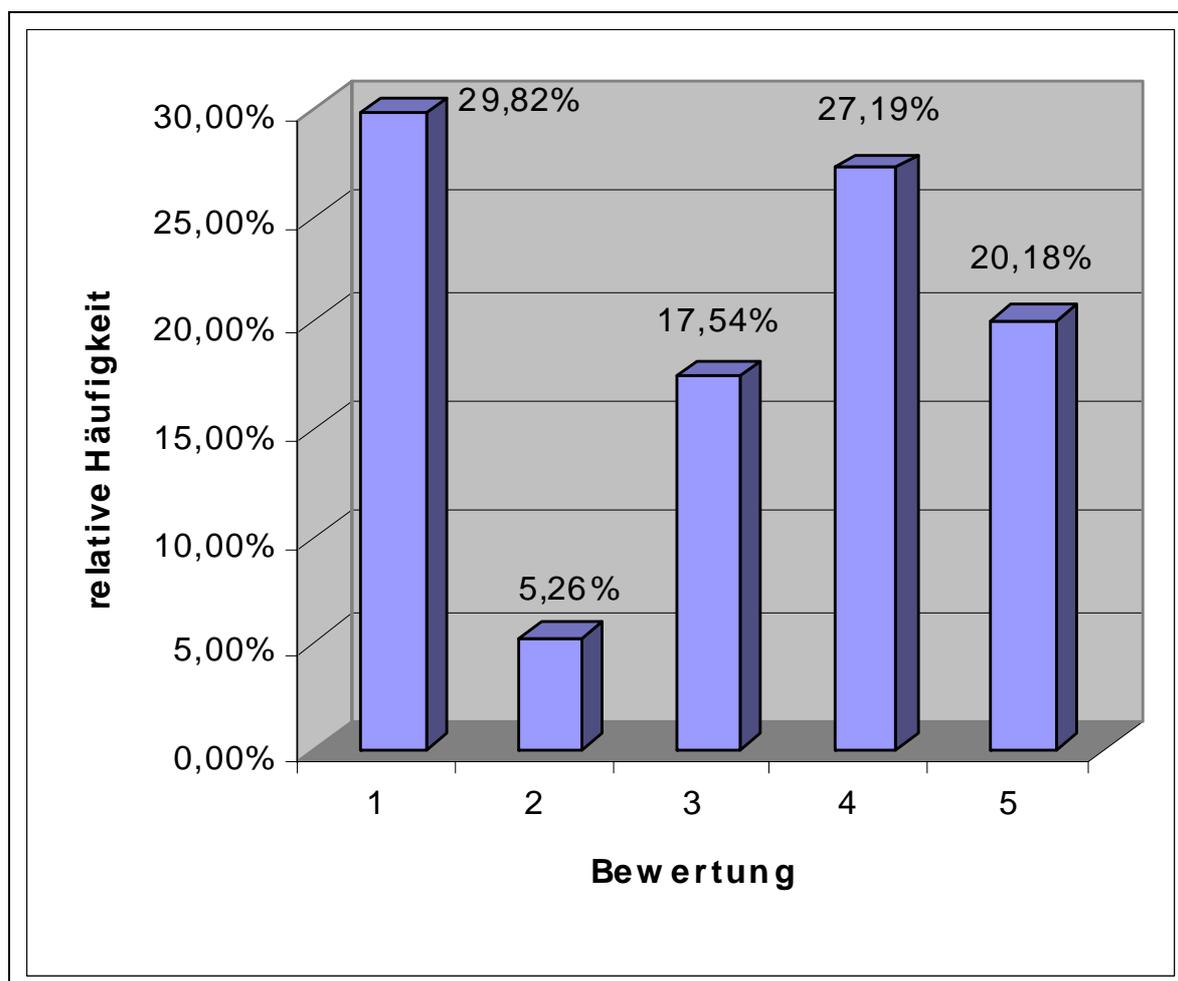


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde dieser Punkt mit der Note 2,1 bewertet. Somit profitieren die Unternehmen nur gering von einer Informations- bzw. Know How-Gewinnung.

Ob die Unternehmen von einer besseren Ausnutzung ihrer Kapazitäten profitieren, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammen arbeiten, bewerteten 114 Unternehmen. 29,82% der Unternehmen, die zu dieser Frage Angaben gemacht haben, sagten aus, gar keinen Vorteil aus einer besseren Kapazitätsauslastung wahrzunehmen. 6 Unternehmen (5,26%) verteilten die Note 2. 17,54% der Unternehmen bewerteten diesen Punkt mit der Note 3. Stark von einer besseren Kapazitätsauslastung zu profitieren, gaben 27,19% der Unternehmen an. 20,18% vergaben die Note 5.

Abbildung 51: Benotung des Punktes „Bessere Ausnutzung der Kapazitäten“

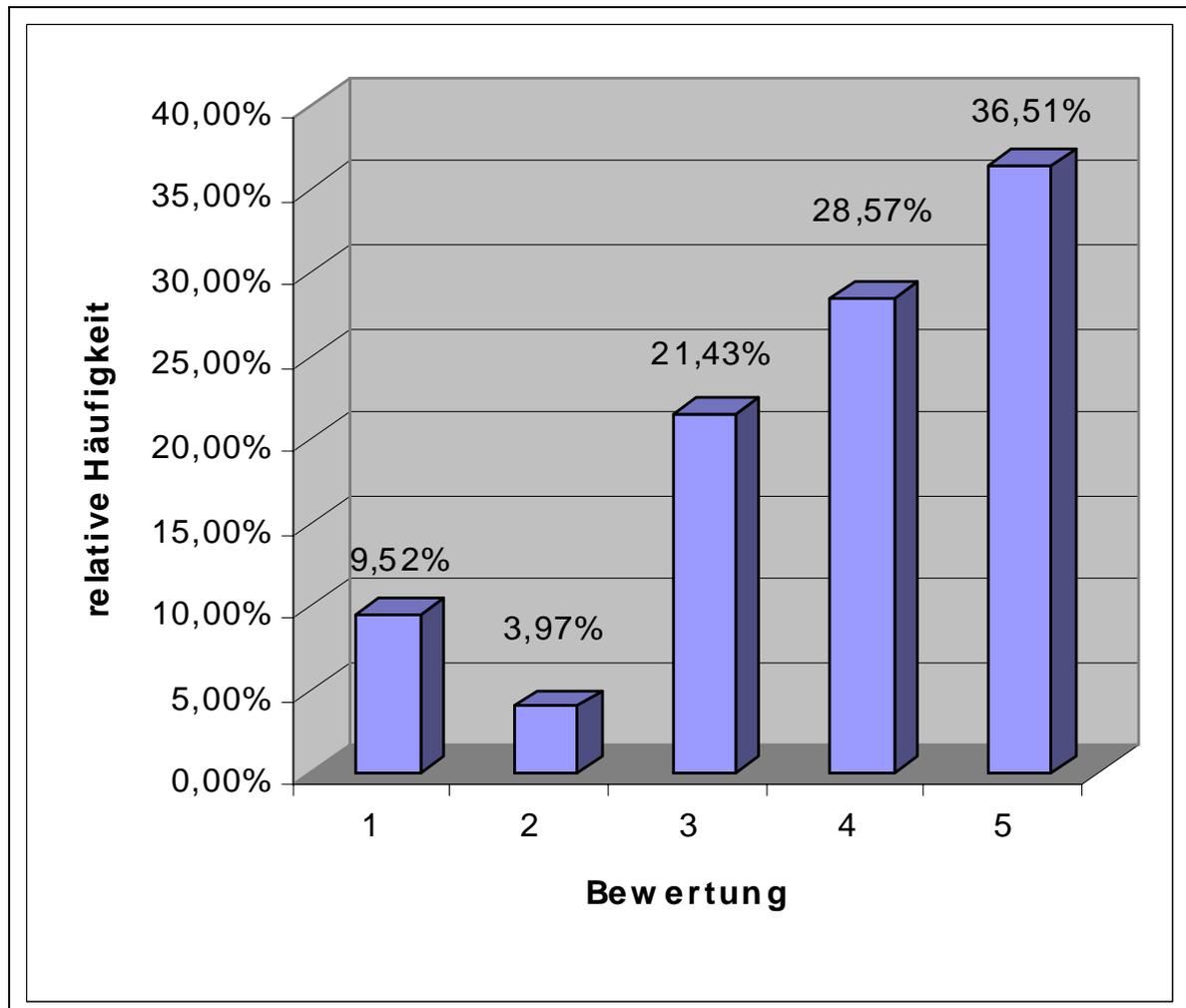


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde dieser Punkt von den Unternehmen mit der Note 3,0 bewertet. Somit gaben die Unternehmen an, durchschnittlich von einer besseren Ausnutzung ihrer Kapazitäten nur mäßig zu profitieren, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammenarbeiten.

Im letzten Punkt bewerteten 126 Unternehmen die Umsatzsteigerung. 9,52% der Unternehmen gaben an, gar keine Umsatzsteigerung zu verzeichnen, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammenarbeiten. 5 Unternehmen kreuzten die Note 2 an. Die Note 3 wurde von 21,43% der Unternehmen vergeben. Starke Vorteile aus einer Umsatzsteigerung nahmen 28,57% und somit 46 Unternehmen wahr. Die Note 5 wurde von den meisten Unternehmen genannt. 36,51% der Unternehmen sagten aus, dass sie sehr stark von einer Umsatzsteigerung profitieren, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammenarbeiten.

Abbildung 52: Benotung des Punktes „Umsatzsteigerung“



Quelle: Eigene Darstellung.

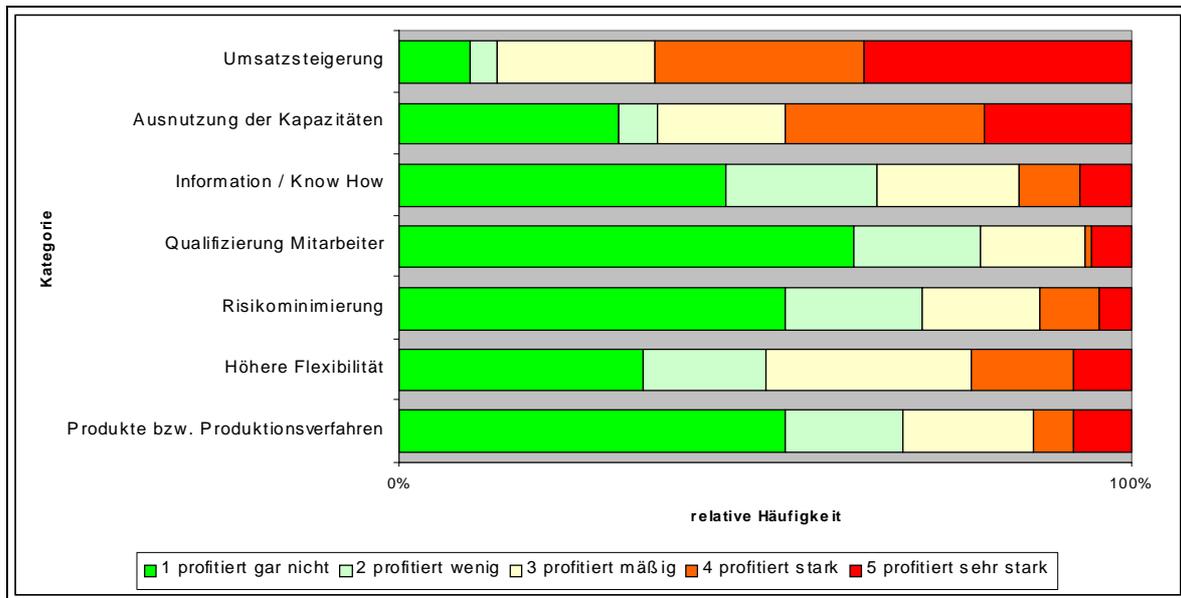
Im Durchschnitt wurde dieser letzte Punkt mit der Note 3,8 bewertet. Das heißt, dass die Unternehmen eine starke Umsatzsteigerung verzeichnen, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammen arbeiten.

Den Unternehmen wurde zum Abschluss der Frage die Möglichkeit gegeben, ihre eigenen Vorteile der Tätigkeit im Ausland anzugeben. Unter dem Punkt „Wir profitieren darüber hinaus durch“ machten 10 Unternehmen Angaben. Der Großteil der Antworten lässt sich unter dem Oberbegriff des Preisvorteils zusammenfassen. Eine Auflistung der gesamten Antworten befindet sich im Anhang.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die meisten Unternehmen von einer starken oder sehr starken Umsatzsteigerung profitieren, seit sie mit einem ausländischen Unternehmen zusammen arbeiten. 65,08% der antwortenden Unternehmen gaben dies an. 47,37% der Antwortenden bewerteten den Punkt „Bessere Ausnutzung der Kapazitäten“ mit der Note 4 oder 5. Am dritthäufigsten profitieren die Unternehmen von einer höheren Flexibilität, seit sie

mit einem ausländischen Unternehmen zusammen arbeiten. 21,93% vergaben hier die Note 4 oder 5. Bei der Betrachtung der Durchschnittsnoten spiegelt sich diese Reihenfolge ebenfalls wieder. In der folgenden Abbildung sind die Notenverteilungen der einzelnen Kategorien vergleichend dargestellt.

Abbildung 53: Zusammenfassung der Kategorien



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.10. Welche Probleme traten bisher im Rahmen Ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland auf?

Die Analyse sollte ebenfalls in Erfahrung bringen, welche Probleme im Rahmen der Zusammenarbeit mit ausländischen Unternehmen auftraten. Hierzu wurden 17 Punkte vorgegeben, die von den befragten Unternehmen mit Hilfe von Noten bewertet werden sollten. Die Note 1 bedeutet hierbei, dass das Unternehmen während der Zusammenarbeit mit dem Ausland mit diesem Problem gar nicht konfrontiert war. Die Note 5 sagt aus, dass das Unternehmen mit diesem Problem sehr stark konfrontiert war. Die Tabelle 27 zeigt die relativen Häufigkeiten, die sich aus der Befragung ergaben. Nicht jeder Punkt wurde von jedem Unternehmen beurteilt. Somit ergibt sich für jedes benotete Problem eine andere Summenhäufigkeit.

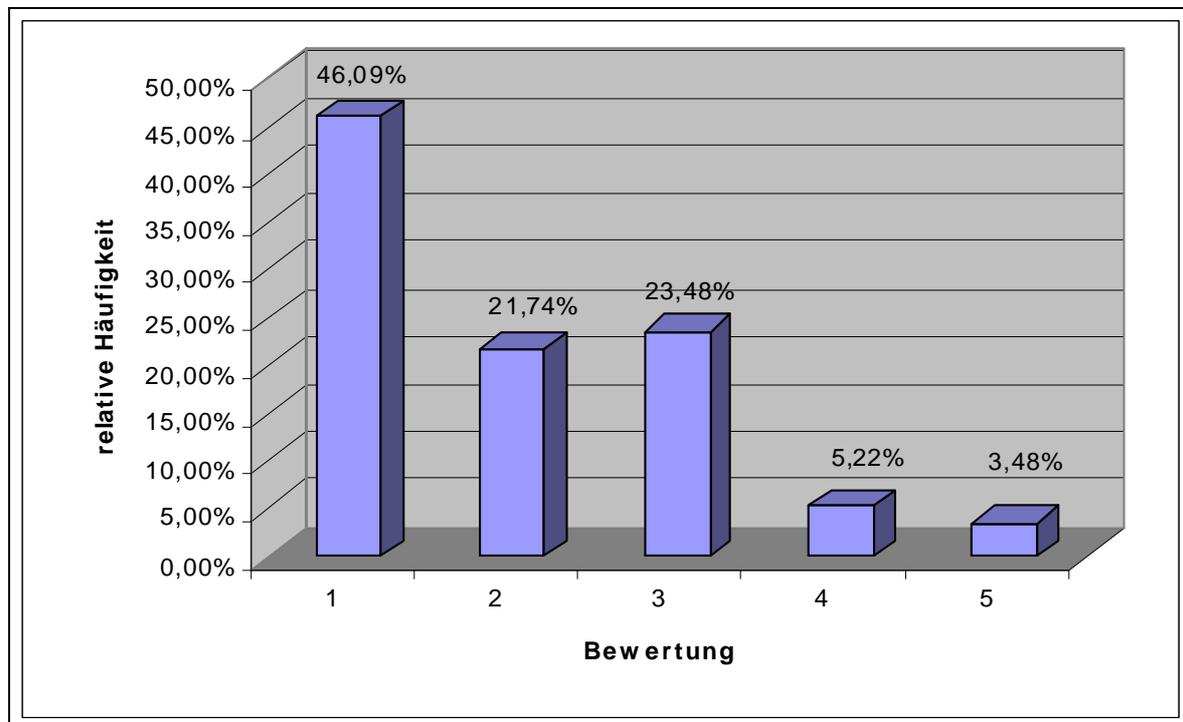
Tabelle 27: Benotung der Probleme

Kategorie	Note					Summe
	1	2	3	4	5	
keine bzw. zu geringe Gewinnaussichten	46,09%	21,74%	23,48%	5,22%	3,48%	100,00%
zu geringes Marktpotential	43,86%	31,58%	14,91%	7,02%	2,63%	100,00%
Finanzierungsprobleme/finanzielles Risiko	39,83%	16,95%	21,19%	13,56%	8,47%	100,00%
fehlende Personalressourcen im eigenen Unternehmen	53,45%	18,10%	15,52%	10,34%	2,59%	100,00%
Fehlende Kapazitäten für Forschung und Entwicklung	68,42%	13,16%	10,53%	4,39%	3,51%	100,00%
Informationsdefizite	44,95%	24,77%	20,18%	8,26%	1,83%	100,00%
Mangel an geeigneten Kooperationspartnern	42,74%	15,38%	25,64%	11,11%	5,13%	100,00%
Mangel an geeigneten Arbeitskräften im Ausland	63,48%	14,78%	13,04%	4,35%	4,35%	100,00%
Sprachprobleme	40,68%	21,19%	20,34%	9,32%	8,47%	100,00%
Defizite in der Verkehrsanbindung	53,85%	21,37%	13,68%	11,11%	0,00%	100,00%
unterschiedliche Unternehmenskulturen	48,28%	18,10%	20,69%	9,48%	3,45%	100,00%
Zollprobleme	47,32%	16,96%	14,29%	15,18%	6,25%	100,00%
fehlende Qualitätsnachweise/Zertifizierung	50,00%	14,04%	14,04%	17,54%	4,39%	100,00%
bürokratische und rechtliche Hemmnisse	36,67%	19,17%	17,50%	13,33%	13,33%	100,00%
fehlende finanzielle Anreize/zu geringe öffentliche Förderung	47,46%	18,64%	12,71%	11,02%	10,17%	100,00%
Behinderungen bei Übernahme/Neugründung von Unternehmen	76,36%	10,91%	7,27%	3,64%	1,82%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Der erste Punkt, den die antwortenden Unternehmen bewerten konnten, waren die Gewinnaussichten. 115 Unternehmen nahmen hierzu mit Hilfe der Notenvergabe Stellung. Fast die Hälfte (46,09%) der antwortenden Unternehmen benotete diesen Aspekt mit der Note 1. Somit sahen sich 53 Unternehmen dem Problem der geringen Gewinnaussichten gar nicht gegenübergestellt. Die Note 2 wurde von 25 Unternehmen verteilt. Somit sagten 21,74% der Unternehmen, dass sie dieses Problem nur selten haben. 23,48% der Unternehmen kreuzten die Note 3 an. 6 beurteilende Unternehmen sahen sich den geringen Gewinnaussichten stark ausgesetzt. 5,22% der antwortenden Unternehmen beurteilten diese daher mit der Note 4. Sehr stark mit diesem Problem sehen sich 4 Unternehmen konfrontiert. 3,48% vergaben die Note 5. In der Abbildung 54 wird die Notenvergabe deutlich.

Abbildung 54: Benotung des Problems „Keine bzw. zu geringe Gewinnaussichten“

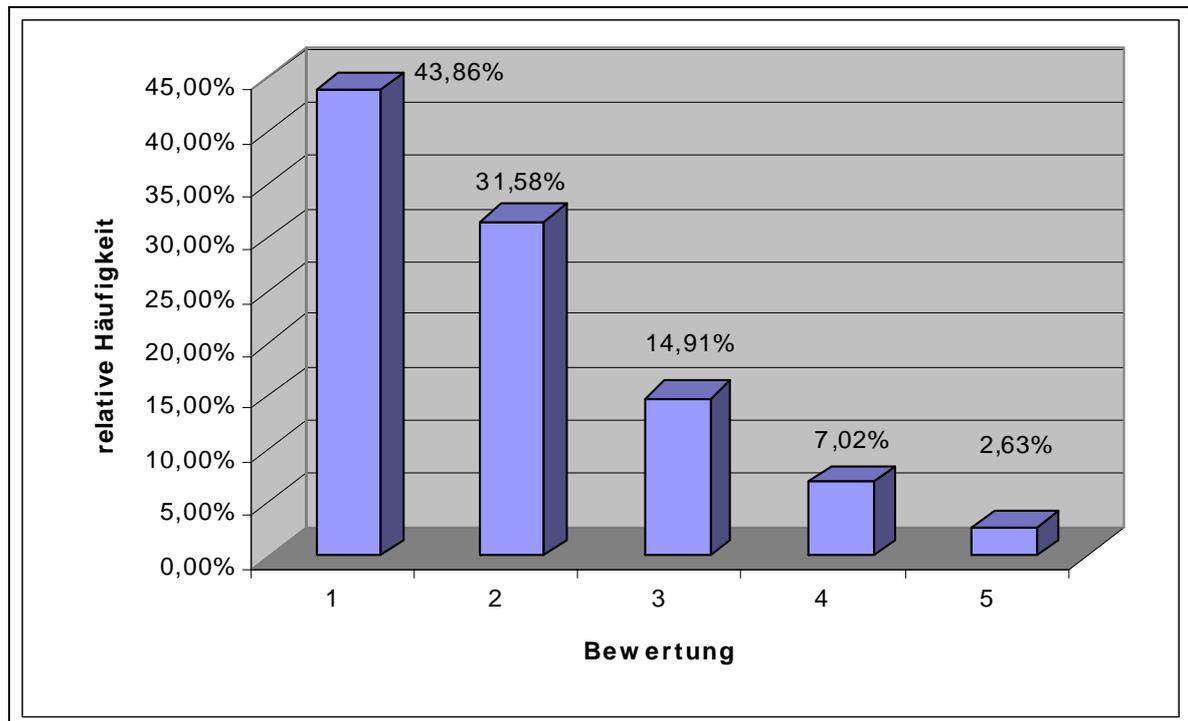


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Durchschnittsnote lag bei 2,0. Somit tat das Problem „keine bzw. zu geringe Gewinnaussichten“ bei der Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen durchschnittlich nur selten auf.

Zum Zweiten bewerteten 114 Unternehmen das Problem des zu geringen Marktpotentials. 50 Unternehmen gaben an, dass sie sich diesem Aspekt gar nicht gegenübergestellt sehen. 43,86% kreuzten deshalb die Note 1 an. Die Note 2 wurde von 31,58% der Unternehmen verteilt. 17 Unternehmen und demzufolge 14,91% bewerteten diesen Aspekt mit der Note 3. Stark mit diesem Problem sehen sich 8 Unternehmen konfrontiert. Sie vergaben die Note 4. Das entspricht einem Prozentsatz von 7,02%. 2,63% der Unternehmen beurteilten diesen Punkt mit der Note 5. Sie gaben an, sich sehr stark dem Problem des zu geringen Marktpotentials gegenübergestellt zu sehen.

Abbildung 55: Benotung des Problems „Zu geringes Marktpotential“

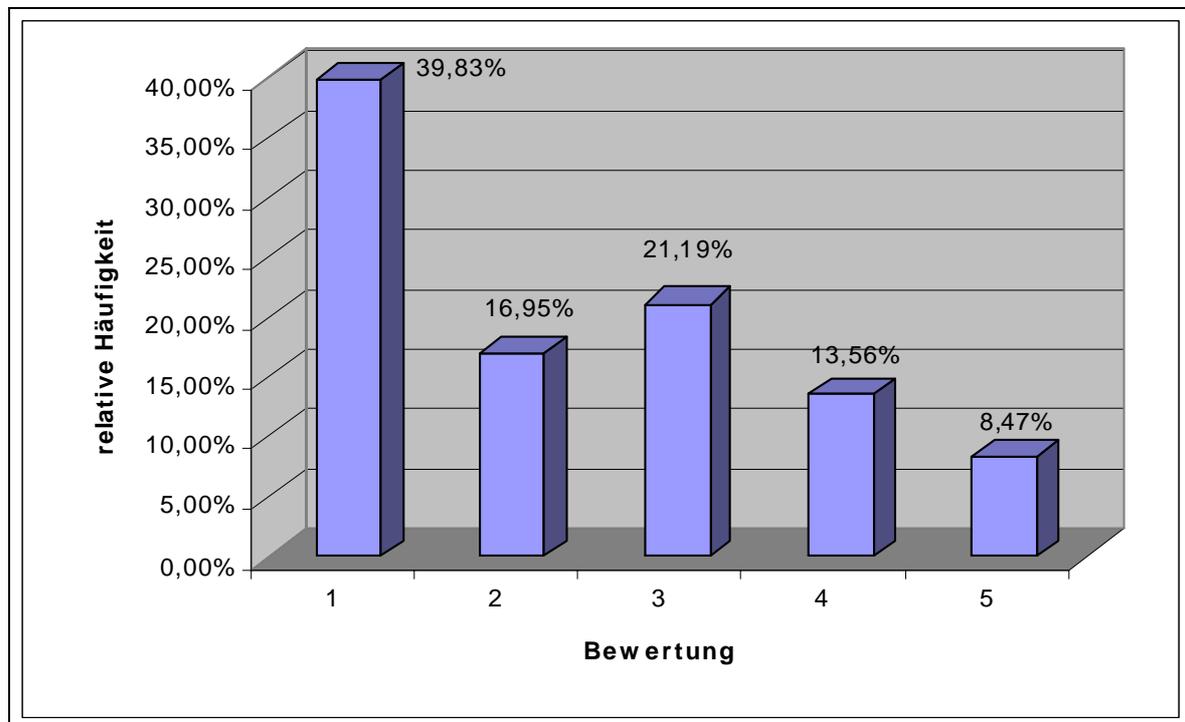


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde hier von den Unternehmen die Note 1,9 vergeben. Das heißt, dass die antwortenden Unternehmen bei der Zusammenarbeit mit dem Ausland nur selten mit dem Problem des zu geringen Marktpotentials konfrontiert sind.

Das Finanzierungsproblem bzw. das finanzielle Risiko wurde von 118 Unternehmen bewertet. 39,83% der Unternehmen beurteilten diesen Aspekt mit der Note 1 und sagte somit aus, dass sie sich diesem Problem gar nicht gegenüber gestellt sehen. 16,95% und somit 20 Unternehmen verteilten die Note 2. Sie äußerten somit, dass sie mit diesem Problem nur wenig konfrontiert sind. Die Note 3 wurde von 21,19% der antwortenden Unternehmen gegeben. Stark sehen sich 16 Unternehmen mit dem Finanzierungsproblem bzw. dem finanziellen Risiko belastet. 13,56% der Unternehmen kreuzten daher die Note 4 an. 10 Unternehmen beurteilten dieses Problem mit der Note 5.

Abbildung 56: Benotung des Problems „Finanzierungsprobleme / finanzielles Risiko“

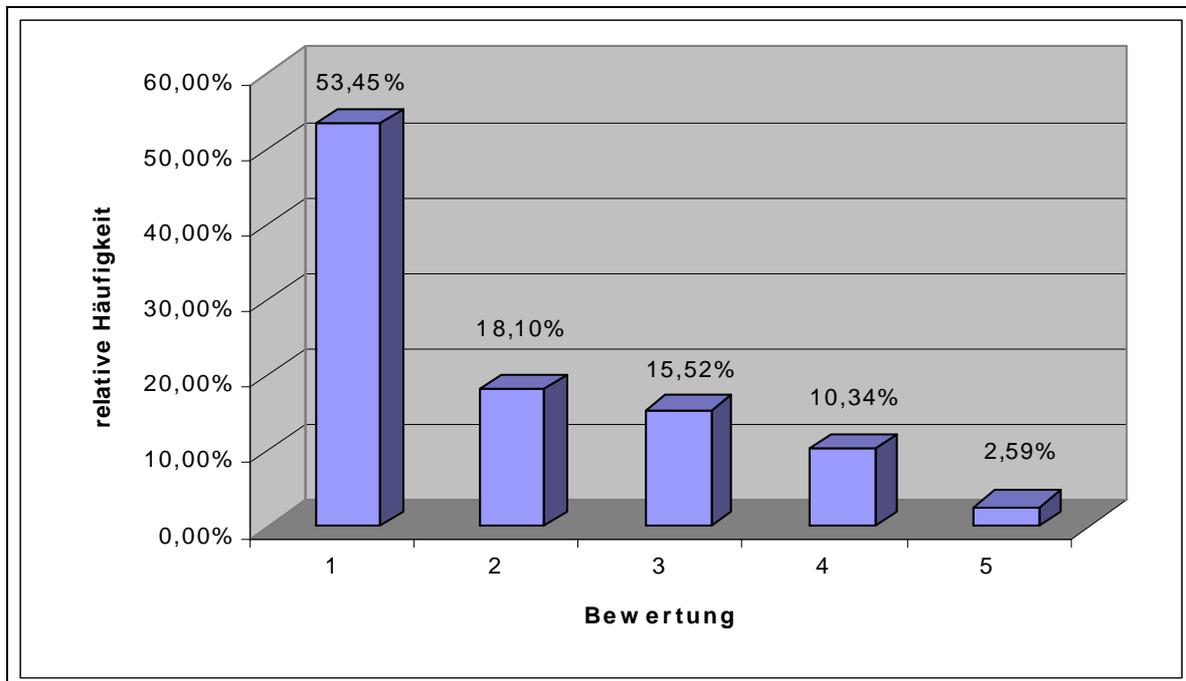


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Durchschnittsnote lag bei diesem Problem bei 2,3. Durchschnittlich sind die Unternehmen bei der Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen mit dem Finanzierungsproblem nur selbst konfrontiert.

An vierter Stelle wurde nach dem Problem der fehlenden Personalressourcen im eigenen Unternehmen gefragt. Hierzu machten 116 Unternehmen Angaben. Am häufigsten gaben die Unternehmen an, gar nicht mit diesem Problem konfrontiert zu sein. 62 Unternehmen verteilten die Note 1. Dies entspricht einem Prozentsatz von 53,45%. Wenig mit dem Problem der fehlenden Personalressourcen im eigenen Unternehmen sind 18,10% der Unternehmen belastet. Die Note 3 wurde von 18 Unternehmen und somit von 15,52% vergeben. 12 Unternehmen äußerten, dass sie sich den fehlenden Personalressourcen im eigenen Unternehmen stark konfrontiert sehen. 10,34% kreuzten deshalb die Note 4 an. 2,59% beurteilten das Problem mit einer 5 und gaben somit an, dass sie mit diesem Problem sehr stark belastet sind.

Abbildung 57: Benotung des Problems „Personalressourcen im eigenen Unternehmen“

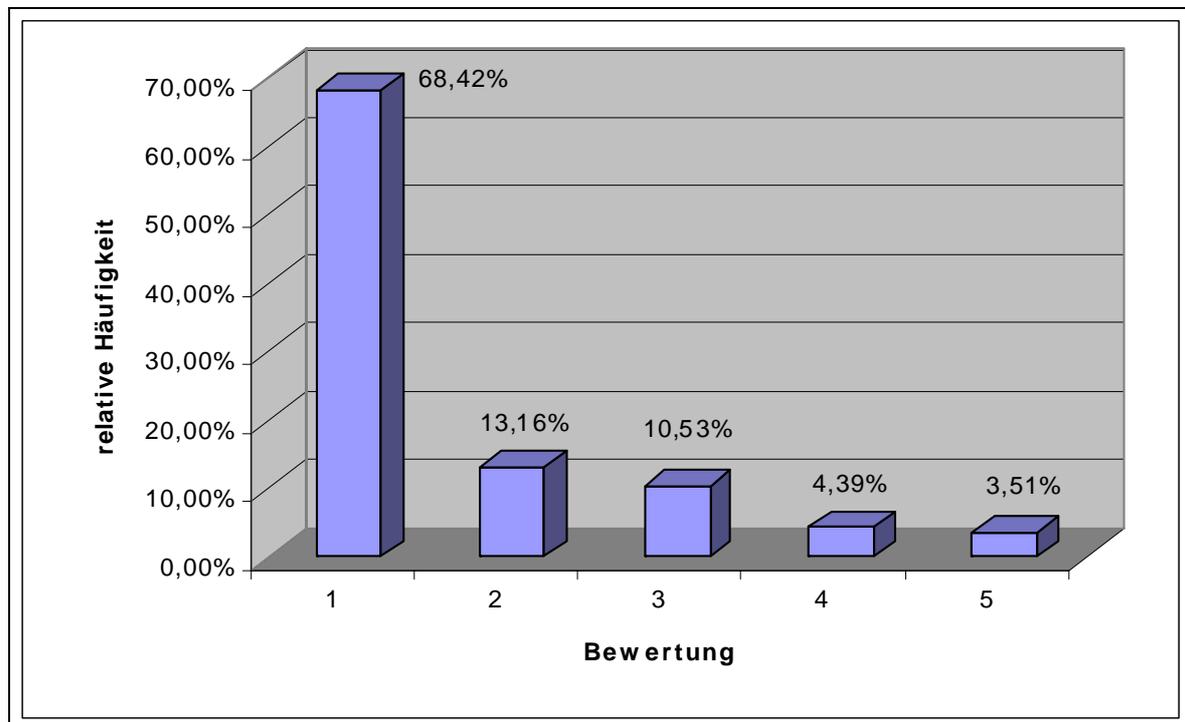


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde dieses Problem mit der Note 1,9 bewertet. Das bedeutet, dass die fehlenden Personalressourcen im eigenen Unternehmen ein kleines Problem bei der Zusammenarbeit darstellen.

Der nächste Punkt, den die beurteilenden Unternehmen bewerten konnten, waren die fehlenden Kapazitäten für Forschung und Entwicklung. 114 Unternehmen nahmen hierzu mit Hilfe der Notenvergabe Stellung. Weit über die Hälfte der antwortenden Unternehmen (68,42%) benotete diesen Aspekt mit einer 1 und meinte somit, keine Kapazitätsprobleme bei der Forschung und Entwicklung zu haben. 13,16% verteilten die Note 2. Somit sagten 15 Unternehmen aus, sich dem Problem der fehlenden Kapazitäten für Forschung und Entwicklung nur wenig gegenübergestellt zu sehen. 10,53% und demzufolge 12 Unternehmen gaben die Note 3. Die Note 4 wurde von 4,39% der 114 Unternehmen angekreuzt. Sehr stark mit dem Problem der fehlenden Kapazitäten für Forschung und Entwicklung konfrontiert zu sein teilten nur 3,51% der Unternehmen mit.

Abbildung 58: Benotung des Problems „Fehlende Kapazitäten für Forschung und Entwicklung“

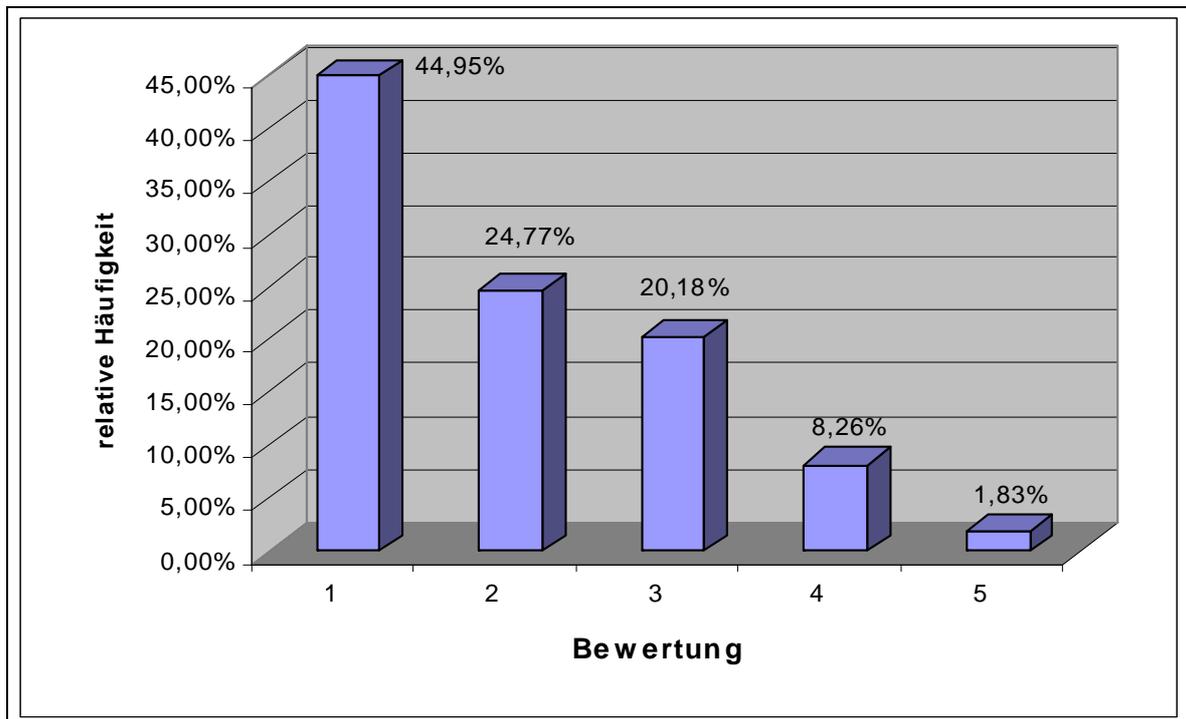


Quelle: Eigene Darstellung.

Das Problem „fehlenden Kapazitäten für Forschung und Entwicklung“ wurde von den Unternehmen im Durchschnitt mit der Note 1,6 bewertet. Somit sagten die Unternehmen aus, mit diesem Problem nur selten konfrontiert zu sein.

Im Anschluss bewerteten 109 Unternehmen das Problem der Informationsdefizite. Gar nicht mit dem Informationsdefizit konfrontiert zu sein, gaben 44,95% der Unternehmen an. 49 Unternehmen bewerteten das Problem mit der Note 1. Die Note 2 wurde von 24,77% verteilt. Damit sagten 27 Unternehmen aus, sich dem Problem des Informationsdefizits nur selten gegenübergestellt zu sehen. 20,18% der Unternehmen beurteilten diesen Aspekt mit der Note 3. 8,26% der Unternehmen vergaben die Note 4. Sehr stark mit dem Problem des Informationsdefizits belastet zu sein, gaben nur 1,83% der Unternehmen an. Deutlich werden diese Angaben anhand der folgenden Abbildung.

Abbildung 59: Benotung des Problems „Informationsdefizite“

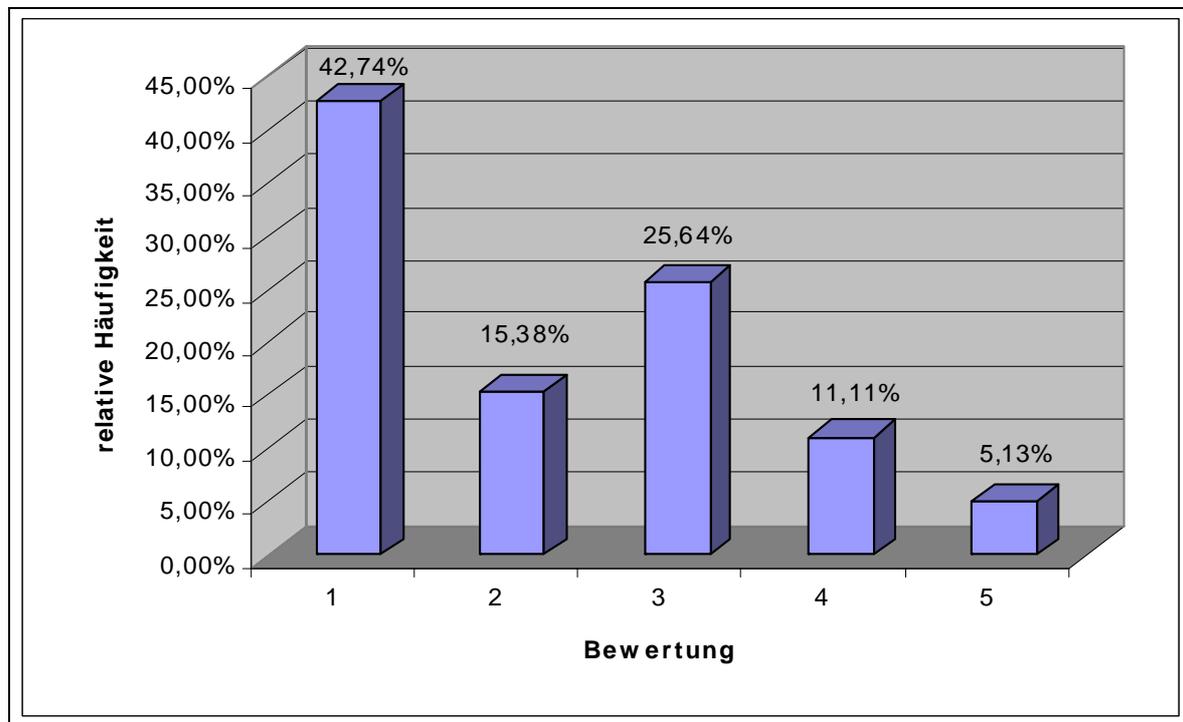


Quelle: Eigene Darstellung.

Durchschnittlich wurde das Problem mit einer 2,0 bewertet. Das bedeutet, dass sich die Unternehmen nur selten dem Problem des Informationsdefizits gegenübergestellt sehen.

Das Problem des Mangels an geeigneten Kooperationspartnern wurde von 117 Unternehmen mit Hilfe der Notenvergabe beurteilt. 42,74% bewerteten diesen Punkt mit der Note 1 und gaben somit an, dass sie mit diesem Problem nicht konfrontiert sind. 18 Unternehmen benoteten den Aspekt Mangel an geeigneten Kooperationspartnern mit der Note 2. Das entspricht einem Prozentsatz von 15,38%. Die Note 3 wurde von 30 Unternehmen und somit von 25,64% vergeben. Stark sehen sich 11,11% der Unternehmen diesem Problem ausgesetzt, seit sie im Ausland tätig sind. Nur 5,13% der 117 Unternehmen sind sehr stark mit dem Problem des Mangels an geeigneten Kooperationspartnern belastet.

Abbildung 60: Benotung des Problems „Mangel an geeigneten Kooperationspartnern“

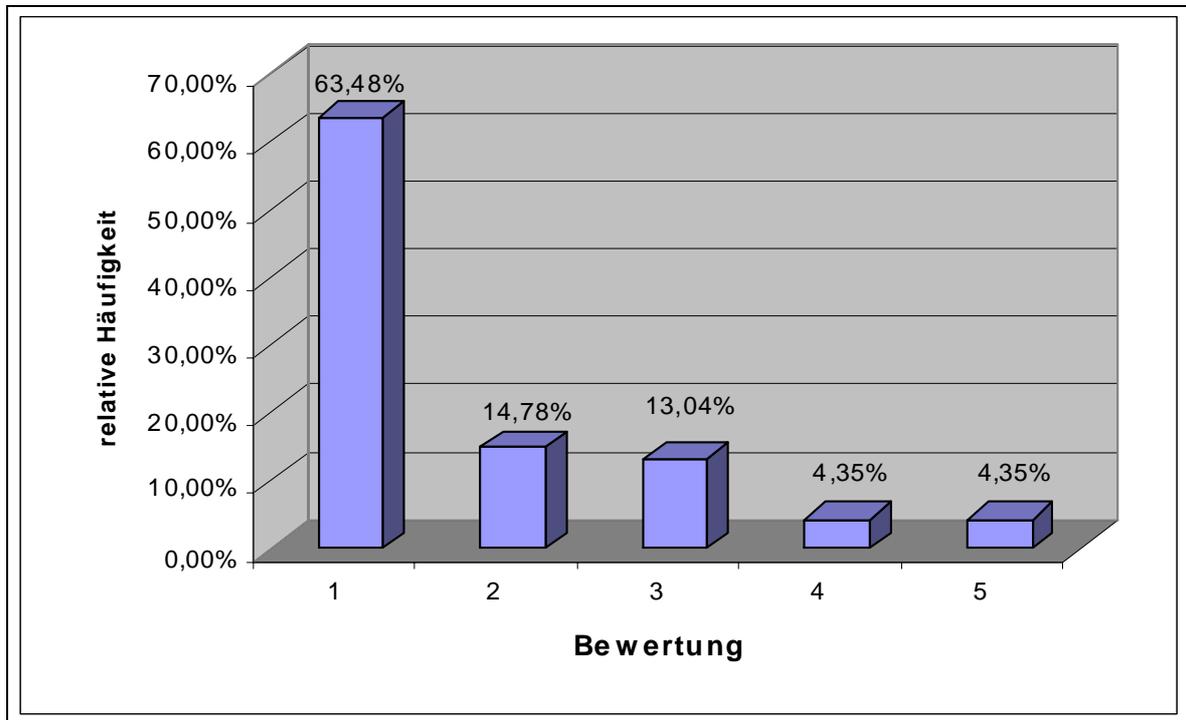


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Durchschnittsnote lag hier bei einer 2,2. Durchschnittlich sind die Unternehmen wenig mit dem Problem des Mangels an geeigneten Kooperationspartnern konfrontiert.

Der nächste Punkt, den die beurteilenden Unternehmen bewerten konnten, war das Problem des Mangels an geeigneten Arbeitskräften im Ausland. 115 Unternehmen nahmen hierzu mit Hilfe der Notenvergabe Stellung. Über die Hälfte der Unternehmen (63,48%) gab diesem Aspekt die Note 1. Somit sahen sich 73 Unternehmen dem Mangel an geeigneten Arbeitskräften im Ausland, im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen, gar nicht ausgesetzt. Die Note 2 wurde von 17 Unternehmen verteilt. Somit sagten 14,78% der Unternehmen, dass sie dieses Problem nur selten haben. 13,04% der Unternehmen kreuzten die Note 3 an. 5 Unternehmen sahen sich stark mit dem Problem des Mangels an geeigneten Arbeitskräften im Ausland konfrontiert. 4,35% der Unternehmen beurteile diesen Punkt mit der Note 4. Sehr stark mit diesem Aspekt sahen sich 5 Unternehmen belastet. In der Abbildung 61 wird die Notenvergabe deutlich.

Abbildung 61: Benotung des Problems „Mangel an geeigneten Arbeitskräften im Ausland“

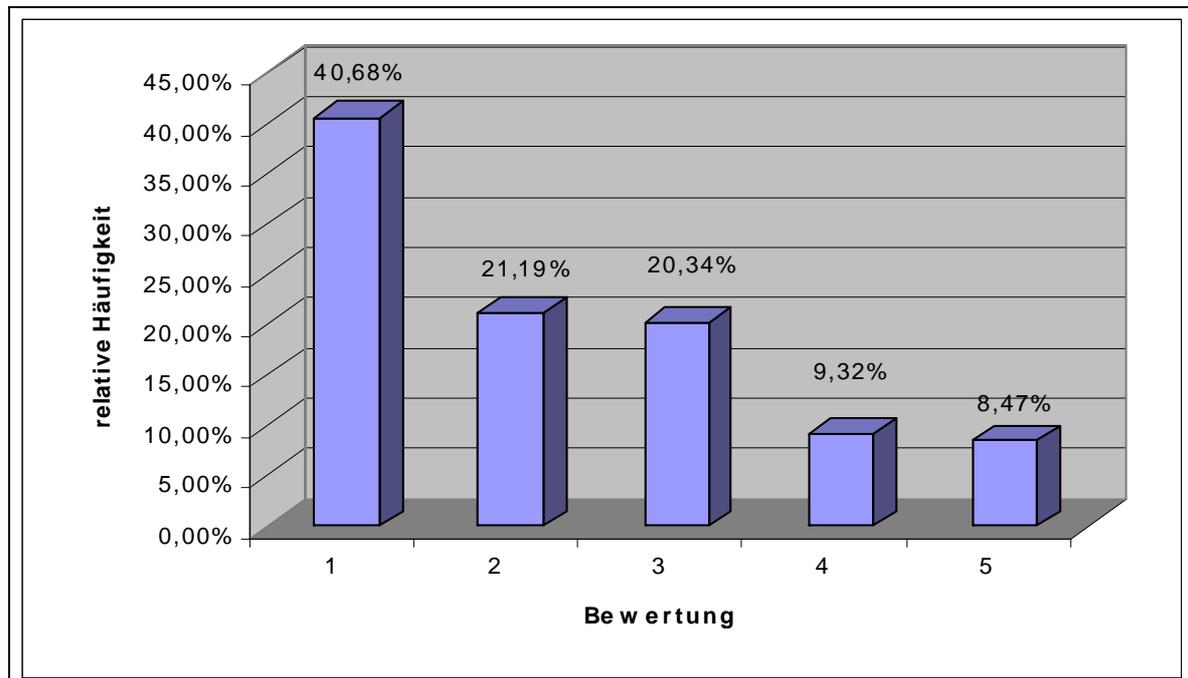


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde die Note 1,7 vergeben. Der Mangel an geeigneten Arbeitskräften im Ausland spielt im Rahmen der Zusammenarbeit eine untergeordnete Rolle.

An neunter Stelle wurde nach dem Sprachproblem gefragt. Hierzu machten 118 Unternehmen Angaben. Am häufigsten gaben die Unternehmen an, kein Sprachproblem im Rahmen der Zusammenarbeit zu haben. 48 Unternehmen verteilten die Note 1. Dies entspricht einem Prozentsatz von 40,68%. 21,19% vergaben die Note 2. Mit der Note 3 beurteilten 20,34% der Unternehmen diesen Punkt. 11 Unternehmen sagten aus, dass sie im Rahmen ihrer Auslandstätigkeit stark mit dem Sprachproblem belastet waren. 9,32% vergaben deshalb die Note 4. 8,47% beurteilten das Sprachproblem mit einer 5. Die folgende Abbildung verdeutlicht diese Zahlen nochmals.

Abbildung 62: Benotung des Problems „Sprachproblem“

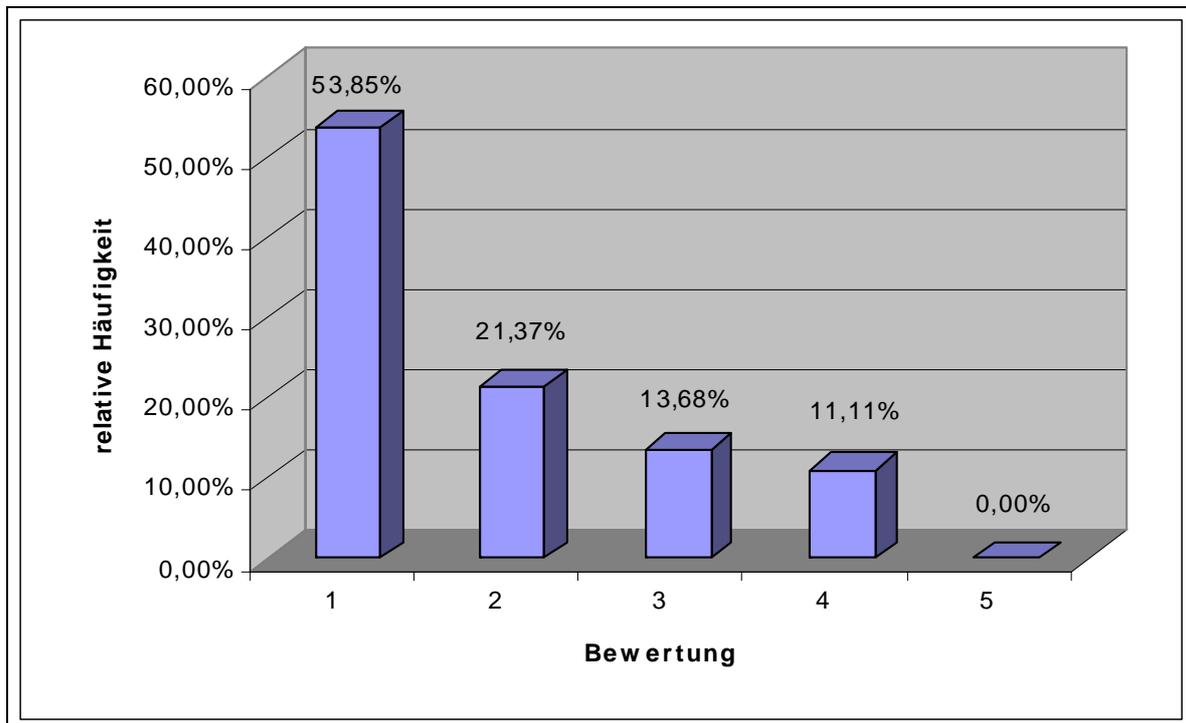


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde das Sprachproblem mit der Note 2,2 bewertet. Somit haben die antwortenden Unternehmen nur geringe Sprachprobleme bei der Zusammenarbeit mit dem ausländischen Unternehmen.

Der nächste Punkt, den die befragten Unternehmen bewerten konnten, waren die Defizite in der Verkehrsanbindung. 117 Unternehmen nahmen hierzu mit Hilfe der Notenvergabe Stellung. Über die Hälfte (53,85%) benotete diesen Aspekt mit einer 1 und gab somit an, dieses Problem nicht zu haben. Die Note 2 wurde von 21,37% angekreuzt. Damit sagten 25 Unternehmen aus, nur geringe Defizite in der Verkehrsanbindung zu haben. 13,68% der Unternehmen vergaben die Note 3. 11,11% der Unternehmen verteilten die Note 4. Kein Unternehmen hat sehr starke Defizite in der Verkehrsanbindung.

Abbildung 63: Benotung des Problems „Defizite in der Verkehrsanbindung“

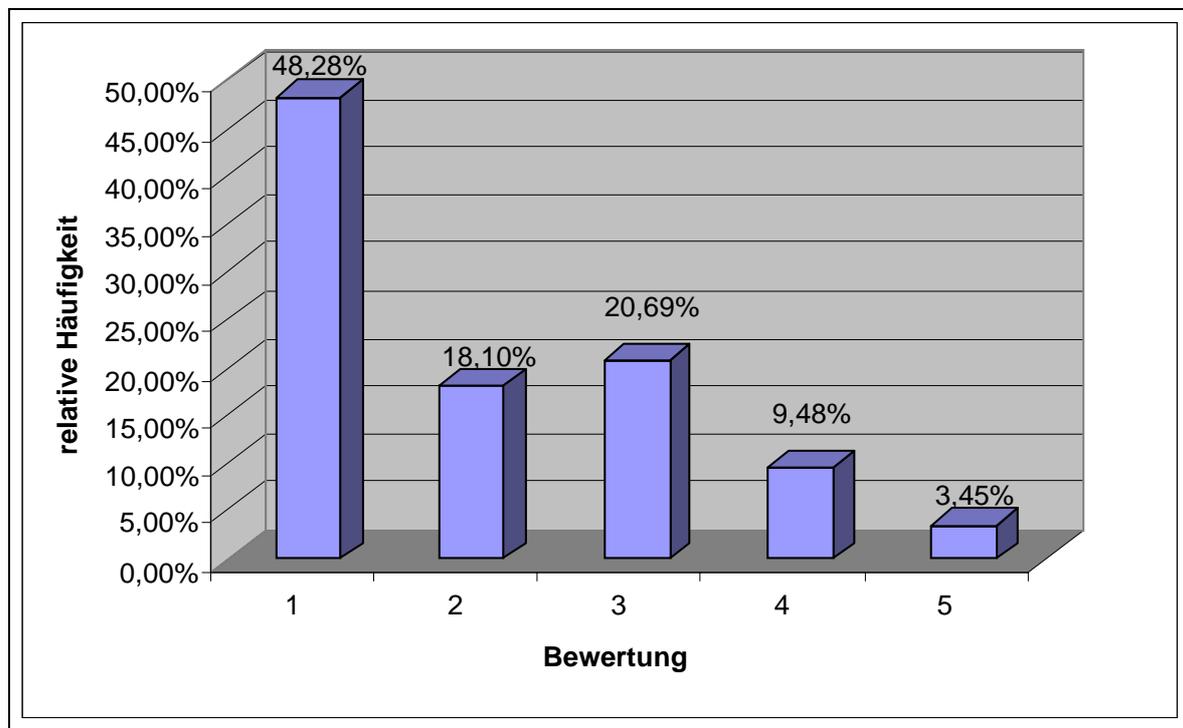


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Durchschnittsnote lag hier bei 1,8. Das heißt, dass die antwortenden Unternehmen mit geringen Defiziten in der Verkehrsanbindung im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland konfrontiert sind.

Das Problem der unterschiedlichen Unternehmenskulturen wurde von 116 Unternehmen bewertet. 48,28% der Unternehmen gaben diesem Aspekt die Note 1 und äußerten somit, dass sie kein Problem mit den unterschiedlichen Unternehmenskulturen im Rahmen ihrer Zusammenarbeit haben. 18,10% meinten, dass sie mit diesem nur wenig kämpfen. Die Note 3 wurde von 20,69% der antwortenden Unternehmen angekreuzt. Stark sehen sich 11 Unternehmen mit dem Problem der unterschiedlichen Unternehmenskulturen konfrontiert. 9,48% der Unternehmen vergaben die Note 4. 3,45% der Unternehmen sagten aus, dass sie sehr stark mit dem Problem der unterschiedlichen Unternehmenskulturen im Rahmen ihrer Zusammenarbeit belastet sind.

Abbildung 64: Benotung des Problems „Unterschiedliche Unternehmenskulturen“

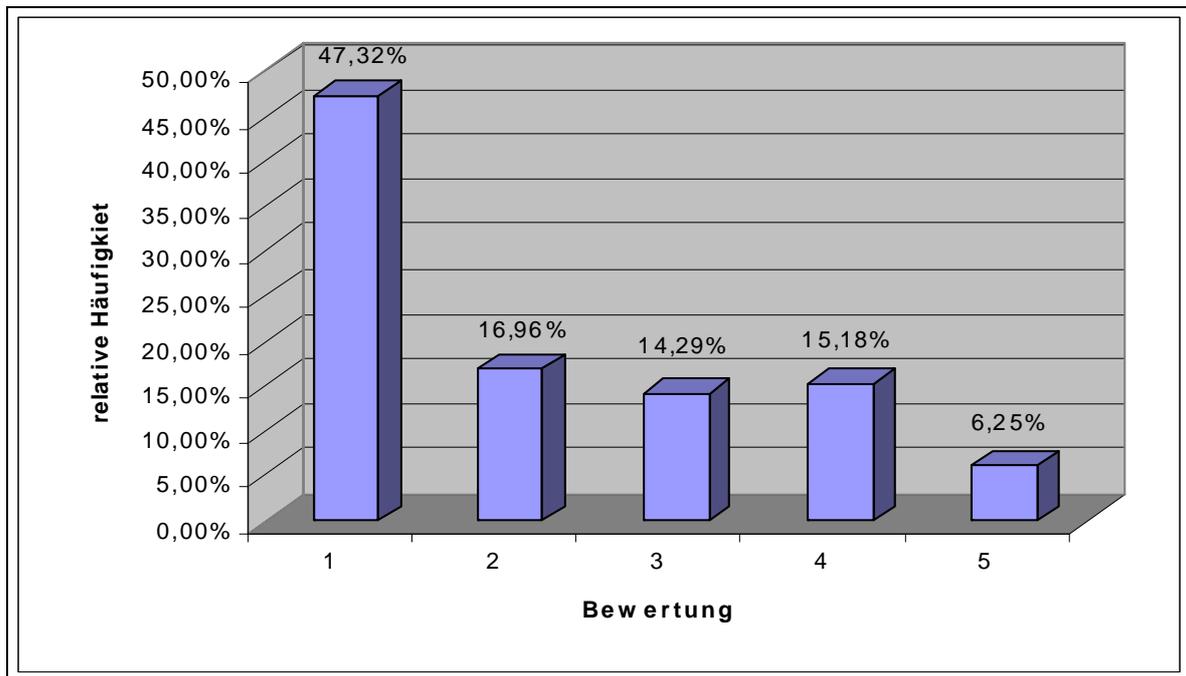


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Durchschnittsnote lag hier bei einer 2,0. Somit gaben die Unternehmen durchschnittlich an, selten mit dem Problem der unterschiedlichen Unternehmenskulturen im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland konfrontiert zu sein.

Des Weiteren wurden die beurteilenden Unternehmen gebeten, das Zollproblem zu bewerten. Hierzu nahmen 112 Unternehmen mit Hilfe der Notenvergabe Stellung. 47,32% benoteten dieses Problem mit der Note 1 und gaben somit an, dass sie kein Zollproblem im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland haben. 19 Unternehmen beurteilen das Zollproblem mit der Note 2. Das entspricht einem Prozentsatz von 16,96%. Die Note 3 wurde von 16 Unternehmen, und somit von 14,29%, vergeben. Stark mit dem Zollproblem belastet zu sein, gaben 17 Unternehmen an. 15,18% kreuzten die Note 4 an. Nur 6,25% der 112 Unternehmen haben sehr starke Probleme mit dem Zoll. Deutlich wird diese Aussage anhand der folgenden Abbildung.

Abbildung 65: Benotung des Problems „Zollprobleme“

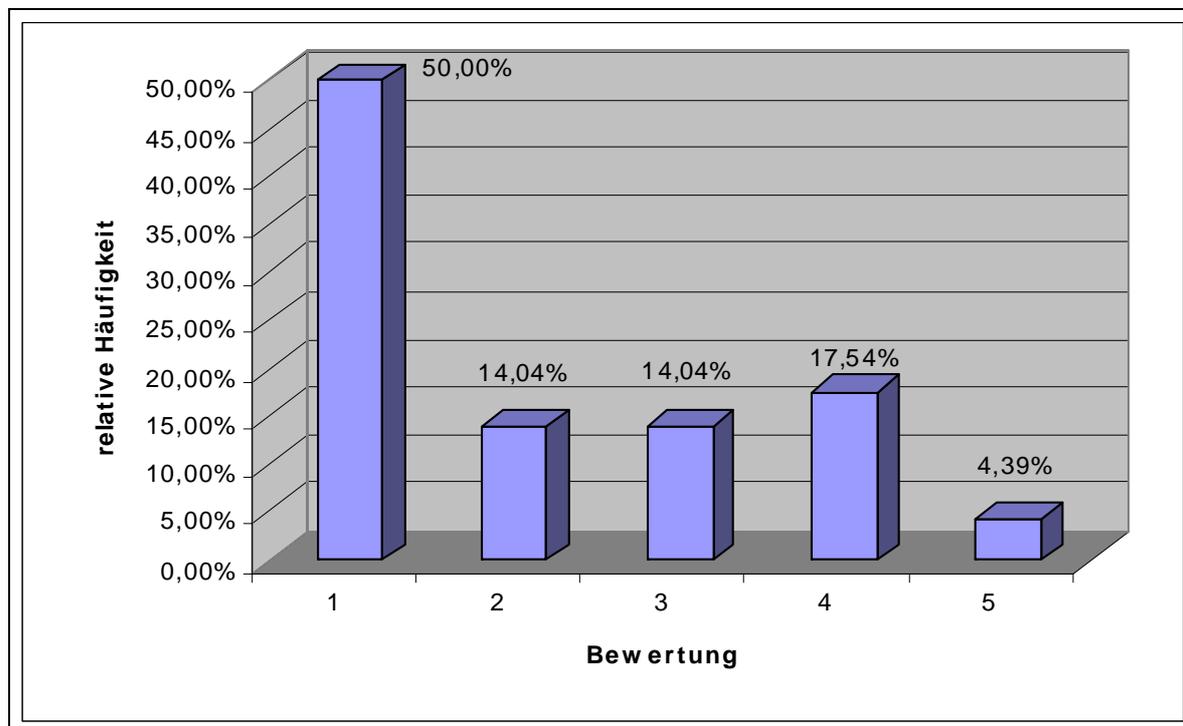


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Note 2,2 wurde hier im Durchschnitt vergeben. Das bedeutet, dass die antwortenden Unternehmen nur geringe Zollprobleme haben.

114 Unternehmen benoteten das Problem „fehlende Qualitätsnachweise bzw. der fehlenden Zertifizierungen“. Genau die Hälfte der 114 Unternehmen, die zu diesem Punkt im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen Angaben gemacht hat, vergab hier die Note 1 und stellte die Aussage als kein Problem dar. 14,04% verteilten die Note 2. Somit sagten 16 Unternehmen aus, wenige Probleme mit den fehlenden Qualitätsnachweisen bzw. den fehlenden Zertifizierungen zu haben. Weitere 14,04% und demzufolge 16 Unternehmen gaben die Note 3 an. Die Note 4 wurde von 17,54% der 114 Unternehmen angekreuzt. Sehr stark mit dem Problem der fehlenden Qualitätsnachweise bzw. der fehlenden Zertifizierungen sehen sich 4,39% der antwortenden Unternehmen belastet.

Abbildung 66: Benotung des Problems „Fehlende Qualitätsnachweise / Zertifizierungen“

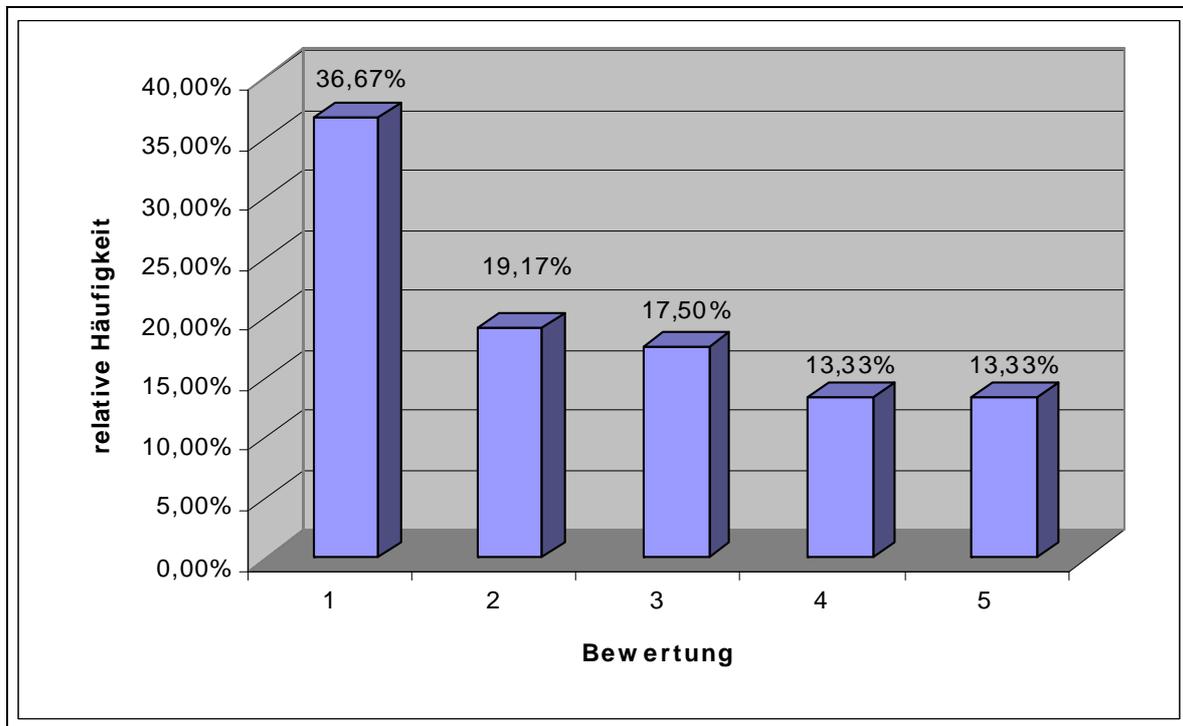


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Durchschnittsnote lag hier bei 2,1. Somit gaben die Unternehmen an, wenige Probleme mit den fehlenden Qualitätsnachweisen bzw. den fehlenden Zertifizierungen zu haben.

Die bürokratischen und rechtlichen Hemmnisse wurden von 120 Unternehmen bewertet. 36,67% der antwortenden Unternehmen sagten aus, dass sie sich dem Problem der bürokratischen und rechtlichen Hemmnisse im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland gar nicht ausgesetzt sehen. Die Note 2 wurde von 19,17% der Unternehmen angekreuzt. 21 Unternehmen, und demzufolge 17,50%, vergaben die Note 3. Stark sind 13,33% der Unternehmen mit diesem Problem konfrontiert. Ebenfalls 13,33% der Unternehmen benoteten diesen Aspekt mit der Note 5. Sie gaben an, sehr stark mit dem Problem der bürokratischen und rechtlichen Hemmnisse im Rahmen ihrer Arbeit mit ausländischen Unternehmen zu kämpfen.

Abbildung 67: Benotung des Problems „Bürokratische und rechtliche Hemmnisse“

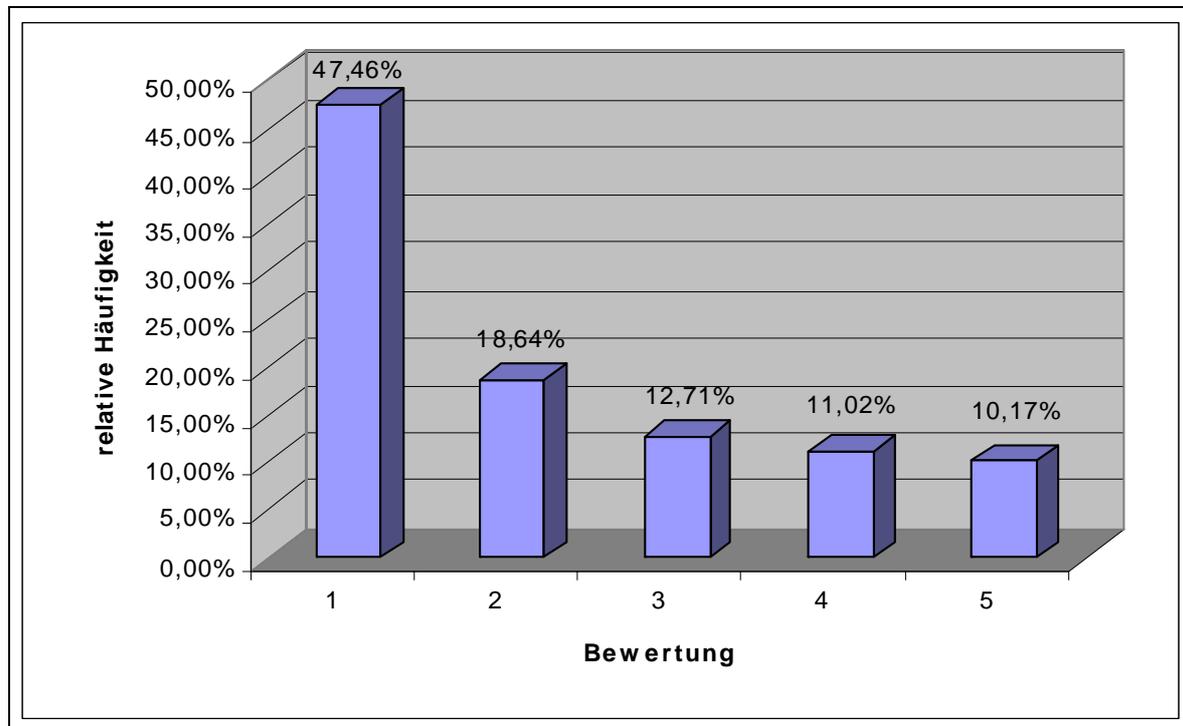


Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt bewerteten die Unternehmen diesen Punkt mit der Note 2,5. Somit haben die Unternehmen ein mäßiges Problem mit dem Problem der bürokratischen und rechtlichen Hemmnisse im Rahmen ihrer Arbeit mit dem Ausland.

Weiterhin wurden die befragten Unternehmen gebeten, das Problem der fehlenden finanziellen Anreize bzw. die zu geringen öffentlichen Förderungen zu bewerten. 118 Unternehmen machten hierzu Angaben. Fast die Hälfte der Unternehmen (47,46%) gab diesem Aspekt die Note 1. Somit sahen sich 56 Unternehmen dem Problem der fehlenden finanziellen Anreize bzw. der zu geringen öffentlichen Förderungen gar nicht ausgesetzt. Die Note 2 wurde von 22 Unternehmen verteilt. 18,64% der antwortenden Unternehmen meinten, sich den fehlenden finanziellen Anreizen bzw. den zu geringen öffentlichen Förderungen im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Ausland nur selten gegenübergestellt zu sehen. 12,71% der Unternehmen vergaben die Note 3. 13 Unternehmen sahen sich stark mit diesem Problem konfrontiert. 11,02% der Unternehmen kreuzte die Note 4 an. Sehr stark mit diesem Problem sehen sich 12 Unternehmen belastet. 10,17% verteilten die Note 5. In der Abbildung 68 wird die Notenvergabe deutlich.

Abbildung 68: Benotung des Problems „Fehlende finanzielle Anreize / zu geringe öffentliche Förderung“

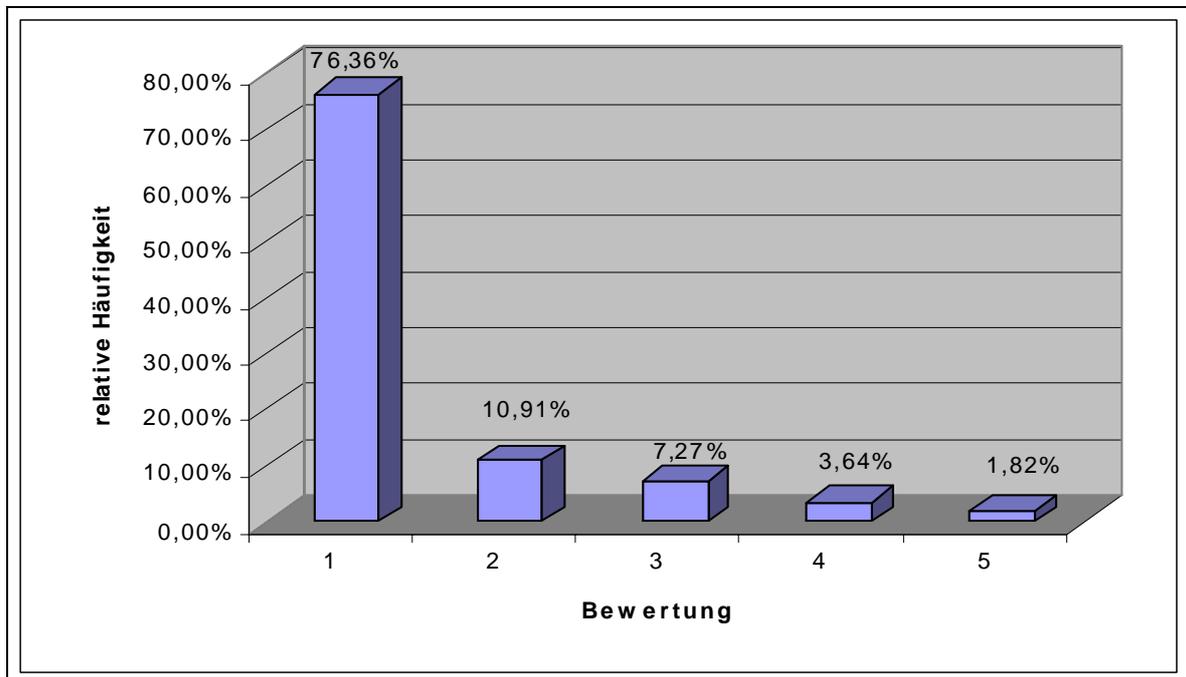


Quelle: Eigene Darstellung.

Die Durchschnittsnote lag bei einer 2,2. Somit gaben die Unternehmen durchschnittlich an, sich den fehlenden finanziellen Anreizen bzw. den zu geringen öffentlichen Förderungen im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland nur selten gegenübergestellt zu sehen.

Zum Ende dieser Frage wurden die Unternehmen gebeten, zu dem Problem der Behinderungen bei Übernahmen bzw. zu dem Problem der Neugründung von Unternehmen Stellung zu nehmen. 110 Unternehmen bewerteten diesen Aspekt. Weit über die Hälfte (76,36%) bewertete dieses Problem mit der Note 1 und gab somit an, dieses Problem im Rahmen der Zusammenarbeit nicht zu haben. Die Note 2 wurde von 10,91% verteilt. 7,27% der Unternehmen vergaben die Note 3. 4 Unternehmen kreuzten die Note 4 an. Das entspricht einem Prozentsatz von 3,64%. 2 Unternehmen meinten, dem Problem der Behinderungen bei Übernahmen bzw. dem Problem der Neugründung von Unternehmen sehr stark ausgesetzt zu sein. Somit vergaben 1,82% der Unternehmen die Note 5.

Abbildung 69: Benotung des Problems „Behinderung bei der Übernahme / Neugründung von Unternehmen“



Quelle: Eigene Darstellung.

Im Durchschnitt wurde dieser Aspekt mit der Note 1,4 bewertet. Damit sagten die Unternehmen durchschnittlich aus, mit dem Problem der Behinderung bei Übernahmen bzw. dem Problem der Neugründung von Unternehmen gar nicht konfrontiert zu sein.

Den befragten Unternehmen wurde des Weiteren unter dem Punkt „sonstige Probleme“ die Möglichkeit gegeben, ihre eigenen und individuellen Probleme, die bisher im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland auftraten, zu nennen. 2 Unternehmen machten von dieser Möglichkeit Gebrauch. Zum einen wurde das Problem der „unseriösen Geschäftspraktiken“ genannt und zum zweiten wurde von einer „anderen Unternehmensvorstellung in China und der USA“ berichtet. Schlussfolgernd ist festzustellen, dass bürokratische und rechtliche Hemmnisse die größten Probleme bei der Zusammenarbeit mit dem Ausland darstellen. 26,66% der antwortenden Unternehmen bewerteten dieses Problem mit der Note 4 oder 5. Am zweithäufigsten sehen sich die Unternehmen mit dem Problem der fehlenden finanziellen Anreize oder der zu geringen öffentlichen Förderungen sowie dem Finanzierungsproblem oder dem finanziellen Risiko gegenübergestellt. Je 22% der Bewertenden gaben an, mit diesem Aspekt stark bzw. sehr stark konfrontiert zu sein. Jeweils 21% der antwortenden Unternehmen gaben an, im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Zollproblem bzw. mit dem Problem der fehlenden Qualitätsnachweise oder Zertifizierungen stark bis sehr stark belastet zu sein. In der folgenden Abbil-

ung sind die Notenvergaben vergleichend dargestellt.

Abbildung 70: Zusammenfassung der Probleme



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.11. Mit welcher Hilfe kamen die Kontakte zu den ausländischen Unternehmen zustande?

Weiterhin wurde gefragt, mit welcher Hilfe die Kontakte zu den ausländischen Unternehmen zustande kamen. Es haben 130 Unternehmen auf diese Frage geantwortet. Auch hier bestand die Möglichkeit der Mehrfachnennung.

Tabelle 28: Zustandekommen der Auslandskontakte

Kontakte mit Hilfe von ...	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
IHKs	7	5,38%	123	94,62%	130	100,00%
sonst. Branchen- Industr.- od. Berufsverb.	7	5,38%	123	94,62%	130	100,00%
Auslandshandelskammern	6	4,62%	124	95,38%	130	100,00%
Unternehmensberater	2	1,54%	128	98,46%	130	100,00%
Ges. für Wirtsch.förd. MV	2	1,54%	128	98,46%	130	100,00%
Messen, Tagungen ...	58	44,62%	72	55,38%	130	100,00%
HWKs	1	0,77%	129	99,23%	130	100,00%
Fachzeitschriften	17	13,08%	113	86,92%	130	100,00%
ausländ. Konsulat	1	0,77%	129	99,23%	130	100,00%
informelle Kontaktvermittlung...	93	71,54%	37	28,46%	130	100,00%
Internet	37	28,46%	93	71,54%	130	100,00%
Sonstiges	13	10,00%	117	90,00%	130	100,00%
fehlende Werte	175					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

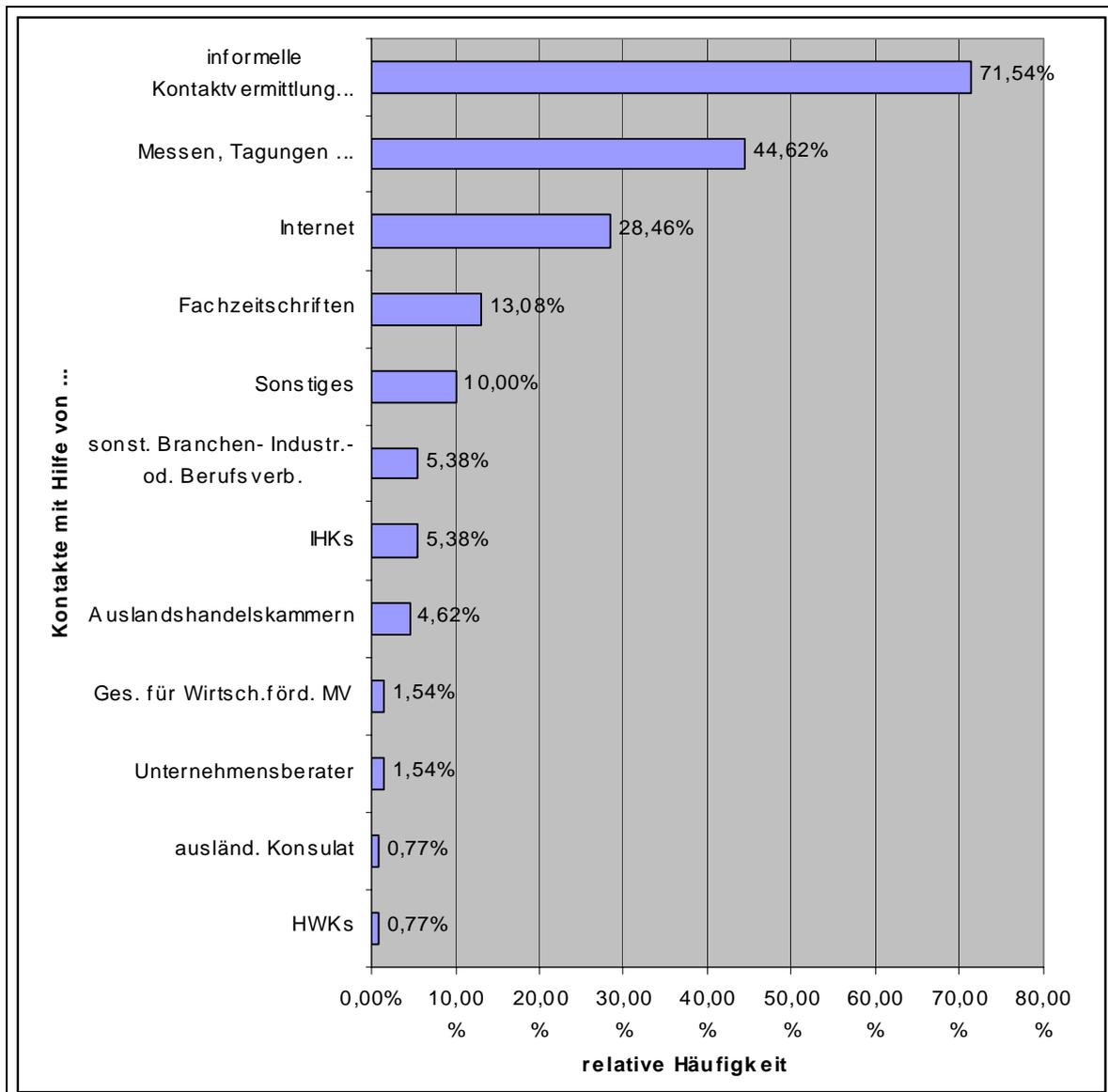
Durch die IHKs kamen laut Befragung die Kontakte von 5,38% der Unternehmen zustande. Ebenfalls 5,38% der Unternehmen gaben an, dass der Kontakt mit Hilfe sonstiger Branchen-, Industrie- oder Berufsverbänden aufgebaut wurde. 4,62% der 130 antwortenden Unternehmen fanden den Kontakt zu den ausländischen Unternehmen über die Auslandshandelskammern.

Durch Unternehmensberater kamen lediglich 1,54% der Kontakte zustande. Ebenfalls 1,54% der Kontakte wurden mit Hilfe der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung MV aufgebaut. 44,62% der Unternehmen, die auf diese Frage antworteten, gaben in der Umfrage an, dass der Kontakt zu den Geschäftspartnern durch Messen, Tagungen, Seminare und ähnlichem zustande kamen. Lediglich 0,77% der Unternehmen baute den Kontakt mit Hilfe der Handwerkskammern (HWKs) auf. Durch Fachzeitschriften fanden 13,08% der Unternehmen den Kontakt zu den ausländischen Partnern. Das ausländische Konsulat verhalf 0,77% der Unternehmen zu einem Kontakt zu ausländischen Unternehmen. Mittels der informellen Kontaktvermittlung über Geschäftspartner, Bekannte etc. wurden bei 71,54% der Unternehmen die Kontakte aufgebaut.

28,46% der Unternehmen gaben im Fragebogen an, dass der Kontakt zum ausländischen Unternehmen mit Hilfe des Internets zustande kam. Es gaben 13 Unternehmen an, dass der Kontakt durch sonstige Kategorien entstand. Hierbei wurden genannt, dass der Kontakt über „Industriepartner“ oder über den „Besuch des öffentlichen Natursteinhändlers“ zustande kam. Des Weiteren wurde die Eigeninitiative genannt. Darunter fallen zum Beispiel die Antworten „eigene Vertriebstätigkeit“, „konzerninterner Austausch“ oder „persönlicher Kontakt“.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass der Kontakt zum ausländischen Unternehmen vorwiegend durch Eigeninitiative zustande kam. 71,54% nannten Bekannte oder Geschäftspartner, 26,46% recherchierten eigenständig im Internet und 13,08% fanden den Kontakt mit Hilfe von Fachzeitschriften. Die folgende Abbildung zeigt die Antworten übersichtlich auf.

Abbildung 71: Zustandekommen der Auslandskontakte



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.2.12. Welche öffentliche Förderprogramme (ÖFP) nutzen Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?

Ein weiteres Ziel der Befragung war es, herauszufinden, welche öffentlichen Förderprogramme (ÖFP) bei der Tätigkeit im Ausland genutzt werden. Es konnten Mehrfachantworten gegeben werden. Folgende Ergebnisse waren zu verzeichnen.

*Tabelle 29: Nutzung der Öffentlichen Förderprogramme für die Tätigkeit im Ausland*

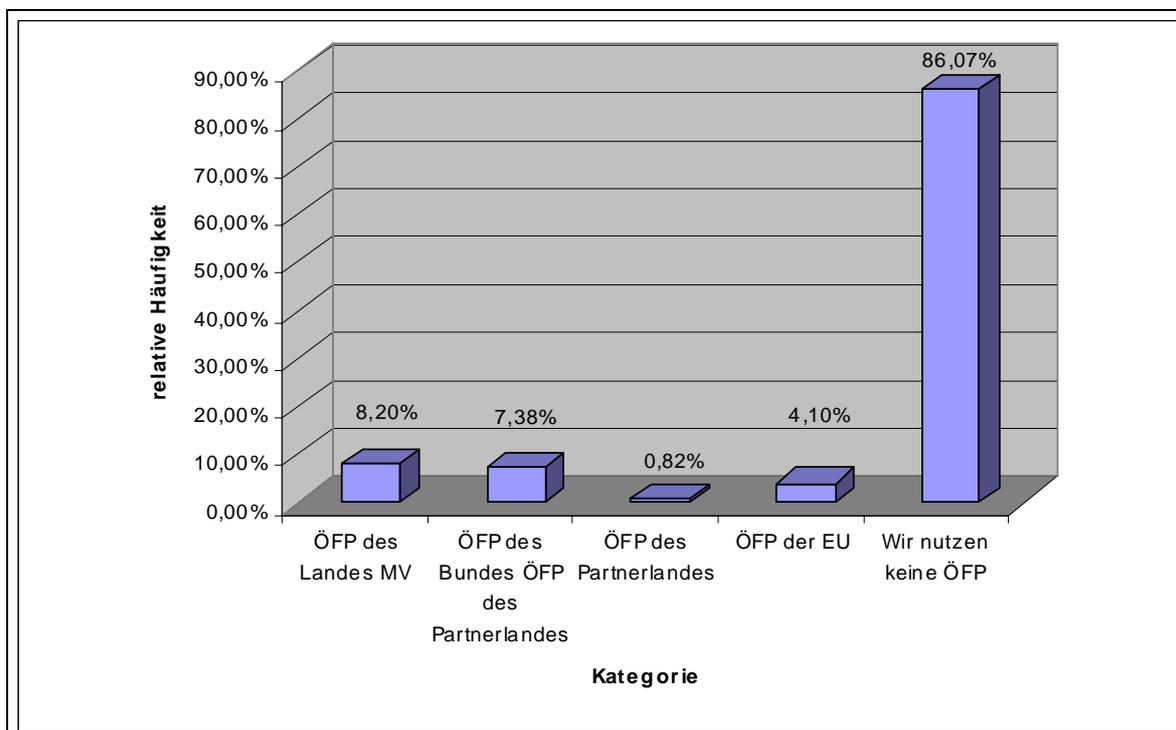
Kategorie	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
ÖFP des Landes MV	10	8,20%	112	91,80%	122	100,00%
ÖFP des Bundes ÖFP des Partnerlandes	9	7,38%	113	92,62%	122	100,00%
ÖFP des Partnerlandes	1	0,82%	121	99,18%	122	100,00%
ÖFP der EU	5	4,10%	117	95,90%	122	100,00%
Wir nutzen keine ÖFP	105	86,07%	17	13,93%	122	100,00%
sonstige ÖFP und zwar	3					
fehlende Werte	183					

Quelle: Eigene Bearbeitung.

86,07% der Unternehmen, die zu dieser Frage Angaben gemacht haben, sagten, keine öffentlichen Förderprogramme zu nutzen. 8,20% der antwortenden Unternehmen gaben an, öffentliche Förderprogramme des Landes Mecklenburg-Vorpommern zu erhalten. 7,36% nutzen öffentliche Förderprogramme des Bundes und 0,82% nutzen die öffentlichen Förderprogramme des Partnerlandes. 4,10% nannten die öffentlichen Förderprogramme der EU. 3 Unternehmen erwähnten sonstige öffentliche Förderprogramme. Hier wurde zum einen die „MBMV-Mittelstandsbeihilfe“ genannt. Die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Mecklenburg Vorpommern (MBMV) tritt als stiller Teilhaber in Erscheinung und unterstützt so das Unternehmen finanziell, ohne Einfluss auf die Geschäfte zu nehmen. Des Weiteren wurde das „BMWA Vermarktungshilfsprogramm 2005“ genannt. Dieses wurde 1994 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) eingeführt. Es unterstützt Unternehmen, die im Ausland Fuß fassen wollen. Die „Messeförderung“ wurde ebenfalls einmal angegeben.<sup>8</sup> Deutlich werden diese Ergebnisse in der Abbildung.

<sup>8</sup> Informationen der IHK zu Schwerin.

Abbildung 72: Nutzung der Öffentlichen Förderprogramme für die Tätigkeit im Ausland



Quelle: Eigene Bearbeitung.

### 4.3. Das Beratungsangebot der IHK zu Schwerin im Zusammenhang mit Auslandsaktivitäten

Im letzten Fragebogenabschnitt wurden die Unternehmen gebeten, Fragen zum Beratungsangebot der IHK zu Schwerin zu beantworten. Dieser Teil des Bogens konnte sowohl von Unternehmen mit Auslandsaktivitäten als auch von Unternehmen ohne diese beantwortet werden.

#### 4.3.1. Haben Sie die Beratungs- und Dienstleistungen der IHK zu Schwerin für Wirtschaftskooperationen mit ausländischen Partnern bereits genutzt?

293 Unternehmen haben zu dieser Frage Angaben gemacht. Die Tabelle 30 zeigt, dass die meisten Unternehmen (83,28%), die zu dieser Frage Angaben gemacht haben, die Beratungs- und Dienstleistungen der IHK zu Schwerin für Wirtschaftskooperationen mit ausländischen Partnern nicht genutzt haben. 244 Unternehmen gaben auf diese Frage die Antwort „Nein“.

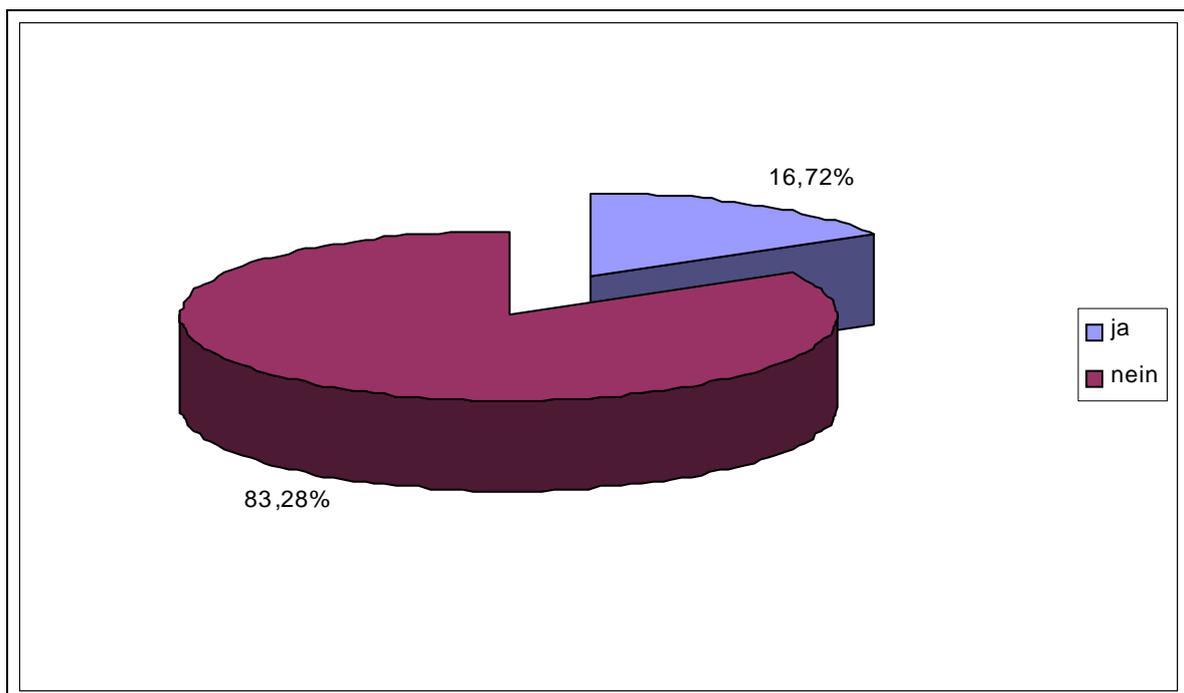
Tabelle 30: Nutzung des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes der IHK

Kategorie	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
ja	49	16,72%
nein	244	83,28%
gesamt	293	100,00%
fehlende Werte	12	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Nur 16,72% gaben an, diese Leistungen bereits genutzt zu haben. Das entspricht einer absoluten Häufigkeit von 49 Unternehmen. Folgende Abbildung verdeutlicht diese Zahlen.

Abbildung 73: Nutzung des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes der IHK



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.3.2. Falls Sie die Beratungs- und Dienstleistungen bisher noch nicht nutzen, weshalb nutzten Sie diese Leistungen nicht?

Unter der Voraussetzung, dass die Befragten die Frage „Haben Sie die Bera-

tungs- und Dienstleistungen der IHK zu Schwerin für Wirtschaftskooperationen mit ausländischen Partnern genutzt?“ mit „Nein“ beantwortet haben, wurden sie im Anschluss gebeten den Grund dafür anzugeben. Hier wurden zwei Antwortmöglichkeiten vorgegeben.

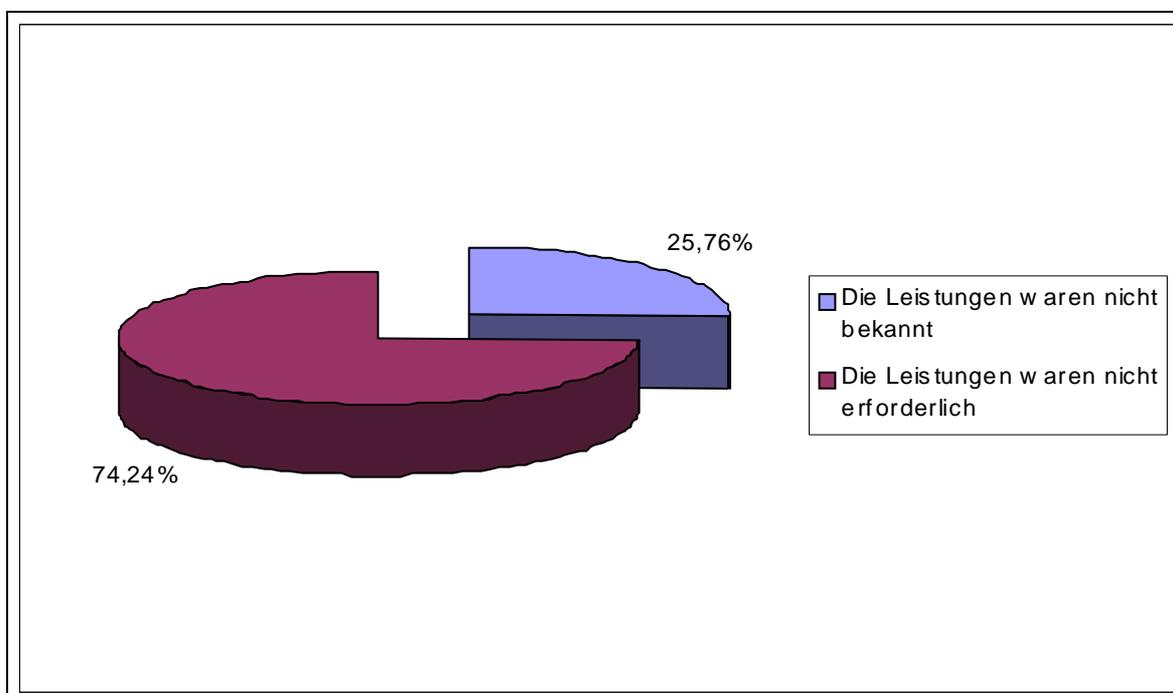
*Tabelle 31: Grund für das nicht Nutzen der Leistungen*

Kategorie	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
Die Leistungen waren nicht bekannt	59	25,76%
Die Leistungen waren nicht erforderlich	170	74,24%
gesamt	229	100,00%
fehlende Werte	76	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

¼ der Unternehmen, die Angaben zu dieser Frage machten, kreuzten die Antwortmöglichkeit „Die Leistungen waren nicht bekannt“ an. Dies entspricht einer absoluten Häufigkeit von 59 Unternehmen und somit einem Prozentsatz von 25,76%. 170 Unternehmen (74,24%) gaben an, dass die Leistungen nicht erforderlich waren. In der Abbildung 74 wird diese Verteilung deutlich.

*Abbildung 74: Grund für das nicht Nutzen der Leistungen*



Quelle: Eigene Darstellung.

## 4.3.3. Welche Leistungen nutz(t)en Sie?

Auf die Frage, welche Leistungen der IHK zu Schwerin die Unternehmen nutzten, gaben 70 Unternehmen eine Antwort. Es konnten Mehrfachantworten gegeben werden.

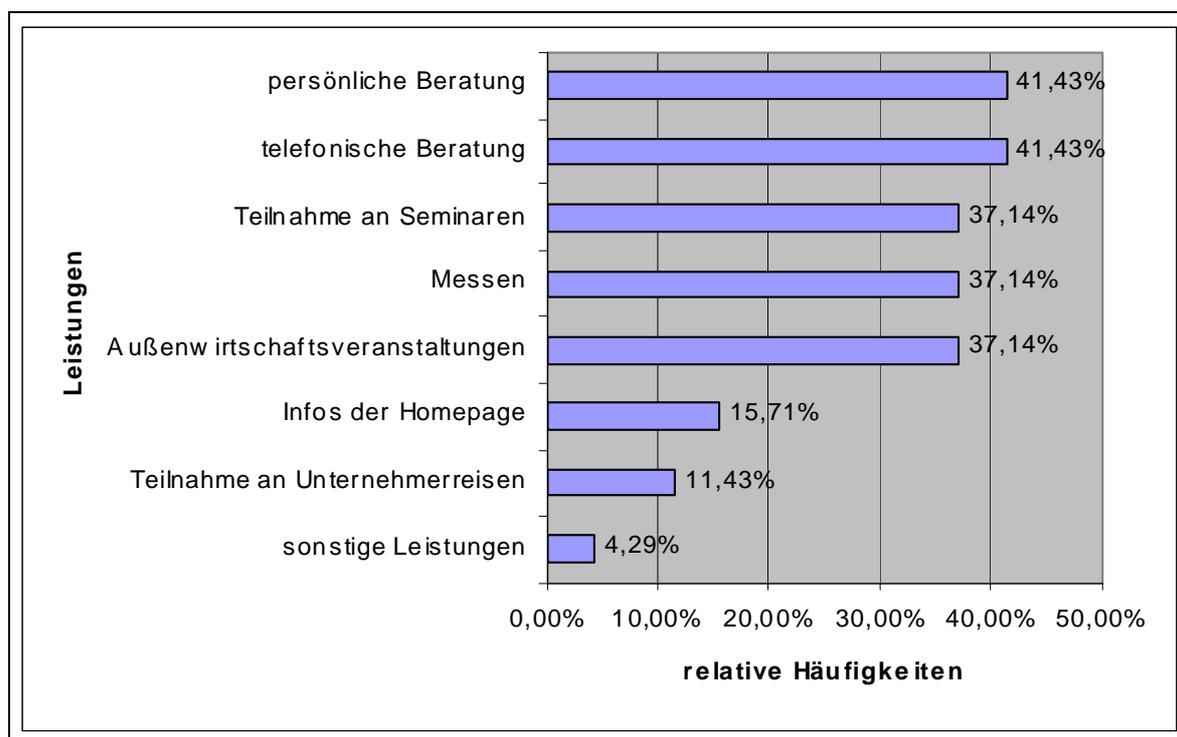
*Tabelle 31: Nutzung der Leistungen*

Leistungen	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
telefonische Beratung	29	41,43%	41	58,57%	70	100,00%
persönliche Beratung	29	41,43%	41	58,57%	70	100,00%
Außenwirtschaftsveranstaltungen	26	37,14%	44	62,86%	70	100,00%
Teilnahme an Unternehmerreisen	8	11,43%	62	88,57%	70	100,00%
Messen	26	37,14%	44	62,86%	70	100,00%
Teilnahme an Seminaren	26	37,14%	44	62,86%	70	100,00%
Infos der Homepage	11	15,71%	59	84,29%	70	100,00%
sonstige Leistungen	3	4,29%	67	95,71%	70	100,00%
fehlende Werte	235					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die telefonische Beratung wurde von 41,43% der antwortenden Unternehmen genutzt. Ebenfalls 41,43% der Antwortenden nutzten die persönliche Beratung der IHK. 37,14% der Unternehmen, die Angaben machten, besuchten Außenwirtschaftsveranstaltungen der IHK. 11,43% gaben an, an Unternehmensreisen teilgenommen zu haben. Die Messen wurden von 37,14% der antwortenden Unternehmen besucht und ebenfalls 37,14% nahmen an Seminaren teil. Die Informationen auf der Homepage wurden von 15,71% genutzt. 3 Unternehmen gaben an, sonstige Leistungen der IHK in Anspruch genommen zu haben. Diese Leistungen sind im Anhang unter Punkt A1.14. zu finden.

Abbildung 75: Nutzung der Leistungen



Quelle: Eigene Darstellung

#### 4.3.4. Waren Sie mit den Leistungen zufrieden?

Nun wurde an die westmecklenburgischen Unternehmen die Frage gestellt, ob sie mit den Leistungen der IHK zufrieden waren. Auf diese Frage antworteten 66 der 305 befragten Unternehmen.

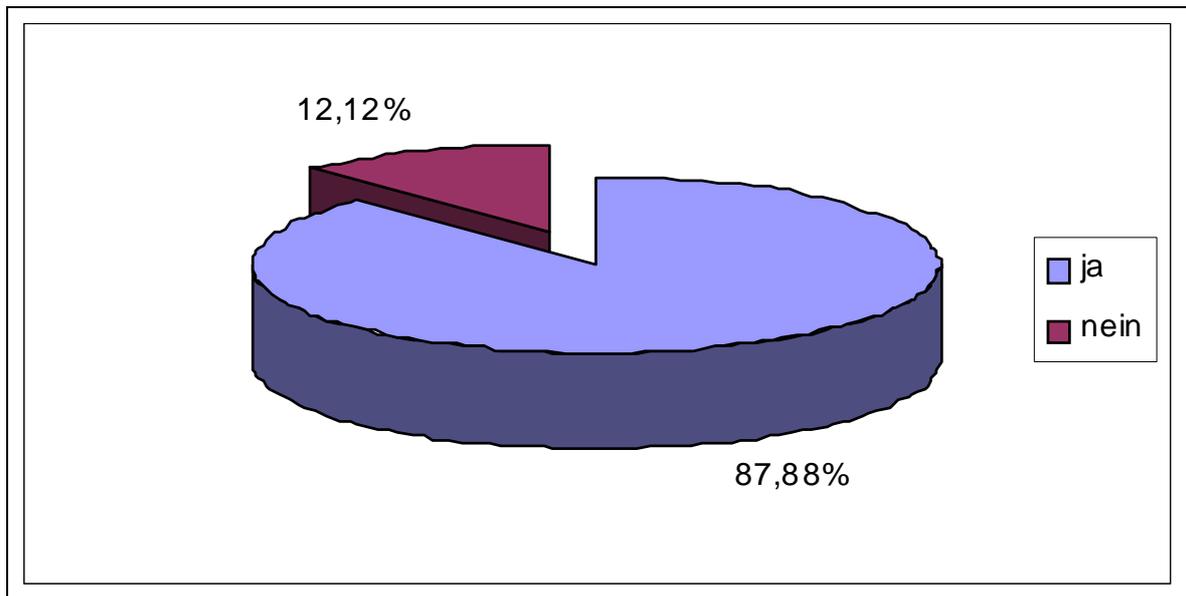
Tabelle 33: Zufriedenheit

Antwort	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
ja	58	87,88%
nein	8	12,12%
Summe	66	100,00%
fehlende Angaben	239	

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die klare Mehrheit von 87,88% (also 58 der 66 erhaltenen Antworten) antwortete, dass sie mit den Leistungen zufrieden war. Die restlichen 12,12% der antwortenden Unternehmen waren laut Umfrageergebnis mit den Leistungen der IHK nicht zufrieden.

Abbildung 76: Zufriedenheit



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 4.3.5. Welche Zusatzleistungen sollten von der IHK angeboten werden?

Die letzte Frage des Fragebogens beschäftigte sich mit den möglichen Zusatzleistungen, die aus der Sicht der Unternehmen von der IHK vermehrt angeboten werden sollten. Auch hier konnten mehrere Antworten gegeben werden.

Tabelle 24: Zusatzleistungen

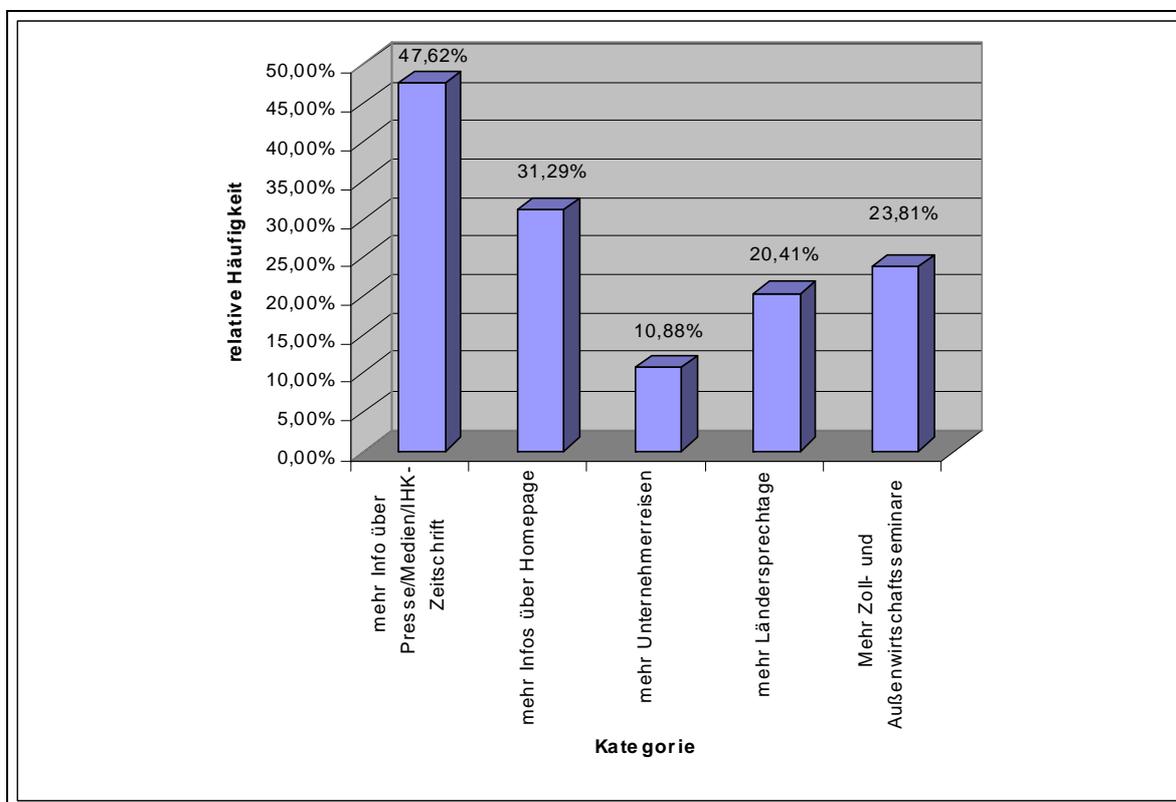
Kategorie	Ja		Nein		Summe	
	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
mehr Info über Presse/Medien/IHK-Zeitschrift	70	47,62%	77	52,38%	147	100,00%
mehr Infos über Homepage	46	31,29%	101	68,71%	147	100,00%
mehr Unternehmerreisen	16	10,88%	131	89,12%	147	100,00%
mehr Ländersprechtage	30	20,41%	117	79,59%	147	100,00%
Mehr Zoll- und Außenwirtschaftsseminare	35	23,81%	112	76,19%	147	100,00%
Sonstige Leistungen	18					
fehlende Werte	158					

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Fast die Hälfte der Unternehmen, die diese Frage beantworteten, gab an, mehr Informationen über die Presse, die Medien oder die IHK-Zeitschrift erhalten zu wollen. Diese Aussage trafen 70 Unternehmen (47,62%). 31,29% wünschen sich mehr Informationen über die Homepage. Das entspricht einer absoluten Häufigkeit von 46 Unternehmen. Mehr Unternehmerreisen würden 10,88% der antwortenden Unternehmer begrüßen. 20,41% gaben an, mehr Ländersprechtage angeboten haben zu wollen und 23,81% wünschen sich

mehr Seminare über Zoll- und Außenwirtschaftsfragen.

Abbildung 77: Zusatzleistungen



Quelle: Eigene Darstellung.

18 Unternehmen machten unter dem Punkt „sonstige Leistungen“ Angaben. Unter anderem wurde hier der Wunsch nach Informationsveranstaltungen über neue Märkte oder Finanzierungsmöglichkeiten geäußert. Alle sonstigen Angaben sind im Anhang unter Punkt A1.15. aufgelistet.

## 5. Bivariate Datenanalyse

In diesem Teil der Arbeit soll unter anderem untersucht werden, ob es Unterschiede in der Nutzung der öffentlichen Förderprogramme bei der Tätigkeit im Ausland gibt. Weiterhin ist zu prüfen, ob sich die verschiedenen Branchen hinsichtlich der gegenwärtigen Probleme unterscheiden. Es soll weiterhin analysiert werden, ob das Betreiben von Forschung und Entwicklung abhängig von der Umsatzhöhe des vergangenen Jahres ist.

Zu beachten ist, dass es bei einzelnen Fragen die Möglichkeit der Mehrfachnennungen gab. In diesen Fällen entsprechen die 100% der Summe nicht den antwortenden Unternehmen, sondern der Summe der Nennungen. Wenn Unternehmen die Möglichkeit der Mehrfachnennung genutzt haben, liegt die Summe der Nennungen über der Summe der antwortenden Unternehmen.

### 5.1. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? - Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?

An dieser Stelle soll untersucht werden, ob die verschiedenen Branchen Unterschiede im Hinblick auf die Durchführung von Forschung und Entwicklung aufweisen. Die Ergebnisse dieser Auswertung sind in der Tabelle 35 zu sehen.

Tabelle 35: Branche / Forschung und Entwicklung

relative Häufigkeit Branche	Forschung und Entwicklung			Gesamtergebnis
	ja, kontinuierlich	ja, gelegentlich	nein, gar nicht	
Produktion	27,52%	25,69%	46,79%	100,00%
Handel/Großhandel	2,00%	18,00%	80,00%	100,00%
Dienstleistung	9,57%	15,65%	74,78%	100,00%
sonstige	13,79%	13,79%	72,41%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die relativen Häufigkeiten beziehen sich hier auf die Unternehmen, die Angaben zur Frage der Forschung und Entwicklung machten.

Die Analyse ergab, dass 27,53% der antwortenden Unternehmen der Produktionsbranche kontinuierlich Forschung und Entwicklung betreiben. 25,69% der Unternehmen dieser Branche, die Angaben zur Frage der Forschung und Entwicklung machten, äußerten, gelegentlich Forschung und Entwicklung durchzuführen. Nahezu die Hälfte der Unternehmen dieser Branche (46,79%) führen laut Untersuchungsergebnissen selbst keine Forschung und Entwicklung durch.

In der Branche Handel / Großhandel antwortete ebenfalls die Mehrheit der Unternehmen, dass sie keine Forschung und Entwicklung selber betreibt. Dies gaben 80% der antwortenden westmecklenburgischen Unternehmen dieser Branche an. 18% der Antwortenden dieser Branche investieren nur gelegentlich in ihre Forschung und Entwicklung. Nur 2% der Antwortenden äußerten, kontinuierlich zu forschen und zu entwickeln.

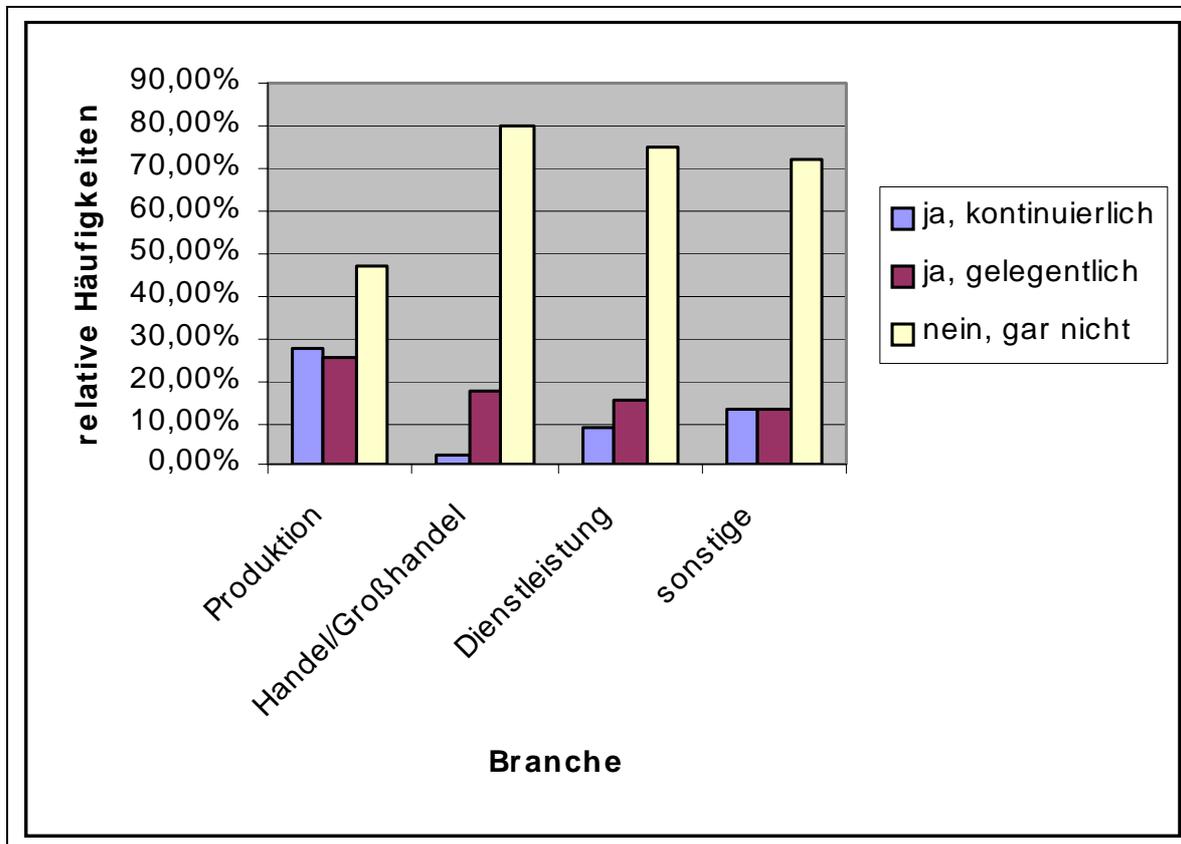
Auch in der Dienstleistungsbranche betreibt die Mehrheit keine eigene Forschung und Entwicklung. Die Analyse ergab hier einen Prozentsatz von 74,78%. 15,65% der Dienstleistungsunternehmen führen gelegentlich Forschung und Entwicklung durch. Regelmäßig forschen und entwickeln 9,57% der beurteilenden Unternehmen dieser Branche.

In den Unternehmen sonstiger Branchen investieren ebenfalls die meisten Unternehmen nicht in ihre eigene Forschung und Entwicklung. 72,41% dieser Unternehmen äußerten dies. Jeweils 13,79% sagten aus, gelegentlich oder kontinuierlich Forschung und Entwicklung zu betreiben.

Insgesamt ist zu erkennen, dass in allen Branchen vorwiegend nicht selbstständig geforscht und entwickelt wird. Am häufigsten wird jedoch in der Pro-

duktionsbranche eigenständig Forschung und Entwicklung betrieben. In der folgenden Abbildung 78 sind diese Verteilungen veranschaulicht.

Abbildung 78: Branche / Forschung und Entwicklung



Quelle: Eigene Darstellung.

An dieser Stelle stellt sich die Frage, ob das Betreiben von Forschung und Entwicklung branchenabhängig ist. Dieses kann mit Hilfe des Chi<sup>2</sup>-Unabhängigkeitstests überprüft werden. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass beide Merkmale keine Mehrfachantworten zulassen.

Bei dem Test wurde die Nullhypothese überprüft, dass die Branche unabhängig ist vom Betreiben der Forschung und Entwicklung. Dabei ergab sich ein Chi<sup>2</sup>-Wert von 7,56926E-06. Da dieser Wert nahezu Null ist und somit sicher kleiner ist als das Signifikanzniveau von  $\alpha = 0,01$ , ist die Nullhypothese zu verwerfen. Es kann also von einer Abhängigkeit zwischen den Branchen und dem Betreiben von Forschung und Entwicklung ausgegangen werden.

## 5.2. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr? – Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?

Die Angaben, die von den Unternehmen bei der Frage „Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?“ gemacht worden sind, wurden inner-

halb der verschiedenen Umsatzklassen verglichen. Die genannten Prozentwerte beziehen sich nur auf die Unternehmen, die Angaben zu Forschung und Entwicklung tätigten.

*Tabelle 36: Umsatz / öffentliche Förderprogramme*

relative Häufigkeit Umsatzhöhe (Mio. Euro)	Forschung und Entwicklung			Gesamtergebnis
	ja, kontinuierlich	ja, gelegentlich	nein, gar nicht	
weniger 2	11,73%	16,20%	72,07%	100,00%
2 bis 9	11,84%	25,00%	63,16%	100,00%
10 bis 49	37,84%	24,32%	37,84%	100,00%
ab 50	40,00%	20,00%	40,00%	100,00%
keine Angaben	0,00%	16,67%	83,33%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Bei der Gruppe der antwortenden Unternehmen, die weniger als 2 Mio. Euro Umsatz im letzten Jahr erzielten, sagten 11,73% selbst zu forschen und zu entwickeln. 16,20% gaben in dieser Gruppe an, gelegentlich zu forschen und zu entwickeln. Der Anteil der Unternehmen, die gar nicht in ihre Forschung und Entwicklung investieren, beträgt in dieser Unternehmensgruppe 72,07%.

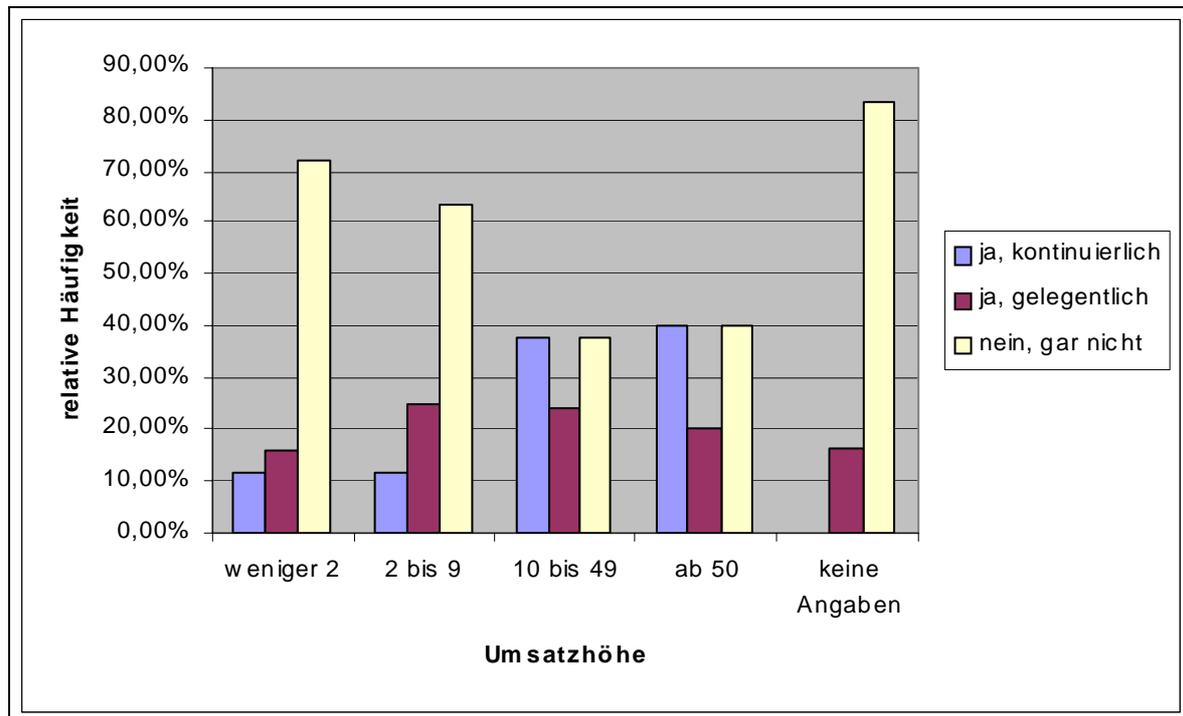
Bei der Unternehmergruppe mit 2 – 9 Mio. Euro Umsatz im vergangenen Jahr, teilten sich die Angaben bei der Frage nach Forschung und Entwicklung folgendermaßen auf: 11,84% äußerten, kontinuierlich Forschung und Entwicklung zu betreiben. Genau  $\frac{1}{4}$  gab an, dies nur gelegentlich zu tun. Der größte Teil (63,16%) dieser Unternehmergruppe sagte, dass sie gar nicht selber forschen und entwickeln.

Bei der Gruppe der Unternehmen mit 10 – 49 Mio. Euro Umsatz im vergangenen Jahr meinten 37,84%, kontinuierlich in ihre Forschung und Entwicklung zu investieren. 24,32% in dieser Gruppe antworteten, gelegentlich zu forschen und zu entwickeln. Der Anteil der Unternehmen, die gar nicht Forschung und Entwicklung betreiben, liegt bei 37,84%.

Jeweils 40,00% äußerten in der Gruppe der Unternehmen mit mehr als 49 Mio. Euro Umsatz im vergangenen Jahr, kontinuierlich zu forschen und zu entwickeln. Der Anteil der antwortenden Unternehmen, die gelegentlich Forschung und Entwicklung betreiben, liegt in dieser Unternehmensgruppe bei 20,00%.

Zusammenfassend ist zu erkennen, dass in den Unternehmensgruppen mit bis zu 9 Mio. Euro Umsatz deutlich mehr als die Hälfte der Antwortenden keine Forschung und Entwicklung betreibt. In den Unternehmensgruppen 10 bis 49 und der Gruppe ab 50 Mio. Euro Umsatz entspricht die Zahl der Unternehmen, die kontinuierlich in ihre Forschung und Entwicklung investieren, genau der Zahl der Unternehmen die keine eigene Forschung und Entwicklung betreiben. Deutlich wird dies in der folgenden Abbildung.

Abbildung 79: Umsatz / öffentliche Förderprogramme



Quelle: Eigene Darstellung.

Weiterhin wurde für diese Fragen die Nullhypothese geprüft, ob die Umsatzhöhe im vergangenen Jahr abhängig vom Investieren in die eigene Forschung und Entwicklung ist.

Als Signifikanzniveau wurde  $\alpha = 0,01$  angenommen. Der Chi<sup>2</sup>-Unabhängigkeitstest ergab die Zahl 0,0000549. Dieser Wert ist kleiner als das Signifikanzniveau von  $\alpha = 0,01$ . Daher ist die Nullhypothese abzulehnen und es kann von einer Abhängigkeit zwischen der Umsatzhöhe im vergangenen Jahr und dem Betreiben von Forschung und Entwicklung ausgegangen werden.

### 5.3. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr? – Welche öffentlichen Förderprogramme (ÖFP) nutzen Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?

Im Folgenden ist zu untersuchen, ob es Unterschiede zwischen Unternehmen mit unterschiedlicher Umsatzhöhe bezüglich der Nutzung öffentlicher Förderprogramme gibt. Die Prozentwerte beziehen sich hier auf die Unternehmen, die auf die Frage nach der Nutzung öffentlicher Förderprogramme geantwortet haben. Es ist zu beachten, dass bei der Frage nach der Nutzung öffentlicher Förderprogramme die Möglichkeit bestand, Mehrfachantworten zu geben. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der Umfrage.

Tabelle 37: Branche / öffentliche Förderprogramme

relative Häufigkeit	Umsatzhöhe (Mio. Euro)				
	weniger 2	2 bis 9	10 bis 49	ab 50	keine Angaben
ÖFP					
ÖFP des Landes MV	3,23%	9,38%	14,71%	0,00%	0,00%
ÖFP des Bundes	8,06%	0,00%	11,76%	0,00%	0,00%
ÖFP des Partnerlandes	0,00%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%
ÖFP der EU	1,61%	0,00%	11,76%	0,00%	0,00%
keine ÖFP	85,48%	87,50%	58,82%	100,00%	66,67%
sonstige ÖFP	1,61%	0,00%	2,94%	0,00%	33,33%
Gesamtergebnis	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die Umfrage hat ergeben, dass die Mehrheit der Antworten, in der Unternehmensgruppe mit einem Umsatz von weniger als 2 Millionen Euro, auf die Kategorie „keine öffentlichen Förderprogramme“ fiel. Diese Kategorie erhielt 85,48% der Antworten. Der Anteil der Nutzung öffentlicher Förderprogramme des Landes MV (gemessen an allen Antworten) entspricht 3,23%. Zu 8,08% werden öffentliche Förderprogramme des Bundes genutzt. Die Antwortmöglichkeit „Nutzung der öffentlichen Förderprogramme der EU“ erhielt lediglich 1,61% aller Antworten.

In der Gruppe der Unternehmen mit einem Umsatz von 2 bis 9 Mio. Euro enthielt die Antwortkategorie „keine öffentliche Förderprogramme“ ebenfalls die Mehrheit der Nennungen (87,5%). Danach folgt die Nutzung öffentlicher Förderprogramme des Landes mit 9,38% der Antworten. 3,13% der Nennungen erhielt die Antwortmöglichkeit „Nutzung öffentlicher Förderprogramme des Partnerlandes“.

Bei der Gruppe der Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 10 und 49 Millionen Euro fielen 14,71% der Antworten auf die Nutzung von öffentlichen Förderprogrammen des Landes Mecklenburg-Vorpommern. Jeweils 11,76% der Nennungen enthielten die Kategorien „öffentliche Förderprogramme des Bundes“ und „öffentliche Förderprogramme der EU“. Auf die Antwort „keine öffentlichen Förderprogramme“ fielen 58,82%. Der Anteil der Angaben mit „sonstige öffentliche Förderprogramme“ beträgt 2,94%.

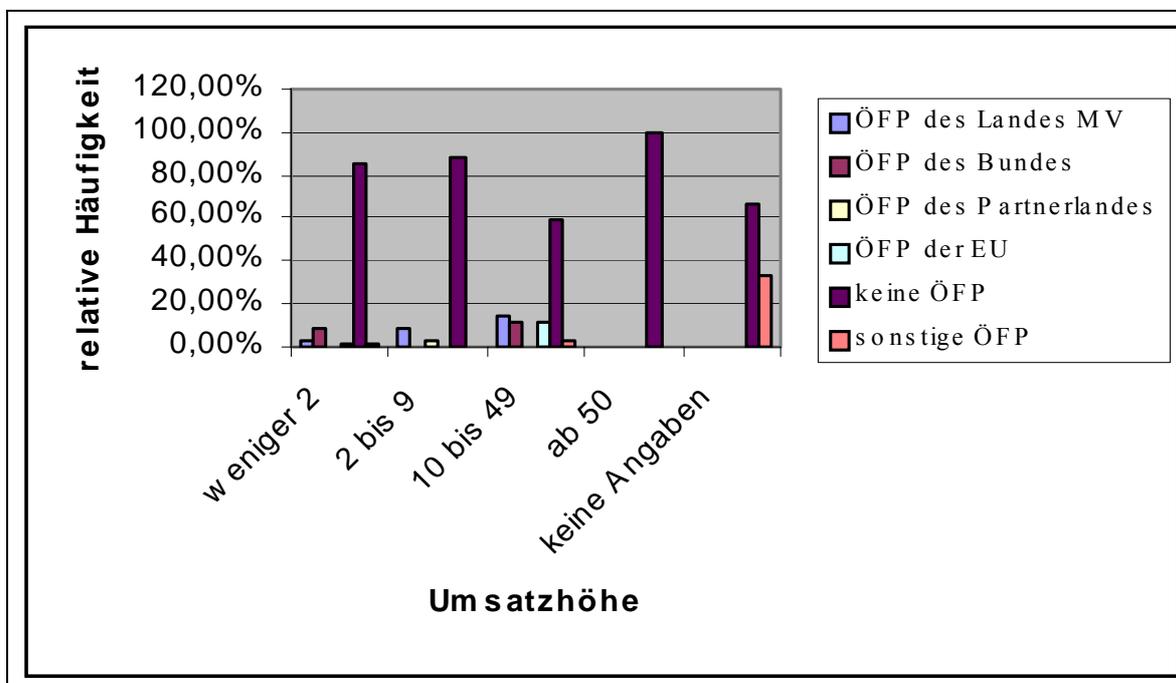
In der Kategorie der Unternehmen mit einem Umsatz ab 50 Millionen Euro äußerten sämtliche Unternehmen, keine öffentlichen Förderprogramme bei der Tätigkeit im Ausland zu nutzen.

Bei den Unternehmen, die keine Angaben zu ihrer Umsatzhöhe machten, fielen  $\frac{2}{3}$  der Antworten auf „keine öffentlichen Förderprogramme“ und  $\frac{1}{3}$  der Antworten wurden der Kategorie „sonstige öffentlichen Förderprogramme“ zugeordnet.

Zusammenfassend ist zu erkennen, dass in allen Unternehmensklassen (unterschieden nach Umsatzhöhen) mehr als die Hälfte der Nennungen auf die Antwortkategorie „Wir nutzen keine öffentliche Förderprogramme“ fiel.

Da es bei der Frage nach der Nutzung öffentlicher Förderprogramme die Möglichkeit gab Mehrfachantworten zu geben, kann an dieser Stelle kein Chi<sup>2</sup>-Unabhängigkeitstest durchgeführt werden.

Abbildung 80: Branche / öffentliche Förderprogramme



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 5.4. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Welche öffentlichen Förderprogramme nutzen Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?

In diesem Punkt war zu prüfen, ob es zwischen den Branchen Unterschiede im Bezug auf die Nutzung öffentlicher Förderprogramme bei der Tätigkeit im Ausland gibt.

Tabelle 38: Branche / öffentliche Förderprogramme

relative Häufigkeit	Branche			
	Produktion	Groß- Handel	Dienstleistung	sonstige
ÖFP				
ÖFP des Landes MV	8,57%	3,23%	4,17%	25,00%
ÖFP des Bundes	8,57%	3,23%	4,17%	12,50%
ÖFP des Partnerlandes	0,00%	0,00%	4,17%	0,00%
ÖFP der EU	5,71%	0,00%	4,17%	0,00%
keine ÖFP	75,71%	87,10%	83,33%	62,50%
Sonstige	1,43%	6,45%	0,00%	0,00%
Gesamtergebnis	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die genannten Prozentwerte beziehen sich nur auf die Unternehmen, die Angaben zu den öffentlichen Förderprogrammen gemacht haben. Bei dieser Frage war es den Unternehmen möglich, mehrere Antworten zu geben.

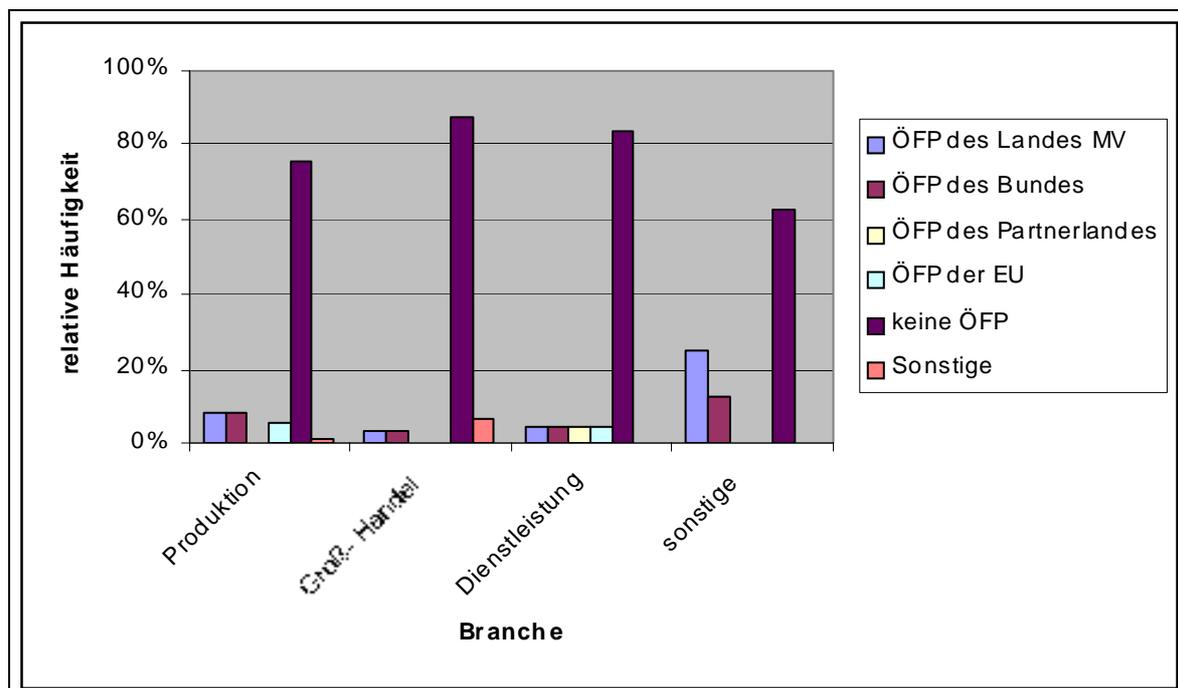
Bei der Gruppe der Unternehmen, die sich der Branche der Produktion zugeordnet haben, entfielen 8,57% der Nennungen auf die Nutzung der öffentlichen Förderprogramme des Landes Mecklenburg-Vorpommern. 8,57% der Antworten wurden dem Punkt „öffentliche Förderprogramme des Bundes“ und 5,71% der Kategorie „öffentliche Förderprogramme der EU“ gegeben. Der größte Teil in dieser Gruppe (75,71%) entfiel auf die Angabe „Wir nutzen keine öffentlichen Förderprogramme“.

Auch in der Gruppe der Unternehmen, die sich dem Handel oder dem Großhandel einordneten, entfiel der größte Teil der Nennungen (87,10%) auf die Antwort „Wir nutzen keine öffentlichen Förderprogramme“. Jeweils 3,23% der Angaben fielen in dieser Gruppe auf die öffentlichen Förderprogramme des Landes Mecklenburg-Vorpommern bzw. auf die Förderprogramme des Bundes.

In der Gruppe der Unternehmen, die der Dienstleistungsbranche zuzuordnen waren, gab je ein Unternehmen an, die öffentlichen Förderprogramme des Landes, des Bundes, des Partnerlandes bzw. der EU zu nutzen. Das entspricht jeweils einer relativen Häufigkeit von 4,17%. In der Unternehmensgruppe der Dienstleister äußerte wiederum der größte Teil der Antwortenden (83,33%) „Wir nutzen keine öffentlichen Förderprogramme“.

Die deutliche Mehrheit der Nennungen fiel in allen Branchen auf die Kategorie „Wir nutzen keine öffentlichen Förderprogramme“.

Abbildung 81: Branche / öffentliche Förderprogramme



Quelle: Eigene Darstellung.

### 5.5. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? - Was exportieren Sie zum ausländischen Unternehmen?

Die Unternehmen wurden befragt, was sie zu ausländischen Unternehmen exportieren. An dieser Stelle ist zu untersuchen, in wie weit es Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen im Bezug auf den Export gibt. Dabei beziehen sich die Prozentwerte auf die Unternehmen, die Angaben zur Frage nach dem Export gemacht haben. Bei der Frage nach den Ausfuhren waren Mehrfachnennungen möglich. Daher ist es hier nicht möglich, den  $\text{CHI}^2$  - Unabhängigkeitstest durchzuführen. Die folgende Tabelle enthält die Ergebnisse in relativen Häufigkeiten.

Tabelle 39: Branche / Export

Branche	Waren	DL	Know How	Nichts	Sonstiges	Gesamtergebnis
Produktion	77,22%	10,13%	5,06%	7,59%	0,00%	100,00%
Handel/Großhandel	60,53%	15,79%	5,26%	18,42%	0,00%	100,00%
Dienstleistung	12,90%	61,29%	6,45%	19,35%	0,00%	100,00%
sonstige	20,00%	30,00%	20,00%	10,00%	20,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Folgende Ergebnisse sind in der Produktionsbranche zu verzeichnen: Der Anteil der Exporte von Waren der Produktionsbranche beträgt 77,22%. 10,13%

der Antworten fielen auf die Ausfuhr von Dienstleistungen. Etwa  $\frac{1}{20}$  sind Exporte von Know How (5,06%). 7,59% der Antworten verzeichnete die Angabe „Wir exportieren Nichts“.

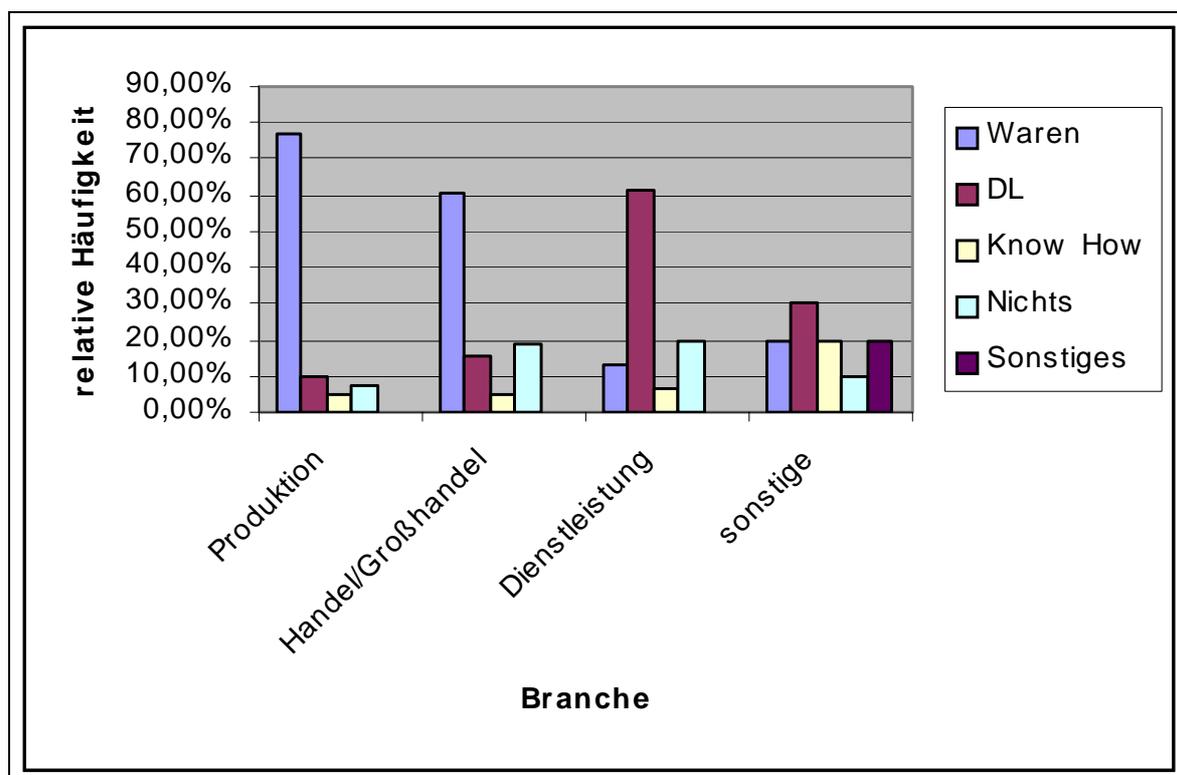
In der Branche Handel / Großhandel werden ebenfalls am häufigsten Waren exportiert. Hierauf entfielen 60,53% der Antworten. Am zweithäufigsten werden in dieser Branche Dienstleistungen exportiert. Diese Antwortkategorie enthielt 15,79% der Antworten. Nur 5,26% nannten die Kategorie „Export von Know How“. 18,42% der Kreuze dieser Branche wurden in der Antwort „Wir exportieren Nichts“ gesetzt.

In der Dienstleistungsbranche fällt die Mehrheit der Exporte auf Dienstleistungen. Diese Antwortkategorie enthielt mehr als die Hälfte der Nennungen (61,29%). 19,35% der Kreuze wurden bei der Antwortmöglichkeit „Wir exportieren Nichts“ gesetzt. 12,90% der Exporte dieser Branche sind Exporte von Waren. 6,45% der Exporte der Dienstleistungsbranche fallen auf die Ausfuhr von Know How.

In den sonstigen Branchen fallen 30% des Exportes auf den Dienstleistungsexport. Jeweils  $\frac{1}{5}$  der Ausfuhren sonstiger Branchen (20%) sind Exporte von Waren bzw. Know How. Ebenfalls 20% der Exporte sind Sonstige. 10% der Antworten verzeichnete die Kategorie „Wir exportieren Nichts“.

Zusammenfassend ist zu erkennen, dass es beim Export deutliche Unterschiede zwischen den Branchen gibt. Die Branchen Produktion und Handel / Großhandel exportieren vorwiegend Waren, wohingegen der Warenexport bei den Dienstleistungsunternehmen erst auf Platz 3 steht. Die Dienstleister exportieren zum größten Teil Dienstleistungen.

Abbildung 82: Branche / Export



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 5.6. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Was importieren Sie vom ausländischen Unternehmen?

Weiterhin werden die Antworten, die von den Unternehmen bei der Frage nach dem Import gegeben worden sind, anhand der Branchen verglichen. Die genannten Prozentwerte beziehen sich nur auf die Nennungen der Unternehmen, die Angaben zum Import gemacht haben. Es waren Mehrfachnennungen bei dieser Frage möglich.

Tabelle 40: Branche / Import

relative Häufigkeit	Import von ...					
Branche	Waren	Dienstleistungen	KnowHow	Nichts	Sonstiges	Gesamtergebnis
Produktion	64,56%	16,46%	2,53%	15,19%	1,27%	100,00%
Handel/Großhandel	81,82%	6,06%	0,00%	12,12%	0,00%	100,00%
Dienstleistung	17,24%	51,72%	10,34%	17,24%	3,45%	100,00%
sonstige	25,00%	25,00%	0,00%	50,00%	0,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

In der Gruppe der Unternehmen, die zur produzierenden Branche gehören, fiel der größte Teil der Antworten (64,56%) auf den Warenimport. 16,46% der

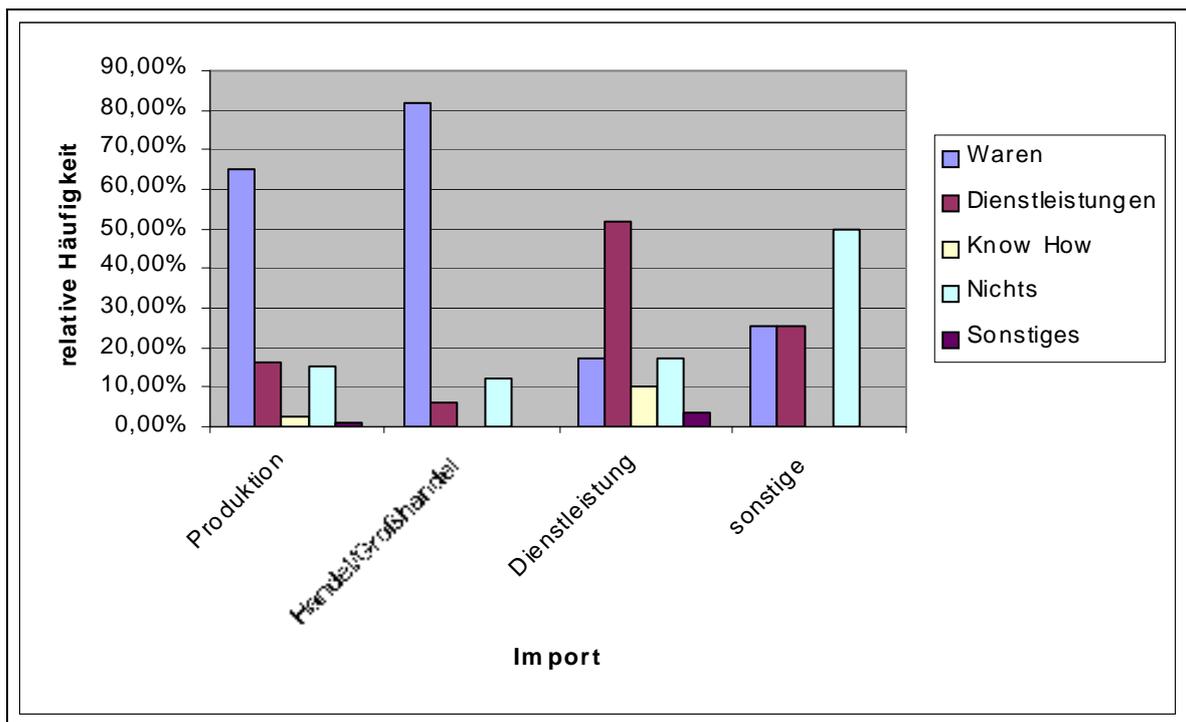
Nennungen fielen auf die Einfuhr von Dienstleistungen. Know How wird zu 2,53% von der Produktionsbranche importiert. 15,19% der Antworten entfielen auf den Punkt „Wir importieren Nichts“.

Der Anteil der Wareneinfuhren beträgt bei den Handelsunternehmen 81,82%. Zu 6,06% werden in dieser Gruppe Dienstleistungen importiert. 12,12% der Antworten kamen auf die Kategorie „Wir importieren Nichts“.

Bei der Gruppe der Unternehmen die Angaben, zur Branche der Dienstleister zu gehören, fielen  $\frac{1}{4}$  der Nennungen auf den Warenimport und  $\frac{1}{4}$  der Nennungen auf den Dienstleistungsimport. 15,19% gaben an, nichts zu importieren.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass es Unterschiede bei den Importen der verschiedenen Branchen gibt. Die Branchen Produktion und Handel / Großhandel importieren vorwiegend Waren, wohingegen die Dienstleister vorwiegend Dienstleistungen einführen.

Abbildung 83: Branche / Import



Quelle: Eigene Darstellung.

#### 5.7. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr?

In diesem Abschnitt geht es darum, aufzuzeigen, ob die Höhe der Umsätze des vergangenen Jahres in den verschiedenen Branchen unterschiedlich ausfiel. Die Ergebnisse beziehen sich hier auf die Unternehmen, die Angaben zur Um-

satzhöhe gemacht haben. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der Umfrage.

*Tabelle 41: Branche / Umsatz*

relative Häufigkeit	Umsatzhöhe in Mio. Euro				Gesamtergebnis
	weniger 2	2 bis 9	10 bis 49	ab 50	
Produktion	47,66%	28,04%	20,56%	3,74%	100,00%
Handel/Großhandel	61,70%	21,28%	14,89%	2,13%	100,00%
Dienstleistung	71,30%	24,35%	4,35%	0,00%	100,00%
sonstige	58,62%	31,03%	10,34%	0,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

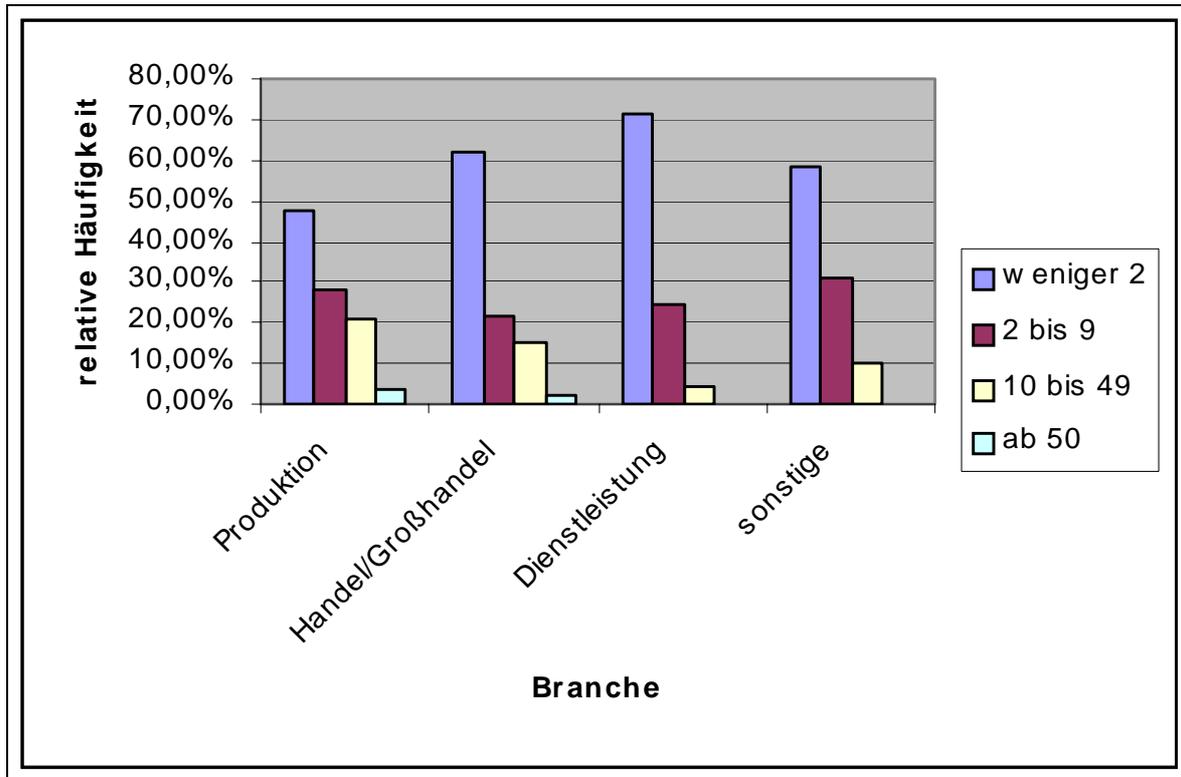
Der Tabelle kann entnommen werden, dass 47,66% der Unternehmen der Produktionsbranche einen Umsatz von weniger als 2 Millionen Euro verzeichneten. Etwas mehr als  $\frac{1}{4}$  der Unternehmen dieser Branche (28,04%) erzielte laut Befragung einen Umsatz zwischen 2 und 9 Millionen Euro. Zwischen 10 und 49 Millionen Euro erwirtschafteten laut Befragung 14,89% der Unternehmen. Lediglich 3,74% der antwortenden Unternehmen der Produktionsbranche gaben an, über 50 Millionen Euro Umsatz erreicht zu haben.

In der Branche Handel / Großhandel beträgt der Anteil der Unternehmen, die einen Umsatz von weniger als 2 Millionen Euro erwirtschafteten 61,70%. Einen Umsatz zwischen 2 und 9 Millionen Euro verzeichneten 21,28% der Unternehmen dieser Branche. Der Anteil der Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 10 und 49 Millionen Euro entspricht hier 14,89%. Über 50 Millionen Euro Umsatz erreichten in der Branche Handel / Großhandel 2,13% der Antwortenden.

Die Unternehmen der Dienstleistungsbranche verzeichneten zu 71,30% einen Umsatz von weniger als 2 Millionen Euro. Nahezu  $\frac{1}{4}$  der Unternehmen dieser Branche aus Westmecklenburg erwirtschaftete einen Umsatz von 2 bis 9 Millionen Euro. Einen Umsatz zwischen 10 und 49 Millionen Euro erzielten 4,35% der Unternehmen der Dienstleistungsbranche. Laut Umfrage hatte kein Unternehmen dieser Branche einen Umsatz, der höher war als 50 Millionen Euro.

Auch in den sonstigen Branchen erwirtschafteten mehr als die Hälfte der Unternehmen einen Umsatz unter 2 Millionen Euro. Dies gaben 58,62% der Antwortenden an. 31,03% der Unternehmen erzielten einen Umsatz zwischen 2 und 9 Millionen Euro. 10,43% der Unternehmen gaben an, dass ihr Umsatz zwischen 10 und 49 Millionen Euro lag. Auch hier erbrachte kein Unternehmen über 50 Millionen Euro.

Abbildung 84: Branche / Umsatz



Quelle: Eigene Darstellung.

Es ist festzustellen, dass in sämtlichen Branchen vorwiegend ein Umsatz von weniger als 2 Mio. Euro erwirtschaftet wurde. Am zweithäufigsten verzeichneten alle Branchen einen Umsatz zwischen 2 und 9 Mio. Euro. In sämtlichen Branchen wurde am dritthäufigsten ein Umsatz zwischen 10 und 49 Mio. Euro erzielt. Es gibt somit keine gravierenden Unterschiede zwischen den Branchen.

An dieser Stelle wurde ein Chi<sup>2</sup>-Unabhängigkeitstest durchgeführt. Dabei war die Nullhypothese zu prüfen, ob die Umsatzhöhe unabhängig ist von der Branchenzugehörigkeit. Es ergab sich ein Chi<sup>2</sup>-Wert von 0,00034854. Dieser Wert ist nahezu Null und somit deutlich kleiner als das angenommene Signifikanzniveau von  $\alpha = 0,01$ . Daher ist die Nullhypothese zu verwerfen. Es kann somit von einer Abhängigkeit zwischen der Branche und der Umsatzhöhe ausgegangen werden.

5.8. *Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr? – Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen im Jahresdurchschnitt außer Ihnen?*

Die Antworten, die bei der Frage nach dem Umsatz des vergangenen Jahres von den Unternehmen gegeben worden sind, werden anhand der Mitarbeiter-

zahlen verglichen.

*Tabelle 42: Umsatz / Mitarbeiterzahl*

relative Häufigkeit Anzahl Mitarbeiter	Umsatzhöhe in Mio. Euro				Gesamtergebnis
	weniger 2	2 bis 9	10 bis 49	ab 50	
weniger 10	91,18%	8,09%	0,00%	0,74%	100,00%
10 bis 49	49,53%	42,99%	7,48%	0,00%	100,00%
50 bis 199	4,55%	43,18%	52,27%	0,00%	100,00%
ab 200	0,00%	10,00%	50,00%	40,00%	100,00%
keine Angaben	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Die Analyse hat ergeben, dass in der Gruppe der Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern 91,18% im vergangenen Jahr weniger als 2 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftet haben. 8,09% dieser Gruppe gaben an, einen Umsatz von 2 bis 9 Mio. Euro im vergangenen Jahr erreicht zu haben. Der Anteil der Unternehmen, die mehr als 49 Mio. Euro als Umsatzhöhe angaben, lag bei der Unternehmensgruppe mit weniger als 10 Mitarbeitern bei 0,74%.

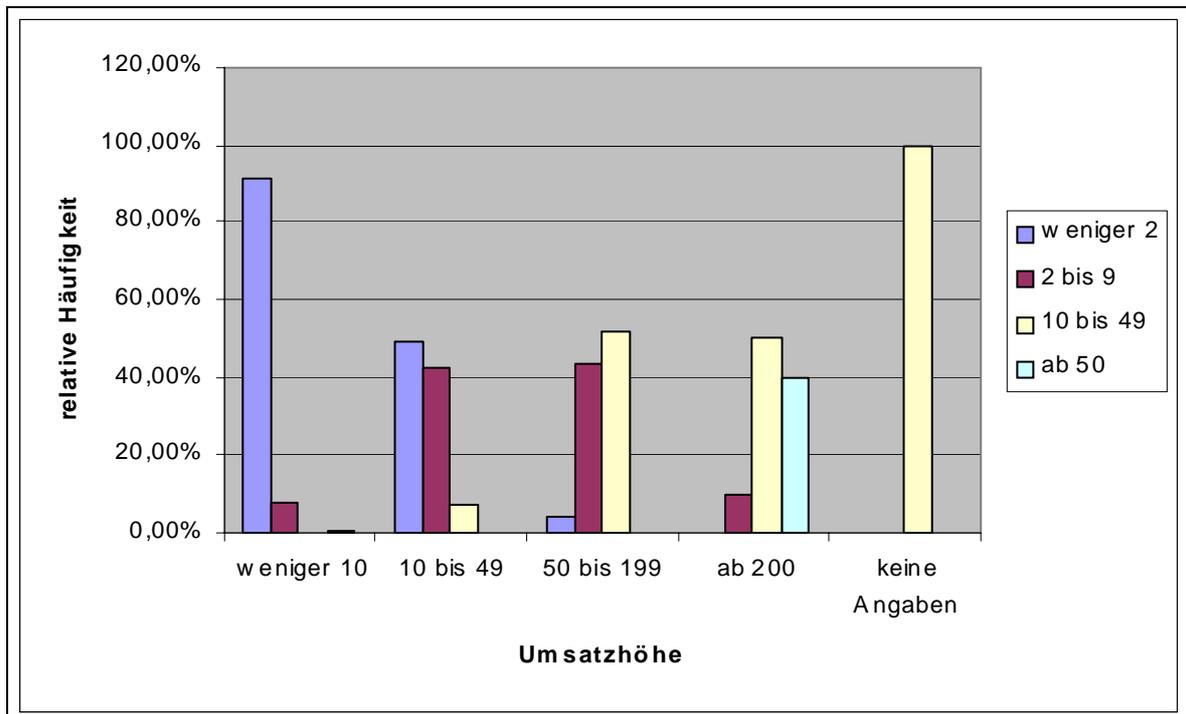
Bei der Unternehmergruppe mit 10 bis 49 Mitarbeitern teilten sich die Angaben bei der Frage nach der Umsatzhöhe folgendermaßen auf: 49,53% gaben an, weniger als 2 Mio. Euro Umsatz gemacht zu haben. 42,99% äußerten, 2 bis 9 Mio. Euro Umsatz verzeichnet zu haben. Der kleinste Teil dieser Unternehmergruppe (7,48%) teilte mit, einen Umsatz von 10 bis 49 Mio. Euro erreicht zu haben.

Der Anteil der Unternehmen mit weniger als 2 Mio. Euro Umsatz beträgt in der Unternehmensgruppe mit 50 bis 199 Mitarbeitern 4,55%. 43,18% dieser Gruppe gaben an, 2 bis 9 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftet zu haben. Über die Hälfte der Unternehmensgruppe von 50 bis 199 Mitarbeiter (52,27%) sagte, 10 bis 49 Mio. Euro Umsatz im vergangenen Jahr erreicht zu haben.

In der Unternehmensgruppe ab 200 Mitarbeiter verzeichneten 10,00% einen Umsatz von 2 bis 9 Mio. Euro. 50,00% erwirtschafteten laut Umfrage einen Umsatz zwischen 10 und 49 Mio. Euro. Weitere 40,00% gaben an, einen Umsatz ab 50 Mio. Euro Umsatz erreicht zu haben.

Deutlich ist hier zu erkennen, dass Unternehmen mit einer geringen Mitarbeiterzahl einen geringen Umsatz verzeichnen. In der Gruppe mit weniger als 10 Mitarbeitern wurde zu 91,18% angegeben, einen Umsatz von weniger als 2 Mio. Euro erwirtschaftet zu haben. In der Gruppe ab 200 Mitarbeiter wurde zu 50,00% geäußert, einen Umsatz zwischen 10 und 49 Mio. Euro erbracht zu haben. Deutlich wird dies in der folgenden Abbildung:

Abbildung 85: Umsatz / Mitarbeiterzahl



Quelle: Eigene Darstellung.

Es soll ebenfalls die Nullhypothese geprüft werden, ob die Umsatzhöhe des vergangenen Jahres unabhängig von der Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt ist. Als Signifikanzniveau wurde  $\alpha = 0,01$  angenommen. Der  $\text{Chi}^2$ -Unabhängigkeitstest ergab die Zahl  $9,62\text{E-}27$ . Dieser Wert ist kleiner als das Signifikanzniveau von  $\alpha = 0,01$ . Daher ist die Nullhypothese abzulehnen und es kann von einer Abhängigkeit zwischen der Umsatzhöhe im vergangenen Jahr und der Mitarbeiterzahl im Jahresdurchschnitt ausgegangen werden.

#### 5.9. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Mit welchen Problemen ist Ihr Unternehmen gegenwärtig konfrontiert?

An dieser Stelle soll untersucht werden, ob es zwischen den Branchen Unterschiede hinsichtlich der gegenwärtigen Probleme gibt. Hier wurden nur die Unternehmen berücksichtigt, die angaben, mit dem jeweiligen Problem stark (Note 4) oder sehr stark (Note 5) konfrontiert zu sein.

Tabelle 43: Branche / Probleme

relative Häufigkeit	Branche			
	Produktion	Handel/Großhandel	DL	sonst.
Note 4 bzw. 5 (mindestens stark konfrontiert)				
Konkurrenzdruck westeurop. Unt.	12,09%	14,43%	5,88%	8,33%
Konkurrenzdruck Unt. Mittel-/Osteuropa zu kleine Betriebsgröße	10,70%	7,22%	3,53%	10,42%
Defizite bei angebotenen Produkten	4,19%	5,15%	7,65%	2,08%
Defizite bei Vermarktung	5,12%	2,06%	4,71%	2,08%
Defizite bei Entwicklung neuer Produkte	7,44%	6,19%	8,24%	4,17%
Schwieriger Zugang zu hohe Lohnkosten	5,12%	5,15%	3,53%	0,00%
Mangel an qualifizierten Arbeitskräften	9,30%	15,46%	11,18%	8,33%
Defizite in technischen Ausstattung	13,02%	13,40%	22,35%	25,00%
Finanzierungsschwierigkeiten	10,70%	6,19%	11,76%	6,25%
Sonstige	5,12%	2,06%	2,94%	2,08%
Gesamt	12,56%	19,59%	12,94%	18,75%
	4,65%	3,09%	5,29%	12,50%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Der Tabelle kann entnommen werden, dass die Mehrheit der antwortenden Unternehmen der Produktionsbranche dem Problem „zu hohe Lohnkosten“ die Noten 4 oder 5 gaben. 13,02% der Noten fielen auf dieses Problem. 12,56% der Unternehmen dieser Branche bewerteten das Kriterium „Finanzierungsschwierigkeiten“ mit der Note 4 oder 5. Sie sind mit diesem Problem folglich stark oder sehr stark konfrontiert. 12,09% der Unternehmen gaben dem Problem „Konkurrenzdruck westeuropäischer Unternehmen“ die Note 4 oder 5.

Am viertstärksten sind die Unternehmen dieser Branche in der Gesamtbeurteilung dem Punkt „Konkurrenzdruck durch Unternehmen Mittel- oder Osteuropas“ sowie dem „Mangel an qualifizierten Arbeitskräften“ gegenübergestellt. Diese Probleme bewerteten jeweils 10,70% der Unternehmen mit mindestens der Note 4.

Danach folgt die Beurteilung des schwierigen Zugangs zu überregionalen Märkten. Hier vergaben 9,30% der Antwortenden der Produktionsbranche die Note 4 oder 5. Am sechsthäufigsten wurde die Schwierigkeit „Defizite bei der Vermarktung“ mit 7,44% der Noten 4 und 5 bewertet. Danach folgen die Probleme „Defizite bei angebotenen Produkten“, „Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte“ sowie „Defizite in der technischen Ausstattung“, mit denen jeweils 5,12% der bewertenden Unternehmen dieser Branche mindestens stark belastet sind. 4,19% der Unternehmen der Produktionsbranche sehen sich der zu kleinen Betriebsgröße stark bis sehr stark gegenübergestellt.

In der Branche Handel / Großhandel beurteilten 19,59% der Unternehmen die Finanzierungsschwierigkeiten mit mindestens der Note 4. Es ist somit für die Mehrheit der Unternehmen dieser Branche ein Problem, mit dem sie mindestens stark konfrontiert sind. An zweiter Stelle folgt der Punkt „schwieriger Zugang zu überregionalen Märkten“, was 15,46% der antwortenden westmecklenburgischen Unternehmen mit mindestens 4 benoteten. An Stelle drei folgt der „Konkurrenzdruck westeuropäischer Unternehmen“. Dieses Thema

bewerteten 14,43% mit der Note 4 oder 5. 13,40% der Unternehmen des Handels / Großhandels vergaben der Kategorie „zu hohe Lohnkosten“ die Note 4 oder 5. Somit steht dieses Problem an fünfter Stelle.

Am sechststärksten sind die Unternehmen der Branche Handel / Großhandel mit den Punkten „Defizite bei der Vermarktung“ sowie „Mangel an qualifizierten Arbeitskräften“ konfrontiert. Diese wurden von je 6,19% der Unternehmen mit der Note 4 oder 5 bewertet. Hier schließen sich die „zu kleine Betriebsgröße“ und die „Defizite bei Entwicklung neuer Produkte“ an. Jeweils 5,15% der Unternehmen dieser Branche gaben an, mindestens stark mit diesen Problemen belastet zu sein. Durch jeweils 2,06% der Unternehmen wurden den Schwierigkeiten „Defizite bei angebotenen Produkten“ sowie „Defizite in der technischen Ausstattung“ mit den Noten 4 oder 5 bewertet.

In der Dienstleistungsbranche sind die Unternehmen laut Umfrage am stärksten mit dem Problem der zu hohe Lohnkosten belastet. 22,35% der antwortenden Unternehmen dieser Branche vergaben hier die Noten 4 oder 5. An zweiter Stelle stehen die Finanzierungsschwierigkeiten mit 12,94% der Noten 4 und 5. Am drittstärksten sind die Unternehmen mit dem Punkt „Mangel an qualifizierten Arbeitskräften“ beansprucht. Dieses Problem wurde durch 11,79% der antwortenden Dienstleistungsunternehmen Westmecklenburgs mit der Note 4 oder 5 beurteilt. An vierter Position steht laut Befragungsergebnissen der Aspekt „schwieriger Zugang zu überregionalen Märkten“ mit 11,18% der vergebenen Noten 4 und 5.

Am fünftstärksten sind die Dienstleistungsunternehmen gegenwärtig mit der Problemlage „Defizite bei der Vermarktung“ konfrontiert. Dieses wurde von 8,24% der Unternehmen mit einer Note 4 oder 5 bewertet. An sechster Stelle, mit 7,65% der Noten 4 und 5, steht das Problem „zu kleine Betriebsgröße“.

Daran schließt sich der „Konkurrenzdruck durch westeuropäische Unternehmen“ an. 5,88% der Dienstleistungsunternehmen sind damit mindestens stark belastet. 4,71% der Dienstleister sehen sich laut Befragung den Defiziten bei den angebotenen Produkten mindestens stark gegenübergestellt. Jeweils 3,35% der Unternehmen dieser Branche sind gegenwärtig stark bis sehr stark mit den Aspekten „Konkurrenzdruck durch Unternehmen aus Staaten Mittel- und Osteuropas“ sowie „Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte“ konfrontiert. An letzter Position mit 2,94% der Noten 4 und 5 steht das Problem „Defizite in der technischen Ausstattung“.

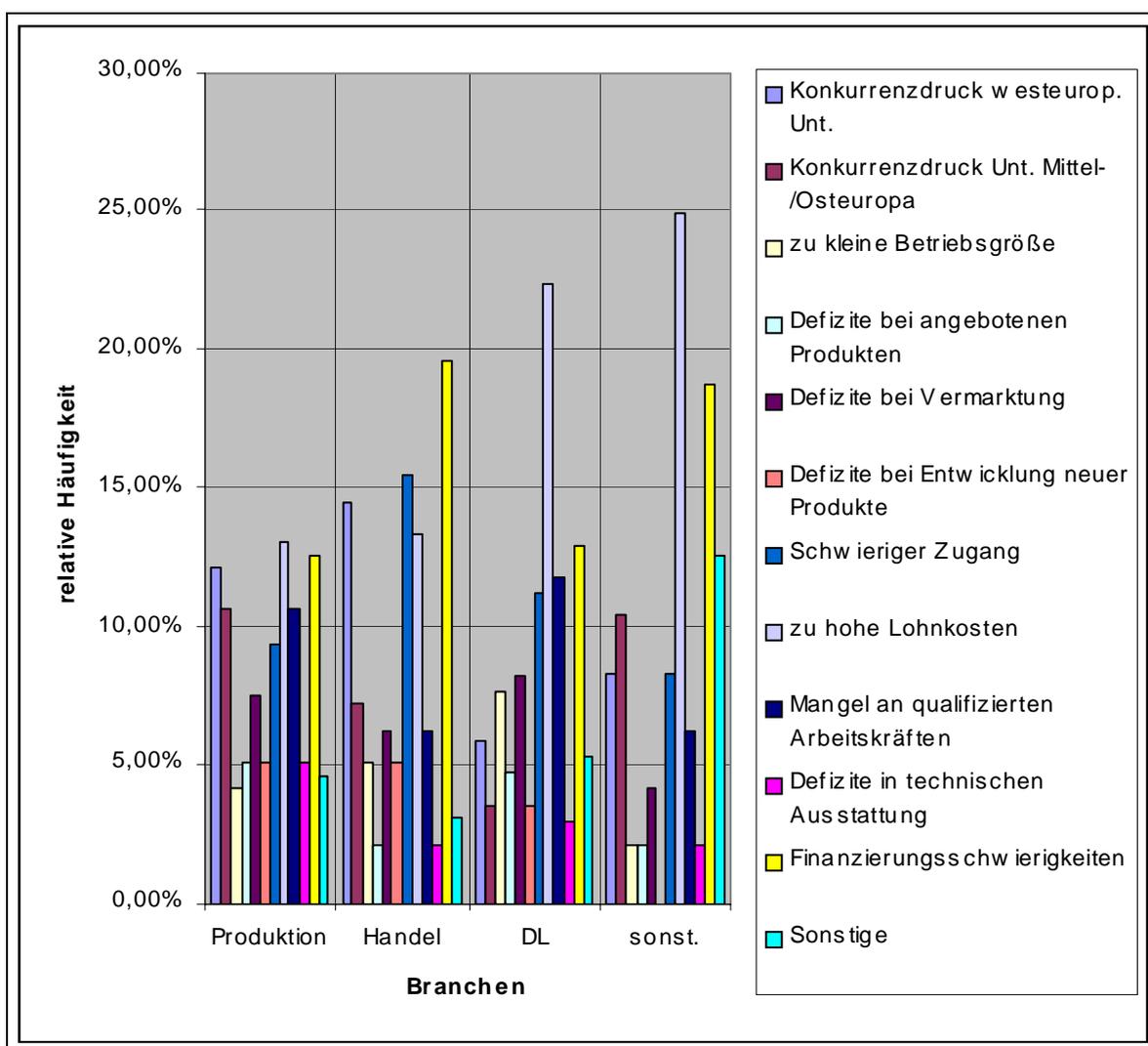
In den sonstigen Branchen wurden zu 25% die „zu hohen Lohnkosten“ mit den Noten 4 oder 5 bewertet. Danach folgte die Bewertung der Finanzierungsschwierigkeiten mit 18,75% der Noten 4 und 5. 12,5% der antwortenden Unternehmen sonstiger Branchen gaben an, mit sonstigen Problemen stark bis sehr stark belastet zu sein.

Insgesamt lässt sich erkennen, dass es tatsächlich Unterschiede in der Notenverteilung zwischen den Branchen gibt. So steht beispielsweise das Prob-

lem „zu hohe Lohnkosten“ in der Produktionsbranche, dem Handel / Großhandel sowie den sonstigen Branchen an erster Stelle. Sie sehen sich in der Gesamtbetrachtung mit diesem Problem am stärksten konfrontiert.

Bei den Unternehmen der Dienstleistungsbranche jedoch steht dieser Punkt erst an Position 4. An erster Stelle steht in dieser Branche das Problem „Finanzierungsschwierigkeiten“. In den anderen Branchen steht dieses Thema an zweiter Stelle. Während das Problem „Konkurrenzdruck durch westeuropäische Unternehmen“ in der Produktionsbranche und im Handel / Großhandel am drittstärksten von allen genannten Punkten auftritt, steht es in der Dienstleistungsbranche erst an siebter Position. Für sie steht der Mangel an qualifizierten Arbeitskräften an dritter Stelle. Dies kommt in der Produktionsbranche jedoch erst an vierter und in der Branche Handel / Großhandel sogar erst an sechster Position.

Abbildung 86: Branche / Probleme



Quelle: Eigene Darstellung.

### 5.10. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Was sind/waren Ihre Motive für die Tätigkeit im Ausland?

In einer weiteren Analyse sollten die Motive für die Tätigkeit im Ausland mit den Antworten, die bei der Frage nach der Branche gegeben worden sind verglichen werden. Untersucht wurden hier nur Motive, die mit der Note 4 (wichtiges Motiv) oder der Note 5 (sehr wichtiges Motiv) bewertet wurden. Die genannten Prozentwerte beziehen sich nur auf Unternehmen, die Angaben zu den Motiven gemacht haben, auch hier konnten wieder mehrere Antworten gegeben werden.

Tabelle 44: Branche / Motive

relative Häufigkeit Motiv (Note 4 bzw. 5)	Branche			
	Produktion	Handel	Dienstleistung	sonstiges
Marktzugang/ -erschließung	21,84%	17,39%	20,25%	25,00%
Anforderung vom Kunden	12,64%	13,04%	12,66%	18,75%
Reaktion auf Konkurrenz	6,32%	8,70%	10,13%	0,00%
Beschaffungsquellen	13,22%	17,39%	7,59%	0,00%
Verbesserung Angebot	9,20%	14,13%	15,19%	12,50%
Kostensenkung	6,90%	6,52%	7,59%	0,00%
Kooperationspartner	9,20%	8,70%	11,39%	25,00%
öffentliche Aufträge	3,45%	2,17%	3,80%	6,25%
Wissenstransfer	4,02%	1,09%	3,80%	0,00%
Inlandsnachfrage	11,49%	7,61%	6,33%	12,50%
sonstiges	1,72%	3,26%	1,27%	0,00%
Gesamtergebnis	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Quelle: Eigene Erarbeitung.

Mit der Note 4 oder 5 wurde in der Produktionsbranche am häufigsten das Motiv „Marktzugang bzw. der Markerschließung“ bewertet. 21,84% aller von der Produktionsbranche vergebenen Noten 4 und 5 entfielen auf diesen Punkt.

Am zweithäufigsten (13,22%) wurde in der Branche der Produktion das Kriterium „Sicherung von Beschaffungsquellen“ mit Note 4 oder 5 bewertet. An dritter Stelle ist hier die „Anforderung von Finalproduzenten bzw. Kunden“ zu finden. 12,64% der antwortenden Unternehmen in der Produktionsbranche gaben dies als wichtigen oder sehr wichtigen Grund für die Tätigkeit im Ausland an. 11,49% aller, von den Unternehmen der Produktionsbranche, vergebenen Noten 4 und 5 entfielen auf die fehlende Inlandsnachfrage.

Jeweils 9,20% bewerteten die Punkte „Suche nach Kooperationspartnern“ bzw. „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots / Abrundung der Produktpalette“ mit wichtig oder sehr wichtig. Weitere 6,90% aller vergebenen Noten 4 oder 5 entfielen auf das Motiv „Kostensenkung durch Lohnveredelung“. Mit der Note 4 oder 5 wurde in der Produktionsbranche an siebter Stelle das Motiv „Reaktion auf Strategien von Konkurrenzunternehmen“

beurteilt. 6,32% der Noten erhielt dieses Motiv.

Der Punkt „Wissenstransfer, gemeinsame Forschung oder Produktentwicklung“ wurde zu 4,02% mit der Note 4 oder 5 bewertet. Weitere 3,45% der vergebenen Noten bekam das Motiv „bessere Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen“.

Mit wichtig oder sehr wichtig wurden von der Branche Handel- / Großhandel am häufigsten die Anlässe „Marktzugang bzw. Markerschließung“ und „Sicherung von Beschaffungsquellen“ bewertet. Jeweils 17,39% aller von der Handelsbranche vergebenen Noten 4 und 5 waren hier zu finden. Weitere 14,13% entfielen auf das Motiv „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots / Abrundung der Produktpalette“. An dritter Stelle ist hier das Kriterium „Anforderung von Finalproduzenten bzw. Kunden“ zu nennen. 13,04% der Noten erzielte dieser Grund.

Jeweils 8,70% aller vergebenen Noten 4 und 5 kamen auf das Motiv „Suche nach Kooperationspartnern“ bzw. auf die „Reaktion auf Strategien von Konkurrenzunternehmen“. 7,61% bewerteten den Anlass der fehlende Inlandsnachfrage für die Tätigkeit im Ausland mit wichtig oder sehr wichtig. Weitere 6,52% der Noten 4 und 5 entfielen auf das Motiv „Kostensenkung durch Lohnveredelung“. Mit diesen Noten wurde in dieser Branche am siebthäufigsten das Motiv der „besseren Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen“ beurteilt. 2,17% aller von der Handelsbranche vergebenen Noten kamen auf dieses Motiv. 1,09% aller vergebenen Noten 4 und 5 erhielt das Motiv „Wissenstransfer, gemeinsame Forschung oder Produktentwicklung“.

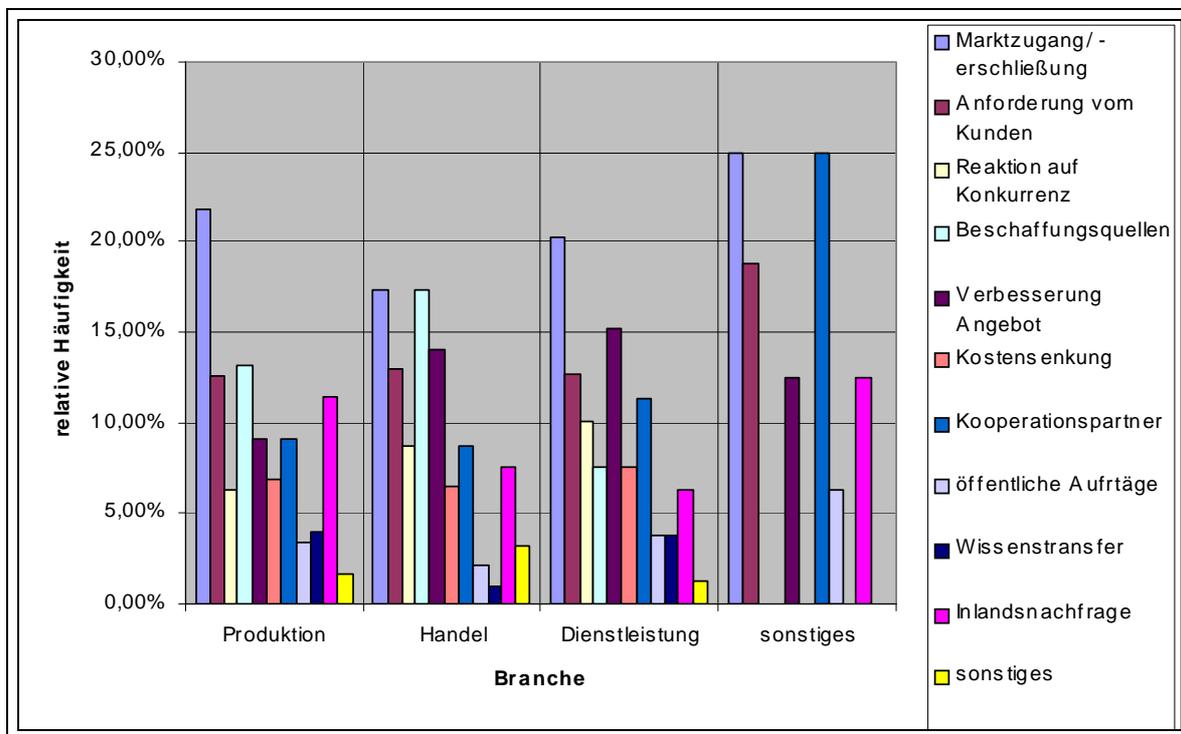
Mit der Note 4 oder 5 wurde in der Branche der Dienstleistung am häufigsten das Kriterium „Marktzugang bzw. der Markerschließung“ bewertet. 20,25% aller von dieser Branche vergebenen Noten 4 und 5 entfielen auf dieses. Am zweithäufigsten wurde in dieser Branche die „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebots / Abrundung der Produktpalette“ mit diesen Noten bewertet. 15,19% aller von den Dienstleistern vergebenen Noten 4 und 5 entfielen auf das Motiv.

An dritter Stelle (mit 12,66%) ist hier das Motiv „Anforderung von Finalproduzenten bzw. Kunden“ zu finden. 11,39% aller von den Unternehmen der Dienstleistungsbranche vergebenen Noten 4 und 5 kamen auf das „Suchen nach Kooperationspartnern“. Weitere 10,13% aller mit wichtig oder sehr wichtig bewerteten Anlässe, entfielen auf den Punkt „Reaktion auf Strategien von Konkurrenzunternehmen“. Mit der Note 4 oder 5 wurden in der Produktionsbranche an sechster Stelle die Motive „Sicherung von Beschaffungsquellen“ und „Kostensenkung durch Lohnveredelung“ bewertet. Jeweils 7,59% der vergebenen Noten 4 und 5 entfielen auf diesen Beweggrund. 6,33% der von den Dienstleistungsunternehmen vergebenen Noten kamen auf das Motiv „Fehlende Inlandsnachfrage“. „Besserer Zugangsmöglichkeiten zu öffentlichen Aufträgen“ bzw. „Wissenstransfer, gemeinsame Forschung oder Pro-

duktentwicklung“ wurden jeweils zu 3,80% mit 4 oder 5 beurteilt.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass das Motiv „Marktzugangs bzw. der Markerschließung“ von allen Branchen am häufigsten mit wichtig oder sehr wichtig für die Tätigkeit im Ausland bewertet wurde. Die Branche Handel- / Großhandel bewertete gleichzeitig noch das Kriterium „Sicherung von Beschaffungsquellen“ am häufigsten mit der Note 4 und 5. Dieser Aspekt erreichte in der Produktionsbranche den zweiten Platz. Dahingegen fiel dieser Beweggrund in der Dienstleistungsbranche auf Platz sechs. In der folgenden Abbildung wird das Ergebnis veranschaulicht.

Abbildung 87: Branche / Motive



Quelle: Eigene Darstellung.

## 6. Korrelation und Regression

In diesem Abschnitt war zu untersuchen, ob es zwischen verschiedenen Merkmalen lineare Zusammenhänge gibt. Die möglichen Zusammenhänge können mit Hilfe der Korrelation erkannt werden. Wurde ein geradezu enger linearer Zusammenhang erkannt, kann dieser mit Hilfe der Regressionsanalyse genauer beschrieben werden.

Aufgrund der Korrelationstabellen ließen sich folgende lineare Zusammenhänge erkennen:

Der Vergleich der zwei Merkmale „Umsatzhöhe im vergangenen Jahr“ und

dem gegenwärtigem Problem „Konkurrenzdruck durch westeuropäische Unternehmen“ ergab den Korrelationskoeffizienten 0,29385655. Das bedeutet, dass hier ein geringer linearer Zusammenhang, von zweifelhafter Bedeutung besteht.

Der Vergleich der zwei Merkmale „Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt“ und dem Profitieren durch die „bessere Ausnutzung der Kapazitäten“ bei der Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen ergab den Korrelationskoeffizienten 0,29112542. Das bedeutet, dass hier ebenfalls nur ein geringer linearen Zusammenhang, von zweifelhafter Bedeutung besteht. Ein deutlicher, praktisch verwendbarer linearer Zusammenhang wäre ab einem Korrelationskoeffizienten von 0,5 zu erkennen. Bei der Ermittlung der Korrelationskoeffizienten konnte ein Wert ermittelt werden, der einen praktisch verwendbaren linearen Zusammenhang lieferte.

Ein Korrelationskoeffizient von 0,6852 wurde bei dem Vergleich der zwei Merkmale „Mitarbeiterzahl im Jahresdurchschnitt“ und „Umsatzhöhe im vergangenen Jahr“ ermittelt. Dieser Wert bedeutet einen geradezu engen linearen Zusammenhang. Die Mitarbeiterzahl der Unternehmen und der Umsatz des vergangenen Jahres stehen miteinander im positiven linearen Zusammenhang. Wenn die Mitarbeiterzahl steigt nimmt auch der Umsatz zu. Dieser Zusammenhang wird durch das Aufstellen der Regressionsgleichung noch genauer beschrieben. Es ist davon auszugehen, dass der Umsatz von der Mitarbeiterzahl abhängt. Also liefert der Umsatz die abhängige Komponente und die Mitarbeiterzahl die Unabhängige. Die Regressionsanalyse ergab einen Achsenabschnitt  $a$  mit dem Wert 0,8545 und eine Steigung von  $b = 0,1485$ . Die Regressionsgerade führt zur folgenden Zusammenhangsformel:

$$\text{Umsatz (in Mio. €)} = 0,1485 * \text{Mitarbeiterzahl im Jahresdurchschnitt} + 0,8545 \text{ Mio. €}$$

Aus dieser Formel lässt sich erkennen, dass der Umsatz um 0,1485 Mio. € steigt, wenn sich die Mitarbeiterzahl um einen Mitarbeiter erhöht. Dies setzt voraus, dass alle anderen Größen unverändert bleiben. Das für die Regressionsfunktion ermittelte Bestimmtheitsmaß hat den Wert 0,4695. Dieser Wert ist relativ hoch. Das heißt, dass viele Anteilswerte in der Nähe der Regressionsgrade liegen. Es werden 46,95% der Streuung durch die Regressionsgrade erklärt. Somit verbleiben 53,05% der Streuung „außerhalb“ der Graden. Die Güte der Regressionsgrade kann somit als relativ gut beschrieben werden. [vgl. Zwerenz – Statistik, Datenanalyse mit EXCEL und SPSS; Oldenbourg Verlag; 2000; Seite 223]

## 7. Schluss

Die Analyse der westmecklenburgischen Unternehmen lieferte eine Vielzahl interessanter Ergebnisse.

Die Frage nach den gegenwärtigen Problemen ergab die Erkenntnis, dass die antwortenden Unternehmen gegenwärtig im Durchschnitt mit keinem der genannten Probleme stark oder sehr stark konfrontiert sind. Sogar das viel debattierte Problem der zu hohen Lohnkosten sowie die Finanzierungsschwierigkeiten der Unternehmen wurden im Durchschnitt nur mit mäßig belastend (Durchschnittsnote 3) bewertet. Demzufolge müssten die antwortenden westmecklenburgischen Unternehmen durchschnittlich wenig problembelastet sein, dennoch zeigt die tägliche Presse ein anderes Unternehmerbild.

144 der 305 antwortenden Unternehmen (47,21%) gaben an, Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen zu haben. Die drei wichtigsten Länder sind hierbei die Niederlande, Dänemark und Österreich.

46 Unternehmen (15,08%) gaben an, sich auf eine erstmalige Geschäftsbeziehung mit einem Unternehmen im Ausland vorzubereiten. Vorwiegend wurden hier die Länder Polen, Schweden und Litauen genannt. Festzustellen ist, dass sich unter den Ländern, mit denen Unternehmen eine erstmalige Zusammenarbeit vorbereiten, vorwiegend neue EU-Beitrittsländer befinden.

Im Vergleich zu Gesamtmecklenburg sind Unterschiede bei den Partnerländern zu erkennen. Von 1993 bis 2003 wurde durchschnittlich am häufigsten mit Unternehmen in Dänemark zusammen gearbeitet, gefolgt von Großbritannien, den Niederlanden und Russland.

Die Exportquote der antwortenden Unternehmen Westmecklenburgs, d. h. der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz, beträgt im Durchschnitt 9,58%. Verglichen mit den Durchschnittswerten der neuen Bundesländern (Werte aus dem Jahr 2004) ist diese Quote sehr gering. In den neuen Bundesländern lag die Quote bei 26,6%. In den alten Bundesländern lag sie sogar bei 40,9%.<sup>9</sup>

Erwartungsgemäß ergab die Umfrage, dass die Mehrheit der Dienstleistungsunternehmen vorwiegend Dienstleistungen und die Produzenten und Händler vorwiegend Waren ex- und importieren.

Die wichtigsten Motive für die Arbeit mit den ausländischen Unternehmen waren hierbei die Punkte „Marktzugang- / Markterschließung“, „Anforderungen von Finalproduzenten / Kunden“ und „Verbesserung des Leistungs- bzw. Serviceangebotes / Abrundung der Produktpalette“.

Während der Zusammenarbeit mit dem Ausland traten auch Probleme auf, mit denen sich die antwortenden Unternehmen konfrontiert sahen. Hierzu gehörten die Aspekte „Bürokratische und rechtliche Hemmnisse“, „Fehlende finanzielle Anreize / zu geringe öffentliche Förderungen“ und „Finanzierungsprobleme / finanzielles Risiko“. Interessant ist hier, dass unter den am häufigsten genannten Problemen die zu geringen öffentlichen Förderungen und Finanzierungsprobleme fallen. Jedoch nahmen laut Umfrage über der Hälfte der

---

<sup>9</sup> Vgl. <http://www.bmwa.bund.de/Redaktion/Inhalte/Pdf/W/wf-wirtschaftsdaten-neue-laender-januar-2005,property=pdf.pdf>, abgerufen am 06.07.05.

antwortenden Unternehmen keine öffentlichen Förderprogramme in Anspruch. Vermutlich existiert hier für die Unternehmen Beratungs- und Informationsbedarf hinsichtlich der Förder- bzw. Finanzierungsmöglichkeiten bei Auslandsaktivitäten.

Nach der Unternehmensgröße (Umsatzhöhe im vergangenen Jahr) differenziert, zeigt sich, dass es keine großen Unterschiede in der Nutzung der öffentlichen Förderprogramme gibt. Die Mehrheit jeder Klasse gab an, keine öffentlichen Förderprogramme zu nutzen.

Weiterhin lässt sich erkennen, dass es Unterschiede zwischen den Branchen hinsichtlich deren gegenwärtiger Probleme gibt. So steht beispielsweise das Problem „zu hohe Lohnkosten“ in der Produktionsbranche, dem Handel / Großhandel sowie den sonstigen Branchen an erster Stelle. Bei den Unternehmen der Dienstleistungsbranche jedoch steht dieser Punkt nicht im Vordergrund. An erster Stelle steht in dieser Branche das Problem „Finanzierungsschwierigkeiten“.

Es gab keine gravierenden Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößen, gemessen an der Mitarbeiterzahl, und dem Betreiben von Forschung und Entwicklung. In den Gruppen der Unternehmen mit bis zu 9 Mitarbeitern wird vorwiegend keine Forschung und Entwicklung durchgeführt. In den Unternehmen ab 10 Mitarbeiter entspricht die Zahl der Unternehmen, die kontinuierlich in Forschung und Entwicklung investieren, genau der Zahl der Unternehmen die keine Forschung und Entwicklung durchführen. Es kann von einer Abhängigkeit zwischen der Umsatzhöhe im vergangenen Jahr und dem Betreiben von Forschung und Entwicklung ausgegangen werden.

121 Unternehmen gaben Gründe an, warum sie nicht mit Unternehmen im Ausland zusammenarbeiten. Hierbei wurden am häufigsten die Punkte „keine bzw. zu geringe Gewinnaussichten“, „Sprachprobleme“ und „zu geringes Marktpotential“ genannt.

## Literaturverzeichnis

**Eichholz**, Wolfgang/**Prause**, Gunnar (2002): EDV-gestützte BWL/Marktforschung; Skript zum Seminar, [Hochschule Wismar, Fachbereich Wirtschaft] Wismar, Februar 2002.

**Herrmann**, Andreas/**Homburg**, Christian (Hrsg.) (1999): Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, [Gabler] Wiesbaden 1999.

<http://medialine.focus.de/PM1D/PM1DB/PM1DBF/pm1dbf.htm?snr=3194>, abgerufen am 27.06.05.

<http://www.bmwa.bund.de/Redaktion/Inhalte/Pdf/W/wf-wirtschaftsdaten-neue-laender-januar-2005,property=pdf.pdf>, abgerufen am 06.07.05.

<http://www.destatis.de/basis/d/aussh/aushtab1.php>, abgerufen am 05.07.05.

<http://www.ihkzuschwerin.de/ihksn/Medien/Dokumente/Industrie/Wirtschaftsentwicklung%20M-V%202005.pdf>, abgerufen am 17.01.05.

[http://www.ihkzuschwerin.de/ihksn/Wir\\_ueber\\_uns/leitbild.html](http://www.ihkzuschwerin.de/ihksn/Wir_ueber_uns/leitbild.html), abgerufen am 17.01.05.

[http://www.lrz-muenchen.de/~wlm/ilm\\_s6.htm](http://www.lrz-muenchen.de/~wlm/ilm_s6.htm), abgerufen am 27.06.05.

<http://www.sao-paulo.diplo.de/de/05/Wirtschaft.html>, abgerufen am 20.06.05.

<http://www.statistik-mv.de/doku/veroeff/Wirtschaftsentwicklung.pdf>, abgerufen am 24.05.05.

[http://www.wm.mv-regierung.de/doku/Auwi\\_Bericht\\_2004.pdf](http://www.wm.mv-regierung.de/doku/Auwi_Bericht_2004.pdf), abgerufen am 10.07.05.

**Pepels**, Werner (1997): Außenhandel, [Cornelsen Giradet] Berlin 1997.

**Reinke**, Helmut/**Stockmann**, Michael/Stockmann, Rita (2001): Marketing und Marktforschung am PC. Analysieren und Visualisieren mit Excel und SQL-Server, [Carl Hanser] München/Wien 2001.

**Reiter**, Gerhard/**Matthäus**, Wolf-Gert (1996): Marktforschung und Datenanalyse mit EXCEL. Moderne Software zur professionellen Datenanalyse. Mit praxisbezogenen Beispielen und zahlreichen Übungsaufgaben, [R. Oldenbourg] München/Wien 1996.

**Reiter**, Gerhard/**Matthäus**, Wolf-Gert (1998): Marketing-Management mit Excel, [R. Oldenbourg] München/Wien 1998.

**Zwerenz**, Karlheinz (2000): Statistik. Datenanalyse mit EXCEL und SPSS, [R. Oldenbourg] München/Wien 2000.

## **Anhang**

### *A1. Anlagen zur univariaten Datenanalyse*

#### A1.1. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?

##### **Sonstige Nennungen**

Asbestsanierung/-abbruch  
Bau  
Bau  
Bau  
Bau  
Baugewerbe  
Bauhandwerk  
Bauhauptgewerbe  
Bauindustrie  
Bauträger  
Beteiligungsholding  
Computertechnologie  
Handwerk  
Handwerk  
Handwerk/Ausbaugewerbe  
Hochbau  
Ingenieurbüro  
Landwirtschaft  
Landwirtschaft/Fischerei  
Logistik  
Medizintechnik  
Messtechnische Dienstleistungen, Sachverständige  
Metallbearbeitung  
Orthopädie/Rehatechnik  
sonstige Branche ohne genaue Benennung  
sonstige Branche ohne genaue Benennung  
Transport/Spedition  
Umwelttechnik  
Verlag

A1.2. Mit welchen Problemen ist Ihr Unternehmen gegenwärtig konfrontiert?

A1.2.1. Absolute Häufigkeitstabelle

absolute Häufigkeiten Probleme	Noten						feh- lende Werte	Durch- schnitts- note
	1	2	3	4	5	Sum- me		
Konkurrenzdruck durch westeu- ropäische UN	127	46	64	26	28	291	14	2,25
Konkurrenzdruck durch UN aus Staaten Mittel- und Osteuropa	151	60	36	26	15	288	17	1,94
zu kleine Betriebsgröße	150	78	38	17	11	294	11	1,85
Defizite bei den angebotenen Produkten	146	73	48	14	8	289	16	1,84
Defizite bei der Vermarktung	89	89	74	33	5	290	15	2,23
Defizite bei der Entwicklung neuer Produkte	149	78	36	14	8	285	20	1,79
Schwieriger Zugang zu den ü- berregionalen Märkten	104	52	75	37	21	289	16	2,37
zu hohe Lohnkosten	52	72	81	42	49	296	9	2,88
Mangel an qualifizierten Ar- beitskräften	114	76	51	32	20	293	12	2,21
Defizite in der technischen Aus- stattung	148	81	44	12	7	292	13	1,80
Finanzierungsschwierigkeiten	103	51	62	44	33	293	12	2,50
Sonstiges	28							

A1.2.2. Sonstige Angaben

AN aus Mittel- und Osteuropa

Auftragslage schlecht

Außenstände/Zahlungsmoral/keine Unterstützung vom Staat

Baukrise

da Kaufkraft zurückgeht, weniger Transporte ab 2005

Dieselpreise über Maut, die nicht weiter gegeben werden können, weil die Auftraggeber dies ablehnen

Drücken der Nebenkosten/ Anwendung der HOAI

Entscheidungen von Behörden führen zu beträchtlichen Umsatzeinbußen

Finanzierung von innovativen neuen Produkten

hohe Rohstoffpreise, USA

Ich AG

konjunkturelle Einbrüche (Winter)

Konkurrenz durch Billigprodukte aus Fernost steigende Rohstoffpreise NE-Metalle, Polymere

Konkurrenz durch Ich-AGs

Liquiditätsprobleme

Lohnnebenkosten, Bürokratie, Fördermodalitäten

noch keine Normerfüllung

öffentliche Ausschreibungsgebote

schwarze Schafe und kleine Unternehmen, die durch die Gesetze durchrutschen  
 sinkende Nachfrage zu spezieller Anwendungsentwicklung  
 UN, die mit Arbeitskräften aus Ost-Europa tätig sind  
 unseriöse Geschäftspraktiken von Partnern  
 Verdrängungswettbewerb  
 Verwaltungsaufwand/Bürokratie  
 Zahlungsmoral der Kunden; Umstrukturierung in der LW durch die EU  
 Zahlungsmoral, keine Sicherung mögl.  
 zu hohe Lohnnebenkosten  
 zu viel Bürokratie in allen Bereichen

A1.3. Unser Unternehmen unterhält keine Geschäftsbeziehungen zu ausländischen Unternehmen, weil ...

### **Sonstige Angaben**

Anbieter regionaler Dienstleistungen  
 DL sind für ausländ. Unt. zu teuer, alleine schon wegen Lohnkosten  
 Entfernung zu groß  
 entspricht nicht dem UN-Zweck  
 es besteht kein Interesse  
 Handel mit Frischfleisch, deshalb Probleme zwecks Exportauflagen  
 Kein Bedarf  
 kein Interesse  
 kein operatives Marktgeschäft  
 keine Marktanteile  
 Kleinverarbeiter  
 Konzernstrategie  
 Neugründung  
 nur Inlandstätigkeit  
 nur innerdeutsche Geschäfte durch Art des Unternehmens  
 Preise  
 regionale Ausrichtung  
 regionale Ausrichtung  
 regionale Tätigkeit  
 Transportkostenfaktor, d.h. regionale Begrenzung auf 75 km  
 Vertrieb läuft über Mutter-AG, diese betreibt Geschäftsbeziehungen mit Ausland  
 vorhandene Kapazitäten ausgelastet  
 weil unser UN an den Standort gebunden ist  
 weil wir genug Arbeit im Inland haben

A1.4. In welcher Branche ist Ihr ausländisches Partnerunternehmen schwerpunktmäßig tätig?

**Sonstige Angaben**

Bau  
 Baugewerbe  
 Bauindustrie  
 Computertechnologie  
 Künstlervermittler  
 Lebensmittel  
 Transport/Spedition  
 Vertrieb

A1.5. Was sind / waren Ihre Motive für die Tätigkeit im Ausland?

A1.5.1. Absolute Häufigkeitstabelle

absolute Häufigkeiten Motive	Noten						feh- lende Werte	Durch- schnittsno- te	
	1	2	3	4	5	Summe			
Marktzugang/-erschließung	16	9	21	27	47	120	185	3,67	
Anforderung Finalproduzenten/Kunden	34	10	23	15	32	114	191	3,01	
Reaktion auf Strategien Konkurrenzunt.	40	21	28	14	13	116	189	2,47	
Sicherung Beschaffungs- quellen	44	9	16	25	20	114	191	2,72	
Verbesserung Leistungs- /Serviceangebot	33	13	24	27	16	113	192	2,82	
Kostensenkung durch Lohn- veredelung	52	12	17	10	14	105	200	2,26	
Suche nach Kooperations- partnern	28	10	39	20	17	114	191	2,89	
Zugangsmglk. zu öff. Auf- trägen	77	14	6	2	10	109	196	1,66	
Wissenstransfer	75	12	8	6	5	106	199	1,62	
fehlende Inlandsnachfrage	44	13	21	20	14	112	193	2,53	
Sonstige Gründe	7								

A1.5.2. Sonstige Angaben

bessere Erlösaussichten  
 Einkauf  
 Konzernzugehörigkeit  
 Nutzung der Russischkenntnisse, Außenhandel als Geschäftsidee, um der Arbeitslosigkeit zu entkommen  
 Preisunterschiede zu inländischen Anbietern  
 Preisvorteil beim Wareneinkauf  
 Verkauf von deutschen und westeuropäischen Produkten in gleicher Qualität

A1.6. Was exportieren Sie zum ausländischen Unternehmen?

**Sonstige Angaben**

Asbestsanierung  
Medizinische Geräte

A1.7. Was importieren Sie zum ausländischen Unternehmen?

**Sonstige Angaben**

Baugruppen für unsere Produkte  
Künstler gebucht

A1.8. Auf welche betrieblichen Funktionsbereiche bezieht sich Ihre Zusammenarbeit mit dem ausländischen Unternehmen?

**Sonstige Angaben**

Akquise  
Asbestsanierung  
Betriebsoptimierung  
Dienstleistung  
Dienstleistungen/Logistik  
Künstlerbooking  
Lager/Transport  
Montage  
Transport  
Wartung

A1.9. Welche der folgenden Aktivitäten wollen Sie zukünftig mit dem ausländischen Unternehmen durchführen oder ausweiten?

**Sonstige Angaben**

Dienstleistung  
Forschung & Entwicklung  
Künstlerbooking  
Montage

## A1.10. Wie profitiert Ihr Unternehmen von dieser Zusammenarbeit?

## A1.10.1. Absolute Häufigkeitstabelle

Kategorie	Note					Summe	Durchschnitts-note	Fehlende Werte
	1	2	3	4	5			
Entwicklung neuer Produkte bzw. Produktionsverfahren	59	18	20	6	9	112	2,0	193
Höhere Flexibilität	38	19	32	16	9	114	2,5	191
Risikominimierung	59	21	18	9	5	112	1,9	193
Qualifizierung der Mitarbeiter	69	19	16	1	6	111	1,7	194
Informations-/Know How-Gewinnung	50	23	22	9	8	112	2,1	193
Bessere Ausnutzung der Kapazitäten	34	6	20	31	23	114	3,0	191
Umsatzsteigerung	12	5	27	36	46	126	3,8	179
Sonstiges						10		

## A1.10.2. Sonstige Angaben

Absatz von Gebrauchtmachines

Arbeitsplatzsicherung, wir haben etwas zu tun, was Geld bringt (wenn auch wenig)

bessere Margen

niedrige Forschungskosten

Preisunterschiede zu inländischen Anbietern

Preisvorteil

Preisvorteil

preiswerter Einkauf in Dtl

Rohstoffbeschaffung

Warenvielfalt

A1.11. Welche Probleme traten bisher im Rahmen Ihrer Zusammenarbeit mit dem Ausland auf?

A1.11.1. Absolute Häufigkeitstabelle

Kategorie	Note					Summe	Durchschnitts-note	fehlende Werte
	1	2	3	4	5			
keine bzw. zu geringe Gewinnaussichten	53	25	27	6	4	115	2,0	190
zu geringes Marktpotential	50	36	17	8	3	114	1,9	191
Finanzierungsprobleme/finanzielles Risiko	47	20	25	16	10	118	2,3	187
fehlende Personalressourcen im eigenen Unternehmen	62	21	18	12	3	116	1,9	189
Fehlende Kapazitäten für Forschung und Entwicklung	78	15	12	5	4	114	1,6	191
Informationsdefizite	49	27	22	9	2	109	2,0	196
Mangel an geeigneten Kooperationspartnern	50	18	30	13	6	117	2,2	188
Mangel an geeigneten Arbeitskräften im Ausland	73	17	15	5	5	115	1,7	190
Sprachprobleme	48	25	24	11	10	118	2,2	187
Defizite in der Verkehrsanbindung	63	25	16	13	0	117	1,8	188
unterschiedliche Unternehmenskulturen	56	21	24	11	4	116	2,0	189
Zollprobleme	53	19	16	17	7	112	2,2	193
fehlende Qualitätsnachweise/Zertifizierung	57	16	16	20	5	114	2,1	191
bürokratische und rechtliche Hemmnisse	44	23	21	16	16	120	2,5	185
fehlende finanzielle Anreize/zu geringe öffentliche Förderung	56	22	15	13	12	118	2,2	187
Behinderungen bei Übernahme/Neugründung von Unternehmen	84	12	8	4	2	110	1,4	195
Sonstiges	2							

A1.11.2. Sonstige Angaben

andere Formen von Unternehmensvorstellungen in China und USA  
unseriöse Geschäftspraktiken

A1.12. Mit welcher Hilfe kamen die Kontakte zu den ausländischen Unternehmen zustande?

**Sonstige Angaben**

Besuch des örtlichen Natursteinhändlers  
 eigene Initiative  
 eigene Initiative  
 eigene Initiative  
 eigene Initiative  
 eigene Initiative  
 eigene Vertriebstätigkeit  
 Eigeninitiative  
 Eigeninitiative  
 Eigenrecherche  
 Konzerninterner Austausch  
 persönlicher Kontakt  
 Über Industriepartner

A1.13. Welche öffentlichen Förderprogramme nutzten Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?

**Sonstige Angaben**

BMWA Vermarktungshilfsprogramm 2005  
 MBMV-Mittelstandsbeitrag  
 Messeförderung

A1.14. Welche Leistungen nutzten Sie?

**Sonstige Angaben**

AHK-Recherche  
 e-mail  
 Erhalt von Kundenadressen

A1.15. Welche Zusatzleistungen sollten von der IHK angeboten werden?

**Sonstige Angaben**

Branchenspezifische Angebote  
 Branchenspezifische Angebote  
 Bürokratieabbau  
 Info zu Möglichkeiten im Bauwesen  
 Konkrete Hilfe bei Förderprogrammen (Messen, Firmenpools etc.)  
 kurzfristige Finanzierungsmöglichkeiten  
 Leistungen werden nicht benötigt  
 Marktanalysen, gemeinsame Messen  
 mehr persönlicher Kontakt  
 Messeinformationen  
 Optimierungskonzepte  
 Prüfung von Angeboten hinsichtlich der Seriösität  
 Schulungen zu aktuellen Themen  
 Seminare über Finanzierungsmöglichkeiten  
 spezifische Problemlösung zu Zoll- und Außenwirtschaftsfragen

Tipps und Vorschläge der IHK zu neuen Märkten, Innovationen (Branchenspezifisch)  
Vertragsgestaltung, Arbeitsrecht  
werden von Ing.- Kammer, UV, VSVI, ATV etc reichlich versorgt

A2. *Anlagen zur bivariaten Datenanalyse*

A2.1. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? - Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?

**Kreuztabelle:**

absolute Häufigkeit Branche	Forschung und Entwicklung			Gesamtergebnis
	ja, kontinuierlich	ja, gelegentlich	nein, gar nicht	
Produktion	30	28	51	109
Handel/Großhandel	1	9	40	50
Dienstleistung	11	18	86	117
Sonstige	4	4	21	29
Gesamtergebnis	46	59	198	305

**Kreuztabelle mit zusammengefassten Häufigkeiten:**

Branche	Forschung und Entwicklung		Gesamtergebnis
	ja	nein	
Produktion	58	51	109
Handel/Großhandel	10	40	50
Dienstleistung	29	86	115
Sonstige	8	21	29
Gesamtergebnis	105	198	303

**Interferenztabelle:**

Branche	Forschung und Entwicklung		Gesamtergebnis
	Ja	nein	
Produktion	37,77227723	71,22772277	109
Handel/Großhandel	17,32673267	32,67326733	50
Dienstleistung	39,85148515	75,14851485	115
Sonstige	10,04950495	18,95049505	29
Gesamtergebnis	105	198	303

**Ergebnis Chi<sup>2</sup>- Unabhängigkeitstest:**

Chi <sup>2</sup>	7,56926E-06
------------------	-------------

A2.2. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr? – Betreibt Ihr Unternehmen Forschung und Entwicklung?

**Kreuztabelle:**

absolute Häufigkeit	Forschung und Entwicklung			
	ja, kontinuierlich	Ja, gelegentlich	nein, gar nicht	Gesamtergebnis
Umsatzhöhe (Mio. Euro)				
weniger 2	21	29	129	179
2 bis 9	9	19	48	76
10 bis 49	14	9	14	37
ab 50	2	1	2	5
keine Angaben	0	1	5	6
Gesamtergebnis	46	59	198	303

**Kreuztabelle ohne „keine Angaben“:**

Umsatzhöhe (Mio. Euro)	Forschung und Entwicklung			
	ja, kontinuierlich	ja, gelegentlich	nein, gar nicht	Gesamtergebnis
weniger 2	21	29	129	179
2 bis 9	9	19	48	76
10 bis 49	14	9	14	37
ab 50	2	1	2	5
Gesamtergebnis	46	58	193	297

**Kreuztabelle mit zusammengefassten Häufigkeiten:**

Umsatzhöhe (Mio. Euro)	Forschung und Entwicklung			
	ja, kontinuierlich	ja, gelegentlich	nein, gar nicht	Gesamtergebnis
weniger 2	21	29	129	179
2 bis 9	9	19	48	76
ab 10	16	10	16	42
Gesamtergebnis	46	58	193	297

**Interferenztabelle:**

Umsatzhöhe (Mio. Euro)	Forschung und Entwicklung			
	ja, kontinuierlich	ja, gelegentlich	nein, gar nicht	Gesamtergebnis
weniger 2	27,72390572	34,95622896	116,3198653	179
2 bis 9	11,77104377	14,84175084	49,38720539	76
ab 10	6,505050505	8,202020202	27,29292929	42
Gesamtergebnis	46	58	193	297

**Ergebnis Chi<sup>2</sup>-Unabhängigkeitstest:**

Chi <sup>2</sup>	5,49313E-05
------------------	-------------

A2.3. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr? – Welche öffentlichen Förderprogramme (ÖFP) nutzten Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?

Absolute Häufigkeit ÖFP	Umsatzhöhe (Mio. EURO)				
	weniger 2	2 bis 9	10 bis 49	ab 50	keine Angaben
ÖFP des Landes MV	2	3	5	0	0
ÖFP des Bundes	5	0	4	0	0
ÖFP des Partnerlandes	0	1	0	0	0
ÖFP der EU	1	0	4	0	0
keine ÖFP	53	28	20	2	2
sonstige ÖFP	1	0	1	0	1
Gesamtergebnis	62	32	34	2	3

A2.4. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Welche öffentlichen Förderprogramme nutzen Sie bei Ihrer Tätigkeit im Ausland?

**Kreuztabelle:**

absolute Häufigkeiten ÖFP	Branche			
	Produktion	Handel	Dienstleistung	sonstige
ÖFP des Landes MV	6	1	1	2
ÖFP des Bundes	6	1	1	1
ÖFP des Partnerlandes	0	0	1	0
ÖFP der EU	4	0	1	0
Keine ÖFP	53	27	20	5
Sonstige	1	2	0	0
Gesamtergebnis	70	31	24	8

A2.5. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? - Was exportieren Sie zum ausländischen Unternehmen?

**Kreuztabelle:**

absolute Häufigkeit Branche	Export von ...					Gesamtergebnis
	Waren	Dienstleistung	Know How	Nichts	Sonstiges	
Produktion	61	8	4	6	0	79
Handel/Großhandel	23	6	2	7	0	38
Dienstleistung	4	19	2	6	0	31
Sonstige	2	3	2	1	2	10
Gesamtergebnis	90	36	10	20	2	158

A2.6. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Was importieren Sie vom ausländischen Unternehmen?

**Kreuztabelle:**

absolute Häufigkeit Branche	Import von ...					Gesamtergebnis
	Waren	Dienstleistung	Know How (Patente / Lizenzen)	Nicht s	Sonstiges	
Produktion	51	13	2	12	1	79
Handel/Großhandel	27	2	0	4	0	33
Dienstleistung	5	15	3	5	1	29
Sonstige	2	2	0	4	0	8
Gesamtergebnis	85	32	5	25	21	49

A2.7. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens (in Mio. Euro) im vergangenen Jahr?

**Kreuztabelle:**

absolute Häufigkeit Branche	Umsatzhöhe in Mio. Euro				Gesamtergebnis
	weniger 2	2 bis 9	10 bis 49	ab 50	
Produktion	51	30	22	4	107
Handel/Großhandel	29	10	7	1	47
Dienstleistung	82	28	5	0	115
Sonstige	17	9	3	0	29
Gesamtergebnis	179	77	37	5	298

**Kreuztabelle mit zusammengefassten Häufigkeiten:**

Branche	Umsatzhöhe in Mio. Euro			Gesamtergebnis
	weniger 2	2 bis 9	ab 10	
Produktion	51	30	26	107
Handel/Großhandel	29	10	8	47
Dienstleistung, sonstige	99	37	8	144
Gesamtergebnis	179	77	42	298

**Interferenztabelle:**

Branche	Umsatzhöhe in Mio. Euro			Gesamtergebnis
	weniger 2	2 bis 9	ab 10	
Produktion	64,2718121	27,647651	15,0805369	107
Handel/Großhandel	28,2315436	12,1442953	6,62416107	47
Dienstleistung, sonstige	86,4966443	37,2080537	20,295302	144
Gesamtergebnis	179	77	42	298

**Ergebnis Chi<sup>2</sup>- Unabhängigkeitstest:**

Chi <sup>2</sup>	0,00034854
------------------	------------

A2.8. Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr? – Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen im Jahresdurchschnitt außer Ihnen?

**Kreuztabelle:**

absolute Häufigkeit Anzahl Mitarbeiter	Umsatzhöhe in Mio. Euro				Gesamtergebnis
	weniger 2	2 bis 9	10 bis 49	ab 50	
weniger 10	124	11	0	1	136
10 bis 49	53	46	8	0	107
50 bis 199	2	19	23	0	44
ab 200	0	1	5	4	10
Keine Angaben	0	0	1	0	1
Gesamtergebnis	179	77	37	5	298

**Kreuztabelle ohne „keine Angaben“:**

Anzahl Mitarbeiter	Umsatzhöhe in Mio. Euro				Gesamtergebnis
	weniger 2	2 bis 9	10 bis 49	ab 50	
weniger 10	124	11	0	1	136
10 bis 49	53	46	8	0	107
50 bis 199	2	19	23	0	44
ab 200	0	1	5	4	10
Gesamtergebnis	179	77	36	5	297

**Kreuztabelle mit zusammengefassten Häufigkeiten:**

Anzahl Mitarbeiter	Umsatzhöhe		Gesamtergebnis
	bis 9	ab 10	
bis 49	234	9	243
ab 50	22	32	54
Gesamtergebnis	256	41	297

**Interferenztable:**

Anzahl Mitarbeiter	Umsatzhöhe		Gesamtergebnis
	bis 9	ab 10	
bis 49	209,4545455	33,5454545	243
ab 50	46,54545455	7,45454545	54
Gesamtergebnis	256	41	297

**Ergebnis Chi<sup>2</sup>- Unabhängigkeitstest:**

Chi <sup>2</sup>	9,62472E-27
------------------	-------------

A2.9. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Mit welchen Problemen ist Ihr Unternehmen gegenwärtig konfrontiert?

**Kreuztabelle:**

<b>absolute Häufigkeit</b> <b>Note 4 bzw. 5 (mindestens stark konfrontiert)</b>	<b>Branche</b>			
	<b>Produktion</b>	<b>Handel</b>	<b>Dienstleistung</b>	<b>Sonstige</b>
Konkurrenzdruck westeurop. Unt.	26	14	10	4
Konkurrenzdruck Unt. Mittel-/Osteuropa	23	7	6	5
zu kleine Betriebsgröße	9	5	13	1
Defizite bei angebotenen Produkten	11	2	8	1
Defizite bei Vermarktung	16	6	14	2
Defizite bei Entwicklung neuer Produkte	11	5	6	0
Schwieriger Zugang	20	15	19	4
zu hohe Lohnkosten	28	13	38	12
Mangel an qualifizierten Arbeitskräften	23	6	20	3
Defizite in technischen Ausstattung	11	2	5	1
Finanzierungsschwierigkeiten	27	19	22	9
Sonstige	10	3	9	6
Gesamt	215	97	170	48

A2.10. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen? – Was sind/waren Ihre Motive für die Tätigkeit im Ausland?

**Kreuztabelle:**

<b>absolute Häufigkeit</b> <b>Motiv (Note 4 bzw. 5)</b>	<b>Branche</b>			
	<b>Produktion</b>	<b>Handel</b>	<b>Dienstleistung</b>	<b>Sonstige</b>
Marktzugang/ -erschließung	38	16	16	4
Anforderung vom Kunden	22	12	10	3
Reaktion auf Konkurrenz	11	8	8	0
Beschaffungsquellen	23	16	6	0
Verbesserung Angebot	16	13	12	2
Kostensenkung	12	6	6	0
Kooperationspartner	16	8	9	4
Öffentliche Aufträge	6	2	3	1
Wissenstransfer	7	1	3	0
Inlandsnachfrage	20	7	5	2
Sonstiges	3	3	1	0
Gesamtergebnis	174	92	79	16

**Autorenangaben**

Diplom-Kauffrau (FH) Mandy Hoffmann  
Diplom-Kauffrau (FH) Antje Deike  
Fachbereich Wirtschaft  
Hochschule Wismar  
Philipp-Müller-Straße  
Postfach 12 10  
D – 23966 Wismar  
Fax: ++49 / (0)3841 / 753 131

**WDP - Wismarer Diskussionspapiere / Wismar Discussion Papers**

- Heft 01/2003 Jost W. Kramer: Fortschrittsfähigkeit gefragt: Haben die Kreditgenossenschaften als Genossenschaften eine Zukunft?
- Heft 02/2003 Julia Neumann-Szyszka: Einsatzmöglichkeiten der Balanced Scorecard in mittelständischen (Fertigungs-)Unternehmen
- Heft 03/2003 Melanie Pippig: Möglichkeiten und Grenzen der Messung von Kundenzufriedenheit in einem Krankenhaus
- Heft 04/2003 Jost W. Kramer: Entwicklung und Perspektiven der produktivgenossenschaftlichen Unternehmensform
- Heft 05/2003 Jost W. Kramer: Produktivgenossenschaften als Instrument der Arbeitsmarktpolitik. Anmerkungen zum Berliner Förderungskonzept
- Heft 06/2003 Herbert Neunteufel/Gottfried Rössel/Uwe Sassenberg: Das Marketingniveau in der Kunststoffbranche Westmecklenburgs
- Heft 07/2003 Uwe Lämmel: Data-Mining mittels künstlicher neuronaler Netze
- Heft 08/2003 Harald Mumm: Entwurf und Implementierung einer objektorientierten Programmiersprache für die Paula-Virtuelle-Maschine
- Heft 09/2003 Jost W. Kramer: Optimaler Wettbewerb – Überlegungen zur Dimensionierung von Konkurrenz
- Heft 10/2003 Jost W. Kramer: The Allocation of Property Rights within Registered Co-operatives in Germany
- Heft 11/2003 Dietrich Nöthens/Ulrike Mauritz: IT-Sicherheit an der Hochschule Wismar
- Heft 12/2003 Stefan Wissuwa: Data Mining und XML. Modularisierung und Automatisierung von Verarbeitungsschritten
- Heft 13/2003 Bodo Wiegand-Hoffmeister: Optimierung der Sozialstaatlichkeit durch Grundrechtsschutz – Analyse neuerer Tendenzen der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zu sozialen Implikationen der Grundrechte -
- Heft 14/2003 Todor Nenov Todorov: Wirtschaftswachstum und Effektivität der Industrieunternehmen beim Übergang zu einer Marktwirtschaft in Bulgarien
- Heft 15/2003 Robert Schediwy: Wien – Wismar – Weltkulturerbe. Grundlagen, Probleme und Perspektiven
- Heft 16/2003 Jost W. Kramer: Trends und Tendenzen der Genossenschaftsentwicklung in Deutschland
- Heft 01/2004 Uwe Lämmel: Der moderne Frege
- Heft 02/2004 Harald Mumm: Die Wirkungsweise von Betriebssystemen am Beispiel der Tastatur-Eingabe
- Heft 03/2004 Jost W. Kramer: Der Einsatz strategischer Planung in der Kirche

- Heft 04/2004 Uwe Sassenberg: Stand und Möglichkeiten zur Weiterentwicklung des Technologietransfers an der Hochschule Wismar
- Heft 05/2004 Thomas Gutteck: Umfrage zur Analyse der Kunden des Tourismuszentrum Mecklenburgische Ostseeküste GmbH
- Heft 06/2004: Anette Wilhelm: Probleme und Möglichkeiten zur Bestimmung der Promotioneffizienz bei konsumentengerichteten Promotions
- Heft 07/2004: Jana Otte: Personalistische Aktiengesellschaft
- Heft 08/2004 Andreas Strelow: VR-Control – Einführung eines verbundeinheitlichen Gesamtbanksteuerungskonzepts in einer kleinen Kreditgenossenschaft
- Heft 09/2004 Jost W. Kramer: Zur Eignung von Forschungsberichten als einem Instrument für die Messung der Forschungsaktivität
- Heft 10/2004 Jost W. Kramer: Geförderte Produktivgenossenschaften als Weg aus der Arbeitslosigkeit? Das Beispiel Berlin
- Heft 11/2004 Harald Mumm: Unterbrechungsgesteuerte Informationsverarbeitung
- Heft 12/2004 Jost W. Kramer: Besonderheiten beim Rating von Krankenhäusern
- Heft 01/2005 Michael Laske/Herbert Neunteufel: Vertrauen eine „Conditio sine qua non“ für Kooperationen?
- Heft 02/2005 Nicole Uhde: Rechtspraktische Probleme bei der Zwangseinziehung von GmbH-Geschäftsanteilen – Ein Beitrag zur Gestaltung von GmbH-Satzungen
- Heft 03/2005 Kathrin Kinder: Konzipierung und Einführung der Prozesskostenrechnung als eines Bestandteils des Qualitätsmanagements in der öffentlichen Verwaltung
- Heft 04/2005: Ralf Bernitt: Vergabeverfahren bei öffentlich (mit)finanzierten sozialen Dienstleistungen
- Heft 05/2005: Jost W. Kramer: Zur Forschungsaktivität von Professoren an Fachhochschulen am Beispiel der Hochschule Wismar
- Heft 06/2005 Harald Mumm: Der vollständige Aufbau eines einfachen Fahrradcomputers
- Heft 07/2005: Melanie Pippig: Risikomanagement im Krankenhaus
- Heft 08/2005: Yohanan Stryjan: The practice of social entrepreneurship: Theory and the Swedish experience
- Heft 09/2005: Sebastian Müller/Gerhard Müller: Sicherheits-orientiertes Portfoliomanagement
- Heft 10/2005: Jost W. Kramer: Internes Rating spezieller Kundensegmente bei den Banken in Mecklenburg-Vorpommern, unter besonderer Berücksichtigung von Nonprofit-Organisationen
- Heft 11/2005: Rolf Steding: Das Treuhandrecht und das Ende der Privatisierung in Ostdeutschland – Ein Rückblick –

- Heft 12/2005: Jost W. Kramer: Zur Prognose der Studierendenzahlen in Mecklenburg-Vorpommern bis 2020
- Heft 13/2005: Katrin Pampel: Anforderungen an ein betriebswirtschaftliches Risikomanagement unter Berücksichtigung nationaler und internationaler Prüfungsstandards
- Heft 14/2005: Rolf Steding: Konstruktionsprinzipien des Gesellschaftsrechts und seiner (Unternehmens-)Formen
- Heft 15/2005: Jost W. Kramer: Unternehmensnachfolge als Ratingkriterium
- Heft 16/2005: Christian Mahnke: Nachfolge durch Unternehmenskauf – Werkzeuge für die Bewertung und Finanzierung von KMU im Rahmen einer externen Nachfolge –
- Heft 17/2005: Harald Mumm: Softwarearchitektur eines Fahrrad-Computer-Simulators
- Heft 18/2005: Momoh Juanah: The Role of Micro-financing in Rural Poverty Reduction in Developing Countries
- Heft 19/2005: Uwe Lämmel, Jürgen Cleve, René Greve: Ein Wissensnetz für die Hochschule – Das Projekt ToMaHS
- Heft 20/2005: Annett Reimer: Die Bedeutung der Kulturtheorie von Geert Hofstede für das internationale Management
- Heft 21/2005: Stefan Wissuwa, Jürgen Cleve, Uwe Lämmel: Analyse zeitabhängiger Daten durch Data-Mining-Verfahren
- Heft 22/2005: Jost W. Kramer: Steht das produktivgenossenschaftliche Modell in Estland, Lettland und Litauen vor einer (Wieder-)Belebung?
- Heft 23/2005: Jost W. Kramer: Der Erfolg einer Genossenschaft. Anmerkungen zu Definition, Operationalisierung, Messfaktoren und Problemen
- Heft 24/2005: Katrin Heduschka: Ist die Integrierte Versorgung für Krankenhäuser und Rehabilitationskliniken das Modell der Zukunft?
- Heft 01/2006: Christian Andersch/Jürgen Cleve: Data Mining auf Unfalldaten
- Heft 02/2006: Kathrin Behlau: Arbeitszeitmodelle im Kinderzentrum Mecklenburg - Job-Sharing und Arbeitszeitkonten –
- Heft 03/2006: Christin Possehl: Das Eigenkapitalverständnis des IASB
- Heft 04/2006: Ines Pieplow: Zur Problematik der Abgrenzung von Eigen- und Fremdkapital nach IAS 32
- Heft 05/2006: Rüdiger-Waldemar Nickel: Der Markenwert. Ermittlung – Bilanzierung – Auswirkungen von IFRS
- Heft 06/2006: Jost W. Kramer: Sozialwirtschaft – Zur inhaltlichen Strukturierung eines unklaren Begriffs
- Heft 07/2006: Monika Paßmann: Potential und Grenzen automatischer Verhaltensmuster als Instrument erfolgreichen Selbstmanagements
- Heft 08/2006: Mandy Hoffmann/Antje Deike: Analyse der Auslandsaktivitäten von Unternehmen in Westmecklenburg