

International ausgerichteter Mittelstand erfolgreicher im 'globalen Dorf'

International ausgerichteter Mittelstand erfolgreicher im "globalen Dorf" - International tätige kleine und mittelgroße Unternehmen sind doppelt so erfolgreich wie ausschließlich auf den Inlandsmarkt fokussierte Firmen, so das Ergebnis einer Studie von DHL Express und IHS Mangelnde Infrastruktur, hohe Zollabgaben und Informationsdefizite über ausländische Märkte behindern kleinere Unternehmen stärker Deutscher Mittelstand profitiert vom besseren gesamtwirtschaftlichen Umfeld im Heimatland Internationaler Handel und länderübergreifende Zusammenarbeit haben sich zu einem wichtigen Erfolgstreiber für kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) entwickelt, so das Ergebnis einer fundierten, breit angelegten Studie von IHS und DHL Express. Allerdings profitiert der deutsche Mittelstand im Vergleich zu den übrigen G7-Ländern auch noch von dem starken gesamtwirtschaftlichen Umfeld im Heimatmarkt und verfügt über die am höchsten qualifizierten und am besten ausgebildeten Mitarbeiter. Anhand einer makroökonomischen Analyse und einer Befragung führender Vertreter von 410 KMU in den G7- und BRICM-Ländern zeigt die Studie, dass international tätige KMU doppelt so häufig erfolgreich sind wie Unternehmen, die sich ausschließlich auf den Inlandsmarkt konzentrieren. Unter den befragten KMU haben sich 26% der international aktiven Unternehmen deutlich besser entwickelt als der Markt. Der Anteil der Outperformer unter den ausschließlich auf den eigenen Heimatmarkt fokussierten Unternehmen lag dagegen nur bei 13%. Als wichtigste Vorteile des internationalen Ansatzes nennen KMU den Zugang zu neuen Märkten, Knowhow und Technologien sowie das Potenzial für eine Ausweitung ihres Produkt- oder Serviceportfolios. "Die hohe Wechselwirkung zwischen einer verbesserten Unternehmensleistung und dem grenzüberschreitenden Handel signalisiert, dass kleine und mittelständische Firmen von einer Globalisierung ihrer Geschäftsaktivitäten sehr stark profitieren", sagt Ken Allen, CEO von DHL Express. "Als weltweit führender Anbieter von internationalen Expressleistungen sind wir schon lange davon überzeugt, dass der internationale Handel vielfältige Vorteile für diese Unternehmen bringt." Die Studie weist auch auf eine zunehmende Beschleunigung der Maßnahmen kleinerer Unternehmen hin, um ihre Internationalisierung voranzutreiben. Dabei sind unter den KMU, die in den letzten fünf Jahren gegründet wurden, deutlich mehr international ausgerichtete Geschäftsmodelle zu finden als unter älteren KMU, obwohl diese Unternehmen weniger Zeit für den Ausbau ihrer geschäftlichen Aktivitäten hatten. Bemerkenswert ist, dass die Mehrheit der KMU, die sich in den zurückliegenden drei Jahren besser als der Gesamtmarkt entwickelt haben, angibt, den Exportanteil am Gesamtumsatz trotz des aktuell unsicheren Wirtschaftsumfelds auch in den kommenden drei Jahren weiter ausbauen zu wollen. Hürden überwinden für den Wachstum in internationalen Märkten - Allerdings zeigt die Studie auch, dass Defizite im allgemeinen Geschäftsumfeld die operative Effizienz und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen mindern, und dass es für KMU aufwändiger ist, Infrastrukturdefizite auszugleichen - vor allem im Wettbewerb mit ressourcenstärkeren Großunternehmen. Die größten Sorgen der KMU im Hinblick auf den internationalen Handel betreffen mangelnde Informationen über ausländische Märkte, hohe Zollabgaben und Schwierigkeiten, Beziehungen zu ausländischen Partnern und Kundengruppen aufzubauen. Die meisten der in der Studie als überdurchschnittlich leistungsstark identifizierten KMU beschäftigen mehr als 50 Mitarbeiter. Auch das unterstreicht die Bedeutung betrieblicher Ressourcen für die Überwindung von Hürden, die einem Wachstum in internationalen Märkten entgegenstehen. Deutsche KMU schneiden in fast allen sieben Aspekten der länderspezifischen Wettbewerbsfähigkeit besser ab als kleine und mittelgroße Unternehmen aus anderen G7-Ländern. Die IHS-Analyse der relativen Stärken der G7- und BRICM-Unternehmenslandschaften zeigt, dass der deutsche Mittelstand insbesondere Vorteile durch das starke gesamtwirtschaftliche Umfeld in seinem Heimatmarkt hat, das besser ist als in den übrigen G7-Ländern. Außerdem sind unter den G7-Unternehmen die Mitarbeiter der deutschen KMU am höchsten qualifiziert und am besten ausgebildet. Der einzige Bereich, in dem sie nicht überdurchschnittlich abschneiden, ist die geschäftliche Effizienz, wie etwa bei der Mitarbeiterproduktivität. Ein weiteres interessantes Ergebnis der Studie ist, dass kleine und mittlere Firmen in Industrieländern hinter denen in Schwellenländern zurückliegen, was die Internationalisierung ihres Geschäfts betrifft. Ein Grund dafür ist der weiterhin deutlich höhere Pro-Kopf-Konsum in den Industrieländern, der einen wichtigen Anreiz für die KMU in den BRICM-Ländern darstellt, ihre Produkte und Dienstleistungen international zu vertreiben. Angesichts der unweigerlichen Verlagerung des wirtschaftlichen Gravitationszentrums nach Osten zeigt dies zugleich, dass die KMU in den G7-Ländern ihre internationalen Aktivitäten dringend ausweiten müssen, um nicht den Anschluss zu verpassen. Wachstum durch personalisierte Lösungen unterstützen - Auf dem Weg deutscher Mittelständler in die internationalen Märkte ist das lokale Know-how, das wir mit Mitarbeitern in den 220 Ländern unseres Express-Netzwerks bieten, ein echter Mehrwert. Insbesondere, wenn die Firmen erst dabei sind, eine Produktion oder Geschäftskontakte im Ausland aufzubauen", betont Wolfgang P. Albeck, CEO von DHL Express Deutschland. Wie die Studie weiter feststellt, bezeichnen die KMU in den BRICM-Ländern die Logistik als wichtigeren positiven Einflussfaktor in ihrem internationalen Geschäft als die G7-Unternehmen. Das deutet darauf hin, dass diese Unternehmen stärker auf effiziente Transport- und Zollabwicklungsprozesse setzen, um Infrastrukturdefizite zu überwinden, und dass sie Logistkdienstleistungen als wichtigen Differenzierungsfaktor im Wettbewerb betrachten. "Weltweiter Handel ermöglicht den kleinen und mittelständischen Unternehmen nicht nur, neue Märkte für ihre Produkte und Dienstleistungen zu erschließen, sondern bietet ihnen auch Zugang zu internationalen Best-Practice-Ansätzen und Innovationen. Vor allem aber sehen sich KMU's, die im internationalen Wettbewerb stehen, gezwungen, ihre eigenen operativen Prozesse zu optimieren. Davon profitieren diese Unternehmen im Ausland genauso wie im Inland", erklärt Ken Allen. "Noch müssen kleinere Unternehmen mit globalen Ambitionen einige Hürden überwinden, aber wir freuen uns zu sehen, dass immer mehr von ihnen das enorme Potenzial des internationalen Handels erkennen. Unser Daseinszweck als globales Logistikunternehmen besteht darin, diesen Prozess effizienter zu gestalten. Dafür werden wir unsere Service- und Lösungsangebote auch in Zukunft gezielt auf die Bedürfnisse kleiner und mittelgroßer Unternehmen ausrichten, um diesen zu helfen, ihr internationales Wachstum voranzutreiben und im "globalen Dorf" erfolgreich zu bestehen." Schließlich gilt für alle KMU: Trotz ihres bedeutenden Beitrags zu Beschäftigung und volkswirtschaftlichem Mehrwert gibt es auf Länderebene noch immer zu wenig verlässliche und aktuelle Daten. "Allein dieses Informationsdefizit ist ein Hemmnis für diese Unternehmen, da es ihre Fähigkeit einschränkt, sich zu organisieren und ihre Anliegen auf der Grundlage einer gesicherten Daten- und Informationsbasis glaubhaft zu vertreten. Hier besteht noch viel Potenzial für die Politik, aber auch für Großunternehmen, das Wachstum dieses Sektors durch personalisierte Lösungen zu unterstützen, um so letztlich mehr Arbeitsplätze zu schaffen, Mehrwert zu generieren und die Exporteinnahmen zu erhöhen", so Dick Buttigieg, Managing Director, IHS. Bildunterschrift: Als wichtigsten Vorteil des internationalen Ansatzes nennen KMU u.a. das Potenzial für eine Ausweitung ihres Produkt- oder Serviceportfolios. Daniel McGrath - Pressesprecher: DHL Express - Deutsche Post DHL - Charles-de-Gaulle-Str. 20 - 53113 Bonn - Tel.: (0228) 182 9944 - Fax: (0228) 182 9880 - [img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=521058" width="1" height="1">](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=521058)

Pressekontakt

DHL Vertriebs GmbH & Co. OHG

53113 Bonn

Firmenkontakt

DHL Vertriebs GmbH & Co. OHG

53113 Bonn

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage