

Univ.-Professor Dr. habil. Jörn-Axel Meyer  
Deutsches Institut für kleine und mittlere Unternehmen

# **Trends der Globalisierung nach der Krise**

## **Herausforderungen exportorientierter Mittelständler**

Fachtagung MittelstandsMonitor 2010

## Einordnung

- ▶ DIKMU ist nicht Mitautor des Mittelstandsmonitor
- ▶ DIKMU primär betriebswirtschaftliche Sicht
- ▶ der Vortrag hier und heute: Ergänzung um betriebliche Chancen und Risiken aus Trends auf den internationalen Märkten und Konsequenzen für das Management
- ▶ Trends und C/R zusammengefasst aus folgenden Quellen
  - ▶ Meinungsbilder aus Unternehmen (Diskussionsrunden, Gespräche, Vorträge, Pressepublikationen)
  - ▶ Ausgewählte Befunde aus fremden Studien und eigenen Studien der jüngsten Vergangenheit
  - ▶ Befunde aus aktueller Befragung

## **KMU-relevante Entwicklungen auf internationalen Märkten...**

- ▶ sehr schnelle Erholung der Exporte mit Beginn 2010
- ▶ z. T. erhebliche Exportsteigerungen (z. B. nach China etwa 58% ggü. VJ)
- ▶ durchgehend gutes oder sogar steigendes Wachstum in den BRIC-Staaten
- ▶ Osteuropa dabei eher Nachzügler
- ▶ Unterstützung durch den schwachen Euro
- ▶ Realwirtschaftskrise im zeitlichen „Sandwich“ der Finanzkrise

## **KMU-relevante Entwicklungen auf internationalen Märkten... ... Beispiel China**

- ▶ steigende Nachfrage nach hochwertigen Gütern insbesondere in China/Indien
- ▶ Renaissance des „Made in Germany“ insbesondere für das deutsche Management in mittelständischer Unternehmen
- ▶ GoGlobal-Strategie Chinas seit 8 Jahren, auch für chinesische „Mittelständler“
- ▶ Wachsende Marktdurchdringung Chinas auf internationalen Märkten i. d. R. mit umfangreichen Vorinvestitionen: Afrika, Lateinamerika, selbst Griechenland
- ▶ Steigende Löhne in China
- ▶ Streben insbesondere in China/Indien nach...
  - ▶ eigenen hochwertigen technischen Lösungen und Produkten
  - ▶ Steigerung der Bildungsniveaus und der Zahl der Fachkräfte/Akademiker
- ▶ Wachsendes Bewusstsein für Umwelt und Ressourceneffizienz

## Chancen/Stärken und Konsequenzen

- ▶ „Made in Germany“
  - ▶ Nutzung der wachsenden Märkte für hochwertige Güter
  - ▶ Innovationschampion und Kompetenzführer, Glocalisation, MicroBranding-Strategien
- ▶ Nutzung des verbesserten Rufes des „Management Made in Germany“
  - ▶ Vorverlagerungsstrategie, Beiräte
- ▶ Effizienzvorteile nutzen
  - ▶ Energie- und Umweltmanagement
  - ▶ Kostensenkung und Effizienzsteigerung jenseits der Personalkosten
  - ▶ EUM als Marketingargument

## Chancen/Stärken und Konsequenzen

- ▶ (Export-)Finanzierung
  - ▶ krisenbestimmte Faktoren – krisenunabhängige Faktoren
  - ▶ Alternativen zur Kreditfinanzierung
  - ▶ in größerem Rahmen: Minderheitsbeteiligungen, Mitarbeiterbeteiligungen (Mezzanine)

## Risiken/Schwächen und Konsequenzen

- ▶ Fachkräftemangel
    - ▶ zunächst ein qualitatives Problem
    - ▶ Beispiel Hochschullandschaft
    - ▶ Nachteile der KMU im Kampf um die Besten
    - ▶ Recruiting (z. B. Employer Branding) und Sicherung (Silver Workers, MSCs)
    - ▶ steigende Personalkosten
  - ▶ Strategische Schwächen
    - ▶ je kleiner desto größer
    - ▶ Verkürzung der Entscheidungszeiten: Krise(n), Automaten
    - ▶ steigende Planungsunsicherheit: Politik, rückwirkende Regelungen, Bürokratie
    - ▶ steigende Komplexität: Kundenwünsche, Systemintegration, Transparenz, wachsende internationale Finanzverflechtung, ausweitende Haftung für Umwelt
- /
- Schäden, Rohstoffe und EUM, Forderung nach Nachhaltigkeit

## Risiken/Schwächen und Konsequenzen

- ▶ Weitere Felder...
  - ▶ Bürokratie und Planungssicherheit
  - ▶ IT-Verhalten – Kosten vs. Kompatibilität
  - ▶ Transparenz vs. Diskretion
  - ▶ Kompetenzmanagement
  - ▶ ...

► **Herzlichen Dank!**