

DHI

DEUTSCHES HANDWERKSINSTITUT

Klaus Müller

Auslandsgeschäfte im Handwerk

76

Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien

Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand
und Handwerk an der Universität Göttingen

i/f/h

Klaus Müller

Auslandsgeschäfte im Handwerk

GÖTTINGER HANDWERKSWIRTSCHAFTLICHE STUDIEN

Herausgegeben von Prof. Dr. Kilian Bizer

BAND 76

VERLAG MECKE DRUCK • DUDERSTADT • 2008

Auslandsgeschäfte im Handwerk

von

Klaus Müller

VERLAG MECKE DRUCK • DUDERSTADT • 2008

Gedruckt als Veröffentlichung
des Volkswirtschaftlichen Instituts für Mittelstand und Handwerk
an der Universität Göttingen

Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut e.V.

Bibliografische Informationen Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über

<http://dnb.ddb.de>

abrufbar.

ISBN 978-3-936617-78-8

Alle Rechte vorbehalten

Mecke Druck und Verlag • Christian-Blank-Straße 3 • 37115 Duderstadt

Tel. 05527/98 19 22 • Fax 05527/98 19 39

eMail: verlag@meckedruck.de

Internet: www.meckedruck.de/buchprogramm

Gesamtherstellung: Mecke Druck und Verlag • 37115 Duderstadt

Vorwort

Den Auslandsaktivitäten im deutschen Handwerk wurde bislang keine allzu große Beachtung geschenkt. Dies mag vor allem daran gelegen haben, dass Handwerksunternehmen überwiegend einen regionalen Absatzbereich aufweisen und Auslandsgeschäfte für sie daher kein Thema waren. Dies hat sich in den letzten Jahren beträchtlich geändert. Zwar ist bislang nur ein relativ kleiner Teil der Handwerksbetriebe im Ausland tätig, aber diese Betriebe demonstrieren sehr gut, dass zu diesem Wirtschaftsbereich neben eher traditionellen Berufen auch Betriebe gehören, die ein hohes technisches Know-how aufweisen, sich auf qualifizierte Mitarbeiter stützen können und in vielerlei Hinsicht innovativ sind.

Ihre Auslandserfolge erringen Handwerksunternehmen nicht primär, weil sie billiger als ihre Konkurrenten anbieten, sondern weil sich ihre Produkt- und Leistungspalette qualitativ von derjenigen der Konkurrenz abhebt. Oft geschieht dies dadurch, dass sich Handwerksunternehmen auf kleine Nischen spezialisiert haben. Hier sind sie in vielen Ländern tätig; teilweise haben sie in ihrem kleinen Segment sogar weltweit eine führende Stellung.

Über das Ausmaß des handwerklichen Auslandsengagements gab es bislang keine aktuellen Daten. Die Ergebnisse der Handwerkszählung von 1995 waren überholt, denn infolge der Erweiterung der EU, den Abbau von Exporthemmnissen und einer verstärkten Außenwirtschaftsberatung der Handwerkskammern sind die Export-, aber die Importumsätze seitdem stark gestiegen. Durch eine Kooperation mit dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) wurde eine breit angelegte Befragungsaktion bei Handwerksunternehmen angeregt, woran sich 30 Handwerkskammern beteiligten.

Die vorliegenden Ergebnisse vermitteln nun erstmals seit zwölf Jahren wieder ein detailliertes Bild der handwerklichen Auslandsaktivitäten. Die Vermutung, dass sich das Auslandsengagement im Handwerk erhöht hat, wurde eindrucksvoll bestätigt. Die Zahl der Exporteure hat sich seit Mitte der 90er Jahre fast verdreifacht und der Exportumsatz hat sich annähernd verdoppelt. Darüber hinaus wird deutlich, dass im Handwerk nach wie vor ein nicht unbeträchtliches Exportpotenzial besteht. Wenn es gelingt, dieses Potenzial zu aktivieren, wozu vor allem die Außenwirtschaftsberater der Handwerkskammern ihren Beitrag leisten müssen, dürfte das Handwerk seinen Beitrag zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Volkswirtschaft noch erhöhen.

Göttingen, im Januar 2008

Prof. Dr. Kilian Bizer

(Direktor des ifh Göttingen)

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	1
2.	Datenbasis	3
3.	Export	6
3.1	Grunddaten	6
3.2	Unternehmensgrößen	15
3.3	Gewerbegruppen und Handwerkszweige	17
3.4	Regionale Gesichtspunkte	22
3.5	Zielländer	23
3.6	Art der Auslandsgeschäfte	28
3.7	Abnehmergruppen	30
4.	Exportpotenzial	33
4.1	Exportbereitschaf	33
4.2	Exporttätigkeit	35
4.3	Hemmnisse eines handwerklichen Exportes	39
5.	Import	43
5.1	Grunddaten	43
5.2	Differenzierung nach Unternehmensgrößen, Gewerbe- gruppen, Handwerkszweigen und Handwerkskammern	46
5.3	Herkunftsländer	49
6.	Ergebnisvergleich mit anderen Untersuchungen	51
6.1	Vorbemerkungen	51
6.2	Befragungen von Handwerksunternehmen	51
6.3	Statistik im Verarbeitenden Gewerbe	54
6.4	IAB-Betriebspanel	57
7.	Kurzfassung und Resümee	60
7.1	Kurzfassung	60
7.2	Resümee	66

Anhang		68
A1	Methodische Hinweise zur Gewichtung	68
A2	Tafel im Anhang	76
A3	Fragebogen	95
A4	Beteiligte Handwerkskammern	96
A5	Zusammensetzung der Gewerbegruppen	97
A6	Literaturverzeichnis	98

Verzeichnis der Tafeln

Tafel 3.1:	Umsatz nach Absatzregionen	6
Tafel 3.2:	Anteil der Unternehmen, die in jeweiliger Absatzregion tätig sind	8
Tafel 3.3:	Aktuelle Geschäftslage aller Unternehmen und der Exporteure	9
Tafel 3.4:	Vergleich Exportumsatz und Anteile Exporteure im Handwerk 1994 und 2006	11
Tafel 3.5:	Veränderung der Auslandsgeschäfte seit 2002	13
Tafel 3.6:	Exportanteile nach Beschäftigtengrößenklassen 2006 und 1994	16
Tafel 3.7:	Anteile der Exporteure nach Beschäftigtengrößenklassen	16
Tafel 3.8:	Exportanteile nach Gewerbegruppen 2006 und 1994	18
Tafel 3.9:	Anteile der Exporteure nach Gewerbegruppen	21
Tafel 3.10:	Zielländer der Exporteure	25
Tafel 3.11:	Art der Auslandsgeschäfte nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen	29
Tafel 3.12:	Abnehmer der handwerklichen Exporte	31
Tafel 4.1:	Exportbereitschaft	34
Tafel 4.2:	Handwerksunternehmen mit überregionalem Absatz	36
Tafel 4.3:	Drei-Stufen-Pyramide im Handwerk	37
Tafel 4.4:	Gründe für Nicht-Export	38
Tafel 4.5:	Hemmnisse eines Auslandsengagements von potenziellen Exporteuren	40
Tafel 5.1:	Materialeinsatz nach Herkunftsregionen	44
Tafel 5.2:	Anteil der Unternehmen, die in jeweiliger Beschaffungsregion tätig sind	45
Tafel 5.3:	Aktuelle Geschäftslage aller Unternehmen und der Importeure	46
Tafel 5.4:	Importländer der Importeure	49
Tafel 6.1:	Umfragen bei Handwerksunternehmen mit Informationen über deren Auslandstätigkeit seit 2000	52
Tafel 6.2:	Daten zum handwerklichen Auslandsumsatz im Verarbeitenden Gewerbe	55
Tafel 6.3:	Hochrechnung der Auslandsaktivitäten des Handwerks aufgrund der Statistik im Verarbeitenden Gewerbe	56
Tafel 6.4:	Export- und Exporteursquote aufgrund des IAB-Betriebspanels 2003	59

Verzeichnis der Tafeln im Anhang

Tafel A1.1:	Vergleich ungewichtete und gewichtete Werte in den einzelnen Absatzregionen nach Effekt 1	70
Tafel A1.2:	Vergleich Unternehmen in Grundgesamtheit mit und ohne Gewichtung	72
Tafel A1.3:	Vergleich ungewichtete und gewichtete Werte in den einzelnen Absatzregionen nach den Effekten 1 und 2	73
Tafel A3.1:	Umsatz nach Absatzregionen und Beschäftigtengrößenklassen	76
Tafel A3.2:	Veränderung der Auslandsgeschäfte seit 2002 nach Beschäftigtengrößenklassen	76
Tafel A3.3:	Umsatz nach Absatzregionen und Gewerbegruppen	77
Tafel A3.4:	Umsatz nach Absatzregionen und Handwerkszweigen	78
Tafel A3.5:	Handwerkszweige mit den höchsten Exporteursquoten	79
Tafel A3.6:	Veränderung der Auslandsgeschäfte seit 2002 nach Gewerbegruppen	80
Tafel A3.7:	Umsatz nach Absatzregionen und Exporteursquote nach Handwerkskammern	81
Tafel A3.8:	Zielländer des Exports nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen	82
Tafel A3.9:	Art der Auslandsgeschäfte nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen	83
Tafel A3.10:	Art der Auslandsgeschäfte nach Handwerkskammern	84
Tafel A3.11:	Abnehmer der handwerklichen Exporte nach ausgewählten Gewerbegruppen	85
Tafel A3.12:	Abnehmer der handwerklichen Exporte nach Beschäftigtengrößenklassen	86
Tafel A4.1:	Exportbereitschaft nach Beschäftigtengrößenklassen, Gewerbegruppen und Geschäftslage	87
Tafel A4.2:	Bundesweiter Absatz nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen	88
Tafel A4.3:	Hemmnisse eines Auslandsengagements von potenziellen Exporteuren nach Beschäftigtengrößenklassen, Gewerbegruppen und der Geschäftslage	89
Tafel A4.4:	Hemmnisse eines Auslandsengagements von Nicht-Exporteuren nach Beschäftigtengrößenklassen, Gewerbegruppen und der Geschäftslage	90
Tafel A5.1:	Materialeinsatz nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen	91
Tafel A5.2:	Materialeinsatz nach Herkunftsregionen und Handwerkszweigen	92
Tafel A5.3:	Materialeinsatz nach Herkunftsregionen und Handwerkskammern	93
Tafel A5.4:	Importländer der Importeure nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen	94

1. Einführung

Die deutsche Volkswirtschaft ist in hohem Maße in die internationale Arbeitsteilung eingebunden. Dabei ist dieser Trend zur Globalisierung in den letzten Jahren noch erheblich gestiegen, was sich unter anderem in einer Erhöhung der Exportquote von 23,1% (1994) auf 45,1 % (2006) und einer fast genauso starken Erhöhung der Importquote von einem fast gleichen Ausgangsniveau auf 39,6 % (2006) ausdrückt. Derzeit kann sich die deutsche Volkswirtschaft mit dem Titel "Exportweltmeister" schmücken.

Allgemein anerkannt ist, dass die Basis für diese Außenwirtschaftserfolge vor allem auf den qualitativ hochwertigen Angeboten der deutschen Industrie beruht. Ob auch das deutsche Handwerk in diesem Kontext benannt werden kann oder ob diese Unternehmen fast ausschließlich auf einem regionalen Markt tätig sind und so nur indirekt über ihre meist speziellen Zulieferprodukte zu den deutschen Exporterfolgen beitragen, ließ sich bislang nicht eindeutig beantworten, da eine halbwegs aktuelle Datenbasis hierfür nicht vorlag.

Seit der Handwerkszählung 1995 mit Daten für 1994 gab es keine repräsentative Statistik mehr über den Außenwirtschaftsbeitrag des Handwerks. Aus einzelnen Befragungen von Handwerkskammern oder Sonderauswertungen von amtlichen Statistiken für das Handwerk, die jeweils jedoch nur einen Teil der Handwerkspopulation betrafen, ließen sich nur einzelne Anhaltspunkte für den Exportumsatz und die Zahl der Exporteure gewinnen. Betrachtet man die andere Seite des Auslandsgeschäftes – den Import – war die Datenbasis sogar noch erheblich schwächer, da hierüber bislang überhaupt noch keine repräsentative Datenbasis, sondern nur wenige Befragungsergebnisse vorlagen.

Diese mangelnde Datenbasis wirft verschiedene Fragen auf. Bspw. ist nicht belegt, ob die Förderung des handwerklichen Auslandsengagements durch die Handwerkskammern – oftmals unterstützt durch Mittel der öffentlichen Hände – Auswirkungen gezeigt hat und mehr Handwerksunternehmen jenseits der nationalen Grenzen gelungen ist.

Vor diesem Hintergrund hat der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) die Initiative ergriffen und die Handwerkskammern gebeten, bei ihrer Konjunkturumfrage im Herbst 2007 einen Zusatzfragebogen zum "Überregionalen Absatz und Einkauf des Handwerks" beizulegen. In diesem Fragebogen standen zwei Themen im Vordergrund:

- Ermittlung der Zahl der Exporteure und der Importeure,
- Ermittlung von Exportumsatz und Importumsatz.

Daneben wurden weitere Fragen gestellt, wobei zum ersten Mal Informationen darüber ermittelt wurden, wie sich die handwerklichen Auslandsgeschäfte auf Güter und Dienstleistungen aufteilen. Außerdem wurden Fragen nach den Hemmnissen des Auslandsengagements und der Dynamik der Auslandsgeschäfte gestellt. Nach weiteren möglichen Internationalisierungsformen (z.B. Niederlassung im Ausland, Joint Venture) wurde nicht gefragt, da diese Formen im Handwerk bislang nur sehr selten vorkommen.

An der Befragung beteiligten sich 30 Handwerkskammern. Insgesamt konnten über 8.500 Fragebogen in die Auswertung einbezogen werden. Da die beteiligten Handwerkskammern ungleich über den Raum verteilt sind, waren regionale Auswertungen leider nur begrenzt möglich.

Die Konzeption der Umfrage und die Auswertung geschahen in Zusammenarbeit des ZDH mit dem Volkswirtschaftlichen Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen (ifh Göttingen). Die Ergebnisse wurden auf verschiedene Weise gewichtet, um abgesicherte bundesweite Hochrechnungen zu bekommen. Das ifh Göttingen übernahm die ausführliche Analyse und Interpretation der Ergebnisse.

Als Ergebnis wurde deutlich, dass sich die Zahl der handwerklichen Exporteure in den Jahren seit der letzten Handwerkszählung 1994 fast verdreifacht und der Export verdoppelt hat. Diese Zahlen sind vor dem Hintergrund der insgesamt schlechten Umsatzentwicklung des Handwerks in den letzten Jahren beeindruckend. Ohne diese Exporterfolge hätte das Handwerk sicher noch mehr Marktanteile verloren.

Für die Zukunft dürfte es spannend sein zu beobachten, ob das Handwerk seine Auslandsgeschäfte weiter ausbauen kann. Die Datenbasis für eine entsprechende Untersuchung könnte dabei besser werden, sofern es gelingt, regelmäßig Auswertungen des Unternehmensregisters für das Handwerk mit der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes zu verknüpfen. Daraus lässt sich indirekt die Höhe der Auslandsgeschäfte ablesen. Durch entsprechende regelmäßige Auswertungen könnte man beobachten, ob und in welchem Ausmaß das Handwerk in den allgemeinen Internationalisierungstrend eingebunden ist.

2. Datenbasis

Die vorliegende Untersuchung basiert auf einer Sonderumfrage des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH), die von den einzelnen Handwerkskammern dem Konjunkturfragebogen im 3. Quartal 2007 beigelegt wurde. Vorab hatte der ZDH am 03.08.2007 sämtliche Handwerkskammern angeschrieben und gebeten, an dieser Umfrageaktion teilzunehmen. Insgesamt erklärten sich 30 der 54 deutschen Handwerkskammern hierzu bereit.¹ Dieses Ergebnis ist im Vergleich zu den vorhergehenden Sonderumfragen des ZDH vergleichsweise hoch und zeigt das Interesse der Kammern an dieser Thematik.

Der Fragebogen wurde vom ifh Göttingen in mehreren Etappen entwickelt. Eine erste Version wurde Außenwirtschaftsberatern der Handwerkskammern während einer Fachtagung im Juli 2007 in Trier vorgestellt und mit diesen diskutiert. Der Fragebogen wurde darauf hin gemeinsam mit dem ZDH überarbeitet und dieser Entwurf vom ZDH an sämtliche Kammern geschickt. Auch von diesen kamen wiederum wertvolle Anregungen, die vom ZDH im Einvernehmen mit dem ifh Göttingen bei der endgültigen Version des Fragebogens (siehe Anhang A3) berücksichtigt wurden.

Im Titel des Fragebogens tauchen bewusst nicht die Begriffe "Ex- und Import" auf, da zu befürchten war, dass sich ansonsten diejenigen Handwerksunternehmen,² für die Exporte und Importe nicht relevant sind, von dieser Umfrage nicht angesprochen fühlen würden. Eine starke Verzerrung der Ergebnisse wäre die Folge. Deshalb erhielt die Erhebung den Titel "Überregionaler Absatz und Einkauf des Handwerks".

Der Fragebogen enthält folgende Merkmale:

- Umsatz nach einzelnen Absatzregionen (inkl. Ausland),
- Bezug von Material, Handelswaren bzw. Fremdleistungen nach einzelnen Beschaffungsregionen (inkl. Ausland),
- Zielländer der Exporte und Herkunftsländer der Importe,

¹ Die 30 beteiligten Handwerkskammern finden sich im Anhang A4.

² Im Rahmen dieser Studie werden die Begriffe "Unternehmen" und "Betrieb" synonym verwendet.

- Entwicklung der Exporte seit dem Jahr 2002,
- Differenzierung der Exporte nach Güter und Werk- bzw. Dienstleistungen,
- Differenzierung der Exporte nach einzelnen Abnehmergruppen,
- Gründe für den Nicht-Export,
- Planung von Exportgeschäften in der Zukunft.

Der Versand durch die einzelnen Kammern erfolgte Anfang September 2007. Angeschrieben wurden Handwerksunternehmen aus denjenigen Handwerkszweigen, die auch zu den Konjunkturerhebungen der Kammern melden (vgl. Anhang A5). Diese gehören sämtlich zu den zulassungspflichtigen und zu den zulassungsfreien Handwerksberufen (A- und B1-Handwerke). Handwerksähnliche Betriebe wurden nicht befragt. Dies ist deshalb vertretbar, weil nach Erfahrungen der zuständigen Kammerberater Export- und Importgeschäfte bei diesen Betrieben nur selten vorkommen.

Der Rücklauf erfolgte bis Mitte Oktober 2007. Insgesamt gingen 8.552 ausgefüllte Fragebogen ein. Die Höhe des Versandes ist leider nicht bekannt, so dass keine Rücklaufquote berechnet werden kann. Die Ergebnisse der Fragebögen beziehen sich auf das Jahr 2006.

Die Auswertung erfolgte zentral durch die Kammern und den ZDH, wobei eine zuvor erstellte Auswertungsroutine die Arbeit erleichterte. Kreuzauswertungen fanden mit Beschäftigtengrößenklassen, Gewerbegruppen und teilweise mit der gegenwärtigen Geschäftslage statt. Um Verzerrungen der Ergebnisse durch die Abfrage von prozentualen statt absoluten Umsatzwerten und durch eine größere Antwortbereitschaft von größeren Handwerksunternehmen zu vermeiden, wurden die Ergebnisse nach einem erprobten Verfahren gewichtet und auf ein Gesamtergebnis hochgerechnet. Dieses geschah in Zusammenarbeit des ifh Göttingen mit dem ZDH. Ausführliche Hinweise zu diesem Verfahren finden sich im Anhang A1.

Ein Problem ließ sich leider nicht vollständig lösen. Vieles deutet darauf hin, dass die Unternehmen aus denjenigen Kammern, welche sich an der Umfrage beteiligten, im Durchschnitt eine geringere Export- bzw. Importquote aufweisen als die Unternehmen aus den Kammern, die nicht an der Erhebung teilnahmen. Daher gilt das ermittelte Ergebnis auch nur für die 30 Teilnahmekammern. Um jedoch ein ungefähres Bundesergebnis ermitteln zu können, wurden die Ergebnisse einer Exportumfrage in Baden-Württemberg aus dem Jahr 2006 herangezogen und über ein differenziertes Gewichtung-

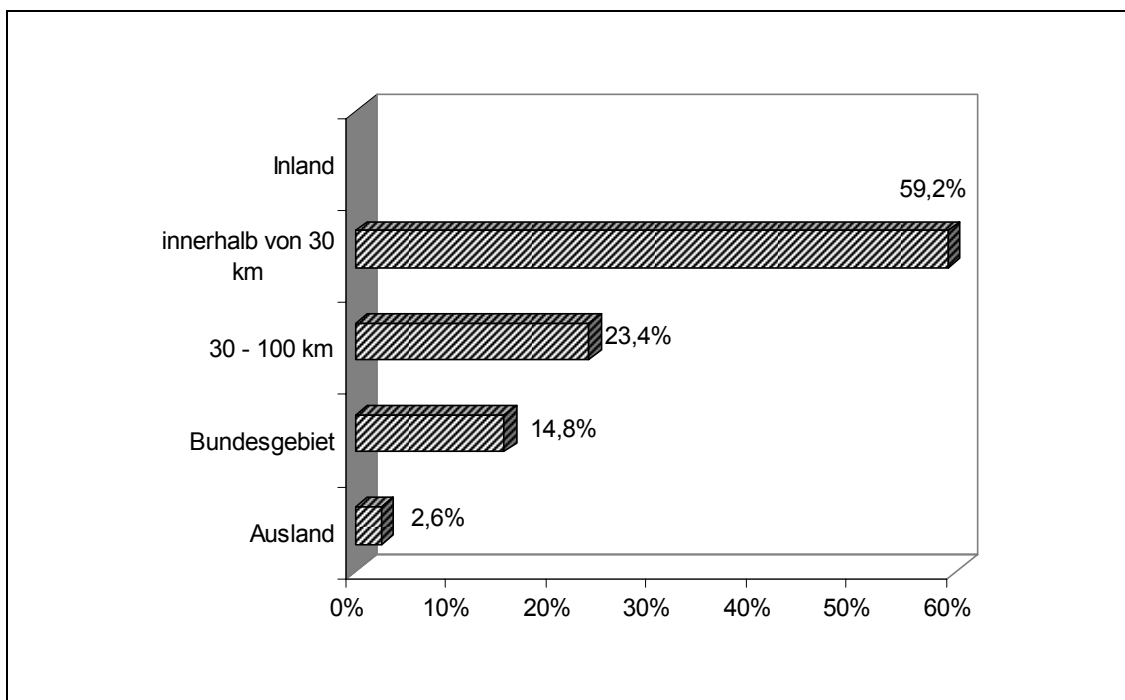
verfahren hinzu addiert. Dieses war jedoch nur für zentrale Daten, wie Exportumsatz bzw. Exportquote und Zahl der Exporteure bzw. Exporteursquote, möglich und nicht für eine Differenzierung der Ergebnisse nach Gewerken oder Betriebsgrößen oder für den handwerklichen Import. Trotz dieser Einschränkung vermitteln die Ergebnisse jedoch ein umfangreiches Bild über den handwerklichen Export und Import des Jahres 2006.

3. Export

3.1 Grunddaten

Zur Ermittlung der handwerklichen Exportgeschäfte wurde in die Erhebung eine Frage nach den Absatzentfernungen des handwerklichen Umsatzes aufgenommen. Die Unternehmen sollten dabei ihren gesamten Absatz des Jahres 2006 danach differenzieren, ob dieser im Nahbereich innerhalb von 30 km, innerhalb einer 30 bis 100 km-Zone, im gesamten Bundesgebiet oder im Ausland getätigt worden war. Als Ergebnis wurde ermittelt, dass der größte Teil des handwerklichen Umsatzes, nämlich fast 60 %, innerhalb von 30 km erwirtschaftet wird (vgl. Tafel 3.1). Je weiter die Abnehmer entfernt liegen,³ desto geringer ist der Umsatzanteil. So werden über 100 km hinaus, aber innerhalb des Bundesgebietes knapp 15 % des Umsatzes erwirtschaftet, im Ausland sind es 2,6 %.

Tafel 3.1: **Umsatz nach Absatzregionen**
Wie teilte sich im Jahr 2006 Ihr Umsatz nach Absatzregionen auf?



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

³ Diese Argumentation gilt für den grenznahen Bereich nicht unbedingt.

Damit wird deutlich, dass die regionalen Märkte für das Handwerk insgesamt immer noch die größte Bedeutung aufweisen. Dies hängt nicht unmaßgeblich damit zusammen, dass für die meisten Handwerksberufe der direkte Kontakt zum Kunden unbedingt notwendig ist.

Der Auslandsanteil von 2,6 % hört sich auf den ersten Blick relativ gering an. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass gegenüber der Handwerkszählung von 1994 eine durchaus beachtenswerte Steigerung von 1,8 auf 2,6 % eingetreten ist.

Bei diesem Auslandsanteil von 2,6 % ist zu betonen, dass es sich hierbei nur um den direkten Export handelt. Würde man den indirekten Export, der in vielen Bereichen des Handwerks eine viel größere Bedeutung aufweist, mit einbeziehen, was wegen der fehlenden Datenbasis leider nicht möglich ist, läge dieser Anteil sicher nicht unbeträchtlich höher. Insbesondere als qualifizierter Zulieferer tragen Handwerksunternehmen oft zu den Exporterfolgen der deutschen Industrie bei.

Bislang wurden nur die einzelnen Umsatzanteile betrachtet. Noch größer wird die Bedeutung des Exports, wenn man berechnet, wie hoch der Anteil der **Exporteure**,⁴ also der Unternehmen, die im Ausland tätig sind, ist (vgl. Tafel 3.2).

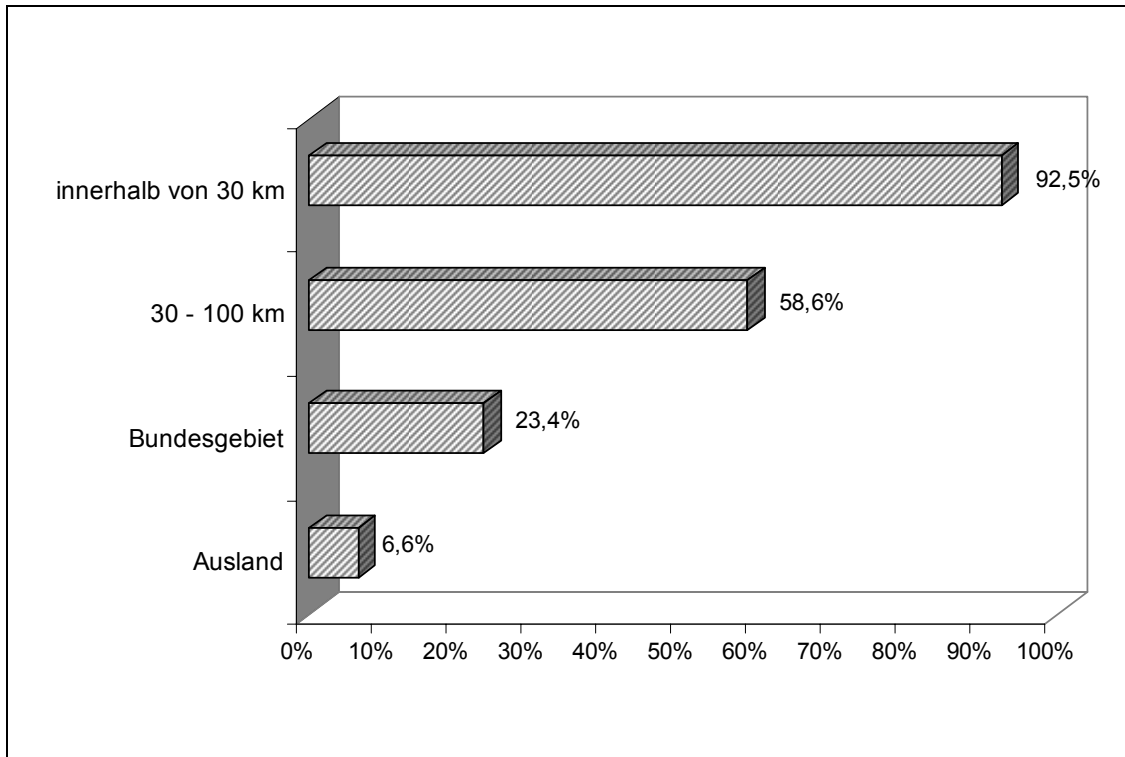
So gaben 6,6 % der Unternehmen an, dass sie im Jahr 2006 Umsätze im Ausland getätigt hätten und fast ein Viertel der Unternehmen war im Bundesgebiet aktiv. Wenig erstaunlich ist es, dass fast alle Unternehmen im Nahbereich Geschäfte getätigt haben und etwa drei Fünftel auch im Regionalbereich von 30 bis 100 km. Dies verdeutlicht noch einmal den starken regionalen Bezug des Handwerks.

Die 6,6 % der Exporteure sind in unterschiedlichem Ausmaß international tätig. Bei etwa der Hälfte dieser Betriebe beträgt der Auslandsumsatz 10 % und weniger. Daneben gibt es aber auch Handwerker (ca. 7 % der Exporteure), die über 50 % ihres Umsatzes im Ausland erzielen. Hierbei handelt es

⁴ Der Begriff "Exporteure" wird hier für alle Handwerksunternehmen, die Auslandsumsätze tätigen, verwendet, also nicht nur für diejenigen Unternehmen, die Güter ins Ausland liefern, sondern auch für die Unternehmen, die im Ausland Dienstleistungen erbringen.

sich vor allem um Produzenten von Nischenprodukten, die häufig sogar weltweit tätig sind.

Tafel 3.2: **Anteil der Unternehmen, die in jeweiliger Absatzregion tätig sind**
Wie teilte sich im Jahr 2006 Ihr Umsatz nach Absatzregionen auf?



ifh Göttingen

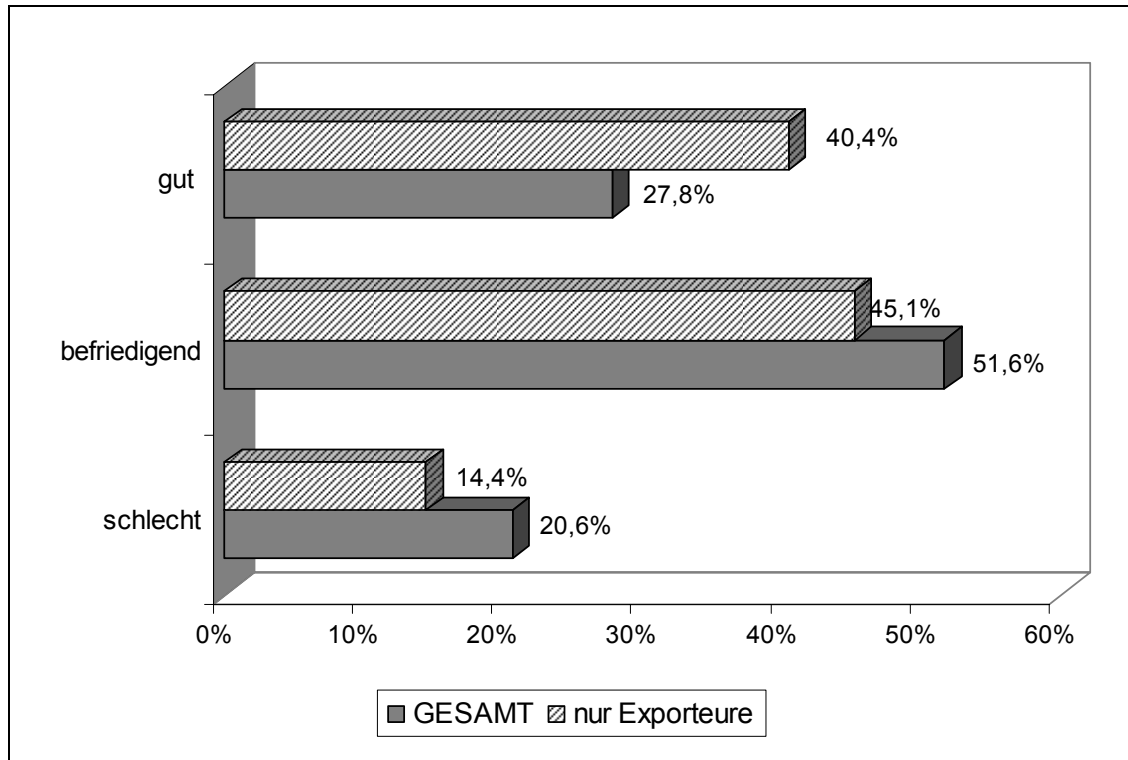
Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Bei den Unternehmen ist die aktuelle **Geschäftslage** ein wichtiger Indikator für ein Engagement im Ausland. Daher wurde in die Erhebung auch eine entsprechende Frage aufgenommen. In der Tat zeigt sich, dass die Exporteure ihre Geschäftslage erheblich besser als die Gesamtheit der befragten Unternehmen beurteilen. So gaben von den Exporteuren 40 % eine gute Beurteilung ab, insgesamt waren es nur knapp 28 % (vgl. Tafel 3.3). Dafür kamen bei der Gesamtheit der befragten Handwerker befriedigende und schlechte Antworten relativ gesehen häufiger vor.

Von den Exporteuren beurteilen ihre gegenwärtige Geschäftslage besonders diejenigen Betriebe positiv, bei denen der Export gegenüber 2002 gestiegen ist oder die nach 2002 erstmals Auslandsgeschäfte aufgenommen haben.

Der kleine Anteil an Unternehmen, die einen Exportrückgang aufweisen, hat dagegen eine erheblich schlechtere Geschäftslage.

Tafel 3.3: **Aktuelle Geschäftslage aller Unternehmen und der Exporteure**
Wie beurteilen Sie Ihre aktuelle Geschäftslage?



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Bei diesen Ergebnissen über den Exportumsatz und die Zahl der Exporteure muss daran erinnert werden, dass diese nicht für das gesamte deutsche Handwerk, sondern nur für die Handwerksunternehmen aus denjenigen 30 Handwerkskammern gelten, die sich an der Umfrage beteiligt haben. Nun besteht jedoch ein begründeter Anlass zu vermuten, dass dieser Anteil, wie in Anhang A1 ausgeführt worden ist, den tatsächlichen Wert unterschreitet, da sich viele grenznahe Handwerkskammer, wo vergleichsweise hohe Exportanteile zu vermuten sind, nicht an der Umfrage beteiligt haben.

Dieses Problem wurde versucht durch die Einbeziehung einer Handwerks-umfrage in Baden-Württemberg aus dem Jahre 2005 auszugleichen. Dadurch konnte ein ungefährender bundesdeutscher Querschnitt ermittelt werden.⁵ Infolge der vergleichsweise vielen Auslandsgeschäfte der baden-württembergischen Handwerksunternehmen stieg der Exportumsatz von 2,6 auf 3,5 %. Der Anteil der Exporteure an allen Handwerksunternehmen erhöhte sich ebenfalls, nämlich von 6,6 auf 7,2 %.

Diese bundesweiten Daten lassen sich mit den Ergebnissen der Handwerkszählung 1995, die Daten für das Jahr 1994 brachte, vergleichen. Danach betrug damals der handwerkliche Exportumsatz 1,8 % und der Exporteuranteil 3,1 %. Vergleicht man diese Anteile mit den ermittelten Werten für 2006 wird deutlich, dass sich der Exportumsatz etwa verdoppelt hat. Bei dem Anteil der Exporteure ist sogar ein Zuwachs von etwa 150 % zu registrieren⁶ (vgl. Tafel 3.4).

Um den Stellenwert der handwerklichen Auslandsgeschäfte noch zu verdeutlichen, wurden die ermittelten Prozentanteile auf absolute Werte umgerechnet. Nach Angaben des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) betrug der Umsatz der Handwerksunternehmen im Jahr 2006 403,4 Mrd. EUR (ohne Mehrwertsteuer). Multipliziert man diesen Wert mit dem ermittelten Umsatzanteil von 3,5 %, erhält man handwerkliche Auslandsgeschäfte in Höhe von 14,121 Mrd. EUR für das Jahr 2006 nach 7,286 Mrd. EUR in 1994. Die Zahl der Exporteure stieg von 17.605 (1994) auf 48.335. Dabei wurde als Basis die Zahl der zulassungspflichtigen und zulassungsfreien Handwerksunternehmen in Höhe von ca. 670.000⁷ genommen. Handwerksähnliche Betriebe wurden nicht berücksichtigt. Es ist allerdings anzunehmen, dass von diesen Betrieben nur wenige im Ausland tätig sind.

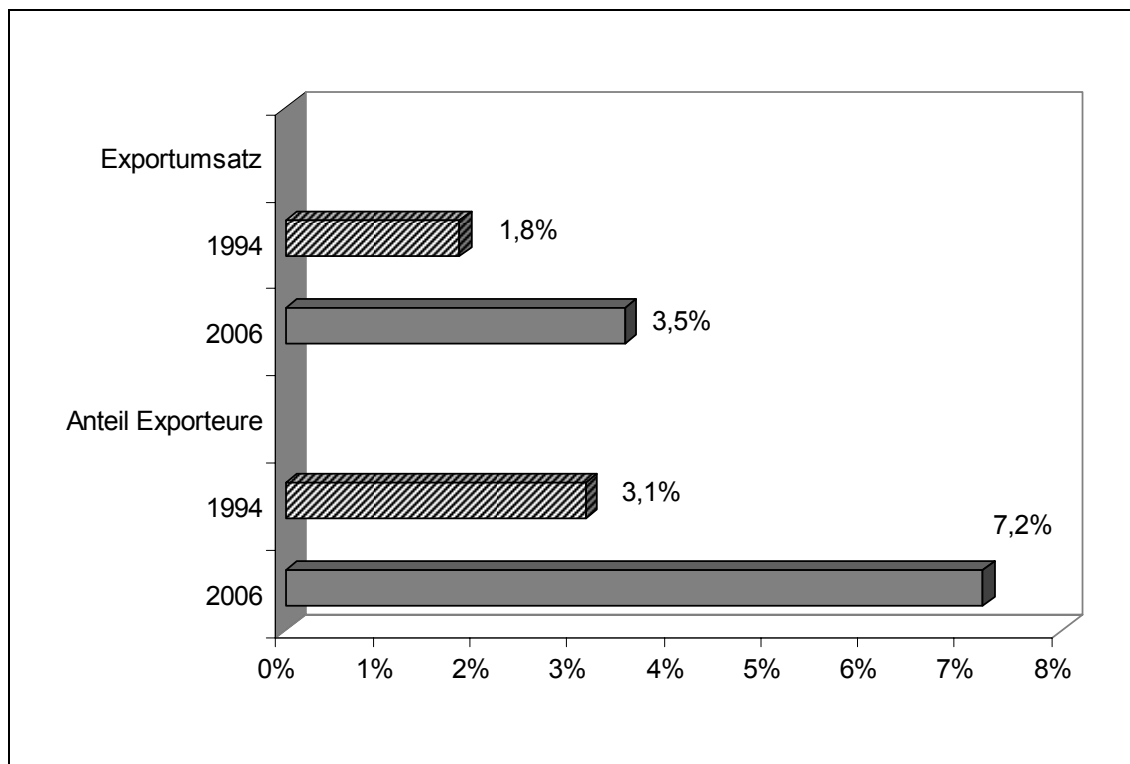
⁵ Diese bundesweiten Daten waren jedoch nur für bundesweit aggregierte Größen, nicht jedoch für Differenzierungen bspw. nach Betriebsgrößenklassen, Gewerbegruppen oder Handwerkszweigen möglich.

⁶ Ein Vergleich mit Umsatzanteilen in den einzelnen Absatzregionen bzw. den Anteilen der Unternehmen, die dort tätig sind, ist leider nicht möglich, da eine entsprechende Frage in der Handwerkszählung nicht vorhanden war. Damals wurde die Frage nach den Auslandsgeschäften im Zusammenhang mit den Absatzrichtungen (private Haushalte, Unternehmen, Staat) gestellt, vgl. Statistisches Bundesamt Wiesbaden (1996), S. 162ff.

⁷ Quelle: Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH), Stand: 31.12.2006

Nach Berechnungen des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn gibt es gesamtwirtschaftlich gesehen in Deutschland knapp 350.000 Exportunternehmen (Zahl für 2005).⁸ Damit kommt etwa jeder siebte Exporteur aus dem Handwerk. Die Höhe der Exportumsätze beträgt etwa 850 Mrd. EUR. Dies bedeutet, dass das Handwerk mit knapp 2 % zum deutschen Export beiträgt.

Tafel 3.4: **Vergleich Exportumsatz und Anteile Exporteure im Handwerk 1994 und 2006**



ifh Göttingen

Quellen: 1994: Handwerkszählung 1995; 2006: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Bei diesem Ergebnis ist zu berücksichtigen, dass der gesamte handwerkliche Umsatz von 1994 bis 2007 nicht gestiegen, sondern sogar leicht von 409 auf 403 Mrd. EUR gefallen ist. Dieses Ergebnis verdeutlicht die erhebliche Strukturkrise im Handwerk in den letzten Jahren, die nicht zuletzt durch den

⁸ Vgl. Institut für Mittelstandsforschung Bonn (www.ifm-bonn.de/) (Vorträge: *Internationalisierung der mittelständischen Wirtschaft*)

massiven Einbruch im Baugewerbe hervorgerufen worden ist. Zu beachten ist, dass es sich bei den Umsätzen um nominale Werte handelt. Real ist der Umsatz des Handwerks daher noch weitaus stärker gefallen. Allerdings ist an dieser Stelle eine zusätzliche Anmerkung hinzuzufügen. Nach den bereits erwähnten Umsatzrückgängen im Handwerk war im Jahr 2006 erstmal wieder eine Steigerung (nach Angaben des ZDH um 5,9 %⁹) zu vermelden. Dieses Umsatzplus, das sich auch in einer gestiegeneren Kapazitätsauslastung der Unternehmen niederschlug, führte nach Ansicht vieler Experten dazu, dass die Unternehmen zuerst Aufträge auf dem Inlandsmarkt bearbeiteten und deshalb der Blickwinkel weniger auf Exportgeschäfte gerichtet war. Es ist daher anzunehmen, dass ansonsten die Auslandsgeschäfte im Handwerk 2006 höher gelegen hätten.

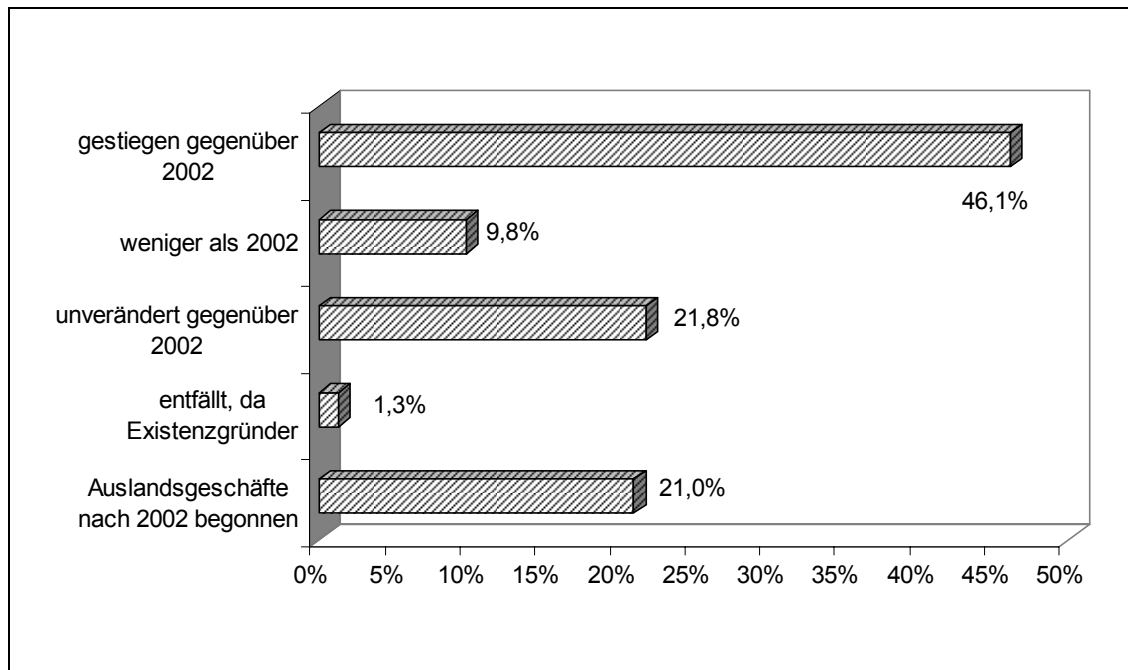
Der starke Anstieg der handwerklichen Exportgeschäfte in den letzten Jahren kommt auch durch eine weitere Frage in der Erhebung zum Ausdruck. Auf die Frage, wie sich die Auslandsgeschäfte **seit dem Jahr 2002** entwickelt hätten, antworteten über 46 %, dass sie gestiegen seien, 22 % gaben an, sie seien unverändert und lediglich 10 % sahen einen Rückgang (vgl. Tafel 3.5).

Hinzu kommen noch 21 % der Exporteure, die angaben, dass sie Auslandsgeschäfte erst nach dem Jahr 2002 begonnen hätten. Zu guter Letzt gab es noch wenige Handwerker, die ihr Unternehmen erst nach 2002 gegründet hatten und trotzdem schon im Ausland tätig waren. Daraus lässt sich folgern, dass Exportgeschäfte in den ersten Jahren eines Unternehmens relativ selten vorkommen. Insgesamt zeigt dieses Ergebnis eine erhebliche Dynamik bei den handwerklichen Auslandsgeschäften.

Ein ähnliches Ergebnis, wenn auch mit unterschiedlicher Fragstellung, war auch bei einer Umfrage des ZDH aus dem Frühjahr 2000 zu registrieren.¹⁰ Damals antworteten 49,8 %, dass ihr Export in den letzten Jahren gestiegen, und lediglich 15,0 %, dass er gesunken sei.

⁹ <http://www.zdh.de/daten-und-fakten/beschaefigte-umsaetze.html>
(abgerufen am 30.11.2007)

¹⁰ Vgl. Zentralverband des Deutschen Handwerks (2000)

Tafel 3.5: **Veränderung der Auslandsgeschäfte seit 2002***Wie haben sich Ihre Auslandsgeschäfte seit dem Jahr 2002 entwickelt?**ifh Göttingen*

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Es lässt sich also feststellen, dass die handwerklichen Auslandsgeschäfte in den letzten Jahren stark expandiert sind. Folgende Gründe dürften hierfür vor allem verantwortlich sein:

- Aufnahme neuer Mitglieder in die EU (in der 90er Jahren Österreich, Schweden und Finnland, vor wenigen Jahren vor allem zehn Staaten aus Mittel- und Osteuropa, davon 2007 noch Bulgarien und Rumänien),
- Einführung des EURO und Abbau weiterer Exporthemmnisse innerhalb der EU (z.B. Schengener Abkommen),
- Suche nach neuen Marktchancen angesichts einer stagnierenden bzw. rückläufigen Binnennachfrage,
- stärkere Unterstützung der deutschen Handwerksunternehmen bei ihren Auslandsgeschäften von Seiten der Handwerkskammern und der öffentlichen Hände.

Die Handwerkszählung von 1994 fand vor der vorletzten **EU-Erweiterungs-runde** 1995 mit Österreich, Schweden und Finnland statt. Die Aufnahme

Österreichs in die Europäische Union hat den Auslandsgeschäften von Handwerksbetrieben mit diesem Land sehr starke Impulse gegeben. Dies betrifft insbesondere Handwerksunternehmen aus Süd- und Südost-Bayern. Nicht zuletzt hat die am 01. Mai 2004 stattgefundenen letzte Erweiterungsrunde von insgesamt zehn Staaten, vor allem aus Mittel- und Osteuropa, zusätzliche Exportpotenziale eröffnet. Schon im Vorfeld wurden durch die Öffnung und Handelsliberalisierung dieser Staaten seit Anfang der 90er Jahre starke Exportkräfte freigesetzt. Viele deutsche Handwerksbetriebe engagieren sich in diesen Ländern durch die Erbringung von Dienstleistungen oder durch Warenexporte, teilweise aber auch über Niederlassungen, um so die dortigen Märkte zu bearbeiten; in einigen Fällen wird auch eine passive Lohnveredlung vorgenommen.

Als zweites Element kommt die Einführung des **EURO** hinzu, wodurch die Auslandstätigkeit in vielen Fällen nicht unbeträchtlich erleichtert wurde, und wovon auch zusätzliche Impulse auf das Auslandsengagement des deutschen Handwerks ausgegangen sein dürften. Hinzu kommt der Abbau weiterer Exporthemmnisse, so ist z.B. die Aufhebung der Grenzkontrollen durch das Schengener Abkommen.

Infolge der **stagnierenden bzw. rückläufigen Binnennachfrage** und der damit verbundenen Erhöhung dieser Wettbewerbsintensität wurde der Druck auf das Handwerk größer, Marktchancen außerhalb der nationalen Grenzen zu suchen. Erleichtert wurde dies sicher durch die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, wodurch die Transaktionskosten im Außenhandel reduziert werden konnten.

Neben diesen Gründen dürfte auch die **verbesserte Außenwirtschaftsförderung** zum gestiegenen Auslandsengagement der deutschen Handwerksunternehmen beigetragen haben. Dies betrifft in erster Linie die Handwerkskammern, welche die Zahl der Außenwirtschaftsberater in den letzten Jahren erheblich erhöht haben.¹¹ Davon wird ein erheblicher Teil durch Mittel der Länder bzw. der EU bezuschusst. Dadurch war es möglich, in größerem Ausmaß außenwirtschaftliche Beratungen, Außenwirtschaftsveranstaltungen, Unternehmerreisen ins Ausland, spezielle für Handwerksunternehmen zugeschnittene Publikationen (z.B. Länderleitfäden) und vieles mehr anzubieten.

¹¹ Vgl. Müller, K. (2004).

Hilfreich war dabei, dass es gelang, ein erfolgreich arbeitendes bundesweites Netz der Außenwirtschaftsberater zu knüpfen.

Daneben haben sich auch die herkömmlichen Institutionen der Außenwirtschaftsförderung, so vor allem die Auslandshandelskammern (AHKs) und die Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai), dem Handwerk stärker geöffnet und sich auf die besonderen Exportprobleme dieses Wirtschaftsbereichs eingestellt. Mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) wurde die außenwirtschaftliche Kooperation verstärkt.

3.2 Unternehmensgrößen

Ein differenziertes Bild über das Auslandsengagement des Handwerks erhält man, wenn man die Exportanteile nach Unternehmensgrößenklassen (bezogen auf die Zahl der Beschäftigten) differenziert. Aus Tafel 3.6 wird deutlich, dass der Auslandsumsatz mit zunehmender Zahl der Beschäftigten ansteigt. Sind es bei den Kleinstbetrieben mit weniger als 10 Beschäftigten lediglich 0,6 % (1 bis 4 Beschäftigte) bzw. 0,8 % (5 bis 9 Beschäftigte) des Umsatzes, der im Ausland erwirtschaftet wird, so liegt dieser Anteil bei den handwerklichen Großbetrieben mit 50 und mehr Beschäftigten bereits bei 4,0 %. Insgesamt wird damit mehr als 60 % des handwerklichen Auslandsumsatzes von großen Betrieben erzielt. Die Handwerksunternehmen unter 10 Beschäftigten erzielen dagegen weniger als 10 % des gesamten handwerklichen Auslandsumsatzes. Damit konzentriert sich der Auslandsumsatz im Handwerk im Wesentlichen auf handwerkliche Großunternehmen. Allerdings ist diese Dominanz nicht mehr ganz so stark ausgeprägt wie bei der letzten Handwerkszählung im Jahr 1994. Damals entfielen sogar über 67 % des handwerklichen Auslandsumsatzes auf die handwerklichen Großbetriebe.¹²

Aus diesem Ergebnis könnte die Meinung entstehen, dass Auslandsgeschäfte nur für größere Handwerksunternehmen geeignet sind. Dem ist jedoch nicht so. Dies wird deutlich, wenn man sich statt der Umsatzzahlen die Zahl der Handwerksunternehmen, die im Ausland tätig sind, ansieht (vgl. Tafel 3.7). Fast 40 % dieser Unternehmen weisen weniger als 10 Beschäftigte auf. Dies zeigt, dass grundsätzlich auch kleinere Unternehmen ihre Chance im Aus-

¹² Die Verteilung der Umsätze nicht nur auf die Exporte, sondern auch auf die übrigen Absatzzonen zeigt Tafel A3.1 im Anhang. Dort wird ebenfalls ersichtlich, wie viel Prozent der Unternehmen in den einzelnen Absatzzonen tätig sind.

land wahrnehmen. Sogar 3 % der Solohandwerksbetriebe, die sich an der Umfrage 2007 beteiligt hatten, waren im Ausland tätig.

Tafel 3.6: Exportanteile nach Beschäftigtengrößenklassen 2006 und 1994

Zahl Beschäftigte	2006	1994	2006	1994
	(Zeilen-%)		% jeweil. Größenklasse (Spalten-%)	
1	0,6%	0,4%	0,3%	0,2%
2-4	0,6%	0,4%	1,6%	1,4%
5-9	0,8%	0,5%	4,3%	4,2%
10-19	1,6%	0,8%	10,6%	9,2%
20-49	2,8%	1,3%	22,8%	17,8%
50 und mehr	4,0%	3,5%	60,4%	67,2%
GESAMT	2,6%	1,8%	100,0%	100,0%

ifh Göttingen

Quellen: 1994: Handwerkszählung 1995; 2006: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel 3.7: Anteile der Exporteure nach Beschäftigtengrößenklassen

Zahl Beschäftigte	2006	1994	2006	1994
	(Zeilen-%)		% jeweil. Größenklasse (Spalten-%)	
1	3,0%	0,9%	4,6%	3,8%
2-4	4,1%	1,7%	13,1%	18,2%
5-9	6,1%	2,9%	19,9%	25,4%
10-19	10,2%	4,5%	21,7%	23,1%
20-49	21,2%	7,7%	26,2%	18,4%
50 und mehr	26,1%	13,4%	14,5%	11,1%
GESAMT	6,6%	3,1%	100,0%	100,0%

ifh Göttingen

Quellen: 1994: Handwerkszählung 1995; 2006: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Im Vergleich zur Zählung im Jahr 1994 sind die Exporteursanteile in den einzelnen Unternehmensgrößenklassen sämtlich gestiegen. In der Regel hat sich dieser Anteil sogar mehr als verdoppelt. Insbesondere stark war der Anstieg in der Größenklasse von 20 bis 49 Beschäftigten. Hier wurde in der Umfrage 2007 eine Exporteursquote von über 20 % (gegenüber 7,7 % im Jahr 1994) ermittelt.

Die Tatsache, dass es in den letzten Jahren gelungen ist, zunehmend kleinere Unternehmen für Auslandsgeschäfte zu interessieren, zeigt auch die Frage nach der Veränderung des Exportes seit 2002 (vgl. Tafel A3.2 im Anhang). Je kleiner die Handwerksunternehmen sind, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Auslandsgeschäfte erst nach 2002 begonnen worden sind.¹³ Größere Handwerksexporteure waren dagegen meist bereits vor fünf Jahren im Ausland tätig, haben es aber geschafft, seitdem ihre Auslandsumsätze zu erhöhen. Sinkende Auslandsgeschäfte werden über alle Unternehmensgrößenklassen gemeldet. Hier scheint kein eindeutiger Zusammenhang mit der Größe des Unternehmens zu bestehen.

3.3 Gewerbegruppen und Handwerkszweige

Für die sektorale Betrachtung der handwerklichen Auslandstätigkeit wurden die einzelnen Handwerkszweige analog der Konjunkturberichterstattung des ZDH in sieben verschiedene Gewerbegruppen zusammengefasst. Es zeigt sich, dass die Handwerkszweige für den gewerblichen Bedarf mit 5,9 % den mit Abstand am höchsten Auslandsanteil aufweisen. Dieses Ergebnis ist wegen des hohen Technologiegehalts der Güter wenig überraschend; ein entsprechender sektoraler Schwerpunkt war bereits bei der Handwerkszählung 1994 zu beobachten gewesen.¹⁴ Das Ergebnis aus Tafel 3.8, nachdem die Anteile gegenüber 1994 nur geringfügig gestiegen sind, ist allerdings mit Vorsicht zu interpretieren, da, wie bereits in Kapitel 2 erwähnt, bei der Umfrage 2007 wichtige Handwerkskammern fehlten. Insbesondere die exportintensiven handwerklichen Zulieferer und Investitionsgüterhersteller aus Ba-

¹³ Auch ein Teil der Existenzgründer mit (bislang) noch wenig Beschäftigten ist in den letzten Jahren ins Auslandsgeschäft eingestiegen.

¹⁴ Der Vergleich der Gewerbegruppen in der Umfrage 2007 mit der Handwerkszählung 1994 ist problematisch, da die Gruppen unterschiedlich abgegrenzt worden sind. Die Abgrenzung 1994 geschah nach der Wirtschaftszweigsystematik (vgl. Müller, K. 1997, S. 13). Bei der Umfrage 2007 wurden die einzelnen Gewerbegruppen zu verschiedenen Gruppen zusammengezogen. Insbesondere bei den Gesundheitshandwerken und den Handwerken für personenbezogene Dienstleistungen ist ein Vergleich mit 1994 nur mit großen Einschränkungen möglich.

den-Württemberg nahmen nicht an der Umfrage teil. Daher ist zu vermuten, dass mit diesen Betrieben der Anteil noch höher ausgefallen wäre.¹⁵

Tafel 3.8: **Exportanteile nach Gewerbegruppen 2006 und 1994**
Wie teilte sich im Jahr 2006 Ihr Umsatz nach Absatzregionen auf?

Gewerbegruppe	2006	1994	2006	1994
	(Zeilen-%)		% jeweil. Größenklasse (Spalten-%)	
Bauhauptgewerbe	0,8%	0,4%	13,2%	4,6%
Ausbaugewerbe	2,0%	0,6%	31,9%	7,2%
gewerblicher Bedarf	5,9%	5,4%	39,4%	67,8%
Kfz	3,1%	0,7%	12,1%	7,3%
Lebensmittel	0,6%	0,8%	1,4%	3,3%
Gesundheit	0,1%	1,7%	0,5%	7,8%
Personenbezogene Dienstleistungen	0,4%		1,5%	
GESAMT	2,6%	1,8%	100,0%	100,0%

ifh Göttingen

Quellen: 1994: Handwerkszählung 1995; 2006: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Betrachtet man die übrigen Gewerbegruppen, so ist ein Anstieg insbesondere im Ausbaugewerbe und bei den Kfz-Handwerken festzustellen. Dieses Ergebnis ist wenig überraschend. Im Ausbaugewerbe ist der Anstieg insbesondere auf eine Intensivierung des Dienstleistungsexports im grenznahen Raum zurückzuführen. Im Kfz-Gewerbe spielt das Geschäft mit Gebrauchtfahrzeugen und Ersatzteilen insbesondere mit den mittel- und osteuropäischen EU-Beitrittsstaaten eine erhebliche Rolle. In den übrigen Gewerbegruppen ist nur ein geringer oder kein Anstieg zu vermelden, wobei – wie bereits erwähnt – wegen der Unschärfe in der Abgrenzung ein Vergleich nur eingeschränkt möglich ist.¹⁶

¹⁵ Die Ergebnisse unterscheiden sich geringer von den Daten der ZDH-Auswertung. Dies liegt daran, dass hier die genauen Strukturen der jeweiligen Unternehmensgrößenklassen herangezogen werden konnten.

¹⁶ Insbesondere der in Tafel A3.3 im Anhang verzeichnete Rückgang bei den Gesundheitshandwerken und der Handwerke für den personenbezogene Dienstleistungen kommt nur durch eine unterschiedliche Abgrenzung zustande.

Diese unterschiedlichen Zuwächse haben zur Folge, dass die sehr starke Dominanz der handwerklichen Gewerke für den gewerblichen Bedarf, wie sie noch während der Handwerkszählung 1994 vorlag, heute relativiert worden ist. Zwar werden die meisten Auslandsumsätze im Handwerk immer noch in diesem Sektor getätigt, das Ausbaugewerbe liegt jedoch knapp dahinter.

Im Folgenden werden die einzelnen Gewerbegruppen und die dort zusammengefassten Handwerkszweige¹⁷ näher analysiert (vgl. Tafel A3.4 im Anhang). Das **Bauhauptgewerbe** ist überwiegend nah und regional orientiert. Jenseits von 100 km, aber innerhalb des Bundesgebietes wird ein Umsatz von etwa 5 bis gut 10 % erwirtschaftet. Der Auslandsanteil liegt bei allen Handwerkszweigen um die 1 %. Hierbei dürfte es sich primär um Betriebe aus dem grenznahen Raum handeln.

Innerhalb des **Ausbaugewerbes** stellen die Stuckateure mit einem Auslandsanteil von 5 % eine Ausnahme dar. Diese Unternehmen bieten spezielle Leistungen im Renovierungsbereich an, die auch gern jenseits der deutschen Grenzen nachgefragt werden. Darüber hinaus weisen auch die Glaser, Tischler und Elektrotechniker nicht unbeträchtliche Auslandsumsätze auf. Insgesamt sind aber auch diese Zweige überwiegend nah und regional orientiert.

Die stärksten Auslandsumsätze finden sich bei den **Handwerken für den gewerblichen Bedarf** und hier insbesondere bei den Feinwerkmechanikern, abgeschwächt auch bei den Elektromaschinenbauern, den Schilder- und Lichtreklameherstellern sowie den Landmaschinenmechanikern. In diese Gruppe fallen aber auch Gewerke, bei denen Auslandsumsätze nur eine untergeordnete Rolle spielen wie Gebäudereiniger und Informationstechniker. Hier handelt es sich um Handwerkszweige, die primär Dienstleistungen für den gewerblichen Bedarf anbieten. Bis auf diese beiden Zweige sind die übrigen Zweige auch sehr stark im übrigen Bundesgebiet tätig. Trotz dieses starken überregionalen und Auslandsabsatzes liegt aber auch bei diesen Handwerkszweigen der Umsatzschwerpunkt immer noch im regionalen Bereich.

¹⁷ Die Ergebnisse für die einzelnen Zweige konnten nicht gewichtet werden, da hierfür die Datenbasis nicht ausreichte.

Bei den **Kfz-Handwerken** sind es primär die Karosserie- und Fahrzeugbauer, mit Einschränkung auch die Kfz-Techniker, die im Ausland aktiv sind. Der Grund für den Export ist jedoch unterschiedlich. Während es sich bei den Kfz-Technikern primär um den bereits erwähnten Gebrauchtwagen- und Ersatzteileexport nach Mittel- und Osteuropa handelt, liefern die Karosserie- und Fahrzeugbauer in erster Linie Spezialfahrzeuge (z.B. Sicherheitsfahrzeuge) im Investitionsgüterbereich ins Ausland.

Bei den **Nahrungsmittel- oder Lebensmittelhandwerken** dominiert eindeutig der Nahbereich. Etwa 90 % des Umsatzes wird hier erwirtschaftet. Lediglich die Fleischer liefern ihre Produkte in etwas stärkerem Ausmaß auch über größere Entfernungen. Auslandsumsätze kommen nur in Ausnahmefälle vor.

Dies gilt auch für die **Gesundheitshandwerke**, bei denen lediglich die Orthopädietechniker häufiger im Ausland aktiv sind. Auch bei diesen Handwerkszweigen dominiert mit über 80 % der Absatz innerhalb von 30 km. Besonders hoch ist der Nahabsatz bei den Augenoptikern.¹⁸

Die **Handwerke für personenbezogene Dienstleistungen** sind auch überwiegend im Nahbereich tätig, wobei die Textilreiniger, Fotografen, Uhrmacher und Damen- bzw. Herrenschneider auch etwas größere Umsätze im überregionalen Bereich tätigen. Auslandsumsätze kommen nur in Ausnahmefällen vor, am ehesten noch bei den Fotografen und den Schuhmachern.

Betrachtet man den Anteil der **Exporteure** statt der Umsatzanteile ergibt sich ein ähnliches Bild. Bei allen Gewerbegruppen ist der Anteil derjenigen Betriebe, die im Ausland tätig sind, erheblich gestiegen. An der Spitze liegen auch hier die Handwerke für den gewerblichen Bedarf vor dem Kfz-Handwerk und dem Ausbaugewerbe (vgl. Tafel 3.9). Insgesamt kommt gut ein Drittel der handwerklichen Exporteure von den Handwerken für den gewerblichen Bedarf und ein ähnlich großer Anteil aus dem Bauhaupt- und Ausbaugewerbe. Bei den Lebensmittel- und Gesundheitshandwerken sowie bei den

¹⁸ Zu den Gesundheitshandwerken zählen grundsätzlich auch die Chirurgiemechaniker, die jedoch in der Erhebung wegen ihrer geringen Anzahl nicht berücksichtigt worden sind. Diese Betriebe weisen nach den Daten der Handwerkszählung 1995 einen sehr hohen Export auf, vgl. Müller, K. (1997), S. 24.

Handwerken für personenbezogene Dienstleistungen sind Exporteure nach wie vor relativ selten.¹⁹

Tafel 3.9: **Anteile der Exporteure nach Gewerbegruppen¹⁾**

Gewerbegruppe	2006	1994	2006	1994
	(Zeilen-%)		% jeweil. Größenklasse (Spalten-%)	
Bauhauptgewerbe	3,8%	1,4%	9,8%	19,0%
Ausbaugewerbe	6,6%		28,8%	
gewerblicher Bedarf	19,8%	7,6%	34,9%	48,4%
Kfz	19,6%	5,6%	20,4%	15,6%
Lebensmittel	3,1%	0,8%	2,3%	2,0%
Gesundheit	2,4%	2,1%	1,1%	14,9%
Personenbezogene Dienstleistungen	2,9%		2,7%	
GESAMT	6,6%	3,1%	100,0%	100,0%

ifh Göttingen

1) Die Vergleichbarkeit der Gewerbegruppen 1994 und 2006 ist nur bedingt gegeben.

Quellen: 1994: Handwerkszählung 1995; 2006: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Von allen Handwerkszweigen sind die Feinwerkmechaniker am stärksten international ausgerichtet. Über 40 % dieser Firmen sind auch jenseits der deutschen Grenzen tätig (vgl. Tafel A3.5 im Anhang). Danach folgen die Landmaschinenmechaniker vor den Schilder- und Lichtreklameherstellern. Insgesamt 11 Handwerkszweige weisen eine Exportquote von mehr als 10 % auf. Meist sind dies Handwerke für den gewerblichen Bedarf und Kfz-Handwerke, Mit den Stuckateuren ist auch ein Ausbauhandwerk und mit den Konditoren ein Lebensmittelhandwerk dabei.

Betrachtet man die Entwicklung in den Jahren seit 2002 genauer, so zeigt sich, dass im Bauhauptgewerbe, teilweise auch im Ausbaugewerbe relativ viele Unternehmen in den letzten Jahren erstmalig in den Export eingestiegen sind. Betriebe des gewerblichen Bedarfs und Kfz-Handwerke waren

¹⁹ Die jeweiligen Umsatzanteile, welche die Unternehmen in den einzelnen Entfernungsräumen erzielen, sowie der Anteil der Unternehmen, die dort jeweils tätig sind, finden sich in Tafel A3.3 im Anhang.

meist schon vorher im Ausland tätig, haben jedoch ihre Auslandsumsätze seitdem gesteigert (vgl. Tafel A3.6 im Anhang). Vergleichsweise wenig getan hat sich dagegen bei den wenigen Betrieben der Lebensmittel- und Gesundheitshandwerke. Diejenigen Unternehmen, die im Ausland tätig sind, haben ihre Umsatzanteile weder steigern können, noch sind die gesunken.

3.4 Regionale Gesichtspunkte

Eine regionale Analyse der Auslandsgeschäfte im deutschen Handwerke ist nur begrenzt möglich da sich – wie bereits erwähnt – nur gut die Hälfte der Handwerkskammern an der Umfrage beteiligt hat. Die Teilnehmerkammern waren zudem sehr ungleich über den Raum verteilt. Große Handwerkskammern mit wahrscheinlich hohem Exportanteil fehlten, dafür waren die neuen Bundesländer überrepräsentiert. Aus diesem Grund ist kein Ergebnis sowohl für die einzelnen Bundesländer als auch eine Differenzierung nach Ost- und Westdeutschland sinnvoll. Die Analyse beschränkt sich daher auf diejenigen Handwerkskammern, die an der Umfrage teilgenommen haben. Aber auch hier sind die Ergebnisse mit Vorsicht zu interpretieren, denn bei einem Teil der Handwerkskammern basieren die Ergebnisse auf weniger als 200 Unternehmen. Bei einer so geringen Anzahl ist das verwendete Gewichtungsverfahren problematisch. Eine Gewichtung des Anteils der Exporteure konnte überhaupt nicht stattfinden. Daher sind die Exportanteile, die in Tafel A3.7 im Anhang ebenso wie die Umsatzanteile abgebildet werden, jeweils etwas zu hoch.

Trotz dieser Einschränkungen vermitteln die Ergebnisse der Umfrage einen ersten Eindruck über regionale Schwerpunkte beim handwerklichen Auslandsgeschäft. So liegt die höchste Exportquote im Handwerkskammerbezirk Trier mit 7,5 % vor. Dieses Ergebnis ist wenig erstaunlich, da bekannt ist, dass der luxemburgische Markt für deutsche Handwerksunternehmen sehr attraktiv ist und dieser intensiv von Firmen aus dem Raum Trier bearbeitet wird. Derzeit ist etwa jeder dritte Handwerksbetrieb aus der Region Trier im Ausland tätig. Ähnlich sind auch die hohen Werte der Handwerksunternehmen aus dem Saarland zu interpretieren. Diese liegen mit einer Exportquote von 5,4 % bzw. einer Exporteursquote von gut 25 % allerdings etwas niedriger. Weitere hohe Exportquoten wurden in den Handwerkskammerbezirken Oldenburg, Aachen, Schwaben, Flensburg und Dresden erzielt. Dies sind bis auf den Bezirk Oldenburg sämtlich Bezirke, die an das Ausland grenzen, was den grenznahen Handwerksunternehmen bei ihren Auslandsgeschäften zugute kommt. In der Umfrage tauchen aber auch einige Binnenlandkam-

mern mit relativ hohen Exportquoten auf, bspw. die Handwerkskammer Halle (Saale), Hildesheim-Süd-niedersachsen, Rhein-Main oder Mittelfranken. Teilweise liegt dies daran, dass die zugrunde liegende Auswahl der Unternehmen nicht repräsentativ war.²⁰

Relativ gering ist der Auslandsumsatz bei einigen Kammern in den neuen Bundesländern, z.B. Cottbus, Potsdam, Erfurt dazu im früheren Bundesgebiet die Bezirke Braunschweig und überraschender Weise Hamburg. Im letzteren Kammerbezirk könnte dies evtl. damit zusammenhängen, dass hier für den Export bestimmte Produkte relativ häufig an Exporthäuser abgesetzt und Auslandsgeschäfte daher nicht als solche erfasst werden.

Die Exporteursquoten in den einzelnen Kammerbezirken entsprechen im Allgemeinen den Exportquoten wenn auch auf einem höheren Niveau. Die höchsten Werte werden in der Region Trier vor dem Saarland, Aachen, Dresden, Schwaben und Flensburg erreicht.²¹

3.5 Zielländer

Detaillierte Aussagen zu der Zielrichtung der handwerklichen Auslandsumsätze sind nicht einfach zu ermitteln. Auch hier liegen keine Daten der amtlichen Statistik vor.²² Andererseits wären die Unternehmen in der Umfrage überfordert, konkrete Umsatzanteile mit den einzelnen Absatzländern zu benennen.²³ Daher wurde sich darauf beschränkt, einerseits Länderblöcke zu bilden und andererseits die Unternehmen zu fragen, in welche dieser Blöcke sie ihre Produkte und Leistungen im Jahr 2006 geliefert haben. So erhält man zwar kein Ergebnis über Umsatzanteile mit einzelnen Ländern, jedoch Informationen darüber, in welche Regionen die Handwerksexporte am häu-

²⁰ z.B. Handwerkskammer Halle (Saale). Hier gingen in die Auswertung nur Unternehmen aus den Handwerken für den gewerblichen Bedarf und dem Baugewerbe ein.

²¹ Der hohe Wert für Ostfriesland ist mit Vorsicht zu interpretieren, da hier die Erhebung nur auf 40 Unternehmen beruht.

²² Daten über die Zielländer der deutschen Exporte sind grundsätzlich der Außenhandelsstatistik zu entnehmen. In dieser Statistik wird jedoch nicht nach Handwerks- und Industrieprodukten unterschieden, so dass von dort her keine Daten über die Richtung des handwerklichen Exportes zur Verfügung stehen.

²³ Außerdem wäre bei den relativ geringen Fallzahlen eine Gewichtung kaum möglich.

figsten gehen. Die einzelnen Länderblöcke umfassen zum einen die EU-15, also die "alten" EU-Ländern vor der Erweiterungsrunde 2004, die neuen EU-Mitgliedsländer aus Mittel- und Osteuropa, die 2004 bzw. 2007 (Bulgarien, Rumänien) der EU beigetreten sind, die übrigen Länder aus Europa (vor allem Schweiz und Norwegen, aber auch die Nachfolgestaaten der Sowjetunion und Jugoslawiens²⁴), Amerika (sowohl Nord- als auch Südamerika), Asien (vor allem arabische Staaten, Fernost) und die sonstigen Länder (Afrika, Ozeanien).

Etwa fünf von sechs handwerklichen Exporteuren haben ihre Güter und Leistungen in die Staaten der EU-15 geliefert (vgl. Tafel 3.10). Damit stellen die "alten" EU-Länder die mit Abstand wichtigste Ländergruppe dar. Danach folgen die neuen EU-Mitgliedsstaaten und mit geringem Abstand die übrigen europäischen Staaten mit jeweils etwa einem Drittel der Betriebe.²⁵ Die Staaten außerhalb Europas haben demgegenüber eine weitaus geringere Bedeutung. Immerhin hat jedoch etwa jeder zehnte Betrieb auch hier Auslandserfolge aufzuweisen. Dabei liegen die asiatischen Staaten knapp vor den Ländern Amerikas, wobei hier die USA die dominierende Rolle spielen dürften.

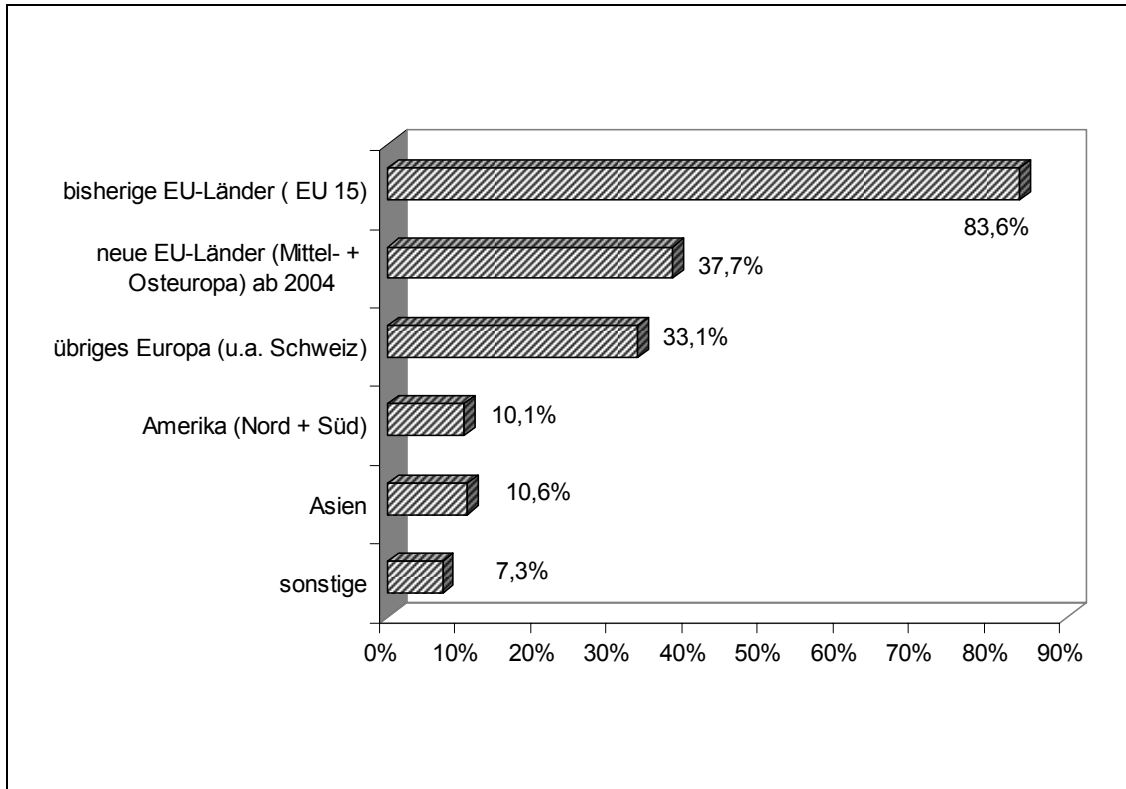
Innerhalb der **EU-15-Staaten** lassen sich aus der bereits erwähnten großen Bedeutung des grenznahen Raums schon Schwerpunkte einer handwerklichen Auslandstätigkeit innerhalb dieser Gemeinschaft ableiten. Der größte Teil des handwerklichen Auslandsengagements spielt sich dementsprechend mit Frankreich, Luxemburg, Belgien, Niederlande, Dänemark und Österreich ab, wobei die Handwerksunternehmen aus den benachbarten Handwerkskammern die größten Exporterfolge aufweisen dürften. Neben der gemeinsamen Grenze und den damit verbundenen relativ kurzen Distanzen dürften auch sprachliche und kulturelle Gemeinsamkeiten zu diesen Ländern insgesamt oder zu Teilregionen (z.B. Elsass-Lothringen, Eupen-Malmedy) positive Auswirkungen auf die handwerkliche Auslandstätigkeit haben.

²⁴ Mit Ausnahme Sloweniens, das nunmehr zur EU gehört.

²⁵ Die prozentualen Werte weichen von den Angaben des ZDH ab. Dies liegt daran, dass als Basis die Zahl der auf diese Frage antwortenden Betriebe genommen wurde, während der ZDH als Basis die Zahl sämtlicher Exporteure herangezogen hat.

Tafel 3.10: **Zielländer der Exporteure**

*Falls Sie Auslandsgeschäfte tätigen, in welchen Regionen/Ländern?
(Mehrfachnennungen möglich)*



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Bezogen auf den Anteil des Imports von Handwerks Gütern und –leistungen aus Deutschland am Gesamtimport eines Landes dürfte **Luxemburg** mit Abstand von allen Ländern an der Spitze liegen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass in Luxemburg derzeit eine sehr große Nachfrage nach handwerklichen Leistungen, insbesondere im Bausektor, besteht, die von den einheimischen Handwerksbetrieben nicht befriedigt werden kann. Davon profitieren besonders stark die Handwerksunternehmen aus dem Kammerbezirk Trier, aber auch aus dem Bezirk Aachen und dem Saarland.

In den letzten Jahren haben sich im **Norden Europas** wichtige Märkte für das deutsche Handwerk entwickelt. So hat in Skandinavien und auch auf den britischen Inseln die Nachfrage nach deutschen Handwerksprodukten und –leistungen erheblich zugenommen. Ursächlich hierfür war die Qualität der handwerklichen Angebote aus Deutschland, aber auch die verbesserte preis-

liche Wettbewerbsfähigkeit. Außerdem haben diese Länder viele Handelshemmnisse abgebaut (vor allem Dänemark).

Aber auch die EU-Staaten Südeuropas, insbesondere Spanien und Italien, und hier vor allem der norditalienische Raum, sind als Auslandsmärkte für die deutschen Handwerksbetriebe von nicht unerheblicher Bedeutung, wobei sich in den spanischen Urlaubsregionen inzwischen viele deutsche Handwerker niedergelassen haben.

Beim Auslandsumsatz mit den **neuen Mitgliedsstaaten aus Mittel- und Osteuropa** ergibt sich keine klare Tendenz. Sicher dürfte sein, dass sich seit der Liberalisierung und Öffnung dieser Staaten in den 90er Jahren und insbesondere in der Zeit kurz vor dem EU-Beitritt starke Impulse für den handwerklichen Export ergeben haben. Nach dem Beitritt berichten viele Kammern, insbesondere aus dem Westen Deutschlands, von einem nachlassenden Interesse der Handwerksunternehmen an diesen Ländern. Dies dürfte primär mit der relativ großen Entfernung zusammenhängen.

Größer ist das Engagement dagegen in den östlichen Grenzlandkammern sowie auch im Norden Deutschlands (vor allem Niedersachsen). Erst seit kurzem wird wieder stärker über eine Zunahme der handwerklichen Auslandstätigkeit berichtet. Dies dürfte für Polen, dem wichtigsten dieser Märkte, mit der Aufhebung der Dienstleistungsbeschränkungen Anfang 2007 zu tun haben. Darüber hinaus haben sicherlich auch die verbesserte Wettbewerbssituation der deutschen Firmen in Folge des Facharbeitermangels in Polen und die damit gestiegenen Löhne sowie die nach wie vor größere Produktivität der deutschen Handwerker eine Rolle gespielt. Darüber hinaus ist hier eine zwar kleine, aber durchaus zahlungskräftige Bevölkerungsschicht herangewachsen, welche die deutschen Handwerksleistungen sehr zu schätzen weiß.

Außer auf dem polnischen Markt sind die deutschen Handwerksbetriebe in größerer Anzahl in Tschechien, Ungarn und darüber hinaus in Slowenien und der Slowakei aktiv. Die baltischen Staaten fallen bislang wegen ihrer geringen Größe etwas ab. Zukünftig dürften auch die neuesten Mitgliedsstaaten, Rumänien und Bulgarien, eine größere Rolle spielen. Darüber hinaus ist anzunehmen, dass der Außenhandel mit diesen Ländern durch deren Beitritt zum Schengener Abkommen Ende 2007 weitere Impulse bekommt.

Von den europäischen Staaten außerhalb der EU spielt als Absatzmarkt für deutsche handwerkliche Produkte und Leistungen die **Schweiz** die heraus-

ragende Rolle. Gründe hierfür sind die gemeinsame Grenze sowie sprachliche und kulturelle Ähnlichkeiten. Zudem sind die restriktiven Schweizer Bestimmungen in der letzten Zeit gelockert worden. Davon dürften insbesondere Handwerksunternehmen aus dem südwestdeutschen Raum profitieren. Aber auch aus anderen deutschen Regionen (z.B. Westdeutschland, Bayern, Sachsen) sind Exporterfolge in die Schweiz zu vermelden. In der Schweiz weisen die deutschen Handwerker auch erhebliche preisliche Wettbewerbsvorteile auf. Als weitere europäische Staaten weisen **Norwegen** und auch die südosteuropäischen Länder für die Auslandstätigkeit deutscher Handwerksbetriebe eine steigende Relevanz auf.

Diejenigen Handwerksunternehmen, die weltweit tätig sind, haben sich meist auf Nischenmärkte spezialisiert und haben dort weltweit häufig nur wenig Konkurrenz. Beispiele für Handwerksbranchen, deren Unternehmung Weltgeltung besitzen, sind neben den Zulieferern vor allem die Orgelbauer, Musikinstrumentenmacher, Chirurgiemechaniker (Herstellung von medizintechnischen Geräten), Fahrzeug- und Karosseriebauer (z.B. Sicherheitsfahrzeuge), Bootsbauer (vor allem Sportboote) und die Kunsthandwerker.

Differenziert man die Ergebnisse nach **Beschäftigtengrößenklassen**, so ist es wenig überraschend, dass die größeren Betriebe in mehr Ländergruppen tätig sind als die kleineren (vgl. Tafel A3.8 im Anhang). Eine Ausnahme stellen lediglich die "alten" EU-Länder dar. Hier sind die Unterschiede gering. In allen Größengruppen weisen etwa 80 bis 90 % der Exporteure aus dem Handwerk Geschäftsbeziehungen in die EU-15 auf.

Größer sind die Unterschiede zwischen den einzelnen **Gewerbegruppen**. Zwar dominieren in allen Gruppen die Märkte in den "alten" EU-Ländern, aber schon bzgl. der neuen Mitgliedsstaaten aus Mittel- und Osteuropa sind die Unterschiede erheblich. Diese Länder haben für die Kfz-Handwerke dank des regen Gebrauchtwagen- und Fahrzeugteileexportes eine erhebliche Bedeutung. Die wenigen Lebensmittelhandwerke und Handwerke aus den personenbezogenen Dienstleistungen, die im Ausland tätig sind, sind relativ häufig im übrigen Europa sowie in Amerika und auch in Asien aktiv. Dies zeigt, dass auch aus diesen Gruppen Nischenanbieter kommen, die weltweit wettbewerbsfähig sind. Dagegen sind Unternehmen aus dem Ausbau- und insbesondere aus dem Bauhauptgewerbe nur in Ausnahmefällen außerhalb der europäischen Staaten tätig. Die Handwerke für den gewerblichen Bedarf sind grundsätzlich weltweit tätig. Von allen Gruppen weist diese Gruppe das breiteste Länderspektrum auf.

3.6 Art der Auslandsgeschäfte

Auslandsgeschäfte können grob danach unterschieden werden, ob Güter ins Ausland exportiert oder ob jenseits der deutschen Grenze Werk- bzw. Dienstleistungen erbracht werden. Bezogen auf das Handwerk zählen zu letzter Gruppe vor allem Umsätze des Bauhaupt- und des Ausbaugewerbes. Die Unterscheidung zwischen Güter- und Dienstleistungsexport fällt allerdings nicht immer einfach, da vielfach Güter mit ergänzenden Dienstleistungen kombiniert verkauft werden. So muss bspw. häufig eine gelieferte Maschine im Ausland noch montiert bzw. installiert werden.

Bislang gab es keinerlei statistische Daten darüber, welche Bedeutung der Dienstleistungsexport für das Handwerk aufweist. Wegen der erwähnten häufig vorkommenden Kombination von Gütern und Leistungen erschien es nicht angebracht, in der Umfrage konkret eine entsprechende Aufteilung der Exportumsätze zu ermitteln. Daher wurden die exportierenden Unternehmen lediglich gefragt, ob sie überwiegend Güter exportieren oder ob sie überwiegend Werk- bzw. Dienstleistungen im Ausland erbringen. Das Ergebnis fiel fast gleich aus. Etwas mehr, nämlich 53 % der Unternehmen gaben an, überwiegend Güter zu exportieren (vgl. Tafel 3.11). 47 % erbringen dagegen überwiegend Werk- oder Dienstleistungen im Ausland. Leider liegt keine entsprechende Zahl für die Gesamtwirtschaft vor. Aus der Zahlungsbilanzstatistik geht jedoch hervor, dass 87 % Exporte auf Waren und 13 % auf Dienstleistungen beruhen.²⁶ Zwar ist diese Statistik aus methodischen Gründen nicht mit der Frage in der Handwerkserhebung vergleichbar, dennoch lässt sich wegen der erheblichen Größenunterschiede der Schluss ziehen, dass Handwerksunternehmen vergleichsweise häufig Dienstleistungen ins Ausland exportieren. Dieses Ergebnis wird im Übrigen auch durch die Außenwirtschaftsberater der Handwerkskammern bestätigt.

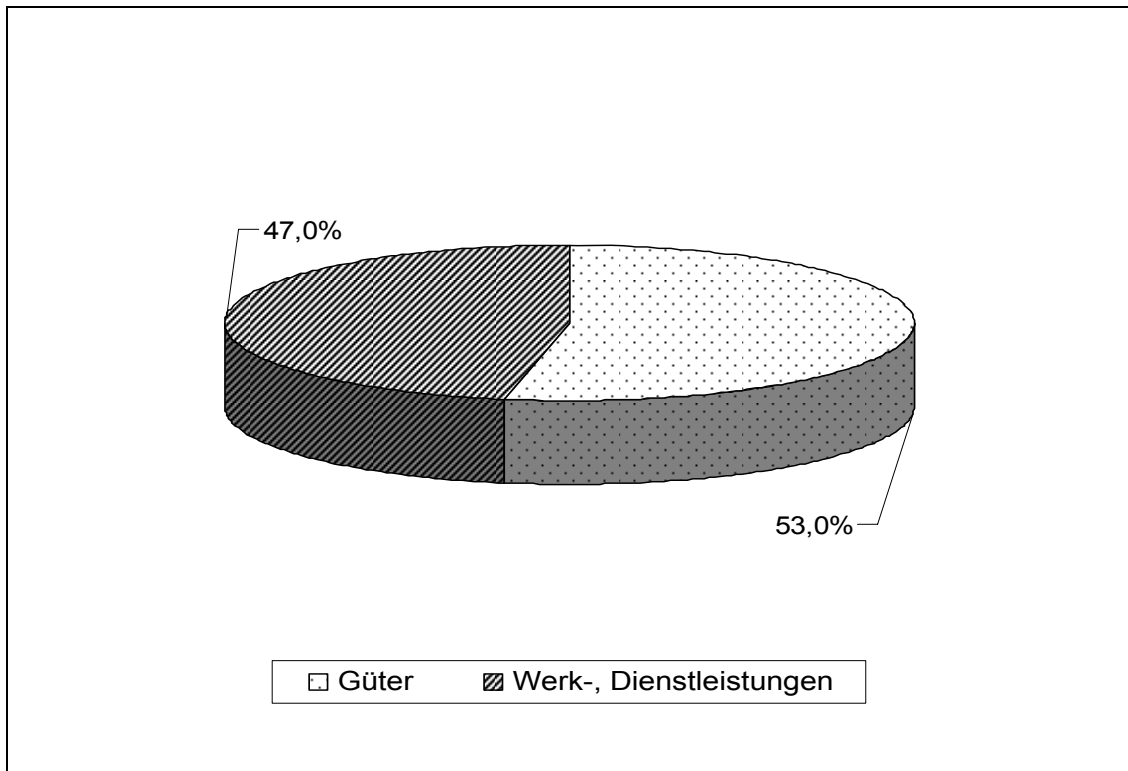
Die große Dienstleistungsexportorientierung bei Auslandsgeschäften bringt erhebliche Probleme mit sich. Denn unzweifelhaft ist die Erbringung von Dienstleistungen im Ausland insbesondere wegen des zu beachtenden Steuer-, Gewerbe- und Arbeitsrechts weitaus schwieriger zu bewerkstelligen als ein reiner Warenexport, der zudem meist über einen Spediteur läuft. Hier liegt neben der geringen Betriebsgröße der meisten Handwerksunternehmen

²⁶ Eigene Berechnung aufgrund der Zahlungsbilanzstatistik, vgl. Statistisches Bundesamt (2007), S. 663.

sicher ein weiterer Grund dafür, dass im Handwerk noch längst nicht das gesamte Exportpotenzial ausgeschöpft ist.

Tafel 3.11: **Art der Auslandsgeschäfte nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen**

Exportieren Sie überwiegend Güter oder führen Sie überregional Werk- oder Dienstleistungen (z.B. Bau, Ausbau) im Ausland durch?



ifh Göttingen

Differenziert man das Ergebnis nach **Beschäftigtengrößenklassen** wird deutlich, dass Werk- oder Dienstleistungen eher von kleineren Unternehmen erbracht werden (vgl. Tafel A3.8 im Anhang). Dagegen liefern etwa zwei Drittel der größeren Handwerksunternehmen überwiegend Güter ins Ausland.

Erhebliche Unterschiede gibt es bei den einzelnen **Gewerbegruppen**. Wenig überraschend ist, dass im Baugewerbe und mit Abstrichen auch im Ausbaugewerbe fast ausschließlich Werk- oder Dienstleistungen jenseits der deutschen Grenze getätigt werden. Anders sieht es dagegen im Lebensmittel- und im Kfz-Handwerk aus, wo entsprechend der Leistungsstruktur in diesen Handwerken fast ausschließlich Güter verkauft werden. Ebenfalls dominie-

rend ist der Güterexport bei dem Handwerk für den gewerblichen Bedarf, wobei gerade hier häufig eine Kombination von Gütern und Dienstleistungen vorkommt. Auslandsgeschäfte bei den Gesundheitshandwerken und den Handwerken für personenbezogene Dienstleistungen kommen relativ selten vor. Wenn dies der Fall ist, dann überwiegt auch hier der Dienstleistungsexport.

Der Export von Gütern oder die Erbringung von Dienstleistungen ist auch in hohem Maße vom **Standort** des Unternehmens abhängig. Bei Dienstleistungen ist ein direkter Kontakt mit den Kunden notwendig, Meist findet die Leistungserbringung vor Ort statt (standortungebundene Dienstleistungen). Dies ist häufig im Baugewerbe der Fall. Deshalb ist es wenig erstaunlich, dass der Dienstleistungsexport eher im grenznahen Raum stattfindet (vgl. Tafel A3.10 im Anhang). Daher überwiegt diese Art von Exportgeschäften in den Kammerbezirken Trier, Ostmecklenburg-Vorpommern, Cottbus und Saarland bei weitem. Der reine Warenexport dominiert dagegen bei den handwerklichen Exporteuren im Binnenland.

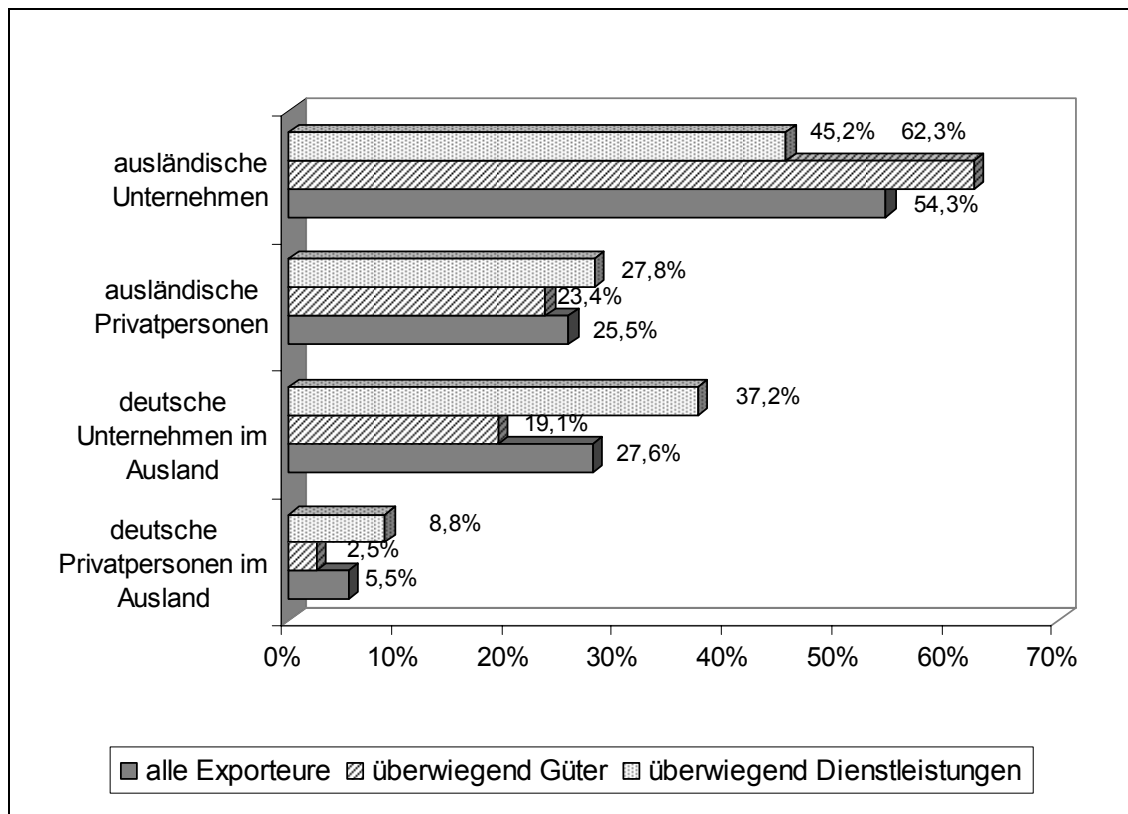
3.7 Abnehmergruppen

Üblicherweise erfolgen Auslandsgeschäfte, indem ein einheimisches Unternehmen seine Güter oder Leistungen an ein Unternehmen aus dem Ausland absetzt. Aus den Gesprächen mit den Außenwirtschaftsberatern der Handwerkskammern ist jedoch bekannt, dass diese Vorgehensweise im Handwerk relativiert werden muss, da es bspw. häufiger vorkommt, dass größere deutsche Unternehmen, insbesondere bei speziellen Leistungen im Ausbaubereich, ihre "deutschen Handwerker" mit ins Ausland nehmen (sog. Huckepackverfahren). Daher ist der Abnehmer im Ausland häufig auch ein deutsches Unternehmen. Daneben tätigen viele Exporteure auch direkt Geschäfte mit Privatpersonen, seien es Ausländer oder auch Deutsche, die sich im Ausland niedergelassen haben. Bei den ausländischen Privatpersonen dürften deutsche Handwerksunternehmen in erster Linie Dienstleistungen im Ausland erbringen (Baubereich). Deshalb ist die Bedeutung im grenznahen Raum auch größer. Eine geringe Rolle spielt dagegen der Absatz von Produkten oder Dienstleistungen an Ausländer im Inland. Das kommt insbesondere im grenznahen Bereich oder in Tourismusgebieten vor.

Um zu erfahren, welche Bedeutung diese speziellen Abnehmergruppen für das Handwerk aufweisen, wurde eine entsprechende Frage in die Außenwirtschaftserhebung mit aufgenommen. Es zeigt sich, dass – wie nicht an-

ders zu erwarten – ausländische Unternehmen die mit Abstand wichtigste Abnehmergruppe darstellen (vgl. Tafel 3.12). Über 50 % der handwerklichen Exporteure setzen ihre Produkte oder Leistungen an diese Abnehmergruppe ab. Danach folgen jedoch bereits mit über einem Viertel der Betriebe deutsche Unternehmen, die im Ausland tätig sind. Eine fast ähnliche Größenordnung weisen ausländische Privatpersonen auf, die sich direkt an deutsche Handwerksunternehmen wenden. Als letzte Gruppe folgen die deutschen Privatpersonen im Ausland. Aber immerhin 5,5 % aller deutschen Handwerksunternehmen tätigen so Auslandsgeschäfte mit dieser Abnehmergruppe.

Tafel 3.12: **Abnehmer der handwerklichen Exporte**
(Mehrfachnennungen möglich)



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Differenziert man dieses Ergebnis danach, ob überwiegend Güter oder überwiegend Werk- und Dienstleistungen im Ausland abgesetzt werden, kommt im **Warenverkehr** dem Absatz an ausländische Unternehmen die mit

Abstand größte Bedeutung zu. Das Huckepackverfahren spielt hier nur eine relativ geringe Rolle und liegt mit knapp 20 % sogar hinter dem Absatz an ausländische Privatpersonen zurück. Anders sieht das Bild aus, wenn nur die Unternehmen betrachtet werden, die überwiegend **Werk- oder Dienstleistungen** im Ausland erbringen. Diese Unternehmen arbeiten fast genauso häufig mit deutschen Firmen, die im Ausland tätig sind, zusammen, wie mit ausländischen Unternehmen (37 zu 45 %). Auch der Absatz an Privatpersonen, seien es Ausländer oder auch Deutsche im Ausland, liegt über dem jeweiligen Gesamtergebnis.

Dieses Ergebnis weist bereits indirekt daraufhin, dass die dienstleistungsinintensiven Bauhandwerke häufig mit deutschen Unternehmen ins Ausland gehen. In der Tat haben insbesondere im Ausbaugewerbe die im Ausland tätigen deutschen Unternehmen als Abnehmergruppe für diese Betriebe die größte Bedeutung (vgl. Tafel A3.11 im Anhang). Aber auch deutsche Privatpersonen, die sich im Ausland angesiedelt haben, weisen als Kunden ein nicht unerhebliches Gewicht auf, da diese das Vertrauensverhältnis zu ihrem Handwerker zu schätzen wissen.

Kfz-Handwerker setzen ihre Gebrauchtwagen und Kfz-Teile häufig direkt an Endkunden im Ausland ab. Teilweise geschieht dies auch in Kombination mit entsprechenden Dienstleistungen.

Bei den Handwerken für den gewerblichen Bedarf spielt der Absatz an Privatpersonen naturgemäß nur eine nebensächliche Rolle. Hier sind erwartungsgemäß die ausländischen Unternehmen die größten Abnehmer. Aber auch hier ist das Huckepackverfahren nicht unbedeutend.²⁷

Differenziert man das Ergebnis nach den einzelnen Beschäftigtengrößenklassen, zeigen sich kaum eindeutige Zusammenhänge (vgl. Tafel A3.12 im Anhang). Sicher kommt der Absatz an Privatpersonen, seien es Ausländer oder seien es Deutsche, bei kleinen Betrieben etwas häufiger als bei größeren Betrieben vor. Den Weg über das Huckepackverfahren mit deutschen Unternehmen ins Ausland scheinen tendenziell eher größere Betriebe zu gehen. Darüber hinaus sind keine weiteren Aussagen möglich.

²⁷ Die Ergebnisse für die drei wenig exportintensiven Gewerbegruppen (Lebensmittel-, Gesundheitshandwerke und Handwerke für persönliche Dienstleistungen) konnten wegen der geringen Zahl der Exporteure nicht ausgewertet werden

4. Exportpotenzial

4.1 Exportbereitschaft

Im vorherigen Kapitel wurde deutlich, dass die Zahl der Exporteure im deutschen Handwerk in den letzten Jahren erheblich gestiegen ist. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob noch weitere Handwerksunternehmen für Auslandsgeschäfte in Frage kommen, ob also ein Exportpotenzial besteht. Aus der Umfrage lassen sich verschiedene Ansatzmöglichkeiten finden, um die Größenordnung eines solchen Potenzials näher bestimmen zu können:

- Ermittlung der Exportbereitschaft durch eine Frage an die Unternehmen nach ihrer möglichen Exportplanung,
- Ermittlung der Exportfähigkeit durch eine Analyse der Entfernungen des handwerklichen Absatzes,
- Ermittlung der Gründe, weshalb Handwerksunternehmen bislang nicht im Ausland tätig sind.

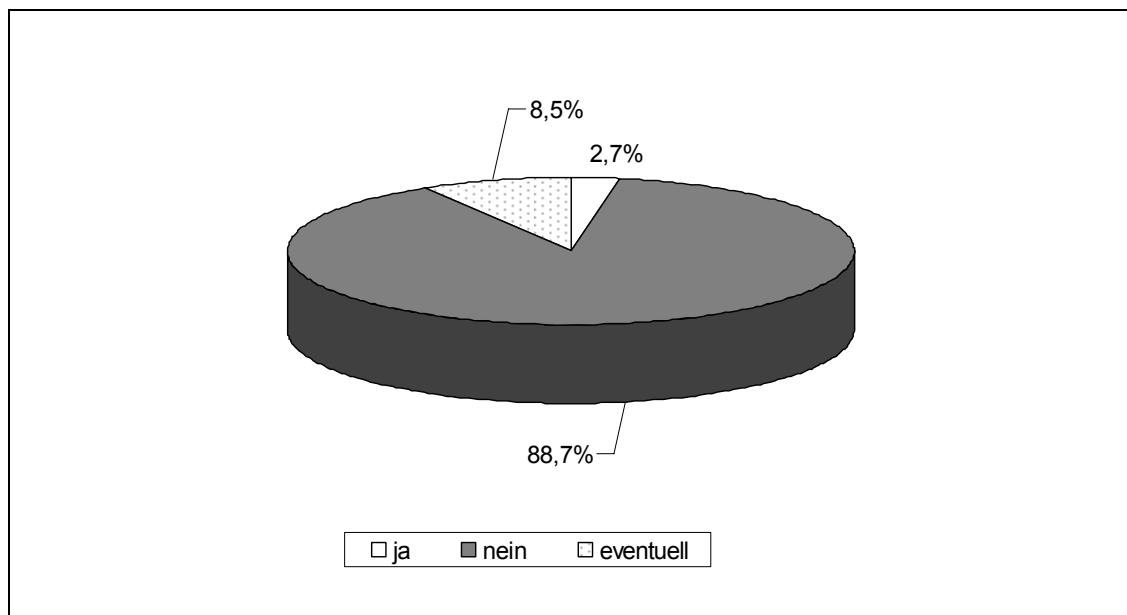
Im Folgenden wird auf diese Ansatzpunkte einzeln eingegangen. Zur Ermittlung der Exportbereitschaft wurden die bislang noch nicht im Ausland tätigen Handwerker gefragt, ob sie planen, in Zukunft zu exportieren. 2,7 % der antwortenden Unternehmen beantworteten diese Frage mit "ja" und weitere 8,5 % mit "eventuell" (vgl. Tafel 4.1). Dabei ist die Exportbereitschaft im grenznahen Raum größer als im Binnenland.

Damit ist mehr als jeder zehnte Handwerker grundsätzlich an Exportgeschäften interessiert. Knapp 90 % zeigen dagegen keine Bereitschaft, ihre Produkte und Leistungen jenseits der deutschen Grenze abzusetzen. Differenziert man dieses Ergebnis, so ist es wenig überraschend, dass diese Exportbereitschaft mit steigender **Beschäftigtenzahl** ansteigt (vgl. Tafel A4.1 im Anhang). Bei den Solounternehmen sind es lediglich 5,9 %, die bei dieser Frage "ja" oder "eventuell" ankreuzten. Dieser Anteil steigt bis auf 24 % bei den Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten.

Bezüglich der einzelnen **Gewerbegruppen** besteht vor allem eine Exportbereitschaft bei Unternehmen aus denjenigen Branchen, aus denen bereits relativ viele Betriebe im Ausland tätig sind. Dies sind die Handwerke für den gewerblichen Bedarf und das Ausbaugewerbe. Demgegenüber fallen die Kfz-Handwerke, die gegenwärtig relativ stark jenseits der deutschen Grenzen

tätig sind, zurück. Dies dürfte daran liegen, dass ein Teil dieser Auslandsgeschäfte, insbesondere was die Kfz-Techniker angeht, auf einem starken Nachholbedarf der Staaten in Mittel- und Osteuropa bei Gebrauchtwagen und Ersatzteilen beruht. Bei den übrigen Handwerkszweigen liegt die Exportbereitschaft bei ca. 8 bis 10 %. Eine Ausnahme stellen lediglich die Handwerke für personenbezogene Dienstleistungen dar. Hier sind es nur sehr wenige Betriebe, die sich eine Tätigkeit im Ausland vorstellen können.

Tafel 4.1: **Exportbereitschaft**
Planen Sie in der Zukunft zu exportieren?



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Die Exportbereitschaft wurde auch mit der Beurteilung der Geschäftslage durch die Unternehmen gekreuzt. Wenig überraschend ist es, dass diejenigen Unternehmen, die ihre Geschäftslage als "gut" einschätzen, eher eine Exportbereitschaft zeigen als diejenigen, die derzeit mit ihrer Geschäftslage nicht zufrieden sind. Dieses Ergebnis verdeutlicht noch einmal, dass Auslandsgeschäfte primär für diejenigen Betriebe geeignet sind, die auch im Inland am Markt erfolgreich sind.

Aus diesem Ergebnis, wonach insgesamt eine beträchtliche Exportbereitschaft im deutschen Handwerk besteht, lässt sich nicht schlussfolgern, dass die interessierten Unternehmen auch sämtlich exportfähig sind. Andererseits dürfte es auch Unternehmen geben, die aufgrund ihres Know-how und ihres Produkt- und Leistungsprogramm als exportfähig einzuschätzen sind, die

sich bis jetzt aus verschiedenen Gründen jedoch nicht vorstellen können, Märkte jenseits der deutschen Grenzen zu bearbeiten.

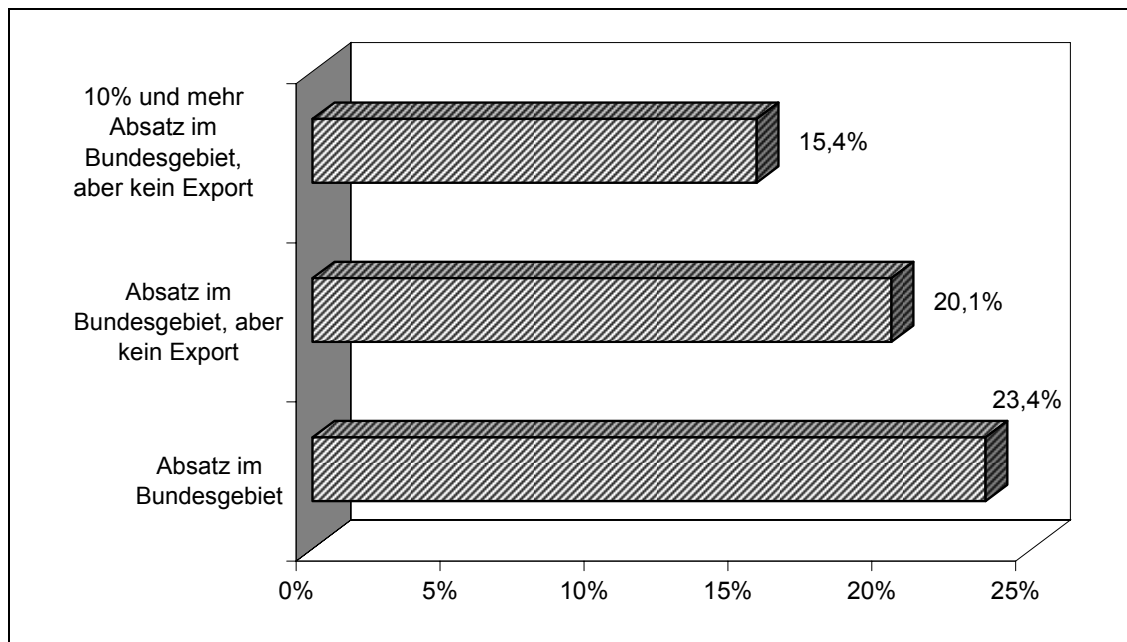
4.2 Exporttätigkeit

Die Exportfähigkeit kann annäherungsweise durch eine Analyse handwerklichen Absatzentfernungen ermittelt werden. Dem liegt die Beobachtung zugrunde, dass ein erheblicher Teil der Betriebe seine Produkte und Leistungen über größere Entfernungen jenseits eines lokalen oder regionalen Marktes von etwa 100 km absetzt. Vor dem Hintergrund, dass ein weitgehend flächendeckendes Angebot an handwerklichen Gütern und Leistungen besteht, müssen sich diese Betriebe bestimmte Wettbewerbsvorteile erarbeitet haben, um überregionale Absatzerfolge zu erzielen. Die den zugrunde liegenden Vorteile sind meist qualitativer Art, d.h. das Angebot dieses Unternehmens ist in anderen Regionen überhaupt nicht oder nur in schlechterer Qualität erhältlich. Teilweise handelt es sich auch um preisliche Vorteile. Auch innerhalb Deutschlands bestehen nicht unbeträchtliche Unterschiede in den Stundenverrechnungssätzen, die maßgeblich auf Lohndifferenzen zurückzuführen sind. Insbesondere ostdeutsche Handwerksunternehmen profitieren auf den Märkten in den alten Bundesländern von ihrem teilweise noch recht niedrigen Lohnniveau.

Weitergehend stellt sich nun die Frage, warum dieser überregionale Absatz an den deutschen Grenzen Halt machen soll. In Folge einer zunehmenden Angleichung der Interessenwünsche und Lebensstilvorstellungen der EU-Bürger nähern sich die Nachfragebedingungen in den einzelnen EU-Ländern immer mehr an. Hinzu kommt, dass die Transaktionskosten für Auslandsgeschäfte in den letzten Jahren durch die Einführung des Euro, das Schengener Abkommen und einem weiteren Abbau von Handelshemmnissen insbesondere infolge der Einführung des europäischen Binnenmarktes erheblich gesunken sind. Damit stellt sich konkret die Frage, warum bspw. ein Handwerksunternehmen aus Hannover, das seine Produkte oder Dienstleistungen in Stuttgart, München oder Berlin absetzt, diese nicht auch nach Brüssel oder Amsterdam liefern kann. Aufgrund obiger Überlegungen spricht einiges dafür, dass alle Unternehmen, die in einem wesentlichen Ausmaß überregional tätig sind, auch international erfolgreich sein können. Diese Gruppe von Unternehmen lässt sich quantifizieren, indem man betrachtet, wie viel Prozent der befragten Unternehmen ihre Produkte und Leistungen im gesamten Bundesgebiet jenseits der 100 km abgesetzt haben.

Von diesen insgesamt 23,4 % (vgl. Tafel 4.2) müssen diejenigen Unternehmen abgezogen werden, die ihre Produkte und Leistungen bereits exportieren. Es bleiben 20,1 %.

Tafel 4.2: **Handwerksunternehmen mit überregionalem Absatz** (Absatz im Bundesgebiet)



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

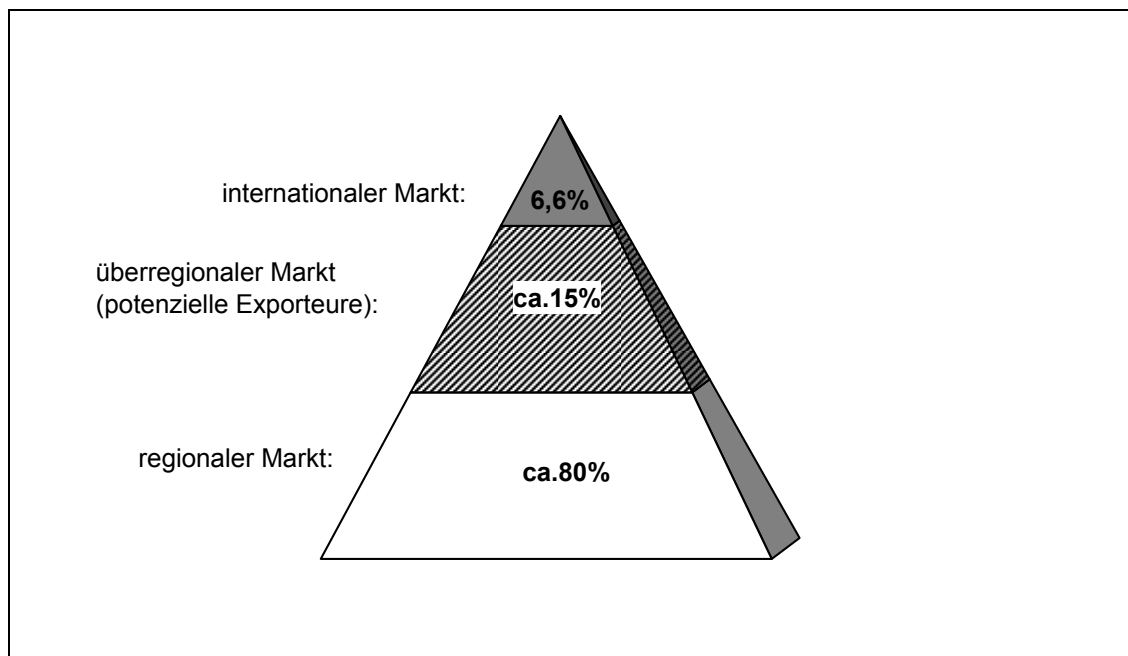
Nun erscheint es sinnvoll, nicht alle diese Unternehmen heranzuziehen, denn wenn nur wenige Prozentanteile des Umsatzes jenseits des regionalen Marktes erzielt werden, hat dies in der Regel eher einen sporadischen oder zufälligen Charakter. Welcher Umsatzschwellenwert an dieser Stelle sinnvoll ist, um einen "erheblichen Umsatzanteil" zu definieren, lässt sich nicht genau festlegen. Ein Anteil von 10 % dürfte jedoch realistisch sein. Betrachtet man nur diejenigen Unternehmen, die mehr als 10 % im übrigen Bundesgebiet erzielen und nicht gleichzeitig im Ausland tätig sind, erhält man 15,4 %. Bei dieser Gruppe dürfte es sich im Wesentlichen um diejenigen Betriebe handeln, die als exportfähig bezeichnet werden können.²⁸

²⁸ Zu berücksichtigen ist, dass sicherlich auch einige Betriebe, die bislang nur auf einen wohnortnahen oder regionalen Markt tätig sind, für ein Auslandsengage-

Differenziert man wiederum dieses Ergebnis nach Beschäftigtengrößenklassen wird deutlich, dass die so erwähnte Exportfähigkeit mit steigender Betriebsgröße anwächst (vgl. Tafel A4.2 im Anhang). Dieses Bild entspricht weitgehend dem Ergebnis der Exportbereitschaft aus Abschnitt 4.1. Auch bei den Gewerbegruppen ergibt sich ein ähnliches Bild. Am größten ist die Exportfähigkeit bei den Handwerken für den gewerblichen Bedarf, gefolgt vom Ausbaugewerbe und dem Bauhauptgewerbe. Im Lebensmittel- und Gesundheitsbereich sowie bei den Handwerken für personenbezogene Dienstleistungen scheint die Exportfähigkeit am geringsten zu sein.

Insgesamt lässt sich die Handwerkspopulation damit in einer Pyramide abbilden. Den Grundstock legen die etwa 80 % der Betriebe, die primär einen regionalen oder wohnortnahen Markt bearbeiten. Ca. 15 % der Handwerksunternehmen sind stärker auf einem überregionalen Markt tätig und dürfen damit als potenzielle Exporteure angesehen werden. Die Spitze der Pyramide stellen die 6,6 % der Handwerksunternehmen dar, die bereits im Ausland tätig sind (vgl. Tafel 4.3).

Tafel 4.3: **Drei-Stufen-Pyramide im Handwerk** (Anteil der Unternehmen, die auf den verschiedenen Märkten tätig sind)



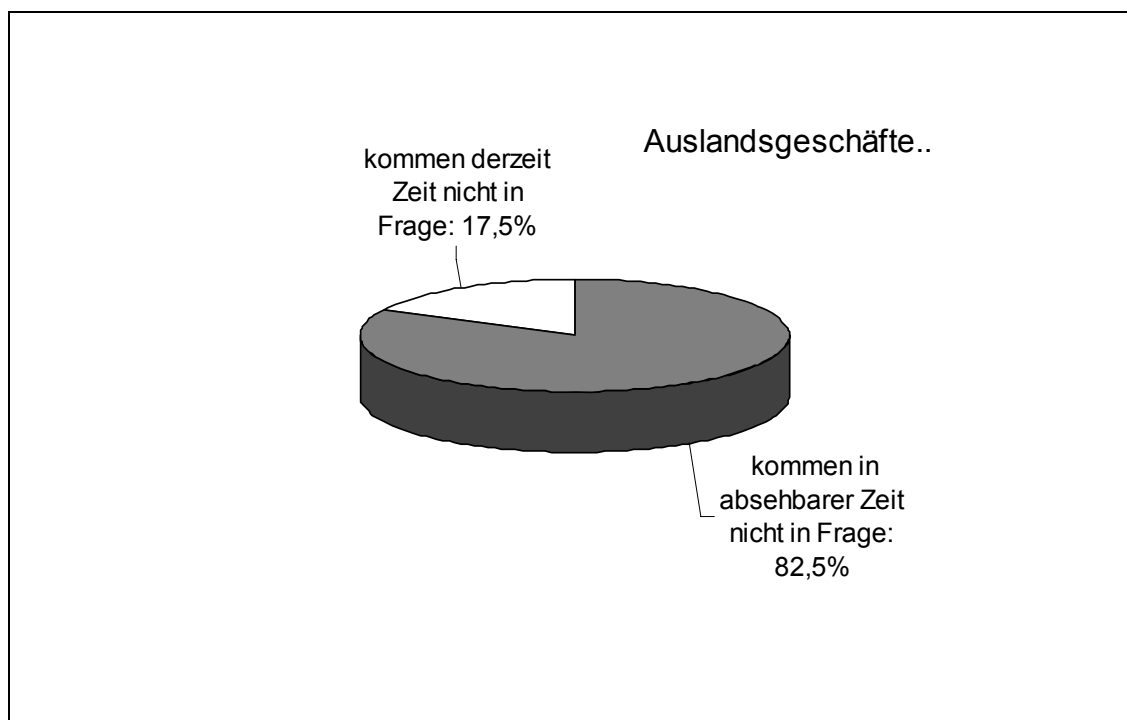
ifh Göttingen

ment in Frage kommen. Dies gilt insbesondere für das grenznahe Handwerk. Daher stellt der Anteil von 15,4 % eher eine Untergrenze dar.

Eine weitere Eingrenzung des Exportpotenzials lässt sich vornehmen, wenn man die "Nicht-Exporteure" nach den Gründen fragt, weshalb sie bislang nicht im Ausland tätig sind. Bei der Formulierung der Frage wurde zuerst grob danach unterschieden, ob die Auslandsgeschäfte nur derzeit nicht in Frage kommen oder ob sie in absehbarer Zeit nicht auf der Tagesordnung stehen. Bei einer Aufteilung der Antworten nach diesen beiden Kategorien zeigt sich wenig überraschend, dass für 82 % der bisherigen Nicht-Exporteure Auslandsgeschäfte in absehbarer Zeit nicht relevant sind (vgl. Tafel 4.4). Interessanter sind jedoch die 17,5 %, bei denen die Gründe weniger generalisierend sind, sondern die derzeit bestimmte Hemmnisse sehen, weshalb sie nicht im Ausland tätig sind.

Tafel 4.4: **Gründe für Nicht-Export**

Falls Sie nicht im Ausland tätig sind, was sind die Gründe dafür? (Mehrfachnennungen möglich)



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Diese Größenordnung von 17,5 % entspricht in etwa den 15,4 %, die als Größenordnung für die Zahl der exportfähigen Unternehmen im vorherigen Abschnitt ermittelt worden sind. Damit lässt sich festhalten, dass etwa jeder sechste Handwerksbetrieb grundsätzlich für ein Auslandsgeschäft in Frage

kommen dürfte und daher als potenzieller Exporteur bezeichnet werden kann. Absolut gesehen sind dies knapp 100.000 Handwerksunternehmen. Von diesen Unternehmen zeigen bislang jedoch noch nicht alle auch eine Exportbereitschaft (vgl. Abschnitt 4.1). Dies bedeutet, dass von Seiten der Außenwirtschaftsförderer, z.B. den entsprechenden Beratungsstellen bei den Handwerkskammern, Aktivitäten entfaltet werden müssen, um diese Bereitschaft zu wecken.

4.3 Hemmnisse eines handwerklichen Exportes

Im Folgenden wird näher untersucht, weshalb bei den 17,5 % der Nicht-Exporteuren Auslandsgeschäfte derzeit nicht in Frage kommen (vgl. Tafel 4.5). Bei dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich. Am häufigsten wurden mit 48 % die **hohen Risiken** eines Auslandsengagements genannt. Dies gilt gleichermaßen über fast alle Beschäftigtengrößenklassen und alle Gewerbegruppen hinweg (vgl. Tafel A4.3 im Anhang). Lediglich bei der Kreuzung mit der Beurteilung der gegenwärtigen Geschäftslage fiel auf, dass die Risiken vor allem von denjenigen sehr häufig gesehen werden, die ihre Geschäftslage schlecht einschätzen. Bei den Unternehmen mit "guten" Geschäftslagen waren es erheblich weniger.

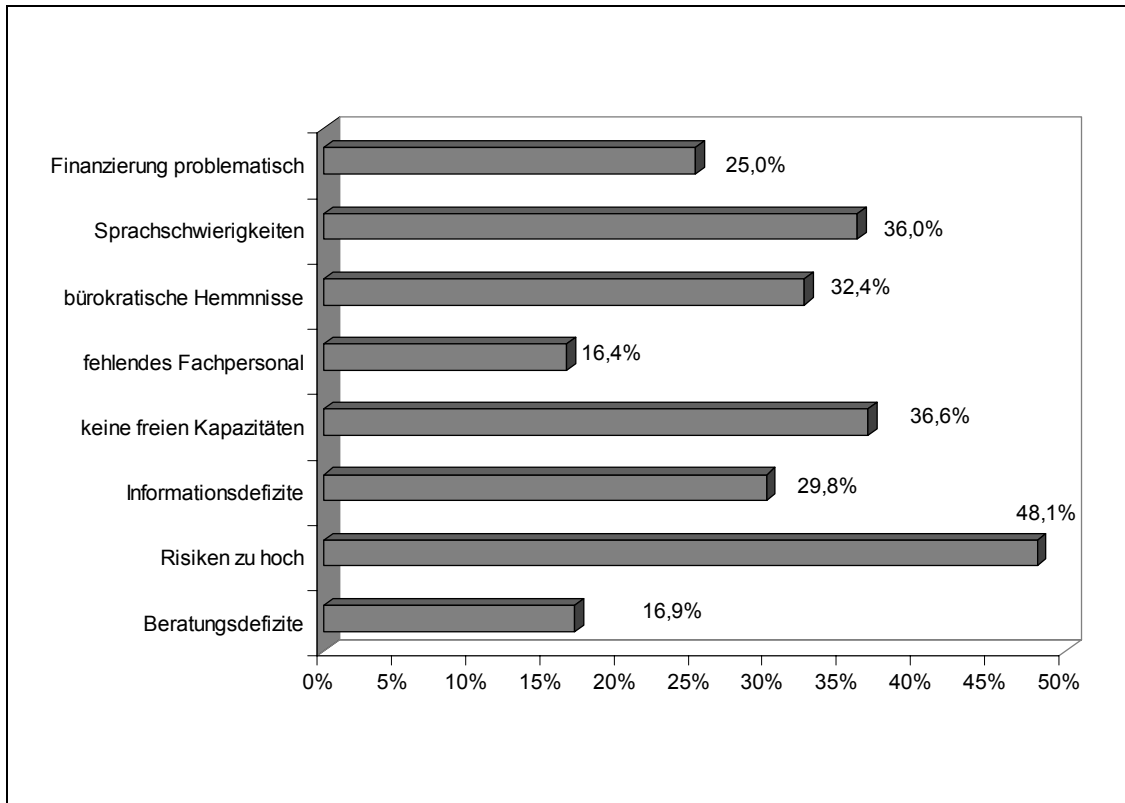
Bei dieser Antwortvorgabe dürfte es sich eher um ein allgemeines Hemmnis handeln, denen verschiedene Gesichtspunkte zugrunde liegen, so lange Wege, Problemen mit der Vertragsgestaltung im Ausland, Unsicherheiten, ob man dem internationalen Wettbewerb gerecht wird und vieles mehr.

An zweiter Stelle der verschiedenen Hemmnisse stehen die **"fehlenden freien Kapazitäten"**.²⁹ Dies ist ein Spiegelbild der gegenwärtig relativ guten Konjunkturlage im Handwerk. Insbesondere diejenigen Handwerksunternehmen, die ihre gegenwärtige Geschäftslage mit "gut" beurteilen, kreuzten dieses Hemmnis an. Darüber hinaus waren dies eher größere Unternehmen und Handwerksunternehmen, die für den gewerblichen Bedarf arbeiten, also eine Gewerbegruppe, die derzeit von allen Gewerbegruppen konjunkturell am besten dasteht.

²⁹ Dies deutet erneut darauf hin, dass die handwerklichen Auslandsgeschäfte möglicherweise noch höher ausgefallen wären, wenn im Befragungsjahr 2006 nicht eine so gute Konjunktur im Handwerk geherrscht hätte.

Tafel 4.5: **Hemmnisse eines Auslandsengagements von potenziellen Exporteuren**

*Falls Sie nicht im Ausland tätig sind, was sind die Gründe dafür?
(Mehrfachnennungen möglich)*



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Fast ebenso häufig wurden von 36 % der Nicht-Exporteure "**Sprachschwierigkeiten**" genannt. Interessant ist, dass hier zwischen größeren und kleineren Unternehmen praktisch kein Unterschied besteht. Bezogen auf die einzelnen Gewerbegruppen werden Sprachschwierigkeiten vor allem bei den Dienstleistungshandwerkern als Hinderungsgrund angesehen. Dies ist insofern wenig überraschend, weil hier der engste Kundenkontakt besteht und daher ausreichende Sprachkenntnisse eine wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches Auslandsgeschäft darstellen. Auch hier besteht wiederum ein Zusammenhang mit der Geschäftslage. Handwerker aus guten Betrieben scheinen sich eher auf fremde Sprachen einlassen zu können als Handwerker aus Betrieben mit einer schlechten Geschäftslage.

Informationsdefizite wurden von 30 % der Handwerksunternehmen als Exporthemmnisse genannt. Insbesondere kleine Unternehmen wissen meist nicht, ob ihre Produkte und Leistungen im Ausland überhaupt auf Interesse stoßen bzw. wer potenzielle Abnehmer sind. Eine teure Marktuntersuchung können sich Handwerksunternehmen in der Regel nicht leisten. Daher ist es wenig erstaunlich, dass insbesondere kleine Unternehmen dieses Exporthemmnis ankreuzten. Unternehmen mit guter Geschäftslage sahen wiederum wenig Probleme, was sicher damit zusammenhängen dürfte, dass diese Betriebe eher in der Lage sind, sich die notwendigen Informationen zu beschaffen.

Die **Finanzierungsproblematik** wurde insgesamt von jedem vierten Handwerksunternehmen genannt. Dies waren vor allem die kleineren Unternehmen und weniger die Baubetriebe. Auch hier ist ein enger Zusammenhang mit der gegenwärtigen Geschäftslage wenig erstaunlich.

Beratungsdefizite wurden lediglich von etwa einem Sechstel der befragten Nicht-Exporthändler als Exporthindernis genannt. Wahrscheinlich dürfte dies damit zu tun haben, dass in den letzten Jahren – wie bereits erwähnt – die Außenwirtschaftsberatung bei den Handwerkskammern erheblich ausgebaut worden ist.

Erstaunlich sind die geringen Antworten bei **"fehlendem Fachpersonal"**, da bei anderen Gelegenheiten dieser Hemmschuh von den Handwerksunternehmen derzeit häufig als großes Problem genannt wird. Im Außenwirtschaftskontext dürfte dies jedoch nicht die große Rolle spielen, da das vorhandene Fachpersonal meist gut motiviert ist, bei Auslandsgeschäften mitzuwirken, teilweise sogar eine Zeit lang jenseits der deutschen Grenzen zu arbeiten.

Die bisherigen Hemmnisse bezogen sich sämtlich auf die Unternehmen, welche spezifische Hemmnisse nannten. Im Folgenden werden die 82,5 % der Betriebe näher betrachtet, für die ein **Auslandsengagement in absehbarer Zeit** nicht in Frage kommt. 51 % dieser Unternehmen gab an, dass ihr Betrieb hierfür zu klein sei (vgl. Tafel A4.4 im Anhang). 35,5 % meinten, dass ihr Leistungsprogramm nur für einen regionalen Absatz geeignet sei und 11 % gaben die generelle Antwort, dass sie sich insgesamt nicht in der Lage sehen, Auslandsaktivitäten durchzuführen.

Differenziert man dieses Ergebnis nach der Zahl der Beschäftigten, wurde wenig überraschend von größeren Betrieben das Betriebsgrößenargument weniger angeführt. Dafür argumentieren diese Unternehmen eher mit ihrem regionalen Absatz. Die mangelnde Größe des Betriebes wird auch eher von den Baubetrieben und den Handwerken für den gewerblichen Bedarf genannt. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass in diesen Branchen grundsätzlich ein überregionaler Absatz besteht und von daher dieses Argument nicht eine entsprechende Bedeutung aufweist.

5. Import

5.1 Grunddaten

Außer für den Verkauf ihrer Waren und Dienstleistungen nutzen die Handwerksunternehmen die ausländischen Märkte auch noch für den Einkauf von Material und Handelswaren bzw. für den Bezug von Fremdleistungen. Über den handwerklichen Import war die Datenbasis bislang noch erheblich schlechter als über den handwerklichen Export. Dies liegt daran, dass diese Fragestellung bislang nicht Gegenstand einer repräsentativen bundesweiten Erhebung war.³⁰ Aus methodischen Gründen lässt sich der Import nur schwer erfassen, da die Unternehmen oft nicht unterscheiden, ob sie Produkte direkt aus dem Ausland oder über Firmen eines ausländischen Unternehmens in Deutschland beziehen (z.B. Bezug eines ausländischen Autos bei den Kfz-Handwerken). Aus diesen Gründen sind die Ergebnisse mit einer gewissen Vorsicht zu betrachten.

Insgesamt bezogen die Handwerksunternehmen im Jahr 2006 2,8 % ihres Materialeinsatzes aus dem Ausland (vgl. Tafel 5.1). Geht man davon aus, dass der Anteil des Materialeinsatzes oder Umsatz im Handwerk etwa 40 % beträgt,³¹ dürfte der handwerkliche Import aus dem Ausland bei einem Gesamtumsatz von 403 Mrd. EUR im Jahr 2006 etwa 4,5 Mrd. EUR betragen haben. Damit fällt der Import wertmäßig gesehen geringer als der Export aus. Betrachtet man jedoch die prozentualen Anteile am Umsatz (Export) bzw. am Materialeinsatz (Import), so liegt der Importanteil mit 2,8 % gegenüber dem Exportanteil³² mit 2,6 % etwas höher.

Der größte Teil des Materialeinsatzes wird jedoch aus der Region bezogen, nämlich etwa 58 %. Damit hat das Handwerk in der Region als Nachfrager eine erhebliche Bedeutung. Ca. 40 % kommen von Lieferanten, die weiter

³⁰ Ausnahmen sind die Umfrage des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) im 1. Quartal 2000, vgl. ZDH (2000), S. 9f. und eine Erhebung bei Handwerksunternehmen in Rheinland-Pfalz und im Saarland, vgl. Müller, K. (2004b), S. 8f.

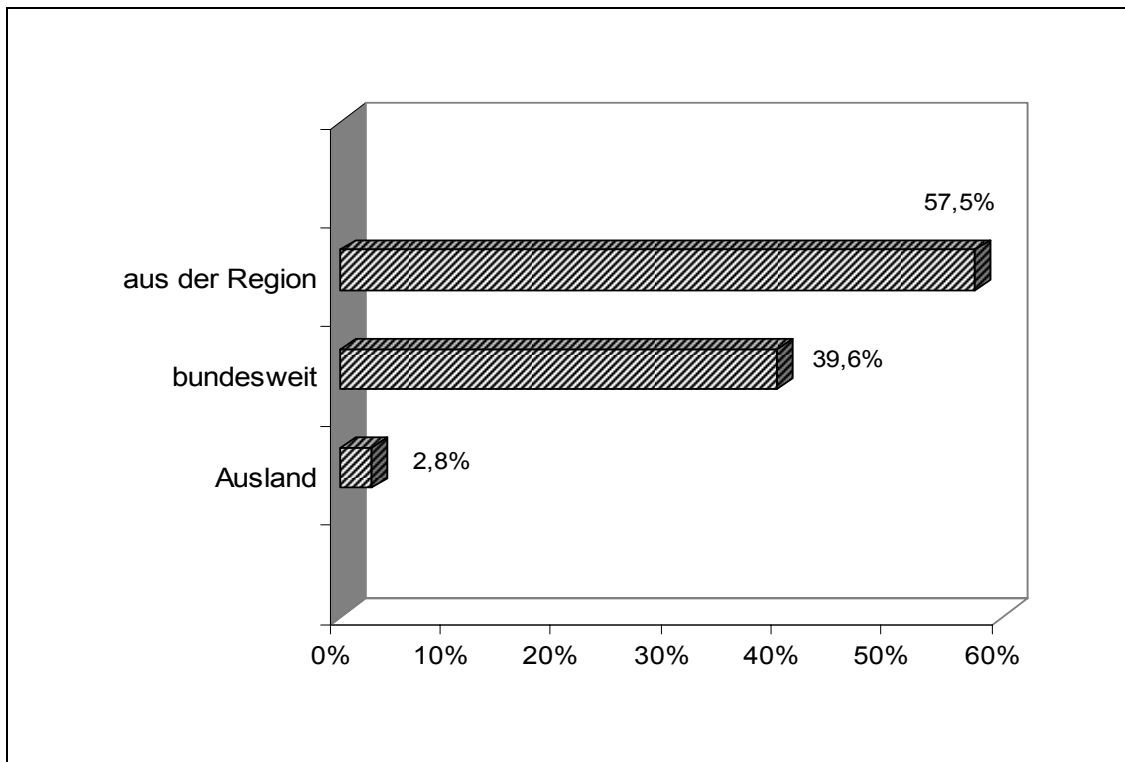
³¹ Aufgrund einer empirischen Erhebung in der Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen, vgl. Müller, K. u. Reißig, St. (2007), S. 49f. bzw. die Befragung der Handwerksunternehmen in Rheinland-Pfalz und im Saarland, vgl. Müller, K. (2004b), S. 8.)

³² Unkorrigierte Ergebnisse ohne die Erhebung aus Baden-Württemberg.

entfernt im gesamten Bundesgebiet sitzen. Aus einer anderen Untersuchung ist bekannt, dass es sich bei den Lieferanten in der Region primär um Großhändler handelt, während bundesweit die Produkte eher direkt beim Hersteller bezogen werden.³³

Tafel 5.1: **Materialeinsatz nach Herkunftsregionen**

Woher haben Sie im Jahr 2006 Ihr Material / Handelswaren bzw. Ihre Fremdleistungen bezogen?



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

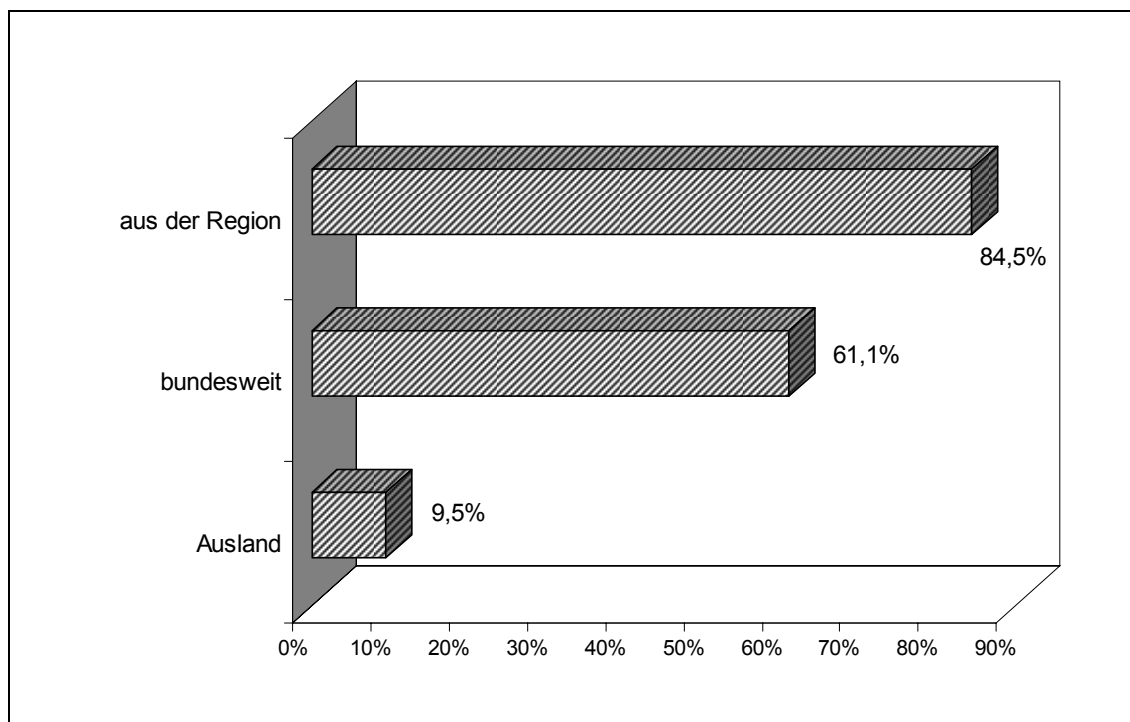
Bisher wurde nur auf den wertmäßigen Materialeinsatz eingegangen, nicht jedoch betrachtet, wie viel Prozent der Unternehmen direkt Waren aus dem Ausland beziehen. Der Anteil dieser **Importeure** liegt nach der Umfrage bei 9,5 % (vgl. Tafel 5.2). Dies bedeutet, dass fast jeder zehnte Handwerksbetrieb direkt Produkte aus dem Ausland bezieht. Weiter geht aus dieser Tafel hervor, dass etwa 85 % der Handwerksunternehmen Produkte oder Leistun-

³³ Vgl. Müller, K. (2004b).

gen aus der Region beziehen und gut 60 % aus dem übrigen Bundesgebiet. Absolut gesehen haben damit im Jahr 2006 etwa 63.800 Handwerksunternehmen Material oder Handelswaren bzw. Fremdleistungen direkt aus dem Ausland bezogen.

Tafel 5.2: **Anteil der Unternehmen, die in jeweiliger Beschaffungsregion tätig sind**

Woher haben Sie im Jahr 2006 Ihr Material / Handelswaren bzw. Ihre Fremdleistungen bezogen?

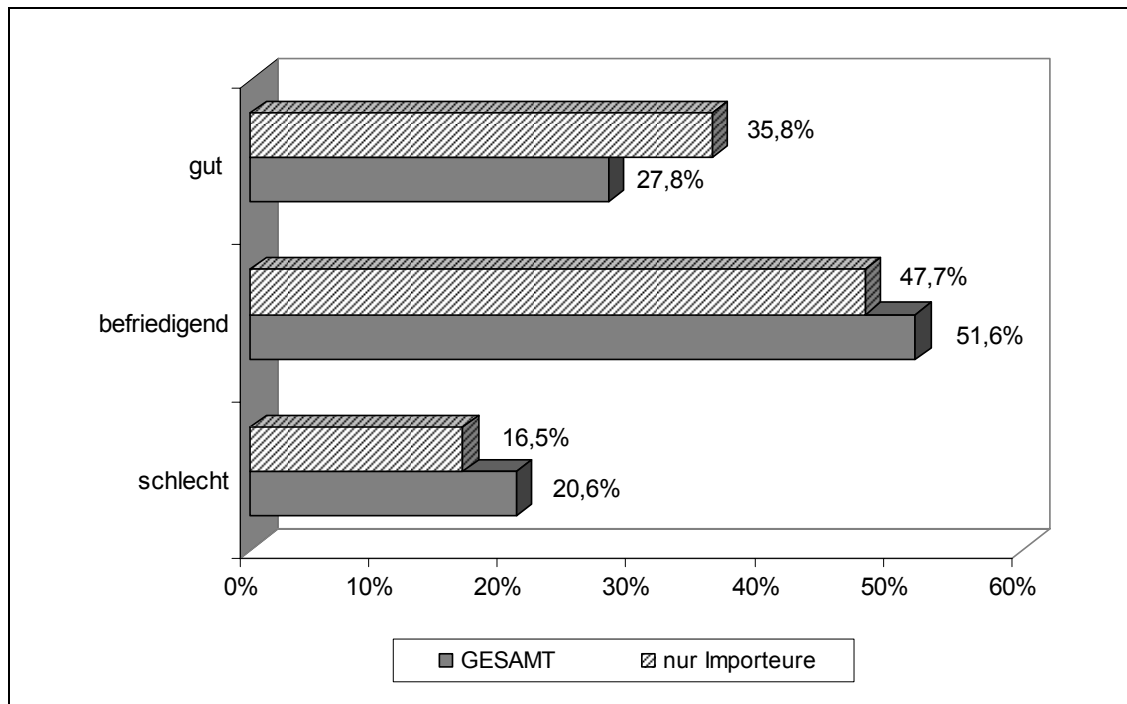


ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Auch bei den Importeuren zeigt sich ein Zusammenhang mit der Geschäftslage. Diejenigen Unternehmen, die Vorprodukte oder Handelswaren aus dem Ausland importieren, beurteilen ihre Geschäftslage besser als die Gesamtheit der befragten Unternehmen (vgl. Tafel 5.3). Allerdings ist dieser Zusammenhang nicht so stark ausgeprägt wie bei den Exporteuren; von diesen bewerteten 40 % ihre Geschäftslage mit "gut" (vgl. Abschnitt 3.1), bei den Importeuren waren es dagegen "nur" 36 %.

Tafel 5.3: **Aktuelle Geschäftslage aller Unternehmen und der Importeure**
Wie beurteilen Sie Ihre aktuelle Geschäftslage?



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Des Weiteren wurde untersucht, ob ein Zusammenhang zwischen Export und Import besteht, also ob diejenigen Unternehmen, die ihre Produkte und Leistungen im Ausland absetzen, auch gleichzeitig von dort Material oder Handelswaren bzw. Fremdleistungen beziehen. Als Ergebnis zeigt sich, dass etwa ein Drittel der Importeure (34,1 %) auch gleichzeitig exportiert. Hierbei dürfte es sich vor allem um die Kfz-Handwerke und die Handwerke für den gewerblichen Bedarf handeln. Bezogen auf die Exporteure ist das Verhältnis fast ausgeglichen, etwa 54 % importieren gleichzeitig, der Rest (54,6 %) ist lediglich auf der Absatzseite im Ausland tätig.

5.2 Differenzierung nach Unternehmensgrößen, Gewerbegruppen, Handwerkszweigen und Handwerkskammern

Zusätzliche Erkenntnisse über das Importverhalten des Handwerks erhält man, wenn man die Ergebnisse nach verschiedenen Gesichtspunkten unterscheidet. Bei einer **unternehmensgrößenbezogenen Betrachtung** zeigen sich wiederum zwischen den einzelnen Größenklassen erhebliche Unter-

schiede. Grundsätzlich gilt: Je größer das Handwerksunternehmen ist, desto weniger bezieht es direkt aus der Region und desto mehr bundesweit oder aus dem Ausland. Dabei sind die Unterschiede zwischen den Unternehmen mit ein bis 19 Beschäftigten relativ gering. Erst die größeren Einheiten beziehen einen nicht unbeträchtlich höheren Anteil von weiter entfernt sitzenden Lieferanten oder aus dem Ausland (vgl. Tafel A5.1 im Anhang). So deutlich diese Unterschiede auch ausfallen, sie fallen weniger groß aus als bei der Betrachtung der Absatzseite. Anders ausgedrückt: Die Unterschiede zwischen kleinen und großen Unternehmen sind bezüglich des Exportumsatzes erheblich größer als bezüglich des Importeinsatzes.

Auch die Zahl der Importeure steigt mit der Beschäftigtenzahl. Beziehen bei den Solounternehmen nur 4,1 % Vorprodukte aus dem Ausland, ist es bei den Handwerksunternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten bereits fast ein Viertel. Immerhin hat jedoch fast die Hälfte aller handwerklichen Importeure weniger als 10 Mitarbeiter. Dies zeigt, dass ein Bezug von Waren und Vorprodukten aus dem Ausland grundsätzlich auch für kleinere Unternehmens-einheiten geeignet ist.

Unterschiede zeigen sich auch bei der Differenzierung nach **Gewerbegruppen**.³⁴ Die Importe sind bei den Kfz-Handwerken am größten, gefolgt von den Lebensmittelhandwerken und den Handwerken für den gewerblichen Bedarf. Bei den Kfz-Handwerken spielt sicher der bereits erwähnte (Direkt)-Import von PKW bzw. Ersatzteilen eine maßgebliche Rolle. Bei den Handwerken für personenbezogene Dienstleistungen ist der Import zwar gering, dafür der bundesweite Einkauf ähnlich wie bei den Gesundheitshandwerken erheblich. Dies liegt daran, dass diese Handwerksunternehmen ihre Vorprodukte und Handelswaren meist direkt vom Hersteller beziehen. Demgegenüber herrschen im Bauhauptgewerbe, aber auch im Ausbaugewerbe regionale Beschaffungsbeziehungen vor. Dies hängt mit der starken Stellung des Großhandels (im Baugewerbe) zusammen. Ein überregionaler Bezug oder gar ein Import ist bei diesen Gewerbegruppen nur in Ausnahmefällen üblich.

Der größte Anteil an Importeuren zeigt sich bei den Gesundheitshandwerken. In dieser Gewerbegruppe bezieht mehr als jeder fünfte Betrieb Vorprodukte

³⁴ Auch hier unterscheiden sich die Ergebnisse wieder geringfügig von der ZDH-Auswertung. Dies liegt wiederum daran, dass hier die genauen Strukturen der jeweiligen Unternehmensgrößenklassen herangezogen werden konnten.

aus dem Ausland. Bei den Handwerken für den gewerblichen Bedarf, den Kfz-Handwerken und mit Einschränkung auch bei den Lebensmittelhandwerken sind es etwas weniger, aber immer noch weit über 10 %. Am geringsten ist die Importeursquote im Bauhauptgewerbe.

Differenziert man weiter nach einzelnen **Handwerkszweigen**, zeigt sich, dass die Augentoptiker mit 7,5 % die höchste Importquote haben (vgl. Tafel A5.2 im Anhang). Danach folgen recht unterschiedlich strukturierte Handwerkszweige wie Landmaschinenmechaniker und die Raumausstatter mit um die 6 %. Über 4 % liegen die Fliesen-, Platten- und Mosaikleger, die Feinwerkmechaniker, die Damen- und Herrenschneider, die Fotografen, die Kfz-Techniker und die Konditoren.

Das Ergebnis bei der Importeursquote fällt ähnlich aus. Das höchste Ergebnis ist ebenfalls bei den Augentoptikern (35,3 %) anzutreffen vor den Raumausstattern (33,3 %) und den Landmaschinenmechanikern (32,9 %). Danach fallen jedoch Unterschiede ins Auge. So weisen die Fliesen-, Platten- und Mosaikleger und auch die Kfz-Techniker trotz ihres hohen Importeinsatzes eine eher geringe Importeursquote auf. Dies bedeutet, dass in diesen Handwerkszweigen die Importquoten der Importeure relativ hoch ausfallen. Dagegen weisen die Uhrmacher mit 25,9 % eine relativ hohe Importeursquote auf, während der Importumsatz mit 2 % relativ gering ist. Die relativ vielen Importeure beziehen jeweils nur einen relativ geringen Teil ihres Umsatzes aus dem Ausland.

Bei den einzelnen Handwerkszweigen aus dem Bauhauptgewerbe sind sowohl die Import- als auch die Importeursquote am geringsten. Daneben konnten einige andere Zweige identifiziert werden, bei denen der Bezug aus dem Ausland praktisch keine Rolle spielt, so die Klempner, Gebäudereiniger und auch die Stuckateure, die interessanterweise eine relativ hohe Exportquote aufweisen.

Betrachtet man die **Handwerkskammern** die an der Umfrage teilgenommen haben, ist sowohl die Importquote als auch die Importeursquote in der Region Trier am größten. Dies hängt sicher mit der grenznahen Situation zusammen, auch dürfte die Erbringung von Dienstleistungen im Ausland – was im grenznahen Raum einen viel höheren Stellenwert als der reine Warenexport besitzt – einen Import begünstigen. Die große Bedeutung der Grenznähe für die ausländische Beschaffung zeigt sich auch bei den Handwerkskammern Flensburg, Ostfriesland, Saarland und Schwaben. Interessant ist,

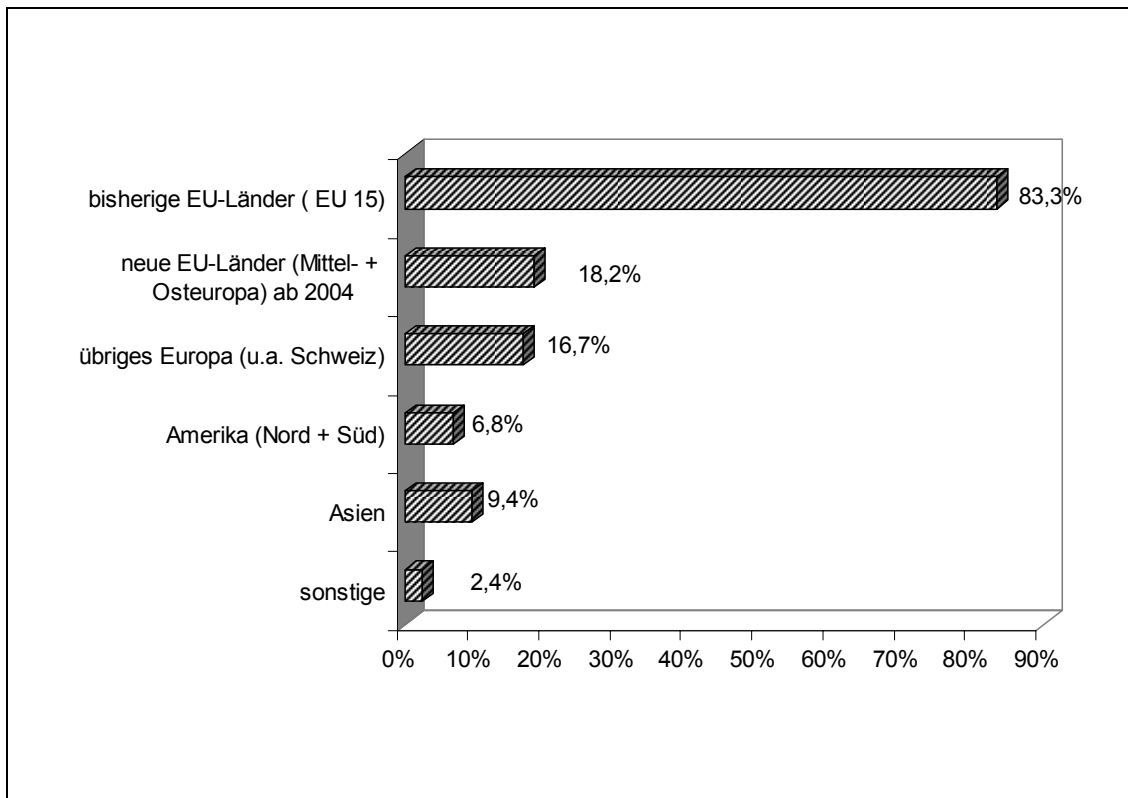
dass auch in reinen Binnenlandkammern wie Rhein-Main oder Leipzig eine hohe Importquote erzielt worden ist.

5.3 Herkunftsländer

Betrachtet man die Herkunftsländer, also diejenigen Länder, aus denen Material und Handelswaren bzw. Fremdleistungen bezogen werden, so liegen die bisherigen EU-Länder (EU-15) mit Abstand an der Spitze. Etwa 83 % aller Importeure führen Produkte aus diesen Ländern ein (vgl. Tafel 5.4).³⁵

Tafel 5.4: **Importländer der Importeure**

Falls Sie Auslandsgeschäfte tätigen, in welchen Regionen / Ländern? (Mehrfachnennungen möglich)



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

³⁵ Bei den Ergebnissen ergeben sich Unterschiede zur ZDH-Auswertung. Hier werden die Importländer nur auf die Zahl der bei dieser Frage antwortenden Importeure bezogen, der ZDH wählte dagegen als Basis die Zahl sämtlicher Importeure.

Die nächsten beiden Ländergruppen, die neuen Mitgliedsstaaten der EU und das übrige Europa liegen jeweils mit etwa einem sechstel der Importeure weit zurück. Darüber hinaus werden aber auch Güter direkt aus Asien (wahrscheinlich Fernost) und aus Amerika bezogen. Sonstige Länder sind mit nur 2,4 % der Importeure vertreten. Dieses Ergebnis fällt ähnlich aus wie das Ergebnis bezüglich der Zielländer bei den Exporteuren; nur ist hier die Dominanz der "alten" EU-Länder weitaus größer.

Bei einer Betrachtung der unterschiedlichen **Betriebsgrößenklassen** wird bei den neuen EU-Ländern und bei den asiatischen Staaten ein Zusammenhang sichtbar. Hier steigt die Zahl der Importeure mit steigender Betriebsgröße an. Dies lässt darauf schließen, dass größere Unternehmen vielleicht eher passive Lohnveredlung in den neuen Mitgliedsstaaten der EU vornehmen und/oder aus Fernost günstige Vorprodukte bzw. Handelswaren einführen. Bei den anderen Ländergruppen ergibt sich hier kein eindeutiger Zusammenhang.

Interessant ist eine Differenzierung nach **Gewerbegruppen**. Im Bauhauptgewerbe spielt ein Import aus den neuen EU-Mitgliedsländern eine große Rolle. Hierbei dürfte es sich primär um den Bezug von Fremdleistungen handeln. Asien als Importland ist vor allem für die Gesundheits-, Lebensmittel- und Kfz-Handwerke relevant. Hierbei dürfte es sich um den bereits erwähnten Import von Brillen und Autos sowie speziellen Produkten im Lebensmittelbereich handeln. In letzter Gewerbegruppe spielt auch der Import aus Amerika eine nicht unbeträchtliche Rolle.

6. Ergebnisvergleich mit anderen Untersuchungen

6.1 Vorbemerkungen

In den letzten Jahren sind von verschiedener Seite Versuche unternommen worden, die Auslandumsätze im Handwerk näher zu bestimmen. Hierbei ging es aber bis auf wenige Ausnahmen immer nur um die Absatzseite, also das Exportgeschäft, nicht jedoch um die Höhe der Importe bzw. Zahl der Importeure. Diese Untersuchungen basieren auf folgenden Datenquellen:

1. Befragungen bei Handwerksunternehmen, die meist von der zuständigen Handwerkskammer, teilweise auch im Rahmen eines Forschungsprojektes von einem Institut (ifh Göttingen) in Kooperation mit der Handwerkskammer durchgeführt wurden,
2. Sonderauswertung der Statistik im Verarbeitenden Gewerbe des Statistischen Bundesamtes nach der Handwerkseigenschaft,
3. Sonderauswertung des IAB-Betriebspanels nach der Handwerkseigenschaft.

Im Folgenden werden diese drei Datenquellen und deren Ergebnisse näher vorgestellt, wobei jeweils ein Vergleich mit den Ergebnissen der Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007 vorgenommen wird.

6.2 Befragungen von Handwerksunternehmen

In den letzten Jahren wurden bei Handwerksunternehmen immer wieder Umfragen durchgeführt, aus denen sich auch Informationen über die Höhe des handwerklichen Auslandsumsatzes bzw. Zahl der Exporteure ableiten lassen. Diese Umfragen wurden durchgeführt von

- einzelnen Handwerkskammern bzw. dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) in Zusammenarbeit mit verschiedenen Handwerkskammern,³⁶
- als Teilaspekt einer größeren Umfrage im Rahmen von Projekten.

³⁶ Vor 2007 fand bereits im Jahr 2000 eine ähnliche Umfrage statt. Damals beteiligten sich 29 Handwerkskammern; der Rücklauf war etwas höher. Damals wurde jedoch keine Gewichtung vorgenommen. Auch der Fragebogen unterschied sich erheblich. Außerdem wurde damals nicht nach den Exportumsätzen in einem bestimmten Jahr gefragt, sondern generell, ob die Unternehmen Waren oder Dienstleistungen im Ausland verkaufen.

Einen Überblick über die Umfragen gibt Tafel 6.1, wobei kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben wird.

Tafel 6.1: Umfragen bei Handwerksunternehmen mit Informationen über deren Auslandstätigkeit seit 2000

Ifd. Nr.	Region, HWK-Bezirk (Durchführung)	Jahr Durchführung	Erhebungsjahr	Stichprobe		Rücklauf	Ergebnis		Bemerkungen
				Zahl	Verfahren		Exportanteil	Anteil Exporteure	
1	29 HWK (ZDH)	2000	(2000)	?		9.700 (?)	nicht ausgewiesen (1,2%)	8,9%	Im Rahmen der Konjunkturumfragen der HWK
2	Cottbus (ifh Göttingen)	2002	2001	3.000	Zufallsstichprobe	465 (16,4%)	0,9%	6,2%	Im Rahmen Studie über EU-Osterweiterung
3	Rheinland-Pfalz (ifh Göttingen)	2001	2000	6.641	Zufallsstichprobe	1.366	2,2% ¹⁾	7,9%	
4	Ostmecklenburg-Vorpommern (HWK)	2003	(2003)	2.000	Zufallsstichprobe	421 (21,05%)	nicht erhoben	4,5%	nur Geschäftsbeziehungen zu den EU-Beitrittsländern, gefördert über ARGE 28
5	Kassel (HWK)	2003	(2003)	700		312 (44,3%)	fehlt	11,1%	im Rahmen der Konjunkturumfrage, ZDH-Fragebogen von 2000
6	Rheinland-Pfalz (ifh Göttingen)	2004	2003	10.000	Zufallsstichprobe	1.449	4,8% ¹⁾	11,6%	identischer Fragebogen wie 2001
7	Saarland (ifh Göttingen)	2004	2003	10.000	Zufallsstichprobe	1.449	2,0% ¹⁾	12,6%	Zusammen mit Umfrage in Rheinland-Pfalz
8	Münster (HWK)	2007	(2006)				13,8%	21,3%	im Rahmen der Konjunkturumfrage, ZDH-Fragebogen von 2000
9	Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen (ifh Göttingen)	2006	2005	7.117	Zufallsstichprobe	906	2,8% ¹⁾	6,5%	im Rahmen einer Studie zur Metropolregion
zum Vergleich									
10	Handwerkszählung 1995 (Statist. Bundesamt)	1995	1994	Vollerhebung		563.204	1,8%	3,1%	
	Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007 (ZDH + ifh Göttingen)	2007	2006	?		8.552	3,5% ¹⁾	7,2% ¹⁾	

ifh Göttingen

1) Gewichtung des arithmetischen Mittelwertes nach Betriebsgrößenklassen

Quellen: Nr. 1: ZDH (2000); Nr. 2: Müller, K. u. Bang, K. (2003); Nr. 3: Müller, K. u. Lahner, J. (2001); Nr. 4: HWK Ostmecklenburg-Vorpommern u. Maritimes Innovationszentrum (2003); Nr. 5: HWK Kassel (2003); Nr. 6: Müller, K. (2004b); Nr. 7: Müller, K. (2004b); Nr. 8: HWK Münster (2007); Nr. 9: Müller, K. u. Reißig, St. (2007); Nr. 10: Statistisches Bundesamt Wiesbaden (1996)

Sieht man sich die einzelnen Ergebnisse an, fallen beträchtliche Unterschiede ins Auge. So reicht die Bandbreite beim Exportanteil von 0,9 % (HWK-Bezirk Cottbus) bis 13,8 % (HWK-Bezirk Münster). Beim Anteil der Exporteure an allen Handwerksunternehmen weichen die Ergebnisse ähnlich stark voneinander ab. Hier liegt der untere Wert bei 4,5 % (HWK-Bezirk Ostmecklenburg-Vorpommern), der höchste Wert bei 21,3 % (wiederum HWK-Bezirk Münster).

Diese Unterschiede können teilweise auf regionale Differenzen in der Auslandstätigkeit der Handwerksunternehmen zurückgeführt werden. So ist es wenig überraschend, dass das Auslandsengagement der Handwerker in den grenznahen Bezirken Münster, Saarland und in Rheinland-Pfalz höher ausfällt als im Osten Deutschlands, wo Handwerker bislang noch weniger den Schritt über die Grenze wagen.

Im Vergleich zur Umfrage im Jahr 2007 fällt der Exportanteil tendenziell eher niedriger, der Exporteursanteil jedoch tendenziell höher aus. Dies dürfte primär auf methodische Unterschiede zurückzuführen sein, da bei den meisten Umfragen keine Gewichtung der Ergebnisse vorgenommen wurde. Aus den methodischen Erläuterungen im Anhang geht hervor, dass ohne ein solches Gewichtungsverfahren die Exportquote tendenziell unterschätzt und die Exporteursquote überschätzt wird.

Vergleicht man den Exportanteil am Umsatz bei denjenigen Erhebungen, bei denen auch ein Gewichtungsverfahren vorgenommen worden ist, mit den Ergebnissen der in diesem Arbeitsheft vorgestellten Umfrage, ergibt sich durchaus ein plausibles Ergebnis. So liegt danach die Exportquote in Rheinland-Pfalz etwas höher als das deutsche Gesamtergebnis aus der Umfrage 2007, was primär auf die Exportbeziehungen im südwestdeutschen Raum nach Luxemburg und Frankreich zurückzuführen sein dürfte. In der Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen ist dagegen die Exportquote etwas geringer, was mit dem Binnenlandcharakter dieser Region erklärt werden kann.

Die Umfragen sind fast sämtlich auf einen bestimmten Zeitraum (ein Jahr) bezogen und lassen daher keine Aussagen über Entwicklungstendenzen zu. Eine Ausnahme stellen die Umfragen in Rheinland-Pfalz, bei denen die Ergebnisse auch gewichtet wurden. Im Vergleich zur Handwerkszählung 1995 stieg dort der Export von 1,5 % (1994) über 2,2 % (2000) auf 4,8 % (2004).

Dieses eindeutige Ergebnis wird auch indirekt durch die ZDH-Umfrage aus dem Jahr 2000 bestätigt. Damals antworteten 49,9 % der Handwerksunternehmen, dass sie ihren Auslandsumsatz in den letzten fünf Jahren gesteigert hätten, nur bei 15 % lag er niedriger. Dieses Ergebnis zeigt ebenfalls, dass der Export im Handwerk in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat.

Vergleicht man die Ergebnisse der verschiedenen Umfragen mit den in diesem Arbeitsheft vorgestellten Ergebnissen, wird deutlich, dass – sieht man von den fehlenden Gewichtungsverfahren bei den meisten Umfragen ab – die Daten durchaus in das gewonnene Bild hineinpassen. Dies bestätigt die Ergebnisse von 2007 und zeigt auch gleichzeitig eine positive Tendenz auf.

6.3 Statistik im Verarbeitenden Gewerbe

Eine weitere Möglichkeit, einen Annäherungswert über die Auslandsumsätze des Handwerks zu gewinnen, bietet die Statistik des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden. Diese Statistik wird vom Statistischen Bundesamt monatlich erhoben. Erfragt werden vor allem Daten über Beschäftigte und Umsatz, aber auch Auslandsumsätze.³⁷

Der Berichtskreis erstreckt sich grundsätzlich auf alle Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten, deren wirtschaftlicher Schwerpunkt im Produzierenden Gewerbe liegt und auf produzierende Betriebe mit 20 Beschäftigten und mehr von Unternehmen außerhalb des Produzierenden Gewerbes.³⁸ In diese Statistik sind auch Betriebe einbezogen, deren Inhaber bzw. Leiter in die Handwerksrolle eingetragen ist. Insgesamt melden monatlich knapp 10.000 Handwerksbetriebe zu dieser Statistik.³⁹

³⁷ Der Auslandsumsatz umfasst die Erlöse für Lieferungen und Leistungen an Abnehmer, die ihren Sitz im Ausland haben, sowie für Lieferungen an inländische Firmen, welche die Waren ohne weitere Be- und Verarbeitung exportieren. Einbezogen sind demnach nicht nur die direkten Exporte des Produzierendes Gewerbes (einschl. der Ausfuhren über Zollfreigebiete), sondern auch die indirekten Ausfuhren über zwischengeschaltete Vertriebsunternehmen, die ihren Sitz in Deutschland haben.

³⁸ Vgl. Statistisches Bundesamt (2004), S. 388.

³⁹ Die Daten dieser Betriebe werden vierteljährlich auch in die Handwerksberichterstattung übernommen.

Auf Wunsch des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks und des ifh Göttingen hat das Statistische Bundesamt 2005 erstmals eine Sonderauswertung des Handwerks mit Ergebnisse für 2004 erstellt.

Bei den Ergebnissen dieser Sonderauswertung ist zu beachten, dass nur ein Teil der handwerklichen Auslandsumsätze enthalten sind, da Angaben für Betriebe von Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten fehlen und da andere Hauptgruppen außer dem Verarbeitenden Gewerbe nicht abgebildet werden, so vor allem das Baugewerbe und sämtliche Dienstleistungs- und Handelsbetriebe.

Als Ergebnis wurde ermittelt, dass im Jahr 2004 insgesamt 9.802 Handwerksbetriebe in die Statistik des Verarbeitenden Gewerbes einbezogen waren (vgl. Tafel 6.2). In diesen Betrieben waren im Durchschnitt des Jahres gut 560.000 Personen tätig, die einen Umsatz von knapp 65 Mrd. EUR erwirtschafteten. Von diesen Betrieben erzielten 2.714 Umsätze mit ausländischen Abnehmern. Der gesamte Auslandsumsatz betrug 10,7 Mrd. EUR. Damit war im Jahr 2004 mehr als jeder vierte Handwerksbetrieb (27,7 %), der zu der Statistik im Verarbeitenden Gewerbe herangezogen wird, im Ausland tätig. Insgesamt betrug der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz 16,5 %. Im Durchschnitt erwirtschaftete jeder "Exportbetrieb" 3,9 Mio. EUR im Ausland.

Tafel 6.2: **Daten zum handwerklichen Auslandsumsatz im Verarbeitenden Gewerbe**

		2004
Auslandsumsatz (Export)	1.000 EUR	10.681.577
Betriebe mit Auslandsumsatz (Experteure)	Anzahl	2.714
Beschäftigte pro Betrieb	Anzahl	57,3
Umsatz pro Beschäftigten	1.000 EUR	116
Umsatz pro Betrieb	1.000 EUR	6.617
Experteursquote	%	27,7%
Anteil Auslandsumsatz am Gesamtumsatz (Exportquote)	%	16,5%
Auslandsumsatz pro Betrieb	1.000 EUR	1.090
Auslandsumsatz je "Exportbetrieb"	1.000 EUR	3.936

ifh Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt, Sonderauswertung Handwerk

Etwa die Hälfte des handwerklichen Auslandsumsatzes konzentriert sich auf den Maschinenbau, wobei hier Handwerksbetriebe vor allem kleine Nischen erschlossen haben. Der Anteil des handwerklichen Exportes am gesamten deutschen Auslandsumsatz betrug 1,9 %. Damit ist das Handwerk im Vergleich zu seiner gesamtwirtschaftlichen Bedeutung nur unterproportional im Ausland tätig.

Eine Hochrechnung auf das gesamte Handwerk wurde aufgrund von Strukturdaten der Handwerkszählung von 1995 vorgenommen.⁴⁰ Bei einem Auslandsumsatz von 10,6 Mrd. EUR für die betrachtete Teilgruppe ergibt sich somit für das gesamte Handwerk für das Jahr 2004 ein Auslandsumsatz von 18,6 Mrd. EUR (vgl. Tafel 6.3).

Tafel 6.3: **Hochrechnung der Auslandsaktivitäten des Handwerks aufgrund der Statistik im Verarbeitenden Gewerbe**

	1994	2004	1994/04
	Handwerkszählung	Statistik im Verarbeitenden Gewerbe	Veränderung
Auslandsumsatz (in 1.000 EUR)			
Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes mit 20 und mehr Beschäftigten	4.184.812	10.681.577	155,2%
Verarbeitendes Gewerbe	5.032.711	12.845.808	155,2%
Handwerk GESAMT	7.285.909	18.597.014	155,2%
Im Ausland tätige Unternehmen (Exporteure)			
Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes mit 20 und mehr Beschäftigten	2762	2714	-1,7%
Verarbeitendes Gewerbe	9205	9.045	-1,7%
Handwerk GESAMT	17.605	17.301	-1,7%

ifh Göttingen

Hochrechnung: kursiv

Quelle: Statistisches Bundesamt (1996), Sonderauswertung Handwerk

⁴⁰ Danach macht der handwerkliche Auslandsumsatz von Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten im Verarbeitenden Gewerbe genau 57,4 %⁴⁰ des gesamten handwerklichen Auslandsumsatzes aus.

Die Zahl der Handwerksbetriebe, die im Ausland tätig sind, betrage demnach 17.300. Während beim Auslandsumsatz gegenüber dem Wert von 1994 von 7,3 Mrd. EUR ein starker Anstieg von 155 % zu verzeichnen ist, ist die Zahl der "Exportbetriebe" etwa konstant geblieben

Hier liegt ein Unterschied gegenüber der Umfrage 2007, bei der ein erheblicher Anstieg der Zahl der Exporteure ermittelt wurde. Worauf dieser Unterschied zurückzuführen ist, kann nicht eindeutig beantwortet werden. Zu vermuten ist, dass die Steigerung der Exporteure vor allem auf Unternehmen außerhalb des Verarbeitenden Sektors zurückzuführen ist (Ausbaugewerbe, Kfz-Handwerke). Zudem haben in den letzten Jahren auch viele kleinere Unternehmen erstmals den Schritt über die nationalen Grenzen getan.

Bezüglich des Exportumsatzes liegen die Daten der Handwerksumfrage 2007 etwas geringer als die Hochrechnung der Ergebnisse des Verarbeitenden Gewerbes. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass zum Verarbeitenden Gewerbe viele größere Unternehmen mit meist hohen Exportumsätzen gehören, die an der Schwelle zwischen Handwerk und Industrie stehen. Die Zuordnung dieser Betriebe zum Handwerk oder zur Industrie kann auf die Höhe des handwerklichen Exportes erhebliche Auswirkungen haben.

6.4 IAB-Betriebspanel

Das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB) führt seit 1993 jährlich eine Befragung bei Arbeitgebern durch. Ziel dieser Befragung ist es, aktuelle repräsentative Daten über die Beschäftigtenentwicklung und deren Bestimmungsgrößen zu erhalten. Das Panel startete 1993 im früheren Bundesgebiet und wurde 1996 auf die neuen Bundesländer ausgeweitet.

Die Befragung erstreckt sich über alle Branchen und Betriebsgrößen, wobei die Betriebe über eine Zufallsstichprobe aus der Betriebsdatei der Bundesagentur für Arbeit gezogen werden. Diese Datei enthält insgesamt 3,15 Mio. Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Die Erhebungseinheit ist der Betrieb, nicht das Unternehmen als wirtschaftlich-rechtliche Institution. Die Ergebnisse des Panels werden gewichtet und hochgerechnet. Dies geschieht auf Grundlage einer Matrix aus Betriebsgrößenklassen und Wirtschaftszweigen, die auch zur Ziehung der Stichprobe verwendet wird.

Seit 1999 ist im Betriebspanel eine Frage nach der Mitgliedschaft in der Handwerkskammer enthalten, so dass eine gesonderte Handwerksauswertung möglich ist. Von den ca. 16.000 befragten Betrieben sind gut 3.500 in die Handwerksrolle eingetragen. Dies ist ein Anteil von ca. 25 %. Allerdings sind hierunter viele Mischbetriebe, die ebenfalls Mitglied einer Industrie- und Handelskammer sind.

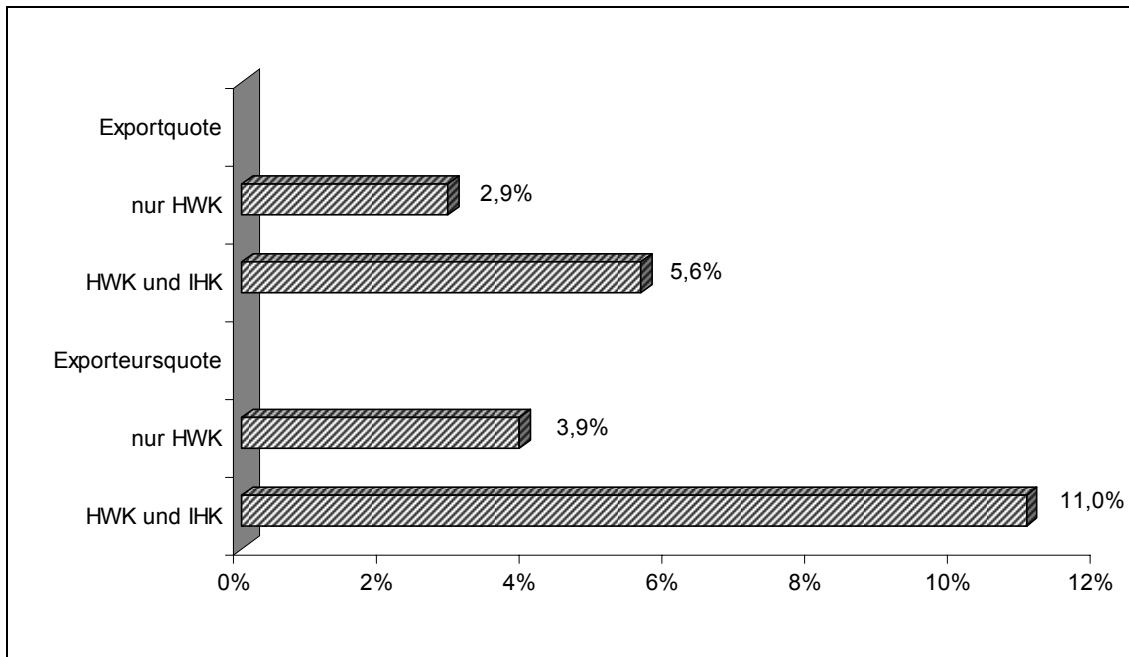
Vom ifh Göttingen wurde im Rahmen eines Projektes, das zusammen mit dem Institut für Mittelstandsforschung Bonn durchgeführt worden ist,⁴¹ eine Sonderauswertung des IAB-Betriebspanels für das Jahr 2003 vorgenommen. Dabei wurden auch die Daten danach getrennt, ob ein Betrieb nur in der Handwerkskammer Mitglied ist (Fall A) oder ob er zusätzlich einer IHK angehört (Fall B). Dies geschah einerseits deshalb, weil unter die Doppelmelder (Mischbetriebe) einige Betriebe fallen, die nur am Rande einen handwerklichen Bezug aufweisen und deshalb kaum zum Handwerk gezählt werden können. Andererseits sind in dieser Gruppe jedoch auch Einheiten enthalten, die überwiegend handwerklichen Charakter haben. Eine Nichtberücksichtigung dieser Betriebe würde den Anteil des Handwerks zu gering erscheinen lassen.

Als Ergebnis wurde ermittelt, dass die Exportquote im Fall A (nur Handwerkskammer) 2,9 % beträgt, im Fall B 5,6 %. Betrachtet man die Exporteursquoten so liegen die Anteile bei 3,9 % (Fall A) und 11 % (Fall B) (vgl. Tafel 6.4).

Vergleicht man diese Werte mit den Ergebnissen der Handwerksumfrage 2007 ist der reine Handwerkswert jeweils zu gering und der Mischwert zu hoch. Dies erscheint durchaus plausibel.

⁴¹ Vgl. Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2007), S. 63ff.

Tafel 6.4: **Export- und Exporteursquote aufgrund des IAB-Betriebspanels 2003**



ifh Göttingen

Quelle: Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2007), S. 66, 72.

7. Kurzfassung und Resümee

7.1 Kurzfassung

Kap. 1 Einführung

Die deutsche Volkswirtschaft ist auf den ausländischen Märkten erfolgreich und darf sich mit dem Titel "Exportweltmeister" schmücken. Sicher geht dieser Erfolg in erster Linie auf die Erfolge der Industrie zurück. Unklar ist jedoch, in welchem Ausmaß das Handwerk hierzu beiträgt. Dies liegt daran, dass über die Auslandstätigkeit der Handwerksunternehmen seit 1994 keine abgesicherten Zahlen mehr vorliegen. Dieses Defizit wird durch das vorliegende Arbeitsheft abgebaut.

Kap. 2 Datenbasis

Die Untersuchung beruht auf einer Sonderumfrage des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) in Kooperation mit den Handwerkskammern, die im 3. Quartal 2007 stattfand. Der Titel dieser Umfrage lautete: "Überregionaler Absatz und Einkauf des Handwerks". Insgesamt beteiligten sich daran 30 Handwerkskammern, wobei ca. 8.500 Fragebögen in die Auswertung einbezogen werden konnten. Um bundesweit abgesicherte Ergebnisse zu erhalten, wurden die Ergebnisse nach einem erprobten Verfahren gewichtet.

Kap. 3 Export

Der Auslandsumsatz im deutschen Handwerk hat sich seit der Handwerkszählung 1995 fast verdoppelt. Betrug der Exportanteil am gesamten Umsatz damals 1,8 %, waren es in 2006 bereits 3,5 %. Dies bedeutet vorsichtig gerechnet für das Jahr 2006 im deutschen Handwerk einen Exportumsatz in Höhe von rund 14 Mrd. EUR. Damit konnte der Export gegenüber 1994 etwa verdoppelt werden. Trotz dieser Exporterfolge liegt das primäre Standbein der Handwerksunternehmen in ihrer Region. Etwa 60 % wird im Nahbereich bis 30 km und ein knappes weiteres Viertel im Regionalbereich bis 100 km erzielt.

Noch stärker ist die Zahl der Exporteure gestiegen, nämlich von ca. 17.000 (1994) auf knapp 50.000. Damit sind 7,2 % aller deutschen Handwerksunternehmen im Ausland tätig. Hierbei dürfte es sich primär um die erfolgreicheren Handwerksunternehmen handeln. Zumindest weisen diese Unternehmen

eine signifikant bessere Geschäftslage als die Gesamtzahl der Handwerksunternehmen auf.

Der starke Anstieg der Exporte kam einerseits dadurch zustande, dass die meisten schon längerfristig im Ausland tätigen Unternehmen ihre Auslandsumsätze steigern konnten (38,9 %) und nur wenige einen Rückgang hinnehmen mussten (9,8 %) und dass viele Unternehmen in den letzten fünf Jahren erstmals den Schritt über die nationalen Grenzen gewagt haben (22,1 % aller Exporteure).

Verschiedene Gründe haben zu den Exporterfolgen im deutschen Handwerk beigetragen:

- Aufnahme neuer Mitglieder in die EU (in der neunziger Jahren Österreich, Schweden und Finnland, vor wenigen Jahren zehn Staaten aus Mittel- und Osteuropa),
- Einführung des EURO und Abbau weiterer Exporthemmnisse innerhalb der EU (z.B. Schengener Abkommen),
- Suche nach neuen Marktchancen angesichts einer stagnierenden bzw. rückläufigen Binnennachfrage,
- stärkere Unterstützung der deutschen Handwerksunternehmen bei ihren Auslandsgeschäften von Seiten der Handwerkskammern und der öffentlichen Hände.

Der Auslandsumsatz wird in erster Linie von **handwerklichen Großunternehmen** erwirtschaftet, allerdings mit abnehmender Tendenz gegenüber 1994. Seitdem sind viele kleinere Handwerksunternehmen erstmalig im Ausland aktiv geworden. Dies zeigt, dass grundsätzlich auch kleinere Unternehmen Chancen im Ausland besitzen. Etwa 40 % der Exporteure haben weniger als 10 Mitarbeiter.

Am stärksten international sind mit Abstand die **Handwerke für den gewerblichen Bedarf** und von diesen die Feinwerkmechaniker tätig. In diesem Handwerkszweig wird eine Exportquote von über 40 % erzielt. Jedoch haben andere Gewerbebezüge aufgeholt. Dies sind in erster Linie die Kfz-Handwerke, wobei bei den Kfz-Technikern die Auslandsgeschäfte sehr stark auf die mittel- und osteuropäischen Beitrittsländer konzentriert sind. Aber auch die Ausbauhandwerke haben insbesondere im grenznahen Raum ausländische Kunden gewinnen können. Bei den Lebensmittel-, Gesundheitshand-

werken und den Handwerkern für den persönlichen Bedarf werden Auslandsumsätze nur von wenigen Spezialisten erzielt.

Eine detaillierte regionale Analyse der Auslandsumsätze im deutschen Handwerk ist leider nicht möglich, da an der Umfrage nur gut die Hälfte der deutschen **Handwerkskammern** teilgenommen hat. Insgesamt weisen die Kammern mit einer Grenze zu den deutschen Nachbarstaaten eine höhere Exportquote als die Binnenlandkammern auf. Besonders deutlich wird dies in der Region Trier, in der infolge der Exporterfolge nach Luxemburg und Frankreich eine Exportquote von 7,5 % erzielt wird, wobei mehr als jedes dritte Unternehmen im Ausland tätig ist.

Im Handwerk dominiert grundsätzlich der Export in die europäischen Nachbarländer. Dabei spielen sprachliche und kulturelle Komponenten sowie die Entfernung eine wichtige Rolle. In den letzten Jahren haben die nordeuropäischen Märkte in Skandinavien und den britischen Inseln stark an Bedeutung gewonnen. Neuerdings werden auch die neuen Mitgliedsstaaten der EU in Mittel- und Osteuropa wieder wichtiger, nachdem die erwartete Expansion nach deren EU-Beitritt insgesamt gesehen ausgeblieben war. Darüber hinaus liefern jeweils 10 % der Exporteure ihre Produkte und Leistungen auch nach Amerika oder nach Asien (Fernost und Arabischer Raum).

Insgesamt dürfte sich die preisliche Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Handwerksunternehmen seit einigen Jahren erheblich verbessert haben, so dass neben der traditionell hohen Qualität in einigen Ländern ein zweiter Wettbewerbsvorteil entstanden ist. Dazu beigetragen hat sicher auch, dass Hemmnisse insbesondere beim Dienstleistungsexport (z.B. nach Schweiz, Dänemark, Polen) in den letzten Jahren teilweise nicht unbeträchtlich reduziert worden sind.

Teilt man die Exporteure danach auf, ob sie überwiegend Güter exportieren oder im Ausland Dienstleistungen erbringen, liegt der **Dienstleistungsexport** fast gleich auf. Hier liegt ein wesentlicher Unterschied zur Gesamtwirtschaft, in der der Dienstleistungsexport nur eine untergeordnete Bedeutung aufweist. Im Handwerk kommt sehr häufig eine Kombination von Sach- und Dienstleistungen vor. Darüber hinaus hat der Export von Bauleistungen, der zum Dienstleistungsexport gezählt wird, in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Zu beachten ist, dass hier die Entfernung eine wesentliche Rolle spielt. So weisen die Grenzlandkammern einen wesentlich höheren Dienstleistungsexport auf als die Binnenlandkammern.

Zwar werden die meisten Exportgeschäfte mit Unternehmen aus dem Ausland getätigt; das sog. Huckepackverfahren, also der gemeinsame Gang ins Ausland zusammen mit einem deutschen Unternehmen, hat beim Dienstleistungsexport eine fast ebenso große Bedeutung. Viele Handwerksunternehmen setzen ihre Produkte und Leistungen auch direkt an Privatpersonen ab. Gelegentlich handelt es sich hierbei sogar um Deutsche, die ihren Wohnsitz ins Ausland verlegen und ihren deutschen Handwerker mitnehmen.

Kap. 4 Exportpotenzial

Zur Bestimmung des Exportpotenzials im Handwerk werden verschiedenen Kriterien herangezogen. Die **Exportbereitschaft** der Handwerksunternehmen kann anhand der Frage an die bisherigen Nicht-Expoteure, ob diese bereit sind, in der Zukunft zu exportieren, annäherungsweise ermittelt werden. In der Außenwirtschaftsumfrage antworteten hier knapp 3 % mit "ja" und 8,5 % mit "eventuell". Damit hat mindestens jedes zehnte Handwerksunternehmen grundsätzlich an Auslandsgeschäften Interesse.

Ein Indikator für die **Exportfähigkeit** sind die überregionalen Absatzchancen im Inland. Wenn Handwerksunternehmen primär aufgrund der besonderen Qualität ihres Angebots, teilweise aber auch aus Preisgründen auf den überregionalen Märkten Erfolg haben, warum sollte dies nicht - gleiche Nachfragebedingungen vorausgesetzt - auch im Ausland der Fall sein? Anhand dieses Kriteriums dürften 15 % der Handwerksunternehmen für Auslandsgeschäfte geeignet sein. Dieses Ergebnis wird dadurch untermauert, dass von den "Nicht-Expoteuren" 17 % Auslandsgeschäfte nicht generell ablehnen, sondern dass bei diesen Unternehmen zwar Exporthemmnisse vorhanden, diese jedoch nicht grundsätzlicher Art sind. Insbesondere wurde hier genannt, dass das Risiko von Auslandsgeschäften zu hoch sei. Hinderlich sind auch fehlende freie Kapazitäten, Sprachschwierigkeiten, bürokratische Hemmnisse oder Informationsdefizite.

Für 83 % der Handwerksunternehmen kommen dagegen Auslandsgeschäfte in absehbarer Zeit wegen der rein regionalen Absatzbeziehungen oder weil das Unternehmen zu klein ist nicht in Frage.

Auf Grund dieser Ergebnisse lässt sich das Exportpotenzial im Handwerk auf 15 bis 17 % der Unternehmen, das sind ca. 100.000 Handwerker, eingrenzen. Die Aktivierung dieses Potenzials dürfte jedoch nicht einfach sein. Hierzu müssen weiter Handelshemmnisse abgebaut werden. Auch bedarf es

einer geeigneten Unterstützung durch die Handwerksorganisationen und die öffentliche Hand.

Kap. 5 Import

Etwa 3 % der Vorprodukte, Handelswaren oder der Fremdleistungen werden von den Handwerksunternehmen direkt aus dem Ausland importiert. Bedenkt man, dass der Anteil des Wareneinsatzes am handwerklichen Umsatz etwa 40 % beträgt, lässt sich daraus ein Importvolumen von 4,5 Mrd. EUR berechnen. Insgesamt findet jedoch der größte Teil der Beschaffung innerhalb der Region statt.

Dabei bestehen zwischen den **Gewerbegruppen** erhebliche Unterschiede. Während die Bauhandwerke und die Lebensmittelhandwerke vor allem über den Großhandel bzw. die Genossenschaft ihre Vorprodukte aus der Nähe beziehen, bekommen die Handwerke für den persönlichen Bedarf und die Gesundheitshandwerke ihre Vorprodukte und ihre Handelswaren direkt von den Herstellern, die meist über das Bundesgebiet verstreut ansässig sind. Bei den Handwerken für den gewerblichen Bedarf differieren die Beschaffungsentfernungen relativ stark. Dies hängt davon ab, wie weit entfernt die Zulieferer jeweils ansässig sind.

Grundsätzlich gilt, dass mit steigender **Betriebsgröße** der Import und der bundesweite Bezug zunehmen. Allerdings ist diese Abhängigkeit nicht so stark ausgeprägt wie bei den Absatzentfernungen.

Knapp 10 % der Handwerksbetriebe beziehen Produkte direkt aus dem Ausland. Absolut gesehen sind dies fast 64.000 Unternehmen. Dies sind in erster Linie größere Unternehmen aus dem Gesundheitsbereich (Brillen), dem Kfz-Gewerbe (PKW) und dem gewerblichen Bereich (Zulieferungen).

Der Import dürfte im grenznahen Bereich stärker ausgeprägt sein. Aufgrund der geringen Datenbasis lassen sich hier jedoch keine eindeutigen Zusammenhänge feststellen.

Der überwiegende Teil der Importe kommt aus den "alten" EU-Ländern. Etwa 80 % der Importeure haben hier ihre Beschaffungsquelle. Daneben weisen die neuen Mitgliedsländer der EU und das übrige Europa einen "gewissen" Stellenwert auf, der jedoch geringer als bei den Exporten ausfällt. Für einige Handwerksbranchen sind auch Importe aus Fernost (z.B. Gesundheitshandwerke) bzw. aus Amerika (z.B. Lebensmittelhandwerke) von Bedeutung.

Kap. 6 Ergebnisvergleich mit anderen Untersuchungen

In den letzten Jahren wurden verschiedene Untersuchungen durchgeführt, aus denen sich u.a. Aussagen über die Auslandstätigkeit im Handwerk gewinnen lassen. Diese gründen sich in erster Linie auf spezielle **Handwerks-umfragen**, die von einzelnen Handwerkskammern oder dem ifh Göttingen durchgeführt worden sind. Die ermittelten Ergebnisse fielen sehr unterschiedlich aus, wobei die Exportquote meist unter dem Ergebnis der hier vorgestellten Umfrage lag, während die Exporteursquote unser Ergebnis überstieg. Neben durchaus vorhandenen regionalen Unterschieden sind diese Differenzen vor allem auf die in der Regel fehlende Gewichtung der Ergebnisse zurückzuführen.

Aus einer Sonderauswertung der **amtlichen Statistik im Verarbeitenden Gewerbe** nach der Handwerkseigenschaft wurde ermittelt, dass die hier einbezogenen Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten im Jahr 2004 eine Exportquote von 16,5 % und eine Exporteursquote von 27,7 % aufwiesen. Hochgerechnet auf alle Handwerksunternehmen ergibt dies einen Auslandsumsatz von 18 Mrd. EUR und eine Zahl von gut 17.000 Exporteuren. Verglichen mit der 2007er Umfrage fällt die Zahl der Exporteure relativ gering aus. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass in den letzten Jahren viele Handwerksbetriebe gerade aus Bereichen (Kfz, Ausbau) erstmals in das internationale Geschäft eingestiegen sind, die in der Statistik im Verarbeitenden Gewerbe nicht erfasst werden. Der Exportumsatz liegt mit 18 Mrd. EUR dagegen etwas höher. Hier wurden wahrscheinlich einige Betriebe zum Handwerk gezählt, sie sonst eher zur Industrie gerechnet werden.

Eine weitere Möglichkeit, Daten über den Export von Handwerksbetrieben zu gewinnen, stellt eine handwerksbezogene Auswertung des **IAB-Betriebspanels** dar. Diese beruht auf den Angaben von ca. 3.500 in die Handwerksrolle eingetragenen Betrieben, wobei allerdings die große Schwierigkeit auftritt, dass in dieser Auswertung auch viele Mischbetriebe (gleichzeitige HWK- und IHK-Mitgliedschaft) enthalten sind, die nur am Rand dem Handwerk zugeordnet werden können.

Berechnet man Exportzahlen sowohl für die "reinen" Handwerksbetriebe als auch für die Mischbetriebe, so liegen die Exportquoten für das Jahr 2003 bei 2,9 bzw. 5,6 % und die Exporteursquoten bei 3,9 % bzw. 11 %. Dies sind Ergebnisse, die jeweils unter- bzw. oberhalb der ermittelten Werte der 2007er Umfrage liegen. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Ergebnisse

unserer Umfrage im Rahmen der Ergebnisse anderer Untersuchungen liegen. Dies verdeutlicht die Bedeutung unserer Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk.

7.2 Resümee

"Auslandsgeschäft" und "Handwerk": Das waren lange Zeit zwei Begriffe, die nichts oder nur wenig miteinander zu tun hatten. Üblicherweise geht man davon aus, dass der Absatz der Handwerksunternehmen lokal oder regional begrenzt ist. Dies liegt primär daran, dass fast überall ein breites Netz von Handwerksunternehmen besteht, welche die Grundversorgung mit handwerklichen Gütern und Dienstleistungen sicherstellen. Hier liegt eine der Stärken des Handwerks, weil bei einem kleinen Absatzradius das Angebot des Handwerkers besser auf die speziellen Wünsche des Kunden zugeschnitten werden kann.

Diese Untersuchung hat nun gezeigt, dass dieses Wesensmerkmal des Handwerks nicht mehr uneingeschränkt Gültigkeit besitzt. Derzeit wird 3,5 % des handwerklichen Umsatzes im Ausland erwirtschaftet und 7,2 % der Handwerksunternehmen setzen ihre Güter und Dienstleistungen jenseits der deutschen Grenze ab. Dies waren im Jahr 2006 immerhin 14 Mrd. EUR und knapp 49.000 Handwerksunternehmen. Gegenüber der Handwerkszählung von 1995, in der letztmalig Exportzahlen für das Handwerk erhoben wurden, bedeutet dies eine erhebliche Steigerung. Diese kam insbesondere deshalb zustande, weil erstmals eine nicht unbedeutende Anzahl von kleinen Handwerksunternehmen den Schritt über die nationalen Grenzen hinaus gewagt hat. Heute kommen gesamtwirtschaftlich gesehen etwa 14 % aller Exportunternehmen in Deutschland aus dem Handwerk.

Der Beitrag des Handwerks zur deutschen Außenwirtschaft ist damit aber noch nicht vollständig erfasst. Hinzu muss der indirekte Export gerechnet werden, der für viele Unternehmen eine noch viel größere Bedeutung als der direkte Export besitzt, aber nicht in die Statistik eingeht. Ohne die qualitativen Zulieferungen von vielen Handwerksunternehmen wäre die Wettbewerbsfähigkeit vieler deutscher Industrieunternehmen auf den Weltmärkten sicherlich nicht in diesem Ausmaß gegeben.

Zu beachten ist, dass das Handwerk nicht nur auf der Absatz-, sondern auch auf der Beschaffungsseite international tätig ist. Der Importanteil mit 2,8 % und der Importeursanteil mit 9,5 % liegen sogar noch höher als auf der Ab-

satzseite. Dieses Ergebnis zeigt, dass das Handwerk auch auf diese Weise in die internationale Arbeitsteilung eingebunden ist.

Diese Untersuchung hat aber auch gezeigt, dass das Auslandspotenzial im Handwerk bei weitem noch nicht erschöpft ist. Insgesamt dürfte es ein Exportpotenzial von 10 bis 15 % der Handwerksunternehmen geben sowohl was die Exportbereitschaft als auch die Exportfähigkeit betrifft. Dies sind bis zu 100.000 Unternehmen. Die Aktivierung dieses Potenzials erfolgt jedoch nicht von allein. Vielmehr bedürfen die Handwerksunternehmen besonderer Hilfestellungen, um ihnen den Schritt auf das internationale Parkett zu erleichtern.

Als Hilfen ist ein umfangreiches Bündel an Maßnahmen geeignet. Dies reicht von geeignetem Informationsmaterial, das auf die besondere Situation der handwerklichen Auslandsgeschäfte zugeschnitten ist (insbesondere beim Dienstleistungsexport), über spezielle Angebote an die Unternehmen, um ihnen den Einstieg in das Auslandsgeschäft zu erleichtern, wie Unternehmerreisen, Messebeteiligungen, Außenwirtschaftsveranstaltungen bis hin zu einer persönlichen Beratung. Die Außenwirtschaftsstellen bei den Handwerkskammern haben einen besonderen Stellenwert, da hier in der Regel ein enger Kontakt zu den Unternehmen vorliegt und die Unternehmen durch qualifizierte Beratungen individuell und zielgerichtet unterstützt werden. Flankiert werden muss dieses Angebot durch handwerksspezifische Informationen, die von den zentralen Institutionen der Außenwirtschaftsförderung (Bundesagentur für Außenwirtschaft, deutsche Auslandshandelskammern) bereitgestellt werden. Wenn dies erfolgreich geschieht, kann das Handwerk zukünftig noch mehr zu Exporterfolgen der deutschen Wirtschaft beitragen.

Anhang

A1 Methodische Hinweise zur Gewichtung

Die Ergebnisse der Außenwirtschaftsumfrage 2007 bei den Handwerksunternehmen konnten nicht einfach auf Bundesergebnisse hochgerechnet werden. Denn sonst wären verschiedene Effekte zum Tragen gekommen, die beträchtliche Verzerrungen mit sich gebracht hätten. Diese hätten sich auf die Höhe des Exports bzw. Imports und auf die Zahl der Exporteure bzw. Importeure nicht unerheblich ausgewirkt. Dadurch wäre die Qualität der Ergebnisse erheblich gesunken:

	Effekte	Auswirkungen auf...	
		Höhe Ex- porte bzw. Importe	Zahl Expor- teure bzw. Im- porteure
1	In der Erhebung wird nicht nach absoluten Umsätzen, sondern nach Umsatzanteilen gefragt, um die Antwortbereitschaft zu steigern. Dadurch bekommen die Auslandsumsätze bei allen Betriebsgrößen das gleiche Gewicht. Größere Betriebe exportieren bzw. importieren jedoch häufiger als kleinere.	zu gering	richtig
2	Antwortbereitschaft Fragebogen steigt mit Zahl der Beschäftigten	zu hoch	zu hoch
3	Antwortbereitschaft bei Exportbetrieben höher als bei Nicht-Exporteuren	zu hoch	zu hoch
	Summierung Effekte	zu gering	zu hoch

Zusammenfassend würde durch diese Effekte die Zahl der Exporteure (bzw. Importeure) wahrscheinlich zu hoch, dagegen jedoch die Höhe des Export- bzw. Importumsatzes zu gering ausgewiesen werden, denn - wie Berechnungen gezeigt haben - sind bei der Höhe der Exporte (bzw. Importe) die

Verzerrungen durch den ersten Effekt erheblich größer als durch den zweiten und dritten Effekt, so dass diese Verzerrungen überkompensiert würden. Im Folgenden wird auf die drei Effekte näher eingegangen und beschrieben, welche Gewichtungsverfahren angewendet wurden, um diese Verzerrungen zu beseitigen.

Effekt 1:

Die Erhebung von prozentualen Umsatzanteilen (vgl. Fragen 2 bzw. 3 im Fragebogen) statt absoluten Umsatzwerten ist deshalb ein Problem, da erfahrungsgemäß größere Unternehmen eher als kleinere ex- bzw. importieren. Bezüglich der Exporte zeigen hier die Daten der Handwerkszählung von 1994 ein eindeutiges Ergebnis.⁴² So lag die Exportquote bei den Kleinstbetrieben mit weniger als fünf Beschäftigten lediglich bei 0,4 %, während sie bei den handwerklichen Großunternehmen mit 100 und mehr Beschäftigten auf 4,5 % anstieg. Ähnliche Relationen finden sich auch bei der Exporteursquote (kontinuierlicher Anstieg von 0,9 % bei Einpersonen-Unternehmen bis 14,8 % bei Handwerksunternehmen mit 100 und mehr Beschäftigten). Entsprechende Unterschiede zwischen den einzelnen Betriebsgrößenklassen werden auch in dieser Umfrage deutlich (vgl. Kapitel 3).

Um diese Verzerrung auszuschalten, müssen die absoluten Umsätze der antwortenden Unternehmen hilfsweise ermittelt werden. Dieses geschieht, indem man Beschäftigtengrößenklassen bildet (hier: 1 Person, 2 bis 4 Personen, 5 bis 9 Personen, 10 bis 19 Personen, 20 bis 49 Personen, 50 Personen und mehr), für jede dieser Größenklassen die Zahl der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen ermittelt und diesen Wert dann mit dem Umsatz pro Beschäftigten und der durchschnittlichen Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen multipliziert. Der Gesamtumsatz aller Unternehmen in der jeweiligen Beschäftigtengrößenklasse wird dann für die vorgegebenen Absatzentfernungen (im Inland innerhalb von 30 km, innerhalb von 100 km, im übrigen Bundesgebiet und im Ausland⁴³) mit den jeweiligen in der Umfrage ermittelten prozentualen Anteilen multipliziert. Man erhält die absoluten Umsätze, die mit Abnehmern in den einzelnen Absatzregionen getätigt werden. Danach werden die Ergebnisse für alle fünf Beschäftigtengrößenklassen und

⁴² Vgl. Müller, K. (1997), S. 6, 7.

⁴³ Die Beschaffungsregionen (Frage 3) lauteten etwas anders: aus der Region, bundesweit und Ausland.

für jede Entfernungsklasse addiert. Diese absoluten Umsätze in den einzelnen Absatzregionen lassen sich dann über eine Division durch den gesamten Umsatz leicht in prozentuale Anteile umrechnen (Gewichtungsverfahren 1). Durch dieses Gewichtungsverfahren reduziert sich der anteilige Umsatz, der in geringeren Entfernungen getätigt wird, und der Umsatz über größere Entfernungen oder mit dem Ausland erhöht sich (vgl. Tafel A1.1).

Tafel A1.1: **Vergleich ungewichtete und gewichtete Werte in den einzelnen Absatzregionen nach Effekt 1**

	Absatzregion				
	innerhalb von 30 km	30 - 100 km	bundesweit	Ausland	GESAMT
ungewichtet	69,9%	20,2%	8,7%	1,2%	100%
gewichtet	57,1%	23,9%	16,1%	2,9%	100%
	Importregion				
	Region	bundesweit	Ausland	GESAMT	
ungewichtet	64,5%	33,4%	2,0%	100%	
gewichtet	56,0%	41,0%	3,0%	100%	

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Für dieses Verfahren wird der Umsatz je Beschäftigten benötigt. Hierzu existiert leider für die einzelnen Beschäftigtengrößenklassen kein gesichertes aktuelles Ergebnis. Ersatzweise werden die Daten der Handwerkszählung von 1994 herangezogen. Dies ist dann kein Problem, wenn sich die prozentualen Zuwächse in den einzelnen Beschäftigtengrößenklassen in der Zwischenzeit etwa gleich entwickelt haben, wofür einiges spricht. Ist es jedoch zu größeren Abweichungen gekommen, so dass beispielsweise der Umsatz je Beschäftigten (was ein Indikator für die Produktivität ist) in größeren Unternehmen viel stärker gewachsen ist als in den kleineren, käme es zu einer Unterschätzung des Auslandsumsatzes. Nach Probeberechnungen würden Unterschiede im prozentualen Anstieg beim Umsatz je Beschäftigten das Gesamtergebnis kaum beeinflussen. Daher kann dieser Effekt an dieser Stelle vernachlässigt werden.

Durch dieses Gewichtungsverfahren steigt der Exportanteil von 1,2 % auf 2,9 % (vgl. Tafel A1.1). Demgegenüber sinkt bspw. der Umsatzanteil, der in-

nerhalb von 30 km getätigt wird, von 69,9 auf 58,5 %. Der Anstieg bei den Importen fällt geringer aus. Dies liegt daran, dass die Unternehmensgrößenunterschiede bei der Importneigung geringer als bei der Exportneigung ausfallen.⁴⁴

Effekt 2:

Aus vielen Erhebungen im Handwerksbereich und auch bei anderen Befragungen von Unternehmen ist bekannt, dass die Antwortbereitschaft mit der Zahl der Beschäftigten in den Unternehmen ansteigt. Dies wird wiederum bei einer Betrachtung der einzelnen Beschäftigtengrößenklassen deutlich. So ist der prozentuale Anteil der Unternehmen in jeder Größenklasse an der Gesamtheit aller Unternehmen in einer Umfrage bei den kleineren Unternehmen geringer als es der Fall wäre, würde man die reale Betriebsgrößenstruktur heranziehen. Bei den größeren Unternehmen ist es dagegen umgekehrt. Dadurch würden die größeren Betriebe ein überproportionales Gewicht bekommen. Um diese Verzerrung auszuschalten, ist es notwendig, eine Gewichtung mit der realen Betriebsgrößenstruktur vorzunehmen.

Da vieles darauf hindeutet, dass die Ergebnisse der Handwerkszählung von 1994 der heutigen Realität nicht mehr entsprechen, wurden Daten des Unternehmensregisters für das Handwerk⁴⁵ eingesetzt.⁴⁶ Die Daten beziehen sich allerdings auf das Jahr 2004. Seitdem dürfte insbesondere in den zulassungsfreien (B1-) Handwerken der Anteil der Kleinstbetriebe zugenommen und sich dadurch die Betriebsgrößenstruktur verändert haben. Da jedoch die neu gegründeten Kleinstbetriebe kaum im Ausland tätig sein dürften, bedeutet dies für die vorliegende Erhebung keine größere Fehlerquelle.

⁴⁴ Dieses Gewichtungsverfahren war nur für das Gesamtergebnis und für die einzelnen Handwerkskammern, nicht jedoch für die einzelnen Handwerkszweige bzw. Gewerbegruppen möglich, da dieses Verfahren einen entsprechend hohen Rücklauf für jede zu gewichtete Einheit (z.B. Handwerkszweig) verlangt. Auch die Ergebnisse für die Handwerkskammern, insbesondere bei denjenigen mit einer Antwortzahl unter 200, sind aus diesem Grund nur mit Vorsicht zu interpretieren.

⁴⁵ Das Statistische Bundesamt plant für 2008 eine erstmalige Auswertung des neu entstandenen Unternehmensregisters für das Handwerk. Die Auswertung beinhaltet im Wesentlichen die Merkmale Umsatz und Beschäftigte.

⁴⁶ Diese Ergebnisse standen nur für Deutschland insgesamt zur Verfügung, nicht jedoch für die einzelnen Kammerbezirke. Treten hier größere Unterschiede auf, ist das Gewichtungsverfahren auf Kammerebene problematisch.

Die Gewichtung wurde in der Weise vorgenommen, dass berechnet wird, wie viele Unternehmen bei einer gleich bleibenden Gesamtzahl in jede Beschäftigtengrößenklasse fallen würden, wenn die Unternehmensgrößenstruktur der realen Größenstruktur entsprochen hätte (Gewichtungsverfahren 2) (vgl. Tafel A1.2). Beispielsweise waren in der Größenklasse zwei bis vier Beschäftigte in der Erhebung 2.310 Unternehmen beteiligt. Wenn die Zahl der Unternehmen jedoch entsprechend der Zahlen Unternehmensgrößenstruktur verteilt gewesen wären, hätten es erheblich mehr, nämlich 2.890, sein müssen. Entsprechend wäre die Zahl der Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten von jetzt 397 auf 205 gefallen.

Tafel A1.2: **Vergleich Unternehmen in Grundgesamtheit mit und ohne Gewichtungsverfahren**

	Zahl der Unternehmen in der Umfrage	Zahl der Unternehmen gewichtet
Gr. 1	1.149	1.950
Gr. 2-4	2.310	2.890
Gr. 5-9	2.283	1.975
Gr. 10-19	1.529	1.035
Gr. 20-49	883	496
Gr. 50 und mehr	397	205
Gesamt	8.551	8.551

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Die so ermittelten Zahlen in der einzelnen Beschäftigtengrößenklassen werden dann wiederum mit den Umsätzen je Beschäftigten und der durchschnittlichen Zahl der Beschäftigten in jeder Größenklasse multipliziert, um so den Gesamtumsatz zu erhalten. Das weitere Procedere erfolgt wie bei Gewichtungsverfahren 1.

Durch dieses zweite Gewichtungsverfahren sinkt bspw. der Exportanteil von 2,9 % (nach dem Gewichtungsverfahren 1) auf 2,6 % (vgl. Tafel A1.3). Der Anteil der Exporteure geht durch diese Gewichtung von 8,5 % auf 6,6 % und der Anteil der Importeure von 10,9 % auf 9,5 % zurück.

Tafel A1.3: **Vergleich ungewichtete und gewichtete Werte in den einzelnen Absatzregionen nach den Effekten 1 und 2**

	Absatzregion				
	innerhalb von 30 km	30 - 100 km	bundesweit	Ausland	GESAMT
gewichtet nach Verfahren 1	57,1%	23,9%	16,1%	2,9%	100%
gewichtet nach Verfahren 1 und 2	59,2%	23,4%	14,8%	2,6%	100%
	Importregion				
	Region	bundesweit	Ausland	GESAMT	
gewichtet nach Verfahren 1	56,0%	41,0%	3,0%	100%	
gewichtet nach Verfahren 1 und 2	57,5%	39,6%	2,8%	100%	

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Effekt 3:

Eine anzunehmende höhere Antwortbereitschaft bei Exporteuren gegenüber Nicht-Exporteuren⁴⁷ wurde dadurch zu vermeiden versucht, dass sich der Titel der Umfrage nicht direkt auf den Export (bzw. den Import), sondern allgemein auf den überregionalen Absatz und Einkauf des Handwerks bezog (vgl. hierzu Kapitel 2).

Ob eine relativ gleichmäßige Beteiligung der Unternehmen an der Umfrage gelungen ist, lässt sich nur begrenzt beantworten, da ja die Exporteurszahlen nicht bekannt sind, sondern gerade ermittelt werden sollen. Ein Ansatzpunkt wäre die Tatsache, dass die Unternehmen in den einzelnen Gewerbegruppen sehr unterschiedliche Exportquoten aufweisen. Daher wurde überlegt, eine zusätzliche Gewichtung auf Grundlage einer Matrix aus Beschäftigten-Größenklassen und handwerklichen Gewerbegruppen vorzunehmen. Die hierfür notwendigen Daten für die einzelnen Felder liegen allerdings nicht vor. Auch das Statistische Bundesamt konnte keine entsprechenden Informationen liefern. Daher musste dieser Effekt leider unberücksichtigt bleiben. Durch die oben erwähnte Maßnahme dürfte dieser aber nicht allzu sehr ins Gewicht fallen.

⁴⁷ bzw. der Importeure gegenüber den Nicht-Importeuren

Regionale Verzerrung

Ein weiteres Problem für die Qualität der Ergebnisse entsteht dadurch, dass sich nicht sämtliche, sondern nur 30 der 54 Handwerkskammern an der Umfrage beteiligten (vgl. Anhang A4). Dies wäre dann kein Problem, wenn anzunehmen wäre, dass die Handwerksunternehmen dieser Kammern etwa die gleichen Export- und Importwerte aufweisen wie die Unternehmen der übrigen Kammern. Nach längerer Diskussion mit Experten aus den Kammern und einem Vergleich der Bundesländerergebnisse der Handwerkszählung von 1994⁴⁸ ist dies jedoch sehr fraglich. Insbesondere die Nicht-Beteiligung der Kammern aus Baden-Württemberg, von drei bayerischen Kammern (München und Oberbayern, Niederbayern, Oberpfalz und Oberfranken) und der Kammern Düsseldorf und Münster dürfte sich negativ auf die Exportquote ausgewirkt haben. Denn diese Kammern liegen zum einen grenznah, was insbesondere den für das Handwerk sehr wichtigen Dienstleistungsexport sehr erleichtert, zum anderen weisen diese Kammern seit längerem eine gut ausgebaute Exportberatungsstelle auf. Daher ist stark anzunehmen, dass eine bundesweite Exportquote auf Basis der teilnehmenden Kammern zu gering ausfallen würde. Die vorliegenden Ergebnisse gelten daher nur für die 30 sich an der Erhebung beteiligenden Handwerkskammern, nicht jedoch für das gesamte deutsche Handwerk.

Um vor diesem Hintergrund trotzdem bundesweite Aussagen über Exportumsätze und Zahl der Exporteure treffen zu können, wurde – wie bereits in Kapitel 2 erwähnt – eine Umfrage in Baden-Württemberg, die im Jahre 2006 vom Handwerk International Baden-Württemberg im Rahmen der Exportoffensive Handwerk und in Zusammenarbeit mit dem ifh Göttingen durchgeführt worden war, herangezogen. An dieser Umfrage beteiligten sich 426 Handwerksunternehmen. Diese Umfrage hat für unsere Zwecke den großen Nachteil, dass deren Ziel nicht darin lag, eine möglichst repräsentative Exportquote, sondern potenzielle Exporteure zu ermitteln. Entsprechend fand die Auswahl der Unternehmen statt. Daher war es wenig erstaunlich, dass in dieser Umfrage eine sehr hohe Exportquote (bzw. Exporteursquote) festgestellt wurde. Über die oben beschriebenen Gewichtungsverfahren konnte jedoch ein annähernd repräsentatives Ergebnis ermittelt werden. Dieses wurde im Verhältnis des handwerklichen Betriebsbestandes in Baden-Württemberg zum Betriebsbestand der sich an der bundesweiten Umfrage beteiligenden

⁴⁸ Vgl. Müller, K. (1997), S. 10.

Kammern zu den Ergebnissen addiert. Dadurch stieg die Exportquote von 2,6 % auf 3,5 % und die Exporteursquote von 6,4 % auf 7,2 %. Eine Differenzierung dieser Ergebnisse nach einzelnen Gewerken oder Betriebsgrößenklassen war auf diese Weise leider nicht möglich, so dass die Detailanalyse der Ergebnisse nur über das Gesamtergebnis der 30 Kammern erfolgen kann.

A2 Tafel im Anhang

Tafel A3.1: **Umsatz nach Absatzregionen und Beschäftigtengrößenklassen**

Wie teilte sich im Jahr 2006 Ihr Umsatz nach Absatzregionen auf?

Zahl Beschäftigte	Inland			Ausland	GESAMT
	innerhalb von 30 km	30 - 100 km	Bundesgebiet		
Umsatz nach Absatzregionen					
1	79,1%	13,6%	6,6%	0,6%	100%
2-4	75,4%	17,7%	6,2%	0,6%	100%
5-9	71,4%	21,0%	6,8%	0,8%	100%
10-19	64,8%	23,8%	9,8%	1,6%	100%
20-49	58,1%	24,7%	14,3%	2,8%	100%
50 und mehr	49,2%	24,7%	22,1%	4,0%	100%
GESAMT	59,2%	23,4%	14,8%	2,6%	100%
Unternehmen, die in jeweiliger Absatzregion tätig sind					
1	92,3%	43,4%	17,0%	3,0%	
2-4	93,2%	55,6%	19,3%	4,1%	
5-9	92,9%	64,2%	23,3%	6,1%	
10-19	92,1%	71,9%	31,0%	10,2%	
20-49	90,3%	77,1%	43,7%	21,2%	
50 und mehr	86,7%	77,7%	55,2%	26,1%	
GESAMT	92,5%	58,6%	23,4%	6,6%	

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Quellen: 1995: Handwerkszählung 1995; 2006: Außenwirtschaftsumfrage 2006

Tafel A3.2: **Veränderung der Auslandsgeschäfte seit 2002 nach Beschäftigtengrößenklassen**

Wie haben sich Ihre Auslandsgeschäfte seit dem Jahr 2002 entwickelt?

Zahl Beschäftigte	gestiegen gegenüber 2002	weniger als 2002	unverändert gegenüber 2002	entfällt, da Existenzgründer	Auslandsgeschäfte nach 2002 begonnen	GESAMT
1	24,5%	8,2%	14,3%	8,2%	44,9%	100%
2-4	26,5%	11,6%	29,0%	5,8%	27,1%	100%
5-9	31,5%	7,7%	31,1%	0,9%	28,8%	100%
10-19	38,4%	11,4%	29,7%	1,4%	19,2%	100%
20-49	49,0%	11,0%	24,3%	1,9%	13,8%	100%
50 und mehr	58,9%	7,1%	18,8%	1,8%	13,4%	100%
GESAMT	38,9%	9,8%	26,7%	2,5%	22,1%	100%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.3: **Umsatz nach Absatzregionen und Gewerbegruppen**
Wie teilte sich im Jahr 2006 Ihr Umsatz nach Absatzregionen auf?

Gewerbegruppen	Inland			Ausland	GESAMT
	innerhalb von 30 km	30 - 100 km	Bundes- gebiet		
Umsatz nach Absatzregionen					
Bauhauptgewerbe	60,0%	28,6%	10,6%	0,8%	100%
Ausbaugewerbe	59,3%	24,3%	14,3%	2,0%	100%
gewerblicher Bedarf	43,1%	25,6%	25,3%	5,9%	100%
Kfz	72,4%	17,2%	7,2%	3,1%	100%
Lebensmittel	76,4%	14,9%	8,0%	0,6%	100%
Gesundheit	80,3%	17,5%	2,0%	0,1%	100%
Personenbezogene Dienstleistungen	79,6%	12,7%	7,3%	0,4%	100%
GESAMT	59,2%	23,4%	14,8%	2,6%	100%
Unternehmen, die in jeweiliger Absatzregion tätig sind					
Bauhauptgewerbe	90,8%	65,1%	21,4%	3,8%	
Ausbaugewerbe	92,9%	68,6%	25,1%	6,5%	
gewerblicher Bedarf	85,1%	73,3%	45,6%	19,8%	
Kfz	95,9%	73,1%	39,9%	19,5%	
Lebensmittel	97,3%	26,2%	10,2%	3,1%	
Gesundheit	97,0%	43,7%	15,4%	2,4%	
Personenbezogene Dienstleistungen	96,0%	33,6%	13,2%	2,9%	
GESAMT	92,5%	58,6%	23,4%	6,6%	

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.4: **Umsatz nach Absatzregionen und Handwerkszweigen**
Wie teilte sich im Jahr 2006 Ihr Umsatz nach Absatzregionen auf?

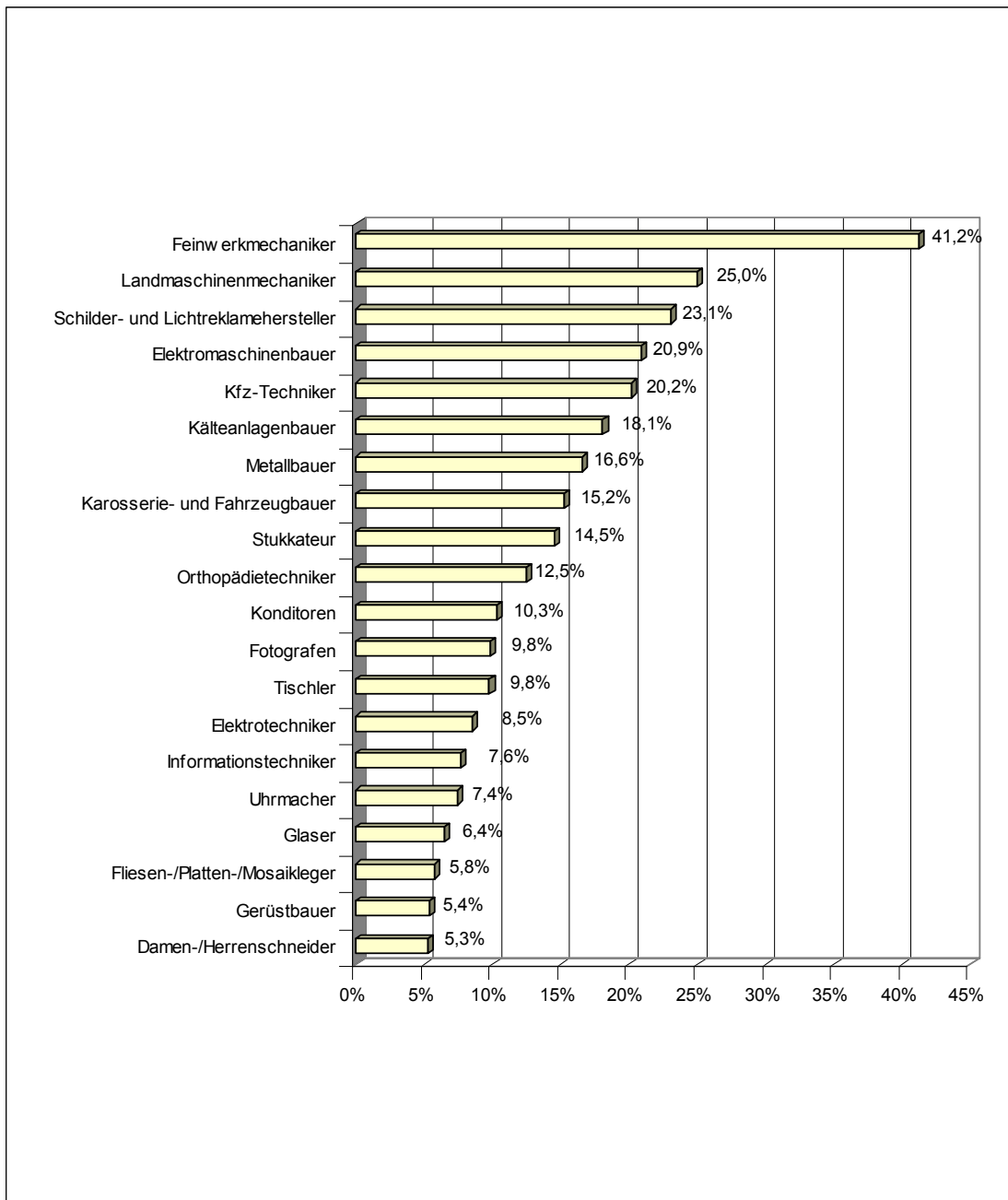
	Inland			Ausland	GESAMT ¹⁾
	innerhalb von 30 km	30 - 100 km	Bundesgebiet		
Bauhauptgewerbe					
Maurer/Betonbauer	66,1%	24,4%	9,1%	0,7%	100%
Zimmerer	66,7%	26,3%	5,5%	1,4%	100%
Dachdecker	73,7%	20,5%	5,6%	0,5%	100%
Straßenbauer	61,0%	30,6%	7,9%	0,5%	100%
Gerüstbauer	59,7%	27,7%	11,5%	1,1%	100%
Ausbaugewerbe					
Maler/Lackierer	76,0%	19,2%	4,7%	0,5%	100%
Klempner	65,7%	23,8%	10,2%	0,2%	100%
Installateur/Heizungsbauer	72,9%	19,3%	7,6%	0,4%	100%
Elektrotechniker	63,0%	23,5%	11,8%	1,5%	100%
Tischler	63,0%	24,9%	10,7%	1,4%	100%
Raumausstatter	76,6%	16,2%	6,8%	0,4%	100%
Glaser	72,5%	18,0%	7,5%	1,9%	100%
Fliesen-/Platten-/Mosaikleger	60,2%	26,4%	12,6%	0,8%	100%
Stukkateur	63,0%	28,5%	3,1%	5,0%	100%
Handwerke für den gewerblichen Bedarf					
Feinwerkmechaniker	34,9%	31,1%	26,9%	7,2%	100%
Elektromaschinenbauer	56,8%	25,1%	14,0%	4,2%	100%
Landmaschinenmechaniker	64,8%	21,7%	10,3%	3,3%	100%
Kälteanlagenbauer	42,1%	38,6%	18,0%	1,3%	100%
Metallbauer	50,0%	28,6%	18,6%	2,9%	100%
Gebäudereiniger	70,5%	21,3%	7,9%	0,3%	100%
Informationstechniker	75,0%	14,9%	9,3%	0,8%	100%
Schilder- und Lichtreklamehersteller	44,2%	25,1%	25,0%	3,7%	100%
Kraftfahrzeuggewerbe					
Karosserie- und Fahrzeugbauer	72,6%	18,3%	6,9%	2,2%	100%
Kfz-Techniker	78,2%	15,0%	5,0%	1,6%	100%
Lebensmittelgewerbe					
Bäcker	91,4%	7,2%	1,3%	0,1%	100%
Konditoren	92,3%	4,9%	2,2%	0,6%	100%
Fleischer	86,8%	8,4%	4,4%	0,4%	100%
Gesundheitsgewerbe					
Augenoptiker	94,5%	4,1%	1,2%	0,1%	100%
Zahntechniker	82,2%	14,5%	3,1%	0,2%	100%
Hörgeräteakustiker	86,4%	8,7%	4,4%	0,0%	100%
Orthopädienschuhmacher	85,9%	12,5%	1,7%	0,0%	100%
Orthopädietechniker	80,4%	18,0%	0,7%	0,8%	100%
Personenbezogene Dienstleistungsgewerbe					
Friseure	90,9%	6,2%	2,0%	0,1%	100%
Schuhmacher	84,2%	8,4%	6,7%	0,7%	100%
Uhrmacher	82,0%	8,6%	9,0%	0,4%	100%
Damen-/Herrenschneider	75,5%	13,1%	10,5%	0,1%	100%
Fotografen	73,2%	16,3%	9,6%	1,0%	100%
Textilreiniger	75,1%	16,6%	8,0%	0,3%	100%
Kosmetiker	95,0%	3,2%	1,4%	0,1%	100%
GESAMT	59,2%	23,4%	14,8%	2,6%	100%

ifh Göttingen

1) leichte Differenzen durch Abrundungsprobleme

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.5: Handwerkszweige mit den höchsten Exporteursquoten



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.6: **Veränderung der Auslandsgeschäfte seit 2002 nach Gewerbe-
gruppen**

Wie haben sich Ihre Auslandsgeschäfte seit dem Jahr 2002 entwickelt?

	gestiegen gegenüber 2002	weniger als 2002	unverändert gegenüber 2002	entfällt, da Existenzgründer	Auslandsgeschäfte nach 2002 begonnen	GESAMT
Bauhauptgewerbe	28,6%	6,6%	23,1%	2,2%	39,6%	100%
Ausbaugewerbe	35,4%	10,2%	25,2%	3,1%	26,2%	100%
gewerblicher Bedarf	47,5%	9,7%	25,5%	1,1%	16,2%	100%
Kfz	42,9%	16,7%	24,4%	2,4%	13,7%	100%
Lebensmittel	25,0%	0,0%	54,2%	4,2%	16,7%	100%
Gesundheit	23,7%	2,6%	42,1%	5,3%	26,3%	100%
Personenbezogene Dienstleistungen	38,1%	2,4%	28,6%	7,1%	23,8%	100%
GESAMT	38,9%	9,9%	26,5%	2,6%	22,0%	100%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.7: Umsatz nach Absatzregionen und Exporteursquote nach Handwerkskammern

	Umsätze nach Absatzregionen					Anteil Exporteure ¹⁾
	Inland			Ausland	GESAMT	
	innerhalb von 30 km	30 - 100 km	Bundesgebiet			
Aachen	56,9%	28,4%	10,4%	4,3%	100%	14,5%
Braunschweig	58,7%	6,9%	33,6%	0,9%	100%	6,0%
Chemnitz	55,5%	21,5%	20,6%	2,5%	100%	6,8%
Cottbus	51,2%	26,9%	21,3%	0,7%	100%	7,8%
Dortmund	64,5%	21,7%	11,7%	2,0%	100%	5,6%
Dresden	56,0%	21,9%	18,4%	3,6%	100%	13,3%
Erfurt	43,6%	25,6%	30,4%	0,5%	100%	3,3%
Flensburg	63,6%	32,0%	1,3%	3,1%	100%	11,6%
Halle	50,5%	28,7%	15,5%	5,3%	100%	5,7%
Hamburg	79,2%	17,4%	3,1%	0,3%	100%	9,2%
Hildesheim-Süd-niedersachsen	58,6%	26,2%	11,2%	4,0%	100%	8,8%
Kassel	61,7%	23,0%	12,9%	2,4%	100%	9,9%
Koblenz	52,7%	27,7%	17,2%	2,4%	100%	7,9%
Leipzig	56,9%	20,3%	20,6%	2,2%	100%	7,8%
Lüneburg-Stade	55,8%	31,2%	11,7%	1,4%	100%	5,4%
Mittelfranken	61,3%	23,7%	11,4%	3,6%	100%	7,5%
Oldenburg	56,6%	23,2%	15,8%	4,4%	100%	10,3%
Ostfriesland	55,7%	26,0%	17,0%	1,3%	100%	16,3%
Ostmecklenburg-Vorpommern	46,2%	23,3%	28,6%	1,9%	100%	5,7%
Ostthüringen	50,1%	16,8%	30,0%	3,0%	100%	4,2%
Potsdam	54,3%	26,6%	18,2%	0,9%	100%	5,8%
Rhein-hessen	63,2%	25,3%	10,4%	1,1%	100%	5,4%
Rhein-Main	70,5%	15,7%	9,7%	4,1%	100%	5,8%
Saarland	51,9%	31,2%	11,5%	5,4%	100%	26,1%
Schwaben	57,7%	26,3%	12,0%	4,0%	100%	11,9%
Schwerin	57,6%	24,9%	17,2%	0,3%	100%	3,9%
Südthüringen	55,0%	24,2%	19,6%	1,2%	100%	5,3%
Trier	55,0%	27,4%	10,1%	7,5%	100%	36,1%
Unterfranken	63,9%	18,8%	15,4%	1,9%	100%	9,1%
Wiesbaden	63,5%	21,3%	13,4%	1,8%	100%	7,1%
GESAMT	59,2%	23,4%	14,8%	2,6%	100%	6,6%

ifh Göttingen

1) ungewichtet, bis auf Gesamtergebnis

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.8: **Zielländer des Exports nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen**

*Falls Sie Auslandsgeschäfte tätigen, in welchen Regionen/Ländern?
(Mehrfachnennungen möglich)*

	bisherige EU-Länder (EU 15)	neue EU-Länder (Mittel- + Ost-europa) ab 2004	übriges Europa (u.a. Schweiz)	Amerika (Nord + Süd)	Asien	sonstige
Beschäftigtengrößenklassen						
1	88,5%	34,6%	19,2%	7,7%	3,8%	0,0%
2-4	76,4%	22,2%	31,9%	6,9%	5,6%	9,7%
5-9	81,5%	34,3%	20,4%	5,6%	3,7%	6,5%
10-19	84,5%	34,9%	24,0%	11,6%	12,4%	5,4%
20-49	84,0%	41,7%	40,0%	8,0%	12,6%	6,9%
50 und mehr	88,4%	50,5%	51,6%	20,0%	17,9%	11,6%
Gewerbegruppen						
Bauhauptgewerbe	88,0%	10,0%	14,0%	4,0%	2,0%	4,0%
Ausbaugewerbe	84,8%	22,2%	29,8%	9,4%	9,9%	6,4%
gewerblicher Bedarf	82,0%	39,5%	38,6%	13,2%	15,8%	9,2%
Kfz	82,8%	71,1%	35,9%	4,7%	5,5%	7,0%
Lebensmittel	84,6%	15,4%	15,4%	23,1%	23,1%	0,0%
Gesundheit	75,0%	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%
Personenbezogene Dienstleistungen	90,9%	9,1%	27,3%	27,3%	0,0%	9,1%
GESAMT	83,6%	37,7%	32,9%	10,1%	10,6%	7,3%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.9: **Art der Auslandsgeschäfte nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen**

Exportieren Sie überwiegend Güter oder führen Sie Werk- oder Dienstleistungen (z. B. Bau, Ausbau) im Ausland durch?

	Güter	Werk-, Dienstleistungen	GESAMT
Beschäftigtengrößenklassen			
1	50,0%	50,0%	100%
2-4	34,7%	65,3%	100%
5-9	46,3%	53,7%	100%
10-19	52,1%	48,5%	100%
20-49	63,0%	37,0%	100%
50 und mehr	63,3%	36,7%	100%
Gewerbegruppen			
Bauhauptgewerbe	9,6%	90,4%	100%
Ausbaugewerbe	27,6%	72,4%	100%
gewerblicher Bedarf	71,0%	29,0%	100%
Kfz	86,0%	14,0%	100%
Lebensmittel	93,8%	6,3%	100%
Gesundheit	40,0%	60,0%	100%
Personenbezogene Dienstleistungen	35,3%	64,7%	100%
GESAMT	53,0%	47,0%	100%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.10: **Art der Auslandsgeschäfte nach Handwerkskammern**

Exportieren Sie überwiegend Güter oder führen Sie Werk oder Dienstleistungen (z. B. Bau, Ausbau) im Ausland durch?

	Güter	Werk-, Dienstleistungen	GESAMT
Aachen	44,6%	55,4%	100%
Braunschweig	83,3%	16,7%	100%
Chemnitz	67,9%	32,1%	100%
Cottbus	29,4%	70,6%	100%
Dortmund	52,1%	47,9%	100%
Dresden	77,6%	22,4%	100%
Erfurt	66,7%	33,3%	100%
Flensburg	21,4%	78,6%	100%
Halle	57,1%	42,9%	100%
Hamburg	55,6%	44,4%	100%
Hildesheim-Süd-niedersachsen	78,9%	21,1%	100%
Kassel	57,1%	42,9%	100%
Koblenz	33,3%	66,7%	100%
Leipzig	0,0%	100,0%	100%
Lüneburg-Stade	61,5%	38,5%	100%
Mittelfranken	75,9%	24,1%	100%
Oldenburg	52,4%	47,6%	100%
Ostfriesland	44,4%	55,6%	100%
Ostmecklenburg-Vorpommern	28,6%	71,4%	100%
Ostthüringen	66,7%	33,3%	100%
Potsdam	60,0%	40,0%	100%
Rhein-hessen	57,1%	42,9%	100%
Rhein-Main	72,2%	27,8%	100%
Saarland	38,6%	61,4%	100%
Schwaben	52,8%	47,2%	100%
Schwerin	38,9%	61,1%	100%
Südthüringen	73,3%	26,7%	100%
Trier	34,9%	65,1%	100%
Unterfranken	60,0%	40,0%	100%
Wiesbaden	70,6%	29,4%	100%
GESAMT	53,0%	47,0%	100%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.11: **Abnehmer der handwerklichen Exporte nach ausgewählten Gewerbebezweigen¹⁾**

	ausländische Unternehmen	ausländische Privatpersonen	deutsche Unternehmen im Ausland	deutsche Privatpersonen im Ausland
überwiegend Güter				
Bauhauptgewerbe	62,5%	12,5%	12,5%	12,5%
Ausbaugewerbe	54,7%	10,9%	32,8%	3,1%
gewerblicher Bedarf	70,2%	4,7%	28,1%	0,0%
Kfz	62,0%	55,0%	3,9%	3,1%
GESAMT	62,2%	23,7%	19,1%	2,5%
überwiegend Werk- oder Dienstleistungen				
Bauhauptgewerbe	44,0%	38,7%	33,3%	8,0%
Ausbaugewerbe	35,7%	27,4%	43,5%	12,5%
gewerblicher Bedarf	62,9%	11,4%	40,0%	4,3%
Kfz	57,1%	33,3%	23,8%	0,0%
GESAMT	45,2%	27,8%	37,5%	8,8%
alle Exporteure GESAMT				
Bauhauptgewerbe	45,8%	36,1%	31,3%	8,4%
Ausbaugewerbe	40,9%	22,8%	40,5%	9,9%
gewerblicher Bedarf	68,0%	6,6%	31,5%	1,2%
Kfz	61,3%	52,0%	6,7%	2,7%
GESAMT	54,2%	25,6%	27,8%	5,5%

ifh Göttingen

1) Lebensmittel-, Gesundheitshandwerke und Handwerke für persönliche Dienstleistungen nicht berücksichtigt, da Werte zu gering

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A3.12: **Abnehmer der handwerklichen Exporte nach Beschäftigten-
größenklassen**

	ausländische Unternehmen	ausländische Privatpersonen	deutsche Unternehmen im Ausland	deutsche Privatpersonen im Ausland
überwiegend Güter				
1	58,8%	41,2%	17,6%	11,8%
2-4	56,7%	23,3%	16,7%	3,3%
5-9	49,3%	29,9%	16,4%	4,5%
10-19	63,5%	20,0%	12,9%	3,5%
20-49	66,7%	25,4%	19,0%	0,8%
50 und mehr	72,5%	14,5%	31,9%	0,0%
GESAMT	62,9%	23,6%	19,3%	2,5%
überwiegend Werk- oder Dienstleistungen				
1	47,1%	29,4%	29,4%	0,0%
2-4	43,5%	27,4%	32,3%	17,7%
5-9	46,8%	40,5%	24,1%	8,9%
10-19	40,5%	29,1%	44,3%	3,8%
20-49	43,2%	24,3%	39,2%	10,8%
50 und mehr	57,5%	7,5%	57,5%	5,0%
GESAMT	45,2%	27,8%	37,2%	8,8%
alle Exporteure				
1	52,9%	35,3%	23,5%	5,9%
2-4	47,8%	26,1%	27,2%	13,0%
5-9	47,9%	35,6%	20,5%	6,8%
10-19	52,4%	24,4%	28,0%	3,7%
20-49	58,0%	25,0%	26,5%	4,5%
50 und mehr	67,0%	11,9%	41,3%	1,8%
GESAMT	54,6%	25,6%	27,7%	5,5%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A4.1: **Exportbereitschaft nach Beschäftigtengrößenklassen, Gewerbe-
gruppen und gegenwärtiger Geschäftslage**

Planen Sie in der Zukunft zu exportieren?

	ja	eventuell	nein	GESAMT
Beschäftigtengrößenklassen				
1	1,4%	4,6%	94,1%	100%
2-4	1,4%	6,7%	91,9%	100%
5-9	2,5%	8,7%	88,8%	100%
10-19	3,9%	11,3%	84,9%	100%
20-49	5,2%	11,3%	83,5%	100%
50 und mehr	8,8%	15,2%	76,0%	100%
Gewerbegruppen				
Bauhauptgewerbe	2,4%	7,8%	89,8%	100%
Ausbaugewerbe	2,9%	10,1%	87,0%	100%
gewerblicher Bedarf	4,1%	13,4%	82,4%	100%
Kfz	2,9%	5,5%	91,6%	100%
Lebensmittel	2,7%	5,9%	91,4%	100%
Gesundheit	2,5%	5,6%	91,8%	100%
Personenbezogene Dienstleistungen	0,8%	2,0%	97,2%	100%
Beurteilung gegenwärtige Geschäftslage				
gut	3,9%	10,2%	86,0%	100%
befriedigend	2,3%	8,2%	89,5%	100%
schlecht	2,1%	7,4%	90,6%	100%
GESAMT	2,7%	8,5%	88,7%	100%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A4.2: **Bundesweiter Absatz nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen**

	Absatz im Bundesgebiet	Absatz im Bundesgebiet, aber kein Export	10% und mehr Absatz im Bundesgebiet, aber kein Export
Beschäftigtengrößenklassen			
1	17,0%	15,2%	12,4%
2-4	19,3%	16,3%	12,2%
5-9	23,3%	19,5%	14,3%
10-19	31,0%	24,0%	18,6%
20-49	43,7%	25,7%	19,6%
50 und mehr	55,2%	31,5%	27,1%
Gewerbegruppen			
Bauhauptgewerbe	21,4%	19,7%	16,1%
Ausbaugewerbe	25,1%	20,8%	17,2%
gewerblicher Bedarf	45,6%	28,1%	23,7%
Kfz	39,9%	24,1%	11,1%
Lebensmittel	10,2%	7,8%	4,9%
Gesundheit	15,4%	14,2%	6,3%
Personenbezogene Dienstleistungen	13,2%	10,9%	7,5%
GESAMT	23,4%	20,1%	15,4%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A4.3: **Hemmnisse eines Auslandsengagements von potenziellen Exporteuren nach Beschäftigtengrößenklassen, Gewerbegruppen und der Geschäftslage**

Falls Sie nicht im Ausland tätig sind, was sind die Gründe dafür? (Mehrfachnennungen möglich)

	Finanzierung problematisch	Sprachschwierigkeiten	bürokratische Hemmnisse	fehlendes Fachpersonal	keine freien Kapazitäten	Informationsdefizite	Risiken zu hoch	Beratungsdefizite
Beschäftigtengrößenklassen								
1	29,7%	34,7%	33,1%	16,1%	32,2%	35,6%	45,8%	16,9%
2-4	28,6%	33,0%	29,3%	17,6%	33,7%	33,0%	48,0%	19,8%
5-9	27,9%	40,0%	36,7%	14,5%	35,8%	34,2%	48,8%	17,0%
10-19	20,0%	36,5%	33,1%	16,9%	36,9%	28,1%	48,5%	18,1%
20-49	23,1%	33,1%	29,2%	13,8%	43,1%	19,2%	52,3%	12,3%
50 und mehr	15,4%	33,3%	24,4%	21,8%	46,2%	14,1%	42,3%	9,0%
Gewerbegruppen								
Bauhauptgewerbe	24,6%	38,4%	35,5%	15,8%	38,1%	29,6%	49,6%	17,6%
Ausbaugewerbe	22,1%	37,8%	32,8%	16,7%	37,0%	32,4%	48,8%	18,0%
gewerblicher Bedarf	28,2%	27,1%	23,2%	12,7%	40,3%	23,8%	45,9%	11,6%
Kfz	41,5%	36,6%	36,6%	24,4%	22,0%	22,0%	56,1%	9,8%
Lebensmittel	30,6%	24,5%	36,7%	22,4%	30,6%	28,6%	40,8%	20,4%
Gesundheit	12,5%	43,8%	31,3%	12,5%	31,3%	37,5%	34,4%	25,0%
Personenbezogene Dienstleistungen	43,3%	40,0%	33,3%	23,3%	26,7%	30,0%	46,7%	16,7%
Beurteilung Geschäftslage								
gut	13,6%	33,0%	24,5%	13,6%	55,8%	23,3%	40,7%	13,3%
befriedigend	24,6%	33,4%	34,7%	15,3%	34,9%	31,6%	48,7%	19,2%
schlecht	39,0%	47,5%	38,6%	21,5%	12,1%	36,3%	57,0%	18,8%
GESAMT	25,0%	36,0%	32,4%	16,4%	36,6%	29,8%	48,1%	16,9%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A4.4: **Hemmnisse eines Auslandsengagements von Nicht-Exporteuren nach Beschäftigtengrößenklassen, Gewerbegruppen und der gegenwärtigen Geschäftslage**

Falls Sie nicht im Ausland tätig sind, was sind die Gründe dafür? (Mehrfachnennungen möglich)

	Betrieb zu klein	nur regionaler Absatz	sehen uns nicht dazu in der Lage
Beschäftigtengrößenklassen			
1	71,0%	19,7%	7,4%
2-4	62,2%	27,9%	7,7%
5-9	48,9%	37,0%	11,6%
10-19	35,3%	47,6%	15,4%
20-49	23,1%	53,0%	19,3%
50 und mehr	12,7%	68,7%	15,7%
Gewerbegruppen			
Bauhauptgewerbe	55,1%	28,7%	14,3%
Ausbaugewerbe	57,3%	29,4%	11,1%
gewerblicher Bedarf	54,9%	34,1%	8,8%
Kfz	41,5%	46,6%	8,7%
Lebensmittel	30,0%	57,3%	11,4%
Gesundheit	31,5%	60,9%	5,6%
Personenbezogene Dienstleistungen	45,9%	38,4%	11,9%
Beurteilung gegenwärtige Geschäftslage			
gut	49,8%	37,9%	10,6%
befriedigend	49,5%	36,6%	11,6%
schlecht	55,2%	31,2%	11,0%
GESAMT	51,0%	35,5%	11,2%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

**Tafel A5.1: Materialeinsatz nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbe-
gruppen**

*Woher haben Sie im Jahr 2006 Ihr Material/ Handelswaren bzw. Ihre
Fremdleistungen bezogen?*

	Materialeinsatz nach Entfernungszonen				Importeursquote	
	aus der Region	bundesweit	Ausland	GESAMT ¹⁾	(Zeilen-%)	% jeweil. Größenklasse (Spalten-%)
Beschäftigtengrößenklassen						
1	66,3%	32,3%	1,2%	100%	4,7%	5,8%
2-4	67,4%	31,0%	1,4%	100%	7,1%	17,6%
5-9	66,3%	31,5%	2,0%	100%	10,3%	25,3%
10-19	64,4%	33,0%	2,6%	100%	13,3%	21,9%
20-49	56,2%	40,6%	3,1%	100%	20,2%	19,1%
50 und mehr	49,9%	46,8%	3,4%	100%	23,9%	10,2%
Gewerbegruppen						
Bauhauptgewerbe	77,7%	21,3%	1,0%	100%	4,7%	8,9%
Ausbaugewerbe	64,4%	33,1%	2,5%	100%	9,9%	32,3%
gewerblicher Bedarf	48,0%	48,5%	3,5%	100%	17,7%	23,3%
Kfz	38,6%	56,5%	4,9%	100%	17,9%	14,0%
Lebensmittel	66,4%	29,1%	4,5%	100%	13,4%	7,3%
Gesundheit	15,6%	81,9%	2,5%	100%	21,5%	7,6%
Personenbezogene Dienstleistungen	27,4%	70,4%	2,2%	100%	9,2%	6,6%
GESAMT	57,5%	39,6%	2,8%	100%	9,5%	100,0%

ifh Göttingen

1) Die Summen addieren sich wegen Rundungsfehler nicht immer genau zu 100.

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A5.2: **Materialeinsatz nach Herkunftsregionen und Handwerkszweigen**
Woher haben Sie im Jahr 2006 Ihr Material/ Handelswaren bzw. Ihre Fremdleistungen bezogen?

	Materialeinsatz nach Entfernungszonen				Importeurs- quote
	aus der Region	bundesweit	Ausland	GESAMT ¹⁾	
Maurer/Betonbauer	85,4%	14,0%	0,7%	100%	4,3%
Zimmerer	82,0%	17,5%	0,6%	100%	6,0%
Dachdecker	84,0%	15,5%	0,8%	100%	5,3%
Straßenbauer	84,7%	14,1%	1,2%	100%	5,5%
Gerüstbauer	60,5%	39,4%	0,1%	100%	1,0%
Maler/Lackierer	84,0%	15,8%	0,2%	100%	2,6%
Klempner	78,3%	21,4%	0,3%	100%	1,4%
Installateur/Heizungsbauer	78,0%	21,7%	0,7%	100%	6,2%
Elektrotechniker	65,1%	33,2%	1,8%	100%	10,9%
Tischler	66,8%	31,2%	2,1%	100%	15,0%
Raumausstatter	35,5%	58,8%	5,7%	100%	33,3%
Glaser	67,1%	31,9%	1,0%	100%	11,9%
Fliesen-/Platten-/Mosaikleger	77,2%	17,3%	4,8%	100%	14,3%
Stukkateur	86,7%	13,3%	0,0%	100%	0,0%
Feinwerkmechaniker	37,6%	57,5%	4,8%	100%	26,9%
Elektromaschinenbauer	37,1%	61,4%	1,5%	100%	18,6%
Landmaschinenmechaniker	32,1%	61,6%	6,2%	100%	32,9%
Kälteanlagenbauer	34,0%	62,2%	3,5%	100%	19,7%
Metallbauer	57,5%	39,6%	2,6%	100%	16,4%
Gebäudereiniger	78,2%	21,0%	0,2%	100%	3,5%
Informationstechniker	28,3%	68,3%	3,5%	100%	11,7%
Schilder- und Lichtreklamehersteller	48,1%	50,8%	1,2%	100%	15,4%
Karosserie- und Fahrzeugbauer	59,9%	37,5%	2,6%	100%	11,7%
Kfz-Techniker	50,4%	44,8%	4,7%	100%	18,6%
Bäcker	73,4%	24,5%	2,3%	100%	14,7%
Konditoren	70,9%	24,6%	4,5%	100%	28,6%
Fleischer	83,2%	15,2%	1,3%	100%	10,2%
Augenoptiker	7,8%	84,1%	7,5%	100%	35,3%
Zahntechniker	27,0%	72,2%	0,8%	100%	9,1%
Hörgeräteakustiker	4,0%	93,2%	2,4%	100%	16,7%
Orthopädienschuhmacher	35,4%	62,0%	2,6%	100%	23,3%
Orthopädietechniker	14,1%	85,2%	0,7%	100%	8,7%
Friseure	43,4%	55,2%	1,0%	100%	3,2%
Schuhmacher	49,1%	48,9%	2,0%	100%	12,5%
Uhrmacher	19,3%	78,7%	2,0%	100%	25,9%
Damen-/Herrenschneider	42,7%	51,6%	4,8%	100%	20,3%
Fotografen	32,6%	62,6%	4,8%	100%	26,0%
Textilreiniger	45,2%	54,1%	0,8%	100%	6,3%
Kosmetiker	21,5%	76,8%	1,6%	100%	4,8%
GESAMT	57,5%	39,6%	2,8%	100%	9,5%

ifh Göttingen

1) Die Summen addieren sich wegen Rundungsfehler nicht immer genau zu 100.

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A5.3: **Materialeinsatz nach Herkunftsregionen und Handwerkskammern**
Woher haben Sie im Jahr 2006 Ihr Material/ Handelswaren bzw. Ihre Fremdleistungen bezogen?

	Materialeinsatz nach Entfernungszonen				Importeurs- quote
	aus der Region	bundesweit	Ausland	GESAMT ¹⁾	
Aachen	61,3%	36,7%	2,0%	100%	14,0%
Braunschweig	52,8%	45,3%	1,9%	100%	9,9%
Chemnitz	58,1%	39,9%	2,0%	100%	8,5%
Cottbus	46,6%	51,7%	1,7%	100%	6,9%
Dortmund	63,5%	34,2%	2,3%	100%	10,8%
Dresden	52,0%	44,6%	3,4%	100%	12,5%
Erfurt	66,8%	32,7%	0,4%	100%	3,3%
Flensburg	64,3%	31,2%	4,5%	100%	14,3%
Halle	55,4%	43,2%	1,5%	100%	5,0%
Hamburg	78,9%	18,8%	2,3%	100%	11,3%
Hildesheim- Süd-niedersachsen	56,8%	40,9%	2,2%	100%	11,7%
Kassel	50,2%	47,5%	2,2%	100%	15,7%
Koblenz	48,9%	50,2%	1,0%	100%	8,6%
Leipzig	51,7%	40,1%	8,2%	100%	10,7%
Lüneburg-Stade	56,7%	41,6%	1,7%	100%	10,3%
Mittelfranken	61,8%	34,2%	4,0%	100%	14,4%
Oldenburg	59,6%	36,2%	4,2%	100%	17,6%
Ostfriesland	53,1%	39,7%	7,3%	100%	21,4%
Ostmecklenburg- Vorpommern	56,0%	41,5%	2,5%	100%	7,7%
Ostthüringen	52,6%	45,3%	2,1%	100%	4,2%
Potsdam	60,1%	38,3%	1,6%	100%	8,8%
Rhein-hessen	67,9%	30,2%	1,9%	100%	11,5%
Rhein-Main	69,3%	25,4%	5,2%	100%	12,3%
Saarland	54,0%	41,4%	4,6%	100%	20,3%
Schwaben	59,9%	35,7%	4,5%	100%	14,5%
Schwerin	49,2%	48,9%	2,0%	100%	10,1%
Südthüringen	54,5%	43,2%	2,4%	100%	10,7%
Trier	46,5%	45,9%	7,6%	100%	27,9%
Unterfranken	52,7%	45,3%	2,0%	100%	9,9%
Wiesbaden	51,3%	46,7%	2,0%	100%	13,1%
GESAMT	57,5%	39,6%	2,8%	100%	9,5%

ifh Göttingen

1) Die Summen addieren sich wegen Rundungsfehler nicht immer genau zu 100.

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Tafel A5.4: Importländer der Importeure nach Beschäftigtengrößenklassen und Gewerbegruppen

Falls Sie Waren/ Fremdleistungen aus dem Ausland beziehen, in welchen Regionen / Ländern? (Mehrfachnennung möglich)?

	bisherige EU-Länder (EU 15)	neue EU-Länder (Mittel- + Osteuropa) ab 2004	übriges Europa (u.a. Schweiz)	Amerika (Nord + Süd)	Asien	sonstige
Beschäftigtengrößenklassen						
1	81,3%	9,4%	25,0%	12,5%	3,1%	3,1%
2-4	80,9%	16,0%	20,2%	4,3%	5,3%	2,1%
5-9	85,8%	19,4%	14,2%	3,7%	9,0%	1,5%
10-19	87,8%	20,9%	12,2%	7,8%	9,6%	2,6%
20-49	77,9%	15,4%	17,3%	9,6%	14,4%	1,9%
50 und mehr	83,0%	24,5%	20,8%	7,5%	11,3%	5,7%
Gewerbegruppen						
Bauhauptgewerbe	68,3%	41,5%	7,3%	2,4%	7,3%	2,4%
Ausbaugewerbe	88,7%	15,6%	17,7%	7,5%	7,0%	4,3%
gewerblicher Bedarf	79,7%	16,7%	15,9%	5,1%	7,2%	1,4%
Kfz	82,2%	23,3%	9,6%	9,6%	12,3%	1,4%
Lebensmittel	88,2%	17,6%	29,4%	17,6%	17,6%	0,0%
Gesundheit	86,5%	5,4%	21,6%	5,4%	24,3%	2,7%
Personenbezogene Dienstleistungen	80,0%	15,0%	27,5%	5,0%	7,5%	0,0%
GESAMT	83,3%	18,2%	16,7%	6,8%	9,4%	2,4%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

A4 Beteiligte Handwerkskammern

	Zahl Betriebe	Rücklauf	Repräsentanz
Aachen	11.950	337	2,8%
Braunschweig	6.342	122	1,8%
Chemnitz	18.896	865	4,5%
Cottbus	7.988	218	2,7%
Dortmund	15.675	780	4,7%
Dresden	18.191	465	2,6%
Erfurt	11.672	122	1,0%
Flensburg	8.474	114	1,3%
Halle	12.292	129	1,0%
Hamburg	11.615	101	0,8%
Hildesheim-Süd-niedersachsen	6.836	185	2,7%
Kassel	13.206	197	1,4%
Koblenz	15.711	219	1,4%
Leipzig	10.103	367	3,3%
Lüneburg-Stade	15.456	389	2,5%
Mittelfranken	17.038	308	1,7%
Oldenburg	9.837	301	3,1%
Ostfriesland	3.872	44	1,1%
Ostmecklenburg-Vorpommern	9.798	558	5,6%
Ostthüringen	7.749	146	1,9%
Potsdam	12.476	309	2,3%
Rheinhessen	5.287	177	3,1%
Rhein-Main	23.680	291	1,2%
Saarland	9.217	189	2,0%
Schwaben	20.092	325	1,6%
Schwerin	6.285	346	5,3%
Südthüringen	5.847	278	4,5%
Trier	5.460	109	2,0%
Unterfranken	14.442	297	2,0%
Wiesbaden	19.621	264	1,3%
GESAMT	355.108	8.552	2,3%

ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

A5 Zusammensetzung der Gewerbegruppen

1. Bauhauptgewerbe

- Maurer und Betonbauer
(Maurer, Beton- und Stahlbetonbauer, Feuerungs- und Schornsteinbauer)
- Zimmerer
- Dachdecker
- Straßenbauer
- Gerüstbauer

2. Ausbaugewerbe

- Maler und Lackierer
- Klempner
- Installateur und Heizungsbauer
(Gas- und Wasserinstallateure; Zentralheizungs- und Lüftungsbauer)
- Elektrotechniker
(Elektroinstallateure, Elektromechaniker, Fernmeldeanlagen-elektroniker)
- Tischler
- Raumausstatter
- Glaser
- Fliesen-, Platten- und Mosaikleger
- Stuckateure

3. Handwerke für den gewerblichen Bedarf

- Feinwerkmechaniker
(Maschinenbaumechaniker, Werkzeugmacher, Dreher, Feinmechaniker)
- Elektromaschinenbauer
- Landmaschinenmechaniker
- Kälteanlagebauer
- Metallbauer
- Gebäudereiniger
- Informationstechniker
- Schilder- und Lichtreklamehersteller

4. Kraftfahrzeuggewerbe

- Karosserie- und Fahrzeugbauer
- Kraftfahrzeugtechniker
(Kraftfahrzeugmechaniker, Kraftfahrzeugelektriker)

5. Lebensmittelgewerbe

- Bäcker
- Konditoren
- Fleischer

6. Gesundheitsgewerbe

- Augenoptiker
- Zahntechniker
- Hörgeräteakustiker
- Orthopädieschuhmacher
- Orthopädietechniker

7. Personenbezogene Dienstleistungsgewerbe

- Friseure
- Schuhmacher
- Uhrmacher
- Damen- und Herrenschnneider
- Fotografen
- Textilreiniger
- Kosmetiker

A6 Literaturverzeichnis

Handwerkskammer Kassel (Hrsg.) (2003): Auslandsaktivitäten von Handwerksbetrieben, Ergebnisse einer Umfrage bei Handwerksbetrieben im Kammerbezirk Kassel im 1. Quartal 2003, Kassel

Handwerkskammer Münster (Hrsg.) (2007): Auslandsaktivitäten im Handwerk. Ergebnisse einer Umfrage der Handwerkskammer Münster Frühjahr 2007, Münster

Handwerkskammer Ostmecklenburg-Vorpommern u. Maritimes Innovationszentrum GmbH (Hrsg.) (2003): Handwerk fit für Europa – Sonderumfrage zu Auslandsaktivitäten des Handwerks in Ostmecklenburg-Vorpommern, Abschlussbericht Mai 2003, Rostock

Handwerkskammer Trier (Hrsg.) (2005): Markt- und Wettbewerbsentwicklung des Handwerks in der Region Trier. Ergebnisse einer Umfrage des Seminars für Handwerkswesen an der Universität Göttingen, Trier

Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.) (2007): Die Bedeutung der außenwirtschaftlichen Aktivitäten für den deutschen Mittelstand. Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Projektleitung Haunschild (IfM Bonn) u. Müller, K. (IfH Göttingen), IfM-Materialien Nr. 171, Bonn

Müller, K. (1997): Neuere Erkenntnisse über das Auslandsengagement im Handwerk, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte, Heft 37, hrsg. v. Seminar für Handwerkswesen an der Universität Göttingen, Göttingen

Müller, K. (2001): Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen im Handwerk durch Auslandsaktivitäten, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte, Heft 45, hrsg. v. Seminar für Handwerkswesen an der Universität Göttingen, Göttingen

Müller, K. (2004a): Außenwirtschaftsförderung im Handwerk, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Band 70, hrsg. v. König, W. u. Kucera, G., Duderstadt

Müller, K. (2004b): "Die Zukunft des Handwerks gestalten", Ergebnisse der Umfrage Handwerk Rheinland-Pfalz und Saarland 2004, hrsg. v. Seminar für Handwerkswesen an der Universität Göttingen, Göttingen (unveröffentlicht)

Müller, K. (2005): Beschäftigung im Handwerk, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Band 72, hrsg. v. Bizer, K., Duderstadt

Müller, K. u. Bang, K. (2003): Die Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf das Handwerk der grenznahen Regionen am Beispiel der Euroregion Spree-Neiße-Bober, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Band 67, hrsg. v. König, W. u. Kucera, G., Duderstadt

- Müller, K. u. Lahner, J. (2001):** Zukunft des Handwerks in Rheinland-Pfalz, Ergebnisse der Umfrage Handwerk Rheinland-Pfalz 2001, hrsg. v. Seminar für Handwerkswesen an der Universität Göttingen, Göttingen (unveröffentlicht)
- Müller, K. u. Reißig, St. (2007):** Struktur- und Potenzialanalyse des Handwerks in der Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Band 75, Duderstadt
- Ostendorf, Th. (1997):** Das Internationalisierungsverhalten von Handwerksbetrieben – Entscheidungsprozesse und Strategien, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Band 54, hrsg. v. König, W. u. Kucera, G., Duderstadt
- Statistisches Bundesamt (1996):** Produzierendes Gewerbe, Handwerkszählung vom 31. März 1995, Fachserie 4, Reihe 1, Ergebnisse für Unternehmen und Nebenbetriebe nach Gewerbebezügen, Wiesbaden, Heft 3
- Statistisches Bundesamt (2007):** Statistisches Jahrbuch 2007, Wiesbaden
- Zentralverband des Deutschen Handwerks (Hrsg.) (2000):** Auslandsaktivitäten von Handwerksbetrieben, Ergebnisse einer Umfrage bei Handwerksbetrieben im 1. Quartal 2000, Berlin
- Zentralverband des Deutschen Handwerks (Hrsg.) (2007):** Überregionaler Absatz und Einkauf des Handwerks, Ergebnisse einer Umfrage bei Handwerksbetrieben im 3. Quartal 2007, Berlin