

## **Internationalisierung des deutschen Mittelstands – Bedeutung und Umfang**

*Frank Wallau*

### **1 Einleitung**

Die Öffnung der Märkte innerhalb wie auch außerhalb Europas bietet Unternehmen immer weitreichendere Handlungsspielräume für internationale Aktivitäten. Auch die Unternehmen in Deutschland nutzen diese Chance und engagieren sich in zunehmendem Maße auf ausländischen Märkten. Das Phänomen der Globalisierung wird in der öffentlichen Wahrnehmung allerdings überwiegend mit den Aktivitäten von Großunternehmen verbunden. Vernachlässigt werden darüber häufig die Auswirkungen auf die breite Masse der mittelständischen Unternehmen.

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind in ihren wirtschaftlichen Aktivitäten in aller Regel eher regional orientiert. Gleichwohl stellt sich für immer mehr der 3,4 Millionen Mittelständler, auch Handwerksunternehmen, die Frage, ob unter den geänderten weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen einer globalisierten Wirtschaft die Erschließung von Auslandsmärkten eine existenzsichernde Strategie darstellen kann (vgl. Wallau 2006, 2 ff.).

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, die Frage zu beantworten, wie sich der Mittelstand in den letzten Jahren international aufgestellt hat. Hierzu wird zunächst in Kapitel 2 kurz die Entwicklung des deutschen Außenhandels analysiert. Da in der Außenhandelsstatistik keine unternehmensspezifischen Daten erfasst sind, kann die Frage, wie viele mittelständische Unternehmen ex- und/oder importieren, nur mittels Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik beantwortet werden (vgl. Kapitel 3). Zudem wird in Kapitel 3 die Frage beantwortet, wie viele mittelständische Unternehmen in welchem Umfang an der dynamischen Entwicklung des Außenhandels partizipieren. Kapitel 4 soll Antworten auf die Frage geben, welche anderen Internationalisierungsformen der Mittelstand nutzt.

Eine dynamisch wachsende Region des Außenhandels stellen die neuen EU-Mitgliedstaaten dar. In einem kleinen Exkurs wird untersucht, inwieweit der Mittelstand von dieser Entwicklung profitiert. Kapitel 6 fasst die wesentlichen Ergebnisse zusammen und gibt einen kurzen Ausblick.

## **2 Die Entwicklung der Ex- und Importe deutscher Unternehmen**

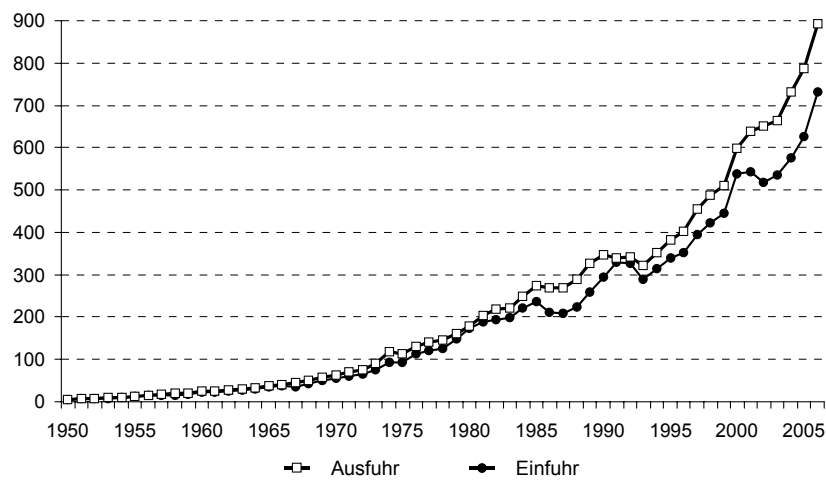
In den zurückliegenden Jahrzehnten sind die deutschen Exporte und der deutsche Handelsbilanzüberschuss fast in jedem Jahr gestiegen. Seit einigen Jahren kann sich Deutschland auch wieder mit dem Titel "Exportweltmeister" schmücken. Die starke Position im Außenhandel stellt einen wesentlichen Faktor für das wirtschaftliche Wohlergehen in Deutschland dar (vgl. KfW-Mittelstandsmonitor 2007, 95). Kaum eine andere große Industrienation weist einen ähnlich hohen Offenheitsgrad auf. Der Außenhandel bleibt damit eine wichtige Stütze der deutschen Konjunktur. Dies wird in der breiten Öffentlichkeit und von den meisten wirtschaftspolitischen Entscheidungsträgern positiv bewertet und als Beweis für die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft angesehen (vgl. Sinn 2005, 78 ff.).

Ausgangspunkt für die Analyse ist die Außenhandelsstatistik des Statistischen Bundesamtes. Sie liefert aktuelle Zahlen über die Ein- und Ausfuhren von Waren aus bzw. in die einzelnen Länder. Wie Abbildung 1 zeigt, entwickelten sich sowohl Ex- als auch Importe – insbesondere in den letzten 15 Jahren, wie auch in den anderen großen Volkswirtschaften der EU – äußerst dynamisch.

Im Jahr 2006 (2005) führten deutsche Unternehmen Waren im Wert von 893,6 Mrd. € (786,2 Mrd. €) aus, gleichzeitig führten sie Waren im Wert von 731,7 Mrd. € (625,6 Mrd. €) ein. Dieser positive Trend wird sich nach allen Prognosen (vgl. u.a. Sachverständigenrat 2006) für 2007 fortsetzen. Die Außenhandelsbilanz schloss im Jahr 2006 mit einem Überschuss von 161,9 Mrd. € ab. Im Jahr 2005 hatte der Saldo in der Außenhandelsbilanz + 158,2 Mrd. € betragen (vgl. Statistisches Bundesamt 2007, 1).

Deutschland exportiert vor allem humankapital- und technologieintensive Produkte und importiert eher arbeits- und rohstoffintensive Waren mit einem gerin-

gen Technologiegehalt. Differenziert nach Warenhauptgruppen ergibt sich für den Spezialhandel, dass der größte Anteil an den Ausfuhren auf Investitionsgüter entfällt (rd. 45%), gefolgt von Vorleistungsgütern (knapp 30%) und Konsumgütern (rd. 15%). Bei den Einfuhren hingegen ist der Anteil der Investitions- und Vorleistungsgüter nahezu gleich groß (29% und 27%), wohingegen der Anteil der importierten Energie über 11% ausmacht (vgl. Haunschild et al. 2007, 10).



Quelle: Deutsche Bundesbank (2006); Statistisches Bundesamt (v. Jg.), eigene Berechnungen

© IfM Bonn 2006 51\_aa-07

Abbildung 1: Gesamtentwicklung des deutschen Außenhandels – Spezialhandel – in Mrd. Euro

Neben der absoluten Höhe des Außenhandels sowie der Güterströme lassen sich mit Hilfe der Außenhandelsstatistik auch die Handelspartner identifizieren. Wichtigste Handelspartner von Deutschland für die Ausfuhren sind in den Jahren 2000-2005 unverändert Frankreich, USA, Großbritannien, Italien und die Niederlande mit einem Volumen von rund 313 Mrd. € oder einem Anteil von 40% an den gesamten Ausfuhren 2005 (vgl. Abbildung 2).

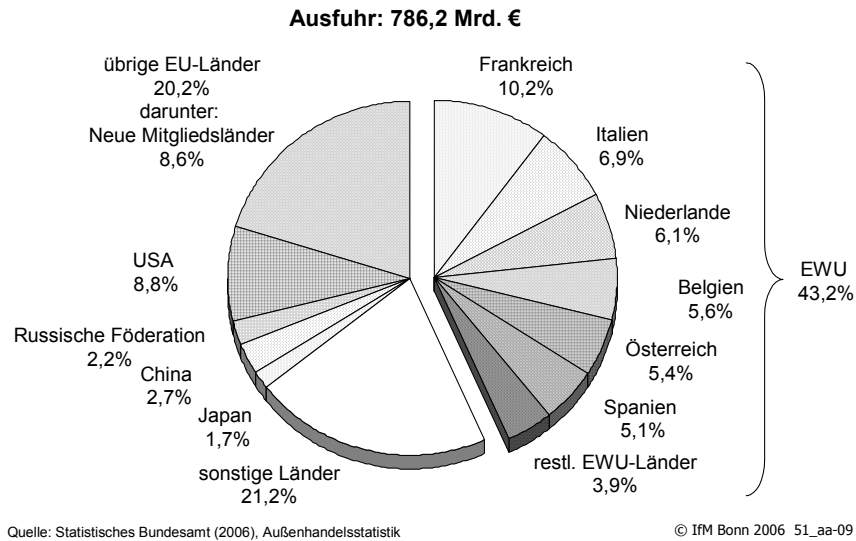


Abbildung 2: Regionalstruktur des deutschen Außenhandels 2005 – Ausfuhr

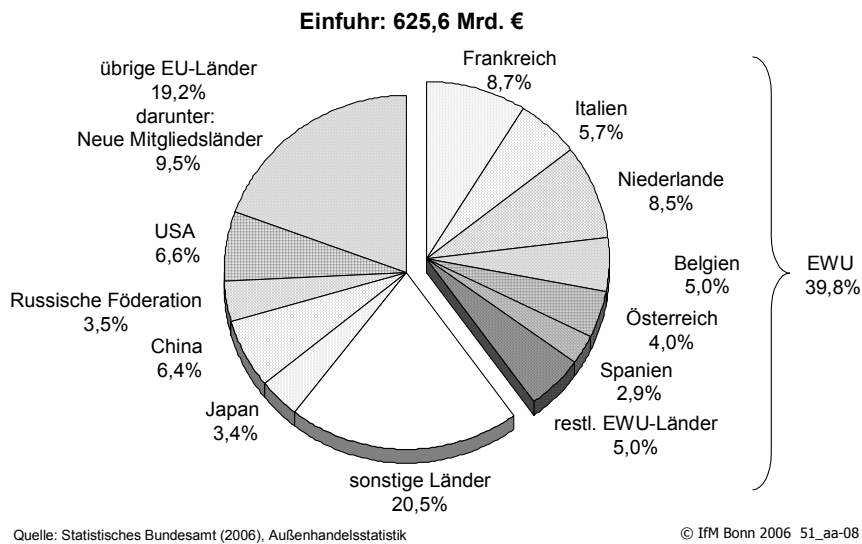


Abbildung 3: Regionalstruktur des deutschen Außenhandels 2005 – Einfuhr

Bei den Einfuhren hat sich der Anteil Chinas 2005 gegenüber dem Jahr 2000 fast verdoppelt, so dass sich China von Platz 10 auf Platz 4 der wichtigsten Handelspartner vorgeschoben hat. Die anderen vorderen Plätze belegen im Jahr 2005 Frankreich, die Niederlande, USA und Großbritannien. Alle fünf Ursprungsländer zusammen vereinen auf sich einen Einfuhrwert in Höhe von 229 Mrd. €, was einem Anteil von 36,5% entspricht (vgl. Abbildung 3). Nach Regionen differenziert gingen 2005 rund zwei Drittel aller Exporte in bzw. kommen rund 60% der Importe aus den 25 Mitgliedstaaten der EU.

### **3 Außenhandelsaktivitäten des deutschen Mittelstands**

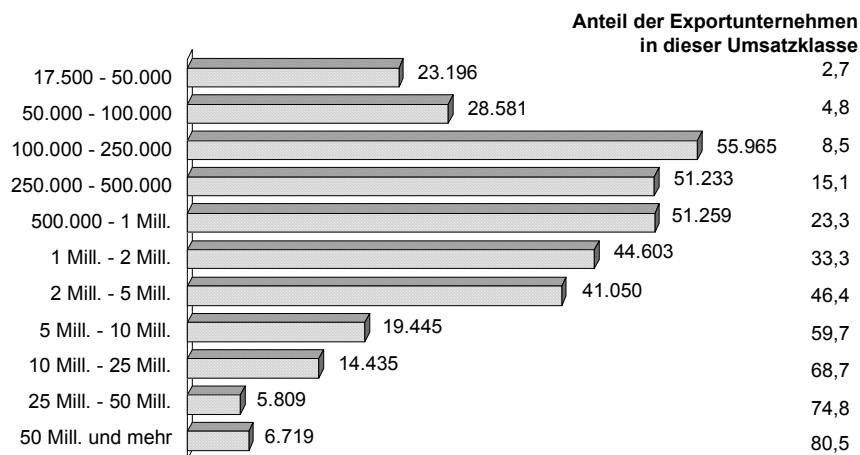
#### *3.1 Datenproblematik*

In der Außenhandelsstatistik werden keine unternehmensspezifischen Daten erfasst, so dass Fragen zur Rolle des deutschen Mittelstands im dynamisch wachsenden Außenhandel nicht beantwortet werden können. Hierzu sind Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik notwendig, die durch das Erhebungsmerkmal "Steuerfreie Umsätze mit Vorsteuerabzug nach Umsatzgrößenklassen" im Wesentlichen die Exportunternehmen und -umsätze ausweisen sowie durch das Merkmal "Innergemeinschaftliche Erwerbe" Aussagen über die Importaktivitäten des Mittelstands aus EU-Ländern treffen kann (vgl. Haunschild et al. 2007, 5 ff.).

#### *3.2 Exportaktivitäten des deutschen Mittelstands*

Die Umsatzsteuerstatistik weist für das Jahr 2004 2.957.173 Unternehmen aus, die Umsätze von 4.348 Mrd. € tätigten (vgl. Wallau 2006, 3). Insgesamt gab es im Jahr 2004 in Deutschland 342.295 Exportunternehmen, darunter 335.576 kleine und mittlere Unternehmen (< 50 Mio. € Jahresumsatz), d.h. rund 98% der Exporteure sind Mittelständler im Sinne der quantitativen Mittelstandsdefinition des IfM Bonn. Bemerkenswert ist, dass auch kleinere Mittelständler auf internationalen Märkten sehr aktiv sind. Rund 250.000 Exportunternehmen erzielen weniger als 2 Mill. € Jahresumsatz (vgl. Abbildung 4). Bezogen auf den Gesamtbestand aller Unternehmen exportiert jedes neunte Unternehmen (11,6%).

Dieser Anteil mag auf den ersten Blick vielleicht gering erscheinen, jedoch sollte beachtet werden, dass in der Grundgesamtheit u.a. Gaststätten/Restaurants, Frisörgeschäfte, Kfz-Werkstätten, Einzelhandelsgeschäfte usw. enthalten sind, die i.d.R. nur auf lokalen oder regionalen Märkten aktiv sind.



**Insgesamt exportieren 342.295 Unternehmen, d.h. 11,6 % der deutschen Unternehmen**

Quelle: Statistisches Bundesamt: Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004,  
im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden, 2006, und Berechnungen des IfM Bonn

© IfM Bonn 2006 51\_aa-13

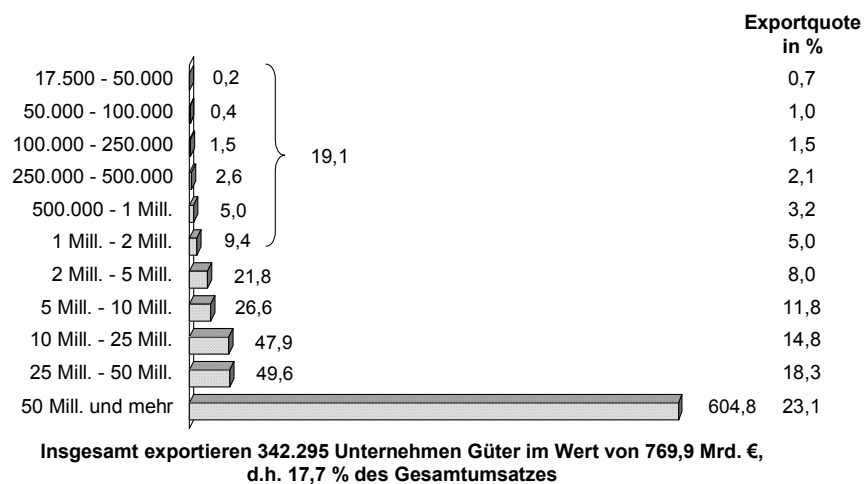
**Abbildung 4:** Exportunternehmen und deren Umsatz in Deutschland 2004 – Anzahl der Unternehmen nach Umsatzgrößenklassen

Betrachtet man die Entwicklung der Anzahl der Unternehmen und der Exportunternehmen im Zeitraum 1994 bis 2004, so zeigt sich, dass die Anzahl der Exportunternehmen um knapp 20% gestiegen ist, während im gleichen Zeitraum die Zahl der Unternehmen nur um 6% zugenommen hat (vgl. Haunschild et al. 2007, 40). Dies bedeutet, dass in den letzten Jahren in der Summe Unternehmen verstärkt erstmals den Schritt ins Ausland gewagt haben.

Wie ausgeführt, exportieren – über alle Wirtschaftsbereiche betrachtet – 11,6% aller deutschen, umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen. Die höchsten Anteile an Exporteuren weisen der Großhandel und das Verarbeitende Gewerbe auf, in den

Wirtschaftsbereichen Bau und Dienstleistungen exportieren relativ gesehen die wenigsten Unternehmen.

Der Anteil der Exporteure steigt kontinuierlich in fast allen Branchen mit der Unternehmensgröße. Viele Mittelständler, vor allem im industriellen Mittelstand – so die Ergebnisse des BDI-Mittelstandspanels –, zählen zu den sog. Exportchampions, d.h. sie realisieren Exportquoten von über 50% (vgl. Kayser/Wallau/Adenäuer 2005, 38 f.). Mittels der Umsatzsteuerstatistik kann zudem die Frage beantwortet werden, welche Exportumsätze die mittelständischen Unternehmen im Jahr 2004 erzielten. Insgesamt exportierten die rund 342.000 Unternehmen Güter im Wert von 769,9 Mrd. €, das sind 17,7% der Gesamtumsätze aller Unternehmen. Anders ausgedrückt: jeder sechste Umsatz-Euro wurde und wird im Ausland erzielt (vgl. Abbildung 5).



<sup>1</sup> Ohne Umsatzsteuer

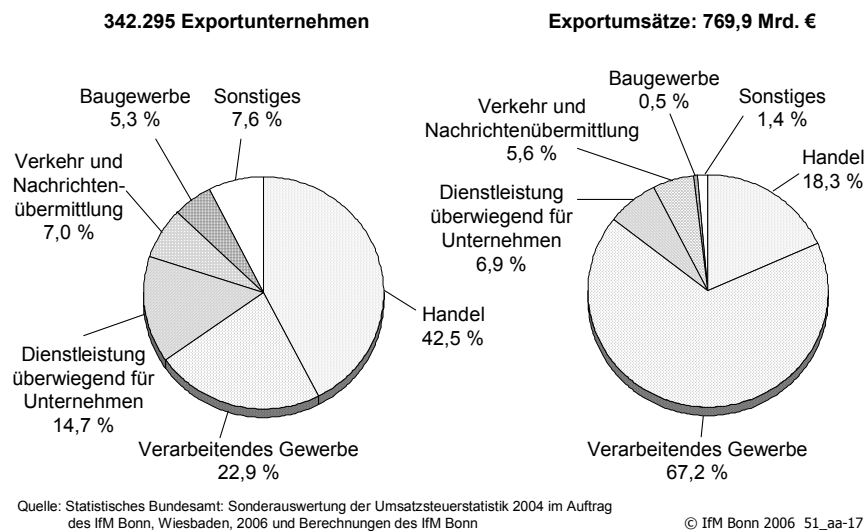
Quelle: Statistisches Bundesamt: Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden, 2006 und Berechnungen des IfM Bonn

© IfM Bonn 2006 51\_aa-15

Abbildung 5: Exportumsatz<sup>1</sup> der Exportunternehmen in Deutschland 2004 - nach Umsatzgrößenklassen, in Mrd. €

Die Großunternehmen mit 50 Mill. € und mehr Jahresumsatz vereinen auf sich fast vier Fünftel aller Exportumsätze, entsprechend waren mittelständische Un-

ternehmen nur mit rd. 165 Mrd. € bzw. 21,5% am Gesamtexportvolumen beteiligt. Damit kommt KMUs beim Auslandsabsatz eine deutlich geringere Bedeutung zu als auf dem Inlandsmarkt, wo ihr Umsatzanteil bei rund 40% liegt. Der Anteil der mittelständischen Unternehmen am gesamten Exportvolumen (21,5%) dürfte aber durch die sog. indirekten Exporte noch etwas höher sein. So gehen beispielsweise im Automobilbau eine Vielzahl von Zulieferprodukten von mittelständischen Unternehmen in Endprodukte von Großunternehmen ein, die dann exportiert werden. Betrachtet man die Entwicklung im Zeitablauf, so legten die Umsätze aller Unternehmen von 1994 bis 2004 um knapp 30% zu, die Exportumsätze haben sich zeitgleich fast verdoppelt. Die mittelständischen Exporteure konnten von 1997 bis 2004 in Deutschland ihre Auslandsumsätze um knapp 34% auf 165 Mrd. € steigern (vgl. Haunschild et al. 2007, 43).



**Abbildung 6:** Exportunternehmen und Exportumsätze 2004 - nach Wirtschaftszweigen, Anteile in %

Differenziert nach Wirtschaftszweigen wird deutlich, dass die meisten Exportunternehmen dem Handel angehören, jedoch das Exportvolumen zu über zwei

Drittel vom Verarbeitenden Gewerbe getragen wird (vgl. Abbildung 6). Abbildung 7 fasst die wichtigsten Kennzahlen zu den Exportaktivitäten des deutschen Mittelstands zusammen.

| Merkmal                               | Einheit | Alle Unternehmen | KMU              | KMU-Anteil |
|---------------------------------------|---------|------------------|------------------|------------|
| Unternehmen                           | Anzahl  | <b>2.957.173</b> | <b>2.948.829</b> | 99,7 %     |
| Umsatz                                | Mrd. €  | <b>4.347,5</b>   | <b>1.730,4</b>   | 39,8 %     |
| Exportunternehmen                     | Anzahl  | <b>342.295</b>   | <b>335.576</b>   | 98,0 %     |
| <i>darunter:</i> mit Export in die EU | Anzahl  | <b>199.206</b>   | <b>193.234</b>   | 97,0 %     |
| mit Export in Drittländer             | Anzahl  | <b>257.001</b>   | <b>251.050</b>   | 97,7 %     |
| Gesamtumsatz der Exportunternehmen    | Mrd. €  | <b>3.146,3</b>   | <b>824,8</b>     | 26,2 %     |
| Exportumsatz                          | Mrd. €  | <b>769,9</b>     | <b>165,1</b>     | 21,4 %     |
| <i>darunter:</i> mit Export in die EU | Mrd. €  | <b>418,8</b>     | <b>86,1</b>      | 20,6 %     |
| mit Export in Drittländer             | Mrd. €  | <b>351,1</b>     | <b>79,0</b>      | 22,5 %     |
| Exporteurquote                        | Prozent | <b>11,6</b>      | <b>11,4</b>      |            |
| Exportquote aller Unternehmen         | Prozent | <b>17,7</b>      | <b>9,5</b>       |            |
| Exportquote der Exporteure            | Prozent | <b>24,5</b>      | <b>20,0</b>      |            |

Quelle: Statistisches Bundesamt (2006): Umsatzsteuerstatistik 2004; Berechnungen des IfM Bonn © IfM Bonn 2006 51\_aa-30

Abbildung 7: Kennzahlen nach Auslandsaktivitäten 2004

### 3.3 Importaktivitäten des deutschen Mittelstands

Leider hat die Umsatzsteuerstatistik im Hinblick auf die Importe mittelständischer Unternehmen nur eine beschränkte Aussagefähigkeit, da in ihr nur die Importe aus EU-Ländern erfasst werden. Eine Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004 für das Merkmal „Innereuropäischer Erwerb“, das dem Import aus EU-Ländern entspricht, nach Umsatzgrößenklassen liefert jedoch einige Informationen zu Importen mittelständischer Unternehmen aus der EU.

Die Sonderauswertung des Merkmals „Innereuropäischer Erwerb“ der Umsatzsteuerstatistik weist für das Jahr 2004 376.498 Unternehmen mit Importen aus der EU aus, die insgesamt Waren und Dienstleistungen im Wert von

334,3 Mrd. € aus den anderen EU-Ländern importierten (vgl. Haunschild et al. 2007, 46).

Kleine und mittlere Unternehmen machten 98,2% dieser Importeure aus, ihr Anteil an den innergemeinschaftlichen Erwerben lag bei 24,7%. Auf das Verarbeitende Gewerbe entfallen knapp 50% der Importe und auf den Handel gut 41%, nur 5,4% sind den unternehmensnahen Dienstleistungen zuzurechnen. Die Zahl der Importunternehmen mit Importen aus der EU ist in den Jahren von 2000 bis 2004 kontinuierlich angestiegen (+18%). Dabei verzeichnet die Gruppe der Unternehmen bis 1 Mill. € Jahresumsatz den höchsten Anstieg (+22%) (vgl. Haunschild et al. 2007, 48).

#### **4 Nutzung anderer Internationalisierungsformen im Mittelstand**

Neben dem Außenhandel existieren weitere Internationalisierungsformen, wie Management- oder Beratungsverträge, Lizenzvergabe, Kooperationsverträge (Joint-Venture), Lohnfertigungs-/veredelungsverträge, Franchiseverträge, Kapitalbeteiligungen an ausländischen Unternehmen, ausländische Vertriebs-/Servicestätten sowie eigene Produktionsstätten im Ausland. Die amtliche Statistik gibt bedauerlicherweise keine Auskunft über die Anzahl mittelständischer Unternehmen, die neben oder anstatt des Außenhandels diese anderen Formen der Internationalisierung realisieren (vgl. Kokalj/Wolff 2001, 10 ff.).

Aus einer Unternehmensbefragung des IfM Bonn bei über 500 KMU im Jahr 2006 (vgl. Haunschild et al. 2007, 140 ff.) wird deutlich, dass von den über den Außenhandel hinausgehenden Internationalisierungsformen am häufigsten Kooperationen mit ausländischen Unternehmen eingegangen werden (9,3%), der Schritt zur Auslandspräsenz also zusammen mit einem Unternehmen im Zielland erfolgt. Lohnfertigungs- und -veredelungsverträge mit ausländischen Unternehmen haben 3,8% der Unternehmen geschlossen und sich damit mit dem Fertigungsprozess in die internationale Arbeitsteilung eingegliedert. Lizenzvergabe an ausländische Unternehmen oder Franchiseverträge sind hingegen mit einem Anteil von 1,2% bzw. 0,3% aller Unternehmen deutlich seltener vorzufinden, was darauf zurückzuführen ist, dass diese Formen des Auslandsengagements nur

von Unternehmen mit spezifischen Voraussetzungen genutzt werden können. Kapitalbeteiligungen als eine wesentliche Form von Direktinvestitionen wurden von insgesamt 3,6% der Unternehmen realisiert. 2,6% der Unternehmen haben Betriebsstätten, vor allem Vertriebs- und Servicestätten aber auch Produktionsstätten im Ausland (vgl. Haunschild et al. 2007, 150 f.).

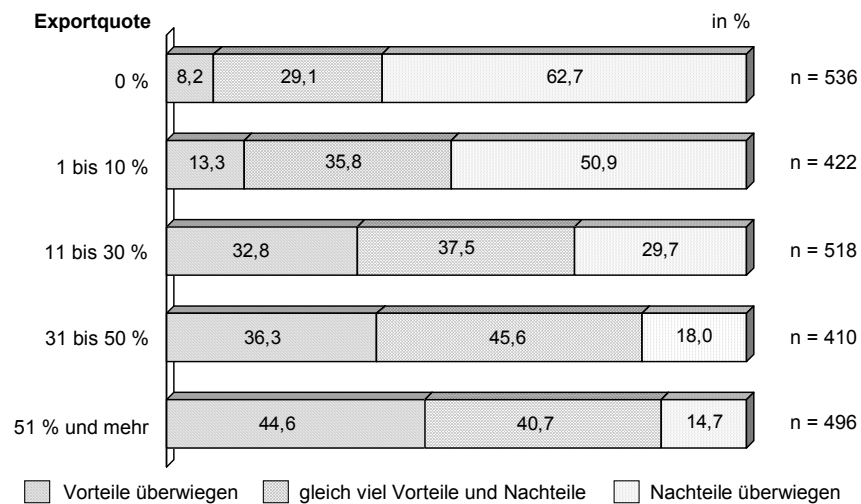
Insgesamt bestätigt dieser Befund, dass eine Diversifikation der Auslandsaktivitäten in erster Linie in Erweiterung und Ergänzung zur bereits vorhandenen Exporttätigkeit vorgenommen wird. Die Auslandsengagements sind also überwiegend dem Export folgende, weitere Schritte in einem mehrstufigen Internationalisierungsprozess. Unternehmen ohne Exporterfahrung wagen nur selten mit anderen Internationalisierungsformen den ersten Schritt auf Auslandsmärkte. Dies spricht dafür, dass die untersuchten Aktivitätsformen kein Substitut für Exporte bilden, sondern erst mit wachsendem Export als weitere Alternative und Intensivierung der Internationalisierung erwachsen.

## **5 Exkurs: EU-Osterweiterung**

Dynamischer haben sich laut der Außenhandelsstatistik die Exporte in die zehn neuen EU-Mitgliedstaaten in den letzten Jahren entwickelt. So waren diese Länder im Jahr 2005 insgesamt als Absatzmarkt für deutsche Exporte wichtiger als die USA. Die Öffnung der Märkte Mittel- und Osteuropas bot und bietet auch für den breiten Mittelstand Chancen für kostengünstige Standorte und neue Absatzmärkte in räumlicher Nähe. Gleichzeitig erhöht die Öffnung der Märkte den Wettbewerbsdruck auf den Mittelstand, denn zum einen beziehen auch ihre Kunden Waren und Dienstleistungen zunehmend aus dem kostengünstigen Ausland und zum anderen drängt die internationale Konkurrenz verstärkt auf inländische Märkte.

Mittels des BDI-Mittelstandspanels (vgl. Kayser/Wallau/Adenäuer 2005, 36 ff.) konnte erstmals die Frage beantwortet werden, wie der industrielle Mittelstand die EU-Osterweiterung beurteilt. Für mehr als jedes vierte Industrieunternehmen 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 Exporterfahrung ab: Über 60% aller exportabstinenten Industrieunternehmen befürchten von der EU-Osterweiterung eher Nachteile für das eigene Unternehmen (vgl. Kayser/Wallau/Adenäuer 2005, 36 ff.). Mit wachsender Exporterfahrung nimmt diese Skepsis ab und die EU-Osterweiterung wird als Chance gewertet (vgl. Abbildung 8).



Quelle: Kayser/Wallau/Adenäuer 2005, S. 38

© IfM Bonn 2006 51\_aa-12

Abbildung 8: Nutzen der EU-Osterweiterung aus Sicht der Industrie - nach Exportgrößenklassen

## 6 Fazit und Ausblick

Insgesamt ist zu konstatieren, dass viele mittelständische Unternehmen die Herausforderungen einer fortschreitenden Globalisierung bereits angenommen haben und aktiv ihre Chancen auf den Weltmärkten nutzen.

Der Export ist die dominierende Internationalisierungsstrategie des Mittelstands und zugleich ein bedeutendes wirtschaftliches Standbein. In Deutschland expor-

tieren gut 12% aller Unternehmen. 98% der rund 342.000 deutschen Exporteure sind mittelständische Unternehmen. Die Zahl der Exportunternehmen - insbesondere der kleinen Unternehmen, die erstmals auf ausländischen Märkten aktiv wurden - ist dabei in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen.

Auch hinsichtlich der Exportumsätze waren bei den kleinen Unternehmen überdurchschnittlich hohe Zuwächse zu verzeichnen. Damit hat sich in den vergangenen Jahren die internationale Ausrichtung auch der kleineren Unternehmen deutlich verstärkt. Hierbei ist die Erschließung neuer sowie die Sicherung bestehender Märkte das Hauptmotiv für die Internationalisierung. Hauptexportregion der mittelständischen Unternehmen bilden die Mitgliedstaaten der alten EU-15. Daneben gewinnen die Märkte der neuen EU-Mitgliedstaaten zunehmend an Bedeutung. Exportierende Unternehmen aller Größenklassen nutzen häufiger auch weitere Internationalisierungsformen wie internationale Kooperationen, Management-/ Beratungsverträge oder Direktinvestitionen. Ausschlaggebend für die Realisierung dieser Auslandsengagements ist weniger die Unternehmensgröße als vielmehr die Exporttätigkeit, was belegt, dass Exportaktivitäten den Einstieg in die Internationalisierung bilden. Eine weitere Verlagerung in den nächsten zwei Jahren haben nur noch sehr wenige Unternehmen ins Auge gefasst. Während die Verlagerung von Betriebsstätten ins Ausland vornehmlich eine Internationalisierungsstrategie der Großunternehmen ist, stellt dies i.d.R. für den Mittelstand keine Option dar. Kleine und mittlere Unternehmen zeichnen sich vielmehr durch eine hohe Standorttreue aus.

Trotz der positiven Entwicklung verfügen nach Expertenmeinung eine Vielzahl von Unternehmen über international wettbewerbsfähige Produkte oder Dienstleistungen. Insbesondere in Hightechbranchen, wie etwa der Umwelt- und Medizintechnik oder der Biotechnologie sowie den Informations- und Kommunikationstechnologien könnte der Anteil der auslandsaktiven Unternehmen in Zukunft noch deutlich ansteigen. Aber auch im Dienstleistungssektor und dem (Spezial-) Maschinenbau, der Bau- sowie der Lebens- und Nahrungsmittelbranche schöpfen die Unternehmen ihre internationalen Absatzchancen noch nicht vollständig aus.

---

**Literaturverzeichnis**

- Deutsche Bundesbank: Die deutschen Direktinvestitionsbeziehungen mit dem Ausland: neuere Entwicklungstendenzen und makroökonomische Auswirkungen. In: Monatsbericht September, 2006, S. 45-61.
- Haunschild, L. u.a.: Die Bedeutung der außenwirtschaftlichen Aktivitäten für den deutschen Mittelstand, IfM-Materialien Nr. 171, Bonn 2007.
- Kayser, G.; Wallau, F.; Adenäuer, C.: BDI-Mittelstandspanel – Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung Frühjahr 2005 - Langfassung, IfM-Materialien 163, Bonn 2005.
- KfW u.a. (Hrsg.): Den Aufschwung festigen - Beschäftigung und Investitionen weiter vorantreiben. Mittelstandsmonitor 2007 - Jährlicher Bericht zu Konjunktur- und Strukturfragen kleiner und mittlerer Unternehmen, Frankfurt am Main 2007.
- Kokalj, L.; Wolff, K.: Die internationale Wirtschaftstätigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen im Lichte der amtlichen und nicht-amtlichen Statistik, IfM-Materialien Nr. 153, Bonn 2001.
- Sachverständigenrat: Jahresgutachten 2006/2007, Widerstreitende Interessen - Ungenutzte Chancen, Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Wiesbaden 2006.
- Sinn, H.-W.: Die Basar-Ökonomie, Berlin 2005.
- Statistisches Bundesamt: Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2004, im Auftrag des IfM Bonn, Wiesbaden 2006.
- Statistisches Bundesamt: Deutscher Außenhandel 2006: Ausfuhr + 13,7; Einfuhr + 16,5%, Pressemitteilung vom 8. Februar 2007, Wiesbaden 2007.
- Statistisches Bundesamt: Außenhandelsstatistik, Wiesbaden (versch. Jahre).
- Wallau, F.: Der Mittelstand in Deutschland. In: Schauf, M. (Hrsg.): Unternehmensführung im Mittelstand – Rollenwandel kleiner und mittlerer Unternehmen in der Globalisierung, Essen 2006, S. 1-25.