



Überregionaler Absatz und Einkauf im Handwerk

Sonderumfrage im Jahr 2007



Vorbemerkungen

Die letzten absoluten Angaben zum Auslandsengagement im Handwerk lieferte die Handwerkszählung von 1995: Im Jahr 1994 wurden 0,4 % des Gesamtumsatzes des Handwerks im Ausland erzielt.

Nachdem in der Vergangenheit viele Hemmnisse für das grenzüberschreitende Angebot von Waren und Dienstleistungen abgebaut wurden, wagen auch immer mehr kleine und mittlere Unternehmen nicht zuletzt des Handwerks den Schritt auf die internationalen Märkte. Diese Tendenz hatte bereits die letzte Sonderumfrage zu dem Thema aus dem Jahr 2000 bestätigt.

Seither dürften sich die Auslandsaktivitäten des Handwerks weiter verstärkt haben. Mit der Osterweiterung der Europäischen Union haben sich besonders in unserer Region die Möglichkeiten für grenzüberschreitende Aktivitäten erheblich erweitert.

Vor diesem Hintergrund fand im Rahmen der Konjunkturumfrage für das dritte Quartal 2007 eine deutschlandweit einheitliche Umfrage zum Thema „Überregionaler Absatz und Einkauf des Handwerks“ statt.

Ziel der Umfrage war es herauszufinden, wie viele Handwerksunternehmen ihre Waren, Werk- oder Dienstleistungen im Ausland anbieten oder von dort Material, Handelswaren bzw. Fremdleistungen beziehen und wie hoch der Exportumsatz bzw. die Importe sind. Darüber hinaus sollte herausgefunden werden, in welchen Ländern Auslandsgeschäfte getätigt werden, wie sich diese in den letzten 5 Jahren entwickelt haben und auf welcher Art des Auslandsgeschäftes die Schwerpunkte liegen. Schließlich wurde bei den nicht im Ausland aktiven Unternehmen hinterfragt, welche Hemmnisse einem Auslandsengagement entgegenstehen.

An der Umfrage beteiligten sich 465 Mitgliedsbetriebe der Handwerkskammer Dresden mit rund 6.700 Beschäftigten.

Um die Vergleichbarkeit zur Handwerkszählung von 1994 zu gewährleisten, erforderten die relativen Angaben der Unternehmen zu Exporten und Importen und die Struktur der Antwortenden ein spezifisches Gewichtungsverfahren, das in enger Kooperation mit dem Volkswirtschaftlichen Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen (ifh Göttingen) erarbeitet worden ist. Sie sind als Hochrechnung gekennzeichnet.

Wesentliche Ergebnisse

Auslandsverkäufe:

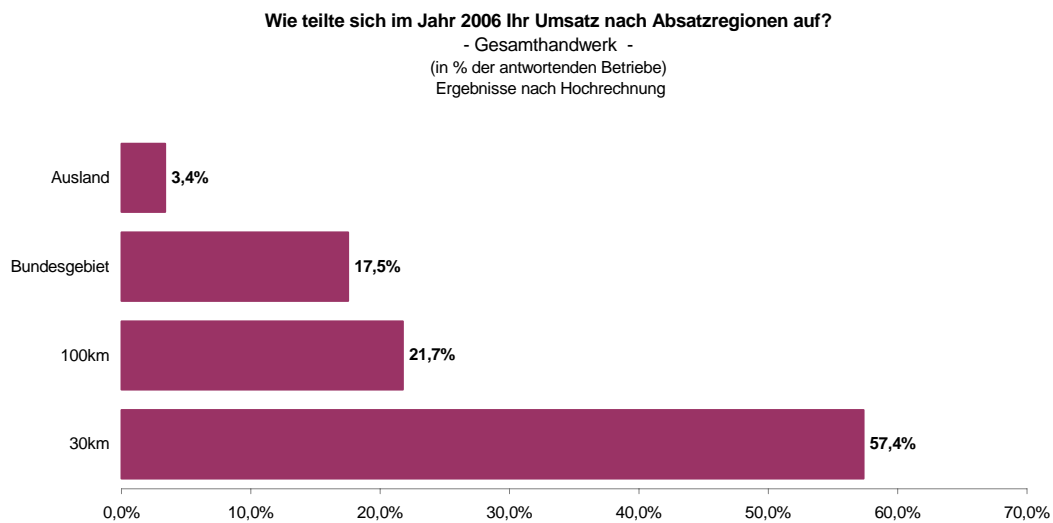
Die Handwerksunternehmen haben ihren Absatz von Waren und Dienstleistungen im Ausland in der Vergangenheit erheblich gesteigert. Nach hochgerechneten Ergebnissen der Umfrage hat das Dresdner Handwerk im Jahr 2006 3,4 % seines Umsatzes im Ausland erzielt und damit deutlich mehr als in der letzten Handwerkszählung für 1994 (0,5 %). Dieser Prozentsatz dürfte die Realität aber unterzeichnen. Erste Berechnungen der amtlichen Statistik stützen noch höhere Umsatzanteile.

Weitaus stärker fällt der Anstieg des handwerklichen Auslandsengagements aus, wenn man die Anzahl der exportierenden Unternehmen betrachtet. Dieser hat sich in den vergangenen Jahren deutlich erhöht. Während 1994 rund 3 % aller Handwerksunternehmen der heutigen Anlagen A und B1 ihre Waren und Dienstleistungen im Ausland angeboten haben, waren es laut Umfrage im Jahr 2000 immerhin 8 % und in der aktuellen Umfrage 13 % der antwortenden Firmen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sich die Handwerksunternehmen aktiv einen Weg aus den stagnierenden Inlandsmärkten gesucht haben. Die fallenden Beschränkungen für den internationalen Waren- und Dienstleistungsverkehr sowie die Öffnung der mittel- und osteuropäischen Märkte haben ein Übriges zur Verstärkung der Auslandsaktivitäten des Handwerks beigetragen. Nicht zuletzt dürfte die positive Entwicklung aber auch durch die intensivere Außenwirtschaftsberatung der Handwerkskammer unterstützt worden sein,

indem sie den am Auslandsgeschäft interessierten Unternehmen wertvolle Hilfestellungen gibt.

Abbildung 1



Trotz der sehr erfreulichen Entwicklungen bleibt das Handwerk mit seinem Absatz aber fest im Inland und in den Regionen verankert. So erzielten die Handwerksunternehmen 57 % ihres Umsatzes in einem Umkreis von 30 km, also direkt vor Ort, und weitere 22 % in einem Umkreis von 100 km. Die Ergebnisse bestätigen: Die unmittelbar oder schnell erreichbaren Regionen sind und bleiben der Hauptabsatzmarkt des Handwerks. Hier erfüllen die Handwerksbetriebe ihre positiven Funktionen, indem sie die Bevölkerung und Unternehmen mit Waren und Dienstleistungen auch in ländlich Gebieten versorgen, Beschäftigung und Ausbildungsplätze schaffen und mit ihrem Engagement in der Region nicht zuletzt auch eine gesellschaftspolitische Funktion übernehmen. Darüber hinaus leisten viele handwerkliche Zulieferer über die Regionen hinweg erst die Voraussetzung für die erfolgreichen Auslandsaktivitäten anderer Unternehmen auf den Weltmärkten. Besonders aktiv im Auslandsgeschäft sind die Handwerke für den gewerblichen Bedarf, deren Auslandsumsatzanteile mehr als doppelt so hoch ausfallen, wie im Handwerk insgesamt. Aber auch die Kfz-Handwerke und die Ausbauhandwerke haben ihren Auslandsumsatz erheblich steigern können. In den Bereichen des Bau-, Lebensmittel- und Gesundheitsgewerbes spielen Auslandsverkäufe dem gegenüber nur eine untergeordnete Rolle.

Differenziert nach Größenklassen steigt der Anteil der exportierenden Betriebe mit einer Größe von 20 und mehr Beschäftigten überproportional an. Dies trifft ebenso für Absatzregionen innerhalb Deutschlands außerhalb eines Umkreises von 100 km Entfernung zu. Umgekehrt sind die kleineren Unternehmen häufiger (bis 85 %) in der unmittelbaren Umgebung tätig.

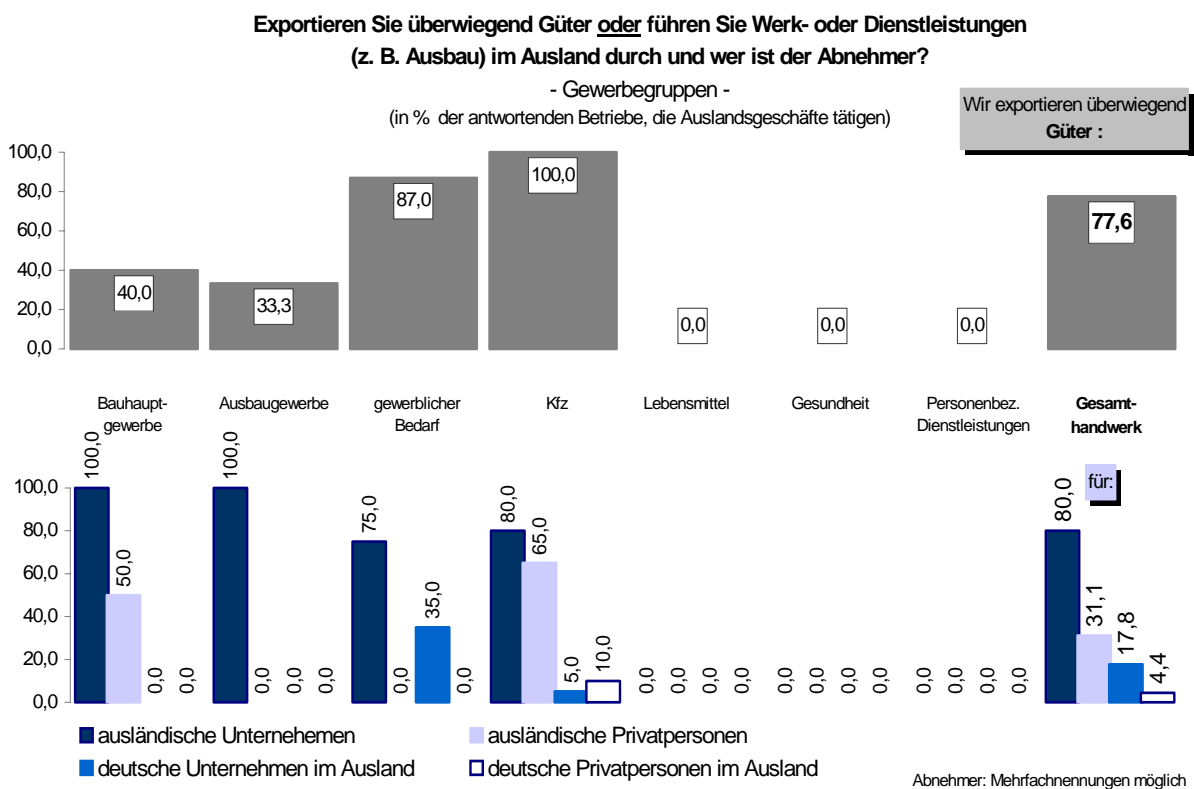
Strukturen der Exportaktivitäten:

Während 78 % der exportierenden Handwerksunternehmen überwiegend Güter im Ausland anbieten und dorthin liefern, führen nur 22 % überwiegend Werk- und Dienstleistungen aus, wofür sie meist direkt vor Ort sein müssen. Der Großteil der abgesetzten Waren (80 %) als auch der Werk- und Dienstleistungen (46 %) richtet sich an ausländische Unternehmer. Als nächst größere Zielgruppen stellen sich für den Güterexport die ausländischen

Privatpersonen und für den Export von Werks- und Dienstleistungen deutsche Unternehmen im Ausland mit jeweils 31 % heraus.
 Deutsche Privatpersonen im Ausland spielen als Exportzielgruppe für Güter nur eine untergeordnete Rolle, für Dienstleistungen gar keine Rolle.

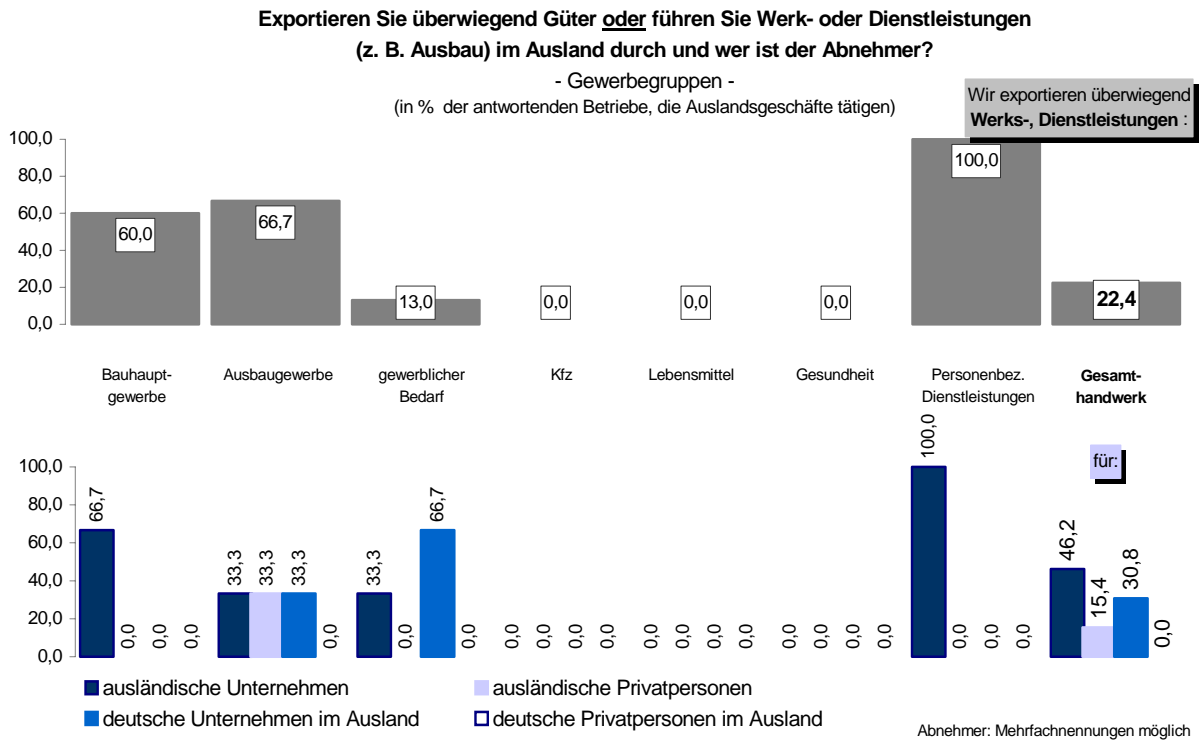
Nach Gewerbegruppen betrachtet, führen z.B. alle befragten exportierenden Autohäuser ausschließlich Güter hauptsächlich für ausländische Unternehmen und ausländische Privatpersonen aus. Die exportierenden unternehmensnahen Dienstleister (Zulieferer) haben für ihre Güter ausländische sowie deutsche Unternehmen im Ausland als Abnehmer. Auch das Bau- und Ausbaugewerbe - mit insgesamt geringerem Warenexportanteil - liefert fast ausschließlich an ausländische Unternehmer.
 Für die Befragten der Branchen der Lebensmittel- sowie der Gesundheitshandwerke hat der Export jeglicher Art keinerlei Bedeutung.

Abbildung 2



Bei im Ausland aktiven Bau- und Ausbaufirmen spielt der Export von Werks- und Dienstleistungen die überwiegende Rolle - im Bauhauptgewerbe ausschließlich für die Zielgruppe ausländische Unternehmen, im Ausbaugewerbe zu jeweils gleichen Anteilen für ausländische Unternehmen, deutsche Unternehmen im Ausland sowie für ausländische Privatpersonen. Vereinzelt werden auch personenbezogene Dienstleistungen im Ausland angeboten, wenn dann ebenfalls ausschließlich für ausländische Unternehmer.

Abbildung 3



Importe von Material, Waren und Fremdleistungen:

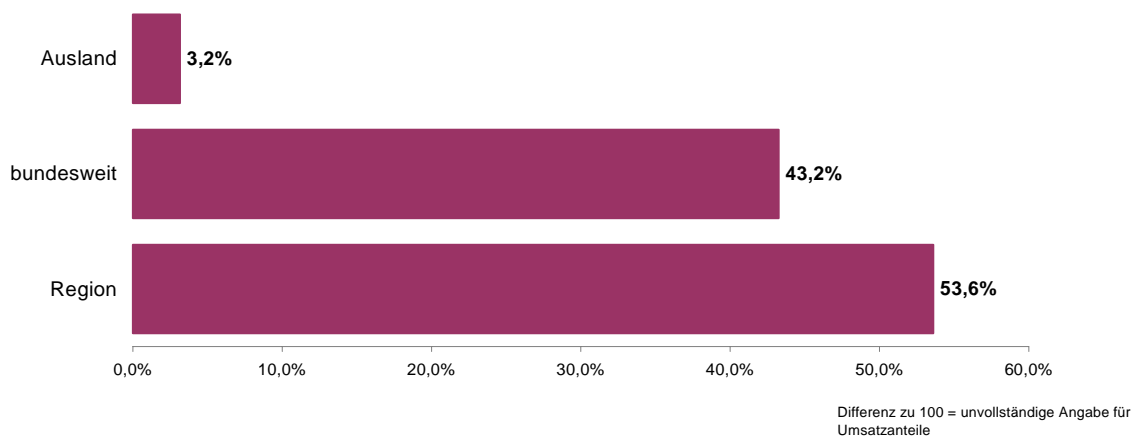
In ähnlichem Maße wie beim Auslandsverkauf nutzen die Handwerksunternehmen die ausländischen Märkte für den Bezug von Waren, Material und Fremdleistungen. Nach hochgerechneten Ergebnissen der Umfrage hat das Dresdner Handwerk im letzten Jahr 3,2 % des gesamten Materialeinsatzes aus dem Ausland eingekauft. 12 % der Befragten fungierten als Importeure. Ihr Anteil liegt demzufolge nur geringfügig unter dem Anteil an exportierenden Unternehmen.

Auch die Importtätigkeit dürfte sich seit dem Jahr 2002 aufgrund der Erleichterungen durch die EU-Osterweiterung deutlich ausgeweitet haben. Zumindest geben 50 % der Befragten, die Auslandsgeschäfte tätigen, Steigerungen gegenüber 2002 an.

Auch beim Einkauf bleibt festzuhalten, dass sich das Handwerk vorrangig auf regionale Bezugsquellen stützt. Über die Hälfte der bezogenen Waren, Materialien und Fremdleistungen stammen erfreulicherweise aus der näheren Umgebung, was wiederum einen Vorteil für die regionalen Wirtschaftsnetzungen und -kreisläufe darstellt. Zum anderen greifen die Unternehmen auch gern auf weiter liegende bundesdeutsche Quellen zurück.

Abbildung 4

Woher haben Sie im Jahr 2006 Ihr Material / Handelswaren bzw. Ihre Fremdleistungen bezogen?
 - Gesamthandwerk -
 (in % der antwortenden Betriebe)
 Ergebnisse nach Hochrechnung



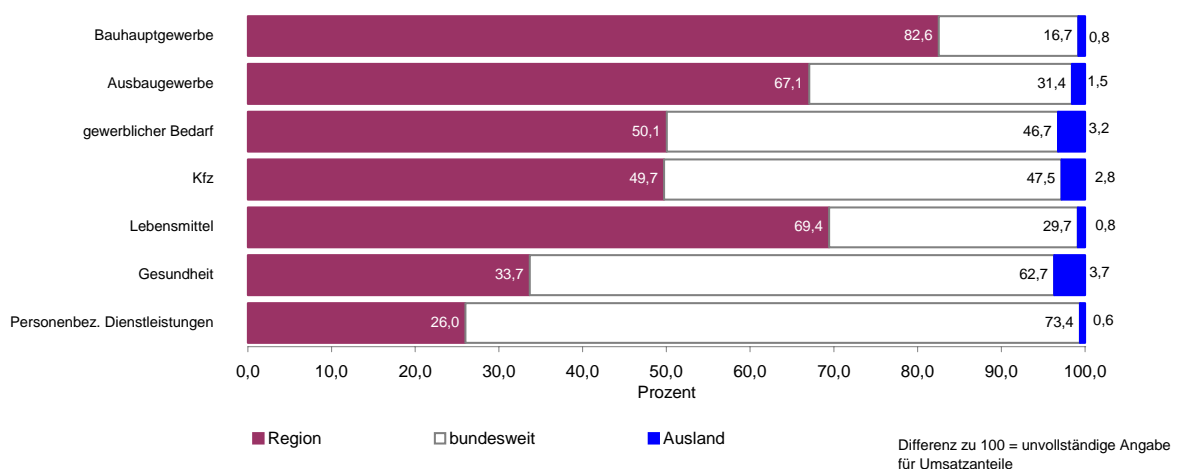
Dabei zeigt sich in den Gewerbegruppen ein etwas anderes Bild als beim Export. Der Einkauf von Material und Fremdleistungen aus dem Ausland durchzieht alle Gewerbegruppen, wenn auch in unterschiedlicher Stärke. Neben den Handwerkern für den gewerblichen Bedarf und den Kfz-Handwerkern nehmen auch Lebensmittel- und besonders Gesundheitshandwerke die Angebote aus dem Ausland in Anspruch, für die der Export gar nicht relevant ist.

Die wenigsten Regionalanbieter für den Einkauf besitzen Gesundheitshandwerke und Persönliche Dienstleister. Sie beziehen ihre Ausgangsgangprodukte/-leistungen überwiegend bundesweit.

Nach Beschäftigtengrößenklassen analysiert, entsprechen die Ergebnisse denen der Auslandsverkäufe. Größere Unternehmen ab 20 Beschäftigte nutzen das Ausland häufiger als Bezugsquelle.

Abbildung 5

Woher haben Sie im Jahr 2006 Ihr Material / Handelswaren bzw. Ihre Fremdleistungen bezogen?
 - Gewerbegruppen -
 (in % der antwortenden Betriebe)
 tatsächliche Ergebnisse - ohne Hochrechnung



Regionale Schwerpunkte der Auslandsaktivitäten

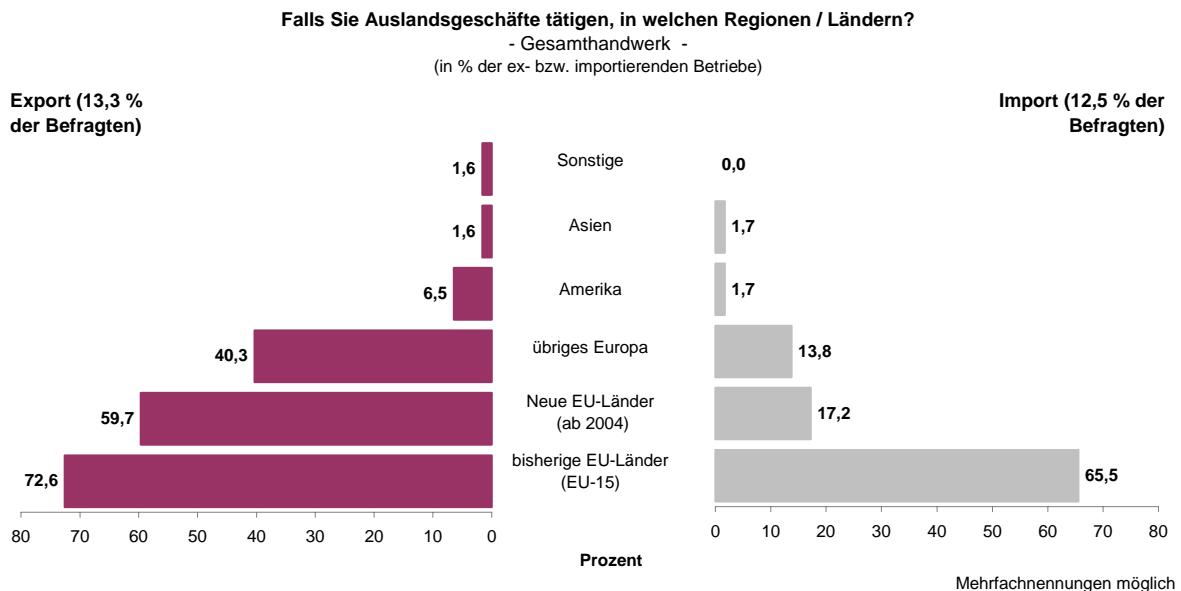
Zielregionen für handwerklichen Export:

Auf die Frage, in welchen Regionen bzw. Ländern sie ihre Produkte und Dienstleistungen anbieten, geben mit 73 % fast drei Viertel der antwortenden Exporteure die EU-15-Länder als Hauptabsatzgebiet an (Mehrfachnennungen waren möglich). Aber auch die ab 2004 der Europäischen Union beigetretenen Länder Mittel- und Osteuropas sind nicht zuletzt aufgrund der räumlichen Nähe zu einem wichtigen Absatzmarkt für das Handwerk geworden: 60 % der Exporteure geben an, ihre Waren bzw. ihre Leistungen dort anzubieten. Im Vergleich zum Handwerk deutschlandweit hat der Export in die EU-B Beitrittsländer im Kammerbezirk Dresden eine doppelt so große Bedeutung. Die räumliche Nähe und die damit verbundenen traditionell stärkeren Verflechtungen sind dafür verantwortlich. In diesen Wachstumsmärkten besteht noch ein erhebliches Steigerungspotential für Auslandsaktivitäten.

Besonders aktiv im Osteuropa-Geschäft sind die exportierenden Kfz-Handwerke: Der Handel mit Gebrauchtwagen und Ersatzteilen stellt ein wichtiges Instrument für die Erweiterung der Geschäftsaktivitäten dar, nicht zuletzt vor dem Hintergrund des stagnierenden Inlandsmarktes: 90 % der exportierenden Kfz-Unternehmen verkaufen in die Länder Osteuropas.

Im übrigen Europa (u.a. Schweiz, Norwegen) bieten immerhin 40 % der exportierenden Firmen ihre Leistungen an. Demgegenüber haben die Märkte in Amerika, Asien und den übrigen Regionen der Welt nur eine stark untergeordnete Bedeutung. Schon aufgrund der Entfernung bieten sie sich in der Regel nur für ein Produktangebot an, nur in seltenen Fällen auch für die direkte Leistungserstellung vor Ort, die im Handwerk in vielen Fällen unerlässlich ist.

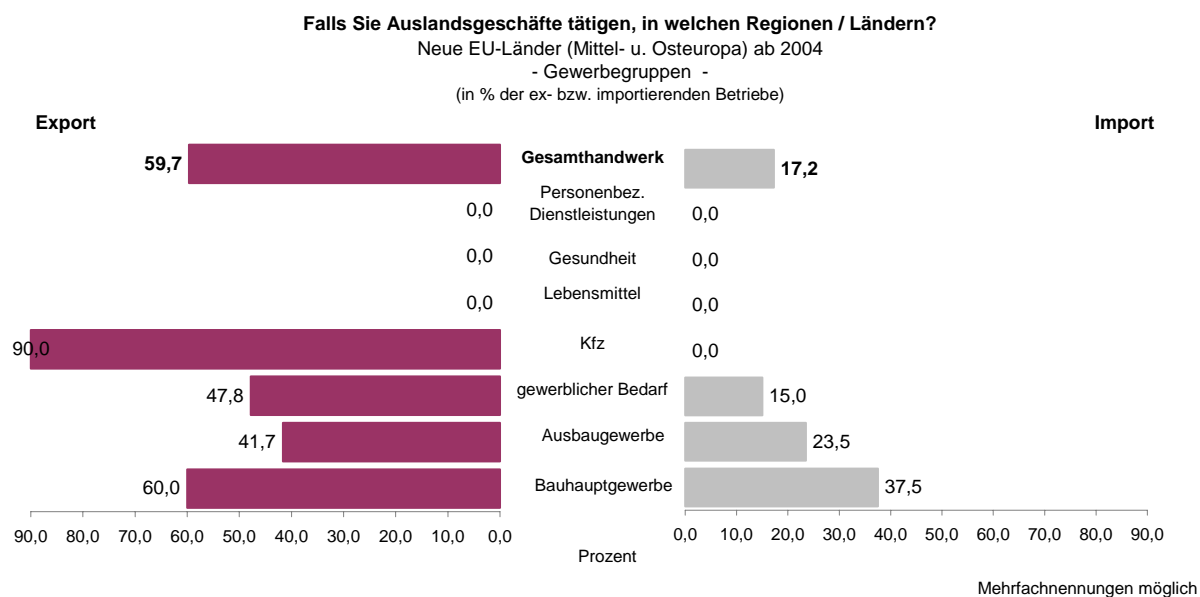
Abbildung 6



Ursprungsländer für den handwerklichen Einkauf:

Besonders beim Einkauf dominieren die EU-15-Länder. 66 % der importierenden Unternehmen beziehen Waren, Dienstleistungen und Material dorthin. Dies trifft vorwiegend für den Ausbau- und die Handwerke für den gewerblichen Bedarf zu. Das importierende Baugewerbe kauft hauptsächlich Leistungen und Dienstleistungen aus den neuen EU-Ländern ein. Insgesamt 17 % der im Ausland tätigen Befragten geben die neuen EU-Länder als Quelle an und 14 % das übrige Europa. Auch hier spielen Amerika, Asien und die sonstigen Regionen der Welt nur eine unbedeutende Rolle.

Abbildung 7



Dynamik der Auslandsaktivitäten und Planungen:

Die importierenden bzw. exportierenden Unternehmen haben ihre Auslandsaktivitäten in den vergangenen fünf Jahren deutlich gesteigert. So berichtet die Hälfte der aktuell im Ausland aktiven Unternehmen über einen Anstieg ihrer Auslandsgeschäfte seit 2002.

Überdurchschnittlich starke Steigerungen werden von den Handwerkern für den gewerblichen Bedarf sowie den Kfz-Handwerkern angegeben. Leider konnte das Bauhauptgewerbe kaum Steigerungen registrieren.

Weitere 25 % der Unternehmen geben an, dass die Auslandsgeschäfte unverändert blieben - im Bauhauptgewerbe sind es sogar 31 %. Über ein geringeres Ausmaß an Auslandsgeschäften im Vergleich zum Jahr 2002 berichten lediglich 6 % der Betriebe. Weitere 19 % der Befragten sind erst weniger als fünf Jahre auf dem Auslandsmarkt tätig bzw. Existenzgründer.

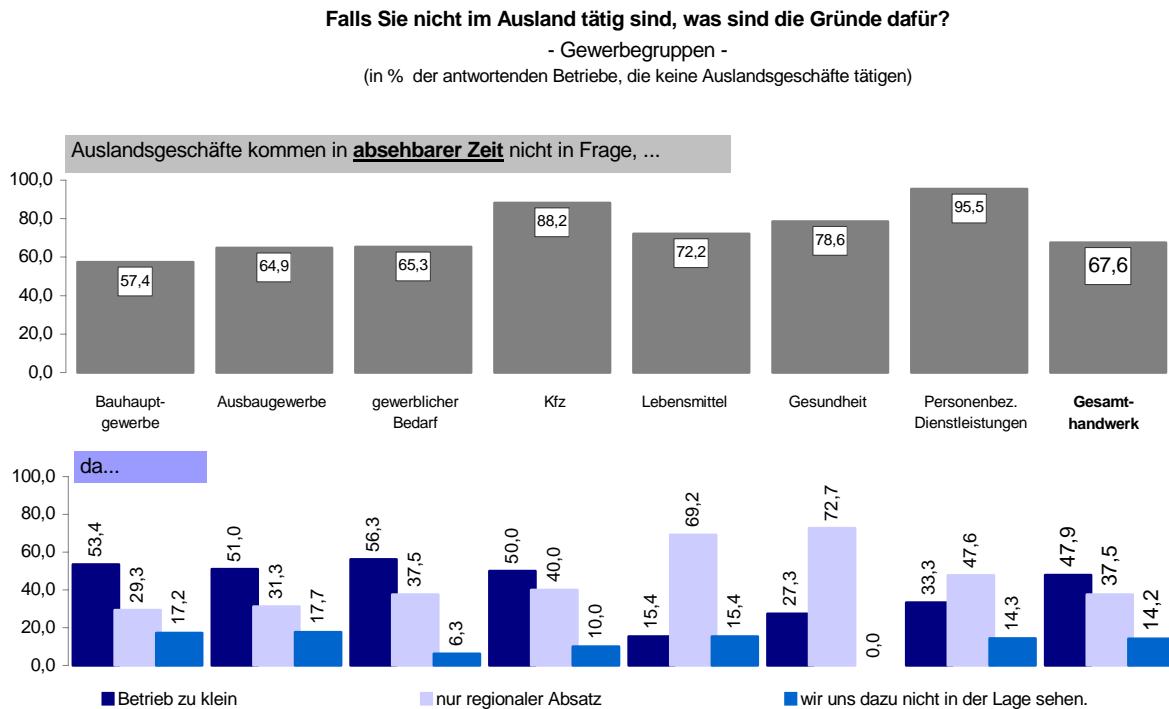
Obwohl das Handwerk auch in der Zukunft vor allem im Binnenmarkt absetzen wird, zeigen die Planungen der Unternehmen Potential für eine weitere Steigerung der Auslandsaktivitäten. 6 % der noch nicht im Ausland tätigen Unternehmen planen konkret ein grenzüberschreitendes Angebot in der Zukunft und immerhin 10 % können sich einen Auslandsabsatz ihrer Produkte und Dienstleistungen in der Zukunft vorstellen, überdurchschnittlich viele im Lebensmittel- und auch Ausbaugewerbe.

Hemmnisse für Auslandsaktivitäten:

Von den Unternehmen, die aktuell nicht im Auslandsgeschäft aktiv sind, schließen das auch über zwei Drittel auf absehbare Zeit aus - besonders viele Personenbezogene Dienstleister und Autohäuser. Davon rücken 48 % die unzureichende Größe des Unternehmens in den Vordergrund. Hier fehlt es an Kapazitäten, ein solches zusätzliches Geschäftsfeld aufbauen und letztlich auch am Laufen halten zu können. Vor allem bei den Unternehmen bis zu 9 Beschäftigten stellt die geringe Größe das Ausschlusskriterium für Auslandsaktivitäten dar.

Darüber hinaus kommt für 38 % dieser Unternehmen ein Auslandsengagement nicht in Frage, weil sie sich ausschließlich auf den Absatz in der Region konzentrieren (überdurchschnittlicher Anteil im Lebensmittel- und Gesundheitsgewerbe). 14 % der nicht im Ausland aktiven Unternehmen sehen sich zu Auslandsgeschäften nicht in der Lage.

Abbildung 8



Für knapp ein Drittel der z. Z. nicht im Ausland aktiven Handwerksunternehmen sind Auslandsgeschäfte nur derzeit kein Thema. Im Bauhauptgewerbe sind es sogar 43 %. Mehrheitlich als Gründe stellen sich zu hohe Risiken (57 %) sowie Sprachschwierigkeiten (52 %) dar (Mehrfachnennungen waren möglich). Zu dieser Einschätzung führen neben der Entfernung auch Mentalitätsunterschiede, die unbekannteren rechtlichen Anforderungen im Ausland und eine andere Vertragsgestaltung, aber auch eine mögliche Überforderung der Mitarbeiter und Inhaber. So ist es nicht verwunderlich, dass sich diese beiden Hauptgründe gleichmäßig durch alle Betriebsgrößen ziehen.

Als untergeordnete Gründe werden zu geringe freie Kapazitäten, Probleme bei der Finanzierung und Informationsdefizite genannt. Informationsdefizite deshalb, weil sich deutsche Handwerksunternehmen trotz des Europäischen Binnenmarktes vor allem im grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehr immer noch einer Vielzahl von zu beachtenden Regelungen des Ziellandes gegenüber sehen: So z.B. die von den Inlandsregelungen abweichenden ausländischen Vorschriften im Arbeitsrecht, in der Arbeitssicherheit, bei Normen und in der Steuer- sowie der Sozialgesetzgebung. Dabei sind die in jedem Ausland unterschiedlichen Vorschriften und Gesetze den Handwerksbetrieben vielfach nicht oder nur unzureichend bekannt.

Neben diesen maßgeblichen Gründen, die ein stärkeres Auslandsengagement behindern, finden sich weitere spezifische Hemmnisse, wie Bürokratie, Beratungsdefizite oder fehlendes Fachpersonal, wobei das Fachkräfteproblem bei Zulieferern, Kfz-Gewerbe, aber auch Lebensmittelhandwerk von größerer Bedeutung als in anderen Branchen ist.

Abbildung 9

Falls Sie nicht im Ausland tätig sind, was sind die Gründe dafür?
 - Gewerbegruppen -
 (in % der antwortenden Betriebe, die keine Auslandsgeschäfte tätigen)

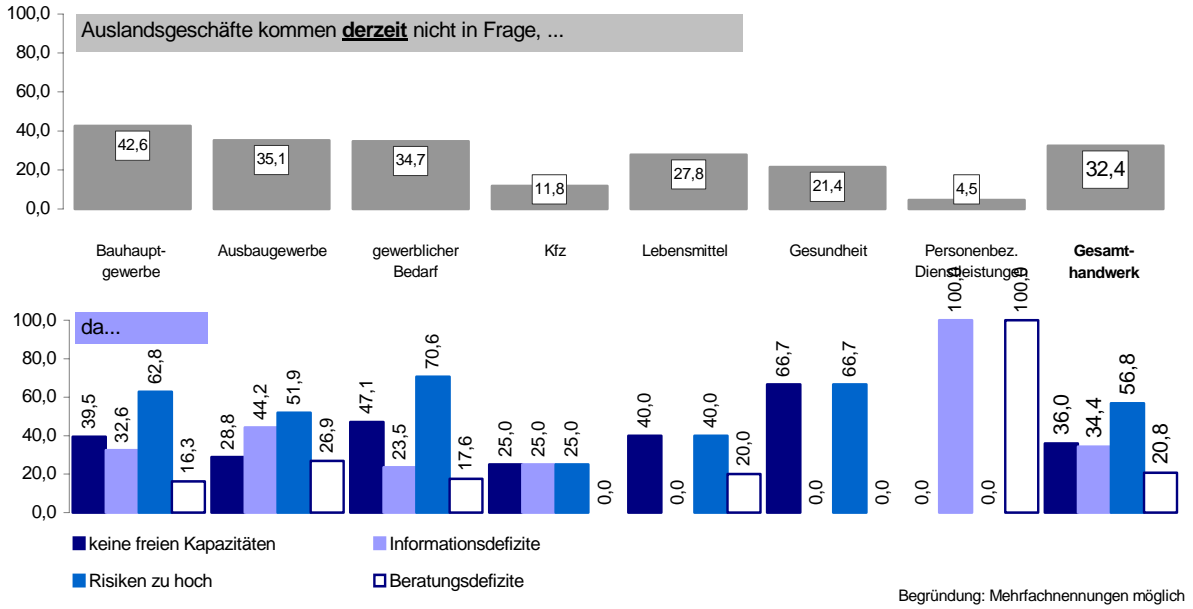


Abbildung 10

Falls Sie nicht im Ausland tätig sind, was sind die Gründe dafür?
 - Gewerbegruppen -
 (in % der antwortenden Betriebe, die keine Auslandsgeschäfte tätigen)

