

Direktinvestitionen

Mittelstand setzt auf "Made in Germany"

Von *Matthias Kaufmann*

Exodus der Arbeitsplätze? Davon kann zumindest im deutschen Mittelstand keine Rede sein. Das geht aus einer aktuellen Studie hervor, die manager magazin exklusiv vorliegt. Demnach investieren die Firmen vor allem in die heimischen Standorte.

München - Die Sichtweise, international aufgestellte Mittelständler würden massenweise Jobs in Billiglohnländer verlagern, ist falsch. Das ist das Fazit einer Studie der Unternehmensberatung Munich Strategy Group. Tatsächlich würde, um internationale Märkte zu erreichen, vorwiegend in Deutschland produziert und anschließend exportiert. Die Studie liegt manager magazin exklusiv vor.

Nach wie vor sehe der Mittelstand Deutschland als wichtigsten Produktionsstandort an, betonen die Studienautoren: "Vielmehr kann der Trend beobachtet werden, dass Mittelständler nach gescheiterten Auslandsengagements reumütig wieder nach Deutschland zurückkehren."

Rund 43 Prozent der Mittelständler gaben an, ausschließlich in Deutschland zu produzieren. Und auch bei den Unternehmen, die Betriebsstätten im Ausland haben, sind in den vergangenen Jahren verstärkt Mittel in den Ausbau der deutschen Standorte geflossen. All das spreche "gegen die These, die Internationalisierung führe zu permanenten Verlagerungen in Billiglohnstaaten", so die Schlussfolgerung.

Auch die Motivation für bestehende Auslandsengagements stärkt diese These. So gaben nur 14,6 Prozent der Unternehmen als Grund dafür an, jenseits von Deutschland die Produktion ausbauen zu wollen. Befragt nach den Internationalisierungsformen bevorzugten 88,1 Prozent der Unternehmen den Außenhandel, also etwa Export oder Franchise. 71,4 Prozent entschieden sich für Instrumente, die Direktinvestitionen im Ausland erfordern - hier waren Mehrfachnennungen möglich.

Für ihre Untersuchung hat die Unternehmensberatung einerseits auf eine Datenbank mit Leistungskennzahlen von rund 1000 Mittelständlern zurückgegriffen, andererseits 300 Geschäftsführer und Inhaber mittelständischer Unternehmen schriftlich befragt.

Die Ergebnisse decken sich mit der Einschätzung des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI). Josef Düren, beim BDI verantwortlich für den Bereich Mittelstand und Familienunternehmen, sagt: "Der Eindruck stimmt, unsere Mittelständler produzieren bevorzugt hier zu Lande. Bei den Direktinvestitionen im Ausland ist noch Luft nach oben." Und Mario Ohoven, Präsident des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft, betont: "Der Mittelstand stand und steht zum Wirtschaftsstandort Deutschland. Er wird auch in Krisenzeiten seiner beschäftigungspolitischen Verantwortung gerecht."

Umgekehrt haben 52,4 Prozent der Mittelständler bereits zusätzliche Produktionsstätten im Ausland. Ausschließlich im Ausland produzieren 2,4 Prozent der Befragten. Doch die Strategie dahinter hat in den wenigsten Fällen mit Lohnkosten zu tun. Ganz überwiegend gaben die Teilnehmer an, damit ihre Wettbewerbsposition und die Marktpräsenz im Ausland zu stärken, weil die Inlandsmärkte gesättigt sind. Außerdem zielen viele auf strategische Partnerschaften im Ausland oder wollen sich Know-how sichern, das in Deutschland fehlt.

Einerseits schätzen die Mittelständler an Deutschland ihre "hochproduktiven und innovativen Mitarbeiter", andererseits scheuen sie den Aufwand, eine Fabrik auf unbekanntem Terrain aus dem Boden zu stampfen und zunächst viel Zeit und Geld in die Rekrutierung und Schulung von Mitarbeitern zu investieren.

Wenn Mittelständler sich im Ausland engagieren, dann stünden vor allem Wachstum und Marktanteile im Vordergrund, nicht der Lohnkostendruck, resümiert Studienleiter Sebastian Theopold. Und obwohl mehrfach angemahnt wird, die Potenziale von Direktinvestitionen besser zu nutzen, bestätigt er diese Haltung der Unternehmer: "Unsere Projekterfahrung zeigt, dass genau diese Motive bei einer Internationalisierung bei weitem erfolversprechender sind als das plumpe Wandern von Billiglohnland zu Billiglohnland."

Mehr zum Thema:

[Made in Germany: Mittelstand mit Weltrang - detaillierte Ergebnisse](http://www.manager-magazin.de/fotostrecke/fotostrecke-58914.html)

<http://www.manager-magazin.de/fotostrecke/fotostrecke-58914.html>

[Fachkräfte: Mittelstand im Niemandsland \(manager-magazin.de\)](http://www.manager-magazin.de)

<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,714868,00.html>

[Höhere Wachstumsprognose: Mehr Schwung für deutsche Elektroindustrie \(manager-magazin.de\)](http://www.manager-magazin.de)

<http://www.manager-magazin.de/politik/artikel/0,2828,714198,00.html>

[Konjunktur: Wirtschaft legt im Rekordtempo zu](#) (manager-magazin.de)

<http://www.manager-magazin.de/politik/artikel/0,2828,713429,00.html>

[Investoren für Deutschland: Nicht mal zur WM auffallen](#) (manager-magazin.de)

<http://www.manager-magazin.de/politik/artikel/0,2828,708717,00.html>

[Outsourcing: Mittelständler in der Falle](#) (manager-magazin.de)

<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/mittelstand/0,2828,559026,00.html>

© manager magazin Online 2010

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH