

Institut für Mittelstandsforschung Bonn

BDI-Mittelstandspanel

Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung

Frühjahr 2005 - Langfassung

von

Gunter Kayser, Frank Wallau, Claus Adenäuer

Untersuchung im Auftrag von



Materialien

Institut für Mittelstandsforschung Bonn

Maximilianstraße 20 • D53111 Bonn

IfM-Materialien Nr. 163

© IfM Bonn Juni 2005

BDI-Mittelstandspanel
Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung
Frühjahr 2005 - Langfassung

Untersuchung im Auftrag von:

Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) e.V.
Breite Str. 29
10178 Berlin
www.bdi-online.de

Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Französische Straße 48
10117 Berlin
www.de.ey.com

IKB Deutsche Industriebank AG
Wilhelm-Bötzkes-Str. 1
40474 Düsseldorf
www.ikb.de

Wissenschaftliche Bearbeitung:

Institut für Mittelstandsforschung
Maximilianstrasse 20
53111 Bonn

Projektdurchführung und Bearbeitung:
Gunter Kayser, Frank Wallau, Claus Adenäuer

Technische Durchführung:

TNS Emnid
Stieghorster Str. 90
33605 Bielefeld

Projektdurchführung: Oliver Krieg

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Inhalt

1.	Vorbemerkungen zum BDI-Mittelstandspanel	1
2.	Beschreibung der Methode	2
2.1	Zielgruppe	2
2.2	Erhebungsmethode und Rücklaufentwicklung	2
3.	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Nutzen politischer Reformen	5
3.1	Rahmenbedingungen im Meinungstief	5
3.2	Agenda 2010 - Ein Schritt in die richtige Richtung	7
3.3	Bürokratieabbau aus Sicht der Industrie das zentrale Thema für Mittelstandsoffensiven	11
4.	Standort Deutschland	17
4.1	Entwicklung der Kennzahlen 2003/2004 - positiver Trend erkennbar	17
4.2	Erwartungen 2005	21
4.3	Wertschöpfungsaktivitäten und strategische Maßnahmen	23
4.3.1	Breites Szenario an Wertschöpfungsaktivitäten	23
4.3.2	Einflüsse allgemeiner Entwicklungen und Veränderungen auf die Unternehmen	24
4.3.3	Wettbewerbsdruck erfordert Strategie-Mix	28
5.	Internationalisierung und Wachstumsmärkte	36
5.1	EU-Osterweiterung: Gemischte Erwartungen bei der Industrie	36
5.2	Export - ein bedeutendes Standbein der Industrie	38
5.3	Europa - Zielregion Nr. 1	41
5.4	Wachsender Erfolg auf internationalen Märkten	43
5.5	Auslandsinvestitionen: EU-Beitrittsstaaten sind die wichtigsten Zielländer	45
6.	Fazit	47
7.	Strukturdaten der befragten Unternehmen	50
7.1	Regionalstruktur	50
7.2	Altersstruktur	50
7.3	Beschäftigte	52
7.4	Umsatz	53
7.5	Mittelständische Unternehmen	54
7.6	Familienunternehmen	55
8.	Literatur	59
	Anhang	61

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1:	Rücklaufentwicklung	3
Abbildung 2:	Die gegenwärtigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	6
Abbildung 3:	Die zukünftigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	7
Abbildung 4:	Die Reformen der Agenda 2010 aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	8
Abbildung 5:	Nutzen aktueller politischer Reformen aus Sicht der Industrie	9
Abbildung 6:	Nutzen aktueller politischer Reformen aus Sicht der Industrie nach Kennziffern	11
Abbildung 7:	Nutzen der Mittelstandsoffensive "pro mittelstand" aus Sicht der Industrie	13
Abbildung 8:	Nutzen der Mittelstandsoffensive "pro mittelstand" aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004 und Kennziffern	15
Abbildung 9:	Nutzen der „Innovationsinitiative Mittelstand" aus Sicht der Industrie nach Vorhandensein eigener Forschung und Entwicklung	16
Abbildung 10:	Beschäftigtenentwicklung in der Industrie 2003 auf 2004	18
Abbildung 11:	Umsatzentwicklung in der Industrie 2003 auf 2004	19
Abbildung 12:	Entwicklung von Beschäftigung und Umsatz in der gesamten deutschen Industrie, Hochrechnung	20
Abbildung 13:	Umsatzrendite der Industrie 2003 und 2004	21
Abbildung 14:	Erwartungen der Industrie im Jahr 2005	22
Abbildung 15:	Wertschöpfungsstufen der Industrieunternehmen	23
Abbildung 16:	Kombinationen von Wertschöpfungsstufen in der Industrie	24

Abbildung 17: Einflussfaktoren auf unternehmerisches Handeln in der Industrie	26
Abbildung 18: Einflussfaktoren auf unternehmerisches Handeln in der Industrie, Häufigkeitsverteilung	27
Abbildung 19: Einflussfaktoren auf unternehmerisches Handeln in der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	28
Abbildung 20: Maßnahmen zur Sicherstellung und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Industrie	29
Abbildung 21: Verlagerung geschäftlicher Tätigkeiten in der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	31
Abbildung 22: Aktuelle Maßnahmenkombinationen der Industrieunternehmen, Verteilung nach der Anzahl	33
Abbildung 23: Anzahl aktueller Maßnahmenkombinationen in der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	34
Abbildung 24: Nutzen der EU-Osterweiterung aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	37
Abbildung 25: Nutzen der EU-Osterweiterung aus Sicht der Industrie nach Exportgrößenklassen 2004	38
Abbildung 26: Exportquote von Industrieunternehmen im Jahr 2004 nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	39
Abbildung 27: Internationale Aktivitäten der Industrieunternehmen	40
Abbildung 28: Regionale Verteilung internationaler Aktivitäten der Industrieunternehmen	41
Abbildung 29: Internationale Märkte und internationale Aktivitäten der Industrieunternehmen	42
Abbildung 30: Internationale Aktivitäten der Industrie im regionalen Vergleich	43
Abbildung 31: Umsatzentwicklung der Industrieunternehmen auf internationalen Märkten im Jahr 2004	44
Abbildung 32: Planung von Auslandsinvestitionen in der Industrie und Investitionsstandorte	46
Abbildung 33: Regionale Verteilung der Nettostichprobe	50

Abbildung 34: Verteilung der Sampleunternehmen nach dem Gründungsjahr	51
Abbildung 35: Nettostichprobe nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	53
Abbildung 36: Nettostichprobe nach Umsatzgrößenklassen 2004	54
Abbildung 37: Geschäftsführung der befragten Industrieunternehmen	57
Abbildung 38: Geschäftsführung der befragten Industrieunternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen 2004	58

1. Vorbemerkungen zum BDI-Mittelstandspanel

„Veränderung“ ist der treffendste Begriff zur Beschreibung der gegenwärtigen Situation in der mittelständischen Industrie. Die Globalisierung, verstärkter Wettbewerbsdruck aus dem In- und Ausland sowie rasche technologische Veränderungen stellen die Unternehmen vor große Herausforderungen und zwingen in immer kürzeren Zeitabständen zu strategischen Neuorientierungen.

Während die Strategien und Anpassungsprozesse der Großunternehmen für die Öffentlichkeit relativ transparent sind, ist der Informationsstand über Marktaktivitäten und -bedingungen, Problemlösungsstrategien, unternehmerische Kernaufgaben und Zukunftspläne im industriellen Mittelstand nur unzureichend.

Um Defizite an zeitnahen und umfassenden Informationen über die mittelständische Industrie zu beseitigen, wurde das IfM Bonn vom Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI), der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sowie der IKB Deutsche Industriebank AG beauftragt, ein flexibles und innovatives Beobachtungsinstrument zu entwickeln, mit dessen Hilfe die gegenwartsnahe, d.h. aktuelle, Situation im industriellen Mittelstand sichtbar gemacht werden kann. Mit Unterstützung von TNS Emnid (Bielefeld) hat das IfM Bonn eine Online-Befragung mit Panelcharakter entwickelt, die als **BDI-Mittelstandspanel** von nun an regelmäßig und in kurzen Zeitabständen aktuellste Informationen über den industriellen Mittelstand liefern wird.

Ein stabiler Berichtskreis von industriellen Mittelstandsunternehmen wird halbjährlich online zur aktuellen Lage, zu Entwicklungstrends, Erfahrungen, Plänen und mikro- sowie makroökonomischen Problemen befragt. Durch diese Vorgehensweise wird es möglich, die jeweils aktuelle Sicht des industriellen Mittelstands zu Tagesfragen in die Öffentlichkeit zu kommunizieren. Die teilnehmenden Unternehmer erhalten auf diese Weise die Chance, zu aktuellen Fragen Stellung zu beziehen, aktuelle Anliegen zu artikulieren und gestaltend auf wesentliche Parameter im wirtschaftspolitischen Entscheidungsprozess einzuwirken.

Im folgenden werden die Ergebnisse der ersten Befragungswelle des BDI-Mittelstandspanels aus dem Frühjahr 2005 präsentiert und erläutert.

2. Beschreibung der Methode

2.1 Zielgruppe

Die Grundgesamtheit der vorliegenden Untersuchung setzt sich aus allen deutschen Industrieunternehmen aus den Wirtschaftsabschnitten verarbeitendes Gewerbe, Baugewerbe (Wirtschaftsabschnitt 45.1 und 45.2), Energie- und Wasserversorgung sowie Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden zusammen.

Die Gesamtzahl der deutschen Industrieunternehmen ist auf die einzelnen Wirtschaftsbereiche und Beschäftigtengrößenklassen ungleich verteilt. Dies hat Konsequenzen für die Stichprobenziehung. Um die Repräsentativität einer Befragung sicherzustellen, wäre die Ziehung einer proportionalen Stichprobe nach dem Zufallsprinzip angemessen. Würde man so verfahren, würde die tatsächliche Verteilung der Industrieunternehmen wiedergegeben. Als Resultat wären aber die oberen Unternehmensgrößenklassen in einzelnen Wirtschaftszweigen sowie der Wirtschaftszweig Energie- und Wasserversorgung für eine vergleichende Analyse nicht ausreichend bzw. gar nicht besetzt. Deswegen hat sich das IfM Bonn aufgrund der Erfahrungen aus der ersten BDI-Studie des Jahres 2001 entschieden, eine disproportional geschichtete Stichprobe zu ziehen (vgl. WALLAU/KAYSER/ BACKES-GELLNER 2001). Hierdurch wurde sichergestellt, dass in den verschiedenen Unternehmensgrößenklassen eine ausreichend große Anzahl von Antworten erzielt wird.

Im Segment der Unternehmen mit 200 und mehr Mitarbeitern wurde eine Vollerhebung durchgeführt, in den Größenklassen bis 200 Mitarbeiter erfolgte eine Zufallsauswahl. So ergab sich ein Bruttostichprobenumfang von 16.506 Unternehmen.

Bedingt durch die Überbesetzung an großen Unternehmen ist die Stichprobe der Untersuchung insgesamt nicht repräsentativ für die Gesamtheit der deutschen Industrieunternehmen. Innerhalb der einzelnen Beschäftigtengrößenklassen liegt durch die Vollerhebung bzw. Zufallsauswahl jedoch eine Repräsentativität für die jeweilige Unternehmensgröße vor.

2.2 Erhebungsmethode und Rücklaufentwicklung

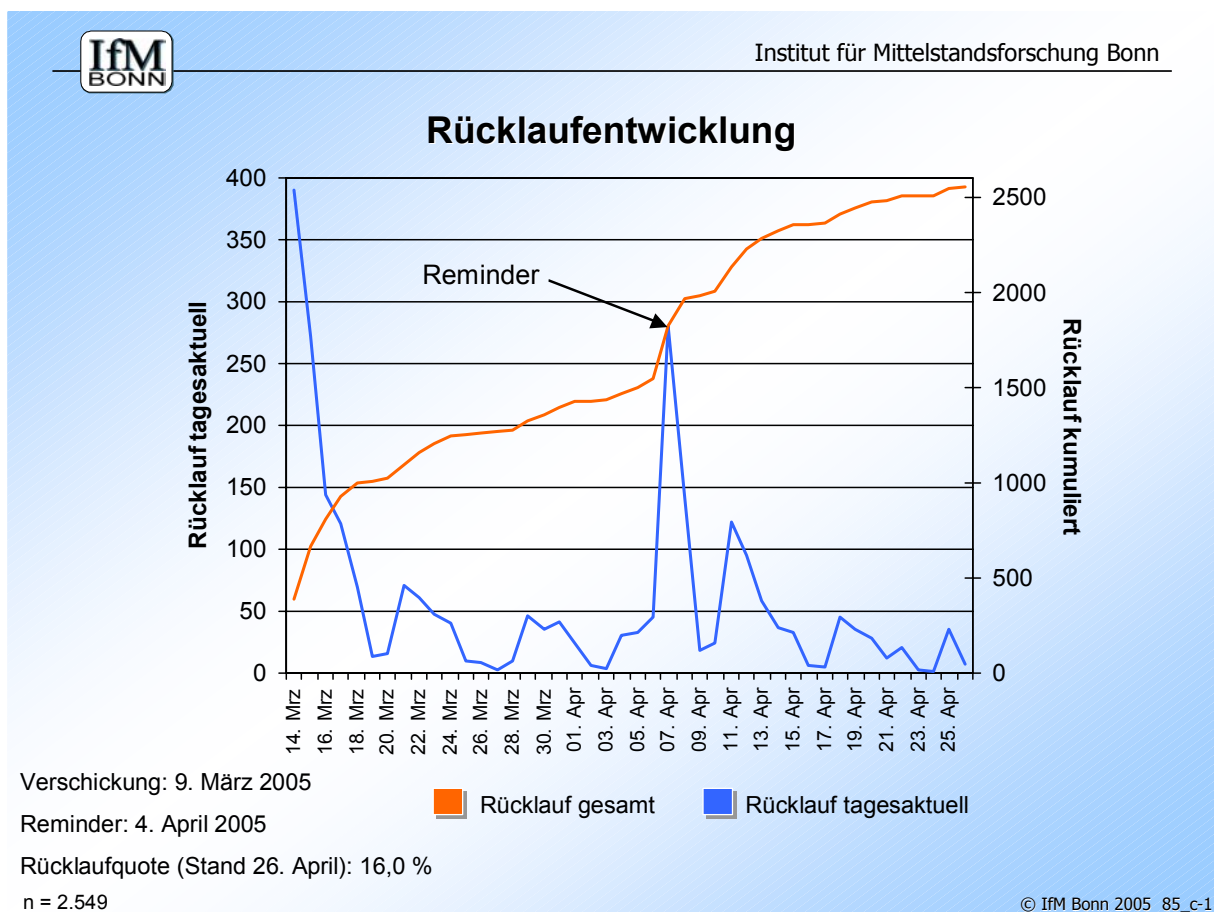
Die Datenerhebung im Rahmen des BDI-Mittelstandspanels erfolgte durch eine Online-Befragung, die TNS EMNID im Auftrag des IfM Bonn durchgeführt hat. Hierzu wurde den Geschäftsführern der ausgewählten Unternehmen zunächst

am 9. März 2005 eine Teilnahmeaufforderung inklusive eines persönlichen Zugangscodes für das Onlineportal (www.bdi-panel.emnid.de) zugesandt.

Der Fragebogen umfasste insgesamt 20 Fragen zu verschiedenen Themengebieten wie Unternehmensdemographie, Unternehmenskennzahlen, Internationalisierung, Wertschöpfungsstufen und aktuellen wirtschaftspolitischen Reformen und Fragestellungen (siehe Anhang).

Um die Beteiligung an der Umfrage weiter zu steigern, erfolgte am 4. April 2005 die Verschickung eines Erinnerungsschreibens, womit die Teilnahme noch deutlich gesteigert werden konnte (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Rücklaufentwicklung



Einen auswertbaren Datensatz erhielt das IfM Bonn von insgesamt 2.549 Unternehmen (Stand: 26. April 2005). Bei einer Grundgesamtheit von 16.506 Empfängern, vermindert um 582 Teilnahmeaufforderungen, die sich als nicht zustellbar erwiesen, entspricht dies einer Rücklaufquote von gut 16,0 %. Die Umfrage stieß damit auf eine unerwartet hohe Resonanz. Die Basis von 2.549 Unternehmensantworten ermöglicht eine differenzierte Darstellung und garan-

tiert fundierte, valide Ergebnisse. Diese werden in den folgenden Kapiteln dargestellt.

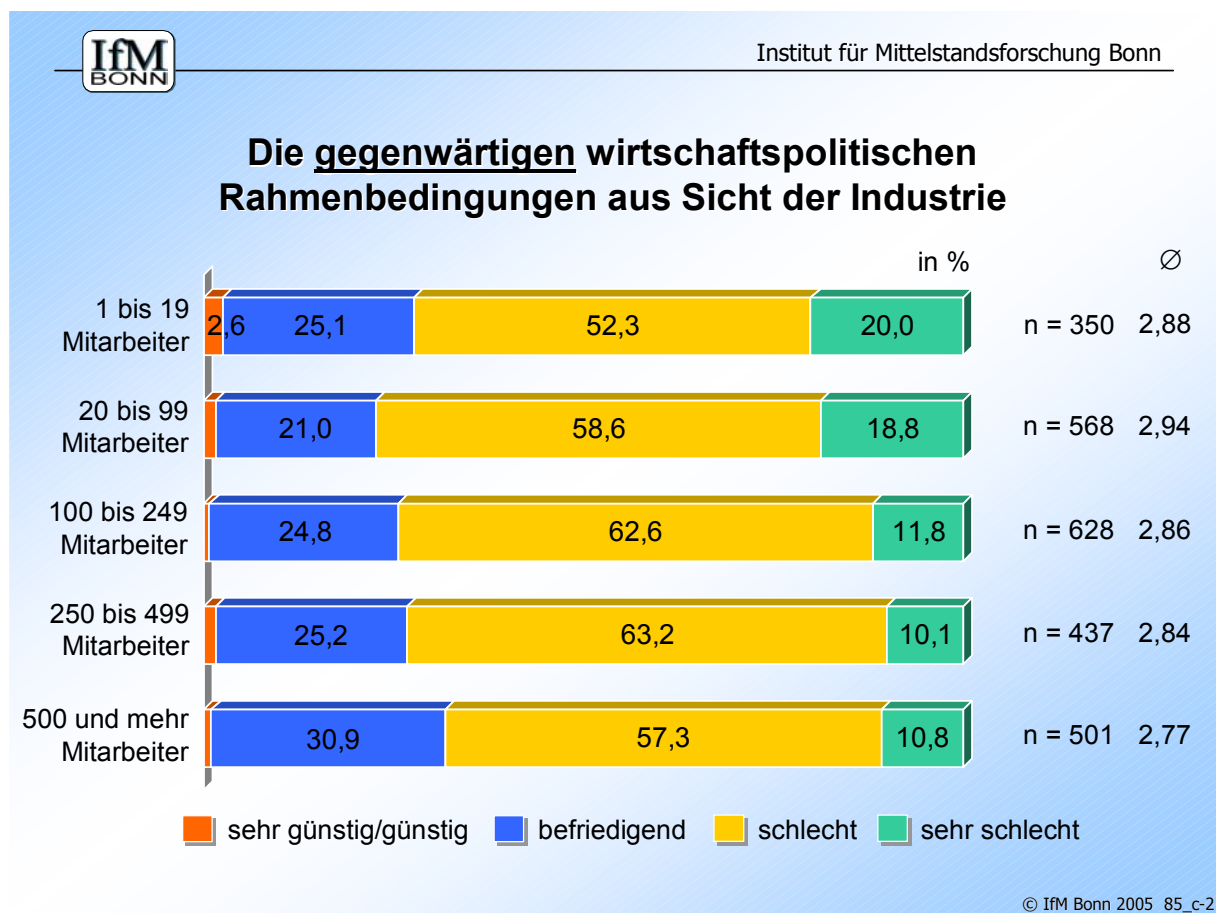
3. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Nutzen politischer Reformen

3.1 Rahmenbedingungen im Meinungstief

Das Urteil des industriellen Mittelstands über die gegenwärtig herrschenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland ist bestürzend eindeutig: Insgesamt fast zwei Drittel der befragten Unternehmen halten die gegenwärtigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für schlecht oder sogar sehr schlecht; nur ein Viertel der Unternehmen gibt den Rahmenbedingungen in Deutschland die Note „befriedigend“. Dieses Ergebnis ist in seiner Schärfe eindeutig und bestätigt den Trend anderer Umfragen bezüglich des Wirtschaftsstandortes Deutschland (vgl. z.B. ERNST & YOUNG 2005, S. 10 ff.).

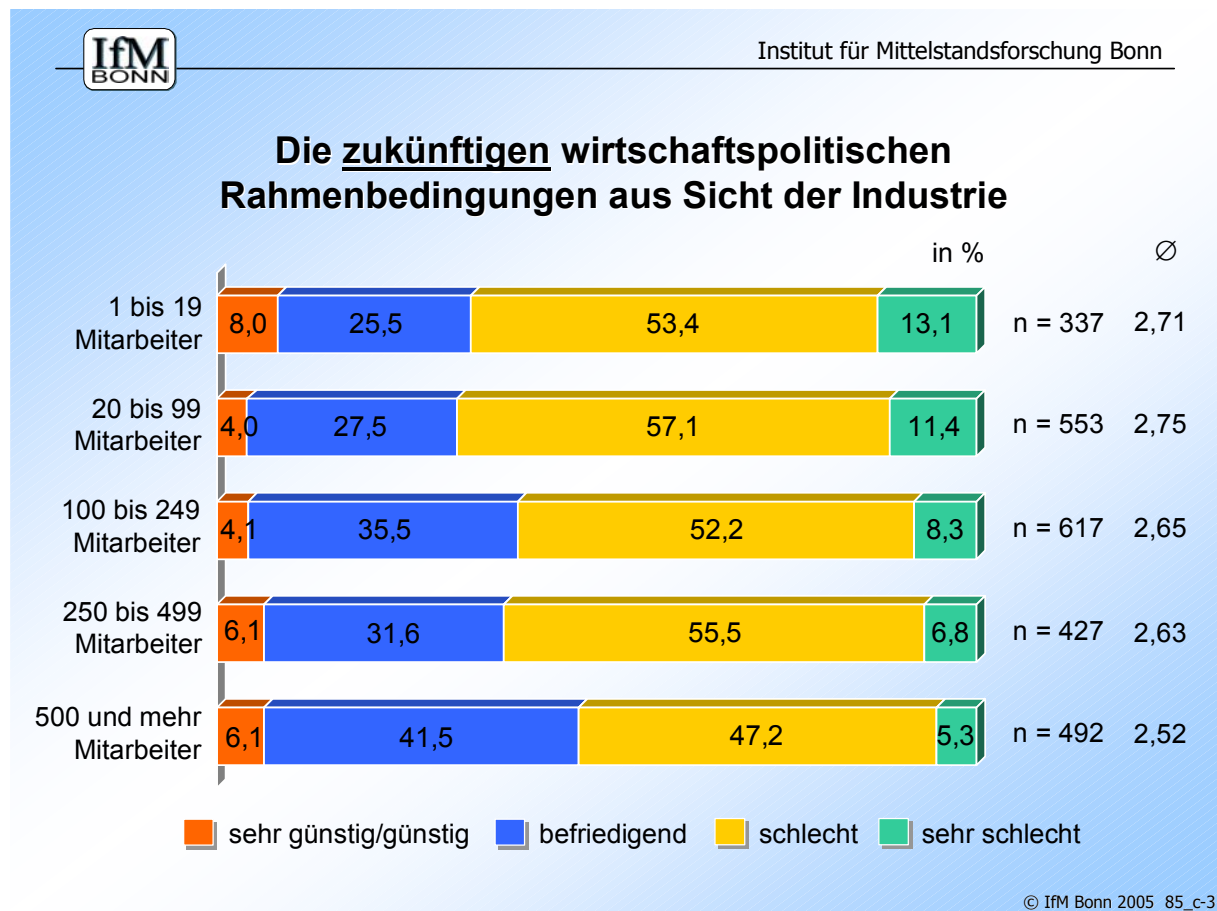
Besonders deutlich ist die Einschätzung der Rahmenbedingungen bei den Unternehmen, die bei üblicher Definition als mittelgroß bis groß bezeichnet werden, d.h. die 100 und mehr Mitarbeiter haben. Nahezu zwei Drittel dieser Unternehmen des mittleren oder gehobenen Mittelstands bewerten die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen als schlecht. Kleinere Mittelstandsunternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern und vor allem Unternehmen mit zwischen 20 und 100 Mitarbeitern haben für die Rahmenbedingungen in Deutschland sogar überdurchschnittlich häufig das Urteil "sehr schlecht" vergeben. Dieser Befund ist alarmierend. Bei den größeren Unternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten liegt der Anteil derer, die die Rahmenbedingungen wenigstens als befriedigend empfinden, mit fast 31 % deutlich über den Anteilen der Unternehmen mit niedrigeren Beschäftigtenzahlen (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Die gegenwärtigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004



Eine Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen erwartet nur eine Minderheit im industriellen Mittelstand. Tendenziell wird auch hier, wie im übrigen auch bei den meisten Konjunkturerhebungen, die Zukunft etwas günstiger eingeschätzt als die Gegenwart. So erwartet jedes dritte Unternehmen, dass die Rahmenbedingungen in den nächsten beiden Jahren zumindest eine befriedigende Qualität erreichen, doch stehen dieser Hoffnung die Voten der kleineren Industrieunternehmen gegenüber, die auch für die Zukunft sehr schlechte Rahmenbedingungen befürchten (vgl. Abbildung 3). Insgesamt, so muss man auf Grundlage dieser Ergebnisse schlussfolgern, sind aus Sicht der mittelständischen Industrie die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen schlecht bis sehr schlecht und aus Sicht einer deutlichen Mehrheit wird sich hieran in den nächsten beiden Jahren auch nur wenig ändern.

Abbildung 3: Die zukünftigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004



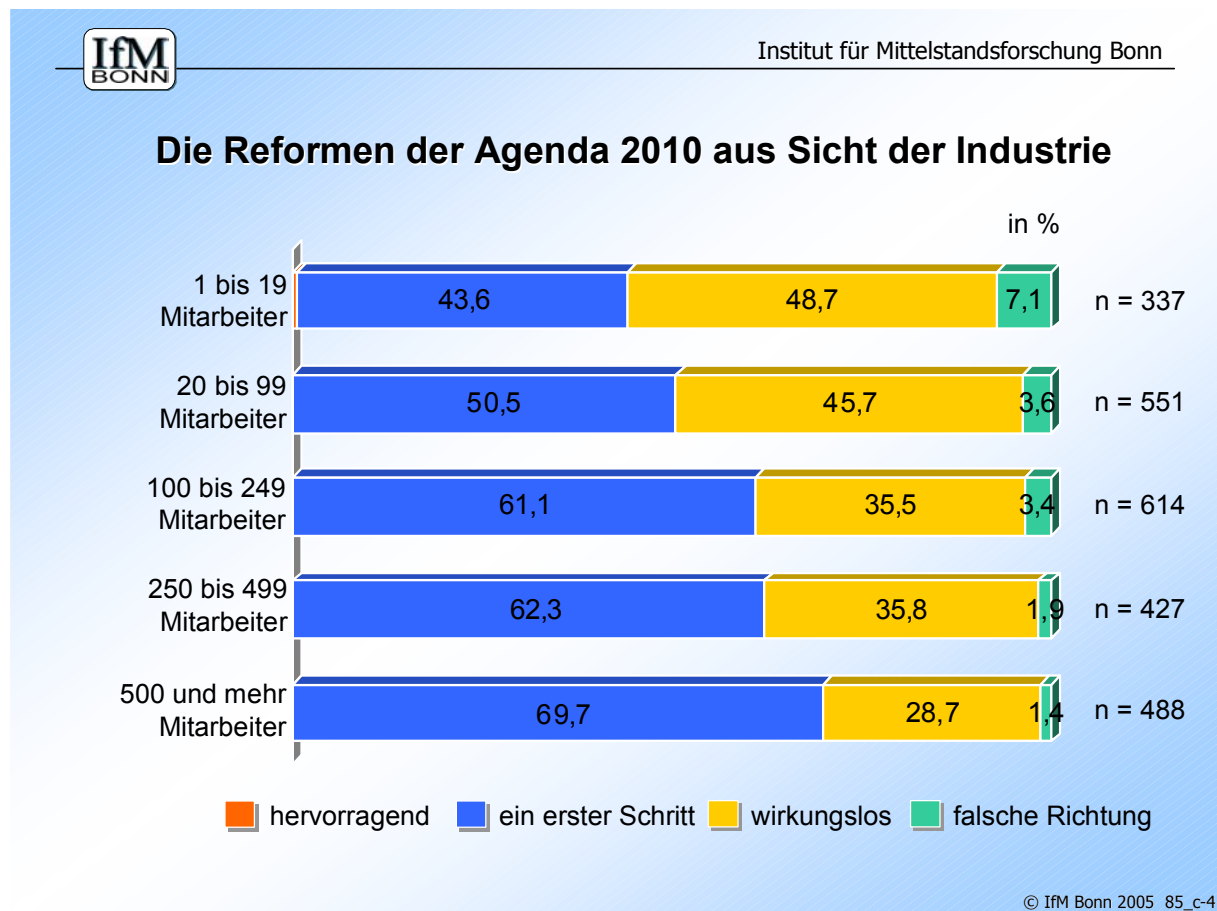
3.2 Agenda 2010 - Ein Schritt in die richtige Richtung

Die Agenda 2010, im März 2003 u.a. als Programm zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes auf den Weg gebracht, findet zwar immer noch breite Unterstützung im industriellen Mittelstand, rund 58 % betrachten dieses Maßnahmenbündel als Schritt in die richtige Richtung, doch weit mehr als jedes dritte Unternehmen kommt inzwischen auch zu dem desillusionierenden Schluss, dass die Agenda im Hinblick auf ihr Unternehmen wirkungslos geblieben ist. Nur ca. 3 % sind der Meinung, die Reformagenda führe in die falsche Richtung.

Maßgeblich beteiligt an der eher noch positiven Gesamteinschätzung der Agenda 2010 sind größere und große Industrieunternehmen mit 100 und mehr Mitarbeitern, die Skepsis kommt gerade von den kleineren Unternehmen, die bekanntlich für den Arbeitsmarkt von besonderer Bedeutung sind. In der Gruppe der Kleinunternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten kommen die Be-

fragten sogar mehrheitlich zu dem Ergebnis, dass die Agenda 2010 bisher wirkungslos geblieben ist (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Die Reformen der Agenda 2010 aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004

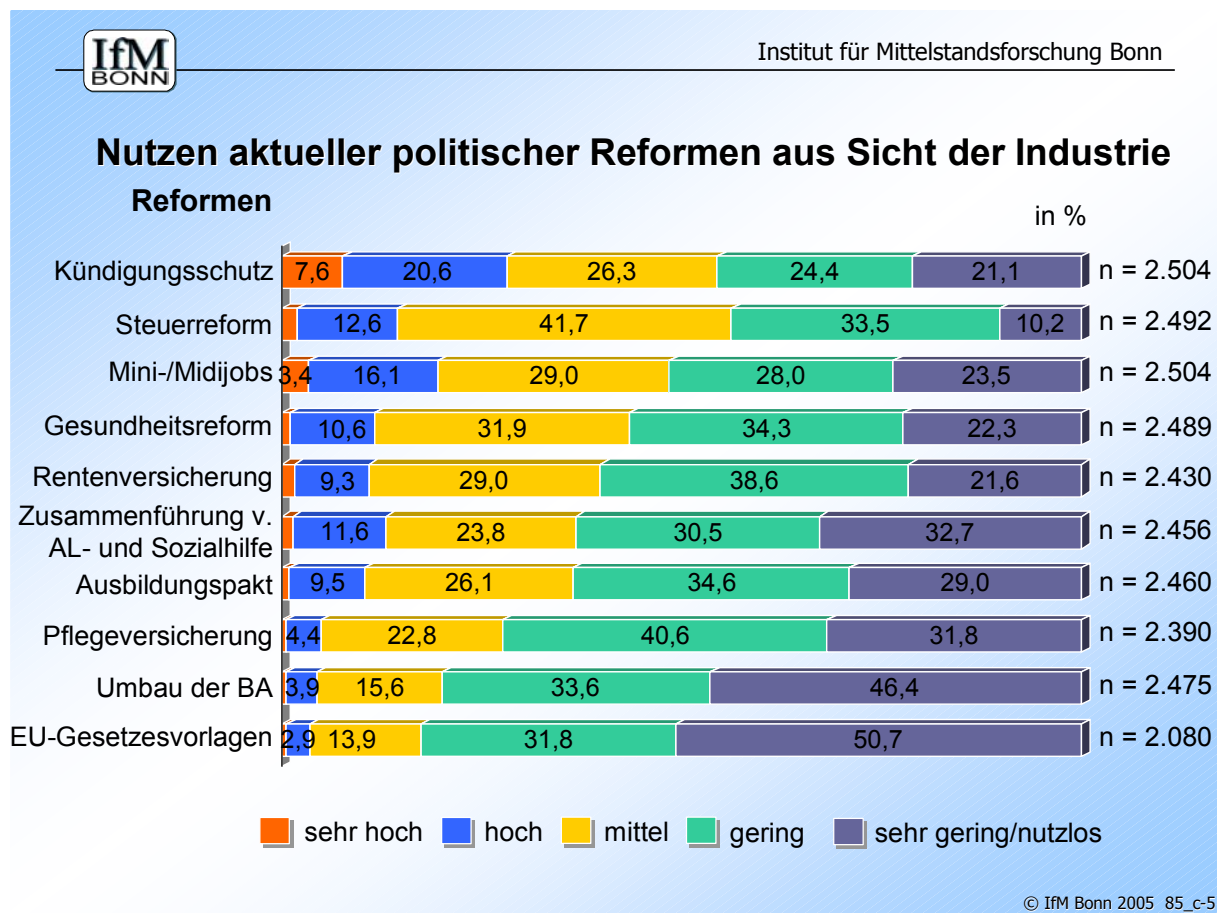


Diese Einschätzung ist vor allem unter jüngeren, d.h. meist auch kleineren Industrieunternehmen, die zum großen Teil noch rein binnenwirtschaftlich ausgerichtet sind, besonders weit verbreitet. Gut 44 % der Unternehmen ohne Exportaktivitäten und fast 43 % aller Jungunternehmen halten die Agenda 2010 für wirkungslos. Im Umkehrschluss kann gefolgert werden, dass die Agenda 2010 auf die Belange gerader kleiner, relativ junger und noch stark binnenwirtschaftlich ausgerichteter Industrieunternehmen nicht erkennbar bzw. zu wenig eingeht. Dabei ist gerade die Gruppe der kleinen und jungen Unternehmen heute die Zielgruppe der europäischen und nationalen Mittelstandspolitik. Mittelstandspolitische Überlegungen greifen in der Agenda 2010 entweder zu kurz oder aber sind beim kleindimensionierten Mittelstand nicht angekommen.

Gleiches gilt für die zahlreichen, u.a. durch die Agenda 2010 angestoßenen Reformprozesse. Viele der auf den Weg gebrachten Reformen bringen den

Unternehmen offenbar nur mittleren bis gar keinen Nutzen. Lediglich der Nutzen der Änderungen im Kündigungsschutz, der letzten Stufe der Steuerreform sowie der Vereinfachungen der Regelungen über Mini- und Midijobs werden von einem nicht unerheblichen Teil der Unternehmen (14 % bzw. 28 %) als hoch bzw. sehr hoch eingestuft, doch auch diese sich von dem Durchschnittsergebnis positiv abhebenden Änderungen stellen nur für eine Minderheit von Unternehmen eine Hilfe dar. Auch bei dem Kündigungsschutz, der Steuerreform und der Mini-/Midijob-Regelung ist die Gruppe derjenigen, die nach eigenem Bekunden nur einen geringen bis gar keinen Nutzen für das eigene Unternehmen daraus beziehen, deutlich größer als die der Nutznießer (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Nutzen aktueller politischer Reformen aus Sicht der Industrie

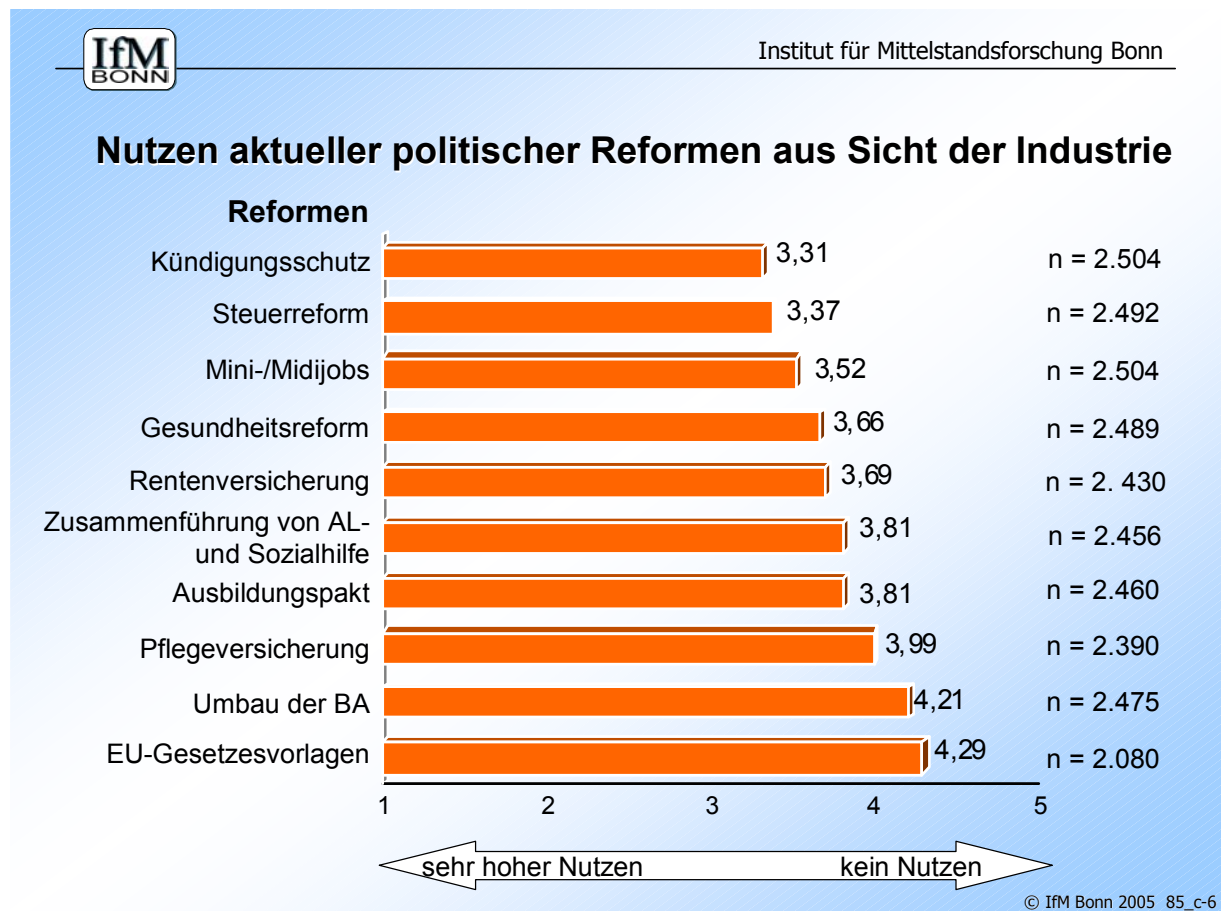


Wohl gemerkt, die Frage zielte auf den Nutzen für das individuelle Unternehmen und nicht auf die Beurteilung der Reforminitiativen unter gesellschaftlichen Aspekten. Hier hätten die befragten Unternehmerinnen/Unternehmer möglicherweise anders votiert. Aber für die wirtschaftlichen Tätigkeiten sind die Reformen eher von geringem Nutzen bzw. nutzlos. Dies sagen über 56 % der Unternehmen zur Gesundheitsreform, gut 72 % zur Reform der Pflegeversiche-

rung, über 60 % zur Reform der gesetzlichen Rentenversicherung, nahezu 64 % zum nationalen Ausbildungspakt, mehr als 51 % zur Mini-/Midijob-Regelung, fast 46 % zum Kündigungsschutz, 80 % zum Umbau der BA, gut 63 % zu Hartz IV, 44 % zur letzten Stufe der Steuerreform (1.1.2005) und über 82 % zu europäischen Gesetzesvorhaben, namentlich der Chemikalien- und Dienstleistungsrichtlinie. Die Urteilsbildung ist im wesentlichen einhellig, sie hängt weder von dem Unternehmensalter noch dem Standort der Unternehmen ab. Lediglich nach der Unternehmensgröße unterschieden bewerten Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern die Regelungen zu Mini- und Midijobs als signifikant nutzenstiftender als Unternehmen mit 500 und mehr Mitarbeitern. Letztere wiederum schätzen den Nutzen der Steuerreform, der Gesundheitsreform, der Reform der Renten- und der Pflegeversicherung sowie den Umbau der Bundesagentur für Arbeit (Hartz III) und Nutzen des nationalen Ausbildungspakts signifikant höher ein.

Insgesamt ist die im Mittel beste Beurteilung, die die Industrie für die großen Reformwerke bereithält, die Note befriedigend. Die Mehrheit der angestoßenen Reformen bringt den Unternehmen jedoch nur geringen bis gar keinen Nutzen (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Nutzen aktueller politischer Reformen aus Sicht der Industrie nach Kennziffern



3.3 Bürokratieabbau aus Sicht der Industrie das zentrale Thema für Mittelstandsoffensiven

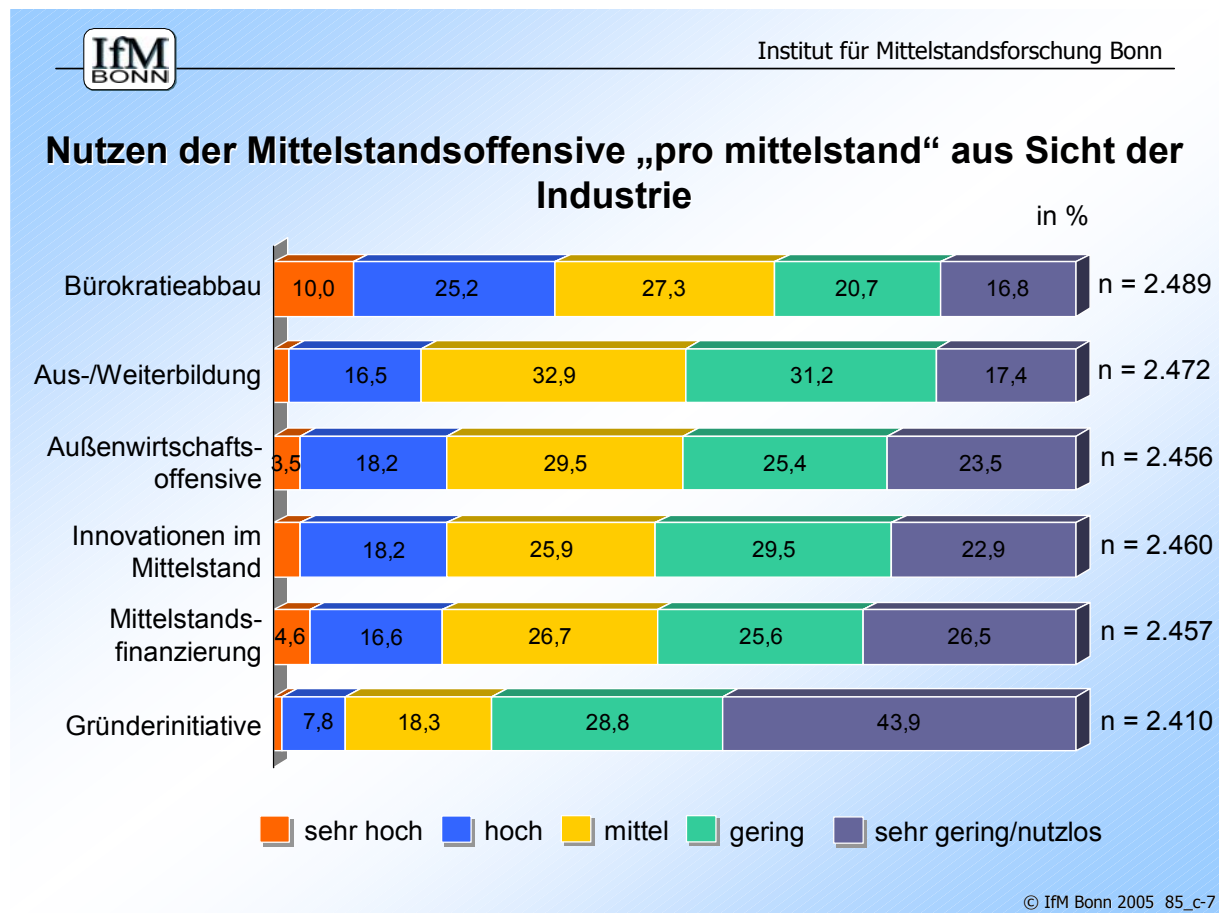
Um Informationen über den Erfolg der Mittelstandsoffensive „pro mittelstand“ zu erhalten, wurden den Teilnehmern die sechs zentralen mittelstandspolitischen Initiativen der Bundesregierung zur Befragung vorgelegt. Abermals sollten die Befragten den Nutzen, den sie für ihr eigenes Unternehmen aus den jeweiligen Maßnahmenbausteinen ziehen, bewerten.

Insgesamt spenden aus Sicht einer Mehrzahl von Industrieunternehmen Maßnahmen, die dem Abbau von Bürokratie (z.B. Reduktion der statistischen Berichtspflichten, Modernisierung der Arbeitsstättenverordnung) dienen, am häufigsten einen sehr hohen bis hohen Nutzen für das eigene Unternehmen (35,2 %). Am seltensten nehmen die befragten Unternehmen bei den Maßnahmen zur Gründungsförderung (u.a. Verbesserung der Informationen und Beratung für Gründer, Unterstützung bei der Unternehmensnachfolge) einen Nutzen für sich selbst wahr, da sie hiervon als bestehende Unternehmen nicht

betroffen sind. Hier sehen 44 % keinen und weitere fast 29 % nur geringen Nutzen für das eigene Unternehmen. Erstaunlicherweise haben mittelstandspolitische Maßnahmen zur Sicherung der Mittelstandsfinanzierung (z.B. passgenaue Förderung durch die KfW-Mittelstandsbank, Bereitstellung von Beteiligungskapital) nur eine mindere Priorität für das eigene Unternehmen. Gut jedes fünfte gibt zwar an, solche Initiativen hätten einen sehr hohen oder hohen Nutzen, gut 52 % hingegen schätzen den Nutzen jedoch gering oder sehr gering ein.

Ähnlich ernüchternd sind die Befunde zu den Maßnahmen im Bereich Aus- und Weiterbildung (u.a. Schaffung neuer Berufsbilder, Flexibilisierung der Ausbildung, Förderung der Weiterbildung): Nur knapp 19 % betrachten den Nutzen dieser Maßnahmen für ihr Unternehmen als sehr hoch oder hoch, für fast die Hälfte der Unternehmen stiften sie allerdings nur geringen bis gar keinen Nutzen. In ähnlichem Tenor geht es weiter: Den Nutzen innovationsfördernder Maßnahmen (z.B. Stärkung der Innovationskompetenz, Forschungsförderung) beurteilt gut jedes fünfte Unternehmen mit sehr hoch oder hoch, gut 52 % indessen als gering bzw. nutzlos; Maßnahmen zur Förderung außenwirtschaftlicher Aktivitäten (z.B. Abbau von Zöllen, Weiterentwicklung der Außenwirtschaftsförderung) hält auch nur gut jedes fünfte Unternehmen für sehr nützlich bzw. nützlich, fast 49 % für wenig bzw. überhaupt nicht nützlich (vgl. Abbildung 7). Diese Gesamturteile müssen allerdings vor dem Hintergrund der Merkmale der befragten Unternehmen näher analysiert werden.

Abbildung 7: Nutzen der Mittelstandsoffensive "pro mittelstand" aus Sicht der Industrie



Die Ansicht, dass aus Maßnahmen zum Bürokratieabbau ein positiver Nutzen für das eigene Unternehmen erwächst, teilen einhellig alte wie junge Unternehmen. Erstaunlicherweise gilt dies auch für die als wenig nutzenspendend beurteilten Maßnahmen der Gründeroffensiven. Man hätte erwartet, dass diese von jüngeren Unternehmen eher positiv beurteilt werden. Doch das ist nicht der Fall. Unternehmen jeder Altersgruppe votieren hier nahezu identisch; die gleiche Beobachtung kann für alle übrigen Elemente der Mittelstandsoffensiven gemacht werden; zwischen den Voten und dem Unternehmensalter besteht kein signifikanter Zusammenhang.

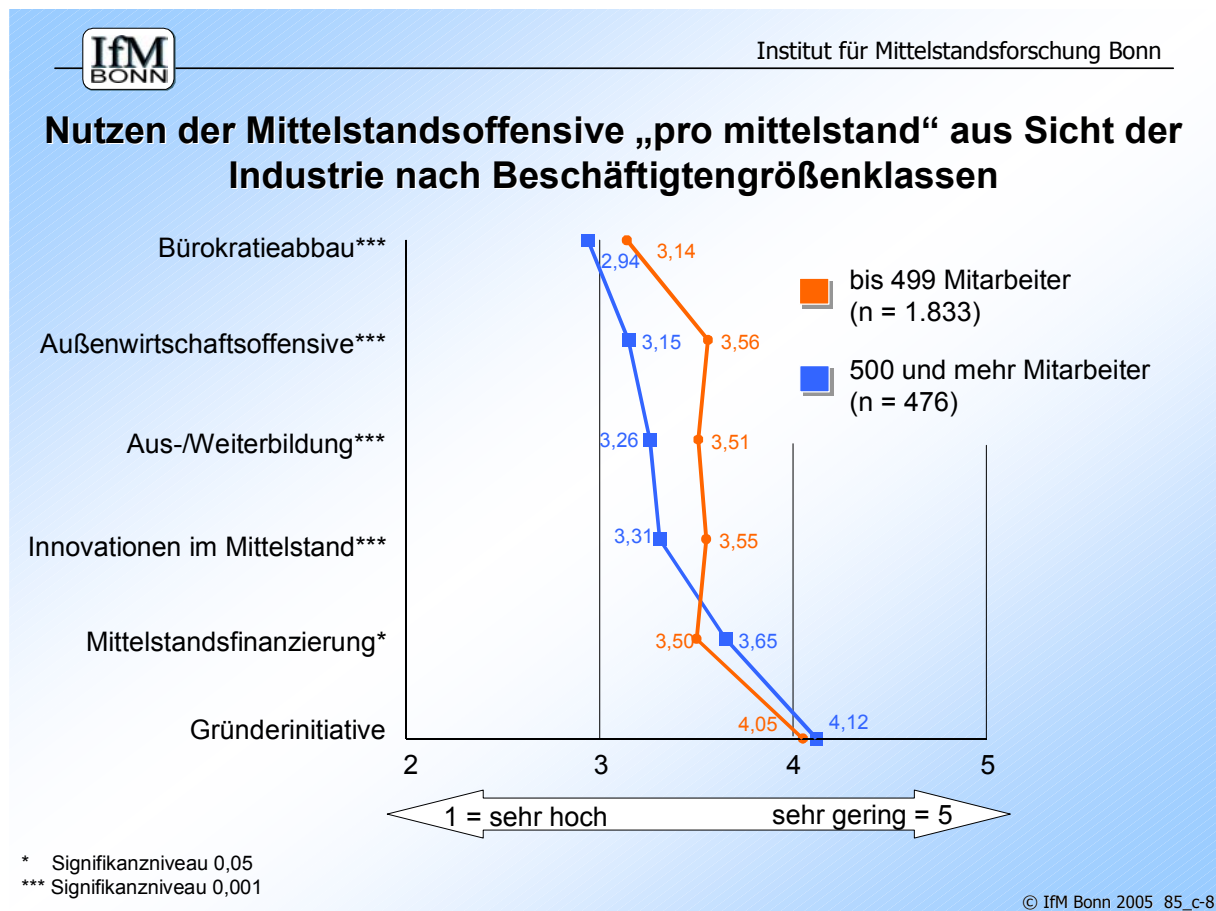
Einen Einfluss auf die Einschätzung übt dagegen das Merkmal der Unternehmensgröße aus. Maßnahmen zur Sicherung bzw. Erleichterung der Mittelstandsfinanzierung werden von den kleineren Unternehmen deutlich häufiger als sehr nützlich oder nützlich eingestuft als von Unternehmen größerer Beschäftigtengrößenklassen. Dies erscheint verständlich, da kleinere Unternehmen im Vergleich zu größeren in der Regel über eine geringere Innenfinanzierungskraft verfügen und daher häufiger auf externe Finanzierungsquel-

len zurückgreifen müssen, um Investitionsprojekte finanzieren zu können (vgl. KFW-MITTELSTANDSPANEL 2004, S. 25 ff.; MITTELSTANDSMONITOR 2005, Kapitel 3).

Bezüglich der Maßnahmen zur Förderung der Aus- und Weiterbildung resp. der beruflichen Bildung hingegen sind größere Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten im Urteil positiver gestimmt als kleinere Unternehmen (vgl. Abbildung 8). Die gleiche Beobachtung trifft auf den Bürokratieabbau zu. Die auch in der Gesamtsicht eher als nützlich eingestuften Aktivitäten wurden von den großen Industrieunternehmen überdurchschnittlich häufig als nützlich klassifiziert. Nach diesem Befund hätten große Unternehmen mehr Vorteile von Maßnahmen zum Bürokratieabbau als kleinere Industrieunternehmen. Bürokratische Vorschriften belasten, wie ein Gutachten des IfM Bonn belegt, aber gerade kleine und mittlere Unternehmen stärker als große Unternehmen (vgl. IfM BONN 2004, S. 126 ff.). Die Maßnahmen der Bundesregierung zum Bürokratieabbau haben einem Großteil (über 40 %) der betroffenen KMU mit bis zu 500 Beschäftigten bisher jedoch nur einen gering bis sehr gering spürbaren Nutzen gebracht. Offensichtlich gehen die Mittel zum Abbau bürokratischer Belastungen einem Großteil der kleineren Unternehmen noch nicht weit genug.

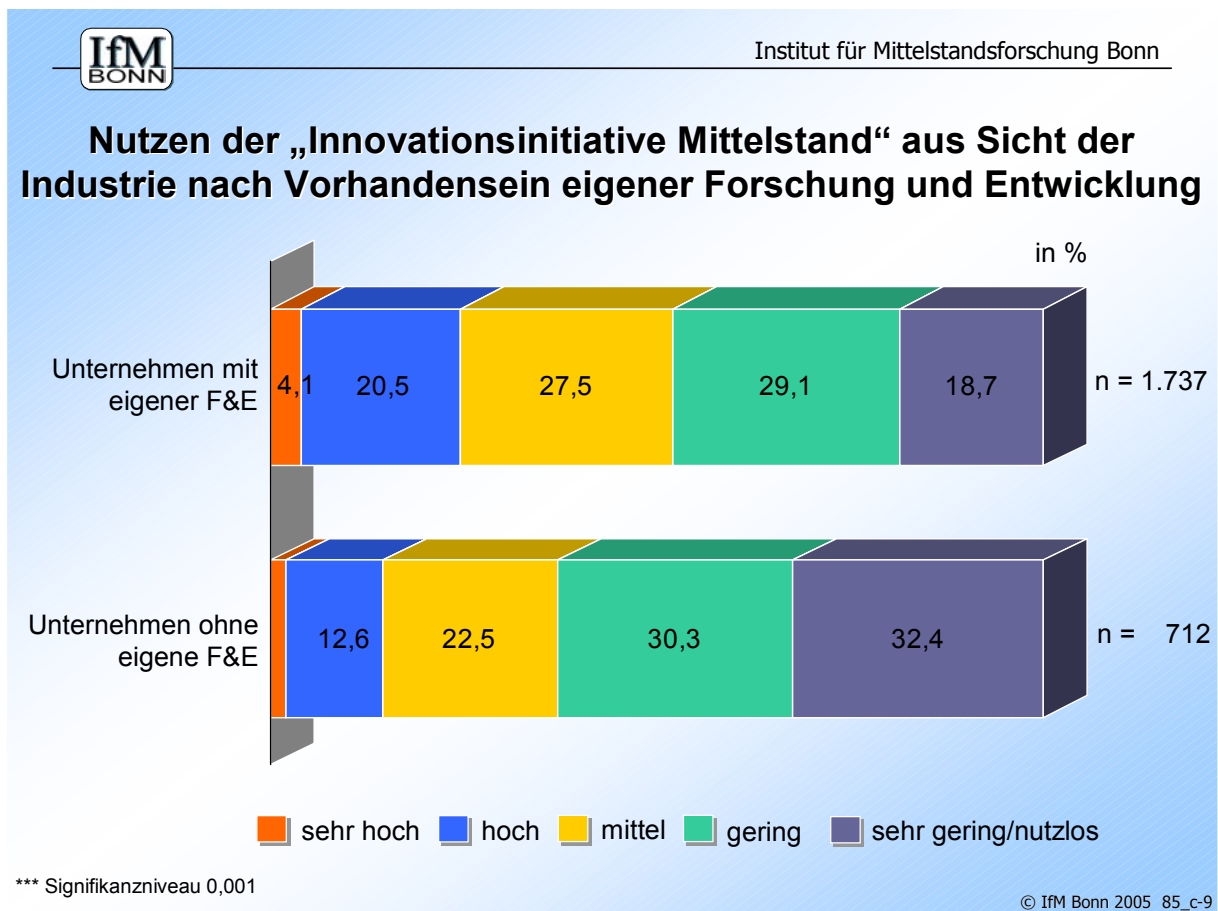
Die Beurteilung von Maßnahmen der Außenwirtschaftsförderung hängt hingegen nicht primär von der Unternehmensgröße, sondern berechtigterweise davon ab, ob und in welchem Umfang ein Unternehmen exportiert. Je geringer die Exportanteile am Umsatz, desto geringer wird der Nutzen von Außenwirtschaftsoffensiven eingeschätzt. Im Umkehrschluss kann gefolgert werden, dass es allen Außenwirtschaftsoffensiven bisher kaum gelungen ist, aus Nicht-Exporteuren Exporteure zu machen.

Abbildung 8: Nutzen der Mittelstandsoffensive "pro mittelstand" aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004 und Kennziffern



Auch das Urteil über Maßnahmen zur Innovationsförderung hängt primär weder vom Alter noch von der Größe der Unternehmen ab. Hier erklärt in erster Linie das Vorhandensein unternehmenseigener Forschung und Entwicklung (F&E) die Votes: Unternehmen, die eigene Forschungs- und Entwicklung betreiben, bewerten den Nutzen der „Innovationsinitiative Mittelstand“ (High-Tech-Masterplan für den Mittelstand) signifikant höher als Unternehmen, die ihre Produkte nicht selbst entwickeln (vgl. Abbildung 9). Dennoch ist der Anteil an Industrieunternehmen, die trotz eigener F&E einen geringen bis gar keinen Nutzen aus der Innovationsinitiative für den Mittelstand ziehen, mit 48 % recht hoch.

Abbildung 9: Nutzen der „Innovationsinitiative Mittelstand“ aus Sicht der Industrie nach Vorhandensein eigener Forschung und Entwicklung



Die insgesamt nur mäßige Beurteilung des Nutzens der Initiativen im Rahmen der Mittelstandsoffensive "pro mittelstand" durch die befragten Industrieunternehmen deutet darauf hin, dass die Maßnahmen bislang nur bedingt unternehmensindividuelle Wirkung entfaltet haben.

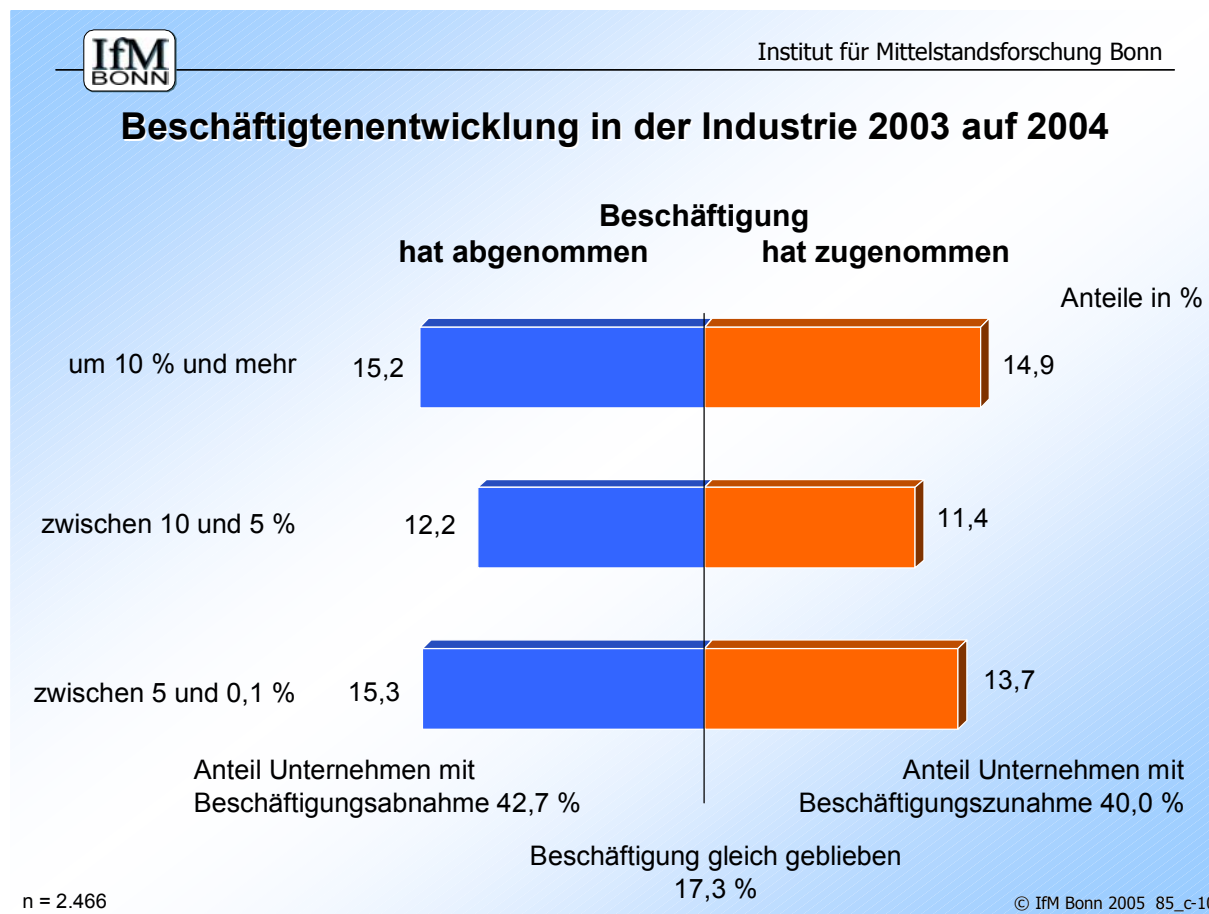
4. Standort Deutschland

Wie im vorangegangenen Kapitel dargestellt, beurteilen die befragten Industrieunternehmen die derzeitigen und zukünftigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in Deutschland tendenziell schlecht, und auch eine Vielzahl der angestoßenen Reformen wurde von den Unternehmen als nur mittel bis gering nutzenstiftend eingeordnet. Trotzdem hat sich die Mehrzahl der Kennzahlen der Industrieunternehmen von 2003 auf 2004 im Mittel positiv entwickelt. Dieser positive Trend wird nach Ansicht vieler Befragter auch im Jahr 2005 anhalten, wie das folgende Kapitel zeigt.

4.1 Entwicklung der Kennzahlen 2003/2004 - positiver Trend erkennbar

Die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten der befragten Industrieunternehmen hat von 536 im Jahr 2003 auf 535 im Jahr 2004 leicht abgenommen. Dies spiegelt sich auch in den prozentualen Verhältnissen wider: Von 2003 auf 2004 haben mit 43 % mehr Unternehmen die Anzahl ihrer Mitarbeiter reduziert als Beschäftigung aufgebaut (rund 40 %). Etwa 17 % hielten den Beschäftigungsstand 2004 auf dem Vorjahresniveau (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10: Beschäftigtenentwicklung in der Industrie 2003 auf 2004



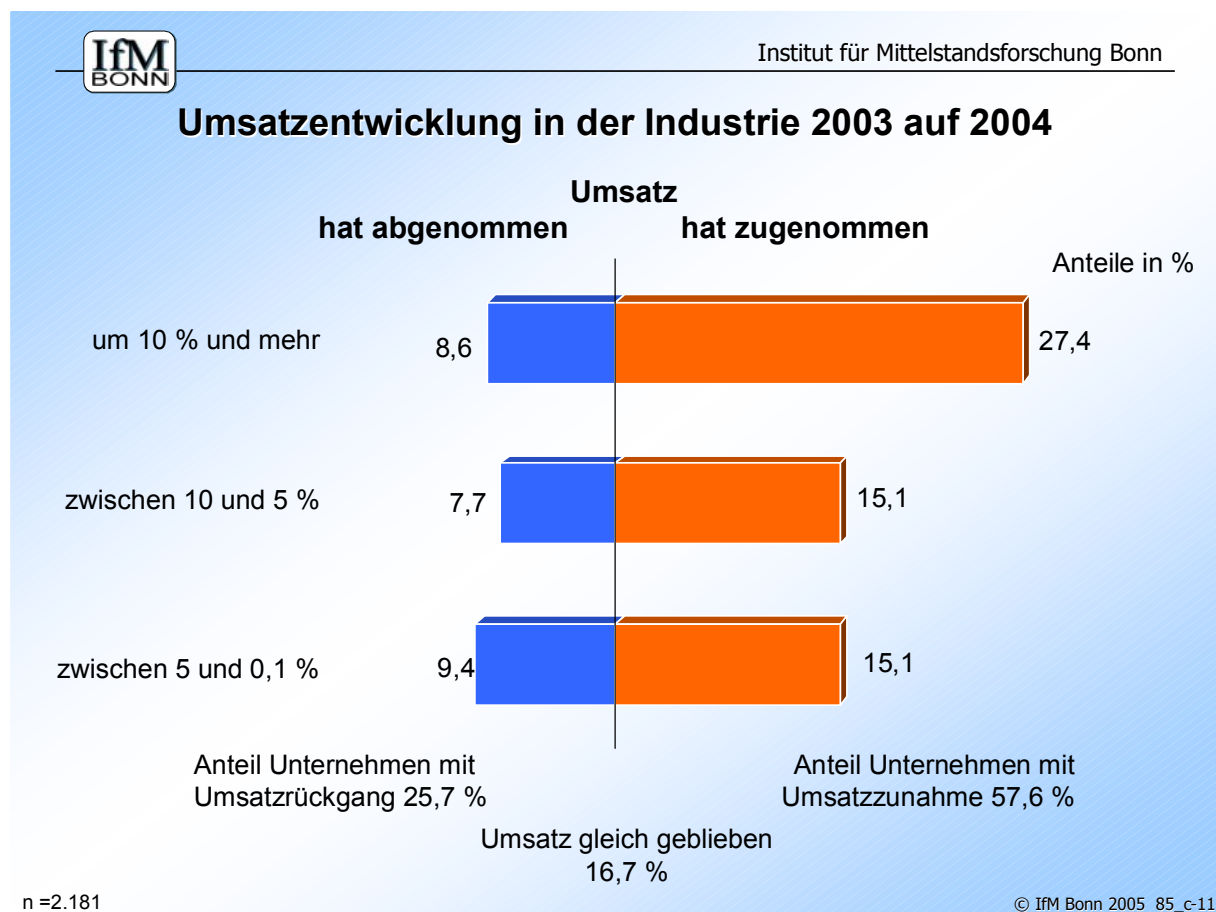
Große Unternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten haben dabei signifikant weniger häufig Stellen abgebaut als kleinere Unternehmen. Im Schnitt konnten diese größeren Unternehmen des Samples ihre Beschäftigung sogar um fast 5 % ausbauen. Bei den Industrieunternehmen mittlerer Größe haben vor allem Unternehmen der Größenklasse von 100 bis 249 Mitarbeitern im Zeitraum 2003/2004 Personal abgebaut (fast 50 %). Die Beschäftigung in dieser Größenklasse nahm durchschnittlich um etwa 0,6 % ab, bei den Unternehmen bis 19 Mitarbeiter betrug der Rückgang knapp 1,8 %. Demgegenüber konnten die industriellen Mittelständler mit 20 bis 49 Mitarbeitern ihre Beschäftigung um im Mittel 2,7 % ausbauen. Insgesamt spiegeln sich in den obigen Ergebnissen zur Beschäftigungsentwicklung die Befunde des DIHK Konjunkturberichts aus dem Frühjahr 2005 wider: Die Beschäftigung im verarbeitenden Gewerbe stagniert mehr oder weniger, während im Baugewerbe, welches im vorliegenden Sample auch vertreten ist (vgl. Kapitel 2.1), weiterhin ein konsolidierungsbedingter Personalabbau stattfindet (vgl. DIHK 2005, S. 25 ff.).

Die obigen Ergebnisse zur Beschäftigungsentwicklung sind durch die disproportionale Schichtung der Stichprobe (vgl. Kapitel 2.1) nicht repräsentativ für

die gesamte deutsche Industrie. Um den Verzerrungseffekt auszugleichen, wurden die Ergebnisse der Fragestellung auf die Verteilung des tatsächlichen Bestands von rund 106.000 Industrieunternehmen in Deutschland hochgerechnet (vgl. KAYSER/WALLAU 2003). Hiernach sank die Beschäftigung von 2003 auf 2004 im Mittel um etwa einen Prozentpunkt von 7,5 auf 7,4 Millionen (vgl. Abbildung 12). Dennoch hat immerhin fast ein Drittel der gesamten deutschen Industrieunternehmen Beschäftigung aufgebaut.

Die Industrieunternehmen des Umfragesamples konnten ihren Umsatz von 2003 auf 2004 hingegen um durchschnittlich gut 5 % auf einen Mittelwert von 94,5 Mio. € steigern. Gut ein Viertel der Unternehmen hatte zwar Umsatzeinbußen zu verzeichnen, die überwiegende Mehrheit von fast 60 % konnte jedoch den Umsatz steigern (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Umsatzentwicklung in der Industrie 2003 auf 2004

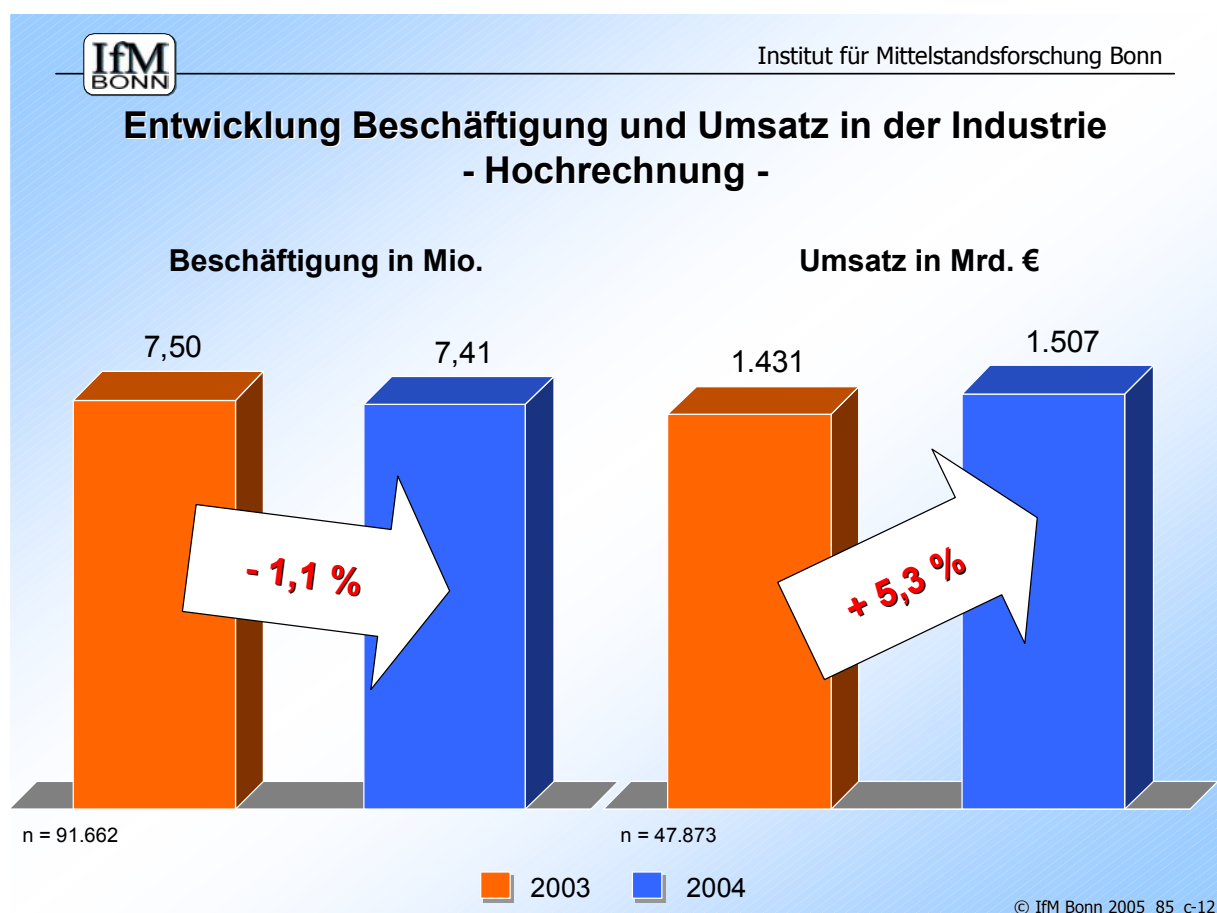


Es zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Umsatzentwicklung: Unter den Unternehmen höherer Beschäftigtengrößenklassen ist der Anteil von Unternehmen mit steigenden Umsätzen höher

bzw. der Anteil an Unternehmen mit Umsatzeinbußen geringer als unter Unternehmen kleinerer Größenklassen.

Wiederum hochgerechnet auf den Bestand von etwa 106.000 Industrieunternehmen in Deutschland, stieg der Umsatz der gesamten deutschen Industrie um über 5 Prozentpunkte auf 1.507 Mrd. € im Jahr 2004 (vgl. Abbildung 12). Zudem verzeichneten über 50 % der Industrieunternehmen in Deutschland von 2003 auf 2004 eine Umsatzsteigerung.

Abbildung 12: Entwicklung von Beschäftigung und Umsatz in der gesamten deutschen Industrie, Hochrechnung

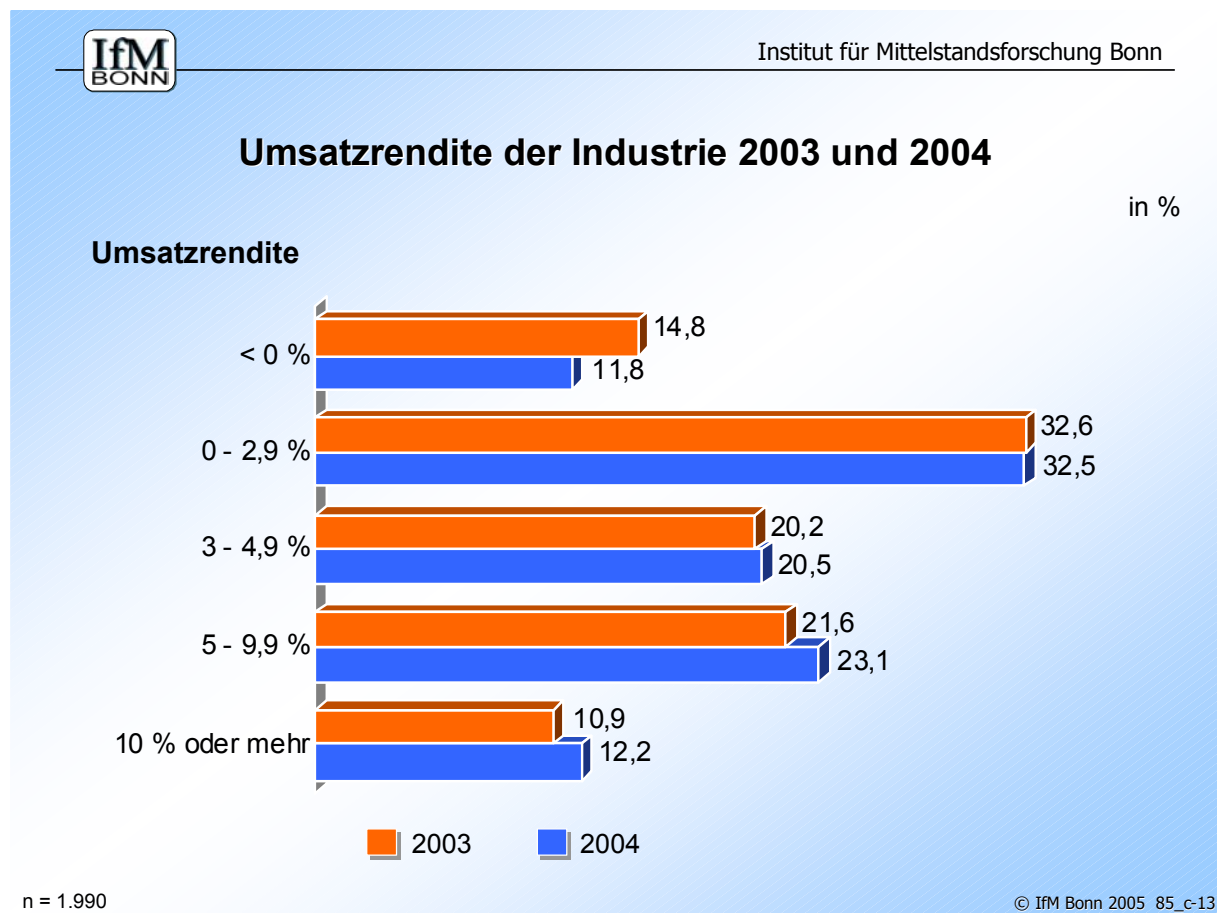


Auch die Entwicklung der Umsatzrendite¹ der Industrieunternehmen, welche in 5 Klassen abgefragt wurde, zeigt einen positiven Trend (vgl. Abbildung 13). Während der Anteil der Unternehmen mit negativer Umsatzrendite von 15 % im Jahr 2003 auf 12 % im Jahr 2004 abnahm, wurden in den Renditeklassen

¹
$$\text{Umsatzrendite} = \frac{\text{Gewinne}}{\text{Nettoumsätze}} * 100$$

von 5 bis 9,9 % und darüber Anteilswachse von 1 bis 2 Prozentpunkten verzeichnet. Rund jedes fünfte Unternehmen konnte von 2003 auf 2004 seine Umsatzrendite so steigern, dass es in eine höhere Renditeklasse aufstieg, während nur 12 % in eine niedrigere Klasse absanken. Die Entwicklung der Umsatzrentabilität unterstreicht somit den positiven Trend, der auch schon bei Betrachtung der Umsatzentwicklung erkennbar wurde.

Abbildung 13: Umsatzrendite der Industrie 2003 und 2004

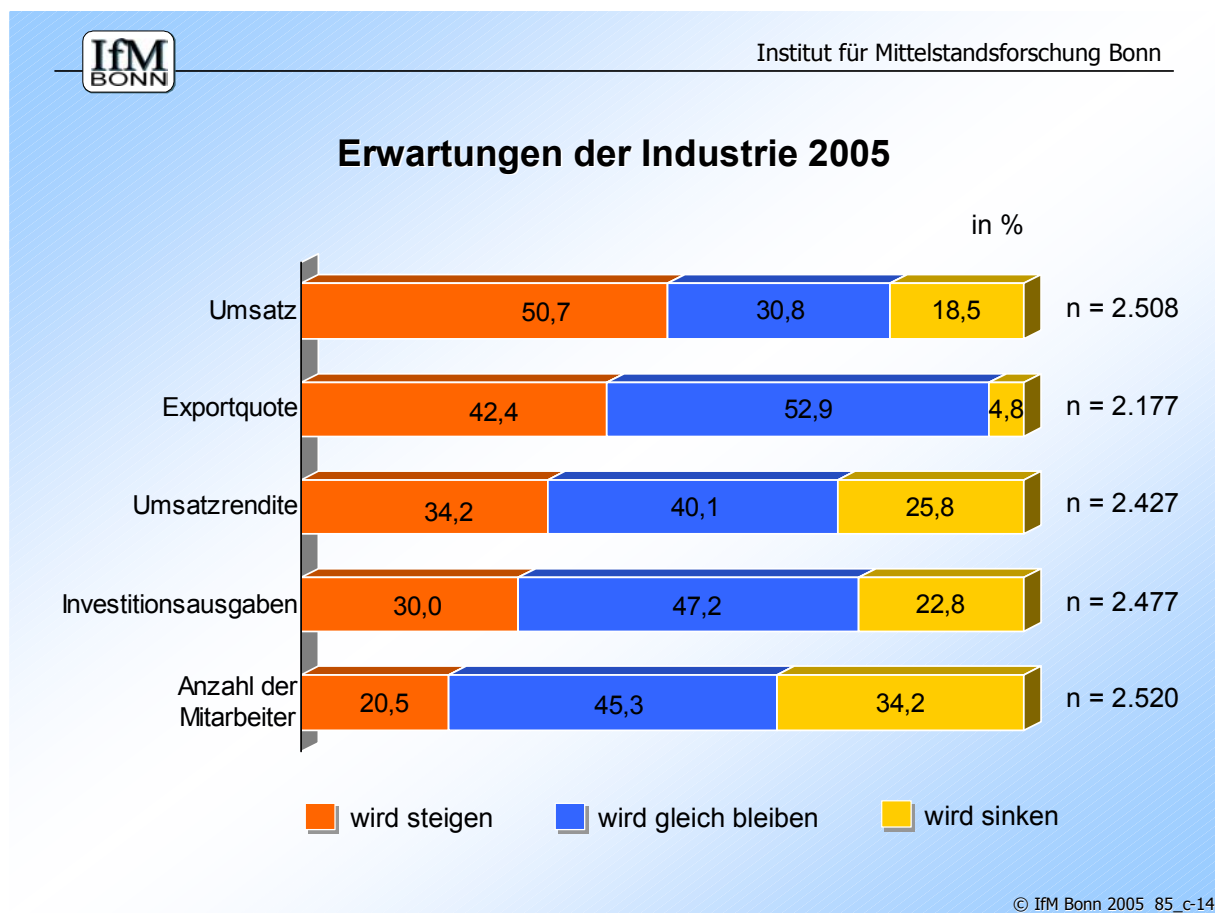


4.2 Erwartungen 2005

Die Umsatzerwartungen der Industrie für das laufende Jahr sind mehrheitlich positiv. Fast 51 % erwarten einen Umsatzzuwachs, nur 19 % einen Umsatzrückgang. Allerdings wird in vielen Industrieunternehmen der erwartete Umsatzzuwachs nicht zur Aufstockung der Beschäftigung führen. Nur gut jedes fünfte Industrieunternehmen will 2005 die Zahl seiner Arbeitsplätze erhöhen, mehr als jedes dritte wird sie hingegen reduzieren. Dies dürfte als eine Folge zu einer weiteren Steigerung der Produktivität führen, was der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Industrie zu Gute käme. Als weitere Folge rechnet gut jedes dritte Industrieunternehmen mit einer Steigerung der Umsatzrendite,

jedes vierte aber auch mit einem Renditerückgang. 30 % der Industrieunternehmen gehen 2005 zudem von einer Steigerung ihrer Investitionsausgaben aus, fast jedes vierte wird seine Investitionen zurückfahren. Per Saldo werden anteilmäßig also mehr Unternehmen ihre Investitionsausgaben erhöhen als vermindern. Die Exportquote wird nach Ansicht von gut 42 % der befragten Unternehmen im Jahr 2005 ansteigen, während nur knapp 5 % von einem Rückgang ausgehen (vgl. Abbildung 14).

Abbildung 14: Erwartungen der Industrie im Jahr 2005



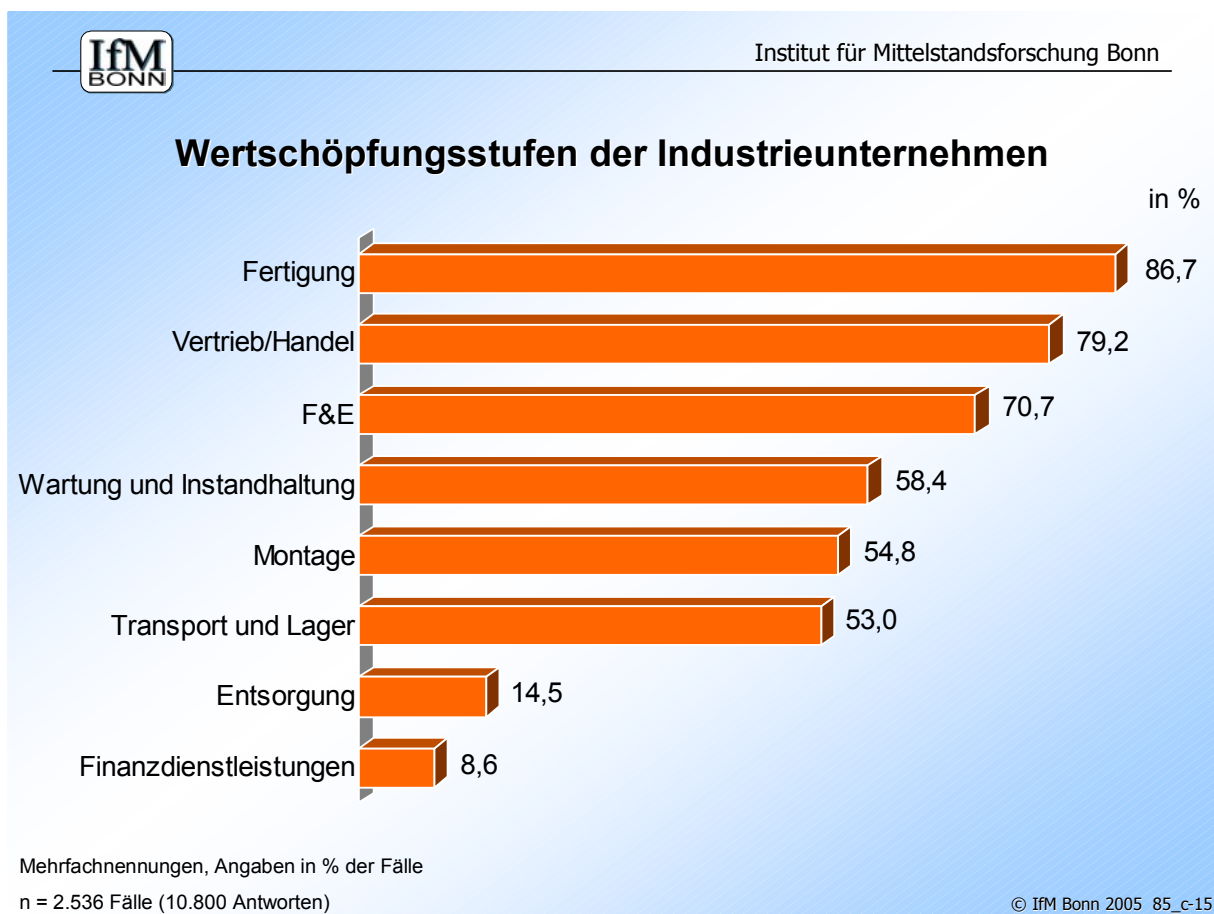
Insgesamt zeichnet sich für das Jahr 2005 in den Augen der Mehrheit der befragten Unternehmen also ein Anhalten des positiven Trends aus 2004 ab. Lediglich die Entwicklung der Beschäftigung zieht bei dieser Entwicklung noch nicht mit. Die positiven Konjunktursignale verhallen am Arbeitsmarkt weitgehend ungehört. Es ist jedoch zu erwarten, dass - wenn der Positivtrend erhalten bleibt - zeitversetzt auch in diesem Bereich eine Erholung einsetzt.

4.3 Wertschöpfungsaktivitäten und strategische Maßnahmen

4.3.1 Breites Szenario an Wertschöpfungsaktivitäten

Um die Unternehmen näher zu charakterisieren, aber auch um festzustellen, welches in Zeiten des Auslagerns und Verlagerns von Unternehmensaktivitäten heute das typische Profil eines Industrieunternehmens ist, wurden die Unternehmen um Auskunft über ihre Wertschöpfungsaktivitäten gebeten. Acht Wertschöpfungskomponenten konnten angegeben werden. Am häufigsten sind die befragten Unternehmen in den Bereichen Fertigung, Vertrieb und Handel sowie Produktentwicklung (F&E) tätig (vgl. Abbildung 15).

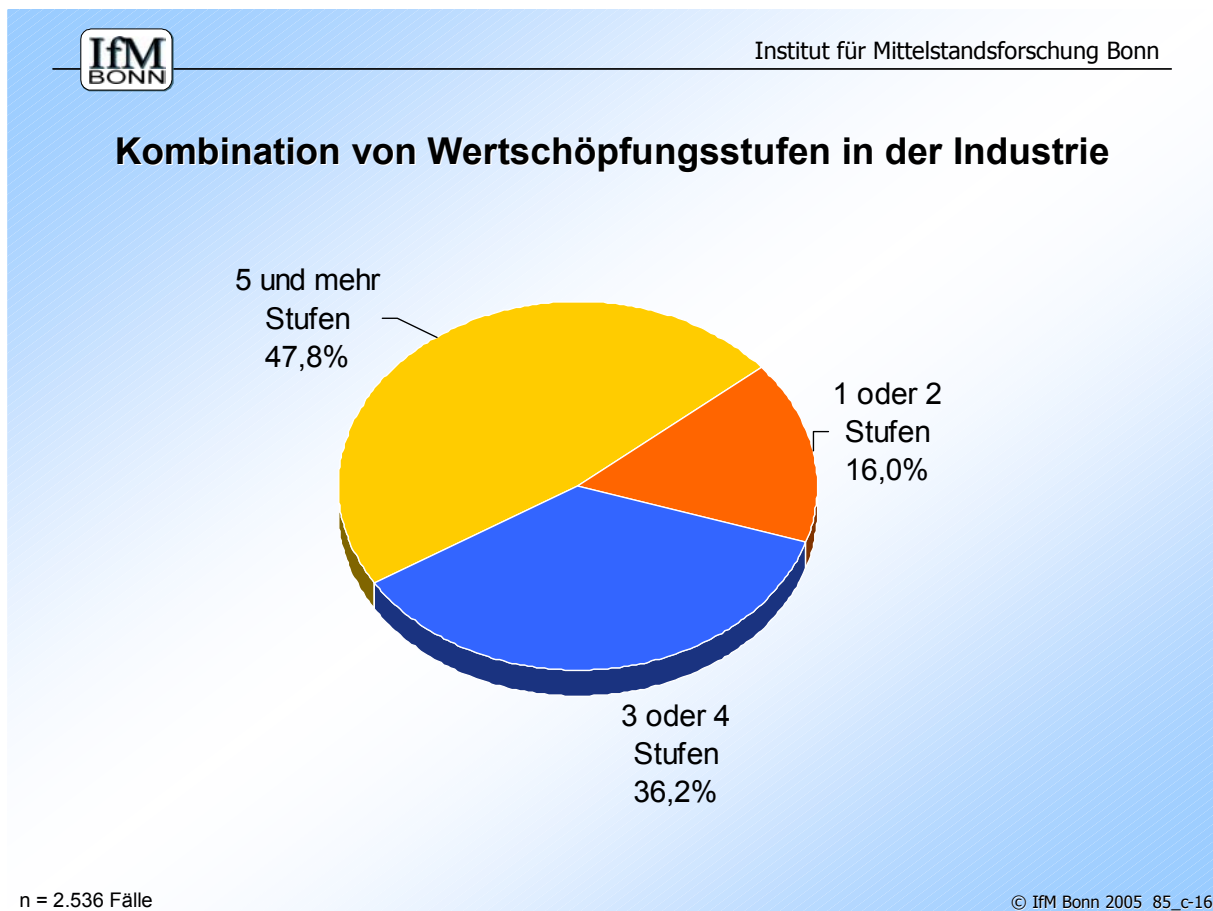
Abbildung 15: Wertschöpfungsstufen der Industrieunternehmen



Eine Minderheit von 16 % der Unternehmen verfügt dabei nur über ein bis zwei Wertschöpfungsstufen (vgl. Abbildung 16), wobei es sich in der Regel um Fertigung bzw. Fertigung kombiniert mit einer anderen Tätigkeit handelt. 36 % hingegen praktizieren Kombinationen von 3 bis 4 Stufen. Fast jedes zweite dieser Unternehmen kombiniert Tätigkeiten im Rahmen von Produktentwicklung, Fertigung und Vertrieb und gegebenenfalls noch einer weiteren Aktivität.

Fast die Hälfte der befragten Unternehmen (48 %) ist jedoch auf 5 oder mehr Wertschöpfungsstufen aktiv. Über drei Viertel dieser Unternehmen kombinieren verschiedene Aktivitäten zusammen mit den Wertschöpfungsstufen Produktentwicklung, Fertigung, Vertrieb und Wartung/Instandhaltung.

Abbildung 16: Kombinationen von Wertschöpfungsstufen in der Industrie



Die Mehrheit von 84 % der Industrieunternehmen kombiniert demnach von 3 bis zu 8 Wertschöpfungsstufen miteinander, erreicht also eine beachtliche Wertschöpfungstiefe. Die Anzahl der Wertschöpfungsstufen, in denen die Unternehmen tätig sind, unterscheidet sich dabei signifikant nach der Unternehmensgröße: Zwei Drittel der Unternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten kombinieren mindestens 5 Aktivitäten miteinander, während es bei den Unternehmen mit bis 20 Mitarbeitern nur 22 % sind.

4.3.2 Einflüsse allgemeiner Entwicklungen und Veränderungen auf die Unternehmen

Das Urteil, das die Unternehmen über die gegenwärtigen und in den nächsten beiden Jahren zu erwartenden Rahmenbedingungen am Standort Deutschland

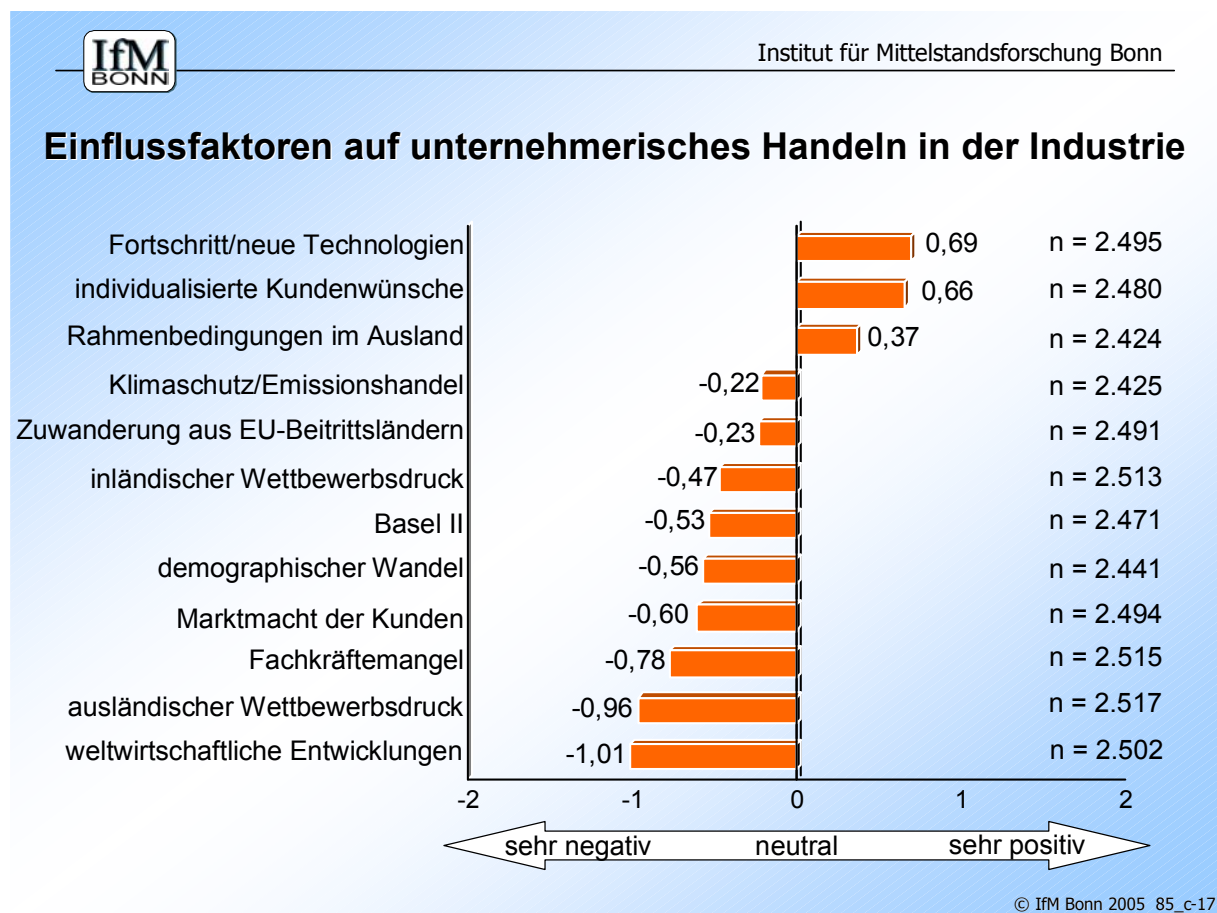
abgegeben haben, war mehr als ernüchternd. Nun soll untersucht werden, wie die Unternehmen weitere Trends oder Veränderungen beurteilen, die sich der Gestaltbarkeit über die nationalen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen mehr oder weniger entziehen, da sie das Resultat wettbewerblicher, demographischer oder weltpolitischer Veränderungen sind. Letzteres heißt allerdings nicht, dass die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen von solchen Veränderungen unberührt bleiben können.

Den Unternehmen wurden insgesamt zwölf Einflussparameter vorgelegt und es wurde erhoben, welchen Einfluss diese auf die Unternehmenstätigkeiten zukünftig ausüben werden (vgl. Abbildung 17).

Von drei der zwölf Faktoren gehen aus Sicht einer großen Zahl von Industrieunternehmen besonders positive Einflüsse auf ihre zukünftigen Aktivitäten aus. Dies sind die politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen im Ausland. Sie haben für 44 % der antwortenden Unternehmen sehr positive bzw. positive Auswirkungen auf ihre zukünftigen Aktivitäten. Exportorientierte Unternehmen bewerten diese Entwicklung signifikant positiver als Nicht-Exporthändler, da ihnen hierdurch die Unternehmensaktivitäten im Ausland erleichtert werden und sich gegebenenfalls die Absatzchancen auf diesen Märkten erhöhen.

Die Individualisierung der Kundenwünsche übt sogar für fast zwei Drittel der Unternehmen positive bzw. sehr positive Effekte auf deren wirtschaftliche Aktivitäten aus, und auch dem technischen Fortschritt attestieren zwei von drei Industrieunternehmen einen positiven oder sogar sehr positiven Einfluss auf die unternehmerischen Aktivitäten der kommenden Jahre. In diesen drei Einflussfaktoren stimmen prinzipiell Unternehmen aller Größenklassen, Altersstufen und Absatzregionen überein. Vor allem die ausländischen Rahmenbedingungen üben jedoch auf größere Unternehmen signifikant häufiger einen positiven Einfluss aus als auf den Rest der Industrie. Abbildung 17 gibt einen Überblick über die durchschnittliche Bewertung der abgefragten Items durch alle befragten Unternehmen.

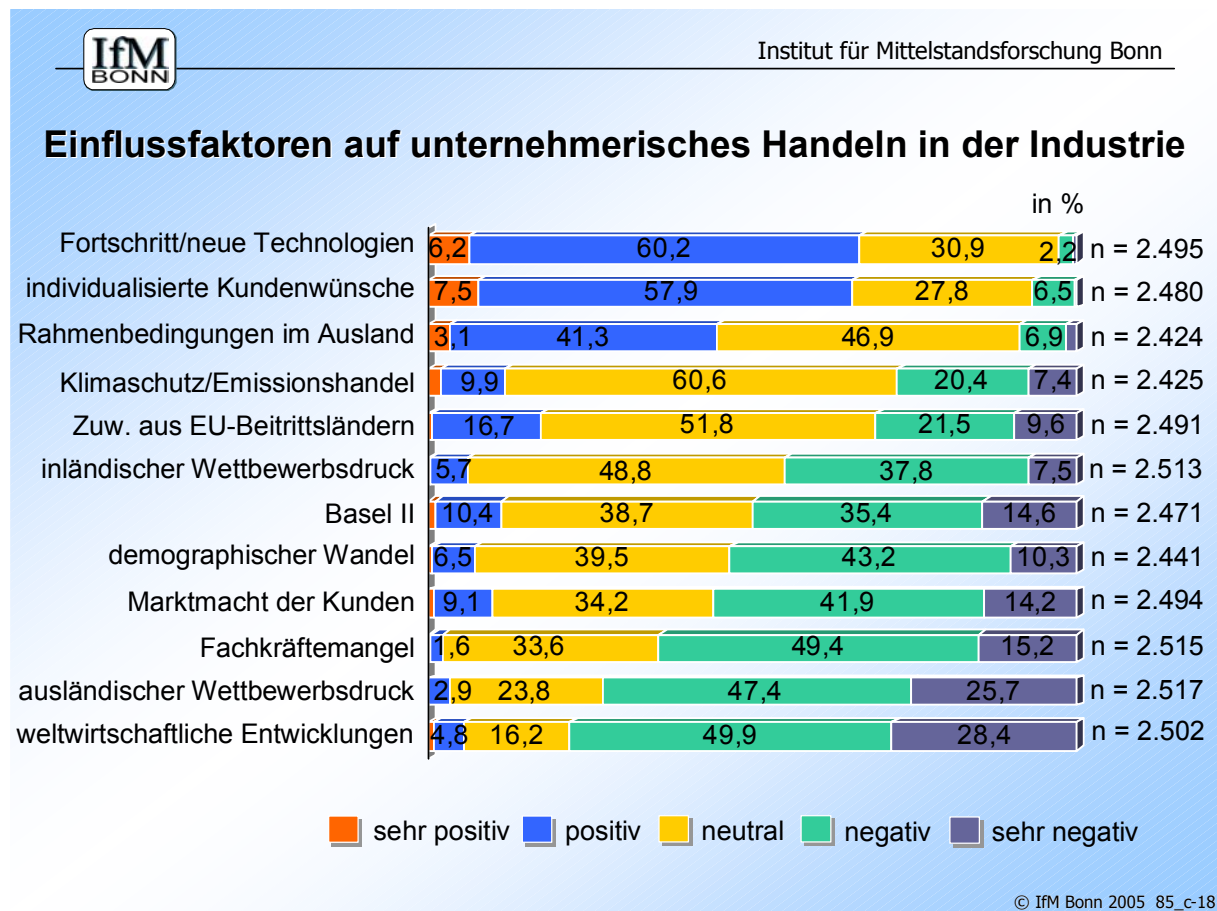
Abbildung 17: Einflussfaktoren auf unternehmerisches Handeln in der Industrie



Die Bewertung der übrigen neun Einflussfaktoren fällt überwiegend negativ aus (vgl. Abbildung 17 und Abbildung 18). Auch hier herrscht relativ großer Konsens unter den Befragten. Die Umsetzung der Ziele des Klimaschutzes bzw. der Emissionshandel werden von der Mehrheit der Unternehmen neutral bewertet (61 %), ebenso die Zuwanderung aus den EU-Beitrittsländern (52 %). 45 % erwarten eine Belastung ihrer unternehmerischen Aktivitäten durch den steigenden Wettbewerbsdruck durch inländische, 73 % durch ausländische Anbieter. Jedes zweite Unternehmen befürchtet negative oder sehr negative Einflüsse durch die veränderte Finanzierungslandschaft (Basel II). 54 % der Unternehmen rechnen mit negativen Auswirkungen des demographischen Wandels. Ebenfalls mehr als die Hälfte der Unternehmen erwartet Belastungen der Unternehmensaktivitäten durch die wachsende Marktmacht der Kunden; für 65 % bewirkt der Mangel an qualifiziertem Personal nach wie vor einen negativen Einfluss auf die Unternehmensaktivitäten, und für weit mehr als drei Viertel aller Industrieunternehmen übt die Weltwirtschaft, z.B. in Form von

Rohstoffpreisen und Wechselkursen, negative Einflüsse auf die Unternehmensaktivitäten aus.

Abbildung 18: Einflussfaktoren auf unternehmerisches Handeln in der Industrie, Häufigkeitsverteilung

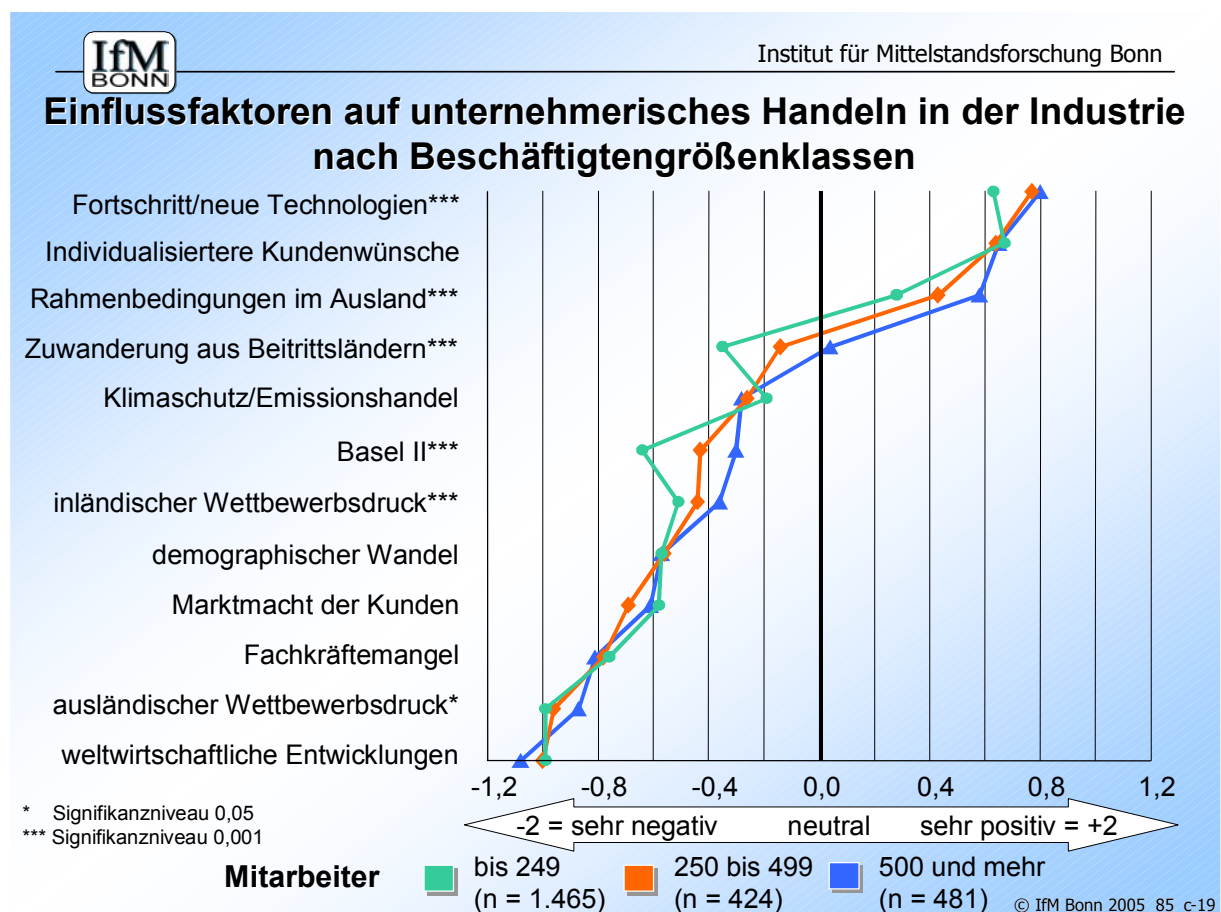


Den drei eher positiv beurteilten Impulsgebern: Individualisierung der Kundenwünsche, technologischer Fortschritt und Qualität der ausländischen Rahmenbedingungen stehen somit vor allem sechs Wirkungsfelder gegenüber, die von den Unternehmen eher als negative Vorzeichen für die unternehmerischen Aktivitäten wahrgenommen werden.

Die Analyse dieses Befundes variiert teilweise entscheidend mit der Unternehmensgröße: Probleme mit Zuwanderungen haben vornehmlich Industrieunternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten bzw. 250 bis 500 Beschäftigten, während die Verbesserung der Rahmenbedingungen im Ausland von größeren Unternehmen signifikant positiver eingeschätzt wird als von kleineren, die ein eher neutrales Urteil fällen (vgl. Abbildung 19). Von den weltwirtschaftlichen Faktoren hängen die kleinen Industrieunternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten nicht in dem Maße ab wie alle übrigen Beschäftigtengrößenklas-

sen. Der technologische Fortschritt wird von größeren Unternehmen signifikant häufiger positiv bewertet, während die veränderte Finanzierungslandschaft (Basel II) für kleine Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten signifikant häufiger ein Problem darstellt. Unternehmen mit einer Mitarbeiterzahl zwischen 20 und 250 Mitarbeitern erwarten häufiger negative Auswirkungen durch aus- und inländischen Wettbewerbsdruck. Die zunehmende Marktmacht der Kunden stellt für alle Größenklassen ein beträchtlicheres Problem dar. Insgesamt überwiegen bei den kleineren Unternehmen stärker als bei größeren die Ängste vor den zukünftigen Entwicklungen.

Abbildung 19: Einflussfaktoren auf unternehmerisches Handeln in der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004

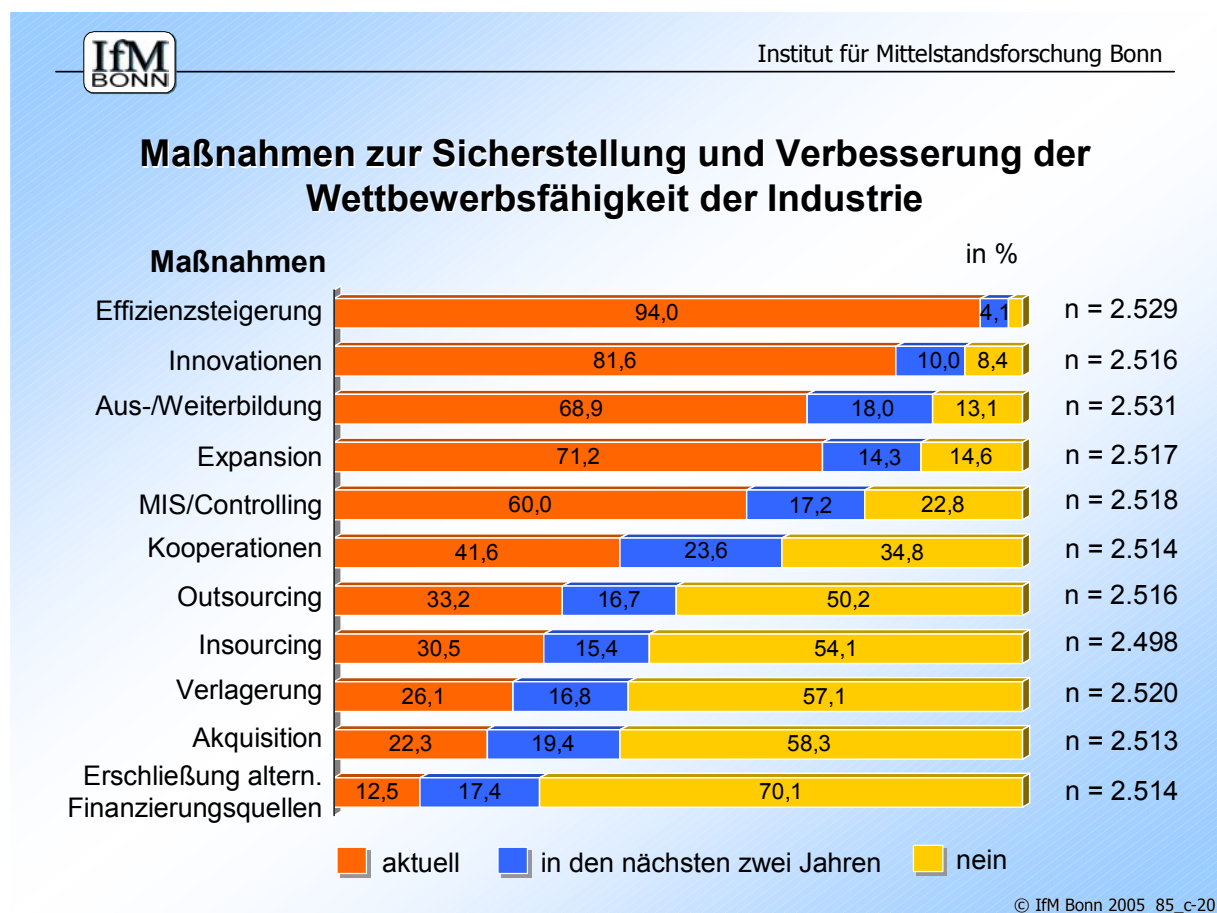


4.3.3 Wettbewerbsdruck erfordert Strategie-Mix

Wie sich aus den vorausgegangenen Ergebnissen ersehen lässt, beurteilt eine Mehrheit der mittelständischen Industrie den wachsenden Wettbewerbsdruck durch inländische und ausländische Mitbewerber sowie die steigende Vermachtung der Nachfrage negativ. Umso aufschlussreicher ist es, mit welchen Mitteln die Unternehmen diesem Druck begegnen, ob sie eher offensiv vorge-

hen, z.B. durch Innovation, originäres Wachstum, Zukauf von Unternehmen, Outsourcing, Verstärkung der Aus- und Weiterbildungsaktivitäten, Beschreibung neuer Finanzierungswege, Verbesserung des betrieblichen Informations- und Kontrollwesens, oder eher defensiv durch Kostensenkung, Standortverlagerung oder Insourcing. Abbildung 20 gibt einen Überblick über die verfolgten Maßnahmen und deren aktuelle sowie zukünftige Bedeutung.

Abbildung 20: Maßnahmen zur Sicherstellung und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Industrie



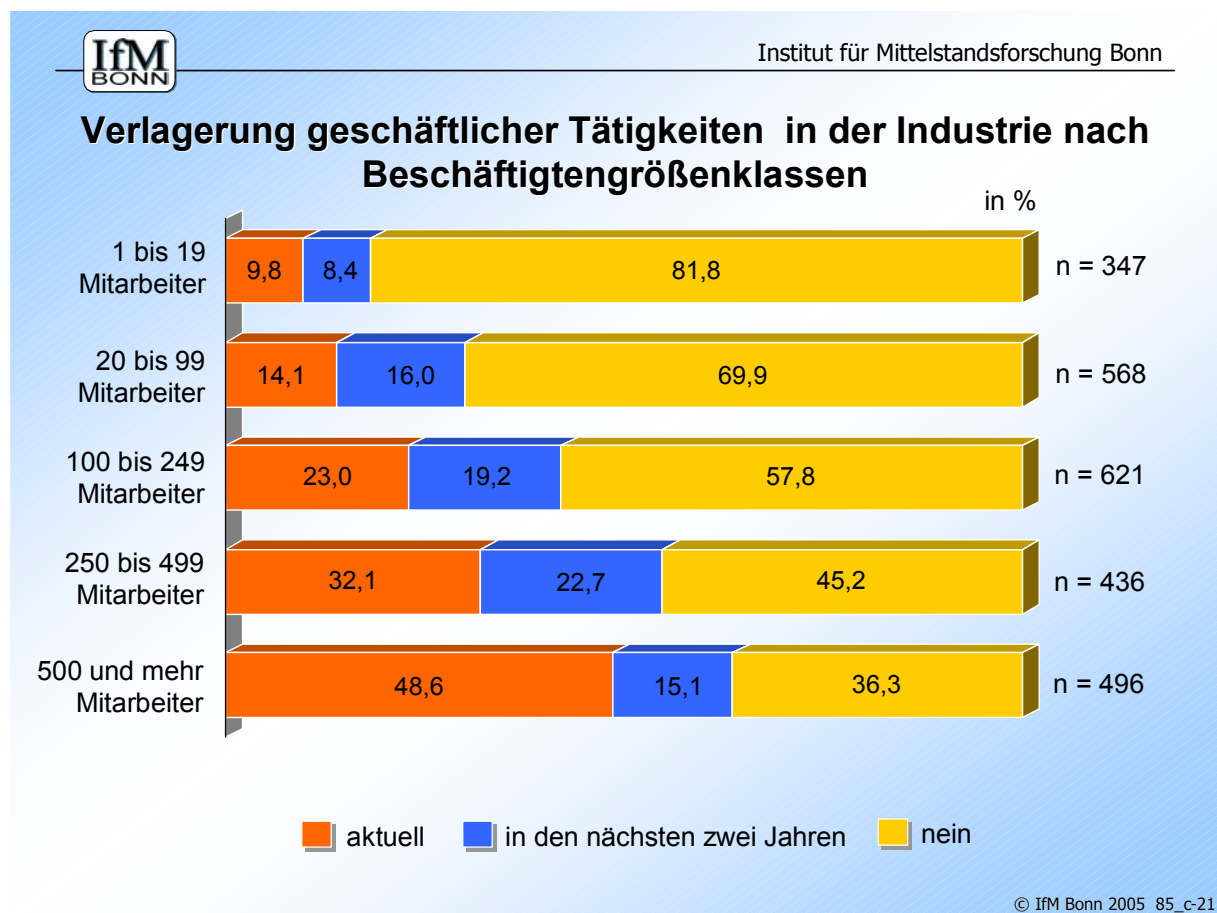
Die Mehrzahl der Unternehmen (61 %) nutzt zur Stärkung und Sicherung ihrer Wettbewerbsfähigkeit zur Zeit Strategiekombinationen, die in der Regel die drei Maßnahmen Produkt- und Prozessinnovationen, Effizienzsteigerung/Kostensenkung und Expansion (Wachstum aus eigener Kraft) beinhalten. Offenbar wird ein Mix aus Strategien zum Einsatz gebracht. Nicht ganz so viele Unternehmen verstärken gleichzeitig ihr Aus- und Weiterbildungsengagement und verfeinern ihre Kontroll- und Informationsinstrumente.

Eine Verlagerung geschäftlicher Tätigkeiten ins Ausland betreiben derzeit rund 26 % der Sampleunternehmen, etwa 17 % streben dies in den nächsten zwei

Jahren an. Diese hohen Anteile werden jedoch primär durch die Übergewichtung großer Unternehmen in der vorliegenden Stichprobe (vgl. Kapitel 2.1) verursacht, da diese häufiger als kleinere Unternehmen auslandsaktiv sind. Um diesen Verzerrungseffekt auszugleichen, wurden die Ergebnisse der Fragestellung wiederum auf die Verteilung des tatsächlichen Bestands von rund 106.000 Industrieunternehmen in Deutschland hochgerechnet (vgl. KAYSER/WALLAU 2003). Demnach betreibt derzeit gut jedes achte Unternehmen eine Verlagerung geschäftlicher Aktivitäten ins Ausland an, etwa jedes zehnte plant derartige Aktivitäten für die nächsten zwei Jahre. Ein „Verlagerungsboom“ wird also nicht einsetzen. Unterstellt, alle Planungen werden realisiert, werden im Jahre 2007 rund 23 % aller Industrieunternehmen über ein Standbein im Ausland verfügen. Internationalisierung erfolgt gegenwärtig in erster Linie jedoch durch Export (vgl. auch MAAß/DEMGENSKI 2004).

Die Verlagerung geschäftlicher Tätigkeiten ist primär eine Strategie größerer Unternehmen. Sie sind signifikant häufiger bereits im Ausland aktiv oder planen eine zukünftige Verlagerung ins Ausland als kleinere, familiengeführte Unternehmen. Fast jedes vierte Unternehmen mit 100 bis 249 Mitarbeitern ist bereits auslandsaktiv und knapp jedes fünfte bereitet die Verlagerung geschäftlicher Aktivitäten ins Ausland vor. Mit zunehmender Größe verschieben sich diese Anteilswerte: Je größer ein Unternehmen, desto häufiger ist es bereits im Ausland aktiv und desto häufiger laufen auch Vorbereitungen zur Verstärkung der Auslandspräsenz. Eine Ausnahme bilden hier nur die Unternehmen der Größenklasse mit 500 und mehr Mitarbeitern: Weitere Planungen zur zukünftigen Verlagerung geschäftlicher Tätigkeiten ins Ausland werden hier anteilig von weniger Unternehmen vorgenommen als bei den Größenklassen zwischen 20 und 499 Mitarbeitern. Doch selbst kleine Industrieunternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten hegen in nennenswertem Ausmaß Verlagerungsabsichten. So hat zur Zeit gut jedes zehnte Industrieunternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern eine Auslandspräsenz. Nach den Planungen werden es 2007 etwa doppelt so viele sein. 14 % der Unternehmen mit 20 bis 99 Mitarbeitern sind auf dem Sprung, 16 % bereiten sich darauf vor. Die Verlagerung geschäftlicher Aktivitäten ins Ausland wird demnach vor allem in den Größenklassen von 20 bis 499 Mitarbeitern in den nächsten Jahren zunehmen (vgl. Abbildung 21). Kleine und mittlere Unternehmen befinden sich hier in einem Aufholprozess.

Abbildung 21: Verlagerung geschäftlicher Tätigkeiten in der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004



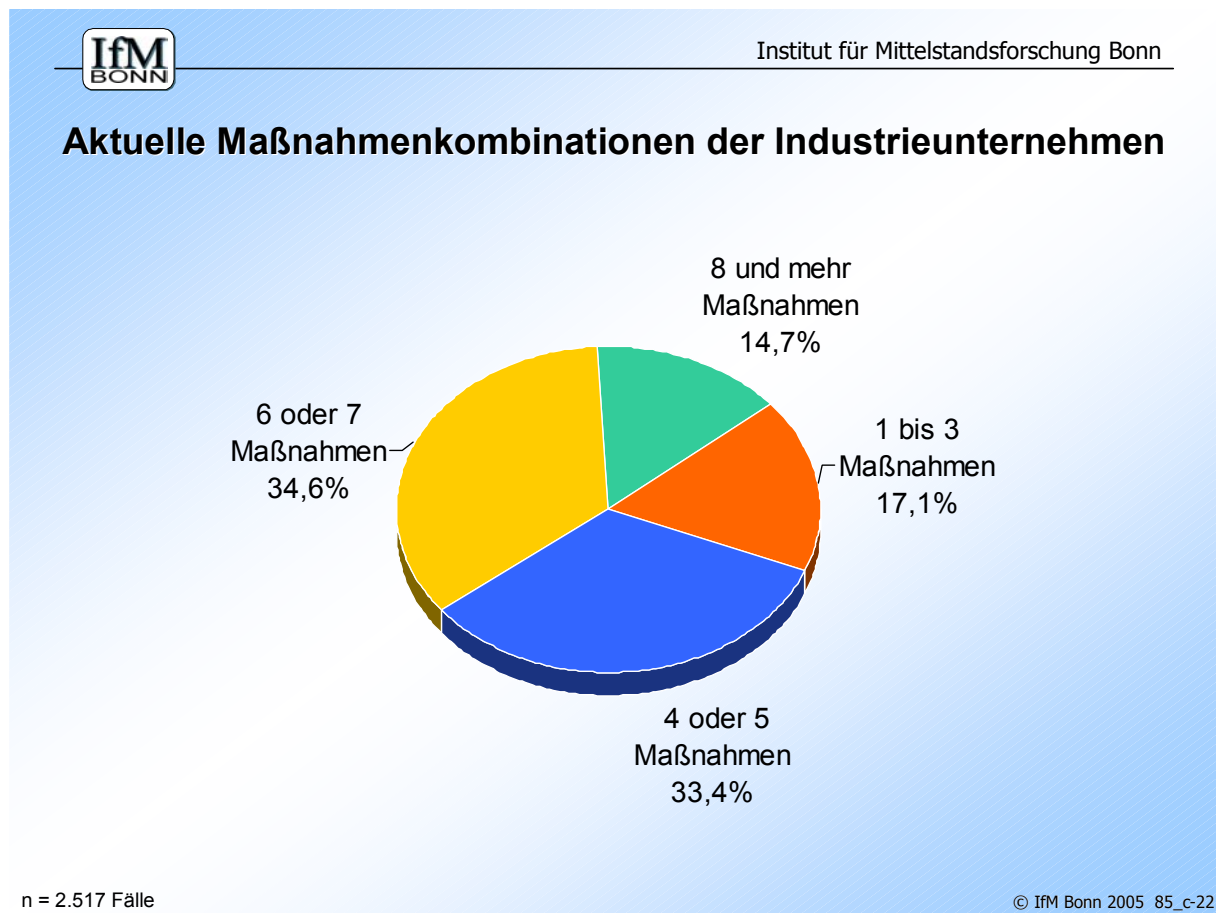
Natürlich hängen diese Ergebnisse in signifikantem Maße auch von der Exporttätigkeit der Unternehmen ab. Je größer die Exportanteile, desto stärker der Drang, geschäftliche Tätigkeiten ins Ausland zu verlagern. Auslandsaktivitäten müssen dabei nicht einen Stellenabbau im Inland zur Folge haben. Auslandsinvestitionen können auch helfen, Arbeitsplätze in Inland zu sichern bzw. sogar zu schaffen, wenn – zumeist wettbewerbsstarke – Unternehmen neue Märkte erschließen bzw. dortige Produktionsstätten weiter ausbauen (vgl. FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND vom 29. April 2005, S. 12; DIHK 2004, S. 6). Insbesondere Produktionsverlagerungen ins Ausland, bei denen Kostengründe keine Rolle spielen, wirken sich nicht negativ auf die Beschäftigung am Standort Deutschland aus (vgl. KINKEL/LAY/MALOCA 2004, S. 58). Zudem erfolgen Auslandsverlagerungen nicht unbedingt vor dem Hintergrund zu hoher Produktionskosten oder niedrigerer Unternehmenssteuern; häufig geht es den Unternehmen vornehmlich um die Erschließung neuer Absatzmärkte oder eine stärkere Kundennähe (vgl. ERNST & YOUNG 2005, S. 27).

Outsourcing als Strategie der Verschlinkung des Unternehmens betreibt bzw. plant fast die Hälfte aller Industrieunternehmen, doch fast genauso viele (rund 46 %) reichern durch Zukäufe ihre Wertschöpfungsaktivitäten an bzw. planen dies. Die Kooperationswelle läuft weiter. 42 % sind bereits in eine Kooperation eingebunden, weitere 24 % streben die Zusammenarbeit mit Partnern an; damit stellen Kooperationsmaßnahmen die für die Zukunft am häufigsten genannte strategische Option dar. 2007 dürften daher insgesamt fast zwei Drittel aller Industrieunternehmen in irgendeiner Kooperationsform mit Partnern zusammenarbeiten.

Bei der Finanzierung, eines der Top Themen unserer Tage, werden nur vergleichsweise wenige Unternehmen neue Wege gehen, z.B. um neue Finanzierungsmethoden zu testen. Bei 70 % aller Industrieunternehmen bleibt im Finanzierungsbereich alles beim Alten.

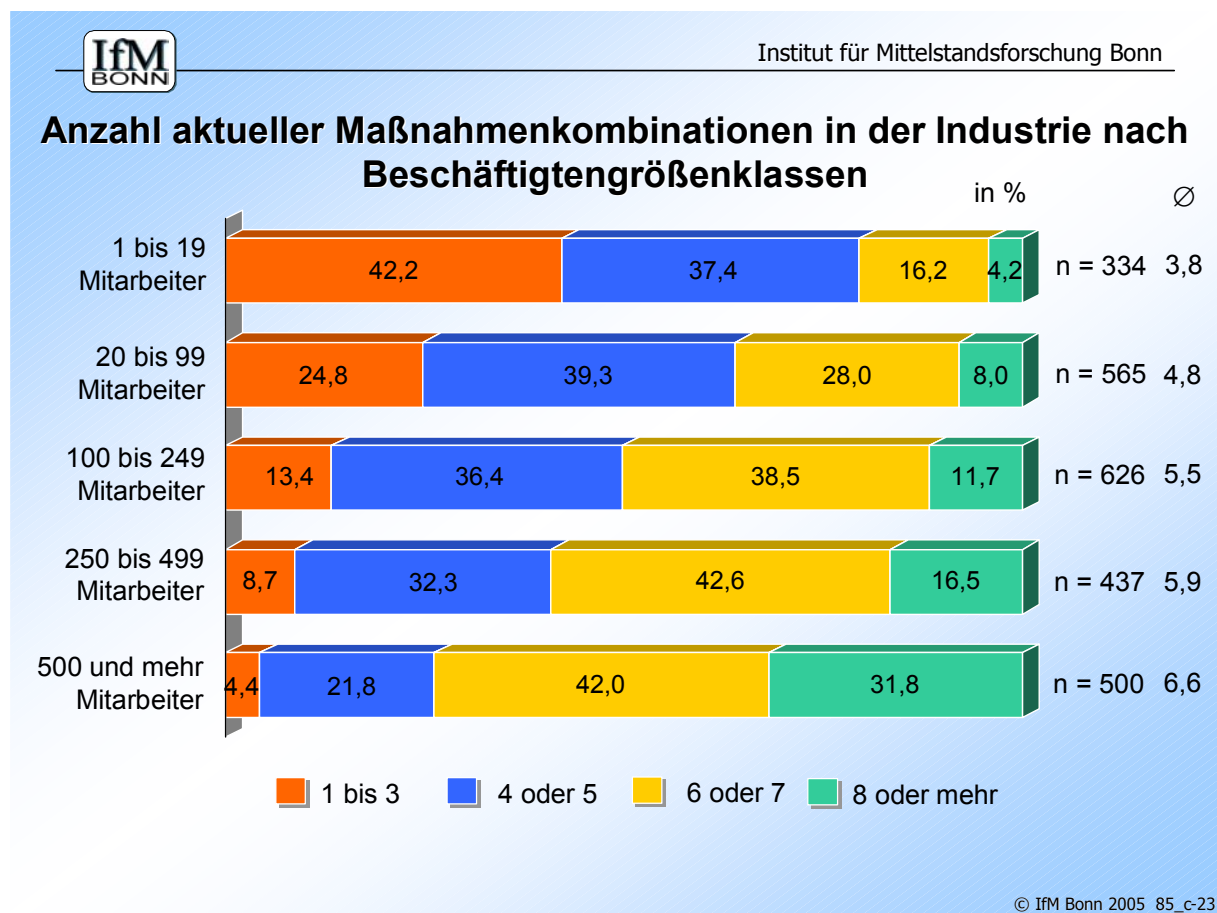
Etwa 17 % der Unternehmen verfolgen Maßnahmenkombinationen von bis zu drei der beschriebenen Strategien. Gut jedes dritte Unternehmen kombiniert 4 bis 5, ein weiteres Drittel 6 bis 7 Maßnahmen. 17 % greifen sogar auf Strategiekombinationen von 8 oder mehr Aktivitäten zurück (vgl. Abbildung 22).

Abbildung 22: Aktuelle Maßnahmenkombinationen der Industrieunternehmen, Verteilung nach der Anzahl



Die Anzahl der kombinierten Strategien ist dabei in signifikantem Maße abhängig von der Unternehmensgröße: Unternehmen mit weniger Beschäftigten kombinieren häufiger weniger Maßnahmen miteinander als Unternehmen größerer Beschäftigungsklassen (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23: Anzahl aktueller Maßnahmenkombinationen in der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004



Als besonders erfreulich bleibt abschließend festzuhalten, dass fast 82 % der Industrieunternehmen über Produkt- und Prozessinnovationen ihre Wettbewerbsstellung festigen. Besonders aktiv sind hier zwar die älteren Unternehmen, die naturgemäß auch zu den größeren gehören. Aber auch unter den kleinen Unternehmen mit 20 bis 99 Mitarbeitern führt die Mehrzahl (72,4 %) Innovationen durch. Lediglich die Gruppe der Unternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten ist derzeit weniger innovationsaktiv (rund 59 %), plant es dafür aber vergleichsweise häufiger für die Zukunft (19,5 %). Insgesamt gilt der signifikante Zusammenhang, dass je größer das Unternehmen ist, es umso häufiger bereits derzeit innovativ tätig ist, während kleinere Unternehmen dies häufiger als zukünftige Maßnahme vorsehen.

Outsourcing ist nach wie vor ein probates Mittel, um wettbewerbsfähig zu bleiben. In der Regel sind es die größeren Unternehmen, die diese Strategie verfolgen, was nicht heißt, dass diese Strategie für kleinere Unternehmen bedeutungslos wäre. Insbesondere auch Unternehmen mit 100 bis 249 Mitarbeitern sind im Bereich Outsourcing sehr geschäftig. In dieser Größenklasse trennen

sich gut 57 % der Unternehmen von Wertschöpfungsaktivitäten bzw. planen entsprechendes für die nächsten beiden Jahre.

Der Zukauf von Wertschöpfungsaktivitäten hingegen ist nicht eindeutig einer Unternehmensgröße vorbehalten. Hier liefern eher die Eigentumsverhältnisse eine Erklärung. Ein ähnlicher Befund zeigt sich beim Finanzierungsverhalten. Vor allem Inhaberunternehmen sind auf der Suche nach alternativen Finanzierungsquellen, wobei größere Inhaberunternehmen hierbei am aktivsten sind. Die Turbulenzen der Finanzmärkte sind in dieser Gruppe von Unternehmen am stärksten spürbar, anscheinend ist man hier aber auch am ehesten bereit (vielleicht auch gezwungen), neue Finanzierungswege zu gehen. Insbesondere inhabergeführte Unternehmen, die derzeit Unternehmenswachstum als wettbewerbsfähigkeitssteigernde Maßnahme verfolgen, nutzen auch signifikant häufiger die Möglichkeit der Erschließung alternativer Finanzierungsquellen als entsprechende managementgeführte Unternehmen.

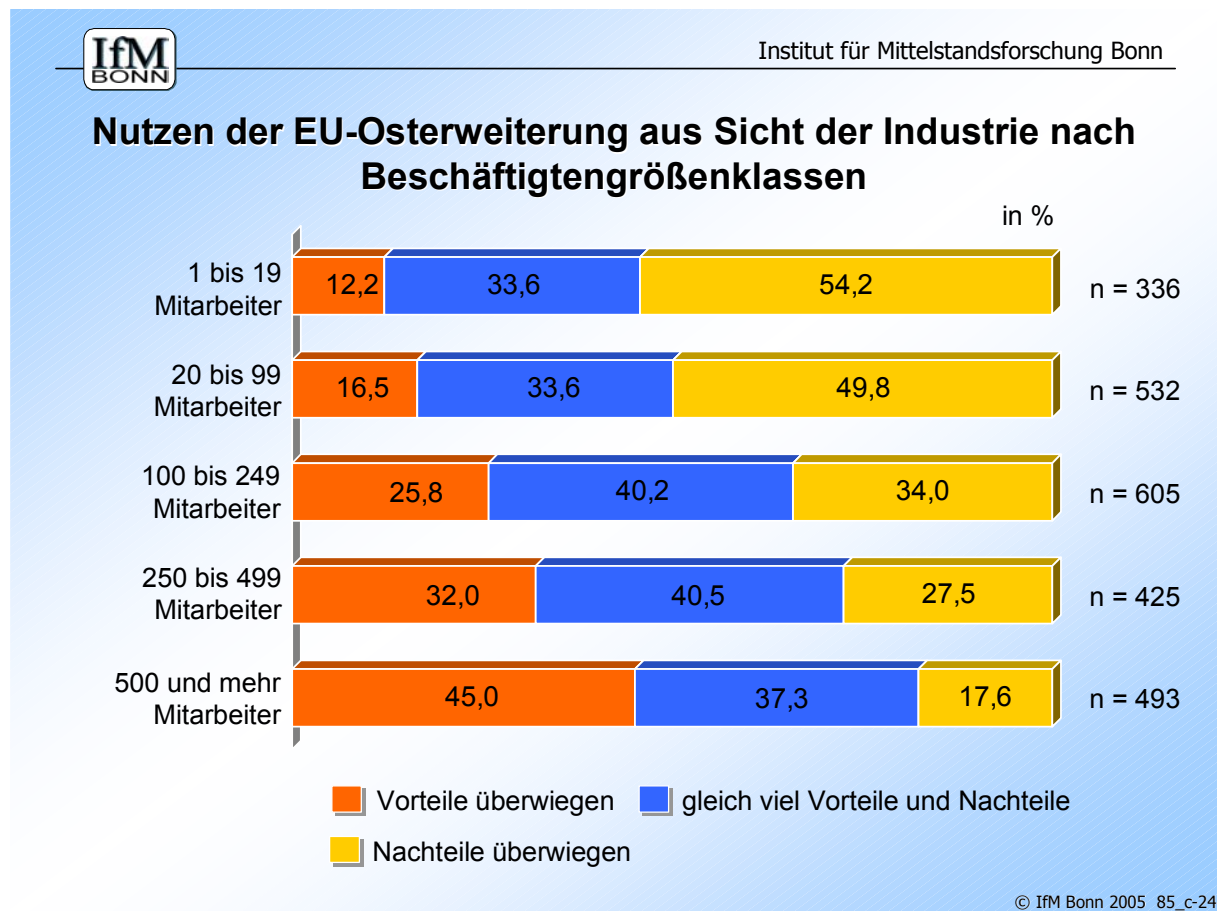
5. Internationalisierung und Wachstumsmärkte

5.1 EU-Osterweiterung: Gemischte Erwartungen bei der Industrie

Die EU-Osterweiterung, von Politik und Wissenschaft gerade für den Mittelstand als große Chance eingestuft, wird bei den Unternehmen selbst differenziert gesehen.

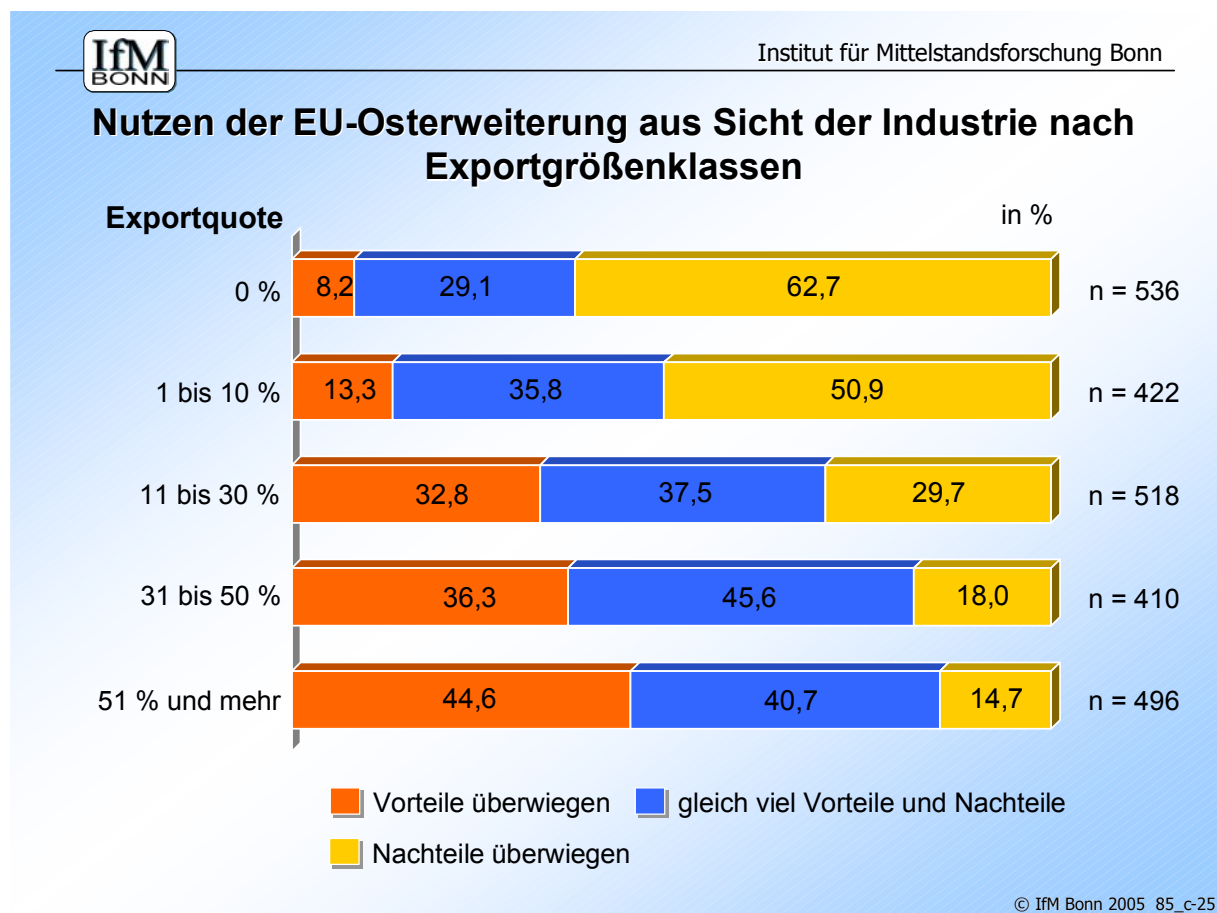
Für mehr als jedes vierte Unternehmen überwiegen die Vorteile, gut 37 % der Unternehmen kommen zu dem Schluss, dass die Chancen und Risiken der EU-Osterweiterung sich in etwa die Waage halten und ebenfalls mehr als jedes dritte Industrieunternehmen glaubt, dass die EU-Osterweiterung mehr Risiken als Chancen bietet. Das Urteil zur EU-Osterweiterung hängt dabei signifikant von der Unternehmensgröße ab: Unter den Skeptikern befinden sich besonders viele industrielle Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern. Hier haben offenbar die klassischen Mittelstandsakteure in Wirtschaft und Politik nachzuarbeiten, einerseits durch umfassende Aufklärung, andererseits über gezielte Betreuung. Insgesamt gilt folgender signifikanter Zusammenhang: Je größer die Unternehmen sind, desto vorteilhafter sehen sie die EU-Osterweiterung (vgl. Abbildung 24).

Abbildung 24: Nutzen der EU-Osterweiterung aus Sicht der Industrie nach Beschäftigtengrößenklassen 2004



Wie die Befunde belegen, besteht zudem ein signifikanter Zusammenhang zwischen einer skeptischen Einstellung zur EU-Osterweiterung und wirtschaftlicher Auslandserfahrung. Über 60 % aller exportabstinenten Industrieunternehmen befürchten von der EU-Osterweiterung eher Nachteile für das eigene Unternehmen. Mit wachsender Exporterfahrung nimmt diese Skepsis ab und wird die EU-Osterweiterung als Chance gewertet (vgl. Abbildung 25). Hierauf sollte die Exportberatung sowie die gesamte Förderung von Auslandsaktivitäten eingehen, denn gerade diese Gruppe von Unternehmen steht ja im Focus von Mittelstandsoffensiven des Bundes und der Bundesländer.

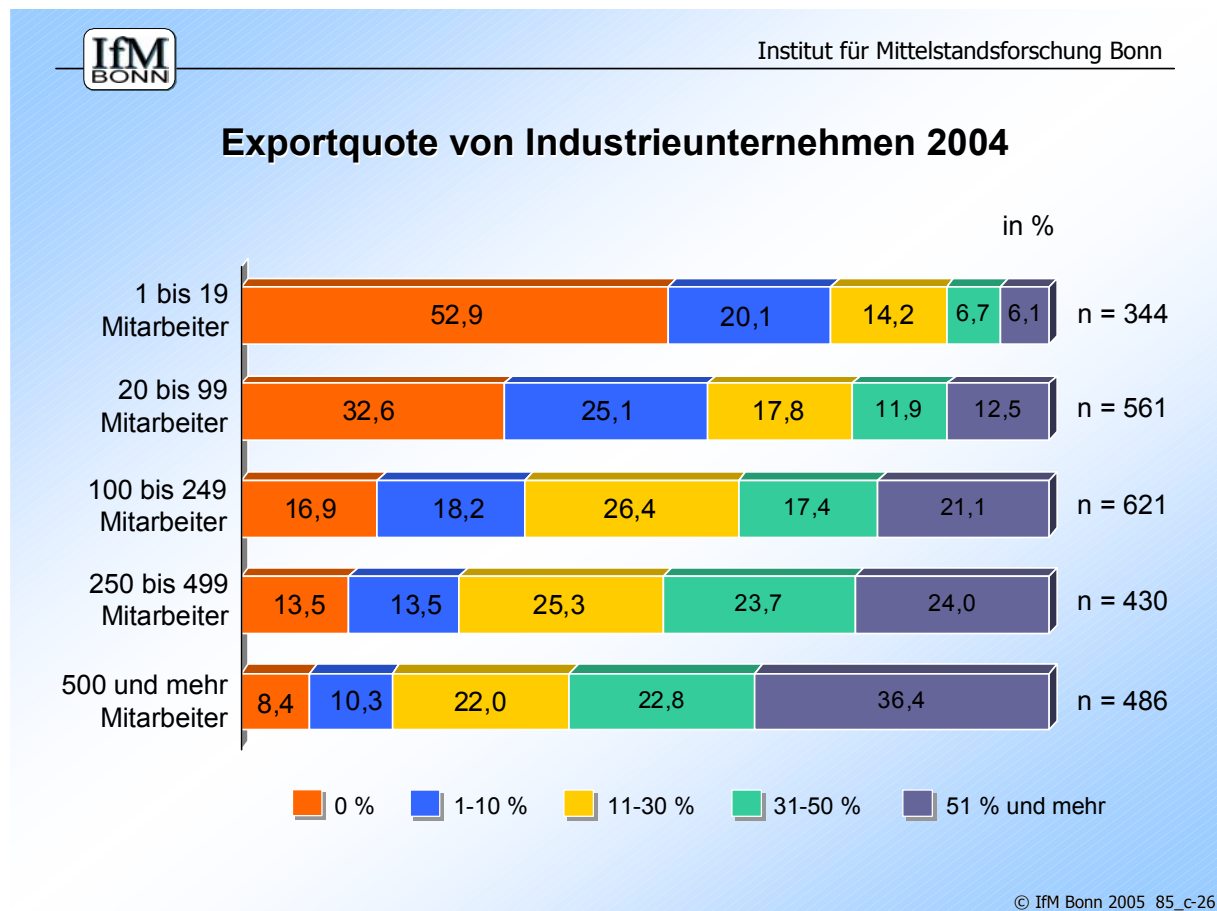
Abbildung 25: Nutzen der EU-Osterweiterung aus Sicht der Industrie nach Exportgrößenklassen 2004



5.2 Export - ein bedeutendes Standbein der Industrie

Immer noch mehr als jedes vierte bis fünfte Industrieunternehmen hat keinen Export, gut jedes fünfte erzielt dagegen mindestens 50 % seines Umsatzes im Ausland. Dieses Ergebnis hängt signifikant von der Unternehmensgröße ab, ein Zusammenhang, der bereits aus anderen Untersuchungen des IfM bekannt ist (vgl. KOKALJ/WOLFF/HAUSER 2001, S. 11 ff.; GÜNTERBERG/WOLTER 2002, S. 3). Häufiger auf den nationalen Markt beschränken sich vor allem kleinere Industrieunternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern. Zu den Exportchampions zählen vor allem große Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten; mehr als jedes dritte Unternehmen aus dieser Gruppe realisiert mindestens die Hälfte des Umsatzes im Ausland (vgl. Abbildung 26).

Abbildung 26: Exportquote von Industrieunternehmen im Jahr 2004 nach Beschäftigtengrößenklassen 2004



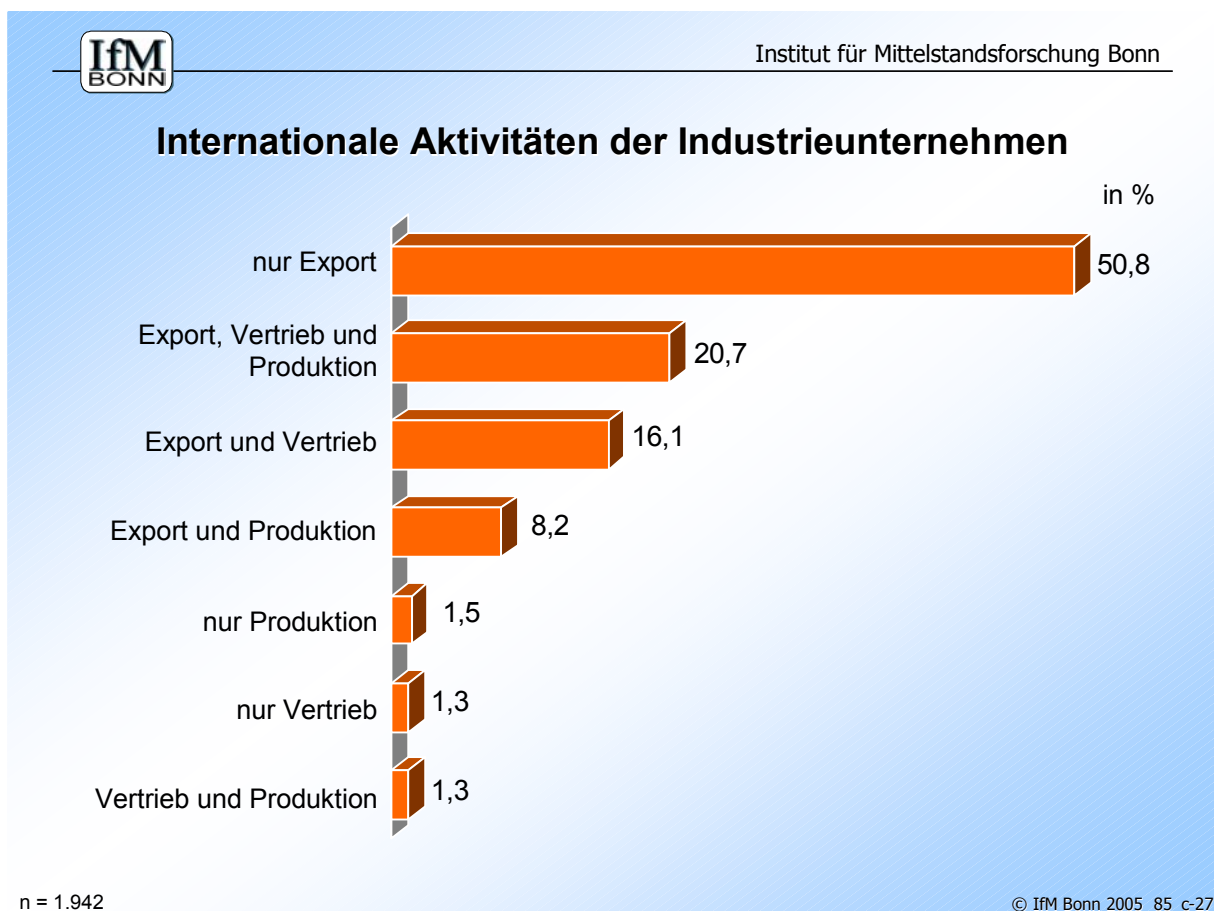
Im Mittel ist die Exportquote der industriellen Unternehmen insgesamt von 25,1 % im Jahr 2003 auf 26,9 % im Jahr 2004 angestiegen. Gut 43 % der Unternehmen konnten ihren Exportanteil am Umsatz in diesem Zeitraum steigern, und auch für 2005 erwarten über 42 % der Unternehmen einen weiteren Anstieg ihrer Exportquote (vgl. Abbildung 14). Ein eindeutiger statistischer Zusammenhang zwischen der Veränderung der Exportquote und der Unternehmensgröße kann dabei nicht identifiziert werden, doch sind es in der Tendenz vermehrt die größeren Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern, die häufiger eine positive Veränderung ihrer Exportquote erfahren haben bzw. erwarten. Doch auch rund 39 % der Unternehmen mit 20 bis 99 Mitarbeitern konnten von 2003 auf 2004 eine Steigerung ihrer Exportquote um 5 % und mehr verzeichnen.

Der Export ist nach wie vor die am häufigsten praktizierte Internationalisierungsform im industriellen Mittelstand: Drei Viertel der befragten Unternehmen exportierten 2004 Produkte ins Ausland. Der Export ist für viele Unternehmen dabei erst der erste Schritt auf dem Weg in eine langfristige internationale Ori-

entierung. Oft wird unterstellt, Unternehmen würden die einzelnen Arten der Internationalisierung phasenartig sukzessiv durchlaufen. Demnach stellt der Export häufig erst den Anfang eines längerfristigen und mit der Zeit kapitalintensiveren Auslandsengagements dar, wie etwa dem Aufbau eigener Vertriebs- und Servicegesellschaften oder Produktionsanlagen. Diese Vermutung kann durch die vorliegende Untersuchung bestätigt werden: Ältere und größere Industrieunternehmen sind signifikant häufiger sowohl im Export tätig als auch mit Vertriebs- und Produktionsstätten im Ausland vertreten als jüngere und kleinere Unternehmen, welche wiederum signifikant häufiger nur exportieren. Zudem verfügen nur rund 5 % der Nicht-Exporthändler über Vertriebs-/Servicegesellschaften oder Produktionsstätten im Ausland.

Das Auslandsengagement von mehr als der Hälfte der befragten Industrieunternehmen beschränkt sich auf den Export. Immerhin gut jedes fünfte Unternehmen ist darüber hinaus mit Vertriebs-/Servicegesellschaften und Produktionsstätten im Ausland vertreten. Fast jedes sechste Unternehmen exportiert und besitzt gleichzeitig Vertriebs-/Servicegesellschaften und rund 8 % exportieren und produzieren zugleich im Ausland (vgl. Abbildung 27).

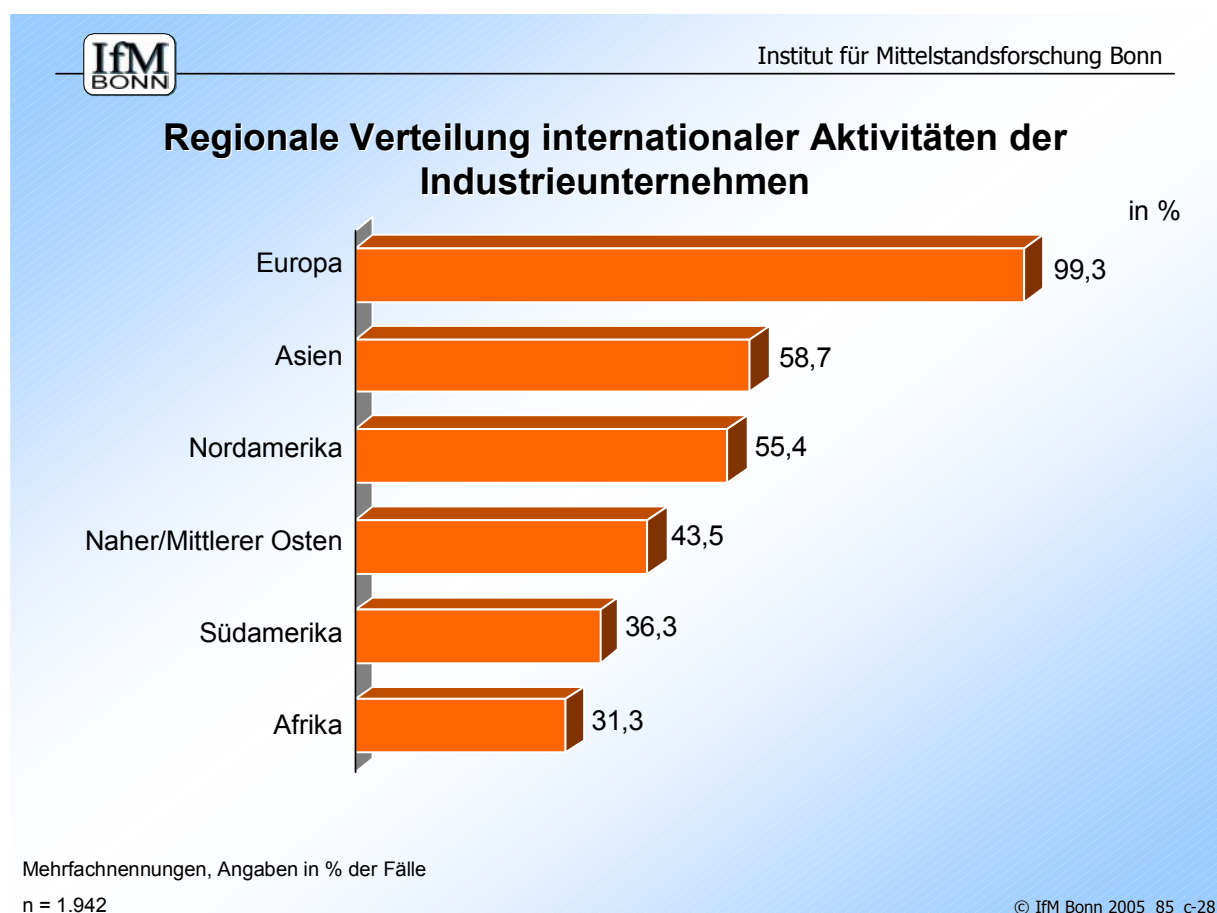
Abbildung 27: Internationale Aktivitäten der Industrieunternehmen



5.3 Europa - Zielregion Nr. 1

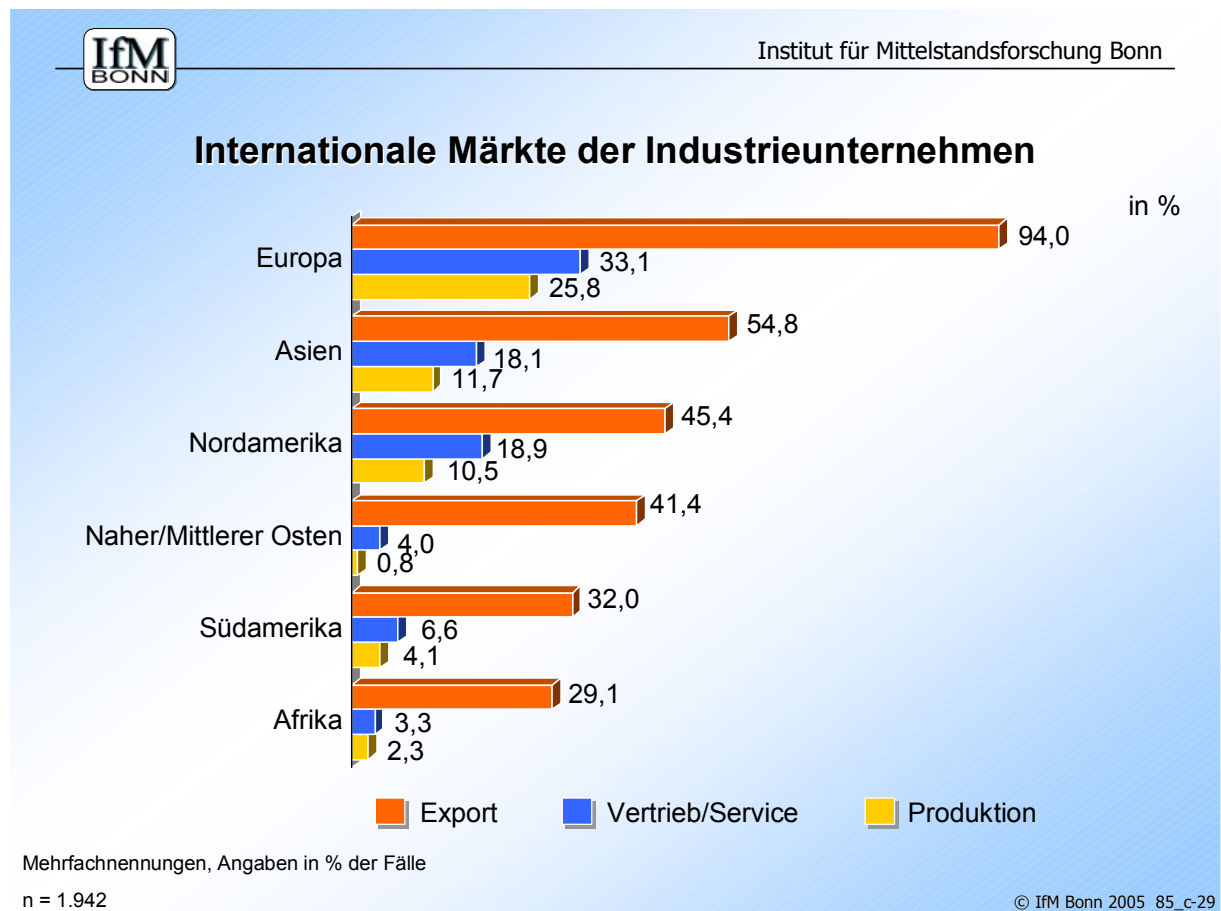
Nahezu alle der befragten auslandsaktiven Industrieunternehmen sind im europäischen Ausland engagiert, sei es durch Export, durch Vertriebs-/Servicegesellschaften oder eigene Produktionsstätten. Die zweithäufigste Zielregion der Internationalisierungsaktivitäten ist Asien, knapp gefolgt von Nordamerika. Im Nahen und Mittleren Osten, in Südamerika oder Afrika sind die Unternehmen dagegen seltener aktiv (vgl. Abbildung 28).

Abbildung 28: Regionale Verteilung internationaler Aktivitäten der Industrieunternehmen



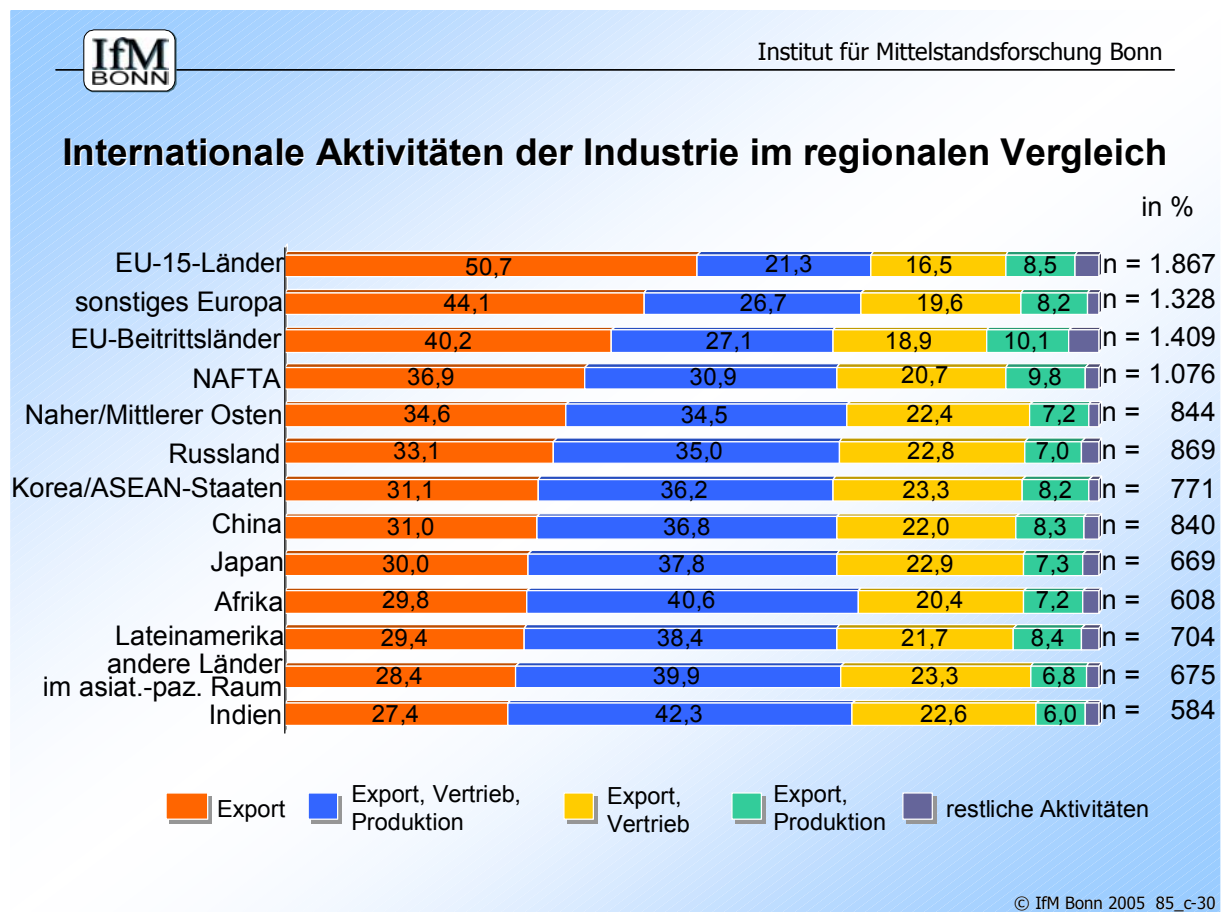
Im Detailbild lässt sich wiederum erkennen, dass der Export die absolut dominierende Form des Auslandsengagements der Industrieunternehmen darstellt und das europäische Ausland auch in den Bereichen Vertrieb/Service und Produktion führend ist (vgl. Abbildung 29).

Abbildung 29: Internationale Märkte und internationale Aktivitäten der Industrieunternehmen



Betrachtet man die praktizierten Internationalisierungsformen nach ihrer regionalen Verteilung (vgl. Abbildung 30), so fällt auf, dass einige Märkte existieren, die seltener allein als reine Exportregionen bearbeitet werden, sondern häufiger neben dem Export auch Produktions- und Serviceaktivitäten anziehen. Als reine Exportregion kommt häufiger das europäische Ausland in Frage, insbesondere die EU-15-Länder. Zu den Regionen, in denen über den Export hinaus verstärkt durch deutsche Industrieunternehmen auch produziert wird bzw. Vertriebs-/Servicegesellschaften bestehen, zählen Afrika, Lateinamerika, andere Länder im asiatisch-pazifischen Raum sowie insbesondere Indien.

Abbildung 30: Internationale Aktivitäten der Industrie im regionalen Vergleich

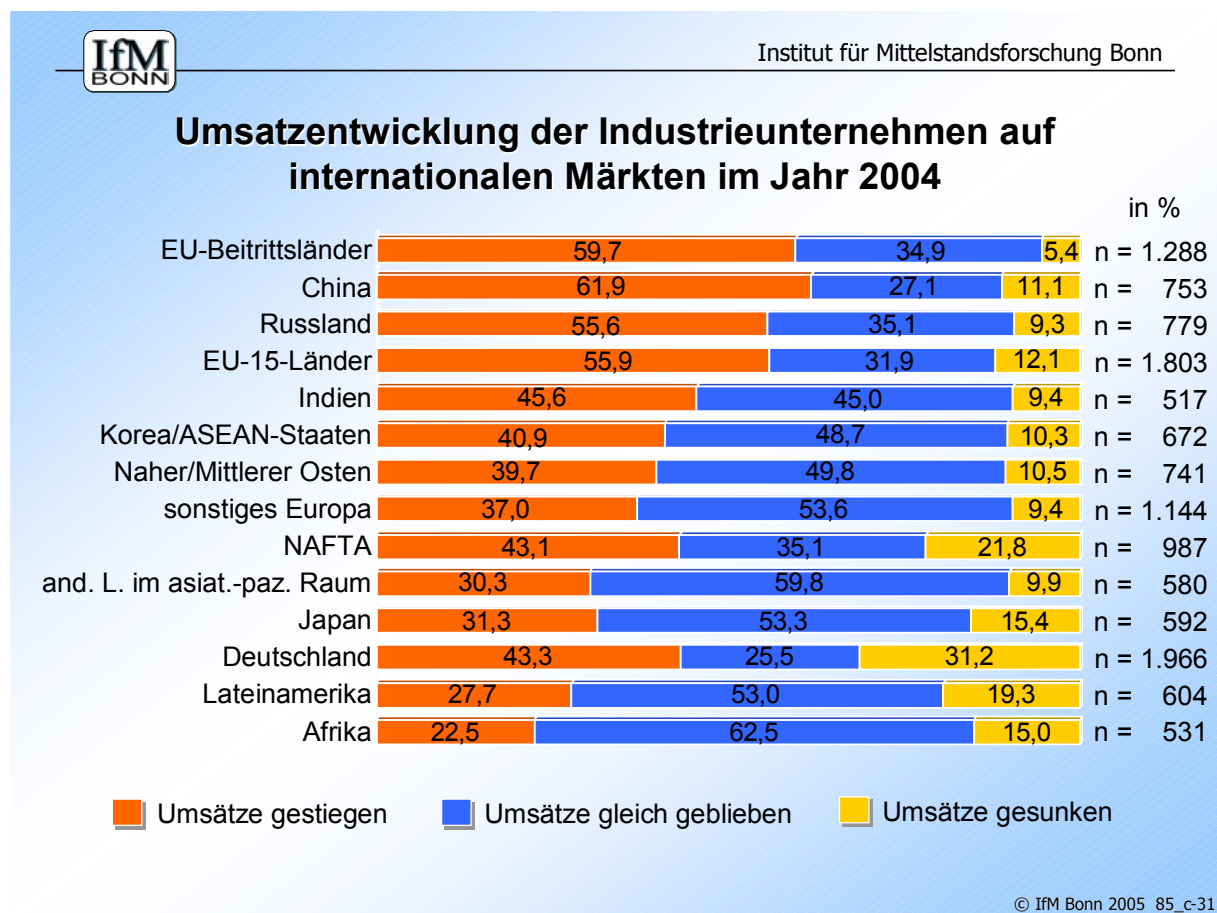


5.4 Wachsender Erfolg auf internationalen Märkten

Die Auslandsakteure der Industrie verzeichneten im letzten Jahr durchaus befriedigende bis gute Umsatzergebnisse sowohl in Deutschland als auch auf ihren ausländischen Märkten.

Von den Auslandsakteuren, die auf den Märkten der EU-Beitrittsländer, in China und Russland vertreten sind, konnten besonders zahlreiche ihren Umsatz dort steigern, wohingegen die Unternehmen, die auf den Märkten Lateinamerikas, Japans, im sonstigen asiatisch-pazifischen Raum und in Afrika präsent sind, nur selten steigende, mehrheitlich aber gleichbleibende Umsätze erzielten (vgl. Abbildung 31).

Abbildung 31: Umsatzentwicklung der Industrieunternehmen auf internationalen Märkten im Jahr 2004



Bei allen Erfolgen der auslandsaktiven Unternehmen darf aber nicht übersehen werden, dass fast jedes dritte von ihnen auf dem deutschen Heimatmarkt Umsatzeinbußen hinnehmen musste. Ähnlich erging es fast jedem vierten Exporteur im NAFTA-Raum, jedem fünften im übrigen Lateinamerika und jedem siebten in Afrika.

Ein Umsatzrückgang im Jahr 2004 auf dem deutschen Markt hatte aber nicht automatisch auch eine negative Entwicklung auf den Auslandsmärkten zur Folge. Fast 18 % der auslandsaktiven Unternehmen mit Umsatzrückgängen auf dem deutschen Markt konnten diese über ihre Auslandsumsätze überkompensieren, sodass sie insgesamt ihren Umsatz steigern konnten.

Zwischen den auf dem deutschen Markt erfolgreichen und den nicht erfolgreichen Unternehmen ergaben sich häufig signifikante Unterschiede, so dass davon auszugehen ist, dass die am Umsatz gemessen in Deutschland erfolgreichen Unternehmen in der Regel auch auf ihren Auslandsmärkten erfolgreicher sind als Unternehmen mit schrumpfenden Umsätzen im Inland. Lediglich bei

einer kleinen Auswahl internationaler Märkte konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen in Deutschland erfolgreichen und nicht erfolgreichen Unternehmen ausgemacht werden, was darauf hindeutet, dass durch eine Steigerung des Umsatzes auf bestimmten Märkten eine gewisse Kompensation des inländischen Umsatzrückgangs erfolgt ist.

Untersucht man daher diejenigen Unternehmen, die von 2003 auf 2004 ihren Gesamtumsatz steigern konnten, gleichzeitig jedoch angaben, auf dem inländischen Markt Umsatzeinbußen gehabt zu haben, ergeben sich einige wenige Regionen als Kompensationsmärkte: Insbesondere sind das der russische Markt, Indien sowie andere Länder im asiatisch-pazifischen Raum.

5.5 Auslandsinvestitionen: EU-Beitrittsstaaten sind die wichtigsten Zielländer

Wie die Ergebnisse zeigen, beschränkt sich die über den Export hinausgehende Auslandspräsenz weitestgehend auf die Unternehmen, die schon im Ausland aktiv sind.

Deutlich mehr als jedes dritte Industrieunternehmen (gut 36 %) plant für die nächsten beiden Jahre Auslandsaktivitäten. Gut 6 % der Unternehmen mit Investitionsabsichten im Ausland werden dabei Neuland betreten, da sie vorher nicht über Exporttätigkeiten im Ausland aktiv waren. Knapp jedes fünfte Unternehmen, das die Absicht von Auslandsinvestitionen in den nächsten zwei Jahren hegt, ist ein reines Exportunternehmen. Weitere zwei Drittel der Unternehmen mit der Absicht im Ausland zu investieren, sind dort bereits als Exporteure und Auslandsinvestoren aktiv.

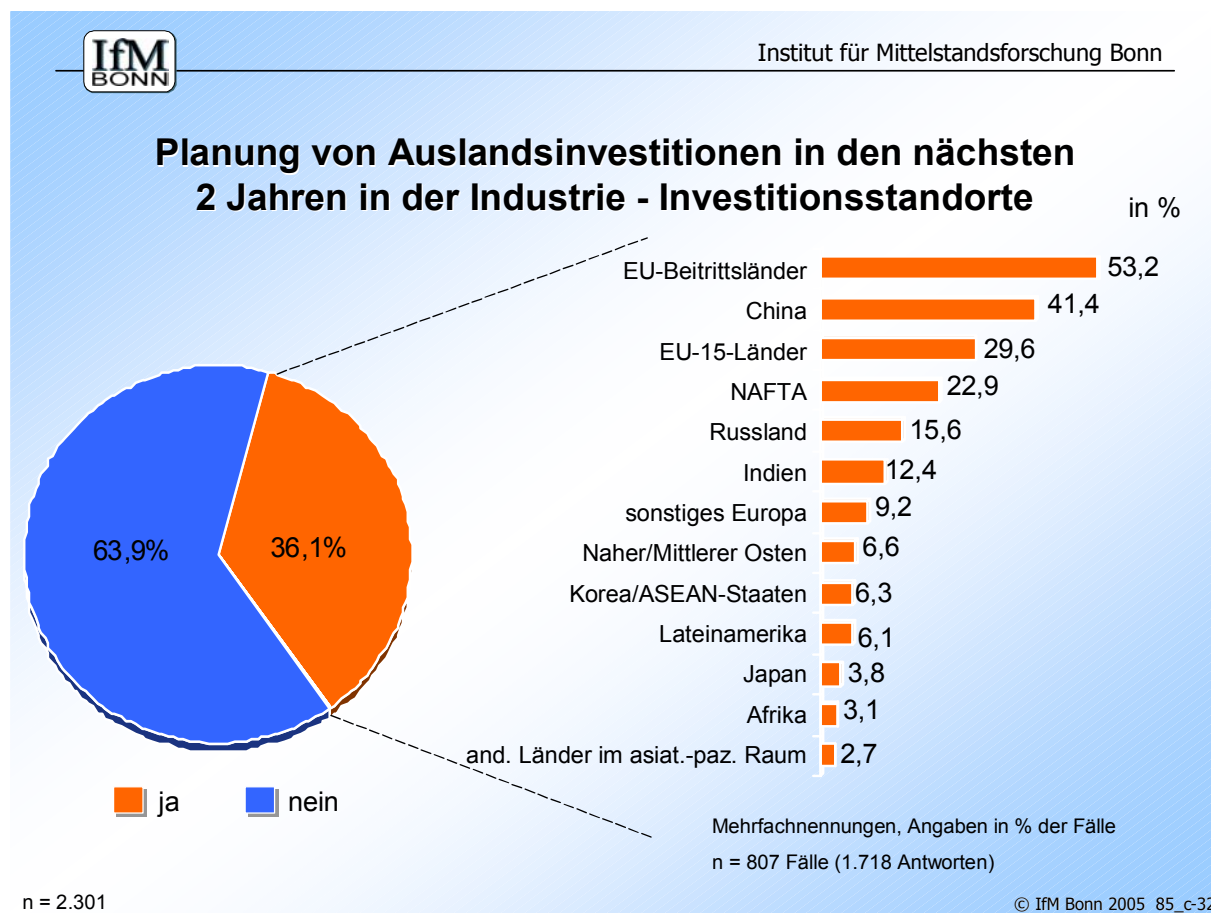
Eine Auslandsinvestition ist jedoch nicht gleichbedeutend mit einer Verlagerung geschäftlicher Aktivitäten. Gut 18 % der Unternehmen, die in den nächsten zwei Jahren Auslandsinvestitionen beabsichtigen, verlagern weder derzeit Tätigkeiten ins Ausland noch planen sie es für die nächsten zwei Jahre. Nahezu jedes vierte Unternehmen mit der Absicht, zukünftig im Ausland zu investieren, wird dies mit der Verlagerung geschäftlicher Tätigkeiten verbinden. 58 % der Industrieunternehmen mit Bereitschaft zu Auslandsinvestitionen in der Zukunft sind bereits durch Verlagerung im Ausland aktiv.

Die Zahl derjenigen Unternehmen, die Auslandsaktivitäten planen, steigt signifikant mit der Unternehmensgröße, allerdings befasst sich selbst unter den kleinen Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten fast jedes zehnte kon-

kret mit dem Thema Vornahme einer Auslandsinvestition. In der nächst höheren Größenklasse ist es bereits fast jedes fünfte, von den Unternehmen mit zwischen 100 und 250 Beschäftigten jedes dritte, bei den Unternehmen jenseits dieser Größenschwelle sind es fast 60 %. Zwar besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Exportquote der Unternehmen und ihren Investitionsplänen, doch selbst von den Unternehmen ohne Export plant jedes zehnte Auslandsinvestitionen; von den Unternehmen, deren Exportquoten über 30 % liegen, wird deutlich mehr als die Hälfte ihr weiteres Engagement im Ausland in den kommenden beiden Jahren verstärken.

An der Spitze der Investitionszielländer stehen die EU-Beitrittsländer, China, nach wie vor die Staaten der ehemaligen EU 15 und, mit deutlichem Abstand, die NAFTA-Region (vgl. Abbildung 32).

Abbildung 32: Planung von Auslandsinvestitionen in der Industrie und Investitionsstandorte



6. Fazit

- Beurteilung wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und Nutzen politischer Reformen:
 - Die aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen werden überwiegend als schlecht oder sehr schlecht beurteilt. Für die Zukunft wird nur eine leichte Besserung erwartet.
 - Die Reformen der Agenda 2010 werden als erster Schritt in die richtige Richtung gewertet. Hier sind es v.a. größere Unternehmen, die den Nutzen der Agenda höher einschätzen.
 - Der Nutzen aktuell realisierter politischer Reformen wird von den Unternehmen tendenziell niedrig veranschlagt. Die initiierten Arbeitsmarktreformen (Kündigungsschutz und Mini-/Midijob-Regelungen) werden neben der letzten Stufe der Steuerreform zum 1.1.2005 am besten bewertet.
 - Die Beurteilung des Nutzens der Mittelstandsoffensive "pro mittelstand" zeigt, dass der Bürokratieabbau von überragender Bedeutung für die Unternehmen ist. In der Tendenz stiften die Initiativen den Unternehmen jedoch nur mittleren bis geringen Nutzen. Die Mittelstandsoffensive hat bei den Unternehmen offensichtlich bislang nur geringe Wirkung entfaltet.
 - Andere Einflussfaktoren auf die Unternehmensaktivitäten wie der technologische Fortschritt und neue Technologien, individualisierte Kundenwünsche sowie die Verbesserung der politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen im Ausland werden von den meisten Unternehmen als Chance begriffen. Demgegenüber werden insbesondere der zunehmende aus- wie inländische Wettbewerbsdruck, der Mangel an qualifiziertem Personal sowie die weltwirtschaftlichen Entwicklungen (z.B. die Entwicklung der Rohstoffpreise und der Wechselkurse) überwiegend negativ bewertet.
 - Das schwache konjunkturelle Umfeld ist eine mögliche Ursache für die schlechte Beurteilung der Rahmenbedingungen in Deutschland. Die zur Verbesserung der Rahmenbedingungen initiierten Reformen konnten daran aus Sicht der Unternehmen bis dato nur wenig ändern. Dabei erscheint die Situation gerade für die kleineren und mittleren Unterneh-

men, die aufgrund geringerer Exporttätigkeit stärker unter der schwachen Binnenkonjunktur leiden, besonders schwierig. Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Befragung, dass die Vorteile der Reformen unternehmensindividuell bislang nur wenig spürbar sind. Die Reformpolitik der Bundesregierung hat bei den Unternehmen bislang nur geringe Wirkung entfaltet.

- Standort Deutschland und Internationalisierung:
 - Der jüngste Positivtrend in den Unternehmenskennzahlen wird sich nach Einschätzung der Unternehmen auch 2005 fortsetzen. Insbesondere bei Umsatz, Umsatzrendite, Produktivität und Export sowie Investitionen erwartet die Mehrheit der befragten Unternehmen ein Wachstum bzw. keinen Rückgang. Lediglich bei den Beschäftigtenzahlen ist noch keine Erholung in Sicht. Offensichtlich warten die Unternehmen nach einer (leichten) Konjunkturbelebung zunächst die weitere Entwicklung ab, bevor sie wieder Neueinstellungen vornehmen. Ein Anziehen der Beschäftigung ist vermutlich erst mit einer gewissen Zeitverzögerung zu erwarten..
 - Die Bedeutung des Exports, insbesondere als erster Schritt in die Internationalisierung, ist hoch einzuschätzen.
 - Auslandsverlagerungen spielen derzeit noch keine große Rolle. Hochgerechnet etwa 13 % der deutschen Industrieunternehmen haben bereits Tätigkeiten ins Ausland verlagert, weitere 10 % planen eine Verlagerung geschäftlicher Aktivitäten innerhalb der nächsten zwei Jahre. Große und bereits exportaktive Unternehmen messen der Möglichkeit einer Verlagerung von Unternehmensaktivitäten ins Ausland sowohl aktuell als auch zukünftig eine höhere Bedeutung bei als kleinere und nicht-exportaktive Unternehmen. Diesen Ergebnissen folgend kann von einem Massenexodus deutscher Unternehmen ins Ausland derzeit nicht ausgegangen werden. Dass sich gleichwohl eine nicht zu unterschätzende Zahl an Unternehmen mit den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen hierzulande nicht zufrieden geben, muss als alarmierendes Zeichen gewertet werden. Internationalisierung erfolgt gegenwärtig in erster Linie jedoch durch Export (vgl. auch MAAß/DEMGENSKI 2004).
 - Die EU-Osterweiterung wird vor allem von größeren Unternehmen als Chance gewertet, bei kleinen Unternehmen stehen noch die Risiken im Vordergrund.

- Als internationale Zielregionen der befragten Unternehmen wurden am häufigsten Europa (vor allem Osteuropa) und Asien (vor allem China sowie Indien) genannt.
- Strategische Maßnahmen:
 - Die überwiegende Mehrheit der Industrieunternehmen ist strategisch offensiv ausgerichtet. Je größer die Unternehmen sind, desto mehr strategische Maßnahmen kombinieren sie.
 - Die hohe Bereitschaft der Industrieunternehmen zu Effizienzsteigerung, Innovationen und Kooperationen zeigt einerseits, dass den Unternehmen heute bewusst ist, wie wichtig diese Strategien zur Sicherstellung und Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit sind. Andererseits werden diese Maßnahmen vor dem Hintergrund des stetig steigenden Wettbewerbsdrucks auch zukünftig noch an Bedeutung gewinnen: Innovationen sind für das Überleben der Unternehmen heute notwendiger denn je (vgl. BMBF 2005, S. IV).

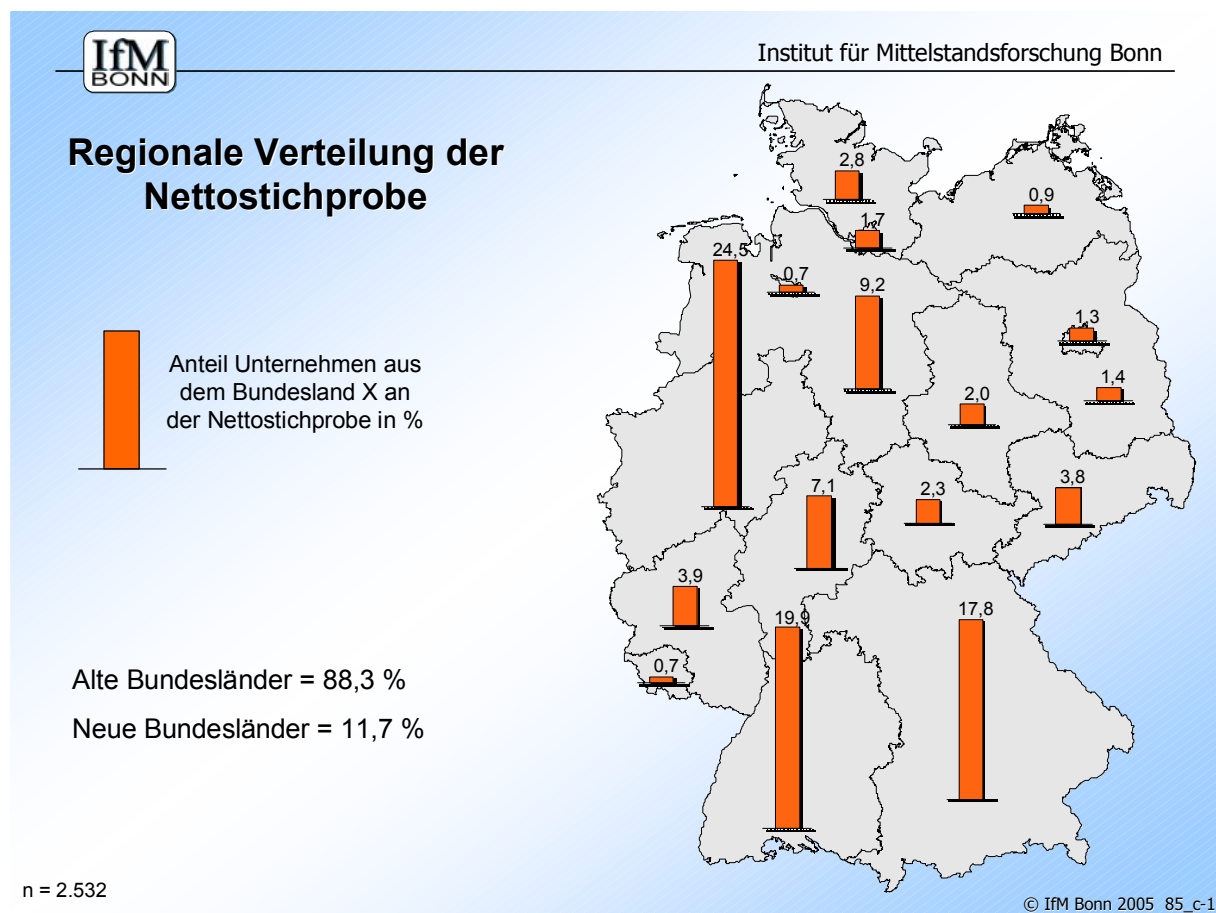
7. Strukturdaten der befragten Unternehmen

Im Vergleich zur Befragung des industriellen Mittelstands im Jahre 2001 wurden durch die nach Beschäftigtengrößenklassen geschichtete Stichprobe bewusst Unternehmen mit höheren Beschäftigtenzahlen übergewichtet. Hierdurch wurde die für Kreuzauswertungen erforderliche Besetzung aller Zellen garantiert.

7.1 Regionalstruktur

11,7 % der befragten Unternehmen stammen aus den neuen Bundesländern (einschließlich Berlin). 88,3 % der antwortenden Unternehmen haben ihren Standort im Altbundesgebiet (vgl. Abbildung 33).

Abbildung 33: Regionale Verteilung der Nettostichprobe

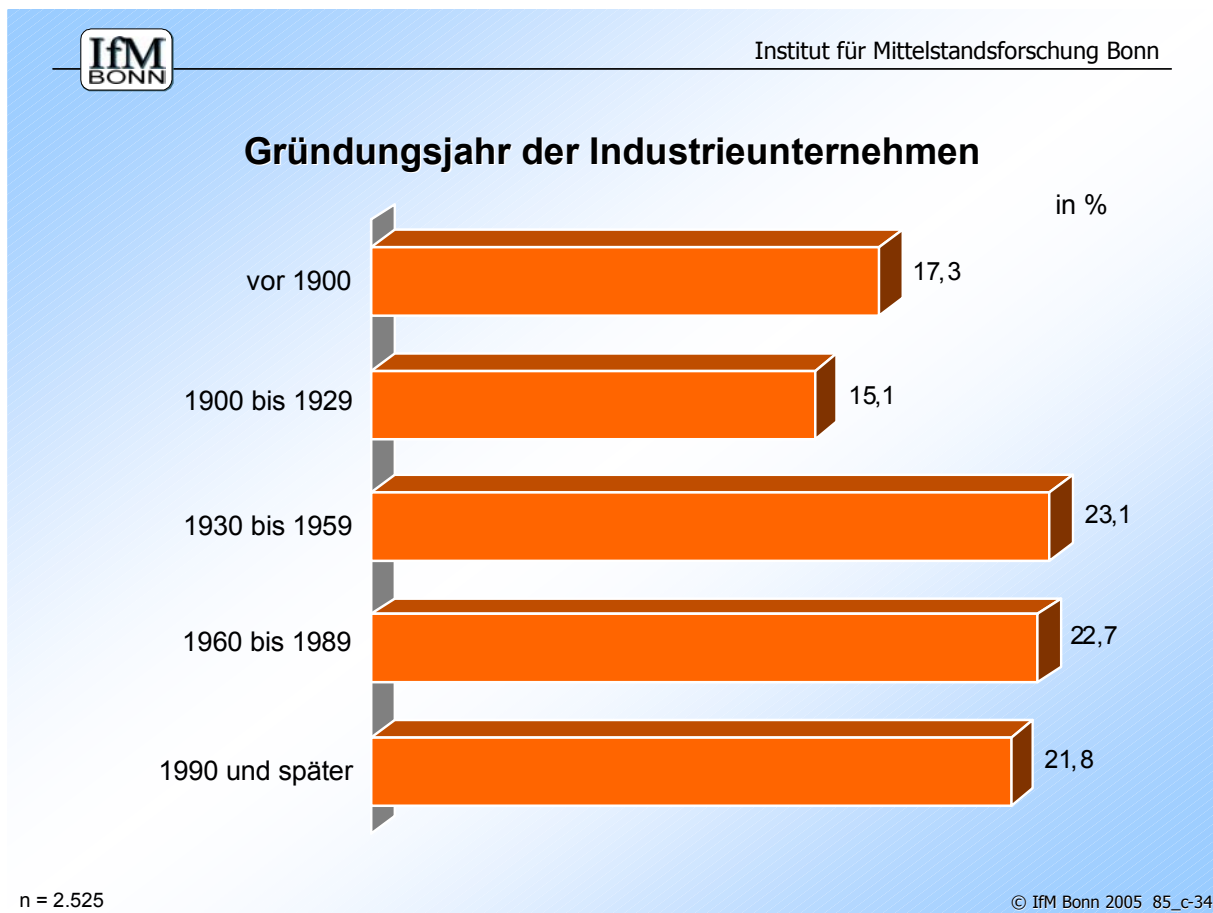


7.2 Altersstruktur

Die Industrie ist nach wie vor ein äußerst vitaler Bestandteil der deutschen Wirtschaft und Mitinitiator des Strukturwandels. So enthüllt die Analyse des Gründungszeitpunktes der befragten Unternehmen, dass fast jedes vierte In-

dustrieunternehmen (21,8 %) erst nach 1990 gegründet wurde (vgl. Abbildung 34).

Abbildung 34: Verteilung der Sampleunternehmen nach dem Gründungsjahr



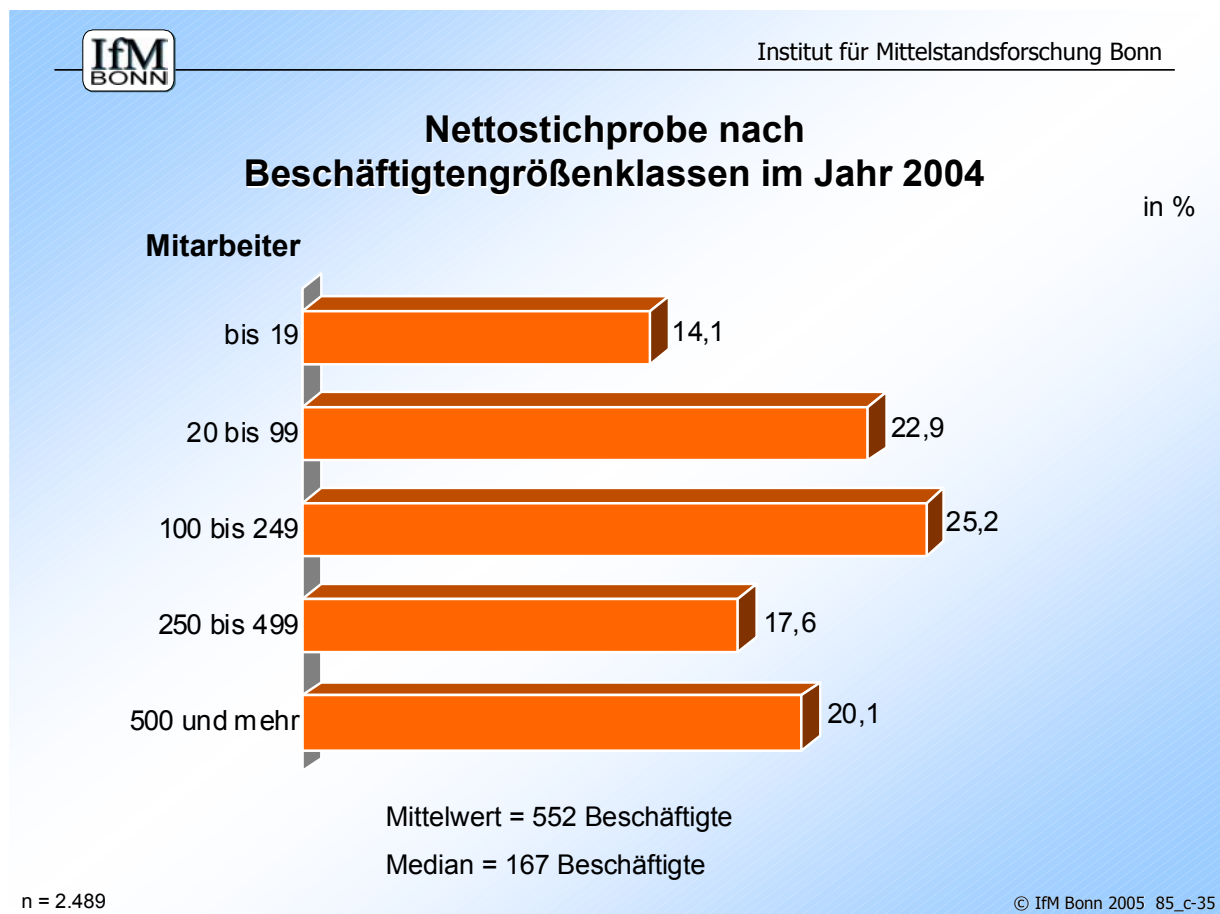
Die industrielle Neugründung gehört sicherlich zu den anspruchsvollsten und ehrgeizigsten Aufgaben, die sich ein Existenzgründer stellen kann. Der Lohn für die große persönliche und finanzielle Anstrengung besteht in einer unverhältnismäßig hohen Überlebenschance junger Industrieunternehmen. Dies belegen z.B. die übrigen Befragungsergebnisse zur Altersstruktur in der Industrie. Gut jedes sechste Unternehmen ist bereits vor 1900 entstanden, gut 38 % zwischen 1900 und 1959 und wiederum fast jedes vierte zwischen 1960 und 1990. In keinem der dokumentierten Zeiträume fand ein "Gründungsknick" statt, seit mehr als einem Jahrhundert erneuert sich also die Industrie durch Unternehmenszugänge einerseits und Weitergabe der Unternehmen in der Generationenfolge andererseits.

7.3 Beschäftigte

Bedingt durch die Überbesetzung höherer Beschäftigtengrößenklassen bei der Ziehung der Stichprobe (vgl. Kapitel 2.1) handelt es sich bei der überwiegenden Mehrheit der Umfrageteilnehmer um größere Unternehmen. Nur 37 % von ihnen haben weniger als 100 Mitarbeiter. Im Durchschnitt beschäftigte jedes Unternehmen Ende 2004 552 Mitarbeiter. Insgesamt repräsentieren die antwortenden Unternehmen ($n = 2.154$) ein Volumen von rund 1.158.847 Beschäftigten.

Die Verteilung der Unternehmen auf Beschäftigtengrößenklassen ist Abbildung 35 zu entnehmen. Diese Verteilung ist für die Gesamtindustrie nicht repräsentativ. Für eine empirische Untersuchung ist jedoch weniger die Gesamtverteilung als die Tatsache wichtig, dass die jeweiligen Größenklassen ausreichend stark besetzt sind, um z.B. Aussagen über Größeneffekte zu treffen bzw. größentypische Befunde formulieren zu können. Die anteilmäßig kleinste Größenklasse (bis 19 Mitarbeiter) ist in der vorliegenden Untersuchung mit 351 Unternehmen dabei mehr als ausreichend besetzt, um Größenanalysen durchzuführen.

Abbildung 35: Nettostichprobe nach Beschäftigtengrößenklassen 2004

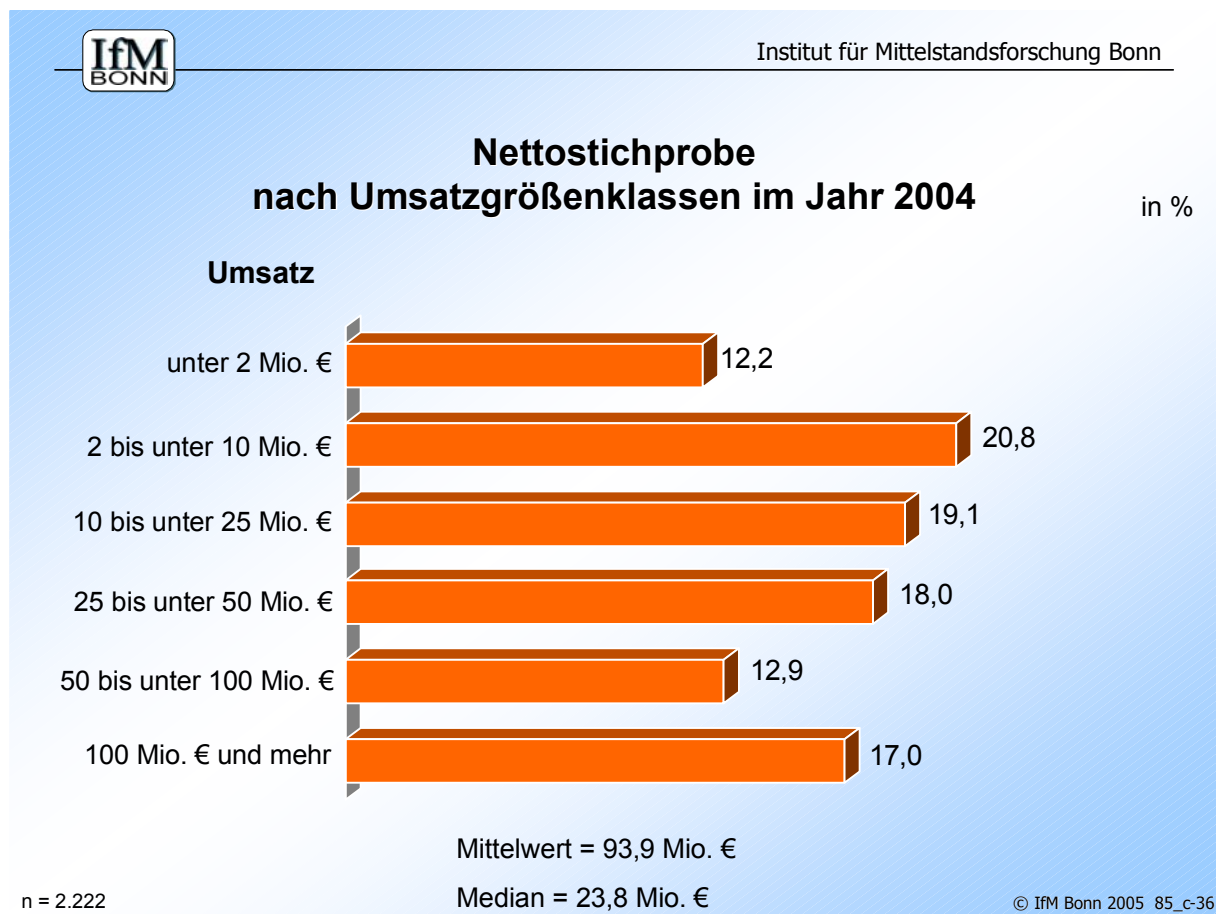


7.4 Umsatz

Im Durchschnitt erzielten die Unternehmen des Samples im Jahr 2004 einen Umsatz von 93,9 Mio. €. Insgesamt repräsentieren die befragten Unternehmen ein Umsatzvolumen von knapp 194,8 Mrd. €. Gut 12 % der Unternehmen erzielten im Jahr 2004 weniger als 5 Mio. € Umsatz (vgl. Abbildung 36).

Tendenziell konnte festgestellt werden, dass die Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Mio. € p.a. signifikant älter waren (Ø 68 Jahre) als Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 2 Mio. € (Ø 37 Jahre).

Abbildung 36: Nettostichprobe nach Umsatzgrößenklassen 2004



7.5 Mittelständische Unternehmen

Mit der Befragung sollten vor allem mittelständische Unternehmen erreicht werden. Dabei wurde die Absicht verfolgt, insbesondere auch die Gruppe der größeren Mittelständler in den Blick zu nehmen, die nach den gängigen quantitativen Kriterien, wie sie nachfolgend beschrieben werden, gar nicht mehr zum Mittelstand gezählt werden, nach qualitativen Merkmalen aber dennoch als mittelständisch zu bezeichnen sind (vgl. Kapitel 7.6).

Nach der quantitativen Mittelstandsdefinition des IfM Bonn gelten Unternehmen als mittelständisch, die bis zu 499 Mitarbeiter bzw. 50 Mio. € Jahresumsatz aufweisen. Innerhalb dieser, in Deutschland gebräuchlichen, Definition sind damit nach dem Umsatzkriterium über 70 % und nach dem Beschäftigtenkriterium gut 80 % der Sample-Unternehmen als mittelständisch zu bezeichnen.

Die Europäische Kommission definiert KMU in engeren Grenzen. Hiernach dürfen mittelständische Unternehmen u.a. nur maximal 249 Mitarbeiter haben.

Nach dieser Definition gehören, gemessen an der Zahl der Beschäftigten, 62 % der Sample-Unternehmen zum Mittelstand. Weitere Kriterien der EU-Definition sind ein maximaler Jahresumsatz von 50 Mio. € oder eine Jahresbilanzsumme bis 27 Mio. €. Zudem darf das Unternehmen nicht zu 25 % oder mehr im Besitz eines oder mehrerer Unternehmen stehen, das nicht die EU-Definition erfüllt. Nimmt man diese Kriterien zusammen², befinden sich in der Untersuchungssample ca. 41 % mittelständische Industrieunternehmen.

7.6 Familienunternehmen

Für die Einordnung des Mittelstands in die Gesamtwirtschaft und die Identifikation seiner wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Funktionen liefern numerische Ableitungen und quantitative Raster nur eine Vorstufe zum wirklichen Verständnis. Die personelle Komponente überwiegt in mittelständischen Unternehmen. Deshalb erschließt sich der Mittelstand weniger über statistische Zahlengerüste als vielmehr über die in den Unternehmen handelnden Personen. Die Leitungsebene legitimiert sich aus dem Eigentum am Unternehmen und plant, kontrolliert, entscheidet und verantwortet meist ungeteilt und allein. Die Vollzugsebenen, d.h. der Mitarbeiterstamm, hat aufgrund großer Transparenz und flacher Hierarchien unmittelbaren Einblick in alle Unternehmensaktivitäten und verfügt über ein besonders hohes Identifikationsniveau mit dem Unternehmen und dem Unternehmer, der Unternehmerin. Insofern herrscht in mittelständischen Unternehmen eine höhere Verbundenheit zwischen Leitung und Personal, was aufwändige Informations-, Kommunikations- und Motivationsprozesse ersetzt. Hieraus resultieren u.a. die Flexibilität, Markt- und Kundenähe und konjunkturelle Stabilität mittelständischer Unternehmen. Gleichzeitig begründen sie den ständigen Wettbewerbs- und Anpassungsdruck, unter dem die Industrieunternehmen stehen, sowie die Verwundbarkeit gegenüber abrupten Veränderungen in den Rahmenbedingungen.

Diese Besonderheiten gehen im Konzernverbund oder einer substantiellen Abhängigkeit von einem oder mehreren Großunternehmen verloren. Die wirtschaftliche Unabhängigkeit ist somit ein weiteres zentrales Merkmal des Mittelstands. Ihren ökonomischen Niederschlag finden die qualitativen Besonderheiten mittelständischer Unternehmen u.a. im Finanzierungsverhalten, der In-

² Das Unabhängigkeitskriterium wurde in Ermangelung anderer Bestimmungsparameter operationalisiert über die Unterscheidung zwischen managementgeführten Unternehmen (kein Mittelstand) und Familienunternehmen (Mittelstand).

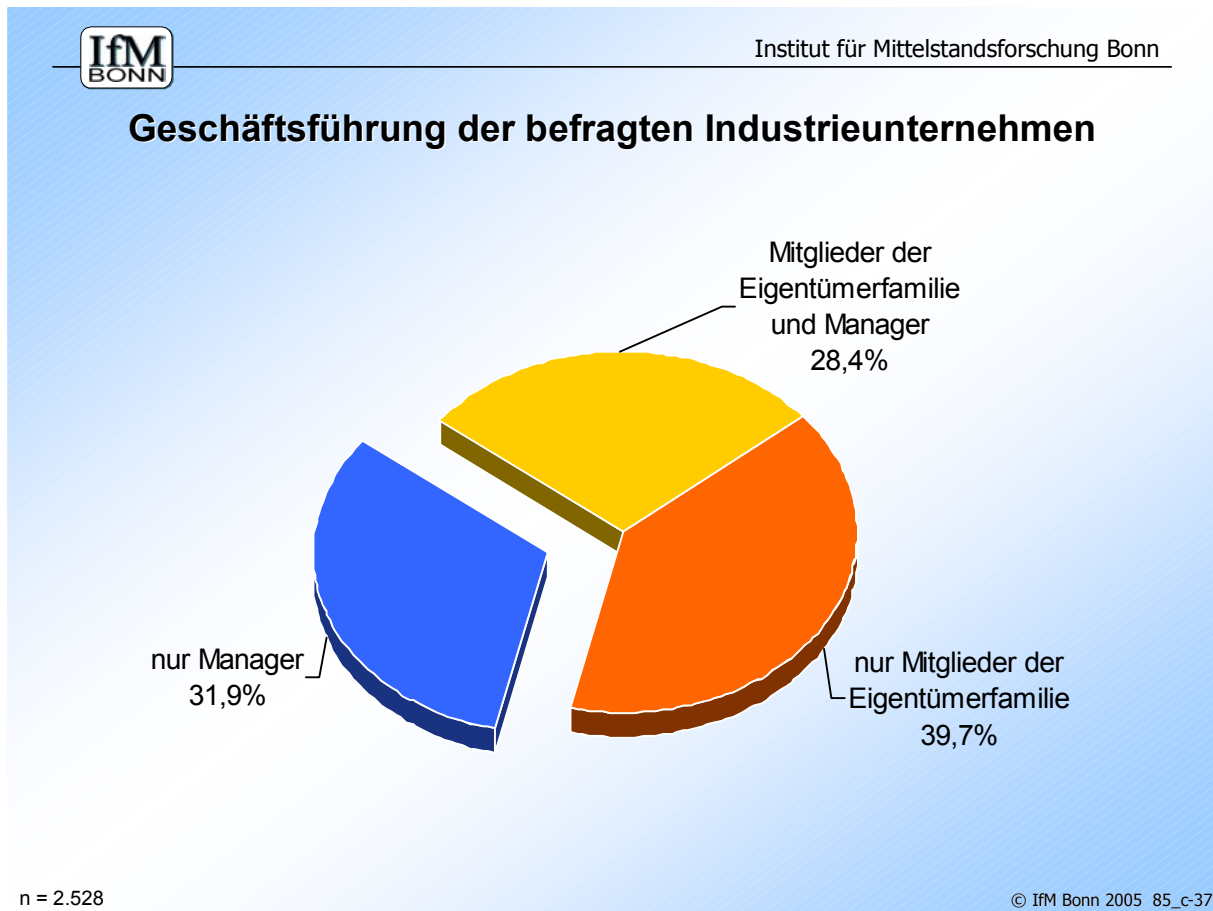
novationstätigkeit, der Produktpolitik und auch in der Einstellung zur Anwendung betriebswirtschaftlicher oder strategischer Methoden.

Die üblichen Größenkriterien, wie Umsatz und Beschäftigte, waren ursprünglich reine Hilfskriterien, die man heranzog, weil die erwähnten, qualitativen Merkmale des Mittelstandes statistisch nicht erfassbar sind, sondern immer wieder neu empirisch erhoben werden müssen. Im Laufe der Zeit stellte sich ein Gewöhnungseffekt ein, der dazu führte, dass diese ursprünglichen Hilfskriterien als konstitutiv für ein mittelständisches Unternehmen angesehen wurden, was leicht in die Irre führt. Mitunter wirken die qualitativen Kriterien so stark in den Unternehmen, dass die quantitativen Definitionsmerkmale zweitrangig werden. Dies kann dazu führen, dass selbst ein (Industrie-)Betrieb mit weitaus mehr als 500 Beschäftigten seinem Selbstverständnis, Wesen und Verhalten nach noch mittelständisch ist. Andererseits birgt die alleinige Berücksichtigung der quantitativen Kriterien die Gefahr, dass Unternehmen z.B. in der Statistik als mittelständisch ausgewiesen werden, obwohl sie sich mehrheitlich im Besitz eines Großunternehmens befinden und es sich daher um managementgeführte Unternehmen handelt.

Die Grenzen, bis zu denen ein Unternehmen noch als eigentümer- oder familiengeführt und ab wann es als managementgeführt zu betrachten ist, sind fließend und werden in der Literatur kontrovers definiert (u.a. KLEIN (2000), S. 19 ff.). Da die vielschichtigen und auf unterschiedliche Erkenntnis- und Erklärungsziele ausgerichteten Definitionsansätze - neben ökonomischen werden auch häufig soziologische, psychologische, rechtliche und andere Aspekte hinzugezogen - sich nicht über die amtlich verfügbaren Daten nachvollziehen lassen, wird für die vorliegende Untersuchung ein pragmatischer Definitionsansatz herangezogen, in dem die oben genannten qualitativen Bedingungen - Einheit von Eigentum und Leitung sowie komplette Verantwortlichkeit der Führungsperson - bis zu einem gewissen Grade objektiv operationalisiert werden. Hiernach soll von einem Familienunternehmen gesprochen werden, wenn sich in der Geschäftsführung noch Mitglieder der Eigentümerfamilie befinden.

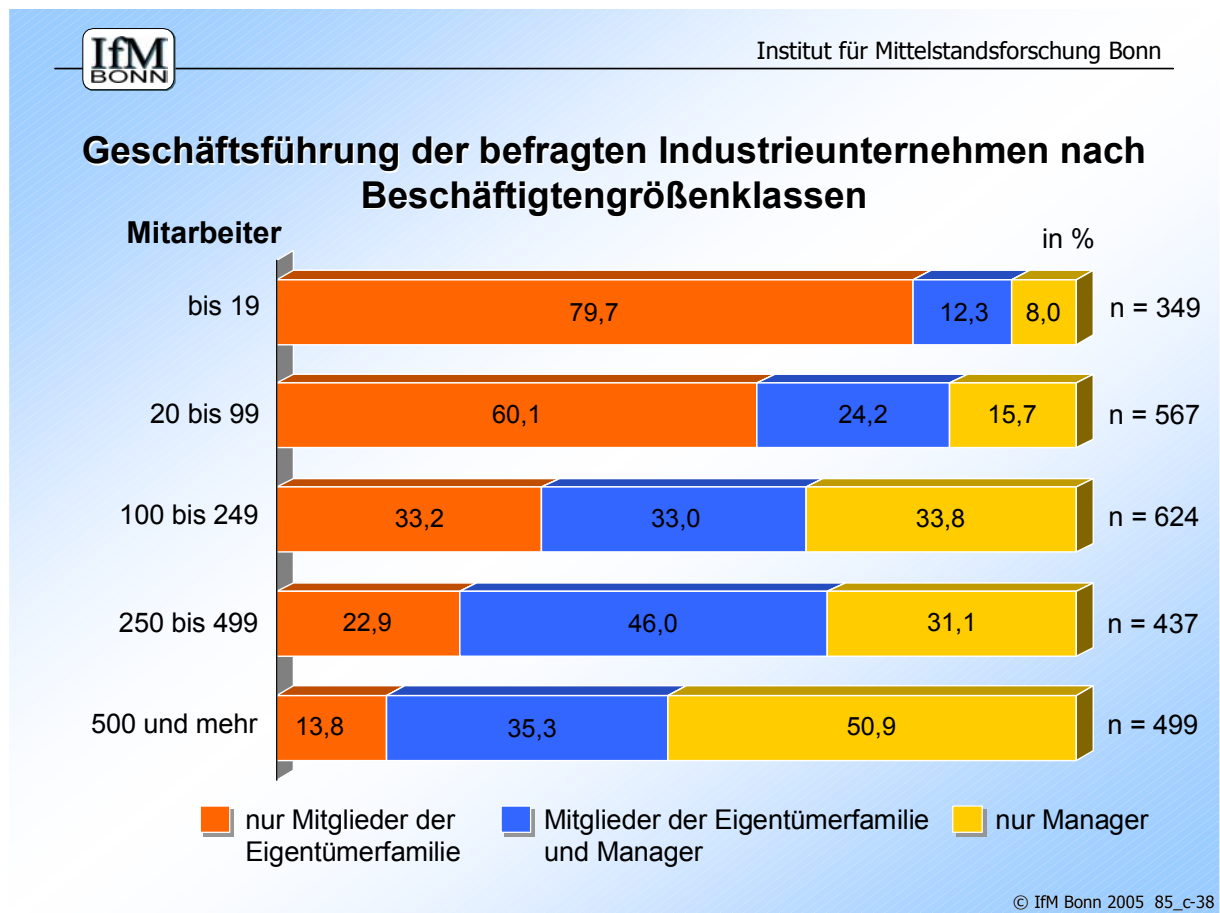
Das Familienunternehmen ist geradezu typisch für die mittelständische Industrie. Nach Angaben der befragten Unternehmen - abgeglichen mit den Befunden zur Eigentümer- und Geschäftsführerstruktur - entfallen 68 % aller antwortenden Unternehmen auf die Gruppe der Familienunternehmen (vgl. Abbildung 37). Diese Anteile sind aufgrund der geschichteten Stichprobe niedriger als in der Realität.

Abbildung 37: Geschäftsführung der befragten Industrieunternehmen



Für Unternehmen mit bis zu 100 Beschäftigten stellt das reine Familienunternehmen die typische Form dar. Mit wachsender Unternehmensgröße nehmen die Anteile der Unternehmen mit gemischter Geschäftsführung sowie die Anteile der rein managementgeführten Unternehmen deutlich zu (vgl. Abbildung 38). Bei Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten dominiert die Form der gemischten Geschäftsführung, bei Unternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten die ausschließlich aus Fremdmanagern bestehende Geschäftsführung.

Abbildung 38: Geschäftsführung der befragten Industrieunternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen 2004



Das durchschnittliche Familienunternehmen des Samples verfügt über einen Umsatz von 55,2 Mio. € und beschäftigt 363 Mitarbeiter; das durchschnittliche managementgeführte Unternehmen erzielte dagegen einen mehr als dreimal so hohen Umsatz (175,6 Mio. €) mit durchschnittlich 959 Mitarbeitern.

8. Literatur

BMBF (Hrsg.) (2005): Zur technologischen Leistungsfähigkeit Deutschlands 2005, Bonn, Berlin.

CLEMENS, R.; WOLTER, H.-J. (2004): Bürokratiekosten kleiner und mittlerer Unternehmen. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, Schriften zur Mittelstandsforschung Nr. 105 NF, Wiesbaden.

DIHK (2004): Investitionen im Ausland. DIHK-Studie auf Basis einer Unternehmensbefragung durch die Industrie- und Handelskammern im Sommer 2004, Berlin.

DIHK (2005): Wirtschaftslage und Erwartungen. Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern im Februar 2005, Berlin.

ERNST & YOUNG AG WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT (2004): Mittelstandsbarometer 2004. Der deutsche Mittelstand – Stimmungen, Themen, Perspektiven, Essen, Mannheim.

ERNST & YOUNG AG WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT (2005): Mittelstandsbarometer 2005. Der deutsche Mittelstand – Stimmungen, Themen, Perspektiven, Essen, Mannheim.

ERNST & YOUNG AG WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT (2005): Mittelstandsbarometer 2005. EU-Osterweiterung: Ein Jahr danach, Download unter [http://www.ey.com/global/download.nsf/Germany/Mittelstandsbarometer_2005/\\$file/Studie_Mittelstandsbarometer_2005.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/Germany/Mittelstandsbarometer_2005/$file/Studie_Mittelstandsbarometer_2005.pdf).

GÜNTERBERG, B., WOLTER, H. J. (2002): Unternehmensgrößenstatistik 2001/2002 – Daten und Fakten, IfM-Materialien Nr. 157, Bonn.

HEINEMANN, F. (2005): Arbeitsplätze im Ausland bringen Jobs im Inland, aus: FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND vom 29. April 2005, S. 12.

KAYSER, G.; WALLAU, F. (2003): Der industrielle Mittelstand – ein Erfolgsmodell. Untersuchung im Auftrag des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e.V. (BDI) und der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, hrsg. vom Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI), Berlin.

KfW BANKENGRUPPE (2004): KfW-Mittelstandspanel 2004. Repräsentative Analyse zu Investitionen und Beschäftigungseffekten kleiner und mittlere Unternehmen, Frankfurt a. M.

KfW BANKENGRUPPE (Hrsg.) (2005): MITTELSTANDSMONITOR 2005. Den Aufschwung schaffen – Binnenkonjunktur und Wettbewerbsfähigkeit stärken, Frankfurt a. M.

KINKEL, S.; LAY, G.; MALOCA, S. (2004): Produktionsverlagerungen ins Ausland und Rückverlagerungen. Ergebnisse aus der Erhebung „Innovationen in der Produktion“ des Fraunhofer-Instituts für Systemtechnik und Innovationsforschung. Bericht zum Forschungsauftrag Nr. 8/04 an das Bundesministerium der Finanzen, Karlsruhe.

KLEIN, S. (2000): Familienunternehmen – Theoretische und empirische Grundlagen, Wiesbaden.

KOKALJ, L.; WOLFF, K.; HAUSER, H.-E. (2001): Die internationale Wirtschaftstätigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen im Lichte der amtlichen und nicht-amtlichen Statistik, IfM-Materialien Nr. 153, Bonn.

MAAß, F.; DEMGENSKI, C. (2004): Standortverlagerungen von Unternehmen. Verbreitung, Hintergründe und wirtschaftliche Auswirkungen, untersucht am Beispiel Nordrhein-Westfalens, Schriften zur Mittelstandsforschung Nr. 102 NF, Wiesbaden.

WALLAU, F.; KAYSER, G.; BACKES-GELLNER, U. (2001): Das industrielle Familienunternehmen – Kontinuität im Wandel, Untersuchung im Auftrag des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e.V. (BDI) und der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, hrsg. vom Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI), Berlin.

Q1 Wie beurteilen Sie die gegenwärtigen und zukünftigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in Deutschland insgesamt?

(Je Antwortreihe nur eine Antwort möglich)

	sehr günstig	günstig	befriedi- gend	schlecht	sehr schlecht	weiß nicht
Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen sind zur Zeit...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen sind in den nächsten zwei Jahren voraussichtlich...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2 Wie bewerten Sie die AGENDA 2010 im Hinblick auf den Nutzen für Ihr Unternehmen?

Die Reformen der AGENDA 2010 sind:

(Nur eine Antwort möglich)

- Hervorragend
- Ein erster Schritt in die richtige Richtung
- Zeigen keine Wirkung
- Gehen in die falsche Richtung
- weiß nicht

Q3 Wie schätzen Sie den Nutzen folgender in der Politik aktuell realisierter Reformen im Hinblick auf Ihr Unternehmen ein?						
<i>(Je Antwortreihe nur <u>eine</u> Antwort möglich)</i>						
	sehr hoher Nutzen	hoher Nutzen	mittlerer Nutzen	geringer Nutzen	sehr geringer/kein Nutzen	<i>weiß nicht</i>
Gesundheitsreform	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pflegeversicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reform der gesetzlichen Rentenversicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nationaler Ausbildungspakt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vereinfachung der Regelungen zu den Minijobs/Midijobs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Änderungen im Kündigungsschutz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umbau der Bundesagentur für Arbeit (Hartz III)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zusammenführung von Arbeitslosen- und Sozialhilfe (Hartz IV)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letzte Stufe der Steuerreform zum 01.01.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mittelstandsrelevante europäische Gesetzesvorhaben (z.B. Chemikalien-/Dienstleistungsrichtlinie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q4 Die EU-Osterweiterung bringt für Ihr Unternehmen:	
<i>(Nur <u>eine</u> Antwort möglich)</i>	
<input type="checkbox"/>	Mehr Vorteile als Nachteile
<input type="checkbox"/>	Gleich viel Vorteile und Nachteile
<input type="checkbox"/>	Mehr Nachteile als Vorteile
<input type="checkbox"/>	weiß nicht

Q7 Nun zur Ist-Situation in Ihrem Unternehmen.

Welche Wertschöpfungsstufen führen Sie in Ihrem Unternehmen selber aus?

Bitte kreuzen Sie alles Zutreffende an!
(Mehrere Antworten möglich)

Produktentwicklung (F&E)

Fertigung

Montage

Wartung und Instandhaltung

Vertrieb/Handel

Transport und Lager

Finanzdienstleistungen

Entsorgung

Q8 Welche der folgenden Maßnahmen verfolgen Sie derzeit in Ihrem Unternehmen zur Sicherstellung und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit ? Bitte kreuzen Sie für alle Maßnahmen jeweils eine Antwort an.
(Je Antwortreihe nur eine Antwort möglich)

	Ja	Nein, aber in den nächsten 2 Jahren geplant	Nein und nicht geplant
Produkt-/Prozessinnovationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Effizienzsteigerung/Kostensenkung in den vorhandenen Strukturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verlagerung von geschäftlichen Tätigkeiten ins Ausland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expansion (Wachstum aus eigener Kraft)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Akquisition (Wachstum durch Zukauf)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outsourcing/Verlagerung von Wertschöpfungsstufen auf externe Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Insourcing/Integration von Wertschöpfungsstufen im Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erschließung alternativer Finanzierungsquellen (z.B. Mezzanine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investitionen in die verstärkte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investitionen in die Managementinformationssysteme/Controlling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eingehen von Kooperationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q9 Wie hoch war die Exportquote Ihres Unternehmens (Exportumsatz/Gesamtumsatz in %):
Bitte ohne Nachkommastelle eintragen. Für 'kein Export' bitte jeweils eine Null eintragen.

Im Jahr 2003 etwa _____ %

Im Jahr 2004 etwa _____ %

FILTER

Falls laut Q9 in mindestens einem der beiden Jahre exportiert wurde:

➔ **MACHEN SIE BITTE WEITER MIT Q11**

Falls laut Q9 weder im Jahr 2003 noch im Jahr 2004 exportiert wurde (jeweils "0"):

➔ **MACHEN SIE BITTE WEITER MIT Q10**

Nur an Befragte, die lt. Q9 weder im Jahr 2003 noch im Jahr 2004 exportiert haben:

Q10 Haben Sie eigene Vertriebs-/Servicestätten bzw. Produktionsstätten im Ausland?

Ja ➔ **MACHEN SIE BITTE WEITER MIT Q11**

Nein ➔ **MACHEN SIE BITTE WEITER MIT Q13**

Q11 Auf welchen internationalen Märkten ist Ihr Unternehmen in welcher Form tätig? <input type="checkbox"/><input type="checkbox"/> Bitte kreuzen Sie alles Zutreffende an. <i>(Je Antwortreihe mehrere Antworten möglich)</i>			
	Export	Eigene Vertriebs-/Service-gesellschaft	Eigene Produktions-stätte
EU-15-Länder (außerhalb Deutschlands)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beitrittsländer der EU (EU-Osterweiterung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Russland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige europäische Länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NAFTA (USA, Kanada, Mexiko)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lateinamerika (außer Mexiko)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Japan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
China	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korea/ASEAN-Staaten (Indonesien, Malaysia, Singapur etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere Länder im asiatisch/pazifischen Raum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naher/Mittlerer Osten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afrika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Getrennte Abfrage für Deutschland und für jeden genannten internationalen Markt laut Q11:

Q12 Wie haben sich die Umsätze Ihres Unternehmens im vergangenen Jahr auf folgenden Märkten entwickelt?

(Je Antwortreihe nur eine Antwort möglich)

	gestiegen	gleich geblieben	gesunken	weiß nicht
Deutschland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EU-15-Länder (außerhalb Deutschlands)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beitrittsländer der EU (EU-Osterweiterung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Russland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige europäische Länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NAFTA (USA, Kanada, Mexiko)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lateinamerika (außer Mexiko)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Japan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
China	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Korea/ASEAN-Staaten (Indonesien, Malaysia, Singapur etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere Länder im asiatisch/pazifischen Raum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naher/Mittlerer Osten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afrika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

WIEDER AN ALLE:**Q13 Planen Sie in den nächsten zwei Jahren Investitionen im Ausland?***(Nur eine Antwort möglich)*

- | | | | |
|--------------------------|------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> | Ja | ➔ | MACHEN SIE BITTE WEITER MIT Q14 |
| <input type="checkbox"/> | Nein | ➔ | MACHEN SIE BITTE WEITER MIT Q15 |
| <input type="checkbox"/> | weiß nicht | ➔ | MACHEN SIE BITTE WEITER MIT Q15 |

Q14 In welchen Regionen planen Sie in den nächsten zwei Jahren Investitionen im Ausland?***Bitte kreuzen Sie alles Zutreffende an!****(Mehrere Antworten möglich)*

- | | |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | EU-15-Länder (außerhalb Deutschlands) |
| <input type="checkbox"/> | Beitrittsländer der EU (EU-Osterweiterung) |
| <input type="checkbox"/> | Russland |
| <input type="checkbox"/> | Sonstige europäische Länder |
| <input type="checkbox"/> | NAFTA (USA, Kanada, Mexiko) |
| <input type="checkbox"/> | Lateinamerika (außer Mexiko) |
| <input type="checkbox"/> | Japan |
| <input type="checkbox"/> | China |
| <input type="checkbox"/> | Indien |
| <input type="checkbox"/> | Korea/ASEAN-Staaten (Indonesien, Malaysia, Singapur etc.) |
| <input type="checkbox"/> | Andere Länder im asiatisch/pazifischen Raum |
| <input type="checkbox"/> | Naher/Mittlerer Osten |
| <input type="checkbox"/> | Afrika |

Q15 Nun möchten wir Sie nur noch um einige Angaben zu Ihrem Unternehmen bitten. Die Angaben dienen nur der Statistik.

Wann wurde Ihr Unternehmen gegründet?

Gründungsjahr (z.B. 1998): ____

Q16 Sind in der Geschäftsführung Ihres Unternehmens...

(Nur eine Antwort möglich)

- ausschließlich Mitglieder der Eigentümerfamilie(n)
- ausschließlich Manager
- sowohl Mitglieder der Eigentümerfamilie(n) als auch Manager

Q17 Wie viele Beschäftigte hatte Ihr Unternehmen?

Zum **31.12.2003**:

Mitarbeiter insgesamt: _____

davon Mitarbeiter im Ausland: _____

Zum **31.12.2004**:

Mitarbeiter insgesamt: _____

davon Mitarbeiter im Ausland: _____

Q18 Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens sowie die Umsatzrendite vor Steuern?

Im Jahr 2003:

Umsatz: Mio. Euro: _____

Umsatzrendite:

- < 0 %
- 0 – 2,9 %
- 3 – 4,9 %
- 5 – 9,9 %
- 10 % oder mehr
- weiß nicht

Q19 Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens sowie die Umsatzrendite vor Steuern?

Im Jahr 2004:

Umsatz: Mio. Euro: _____

Umsatzrendite:

- < 0 %
- 0 - 2,9 %
- 3 - 4,9 %
- 5 - 9,9 %
- 10 % oder mehr
- weiß nicht

Q20 Wie wird sich Ihr Unternehmen nach Ihrer Einschätzung im Jahr 2005 entwickeln?

(Je Antwortreihe nur eine Antwort möglich)

	wird steigen	wird gleich bleiben	wird sinken	weiß nicht
Anzahl der Mitarbeiter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umsatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umsatzrendite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exportquote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investitionsausgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!