

# Denkpapier

Institut für  
Mittelstandsforschung

**IfM**  
BONN

[www.ifm-bonn.org](http://www.ifm-bonn.org)

## Internationalisierung und Mittelstand

von Michael Holz und Peter Kranzusch

Denkpapier 01/15

## Impressum

### **Herausgeber**

Institut für Mittelstandsforschung Bonn  
Maximilianstr. 20, 53111 Bonn  
Telefon +49/(0)228 / 72997 - 0  
Telefax +49/(0)228 / 72997 - 34

### **Ansprechpartner**

Michael Holz  
Peter Kranzusch

Bonn, 16.3.2015

Das IfM Bonn ist eine Stiftung  
des privaten Rechts.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Energie,  
Industrie, Mittelstand und Handwerk  
des Landes Nordrhein-Westfalen



**Inhaltsverzeichnis**

1	Einleitung	1
2	Effekte der Internationalisierung auf KMU	1
3	Entwicklungstendenzen der Globalisierung	4
4	Herausforderungen der Internationalisierung für KMU, am Beispiel des TTIP-Freihandelsabkommens	7
5	Ansatzpunkte für die Wirtschaftspolitik	12
	Literatur	17

## **1 Einleitung**

Im Zuge der Globalisierung und des technologischen Fortschritts nehmen das Welthandelsvolumen und die Verflechtung der nationalen Volkswirtschaften stark zu. Diese Entwicklung wird u. a. auch durch den Abbau von tarifären und nicht-tarifären Handelshemmnissen befördert. Im Fokus der wirtschaftspolitischen Diskussion stehen gegenwärtig Freihandelsabkommen – wie das TTIP zwischen der EU und den USA – und deren (potenzielle) Auswirkungen auf Unternehmen, Konsumenten und die öffentliche Hand.

Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und ihr Erfolg auf ausländischen Märkten sind wichtige Voraussetzungen für die Sicherung der gesamtwirtschaftlichen Wohlfahrt. Die deutsche Volkswirtschaft ist stark auslandsorientiert und profitiert in hohem Maße von zunehmendem Welthandel und weltwirtschaftlicher Integration. Der wirtschaftliche Erfolg der deutschen Volkswirtschaft wird nicht nur in Deutschland, sondern zunehmend auch im Ausland wesentlich dem Mittelstand i. w. S. zugeschrieben.

Das Denkpapier behandelt vor diesem Hintergrund folgende zentrale Fragen:

- Welche Bedeutung hat die Internationalisierung gegenwärtig und in Zukunft für KMU?
- Welche (potenziellen) Auswirkungen gehen von Freihandelsabkommen wie TTIP auf den Mittelstand aus?
- Welche Hindernisse bestehen für Auslandsaktivitäten von KMU und wie kann die Wirtschaftspolitik auf diese Herausforderungen reagieren?

## **2 Effekte der Internationalisierung auf KMU**

Die Bedeutung außenwirtschaftlicher Aktivitäten für die deutsche Volkswirtschaft hat stark zugenommen. Der Anteil des Exportumsatzes mit Waren und Dienstleistungen am Bruttoinlandsprodukt stieg von 20 % im Jahr 1993 auf 46 % in 2013 (vgl. Statistisches Bundesamt 2015). Mit Ausnahme von Südkorea gibt es kein anderes vergleichbar großes Industrieland, dessen Wirtschaft ähnlich stark auslandsorientiert ist (vgl. WTO 2015; World Bank 2015). Zugleich sind der Exportüberschuss und die damit einhergehenden Kapitalexporte angestiegen. Und nicht zuletzt hat sich der Bestand an Direktinvestitionen von deutschen Unternehmen im Ausland von 0,2 Billionen € im Jahr 1994 auf 2,0 Billionen € in 2012 verzehnfacht (vgl. Deutsche Bundesbank 1998; 2014).

Zur Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) liegen nur sehr wenige amtliche Informationen vor. Im Verarbeitenden Gewerbe zählt die weit überwiegende Mehrheit (94,5 %) der insgesamt 76.000 Exportunternehmen zu den KMU. Diese erwirtschaften aber nur einen Anteil von 12 % am gesamten Exportumsatz von 770 Mrd. €. Die Bedeutung der KMU für die Außenwirtschaft ist jedoch höher, weil sie als Zulieferer von Exporteuren und als indirekte Exporteure ebenfalls zum Außenhandel beitragen. Außerdem: Aus einzelbetrieblicher Sicht stellt der direkte Export für auslandsaktive KMU eine wichtige Einnahmequelle dar. Bei rund der Hälfte der exportierenden KMU trägt der Exportumsatz zu mehr als 20 % zum Gesamtumsatz bei. Aufgrund ihrer Markterfolge sind von 2002 bis 2012 per Saldo gut 2.800 exportierende KMU in die Klasse der Großunternehmen hineingewachsen (2012: insgesamt 8.500).

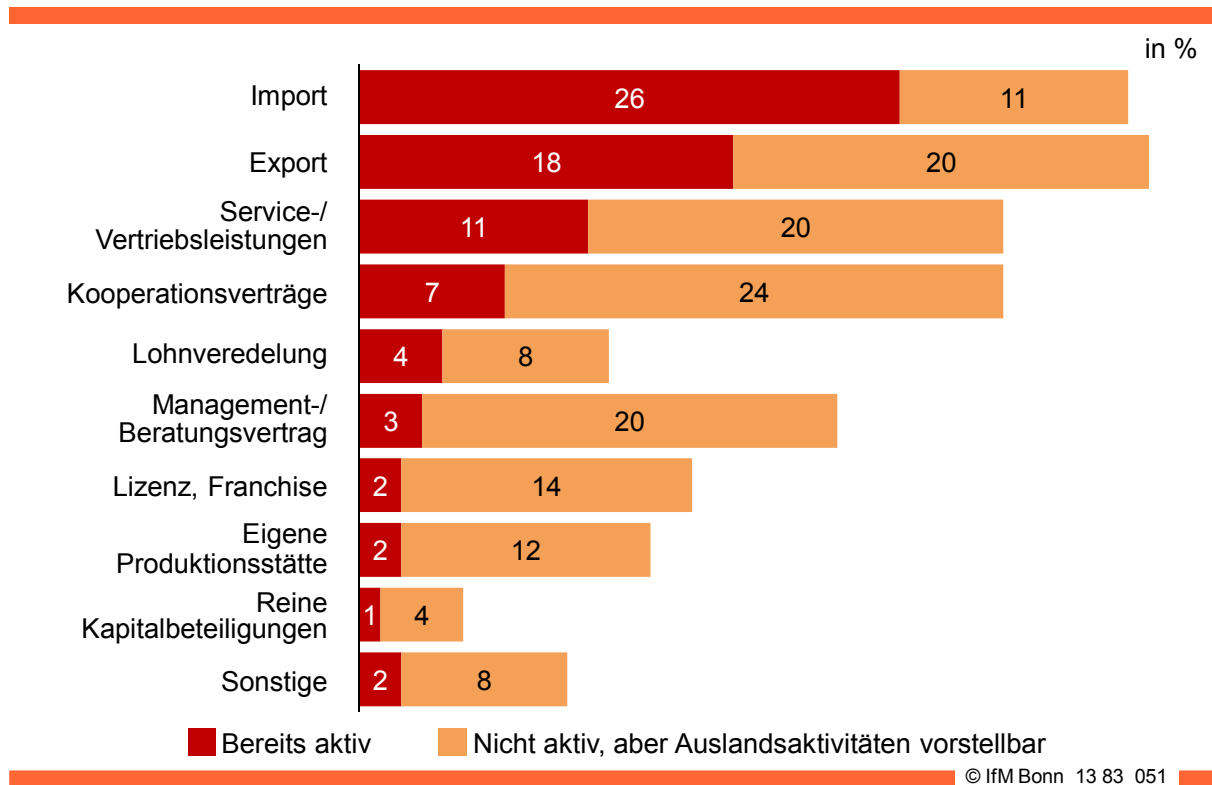
Bezogen auf einen Drei-Jahres-Zeitraum sind rund 18 % aller KMU im Exportgeschäft aktiv: überdurchschnittlich häufig im Verarbeitenden Gewerbe und im Handel (vgl. Kranzusch/Holz 2013). Europa hat noch immer eine herausragende Bedeutung als Zielregion für Exporte und sonstige Auslandsaktivitäten. Die regionale Diversifizierung der Märkte verstärkt sich aber. Jedes zweite exportierende Kleinunternehmen beliefert mindestens sechs Länder, auch solche außerhalb Europas. Mit zunehmender Anzahl beliefert Länder bauen Unternehmen ihre exportrelevanten Erfahrungen aus. Mehrere Tausend Kleinst- und Kleinunternehmen unterhalten Außenhandel mit Ländern wie China, Indien oder den USA (vgl. Hoffmann et al. 2013). Zwei Drittel der Exporteure – KMU wie Großunternehmen – erschließen mehrere Zielländer gleichzeitig, wenngleich der Informationsaufwand auf diese Weise deutlich steigt. Zudem ist die Markterschließung häufig nicht auf den reinen Warenversand beschränkt. Zur Kundenbindung bieten etwa 70 % der KMU zusätzliche Serviceleistungen im Vorfeld oder im Nachgang des Exportgeschäfts an.

Rund 10 % der KMU exportieren jedes Jahr, weitere 20 % allerdings nur unregelmäßig (vgl. Wolter/May-Strobl 2013). Regelmäßig exportierende KMU weisen über alle Sektoren hinweg eine deutlich positivere Beschäftigungsentwicklung auf als nicht bzw. unregelmäßig exportierende Unternehmen. Dies gilt auch im Vergleich zu Großunternehmen.

Neben dem Export als der am weitesten verbreiteten absatzbezogenen Internationalisierungsform sind auch ergänzende Service- und Vertriebsleistungen im Ausland sowie verschiedene Kooperationsformen stark verbreitet (vgl. Ab-

bildung 1). Demgegenüber unterhalten nur gut 2 % der deutschen Unternehmen Produktionsstätten im Ausland, die in der Regel mit höheren Direktinvestitionen verbunden sind.

Abbildung 1: Verbreitung von Internationalisierungsformen in den Jahren 2009 bis 2011 sowie Anteil der Unternehmen, die sich zukünftig Auslandsaktivitäten grundsätzlich vorstellen können



Quelle: Unternehmensbefragung des IfM Bonn (Kranzusch/Holz 2013).

Insgesamt weisen deutsche KMU einen hohen Internationalisierungsgrad auf. Rund 37 % aller KMU (1,3 Mio.) waren im Zeitraum 2009-2011 mit Im- oder Export sowie anderen direkten Formen im Ausland aktiv. Unter den Kleinunternehmen mit einem Jahresumsatz von 2 bis 10 Mio. € sind es bereits fast zwei Drittel. Dies deutet darauf hin, dass bei ca. 2 Mio. € Jahresumsatz eine Internationalisierungsschwelle liegt. Unter Einbeziehung von indirekten Internationalisierungsaktivitäten (z. B. Zulieferer für Exportunternehmen, indirekter Export oder Verkauf an Privatpersonen aus dem Ausland) steigt der Anteil international tätiger deutscher KMU auf über 40 %. Kleinere Unternehmen ersetzen direkte Formen nicht häufiger durch indirekte Aktivitäten als größere Unternehmen.

Auch nicht unmittelbar auslandsinteressierte KMU können sich der Internationalisierung nicht vollständig entziehen, sei es aufgrund zunehmender (Import-)

Konkurrenz durch ausländische Wettbewerber oder aufgrund von Anfragen von (potenziellen) Kunden aus dem Ausland. Allgemein werden Internationalisierungsaktivitäten häufig durch Kundenanfragen initiiert.

### **3 Entwicklungstendenzen der Globalisierung**

Bis zum Jahr 2030 wird eine Vervierfachung des Welthandelsvolumens prognostiziert (vgl. HSBC 2013). Infolgedessen wird mit einem Anstieg der deutschen Exporte um ca. 4 % bis 5 % pro Jahr gerechnet. Zu den wichtigsten Faktoren, die den starken Handelszuwachs begünstigen, zählen u. a.:

- der Anstieg der (außereuropäischen) Weltbevölkerung von 6 auf 9 Mrd. Menschen bis zum Jahr 2050,
- die zunehmende Wirtschaftskraft und der steigende Lebensstandard in vielen Schwellenländern (darunter China und Indien),
- anhaltende Kostenvorteile in Schwellen- und Entwicklungsländern im Hinblick u. a. auf Arbeitsentgelte, Energie- und Rohstoffpreise,
- die weiter zunehmende internationale Arbeitsteilung, die sich u. a. auf niedrige Transport- und Kommunikationskosten sowie die fortschreitende Digitalisierung stützt,
- die Spezialisierungsmuster von Unternehmen, die für relativ eng definierte Produkte und Dienstleistungen eine globale Marktpräsenz anstreben (Nischenstrategie),
- die steigende Bedeutung von internationalen Wertschöpfungsketten und Produktionsnetzwerken sowie
- der steigende Dienstleistungsgehalt von Warenexporten.

Die fortschreitende Digitalisierung dürfte die internationale Arbeitsteilung noch weiter beschleunigen. Beide Megatrends werden von der deutschen Wirtschaft als Handlungsfelder erkannt (vgl. Welter et al. 2014b). Die mit der Digitalisierung einhergehende Vereinfachung von Entwicklung und Produktion wird auch Wettbewerbern der deutschen (Produktions-)Unternehmen den Markteintritt erleichtern. Zugleich stützen die Informations- und Kommunikationstechnologien den Trend, die Produktion näher an den Absatzort bzw. den Endverbraucher heranzuführen oder gar den Endverbraucher zum Produzenten zu erheben. Dies zieht Produktionsverlagerungen ins Ausland und in geringerem Ausmaß Produktions-(rück)-verlagerungen nach Deutschland nach sich. Je mehr sich der Buy-local-Gedanke, also die Bevorzugung von Waren/Dienstleistungen mit lokalem (Produktions-)Bezug, verbreitet, desto eher könnte Deutschland als Wirtschaftsstandort für die Branchen an Bedeutung zurück-

gewinnen, die in den letzten Jahren die Produktion ins Ausland verlagerten. Zu denken wäre z. B. an den Nahrungsmittelsektor, aber auch Dienstleister (Stichwort: IT-Sicherheit, Risikostreuung). Der Standort Deutschland erfährt zudem Wachstumsimpulse durch die Migration von Personen, Unternehmen und Kapital, wobei sich die Migrationsströme durch Krisen wie z. B. Kriege, Klimakatastrophen und Massenarbeitslosigkeit noch verstärken könnten.

Aller Voraussicht nach wird die zukünftige Entwicklung durch einen langfristig steigenden Welthandel, bei zeitlich unvorhersehbaren leichten Abschwüngen aufgrund regionaler wirtschaftlicher und politischer Krisen geprägt sein. Dieses optimistische Grundscenario kann jedoch durch schwerwiegende bzw. langanhaltende Krisen beeinträchtigt werden, z. B. aus Anlass einer lebensbedrohlichen Seuche mit Zusammenbruch des Flugverkehrs, einer starken Zunahme des Protektionismus oder bei einer kurzfristigen extremen Aufwertung des Euros infolge einer Finanzkrise. Derartige Krisen treten zwar nur mit geringer Wahrscheinlichkeit auf, müssen aber von KMU u. a. bei ihrer Finanzplanung antizipiert werden.

Die Motive für die Ergreifung von Auslandsaktivitäten haben sich in den letzten Jahren geändert: Die Motive Absatzausdehnung und Nähe zum Kunden stehen heute im Vergleich zu den 1990er Jahren deutlicher im Vordergrund als das Motiv der Nutzung von Kostenvorteilen. Die Nähe zum Kunden dient der Spezialisierung und Individualisierung der Angebote, wobei Kundenwünsche häufig Impulse für zukünftige Innovationen geben. Nicht zuletzt stützen sich deutsche KMU auf Zulieferungen aus dem Ausland, auch im Rohstoffsektor.

Mit dem vorhergesagten Wachstum des Außenhandels rechnen die KMU bereits: sowohl die bereits auslandsaktiven als auch die bisher nicht auslandsaktiven Unternehmen. Von den bereits auslandsaktiven Unternehmen setzt rund die Hälfte auf einen Ausbau der Auslandsaktivitäten. Dies betrifft rund 10.000 große, 30.000 mittlere und knapp 100.000 kleine Unternehmen sowie 450.000 z. T. temporär auslandsaktive Kleinstunternehmen. Sie planen eine Ausweitung des Geschäftsvolumens, die Erschließung weiterer Regionen und/oder die Umsetzung weiterer Internationalisierungsformen (vgl. Kranzusch/Holz 2013, Welter et al. 2014b). Weitere rund 700.000 bereits auslandsaktive Unternehmen gehen von stabilen Geschäftsbeziehungen aus. Unter günstigen Geschäftsbedingungen dürfte das Handelsvolumen aber auch dieser Unternehmen steigen. Einen völligen Rückzug vom Auslandsgeschäft erwägen nur sehr wenige Unternehmen.



Auch unter den derzeit rund 1,5 Mio. noch nicht auslandsaktiven Unternehmen befindet sich eine nicht genauer zu bestimmende Anzahl, die zukünftig im Ausland aktiv werden dürfte, vor allem im Ex- und Import. Diese Unternehmen sind zumeist in Wirtschaftszweigen aktiv, die derzeit wenig internationalisiert sind. Für die kleinsten und kleinen Unternehmen der Branchen Bauwesen und personenorientierte Dienstleistungen ist daher fraglich, ob sie entsprechende Erwägungen tatsächlich umsetzen können. Dies hängt von weiteren Umständen ab, z. B. der Binnennachfrage, von Ressourcenengpässen und dem Wahrnehmen von Internationalisierungshürden. Bei Anbietern von unternehmensnahen Diensten besteht hingegen eine deutlich höhere Umsetzungswahrscheinlichkeit zukünftiger Auslandsaktivitäten, weil der Warenhandel zunehmend durch ein Angebot vorbereitender, unterstützender oder nachsorgender Servicetätigkeiten ergänzt wird, u. a. im Transport-, Reparatur-, Finanz- oder IuK-Bereich. Da Dienstleistungen oft nur temporären Charakter haben, ist nur dann eine Verstetigung des Engagements erreichbar, wenn die Unternehmen als spezialisierte Anbieter eine Nische besetzen können. Gleichwohl unterliegen deutsche Anbieter hier oft einem Wettbewerbsnachteil gegenüber Anbietern aus dem englischen Sprachraum.

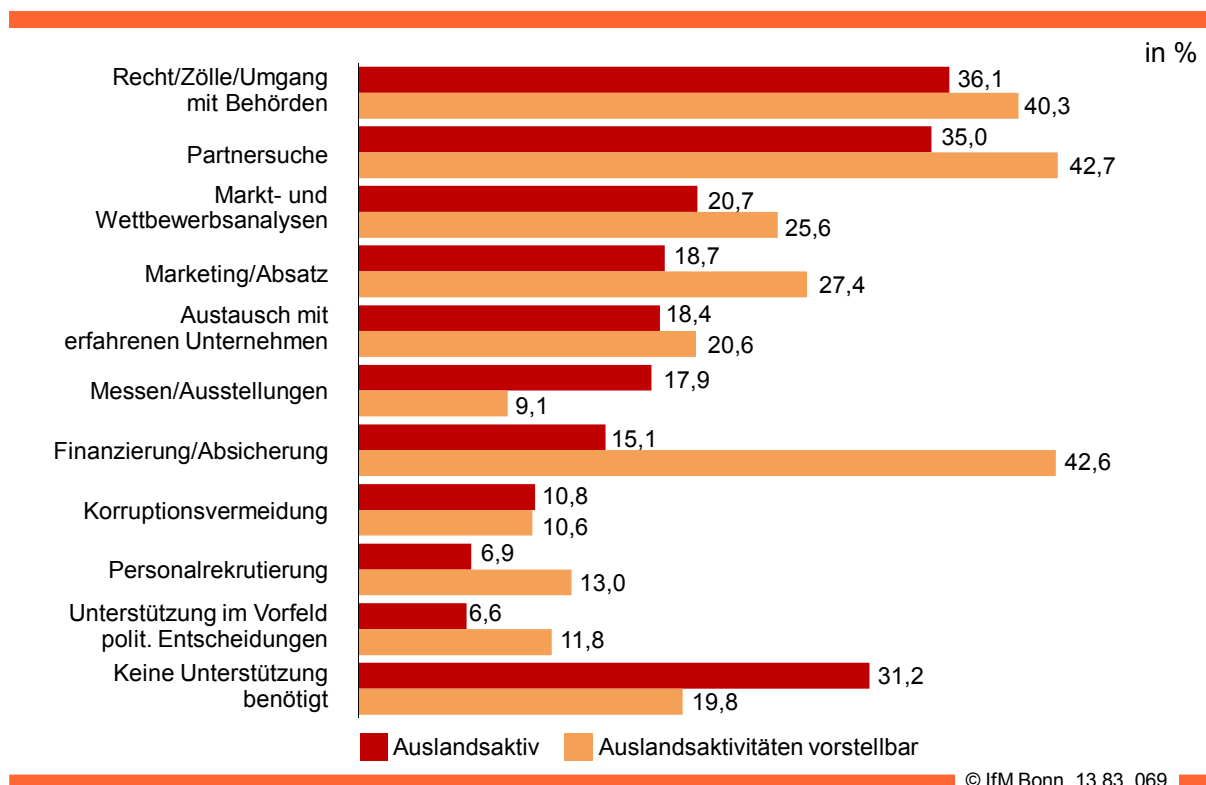
Ein hohes Internationalisierungspotenzial erwächst schließlich unter den Neugründungen. Schätzungsweise jede zehnte Unternehmensgründung im Verarbeitenden Gewerbe (ca. 1.000 Unternehmen pro Jahr), vorwiegend in technologieorientierten Branchen, könnte sogleich auch den Auslandsmarkt bedienen. Den größten Beitrag zum Außenhandelsvolumen dürften schnell internationalisierende Unternehmen (sog. Born Globals) leisten, auch wenn nur wenige Dutzend Unternehmen derartige Wachstumsstrategien umsetzen können.

Ungeachtet aller Internationalisierungsszenarien: Rund die Hälfte der deutschen KMU bedient ausschließlich lokale Märkte und wird dies auch zukünftig tun. Diese KMU können gleichwohl von indirekten Formen der Internationalisierung wie dem ansteigenden Incoming-Tourismus und dem Transit profitieren. Für diese Unternehmen generiert zudem die Migration nach Deutschland zusätzliche Wachstumsimpulse. Der Standort Deutschland wird im Ausland als kaufkräftig, modern und sicher wahrgenommen. Er ist für viele Investoren aus dem Ausland attraktiv. Bei krisenhaften Entwicklungen in anderen Ländern dürfte der Anstieg ausländischer Direktinvestitionen in Deutschland tendenziell deutlich stärker ausfallen als im Grundszenario.

#### 4 Herausforderungen der Internationalisierung für KMU, am Beispiel des TTIP-Freihandelsabkommens

KMU erkennen die Globalisierung als Chance, sie stellen sich dieser Herausforderung trotz der im Vergleich zu größeren Unternehmen knappen Ressourcen in den Bereichen Personal, Management und Finanzierung. Aufgrund der genannten Ressourcenengpässe und geringerer Erfahrung können KMU Risiken einer Internationalisierung weniger leicht identifizieren und reduzieren als Großunternehmen. Speziell die Risiken, die aufgrund von Rechtsunsicherheit, Korruption und politischen Umbrüchen in Schwellenländern entstehen, sind für KMU schwer beherrschbar.

Abbildung 2: Externer Unterstützungsbedarf aus Sicht der Unternehmen nach Grad ihrer Auslandsaktivität (Mehrfachantworten), Angaben in %



Quelle: Unternehmensbefragung des IfM Bonn (Kranzusch/Holz 2013).

Zwei Drittel der KMU geben an, einen Bedarf an externer Unterstützung für ihre Auslandsprojekte zu haben. Dieser richtet sich auf verschiedene Informationsangebote, vorwiegend in den Bereichen Recht, Zölle und Auflagen der Administration sowie Markt- und Wettbewerbsanalysen. Größerer Unterstützungsbedarf besteht zudem bei der Suche nach Geschäftspartnern (vgl. Abbildung 2). Gestützt auf ihre derzeit gute Finanzlage streben die KMU mehr-

heitlich ein organisches Wachstum an und benötigen daher nur punktuell eine (Vor-)Finanzierung in Form von Fremdkapital. Ein derartiger Finanzierungsbedarf wird – wenn überhaupt – eher von auslandsunerfahrenen Unternehmen sowie von auslandsaktiven mittleren und großen Unternehmen geäußert, sofern diese mehrere Zielregionen erschließen. Abbildung 2 zeigt zwar einen vielfältigen Unterstützungsbedarf, aber für kein Managementfeld ist zu erkennen, dass es mehrheitlich als herausragende Hürde wahrgenommen wird.

Auch der bisher erreichte Internationalisierungsgrad deutscher KMU verdeutlicht, dass die Unternehmen grundsätzlich in der Lage sind, die genannten internen Umsetzungshemmnisse zu überwinden. Dies gelingt ihnen zunehmend leichter, weil die Transaktionskosten der Internationalisierung gesunken sind, die Unternehmen eigene Auslandsfahrten erworben haben und mehr erfahrenes Fachpersonal (darunter auch Migranten) bereit steht. Gerade große Unternehmen verfügen über ausreichend finanzielle und personelle Ressourcen, um ihre Internationalisierungspläne umzusetzen. Im Falle einer lang anhaltenden Weltwirtschaftskrise würde sich der Unterstützungsbedarf der Unternehmen allerdings ausweiten.

Die Unterstützung wird bei privaten und öffentlichen Anbietern eingeholt. Empirische Befunde deuten darauf hin, dass die Unternehmen durchaus mehrheitlich mit dem öffentlichen Unterstützungsangebot für Auslandsaktivitäten zufrieden sind. Nicht einmal jedes dritte Unternehmen plädiert für eine Erweiterung der Angebote. Neben direkten Unterstützungsleistungen erwartet der Mittelstand aber, dass die Wirtschaftspolitik die Rahmenbedingungen für die Internationalisierung verbessert. Wichtige Handlungsfelder sind der Abbau bürokratischer Hemmnisse, die Erleichterung von Zoll- und Außenwirtschaftsverfahren, die Sicherung von Patenten und Schutzrechten im Ausland, die Bekämpfung von Korruption sowie die erleichterte Erteilung von Visa an Geschäftspartner (vgl. auch Brink/Wallau 2013; Welter et al 2014a).

Aus Sicht der Unternehmen hat der Abbau von tarifären und nicht tarifären Handelshemmnissen eine besondere Bedeutung. Vor dem Hintergrund der ins Stocken geratenen multinationalen Handelsliberalisierung (Doha-Runde der Welthandelsorganisation) wurden daher in den letzten Jahren vermehrt bilaterale bzw. regionale Freihandelsabkommen abgeschlossen. Unternehmen profitieren in diesen Fällen nicht nur von einem erleichterten Marktzugang, sondern können im Wege von Produktionssteigerungen und dadurch induzierten positiven Skaleneffekten Kosten senken. In wettbewerblich organisierten Märk-

ten führt dies zu niedrigeren Verbraucherpreisen bzw. zu höheren Löhnen. Konsumenten profitieren überdies von einer größeren Produktvielfalt. Offene Märkte erhöhen die Wettbewerbsintensität. Dies löst wiederum Innovationen, Produktivitätssteigerungen und technologischen Fortschritt aus. Der Abbau von Handelshemmnissen und die Harmonisierung von technischen Standards erleichtern schließlich den Aufbau von internationalen Produktionsnetzwerken. Allerdings: Die erhöhte Wettbewerbsintensität, das Auftreten neuer Wettbewerber und die Umleitung von Handelsströmen können auch zu negativen Effekten für einzelne Wirtschaftszweige führen.

Freihandelsabkommen sind zwar aus theoretischer Sicht mit positiven volkswirtschaftlichen Wirkungen verbunden, gleichwohl können die Effekte für KMU je nach Ausgestaltung der Abkommen unterschiedlich ausfallen. Daher werden im Folgenden – beispielhaft für andere Abkommen – diejenigen Aspekte des transatlantischen Handelsabkommens TTIP näher betrachtet, die unmittelbare Auswirkungen auf den Mittelstand erwarten lassen.

Zollabbau: Mit Ausnahme einzelner landwirtschaftlicher und industrieller Güter sind die Zölle bereits weitgehend abgebaut. Eine weitere Reduzierung wird sich eher für größere Unternehmen positiv auswirken, weil diese im Regelfall größere Exportumsätze tätigen. In preislich umkämpften Märkten kann dies auch für KMU gelten. Im Allgemeinen ist jedoch anzunehmen, dass die preisliche Wettbewerbsfähigkeit und der Gewinn stärker durch schwankende Wechselkurse bzw. durch die Kosten der Kursabsicherungsgeschäfte beeinflusst werden als durch eine (geringe) Reduzierung aktueller Zölle.

Abbau nicht-tarifärer Handelshemmnisse: Sowohl bereits exportierende als auch (bislang nur) exportinteressierte KMU dürften am stärksten vom geplanten Abbau nicht-tarifärer Handelshemmnisse profitieren. Aufgrund divergierender Qualitätsstandards und Normen ist es erforderlich, unterschiedliche Produktvarianten zu erstellen und doppelte Zulassungs- und Prüfverfahren zu durchlaufen. Dies verursacht hohe (Fix-)Kosten, die sich für KMU – aufgrund der im Regelfall geringeren Absatzmengen – besonders negativ auswirken. Eine Reduzierung dieser Zusatzkosten würde den Export in die USA vor allem für KMU (auch für Exportstarter) deutlich attraktiver machen. Standards, Normen und Zulassungsverfahren sollten jedoch nur soweit harmonisiert und vereinfacht werden, als das bisherige Schutzniveau in Europa garantiert bleibt. Dies wird von den Verhandlungsführern und der Wirtschaftspolitik zugesichert. Umstritten sind in diesem Zusammenhang die Zulassungsregelungen von

Produkten mit potenziellen Gefährdungsrisiken. Während in den USA die Zulassung oftmals ohne umfangreiche Prüfungen erteilt wird und diese bis zum Nachweis von aufgetretenen Schäden gilt, müssen in der EU im Regelfall aufwändige Genehmigungsverfahren und Gefährdungsbeurteilungen vor der Markteinführung durchlaufen werden. Würde eine Zulassung für den amerikanischen Markt automatisch auf den EU-Markt übertragen, hätten europäische KMU Wettbewerbsnachteile, die aus den in der EU einseitig anfallenden ex-ante Zulassungskosten resultieren. Positive Auswirkungen des Abbaus nicht-tarifärer Handelshemmnisse sind im Übrigen dadurch zu erwarten, dass KMU leichter Zugang zum amerikanischen Markt für öffentliche Aufträge erhalten.

Private außergerichtliche Schiedsverfahren (ISDS): Im Allgemeinen ist davon auszugehen, dass die EU-Mitgliedstaaten wie auch die USA über ein hoch entwickeltes und unabhängiges Rechtssystem verfügen. Daher ist die Schaffung privater außergerichtlicher Schiedsverfahren – im Gegensatz etwa zu verschiedenen Schwellenländern – nicht zwingend erforderlich. Die Einrichtung mag aber aus US-Sicht für neuere EU-Mitgliedsstaaten bedeutsam sein. Der hohe Bestand an wechselseitigen Direktinvestitionen zwischen Deutschland und den USA deutet wiederum darauf hin, dass die Investoren, mehrheitlich Großunternehmen, in diesem Bereich keine prohibitiven Risiken sehen. Schiedsverfahren werden von vielen Wirtschaftsverbänden als positive Alternative zu gerichtlichen Verfahren wahrgenommen. Allerdings: Da inländische Wettbewerber nicht die Möglichkeit hätten, außergerichtlich gegen Regierungsentscheidungen vorzugehen, könnte dies eine Diskriminierung deutscher Investoren darstellen.

Bilaterale Kooperation in Regulierungsverfahren: Die Kooperation der Regulierungsbehörden und die Berücksichtigung unternehmerischen Sachverstands im Vorfeld der Gesetzgebung haben die Harmonisierung von technischen Standards und die Verhinderung übermäßiger Regulierungslasten zum Ziel. Aus Sicht der KMU sollte jedoch sichergestellt werden, dass der Konsultationsprozess nicht von marktmächtigen Großunternehmen dominiert wird.

Die nachfolgende Übersicht bietet einen Überblick über die Bedeutung einzelner potentieller TTIP-Maßnahmen für KMU (unter ceteris paribus Annahme).

## Übersicht 1: Bedeutung einzelner TTIP-Maßnahmen für deutsche KMU mit (geplantem) Absatz im Ausland

Maßnahme	Betroffene Aktivitätsform	Auswirkungen der Maßnahme	Relevanz der Maßnahme für	
			KMU	Wirtschaftszweige
Zollabbau	Export	Verkaufspreis sinkt Rentabilität des Exports bzw. der Exportaufnahme steigt	Relativ geringer Effekt, außer für einzelne Branchen mit hohem Zoll	Landwirtschaftliche Güter, Lebensmittel/Getränke, Bekleidung, Kfz(-teile)
Abbau nicht tarifärer Handelshemmnisse	Direkter und indirekter Export; indirekt: Produktionsstätten in den USA	(Fix-)Kosten sinken durch Wegfall von Produktanpassungen und Doppelzulassungen Erleichterte Exportaufnahme Steigende Rentabilität	Sehr hohe Entlastungswirkung	Nahezu alle Exportbranchen, auch Zulieferwesen
Private außergegerichtliche Schiedsverfahren	Eigene Produktionsstätten in den USA	Potenziell schnellere Verfahren	Nutzung angesichts hoher Verfahrenskosten wenig wahrscheinlich	Indirekt: positiver Impuls für Rechts- und Wirtschaftsberater
Kooperation in Regulierungsverfahren	Export und Produktionsstätten in den USA sowie auch weitere Internationalisierungsformen	Verringerung von Fixkosten durch frühzeitige Vermeidung von nicht-tarifären Handelshemmnissen Aber: Gefahr der Dominanz von Großunternehmen	Mittel- und langfristig beachtliche Kostenentlastung Im ungünstigen Fall jedoch Erhöhung der Marktmacht von großen Wettbewerbern	Insbesondere bei hoher Bedeutung von Normen und Standards (u. a. Verarbeitendes Gewerbe, Gesundheitswesen, Finanzdienstleistungen)

© IfM Bonn

Quelle: Eigene Zusammenstellung.

Die Maßnahmen fördern grundsätzlich den Wettbewerb sowohl in der EU als auch in den USA. Unternehmen mit überlegenem Preis-Leistungs-Angebot können sich leichter am Markt durchsetzen. Eine zunehmende Wettbewerbsintensität auf dem deutschen Inlandsmarkt kann allerdings zu Umsatzeinbußen bzw. zur Marktverdrängung von einzelnen deutschen Anbietern führen, so z. B. von Anbietern energieintensiv hergestellter Produkte, von Medikamenten, von Dienstleistungen im Bereich Rechtsberatung und Finanzierung sowie von Produkten der Unterhaltungsindustrie.

Im deutsch-amerikanischen Außenhandel erzielen die deutschen Exporteure seit Anfang der 1990er Jahre hohe Überschüsse, besonders in den Waren-

gruppen "Kraftwagen und Kraftwagenteile" sowie "Maschinen", auf die fast die Hälfte der deutschen Exportumsätze in den USA entfällt (vgl. Tabelle 1). Allerdings ist der Aussagegehalt der Exportstatistik eingeschränkt, weil darin die in Drittländern erbrachten Wertschöpfungsanteile nicht korrekt zugeordnet werden (z. B. Produkte amerikanischer Unternehmen, deren Komponenten in China zusammengesetzt werden und die anschließend als Exporte aus China statistisch erfasst werden). Die bilaterale Exportstatistik deutet dennoch darauf hin, dass deutsche Unternehmen in vielen Warengruppen Wettbewerbsvorteile aufweisen. Zugleich sind in diesen Warengruppen deutsche KMU in überdurchschnittlichem Maße exportorientiert. Insgesamt ist daher zu erwarten, dass der Abbau nicht-tarifärer Handelshemmnisse die Marktposition deutscher Unternehmen in den USA in den meisten Industriezweigen weiter stärken würde. Dies gilt auch für KMU, sei es unmittelbar als Exporteur oder mittelbar als Zulieferer von Exporteuren.

Tabelle 1: Deutsche Warenexporte in die USA 2013, nach Warengruppen

Warengruppe	Export in Mio. €	Export in %	Exportsaldo in Mio. €	Nachrichtlich: KMU-Exportquote*
Kraftwagen u. Kraftwagenteile	26.300	29,5	22.000	22,8
Maschinen	14.500	16,3	10.200	32,7
Pharmazeutische u.ä. Erzeug.	8.400	9,4	2.500	27,0
DV-Geräte, elektr./optische Erz.	7.600	8,5	800	30,6
Chemische Erzeugnisse	6.100	6,9	1.200	31,4
Sonstige Fahrzeuge	5.300	5,9	-500	31,5
Elektrische Ausrüstungen	5.200	5,8	3.300	25,1
Metalle	3.200	3,6	2.200	22,1
Metallerzeugnisse	2.400	2,7	1.700	16,1
Gummi- und Kunststoffwaren	2.000	2,3	1.000	25,2
Nahrungsmittel u. Futtermittel	1.000	1,1	400	8,0
Sonstiges	7.200	8,1	-4.100	-
Insgesamt	89.400	100,0	40.800	20,9

© IfM Bonn

\* Anteil der Exporte (weltweit, nicht nur USA) am Gesamtumsatz der KMU in 2010.

Quelle: Statistisches Bundesamt: GENESIS Online-Datenbank (Statistik-Nr.: 51000-0007); Hoffmann et al. 2013 (Tabelle A26); eigene Berechnungen.

## 5 Ansatzpunkte für die Wirtschaftspolitik

Der deutsche Mittelstand hat die Internationalisierung auf seiner Agenda. Die Auslandsaktivitäten leisten einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Ent-

wicklung der Unternehmen, wenngleich sie mit höheren Risiken (z. B. Zahlungsausfälle, Haftungsrisiken) einhergehen als Inlandsaktivitäten. Die Entscheidung, im Ausland aktiv zu werden, liegt im Verantwortungsbereich der KMU, da sie das Risiko eines verfehlten Engagements tragen müssen. Zudem verfügen nicht alle Unternehmen über die notwendigen Fähigkeiten zur Internationalisierung. Daher sollte die Wirtschaftspolitik Internationalisierungsanstrengungen unterstützen, aber Unternehmen nicht zum Auslandsengagement drängen.

Mindestens die Hälfte der auslandsaktiven mittelständischen Unternehmen dürfte in näherer Zukunft seine Auslandsaktivitäten ausweiten. Mehrheitlich bewältigen sie dies mit eigenen Ressourcen und unter Zuhilfenahme externer Informationsdienstleister. Dies ist möglich, weil keine universellen, systematischen Hindernisse für den Markteintritt im Ausland, gerade im EU-Binnenmarkt, bestehen. Zugleich existiert ein vielfältiges privatwirtschaftliches Unterstützungsangebot, das durch öffentliche Informationsanbieter und Förderinstitutionen ergänzt wird. Nur wenige Unternehmen müssten bzw. würden die Auslandsaktivitäten reduzieren, falls eine öffentliche Unterstützung ausbliebe.

Eine umfassende Evaluierung der öffentlichen Unterstützungsangebote im Bereich Internationalisierung steht aus. Unternehmensbefragungen legen jedoch nahe, dass die Programme und Träger bei kleinen Unternehmen oft nicht bekannt sind. Einige Angebote im Bereich Finanzierung/Absicherung richten sich inhaltlich eher an größere Unternehmen. Förderangebot und Trägerlandschaft sind aus Sicht der KMU zu intransparent. Verantwortlichkeiten auf Bundes- und Länderebene (Ministerialebene und Förderakteure) überschneiden sich. Viele Träger bieten ähnliche Maßnahmen an. Eine eindeutige Aufgabenteilung zwischen Bund und Ländern einerseits und eine größere Transparenz des Angebots andererseits würden die Effizienz der Außenwirtschaftsförderung deutlich verbessern.

Die zukünftige Ausrichtung der Förderpolitik sollte sich u. a. daran orientieren, welchen Unterstützungsbedarf die Unternehmen in Abhängigkeit von ihrem Internationalisierungsgrad äußern. Für die meisten der in Übersicht 2 aufgeführten Typen auslandsaffiner Unternehmen reichte es aus, wenn die öffentliche Hand wie bisher Informationsmöglichkeiten bereitstellte, dies aber zunehmend auch für weit entfernte Märkte. Finanzielle Förderungen sind aus Sicht der KMU gegenwärtig nur in Ausnahmefällen erforderlich. Der Finanzbedarf



kann allerdings stark steigen, wenn z. B. große industrielle Endhersteller Auslandsinvestitionen tätigen und infolgedessen Zulieferer neue Produktionsstätten im Ausland eröffnen müssen. Aktuell wie auch zukünftig werden vor allem Angebote einer öffentlich geförderten Absicherung von politischen Risiken nachgefragt, weil hier ein Marktversagen im Versicherungswesen unterstellt werden kann.

**Übersicht 2: Zukünftiger Bedarf an Unterstützung für mittelständische Unternehmen nach deren Aktivitätsgrad**

<b>Unternehmen</b>	<b>Entwicklung</b>	<b>Unterstützungsbedarf</b>
(Mittelgroße und große) auslandsaktive Unternehmen mit Expansionsstrategie	Hohes Wachstum	Informationen, bei Marktversagen: Absicherungen, ggf. Finanzierung
Auslandsaktive Unternehmen ohne Expansionsstrategie, kleine Unternehmen mit Expansionsstrategie	Wachstum	Informationen, Hinweis auf Finanzdienstleister zur Absicherung und Finanzierung
Unternehmen, die erste Auslandsaktivitäten erwägen	Umsetzung (bei hohem Risiko des Scheiterns)	
Gründungen mit Auslandsorientierung	Wachstum	
Born Globals/Serielle Gründer	Hohes Wachstum	Informationen, Risikokapital
Binnenmarktorientierte Unternehmen	Verhaltenes Wachstum, Verdrängung durch neue Wettbewerber	(Informationen), Schutz vor unfairem Wettbewerb, Einreiseerleichterungen für Ausländer
Investoren aus dem Ausland	Zustrom nach Deutschland	Ansiedlungsanreize, Willkommenskultur für Investoren, Informationen

© IfM Bonn

Quelle: Eigene Zusammenstellung

Da die Anzahl bereits internationalisierter und auslandsinteressierter KMU deutlich die Millionengrenze übersteigt, sollte sich die Außenwirtschaftsförderung angesichts begrenzter öffentlicher Budgetmittel auf Maßnahmen mit großer Breitenwirkung konzentrieren. Dazu gehören vor allem Informationsangebote zu Auslandsmärkten, Marketingstrategien und administrativen Markteintrittsbarrieren. Hohe Breitenwirkung käme auch Maßnahmen zu, die das Standortimage von Deutschland als (Wirtschafts-)Standort für hochwertige Güter und Dienstleistungen stärken. Die Bewerbung der Kennzeichnung "Made in Germany" dürfte für KMU, die eine intensive Bewerbung eigener Marken nicht finanzieren können, besonders hilfreich sein. Und eine verstärkte Bewerbung Deutschlands als Zielort für Tourismus würde selbst für nicht auslandsorientierte Unternehmen Impulse erzeugen. Zu begrüßen wären zudem aus Sicht

der KMU weitere Einreiseerleichterungen für Touristen und Geschäftsreisende.

Die Rahmenbedingungen für Auslandsaktivitäten könnte die Wirtschaftspolitik durch den Abbau struktureller Handels- und Investitionshindernisse verbessern. Daher sind Freihandelsabkommen wie TTIP, die nicht-tarifäre Handelshemmnisse reduzieren, grundsätzlich zu begrüßen. Weitere positive Effekte gingen von TTIP aus, wenn sich andere aufstrebende Wirtschaftsräume wie z. B. China oder Indien zukünftig an den zwischen der EU und den USA vereinbarten Standards orientieren oder diese übernehmen würden. KMU-Interessen könnten im TTIP innerhalb der regulatorischen Kooperation u. a. durch spezielle Mittelstandsbeauftragte, Clearingstellen oder Repräsentanten von mittelständisch geprägten Wirtschaftsverbänden eingebracht und vertreten werden. Wir schlagen eine direkte Unterstützung von KMU vor, die sich am Konsultationsprozess beteiligen, z. B. in Form einer Aufwandskompensation oder einer Aufbereitung und Kommentierung von relevanten Unterlagen. Von hoher Bedeutung für die Beteiligung mittelständischer Unternehmen am Konsultationsprozess ist die frühzeitige Offenlegung von geplanten Regulierungsinhalten. Angesichts der positiven Auswirkungen von Freihandelsabkommen auf deutsche Unternehmen könnten im TTIP-Verhandlungsprozess u. U. umstrittene Regelungsinhalte (wie z. B. außergerichtliche Schiedsverfahren) zugunsten eines zügigen Vertragsabschlusses ausgespart werden.

Wie erwähnt können von Freihandelsabkommen für einzelne Unternehmen bzw. Branchen auch negative Effekte ausgehen. Nicht völlig auszuschließen ist, dass Schließungen größerer wettbewerbsschwacher Unternehmen u. U. zu negativen Auswirkungen auf dem regionalen Arbeitsmarkt führen. Derartige Entwicklungen sprechen aber nicht per se gegen Freihandelsabkommen. Negative Arbeitsmarkteffekte können ggf. mit vorübergehenden staatlichen Hilfen abgefedert werden.

Die Außenwirtschaftsförderung wird von der Mehrheit der auslandsaktiven KMU als positiv wahrgenommen. Die Unterstützungsangebote sind aber nur solange effizient, wie sie an den Erfordernissen der Unternehmen ausgerichtet sind. Ob dies der Fall ist, ließe sich durch eine regelmäßige Evaluierung der öffentlichen Unterstützungsangebote durch die Nutzer feststellen, wie es z. B. in Großbritannien praktiziert wird. Dies ließe sich unter Nutzung neuartiger IuK-Technologien heute leichter umsetzen als früher. Angesichts schneller weltwirtschaftlicher Entwicklungen könnte ein regelmäßiges Monitoring der

Außenwirtschaftsförderung dazu beitragen, einen möglichen Optimierungsbedarf frühzeitig zu erkennen.

## Literatur

Brink, S.; Wallau, F. (2013): BDI-Mittelstandspanel: Ergebnisse der Online-Mittelstandsbefragung – Frühjahr 2013, Untersuchung im Auftrag des Bundesverbands der Deutschen Industrie e.V. (BDI), der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und der IKB Deutsche Industriebank AG, Berlin, Düsseldorf und Bonn.

Deutsche Bundesbank (2014): Direktinvestitionen lt. Zahlungsbilanzstatistik. Für den Berichtszeitraum 2010 bis 2013, Frankfurt.

Deutsche Bundesbank (1998): Kapitalverflechtung mit dem Ausland, Statistische Sonderveröffentlichung 10, Frankfurt.

Hoffmann, M.; Holz, M.; Kranzusch, P. (2013): Außenwirtschaftsaktivitäten von kleinen und mittleren Unternehmen im Lichte der amtlichen Statistik, IfM Bonn: Daten und Fakten Nr. 9, Bonn.

HSBC (2013): Global Connections Report, Download unter: <https://globalconnections.hsbc.com/global/en/tools-data/trade-forecasts/global> (23.02.2015).

Kay, R.; Holz, M.; Kranzusch, P. (2014): Mittelstand im globalen Wettbewerb: Internationalisierung als unternehmerische und wirtschaftspolitische Herausforderung. Gutachten i.A. der Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik der Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn.

Kranzusch, P.; Holz, M. (2013): Internationalisierungsgrad von KMU. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 222, Bonn.

Peters, H.; Wagner, M. (2012): Deutschlands Exportüberschuss auf dem Weg zu neuen Höchstständen - eine Projektion bis 2017, in: Wirtschaftsdienst 12/2012, S. 838-842.

Statistisches Bundesamt (2015): Globalisierungsindikatoren. Kennzahlen zur Außenwirtschaft nach dem VGR-Konzept, Wiesbaden; [https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/Globalisierungsindikatoren/Tabellen/01\\_02\\_03\\_44\\_VGR.html](https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/Globalisierungsindikatoren/Tabellen/01_02_03_44_VGR.html) (23.02.2015).

Welter, F.; Bijedić, T.; Brink, S.; Kriwoluzky, S. (2014a): Triebwerk des Erfolgs – der deutsche Mittelstand im Fokus, Auswertung der aktuellen Befragung 2014 im Auftrag von GE Capital Deutschland, London.

Welter, F.; May-Strobl, E.; Schlömer-Laufen, N.; Kranzusch, P.; Ettl, K. (2014b): Das Zukunftspanel Mittelstand – Eine Expertenbefragung zu den Herausforderungen des Mittelstands, IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 229, Bonn.

World Trade Organization (WTO) (2015): International Trade Statistics 2014, [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2014\\_e/its14\\_toc\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2014_e/its14_toc_e.htm) (23.02.2015).

World Bank (2015): Online Data Bank – Indicator: "GDP (Current US-)", <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> (23.02.2015).