

Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs 2016



Einführung

Kleinere Unternehmen sind der Wohlstandsmotor in den meisten hoch entwickelten Wirtschaftsländern – wie viel von ihrem Erfolg hängt jedoch vom Export ab? In der vierten Ausgabe der Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs zeigt UPS, dass europäische KMUs mehr exportieren und schneller wachsen. Dennoch bleiben Herausforderungen bestehen, die Unternehmen vom Export abhalten.

Innerhalb der EU geht mehr als die Hälfte des im EU-Wirtschaftsraum erzeugten Mehrwertes auf die als „kleine und mittlere Unternehmen“ definierten Betriebe – so genannte KMUs – zurück. Laut der jüngsten Jahreserhebung der EU-Kommission zur KMU-Konjunktur gehen 67 % Gesamtbeschäftigung innerhalb der EU auf genau diese kleineren Unternehmen zurück, die über 99 % der Unternehmen außerhalb des Finanzsektors repräsentieren.¹

Und sie wachsen stetig. Nach den neuesten Zahlen hat sich die Wachstumsrate der europäischen KMUs mit 3,3 % mehr als verdoppelt (im Vergleich zu 2,2 % BIP-Wachstum in der EU 28) und auch die Beschäftigung in KMUs wächst nach einem Rückgang in den vorherigen Jahren wieder. Die Ergebnisse der UPS Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs 2016 spiegeln diese Steigerung insbesondere der Exporteure wider: UPS stellt fest, dass im Vergleich zum Vorjahr der Anteil der exportierenden KMUs in allen Marktbereichen angestiegen ist und dass der Anteil der Exporteure, die einen Anstieg der Einkommen berichten, ebenfalls gewachsen ist.

In Deutschland beispielsweise zählten 2016 28 % der KMUs zu den Exporteuren gegenüber 18 % im Vorjahr und 14 % in 2014.

Im Export tätige KMUs haben höhere Wachstumsraten als Unternehmen, die nicht exportieren. 2016 wurde dieser Trend nicht nur bestätigt, sondern ist sogar noch deutlicher geworden. Dies mag teilweise darauf zurückgehen, dass die Nachfrage von außen seit 2008 zur wichtigsten Wachstumsquelle für die EU-Wirtschaft geworden ist. Nach Aussagen der EU-Kommission waren in den Jahren 2008 bis 2013 Güter und Dienstleistungen die einzigen Quellen wirtschaftlichen Wachstums, wohingegen die jüngsten Zahlen zeigen, dass Exporte immer noch der wichtigste Wachstumsmotor sind.² Die Ergebnisse der UPS Studie bestätigen die Wachstumschancen für exportierende KMUs: In jedem der 2016 untersuchten Märkte war der Anteil der exportierenden Unternehmen, die über steigende Verkaufszahlen im Laufe der vorherigen drei Jahre berichteten, höher als der Anteil der Nicht-Exporteure, die ein Wachstum berichteten – vollständige Angaben hierzu finden Sie auf Seite 8.

Was die KMUs nach eigenen Aussagen am meisten vom Exportgeschäft abhält, sind die üblichen Praktiken beim grenzüberschreitenden Versand. Die größte Sorge der exportierenden KMUs – ob sie nun in andere EU-Staaten oder darüber hinaus exportieren – ist die Gefahr der Beschädigung bzw. des Verlustes ihrer Lieferung. Zollfreigabeverfahren und -regelungen spielen eine deutlich

wichtigere Rolle für Unternehmen, die Lieferungen ins außereuropäische Ausland versenden. Viele der Regelungen gelten nicht für Exporte innerhalb des europäischen Binnenmarktes, wo nur minimale administrative und zollrechtliche Herausforderungen bestehen – vollständige Angaben hierzu finden Sie auf Seite 10.

Die UPS Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs zeigt deutlich die Wachstumschancen auf und möchte die KMUs dazu ermutigen, im Export liegende Möglichkeiten zu nutzen. Über 12.000 Inhaber und Direktoren von kleinen und mittleren Betrieben in acht EU-Ländern – Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, den Niederlanden, Polen, Spanien und dem Vereinigten Königreich (UK) – wurden in einer erweiterten Studie mit dem Ziel befragt, nicht nur Trends und Chancen des Exportes, sondern auch Herausforderungen aufzuzeigen, die einem erfolgreichen Exportwachstum immer noch im Wege stehen. Für KMUs bestehen Exportherausforderungen und in der Studie 2016 wurde ein neuer Index der „Exportbereitschaft“ hinzugefügt. Dieser soll den Unternehmen dabei helfen, schwerpunktmäßig Bereiche festzulegen, die möglicherweise noch der Leistungsverbesserung bedürfen, um Vorteile aus den höheren Wachstumschancen zu ziehen, die der Export bietet. Mit der UPS Studie sollen KMUs unterstützt werden, indem Chancen und Herausforderungen aufgezeigt werden, die beim Aufbau des Exportgeschäftes entstehen können. Zudem wird gezeigt, wie diese mithilfe von erprobten und bewährten Logistiklösungen und -partnern zu bewältigen sind.

¹<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16341/attachments/2/translations>, ²Es sei darauf hingewiesen, dass der Bericht der EU-Kommission nicht feststellt, dass die KMU in den Exportsektoren in den Jahren 2008-2013 gut abgeschnitten haben - mit Ausnahme der Kleinstunternehmen, verzeichneten KMU in den Exportsektoren einen Rückgang der Wertschöpfung. Jedoch können Unterschiede in der Zeitfolge der Daten zwischen dem EU-Bericht und den UPS-Erhebungen sowie Unterschiede zwischen Wertschöpfung (EU-Bericht) und Einnahmen (UPS-Erhebungen) dies berücksichtigen.

Der Brexit-Effekt

Die Erhebung für die UPS Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs 2016 wurde vor und nach der Abstimmung zum UK-Referendum am 23. Juni 2016 über den Austritt aus der EU durchgeführt. Im Vereinigten Königreich wurden 57 % der Antworten vor und die übrigen 43 % nach der Abstimmung erhoben. Die Ergebnisse belegten einen deutlichen Vertrauensverlust in den Export seitens der KMUs im Vereinigten Königreich: Vor der Abstimmung sagten 36 % der KMUs im Vereinigten Königreich eine Steigerung der Exporte voraus; diese Vorhersage fiel nach der Abstimmung auf 20 %. Die Anzahl der Unternehmen, die eine Abnahme der Exporte vorhersagten, stieg von 7 % auf 16 %. Auch auf allen anderen untersuchten Märkten schienen sich die Erwartungen zu verändern, jedoch in die andere Richtung: Die Anzahl der Unternehmen, die eine Steigerung der Exporte von 26 % auf 33 % vorhersagte, stieg, während die erwarteten Abnahmen von 11 % auf 7 % fielen.

Hierbei handelt es sich um erste Ergebnisse; die zukünftigen Handelsbeziehungen mit EU-Ländern werden erst Anfang 2019 in Erscheinung treten, wenn Verhandlungen über den UK-Rückzug aus der EU anstehen. Viel wird davon abhängen, wie die noch zu verhandelnde Tarifpolitik und Marktzugänge aussehen. Für Hersteller, die in das und aus dem Vereinigten Königreich exportieren, wird das Hauptaugenmerk auf den neuen Zolltarifen liegen, während es sich für Finanz- und andere Dienstleister in erster Linie um Marktzugangsbestimmungen drehen wird. Jedoch werden keine Änderungen vor 2019 wirksam und UPS erwartet die Ausarbeitung von detaillierten Handelsregelungen erst nach und nach innerhalb der nächsten zwei Jahre.

Forschungsrahmen

- ◆ 12.815 Eigentümer und Geschäftsführer von KMUs
- ◆ 8 Länder
- ◆ 4 Sektoren
- ◆ 3 Unternehmensgrößen

Methodik

Die UPS Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs 2016 bildet die jüngste Fortsetzung in einem Langzeitprojekt mit dem Ziel, die Exportmöglichkeiten von KMUs in Europas größten Wirtschaftsländern abzubilden und zu verstehen.

Ende 2013 gab UPS die quantitative Erhebung „Wachstum durch Exporthandel“ im Vereinigten Königreich und in Deutschland in Auftrag, um Erkenntnisse über KMUs zu erhalten, die mit dem Export innerhalb und außerhalb der EU verbunden sind. Anfang 2014 wurde die Studie auf die zusätzlichen Märkte in Polen, Frankreich, Italien, Belgien und den Niederlanden ausgeweitet. Ziel der Studie war es, Beweggründe für den Export und bestehende Exporthemmnisse zu ermitteln. Ebenso sollten Geschäftskanäle aufgezeigt werden, die im Exportsektor genutzt werden. 2015 ergänzte UPS die Studie nochmals um eine Reihe weiterer Fragen, die exklusiv auf KMUs abzielen, die entweder bereits jetzt exportieren oder wahrscheinlich innerhalb der nächsten zwölf Monate exportieren werden. Durch Einbeziehung des spanischen Marktes in die Untersuchung im Jahr 2016 wurde das Projekt weiter vergrößert. Die in allen Märkten untersuchten KMUs – seien es tatsächliche oder wahrscheinliche Exporteure – wurden auf ihre Exportbereitschaft hin analysiert, die in einem einzigartigen UPS Index Ausdruck fand. In die Erhebung von 2016 flossen erstmals Antworten von Unternehmen mit ein, die als „offen gegenüber Export“ beschrieben wurden, ohne dass sie bereits exportierten.

Für die Erhebung von 2016 wurden 12.815 KMUs – Eigentümer sowie Geschäftsführer, kaufmännische Leiter und Verkaufsleiter – vom 14. Juni bis zum 24. August 2016 befragt. Befragungen wurden in den folgenden Ländern durchgeführt: Belgien (1.111), Frankreich (1.250), Deutschland (1.249), Italien (1.667), den Niederlanden (1.999), Polen (1.790), Spanien (1.247) und dem Vereinigten Königreich (2.502).

Die in der Studie analysierten Unternehmen wurden von den Experten für Unternehmensinformationen Dun & Bradstreet identifiziert und sind den folgenden vier Sektoren zuzurechnen: Industrielle Fertigung & Automobilbranche (IM&A), Handel, Hightech und Gesundheitswesen. Untergeordnete Sektoren wie Textil-, Milchproduktion und Herstellung von chemischen Produkten sowie Cafés, Bars und Restaurants wurden ebenso ausgeschlossen wie bestimmte Hauptsektoren wie Landwirtschaft, Bergbau und Bauwesen.

Die Anzahl der Befragten für einzelne Fragen ist am Ende jeder Tabelle angegeben. Die maximale Ergebnisfehlermarge beträgt bei großen Erhebungsgrundlagen (1.600+) $\pm 2,5$. Basieren die Ergebnisse auf kleineren Erhebungsgrundlagen, liegt die maximale Fehlermarge bei ± 5 (bei 400 Befragungen) und bei bis zu ± 7 (bei 200 Befragungen).

Die Mitarbeiterzahl aller in die Untersuchung eingeschlossenen Unternehmen liegt zwischen eins und 250; sie sind bereits Exporteure (haben in den vergangenen zwölf Monaten Sendungen ins Ausland geliefert) oder werden wahrscheinlich in den kommenden zwölf Monaten exportieren bzw. sind offen für den Export.

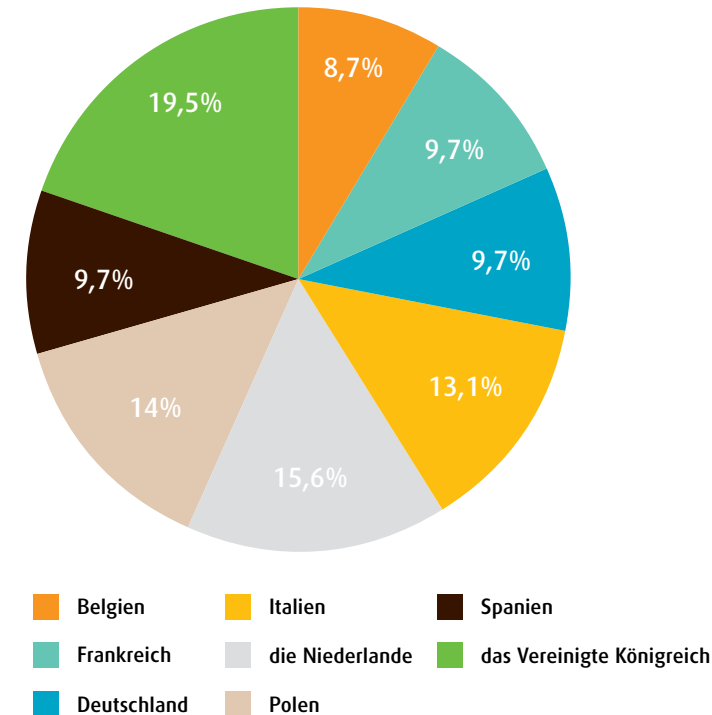
In der Studie wurden zudem aus jedem der acht Länder 200 Unternehmen für eine Detailerhebung ausgewählt; dabei wurden Quoten für die Unternehmensgröße festgelegt (aus jedem Land wurden 100 „Mikrounternehmen“ mit 1–9 Mitarbeitern, 50 „kleine“ Unternehmen mit 10–49 Mitarbeitern sowie 50 „mittlere“ Unternehmen mit 50–250 Mitarbeitern untersucht). Mit jeweils 50 Unternehmen aus jedem der vier pro Land ausgewählten Sektoren waren auch die Industriesektoren gleichmäßig vertreten.

Ebenfalls wurden aus jedem Markt 50 bis 100 der „für den Export offenen“ Unternehmen ausgewählt und mit

einem Set von Fragen zu ihrem möglichen zukünftigen Exportverhalten befragt.

Schließlich weisen wir darauf hin, dass die Befragungen sowohl vor als auch nach der Referendumsabstimmung zum Verbleib des Vereinigten Königreiches in der EU durchgeführt wurden. Dabei sind Daten darüber entstanden, wie sich das Antwortmuster in der Umfrage nach der Abstimmung für den Austritt aus der EU verändert hat.

Befragungen wurden durchgeführt in:
Prozentanteil an gesamter Stichprobe (12.815)



Unternehmensgröße und -sektoren



Der Sektor „Industrielle Fertigung & Automobilbranche (IM&A)“ umfasst die Hersteller von Gütern für die industrielle Anwendung wie etwa Kräne und Metall-Extruder, für Haushaltsanwendungen wie etwa Küchen, Sanitäranlagen und Gartenausrüstung sowie Neu-, Gebrauchtfahrzeug- und Bootshändler, Hersteller von motorisierten Fahrzeugen, Motorrädern, Fahrrädern, Ersatzteilen, Reifen und Motoren sowie Groß- und Einzelhändler.



Der Sektor „Handel“ umfasst die gesamte Bandbreite von Händlern: Von Floristen bis zu Schreibwarenhändlern sowie Großhändler und Hersteller von Verbrauchsgütern wie Bekleidung, Möbel, Haushaltsgeräte und Lebensmittel.



Der Sektor „Hightech“ umfasst Hersteller von Sende- und Kommunikationsanlagen, Computern und Halbleitern sowie Software-Entwickler und Anbieter von Dienstleistungen der Computerprogrammierung.



Der Sektor „Gesundheitswesen“ umfasst eine große Bandbreite von Herstellern von medizinischen Apparaten, Prothetik und pharmazeutischen Präparaten einschließlich Biopharmazeutika sowie Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen wie Augenoptiker und Chiropraktiker.

In diesem Bericht werden folgende EU-Größenbegriffe verwendet: „Mikro“ für Unternehmen mit 1–9 Mitarbeitern, „klein“ für Unternehmen mit 10–49 Mitarbeitern und „mittelgroß“ für Unternehmen mit 50–250 Mitarbeitern.

Die abgebildeten Grafiken sind eine Zusammenfassung der Hauptergebnisse aus der Gesamtstudie. Wenn nur teilweise Daten verfügbar waren, können die Zahlen insgesamt weniger als 100 % ergeben. Wenn mehr als eine Antwort zulässig war, können sie mehr als 100 % ergeben.



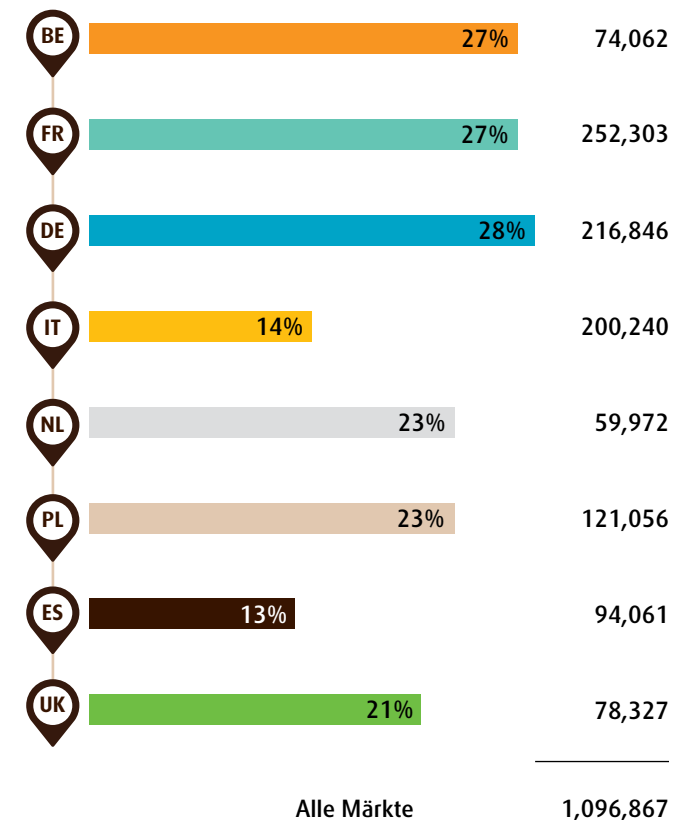
Zusammenfassung

Aus den Antworten von über 12.000 Eigentümern und Geschäftsführern von KMUs in acht europäischen Ländern ergibt sich, dass die Unternehmensgröße kein Hemmnis für den Export in europäische Länder oder über Europa hinaus darstellen muss. Wenngleich es im Jahr 2016 noch zutrifft, dass die Mehrheit der KMUs nicht exportiert, hat doch der Anteil derer, die exportieren, insgesamt zugenommen, in einigen Fällen sogar rasant. Diese KMUs machen auch positive Exportvoraussagen – mehrheitlich für alle Märkte, deren Exporte stabil sind oder gerade wachsen. Wesentliche Erkenntnisse:

- ◆ Der Anteil der KMUs, die exportieren, ist in allen Märkten angestiegen, wobei Deutschland das Wirtschaftsland ist, in das KMUs mit größter Wahrscheinlichkeit exportieren.
- ◆ Die Brexit-Abstimmung hatte eine Auswirkung auf alle Märkte, wobei die Exporterwartungen im Vereinigten Königreich sinken, während sie andernorts durchweg steigen.
- ◆ Zwar bleibt die EU der wichtigste Exportmarkt für KMUs in der EU, gefolgt von den USA, jedoch steigt der Anteil der an andere Orte exportierenden Unternehmen in allen Märkten, ausgenommen Italien und das Vereinigte Königreich.
- ◆ Die meisten exportierenden KMUs sagen für das kommende Jahr eine Steigerung ihrer Einkünfte aus dem Export voraus, obwohl das Vertrauen in das Wachstum leicht abgenommen hat.
- ◆ Der Zusammenhang zwischen Exporten und höheren Einkünften wurde bestätigt und hat sich verstärkt. Mehr als die Hälfte der exportierenden KMUs sagen, dass ihre Einkünfte in den zurückliegenden drei Jahren gewachsen sind.
- ◆ Der Anteil der exportierenden KMUs, der Online-Kanäle nutzt, ist leicht gesunken.
- ◆ Beschädigung oder Verlust der Lieferung sind die wichtigsten Gründe zur Besorgnis bei den Importeuren; die Sicherheit des Internets verliert weiterhin im selben Maße an Wichtigkeit, wie Online-Verkäufe zur Routine werden.
- ◆ Aus dem UPS Exportbereitschaftsindex geht hervor, dass nicht exportierende KMUs aus Frankreich, Spanien und dem Vereinigten Königreich am ehesten bereit sind in naher Zukunft mit dem Export zu beginnen. Bei polnischen und niederländischen Nicht-Exporteuren ist die Wahrscheinlichkeit am geringsten.

Exportlandschaft für KMUs

Exportierende KMUs in Prozent und geschätzte
Anzahl exportierender KMUs in den jeweiligen
Erhebungsländern



Europas Exportwirtschaft wächst

Die europäischen 2016 KMU-Ergebnisse implizieren, dass sich in den vier genannten Geschäftssegmenten in den acht untersuchten Ländern über eine Million aktiv exportierende KMUs befinden (in der Annahme, dass der Anteil der exportierenden KMUs in der Studie repräsentativ ist). Der Anteil der exportierenden KMUs ist in jedem Markt gewachsen, für den Vergleichsdaten aus den Vorjahren vorliegen (Spanien ist nicht repräsentiert, da erstmals in der Erhebung von 2016 vertreten). Die Tendenz der KMUs zu exportieren, variiert deutlich in den verschiedenen Märkten; in allen untersuchten Märkten ist der Anteil der exportierenden KMUs aber gestiegen. 2015 stieg auch der Anteil der exportierenden KMUs in vier von sieben Märkten (leicht fallend in Belgien und Frankreich und stärker fallend in Italien), während 2016 die Tendenz zu exportieren generell gestiegen ist.



Deutsche KMUs weisen mit 28 % aller untersuchten Unternehmen, die in den vergangenen zwölf Monaten Lieferungen ins Ausland versandt haben, die stärkste Tendenz zum Exportieren auf. Nach Frankreich hat Deutschland die zweitgrößte Anzahl exportierender KMUs.



In allen Märkten, ausgenommen Italien und Spanien, exportieren mittlerweile mehr als ein Fünftel der KMUs.



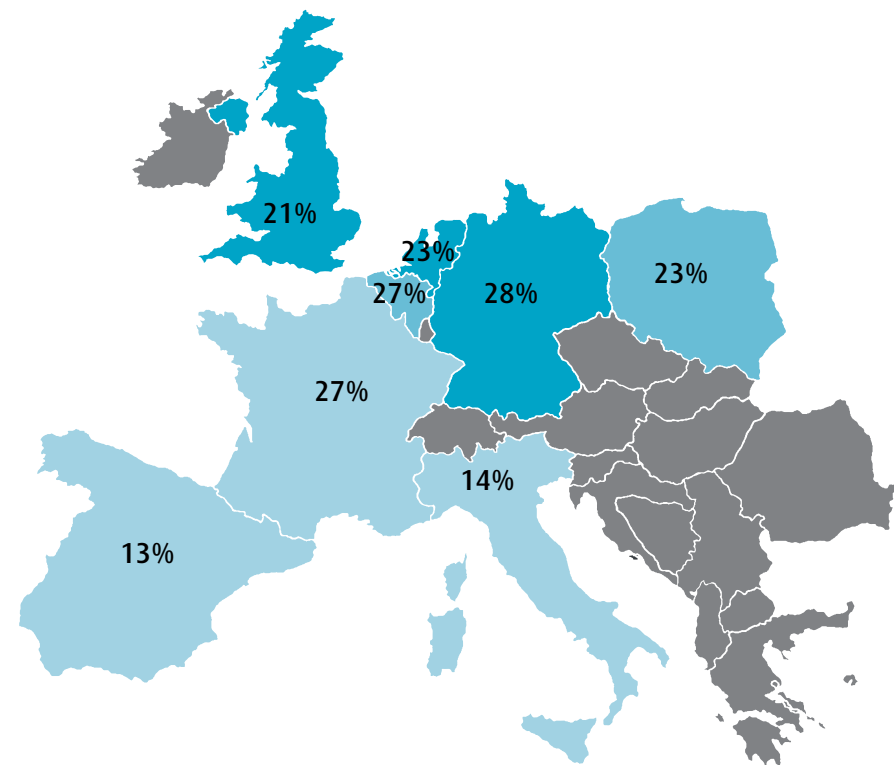
Durch den Anstieg der Exporte in alle Märkte hat sich die relative Position des Vereinigten Königreiches verschoben; vormals nach Deutschland auf Platz zwei der exportstärksten KMUs, ist das Vereinigte Königreich nun auf den sechsten Platz zurückgefallen.



Je größer ein KMU ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass es exportieren wird. In jedem Markt wächst der Anteil der exportierenden KMUs mit der Unternehmensgröße. Im Durchschnitt exportieren 36 % der mittelgroßen KMUs im Vergleich zu 27 % der kleinen KMUs und 20 % der Mikrounternehmen. Die Untersuchungsergebnisse 2016 zeigten keine signifikanten Unterschiede bei der durchschnittlichen Exportneigung der unterschiedlichen Sektoren, wenngleich es einige Unterschiede auf Länderebene gibt – In Belgien, Deutschland, den Niederlanden und Polen ist die Wahrscheinlichkeit zu exportieren in der Industriellen Fertigung am größten. Die Ergebnisse für die Sektoren weisen eine Änderung gegenüber dem Vorjahr auf: 2016 war es etwas wahrscheinlicher, dass die Hersteller über Exportgeschäfte berichteten, während sich der Anteil der Einzelhändler mehr als verdoppelt hat.

Exportlandschaft für KMUs

Die exportierenden KMUs (in Prozent) pro Land



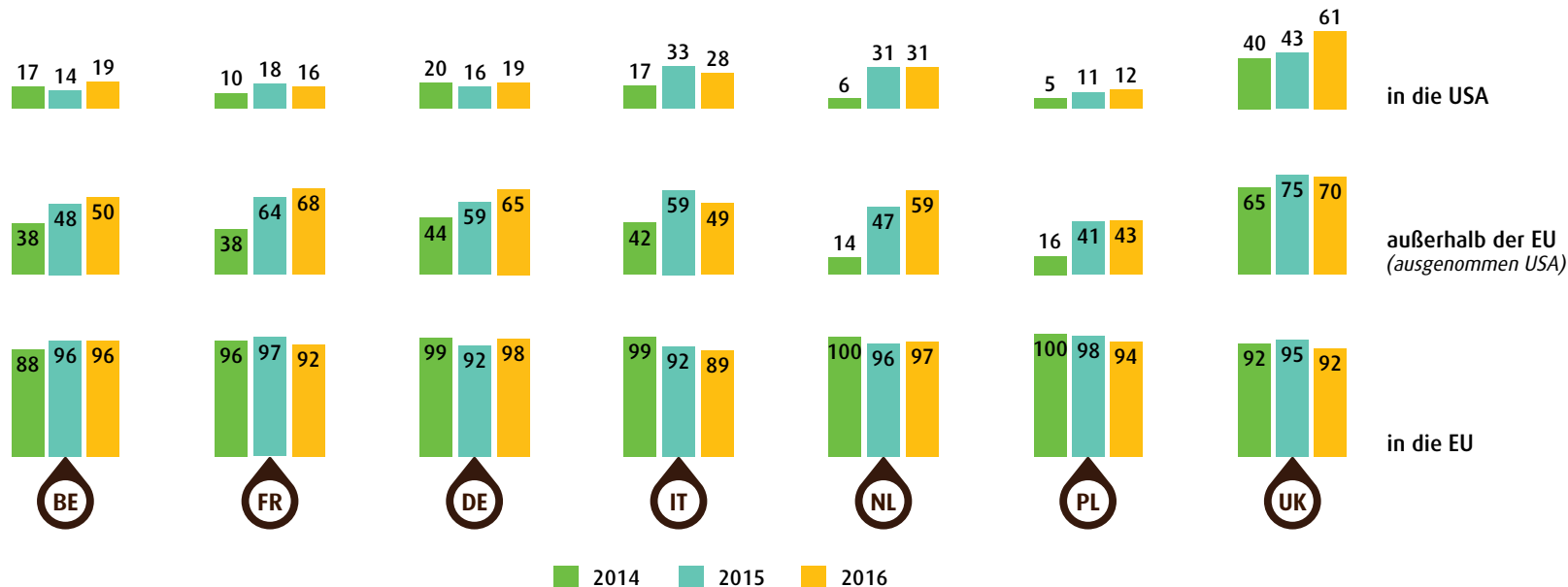
Die Form der Exporte ändert sich

Von Jahr zu Jahr ändert sich wenig beim Anteil der KMUs, die in EU-Länder und die USA exportieren (abgesehen von einem steigenden Anteil der Exporte der KMUs vom Vereinigten Königreich in die USA, der von 43 % im Jahr 2015 auf 61 % gestiegen ist). Wenn wir die übrigen Teile der Welt betrachten, ist die Geschichte eine andere. In den meisten Fällen exportiert ein steigender Anteil an Unternehmen in andere Länder, wobei nur die italienischen KMUs einen signifikanten Rückgang verzeichnen (49 % gegenüber 59 % im Jahr 2015) und die UK-KMUs (70 % gegenüber 75 % im Jahr 2015). Das Gesamtbild zeigt, dass mehr europäische KMUs an neue Bestimmungsorte außerhalb der EU und der USA exportieren.

„Im Jahr 2016 wurde die Erhebungsgrundlage erweitert auf alle derzeit exportierenden KMUs anstelle aller derzeit außerhalb der EU exportierenden KMUs.“

Export-Muster

Der Anteil der Sendungen für KMUs in jedem der befragten Länder und Regionen, in die diese Sendungen in den letzten 12 Monaten versandt wurden.



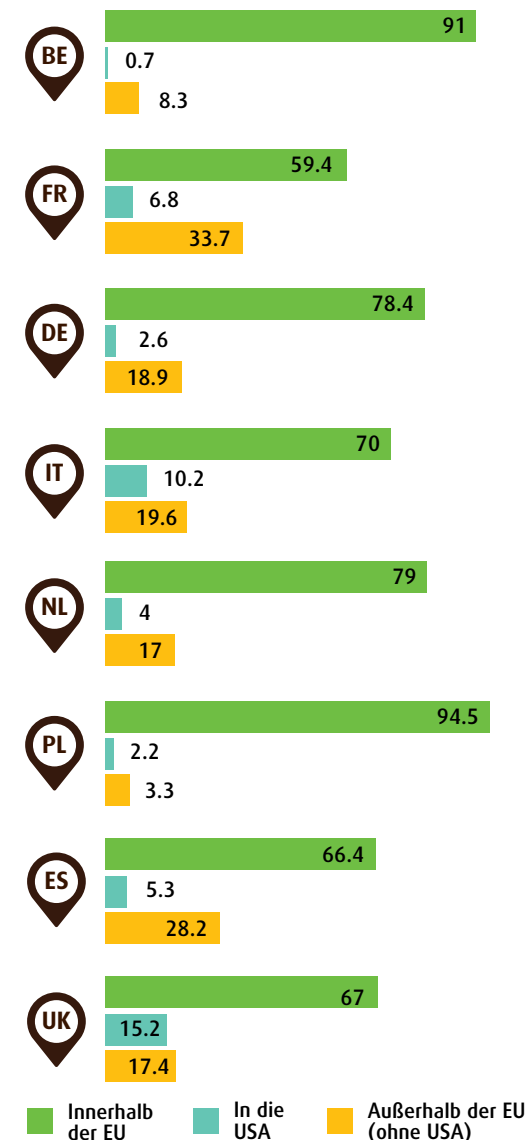
Exportierende KMUs nach Bestimmungsort

Für europäische KMUs stellt Exportieren in erster Linie den Handel in Europa dar. In allen acht untersuchten Märkten exportieren KMUs mit einem deutlichen Vorsprung mehr in die EU als an andere Bestimmungsorte. Obgleich der wichtigste Nicht-EU-Markt für Europas Exporteure immer noch der US-Markt ist, dicht gefolgt von den nicht zur EU gehörenden europäischen Ländern, variiert die Bedeutung von einzelnen Nicht-EU-Märkten stark von Land zu Land und spiegelt historisch gewachsene Handelsgepflogenheiten wider.

- Die insgesamt größten nicht zur EU gehörenden Märkte für KMUs sind für alle acht Länder die USA, Nicht-EU-Europa und Asien, ausgenommen China.
- Die USA sind das größte nicht zur EU gehörende Bestimmungsland für den Export. Das Vereinigte Königreich ragt als der Markt heraus, in dem KMUs mit größter Wahrscheinlichkeit in die USA exportieren, wobei der Anteil der KMUs, die Handelsbeziehungen mit den USA unterhalten, fast doppelt so hoch ist wie der nächste von den USA am stärksten fokussierte Markt: Der niederländische. Belgien, Frankreich, Deutschland, Polen und Spanien treiben einen begrenzten Handel mit den USA, wobei in allen Fällen weniger als 20 % der KMUs eine Handelsbeziehung mit den USA unterhalten.
- China und der Mittlere Osten bleiben relativ unbedeutende KMU-Exportmärkte – nur 13 % der untersuchten KMUs exportieren nach China und nur 12 % exportieren in den Mittleren Osten.
- Der hohe Anteil der KMUs in Belgien und Frankreich, die nach Afrika exportieren (jeweils 25 % und 29 %), spiegelt die historischen Verbindungen dieser Länder mit West- und Zentralafrika wider; nur 13 % der KMUs im Vereinigten Königreich exportieren nach Afrika.

Verhaltensmuster beim Export

Der Anteil der Sendungen für KMUs pro untersuchtem Land und Region, in die über die letzten zwölf Monate versandt wurde.



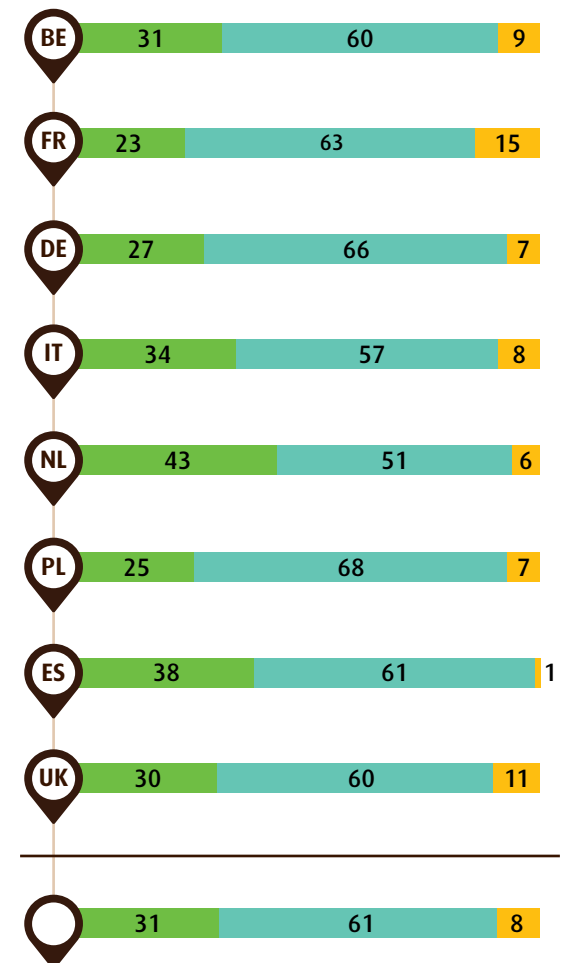
KMUs sagen, Export fördere das Wachstum

Die UPS Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs 2016 bestätigt die Erkenntnisse der vorherigen zwei Jahre dahingehend, dass Export für KMUs mit höheren Einkünften verbunden ist. In der gesamten Erhebungsgrundlage bekundete mehr als die Hälfte der exportierenden KMUs, dass der Umsatz über die letzten drei Jahre anstieg, gegenüber 31 % der Unternehmen, die nach eigenen Aussagen „nicht offen“ für den Export sind: Dies repräsentiert einen geringen Anstieg (zwei Prozentpunkte) bei dem von den Unternehmen berichteten Wachstum gegenüber 2015. Nur 12 % der Exporteure berichteten über sinkende Umsätze, verglichen mit 17 % bei den Unternehmen, die „offen für den Export sind“. Auf Länderbasis variierten die Ergebnisse kaum, wenngleich die günstigste Verbindung zwischen Export und wachsenden Einkünften im Vereinigten Königreich festgestellt wurde. Hier berichteten 59 % der Exporteure über steigende Einkünfte, während der Anteil der Exporteure, die drei Jahre lang Wachstum meldeten, in allen Märkten über 50 % lag, außer in Frankreich (44 %) und Italien (45 %). In jedem einzelnen Markt berichteten exportierende KMUs mit höherer Wahrscheinlichkeit von einem Wachstum als Unternehmen, die sich selbst als nicht offen für den Export beschreiben.

Unternehmen glaubten auch, dass das Volumen ihrer Exporte mit größerer Wahrscheinlichkeit wächst, als dass es sinkt. Die Mehrheit der Unternehmen (61 %) erwartete ein stabiles Wachstum, in den Fällen jedoch, in denen man Veränderungen erwartet, wird mit größerer Wahrscheinlichkeit eine Zunahme (31 %) als eine Abnahme (8 %) vorausgesagt. Dies spiegelt einen Vertrauensverlust gegenüber den im Jahr 2015 verzeichneten Werten wider, als 37 % der Unternehmen aussagten, sie würden ein Wachstum ihres Exportvolumens erwarten.

Erwartungen der Exporteure für die nächsten zwölf Monate

■ Steigend ■ Gleichbleibend ■ Sinkend



E-Commerce ermöglicht Exportwachstum

Nach einem Jahr mit drastisch angestiegener Nutzung von Online-Verkaufskanälen zeigte die UPS Studie im Jahr 2015, dass exportierende KMUs mit größerer Wahrscheinlichkeit online verkaufen als über andere Kanäle; in manchen Märkten wurde sogar eine Verdopplung der Online-Verkäufe erreicht. Im Jahr 2016 jedoch scheint das Wachstum der Online-Verkaufskanäle zu stagnieren.

In allen untersuchten Märkten mit Ausnahme von Deutschland und Italien* berichtet im Vergleich zu 2015 ein kleinerer Anteil von exportierenden KMUs, dass er Online-Kanäle nutzt. In den meisten Fällen nutzen die exportierenden KMUs auf ihrem Inlandsmarkt mit höherer Wahrscheinlichkeit Online-Kanäle als nicht exportierende KMUs.

In der Kategorie der Unternehmen, die offen für den Export waren, ohne ihn jedoch bereits umgesetzt zu haben, war die Online-Nutzung sehr viel niedriger (nur 31 % dieser Unternehmen nutzten Online-Kanäle), was nahelegt, dass der Übergang von „offen für Exporte“ zu tatsächlichen Verkäufen ins Ausland wahrscheinlich größere Investitionen in eine Online-Präsenz bedeutet.

* Die Fragen zur Online-Nutzung variierten in den Erhebungen von 2015 und 2016. Im Jahr 2015 wurden die Unternehmen gebeten anzugeben, welche Vertriebskanäle sie nutzen, einschließlich der eigenen Webseite und der Webseiten von Dritten. Im Jahr 2016 wurden die Unternehmen einfach gefragt, ob sie den Online-Kanal für das Inlandsgeschäft und für Exporte nutzen.

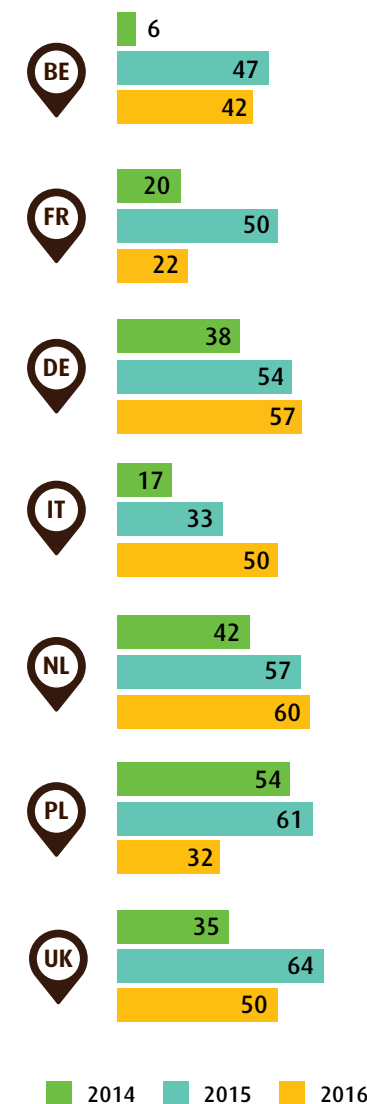
Die Grenzen des Online-Handels

Die Nutzung der Online-Handelskanäle wuchs, seit UPS im Jahr 2013 mit der Befragung der exportierenden KMUs begann. Nun jedoch scheint ein Scheitelpunkt erreicht zu sein. Aus mehreren Gründen können KMUs sich dafür entscheiden, nicht in Online-Kanäle zu investieren; einige dieser Gründe sind bei den Befragungen deutlich geworden.

- + Unternehmen mit nur einer geringen Anzahl von großen B2B-Kunden, die im persönlichen Kontakt bedient werden, sehen keinen Bedarf, Online-Kanäle aufzubauen.
- + Einige Produktkategorien sind nicht für den Online-Handel geeignet – Dies schließt regulierte Produkte wie Arzneimittel ein, die dem Gesetz nach nicht online vertrieben werden dürfen, ebenso kundenspezifische Produkte und sehr hochwertige Produkte.
- + Einige Märkte, wie beispielsweise der afrikanische, verfügen nur über einen vergleichsweise schwachen Internet-Zugang und werden nicht einmal für Online-Investitionen in Betracht gezogen.

JAHR FÜR JAHR – Aktuelle Exporteure

% der KMUs, die online an ihre Kunden im Ausland verkaufen



Die Wahrnehmung von Exporthindernissen verändert sich

Das Hauptaugenmerk der Exporteure gilt der praktischen Handhabung des grenzüberschreitenden Versands. Die größte Sorge der exportierenden KMUs – Ob sie nun in andere EU-Staaten oder darüber hinaus exportieren: Es besteht immer die Gefahr der Beschädigung bzw. des Verlustes der Lieferung. Weniger Greifbares wie sprachliche, vertriebliche und Marketingfragen stehen ganz am Ende der Liste der Besorgnisse bezüglich des Handels innerhalb und außerhalb der EU.

Dennoch sind die Sorgen bei exportierenden KMUs andere, je nachdem, ob sie innerhalb oder außerhalb der EU exportieren: Zollabfertigung und -regelungen haben eine deutlich größere Bedeutung für Unternehmen, die Lieferungen außerhalb der EU versenden, worin sich das Vertrauen der Exporteure in den EU-Binnenmarkt widerspiegelt: Darauf, dass die Reduzierung der verwaltungs- und zollrechtlichen Hemmnisse zu ihrem Vorteil ausfallen wird.

Auf Länderebene ist bemerkbar, dass KMUs in einigen der acht Märkte wesentlich empfindlicher auf bestimmte Exporthemmnisse reagieren als andere. Bei Exporten innerhalb der EU ist bei Unternehmen in Frankreich, Italien und besonders in Polen die Wahrscheinlichkeit größer, dass Probleme auftreten, als bei KMUs in anderen Ländern. Bei Exporten außerhalb der EU machen sich Unternehmen in Frankreich, Italien, Polen und Spanien mehr Gedanken um Exporthemmnisse und äußern mit größerer Wahrscheinlichkeit als andernorts Bedenken.

Im Laufe der vergangenen zwei Jahre konnte UPS feststellen, dass die Bedenken bezüglich der Sicherheit des Online-Handels gesunken sind: Als eine geringfügig andere Erhebungsgrundlage von exportierenden KMUs im Jahr 2014 nach führenden Bedenken befragt wurde, war die Internet-Sicherheit das am zweithäufigsten angegebene Hindernis für Exporte innerhalb der EU. Im Jahr 2015 ist es auf Platz vier der am häufigsten genannten Probleme gefallen. 2016 setzt sich dieser Trend fort: Die Internet-Sicherheit rangiert nahezu ganz unten auf der Liste der Besorgnisse und auf Länderebene wird sie nur von Unternehmen in Polen als signifikantes Problem für Exporte außerhalb der EU eingestuft. Die Ergebnisse spiegeln eine sehr schnelle Entwicklung dahingehend wider, dass der Online-Vertrieb zur Norm für exportierende KMUs wird.



Top 3 Sorgen beim Export innerhalb der EU

	1	2	3
BE	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zuverlässigkeit der Zustellung	Kosten
FR	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zuverlässigkeit der Zustellung	Zustellgeschwindigkeit
DE	Zollabwicklung	Regionaler Wettbewerb	Risiko der Beschädigung / des Verlustes
IT	Zollabwicklung	Zuverlässigkeit der Zustellung	Kosten
NL	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zuverlässigkeit der Zustellung	Sicherheit von E-Commerce
PL	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zuverlässigkeit der Zustellung	Kosten
ES	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zuverlässigkeit der Zustellung	Kosten
UK	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zuverlässigkeit der Zustellung	Kosten

Die 3 größten Bedenken beim Export außerhalb der EU

	1	2	3
BE	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Gesetzliche Bestimmungen	Zollabwicklung
FR	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zuverlässigkeit der Zustellung	Zollabwicklung
DE	Gesetzliche Bestimmungen	Zollabwicklung	Kosten
IT	Kosten	Gesetzliche Bestimmungen	Zuverlässigkeit der Zustellung
NL	Zollabwicklung	Zuverlässigkeit der Zustellung	Gesetzliche Bestimmungen
PL	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Kosten	Zuverlässigkeit der Zustellung
ES	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Zustellgeschwindigkeit	Kosten
UK	Risiko der Beschädigung / des Verlustes	Gesetzliche Bestimmungen	Zollabwicklung

Zukünftige Prioritäten und aktuelle Leistung

In der Erkenntnisstudie zum Exportverhalten europäischer KMUs 2016 hat UPS die Unternehmen gebeten, ihre geschäftlichen Hauptprioritäten für die nahe Zukunft zu benennen und ihre Leistungen in diesen Punkten zu bewerten. Die Ergebnisse waren ziemlich konsistent über alle acht Marktsegmente hinweg: Deckung der Kundennachfrage und Schritthalten mit der Innovation wurden als die beiden Top-Themen in sieben von acht Märkten benannt (das Vereinigte Königreich bildete die Ausnahme, hier wurde Effizienz als die Top-Herausforderung genannt, während Kundennachfrage und Innovation dort an zweiter und dritter Stelle rangierten). Die Ergebnisse waren sehr ähnlich für Unternehmen, die sich als offen für den Export bezeichneten, wenngleich sie es noch nicht umsetzten. Genau dieselben Prioritäten wurden von Unternehmen benannt, die nach Sektoren gruppiert waren: Sämtliche Sektoren bewerteten die Kundennachfrage als ihre Top-Priorität und behielten die Innovation auf Platz zwei.

Die Ergebnisse waren auch konsistent im Vorjahresvergleich. Im Jahr 2015 (als sich die in der Erhebung gestellten Fragen geringfügig unterschieden) setzten Unternehmen aus sechs von sieben Märkten Innovation und Kundenerfahrung an die erste oder zweite Stelle ihrer Prioritätenliste (mit Ausnahme der Unternehmen in Italien, die den Cashflow als zweitwichtigste Priorität nannten).

Daraus ergibt sich die Schlussfolgerung, dass die exportierenden Unternehmen mehr die Kunden als die Abläufe im Auge haben. Themen wie die Auslegung der Versorgungskette und Management, Cashflow-Management und Verfolgung durch Wettbewerber kommen weniger häufig auf ihrer Agenda vor.

Die Unternehmen wurden auch gebeten, ihre eigene Leistung in diesen Punkten zu bewerten. Es war keine Überraschung, dass in allen Märkten die beste Leistung dort erzielt wurde, wo die Top-Priorität lag: Kundennachfrage und Innovation. Einzige Ausnahme bildet das Vereinigte Königreich, in dem die Unternehmen nicht ihre Top-Priorität – Effizienz – als eine ihrer drei Top-Leistungen nannten.

Die Ergebnisse wurden zur Unterstützung bei der Erstellung des UPS KMU-Bereitschaftsindex weiter analysiert, wie auf den Folgeseiten ausgeführt.

Top 3 Gründe für KMUs, zu exportieren

	1	2	3
BE	Kundennachfrage	Innovation	Kundenerfahrung
FR	Kundennachfrage	Innovation	Cashflow
DE	Kundennachfrage	Innovation	Effizienz
IT	Kundennachfrage	Innovation	Cashflow
NL	Innovation	Kundennachfrage	Effizienz
PL	Innovation	Kundennachfrage	Kundenerfahrung
ES	Kundennachfrage	Innovation	Kundenerfahrung
UK	Kundennachfrage	Innovation	Kundenerfahrung

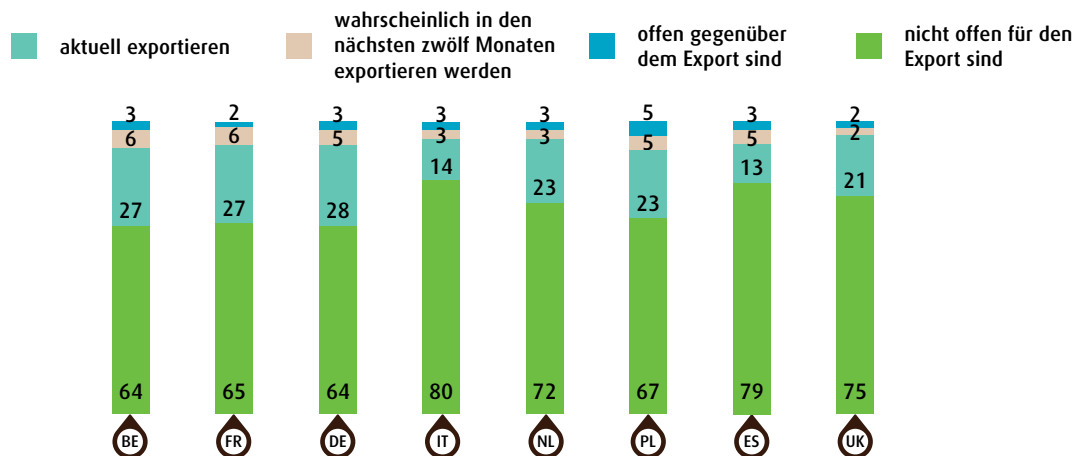
Exporteure der Zukunft

Die UPS Studie zum Exportverhalten europäischer KMUs 2016 benannte aktuell exportierende KMUs, die „wahrscheinlich“ in den nächsten zwölf Monaten exportieren werden und die sich selbst als „offen für Export“ bezeichneten. Die Ergebnisse bestätigen, dass, wenngleich es zutrifft, dass die Mehrheit der KMUs nicht exportiert, eine große Minderheit es macht (über 20 % in sechs von acht Märkten). Gleichzeitig gibt es eine signifikante Minderheit, die wahrscheinlich bald exportieren wird bzw. offen für die Idee ist.

Unter denen, die nicht exportieren, führten einige die Investitions- oder Verwaltungskosten für die Umstellung auf das Exportieren an, andere nannten fundamentalere Gründe – einschließlich fehlender Kundennachfrage im Ausland – oder auch die Einschätzung, dass die eigenen Produkte nicht exporttauglich wären (Unternehmen nannten Lebensmittel, Arzneimittel und Dienstleistungen in dieser Kategorie).

Auf Länderebene entsprach die größere Anzahl der exportierenden KMUs dem höheren Maß an Interesse an zukünftigen Exporten seitens der Nicht-Exporteure. Belgien, Frankreich und Deutschland sind dem Export gegenüber am positivsten eingestellt und weisen sowohl die höchste Exportaktivität als auch das höchste Interesse daran aus. Italien und Spanien zeigen die geringste Wahrscheinlichkeit, jetzt zu exportieren und die geringste Offenheit gegenüber Exporten in der Zukunft.

% KMUs, die...



Exportbereitschaftsindex

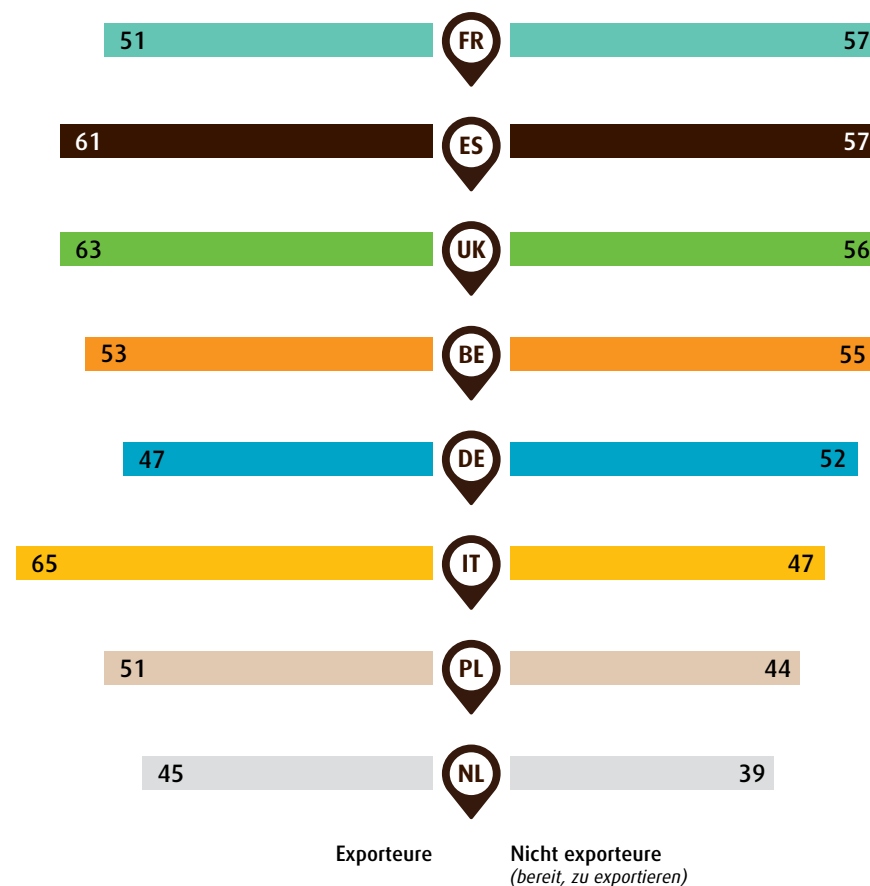
Unter Verwendung der Ergebnisse für die Offenheit für Exporte wie auf den vorherigen Seiten ausgeführt, leitete UPS einen Exportbereitschaftsindex ab. Dieser ist darauf ausgerichtet, zu zeigen, wie dicht die Nicht-Exporteure eines Landes davor sind, in den Exportmarkt einzusteigen und welche Art von neuen Kompetenzen für die Organisation des Überganges notwendig wäre. Alle Unternehmen beantworteten Fragen zu ihren zukünftigen Geschäftsprioritäten und zu ihrer Bewertung der aktuellen Leistungen in diesen Feldern. Die Ergebnisse wurden zu einem gewichteten Index zusammengefasst, der die Aufgeschlossenheit gegenüber Exporten anzeigt, basierend auf den eigenen Aussagen der Unternehmen zu ihrer aktuellen Leistung.

⊕ Nach diesem Index sind die drei Themen, die Unternehmen in Angriff nehmen müssten, um den Übergang in den Export zu bewältigen, die folgenden: Nutzung von E-Commerce, lernen, wie man in unbekannten Märkten wächst, und Erlangen von Marktintelligenz.

⊕ Auf Länderebene wiesen die KMUs in Italien die höchsten Kompetenzdefizite auf (Verbesserung der Kundenerfahrung). Ebenfalls signifikante Kompetenzlücken wurden in Polen (E-Commerce) und in den Niederlanden (Marktintelligenz) festgestellt.

⊕ Auf Sektorebene glauben die Vertreter der Sektoren Handel und Hightech, dass sie noch viel lernen müssen, um den Übergang zum Export erfolgreich zu bewältigen.

Die Lücke zur Exportbereitschaft zwischen Exporteuren und Nicht-Exporteuren



Exportbereitschaft: eine Vertrauensfalle?

Erstaunlicherweise glauben einige nicht exportierende KMUs, dass sie in exportkritischen Bereichen besser abschneiden als KMUs, die bereits jetzt Exportleistungen erbringen. In Belgien, Deutschland und Frankreich glauben zwischen 2 % und 6 % der dem Export gegenüber aufgeschlossenen Unternehmen, dass sie besser ausgestattet seien als exportierende Unternehmen. Da sich diese Ergebnisse auf eigene Aussagen der Unternehmen stützen, ist die Ungleichheit dieser Aussagen schwer zu fassen; es mag sein, dass noch nicht exportierende Unternehmen ihre Leistung in der realen Welt des grenzüberschreitenden Handels, die große Expertise zu erfordern scheint, unterschätzen.

Schließen der Exportbereitschafts-Lücke

Nicht-Exporteure können die Lücke in jedem Land auf verschiedene Art und Weise schließen

- IT** Verbesserung der Kundenerfahrung
- PL** Vorteile des E-Commerce
- UK** Verbesserung der Kundenerfahrung
- NL** Erlangen von Marktintelligenz über Kundenbedürfnisse & -erwartungen
- ES** Kontinuierliche Innovation und Erhaltung von hochqualitativen Produkten



Fazit

Europas exportierende KMUs stellen weiterhin einen wachsenden Teil der Gesamtwirtschaft dar und leisten bedeutende Beiträge zum europäischen Wirtschaftswachstum. Die jüngsten EU-Zahlen zeigen, dass die Wachstumsraten der KMUs überall gestiegen sind und die Beschäftigungsquote in KMUs steigend ist. Die UPS Daten zeigen, dass der Anteil der exportierenden KMUs in allen sieben Marktsegmenten, für die Vorjahresvergleichsdaten vorlagen, steigt und dass für exportierende KMUs die Verknüpfung zwischen Export und gesteigertem Wachstum die Tatsache unterstreicht, dass Export der beste Wachstumsmotor im KMU-Sektor ist.

Erstmals in den vier Jahren, in denen UPS Daten zur KMU-Exportleistung erhoben hat, manifestierte sich ein bedeutender Trendwechsel. Das sehr ausgeprägte Wachstum der Online-Vertriebskanäle in den vorherigen beiden Jahren ist nun rückläufig, was nahelegt, dass es für KMUs eine natürliche Grenze für die Nutzung von Online-Kanälen gibt (eine signifikante Minderheit der Unternehmen sagt, dass Online-Handel nicht zu ihrem Geschäftsfeld passt). Für die Mehrheit der KMUs, die keine Online-Kanäle nutzen, gibt es wiederum Anzeichen dafür, dass der Online-Handel zur Norm wird – Besorgnisse zur Sicherheit des Internets verlieren hingegen an relativer Bedeutung und zwar in dem Maße, in dem der Online-Vertrieb sowohl den Kunden als auch den Unternehmen vertrauter wird.

Ebenso wurden Änderungen hinsichtlich der relativen Exportorientierung einzelner Märkte festgestellt. Besonders das Vereinigte Königreich ist vom Spitzenplatz in der Liga der exportorientierten Wirtschaftsländer nahezu auf deren Schlussplatz gefallen. Die Abstimmung im UK-Referendum hat dieser Trendwende einen neuen Faktor hinzugefügt. Die Brexit-Abstimmung hatte eine Auswirkung auf exportierende KMUs in allen acht untersuchten Ländern. Im Vereinigten Königreich wurde die Erwartung in zukünftiges Wachstum durch Export gedämpft, während es andernorts den gegenteiligen Effekt hatte.

Diese Trendänderung legt nahe, dass der KMU-Exportmarkt sich weiterhin in einem Reifungsprozess befindet, was UPS erstmals mit der Datenerhebung im vergangenen Jahr feststellen konnte. Der Export mag früher einmal den großen Unternehmen vorbehalten gewesen sein, die das Investitionsvermögen besaßen, sich ihre eigenen grenzüberschreitenden Handelssysteme aufzubauen; dies hat sich nun geändert. Kleinere Unternehmen können sich heute immer leichter Zugang zu Exportmärkten verschaffen, dank dritten Leistungsanbietern und der zunehmenden Leichtigkeit, mit der grenzübergreifender Online-Vertrieb möglich ist. Der Anteil der exportierenden KMUs ist noch eine Minderheit – fast ein Viertel der KMUs exportieren –, jedoch ist es eine große Minderheit, die auf weiteres Wachstum eingestellt ist.





Über UPS

UPS arbeitet in über 220 Ländern und Gebieten auf der ganzen Welt und unterstützt Geschäfte wie KMUs. Das liegt daran, dass es eine starke Kundenorientierung und eine enge Verbindung zu den Gemeinden hat, in denen es seine Services anbietet. So gibt es auch Fahrer, die ihre Pakete in Europa schon seit mehr als 30 Jahren in den gleichen Straßen und Städten abholen. Sie kennen Ihre Kunden sogar mit Namen.

UPS hat ein weltweites Logistik-Netzwerk aufgebaut, das durchschnittlich 18,3 Millionen Pakete und Dokumente täglich zustellt und mehr als 2.000 Niederlassungen auf der ganzen Welt unterhält. Diese Pakete werden mit einer großen Flotte zugestellt: 237 Flugzeuge, über 110.000 Zustellfahrzeuge, Trucks, Zugwagen und Motorräder (davon mehr als 7.700 Fahrzeuge mit alternativen Antrieben).

Durch die Nutzung dieses Netzwerkes sind KMUs in der Lage, groß zu denken und es mit ihren Wettbewerbern aufzunehmen, ohne eine globale Infrastruktur schaffen zu müssen, um tatsächlich groß zu sein. KMUs sind in der Lage zu wählen und sie wählen eine UPS Logistik-Technologie und einen Service, die ihre spezifischen geschäftlichen Herausforderungen erfüllen. Nachdem wir seit Jahren Millionen von Exportaufträgen auf der ganzen Welt versendet haben, hat UPS Lösungen entwickelt, die optimal für den Export von KMUs geeignet sind.

UPS hilft KMUs beim Wachstum, indem es ihnen neue Märkte erschließt. Die Erfahrung auf neuen Märkten führt zu Produktinnovationen, die das Wachstum der Unternehmen vorantreiben. Unternehmen, die neue Märkte und Nischen erforschen und schnell auf Veränderungen in der Marketinglandschaft reagieren können, sind diejenigen, die erfolgreich sein werden.

UPS Tools & Services für KMUs:

Verpackungsberatungsservice

UPS verfügt über ein spezialisiertes Paket-Testlabor in Europa, wo Spezialisten eine Verpackungsberatung anbieten. Dies hilft KMUs, Verpackungen zu entwickeln, die den Belastungen des Exporttransportes standhalten, wodurch das Risiko von Verlusten und Schäden minimiert wird.

Paket- und Frachtservices

UPS transportiert jede Art von Sendungen, von Umschlägen, die über Nacht zugestellt werden müssen bis zu Massen-Sendungen, die spezielle Ausrüstungen benötigen, um sie auf Schiffe zu laden.

API Technologie

Technologie direkt in ihre Webseite oder Enterprise-System zu integrieren. Dadurch werden KMUs effizienter und ihre Kunden profitieren von einer verbesserten Benutzerfreundlichkeit.

Zollabwicklung

Mit Brokerage-Einrichtungen in allen Top-Weltmärkten deckt UPS die globalen Handelszentren ab, in denen KMUs tätig sind. Brokerage Services werden kontinuierlich, zuverlässig und flexibel durchgeführt.

UPS Access Point™

Das UPS Netzwerk der UPS Access Point™ Standorte ermöglicht eine schnelle, effiziente und praktische Abholung von Paketen von einer Verkaufsstelle wie einem Zeitungshändler oder einem Lebensmittelladen. UPS Access Point™ Standorte bieten Einzelhändlern eine praktische Alternative zur Zustellung an die Heimatadresse ihrer Kunden und helfen dabei, ihr Online-Shopping zur verbessern.

Papierlose Lösungen

UPS Paperless Invoice liefert Exporteuren Komfort und Ruhe, indem es KMUs erlaubt, ihre Handelsdokumente elektronisch an UPS einzureichen. Dies verringert das Risiko, dass Waren aufgrund von fehlenden oder falsch interpretierten Informationen beim Zoll gehalten werden.

ups united problem solvers™

UNITED PARCEL SERVICE DEUTSCHLAND S.à r.l. & Co. OHG

Hauptverwaltung: United Parcel Service Deutschland S.à r.l. & Co. OHG, Görlitzer Straße 1, 41460 Neuss

Registergericht Neuss HR A 5119

© 2017 United Parcel Service of America, Inc.

UPS, das UPS Markenzeichen und die Farbe Braun sind eingetragene Marken von United Parcel Service of America, Inc. Alle Rechte vorbehalten.