

Innovation stärkt Auslandsaktivitäten kleiner und mittlerer Unternehmen

Anna Lejpras
alejpras@diw.de

In den vergangenen Jahrzehnten hat die Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen, insbesondere im verarbeitenden Gewerbe, stark zugenommen. Über die Auslandsaktivitäten des Mittelstandes ist jedoch – anders als bei großen, multinationalen Unternehmen – bislang wenig bekannt. Daten über ostdeutsche Unternehmen zeigen, dass die Größe und die Innovationsfähigkeit das internationale Engagements des Mittelstandes – gemessen an Exporten und Verlagerungen – erheblich beeinflussen. Darüber hinaus prägen auch unternehmensexterne Faktoren die Auslandstätigkeiten von kleinen und mittleren Unternehmen. Insbesondere die Position gegenüber Wettbewerbern sowie Standortbedingungen wie die Nähe zu Forschungseinrichtungen und die Unterstützung durch regionale Behörden und Organisationen sind von Bedeutung. Eine regionale Politik, die die Präsenz der KMU auf internationalen Märkten verbessern will, sollte also die Innovationskompetenz der Unternehmen stärken und die regionale Wirtschaft durch gute Service- und Beratungsangebote unterstützen.

Das Phänomen der Globalisierung wird zwar vor allem mit den Aktivitäten von Großunternehmen assoziiert, aber auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU), insbesondere in der Industrie, sind immer stärker auf ausländischen Märkten aktiv.¹ Dennoch ist das Auslandsverhalten des Mittelstandes im Vergleich zu großen Verbundunternehmen bisher wenig untersucht worden.²

Ziel dieser Studie ist es, wichtige Einflussgrößen der Internationalisierung eigenständiger KMU des verarbeitenden Gewerbes zu identifizieren.³ Im Einzelnen geht es um zwei Formen der Auslandsaktivität: den Export und die Verlagerung von Teilen der Produktion oder anderer Tätigkeiten ins Ausland. Theoretische Erklärungsansätze gehen davon aus, dass Unternehmen beim Kosten-Nutzen-Vergleich von verschiedenen Varianten der Präsenz auf internationalen Märkten eine Reihe von Faktoren berücksichtigen.⁴ Als optimale Art und optimales Ausmaß des Auslandsengagements wird diejenige Internationalisierungsstrategie gewählt, die maximale Profite unter den betrachteten Alternativen verspricht. Die maßgeblichen Bestimmungsgrößen werden im Allgemeinen in betriebspezifische und externe Faktoren unterteilt.⁵ Betriebspezifische Faktoren sind Unternehmenseigenschaften wie Größe, Alter, Innovationskompetenz und Bran-

¹ Vgl. KfW Bankengruppe, Creditreform, IfM, RWI, ZEW (Hrsg.): Den Aufschwung festigen – Beschäftigung und Investitionen weiter vorantreiben. Mittelstandsmonitor 2007, 95–155.

² Vgl. OECD: Staying Competitive in the Global Economy: Compendium of Studies on Global Value Chains. Paris 2008.

³ Als KMU werden hier Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten betrachtet.

⁴ Vgl. Clark, T., Mallory, G.: The Impact of the Strategic Choice on the Internationalisation of the Firm. In: Chrysochoidis, G., Millar, C., Clegg, J.: Internationalisation Strategies. London und New York 1997, 196–206; Root, F.R.: Entry Strategies for International Markets. Lexington, Mass., 1987; Welford, R., Prescott, K.: European Business: An Issue-based Approach. London 1994.

⁵ Vgl. Cavusgil, T., Zou, S.: Marketing Strategy-performance Relationship: An Investigation. Journal of Marketing 58(1), 1994, 1–21.

So haben wir gerechnet: 3 063 eigenständige KMU aus Ostdeutschland im Fokus

Der empirischen Analyse liegen Informationen aus einer repräsentativen Unternehmensbefragung in Ostdeutschland zugrunde, die das DIW Berlin im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung durchführte.¹ Sie richtete sich an rund 29 000 Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes und des Dienstleistungssektors. Insgesamt nahmen rund 6 200 Unternehmen daran teil. Die Erhebung erbrachte allgemeine Angaben über die Unternehmen, Informationen zu deren wirtschaftlicher Lage, zur Wettbewerbssituation, zu FuE- und Innovationsaktivitäten, zu Kooperationen sowie zur Produktionskapazität. Darüber hinaus haben die Unternehmen die Wichtigkeit und Qualität von 15 Standortfaktoren eingeschätzt, beispielsweise die Nähe zu Hochschulen, überregionale Verkehrsverbindungen, Leistungen der örtlichen Geldinstitute und Unterstützung durch die Landesregierung oder die Wirtschaftsförderungsgesellschaft.

KMU, die zu einer Unternehmensgruppe gehören, operieren unter anderen Voraussetzungen als eigenständige KMU. Zwischen den Unternehmen eines Verbundes können nicht nur Kompetenzen oder Ressourcen ausgetauscht, sondern auch die mit einem Auslandsengagement verbundenen Kosten und Risiken geteilt werden. Ferner ist es nicht eindeutig, inwieweit die Entscheidungskompetenz hinsichtlich der Strategie und Entwicklung bei den jeweiligen Betriebsstätten liegt, da die Organisationsstrukturen der Unternehmensgruppen in Einzelfällen nicht bekannt sind. Aufgrund dessen wurden die Unternehmen, die zu einem Verbund gehören, aus der Analyse ausgeschlossen. Zudem wurden die Beobachtungen mit fehlenden Angaben sowie Dienstleistungsunternehmen aus dem Datensatz entfernt. Somit verblieben Angaben von 3 063 ostdeutschen eigenständigen KMU des verarbeitenden Gewerbes als Datengrundlage für die Untersuchung.

Wie immer bei Stichproben stellt sich die Frage, inwieweit der genutzte Datensatz repräsentativ ist. Um dies zu prüfen, werden die Angaben zum Auslandsengagement des untersuchten ostdeutschen industriellen Mittelstands den Informationen anderer Studien nach Größenklassen gegenübergestellt (Tabelle). Auch wenn die zum Vergleich herangezogenen Angaben durch strukturelle Merkmale der jeweiligen Datengrundlage geprägt sind und sich auch auf andere Größenklassen beziehen, zeigen sich in Bezug auf die Auslandsaktivitäten ähnliche

Werte wie bei der Befragung von KMU in der ostdeutschen Industrie. Größere Differenzen ergeben sich für die Produktionsverlagerungen ins Ausland. Mögliche Gründe dafür sind, dass die Vergleichsdatensätze auch Verbundunternehmen enthalten oder dass – wie im Fall der Befragungsdaten *Modernisierung der Produktion 2006* – größere Unternehmen in der Stichprobe überrepräsentiert sind.² Die Untersuchung basiert auf einer Befragung im Herbst 2004. Die daraus ableitbaren strukturellen Schlussfolgerungen bleiben jedoch für die Wirtschafts- und Förderpolitik in Ostdeutschland auch im Jahr 2010 aktuell.

² Vgl. Kinkel, S., Maloca, S., Jäger, A.: Produktions- und FuE-Verlagerungen ins Ausland – Verbreitung, Motive und strategische Implikationen für das deutsche Verarbeitende Gewerbe. Stuttgart 2009, 10.

Tabelle

Auslandsaktivitäten deutscher KMU im verarbeitenden Gewerbe nach unterschiedlichen Studien

Anteile in Prozent

	Ostdeutsche KMU ¹	IAB-Betriebspanel 2003 ²	Deutsche Bundesbank 2005 ³	Projekt Modernisierung der Produktion 2006 ⁴
Exportierende Unternehmen insgesamt	32,4	35,0	–	–
Bis 9 Beschäftigte	21,6	19,0	–	–
10 bis 49 Beschäftigte	36,9	38,0	–	–
50 bis 99 Beschäftigte	60,6	37,0	–	–
100 bis 249 Beschäftigte	73,0	47,0	–	–
250 bis 499 Beschäftigte	–	56,0	–	–
500 und mehr Beschäftigte	–	64,0	–	–
Unternehmen insgesamt, die eine Verlagerung ins Ausland vornahmen	2,4	–	–	–
Bis 9 Beschäftigte	1,4	–	4,3	–
10 bis 49 Beschäftigte	1,8	–	4,7	10,0 ⁵
50 bis 99 Beschäftigte	8,0	–	15,5	22,0
100 bis 249 Beschäftigte	16,0	–	75,7	46,0
250 bis 499 Beschäftigte	–	–	–	–
500 und mehr Beschäftigte	–	–	–	–

¹ Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

² Eickelpasch, A., Pfirrmann, O.: Erschließung des Marktpotenzials in den mittel- und osteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten durch kleine und mittlere Unternehmen. DIW Berlin Politikberatung kompakt 47, 2008, 35.

³ Investoren mit Direktinvestitionen im Ausland, Eickelpasch, A., Pfirrmann, O.: Erschließung des Marktpotenzials in den mittel- und osteuropäischen EU-Mitgliedsstaaten durch kleine und mittlere Unternehmen. DIW Berlin Politikberatung kompakt 47, 2008, 39.

⁴ Kinkel, S., Maloca, S., Jäger, A.: Produktions- und FuE-Verlagerungen ins Ausland – Verbreitung, Motive und strategische Implikationen für das deutsche Verarbeitende Gewerbe. Stuttgart 2009.

⁵ Nur 20 bis 99 Beschäftigte.

Quelle: Darstellung des DIW Berlin.

DIW Berlin 2010

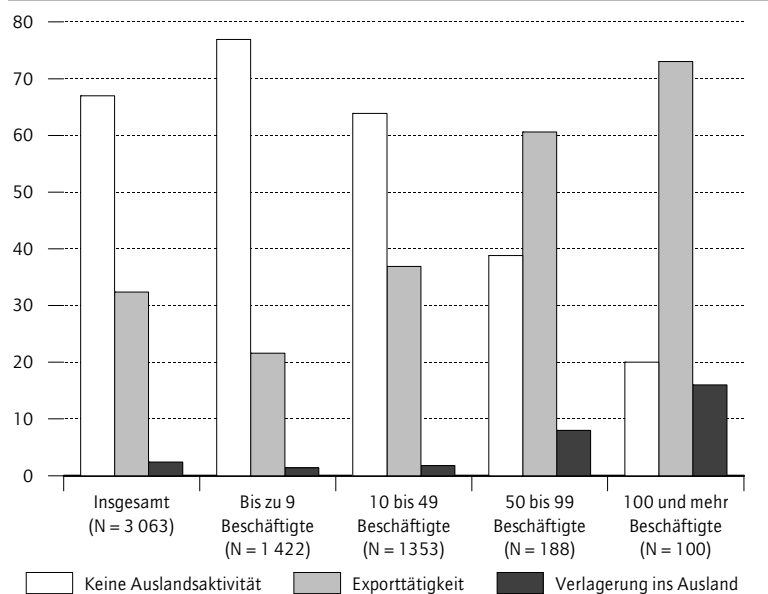
¹ Vgl. Informationen zur Repräsentativität der Befragung finden sich in Eickelpasch, A., Pfeiffer, I.: Unternehmen in Ostdeutschland – wirtschaftlicher Erfolg mit Innovationen. Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 14/2006.

Die Ergebnisse unterschiedlicher Studien haben nach den Größenklassen der Unternehmen alle ähnliche Anteile für die Auslandsaktivitäten.

Abbildung 1

Auslandsaktivitäten ostdeutscher KMU¹ nach Größenklassen 2003/2004

Anteile in Prozent



¹ Kleine und mittlere eigenständige Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe.

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

DIW Berlin 2010

Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten haben besondere Auslandsaktivitäten – über 60 Prozent exportieren.

chenzugehörigkeit. Mit diesen Merkmalen wird der Heterogenität der Unternehmen Rechnung getragen. Die externen Faktoren sollten hingegen die Wirkung des Unternehmensumfeldes auf die Wahl der Internationalisierungsstrategie erfassen. Dabei werden die lokalen Standortbedingungen, die Wettbewerbssituation und die Kooperationsaktivitäten betrachtet.

Mit dem hier gewählten Schätzansatz wird berücksichtigt, dass ein Unternehmen beide Internationalisierungsstrategien – Export und Verlagerung – simultan verfolgen kann.⁶ Informationen aus einer schriftlichen Befragung ostdeutscher Unternehmen, die vom DIW Berlin im Jahr 2004 durchgeführt wurde, bilden die Datengrundlage der Studie (Kasten).

Große und innovative KMU sind stärker auslandsorientiert

In den Jahren 2003/2004 war ein Drittel der ostdeutschen eigenständigen KMU im Ausland

⁶ Lejpras, A.: Determinants of Internationalization: Differences Between Service and Manufacturing SMEs. Diskussionspapier des DIW Berlin, Nr. 886, 2009.

aktiv (Abbildung 1). Rund 32 Prozent der Unternehmen haben Güter exportiert und 2,4 Prozent haben Tätigkeiten ins Ausland verlagert.⁷ Die Internationalisierung variiert stark nach der Größe der Unternehmen. Etwa 77 Prozent der Kleinstunternehmen (bis neun Beschäftigte) operierten ausschließlich auf nationalen Märkten. Bei großen KMU mit 100 und mehr Beschäftigten sind es dagegen nur 20 Prozent. Mehr als 70 Prozent dieser Unternehmen haben exportiert und 16 Prozent haben Verlagerungen ins Ausland vorgenommen.

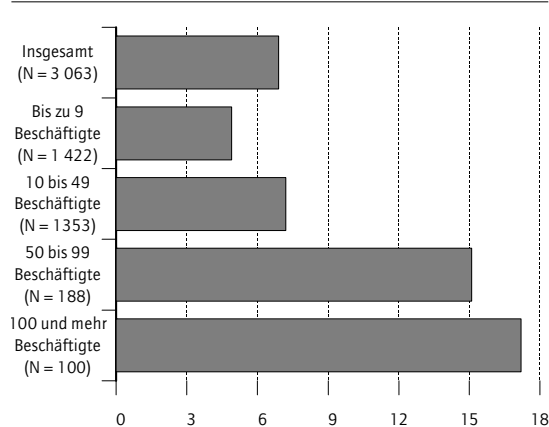
Auch die Intensität der Exportaktivitäten nimmt mit der Unternehmensgröße deutlich zu (Abbildung 2). Im Durchschnitt lag die Exportquote 2003/2004 bei kleinen Unternehmen (bis neun Beschäftigte) bei fünf Prozent. Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten erreichten gut sieben Prozent und Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten über 15 Prozent.

⁷ Der überwiegende Teil der Kapazitätsverlagerungen des ostdeutschen Mittelstandes in den Jahren 2003/2004 (knapp 87 Prozent) hat sich auf die neuen Mitgliedstaaten der EU gerichtet. Dabei sind Polen und Tschechien die am meisten gewählten Zielländer: Etwa 40 Prozent beziehungsweise 30 Prozent der Verlagerungen gingen dorthin. Knapp 18 Prozent der Verlagerungen gingen in andere neue EU-Mitgliedstaaten. Die Anteile der alten EU-Länder und der übrigen Welt betragen gut sieben beziehungsweise knapp sechs Prozent, vgl. auch Eickelpasch, A., Pfeiffer, I.: Standortverlagerungen in der ostdeutschen Industrie. Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 14/2006.

Abbildung 2

Exportquote ostdeutscher KMU¹ nach Größenklassen 2003/2004

In Prozent



¹ Kleine und mittlere eigenständige Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe.

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004. DIW Berlin 2010

Mit Exportquoten von 15 Prozent und mehr sind die Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten besonders aktiv.

Tabelle 1

Auslandsaktivitäten ostdeutscher KMU¹ nach Wirtschaftszweigen 2003/2004

Anteile in Prozent

	Export-tätigkeit	Verlagerung ins Ausland	Keine Auslands-aktivität	Zahl der Unternehmen
Unternehmen insgesamt	32,4	2,4	67,0	3 063
Forschungsintensive Industriezweige insgesamt	49,6	2,7	50,0	914
Herstellung von chemischen Erzeugnissen	60,9	4,7	37,5	64
Maschinenbau	48,6	1,9	53,3	360
Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen	66,7	0,0	41,7	12
Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung u. Ä.	44,5	4,1	55,5	146
Rundfunk- und Nachrichtentechnik	61,2	6,1	38,8	49
Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, Herstellung von Uhren	51,4	0,9	49,1	220
Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	48,4	6,5	48,4	31
Sonstiger Fahrzeugbau	25,0	6,3	75,0	32
Übrige Industriezweige insgesamt	25,1	2,3	74,2	2 149
Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln sowie Getränken	10,7	1,5	88,2	271
Herstellung von Textilien	45,7	3,7	51,9	81
Herstellung von Bekleidung	28,6	7,1	64,3	42
Herstellung von Leder und Lederwaren	30,8	7,7	65,4	26
Herstellung von Holz sowie Holz-, Kork- und Flechtwaren (ohne Herstellung von Möbeln)	16,6	1,3	82,8	157
Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus	55,6	0,0	44,4	27
Herstellung von Verlags- und Druckerzeugnissen, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern	19,7	1,7	77,3	233
Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	51,2	3,0	47,6	168
Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	18,8	1,3	80,0	160
Metallerzeugung und -bearbeitung	45,0	5,0	50,0	40
Herstellung von Metallerzeugnissen	22,3	1,9	77,5	730
Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren und sonstigen Erzeugnissen	38,7	6,3	59,9	142
Rückgewinnung	20,8	0,0	80,6	72

¹ Kleine und mittlere eigenständige Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe.

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

DIW Berlin 2010

Forschungsintensive Industriezweige sind besonders wettbewerbsfähig und exportieren einen hohen Anteil ihrer Produktion. Aber auch in den anderen Zweigen gibt es erfolgreiche Exporteure.

Unternehmen in forschungsintensiven Industriezweigen weisen eine deutlich überdurchschnittliche Exportorientierung auf (Tabelle 1).⁸ Der Anteil der Exporteure war hier 2003/2004 mit rund 50 Prozent doppelt so hoch wie bei den übrigen Unternehmen. Bei Verlagerungen unterscheiden sich beide Gruppen dagegen kaum (2,7 gegenüber 2,4 Prozent).

Ein positiver Zusammenhang zeigt sich auch zwischen der Innovationsfähigkeit der Unternehmen – gemessen durch vier Indikatoren – und ihrem Auslandsengagement (Abbildung 3). Unternehmen, die völlig neue Produkte auf den Markt

gebracht oder Patente angemeldet haben, sind besonders häufig im Ausland aktiv. Die im Export tätigen Unternehmen weisen dabei im Durchschnitt eine höhere FuE-Intensität auf, als Unternehmen, die Produktionsprozesse verlagern.

Regionales Umfeld kann Auslandsaktivitäten begünstigen

Im Vergleich zu Groß- und/oder Verbundunternehmen verfügen eigenständige KMU über geringere Spielräume bei der Finanzierung sowie bei Personal- und Wissensressourcen. Sie können von der überregionalen und internationalen Arbeitsteilung weniger profitieren. KMU ohne Konzernanbindung sind daher relativ stark von externen Bedingungen abhängig.⁹ Eine günstige

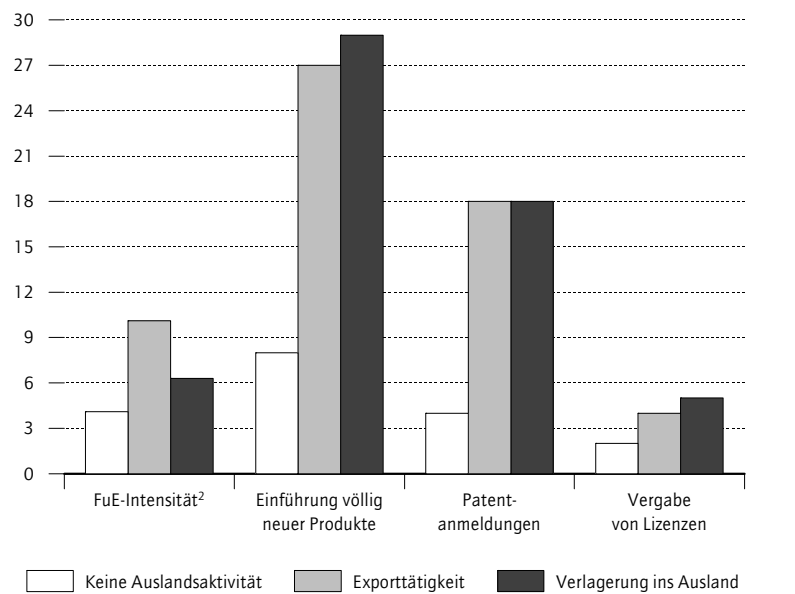
⁸ Als forschungsintensive Industriezweige sind die folgenden Branchen definiert: Herstellung von chemischen Erzeugnissen, Maschinenbau, Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung und -verteilung, Rundfunk und Nachrichtentechnik, Medizintechnik und Optik, Fahrzeugbau, vgl. NIW, ISI: Neuaufgrenzung der Wissenswirtschaft – forschungsintensive Industrien und wissensintensive Dienstleistungen. Studien zum deutschen Innovationssystem, Nr. 22-2007.

⁹ Vgl. Acs, Z.J., Morck, R., Shaver, J.M., Yeung, B.: The Internationalization of Small and Medium-sized Enterprises: A Policy Perspective.

Abbildung 3

Auslandsaktivitäten ostdeutscher KMU¹ nach Innovationsindikatoren 2003/2004

Anteile in Prozent



¹ Kleine und mittlere eigenständige Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe.
² Anteil des Personaleinsatzes in FuE am Gesamtpersonal.

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

DIW Berlin 2010

Die Einführung neuer Produkte und Patentanmeldungen gehen mit Exporttätigkeit und Verlagerungen ins Ausland einher.

ge Faktorausstattung am Standort ist daher für eigenständige KMU von besonderem Gewicht. Auch die Auslandsaktivitäten dieser Unternehmen dürften von guten Standortbedingungen begünstigt werden.

In der Befragung haben die Unternehmen Angaben zur Bedeutung und zur Qualität von Standortfaktoren gemacht. Diese lassen sich in vier Gruppen unterteilen:

- regionales Angebot an qualifizierten Arbeitskräften,
- Nähe zu Forschungseinrichtungen,
- überregionale Verkehrsverbindungen und
- Unterstützung durch regionale Behörden und andere Organisationen.¹⁰

Small Business Economics, 9(1), 1997; Hollenstein, H.: Determinants of International Activities: Are SMEs Different? Small Business Economics, 24, 1991.

¹⁰ Die Verwendung von Unternehmenseinschätzungen der Standortbedingungen können gewisse Bedenken hervorrufen, da sie nicht immer mit den tatsächlichen Gegebenheiten übereinstimmen müssen. Sie sind aber insofern von Bedeutung, als sie Meinungen von Entscheidungsträgern erfassen und somit unmittelbar handlungsrelevant sind. Überdies erlaubt es diese Vorgehensweise zu berücksichtigen, dass nicht alle Unternehmen gleich sind, was ihre Anforderungen an Standortbedingungen anbelangt. Mit anderen Worten kann somit eine unternehmensspezifische Wirkung unterschiedlicher Standortfaktoren in Betracht gezogen werden.

Die wichtigste Standorteigenschaft aus Sicht des international tätigen ostdeutschen Mittelstands ist das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften (Tabelle 2). Etwa 73 Prozent der Unternehmen messen diesem Faktor eine große Bedeutung bei, und sie bewerten das regionale Fachkräfteangebot als befriedigend. Deutlich ungünstiger fällt das Urteil allerdings bei den Unternehmen aus, die Verlagerungen vornehmen (Bewertungsindex: -1,53).

Der überregionalen Verkehrsverbindungen messen im Ausland operierende Unternehmen zwar eine höhere Bedeutung zu als die übrigen KMU, in der Bewertung des eigenen Standorts unterscheiden sich beide Gruppen bei diesem Faktor jedoch nur wenig (befriedigend bis gut).

Für einen erheblichen Teil der ostdeutschen KMU hat die Unterstützung durch die lokale öffentliche Verwaltung und andere Institutionen große Bedeutung. Die Urteile fallen bei diesen Merkmalen vorwiegend ungünstig aus. Auffallend ist jedoch, dass die exportierenden Unternehmen die Leistungen der Wirtschaftsförderungsgesellschaften, der Landesregierungen sowie der Kammern und Verbände signifikant besser einstufen als Unternehmen ohne Auslandsaktivitäten. Auch hier geben die Unternehmen, die Produktionsverlagerungen vornehmen, relativ ungünstige Bewertungen ab.

Die Forschungsinfrastruktur spielt für exportierende KMU eine signifikant größere Rolle als für die Unternehmen, die nur im Inland agieren oder Kapazitätsverlagerungen ins Ausland vornehmen. Der Faktor Nähe zu Forschungseinrichtungen wird generell sehr positiv beurteilt.

International ausgerichtete KMU auf ausländische Konkurrenz eingerichtet

Eine weitere wesentliche Bestimmungsgröße der Unternehmensentwicklung ist die Wettbewerbssituation. Am selben Standort ansässige Konkurrenten können – so die zentrale These von Porter – einen ständigen Druck auf das Unternehmen ausüben, Innovationen einzuführen, die Qualität zu verbessern, die Kosten zu reduzieren und die Effizienz zu steigern.¹¹ Insofern erleichtert es die räumliche Nähe zu Hauptkonkurrenten dem Unternehmen, Produktivitätsreserven aufzudecken und somit auch international erfolgreich zu werden. Andererseits wird in der Literatur darauf hingewiesen, dass Unternehmen

¹¹ Vgl. Porter, M.E.: The Competitive Advantage of Nations. New York 1990.

Tabelle 2

Ausgewählte Standortbedingungen für ostdeutsche KMU¹ 2003/2004

	Bedeutung des Standortfaktors ²			Bewertung des Standortfaktors ³		
	Exporttätigkeit ⁴	Verlagerung ins Ausland ⁴	Keine Auslandsaktivität	Exporttätigkeit ⁴	Verlagerung ins Ausland ⁴	Keine Auslandsaktivität
	Anteile in Prozent			Mittelwert aus -10 (sehr schlecht) bis +10 (sehr gut)		
Regionales Angebot an qualifizierten Arbeitskräften						
Angebot an qualifizierten Arbeitskräften	73,2	73,6	66,5	0,07	-1,53	-0,18
Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebot	42,0	47,1	43,7	2,46	0,37	3,46
Nähe zu Forschungseinrichtungen						
Nähe zu Hochschulen	22,7	14,9	11,9	7,18	6,15	6,83
Nähe zu Forschungsinstituten	19,6	11,5	8,3	6,65	8,00	5,69
Überregionale Verkehrsbedingungen	53,5	56,3	39,1	2,90	3,44	3,70
Unterstützung durch regionale Behörden und andere Organisationen						
Leistungen der örtlichen Geldinstitute	59,7	51,7	55,4	-0,45	-2,86	-0,48
Leistung der Arbeitsämter	28,9	32,2	29,4	-0,33	-2,22	-0,30
Leistung der örtlichen Verwaltung	31,0	31,0	35,8	-0,40	-3,40	-0,53
Leistung der Wirtschaftsförderungsgesellschaft	42,6	36,8	33,1	2,14	0,67	-0,47
Unterstützung durch die Landesregierung	43,6	40,2	33,9	-0,03	-1,62	-2,42
Unterstützung durch Kammern und Verbände	36,0	32,2	39,3	2,06	-1,96	0,49

- 1 Kleine und mittlere eigenständige Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe.
- 2 Der Standortfaktor ist von großer Bedeutung (Mehrfachnennungen möglich).
- 3 Bewertungen wurden nur berücksichtigt, wenn der Faktor von großer Bedeutung ist.
- 4 Signifikant von den Unternehmen ohne Auslandsaktivitäten abweichende Werte sind fett dargestellt.

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

DIW Berlin 2010

Die Nähe zu Hochschulen ist für exportierende Unternehmen doppelt so wichtig wie für andere. Dieser Standortfaktor erhält auch eine hervorragende Bewertung. Die Unterstützung durch regionale Behörden und andere Organisationen kommt zumeist sehr schlecht weg.

zu einem Follow-the-leader-Verhalten neigen.¹² Demzufolge tendiert ein Unternehmen zur Imitation von erfolgreichen internationalen Aktivitäten seiner auswärtigen Hauptkonkurrenten, um die mit dem Auslandsengagement verbundenen Risiken und Kosten zu reduzieren.

Folgt man der ersten These, würde man erwarten, dass Unternehmen mit starker lokaler Konkurrenz besonders stark international ausgerichtet sind. Die vorliegenden Umfragedaten zeigen jedoch das Gegenteil: KMU, die vorwiegend mit lokaler Konkurrenz zu kämpfen haben, sind nur sehr schwach international aktiv. Dagegen sind KMU mit vorwiegend ausländischen Hauptwettbewerbern deutlich häufiger international engagiert sind (Tabelle 3). Dieser Befund steht im Gegensatz zu der zitierten Porter'schen These. Dies mag auch daran liegen, dass ostdeutsche KMU mit starker lokaler Konkurrenz vorwiegend solche Produkte anbieten, die sich grundsätzlich kaum für einen überregionalen oder gar internationalen Absatzmarkt eignen, wie Erzeugnisse der Zulieferindustrie, Druckerzeugnisse oder Recycling.

12 Vgl. DiMaggio, P.J., Powell, W.W.: The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. American Sociological Review, 48, 1983; Levitt, B., March, J.G.: Organizational Learning. Annual Review of Sociology, 14, 1988; Ito, K., Rose, E.L.: Foreign Direct Investment Location Strategies in the Tire Industry. Journal of International Business Studies, 33(3), 2002.

Kooperation bleibt ohne Einfluss

Die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren fördert auch den Wissens- und Erfahrungsaustausch.¹³ Dies ist gerade für eigenständige KMU von Bedeutung, da diese so ihre Größennachteile kompensieren können. Fehlende interne Fähigkeiten und Kapazitäten können durch komplementäre Kenntnisse und Ressourcen ihrer Kooperationspartner ersetzt werden.

Überraschenderweise zeigen sich jedoch für die KMU in Ostdeutschland in den Feldern Produkt- und Prozessentwicklung keine signifikanten Unterschiede im Kooperationsverhalten zwischen den nur national und den international agierenden Unternehmen. Im Vertrieb arbeiten sogar Unternehmen mit Auslandstätigkeit signifikant weniger häufig zusammen, als jene mit ausschließlich inländischen Absatzmärkten.

13 Vgl. Cunningham, M.T., Culligan, K.: Competitiveness Through Networks of Relationships in Information Technology Product Markets. In: Paliwoda, S.J. (Hrsg.): New Perspectives on International Marketing. London 1991, 251–275; Johansson, J., Mattsson, L.-G.: Internationalization in Industrial Systems – A Network Approach. In: Hood, N., Vahlne, J.E. (Hrsg.): Strategies in Global Competition. New York 1988, 287–314; Johansson, J., Mattsson, L.-G.: Network Positions and Strategic Action – An Analytical Framework. In: Axelsson, B., Easton, G. (Hrsg.): Industrial Networks. A New View of Reality. London 1992, 206–217.

Tabelle 3

Hauptkonkurrenten und Kooperationsaktivitäten ostdeutscher KMU¹ 2003/2004

Anteile in Prozent

	Exporttätigkeit ²	Verlagerung ins Ausland ²	Keine Auslandsaktivität
Hauptkonkurrenten ...			
... mit Sitz im Ausland	39,7	47,1	10,1
... mit Sitz in der Unternehmensumgebung	21,2	21,8	60,7
Häufige Kooperationsaktivitäten ...			
... in der Produktentwicklung	25,4	23,0	24,2
... in der Prozessentwicklung	19,3	23,0	21,9
... im Vertrieb	22,4	13,8	26,4

1 Kleine und mittlere eigenständige Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe.

2 Signifikant von den Unternehmen ohne Auslandsaktivitäten abweichende Werte sind fett dargestellt.

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

DIW Berlin 2010

Auslandsaktivitäten reduzieren die Kooperation im Vertrieb. Der Hauptkonkurrent in der Nachbarschaft ist nur halb so wichtig wie der im Ausland.

Tabelle 4

Determinanten¹ von Auslandsaktivitäten ostdeutscher KMU² 2003/2004

	Exporttätigkeit	Verlagerung ins Ausland
Unternehmensinterne Faktoren		
Unternehmensgröße (Referenz: weniger als 10 Beschäftigte)		
10 bis 49 Beschäftigte	0,1104***	0,0001
50 bis 99 Beschäftigte	0,3043***	0,0395**
100 und mehr Beschäftigte	0,3881***	0,0906***
Unternehmensalter (Referenz: weniger als 3 Jahre)		
3 bis 15 Jahre	0,0048	0,0017
15 und mehr Jahre	-0,05	0,0034
Innovationsindikatoren		
Anteil des Personaleinsatzes in FuE	0,0008	-0,0006***
Einführung völlig neuer Produkte auf den Markt (ja=1)	0,1469***	0,0124
Patentanmeldungen (ja=1)	0,1656***	0,004
Vergabe von Lizenzen (ja=1)	0,1463*	0,0306
Zugehörigkeit zu einer forschungsintensiven Branchen	0,1346***	-0,0013
Unternehmensexterne Faktoren		
Standortbedingungen ³		
Regionales Angebot an qualifizierten Arbeitskräften	-0,0150*	-0,0009
Nähe zu Forschungseinrichtungen	0,0248***	-0,0038**
Überregionale Verkehrsbedingungen	-0,002	0,0019*
Unterstützung durch regionale Behörden und andere Organisationen	0,0189*	-0,0035*
Hauptkonkurrenten ...		
... mit Sitz im Ausland (ja=1)	0,2226***	0,0174***
... mit Sitz in der Unternehmensumgebung (ja=1)	-0,2445***	-0,0125***
Häufige Kooperationsaktivitäten ... (ja=1)		
... in der Produktentwicklung	0,0006	-0,0056
... in der Prozessentwicklung	-0,0419	0,0254**
... im Vertrieb	0,0222	-0,0113**

N = 3 063 Unternehmen; Log likelihood = -1 739,12; Rho (e) = 0,321***

1 Marginale Effekte auf den Mittelwert; im Fall von Dummies für eine diskrete Änderung von 0 auf 1.

2 Kleine und mittlere eigenständige Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe.

3 Unternehmenseinschätzungen der Wichtigkeit und Qualität auf einer 6-Punkte-Skala von 0 (nicht wichtig), 1 (wichtig und sehr schlecht) bis 5 (wichtig und sehr gut).

*, ** und *** zeigen die signifikanten Determinanten bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 10, 5 oder 1 Prozent.

Quelle: Befragung des DIW Berlin vom Herbst 2004.

DIW Berlin 2010

Je größer ein Unternehmen ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass es exportiert oder Verlagerungen ins Ausland vornimmt.
Modellrechnung bestätigt Bedeutung von Größe und Innovationsfähigkeit

Die Ergebnisse der Modellschätzung, bei der alle Einflussfaktoren simultan berücksichtigt werden, bestätigen die Bedeutung der Größe für die Internationalisierung ostdeutscher KMU des verarbeitenden Gewerbes: Je mehr Personen im Unternehmen tätig sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, im Ausland zu agieren (Tabelle 4). Ähnlich wie in der deskriptiven Analyse zeigt sich auch, dass KMU in forschungsintensiven Industriezweigen überdurchschnittlich zu Exportaktivitäten neigen.

Darüber hinaus wird deutlich, dass die Innovationstätigkeit – gemessen durch vier verschiedene Variablen – sich unterschiedlich auf die Wahl der betrachteten Formen der Internationalisierung auswirkt. Während die Einführung völlig neuer Produkte, Patenanmeldungen und die Vergabe von Lizenzen (drei innovations-output-orientierte Faktoren) die Exporttätigkeit von KMU fördern, geht die Wahrscheinlichkeit der Auslandsverlagerungen mit steigendem Anteil des Personaleinsatzes in FuE (eine innovations-input-orientierte Variable) leicht zurück.

Unter den unternehmensexternen Faktoren bilden die Hauptwettbewerber eine wichtige Einflussgröße der Internationalisierung von KMU. Unternehmen mit vorwiegend internationalen Konkurrenten neigen sowohl stärker zu Exporten als auch zu Kapazitätsverlagerungen ins Ausland. Hingegen sind von den KMU mit lokalen Hauptkonkurrenten weniger international tätig. Denkbare Gründe für diesen negativen Zusammenhang sind, dass diese Unternehmen vor allem auf regionalen Märkten operieren oder auch dass innovative Produkte fehlen, mit denen sich eine Präsenz auf internationalen Märkten aufbauen ließe. Insofern sind überwiegend lokale Wettbewerber möglicherweise nicht die Ursache, sondern die Folge einer mangelnden internationalen Wettbewerbsfähigkeit.

Von den Standortbedingungen haben die Nähe zu Forschungseinrichtungen und die Unterstützung durch regionale Behörden und andere Organisationen den größten Einfluss auf die Auslandsaktivitäten: Je besser Unternehmen diese Standortfaktoren einschätzen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie exportieren, und desto niedriger ist die Wahrscheinlichkeit, Produktion oder andere Tätigkeiten ins Ausland zu verlagern.

Ferner werden die Kapazitätsverlagerungen ins Ausland durch gute überregionale Verkehrsverbindungen begünstigt. Ein überraschendes Ergebnis

ist der signifikant negative Zusammenhang zwischen der Unternehmenseinschätzung des regionalen Angebots an qualifizierten Arbeitskräften und der Exporttätigkeit. Dennoch ist der Anteil der Hochqualifizierten an allen Beschäftigten bei den exportierenden KMU signifikant höher als bei jenen, die nur auf nationalen Märkten agieren.¹⁴ Dies kann darauf hindeuten, dass für die im Export tätigen KMU überregionale Arbeitsmärkte wichtigere Quellen der Gewinnung von qualifizierten Mitarbeitern sind.

Schließlich erweisen sich die Kooperationsaktivitäten als weniger wichtig für die Auslandsaktivitäten industrieller KMU – dies gilt insbesondere für die Exporttätigkeit. Häufige Kooperation in der Prozessentwicklung erhöht leicht die Wahrscheinlichkeit, Teile des Produktionsprozesses ins Ausland zu verlagern. Dagegen sind KMU, die im Vertrieb öfter kooperieren, etwas weniger geneigt, grenzüberschreitende Kapazitätsverlagerungen vorzunehmen.

Fazit

Die hier vorgelegte Studie auf Basis der 2004 erhobenen Daten über kleine und mittlere

¹⁴ Im Durchschnitt beträgt der Anteil der Arbeitnehmer mit einem Hochschulabschluss an allen Beschäftigten bei den exportierenden KMU 24,4 Prozent, bei nicht exportierenden KMU sind es 19,7 Prozent.

Unternehmen der ostdeutschen Industrie macht deutlich, dass neben den eigenen Kompetenzen und Ressourcen der Unternehmen auch externe Faktoren wie die Standortbedingungen und die Konkurrenz wichtige Beiträge zum Ausbau internationaler Aktivitäten leisten können. Outputorientierte Innovationsaktivitäten wie die Einführung neuer Produkte, die Anmeldung von Patenten oder die Vergabe von Lizenzen stärken die Exporttätigkeit. Industrielle KMU mit einer hohen FuE-Intensität sind hingegen weniger geneigt, Teile ihrer Produktionsprozesse ins Ausland zu verlagern. Die Nähe zu Hochschulen und Forschungsinstituten sowie gute Leistungen regionaler Behörden, Verwaltungen, Kammern und Verbände fördern die Exportaktivität der ostdeutschen KMU des verarbeitenden Gewerbes. Unternehmen, die diese Standortfaktoren als wichtig und gut bewerten, sind weniger bereit, ihre Produktion oder andere Tätigkeiten ins Ausland zu verlagern.

Die Ergebnisse der Untersuchung bieten Ansatzpunkte für eine regionale Politik, die die Präsenz der KMU auf internationalen Märkten verbessern will: Stärkung der Innovationskompetenz der Unternehmen und Unterstützung der regionalen Wirtschaft durch gute Service- und Beratungsangebote der Behörden, Kammern und Verbände.

JEL Classification:
M16, L25, R30, O30

Keywords:
SME,
Manufacturing Sector,
Export,
Relocation abroad

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann
(Präsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Prof. Dr. Christian Dreger
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Alexander Kritikos
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Chefredaktion

Dr. Kurt Geppert
Carel Mohn

Redaktion

Tobias Hanraths
PD Dr. Elke Holst
Susanne Marcus
Manfred Schmidt

Lektorat

Peter Haan
Alexander Eickelpasch

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805–19 88 88, 14 Cent/min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,–
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die Stabs-
abteilung Kommunikation des DIW
Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier.