

## Pressemitteilung

Für Wirtschaftsredaktionen  
27. Mai 2019

### **Neue Commerzbank-Studie: Unternehmen reagieren auf unsichere Rahmenbedingungen bei Internationalisierung**

- **Unternehmeranteil mit Auslandsumsatz seit 2007 stabil: 52 Prozent exportieren**
- **81 Prozent halten Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte für wesentlichen Treiber**
- **Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen befürchtet negative Auswirkungen durch globale Handelskonflikte und Dieselkrise**
- **Geopolitische Turbulenzen verändern Vertrauen in Handelspartner; exportierende Unternehmen gehen nach China, Nordamerika sowie Afrika**
- **Mittelstand benötigt beim Umgang mit regulatorischen Vorschriften im Ausland Unterstützung durch Banken**
- **Michael Reuther: „Deutsche Unternehmen sollten ihre Chancen auf den Weltmärkten weiter nutzen“**

Trotz internationaler Krisenherde setzt der Mittelstand weiter auf Internationalisierung. Aktuell exportieren 52 Prozent der Unternehmen fast durchweg in den Euroraum, allein im verarbeitenden Gewerbe sind es 78 Prozent. Lediglich 6 Prozent der Unternehmen mit Internationalisierungspotenzial zögern. Doch verändern geopolitische Turbulenzen wie anhaltende Handelsspannungen sowie der Brexit die Rahmenbedingungen. Der Mittelstand ist jedoch darauf eingestellt und setzt je nach Größe auf Kernprodukte, den Vertrieb im EU-Binnenmarkt oder auf Innovation und internationale Diversifizierung. Wesentlicher Treiber für Internationalisierung ist die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte, so geben es 81 Prozent der Unternehmen an. Weitere Treiber sind die zunehmende Digitalisierung von Geschäftsprozessen (78 Prozent) und günstige finanzielle Rahmenbedingungen (73 Prozent).

Die am 27. Mai 2019 in Frankfurt vorgestellten Ergebnisse der 19. Befragung der Initiative „Unternehmerperspektiven“ mit dem Titel „Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft“ benennt politische und wirtschaftliche Ursachen für die veränderte Internationalisierung des Mittelstands. „Eine wichtige Erkenntnis für uns als Bank ist, dass Unternehmen mit Potenzial für Internationalisierung angesichts der geopolitischen Situation und vermuteten Unsicherheiten bei Auslandsinvestitionen zögern“, kommentierte Michael Reuther, Vorstand im Firmenkundengeschäft der Commerzbank, die aktuelle Studie. „Wir sehen uns deshalb aufgefordert, den Mittelstand dabei zu unterstützen, beherrschbare Risiken beim Gang ins Ausland abzusichern. Deutsche Unternehmen sollten ihre Chancen auf den Weltmärkten weiter nutzen.“

### **Politische und wirtschaftliche Ist-Situation bewirkt Planungsunsicherheit**

Fast zwei Drittel der befragten Unternehmen rechnen in den nächsten zwei Jahren mit geringerer Planungssicherheit und 61 Prozent mit konjunktureller Eintrübung. Gründe hierfür sind politische und wirtschaftliche Unsicherheiten: 47 Prozent bewerten die zunehmenden globalen Handelskonflikte negativ für die eigene Geschäftstätigkeit, 35 Prozent den möglichen Brexit. Mittelständische Unternehmen schätzen China aktuell als Handelspartner verlässlicher als die USA oder Großbritannien ein (30 Prozent versus 17 beziehungsweise 8 Prozent). Aber auch hausgemachte Themen belasten die Unternehmen: 45 Prozent rechnen mit negativen Auswirkungen der Dieselkrise auf die eigene Geschäftstätigkeit. 35 Prozent sehen negative Folgen des Klimawandels. „Alarmismus oder gar Einmauern ist dennoch fehl am Platz. Wir unterstützen die Politik darin, sich für ein multilaterales und regelgebundenes Welthandelssystem einzusetzen, damit kostengünstiger und nachhaltiger Handel zu fairen Bedingungen möglich ist“, so Dr. Holger Bingmann, Präsident des Bundesverbands Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) und Schirmherr der aktuellen Commerzbank-Studie.

### **Kein Patentrezept für Internationalisierungsstrategien**

Die Unternehmen reagieren individuell auf diese Situation. Der Trend: Mittelständler mit bis zu 15 Millionen Euro Jahresumsatz konzentrieren sich bei der Expansion auf ihre Kernprodukte (63 Prozent). Für 44 Prozent steht der EU-Binnenmarkt im Vordergrund. Etwas weniger als die Hälfte (48 Prozent) betreibt Absicherung von Zahlungs- und Ausfallrisiken. Unternehmen mit über 100 Millionen Euro Jahresumsatz verstärken die eigene Innovationstätigkeit (78 Prozent) und digitalisieren Produkte oder Prozesse (79 Prozent). Über zwei Drittel (67 Prozent) dieser Unternehmen sichern sich gegen Zahlungs- und Ausfallrisiken ab. Die angepassten Internationalisierungsstrategien exportierender Unternehmen wirken sich auf die Wahl ausländischer Märkte aus: Neue Märkte liegen für 14 Prozent in Übersee wie zum Beispiel in Indien und Nordamerika, 12 Prozent planen, nach China zu gehen. Produktionsstandorte werden am häufigsten nach China (31 Prozent) verlagert, aber auch in Länder des Verbands südostasiatischer Staaten ASEAN (11 Prozent) und nach Polen (11 Prozent). „Wenn wir uns anschauen, wie international viele Unternehmen mittlerweile aufgestellt sind, dann macht das Mut“, bewertete Bingmann die Situation.

### **Banken sollen bei operativen Problemen unterstützen**

Die meisten Anforderungen der Internationalisierung sind operativer Natur: Mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen (77 Prozent) nennen Bürokratie als Problem im Auslandsgeschäft. Preisschwankungen bei Rohstoffen (57 Prozent) sowie Einfuhrzölle (54 Prozent) stellen weitere Hürden dar. Exportierende Unternehmen erwarten beim Umgang mit den Herausforderungen Unterstützung durch die Banken bei beherrschbaren Risiken. Knapp die Hälfte erwartet eine Beurteilung von Risiken bei internationalen Geschäften und 45 Prozent die Bereitstellung von Informationen über Auslandsmärkte. Individuelle Beratung für schwierige Länder wünschen sich 38 Prozent der Unternehmen. Auf die Frage nach den wichtigsten Banken im internationalen Geschäft nennen 43 Prozent der exportierenden Unternehmen die Commerzbank, die damit die führende Bank im deutschen Außenhandel ist.

### **Die Initiative „Unternehmerperspektiven“ und ihre Studien**

Die Mittelstandsinitiative „Unternehmerperspektiven“ bildet seit 2006 ein Forum für unternehmerische Themen in der Öffentlichkeit. Einmal jährlich befragt sie 2.000 Eigentümer und Manager der ersten Führungsebene aus Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen. Die repräsentativen Umfragen werden von Forsa durchgeführt. Vertreter aus Wirtschaft, Verbänden, Politik und Wissenschaft diskutieren die Ergebnisse im Rahmen von Podien. Weitere Informationen finden Sie unter [www.unternehmerperspektiven.de](http://www.unternehmerperspektiven.de).

\*\*\*\*\*

**Pressekontakt**

Maximilian Bicker +49 69 136-22440

Bernd Reh +49 69 136-46971

\*\*\*\*\*

**Über die Commerzbank**

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in knapp 50 Ländern. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmenskunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen, das genau auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist. Die Commerzbank wickelt rund 30 % des deutschen Außenhandels ab und ist Marktführer im deutschen Firmenkundengeschäft. Zudem ist die Bank aufgrund ihrer hohen Branchenkompetenz in der deutschen Wirtschaft ein führender Anbieter von Kapitalmarktprodukten. Ihre Töchter Comdirect in Deutschland und mBank in Polen sind zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Mit ungefähr 1.000 Filialen betreibt die Commerzbank eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank mehr als 18 Millionen Privat- und Unternehmenskunden sowie über 70.000 Firmenkunden, multinationale Konzerne, Finanzdienstleister und institutionelle Kunden weltweit. Im Jahr 2018 erwirtschaftete sie mit rund 49.000 Mitarbeitern Bruttoerträge von 8,6 Milliarden Euro.