

Exportaktivitäten des Handwerks

Ergebnisse einer Umfrage unter Handwerksbetrieben
im dritten Quartal 2015

Berlin, Januar 2016

Vorbemerkungen

Ein in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsener Anteil von Handwerksbetrieben nutzt die Potenziale, die eine Geschäftstätigkeit im Ausland bietet. Um aktuelle Daten über die Zahl exportierender Handwerksbetriebe, deren Absatzregionen und Abnehmer sowie Hindernisse bei der Geschäftsausübung im Ausland zu gewinnen, hat der ZDH im Zuge der Konjunkturberichterstattung für das dritte Quartal 2015 gemeinsam mit 37 Handwerkskammern (30 in West- und 7 in Ostdeutschland) eine Umfrage zum Thema "Überregionaler Absatz des Handwerks" durchgeführt. Die Umfrageergebnisse verdeutlichen die wachsende Bedeutung ausländischer, und insbesondere europäischer, Absatzmärkte für das Handwerk:

- Der Anteil der Exporteure im Handwerk hat sich seit 1994 von 3,1 auf 7,1 Prozent mehr als verdoppelt. Ebenso erhöht hat sich der Anteil des Umsatzes, den die Betriebe mit ihren Geschäftsaktivitäten im Ausland erzielen: Er ist im gleichen Zeitraum von 1,8 auf 3,0 Prozent gestiegen.
- Die Hauptabsatzmärkte der Exporteure des Handwerks liegen in Europa. 3 von 4 auslandsaktiven Handwerksbetrieben unterhalten Geschäftsbeziehungen in direkt an die Bundesrepublik grenzende Länder (75,3 Prozent). Bei den übrigen EU-Ländern liegt der Anteil bei 35,7 und für das restliche Europa bei 10,5 Prozent.
- Ein klarer Schwerpunkt der Handwerksbetriebe auf den Export von Gütern oder die Erbringung handwerklicher Werk- oder Dienstleistungen im Ausland ist nicht erkennbar. 43,7 Prozent der exportierenden Betriebe geben an, überwiegend Güter auszuführen, 48,9 Prozent überwiegend Werk- oder Dienstleistungen zu erbringen.
- Die Mehrzahl der im Ausland aktiven Handwerksbetriebe berichtet von gestiegenen (40,6 Prozent) oder gleichbleibend guten (29,5 Prozent) Umsätzen im Aus-

land seit dem Jahr 2010. Nur 16,2 Prozent der exportierenden Betriebe im Handwerk geben an, dass sich ihre Auslandsumsätze in diesem Zeitraum rückläufig entwickelt haben.

- Als Haupthindernis bei der Geschäftstätigkeit im Ausland sehen die Betriebe des Handwerks den bürokratischen Aufwand der beim Ausführen von Gütern oder durch national unterschiedliche Regelungen und Vorschriften für die Erbringung von Werk- oder Dienstleistungen entsteht an. 41,2 Prozent der Betriebe geben dies an.
- Der Anteil der nicht exportierenden Handwerksbetriebe, die sich bereits dazu entschieden haben, ins Ausland zu expandieren, liegt bei 1,0 Prozent. Jedoch können sich weitere 6,2 Prozent eine Expansion unter den passenden Rahmenbedingungen vorstellen. Insgesamt sehen etwa 14 Prozent aller Befragten Exportpotenziale für ihre Betriebe, nutzen diese aber erst teilweise für Auslandsgeschäfte.

Die Antworten der Handwerksbetriebe wurden in einem Online-Umfragemodul erfasst. Dabei wurden die Betriebe in unterschiedlicher Form kontaktiert (postalisch, per E-Mail, telefonisch und per Newsletter) und konnten die Form der Rückantwort (postalisch, per Fax oder direkt im Online-Umfragemodul) wählen. Insgesamt haben sich 6.736 Betriebe an der Umfrage beteiligt.

Da sich – wie bei den meisten Umfragen üblich – größere Unternehmen relativ häufiger beteiligt haben als kleinere, wurden die Gesamtergebnisse anhand aktueller Beschäftigtenanzahlen gewichtet und hochgerechnet.

Inhaltsverzeichnis

1. Absatzregionen des Handwerks	4
2. Zielmärkte und Abnehmer von handwerklichen Gütern sowie Werk- und Dienstleistungen	5
3. Entwicklung und Erwartungen für das Auslandsgeschäft.....	6
4. Hindernisse bei der Geschäftstätigkeit im Ausland.....	7
5. Hürden für die Aufnahme einer Geschäftstätigkeit im Ausland	8
6. Fragebogen	11
7. Gewerbebegruppeneinteilung.....	12

Herausgeber:
Zentralverband des Deutschen Handwerks
Deutscher Handwerkskammertag
Unternehmerverband Deutsches Handwerk
Mohrenstraße 20/21, 10117 Berlin

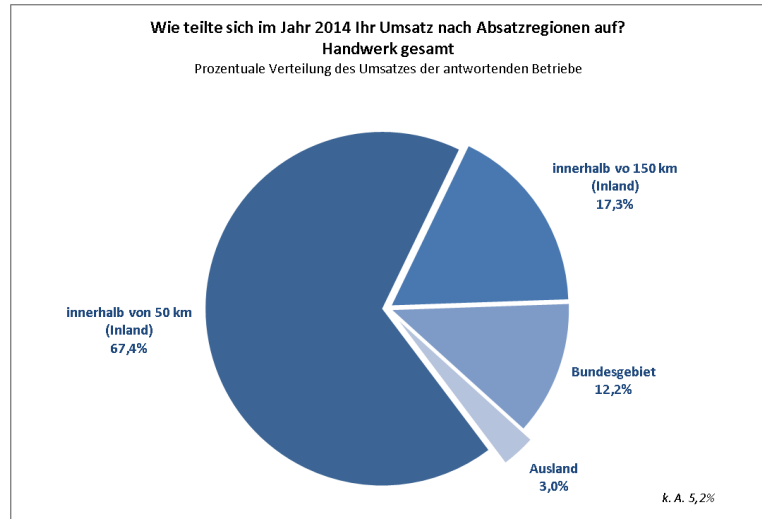
Verantwortlich:
Dr. Alexander Barthel, Leiter der Abteilung Wirtschafts-,
Energie- und Umweltpolitik

Redaktion:
René Rimpler, Referat Volkswirtschaft/Statistik

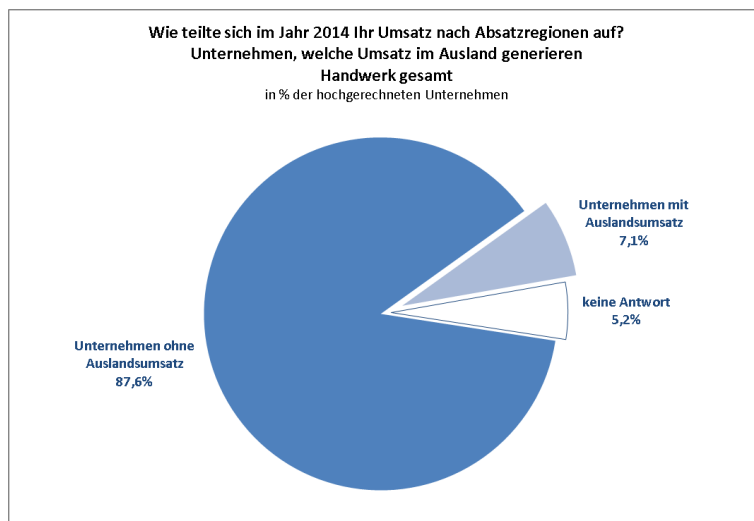
1. Absatzregionen des Handwerks

Der Anteil der Handwerksbetriebe, die ihre Waren und Dienstleistungen auch auf Auslandsmärkten absetzen, ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Der Anteil der Exporteure im Handwerk hat sich seit 1994 von 3,1 auf 7,1 Prozent mehr als verdoppelt. Ebenso erhöht hat sich der Anteil des Umsatzes, den die Betriebe mit ihren Geschäftsaktivitäten im Ausland erzielen: Er ist im gleichen Zeitraum von 1,8 auf 3,0 Prozent gestiegen. Die Umfrageergebnisse zeigen aber auch den klaren regionalen Fokus der Geschäftsaktivitäten im Handwerk: Mehr als zwei Drittel ihrer Umsätze erzielen die Betriebe in einem Umkreis von bis zu 50 km (67,4 Prozent).

rum die handwerklichen Zulieferer mit einem Umsatzanteil von 5,4 Prozent am stärksten auf den Auslandsmärkten präsent. Auch hier sind



es die Betriebe des Bauhauptgewerbes, die anteilig die geringsten Erlöse auf Auslandsmärkten erzielen (0,5 Prozent).



Am häufigsten finden sich exportaktive Betriebe in den Handwerken für den gewerblichen Bedarf (15,7 Prozent) und den Kfz-Handwerken (11,9 Prozent). Am geringsten ist der Anteil der Exporteure im Bauhauptgewerbe (2,7 Prozent) und in den Lebensmittelhandwerken (3,3 Prozent). Bei den erzielten Umsätzen sind wieder-

In allen Gewerbegruppen nimmt der Anteil der Betriebe mit Auslandsabsatz mit der Betriebsgröße zu. Unter den Handwerksbetrieben mit bis zu 9 Beschäftigten sind lediglich 5,5 Prozent auf Auslandsmärkten aktiv. Dieser Anteil steigt bei den Betrieben mit 10 bis 19 Beschäftigten auf 12,3 Prozent und bei den Betrieben mit 20 bis zu 49 Beschäftigten auf 17,4 Prozent. Noch einmal deutlich höher ist er dann bei den Handwerksbetrieben mit 50 und mehr Beschäftigten, wo der Anteil der Exporteure bei 29,9 Prozent liegt. Ähnlich ist der Verlauf bei den Umsatzanteilen des Auslandsgeschäfts: Bei den Betrieben mit bis zu 9 Beschäftigten liegt er bei 1,0 Prozent, bei den Betrieben mit mehr als 50 Beschäftigten bei 4,8 Prozent.

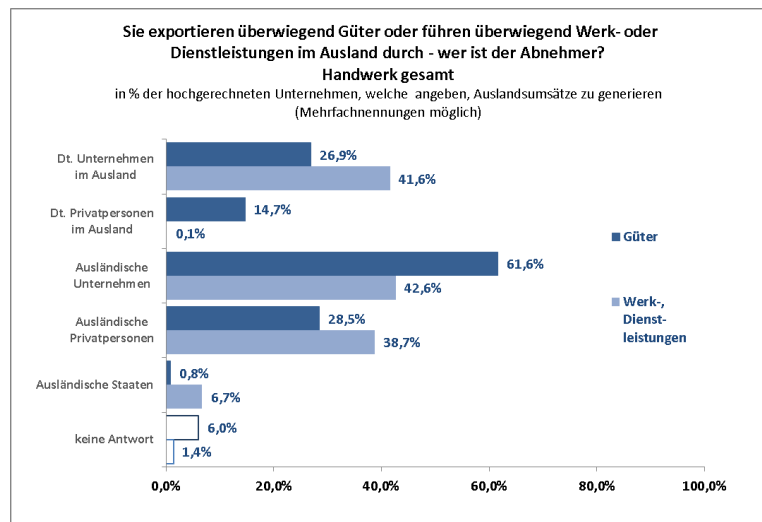
2. Zielmärkte und Abnehmer von handwerklichen Gütern sowie Werk- und Dienstleistungen

Die Zielmärkte der Exporteure des Handwerks liegen vor allem in Europa und insbesondere in den deutschen Nachbarstaaten. 3 von 4 auslandsaktiven Handwerksbetrieben unterhalten Geschäftsbeziehungen in direkt an die Bundesrepublik grenzende Länder (75,3 Prozent). 35,7 Prozent exportieren in die übrigen EU-Länder, 10,5 Prozent ins restliche Europa. Unter den anderen Weltregionen haben vor allem der asiatische Raum (8,8 Prozent) und Nordamerika (8,3 Prozent) eine größere Bedeutung als Absatzmärkte für Handwerksbetriebe.

Ein klarer Schwerpunkt der Handwerksbetriebe auf den Export von Gütern oder die Erbringung handwerklicher Werk- oder Dienstleistungen im Ausland ist nicht erkennbar. 43,7 Prozent der exportierenden Betriebe geben an, überwiegend Güter auszuführen, 48,9 Prozent überwiegend Werk- oder Dienstleistungen zu erbringen (7,4 Prozent trafen dazu keine Aussage).

Insgesamt zeigt die Umfrage, dass es vor allem Unternehmen im Ausland sind, die handwerkliche Güter und/oder Werk- und Dienstleistungen beziehen. 61,6 Prozent der

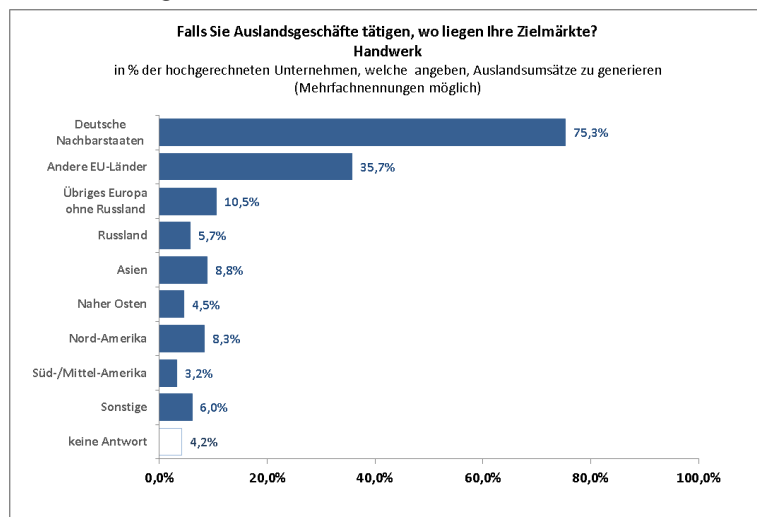
exportierenden Betriebe liefern Güter an ausländische Unternehmen, 42,6 Prozent erbringen handwerkliche Werk- oder Dienstleistungen. Auch Geschäftsbeziehungen zu deutschen Unternehmen im Ausland sind für



exportorientierte Handwerksbetriebe von großer Bedeutung: 41,6 Prozent der Betriebe erbringen handwerkliche Werk- oder Dienstleistungen, 26,9 Prozent liefern Güter. Eine weitere wichtige Zielgruppe sind ausländische Privatpersonen, für die mehrheitlich Werk- oder Dienstleistungen erbracht werden (38,7 Prozent). Güter werden von 28,5 Prozent der Betriebe an ausländische Privatpersonen geliefert. Deutsche Privatpersonen im Ausland spielen für die Handwerksbetriebe als Abnehmer nur eine untergeordnete Rolle. Sie beziehen vor allem

Güter (14,7 Prozent der Betriebe), aber so gut wie keine Werk- oder Dienstleistungen (0,1 Prozent der Betriebe). Von geringerer Bedeutung ist auch das Geschäft mit staatlichen Institutionen im Ausland.

Eigene Niederlassungen in den ausländischen Absatzmärkten betreibt nur ein sehr kleiner Teil der handwerklichen Exporteure. Lediglich 4,4 Prozent der Betriebe geben

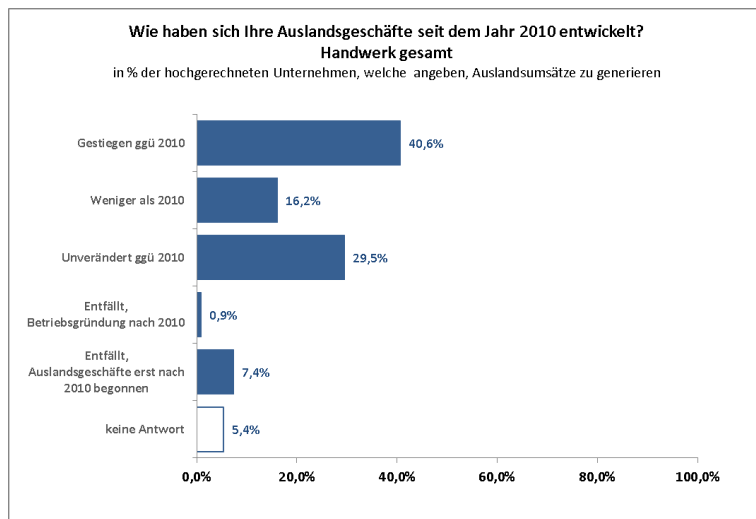


an, dass sie über eine solche Niederlassung verfügen. Bei 1,8 Prozent ist die Eröffnung einer

Repräsentanz im Ausland geplant.

3. Entwicklung und Erwartungen für das Auslandsgeschäft

Die Mehrzahl der im Ausland aktiven Handwerksbetriebe berichtet von gestiegenen (40,6 Prozent) oder gleichbleibend guten (29,5 Prozent) Umsätzen im Ausland seit dem Jahr 2010. Nur 16,2 Prozent der exportierenden Betriebe im Handwerk geben an, dass sich ihre Auslandsumsätze in diesem Zeitraum rückläufig entwickelt haben. 8,3 Prozent der Betriebe konnten dazu keine Aussage treffen, da die Geschäftsaktivitäten im Ausland erst zu einem späteren Zeitpunkt aufgenommen wurden



(7,4 Prozent) bzw. die Betriebsgründung erst nach dem Jahr 2010 erfolgte (0,9 Prozent).

Unter den Gewerbegruppen des Handwerks ist der Anteil der Betriebe, die seit 2010 Umsatzsteigerungen im Auslandsgeschäft verbuchen konnten, in den Lebensmittelgewerken am höchsten (56,3 Prozent). Durch den Ausbau neuer Vertriebskanäle über das Internet konnten sich die Bäcker, Fleischer und Konditoren neue Kundengruppen für ihre hochwertigen regionalen Produkte erschließen. Auch in den Ausbaugewerken und den Handwerken für den gewerblichen Bedarf liegt dieser Anteil mit 46,7 bzw. 45,8 Prozent über dem Durchschnitt im Gesamthandwerk. Deutlich geringer fällt der

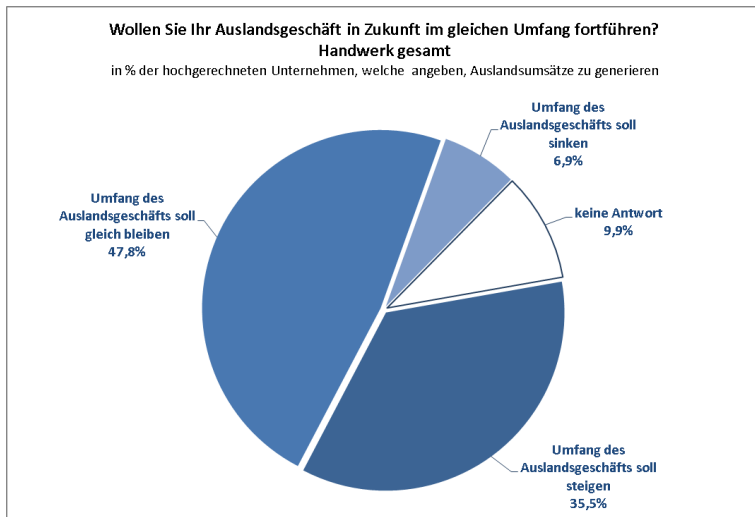
Anteil in den Kfz- und den Gesundheitshandwerken aus. Lediglich 23,6 Prozent der Kfz-Betriebe und 27,2 Prozent der Gesundheitsbetriebe berichten über gewachsene Auslandsumsätze. Wobei auch nur 6,6 Prozent der Gesundheitshandwerker sinkende Umsätze verzeichneten. Das ist gemeinsam mit den persönlichen Dienstleistungshandwerken (6,5 Prozent) der geringste Anteil unter allen Gewerbegruppen. Am höchsten waren die Anteile an Betrieben, die rückläufige Umsätze im Ausland verzeichneten, in den Kfz-Gewerken (26,9 Prozent), den Bau- und Ausbaugewerken (16,1 bzw. 18,3 Prozent) sowie den Lebensmittelgewerken (17,2 Prozent).

in den Kfz-Gewerken (26,9 Prozent), den Bau- und Ausbaugewerken (16,1 bzw. 18,3 Prozent) sowie den Lebensmittelgewerken (17,2 Prozent).

In den verschiedenen Betriebsgrößenklassen haben sich die Umsätze z. T. sehr unterschiedlich entwickelt. Besonders häufig gestiegen sind die Auslandsumsätze bei den Einpersonnenbetrieben (46,9 Prozent) und den großen Handwerksbetrieben mit 20

und mehr Mitarbeitern (46,2 Prozent). Gesunken sind sie vor allem bei den Betrieben mit 10 bis 19 (21,8 Prozent) und 20 bis 49 Beschäftigten (22,9 Prozent).

Für die Zukunft planen 83,3 Prozent der exportierenden Handwerksbetriebe ihre Geschäftsaktivitäten im Ausland auf konstantem Niveau zu belassen (47,8 Prozent) oder dieses sogar auszubauen (35,5 Prozent). Nur ein geringer Anteil der Betriebsinhaber von 6,9 Prozent plant, den Umfang des Auslandsgeschäfts zu verringern. Expansionspläne hegen dabei vor allem die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (58,8 Prozent), die handwerklichen gewerblichen



Zulieferer (42,8 Prozent) und die Betriebe in den Gesundheitshandwerken (41,0 Prozent). Stärker als im gesamthandwerklichen Durchschnitt wollen die Betriebe in den Ausbau- und Baugewerken (12,0 bzw. 10,9 Prozent) sowie in

den persönlichen Dienstleistungsgewerken (8,9 Prozent) ihr Auslandsgeschäft verringern.

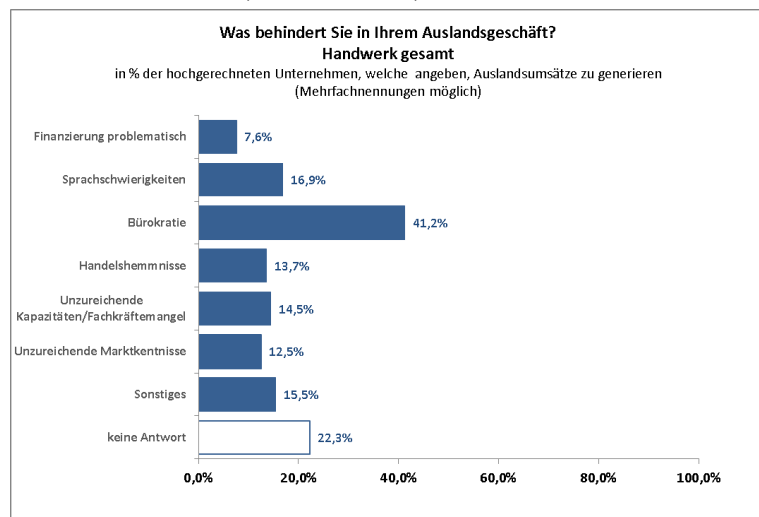
Unterscheidet man nach Betriebsgrößenklassen sind es wiederum vor allem die Einpersonенbetriebe (41,4 Prozent) und die großen Handwerksbetriebe mit 20 und mehr Mitarbeitern (44,1 Prozent), die verstärkt Umsatz im Ausland generieren wollen. Ihr Auslandsgeschäft verringern wollen am häufigsten Handwerksbetriebe mit bis zu 4 Beschäftigten (11,3 Prozent). Deutlich geringer fällt dieser Anteil bei den mittleren und großen Handwerksbetrieben mit mindestens 5 Beschäftigten aus (2,6 Prozent).

4. Hindernisse bei der Geschäftstätigkeit im Ausland

Die im Ausland aktiven Handwerksbetriebe sehen verschiedene Hindernisse, die sie bei der Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit behindern. Die mit Abstand am häufigsten benannte Hürde ist dabei der bürokratische Aufwand, der beim Ausführen von Gütern oder durch national unterschiedliche Regelungen und Vorschriften für die Erbringung von Werk- oder Dienstleistungen entsteht. 41,2 Prozent der Betriebe geben dies an. Da die Zielmärkte der Betriebe überwiegend in der Europäischen Union liegen, deutet dies darauf hin, dass es noch zusätzliche Potenziale zur Schaffung eines einheitlichen EU-Binnenmarkts zu heben gilt. Deutlich weniger oft haben die Betriebe Probleme mit der Sprachbarriere (16,9 Prozent). Ein Teil der Handwerksbetriebe sieht das Fehlen ausreichend großer eigener Kapazitäten bzw. den Mangel der dafür benötigten Fachkräfte als problematisch an (14,5 Prozent). Handelshemmnisse stellen für 13,7 Prozent eine Hürde bei ihren Auslandsaktivi-

täten dar. Eine ähnlich große Bedeutung haben unzureichende Marktkenntnisse (12,5 Prozent). Insgesamt als nur wenig problematisch wird die Finanzierung der Geschäftstätigkeit im Ausland eingeschätzt. Aufgrund des derzeit günstigen Zinsumfelds und einer in den letzten Jahren verbesserten Eigenkapitalausstattung sehen hierin nur 7,6 Prozent der Handwerksbetriebe ein Hindernis.

Die Bedeutung der verschiedenen Hürden variiert, z. T. deutlich, zwischen den einzelnen Ge-



werbegruppen. Bürokratische Hemmnisse werden vor allem von den Betrieben des Ausbau- und Baugewerbes (53,9 bzw. 46,8 Prozent) sowie den Handwerken für den gewerblichen Bedarf benannt (41,6 Prozent). Zum Vergleich: In den personenbezogenen Dienstleistungs- und den Gesundheitshandwerken sind es nur 14,4 bzw. 13,9 Prozent. Sprachschwierigkeiten werden wiederum von Bau- und Ausbauhandwerkern am häufigsten benannt (jeweils 20,7 Prozent), während es bei den Handwerkern für den privaten Bedarf nur 4,2 Prozent sind. Unzureichende Kapazitäten bzw. fehlende Fachkräfte sind ebenso ein Hindernis, das im Bau- und Ausbaugewerbe stärker vertreten ist als im Gesamthandwerk (21,1 bzw. 21,0 Prozent). Davon deutlich weniger betroffen sind die Kfz- (5,9 Prozent) und die Lebensmittelhandwerke (8,1 Prozent). Verstärkt von Handelshemmnissen berichten die Kfz-Gewerke, in denen 21,8 Prozent der Betriebe diese als Hürde für ihre Geschäftstätigkeit im Ausland bezeichnen. Unzureichende Marktkenntnisse sind vor allem für die persönlichen Dienstleistungsbetriebe ein

Hindernis (22,9 Prozent), während sie für die Betriebe des Bauhauptgewerbes kaum relevant sind (4,0 Prozent). Über Schwierigkeiten bei der Finanzierung seiner Auslandsgeschäfte berichtet jeder dritte Betrieb aus den Lebensmittelgewerken (32,7 Prozent).

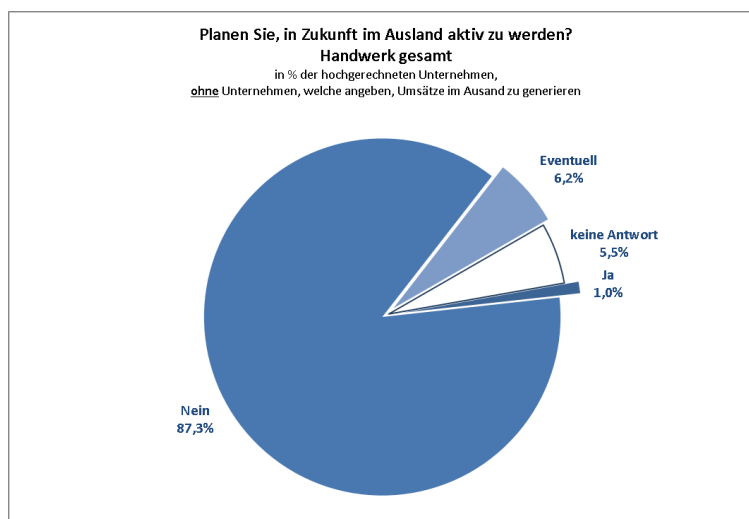
Bei Betrachtung der Betriebsgrößenklassen ist auffällig, dass die exportierenden Einpersonенbetriebe des Handwerks zwar überdurchschnittlich oft die bürokratischen Belastungen (54,1 Prozent ggü. 41,2 Prozent im Gesamthandwerk) sowie die unzureichenden Marktkenntnisse (14,7 Prozent ggü. 12,5 Prozent) als Hindernisse ansehen, in allen anderen abgefragten Kategorien allerdings deutlich unter dem gesamthandwerklichen Durchschnitt liegen.

5. Hürden für die Aufnahme einer Geschäftstätigkeit im Ausland

87,3 Prozent der Handwerksbetriebe geben an, keiner Geschäftstätigkeit im Ausland nachgehen zu wollen. Beinahe 3 von 4 Betriebsinhabern begründen dies mit einer zu geringen Betriebsgröße (73,5 Prozent). 14,3 Prozent nennen unzureichende Kapazitäten ihres Betriebes, 13,8 Prozent unzureichende Marktkenntnisse und 13,1 Prozent erachten das wirtschaftliche Risiko einer Expansion in Aus-

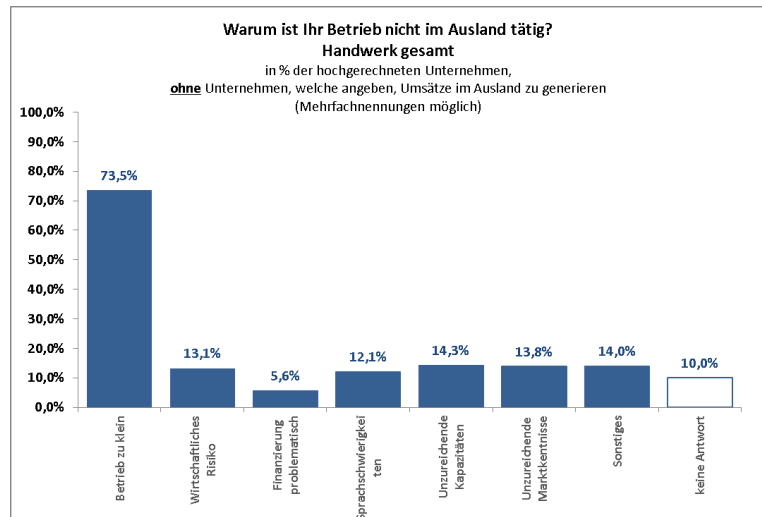
landmärkte als zu groß. Für 12,1 Prozent der Inhaber stellt die Sprachbarriere eine Hürde dar. Ähnlich wie bei den auslandsaktiven Handwerksbetrieben wird die Finanzierung einer Geschäftstätigkeit im Ausland als insgesamt nur wenig

problematisch angesehen. Nur 5,6 Prozent der Betriebsinhaber geben an, aufgrund von Finanzierungsproblemen auf Auslandsgeschäfte zu verzichten.



In den allermeisten Gewerbegruppen entspricht der Anteil der Betriebsinhaber, die ihren Betrieb als zu klein für Auslandsgeschäfte erachten, in etwa dem gesamthandwerklichen Durchschnitt (73,5 Prozent). Lediglich in den Lebensmittelgewerken liegt er mit 63,0 Prozent deutlich darunter. Fehlende betriebliche Kapazitäten sehen vor allem die Inhaber in den Bau- und Ausbaugewerken (17,7 bzw. 19,7 Prozent) sowie in den handwerklichen Zulieferergewerken (15,3 Prozent) als Hürde. In den anderen Gewerbegruppen liegt der Anteil hingegen deutlich unter dem Durchschnitt im Gesamthandwerk. Unzureichende Marktkenntnisse als Hinderungsgrund sehen wiederum vor allem die Bau- und Ausbauhandwerker (18,0 bzw. 18,1 Prozent), während diese nur von wenigen Kfz- (5,3 Prozent) und persönlichen Dienstleistungshandwerkern (5,8 Prozent) als solche eingeschätzt werden. Ähnlich fällt die Beurteilung des wirtschaftlichen Risikos und der Sprachbarriere aus: Vor allem die Bau- und Ausbaubetriebe sowie handwerkliche Zulieferbetriebe geben an, das Risiko bei Ausweitung ihrer Geschäfte ins Ausland zu scheuen, während es unter den Handwerksbetrieben aus den anderen Gewerbegruppen deutlich weniger sind als im Durchschnitt aller Betriebe.

Während unter den handwerklichen Einpersonnbetrieben 78,6 Prozent davon berichten, dass sie ihren Betrieb als zu klein für eine Geschäftstätigkeit im Ausland erachten, sind es bei den Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten lediglich 29,2 Prozent. Bei der Sprachbarriere und den Finanzierungsmöglichkeiten ist der Anteil der Betriebe, die diese Hürden benennen, in allen Gewerbegruppen in etwa gleich. Überraschenderweise beurteilen die kleinen Handwerksbetriebe unzureichende Kapazitäten und Marktkenntnisse sowie die wirtschaftlichen Risi-



ken einer Auslandsexpansion als weniger problematisch als die größeren Handwerksbetriebe mit 10 und mehr Mitarbeitern.

Ein sehr großer Anteil der bisher noch nicht im Ausland aktiven Handwerksbetriebe plant dementsprechend auch nicht, dies in Zukunft zu ändern. Lediglich 1,0 Prozent hat bereits entschieden, sich in Zukunft zusätzliche Märkte zu erschließen. 6,2 Prozent können sich dies jedoch bei passenden Rahmenbedingungen vorstellen, sodass 7,2 Prozent der Betriebe als potenzielle Exporteure anzusehen sind. Folglich sehen etwa 14 Prozent aller Befragten Exportpotenziale in ihren Betrieben, nutzen diese aber erst teilweise für Auslandsgeschäfte.

Beinahe 9 von 10 Betrieben wollen allerdings nicht über die Grenzen der Bundesrepublik hinaus aktiv werden (87,3 Prozent). Besonders zurückhaltend eingestellt zeigen sich die persönlichen Dienstleistungsbetriebe (nur 0,2 Prozent wollen definitiv ins Ausland expandieren) und die Kfz-Betriebe (0,7 Prozent). Etwas expansionsfreudiger sind die Betriebe im Bauhaupt- und Gesundheitsgewerbe (jeweils 1,6 Prozent). 8,3 Prozent der gewerblichen Dienstleistungsbetriebe erwägen, u. U. neue Märkte zu erschließen. Auch hier weisen die persönlichen Dienstleistungshandwerke mit 2,8 Prozent den geringsten Anteil auf. Entsprechend schließen überdurchschnittlich viele Betriebe in den

persönlichen Dienstleistungshandwerken (93,5 Prozent) und den Kfz-Handwerken (91,7 Prozent) eine Auslandsexpansion aus.

Mit zunehmender Betriebsgröße nimmt auch der Anteil der Betriebe zu, die ihre Geschäftstä-

tigkeit ins Ausland ausweiten wollen oder dies zumindest in Erwägung ziehen. Während nur 6,5 Prozent der Einpersonnenbetriebe dies angeben, sind es unter den Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten 14,3 Prozent.

6. Fragebogen

Ergänzungsfragen zur Konjunkturumfrage Herbst 2015 „Überregionaler Absatz des Handwerks“

Bitte füllen Sie den Fragebogen online aus unter: zdh.uniplus.de

Gerne können Sie den ausgefüllten Fragebogen auch an Ihre Handwerkskammer zurücksenden.

Handwerkskammer xxx Straße PLZ Ort Faxnummer

Handwerkskammer: _____ Gewerk: _____

Mitarbeiterzahl (einschließlich Betriebsinhaber/-in): _____ Betriebsnummer (wenn bekannt): _____

1) Wie teilte sich im Jahr 2014 Ihr Umsatz nach Absatzregionen auf?

Inland:
 Innerhalb von 50 km: ca. _____ %
 Innerhalb von 150 km: ca. _____ %
 Bundesgebiet: ca. _____ %
 Ausland: ca. _____ %
 Gesamter Umsatz: _____ 100 %

Falls Sie keine Auslandsgeschäfte tätigen: Bitte weiter mit Frage 8.

2) Falls Sie Auslandsgeschäfte tätigen, wo liegen Ihre Zielmärkte? (Mehrfachnennungen möglich)

- Deutsche Nachbarstaaten
- Andere EU-Länder
- Übriges Europa ohne Russland
- Russland
- Asien
- Naher Osten
- Nord-Amerika
- Süd-/Mittel-Amerika
- Sonstige: _____

3) Exportieren Sie überwiegend Güter oder führen Sie überwiegend Werk- oder Dienstleistungen (z. B. Bau/Ausbau, Einbau und Wartung von Anlagen) im Ausland durch und wer ist der Abnehmer? (Mehrfachnennungen möglich)

- Güter oder Werk-, Dienstleistungen
- Für:
- Deutsche Unternehmen im Ausland
 - Deutsche Privatpersonen im Ausland
 - Ausländische Unternehmen
 - Ausländische Privatpersonen
 - Ausländische Staaten

4) Betreiben oder planen Sie eine Niederlassung im Ausland?

- Auslandsniederlassung vorhanden
- Auslandsniederlassung geplant
- Nein

5) Wie haben sich Ihre Auslandsgeschäfte seit dem Jahr 2010 entwickelt?

- Gestiegen gegenüber 2010
- Weniger als 2010
- Unverändert gegenüber 2010
- Entfällt, da Betriebsgründung nach 2010
- Entfällt, da Auslandsgeschäfte erst nach 2010 begonnen

6) Wollen Sie Ihr Auslandsgeschäft in Zukunft im gleichen Umfang fortführen?

- Umfang des Auslandsgeschäfts soll steigen
- Umfang des Auslandsgeschäfts soll gleich bleiben
- Umfang des Auslandsgeschäfts soll sinken

7) Was behindert Sie in Ihrem Auslandsgeschäft? (Mehrfachnennungen möglich)

- Finanzierung problematisch
- Sprachschwierigkeiten
- Bürokratie
- Handelshemmnisse
- Unzureichende Kapazitäten/Fachkräftemangel
- Unzureichende Marktkenntnisse
- Sonstiges: _____

Bitte beantworten Sie die letzten beiden Fragen 8 + 9 nur, wenn Sie keine Auslandsgeschäfte tätigen.

8) Warum ist Ihr Betrieb nicht im Ausland tätig? (Mehrfachnennungen möglich)

- Betrieb zu klein
- Wirtschaftliches Risiko
- Finanzierung problematisch
- Sprachschwierigkeiten
- Unzureichende Kapazitäten
- Unzureichende Marktkenntnisse
- Sonstiges: _____

9) Planen Sie, in Zukunft im Ausland aktiv zu werden?

- Ja
- Nein
- Eventuell

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

7. Gewerbe­gruppeneinteilung

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 Lüftungs-bauer)
- Elektrotechniker
- (Elektroinstallateure, Elektromechaniker, Fernmeldeanlagen­elektroniker)
- 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
- Orthopädienschuhmacher
- Orthopädietechniker

7. Personenbezogene Dienstleistungsgewerbe

- Friseure
- Schuhmacher
- Uhrmacher
- Maßschneider
- Fotografen
- Textilreiniger
- Kosmetiker