DHI

DEUTSCHES HANDWERKSINSTITUT

Klaus Müller

Neuere Erkenntnisse über das Auslandsengagement im Handwerk

Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte 37

Seminar für Handwerkswesen
an der Universität Göttingen

sfh

Göttingen 1997. Alle Rechte vorbehalten

Herausgeber: Seminar für Handwerkswesen an der Universität Göttingen
Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut e.V.

Direktoren: Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera

Anschrift: Goßlerstraße 12, 37073 Göttingen, Telefon (0551) 39 48 82
Telefax (0551) 39 95 53

ISSN 1432 - 9735

DEUTSCHES HANDWERKSINSTITUT

DHI

Klaus Müller

Neuere Erkenntnisse über das Auslandsengagement im Handwerk

Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte 37

Seminar für Handwerkswesen
an der Universität Göttingen

sfh

Inhaltsverzeichnis

		Seite
1.	**Einführung**	1
2.	**Auslandsumsätze des Handwerks in Zahlen**	3
	2.1 Grunddaten	3
	2.2 Betriebsgrößen	5
	2.3 Bundesländer	8
	2.4 Grenznahe Regionen	11
	2.5 Handwerksgruppen und Gewerbezweige	13
	2.6 Gewerbezweige nach Bundesländern	26
3.	**Charakterisierung des handwerklichen Auslandsgeschäftes**	28
	3.1 Gründe für ein Auslandsengagement	28
	3.2 Einstieg in das Auslandsgeschäft	30
	3.3 Exportländer	32
	3.4 Formen der Marktbearbeitung im Ausland	35
4.	**Außenwirtschaftspotential im deutschen Handwerk**	39
	4.1 Versuch einer Quantifizierung	39
	4.2 Hemmnisse eines Auslandsengagements	45
5.	**Zusammenfassung**	47
Anhang		52
A1:	Methodische Erläuterungen zu den Daten über die Auslandstätigkeit im Handwerk	53
A2:	Tafeln	56
A3:	Literaturverzeichnis	67

Verzeichnis der Tafeln

		Seite
2.1	Umsatz nach Absatzrichtungen im Handwerk	4
2.2	Anteil der Handwerksunternehmen, bei denen der Auslandsumsatz die überwiegende Absatzrichtung darstellt	5
2.3	Auslandsumsatz im Handwerk nach Beschäftigtengrößenklassen 1994	6
2.4	Handwerksunternehmen mit Auslandsumsatz nach Beschäftigtengrößenklassen 1994	7
2.5	Auslandsumsatz im Handwerk nach alten und neuen Bundesländern 1994	8
2.6	Auslandsumsatz im Handwerk nach Bundesländern 1994	10
2.7	Auslandsumsatz im Handwerk nach grenznahen Raum und Binnenland	12
2.8	Auslandsumsatz im Handwerk nach Handwerksgruppen 1994	14
2.9	Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf. Ausgewählte Wirtschaftsgruppen mit hohem Auslandsumsatz	17
2.10	Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf. Ausgewählte Wirtschaftsgruppen mit hohem Auslandsumsatz	19
2.11	Die zehn Gewerbezweige mit dem höchsten Auslandsumsatzanteil	24
2.12	Die zehn Gewerbezweige mit dem größten Anteil von Unternehmen mit Auslandsumsätzen	25
2.13	Die zehn Gewerbezweige mit dem größten Auslandsumsatz	25
2.14	Die zehn Gewerbezweige mit den meisten Unternehmen mit Auslandsumsätzen	26
4.1	Drei-Stufen-Pyramide zur Internationalisierung im Handwerk	40
4.2	Absatzentfernungen im deutschen Handwerk	42
4.3	Hemmnisse einer Auslandstätigkeit von potentiellen Exporteuren	46

Verzeichnis der Tafeln im Anhang

		Seite
A1:	Bildung von Handwerksgruppen nach der Wirtschaftszweigsystematik	55
A2.1:	Auslandsumsatz des niedersächsischen Handwerks nach Kreisen 1994	56
A2.2:	Auslandsumsatz des nordrhein-westfälischen Handwerks nach Kreisen 1994	57
A2.3:	Auslandsumsatz des rheinland-pfälzischen Handwerks nach Kreisen 1994	58
A2.4:	Auslandsumsatz des saarländischen Handwerks nach Kreisen 1994	58
A2.5:	Auslandsumsatz des baden-württembergischen Handwerks nach Kreisen 1994	59
A2.6	Auslandsumsatz des bayerischen Handwerks nach Kreisen 1994	60
A2.7	Auslandsumsatz des Handwerks im grenznahen Raum 1994	62
A2.8	Auslandsumsatz im Handwerk nach ausgewählten Gewerbezweigen 1994	64
A2.9	Auslandsumsätze für ausgewählte Gewerbezweige nach Bundesländern	66

1. Einführung

Das Handwerk ist von seiner Nachfragestruktur her gesehen traditionell binnenwirtschaftlich ausgerichtet. Außenwirtschaftliche Faktoren wurden lange Zeit vernachlässigt bzw. als für das Handwerk nicht relevant angesehen. Im Zuge der Diskussion über die geeignete Vorbereitung der deutschen Unternehmen auf den Europäischen Binnenmarkt ist diese Sichtweise jedoch auf den Prüfstand gestellt worden. In vielen Handlungsempfehlungen wurde für alle Klein- und Mittelbetriebe, zu denen auch das Handwerk gehört, eine Internationalisierungsstrategie empfohlen, damit sich die Betriebe den Herausforderungen durch den Binnenmarkt stellen können.

In dieser generellen Form berücksichtigen diese Empfehlungen nicht die reale Situation der meisten Handwerksbetriebe. Denn nach wie vor ist der größte Teil der Betriebe auf einen engen regionalen Markt ausgerichtet und hat kaum Möglichkeiten, seine Güter und Leistungen ins Ausland zu exportieren. Jedoch wurde durch diese Empfehlungen eine intensive Diskussion darüber entfacht, welche Handwerksbranchen grundsätzlich für ein Auslandsengagement in Frage kommen, welche Voraussetzungen diese Betriebe erfüllen müssen, welche Marktsegmente im Ausland für das Handwerk besonders erfolgversprechend sind und welches die geeigneten Formen einer Marktbearbeitung im Ausland sind. Aus dieser Diskussion resultieren zahlreiche wissenschaftliche Publikationen, herausgegeben insbesondere vom Seminar für Handwerkswesen an der Universität Göttingen, das sich seit Jahren schwerpunktmäßig Außenwirtschaftsfragen des Handwerks widmet.[1]

Bei allen Publikationen stellte sich jedoch ein beträchtliches Defizit heraus. Genaue Angaben über den Umfang des handwerklichen Auslandsengagements fehlten. Man war lediglich auf einige empirische Umfragen, insbesondere von Handwerkskammern, angewiesen, die nur ein eingeschränktes Bild vermitteln konnten.

Durch die Handwerkszählung 1995 konnte dieses Defizit weitgehend behoben werden. Seitdem stehen zum ersten Mal exakte Daten über die handwerkliche Auslandstätigkeit zur Verfügung, wobei sogar eine Differenzierung der Ergebnisse nach betriebsgrößenspezifischen, regionalen und sektoralen Gesichtspunkten in vielen Fällen möglich ist.[2]

Hier liegt der Ansatzpunkt der vorliegenden Publikation. Die Daten der Handwerkszählung über das handwerkliche Auslandsengagement werden in jeder möglichen Differenzierung aufbereitet. Dadurch konnten viele neue Erkenntnisse über die handwerkliche Auslandstätigkeit gewonnen werden. In einem zweiten Teil der

---

[1] Vgl. hierzu bspw. Sauer, J. (1991); König, W. und Müller, K. (1990); Ostendorf, Th. (1997); König, W., Müller, K. und Peters, J. (1989)

[2] Allerdings wurde der indirekte handwerkliche Export, der nach Schätzung von Experten eine fast ebenso große Bedeutung hat, in der Zählung nicht erfaßt. Deshalb muß darauf verzichtet werden, in der vorliegenden Untersuchung hierauf näher einzugehen.

Publikation wird der bisherige Erkenntnisstand über die Gründe für ein handwerkliches Auslandsengagement, den Einstieg in das Auslandsgeschäft, die geeigneten Formen der ausländischen Marktbearbeitung, erfolgversprechende Exportländer und das handwerkliche Exportpotential[3] in übersichtlicher Form zusammengefaßt und aufbereitet.

Diese Untersuchung basiert auf vielen Daten der Handwerkszählung, die nicht sämtlich veröffentlicht worden sind. Teilweise waren auch Sonderauswertungen notwendig. Den zuständigen Mitarbeitern des Statistischen Bundesamtes und der Statistischen Landesämter sei an dieser Stelle ein herzlicher Dank gesagt für ihre Bereitschaft und ihr Engagement, dem Seminar für Handwerkswesen diese Daten zur Verfügung zu stellen.

---

[3] Der Begriff "Export" wird in einer weiten Definition mit dem Begriff "Auslandstätigkeit" gleichgesetzt. Im engeren Sinne wird unter Export nur der reine Warenexport verstanden. In dieser Publikation wird - sofern nicht gesondert darauf hingewiesen wird - die weite Definition verwendet.

2. Auslandstätigkeit des Handwerks in Zahlen

2.1 Grunddaten

Die Daten über den Auslandsumsatz des deutschen Handwerks beruhen auf einer Frage in der Handwerkszählung 1995, in der die Betriebe um eine Aufteilung ihres Umsatzes auf verschiedene Absatzrichtungen gebeten wurden. Von den vier aufgeführten Absatzrichtungen nimmt der **Auslandsumsatz mit 1,8 %** mit Abstand den geringsten Anteil ein (vgl. Tafel 2.1). Dominierend sind der Umsatz mit privaten Haushalten (43,5 %) und mit anderen Unternehmen (41,5 %). Umsätze mit öffentlichen Auftraggebern machten im Jahr 1994 insgesamt 13,2 % des Handwerksumsatzes aus.

Der Umsatzanteil in Höhe von 1,8 % mit dem Ausland entspricht einem absoluten Umsatzwert von **14 250 Mio. DM.**

Betrachtet man die gesamte Ausfuhr der deutschen Volkswirtschaft, erhält man für 1994 einen Wert von ca. 690 573 Mio. DM.[4] Danach läßt sich errechnen, daß das Handwerk mit etwa **2,1 %** zum **deutschen Auslandsumsatz** beiträgt.

Von den lt. Handwerkszählung insgesamt 563 204 Handwerksbetrieben in Deutschland haben genau **17 605 Unternehmen**, dies sind **3,1 % aller Betriebe**, jenseits der deutschen Grenzen Güter oder Dienstleistungen abgesetzt.[5]

Aus diesen Daten läßt sich errechnen, daß die im Ausland tätigen Handwerksunternehmen im Durchschnitt einen Umsatz mit Ausländern in Höhe von **809 000 DM** (im Jahr 1994) erzielt haben.[6]

Vom Statistischen Bundesamt wurde zusätzlich eine Tabelle veröffentlicht, aus der hervorgeht, bei wievielen Handwerksunternehmen der Auslandsumsatz überwiegt. Dabei sagt der Begriff "überwiegende Absatzrichtung" lediglich aus, daß der Auslandsumsatz größer ist, als der Umsatz in jeder der drei anderen Absatzrichtungen (private Haushalte, Unternehmen, öffentliche Auftraggeber).[7]

---

[4] Vgl. Statistisches Bundesamt (1997), S. 284. Der Vergleich zwischen der deutschen Ausfuhr und dem handwerklichen Auslandsumsatz ist nur m.E. möglich, da bspw. in der Ausfuhr Dienstleistungen, die im Ausland erbracht wurden, im Gegensatz zum handwerklichen Auslandsumsatz nicht enthalten sind. Würde man diese mit einrechnen, wäre der Handwerksanteil etwas geringer als 2,1 %.

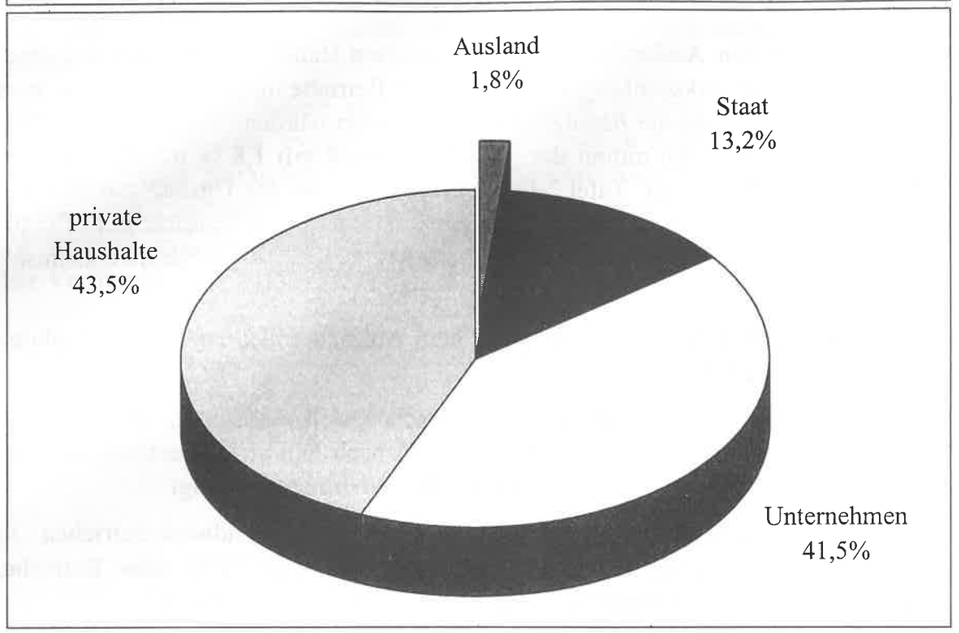
[5] Hierbei ist zu beachten, daß die Zahl von 563 204 Handwerksbetrieben aus verschiedenen Gründen von der Zahl der Handwerksbetriebe lt. Handwerksrolle abweicht (vgl. Müller, K. und Mecke, I., 1997, S. 379 ff.). Der wichtigste Grund liegt darin, daß nicht alle Handwerksbetriebe in der Zählung erfaßt wurden. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, daß die in der Handwerkszählung nicht erfaßten Betriebe kaum im Ausland tätig sind.

[6] Der durchschnittliche Umsatzanteil mit dem Ausland von denjenigen Unternehmen, die im Ausland tätig sind, läßt sich leider nicht errechnen, da der Gesamtumsatz dieser Handwerksbetriebe nicht bekannt ist.

[7] Bei den so ermittelten Handwerksunternehmen muß damit der Auslandsumsatz rein rechnerisch mindestens 25,1 % des Gesamtumsatzes betragen. Es ist jedoch auch möglich, daß in

Tafel 2.1: **Umsatz nach Absatzrichtungen im Handwerk**

(%)



SfH Göttingen

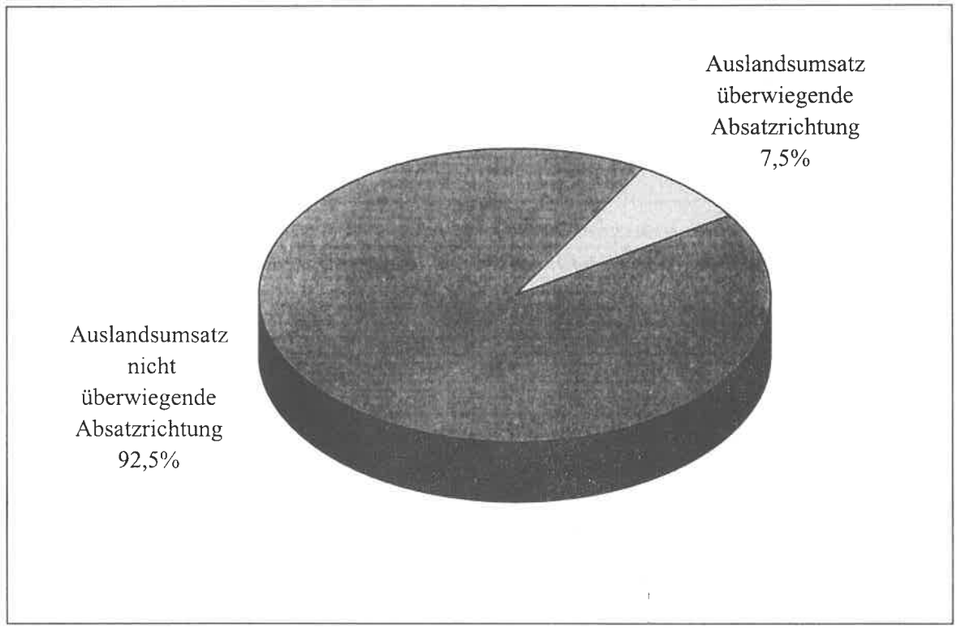
Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

Aufgrund dieser Abgrenzung läßt sich ermitteln, daß von den 17 605 Handwerksunternehmen mit Auslandsumsatz bei 7,5 %, das sind 1 313 Betriebe, der Auslandsumsatz die überwiegende Absatzrichtung darstellt (vgl. Tafel 2.2). Entsprechend spielt bei 92,5 % der handwerklichen Exportbetriebe der Auslandsumsatz nicht die primäre Rolle.

Diese 1 313 Handwerksbetriebe sind mit einer Beschäftigtenzahl von 25 Mitarbeitern je Betrieb mehr als doppelt so groß wie der Durchschnitt der übrigen Handwerksbetriebe. Der durchschnittliche Umsatz je Mitarbeiter beträgt etwas über 200 000 DM und liegt damit nicht unbeträchtlich höher als der durchschnittliche Umsatz je Mitarbeiter im gesamten Handwerk in Höhe von etwa 130 000 DM.

dieser Statistik Handwerksunternehmen mit einem Auslandsumsatz von 49 % nicht erfaßt sind, da sie bspw. 51 % ihres Umsatzes mit anderen Unternehmen tätigen und daher der Auslandsumsatz nicht die überwiegende Absatzrichtung darstellt.

Tafel 2.2: **Anteil der Handwerksunternehmen, bei denen der Auslandsumsatz die überwiegende Absatzrichtung darstellt**



SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

Bei allen genannten Zahlen über die handwerklichen Auslandsumsätze ist zu beachten, daß es sich um Angaben handelt, die sich nur auf einen Zeitraum, das Jahr 1994, beziehen. Damit können keine Aussagen darüber getroffen werden, ob die handwerklichen Auslandsumsätze in den letzten Jahren gestiegen sind bzw. ob das Jahr 1994 positiv oder negativ vom längerfristigen Trend des handwerklichen Auslandsengagements abweicht. Die These, daß durch die Vollendung des EG-Binnenmarktes der handwerkliche Export gesteigert werden konnte, kann ebenfalls aufgrund dieser Zahlen nicht bestätigt werden.[8]

2.2 Betriebsgrößen

Der handwerkliche Auslandsumsatz läßt sich nach verschiedenen Betriebsgrößenklassen (bezogen auf die Zahl der Beschäftigten) differenzieren. Es zeigt sich, daß der Auslandsumsatzanteil mit zunehmender Betriebsgröße wächst (vgl. Tafel 2.3).

[8] Nach Aussagen von Experten ist dagegen bspw. beim Auslandsgeschäft mit Frankreich in der letzten Zeit ein Rückgang zu verzeichnen. Grund sind teilweise restriktiver angewendete Zugangsbeschränkungen im Nachbarland.

Bei den Handwerksunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten beträgt dieser Anteil lediglich 0,4 bzw. 0,5 %. Danach steigt er kontinuierlich an, wobei die "handwerklichen Großbetriebe" mit mehr als 100 Beschäftigten bereits 4,5 % ihres Umsatzes im Ausland erzielen.

Tafel 2.3: **Auslandsumsatz im Handwerk nach Beschäftigtengrößenklassen 1994**

Beschäftigtengrößenklasse	Umsatz 1994 *(in 1 000 DM)*	*(in %)*	Auslandsumsatz *(in %)*	*(in Mio DM, ca.)*	Anteil jew. Größenklasse *(in %)*
1	5 341 977	0,7	0,4	21	0,2
2 - 4	51 360 739	6,4	0,4	205	1,4
5 - 9	117 775 281	14,7	0,5	589	4,2
10 - 19	163 027 504	20,4	0,8	1 304	9,2
20 - 49	194 534 718	24,3	1,3	2 529	17,8
50 - 99	106 555 410	13,3	2,1	2 238	15,8
100 u. mehr	162 010 847	20,2	4,5	7 216	51,4
Gesamt	***800 606 477***	***100,0***	***1,8***	***14 250***	***100,0***

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Sonderauswertung Handwerkszählung 1995; eigene Berechnungen

Berechnet man den Auslandsumsatz in jeder einzelnen Beschäftigtengrößenklasse, zeigt sich, daß über die Hälfte des handwerklichen Exportes von den handwerklichen Großbetrieben erwirtschaftet wird (genau 51,4 %), wobei diese Betriebe lediglich ein Fünftel zum handwerklichen Gesamtumsatz beisteuern. Betrachtet man alle Betriebe ab 20 Beschäftigten, so tätigen diese insgesamt etwa 85 % des handwerklichen Auslandsumsatzes. Von den Handwerksbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten wird dagegen weniger als 6 % des handwerklichen Exportes erzielt. Der handwerkliche Auslandsumsatz konzentriert sich also überwiegend auf handwerkliche Großbetriebe.

Dieses Bild wird etwas relativiert, wenn man statt der Umsatzanteile die Anzahl der Handwerksbetriebe, die im Ausland tätig sind, betrachtet (vgl. Tafel 2.4). Von den 17 605 "Exportbetrieben" haben fast 50 % weniger als 10 Beschäftigte. Dies zeigt,

daß grundsätzlich auch kleine Handwerksbetriebe ihre Chance im Ausland wahrnehmen. Sogar 665 Ein-Personen-Betriebe gaben an, im Jahr 1994 Auslandsumsätze erzielt zu haben.

Tafel 2.4: **Handwerksunternehmen mit Auslandsumsatz nach Beschäftigtengrößenklassen 1994**

Beschäftigtengrößenklasse	Handwerksunternehmen *(Anzahl)*	Unternehmen mit Auslandsumsatz *(Anzahl)*	*(in %)*	Auslandsumsatz je Unternehmen[1] *(in TDM)*
1	77 104	665	0,9	32
2 - 4	185 443	3 201	1,7	64
5 - 9	154 375	4 467	2,9	132
10 - 19	89 537	4 067	4,5	321
20 - 49	42 018	3 238	7,7	781
50 - 99	9 477	1 189	12,5	1 882
100 u. mehr	5 250	778	14,8	9 370
Gesamt	***563 204***	***17 605***	***3,1***	***809***

1) nur Unternehmen mit Auslandsumsatz *SfH Göttingen*

Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Sonderauswertung Handwerkszählung 1995, unveröffentlicht; eigene Berechnungen

Aber auch bei dieser Betrachtungsweise zeigt sich deutlich, daß größere Betriebe eher im Ausland tätig sind. Der Anteil der international tätigen Handwerksbetriebe wächst mit zunehmender Betriebsgröße. Sind es bei den Ein-Personen-Unternehmen lediglich 0,9 %, so steigt dieser Anteil bei den Großbetrieben auf 14,8 %. Gleiches gilt für die Auslandsumsätze je international tätigen Unternehmen. Bei den Kleinbetrieben wird weniger als 100 000 DM jährlich im Ausland abgesetzt; von den Betrieben mit 50 bis 99 Beschäftigten sind es dagegen durchschnittlich knapp 2 Mio. und von den handwerklichen Großbetrieben sogar 10 Mio. DM. Der Auslandsumsatz ist also letztlich eine Sache der Großbetriebe. Dies verdeutlicht auch eine Feststellung, die sich aus einer Verknüpfung der Tafeln 2.3 und 2.4 gewinnen läßt. Insgesamt 778 Handwerksbetriebe (mit jeweils mehr als 100 Beschäftigten) erwirtschaften über 50 % des handwerklichen Auslandsumsatzes.

2.3 Bundesländer

Bevor auf die einzelnen Bundesländer eingegangen wird, wird zuerst eine Unterscheidung nach **alten** und **neuen** Bundesländern vorgenommen. Von den 17 605 im Ausland tätigen Handwerksunternehmen kommen knapp 16 000 (dies sind 90 %) aus dem früheren Bundes- und etwa 1 600 (10 %) aus dem Beitrittsgebiet (vgl. Tafel 2.5). Damit sind 3,5 % der Handwerksunternehmen aus den alten, aber nur 1,5 % der Unternehmen aus den neuen Bundesländern international tätig. Es wird deutlich, daß die ostdeutschen Betriebe sehr viel seltener ein Auslandsengagement aufweisen. Angesichts der großen Umstrukturierungsprobleme nach der Wende ist dieses Ergebnis wenig erstaunlich.

Tafel 2.5: **Auslandsumsatz im Handwerk nach alten und neuen Bundesländern 1994**

		alte Bundesländer	neue Bundesländer	Deutschland
Unternehmen	(Anz.)	454 299	108 905	563 204
dar. mit Auslandsumsatz	(Anz.)	15 874	1 631	17 605
	(in %)	3,5 %	1,5 %	3,1 %
% von Deutschl. insg.		*90,7 %*	*9,3 %*	*100 %*
Umsatz	(in Mio DM)	656 605	144 001	800 606
dar. Auslandsumsatz	(in Mio DM)	13 584	666	14 250
	(in %)	2,1 %	0,5 %	1,8 %
% von Deutschl. insg.		*95,3 %*	*4,7 %*	*100 %*
ø Auslandsumsatz je Unternehmen[1)]	(in DM)	850 000	408 000	809 000

1) nur Unternehmen mit Auslandsumsatz *SfH Göttingen*

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, unveröffentlichte Daten; eigene Berechnungen

Betrachtet man die Auslandsumsätze, kommt der Unterschied zwischen den west- und den ostdeutschen Bundesländern noch stärker zum Vorschein. Über 95 % des handwerklichen Auslandsumsatzes wird von Unternehmen aus den alten Bundesländern erzielt. Hier liegt die "Exportquote" bei 2,1 %, während sie in den neuen Bundesländern nur 0,5 % beträgt.[8]

[8] Stellt man den Auslandsumsatz in Relation zum Gesamtexport, was allerdings wegen verschiedener methodischer Probleme nur eingeschränkt möglich ist, trägt das ostdeutsche Handwerk mit 5,4 % mehr zur gesamten Ausfuhr der neuen Bundesländer bei als das westdeutsche Handwerk mit 2,0 % zur gesamten Ausfuhr des früheren Bundesgebietes, vgl. Statistisches Bundesamt (1997), S. 284 ff.

Der Auslandsumsatz je Unternehmen liegt im Westen mit 850 000 DM je Exportbetrieb doppelt so hoch wie im Osten.

Geht man nun auf die Ebene der einzelnen **Bundesländer** über, sind leider nur Ergebnisse für die Höhe der Auslandsumsätze, nicht jedoch für die Zahl der international tätigen Unternehmen verfügbar (vgl. Tafel 2.6). Innerhalb der ostdeutschen Bundesländer fallen die Unterschiede nur geringfügig aus. Die Auslandsumsätze liegen hier jeweils bei 0,3 oder 0,4 % des handwerklichen Gesamtumsatzes. Der etwas höhere Auslandsumsatzanteil von 0,5 % für das Beitrittsgebiet insgesamt rührt daher, daß der handwerkliche Auslandsumsatz von Ostberlin etwas höher liegt.

Im Westen Deutschlands fällt der Auslandsumsatz in den einzelnen Bundesländern erheblich höher aus, wobei hier auch größere Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern zu beobachten sind. An der Spitze liegt Baden-Württemberg mit 3,5 % handwerklichen Auslandsumsatzes vor den Stadtstaaten Hamburg und Bremen sowie Nordrhein-Westfalen. Danach folgen das Saarland und Bayern, wobei bei dem Freistaat berücksichtigt werden muß, daß sich die Auslandsumsätze - wie schon erwähnt - auf das Jahr 1994 beziehen und damit die exportstimulierenden Effekte durch den EU-Beitritt Österreichs im Jahr 1995 noch nicht einbezogen waren. Hätte die Handwerkszählung zwei Jahre später stattgefunden, wäre insbesondere für Bayern sicherlich ein höherer Exportwert ermittelt worden.

Das Schlußlicht der westdeutschen Rangskala bildet Schleswig-Holstein, wobei jedoch der Auslandsumsatzanteil in diesem Bundesland noch etwa doppelt so hoch liegt wie in den neuen Bundesländern. Auch Hessen und Niedersachsen sowie Berlin weisen kaum höhere Auslandsumsätze auf. Insgesamt wird fast 73 % des handwerklichen Auslandsumsatzes in den drei Bundesländern Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Bayern erzielt.

Tafel 2.6: **Auslandsumsatz im Handwerk nach Bundesländern 1994**

Bundesland	Umsatz	Auslandsumsatz [1]		
	in Mio DM	*in Mio DM*	*in %*	*Ant. von D*
Schleswig-Holstein	23.812	*214*	0,9	1,5
Hamburg	16.542	*546*	3,3	3,8
Bremen	4.913	*142*	2,9	1,0
Niedersachsen	69.028	*759*	1,1	5,3
Nordrhein-Westfalen	169.953	*3.739*	2,2	26,2
Hessen	58.670	*645*	1,1	4,5
Rheinland-Pfalz	36.885	550	1,5	3,9
Saarland	9.876	*207*	2,1	1,5
Baden-Württemberg	117.179	4.124	3,5	28,9
Bayern	131.751	*2.503*	1,9	17,6
Berlin (incl. Berlin-Ost)	27.338	*328*	1,2	2,3
früheres Bundesgebiet	**656.605**	**13.584**	**2,1**	**95,3**
Mecklenburg-Vorpommern	17.486	*70*	0,4	0,5
Brandenburg	24.944	*75*	0,3	0,5
Sachsen-Anhalt	24.027	*96*	0,4	0,7
Thüringen	22.610	*68*	0,3	0,5
Sachsen	45.593	*182*	0,4	1,3
neue Bundesländer [2]	**144.001**	**666**	**0,5**	**4,7**
Deutschland	**800.606**	**14.250**	**1,8**	**100,0**

SfH Göttingen

[1] Die Länderergebnisse addieren sich wegen der Rundungsfehler nicht zum Gesamtergebnis.

[2] incl. Berlin-Ost

kursive Werte: Berechnung anhand des Anteilswertes. Rundungsabweichungen möglich

Quellen: Statistisches Bundesamt; Statistische Landesämter: Handwerkszählung 1995, z.T. unveröffentlichte Ergebnisse; eigene Berechnungen

2.4 Grenznahe Regionen

Da die meisten Handwerksbetriebe überwiegend auf einem regionalen Markt ausgerichtet sind, liegt die Vermutung nahe, daß im grenznahen Raum der handwerkliche Auslandsumsatz höher liegt, da der regionale Markt teilweise in das Nachbarland hineinreicht.

Eine genaue Aufschlüsselung, wieviel Prozent des handwerklichen Auslandsumsatzes im grenznahen Raum und wieviel Prozent im Binnenland erzielt wird, ist leider aufgrund der zur Verfügung stehenden Daten der Handwerkszählung nicht möglich. Annäherungsweise wurde jedoch versucht, den grenznahen Auslandsumsatz zu berechnen, indem von den Statistischen Landesämtern Kreisergebnisse mit den handwerklichen Auslandsumsätzen erbeten wurden.[10]

Dies war jedoch nicht für alle Bundesländer möglich. So konnten die grenznahen Kreise in Schleswig-Holstein sowie in den neuen Bundesländern nicht in die Analyse einbezogen werden. Wegen der insgesamt geringen Auslandstätigkeit griffen dort meist die Geheimhaltungsvorschriften, so daß nur vereinzelte Kreisergebnisse veröffentlicht werden durften.

In einem zweiten Schritt wurden alle Kreise (Landkreise und kreisfreie Städte), die entweder direkt ans Ausland angrenzen oder bei denen der größte Teil des Kreisgebietes weniger als 30 km vom Nachbarland entfernt liegt, ausgewählt und die Auslandsumsätze, die vom Handwerk in diesen Kreisen erzielt worden sind, addiert. Es zeigt sich, daß der Auslandsumsatzanteil im grenznahen Raum bei 2,9 %, im Binnenland dagegen nur bei 1,6 % liegt (vgl. Tafel 2.7). Insgesamt werden etwa 22 % des handwerklichen Auslandsumsatzes im grenznahen Raum und 77,8 % im Binnenland erwirtschaftet.[11] Angesichts der Tatsache, daß nur 13,6 % des gesamten Handwerksumsatzes in den "Grenzregionen" erzielt wird, ist dieses Ergebnis beachtlich und bestätigt, daß die Grenznähe ein wesentlicher Bestimmungsgrund für handwerkliche Auslandsgeschäfte ist.

Allerdings wird mit diesem Ergebnis auch eine weit verbreitete Meinung korrigiert, die lautet, daß Auslandsgeschäfte im Handwerk nur für die Grenzregionen interessant seien und im Binnenland daher eine Förderung des handwerklichen Auslandsengagements sinnlos ist.

---

[10] Die Kreisergebnisse für die Bundesländer Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Saarland, Baden-Württemberg und Bayern finden sich im Anhang, Tafel A2.1 - Tafel A 2.6.

[11] Der Anteil im grenznahen Raum ist sogar noch geringfügig höher, da - wie oben erwähnt - die Kreisergebnisse für Schleswig-Holstein und die neuen Bundesländer nicht berücksichtigt werden konnten. Angesichts des geringen handwerklichen Exportes in diesen Regionen dürfte die Differenz jedoch gering ausfallen.

Tafel 2.7 **Auslandsumsatz im Handwerk nach grenznahem Raum und Binnenland**

	Umsatz, ges.		Auslandsumsatz		
	in Mio. DM	Anteil von D	in Mio. DM	in %	*Anteil von D*
Grenznaher Raum[1)]	108 742	13,6	3 165	2,9	*22,2*
Binnenland	691 864	86,4	11 085	1,6	*77,8*
Insgesamt	***800 606***	***100***	***14 250***	***1,8***	***100***

SfH Göttingen

1) ohne grenznaher Raum in Schleswig-Holstein und den neuen Bundesländern
Quelle: Statistische Landesämter; Sonderauswertung Handwerkszählung 1995 unveröffentlicht; eigene Berechnungen

Der grenznahe Anteil von etwa 22 % muß jedoch insofern relativiert werden, da sicher viele Auslandsgeschäfte in dieser Region nicht mit der Grenznähe in einem Zusammenhang stehen. Dies zeigt sich insbesondere für den Kreis Tuttlingen in Baden-Württemberg, in dem viele mittelgroße Handwerksbetriebe ansässig sind, die sich auf die Herstellung von medizintechnischen Geräten spezialisiert haben (Chirurgiemechaniker) und damit den gesamten Weltmarkt bedienen.

Sieht man sich die Ergebnisse für die einzelnen Kreise des grenznahen Raums an (vgl. Tafel A2.7 im Anhang), gewinnt man zusätzlich folgende Erkenntnisse:

- Der handwerkliche Auslandsumsatz ist nicht generell in allen Grenzkreisen überdurchschnittlich hoch. In 24 von insgesamt 60 untersuchten Kreisen lag der Auslandsumsatz unter dem deutschen Durchschnittswert von 1,8 %.
- Die Höhe des Auslandsumsatzes scheint vor allem von der jeweiligen Nachbarregion abzuhängen. So ist ein starkes Auslandsengagement in den grenznahen Regionen zu Luxemburg (Kreise Bittburg-Prüm, Trier Stadt und Land sowie Merzig-Wabern), in dem südwestdeutschen Grenzgebiet zur Schweiz und zum Elsaß (Kreise Lörrach, Freiburg, Ortenaukreis, Emmendingen) und in einigen Gebieten zu den Niederlanden (Viersen, Stadt Mönchengladbach) festzustellen. Dies sind Regionen, in denen Sprachkultur und Mentalität nur relativ geringe Unterschiede zum Nachbarland aufweisen.
- Insgesamt nur geringe Auslandsumsätze werden insbesondere in der Tschechischen Republik erzielt, wenn auch in den Landkreisen Cham und Hof ein überdurchschnittlicher Auslandsumsatz zu beobachten ist.

Betrachtet man die Tafeln im Anhang für die einzelnen Bundesländer (A2.1 - A2.6) genauer, zeigt sich, daß das Auslandsengagement im grenznahen Raum nicht durchgängig größer ist als im Binnenland. Zwar gilt dies insgesamt für Rheinland-Pfalz und auch das Saarland, in anderen Bundesländern lassen sich jedoch regionale Schwerpunkte mit hoher handwerklicher Auslandstätigkeit identifizieren, bei denen kein Zusammenhang zur Grenznähe besteht. So ist bspw. für Nordrhein-Westfalen in der Gegend um Bielefeld (Kreise Herford, Gütersloh, Minden-Lübbecke) ein Schwerpunkt festzustellen, der primär auf größere handwerkliche Möbelhersteller zurückzuführen sein dürfte. Gleiches gilt für die Region um Stuttgart in Baden-Württemberg, in der allerdings eher Metallhandwerker (z.B. Maschinenbaumechaniker) das Rückgrat des handwerklichen Auslandsengagements bilden.

Darüber hinaus fallen bundesweit immer wieder vereinzelte Kreise mit beträchtlicher handwerklicher Exporttätigkeit ins Auge, die sich in dieser Beziehung von den umliegenden Landkreisen stark abheben, so z.B. Soltau-Fallingbostel, Stadt Wilhelmshaven und Landkreis Oldenburg in Niedersachsen, die Städte Bonn und Herne in Nordrhein-Westfalen, der Landkreis Mainz-Bingen in Rheinland-Pfalz oder die Kreise Aschaffenburg, Coburg, Weilheim-Schongau und Schwabach (Stadt) in Bayern. Hierbei handelt es sich meist nicht um Regionen, in denen eine starke Industriedichte vorherrscht, von der positive Agglomerationseffekte ausgehen könnten. Möglicherweise sind in diesen Kreisen größere Unternehmen ansässig, die nur teilweise dem Handwerk zugerechnet werden können und die durch ihr großes Auslandsengagement den Ausfuhrwert für das Handwerk insgesamt nicht unerheblich nach oben treiben. Einzelne größere Betriebe können also das Kreisergebnis für das gesamte Handwerk stark beeinflussen.

2.5 Handwerksgruppen und Gewerbezweige

Für eine branchenmäßige Betrachtung der handwerklichen Auslandstätigkeit werden zunächst neun verschiedene Handwerksgruppen gebildet. Die Gruppenbildung beruht dabei auf der Wirtschaftszweigsystematik des Statistischen Bundesamtes und nicht auf den derzeit 127 Gewerbezweigen, die in Anlage A zur Handwerksordnung aufgeführt sind. Dies ist deshalb vorteilhaft, weil mit Hilfe der Wirtschaftszweigsystematik Handwerksbetriebe zu Gruppen zusammengefaßt werden können, deren Tätigkeitsfelder relativ homogen sind.[12]

Die Zahl der Unternehmen, die im Ausland tätig sind, sowie der Umsatz, der mit ausländischen Abnehmern erzielt wird, finden sich für die neun Gruppen in Tafel 2.8. Bevor jedoch hierauf detailliert eingegangen wird, soll zunächst ein grober Überblick gegeben werden.

Die beiden Handwerksgruppen, in denen Auslandsgeschäfte den größten Stellenwert haben, sind die Produzierenden Handwerke für den gewerblichen Bedarf sowie für den speziellen Konsumbedarf. In diesen Gruppen tätigen 8,4 % bzw. 7,5 % aller

[12] Genauere Informationen über die Bildung dieser neun Gruppen finden sich in Tafel A1 im Anhang.

Tafel 2.8: **Auslandsumsatz im Handwerk nach Handwerksgruppen 1994**

	Unter-nehmen (Anzahl)	Unternehmen mit Auslandsumsatz (Anzahl)	(in %)	Anteil jew. Gruppe (in %)	Umsatz (in TDM)	Auslandsumsatz (in TDM)	(in %)	Anteil jew. Gruppe (in %)	Auslands-umsatz je Unternehmen (in TDM)
Prod. Handwerke für den gewerblichen Bedarf	90.577	7.609	8,4	43,2	135.226.344	8.602.450	6,4	60,9	1.131
Prod. Handwerke für den speziellen Konsumbedarf	18.433	1.378	7,5	7,8	14.322.550	761.642	5,3	5,4	553
Nahrungsmittelhandwerke	45.755	354	0,8	2,0	59.879.333	479.035	0,8	3,4	1.353
Kfz-Handwerke	48.595	2.743	5,6	15,6	150.571.784	1.054.002	0,7	7,5	384
Handels- und Reparaturhdw.	48.021	1.174	2,4	6,7	38.711.773	348.406	0,9	2,5	297
Dienstleistungshandwerke f.d.privaten Bedarf	56.029	72	0,1	0,4	11.182.653	11.183	0,1	0,1	155
Dienstleistungshandwerke f.d. gewerbl. Bedarf	22.189	910	4,1	5,2	46.506.746	1.164.278	2,5	8,2	1.279
Bauhauptgewerbe [2]	232.664	3.349	1,4	19,0	168.105.624	669.969	0,4	4,7	200
Ausbauhandwerke					173.630.289	1.039.067	0,6	7,4	
Insgesamt [1]	**563.204**	**17.605**	**3,1**	**100,0**	**800.606.477**	**14.410.917**	**1,8**	**100,0**	**819**

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, Sonderauswertung; eigene Berechnungen
1) Die Summe der 9 Gruppen ergibt etwas weniger als das Gesamtergebnis, da wenige Handwerksbetriebe keiner Gruppe zugeordnet werden konnten.
2) Unternehmen incl. Ausbauhandwerke

Unternehmen Exportgeschäfte, und 6,4 % bzw. 5,3 % des Umsatzes wird im Ausland abgesetzt. Damit werden die Durchschnittswerte für das gesamte Handwerk (3,1 % Anteil exportierender Unternehmen und 1,8 % Umsatzanteil mit dem Ausland) erheblich überschritten. Die Betriebe in den beiden erwähnten Gruppen sind dadurch gekennzeichnet, daß sie Güter produzieren, die transportfähig und daher nicht an einen eng begrenzten Absatzraum gebunden sind.

Unternehmen mit Auslandsumsätzen kommen noch in zwei weiteren Handwerksgruppen relativ häufig vor; dies sind die Kfz-Handwerke und die Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf. In den übrigen Handwerksgruppen spielen Auslandsumsätze nur eine untergeordnete Rolle. Am Ende der Rangskala liegen dabei die Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf (vor allem Friseure). Von diesen Betrieben sind lediglich 0,1 % im Ausland tätig, und der Anteil des Auslandsumsatzes am gesamten Umsatz beträgt ebenfalls nur 0,1 %.

Zieht man nun in einem zweiten Schritt die unterschiedliche Größe der neun verschiedenen Gruppen in die Betrachtung ein, zeigt sich, daß die Produzierenden Handwerke für den gewerblichen Bedarf allein 60 % des handwerklichen Auslandsumsatzes tätigen. Weil die Gruppe der Handwerke für den speziellen Konsumbedarf sehr klein ist, beträgt ihr Anteil am gesamten handwerklichen Export nur 5,4 % und wird dabei von den Dienstleistungshandwerken für den gewerblichen Bedarf, den Kfz-Handwerken und auch den Ausbauhandwerken noch übertroffen.

Im folgenden werden die neun Gruppen einzelnen untersucht, wobei Tafel 2.8 jeweils die grundliegenden Daten liefert. Daneben stützt sich die Analyse auf die Ergebnisse der Handwerkszählung 1995 nach der Wirtschaftszweigsystematik, die untergliedert in Unterabschnitte, Abteilungen (2-Steller), Gruppen (3-Steller), teilweise Klassen (4-Steller) und vereinzelt sogar Unterklassen (5-Steller) veröffentlicht worden sind.[13]

Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf

Die Produzierenden Handwerke für den gewerblichen Bedarf weisen - wie bereits erwähnt - das größte Auslandsengagement innerhalb der neun Handwerksgruppen auf. Zu dieser Gruppe zählen vor allem handwerkliche Zulieferer und Investitionsgüterhersteller, aber auch übrige Handwerkszweige (wie z.B. Zahntechniker), die ihre handwerklichen Erzeugnisse überwiegend an Auftraggeber aus Industrie, Handel, freien Berufen, aber auch aus dem Handwerk selbst veräußern.

In dieser Gruppe war 1994 jedes zwölfte Unternehmen im Ausland tätig, und der prozentuale Auslandsumsatz am Gesamtumsatz lag bei 6,4 % (vgl. Tafel 2.8). Insgesamt wird über 60 % des gesamten handwerklichen Auslandsumsatzes von Un-

[13] Vgl. Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, H. 3, S. 164 ff.

ternehmen dieser Gruppe erzielt, wobei der Auslandsumsatz je Unternehmen bei über 1,1 Mio. DM liegt.

Gliedert man diese Gruppe nach der Wirtschaftszweigsystematik weiter auf, lassen sich vier Unterabteilungen identifizieren, in welche die Handwerksunternehmen mit einem starken Auslandsengagement vor allem eingeordnet sind (vgl. Tafel 2.9). Nach der Höhe des Auslandsumsatzes sind dies folgende Bereiche:

- Maschinenbau (Unterabschnitt DK) mit fast 4 Mrd. DM Auslandsumsatz (Anteil 13,1 %),
- Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen; Elektrotechnik, Feinmechanik und Optik (Unterabschnitt DL) mit 1,8 Mrd. DM und 7,2 % Exportanteil,
- Fahrzeugbau (Unterabschnitt DM) mit knapp 1,2 Mrd. DM Auslandsumsatz und einem Exportanteil von 15,1 %,
- Metallerzeugung und -bearbeitung, Herstellung von Metallerzeugnissen (Unterabschnitt DJ) mit 1,1 Mrd. Auslandsumsatz und einem Exportanteil von 2,9 %.

Berücksichtigt man noch eine tiefergehende Gliederung nach einzelnen Wirtschaftsgruppen, liegt die "Herstellung von Werkzeugmaschinen" mit einem Exportanteil von fast 25 % an erster Stelle. Daneben fällt auf, daß häufig dort hohe Auslandsumsätze anzutreffen sind, wo der Gruppenname ausdrückt, daß es sich hierbei um eine Restgröße handelt, so z.B. die Wirtschaftsruppen 29.5 (Herstellung von Maschinen für sonstige bestimmte Wirtschaftszweige) und 29.2 (Herstellung von sonstigen Maschinen für unspezifische Verwendung) oder der Unterabschnitt 35 (sonstiger Fahrzeugbau). Daraus kann indirekt geschlossen werden, daß es sich bei den handwerklichen Exporten, die in diese Bereiche fallen, primär um Nischenprodukte handelt, die sich keiner der anderen Wirtschaftsgruppen zuordnen lassen.

Betrachtet man die vier oben erwähnten Unterabschnitte im einzelnen, liegt beim Maschinenbau die Herstellung von Werkzeugmaschinen, wie bereits erwähnt, zwar anteilsmäßig an erster Stelle, vom absoluten Auslandsumsatz her gesehen spielen die Gruppen 29.2 und 29.5, in die die sonstigen Maschinen eingeordnet sind, eine größere Rolle. Hierbei dürfte es sich insbesondere um Spezialmaschinen handeln.

Im Bereich des Unterabschnittes DL (Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen; Elektrotechnik, Feinmechanik und Optik) werden handwerkliche Exporte prozentual gesehen vor allem im Bereich der Herstellung von Meß-, Kontroll-, Navigations- und ähnlichen Instrumenten und Vorrichtungen getätigt. Absolut gesehen hat jedoch die Herstellung von Elektrizitätsverteilungs- und -schalteinrichtungen und die Herstellung von medizinischen Geräten und orthopädischen Vorrichtungen eine größere Bedeutung. Ein Anteil von über 10 % wird auch in der Wirtschaftsgruppe 31.1 (Herstellung von Elektromotoren, Generatoren, Transformatoren) erzielt.

Tafel 2.9: **Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf**

Ausgewählte Wirtschaftsgruppen mit hohem Auslandsumsatz [1)]

Nr. der Klassifikation	Wirtschaftszweig	Umsatz *(in TDM)*	Auslandsumsatz *(in TDM)*	Auslandsumsatz *(in %)*
DD	Holzgewerbe	16.348.351	212.529	1,3
DE	Papier-, Verlags- und Druckgewerbe	4.309.554	43.096	1,0
DH	H.v. Gummi- und Kunststoffwaren	6.040.772	144.979	2,4
DI	Glasgewerbe, Keramik, Verarbeitung von Steinen u. Erden	7.105.452	142.109	2,0
DJ	Metallerzgung u. - bearbeitung, H. v. Metallerzeugnissen	39.029.017	1.131.841	2,9
27	*Metallerzeugung und - bearbeitung*	*767.739*	*80.613*	*10,5*
28.6	*H. v. Schneidw., Werkzg., Schlössern u. Beschlägen*	*3.871.047*	*255.489*	*6,6*
DK	Maschinenbau	29.498.169	3.864.260	13,1
29.1	*H. v. Masch. f. d. Erzeugung u. Nutzung v. mech. Energie*	*2.402.959*	*338.817*	*14,1*
29.2	*H. v. sonst. Maschinen f. unspezifische Anwendung*	*9.896.256*	*950.041*	*9,6*
29.4	*H. v. Werkzeugmaschinen*	*2.967.826*	*694.471*	*23,4*
29.5	*H. v. Masch. f. sonst. best. Wirtschaftszweige*	*9.815.213*	*1.658.771*	*16,9*
DL	H.v.Büromasch.,DV-Gerät. -einr.;Elektrotech.usw.	24.850.709	1.789.251	7,2
31.1	*H. v. Elektromotoren, Generatoren, Transformatoren*	*1.828.385*	*199.294*	*10,9*
31.2	*H. v. Elektriz.vertlg.-u. -schalteinrichtungen*	*4.786.264*	*516.917*	*10,8*
33.1	*H. v. med.Geräten u.orthopädischen Vorrichtungen*	*11.461.275*	*550.141*	*4,8*
33.2	*H. v. Meß-, Kontroll-, Navigations - u. ä. Instr. u. Vorr.*	*1.897.983*	*254.330*	*13,4*
DM	Fahrzeugbau	7.721.872	1.166.003	15,1
34	*H. v. Kraftwagen u. Kraftwagenteilen*	*6.714.012*	*986.960*	*14,7*
35	*Sonst. Fahrzeugbau*	*1.007.859*	*175.367*	*17,4*
	Insgesamt	***135.226.344***	***8.602.450***	***6,4***

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, H. 3

1) Unterabschnitte und alle Wirtschaftsgruppen mit mehr als 5 % Auslandsumsatz

Innerhalb des Fahrzeugbaus exportieren Handwerksbetriebe vor allem Spezialfahrzeuge, wie Sicherheitsfahrzeuge oder Geldtransporter. Daneben liegt ein Schwerpunkt bei der Herstellung von Wohnmobilen.

Als letzter der vier erwähnten Unterabschnitte wird kurz auf die Metallerzeugung und -bearbeitung, Herstellung von Metallerzeugnissen, eingegangen. Aus außenwirtschaftlichem Blickwinkel spielt hier vor allem die Herstellung von Schneidwerkzeugen, Werkzeugen, Schlössern und Beschlägen mit einem Auslandsumsatz von ca. 250 Mio. DM die größte Rolle. Prozentual hat jedoch die Metallerzeugung und -bearbeitung mit 10,5 % ein stärkeres Gewicht.

Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf

Zu den produzierenden Handwerken für den speziellen Konsumbedarf gehören vor allem Unternehmen aus dem Textil- und Bekleidungsgewerbe (Gruppe DB) und der Gruppe DN (Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren und sonstigen Erzeugnissen; Recycling). Es handelt sich hierbei um die insgesamt kleinste der neun Gruppen. Die Betriebe stellen i.d.R. hochqualifizierte Produkte meist in Kleinserien-, gelegentlich auch in Einzelfertigung her. Sie decken differenzierte Kundenbedürfnisse ab. Der Absatz erfolgt teilweise über den Handel, teilweise auch direkt an den Endverbraucher.

Die Betriebe dieser Gruppe sind relativ häufig international orientiert. Sowohl bezogen auf die Zahl der im Ausland tätigen Unternehmen an der Gesamtzahl der Handwerksunternehmen als auch auf den Auslandsumsatz am Gesamtumsatz liegen sie nach den Produzierenden Handwerken für den gewerblichen Bedarf an zweiter Stelle. Etwa 5 % des handwerklichen Auslandsumsatzes wird von Unternehmen dieser Gruppe erzielt, wobei der Exportumsatz je Unternehmen mit etwa 550 000 DM etwas unterdurchschnittlich ist. Bedenkt man jedoch, daß die Unternehmen dieser Handwerksgruppe in der Regel sehr klein sind, sind die international erzielten Umsätze doch sehr beachtlich.

Die quantitativ größte Bedeutung für den Export hat innerhalb der Produzierenden Handwerke für den speziellen Konsumbedarf mit Abstand die Herstellung von Möbeln (vgl. Tafel 2.10). Über die Hälfte des Auslandsumsatzes dieser Gruppe wird in diesem Sektor erwirtschaftet. Hierbei handelt es sich meist um spezielle Sonderanfertigungen von hochwertigen Möbelstücken; eine große Bedeutung hat auch die Herstellung von Büro-, Laden- und Küchenmöbeln.

Tafel 10: **Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf**
Ausgewählte Wirtschaftsgruppen mit hohem Auslandsumsatz

Nummer der Klassifikation	Wirtschafszweig	Umsatz *(in TDM)*	Auslandsumsatz *(in TDM)*	*(in %)*
DB	Textil- und Bekleidungsgewerbe	1.471.905	67.708	4,6
17.4	H.v. konfekt. Textilwaren (oh. Bekleidung)	380.344	17.876	4,7
18.2	H.v.Bekleidung (oh.Lederbekleidung)	520.599	20.824	4,0
DN	Herst. v. Möbeln, Schmuck, Musikinstum., Recycling	12.850.645	693.935	5,4
36.1	H. v. Möbeln	10.350.750	465.784	4,5
36.2	H. v. Schmuck u. ä. Erzeugnissen	906.701	33.548	3,7
36.3	H. v. Musikinstrumenten	402.514	59.170	14,7
36.6	H. v. sonst. Erzeugnissen	638.651	110.487	17,3
	Gesamt	***14.322.550***	***761.642***	**5,3**

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, H. 3

Betrachtet man die Bedeutung des Auslandsumsatzes nach prozentualen Anteilen, hat die Gruppe "Herstellung von sonstigen Erzeugnissen" die größte Bedeutung. In diese Gruppe werden bspw. Hersteller von Phantasie- und Weihnachtsschmuck eingeordnet.

Etwa jede siebte Mark verdienen die Musikinstrumentenhersteller im Ausland. Insbesondere Orgel- und Harmoniumbauer, Geigenbauer, Bogenmacher, Holzblasinstrumentenmacher und Zupfinstrumentenmacher sind häufig schon seit langem mit beachtlichen Umsätzen im internationalen Geschäft tätig.

Im Textilbereich (Unterabschnitt DB) liegt die "Exportquote" mit 3 - 5 % etwas niedriger, wobei die Herstellung von Textilwaren einen etwas größeren Auslandsumsatzanteil aufweist als die Herstellung von Bekleidung.

Nahrungsmittelhandwerke

Von den etwa 45 000 Nahrungsmittelhandwerksbetrieben waren 1994 nur 354, das sind 0,8 %, im Ausland tätig. Von allen neun Gruppen ist dies der zweitgeringste Anteil. Der Grund für diesen geringen Anteil liegt darin, daß von diesen Betrieben überwiegend leicht verderbliche Ware angeboten wird, die sich nicht für den Transport eignet. Insgesamt erwirtschafteten die Nahrungsmittelhandwerker einen Auslandsumsatz von knapp 500 Mio. DM, wobei erstaunlich ist, daß der durchschnittliche Auslandsumsatz je Unternehmen mit über 1,3 Mio. DM größer ist als in jeder anderen Gruppe.

Zu vermuten ist, daß sich einige wenige Betriebe aus dem Nahrungsmittelhandwerk relativ stark auf Versandgeschäfte ins Ausland spezialisiert haben, wobei es sich um Produkte handelt, bei denen das Problem der Haltbarkeit gelöst werden konnte. Der Zahl nach sind dies meist Fleischer (152 Betriebe) und Bäcker (94 Betriebe). Vom Umsatzanteil werden diese beiden größeren Handwerksberufe aber von den Konditoren (2,6 % Auslandsumsatz) übertroffen. Die Exportbetriebe dürften vor allem kleine Marktsegmente ausfüllen. Hierzu gehören bspw. Tiefkühltorten oder haltbare Wurstsorten, wobei es sich häufig um regionale Spezialitäten handelt.

Kfz-Handwerke

Von den lt. Handwerkszählung etwa 48 500 Kfz-Handwerksbetriebe erzielten 5,6 %, das sind 2 743 Betriebe im Jahr 1994 Auslandsumsätze. Damit kommt jeder sechste Handwerksbetrieb, der im Ausland tätig ist, aus dem Kfz-Bereich.

Der Auslandsumsatz je Unternehmen ist mit durchschnittlich 384 000 DM allerdings relativ gering. Damit weisen Exportgeschäfte für die international tätigen Unternehmen nur eine geringe Bedeutung auf. Dies gilt um so mehr, da in der Kfz-Branche der Umsatz je Betrieb, insbesondere wegen des hohen Handelsanteils, höher ist als in anderen Branchen. Der durchschnittliche Auslandsumsatz am Gesamtumsatz liegt daher nur bei 0,7 %; insgesamt wird 7,5 % des handwerklichen Auslandsumsatzes von Kfz-Betrieben erwirtschaftet.

Innerhalb des Kfz-Gewerbes wird im Handel mit Kraftwagenteilen und -zubehör mit 2,4 % der höchste Auslandsumsatzanteil erreicht. Die Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen (Auslandsumsatzanteil 0,9 %), der Krafträder-Bereich (Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör; Instandhaltung und Reparatur = 0,7 %) und der Handel mit Kraftwagen (0,6 %) fallen dagegen prozentual deutlich ab. Bezogen auf den absoluten Auslandsumsatz hat allerdings der Kfz-Handel wegen des dominierenden Gewichtes dieses Bereichs die größte Umsätze zu verzeichnen.

Handels- und Reparaturhandwerke

In dieser Gruppe sind diejenigen Handwerksbetriebe zusammengefaßt, bei denen eine Handels- und Reparaturtätigkeit überwiegt. Von den insgesamt 48 000 Handwerksbetrieben dieser Gruppe waren 1994 insgesamt 1 174 im Ausland tätig; sie erzielten dort 350 Mio. DM. Daraus errechnet sich ein Auslandsumsatz von knapp 300 000 DM je Unternehmen.

Insgesamt ist die Auslandstätigkeit in dieser Gruppe relativ gering. Dies ist deshalb wenig überraschend, da eine Handels- und Reparaturtätigkeit überwiegend auf einem engen regionalen Markt ausgerichtet ist. Wenn trotzdem Auslandsumsätze vorkommen, so liegt das häufig an Unternehmen im grenznahen Raum, die deshalb von ausländischen Kunden aufgesucht werden, weil sie Produkte in ihrem Sortiment haben, die im Ausland nicht erhältlich sind, oder weil sie für eine sorgfältige Reparatur bekannt sind. Preisvorteile dürften nur in Ausnahmefällen eine Rolle spielen.

Insgesamt sind diejenigen Unternehmen, bei denen eine Einzelhandeltstätigkeit überwiegt, eher im Ausland tätig als die Unternehmen, die primär Reparaturen durchführen. Relativ hohe Auslandsumsätze sind beim Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und TV-Geräten (2,3 % Auslandsumsatz) und beim Einzelhandel mit Bekleidung (2,1 %) zu registrieren.

Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf

Die geringste Auslandsorientierung weisen, sowohl was die Zahl der Unternehmen mit Auslandsumsatz, als auch was den Anteil des Auslandsumsatzes am gesamten Umsatz angeht, die Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf aus. Lediglich 72 Handwerksbetriebe dieser Gruppe tätigen Auslandsumsätze. Der jährliche Auslandsumsatz liegt bei etwa 11 Mio. DM und beträgt damit lediglich 0,1 % des gesamten handwerklichen Auslandsumsatzes. Auch der durchschnittliche Auslandsumsatz je Betrieb ist mit 155 000 DM sehr gering.

Obwohl die Friseure insgesamt etwa 95 % der Betriebe dieser Gruppe stellen, wird etwa 60 % des Auslandsumsatzes von den Textilreinigern erwirtschaftet. Hierbei dürfte es sich primär um Betriebe handeln, die entweder im grenznahen Raum ansässig sind oder die sich auf bestimmte Reinigungsverfahren spezialisiert haben, die auch international auf Interesse stoßen. Bei den Friseuren gibt es nur ganz vereinzelte Betriebe, die im Ausland tätig sind. Dies dürften primär Handwerker sein, die Zweigniederlassungen im Ausland gegründet haben.

Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf

Die Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf lassen sich im wesentlichen in drei Gruppen einteilen: Gebäudereiniger, Fotografen und Handwerksbetriebe, die überwiegend eine Großhandelstätigkeit ausüben. Während in dieser

Gruppe insgesamt - jedenfalls was die Anzahl der Beschäftigten angeht - die Gebäudereiniger überwiegen, sieht es beim Auslandsumsatz anders aus. Von den zusammen 910 Handwerksunternehmen mit Auslandsumsätzen gehören 329 den Gebäudereinigern und Fotografen und 581 dem Großhandelsbereich an. Betrachtet man den im Ausland getätigten Umsatz, gewinnen die Großhandelsbetriebe ein noch größeres Gewicht. Von den 1,1 Mrd. Auslandsumsatz, das sind immerhin 8,2 % des gesamten handwerklichen Auslandsumsatzes, kommen etwa 86 % von den Großhandelsbetrieben. Der getätigte Auslandsumsatz je Unternehmen mit fast 1,3 Mio. DM liegt hinter den Nahrungsmittelhandwerken an zweiter Stelle aller neun Handwerksgruppen.

Im folgenden sollen die drei Teilgruppen näher beleuchtet werden. Die Handwerksbetriebe, die primär im Großhandelsbereich tätig sind, erzielen etwa 5 - 6 % ihres Umsatzes mit dem Ausland. Insbesondere vier Tätigkeitsfelder sind hier von Gewicht:

- Großhandel mit landwirtschaftlichen Maschinen und Geräten,
- Großhandel mit Büromaschinen und -einrichtungen,
- Großhandel mit Getreide, Saaten und Futtermitteln,
- Versandschlachtereien.

Das fotografische Gewerbe erzielt insgesamt 2,9 % seines Umsatzes mit dem Ausland. International tätig sind insbesondere solche Betriebe, die schwerpunktmäßig in der Industrie- und Werbefotografie tätig sind.

Die Gebäudereiniger haben insgesamt nur einen Auslandsumsatz von 0,4 %. Dieser Umsatz dürfte von Betrieben erzielt werden, die entweder im grenznahen Bereich tätig sind oder die sich auf sehr spezielle Reinigungsverfahren spezialisiert haben.

Bauhandwerke

Innerhalb des gesamten Handwerks hat das Baugewerbe die größte Bedeutung. Mehr als 40 % aller Unternehmen sind entweder im Bauhauptgewerbe oder im Ausbaugewerbe tätig. Bezüglich des Auslandsumsatzes spielt das Baugewerbe dagegen nur eine untergeordnete Rolle. Lediglich 19 % aller im Ausland tätigen Handwerksunternehmen gehören zum Baugewerbe, und 12 % des handwerklichen Auslandsumsatzes wird hier erzielt. Diese Daten lassen schon darauf schließen, daß der Auslandsumsatz je Unternehmen relativ gering ist. Mit 200 000 DM je Auslandsunternehmen liegt das Baugewerbe, abgesehen von den Dienstleistungshandwerken für den privaten Bedarf, an letzter Stelle von allen betrachteten Gruppen.

Sieht man sich die einzelnen Teilbereiche des Baugewerbes genauer an, so übertrifft nur bei einer Wirtschaftsgruppe der Auslandsumsatz die 1 %-Marke. Dies ist der Schornstein-, Feuerungs- und Industrieofenbau, wo die zugehörigen Handwerksbetriebe 3,2 % ihres Umsatzes im Ausland erzielen. In den übrigen Bereichen dürften Auslandsumsätze vor allem von Betrieben im grenznahen Raum erzielt werden. Ausbauhandwerke werden insbesondere dann häufig mit der Durchführung von Arbeiten im benachbarten Ausland beauftragt, wenn sie eine hohe Qualität anbieten, welche die heimischen Handwerker vor Ort häufig nicht aufweisen.

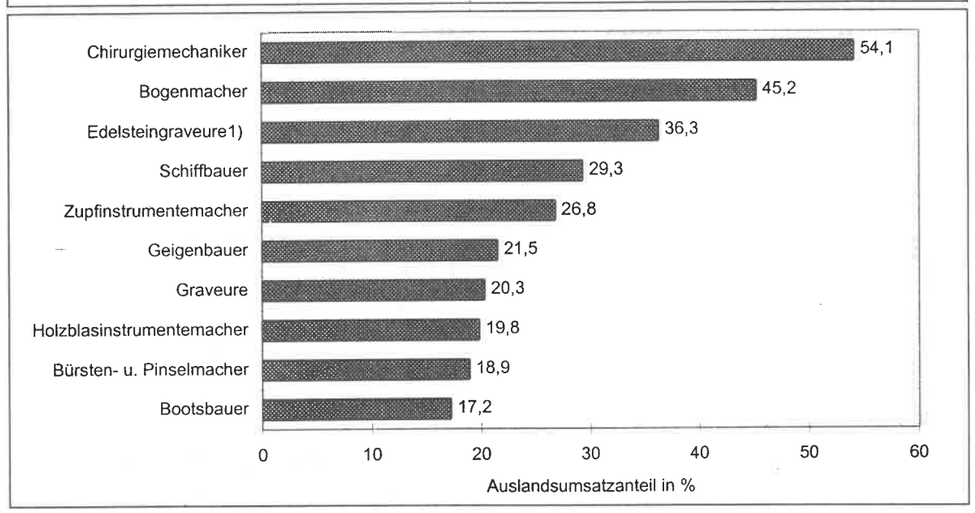
Gewerbezweige

Bislang stützte sich die Analyse des handwerksbezogenen Auslandsumsatzes vor allem auf die neun in sich relativ homogenen Handwerksgruppen. Im folgenden wird stattdessen die Gewerbezweigsystematik herangezogen.

In der Tabelle A2.8 im Anhang sind die einzelnen Gewerbezweige mit der Zahl der Unternehmen, die im Ausland tätig sind und dem Auslandsumsatz aufgelistet. Dabei wurde insofern eine Auswahl vorgenommen, als nur diejenigen Gewerbezweige berücksichtigt wurden, bei denen entweder der Auslandsumsatzanteil über 5 % liegt oder die im Jahr 1994 einen Auslandsumsatz von über 100 Mio. DM erzielt haben. Insgesamt sind 48 Gewerbezweige aufgelistet, wobei für die Reihenfolge Anlage A zur Handwerksordnung maßgeblich ist.

Sucht man diejenigen Gewerbezweige heraus, die den höchsten Auslandsumsatz aufweisen bzw. von denen anteilig am meisten Unternehmen im Ausland tätig sind, zeigt sich, daß es sich hierbei nur um dünn besetzte Gewerbezweige handelt, die innerhalb des gesamten Handwerks keine zentrale Bedeutung aufweisen. Bezüglich des Umsatzanteils, der mit dem Ausland erzielt wird, ergab die Handwerkszählung, daß die Chirurgiemechaniker mehr als die Hälfte ihres Umsatzes mit ausländischen Kunden erwirtschaften (vgl. auch Tafel 2.11). Auch für die Bogenmacher und die Edelsteingraveure spielt der Auslandsumsatz eine dominierende Rolle. Bedenkt man, daß die Betriebe vier weiterer Handwerkszweige, nämlich Schiffbauer, Zupfinstrumentenmacher, Geigenbauer und Graveure, mehr als jede fünfte Mark mit Kunden aus dem Ausland erwirtschaften, wird noch deutlicher, daß für viele dieser kleineren Handwerkszweige Auslandsgeschäfte eine sehr wichtige Bedeutung aufweisen.

Tafel 2.11: **Die 10 Gewerbezweige mit dem höchsten Auslandsumsatzanteil**



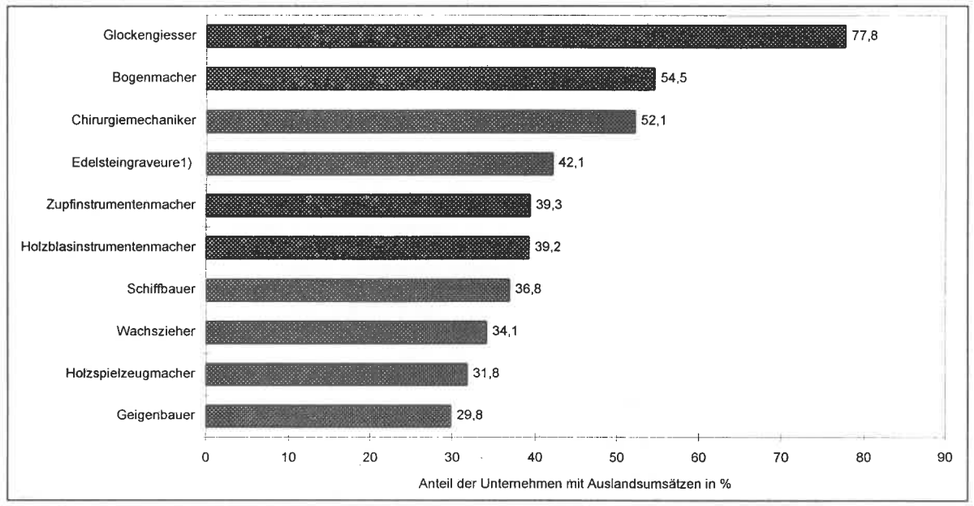
SfH Göttingen

1) einschl. Lieferungen an den Staat
Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

Sieht man sich an, wieviel Unternehmen eines Handwerkszweiges im Ausland tätig sind, so sind es bei drei Handwerkszweigen, den Glockengießern, den Bogenmachern und den Chirurgiemechanikern mehr als 50 % aller Betriebe. Bei sechs weiteren Handwerkszweigen haben mehr als 30 % der Betriebe Auslandskontakte (vgl. Tafel 2.12).

Diese sehr hohen Prozentsätze bei den dünn besetzten Gewerbezweigen dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, daß absolut gesehen die stärksten Auslandsumsätze von größeren Handwerkszweigen getätigt werden (vgl. Tafel 2.13). An der Spitze der Rangskala stehen mit Abstand die Maschinenbaumechaniker, die im Jahr 1994 über 3 Mrd. DM mit ausländischen Kunden erzielt haben. Die 1 Mrd. DM-Schwelle haben ebenfalls die Metallbauer und die Kfz-Mechaniker übertroffen. Mehr als 500 Mio. DM erzielten die Elektroinstallateure, Tischler, Karosserie- und Fahrzeugbauer sowie die Werkzeugmacher im Ausland.

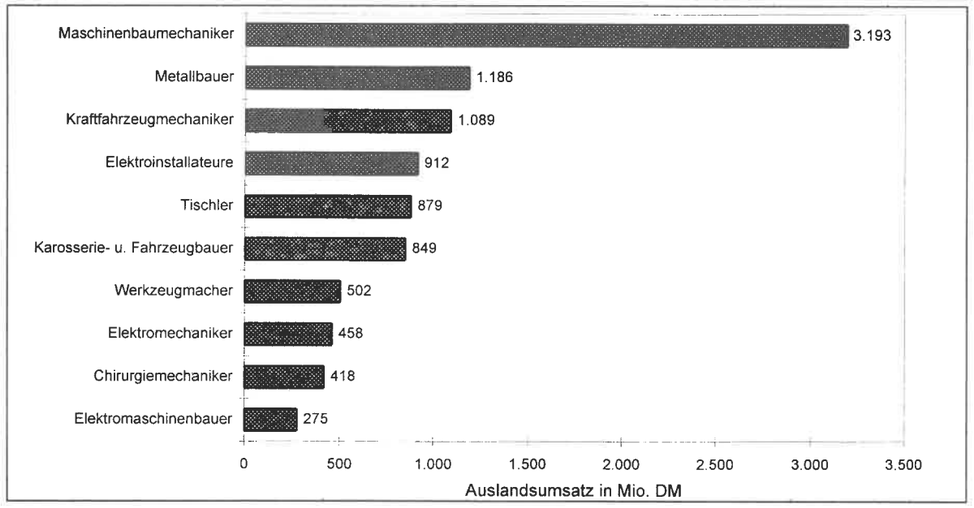
Tafel 2.12: **Die 10 Gewerbezweige mit dem größten Anteil von Unternehmen mit Auslandsumsätzen**



SfH Göttingen

1) einschl. Lieferungen an den Staat

Tafel 2.13: **Die 10 Gewerbezweige mit dem größten Auslandsumsatz**

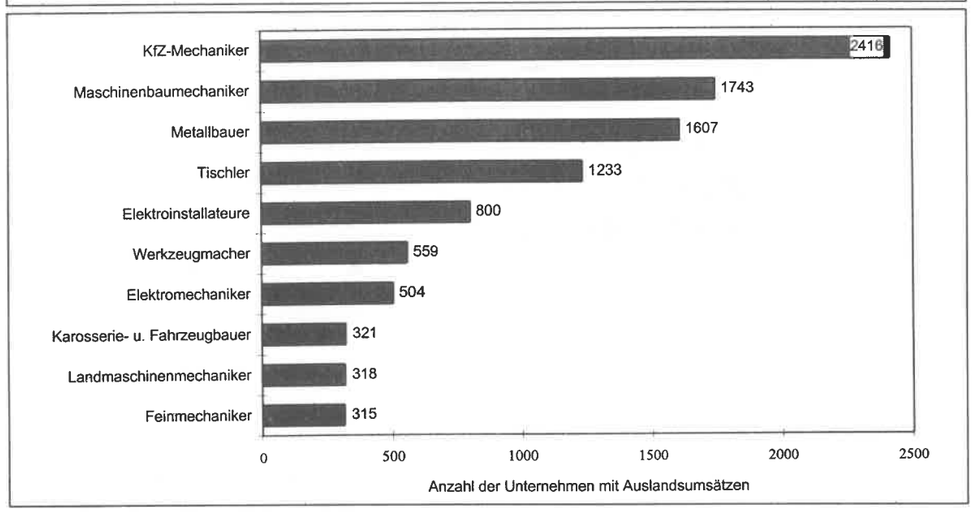


SfH Göttingen

Quellen: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

In Tafel 2.14 sind die Gewerbezweige aufgelistet, bei denen absolut gesehen am meisten Unternehmen im Ausland tätig waren. Bei dieser Betrachtung liegen die Kfz-Mechaniker mit etwa 2.400 Unternehmen mit Auslandskontakten an der Spitze vor den Maschinenbaumechanikern (1 743) und den Metallbauern (1 607).

Tafel 2.14: **Die 10 Gewerbezweige mit den meisten Unternehmen mit Auslandsumsätzen** *(Anzahl)*



SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

Als letztes soll auf den durchschnittlichen Auslandsumsatz je Unternehmen eingegangen werden. Hier ist es erstaunlich zu sehen, daß bei den Schiffbauern der durchschnittliche Auslandsumsatz bei über 3 Mio. DM lag; aber auch bei den Karosserie- und Fahrzeugbauern, den Straßenbauern sowie den Chirugiemechanikern wurden pro Betrieb über 2 Mio. DM mit ausländischen Kunden erzielt.

2.6 Gewerbezweige nach Bundesländern

Eine branchenbezogene Analyse des handwerklichen Auslandsumsatzes, differenziert nach Bundesländern oder sogar Kreisen, ist nur mit sehr großen Einschränkungen möglich, da aus Geheimhaltungsgründen längst nicht alle diesbezüglichen Daten veröffentlicht wurden. Die Länderergebnisse für diejenigen Handwerkszweige, die fast durchgängig vorliegen, sind in Tafel A2.9 im Anhang aufgeführt. Dabei wurde sich auf die alten Bundesländer beschränkt, da im Beitrittsgebiet wegen der dort insgesamt viel geringeren Auslandstätigkeit die Geheimhaltungsproblematik

ein noch sehr viel größeres Gewicht hat und deshalb kaum Daten zur Verfügung stehen.

Insgesamt läßt sich feststellen, daß die Auslandsanteile bei fast allen Gewerbezweigen zwischen den einzelnen Bundesländern erheblich schwanken. Lediglich bei zwei Zweigen sind durchgängig (bei wenigen Ausnahmen) hohe Exportanteile festzustellen. Dies sind zum einen die Maschinenbaumechaniker, die in allen Bundesländern mit Ausnahme der beiden Stadtstaaten Hamburg und Berlin knapp 10 % oder darüber ihres Umsatzes im Ausland absetzen. In den beiden großen Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg sind es in diesem Handwerkszweig sogar über 20 %. Zum anderen betrifft dies die Elektromechaniker, deren Exportanteile in den einzelnen Ländern zwischen 6 und 12 % schwanken. Aus dem Rahmen fallen lediglich Hessen mit 4,2 % auf der einen und Rheinland-Pfalz mit 20,3 % auf der anderen Seite.

Aus zusätzlichen Informationen der Statistischen Landesämter geht hervor, daß einige kleinere Handwerkszweige mit hohem Auslandsumsatz regional sehr stark konzentriert sind. So wird bspw. über 80 % des Umsatzes der Chirurgiemechaniker in Baden-Württemberg (vor allem im Landkreis Tuttlingen) erzielt. 85 % des Auslandsumsatzes der Bogenmacher wird in Bayern und 95 % des Auslandsumsatzes der Edelsteingraveure in Rheinland-Pfalz (Idar-Oberstein) erwirtschaftet.

Bei der Interpretation der Daten ist zusätzlich zu beachten, daß der hohe Exportanteil bei Gewerbezweigen in einzelnen (insbesondere kleinen) Bundesländern lediglich auf eine oder zwei große Handwerksunternehmen zurückgeführt werden kann. Ein besonders gutes Beispiel hierfür sind die Karosserie- und Fahrzeugbauer in Bremen, deren hoher Auslandsanteil von 47 % vor allem durch zwei Firmen erzielt wird.

3. Charakterisierung des handwerklichen Auslandsgeschäftes

3.1 Gründe für ein Auslandsengagement

Deutsche Handwerksbetriebe, die Auslandsgeschäfte tätigen wollen, stehen grundsätzlich vor folgender Situation:

- In fast allen Ländern besteht ein breites Netz von Handwerks- bzw. Klein- und Mittelbetrieben, welche die Grundversorgung mit handwerklichen Gütern und Dienstleistungen sicherstellen.
- Insbesondere wegen der relativ hohen Lohnkosten in Deutschland sind die Güter und Dienstleistungen der deutschen Unternehmen fast immer teurer als diejenigen der Konkurrenz im Ausland. In der Industrie werden die höheren Lohnkosten ganz oder teilweise durch eine höhere Produktivität kompensiert. Im arbeitsintensiven Handwerk lassen sich größere Produktivitätsvorteile jedoch kaum realisieren.[14] Dies bringt Preisnachteile für das deutsche Handwerk gegenüber den Handwerksbetrieben aus dem Ausland mit sich.

Hieraus könnte man folgern, daß Auslandsgeschäfte für das deutsche Handwerk überhaupt keine Rolle spielen. Da dies - wie in Kapitel 2 gezeigt wurde - nicht so ist, stellt sich die Frage, weshalb deutsche Handwerksunternehmen im Ausland erfolgreich tätig sind. Insgesamt könnten hierfür drei Gründe identifiziert werden:[15]

- Das Angebot der handwerklichen Exportbetriebe in Deutschland hebt sich insbesondere in Qualität, Flexibilität, Schnelligkeit, Innovationskraft, Zuverlässigkeit und Termintreue und Anpassung an die Kundenwünsche deutlich von demjenigen der Konkurrenz aus dem Ausland ab, so daß die höheren Preise der deutschen Handwerksprodukte in Kauf genommen werden.
- Deutsche Handwerksbetriebe stellen Güter oder Dienstleistungen her, die im Ausland nicht erhältlich sind.
- Deutsche Handwerksbetriebe gehen im sogenannten "Huckepackverfahren" mit deutschen Firmen ins Ausland, oder sie werden von deutschen Privatpersonen, die ins benachbarte Ausland umziehen, beauftragt.

Der wichtigste Grund für ein internationales Engagement des deutschen Handwerks dürfte darin liegen, daß sich das Leistungsangebot vieler Betriebe vom denjenigen der Konkurrenz abhebt. Dies ist insbesondere bei Produzierenden Handwerkern für den gewerblichen Bedarf der Fall, die mit Abstand die meisten Auslandsumsätze aufweisen (s. Abschnitt 2.5). Diese Unternehmen haben sich meist auf hochqualitative Sonderanfertigungen oder bestimmte Nischenprodukte spezialisiert und dabei Kenntnisse erworben, mit denen sie sich von der ausländischen Konkurrenz abheben. Dies ist insbesondere für den handwerklichen Maschinenbau von Bedeutung,

[14] Vgl. Müller, K. (1993), S. 10.

[15] Eine exakte Trennung zwischen diesen drei Gründen ist nicht möglich.

denn die Betriebe dieser Branche beliefern häufig industrielle Kunden, deren Anforderungen an die Lieferanten (seien es System- oder Teilelieferanten) im Zuge des verstärkten globalen Wettbewerbs unter den daraus resultierenden Umbrüchen gestiegen sind.

Bezüglich der privaten Nachfrage wird der größte Teil des Bedarfs nach handwerklichen Gütern und Dienstleistungen von den Betrieben vor Ort abgedeckt. In allen Ländern gibt es jedoch zunehmend Käuferschichten, die nach besonderen Produkten und Leistungen verlangen, welche sich in Form, Image, Qualität und möglichen Zusatznutzen vom "normalen" handwerklichen Angebot abheben. Dem entspricht der Trend zur Individualisierung, der sich in den reichen Industrienationen weltweit abzeichnet. Beispiele für Auslandsgeschäfte in diesem Bereich sind das Angebot von exklusiven Badezimmern oder qualitativ hochwertigen Einbauküchen.

In vielen Bereichen bieten deutsche Handwerksunternehmen Güter oder Leistungen an, die es in dieser Form im Ausland nicht gibt. Man spricht hier auch von einer **Nichtverfügbarkeit**. Dies sind teilweise regionale Spezialitäten, wie bspw. Schwarzwalduhren oder Musikinstrumente aus dem Erzgebirge, die von Ausländern erworben werden, weil sie diese Produkte im Urlaub kennengelernt haben oder weil sie die deutsche Wertarbeit schätzen. Mindestens ebenso wichtig erscheint aber noch die Tatsache, daß deutsche Handwerker in einigen Bereichen einen Wettbewerbsvorsprung aufweisen, weil sich in Deutschland häufig Trends früher und stärker als in den Nachbarländern abzeichnen, z.B. bei der Energieeinsparung, im Umweltschutzbereich oder beim ökologischen Bauen.[16] Auf diese Trends mußten sich die deutschen Handwerker frühzeitig einstellen. Dadurch haben sie jedoch international einen Wettbewerbsvorteil gewonnen, der sich insbesondere im grenznahen Raum auswirkt.

Das **"Huckepackverfahren"** findet Anwendung, wenn deutsche Unternehmen - dies können sowohl Industrie- oder Handelsbetriebe, aber auch Banken oder Versicherungen sein - Zweigniederlassungen im Ausland errichten und deutsche Handwerksbetriebe bspw. für den Innenausbau mitnehmen. Wenn die Lohndifferenzen zu den einheimischen Handwerkern nicht gravierend sind, werden deutsche Handwerker für alle Arbeiten beauftragt, denn die Kosten für die Suche nach Handwerkern vor Ort fallen größer aus als der meist höhere Preis, den der deutsche Handwerker für seine Arbeit verlangt. In Ländern, in denen der Preisunterschied besonders hoch ausfällt, wie bspw. in den mittel- und osteuropäischen Staaten, werden deutsche Handwerker nur für besonders sensible Arbeiten, wie bspw. in der Elektronik, beauftragt.

Weitere Möglichkeiten, zusammen mit deutschen Industriefirmen im Ausland tätig zu werden, liegen in der Montage und Installation von Maschinen und größeren Anlagen von deutschen Industriefirmen. In einzelnen Fällen haben deutsche Handwerker bei einer Produktionsverlagerung des Abnehmers ins Ausland dort ebenfalls

[16] Vgl. Müller, K. (1993), S. 11.

einen Zweigbetrieb errichtet, um weiter eine reibungslose Belieferung des Industriebetriebes gewährleisten zu können.

Auftraggeber für deutsche Handwerksbetriebe können auch Privatleute sein, die ihren Erst- oder Zweitwohnsitz ins benachbarte Ausland verlegen oder sich dort ein Wochenendhaus bauen. Diese nehmen ihre deutschen Handwerker, zu denen ein Vertrauensverhältnis besteht, gerne mit. Die Suche nach Handwerkern vor Ort ist für sie mit relativ hohen Kosten und Risikofaktoren behaftet.

Die drei diskutierten Gründe sind nicht voneinander unabhängig, sondern bedingen sich teilweise gegenseitig. Letztlich sind alle drei darauf zurückzuführen, daß es in Deutschland relativ viele Handwerksbetriebe gibt, die sich von der Konkurrenz aus verschiedensten Gründen abheben und auch international wettbewerbsfähig sind. Grundlage hierfür ist zum einen eine hohe Wettbewerbsintensität im Inland, welche die Handwerker zu Effizienz und Innovation zwingt, wodurch firmenspezifische Wettbewerbsvorteile ständig weiterentwickelt werden. Zusätzlich profitieren die deutschen Handwerksbetriebe nach wie vor vom guten Image der deutschen Produkte im Ausland (Made in Germany) im allgemeinen und von der guten Reputation deutscher Handwerksleistungen im besonderen.

Zum anderen muß das Wissen und Können der handwerklichen Mitarbeiter berücksichtigt werden. Diese tragen durch ihre gute Berufsausbildung insbesondere im technischen Bereich dazu bei, die internationale Leistungsfähigkeit des deutschen Handwerks zu gewährleisten. Die Mitarbeiter verfügen zwar im allgemeinen nicht über auslandsspezifische Qualifikationen (Fremdsprachenkenntnisse, Auslandserfahrung), sind aber dennoch zu internationalen Einsätzen in der Lage, die in Zusammenhang mit der Erbringung von Dienstleistungen (Montage, Reparatur etc.) im Ausland häufig notwendig sind.

3.2 Einstieg in das Auslandsgeschäft

In der Theorie über die Internationalisierung von Unternehmen wird davon ausgegangen, daß Unternehmen ihr Auslandsengagement strategisch planen. Dies ist im Handwerk jedoch nur für einen kleineren Teil der Betriebe der Fall.[17] In diesem Wirtschaftsbereich wurde durch Beobachtung und Betriebsbefragungen festgestellt, daß die Betriebe meist eher zufällig mit dem Thema Export in Berührung kommen und dann bei einer günstigen Gelegenheit ihre Chance ergreifen und erste Auslandsgeschäfte tätigen.

Diese **günstige Gelegenheit** tritt bspw. dann auf, wenn ein ausländischer Kunde, der über Bekannte, Kollegen usw. von der Leistungsfähigkeit des deutschen Handwerkers gehört hat, an diesen herantritt. Dies ist insbesondere im grenznahen Raum der Fall. Dort ist auch häufiger zu beobachten, daß deutsche Kunden ihren Wohnsitz

[17] Vgl. hierzu Sauer, J. (1991), S. 128.

ins grenznahe Ausland legen und ihren heimischen Handwerker weiter beauftragen. Im Zulieferbereich kommen externe Anstöße von außen gelegentlich dadurch zustande, daß deutsche Abnehmer zwar ihre Produktionsstätte ins Ausland verlegen, bei sensiblen Zulieferprodukten jedoch ihre bisherigen handwerklichen Zulieferer aus Deutschland weiter beauftragen.

Eine wichtige Rolle bei dem Zustandekommen mit Nachfragern aus dem Ausland spielen häufig die Handwerksorganisationen. Einige Handwerkskammern bieten Firmenreisen in wirtschaftlich interessante ausländische Regionen oder transnationale Firmentreffen (Kontakttage) an, um ihren exportfähigen Betrieben die Kontaktaufnahme zu ausländischen Partnern zu erleichtern.[18]

Ein weiterer erfolgversprechender Ansatzpunkt für einen Einstieg in das Auslandsgeschäft stellt eine Beteiligung an einer internationalen Fachmesse im Ausland dar. Auch durch eine Teilnahme an einer internationalen Fachmesse im Inland können Exportaufträge zustande kommen, denn, da Deutschland im Messewesen führend ist, werden viele inländische Messen von einem breiten internationalen Fachpublikum besucht. Erheblich erleichtert wird die Messebeteiligung, wenn die Teilnahme an einem Gemeinschaftsstand möglich ist. Diese Stände werden meist durch die öffentliche Hand (insbesondere vom Land) gefördert und - sofern der Stand nur für die Handwerksbetriebe offen ist - von einem Handwerksverband organisiert.

Wenn die Handwerksbetriebe ihre ersten Exporterfahrungen gemacht haben und dabei deutlich wurde, daß für ihr Angebot ein Nachfragepotential im Ausland vorhanden ist, integrieren sie die Auslandsmarktbearbeitung häufig in ihr absatzpolitisches Instrumentarium; sie wird dadurch Bestandteil der betrieblichen Planung. Einige Betriebe lassen es allerdings bei einem einmaligen Export bewenden oder warten ab, ob sich eine erneute Gelegenheit bietet, um international tätig zu werden.

Ausschlaggebend für das weitere Vorgehen ist vor allem das Engagement des Unternehmers, wobei dessen Persönlichkeit eine große Rolle spielt; denn er entscheidet gewöhnlich allein die strategische Ausrichtung seines Betriebes. Sein Entscheidungsspielraum erweitert sich durch Lerneffekte im Verlauf des Auslandsengagements, so daß mit fortschreitender Internationalisierung auch ein alternatives Auslandsengagement, wie z.B. eine grenzüberschreitende Kooperation, in die strategischen Überlegungen einbezogen wird.[19]

Bei denjenigen Unternehmern, die ein **Exportengagement aktiv** angehen, muß grundsätzlich zwischen offensiven und defensiven Motiven unterschieden werden. Unter den **offensiven Motiven** hat die Ausweitung des Umsatzes die größte Bedeutung. Dies kann vor allem durch die Schaffung neuer Märkte oder durch Produktdifferenzierung geschehen. In der Industrie wird häufig die Realisierung niedriger Stückkosten durch größere Produktionsmengen (Economies of Scale) als ein wich-

[18] Vgl. Müller, K. (1993), S. 23.

[19] Vgl. Ostendorf, Th. (1997), S. 196 f.

tiger Grund für ein Auslandsengagement angesehen. Dieses Motiv spielt im Handwerk nur eine untergeordnete Rolle, da Handwerksbetriebe i.d.R. nicht in der Serienproduktion tätig sind, sondern meist Sonderanfertigungen bzw. Einzelstücke herstellen und sie daher keine größeren Stückzahlen realisieren. Höchstens Lerneffekte infolge größerer Produktion könnten positive Effekte zeigen.

Unter die **defensiven Motive** fällt primär die Sicherung des Unternehmensbestandes. Hierunter können die Reduzierung des Absatzrisikos, die Anpassung an einen verschärften Wettbewerbsdruck im Inland oder die Nutzung freier betrieblicher Kapazitäten subsumiert werden.

3.3 Exportländer

Daten über die Richtung der deutschen Ausfuhr sind grundsätzlich der Außenhandelsstatistik zu entnehmen. In dieser Statistik wird jedoch nicht nach Handwerks- und Industrieprodukten unterschieden, so daß von dort keine Daten über die Richtung des handwerklichen Exportes zur Verfügung stehen. Informationen hierüber können jedoch aus verschiedenen Umfragen bei Handwerksbetrieben,[20] aus Interviews mit Handwerksbetrieben auf Messen[21] oder aus Expertengesprächen mit Exportberatern der Handwerksorganisationen gewonnen werden.

Grundsätzlich sind die exportierenden Handwerksbetriebe weltweit tätig;[22] ihr Auslandsengagement ist nicht auf die Nachbarländer begrenzt. Allerdings liegt in diesen Regionen ein gewisser Schwerpunkt. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, daß im Handwerk die Durchführung von Arbeiten über die Grenze einen nicht unbeträchtlichen Stellenwert besitzt (siehe hierzu Abschnitt 2.4).

Faßt man die verschiedenen handwerklichen Exportländer zu vier Ländergruppen zusammen, ergeben sich nach einer sehr groben Schätzung aufgrund der oben erwähnten Quellen folgende Anteile:

- EU-Staaten: 55 %
- Staaten Mittel- und Osteuropas: 10 %
- restliche europäische Staaten: 15 %
- Staaten in Übersee: 20 %.

Im folgenden wird auf diese vier Ländergruppen jeweils kurz eingegangen. Das Übergewicht der **EU-Staaten** beim handwerklichen Auslandsengagement ist wenig überraschend. Vielleicht hätte man sogar einen höheren Anteil erwarten können, da

[20] Vgl. hierzu Sauer, J. (1991), S. 96; Ostendorf, Th. (1997), S. 180 und Müller, K. (1989), S. 13-22.

[21] Vgl. Müller, K. (1983), S. 43.

[22] Etwa zwei Drittel der exportierenden Handwerksbetriebe sind in mehreren Ländern tätig; ein Drittel der Betriebe - diese kommen vor allem aus dem grenznahen Bereich - bearbeiten nur einen Auslandsmarkt, vgl. Ostendorf, Th. (1997), S. 177.

die grenznahe Auslandstätigkeit zu den anderen EU-Staaten allein etwa 22 % am gesamten handwerklichen Auslandsumsatz ausmacht (siehe hierzu Abschnitt 2.4). Aus dem Gewicht des grenznahen Raums lassen sich schon Schwerpunkte einer handwerklichen Auslandstätigkeit innerhalb der Europäischen Union ableiten. Der größte Teil des handwerklichen Auslandsengagements dürfte sich dementsprechend mit Frankreich, den Niederlanden, Österreich[23] und Luxemburg abspielen. Neben der gemeinsamen Grenze und den damit verbundenen relativ kurzen Transportentfernungen dürften teilweise auch sprachliche und kulturelle Gemeinsamkeiten zu diesen Ländern insgesamt oder zu Teilregionen positive Auswirkungen auf die Auslandstätigkeit haben.

Bezogen auf den Anteil des Imports von Handwerksgütern und -leistungen aus Deutschland am Gesamtimport eines Landes dürfte Luxemburg mit Abstand von allen Ländern an der Spitze liegen. Dies liegt daran, daß in Luxemburg derzeit eine sehr große Nachfrage nach handwerklichen Leistungen, insbesondere im Bausektor, besteht, die von den einheimischen Handwerksbetrieben nicht befriedigt werden kann. Außerdem ist zu berücksichtigen, daß der Facharbeiteranteil im luxemburgischen Handwerk geringer als im deutschen ist und deshalb bei schwierigen Arbeiten gern deutsche Handwerker beauftragt werden.

Im Auslandsumsatz mit den **Staaten Mittel- und Osteuropas** haben sich durch die Öffnung und Liberalisierung dieser Staaten in den letzten Jahren starke Strukturverschiebungen ergeben. Wichtige Märkte für die Handwerksbetriebe der damaligen DDR brachen nach der Wende weg und müssen mühsam wieder aufgebaut werden. Derzeit besteht jedoch eine nicht unerhebliche Auslandstätigkeit mit den Nachbarländern Polen und Tschechische Republik, wobei hier die passive Lohnveredelung infolge der erheblichen Lohnkostenunterschiede eine maßgebliche Bedeutung aufweist. Deutsche Handwerksbetriebe haben meist zuerst versucht, durch die Gründung eines Joint Ventures eine Produktion in diesen Ländern aufzubauen. Weil häufig Konflikte mit den Partnern vor Ort auftreten, besteht gegenwärtig eher die Tendenz, eine eigene Niederlassung in diesen Ländern zu gründen (vgl. Abschnitt 3.4). Ein reiner Warenexport oder die Durchführung von Arbeiten im Nachbarland sind nur in Ausnahmefällen bei hochwertigen Gütern oder sehr speziellen Tätigkeiten, die von einheimischen Handwerkern aus diesen Ländern nicht erbracht werden können.

In den weiter entfernt liegenden Ländern Mittel- und Osteuropas spielen Kammerpartnerschaften zwischen deutschen und dortigen Handwerkskammern eine erhebliche Rolle. Sie werden meist mit öffentlichen Mitteln gefördert. Ein wichtiges Ziel dieser Partnerschaften ist die Herstellung von Unternehmenskontakten, um eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit zu initiieren. Beispiele hierfür sind die Partnerschaften der Handwerkskammer Frankfurt/Oder mit einer Partnerkammer in

[23] In Österreich ist nach Aussagen von Experten ein erheblicher Anstieg der handwerklichen Ausfuhr nach dem EU-Beitritt 1995 zu beobachten.

Riga (Lettland), der Kammer Potsdam mit Kostroma in Rußland oder der Kammer Düsseldorf mit der Moskauer Handwerkskammer. Ob sich hieraus längerfristig eine nennenswerte Auslandstätigkeit ergibt, muß abgewartet werden.

Von den **restlichen europäischen Staaten** spielt als Absatzmarkt für deutsche handwerkliche Produkte und Leistungen die Schweiz die herausragende Rolle. Gründe hierfür sind die gemeinsame Grenze sowie sprachliche und kulturelle Ähnlichkeiten. Auch sind nach Ansicht der Handelskammer Deutschland-Schweiz die Schweizer deutschen Produkten gegenüber generell sehr aufgeschlossen.[24] Eine Betätigung deutscher Handwerker in der Schweiz wird jedoch meist durch die restriktiven schweizer Bestimmungen hinsichtlich der Beschäftigung ausländischer Arbeitskräfte verhindert. Als weitere europäische Staaten haben Norwegen und auch die südosteuropäischen Länder für die Auslandstätigkeit deutscher Handwerksbetriebe eine gewisse Relevanz.

Auf den ersten Blick überraschend hoch erscheint der Exportanteil mit **Staaten aus Übersee**. Etwa jede fünfte Mark im handwerklichen Auslandsgeschäft wird außerhalb Europas verdient. Bedenkt man jedoch, daß sich viele exportierende Handwerksbetriebe auf Nischenmärkte spezialisiert haben und daß sie dort weltweit häufig nur wenig Konkurrenz haben, wird dieser hohe Anteil eher verständlich. Beispiele für Handwerksbranchen, deren Unternehmung Weltgeltung besitzen, sind neben den Zulieferern vor allem die Orgelbauer, Musikinstrumentenmacher, Chirurgiemechaniker (Herstellung von medizin-technischen Geräten), Fahrzeug- und Karosseriebauer (z.B. Sicherheitsfahrzeuge) und Bootsbauer (vor allem Sportboote).

Den größten Markt in Übersee dürften die USA darstellen. Aber auch die reichen arabischen Staaten sind ein lohnendes Absatzgebiet, wie eine Messebeteiligung von bayrischen Handwerksbetrieben in Abu Dhabi gezeigt hat. Weitere wichtige Exportländer in Übersee sind Kanada, Mexiko, Australien, Israel und jüngst auch Staaten aus Fernost.

Geschäftskontakte mit **Entwicklungsländern** dürften dagegen insgesamt relativ gering ausfallen. Dies gilt, obwohl viele Handwerkskammern Partnerschaften mit Verbänden aus der Dritten Welt haben und für ein Auslandsengagement in diesen Ländern auch besondere Fördermöglichkeiten bestehen. Der Grund für diese mangelnden Geschäftsbeziehungen dürfte insbesondere darin liegen, daß - wie oben bereits erwähnt - Handwerker vor allem Nischenprodukte mit einem relativ hohen Preisniveau exportieren, wofür in den Ländern der Dritten Welt kaum Nachfrage vorhanden ist.

---

[24] Vgl. Handelskammer Deutschland-Schweiz (1997).

3.4 Formen der Marktbearbeitung im Ausland

Die Art und Weise, in welcher die ausländischen Märkte bearbeitet werden, ist primär davon abhängig, welchen Management- und Kapitaleinsatz das Handwerksunternehmen beim Auslandsengagement leisten will. Die einfachste Form ist der reine Warenexport. Hier sind die Anforderungen an den Betrieb am geringsten. Bei einer anderen Form der Auslandstätigkeit, wie z.B. bei einer grenzüberschreitenden Kooperation oder einer ausländischen Direktinvestition, muß der Handwerksbetrieb dagegen einen sehr viel stärkeren Input leisten. Dies dürfte ein wichtiger Grund dafür sein, daß diese Formen einer ausländischen Marktbearbeitung im Handwerk kaum von Relevanz sind.

Insgesamt lassen sich folgende Formen einer Marktbearbeitung im Ausland unterscheiden, wobei die angegebenen Größenordnungen auf Schätzungen des Autors beruhen:

- Reiner Warenexport (ca. 85 - 90 % der handwerklichen Auslandstätigkeit),
- Durchführung von Arbeiten im Ausland (10 - 15 % der handwerklichen Auslandstätigkeit),
- sonstige Formen eines Auslandsengagements (2 - 5 % der handwerklichen Auslandstätigkeit).

Beim **reinen Warenexport** sind der direkte und indirekte Export zu unterscheiden. Wie bereits in der Einführung erwähnt, sind Daten über den indirekten Warenexport, der im Handwerk ein fast ähnlich großes Gewicht wie der direkte Export haben dürfte, leider nicht ermittelbar. Da der reine Warenexport mit Abstand die größte Bedeutung innerhalb der verschiedenen Formen einer Auslandsmarktbearbeitung im Handwerk einnimmt, ist auf diese Form einer Auslandstätigkeit in den vorangegangenen Abschnitten häufiger implizit eingegangen worden. Deshalb wird an dieser Stelle auf eine Wiederholung verzichtet.

Das zweitgrößte Gewicht der verschiedenen Formen einer handwerklichen Auslandstätigkeit stellt die **Durchführung von Arbeiten im Ausland** dar. Dies geschieht in der Regel über einen sogenannten Werkvertrag, in dem sich der Handwerker verpflichtet, eine genau definierte Leistung in einer festgelegten Zeit zu einem zuvor vereinbarten Preis zu erbringen. Relevant ist die Durchführung von Arbeiten im Ausland fast ausschließlich im grenznahen Bereich und hier insbesondere für das Bau- und Ausbaugewerbe. Eine Betätigung jenseits der Landesgrenze ist allerdings schwieriger als der reine Warenexport, da hier teilweise noch vielfältige Marktzugangsbestimmungen beachtet werden müssen.[25] Einschränkend wirken bspw. die im allgemeinen notwendige Gewerbegenehmigung, die Anmeldung der im Ausland eingesetzten Arbeitskräfte oder die Bestellung eines Fiskalvertreters.

---

[25] Dies gilt auch (immer noch) für Arbeiten im EU-Ausland.

Unter den sonstigen Internationalisierungsformen sind vor allem die grenzüberschreitenden Kooperationen und die ausländischen Direktinvestitionen hervorzuheben. Unter einer **grenzüberschreitenden Kooperation** wird eine längerfristig angelegte Zusammenarbeit zwischen zwei oder mehreren Unternehmen aus verschiedenen Ländern verstanden, die über eine rein marktmäßige Geschäftsbeziehung hinausgeht. Im deutschen Handwerk sind transnationale Kooperationen bislang relativ selten anzutreffen. Beispiele hierfür finden sich teilweise im Saar-Lor-Lux-Raum sowie in Südwestdeutschland, wobei die ausländischen Partner häufig, aber längst nicht in jedem Fall, aus dem angrenzenden Nachbarland kommen.[26]

Vor allem zwei Gründe sind für die Zurückhaltung der deutschen Handwerksbetriebe bei grenzüberschreitenden Kooperationen zu nennen. Zum einen kommt nur ein sehr geringer Teil der Handwerksunternehmen hierfür in Frage, da ein Angebot von Spezialitäten mit hohem technischen Know how eine unbedingte Voraussetzung darstellt. Zum anderen ist die Mentalität der Handwerker zu berücksichtigen, die sich häufig vor allem deshalb selbständig gemacht haben, um allein entscheiden zu können und eine Kooperation daher ablehnen, weil sie dann ihre Entscheidungsfreiheit wieder einschränken müßten.

Beispiele für grenzüberschreitende Kooperationen mit deutschen Handwerksbetrieben wurden vom Seminar für Handwerkswesen vor wenigen Jahren ausführlich untersucht.[27] Dabei wurde festgestellt, daß es sich bei diesen Fällen vor allem um Produktions- und Vertriebskooperationen handelt. Bei den Produktionskooperationen dominiert die Zielsetzung, durch gegenseitige Spezialisierung auf komplementäre Produkte das Angebot zu erweitern. Bei den Vertriebskooperationen sollen vor allem die Marktkenntnisse, aber auch die Geschäftskontakte und Vertriebswege des Partners genutzt werden, um einen leichteren Einstieg in den ausländischen Markt zu finden.

Im Vergleich zu grenzüberschreitenden Kooperationen in der mittelständischen Industrie unterscheiden sich diese Kooperationen im Handwerk insbesondere in folgenden Punkten:

- "Grenzüberschreitende Kooperationen im Handwerk beruhen im Gegensatz zur Industrie überwiegend aus formlosen Vereinbarungen. Kooperationsverträge werden nur selten abgeschlossen.
- Im Handwerk muß zunächst ein gutes persönliches Verhältnis zwischen den potentiellen Partnern entwickelt sein, bevor überhaupt eine Kooperation eingegangen wird. Daher können Kooperationen auch kaum an einer fehlenden Vertrauensbasis, wie häufig in der Industrie, scheitern.

---

26 Vgl. König, W. u.a. (1994), S. 29

27 Vgl. König, W. u.a. (1994).

- Beim Zustandekommen der Kooperationen spielen Handwerksorganisationen eine entscheidende Rolle. Bisherige Geschäftskontakte werden kaum zur Kooperationsanbahnung genutzt.
- Im Handwerk finden sich relativ häufig grenzüberschreitende Kooperationen im Bereich der Produktion im Gegensatz zur Industrie, wo die Zusammenarbeit im Vertrieb bei weitem überwiegt."[28]

Eine Sonderform der grenzüberschreitenden Kooperation stellt der **Technologietransfer** dar. Hierunter wird die entgeltliche Übertragung von wirtschaftlich nutzbarem Wissen technischer und organisatorischer Art verstanden.[29] Grundsätzlich eignet sich jede Form vom Wissen zum Technologietransfer, also sowohl Produkt-, als auch Wissen im Bereich des Produktionsprozesses und Management-Know how. Die Bedeutung des Technologietransfers für das handwerkliche Auslandsengagement hängt in der Regel vom Umfang der Ausfuhrtätigkeit ab, da der Technologietransfer meist nicht als eigenständige Internationalisierungsform genutzt wird, sondern dazu dient, bestehende Exportaktivitäten zu stärken und zu schützen.[30]

Eine weitere Form der grenzüberschreitenden Kooperation ist die **passive Lohnveredelung**. Hierunter ist die Vergabe von (insbesondere lohnintensiven) Arbeiten an ausländische Fremdunternehmen aufgrund der dortigen niedrigeren Löhne und Produktionskosten zu verstehen. Fälle von passiver Lohnveredelung mit handwerklicher Beteiligung finden sich vor allem mit Unternehmen aus den angrenzenden Staaten Mittel- und Osteuropas, in sehr wenigen Fällen auch mit Betrieben aus Fernost oder Lateinamerika. Allerdings mußten deutsche Handwerksunternehmen teilweise die Erfahrung machen, daß die Kostenvorteile durch eine geringere Produktivität, eine eingeschränkte Zuverlässigkeit, eine qualitativ schlechtere Ausführung der Arbeiten und Überschreiten von Fristen reduziert, teilweise sogar überkompensiert wurden. Deshalb haben sich einige Handwerksunternehmen aus dieser Kooperation mit Partnern aus Mittel- und Osteuropa wieder zurückgezogen.

Findet eine grenzüberschreitende Kooperation mit Kapitalbeteiligung des deutschen Partners statt, spricht man auch von einem **Joint Venture**, wobei diese Form eine Zwischenstufe zu einer ausländischen Direktinvestition darstellt. Im deutschen Handwerk sind vereinzelte Fälle von Joint Ventures anzutreffen, wiederum meist mit Partnern aus den Staaten Mittel- und Osteuropas. Durch die Kapitalbeteiligung steigt die Intensität der Zusammenarbeit und die Bindung an den Partner. Jedoch ist mit dieser Form der Zusammenarbeit wegen des eingesetzten Kapitals ein größeres Risiko verbunden.[31]

---

28 König, W. u.a. (1994), S. 102 f.

29 Vgl. Ostendorf, Th. (1997), S. 49.

30 Vgl. König, W. (1987). S. 6

31 Vgl. HWK Trier, (1995), Kurs III, S. 1 - 17.

Die Vorteile für den Partner bei Joint Ventures liegen in der finanziellen Entlastung durch die Kapitalbeteiligung des lokalen Partners, in der Risikoreduzierung durch den einfacheren Zugang zum Markt und in der Abwicklung der rechtlichen und steuerlichen Voraussetzungen durch den einheimischen Partner, den besseren Beziehungen zu den lokalen Behörden (leichterer Zugang zu öffentlichen Ausschreibungen) sowie eine stärkeren Berücksichtigung der kulturellen und sozialen Gegebenheiten des Gastlandes.

Problemfelder liegen vor allem in den unterschiedlichen Mentalitäten und der möglicherweise abweichenden Auffassung insbesondere über Preispolitik, Qualitätskontrolle und Termintreue. Eine äußerst wichtige Bedeutung hat auch die Qualität des eingestellten Personals. Vor allem ein geeigneter Geschäftsführer ist häufig nur sehr schwer zu finden.

Neben dem Joint Venture gibt es noch andere Formen von **ausländischen Direktinvestitionen**. Dies sind:

- Gründung einer Auslandsniederlassung oder Filiale. Darunter ist die unselbständige Betriebsstätte eines grenzüberschreitend tätigen Unternehmens zu verstehen.
- Gründung einer ausländischen Tochtergesellschaft. In diesem Fall besitzt das ausländische Unternehmen im Unterschied zur Auslandsniederlassung eine eigene Rechtspersönlichkeit.

Eine Filiale oder Tochtergesellschaft wird häufig dann gegründet, wenn sich ein Joint Venture nicht bewährt hat, weil es mit dem ausländischen Partner Probleme gab. Teilweise sind Joint Ventures mit Partnern aus Mittel- und Osteuropa daher in eine Tochtergesellschaft umgewandelt worden.

Im westeuropäischen Bereich sind nur ganz vereinzelte Fälle von ausländischen Direktinvestitionen zu identifizieren. Hierbei handelt es sich vor allem um Bäcker, die eine zusätzliche Verkaufs- oder auch Produktionsstelle im benachbarten Ausland errichtet haben, um die dort bestehende Nachfrage nach deutschen Brot- und Backwaren befriedigen zu können.

Der Grund für die geringe Bedeutung von ausländischen Direktinvestitionen liegt primär daran, daß der Koordinationsaufwand für den (kleinen) Handwerksbetrieb sehr groß ist.[32] Vorteile sind dagegen die Markt- und Kundennähe und die geringeren Transportkosten, wodurch eine intensivere Marktbearbeitung möglich wird. Auch können oft notwendige Montage-, Wartungs- und Reparaturleistungen besser angeboten werden.

---

[32] Vgl. HWK Trier (1995), Kurs III, S. 2 - 7.

4. Außenwirtschaftspotential im deutschen Handwerk

4.1 Versuch einer Quantifizierung

Die Frage, ob es ein Außenwirtschaftspotential im deutschen Handwerk gibt und wie groß dieses ausfällt, läßt sich nur sehr schwer beantworten. Sicher ist, daß nicht jeder Handwerksbetrieb für Auslandsgeschäfte in Frage kommt. Die meisten Handwerker sind auf einen engen regionalen Markt ausgerichtet und haben kaum Möglichkeiten, ihre Güter und Dienstleistungen über die Grenze zu exportieren. Zwischen den gut 3 % Handwerksbetrieben, die bereits im Ausland tätig sind, und den rein regional tätigen Einheiten, läßt sich jedoch eine Gruppe von Handwerksbetrieben identifizieren, die potentiell für ein Auslandsengagement in Frage kommen.

Zur Abschätzung der Größenordnung dieses Potentials bestehen grundsätzlich zwei Möglichkeiten:

- Ermittlung der Exportbereitschaft durch eine Befragung der Inhaber
- Ermittlung der Exportfähigkeit durch eine Analyse der Entfernungen des handwerklichen Absatzes.

Im folgenden wird auf beide Möglichkeiten eingegangen.

Ende der 80er Jahre, als das Thema Europäischer Binnenmarkt breit diskutiert wurde, gab es von verschiedenen Stellen Erhebungen bei Handwerksbetrieben, in denen diese nach einer möglichen Exporttätigkeit gefragt wurden,[33] um auf diese Weise die **Exportbereitschaft** zu ermitteln. Die Ergebnisse wichen nicht stark voneinander ab. Als Beispiel sollen die Daten einer breit angelegten Erhebung des Seminars für Handwerkswesen bei über 3 000 Handwerksbetrieben in Niedersachsen erwähnt werden. Danach äußerten (von den bislang nicht im Ausland tätigen Handwerkern) 8,3 % (jeder 12. Betrieb), daß ein Exportinteresse bestehe; weitere 6 % antworteten mit "vielleicht".[34] Dieses Ergebnis läßt auf ein nicht unerhebliches Exportpotential schließen.

Es muß jedoch berücksichtigt werden, daß aus einer Exportbereitschaft nicht unbedingt auf eine Exportfähigkeit geschlossen werden kann. Daher wird im folgenden versucht anhand objektiver Kriterien das Auslandspotential im deutschen Handwerk über eine Analyse der Absatzentfernungen näher zu konkretisieren (Ermittlung der **Exportfähigkeit**).

Hierfür wird eine Drei-Stufen-Pyramide entwickelt (vgl. Tafel 4.1). Auf der unteren Stufe der Pyramide befinden sich diejenigen Handwerksbetriebe, die nur einen wohnortnahen Markt bedienen. Betriebe, die auch auf einem überregionalen Markt tätig bzw. in den interregionalen Austausch eingebunden sind, zählen zur Stufe 2.

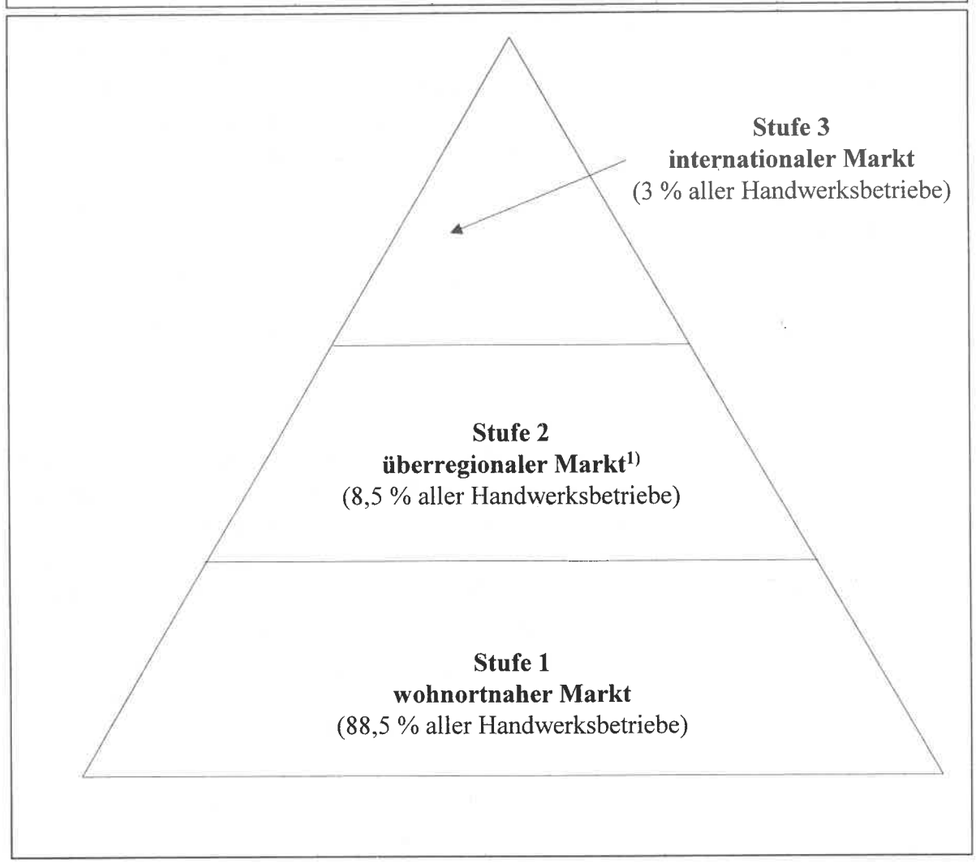
---

[33] Vgl. bspw. Handwerkskammer Düsseldorf (1986) und König, W. und Müller, K. (1990), S. 27 ff.

[34] Vgl. Sauer, J. (1991), S. 235.

Die Spitze der Pyramide (Stufe 3) ist für die im Ausland tätigen Handwerksbetriebe vorgesehen.

Tafel 4.1: **Drei-Stufen-Pyramide zur Internationalisierung im Handwerk**



SfH Göttingen

1) Absatzentfernung > 100 km

Die Ermittlung eines handwerklichen Außenwirtschaftspotentials soll nun anhand folgender Fragen erfolgen:

1. Wieviele Handwerksbetriebe sind den einzelnen Stufen zuzurechnen bzw. wieviele sind überregional oder international tätig?
2. Welches sind die Voraussetzungen dafür, daß ein Handwerksbetrieb die Stufe wechselt, d.h. sein Angebot über größere Entfernungen bzw. ins Ausland absetzt?
3. Wieviele Handwerksbetriebe erfüllen grundsätzlich diese Voraussetzungen?

Von einem Außenwirtschaftspotential im Handwerk kann dann gesprochen werden, wenn mehr Betriebe die Voraussetzungen für ein internationales Engagement erfüllen, als tatsächlich im Ausland tätig sind.

Um die einzelnen **Stufen** zu **quantifizieren**, müssen die Absatzentfernungen der Handwerksbetriebe ermittelt werden. Leider war in der Handwerkszählung 1995 eine solche Frage nicht enthalten, daher sollen an dieser Stelle die Ergebnisse der oben erwähnten, breit angelegten Untersuchung im niedersächsischen Handwerk herangezogen werden.

In dieser Untersuchung wurde gefragt, wieviel Prozent der Handwerksbetriebe jeweils in einzelnen Stufen oder Entfernungszonen Geschäftsbeziehungen unterhalten. Dabei wurde der wohnortnahe Bereich noch in einen lokalen (bis 30 km) und einen regionalen Bereich (30 - 100 km) unterteilt. Da die meisten Handwerksbetriebe ihre Produkte und Leistungen in mehreren Entfernungszonen absetzen, muß die Addition der einzelnen Prozentsätze einen Wert ergeben, der Hundert übersteigt. Nach Tafel 4.2 tätigt fast jeder Handwerksbetrieb Umsätze im Lokalbereich (97,1 %). Gut die Hälfte aller Betriebe hat darüber hinaus oder stattdessen Geschäftsbeziehungen im Regionalbereich (30 - 100 km). Etwa jeder sechste Handwerker liefert über größere Entfernungen. In dieser Untersuchung waren 3,8 % der Handwerker im Ausland tätig.[35]

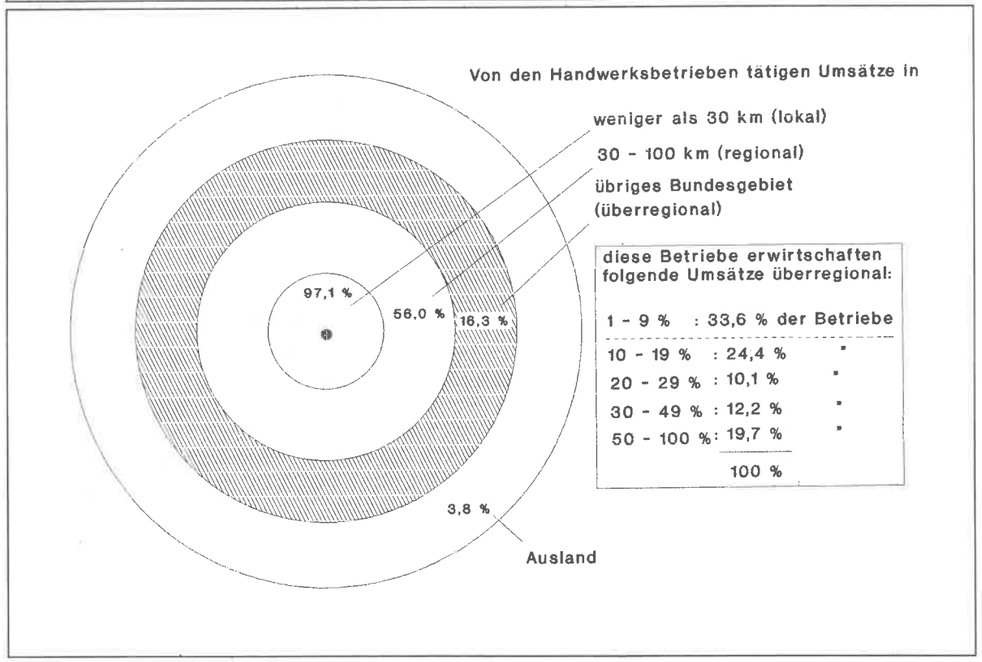
Im folgenden soll der überregionale Bereich näher betrachtet werden. Denn Geschäftsbeziehungen über 100 km bedeuten, daß eine Standortbindung des Absatzes weitgehend ausgeschlossen werden kann. Von den 16,3 % der Betriebe, die überregional tätig sind, erwirtschaftet etwa ein Drittel nur einen kleinen Umsatzanteil (1 - 9 %) jenseits von 100 km. Die übrigen Güter und Leistungen werden von diesen Betrieben entweder im Lokal- oder Regionalbereich bzw. im Ausland abgesetzt. Etwa jedes vierte überregionale Unternehmen tätigt 10 - 19 % des Umsatzes im überregionalen Bereich. Bei etwa jedem fünften Betrieb stellt der überregionale Absatz die absolut dominierende Umsatzquelle dar.

In einem weiteren Schritt soll die Annahme getroffen werden, daß diejenigen Betriebe als überregional bezeichnet werden können, die einen "erheblichen Umsatzanteil" in diesem Bereich erwirtschaften. Wenn nun wenige Prozentanteile des Umsatzes jenseits des wohnortnahen Marktes abgesetzt werden, hat dies in der Regel einen sporadischen oder zufälligen Charakter, so daß eine Eingruppierung in Stufe 2 der Pyramide (überregionaler Markt) nicht gerechtfertigt erscheint. Welcher Schwellenwert sinnvoll ist, um einen "erheblichen Umsatzanteil" zu definieren, läßt sich nicht exakt festlegen. Ein Anteil von 10 % dürfte jedoch realistisch sein.

---

35 Dieser Anteil lag dort etwas über dem in der Handwerkszählung ermittelten Wert von 3,1 %.

Tafel 4.2: **Absatzentfernungen im deutschen Handwerk**



Quelle: König, W. u. Müller, K. (1990), S. 55 *SfH Göttingen*

Demnach müßten von den 16,3 % der Betriebe ein Drittel abgezogen werden.[36] Rechnet man das Ergebnis von 11 % bundesweit auf die lt. letzter Handwerkszählung existierenden 580 000 selbständigen Vollhandwerksbetriebe hoch, erhält man eine Zahl von 64 000 Betrieben. Diese Zahl muß noch um diejenigen Betriebe reduziert werden, die bereits exportieren. Somit ergibt sich für die überregional tätigen Handwerksbetriebe eine Größenordnung von etwa 50 000.[37] Dies sind etwa 8,5 % der Handwerksbetriebe.

Da die Zahl der international tätigen Betriebe aufgrund der Daten der Handwerkszählung direkt ermittelt werden kann (vgl. Abschnitt 2.1), ergeben sich für die drei Stufen folgende Größenordnungen (vgl. Tafel 3.1):

- Stufe 1 wohnortnahes Handwerk: ca. 88,5 %
- Stufe 2 überregionales Handwerk: ca. 8,5 %

[36] Wie oben bereits erwähnt, sind dies jene Betriebe, deren überregionaler Umsatzanteil weniger als 10 % beträgt.

[37] Hierbei wurden nur 14 000 und nicht alle knapp 18 000 gegenwärtig exportierenden Betriebe abgezogen, da es auch im Ausland tätige Betriebe gibt - vor allem im grenznahen Raum -, die nicht im überregionalen (nationalen) Bereich tätig sind. Hierzu dürften etwa 4 000 Betriebe zählen.

- Stufe 3 international tätiges Handwerk: ca. 3 %

Welches sind nun die **Voraussetzungen** dafür, daß ein Handwerksbetrieb in eine höhere Stufe wechselt, d.h. seinen **Absatzradius ausdehnt**?

Um diese Frage zu beantworten, sollen folgende Überlegungen angestellt werden. Grundsätzlich existiert ein weitgehend flächendeckendes Angebot an handwerklichen Produkten und Leistungen. Eine notwendige Bedingung für einen Absatz über größere Entfernungen oder gar ins Ausland liegt darin, daß die Betriebe sich mit ihren Produkten und Leistungen deutlich gegenüber denjenigen der Konkurrenz abheben. Anders ausgedrückt: Sie bieten Produkte und Leistungen an, die nicht überall in ähnlicher Form oder Qualität erhältlich sind. Oft handelt es sich hierbei um Spezialisierungen oder Nischenprodukte[38] [39]. Beispiele hierfür sind:

- Ein Maschinenbaumechaniker erstellt hochwertige Zulieferprodukte.
- Ein Fleischer produziert eine regionale Spezialität. Hier ist Voraussetzung, daß die Wurst haltbar ist.
- Ein Tischler hat sich auf ein seltenes Restaurierungsverfahren spezialisiert.

Eine zweite Voraussetzung ist betrieblicher Art. Hierunter fällt die Kapazität des Handwerksbetriebes. Wenn die Nachfrage auf dem lokalen Markt für das eigene Produkt ausreichend ist, scheuen Handwerksunternehmer aus verschiedenen Gründen häufig, die Kapazitäten zu erweitern, um auch die Nachfrage von entfernter wohnenden Kunden befriedigen zu können. Ob eine Erweiterung der Kapazitäten vorgenommen wird, ist vor allem von der Mentalität bzw. der Persönlichkeit des Handwerksunternehmers abhängig.

Diese beiden Voraussetzungen sind zwar notwendig, jedoch nicht hinreichend. Berücksichtigt werden muß auch, ob die Produkte und Dienstleistungen überhaupt für einen überregionalen Austausch geeignet sind. Insbesondere bei handwerklichen Leistungen ist dies häufig nicht oder nur in Ausnahmefällen der Fall. Bspw. gibt es nur sehr wenige Kunden, die größere Entfernungen überwinden, um sich von einem Friseur die Haare schneiden zu lassen. Häufig ist auch aus Gründen der Lagerfähigkeit (bei Produkten des Nahrungsmittelhandwerks) oder der Transportfähigkeit ein überregionaler Austausch eingeschränkt.

Für den Übergang von einem überregionalen zu einem internationalen Markt, also von Stufe 2 zu Stufe 3, gelten grundsätzlich die gleichen Voraussetzungen, wie beim Übergang vom wohnortnahen auf den überregionalen Markt. Denn es stellt sich die Frage, warum ein bspw. in Hannover ansässiger Handwerksbetrieb, der seine Produkte oder Dienstleistungen nach Frankfurt oder München liefert, diese

[38] Vgl. Handwerkskammer Trier (1993), S. 16.

[39] Theoretisch ist es auch möglich, daß ein Absatz über größere Entfernungen deshalb erfolgt, weil der Preis günstiger als bei der Konkurrenz ist. Dies kommt im Handwerk jedoch nur selten vor.

nicht auch nach Brüssel oder Amsterdam absetzen kann. Es muß jedoch noch die zusätzliche Voraussetzung erfüllt werden, daß im Ausland eine ähnliche Nachfragestruktur bestehen muß. Bedenkt man, daß sich in allen Ländern der EU eine Tendenz zur Individualisierung abzeichnet, wobei sich die Interessen, Wünsche und Lebensstilvorstellungen der EG-Bürger annähern, ist dies sogar wahrscheinlich. Bspw. zeigt sich im benachbarten Ausland, wie auch in Deutschland, die Tendenz, daß kleinere Bevölkerungsschichten Wert auf ökologisches Bauen legen.[40]

In einem dritten Schritt muß überlegt werden, wieviele Handwerksbetriebe diese **Vorraussetzungen potentiell erfüllen** können. Für den Übergang vom wohnortnahen zum überregionalen Markt ist eine Möglichkeit zur Quantifizierung nicht gegeben. Dagegen kann aufgrund obiger Überlegungen angenommen werden, daß grundsätzlich alle Betriebe, die schon im wesentlichen Ausmaß überregional tätig sind, auch international erfolgreich sein können. Zusätzlich gibt es sicher auch noch Betriebe, die derzeit nur den wohnortnahen Markt beliefern, jedoch wegen der Qualität ihres Angebots auch für Auslandsmärkte in Betracht kommen (Wechsel von Stufe 1 zu Stufe 3). Die Zahl dieser Betriebe ist nicht ermittelbar, jedoch wahrscheinlich zu vernachlässigen. Daher kann von einem Außenwirtschaftspotential in einer Größenordnung von etwa 8,5 % aller Handwerksbetriebe, das sind in absoluten Zahlen 50 000 Betriebe, ausgegangen werden.

Nicht berücksichtigt worden ist bislang das grenznahe Handwerk. Dieser Bereich ist, wie bereits in Abschnitt 2.4 erwähnt, dadurch gekennzeichnet, daß ihr wohnortnahes Umfeld von einer Grenze durchschnitten wird. Auch hier lassen sich sicher noch Handwerksbetriebe identifizieren, die für eine Auslandstätigkeit in Frage kommen.

Wie groß die Zahl dieser Betriebe ist, läßt sich nicht ermitteln. Die Zahl von 50 000 exportfähigen Handwerksbetrieben dürfte sich auf jeden Fall noch etwas erhöhen. Vergleicht man nun diesen Wert mit der zu Anfang dieses Abschnitts erwähnten Exportbereitschaft der Betriebe, stellt sich eine erstaunliche Übereinstimmung heraus. Bei beiden Verfahren, das Exportpotential im Handwerk abzuschätzen, bekommt man also ein ähnliches Ergebnis.

Geht man von 50 000 exportfähigen Betrieben aus und nimmt an, daß jeder dieser Betriebe 800 000 DM[41] jährlich im Ausland umsetzt, erhält man ein potentielles Exportvolumen von 40 Mrd. DM pro Jahr. Selbst wenn der Auslandsumsatz pro Jahr nur halb so groß wäre, käme man immer noch auf 20 Mrd. DM. Diese Größenordnungen sind auch volkswirtschaftlich nicht ohne Bedeutung.

---

[40] Da hier eine Nachfrage zuerst in Deutschland vorhanden war und sich wenige deutsche Handwerksbetriebe darauf eingestellt haben, haben diese Betriebe auch im Ausland komparative Vorteile gegenüber ihren dortigen Kollegen erlangt.

[41] Dies ist der durchschnittliche Auslandsumsatz pro Jahr der heute bereits exportierenden Betriebe. Siehe Abschnitt 2.1.

4.2 Hemmnisse eines Auslandsengagements

Wenn im vorherigen Abschnitt festgestellt werden konnte, daß im deutschen Handwerk ein beachtliches außenwirtschaftliches Potential vorhanden ist, stellt sich die Frage, warum dieses bislang nicht aktiviert werden konnte. Gefragt wird also nach den Hemmnissen eines Auslandesengagements.

Aus empirischen Erhebungen bei potentiellen Exporteuren wird deutlich, daß insbesondere zwei Hemmnisse im Vordergrund stehen (vgl. Tafel 4.3): Kontaktanbahnung mit ausländischen Abnehmern und fehlende Informationen über ausländische Märkte. Diese Hemmnisse deuten darauf hin, daß der Handwerker nicht weiß, ob seine Produkte und Leistungen im Ausland überhaupt auf Interesse stoßen bzw. wer seine potentiellen Abnehmer sind. Diese Fragen werden im allgemeinen durch eine Marktforschungsuntersuchung beantwortet. Eine derartige Untersuchung kommt für den Handwerker jedoch aus Kostengründen in der Regel nicht in Frage.[42] Neben diesen beiden Hemmnissen spielen vor allem Finanzierungsprobleme (Risikoabsicherung, Finanzierung des Exportgeschäfts) eine erhebliche Rolle.

Interessant ist, daß die Kriterien "Sprachschwierigkeiten", "geographische Entfernung zum Abnehmer" und "Handelsbeschränkungen" (z.B. Erteilung einer Gewerbegenehmigung bei Arbeiten über die Grenze) nur als relativ geringes Hemmnis eingestuft werden. Bei Befragung von Unternehmern, die schon länger im Export tätig sind, erhalten diese Probleme dagegen ein größeres Gewicht. Die Ursache hierfür dürfte darin liegen, daß diese Schwierigkeiten erst bei der konkreten Exportvorbereitung bzw. -durchführung auftreten, während z.B. das Problem der Kundensuche schon bei ersten Überlegungen über ein mögliches Auslandsengagement deutlich wird.[43]

Wechselkursschwierigkeiten als Exporthindernis wurden erst an zehnter Stelle von allen vorgegebenen Antwortkategorien genannt. Die Bedeutung im Handwerk scheint also relativ gering zu sein. Dies ist insofern interessant, da nicht wenige Fachleute von der Vollendung der Europäischen Währungsunion und dem damit verbundenen Wegfall von Wechselkursschwankungen innerhalb des EURO-Raums eine Zunahme der handwerklichen Exporte erwarten. Der Grund für die geringe Bedeutung von Wechselkursschwankungen dürfte vor allem darin liegen, daß die meisten Handwerker bei Exportgeschäften eine DM-Fakturierung aushandeln können.[44] Dies ist ihnen deshalb möglich, da es sich bei ihren Exportgütern häufig um spezialisierte Nischenprodukte handelt (vgl. hierzu Abschnitt 2.5) und sie deshalb eine relativ starke Position bei den Geschäftsverhandlungen aufweisen.

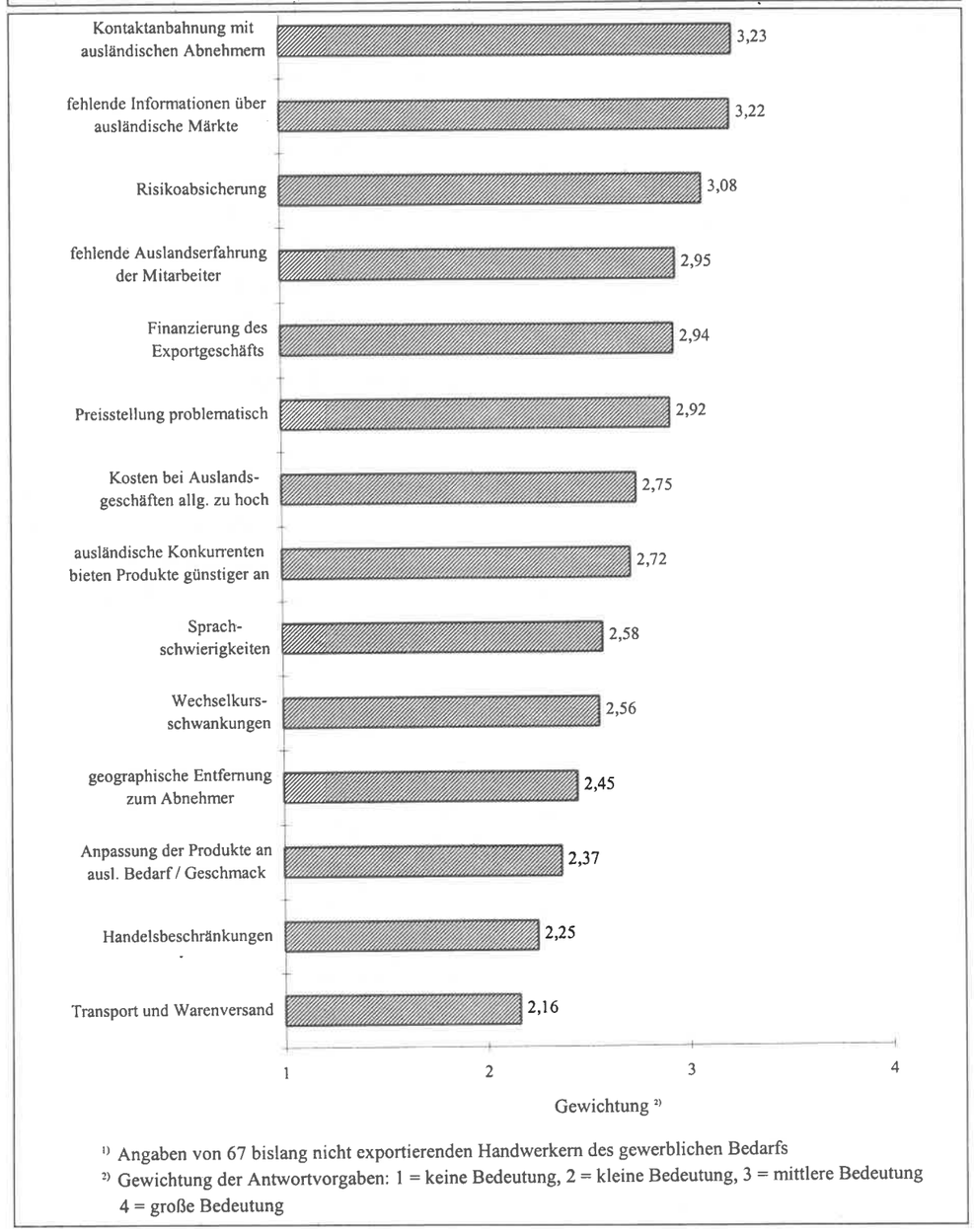
---

[42] Anfang der 90er Jahre wurden mehrere Studien über handwerksrelevante Auslandsmärkte erstellt, um dem Handwerk auf diese Weise zumindest teilweise eine eigene Marktforschung zu ersparen. Eine Übersicht über die verschiedenen Marktstudien findet sich in König, W. und Kucera, G. (1993).

[43] Vgl. Sauer, J. (1991), S. 228.

[44] Vgl. Müller, K. (1997), S. 12.

Tafel 4.3: **Hemmnisse einer Auslandstätigkeit von potentiellen Exporteuren[1)]**



1) Angaben von 67 bislang nicht exportierenden Handwerkern des gewerblichen Bedarfs
2) Gewichtung der Antwortvorgaben: 1 = keine Bedeutung, 2 = kleine Bedeutung, 3 = mittlere Bedeutung 4 = große Bedeutung

SfH Göttingen

Quelle: Sauer, J. (1991), S. 227

5. Zusammenfassung

Einführung

Das Handwerk ist zwar primär binnenwirtschaftlich ausgerichtet, internationale Wirtschaftsbeziehungen bekommen für diesen Wirtschaftsbereich jedoch ein immer größeres Gewicht. Bislang waren genaue Informationen über den Umfang dieses Auslandsengagements nicht verfügbar. Durch eine geeignete Aufbereitung der Handwerkszählungsergebnisse von 1995 konnte zum ersten Mal ein genaues Bild darüber gewonnen werden, wieviele Handwerksbetriebe im Ausland tätig sind und wie sich diese auf die einzelnen Betriebsgrößen, Regionen und Branchen verteilen. Der indirekte Export, der gerade im Handwerk nicht unbeträchtlich ist, konnte jedoch nicht berücksichtigt werden, da eine geeignete Datengrundlage hierfür nicht vorhanden ist.

Handwerkszählung 1995 liefert zum ersten Mal Exportdaten für das Handwerk

Auslandsumsätze des Handwerks in Zahlen

Das deutsche Handwerk hat im Jahr 1994 etwa 1,8 % seines Umsatzes im Ausland getätigt. Dies waren über 14 Mrd. DM. Damit trägt das Handwerk mit 2,1 % zur gesamten Ausfuhr der deutschen Volkswirtschaft bei. Insgesamt waren 17 605 Handwerksunternehmen im Ausland tätig (3,1 % des handwerklichen Betriebsbestandes). Diese Unternehmen setzten im Schnitt über 800 000 DM pro Jahr im Ausland ab.

Auslandsumsatz: 1,8 %
über 17 000 Handwerker im Ausland tätig

Bezüglich der unterschiedlichen Betriebsgrößen konzentriert sich der Auslandsumsatz überwiegend auf handwerkliche Großbetriebe. So wird 85 % des Auslandsumsatzes von Betrieben mit mehr als 20 Beschäftigten getätigt. Jedoch haben fast 50 % der exportierenden Betriebe weniger als 10 Mitarbeiter. Bei diesen Unternehmen ist der Auslandsumsatz je Betrieb aber wesentlich kleiner.

Auslandsumsätze tätigen vor allem größere Handwerksbetriebe

Über 95 % des handwerklichen Auslandsumsatzes werden von Handwerksbetrieben aus den alten Bundesländern erzielt. Hier liegt der Auslandsumsatzanteil mit insgesamt 2,1 % wesentlich höher als im Osten Deutschlands (0,5 %). Bezogen auf die einzelnen Bundesländer ist das handwerkliche Auslandsengagement in Baden-Württemberg sowie den beiden Stadtstaaten Hamburg und Bremen am größten.

95 % des handwerklichen Auslandsumsatzes wird in den alten Bundesländern erzielt

Etwa 22 % des handwerklichen Auslandsumsatzes wird von Betrieben aus grenznahen Regionen getätigt. Der Exportanteil liegt hier mit 2,9 % beträchtlich über dem des Binnenlandes mit 1,6 %. Dabei zeigen sich jedoch nicht in allen grenznahen Regionen höhere Auslandsumsätze als im Binnenland. Schwerpunkte liegen im Saar-Lor-Lux-Raum, im südwestdeutschen Grenzgebiet und in einigen Grenzkreisen zu den Niederlanden. Dies sind Regionen, in denen Sprache, Kultur und Mentalität nur relativ geringe Unterschiede zum Nachbarland aufweisen.

Im grenznahen Raum Auslandsumsätze größer

Betrachtet man das Handwerk nach sektoralen Gesichtspunkten, konzentrieren sich Auslandsgeschäfte zu über 60 % bei den Produzierenden Handwerken für den gewerblichen Bedarf. In diesem Bereich wird der Export vor allem im Maschinenbau (Sonder- und Werkzeugmaschinen) und bei der Herstellung von elektrotechnischen Geräten und -einrichtungen sowie von medizin-technischen Geräten erzielt.

Branchen mit hohem Auslandsumsatz: Maschinenbau, Elektrotechnik, medizin-technische Geräte

Ein weiterer Exportschwerpunkt liegt beim Produzierenden Handwerk für den speziellen Konsumbedarf. Hierzu zählen vor allem die Tischler (Herstellung von Möbeln). Aber auch die Musikinstrumentenmacher sind im starken Ausmaß international tätig.

Möbelbauer, Musikinstrumentenmacher

Einige Handwerksbetriebe haben sich auf den Großhandel spezialisiert und tätigen in diesem Bereich nicht unbeträchtliche Auslandsumsätze. Hier sind vor allem der Großhandel mit landwirtschaftlichen Maschinen und Geräten, mit Büromaschinen und -einrichtungen, mit Getreidesaaten und Futtermitteln sowie Versandschlachtereien zu erwähnen.

Handwerklicher Großhandel

Betrachtet man die einzelnen Gewerbezweige lt. Handwerksordnung, so ist anteilsmäßig der Auslandsumsatz bei kleinen Handwerkszweigen, wie z.B. den Chirurgiemechanikern, Bogenmachern oder Edelsteingraveuren, am größten. Bei einigen dieser Berufe sind über die Hälfte der Betriebe im Ausland tätig. Bezogen auf den absoluten Auslandsumsatz liegen jedoch die Maschinenbaumechaniker mit einem Exportumsatz von über 3 Mrd. DM pro Jahr bei weitem an der Spitze, gefolgt von den Metallbauern.

Exportstärkster Handwerkszweig: Maschinenbaumechaniker

Differenziert man den Ausfuhranteil der größten Handwerkszweige nach einzelnen Bundesländern, zeigen sich erhebliche Schwankungen. Relativ durchgängig hohe Exportanteile sind nur bei den Maschinenbaumechanikern und den Elektromechanikern zu registrieren. Teilweise werden bei dieser Betrachtung in kleineren Handwerkszweigen regionale Schwerpunkte deutlich, die nur auf den Auslandsumsatz von wenigen handwerklichen Großbetrieben zurückzuführen sind.

Starke regionale Schwankungen bei der Ausfuhr von einzelnen Handwerkszweigen

Charakterisierung des handwerklichen Auslandsgeschäftes

Deutsche Handwerksbetriebe haben dann im Ausland Chancen, wenn sich ihr Angebot deutlich in Qualität, Termintreue und Zuverlässigkeit von dem der Konkurrenz aus dem Ausland abhebt, so daß ein höherer Preis für deutsche Handwerksprodukte in Kauf genommen wird. Teilweise exportieren deutsche Handwerksbetriebe auch Güter und Dienstleistungen, die im Ausland nicht erhältlich sind. Weiter ist das sogenannte "Huckepackverfahren" zu erwähnen, bei dem deutsche Handwerksbetriebe zusammen mit Industriebetrieben im Ausland tätig werden.

Gründe für Auslandstätigkeit: gutes Leistungsangebot, Nichtverfügbarkeit, Zusammenarbeit mit Industriefirmen

Die Basis der internationalen Wettbewerbsvorteile ist vor allem eine starke Konkurrenz zwischen den Handwerksbetrieben im Inland, die zu einer stetigen Verbesserung des Leistungsprogramms zwingt, und das Wissen und das Können der Mitarbeiter, die aufgrund ihrer Ausbildung im technischen Bereich die Leistungsfähigkeit der Handwerksbetriebe sicherstellen.

Basis der Wettbewerbsfähigkeit: starke Konkurrenz gute Mitarbeiter

Im Gegensatz zur Industrie erfolgt der Einstieg in das Auslandsgeschäft im Handwerk meist nicht aus einem strategischen Ansatz heraus. Häufig werden zufällig sich ergebende Gelegenheiten genutzt. Eine wichtige Rolle spielen auch die Handwerksorganisationen, die ihre Mitgliedsbetriebe durch geeignete Hilfen an Auslandsgeschäfte heranführen.

Handwerksbetriebe gehen beim Export nicht strategisch vor

Bei denjenigen Betrieben, die ein Auslandsengagement aktiv angehen, muß grundsätzlich zwischen offensiven (wie z.B. die Schaffung neuer Märkte oder Produktdifferenzierung) und defensiven Motiven (Sicherung des Unternehmensbestandes) unterschieden werden. Beide sind etwa gleich wichtig. Die Realisierung niedriger Stückkosten spielt im Handwerk nur eine untergeordnete Bedeutung.

Offensives und defensives Auslandsengagement

Über die Hälfte des deutschen Handwerksexports wird mit Staaten der EU abgewickelt. Hier sind es insbesondere die Nachbarländer, wohin ein großer Teil der deutschen Ausfuhrwirtschaft geht. Staaten Mittel- und Osteuropas tragen etwa mit 10 % zum handwerklichen Auslandsumsatz bei. Von den übrigen europäischen Staaten ist vor allem die Schweiz zu nennen. Etwa jede fünfte Mark im Auslandsgeschäft wird mit Unternehmen aus Staaten in Übersee verdient. Insbesondere Kunden aus den USA und den arabischen Staaten spielen hier eine große Rolle. Einige Handwerksbetriebe sind auf eng begrenzten Märkten weltweit führend.

50 % des handwerklichen Auslandsgeschäfts in EU

Von den verschiedenen Formen einer Marktbearbeitung im Ausland spielt der reine Warenexport (mit 80 - 90 %) die dominierende Rolle. Im grenznahen Bereich hat die Durchführung von Arbeit über die Grenzen ein erhebliches Gewicht. Andere Formen eines Auslandsengagements (wie z.B. grenzüberschreitende Kooperationen oder ausländische Direktinvestitionen) kommen nur in Ausnahmefällen vor.

Auslandsgeschäfte vor allem durch reinen Warenexport

Außenwirtschaftspotential im deutschen Handwerk

Die Zahl der exportfähigen Betriebe im Handwerk läßt sich zum einen über die Exportbereitschaft durch eine Befragung von Betriebsinhabern und zum anderen über eine Analyse der bestehenden Absatzentfernungen der Betriebe (Exportfähigkeit) ermitteln. Beide Vorgehensweisen kommen zu dem Ergebnis, daß etwa 8,5 %, das sind 50 000 Handwerksbetriebe, die Voraussetzungen zu einem internationalen Engagement erfüllen. Dies ergibt ein potentielles Exportvolumen von bis zu 40 Mrd. DM.

Exportfähig: 50 000 Handwerksbetriebe

Potentielles Exportvolumen: 40 Mrd. DM

Diese Handwerksbetriebe sind bislang vor allem deshalb nicht im Ausland tätig, weil sie nicht wissen, ob ihre Produkte und Leistungen im Ausland auf Interesse stoßen und wer potentielle Abnehmer sind. Außerdem stellen Finanzierungsgesichtspunkte ein wichtiges Hemmnis dar. Von der Vollendung der Europäischen Währungsunion werden wahrscheinlich nur wenig Impulse auf eine Zunahme der handwerklichen Auslandstätigkeit ausgehen.

Größtes Exporthemmnis: ausländische Marktinformation

Anhang

A1: Methodische Erläuterungen zu den Daten über die Auslandstätigkeit im Handwerk

Aufgrund einer in der Handwerkszählung 1995 neu aufgenommenen Frage war es zum ersten Mal möglich, genaue Daten über die Auslandstätigkeit im Handwerk zu gewinnen. Wenn zuvor Daten über den handwerklichen Export vom Zentralverband des Deutschen Handwerks herausgegeben worden waren oder in Publikationen erschienen, basierten diese lediglich auf kleineren Erhebungen von verschiedenen Handwerkskammern bzw. dem Seminar für Handwerkswesen oder auf Einschätzungen von Experten.

Die Daten über die Auslandstätigkeit des Handwerks aus der Handwerkszählung basieren auf einer Frage, bei der die befragten Handwerker ausfüllen mußten, wieviel Prozent ihres Umsatzes des Jahres 1994 sich auf private Haushalte, Unternehmen, die öffentliche Hand oder das Ausland verteilten. Auf den Angaben, die bezüglich des Umsatzes mit dem Ausland gemacht wurden, basieren letztlich sämtliche Ausführungen über die Auslandstätigkeit des Handwerks in Kapitel 2. Dabei konnten die Statistischen Landesämter zusätzlich Informationen darüber zur Verfügung stellen, wieviele Unternehmen in der Zeile "Auslandsumsätze" eine Angabe gemacht haben. Auf diese Weise konnte die Zahl der im Ausland tätigen Handwerksbetriebe ermittelt werden.

Eine differenzierte Betrachtung der Ergebnisse nach betriebsgrößenspezifischen, regionalen und sektoralen Gesichtspunkten ist aufgrund von Kreuzauswertungen möglich, die vom Statistischen Bundesamt bzw. den Statistischen Landesämtern teilweise gesondert für diese Untersuchung erstellt wurden.

Bei der Interpretation der Daten über die Auslandstätigkeit im Handwerk müssen folgende Probleme beachtet werden:

- Die Handwerksbetriebe haben die Felder, in denen nach dem Auslandsumsatz gefragt wurde, nach Angaben der zuständigen Bearbeiter bei den Statistischen Landesämtern oft relativ ungenau ausgefüllt.
- In der Handwerkszählung wurden auch größere Unternehmen, die nur mit einem Teil ihres Betriebes in der Handwerksrolle eingetragen sind, zum Handwerk gezählt. Der Auslandsumsatz, den diese Unternehmen getätigt haben, wurde in der Zählung aber voll dem Auslandsumsatz des Handwerks zugeschlagen.
- Die Daten basieren nur auf einen Teilbereich der Handwerkswirtschaft, nämlich den selbständigen Vollhandwerksbetrieben, wobei dieser Bereich mit Abstand am größten ist. Auslandsdaten über handwerkliche Nebenbetriebe sind kaum und über das handwerksähnliche Gewerbe überhaupt nicht verfügbar.
- In tiefergehender Gliederung sind Daten über die Auslandstätigkeit des Handwerks nicht immer erhältlich, da sie aus Geheimhaltungsgründen abgedeckt werden mußten. Dieses Problem tritt insbesondere immer dann auf, wenn die Auslandstätigkeit relativ gering ist. So liegen bspw. für die neuen Bundesländer

kaum differenzierte Ergebnisse vor. Auch auf der Ebene der Gewerbezweige sind je nach Größe der Zweige Kreis-, Landes- oder sogar Bundesdaten nicht veröffentlicht.

Bei der Interpretation dieser Daten muß weiter berücksichtigt werden, daß sich aus den Angaben der Handwerkszählung nur Aussagen über den direkten handwerklichen Export ableiten lassen. Nach Aussagen von Experten ist der indirekte handwerkliche Export jedoch mindestens ebenso hoch. Hierunter versteht man diejenigen handwerklichen Produkte, die an ein anderes deutsches Unternehmen geliefert und von diesem ins Ausland geschafft werden.

Um eine bessere Differenzierung der Ergebnisse zu erreichen, wurden das Handwerk in neun verschiedene Gruppen unterteilt. Diese Unterteilung basiert auf der Wirtschaftszweigsystematik (WZ '93) des Statistischen Bundesamtes (vgl. hierzu Tafel A1). Zwar ist diese Aufteilung sicherlich sehr viel besser, als wenn eine Differenzierung nach den in der Handwerksordnung erwähnten Gewerbegruppen vorgenommen worden wäre, kleinere Probleme treten jedoch auch hierbei auf. So ist eine Abgrenzung zwischen den Gruppen nicht zweifelsfrei möglich. Bspw. wurden teilweise Handwerksbetriebe zu der Gruppe des gewerblichen Bedarfs zugeordnet, obwohl ihre Tätigkeit eher auf private Kundenbedürfnisse ausgerichtet sind. Dies ließ sich deshalb nicht vermeiden, weil eine sehr tiefgehende Untergliederung der Wirtschaftszweigsystematik, womit eine bessere Zuordnung möglich gewesen wäre, nicht zur Verfügung steht. Diese Abweichungen sind jedoch insgesamt so gering, daß sie vernachlässigt werden können.

Tafel A1: **Bildung von Handwerksgruppen nach der Wirtschaftszweigsystematik**

				Wirtschaftszweige (WZ '93)	Beispiele f. Handwerkszweige
(potentiell) überregionales Handwerk	Warenproduzierende Handwerke	Handwerke f.d. gewerblichen Bedarf	Produzierende Handwerke f.d. gewerbl. Bedarf	19 - 34	Maschinenbaumechaniker, Werkzeugmacher, Metallbauer, Zahntechniker
		Produz. Handwerke f.d. privaten Bedarf	Produzierende Handwerke f.d. speziellen Konsumbedarf	16 - 18 (DB), 36 CDN	Tischler, (z.T.) Goldschmiede, Musikinstrumentenmacher, Kunsthandwerker
wohnortnahes Handwerk			Nahrungsmittelhandwerke	15 (DA)	Bäcker, Fleischer, Konditor
	Dienstleistungshandwerke	Handelshandwerke	Kfz-Handwerke	50	Kfz-Mechaniker, -elektriker
			Handels- und Reparaturhandwerke	52	Radio- u. Fernsehtechniker, Uhrmacher, Schuhmacher
		übrige Dienstleistungshandwerke	Dienstleistungshandwerke f.d. privaten Bedarf	90 - 93 (O)	Friseure, Textilreiniger
			Dienstleistungshandwerke f.d. gewerblichen Bedarf	70 - 74 (K)	Gebäudereiniger, Fotografen
	Bauhandwerke	Bauhandwerke	Ausbauhandwerke	45,3; 45,4	Elektroinstallateure, SHK-Handwerk, Maler und Lackierer
			Bauhauptgewerbe	45,1; 45,2	Maurer, Straßenbauer, Dachdecker, Zimmerer

SfH Göttingen

Tafel A 2.1: **Auslandsumsatz des niedersächsischen Handwerks nach Kreisen 1994**

Klassif. Nr.	Kreis	Umsatz gesamt in Mio DM	Auslandsumsatz abs.(ca.) in TDM	%
101	St Braunschweig	1.612	4.836	0,3
102	St Salzgitter	628	10.682	1,7
103	St Wolfsburg	700	1.401	0,2
151	Gifhorn	1.054	2.108	0,2
152	Göttingen	2.655	21.241	0,8
153	Goslar	1.218	3.653	0,3
154	Helmstedt	710	18.460	2,6
155	Northeim	1.308	7.850	0,6
156	Osterode am Harz	701	2.104	0,3
157	Peine	788	3.154	0,4
158	Wolfenbüttel	837	15.900	1,9
201	St Hannover	3.308	6.615	0,2
251	Diepholz	1.846	12.920	0,7
252	Hameln-Pyrmont	1.294	1.294	0,1
253	Hannover	4.584	32.085	0,7
254	Hildesheim	2.181	13.085	0,6
255	Holzminden	694	1.388	0,2
256	Nienburg (Weser)	1.063	5.317	0,5
257	Schaumburg	1.116	22.330	2,0
351	Celle	1.376	12.388	0,9
352	Cuxhaven	1.488	2.976	0,2
353	Harburg	1.841	7.365	0,4
354	Lüchow-Dannenberg	396	0	0,0
355	Lüneburg	1.178	5.889	0,5
356	Osterholz	808	2.424	0,3
357	Rotenburg (Wümme)	1.642	9.854	0,6
358	Soltau-Fallingbostel	1.134	40.841	3,6
359	Stade	2.210	17.676	0,8
360	Uelzen	949	2.846	0,3
361	Verden	1.365	6.827	0,5
401	St Delmenhorst	814	7.323	0,9
402	St Emden	364	°	°
403	St Oldenburg	1.660	36.526	2,2
404	St Osnabrück	2.222	13.332	0,6
405	St Wilhelmshaven	563	20.840	3,7
451	Ammerland	1.364	5.458	0,4
452	Aurich	1.978	9.891	0,5
453	Cloppenburg	2.040	36.712	1,8
454	Emsland	3.830	107.243	2,8
455	Friesland	747	2.989	0,4
456	Grafschaft Bentheim	1.447	23.158	1,6
457	Leer	1.084	8.674	0,8
458	Oldenburg	1.190	55.951	4,7
459	Osnabrück	4.155	83.092	2,0
460	Vechta	1.716	17.164	1,0
461	Wesermarsch	703	9.840	1,4
462	Wittmund	463	1.851	0,4
	Summe Niedersachsen	**69.028**	**759.304**	**1,1**

° aus Geheimhaltungsgründen nicht veröffentlicht

SfH Göttingen

Quellen Tafeln A 2.1 - A 2.6: Statistische Landesämter: Handwerkszählung 1995, z.T. unveröffentlicht; eigene Berechnungen

Tafel A 2.2: **Auslandsumsatz des nordrhein-westfälischen Handwerks nach Kreisen 1994**

Klassif. Nr.	Kreis	Umsatz gesamt in Mio DM	Auslandsumsatz abs.(ca.) in TDM	%
111	Kfr St Düsseldorf	5.412	43.297	0,8
112	Kfr St Duisburg	2.989	11.955	0,4
113	Kfr St Essen	5.204	46.840	0,9
114	Kfr St Krefeld	1.933	40.586	2,1
116	Kfr St Mönchengladbach	2.761	118.732	4,3
117	Kfr St Mülheim an der Ruhr	1.544	3.089	0,2
119	Kfr St Oberhausen	2.056	8.223	0,4
120	Kfr St Remscheid	981	4.905	0,5
122	Kfr St Solingen	1.302	26.036	2,0
124	Kfr St Wuppertal	2.643	23.789	0,9
154	Kreis Kleve	3.109	83.952	2,7
158	Kreis Mettmann	3.829	45.953	1,2
162	Kreis Neuss	3.131	18.785	0,6
166	Kreis Viersen	3.213	138.173	4,3
170	Kreis Wesel	3.458	41.498	1,2
313	Kfr St Aachen	1.892	51.089	2,7
314	Kfr St Bonn	3.090	364.585	11,8
315	Kfr St Köln	9.113	428.293	4,7
316	Kfr St Leverkusen	902	902	0,1
354	Kreis Aachen	1.997	21.972	1,1
358	Kreis Düren	1.943	33.027	1,7
362	Erftkreis	3.203	38.434	1,2
366	Kreis Euskirchen	1.595	11.164	0,7
370	Kreis Heinsberg	2.190	41.616	1,9
374	Oberbergischer Kreis	2.059	8.237	0,4
378	Rheinisch-Bergischer Kreis	2.729	76.422	2,8
382	Rhein-Sieg-Kreis	4.307	90.448	2,1
512	Kfr St Bottrop	957	6.696	0,7
513	Kfr St Gelsenkirchen	2.282	20.539	0,9
515	Kfr St Münster	3.503	24.522	0,7
554	Kreis Borken	6.221	149.306	2,4
558	Kreis Coesfeld	2.394	31.123	1,3
562	Kreis Recklinghausen	5.327	69.253	1,3
566	Kreis Steinfurt	5.123	143.434	2,8
570	Kreis Warendorf	3.584	86.019	2,4
711	Kfr St Bielefeld	3.387	50.802	1,5
754	Kreis Gütersloh	6.815	265.781	3,9
758	Kreis Herford	3.582	179.077	5,0
762	Kreis Höxter	1.870	46.752	2,5
766	Kreis Lippe	3.837	88.240	2,3
770	Kreis Minden-Lübbecke	4.745	170.830	3,6
774	Kreis Paderborn	3.221	38.648	1,2
911	Kfr St Bochum	4.166	12.499	0,3
913	Kfr St Dortmund	5.375	26.875	0,5
914	Kfr St Hagen	1.681	8.404	0,5
915	Kfr St Hagen	1.402	5.607	0,4
916	Kfr St Herne	2.557	171.344	6,7
954	Ennepe-Ruhr-Kreis	2.168	30.353	1,4
958	Hochsauerlandkreis	2.964	14.819	0,5
962	Märkischer Kreis	3.432	99.541	2,9
966	Kreis Olpe	1.485	16.337	1,1
970	Kreis Siegen-Wittgenstein	3.122	87.404	2,8
974	Kreis Soest	3.150	97.645	3,1
978	Kreis Unna	3.017	27.150	0,9
	Summe Nordrhein-Westfalen	**169.953**	**3.738.957**	**2,2**

SfH Göttingen

Tafel A 2.3: **Auslandsumsatz des rheinland-pfälzischen Handwerks nach Kreisen 1994**

Klassif. Nr.	Kreis	Umsatz gesamt in Mio DM	Auslandsumsatz abs.(ca.) in TDM	%
211	Kfr St Trier	1.398	64.112	4,6
231	LK Bernkastel-Wittlich	1.179	22.621	1,9
232	LK Bitburg-Prüm	1.161	60.875	5,2
233	LK Daun	511	5.919	1,2
235	Trier-Saarburg	1.021	34.367	3,4
	Summe Trier	**5.270**	**187.894**	**3,6**
111	Kfr St Koblenz	1.408	9.507	0,7
131	LK Ahrweiler	980	5.061	0,5
132	LK Altenkirchen (Ww)	1.116	3.840	0,3
133	Bad Kreuznach	1.357	11.710	0,9
134	LK Birkenfeld	880	11.312	1,3
135	Cochem-Zell	563	1.192	0,2
137	LK Mayen-Koblenz	2.077	80.157	3,9
138	LK Neuwied	1.861	46.604	2,5
140	Rhein-Hunsrück-Kreis	1.212	2.276	0,2
141	Rhein-Lahn-Kreis	1.134	10.790	1,0
143	Westerwaldkreis	2.553	16.124	0,6
	Summe Koblenz	**15.141**	**198.573**	**1,3**
311	Kfr St Frankenthal/Pf.	300	°	°
312	Kfr St Kaiserslautern	1.593	9.471	0,6
313	Kfr St Landau i.d. Pfalz	463	6.883	1,5
314	Kfr St Ludwigshafen	1.080	3.959	0,4
315	Kfr St Mainz	1.489	3.402	0,2
316	Kfr St Neustadt a.d.W.	481	7.057	1,5
317	Kfr St Pirmasens	626	20.129	3,2
318	Kfr St Speyer	444	6.306	1,4
320	Kfr St Zweibrücken	290	720	0,2
332	Bad Dürkheim	1.077	14.714	1,4
333	Donnersbergkreis	660	4.673	0,7
334	LK Germersheim	°	°	°
335	LK Kaiserslautern	856	10.629	1,2
336	LK Kusel	623	2.308	0,4
337	Südliche Weinstraße	788	10.954	1,4
338	LK Ludwigshafen	1.175	8.630	0,7
340	LK Südwestpfalz	676	9.906	1,5
	Summe Kaiserslautern	**12.620**	**119.741**	**0,9**
315	Kfr St Mainz	1.489	3.402	0,2
319	Kfr St Worms	645	450	0,1
331	LK Alzey-Worms	951	4.039	0,4
339	LK Mainz-Bingen	1.392	6.710	0,5
	Summe Rheinhessen	**4.477**	**14.601**	**0,3**
	Summe Rheinland-Pfalz	**36.885**	**550.160**	**1,5**

° aus Geheimhaltungsgründen nicht veröffentlicht

SfH Göttingen

Tafel A 2.4: **Auslandsumsatz des saarländischen Handwerks nach Kreisen 1994**

Klassif. Nr.	Kreis	Umsatz gesamt in Mio DM	Auslandsumsatz abs.(ca.) in TDM	%
041	Stadtverbund Saarbrücken	3.797	91.135	2,4
042	LK Merzig-Wabern	910	36.389	4,0
043	LK Neunkirchen	1.335	17.356	1,3
044	LK Saarlouis	1.725	31.055	1,8
045	Saarpfalz-Kreis	1.305	24.786	1,9
046	LK Sankt Wendel	804	8.840	1,1
	Summe Saarland	**9.876**	**209.561**	**2,1**

SfH Göttingen

Tafel A 2.5: **Auslandsumsatz des baden-württembergischen Handwerks nach Kreisen 1994**

Klassif. Nr.	Kreis	Umsatz gesamt in Mio DM	Auslandsumsatz abs.(ca.) Mio DM	%
221	KS Heidelberg	944	38	4,0
222	KS Mannheim	3.588	13	0,4
225	Neckar-Odenwald-Kreis	1.455	14	1,0
226	Rhein-Neckar-Kreis	5.651	163	2,9
	Summe Mannheim	**11.638**	**228**	**2,0**
121	KS Heilbronn	1.721	79	4,6
125	Heilbronn	4.499	119	2,6
126	Hohenlohekreis	1.129	41	3,6
127	Schwäbisch Hall	2.267	32	1,4
128	Main-Tauber-Kreis	1.711	69	4,0
	Summe Heilbronn	**11.327**	**340**	**3,0**
211	KS Baden-Baden	684	11	1,6
212	KS Karlsruhe	2.643	72	2,7
215	Karlsruhe	4.019	103	2,6
216	Rastatt	2.144	31	1,4
231	KS Pforzheim	1.257	22	1,8
235	Calw	2.067	41	2,0
236	Enzkreis	1.953	52	2,7
	Summe Karlsruhe	**14.767**	**332**	**2,2**
111	KS Stuttgart	7.655	367	4,8
115	Böblingen	3.323	46	1,4
116	Esslingen	5.740	303	5,3
117	Göppingen	2.946	69	2,3
118	Ludwigsburg	6.110	405	6,6
119	Rems-Murr-Kreis	5.505	180	3,3
	Summe Stuttgart	**31.279**	**1.370**	**4,4**
237	Freudenstadt	1.526	33	2,2
415	Reutlingen	3.286	57	1,7
416	Tübingen	1.636	25	1,5
417	Zollernalbkreis	2.649	62	2,3
437	Sigmaringen	1.601	27	1,7
	Summe Reutlingen	**10.698**	**204**	**1,9**
311	KS Freiburg im Breisgau	1.665	79	4,7
315	Breisgau-Hohenschwarzwald	2.267	51	2,2
316	Emmendingen	1.631	62	3,8
317	Ortenaukreis	4.834	226	4,7
336	Lörrach	1.863	114	6,1
	Summe Freiburg	**12.260**	**532**	**4,3**
325	Rottweil	1.535	30	2,0
326	Schwarzwald-Baar-Kreis	1.870	30	1,6
327	Tuttlingen	1.895	421	22,2
335	Konstanz	2.370	63	2,7
337	Waldshut	1.718	48	2,8
	Summe Konstanz	**9.388**	**592**	**6,3**
135	Heidenheim	1.790	32	1,8
136	Ostalbkreis	3.486	68	2,0
421	KS Ulm	1.477	27	1,8
425	Alb-Donau-Kreis	2.045	64	3,1
426	Biberach	2.481	179	7,2
435	Bodenseekreis	1.682	26	1,5
436	Ravensburg	2.863	127	4,4
	Summe Ulm	**15.824**	**523**	**3,3**
	Summe Baden-Württember	**117.179**	**4.124**	**3,5**

SfH Göttingen

Tafel A 2.6: **Auslandsumsatz des bayerischen Handwerks nach Kreisen 1994**

Klassif. Nr.	Kreis	Umsatz gesamt in Mio DM	Auslandsumsatz abs.(ca.) in TDM	%
161	St Ingolstadt	1.033	9.296	0,9
162	St München	10.987	285.666	2,6
163	St Rosenheim	836	11.699	1,4
171	Altötting	1.325	34.457	2,6
172	Berchtesgadener Land	1.269	30.451	2,4
173	Bad Tölz-Wolfratshausen	1.313	27.580	2,1
174	Dachau	1.363	40.882	3,0
175	Ebersberg	1.334	14.679	1,1
176	Eichstätt	1.292	20.668	1,6
177	Erding	1.201	14.409	1,2
178	Freising	1.493	32.846	2,2
179	Fürstenfeldbruck	1.848	55.453	3,0
180	Garmisch-Partenkirchen	865	10.386	1,2
181	Landsberg a. Lech	1.107	8.857	0,8
182	Miesbach	967	11.610	1,2
183	Mühldorf a. Inn	1.325	30.471	2,3
184	München	3.832	107.287	2,8
185	Nauburg-Schrobenhausen	1.077	19.395	1,8
186	Pfaffenhofen a.d. Ilm	1.094	31.730	2,9
187	Rosenheim	2.694	48.487	1,8
188	Starnberg	1.130	29.387	2,6
189	Traunstein	2.154	19.382	0,9
190	Weilheim-Schongau	1.552	63.640	4,1
261	St Landshut	454	1.815	0,4
262	St Passau	620	13.640	2,2
263	St Straubing	750	20.993	2,8
271	Deggendorf	1.646	13.167	0,8
272	Freyung-Grafenau	834	6.675	0,8
273	Kelheim	1.310	22.268	1,7
274	Landshut	1.608	16.084	1,0
275	Passau	2.121	46.657	2,2
276	Regen	920	11.045	1,2
277	Rottal-inn	2.175	52.198	2,4
278	Straubing-Bogen	1.094	10.936	1,0
279	Dingolfing-Landau	926	12.043	1,3
361	St Amberg	548	1.096	0,2
362	St Regensburg	1.771	33.656	1,9
363	St Weiden i.d.Opf.	856	7.708	0,9
371	Amberg-Sulzbach	926	8.338	0,9
372	Cham	1.872	65.503	3,5
373	Neumarkt i.d.Opf.	2.690	48.414	1,8
374	Neustadt a.d.Waldnaab	919	8.272	0,9
375	Regensburg	1.649	62.666	3,8
376	Schwandorf	1.684	25.260	1,5
377	Tirschenreuth	1.248	19.961	1,6
461	St Bamberg	1.013	17.229	1,7
462	St Bayreuth	1.008	12.094	1,2
463	St Coburg	513	1.538	0,3
464	St Hof	1.086	4.343	0,4
471	Bamberg	1.397	13.967	1,0
472	Bayreuth	1.037	16.600	1,6
473	Coburg	1.186	64.070	5,4
474	Forchheim	834	5.839	0,7
475	Hof	1.404	40.730	2,9
476	Kronach	1.026	8.206	0,8
477	Kulmbach	1.046	15.690	1,5
478	Lichtenfels	976	13.665	1,4
479	Wunsiedel/Fichtelgeb.	857	16.292	1,9

Fortsetzung: nächste Seite

Fortsetzung Tafel A 2.6

Klassif. Nr.	Kreis	Umsatz gesamt in Mio DM	Auslandsumsatz abs.(ca.) in TDM	%
561	St Ansbach	340	1.359	0,4
562	St Erlangen	888	17.765	2,0
563	St Fürth	692	10.377	1,5
564	St Nürnberg	4.529	45.288	1,0
565	St Schwalbach	457	31.505	6,9
571	Ansbach	2.183	37.111	1,7
572	Erlangen-Höchstadt	846	21.996	2,6
573	Fürth	1.043	18.773	1,8
574	Nürnberger Land	1.442	20.188	1,4
575	Neustadt/Aisch-Bad W.	1.024	14.336	1,4
576	Roth	1.292	18.085	1,4
577	Weißenburg-Gunzenhaus.	1.009	14.126	1,4
661	St Aschaffenburg	691	21.422	3,1
662	St Schweinfurt	830	3.318	0,4
663	St Würzburg	1.217	7.302	0,6
671	Aschaffenburg	1.864	108.122	5,8
672	Bad Kissingen	1.227	6.135	0,5
673	Rhön-Grabfeld	1.028	8.224	0,8
674	Haßberge	916	5.499	0,6
675	Kitzingen	904	12.652	1,4
676	Miltenberg	1.401	23.810	1,7
677	Main-Spessart	1.376	28.896	2,1
678	Schweinfurt	970	21.350	2,2
679	Würzburg	1.092	31.674	2,9
761	St Augsburg	2.328	25.608	1,1
762	St Kaufbeuren	508	6.095	1,2
763	St Kempten (Allgäu)	555	3.330	0,6
764	St Memmingen	576	20.172	3,5
771	Aichach-Friedberg	1.375	11.000	0,8
772	Augsburg	1.923	36.530	1,9
773	Dillingen a.d. Donau	973	2.920	0,3
774	Günzburg	1.390	26.416	1,9
775	Neu-Ulm	1.415	21.226	1,5
776	Lindau-Bodensee	536	5.899	1,1
777	Ostallgäu	1.459	20.432	1,4
778	Unterallgäu	1.714	20.570	1,2
779	Donau-Ries	1.353	10.822	0,8
780	Oberallgäu	1.287	16.731	1,3
	Summe Bayern	**131.751**	**2.503.278**	**1,9**

SfH Göttingen

Tafel A 2.7: **Auslandsumsatz des Handwerks im grenznahen Raum 1994**

Kreis	Nach-barland	Umsatz ges. in Mio DM	Auslandsumsatz abs. TDM	%
Niedersachsen				
Leer	NL	1.084	8.674	0,8
Emsland	NL	3.830	107.243	**2,8**
Grafschaft Bentheim	NL	1.447	23.158	1,6
Nordrhein-Westfalen				
Steinfurt	NL	5.123	143.434	**2,8**
Borken	NL	6.221	149.306	2,4
Kleve	NL	3.109	83.952	**2,7**
Viersen	NL	3.213	138.173	**4,3**
St Mönchengladbach	NL	2.761	118.732	**4,3**
Heinsberg	NL	2.190	41.616	1,9
Düren	NL	1.943	33.027	1,7
St Aachen	NL/B	1.892	51.089	**2,7**
Ld Aachen	NL/B	1.997	21.972	1,1
Euskirchen	B	1.595	11.164	0,7
Rheinland-Pfalz				
Daun	B/Lux	511	5.919	1,2
Bitburg-Prüm	Lux/B	1.161	60.875	**5,2**
St Trier	Lux	1.398	64.112	**4,6**
Trier-Saarburg	Lux	1.021	34.367	**3,4**
Zweibrücken	F	290	720	0,2
Ld Pimasens (Südwestpfalz)	F	676	9.906	1,5
St Pirmasens	F	626	20.129	**3,2**
Südl. Weinstraße	F	788	10.954	1,4
Germersheim	F	°	°	°
Saarland				
Merzig-Wabern	Lux/F	910	36.389	**4,0**
Saarlouis	F	1.725	31.055	1,8
Stadtverband Saarbrücken	F	3.797	91.135	2,4
Saarpfalz-Kreis	F	1.305	24.786	1,9
Baden-Württemberg				
St Karlsruhe	F	2.643	72.000	**2,6**
Ld Karlsruhe	F	4.019	103.000	**2,7**
Rastatt	F	2.144	31.000	1,4
St Baden Baden	F	684	11.000	1,6
Ortenaukeis	F	4.834	226.000	**4,7**
Emmendingen	F	1.631	62.000	**3,8**
Breisgau-Hochschwarzwald	F	2.267	51.000	2,2
St Freiburg i.Br.	F	1.665	79.000	**4,7**
Lörrach	F/CH	1.863	114.000	**6,1**
Waldshut	CH	1.718	48.000	**2,8**
Schwarzwald-Baar-Kreis	CH	1.870	30.000	1,6
Tuttlingen	CH	1.895	421.000	**22,6**
Konstanz	CH	2.370	63.000	**2,7**

Fortsetzung: nächste Seite

Fortsetzung Tafel A 2.7

Kreis	Nach-barland	Umsatz ges. in Mio DM	Auslandsumsatz abs. TDM	%
Bayern				
Lindau	A	536	5.899	1,1
Oberallgäu	A	1.287	16.731	1,3
Ostallgäu	A	1.459	20.432	1,4
Garmisch-Partenkirchen	A	865	10.386	1,2
Bad Tölz-Wolfratshausen	A	1.313	27.580	2,1
Miesbach	A	967	11.610	1,2
Ld Rosenheim	A	2.694	48.487	1,8
Traunstein	A	2.154	19.382	0,9
Berchtesgadener Land	A	1.269	30.451	2,4
Altötting	A	1.325	34.457	**2,6**
Rottal-Inn	A	2.175	52.198	2,4
St Passau	A	620	13.640	2,2
Ld Passau	A	2.121	46.657	2,2
Freyung-Grafenau	A/CZ	834	6.675	0,8
Regen	CZ	920	11.045	1,2
Cham	CZ	1.872	65.503	**3,5**
Schwandorf	CZ	1.684	25.260	1,5
Neustadt a.d.Waldnaab	CZ	919	8.272	0,9
Tirschenreuth	CZ	1.248	19.961	1,6
Wunsiedel	CZ	857	16.292	1,9
Hof	CZ	1.404	40.730	**2,9**
Summe grenznaher Raum		108.742	3.164.533	2,9

fett: Auslandsanteil > 2,5%

° aus Geheimhaltungsgründen nicht veröffentlicht

SfH Göttingen

Tafel A 2.8: **Auslandsumsatz im Handwerk nach ausgewählten Gewerbezweigen 1994** [1)]

Nr. der Klassifikation	Gewerbezweig	Unternehmen[2)] (Anzahl)	Unternehmen mit Auslandsumsatz (Anzahl)	Unternehmen mit Auslandsumsatz (in %)	Umsatz 1994 insgesamt (in TDM)	Auslandsumsatz (in TDM)	Auslandsumsatz (in %)	Auslandsumsatz je Unternehmen[5)] (in TDM)
001	Maurer	32313	232	0,71797728	94478511	187257	0,2	807
005	Zimmerer	10846	165	1,52129817	14374129	108823	0,8	660
007	Strassenbauer	5162	92	1,78225494	26641835	241219	0,9	2622
018	Metallbauer	26625	1607	6,03568075	39008436	1185525	3	738
019	Chirurgiemechaniker	351	183	52,1367521	871055	417607	54,1	2282
020	Karosserie- u. Fahrzeugbauer	3787	321	8,47636652	8338312	849021	10,2	2645
021	Maschinenbaumechaniker	8171	1743	21,3315384	19347712	3193272	16,5	1832
022	Werkzeugmacher	3051	559	18,3218617	5747550	502271	8,7	899
023	Dreher[3)]	1623	--	--	1785750	307149	17,2	--
024a	Kälteanlagenbauer	1671	174	10,4129264	3554275	180146	5,1	1035
026	Kraftfahrzeugmechaniker	40176	2416	6,01354042	142860262	1088792	0,8	451
028	Landmaschinenmechaniker	4837	318	6,57432293	8561669	175663	2,1	552
029	Feinmechaniker	1824	315	17,2697368	2146781	262711	12,2	834
032	Gas- u. Wasserinstallateure	22761	256	1,1247309	29061232	105623	0,4	413
033	Zentralheizungs- u. Lüftungsbauer	17560	287	1,63439636	33698361	237791	0,7	829
034	Kupferschmiede	187	24	12,8342246	256087	22920	9	955
035	Elektroinstallateure	42326	800	1,8900912	45802851	912480	2	1141
036	Elektromechaniker	3779	504	13,3368616	5893921	458440	7,8	910
038	Elektromaschinenbauer	1463	162	11,0731374	2977631	274538	9,2	1695
039	Radio- u. Fernsehtechniker	9235	298	3,22685436	8902740	234375	2,6	786
041	Graveure	718	78	10,8635097	44168	9033	20,3	116
044	Gürtler u. Metalldrücker	248	42	16,9354839	181896	10594	5,8	252
046	Metallformer u. -giesser	328	54	16,4634146	536820	35432	6,6	656
047	Glockengiesser	9	7	77,7777778	27149	2077	7,7	297
052	Tischler	39071	1233	3,1557933	42142894	878719	2,1	713
055	Bootsbauer	335	37	11,0447761	268583	43113	17,2	1165
056	Schiffbauer	38	14	36,8421053	147487	43196	29,3	3085
057	Modellbauer	854	97	11,3583138	1339419	76244	5,7	786
059a	Holzspielzeugmacher	85	27	31,7647059	77883	10131	13	375
063	Bürsten- u. Pinselmacher	183	52	28,4153005	193642	36640	18,9	705
064	Korbmacher	332	20	6,02409639	128753	7876	6,1	394
071	Weber	204	22	10,7843137	67021	4740	7,1	215
072	Seiler	126	31	24,6031746	239669	24402	10,2	787
075	Hut- u. Mützenmacher	102	6	5,88235294	42299	2203	5,2	367
079	Gerber	90	7	7,77777778	57271	3994	7	571
083	Bäcker	22757	94	0,41305972	26064688	138136	0,6	1470
085	Fleischer	22117	152	0,68725415	37212119	272853	0,7	1795
097	Wachszieher	44	15	34,0909091	130766	13779	10,5	919
102	Feinoptiker	107	12	11,2149533	67675	3276	4,8	273
103	Glasapparatebauer	303	62	20,4620462	193893	20682	10,7	334
104	Glas- u. Porzellanmaler	205	27	13,1707317	59056	2992	5,1	111
105a	Edelsteingraveure [3)]	38	16	42,1052632	9262	3362	36,3	210
116	Orgel- u. Harmoniumbauer	294	60	20,4081633	198657	17005	8,6	283
117	Klavier- u. Cembalobauer	369	48	13,0081301	180028	9652	5,4	201
119	Geigenbauer	302	90	29,8013245	67395	14490	21,5	161
119a	Bogenmacher	33	18	54,5454545	11746	5309	45,2	295
121	Holzblasinstrumentenmacher	125	49	39,2	53384	10545	19,8	215
122	Zupfinstrumentenmacher	122	48	39,3442623	23293	6245	26,8	130
Insgesamt		**563204**	**17605**	**3,12586558**	**800606477**	**14249000**	**1,77978**	**809**

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, Sonderauswertung: eigene Berechnungen

SfH Göttingen

1) Auswahl entweder nach Auslandsumsatzanteil ≥ 5% oder Auslandsumsatz > 100 Mio DM

2) nur selbständige Handelsunternehmen am 31.3.95 mit Beschäftigten am 30.9.94

3) Auslandsumsatz einschl. Lieferungen an den Staat

4) direkt oder indirekt über den Einzelhandel

5) nur Unternehmen mit Auslandsumsatz

-- nicht veröffentlicht

Tafel A 2.9: **Auslandsumsatzanteile für ausgewählte Gewerbezweige nach Bundesländern *(fr. Bundesgebiet)***

Branchen	Schleswig-Holstein	Hamburg	Bremen	Niedersachsen	Nordrhein-Westfalen	Hessen	Rheinld.-Pfalz	Saarland	Baden-Württembg.	Bayern	Berlin	Deutschland
Metallbauer	1,9	.	16,0	1,5	3,8	0,9	2,0	3,2	5,0	3,9	0,1	3,0
Chirugiemechaniker	-	.	-	-	.	.	-	.	59,5	0,7	-	54,1
Karosserie- und Fahrzeugbauer	-	16,3	47,0	1,4	7,1	5,6	2,3	2,6	19,5	10,0	0,0	10,2
Maschinenbaumechaniker	11,2	3,5	11,7	14,5	21,6	8,6	17,1	9,0	21,0	14,7	3,1	16,5
Werkzeugmacher	-	-	-	9,3	13,1	4,1	11,2	1,7	9,5	7,2	2,0	8,7
Kraftfahrzeugmechaniker	0,5	0,6	1,3	0,7	0,7	0,5	1,0	2,4	*1,5*	1,0	0,5	0,8
Landmaschinenmechaniker	0,9	3,4	.	1,6	4,3	0,7	1,9	.	4,4	1,3	0,0	2,1
Elektroinstallateure	1,4	1,3	2,6	0,9	4,8	1,2	0,8	2,3	1,0	1,7	4,8	2,0
Elektromechaniker	8,0	6,1	.	8,4	.	4,2	20,3	12,9	10,7	9,2	8,9	7,8
Elektromaschinenbauer	1,6	1,7	33,6	1,4	.	9,9	4,2	.	4,8	19,2	.	9,2
Radio- und Fernsehtechniker	*6,0*	-	.	0,3	1,8	6,8	0,6	.	2,4	*3,3*	0,8	2,6
Goldschmiede	.	.	0,5	0,2	0,9	1,3	0,5	-	5,0	3,5	1,5	2,0
Tischler	0,3	2,8	0,1	1,3	3,3	1,0	2,5	1,9	3,8	1,6	0,7	2,1
Konditoren	.	-	.	0,0	5,0	2,0	.	1,6	2,8	1,2	0,0	2,6
Fotografen	0,4	3,5	2,3	0,2	2,1	1,3	0,5	.	7,2	1,0	0,2	2,3
Insgesamt	***0,9***	***3,3***	***2,9***	***1,1***	***2,2***	***1,1***	***1,5***	***2,1***	***3,5***	***1,9***	***1,2***	***1,8***

SfH Göttingen

Quellen: Statistische Landesämter: Handwerkszählung 1995, Sonderauswertungen; eigene Berechnungen
. = aus Geheimhaltungsgründen nicht veröffentlicht
– = nicht vorhanden

A3: Literaturverzeichnis

Deutscher Handwerkskammertag (1997): Sonderausgabe zum Thema "Außenwirtschaft", DHKT-Information Nr. 9/97, Bonn

Handelskammer Deutschland-Schweiz (Hrsg.) (1997): Länderleitfaden Schweiz im Auftrag des Deutschen Handwerksinstitutes, unveröffentlichtes Manuskript

Handwerkskammer Düsseldorf (1986): Export im Handwerk, Schriftenreihe: Kurzinformation 1/86, Düsseldorf

Handwerkskammer Trier (Hrsg.) (1993): Handwerk und Export. Eine Strukturuntersuchung exportierender Unternehmen im Kammerbezirk Trier sowie eine Abschätzung des Exportpotentials, Trier

Handwerkskammer Trier (Hrsg.) (o.J. [1996]): Exportbeauftragter im Handwerk, Kurs I - IV, Lehrgangsunterlagen, Trier

König, W. (1987): Handwerk und Außenwirtschaft - Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Handwerks in der offenen Wirtschaft -, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte, Heft 18, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

König, W.; Kucera, G. (Hrsg.) (1993): Auslandsmärkte für deutsche Handwerksunternehmen, Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1993, Göttingen

König, W.; Kucera, G. (Hrsg.): (1995): Perspektiven des deutschen Handwerks im Zeichen der Öffnung östlicher Nachbarstaaten, Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1995, Göttingen

König, W.; Müller, K. (1990): Der Europäische Binnenmarkt als Herausforderung für das deutsche Handwerk, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 43, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

König, W.; Müller, K.; Lüttgens, A. (1994): Grenzüberschreitende Handwerkskooperationen - Fallstudien im Kontext des Europäischen Binnenmarktes, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 48, Göttingen

König, W.; Müller, K.; Peters, J. (Hrsg.) (1989): Handwerk und Außenwirtschaft, Schriften zu internationalen Wirtschaftsfragen, Bd. 9, Berlin

König, W.; Müller, K.; Sauer, J. (1990): Mobilisierung des handwerklichen Exportpotentials in Niedersachsen, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte, Heft 23, Göttingen

Müller, K. (1982): Analyse des Erfolgs einer Messebeteiligung - Handwerkliche Zulieferer auf der Hannover-Messe '82 -, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte, Heft 9, Göttingen

Müller, K. (1989): Der erweiterte Markt als Chance des Handwerks, in: Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1989, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

Müller, K. (1993): Handwerkspolitik für den EG-Binnenmarkt - Aktivitäten der Handwerksorganisationen zur Vorbereitung ihrer Betriebe auf den EG-Binnenmarkt -, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte, Heft 28, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

Müller, K. (1997): Die Betroffenheit des Handwerks durch den EURO, unveröffentlichtes Manuskript

Müller, K.; Mecke, I. (1997): Handwerk in Sachsen-Anhalt, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 52, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

Ostendorf, Th. (1997): Das Internationalisierungsverhalten von Handwerksbetrieben - Entscheidungsprozesse und Strategien -, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 54, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

Reck, R. (1994): Auswirkungen des EG-Binnenmarktes auf das niedersächsische Handwerk, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 47, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

Sauer, J. (1991): Das Exportverhalten von Handwerksbetrieben - Erkenntnisse aus empirischen Untersuchungen in Niedersachsen -, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 44, hrsg. von Prof. Dr. W. König und Prof. Dr. G. Kucera, Göttingen

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): (1996): Produzierendes Gewerbe, Fachserie 4, Handwerkszählung v. 31. März 1995, H. 1 - H. 3, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (1997): Statistisches Jahrbuch 1997 für die Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden

VERÖFFENTLICHUNGSVERZEICHNIS

(seit 1992)

Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte

Heft 26: **Die Elektrohandwerke in den neuen Bundesländern - Strukturmerkmale und wirtschaftliche Lage -**, von Klaus Müller, Göttingen 1992, 69 Seiten

Heft 27: **Auf der Suche nach neuen Konzepten der Kleinunternehmensentwicklung in Entwicklungsländern - Ergebnisse einer Expertenkonferenz -**, von Heiko Fähnel, Jörg Hartmann, Wolfgang König, Ralf Meier, Göttingen 1993, 32 Seiten

Heft 28: **Handwerkspolitik für den EG-Binnenmarkt - Aktivitäten der Handwerksorganisationen zur Vorbereitung ihrer Betriebe auf den EG-Binnenmarkt -**, von Klaus Müller, Göttingen 1993, 48 Seiten. *Vergriffen*

Heft 29: **Handwerksgenossenschaften im Übergang zur Marktwirtschaft - Ergebnisse der PGH-Umstrukturierung in den neuen Bundesländern -**, von Klaus Müller und Hildegard Sander, Göttingen 1994, 47 Seiten. *Vergriffen*

Heft 30: **Einflüsse des EG-Binnenmarktes auf das deutsche Handwerk**, von Klaus Müller und Reinhard Reck, Göttingen 1994, 33 Seiten

Heft 31: **Empirische Untersuchung von grenzüberschreitenden Kooperationen im Handwerk**, von Wolfgang König und Klaus Müller, Göttingen 1994, 23 Seiten. *Vergriffen*

Heft 32: **Handwerk und Regionalentwicklung im Transformationsprozeß**, von Ullrich Kornhardt und Annette Rudolph, Göttingen 1994, 52 Seiten. *Vergriffen*

Heft 33: **Handwerksbetriebe im Generationswechsel: Übergaben und Übernahmen im niedersächsischen Handwerk bis 2005**, von Klaus Müller, Göttingen 1996, 74 Seiten. *Vergriffen*

Heft 34: **Generationswechsel im Handwerk: Handlungsbedarf aufgrund einer Erhebung in Niedersachsen**, von Klaus Müller, Göttingen 1996, 33 Seiten

Heft 35: **Handwerk in Sachsen-Anhalt**, von Klaus Müller und Ingo Mecke, Göttingen 1997, 39 Seiten

Heft 36: **Handwerksorientierte Regionalpolitik - Hintergründe, Begründungsansätze und Handlungsoptionen unter besonderer Berücksichtigung der Gemeinschaftsauftabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur"**, von Annette Rudolph, Göttingen 1997, 51 Seiten

Bibliographie des Handwerks und Gewerbes

(erscheint jährlich seit 1967)

letzter Band:

Jahresverzeichnis der Neuerscheinungen 1996
Bearbeiter: Mitarbeiter des Seminars für Handwerkswesen
Göttingen 1997, 70 Seiten, DM 18,90

Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien

Band 45: **Entwicklungen und Perspektiven des Handwerks in Mecklenburg-Vorpommern**, von Ullrich Kornhardt und Annette Rudolph, Göttingen 1994, 344 Seiten, DM 59,-

Band 46: **Handwerksgenossenschaften im Systemwandel - zur Transformation der Produktionsgenossenschaften des Handwerks in den neuen Bundesländern -**, von Hildegard Sander, Göttingen 1994, 302 Seiten, DM 55,-

Band 47: **Auswirkungen des EG-Binnenmarktes auf das niedersächsische Handwerk**, von Reinhard Reck, Göttingen 1994, 353 Seiten, DM 59,-

Band 48: **Grenzüberschreitende Handwerkskooperationen - Fallstudien im Kontext des Europäischen Binnenmarktes -**, von Wolfgang König, Klaus Müller und Angela Lüttgens, Göttingen 1994, 158 Seiten, DM 32,50

Band 49: **Kammern und Verbände in der Dritten Welt - Funktionsfähigkeit und Entwicklungspotential für Handwerk und Kleinunternehmen -**, von Ralf Meier, Göttingen 1997, 272 Seiten, DM 54,-

Band 50: **Generationswechsel im Handwerk - eine Untersuchung über das niedersächsische Handwerk -**, von Klaus Müller, Göttingen 1997, 369 Seiten, DM 65,-

Band 51: **Das regionalpolitische Potential von Handwerk und Kleinunternehmen - Eine theoretische und empirische Betrachtung -**, von Annette Rudolph, Duderstadt 1997, 287 Seiten, DM 59,-

Band 52: **Handwerk in Sachsen-Anhalt**, von Klaus Müller und Ingo Mecke, Duderstadt 1997, 457 Seiten, DM 72,-

Band 53: **Handwerk in Wolfsburg**, von Klaus Müller und Ingo Mecke, Duderstadt 1997, 184 Seiten, DM 36,-

Band 54: **Das Internationalisierungsverhalten von Handwerksbetrieben - Entscheidungsprozesse und Strategien -**, von Thomas Ostendorf, Duderstadt 1997, 262 Seiten, DM 52,-

Band 55: **Nachwuchssituation und Nachwuchsprobleme im niedersächsischen Handwerk - unter besonderer Berücksichtigung von Frauen -**, von Ullrich Kornhardt, Duderstadt 1997, 213 Seiten, DM 38,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft

Wirtschaftliche Lage und Entwicklungsperspektiven des Handwerks in den neuen Bundesländern, Göttingen 1993, 238 S., DM 48,-

Auslandsmärkte für deutsche Handwerksunternehmen, Göttingen 1993, 246 S., DM 49,-

Standort Deutschland - Handwerksrelevante Aspekte und Standortprobleme des Handwerks -, Göttingen 1996, 204 S., DM 46,-

Perspektiven des deutschen Handwerks im Zeichen der Öffnung östlicher Nachbarstaaten, Göttingen 1995, 190 S., DM 44,-

Bezug der Veröffentlichungen:

Arbeitshefte: Seminar für Handwerkswesen, Postfach 3744, 37073 Göttingen, Fon: 0551/39 48 82, Fax.: 0551/39 95 53 gegen 10,- DM in Briefmarken

Studien, Kontaktstudium, Bibliographie: Verlag Mecke Druck, Christian-Blank-Straße 3, 37155 Duderstadt, Fon.: 05527/98 19 19, Fax: 05527/98 19 39, eMail: MeckeDruck@t-online.de