

Fryges, Helmut

Article

Exportintensität junger Unternehmen im Vereinigten Königreich ist deutlich höher

ZEW Gründungsreport

Provided in Cooperation with:

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

Suggested Citation: Fryges, Helmut (2005) : Exportintensität junger Unternehmen im Vereinigten Königreich ist deutlich höher, ZEW Gründungsreport, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, Vol. 5, Iss. 2, pp. 3-4

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/109754>

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.

Junge Technologieunternehmen in Deutschland und im Vereinigten Königreich

Exportintensität junger Unternehmen im Vereinigten Königreich ist deutlich höher

Junge Technologieunternehmen in Deutschland und im Vereinigten Königreich sind oft schon in einer sehr frühen Phase ihrer Existenz international aktiv. Während jedoch einige Unternehmen ihr Exportvolumen kontinuierlich erhöhen können, erweist sich das Exportgeschäft für andere Unternehmen als langfristig nicht profitabel. Dies zeigt eine internationale Studie, die das ZEW zusammen mit der University of Exeter durchgeführt hat.

Technologieorientierte Unternehmensgründungen gelten als Hoffnungsträger für die Entwicklung innovativer Güter und Dienstleistungen sowie für die Schaffung neuer, hochwertiger Arbeitsplätze. Die Entwicklung neuer Produkte ist allerdings mit zumeist hohen Kosten verbunden. Um diese Kosten bereits kurzfristig zu amortisieren, ist es für neu gegründete Technologieunternehmen wichtig, sich schnellstmöglich Märkte für ihre Produkte und Dienstleistungen zu erschließen. Da viele technologieorientierte Unternehmen jedoch Nischenprodukte anbieten, sind ihre Absatzmöglichkeiten auf dem heimischen Markt beschränkt. Daher können für sie Auslandsmärkte und damit die Verbreiterung der Absatzbasis eine Chance sein, die hohen Entwicklungskosten in kurzer Zeit wieder hereinzubringen.

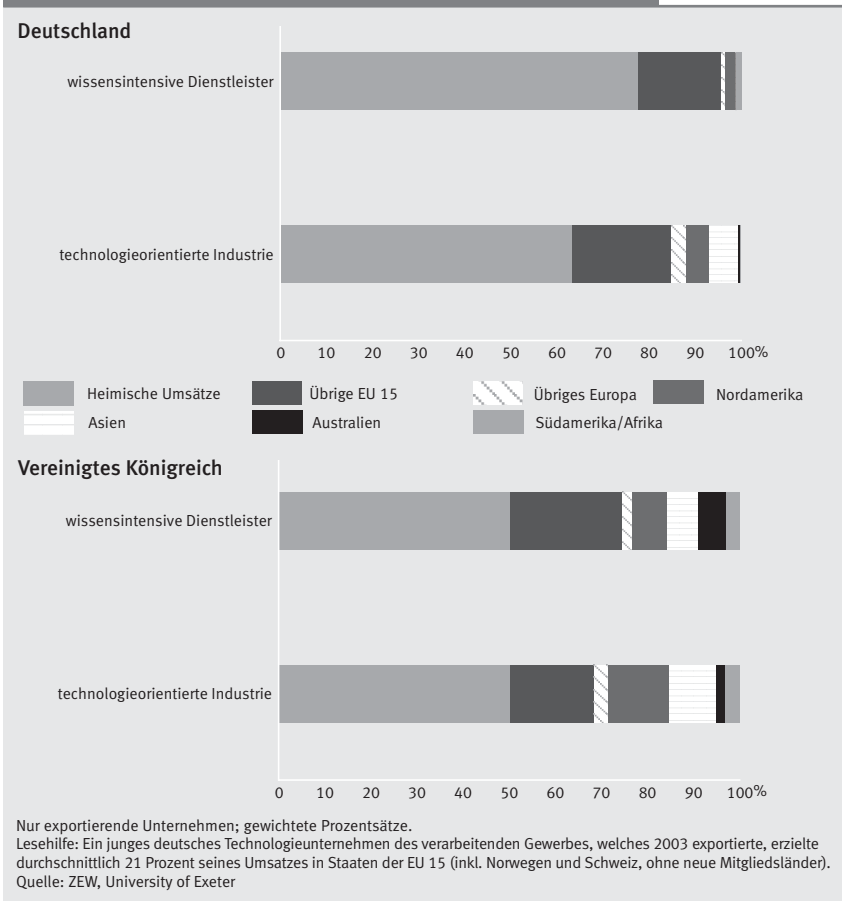
In einer langfristigen Studie hat das ZEW zusammen mit Forschern der University of Exeter erstmals 1997 mittels einer Befragung von 600 deutschen und britischen technologieorientierten Gründungen untersucht, ob und in welchem Umfang diese Unternehmen international tätig waren. Da die befragten Unternehmen zwischen 1987 und 1996 gegründet worden waren, konzentrierte sich die 1997 durchgeführte Befragung auf das Exportverhalten der Unternehmen in einer frühen Phase ihrer Entwicklung. In einer zweiten Befragung im Jahr 2003 wurden dann alle noch existierenden Unternehmen des ursprünglichen Samples erneut kontaktiert. Ziel der Wiederholungsbefragung, an der knapp 220 Unternehmen teilnahmen, war es zu ermitteln, inwieweit es jungen Technologieunternehmen gelingt, sich langfristig am Markt zu behaupten.

Knapp ein Viertel (alle nachfolgenden Angaben gewichtet) der jungen technologieorientierten Unternehmen war schon im ersten Jahr nach der Unternehmensgründung international tätig. Diese Unternehmen werden als „Born Globals“ bezeichnet. 1997, also im Jahr der ersten Befragung, erzielten bereits 62 Prozent der Unternehmen Umsätze im Ausland. Dabei exportierten 79 Prozent der technologieorientierten Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes (u.a. IKT Hardware, Steuerungstechnik, Medizintechnik).

Unter den wissensintensiven Dienstleistern (insbesondere Softwarehersteller) waren es knapp 50 Prozent.

Die ersten Auslandsaktivitäten deutscher Unternehmen resultieren oft aus Anfragen, die sich auf Fachmessen ergeben. Des Weiteren sind Referenzen zufriedener Kunden sowie Kooperationen mit international tätigen Großunternehmen von großer Bedeutung. Deutsche Unternehmen zeigen somit häufig eine eher reaktive Internationalisierungsstrategie. Im Gegensatz dazu, zielen die Manager britischer Unternehmen öfters bereits bei der Produktentwicklung auf die internationale Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen ab. Der Auslandsmarkt wird von britischen Unternehmern offensiv erschlossen.

Umsatzanteile junger technologieorientierter Exporteure 2003



Exportaktivität nicht immer erfolgreich

Angesichts der starken Verbreitung internationaler Geschäftsaktivitäten unter den untersuchten jungen Technologieunternehmen, legen die Ergebnisse der 1997er Befragung den Schluss nahe, dass es für neu gegründete technologieorientierte Unternehmen weniger eine Frage ist, ob sie in den Auslandsmarkt eintreten, sondern wann sie erstmals exportieren. In der Tat traten zwölf Prozent der befragten Unternehmen im Zeitraum von 1997 bis 2003 neu in den internationalen Markt ein. Im gleichen Zeitraum hat ein Prozent der Unternehmen seine Exporttätigkeit wieder aufgenommen, nachdem es 1997 vorübergehend nicht international aktiv war. Auf der anderen Seite haben elf Prozent der untersuchten Unternehmen zwischen der ersten und der zweiten Befragung ihr Engagement im Ausland aufgegeben. Somit hat sich der Prozentsatz der Technologieunternehmen, die Umsätze im Ausland erzielen, nur leicht erhöht (von 62 Prozent in 1997 auf 64 Prozent in 2003). Wie ökonomische Schätzungen zeigen, war ein Grund für den Austritt aus dem Auslandsmarkt die mangelnde internationale Erfahrung der Unternehmensmanager. Darüber hinaus hängt die Wahrscheinlichkeit, den internationalen Markt zu verlassen, entscheidend von den Eigenschaften der angebotenen Produkte und Dienstleistungen ab. In vielen Fällen erfordern die Produkte und Dienstleistungen technologieorientierter Unternehmen ein hohes Maß an kundenspezifischem Anpassungsaufwand und somit große Nähe zum Kunden. Bei im Ausland beheimateten Kunden muss zudem neben der geographischen oft auch eine kulturelle Distanz überwunden werden. Das ist mit hohen Kosten verbunden. Die Notwendigkeit, ein innovatives Produkt kundenspezifisch anzupassen, stellt somit ein Hindernis für die Exporttätigkeit technologieorientierter Unternehmen

dar. Einige Unternehmen, die in der Frühphase ihres Lebenszyklus in den Auslandsmarkt eingetreten sind, haben offenbar die Kosten kundenspezifischer Anpassung im Exportgeschäft unterschätzt und waren deshalb gezwungen, den internationalen Markt wieder zu verlassen.

Umsätze im Ausland nehmen zu

Gut die Hälfte der befragten Unternehmen war dennoch sowohl 1997 als auch 2003 auf Auslandsmärkten aktiv. Die meisten Exporteure konnten ihre internationalen Geschäftsaktivitäten sogar ausbauen. Das gilt sowohl für das absolute Exportvolumen als auch bezogen auf den Umsatz des Unternehmens. Während die Exporteure 1997 noch durchschnittlich 31 Prozent ihres Umsatzes im Ausland erwirtschafteten, steigt dieser Anteil (die so genannte Exportintensität) bis 2003 auf 39 Prozent an. In diesen Zahlen spiegelt sich die zunehmende Globalisierung der Märkte wider, auf denen die befragten Unternehmen tätig sind.

Ökonomische Schätzungen zeigen, dass weder Unternehmensgröße noch das Alter der Unternehmen entscheidend sind, um im Auslandsmarkt erfolgreich zu sein. Sowohl junge als auch kleine Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten sind in der Lage, Exportintensitäten von über 50 Prozent zu erzielen. Voraussetzung dafür ist, dass die Exporteure über unternehmensspezifische Ressourcen (z.B. umfangreiche internationale Erfahrung der Unternehmensmanager) verfügen, mit deren Hilfe sie Hemmnisse im Auslandsgeschäft überwinden können.

Die durchschnittliche Exportintensität britischer Unternehmen war sowohl 1997 als auch 2003 höher als der entsprechende Wert für die deutschen Exporteure. Diese Unterschiede sind zum einen auf den größeren heimischen Markt der deutschen Technologieunter-

nehmen zurückzuführen, die somit weniger abhängig vom Auslandsmarkt sind als ihre britischen Konkurrenten. Zum anderen erschließen britische Exporteure den internationalen Markt offensiv und nutzen jede Gelegenheit, ihre Marktanteile im Ausland auszubauen. Daraus ergeben sich für sie höhere Exportintensitäten als für die eher reaktiv agierenden deutschen Unternehmen.

Die Technologieunternehmen in beiden Ländern unterscheiden sich auch bezüglich der geographischen Verteilung ihrer Auslandsumsätze. Sowohl in Deutschland als auch im Vereinigten Königreich entfällt der höchste Anteil der Unternehmensexporte auf die alten Mitgliedstaaten der EU (inkl. Norwegen und der Schweiz). Hier werden etwa 20 Prozent der Umsätze erzielt. Weiter entfernte Märkte in Nordamerika (USA, Kanada, Mexiko), Asien oder Australien sind jedoch für britische Exporteure wesentlich bedeutender. Dies dürfte zum einen eine Folge des offensiveren Exportverhaltens britischer Technologieunternehmen sein, zum anderen ein Ergebnis traditioneller Kontakte der britischen Wirtschaft in die Staaten des Commonwealth. Zwar hat auch für deutsche Exporteure des verarbeitenden Gewerbes insbesondere die Bedeutung der asiatischen Märkte zwischen 1997 und 2003 zugenommen. Dennoch liegt der von den befragten deutschen Industrieunternehmen in Asien erzielte durchschnittliche Umsatzanteil weiterhin deutlich unter dem entsprechenden Anteil der britischen Konkurrenten (2003: Vereinigtes Königreich 10 Prozent, Deutschland 6 Prozent).

Helmut Fryges, fryges@zew.de

Die Ergebnisse sind veröffentlicht als ZEW Discussion Papers: Fryges, H.: Stepping In and Out of the International Market: Internationalisation of Technology-Oriented Firms in Germany and the UK, No. 04-65; Fryges, H.: Productivity, Growth, and Internationalisation: The Case of German and British High Techs, No. 04-79.

ZEW

Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH

IMPRESSUM

ZEW Gründungsreport, erscheint halbjährlich.

Herausgeber: Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim, L 7, 1 · 68161 Mannheim · Postanschrift: Postfach 10 34 43 · 68034 Mannheim · Internet: www.zew.de

Redaktion: Forschungsbereich Industrieökonomik und Internationale Unternehmensführung
Georg Metzger, Telefon 0621/1235-185, Telefax 0621/1235-170, E-Mail metzger@zew.de

Diana Heger, Telefon 0621/1235-382, Telefax 0621/1235-170, E-Mail heger@zew.de

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2005