

Going International 2007

Auswertung Sachsen-Anhalt

Standortpolitik

Starthilfe und Unternehmensförderung

Aus- und Weiterbildung

Innovation und Umwelt

Recht und Fair Play



International



Landesarbeitsgemeinschaft der
Industrie- und Handelskammern
in Sachsen-Anhalt

INHALT

Die Ergebnisse im Überblick	2
1. Hintergründe und Eckdaten zur Umfrage	3
2. Gründe und Motive für das Auslandsengagement sachsen-anhaltischer Unternehmen	5
3. Aktivitätsformen - Wie sind die Unternehmen im Ausland aktiv?	6
4. Zielregionen für das Auslandsgeschäft	8
5. Entwicklung des Auslandsumsatzes	9
6. Entwicklung von Umsatz, Gewinn und Personalbestand auslandsaktiver Unternehmen Sachsen-Anhalts im In- und Ausland	10
7. Geschäftssituation und Geschäftsperspektiven in den wichtigsten Zielmärkten	12
8. Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen	16
9. Inanspruchnahme der Leistungsangebote der IHKn	18

Die Ergebnisse im Überblick

1. Hintergründe und Eckdaten zur Umfrage

2.900 Unternehmen beteiligt - 183 Antworten aus dem Mittelstand Sachsen-Anhalts - Dienstleister verstärken Auslandsengagement

2. Gründe und Motive für das Auslandsengagement sachsen-anhaltischer Unternehmen

Erschließung neuer Märkte erfolgreich - Personal- und Sachkostenvorteile im Ausland nicht bestätigt

3. Aktivitätsformen - Wie sind die Unternehmen im Ausland aktiv?

81 Prozent der auslandsaktiven sachsen-anhaltischen Unternehmen im Export tätig - wachsender Einfluss von Kooperationen - Einkaufsbüros und E-Commerce nur als Nischensegment

4. Zielregionen für das Auslandsgeschäft

Europa ist Zielmarkt Nummer 1: Schweiz, Österreich und Polen vorn

5. Entwicklung des Auslandsumsatzes

Steigende Umsätze im Ausland erwartet

6. Entwicklung von Umsatz, Gewinn und Personalbestand auslandsaktiver Unternehmen Sachsen-Anhalts im In- und Ausland

Auslandsengagement sichert Unternehmen und schafft Arbeitsplätze im Inland - Umsätze und Gewinne steigen

7. Geschäftssituation und Geschäftsperspektiven in den wichtigsten Zielmärkten

Europäische Märkte gewohnt positiv eingeschätzt - Russland, China und Schweiz jeweils in Spitzengruppe

8. Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen

Marktbezogene Hindernisse stellen größte Hürden dar - Suche und Auswahl verlässlicher Partner, schwerer Markteinstieg und Beschaffung verlässlicher Informationen am häufigsten genannt - Fehlende Fördergelder zweitwichtigstes K.o.-Kriterium

9. Inanspruchnahme der Leistungsangebote der IHKn

IHK-Leistungen anerkannt und positiv bewertet - Gute Arbeit der IHKn in Sachsen-Anhalt

1. Hintergründe und Eckdaten zur Umfrage

2.900 Unternehmen beteiligt - 183 Antworten aus dem Mittelstand Sachsen-Anhalts - Dienstleister verstärken Auslandsengagement

Die bundesweite Umfrage „Going International 2007“ des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) wurde mit Unterstützung von 80 Industrie- und Handelskammern (IHK) und erstmals 31 bilateralen deutschen Auslandshandelskammern (AHK) durchgeführt.

Die Online-Umfrage im Juli 2007 haben insgesamt 3.600 deutsche Unternehmen, die Inlandsbefragung knapp 2.900 auslandsaktive Unternehmen mit Sitz in Deutschland beantwortet. Aus Sachsen-Anhalt haben sich fast 20 Prozent der befragten außenwirtschaftlich aktiven Unternehmen beteiligt.

Über die Hälfte der teilnehmenden Firmen (knapp 53 Prozent) sind Mittelständler (500 Tsd. bis 10 Mio. € Umsatz), 25,3 Prozent kleine Unternehmen (bis 500 Tsd. € Umsatz), 17,8 Prozent größere Mittelständler (10 - 50 Mio. € Umsatz) und 4 Prozent große Unternehmen (über 50 Mio. € Umsatz).

Knapp 54 Prozent stammen aus dem verarbeitenden Gewerbe, 34,6 Prozent aus dem Dienstleistungsgewerbe und 11,7 Prozent aus dem Handel.

Insbesondere der hohe Anteil an Dienstleistern unter den diesjährigen Antworten zeigt, dass gerade diese Branche bei der Erschließung internationaler Märkte deutlich zulegt hat (2007: 34,6 Prozent, 2005: 9 Prozent).

Insgesamt bestätigt die diesjährige Befragung auch die Ergebnisse der Umfrage aus dem Jahr 2005. Der Standort Deutschland sowie die Unternehmen profitieren vom Auslandsengagement und sichern ihre Wettbewerbsfähigkeit.

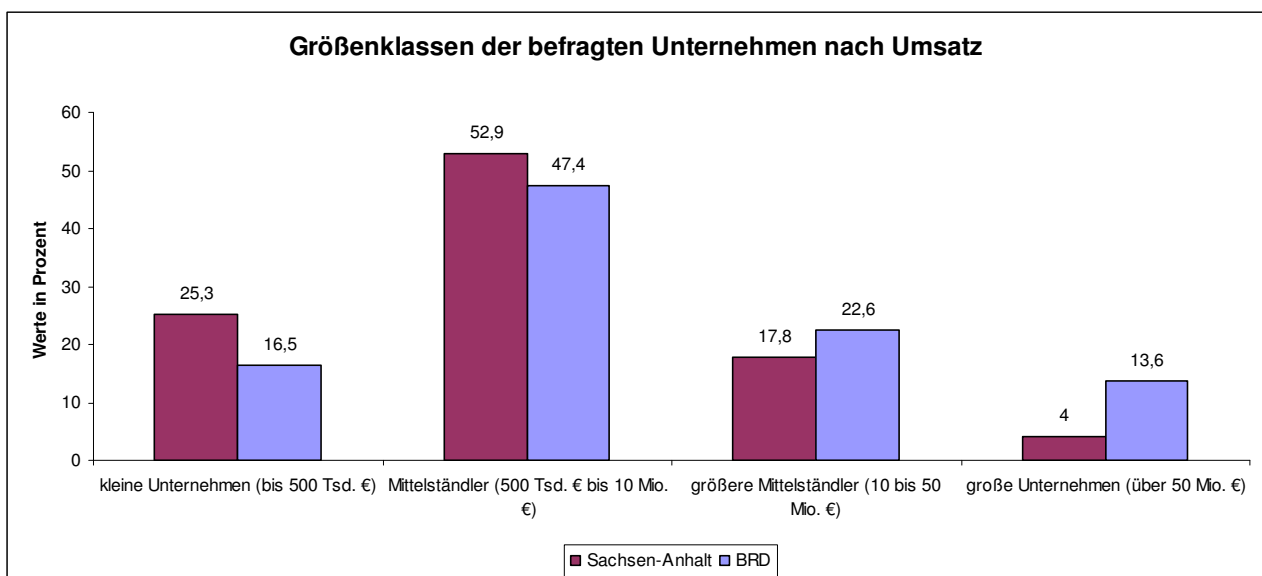


Abb. 1: Aufteilung der teilnehmenden Unternehmen nach Betriebsgröße (Inlandsumsatz) - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

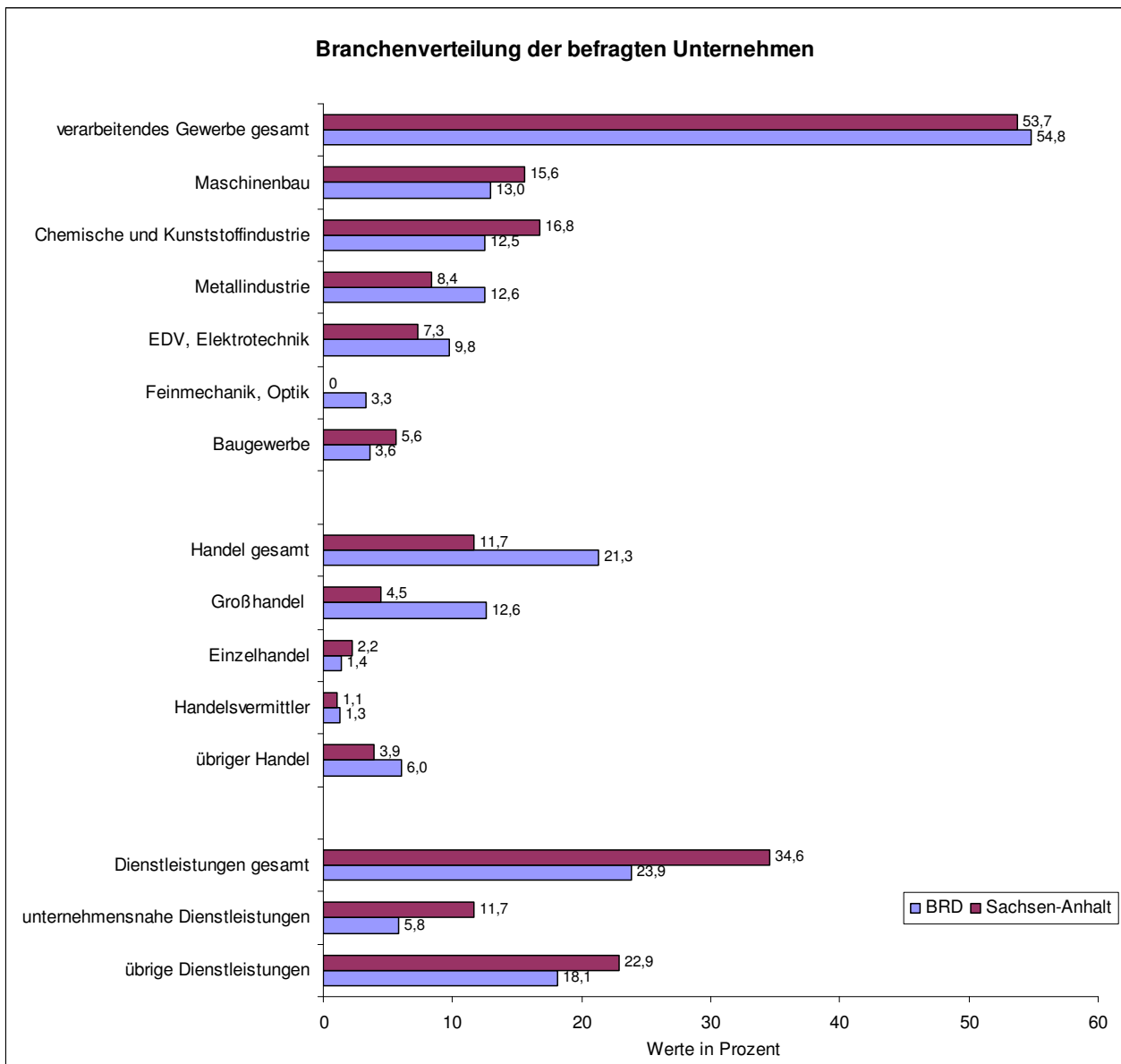


Abb. 2: Branchenzugehörigkeit der teilnehmenden Unternehmen - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

2. Gründe und Motive für das Auslandsengagement sachsen-anhaltischer Unternehmen

Erschließung neuer Märkte erfolgreich - Personal- und Sachkostenvorteile im Ausland nicht bestätigt

Was sind die Beweggründe, die zu einem Auslandsengagement der befragten Unternehmen geführt haben und in welchem Maße haben sich die Erwartungen erfüllt?

Die befragten Unternehmen in Sachsen-Anhalt gaben insbesondere die folgenden drei Motive für ihr Auslandsengagement an: für 98 Prozent ist die Erschließung neuer Märkte der wichtigste Grund. An zweiter Stelle steht mit 87 Prozent die bessere Wettbewerbssituation oder der spezielle Markt für das Produkt. Mit 79 Prozent folgt das Motiv Kundenwunsch bzw. Kundennähe.

Niedrigere Personal- und Sachkosten, das Vorliegen von besseren staatlichen Rahmenbedingungen und die bessere Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal sind für mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (57 bzw. 55 Prozent) eher am unteren Ende angesiedelt.

Die Rangfolge der Beweggründe ist bundesweit konform zu den Ergebnissen in Sachsen-Anhalt.

Von den Unternehmen, die mit dem Ziel der Erschließung neuer Märkte Geschäftsbeziehungen zum Ausland aufgebaut haben, sind die Erwartungen für 71,3 Prozent in Erfüllung gegangen. Bei den positiven Standortbedingungen sind zwei weitere Bereiche erwähnenswert: Die Punkte „Wettbewerbssituation oder der spezielle Markt für mein Produkt“ sehen 66,4 Prozent und „Kundenwunsch/Nähe zum Kunden“ 65,2 Prozent als erfüllt an.

Der viel zitierte Punkt niedrigere Personal- und Sachkosten oder die bessere Verfügbarkeit von qualifiziertem Personal sind keine wesentlichen Beweggründe für Auslandsaktivitäten: sachsen-anhaltische Unternehmen, die deswegen ins Ausland gegangen sind, sehen ihre Erwartungen zu 74,7 bzw. 88 Prozent als nicht erfüllt an. Des Weiteren gaben 84,2 Prozent an, dass die Erwartungen, im Ausland bessere staatliche Rahmenbedingungen anzutreffen, unerfüllt geblieben sind.

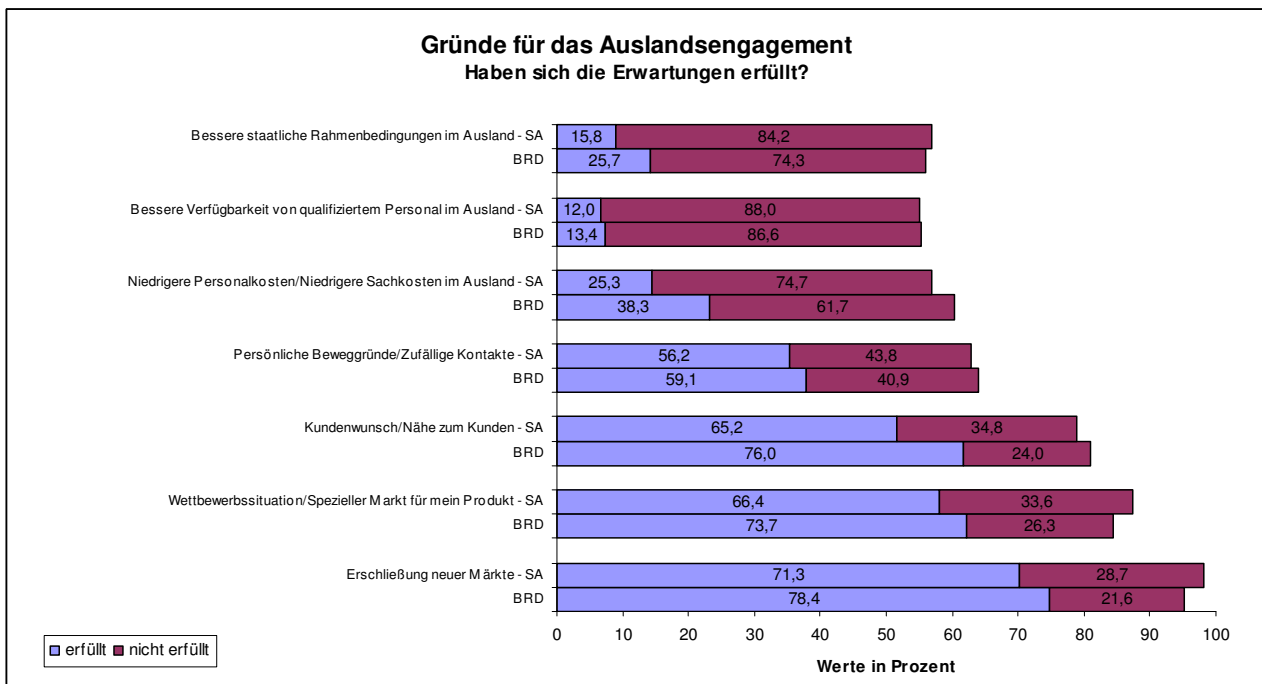


Abb. 3: Gründe und Motive für das Auslandsengagement, Erfüllung von Erwartungen - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

3. Aktivitätsformen - Wie sind die Unternehmen im Ausland aktiv?

81 Prozent der auslandsaktiven sachsen-anhaltischen Unternehmen im Export tätig - wachsender Einfluss von Kooperationen - Einkaufsbüros und E-Commerce nur als Nischensegment

Auslandsaktive Unternehmen aus Sachsen-Anhalt setzen verstärkt auf den Export ihrer Produkte und Dienstleistungen. Während unter Sachsen-Anhalts auslandsaktiven Unternehmen 80,9 Prozent exportieren, sind dies im Bundesdurchschnitt etwas mehr - 88,1 Prozent. An zweiter Stelle folgen Engagements mit Kooperationspartnern (43,1 Prozent), im Gegensatz zum Bundesdurchschnitt, wo dies lediglich 29,9 Prozent angegeben haben.

Firmen aus Sachsen-Anhalt gehen demnach häufiger Kooperationen im Ausland ein als im Bundesdurchschnitt, während im Gegenzug öfter exportiert wird als in Sachsen-Anhalt. Das deckt sich mit der Wirtschaftsstruktur Sachsen-Anhalts, die vermehrt Güter produziert, die vor ihrem Export in der Wertschöpfungskette weiterverarbeitet werden müssen.

Auf den weiteren Plätzen folgen Sourcing/Einkauf (29,7 Prozent) sowie der Import (28,6 Prozent) aus dem Ausland. Beachtlich ist dabei, dass 96,1 Prozent der sachsen-anhaltischen Unternehmen ihr Einfuhrgeschäft erfolgreich bewerten (bundesweit 90,8 Prozent). Kaum Bedeutung haben Einkaufsbüros und E-Commerce.

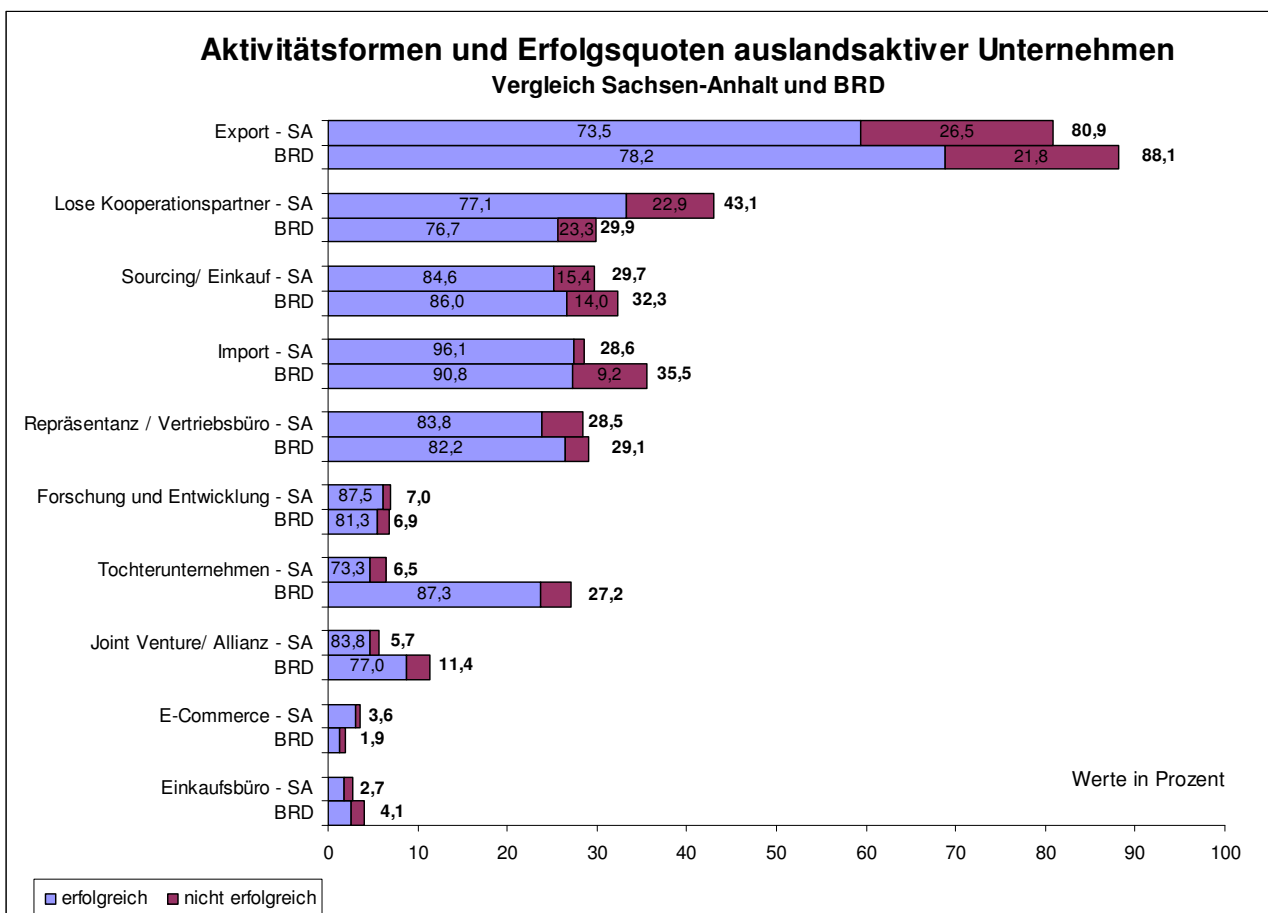


Abb. 4: Aktivitätsformen und Erfolgsquoten auslandsaktiver Unternehmen - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD geordnet nach der Anzahl der Unternehmen, die über die jeweiligen Aktivitätsformen im Ausland tätig sind

Besonderheiten in den Wirtschaftsbeziehungen zu einzelnen Ländern

Mit **Italien** besteht ein besonders intensives Import-Verhältnis. 50 Prozent der in Italien aktiven Firmen Sachsen-Anhalts haben dies angegeben, bei einer Erfolgsquote von 100 Prozent. Mit **Österreich** hingegen sind 95,8 Prozent der dort aktiven Unternehmen im Export erfolgreich, sogar 100 Prozent im Sourcing und Import.

Beim Geschäft in **Polen** gehen sachsen-anhaltische Unternehmen häufig Kooperationen ein, um erfolgreich zu sein (43,8 Prozent). Sourcing/Einkauf wird mit gleicher Intensität betrieben. Weiterhin werden überdurchschnittlich viele Waren bzw. Dienstleistungen aus Polen importiert. (42,9 Prozent der dort aktiven Unternehmen).

In den **Niederlanden** hingegen wird seltener eingekauft. Sourcing/Einkauf liegt hier nur bei 23,1 Prozent. Dafür wird relativ häufig importiert. 38,9 Prozent der dort aktiven Unternehmen gaben dies an. Die **Schweiz** gilt unter den auslandsaktiven Firmen als reines Exportland. 84,6 Prozent der befragten Unternehmen gaben Exportbeziehungen in die Schweiz als Aktivität an. Im Vergleich dazu werden relativ selten andere Formen von Geschäftsbeziehungen eingegangen. Der Anteil des Exports an allen genannten Auslandsaktivitäten liegt für die Schweiz bei 64,7 Prozent (Durchschnitt Sachsen-Anhalt 44,5 Prozent).

Die wichtigste Aktivitätsform der sachsen-anhaltischen Unternehmen in **China** ist im Gegensatz zu anderen Ländern mit 71,4 Prozent der Import, bei einer angegebenen Erfolgsquote von 100 Prozent. Alle der in China aktiven befragten Unternehmen gaben weiterhin an, bei ihrem Engagement Kooperationen eingegangen zu sein, und das bei einer Erfolgsquote von immerhin 83,3 Prozent.

Bei der Frage nach **Russland** gaben 90,5 Prozent der auslandsaktiven Unternehmen an, dorthin zu exportieren. Diese Unternehmen waren dabei relativ erfolgreich (89,5 Prozent). Auch lose Kooperationen (58,3 Prozent) und Repräsentanzen (54,5 Prozent) sind beliebte Wege um Geschäfte mit Russland durchzuführen. Nur ein geringer Teil hingegen gab an, Importbeziehungen mit Russland zu unterhalten (9,1 Prozent). Zu erwähnen ist ferner **Griechenland**: 80 Prozent der dort aktiven Unternehmen tun dies durch den Export, aber lediglich 37,5 Prozent davon erfolgreich.

4. Zielregionen für das Auslandsgeschäft

Europa ist Zielmarkt Nummer 1: Schweiz, Österreich und Polen vorn

Die Länder der Europäischen Union bilden mit Abstand die wichtigsten Zielmärkte für deutsche Unternehmen. 82 Prozent der sachsen-anhaltischen Unternehmen sind in den EU-15/EFTA-Staaten aktiv, 68 Prozent in den zwölf neueren Mitgliedstaaten und fast die Hälfte der Unternehmen auch in Asien (48 Prozent) und im Länderbereich EU-Bewerberstaaten/Russland/GUS (44 Prozent).

Diese Ergebnisse werden auch durch die Statistik der wichtigsten Ein- und Ausfuhrländer Sachsens-Anhalts in 2006 bestätigt: Über die Hälfte der Länder sind europäisch.

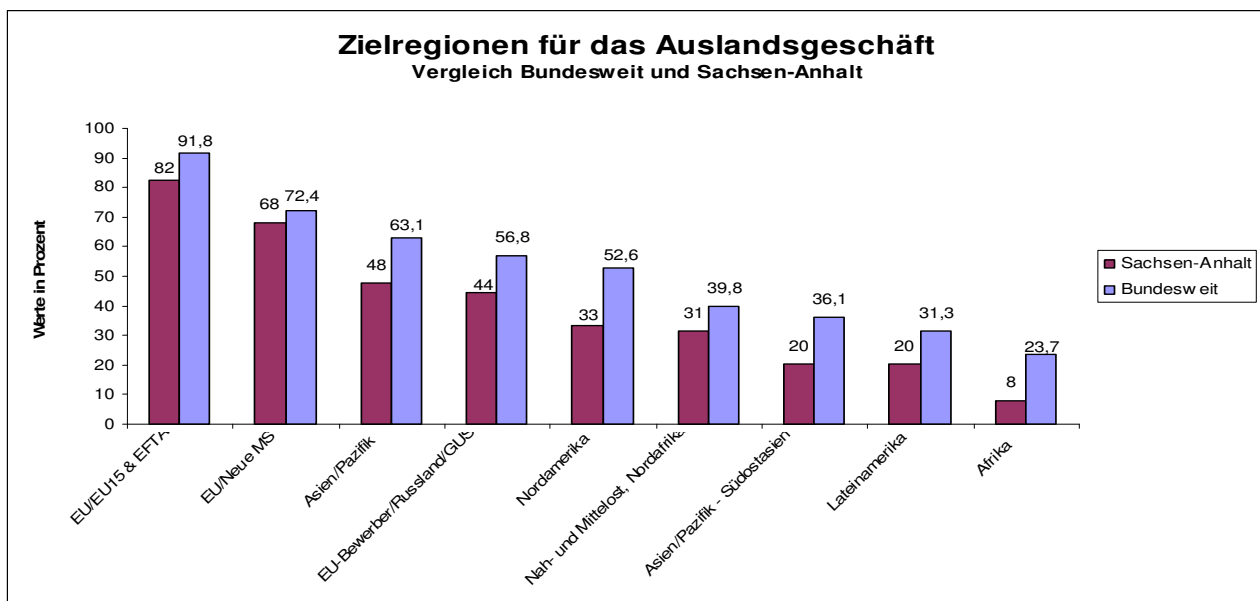


Abb. 5: Zielregionen für das Auslandsgeschäft - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

Die Rangfolge der Ländergruppen ist sowohl bundesweit als auch für Sachsen-Anhalt betrachtet identisch mit dem Ergebnis der Umfrage 2005.

Die zwanzig meistgenannten Zielländer zeigen ebenso auf, dass die innereuropäischen Märkte den Außenwirtschaftsverkehr sachsen-anhaltischer Unternehmen bestimmen. Russland, die USA, Türkei und China sind die meistgenannten Vertreter aus den anderen Ländergruppen.

Die Länder Schweiz und Österreich, gefolgt von Polen sind in der diesjährigen Umfrage die wichtigsten Zielregionen der Außenwirtschaftsaktivitäten sachsen-anhaltischer Unternehmen.

Abb.: TOP 20 Zielregionen für das Auslandsgeschäft – Sachsen-Anhalt

Gesamt		abs.			
1	Schweiz	78	11	Spanien	48
2	Österreich	78	12	China	44
3	Polen	77	13	Frankreich	44
4	Niederlande	72	14	USA	41
5	Italien	63	15	Ungarn	38
6	Großbritannien	59	16	Schweden	38
7	Tschechien	59	17	Türkei	33
8	Belgien	58	18	Finnland	32
9	Russland	57	19	Griechenland	30
10	Dänemark	49	20	Rumänien	29

5. Entwicklung des Auslandsumsatzes

Steigende Umsätze im Ausland erwartet

Derzeit beträgt der durchschnittliche prozentuale Umsatzanteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz der sachsen-anhaltischen Unternehmen 31,7 Prozent. Bis zum Jahr 2011 wird eine Steigerung um fast 25 Prozent auf 39,1 Prozent erwartet. Bundesweit liegt der Umsatzanteil durchschnittlich bereits bei 38,8 Prozent, jedoch wird bis zum Jahr 2011 eine Steigerung um ca. 18 Prozent auf 45,7 Prozent erwartet.

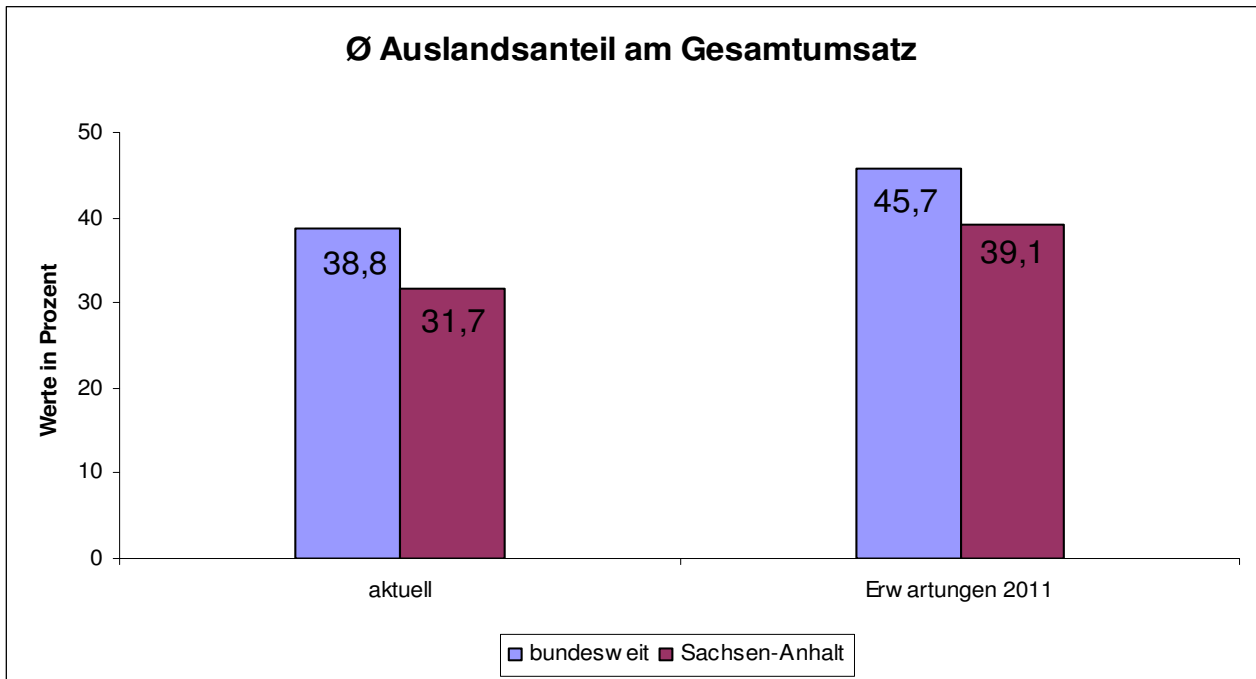


Abb. 6: Durchschnittlicher prozentualer Auslandsanteil am Gesamtumsatz - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

Die Hälfte der befragten sachsen-anhaltischen Unternehmen erhofft sich für 2011 einen Auslandsumsatz von mehr als 40 Prozent, 29 Prozent sogar über 60 Prozent.

Was die aktuellen Auslandsumsätze betrifft, so sind vor allem Unternehmen aus der chemischen und Kunststoffindustrie und aus dem Maschinenbau besonders gut aufgestellt (66 bzw. 44 Prozent mit mehr als 40 Prozent Auslandsumsatz). Bei der Prognose für den Auslandsumsatzanteil 2011 zeigt sich ein ähnliches Bild. 80 Prozent der Unternehmen der chemischen und Kunststoffindustrie erwarten einen deutlichen Anstieg des Auslandsumsatzes auf über 40 Prozent, 44 Prozent der Unternehmen des Maschinenbaus und 30 Prozent der Unternehmen aus dem sonstigen Dienstleistungsbereich.

6. Entwicklung von Umsatz, Gewinn und Personalbestand auslandsaktiver Unternehmen Sachsen-Anhalts im In- und Ausland

Auslandsengagement sichert Unternehmen und schafft Arbeitsplätze im Inland - Umsätze und Gewinne steigen

Das Auslandsgeschäft hat insgesamt positive Auswirkungen auf den Gewinn, den Umsatz und den Personalbestand der Unternehmen - sowohl im Inland als auch im Ausland.

65,6 Prozent der befragten Unternehmen aus Sachsen-Anhalt haben ihren Inlandsumsatz in den letzten fünf Jahren in Deutschland erhöht (bundesweit 66 Prozent), nur 8,9 Prozent verringert. Ähnlich positiv die Gewinnentwicklung: 49,2 Prozent der Unternehmen (bundesweit 52,0) können eine Gewinnzunahme verzeichnen, nur bei 17,3 hat er sich reduziert. 51,4 Prozent der auslandsaktiven Unternehmen haben in den letzten fünf Jahren im Inland Beschäftigung aufgebaut (2005: 45,5 Prozent); 16,4 Prozent (2005: 12,5 Prozent) hingegen abgebaut.

Im Vergleich dazu die aktuellen Umsatzzahlen im Auslandsgeschäft: 44,6 Prozent der auslandsaktiven Unternehmen Sachsen-Anhalts haben ihren Umsatz im Ausland erhöht, nur 9,8 Prozent verringert. Der Positivsaldo beträgt 34,8 Prozentpunkte. Diese Werte liegen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt etwas höher. Dort beträgt der Positivsaldo 29 Prozent.

Beim Gewinn sieht es entsprechend aus: 34,8 Prozent der befragten Unternehmen Sachsen-Anhalts haben ihren Gewinn im Ausland gesteigert, 16,3 Prozent verringert. Das ergibt einen Positivsaldo von 18,7 Prozentpunkten, womit Sachsen-Anhalt fast exakt im Bundesdurchschnitt liegt.

Beim Personalbestand im Ausland zeigen sich größere Unterschiede. 11,1 Prozent der befragten Unternehmen aus Sachsen-Anhalt haben Personal im Ausland erhöht, 10,7 Prozent verringert. Das entspricht einem Saldo von lediglich 0,4 Prozentpunkten. Damit ist kein nennenswerter Aufbau von Personal im Ausland mehr vorhanden. Bundesweit haben immerhin 18 Prozent der Befragten ihr Personal im Ausland erhöht, 9,9 Prozent verringert.

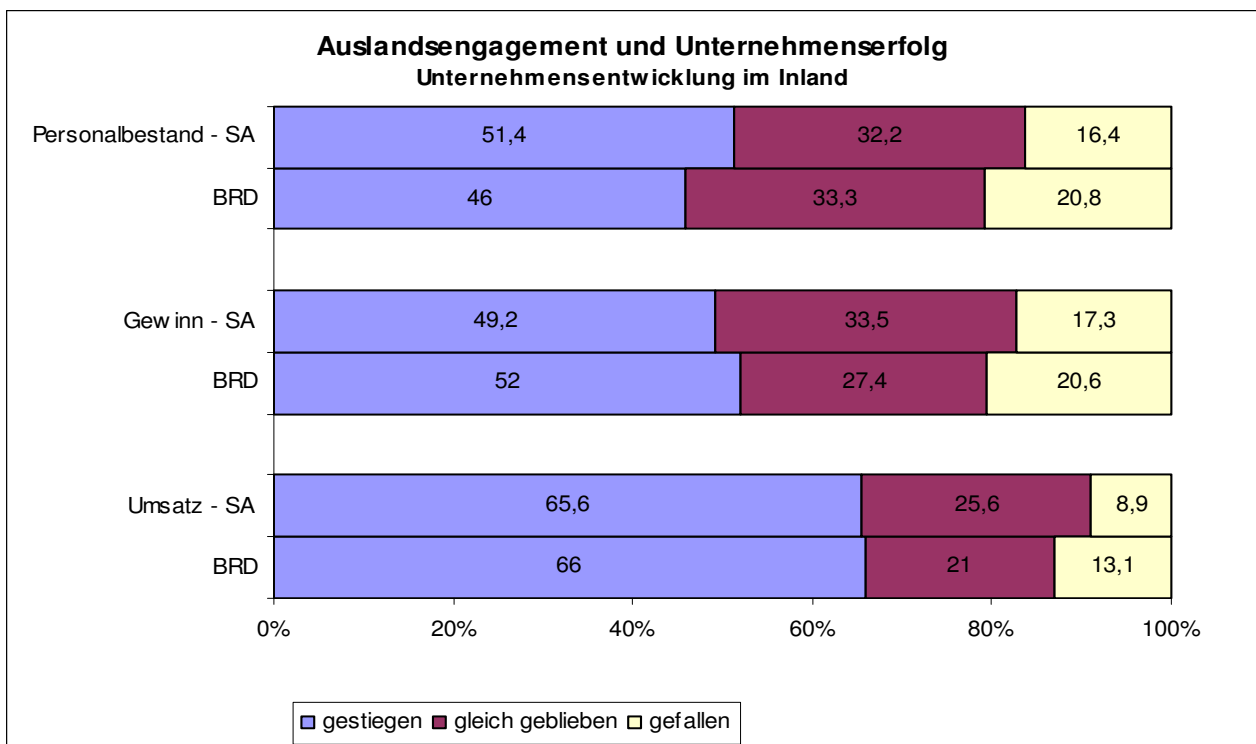


Abb. 7: Entwicklung auslandsaktiver Unternehmen im Inland - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

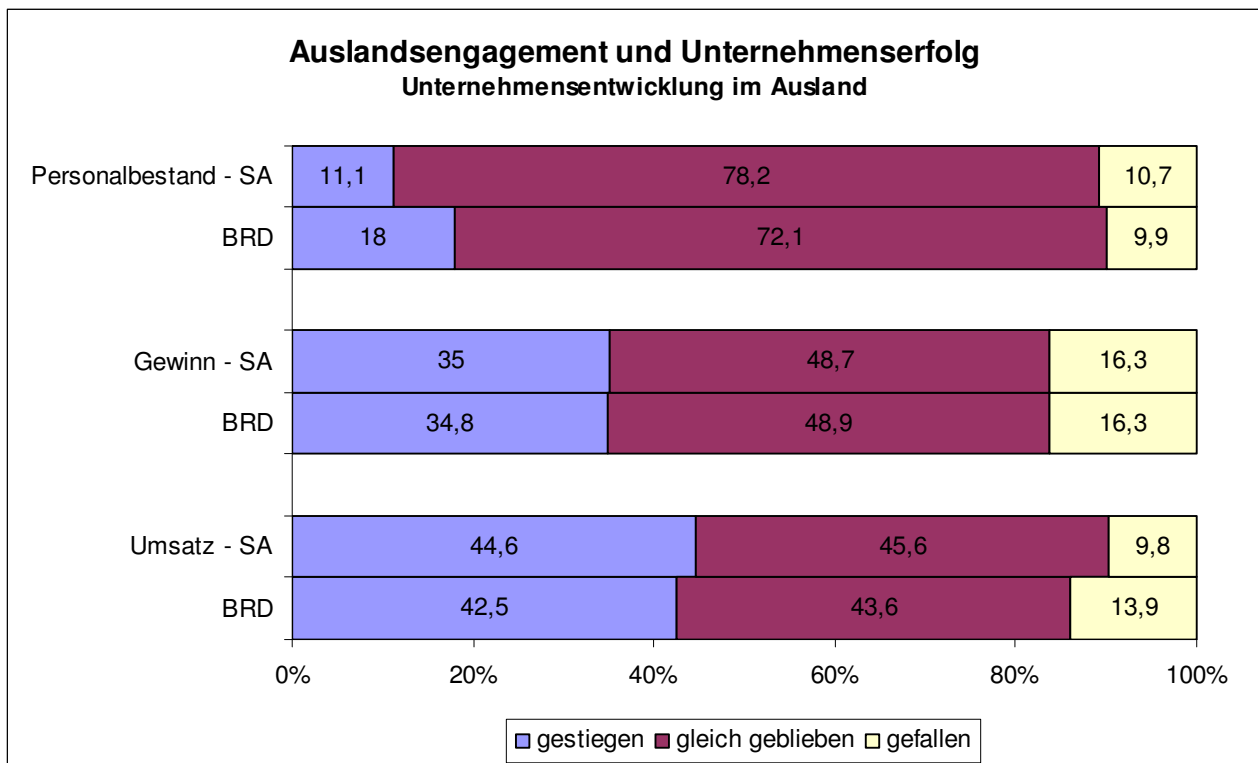


Abb. 8: Entwicklung auslandsaktiver Unternehmen im Ausland - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

Im Vergleich zu Deutschland zum Teil starke Unterschiede in bestimmten Zielmärkten: Russland und China deutlich positiver eingeschätzt

In einzelnen Zielmärkten lassen sich zwischen Sachsen-Anhalt und der Bundesrepublik Unterschiede feststellen. So konnten 64,3 Prozent der befragten in Österreich tätigen Unternehmen Sachsen-Anhalts ihren Umsatz steigern. Bundesweit gaben dies lediglich 44,8 Prozent an.

Bei der Entwicklung des Marktes in **Polen** liegen die befragten Firmen Sachsen-Anhalts beim Umsatz (47,2 Prozent zu 41,7 Prozent) sowie dem Gewinn (37,9 Prozent zu 28,6 Prozent) hingegen unter dem Bundesschnitt. Dennoch war Polen im letzten Jahr der Zielmarkt Nummer 1 im Export Sachsen-Anhalts. Sehr unterschiedlich sind die Angaben beim Personal. So hat keines der befragten Unternehmen Sachsen-Anhalts in den letzten 5 Jahren Personal in Polen aufgebaut, bundesweit taten dies immerhin 25,7 Prozent.

Auch in **Tschechien** hatten die Unternehmen bundesweit eine etwas bessere Entwicklung. 42,9 Prozent haben ihren Umsatz steigern können. In Sachsen-Anhalt konnte dies nur etwa die Hälfte (21,4 Prozent). Das gleiche Ergebnis belegen die Zahlen beim Gewinn (36,4 Prozent zu 18,2 Prozent).

Deutlich positiver hingegen präsentiert sich die Entwicklung in Bezug auf **Russland**. Hier konnten die befragten Unternehmen aus Sachsen-Anhalt beim Umsatz (85 Prozent zu 61,3 Prozent) sowie beim Gewinn (72,2 Prozent zu 49,5 Prozent) stärker zulegen als im Bundesschnitt. Ähnlich ist die Entwicklung in **China**, wo sowohl die Umsatzentwicklung mit 83,3 Prozent zu 62,3 Prozent, als auch die Gewinnentwicklung mit 66,7 Prozent zu 48,8 Prozent klar über der bundesweiten Entwicklung liegt.

7. Geschäftssituation und Geschäftsperspektiven in den wichtigsten Zielmärkten

Europäische Märkte gewohnt positiv eingeschätzt - Russland, China und Schweiz jeweils in Spitzengruppe

Aktuelle Geschäftssituation

Die Unternehmen wurden in landesspezifischen Fragebögen nach der Einschätzung der aktuellen Geschäftssituation und den Geschäftsperspektiven für die nächsten zwei bis fünf Jahre befragt. Die sachsen-anhaltischen Unternehmen schätzten dabei vor allem europäische Zielmärkte als besonders positiv ein. Die meisten Geschäfte machen die befragten Unternehmen mit Österreich.

Einschätzung der gegenwärtigen Geschäftssituation Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD (Rangfolge nach Geschäftstätigkeit)

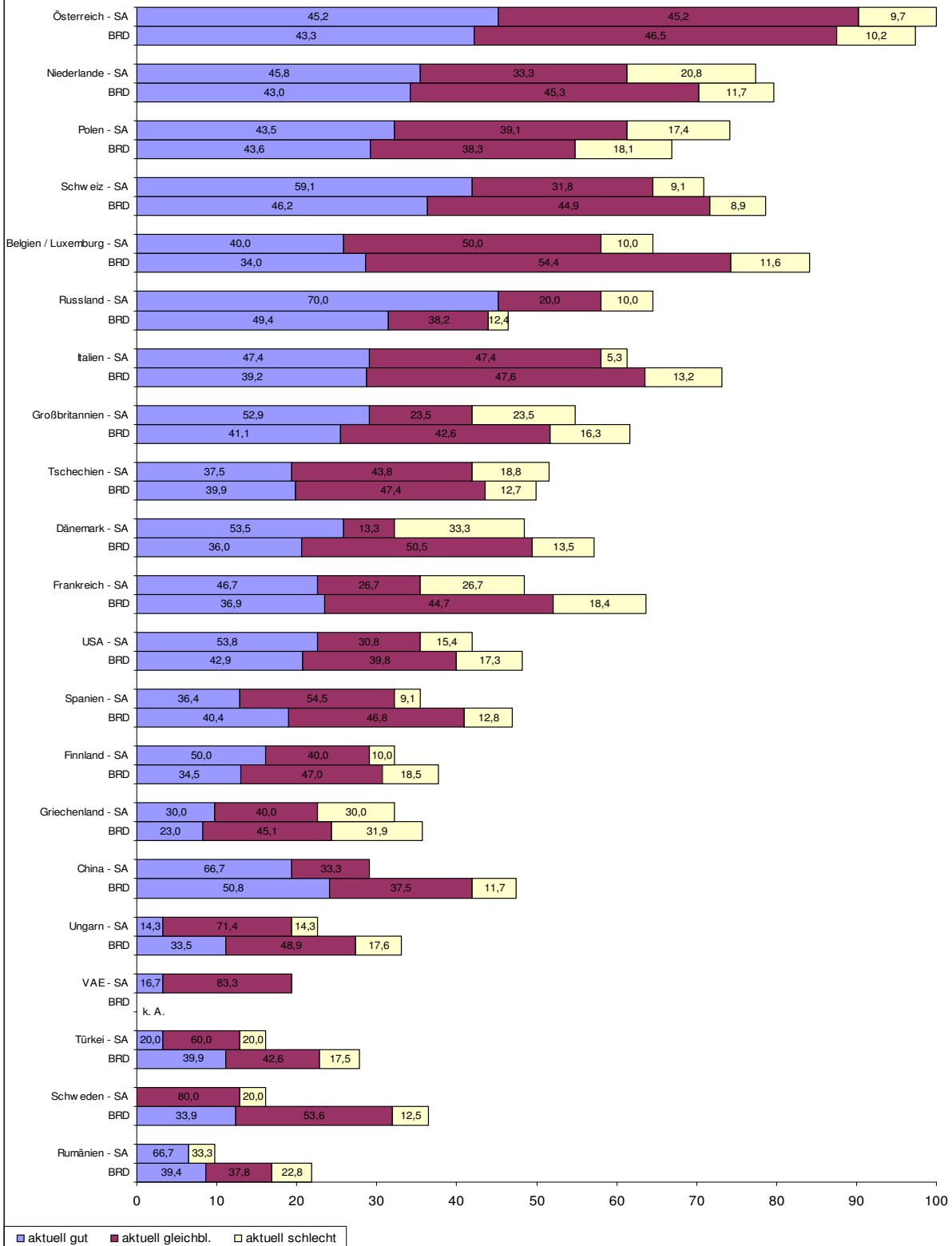


Abb. 9: Einschätzung der gegenwärtigen Geschäftssituation für die TOP 21 Zielländer des Außenhandels - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD, geordnet nach der Anzahl der Unternehmen, die über Geschäftsbeziehungen in die jeweiligen Länder verfügen

Zukünftige Geschäftsperspektiven

Die Einschätzung der Geschäftsperspektiven der befragten sachsen-anhaltischen Unternehmen für die nächsten zwei bis fünf Jahre bestätigt dieses Bild in etwa. Grundsätzlich konnten gegenüber der aktuellen Geschäftssituation alle Länder zulegen, wenn auch in unterschiedlicher Intensität.

Die Spitzenposition bei den mittelfristigen Geschäftserwartungen belegt jedoch erstaunlicherweise die VAE mit einem Positivsaldo (=Differenz zwischen der Einschätzung zukünftig gut und zukünftig schlecht) von 83,3 Prozentpunkten. In den Geschäftserwartungen stellt es nach Einschätzung der hiesigen Unternehmen nunmehr die Geschäftsaussichten in allen angestammten Märkten und in Übersee in den Schatten. Es folgen Rumänien (75 Prozentpunkte), Russland (73,7 Prozentpunkte), China, die Schweiz und Tschechien (alle 66,7 Prozentpunkte).

Die wichtigsten Länder des europäischen Binnenmarkts bleiben auch in Zukunft Hauptziel der Auslandsgeschäfte deutscher Unternehmen: Insgesamt gute Erwartungen setzen die auslandsaktiven Unternehmen in fast alle Länder der EU. Bis auf Frankreich, das mit 13,3 Prozentpunkten europäisches Schlusslicht geworden ist, belegen die genannten EU-Staaten Plätze im Mittelfeld.

Neben China sind keine anderen asiatische Zielmärkte vertreten, in denen die befragten Unternehmen Sachsen-Anhalts nennenswerte Geschäfte tätigen. Indien, welches sich im bundesweiten Vergleich mit 55 Prozentpunkten an oberer Position befindet, fand keine Erwähnung durch die teilnehmenden sachsen-anhaltischen Unternehmen.

Einschätzung der zukünftigen Geschäftssituation Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD (Rangfolge nach Geschäftstätigkeit)

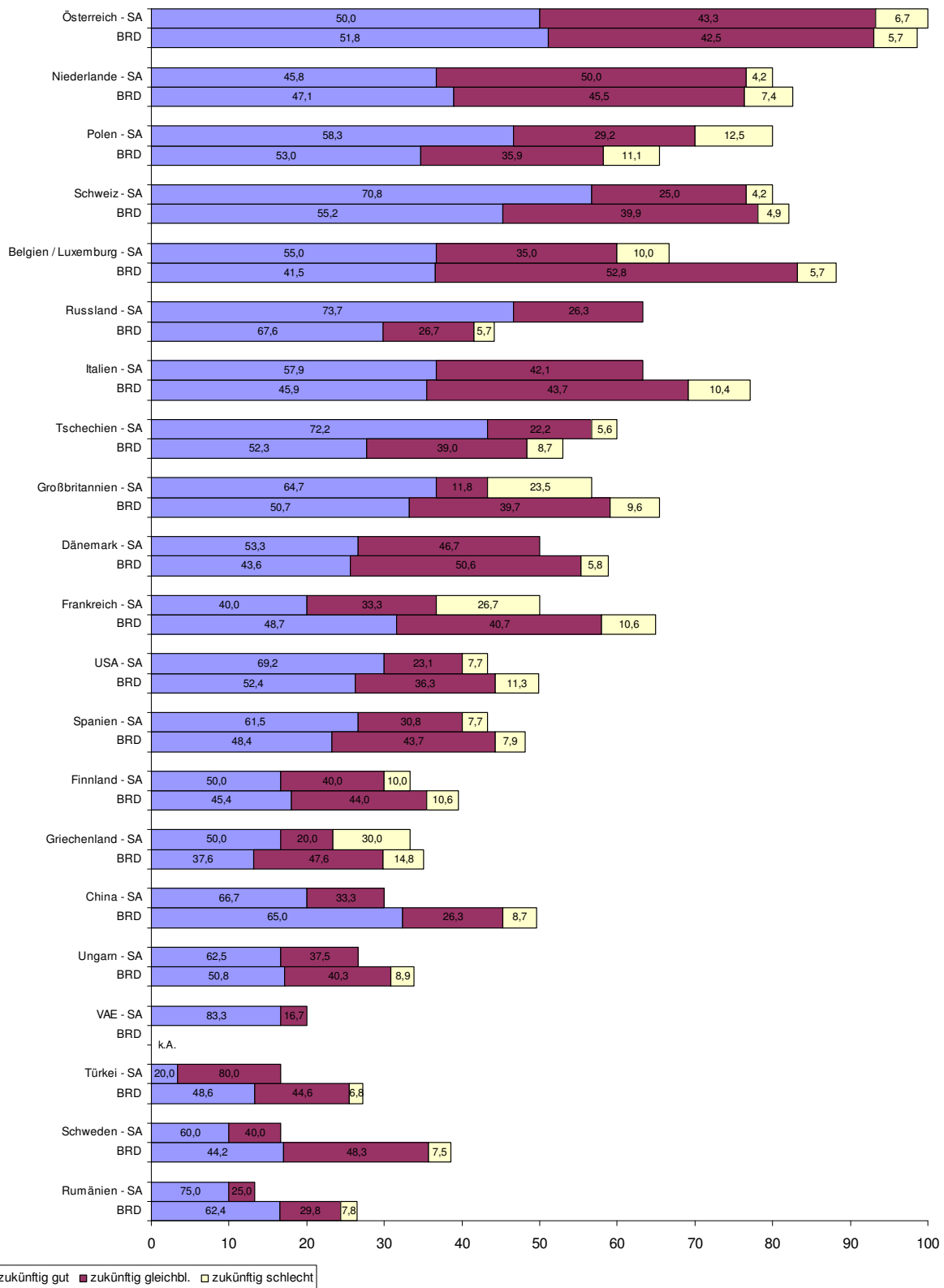


Abb. 10: Einschätzung der zukünftigen Geschäftssituation für die TOP 21 Zielländer des Außenhandels - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD, geordnet nach der Anzahl der Unternehmen, die über Geschäftsbeziehungen in die jeweiligen Länder verfügen

8. Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen

Marktbezogene Hindernisse stellen größte Hürden dar - Suche und Auswahl verlässlicher Partner, schwerer Markteintritt und Beschaffung verlässlicher Informationen am häufigsten genannt - Fehlende Fördergelder zweitwichtigstes K.o.-Kriterium

An erster Stelle steht die Suche und Auswahl verlässlicher Partner für das Auslandsgeschäft. 67,4 Prozent der befragten Unternehmen in Sachsen-Anhalt haben hier Schwierigkeiten und sehen diesen Punkt als gelegentliches Problem oder K.o.-Kriterium. Weitere Hauptprobleme sind das Fehlen verlässlicher Marktinformationen (63,7 Prozent) und die schwierige Marktbearbeitung (60,4 Prozent).

Etwas weniger häufig erweist sich die Anpassung der Produkte bzw. Dienstleistungen an die gegebenen Markterfordernisse als Problem (von 44 Prozent der befragten sachsen-anhaltischen Unternehmen genannt).

Fast gleichauf mit den Unsicherheiten zu rechtlichen Bedingungen, Verträgen oder Zollbestimmungen (40,7 Prozent) liegen die kulturellen Hindernisse (40,2 Prozent). An sechster Stelle der häufigsten Probleme im Außenwirtschaftsgeschäft steht für die befragten Unternehmen der Zugang zu Finanzierungsquellen (mit 36,9 Prozent ausländische und mit 35,2 Prozent inländische).

Standortbezogene Faktoren und Rahmenbedingungen vor Ort besitzen nur eine nachgeordnete Bedeutung: Technische Standards und Normen sowie qualifiziertes Personal sehen wenige der Unternehmen Sachsen-Anhalts als Problem beim Geschäftsaufbau im Ausland an, oft lediglich als gelegentliches Hindernis, aber nicht als K.o.-Faktor. Schlusslicht ist das Nicht-Vorhandensein von Fördergeldern.

Unterscheidet man die Antworten danach, welche der genannten Hindernisse als K.o.-Kriterium bewertet werden, ergibt sich ein anderes Bild. An erster Stelle ändert sich zunächst nichts. 17,1 Prozent der befragten Unternehmen in Sachsen-Anhalt geben an, dass die erfolglose Suche nach einem verlässlichen Geschäftspartner ein K.o.-Problem darstellt. Danach folgt jedoch bereits mit 13,5 Prozent das Nicht-Vorhandensein von Fördergeldern.

Im schwierigen Zugang zu deutschen Finanzierungsquellen (mit 11,2 Prozent) sowie im Fehlen einer unabhängigen Finanzberatung (mit 10,2 Prozent) sehen die hiesigen Unternehmen weitere Gründe für das Scheitern eines Auslandsprojektes. Vor allem kleinere Unternehmen haben hier Schwierigkeiten.

Erst danach folgen eine schwierige Marktbearbeitung (9,6 Prozent), die Anpassung der Produkte (8,9 Prozent) und die Beschaffung verlässlicher Informationen (7,4 Prozent) als K.o.-Kriterien. Das steht im Gegensatz zu den bundesweit gemachten Angaben. Hier haben die Suche und Auswahl verlässlicher Partner (25,5 Prozent), die Beschaffung verlässlicher Informationen (13,5 Prozent) und eine schwierige Marktbearbeitung (13,3 Prozent) höheres Gewicht.

Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen Vergleich Sachsen-Anhalt und Bundesrepublik

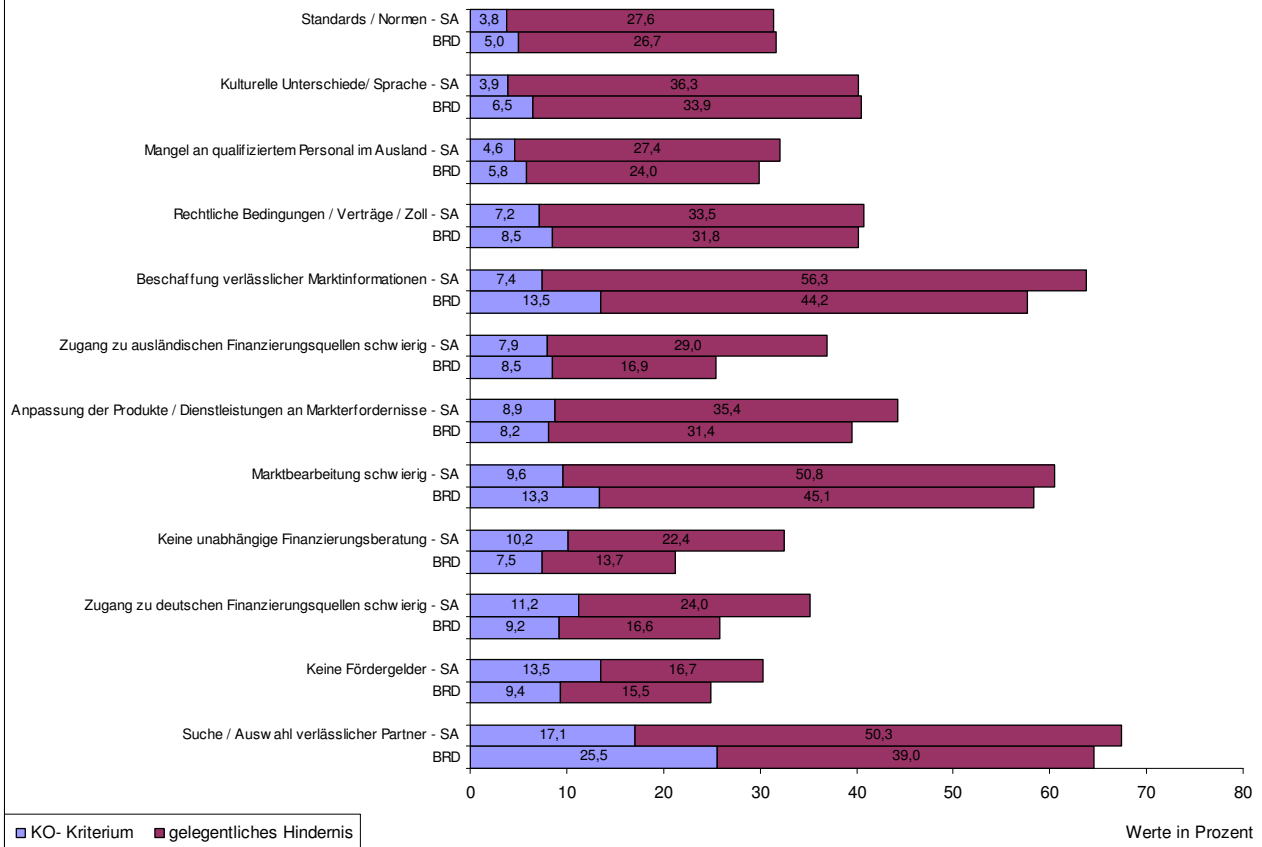


Abb. 11: Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD, absteigend geordnet nach K.o.-Kriterien Sachsen-Anhalt

9. Inanspruchnahme der Leistungsangebote der IHKn

IHK-Leistungen anerkannt und positiv bewertet - Gute Arbeit der IHKn in Sachsen-Anhalt

Eine deutliche Mehrheit der Unternehmen greift auf die Angebote der Industrie- und Handelskammern (IHK) zurück. Dabei fällt auf, dass Leistungen der IHKn in Sachsen-Anhalt deutlich häufiger genutzt werden als im Bundesdurchschnitt (56,0 Prozent). Für Sachsen-Anhalt geben 74,7 Prozent der befragten Unternehmen an, eine Unterstützung von den IHKn in Anspruch genommen zu haben.

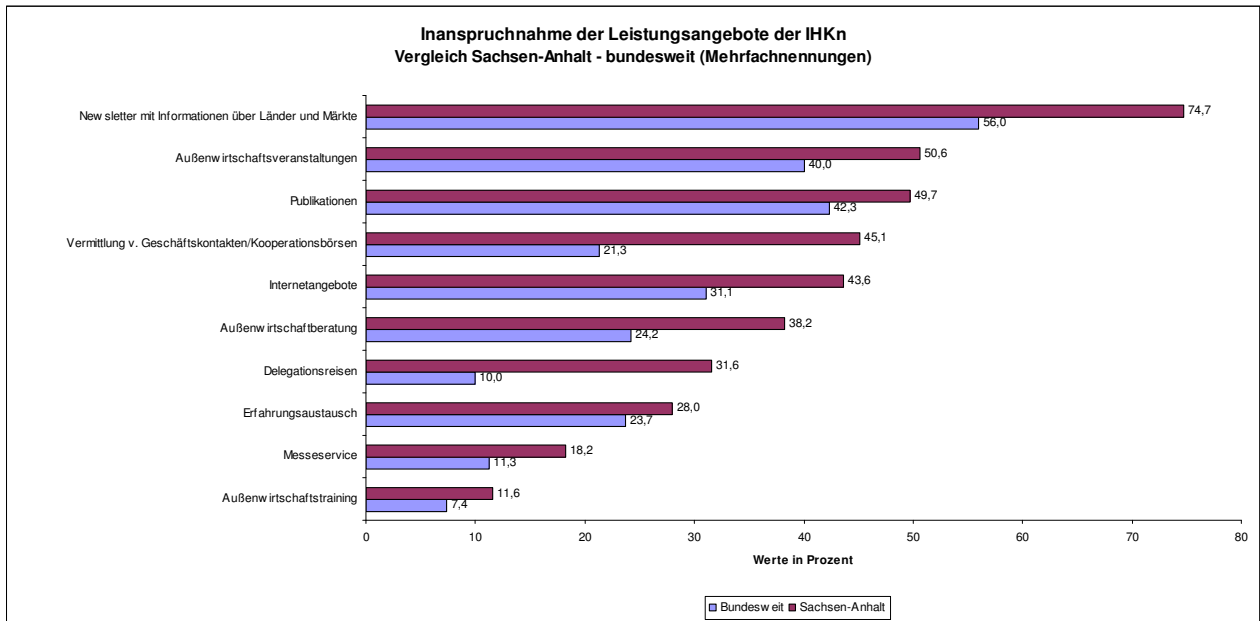


Abb. 12: Inanspruchnahme der Leistungsangebote der IHKn - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD (Mehrfachnennungen)

Dabei wurden von den hiesigen Firmen größtenteils Newsletter mit Informationen über Länder und Märkte genutzt (74,7 Prozent). Fast die Hälfte gab weiterhin an, an außenwirtschaftlichen Veranstaltungen der IHKn teilgenommen zu haben. Außerdem wurden Publikationen (49,7 Prozent), Internetangebote (43,6 Prozent) sowie die Vermittlung von Geschäftskontakten (45,1 Prozent) in Anspruch genommen. Weniger häufig sind der Messeservice und das Außenwirtschaftstraining von den Unternehmen genutzt worden.

Delegationsreisen hingegen nutzen fast dreimal soviel sachsen-anhaltische Unternehmen als im bundesweiten Vergleich. Damit bestätigt sich die Akzeptanz und Nachhaltigkeit dieses außenwirtschaftlichen Förderinstrumentes mit politischer Begleitung und unter Nutzung von Fördermitteln seitens der sachsen-anhaltischen Unternehmen.

Im Bundesdurchschnitt sind 86,8 Prozent der Unternehmen mit den in Anspruch genommenen Leistungen der IHKn zufrieden, in Sachsen-Anhalt liegt dieser Wert mit 87,8 Prozent knapp über dem Bundeswert. Dies verdeutlicht die qualitativ gute Arbeit der IHKn im Bereich Außenwirtschaft.

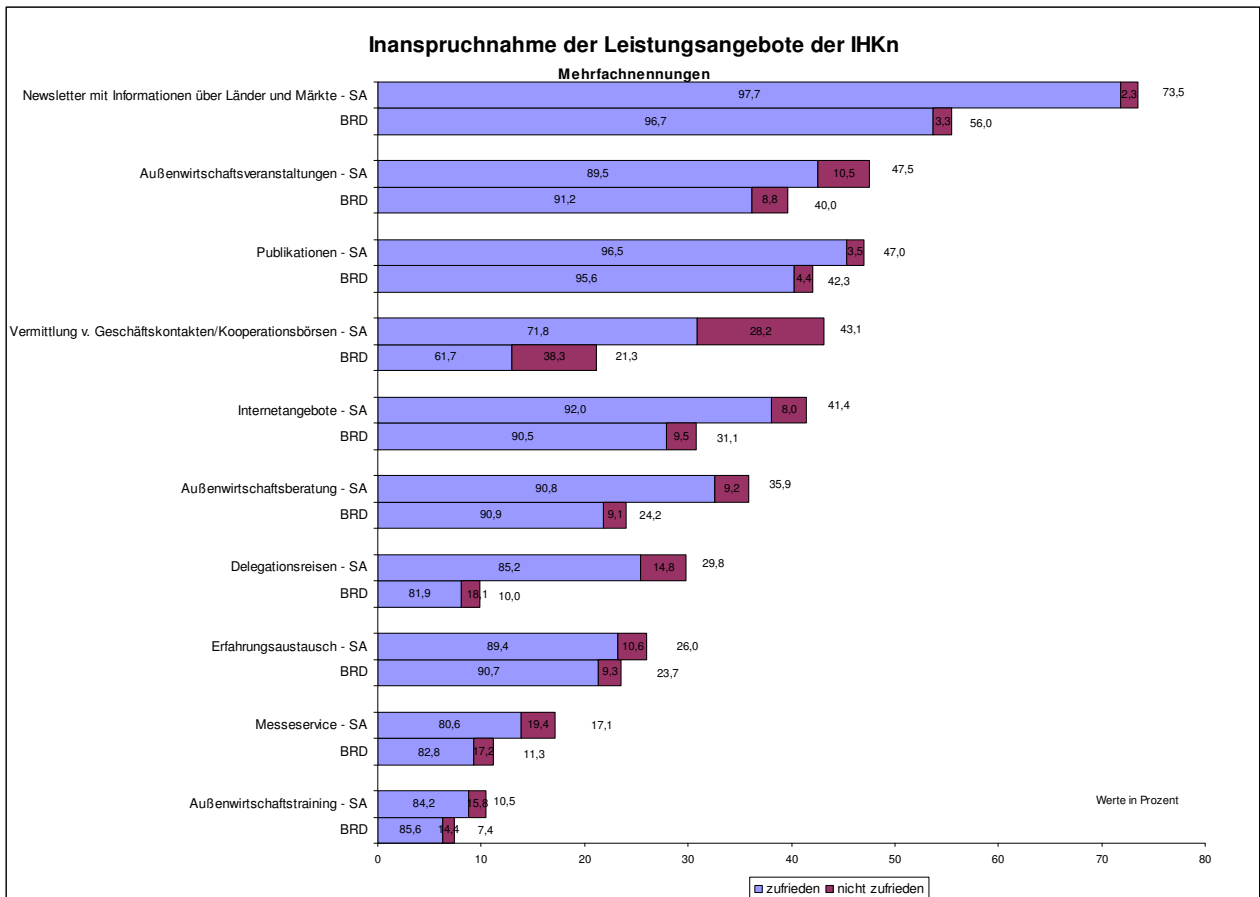


Abb. 13: Inanspruchnahme der Leistungsangebote der IHKn und Zufriedenheitsquote - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

Mit Hilfe des umfangreichen Veranstaltungs- und Beratungsangebotes der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt können Unternehmen sich ‚Fit für den Export‘ machen. Nähere Informationen finden Sie auf der Internetseite www.intercom-sachsen-anhalt.de.

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Aufteilung der teilnehmenden Unternehmen nach Betriebsgröße (Inlandsumsatz) - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD
- Abb. 2: Branchenzugehörigkeit der teilnehmenden Unternehmen - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD
- Abb. 3: Gründe und Motive für das Auslandsengagement, Erfüllung von Erwartungen
Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD
- Abb. 4: Aktivitätsformen und Erfolgsquoten auslandsaktiver Unternehmen - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD; geordnet nach der Anzahl der Unternehmen, die über die jeweiligen Aktivitätsformen im Ausland tätig sind
- Abb. 5: Zielregionen für das Auslandsgeschäft - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD
- Abb. 6: Durchschnittlicher prozentualer Auslandsanteil am Gesamtumsatz - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD
- Abb. 7: Entwicklung auslandsaktiver Unternehmen im Inland - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD
- Abb. 8: Entwicklung auslandsaktiver Unternehmen im Ausland - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD
- Abb. 9: Einschätzung der gegenwärtigen Geschäftssituation für die TOP 21 Zielländer des Außenhandels - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD, geordnet nach der Anzahl der Unternehmen, die über Geschäftsbeziehungen in die jeweiligen Länder verfügen
- Abb. 10: Einschätzung der zukünftigen Geschäftssituation für die TOP 21 Zielländer des Außenhandels - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD, geordnet nach der Anzahl der Unternehmen, die über Geschäftsbeziehungen in die jeweiligen Länder verfügen
- Abb. 11: Hindernisse beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD, absteigend geordnet nach K.o.-Kriterien Sachsen-Anhalt
- Abb. 12: Inanspruchnahme der Leistungsangebote der IHKn - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD (Mehrfachnennungen)
- Abb. 13: Inanspruchnahme der Leistungsangebote der IHKn und Zufriedenheitsquote - Vergleich Sachsen-Anhalt und BRD

IMPRESSUM

© 2007 bei Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt

Herausgeber:

Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt
Franckestraße 5 | 06110 Halle (Saale)
Internet: www.halle.ihk.de
E-Mail: info@halle.ihk.de

Redaktion:

IHK Halle-Dessau
Geschäftsfeld International
Birgit Stodtko
Telefon: 0345 2126274
E-Mail: bstodtko@halle.ihk.de

Stand:

30. November 2007