

Investieren im Ausland: Deutsche Mittelständler erobern internationale Märkte

Die Internationalisierung des deutschen Mittelstandes schreitet weiter voran: 2012 waren 22,8 Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen (Umsatz bis zu 500 Millionen Euro) laut KfW-Mittelstandsbarometer auf ausländischen Märkten aktiv – der höchste Stand seit 2010, als infolge der Weltfinanzkrise das Auslandsengagement stark einbrach. Insgesamt erzielten die Mittelständler jenseits der deutschen Grenzen Umsätze von rund 584 Milliarden Euro.¹⁾

Auslandsinvestitionen im Aufwärtstrend

Immer mehr mittelständische Unternehmen setzen dabei nicht mehr allein auf Exporte, sondern zusätzlich auf Direktinvestitionen, um ihr internationales Absatzpotenzial besser auszuschöpfen. Dies zeigt eine weitere Studie der KfW, die auf einer vom Verein Creditreform durchgeführten Umfrage bei Unternehmen mit mindestens 30 Beschäftigten beruht.²⁾

Zwar dominiert, wie zu erwarten, das Exportgeschäft: Knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen sind hier aktiv.³⁾ Doch immerhin 20 Prozent tätigten in den Jahren 2007 bis 2011 Direktinvestitionen im Ausland. 42 Prozent von ihnen wollen ihr Engagement bis 2015 ausweiten, nur zwölf Prozent dagegen reduzieren.⁴⁾ Einen noch größeren Schub sollten die Auslandsinvestitionen deutscher Mittelständler in den nächsten Jahren von den Unternehmen erfahren, die erstmals diesen Sprung wagen. Denn 15 Prozent derer, die bisher noch nicht mit Direktinvestitionen auf fremden Märkten aktiv waren, haben laut KfW-Studie ernsthaft darüber nachgedacht oder schon erste Schritte eingeleitet. Das heißt, dass mehr Unternehmen (zwölf Prozent aller Befragten) Erstinvestitionen im Ausland planen als bereits Aktive den Ausbau (acht Prozent). Besonders stark sind die Neuplaner bei den kleinen bis mittleren Unterneh-

men mit einem Umsatz zwischen fünf und 50 Millionen Euro vertreten.⁵⁾

Markterschließung als wichtigstes Motiv

Hauptmotiv der mittelständischen Direktinvestitionen im Ausland ist die Markterschließung: Nähe und Zugang zu Absatzmärkten nennen mehr als drei Viertel der für die KfW-Studie befragten Unternehmen als maßgeblichen Faktor bei der Standortwahl im Ausland. Dagegen spielen Kostenkriterien eine deutlich geringere Rolle.⁶⁾

Der Trend zur Intensivierung der Auslandsinvestitionen mit dem Hauptziel Markter-

schließung wird durch eine im Frühjahr 2013 durchgeführte DIHK-Umfrage bestätigt. Danach haben 46 Prozent der Industrieunternehmen – so viele wie nie zuvor – für dieses Jahr Investitionen an ausländischen Standorten geplant.⁷⁾ Der Löwenanteil dient dazu, auf den internationalen Märkten Fuß zu fassen und die Marktposition auszubauen: zum einen durch den Aufbau von Vertriebs- und Servicestützpunkten (45 Prozent der Industrieunternehmen mit aktuellen Auslandsinvestitionsplänen), zum anderen durch Produktionsstätten vor Ort zur noch besseren Markterschließung. 35 Prozent nennen dieses Investitionsziel – eine Quote, die zuvor nur 2011 erreicht wurde. Dagegen verliert das Motiv Kosteneinsparung durch Auslandsproduktion weiter an Bedeutung: Gerade noch 20 Prozent der befragten Industrieunternehmen investieren aus diesem Grund außerhalb Deutschlands (siehe Abbildung).⁸⁾

Das beste Beispiel für den veränderten Investitionsfokus ist China: Noch 2006 wollte jedes vierte deutsche Industrieunternehmen mit entsprechenden Investitionsabsichten „aus Kostengründen“ dort Fabriken errichten oder ausbauen, 2013 nur noch jedes siebte.⁹⁾ Darin kommen die rasant gestiegenen Kosten im Reich der Mitte zum Ausdruck. Heute wird China durch seine gestiegene Wirtschaftskraft und dem gewachsenen Wohlstand als Absatzmarkt immer attraktiver. Das liegt daran, dass die Regierung in Schlüsselbranchen, wie zum Beispiel der Auto- oder Chemieindustrie, auf eine möglichst hohe inländische Wertschöpfung (Local Content) achtet.

Zielregion USA

Dadurch ist China – noch vor der Kern-EU der 15¹⁰⁾ – die beliebteste Investitionsregion für deutsche Industrieunternehmen (43 Prozent), und zugleich ist das Motiv

Matthias Laukin, Mitglied des Vorstands, Deutsche Leasing AG, Bad Homburg v. d. Höhe

Die empirische Bestandsaufnahme ist eindeutig. Viele deutsche Unternehmen bis weit hinein in den Mittelstand sind bisher schon im Ausland unterwegs. Und sowohl im Exportgeschäft als auch bei Direktinvestitionen stehen die Zeichen weiter auf Expansion. Als wichtiges Motiv der Unternehmen hat der Autor in den einschlägigen Untersuchungen die Markterschließung ausgemacht. Zu den bedeutenden Zielregionen rechnet er die Schwellenländer mit China an der Spitze und zunehmend wieder die USA. Insbesondere hinsichtlich geplanter Direktinvestitionen der Unternehmen verweist er auf die besonderen Herausforderungen der Finanzierung. Sowohl die Suche nach Kreditgebern im Heimatmarkt als auch nach Finanzierern im Zielland sind für ihn keineswegs Selbstläufer. Sein Ausweg aus dem Dilemma klingt allerdings keineswegs überraschend: Er plädiert für die Finanzierung und Begleitung der Auslandsinvestition durch einen deutschen Partner mit einem starken Auslandsnetz. (Red.)

„Markterschließung durch Produktion vor Ort“ mit 38 Prozent besonders ausgeprägt. Auch bei den Auslandsinvestitionen in anderen Wachstumsregionen, wie Asien ohne China oder Südamerika, spielt das offensive Motiv der Markterschließung eine deutlich größere Rolle, als im derzeit noch schwächelnden EU-Binnenmarkt.¹¹⁾

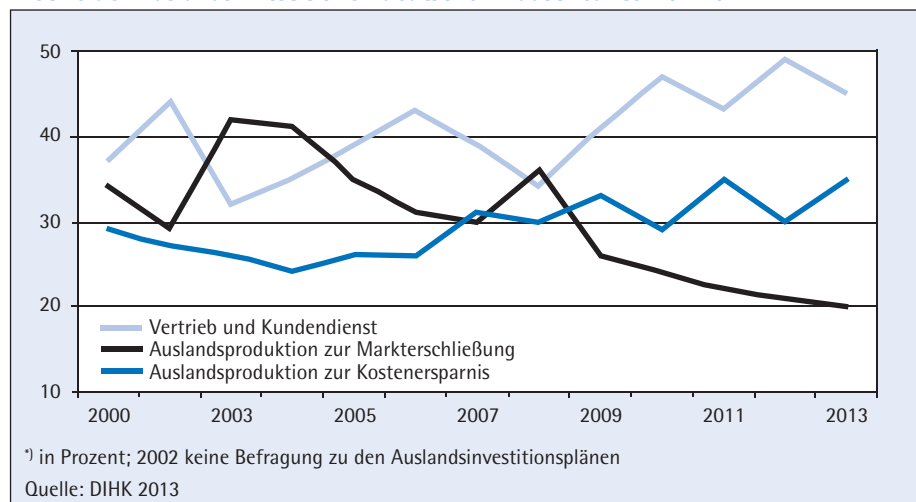
Der Aufsteiger des Jahres unter den Zielregionen sind jedoch die USA, die sich mit 30 Prozent (plus vier Prozentpunkte gegenüber 2012) auf den dritten Platz vorschoben konnten. Investitionen in Produktionsstätten zur Markterschließung haben dabei mit 38 Prozent ein ebenso großes Gewicht wie in China.¹²⁾ Der Standort USA lockt nicht allein wegen der wirtschaftlichen Erholung, die bereits 2012 die Importe aus Deutschland deutlich steigen ließ. Vor allem Investitionsgüterhersteller sehen darüber hinaus eine große Chance in der von Präsident Barack Obama propagierten Reindustrialisierung der größten Volkswirtschaft der Welt. Dahinter steht die Erkenntnis, dass eine starke Wirtschaft sich nicht nur auf Dienstleistungen stützen kann, sondern auch eine ausreichende industrielle Basis braucht. Zudem profitieren die USA bei energieintensiven Produktionen zunehmend von billiger Energie.

Mehr „made in America“ statt Einkauf im Ausland heißt aber auch: Zulieferer müssen verstärkt im Land fertigen. Das betrifft zum Beispiel in der Automobilindustrie ganze Produktionsketten. Wenn große Autozulieferer wie ZF Friedrichshafen in den USA neue Werke bauen oder bestehende erweitern, müssen ihre mittelständischen Komponenten- und Teilelieferanten ihnen folgen – darunter zunehmend Unternehmen mit weniger als 100 Millionen Euro Umsatz.

Herausforderung Finanzierung

Aus den skizzierten Trends ergibt sich: Immer mehr deutsche Mittelständler, insbesondere aus der technikbasierten Exportindustrie, stehen in den nächsten Jahren vor der enormen Herausforderung, zur Erschließung außereuropäischer Märkte in lokale Produktionsstätten zu investieren. Sie müssen damit Sprunginvestitionen realisieren, deren Finanzierungsvolumen weit über die gewohnten Dimensionen hinausgeht und erheblich größere Risiken birgt als der Aufbau eines Vertriebs- und Servicestützpunkts. Denn im Gegensatz dazu

Motive der Auslandsinvestitionen deutscher Industrieunternehmen¹⁾



lassen sich Investitionen in eine lokale Produktion meist nicht mehr aus Eigenmitteln oder aus bestehenden Kreditlinien bestreiten. Die Anschaffung der notwendigen Maschinen kann mehrere Millionen Euro kosten.

Dass laut KfW-Studie nur 24 Prozent aller aktiven Direktinvestoren in der Finanzierung ein entscheidendes Hemmnis sehen, ist dabei kein Widerspruch.¹³⁾ Denn die Studie differenziert nicht nach Investitionen in eine lokale Produktionsstätte und der weit weniger kostenintensiven Gründung einer Niederlassung, Tochtergesellschaft oder eines Joint Ventures, das sich lediglich auf Vertrieb und Service beschränkt. Generell ist festzustellen, dass die Schwierigkeiten, Auslandsinvestitionen zu finanzieren, zunehmen, je kleiner ein Unternehmen (gemessen an der Umsatzgröße) und je größer die Investition relativ zum Umsatz ist.¹⁴⁾

Den zusätzlichen Mittelbedarf für den Aufbau einer Auslandsproduktion versuchen Unternehmen in der Regel über die vertrauten Hausbank(en) zu realisieren. Wie die KfW-Studie zeigt, stößt jedoch jedes zweite Unternehmen, das für seine Auslandsinvestitionen eine Kreditfinanzierung beantragt, dabei auf Schwierigkeiten. Betroffen sind vor allem die kleineren Unternehmen mit weniger als 50 Millionen Euro Umsatz. Als Hauptgründe geben die betroffenen Firmen laut KfW-Studie vor allem die mangelnde Auslandserfahrung der inländischen Institute sowie die damit verbundene Scheu vor dem hohen Risiko einer Auslandsinvestition an.¹⁵⁾

Ein wesentlicher Risikofaktor aus Sicht des deutschen Finanziers ist weiterhin das Problem des Zugriffs auf die im Ausland befindlichen Assets, zum Beispiel die finanzierten Maschinen. Das Unternehmen muss dann zusätzliche Sicherheiten im Inland stellen, sofern vorhanden. Eine zusätzliche Finanzierung in der Größenordnung, die der Auf- oder Ausbau einer ausländischen Produktionsstätte erfordert, kann zudem zu einer deutlichen Verschlechterung der Bilanzrelationen (zum Beispiel der Eigenkapitalquote) und damit zu einer Herabstufung im Kreditrating des Unternehmens führen, sodass es höhere Zinsen zahlen muss.

Fehlende Kredithistorie

Zwar gibt es eine Reihe von zinsgünstigen Förderkreditprogrammen, die auch für Auslandsvorhaben verwendet werden können. Die angesprochenen Grundprobleme bleiben aber bestehen, da die Förderkredite über die Hausbanken ausgereicht werden, die gegenüber dem Förderinstitut im Obligo stehen.

Alternativ kommt auch eine Finanzierung direkt vor Ort, im Ausland, infrage. Gerade bei Erstinvestitionen stößt dies jedoch auf schwer überwindbare Hürden, weil das deutsche Unternehmen dort unbekannt ist. Die USA gelten zum Beispiel als eines der Länder, in dem die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Verfügbarkeit von Kreditnehmerdaten kleineren Unternehmen grundsätzlich einen leichten Kreditzugang ermöglichen.¹⁶⁾ So lässt sich die Kredithistorie eines Unternehmens anhand

zentral gespeicherter Daten bis ins Detail lückenlos verfolgen. Um Firmenkunden mit nachweislich guter Bonität herrscht ein starker Wettbewerb der lokalen, regionalen und auch national tätigen Banken. Ohne US-Kredithistorie haben jedoch deutsche Unternehmen, so gern sie auch in den USA wegen ihrer hohen Qualitätsstandards gesehen sind, kaum eine Chance, dort eine lokale Kreditlinie oder Investitionsfinanzierung zu erhalten.

Ausnahmen sind möglich, wenn das Unternehmen entweder bewertbare, umfangreiche Sicherheiten, wie zum Beispiel gute Immobilien, stellen oder eine Absicherung durch eine Bankgarantie bieten kann. Dagegen spricht, dass das deutsche Kreditinstitut keinen Zugriff auf die Investitionsobjekte hat und das Unternehmen zusätzlich zu den lokalen Kreditkosten noch die Provision für die Bankgarantie zahlen muss.

Begleitung der Auslandsinvestitionen durch Finanzpartner

Dazu kommt ein weiterer Aspekt, der gerade bei Investitionen außerhalb der EU nicht zu unterschätzen ist: Mittelständische Unternehmer sind in der Regel nicht mit den dort geltenden Finanzierungsusancen und deren rechtlichen Fallstricken vertraut. Über das Internet lassen sich zwar hilfreiche Erstinformationen für Auslandsinvestitionen, zum Beispiel über Fördermittel oder Standorte, beschaffen. Für das Verständnis und die Bewertung komplexer Sachverhalte ist jedoch ein tieferes Wissen erforderlich.

Einen Ausweg aus dem Dilemma bietet die Begleitung der Auslandsinvestition durch einen deutschen Finanzpartner, der mit beiden Welten vertraut ist. Dieser Weg steht auch mittelständischen Firmenkunden regionaler Finanzinstitute offen, die mit einem international präsenten Asset-Finance-Partner zusammenarbeiten, wie zum Beispiel die Sparkassen mit der Deutschen Leasing. Diese Lösung hat eine Reihe grundlegender Vorteile:

– Die Asset-Finance-Gesellschaft und/oder das Partnerinstitut kennen das deutsche Unternehmen und können daher seine Bonität fundiert beurteilen.

– Das Unternehmen kann mit dem im Ausland abgeschlossenen Investitionsvertrag dort eine Kredithistorie aufbauen.

– Mit der Finanzierungsalternative Leasing kann ein Unternehmen zudem seine Bilanz entlasten und so vorhandene Kreditlinien schonen.

– Das spezielle Objekt-Know-how der Asset-Finance-Gesellschaft und ihre Verwertungskanäle auf dem Gebrauchtmärkte erlauben Finanzierungen von bis zu 100 Prozent des Objektwerts sowie maßgeschneiderte Modalitäten.

– Die Verträge können so gestaltet werden, dass sie sowohl die Bedürfnisse des deutschen Unternehmens als auch die rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen vor Ort berücksichtigen und zudem für die deutsche Seite verständlich sind.

– Der Asset-Finance-Partner kann dem Auslandsvorhaben mit seiner Routine in dieser Art von Geschäft schon in einer frühen Phase den Weg bereiten helfen, nicht zuletzt durch sein Netzwerk auslands-erfahrener Experten in Deutschland und im Investitionsland, wie zum Beispiel Außenhandelskammern, Rechtsanwälte oder Steuerberater.

– Vom ersten Gespräch bis zum Vertragsabschluss hat der Kunde deutschsprachige Ansprechpartner.

Eine Frage der Zinsbindung

Im Fall USA kommen dazu weitere Vorteile gegenüber einer Finanzierung durch eine US-Bank. So lassen sich amerikanische Institute zumeist nur auf relativ kurze Zinsbindungsdauern ein. Für die Verlängerung des Kreditvertrags und oft sogar für die Nennung eines neuen Zinssatzes verlangen sie Gebühren von einigen Tausend US-Dollar. Geht man mit einem deutschen Finanzpartner ins Ausland, ist dagegen eine langfristige Zinsbindung möglich, danach ist eine Neuverhandlung gebührenfrei. Bei Vertragsabschluss ist nur eine geringe Abschlussgebühr fällig. Bei einer US-Bank sind bei Investitionen in Höhe von einigen Millionen Dollar Beträge von 10000 Dollar und mehr üblich, und oft wird schon für das Vertragsangebot kassiert.

Zudem lassen sich die in US-Kreditverträgen üblichen Covenants (wie zum Beispiel eine Mindest-Eigenkapitalquote oder -Umsatzrentabilität) vermeiden, deren Nichteinhaltung – und sei es nur kurzfristig – die Kreditkosten stark verteuert.

Anhand von zwei Praxisbeispielen lässt sich zeigen, welche Problemlösungen nach Maß möglich sind. Im ersten Fall musste ein mittelständischer Medizintechnik-Hersteller, Kunde einer Sparkasse, für seine neugegründete Produktionstochter in den USA Laserbearbeitungssysteme im Wert von einer Million Euro anschaffen. Weil es schnell gehen musste, kaufte er gebrauchte Maschinen. Bei der bilanzneutralen Leasing-Lösung nach HGB wurden deshalb diverse, an die Afa-Restbuchwerte angepasste Laufzeiten plus Garantie der deutschen Muttergesellschaft vereinbart.

Auslandserfahrung erwünscht

Im zweiten Fall musste ein deutscher Teilezulieferer im Bereich Autoelektrik wegen Folgeaufträgen seine US-Kapazitäten ausbauen. Seine bestehende Kreditlinie, eine Konsortialfinanzierung, wollte das Unternehmen dafür verständlicherweise nicht voll ausreizen. Ein zusätzlicher On-Balance-Kredit für die Maschineninvestitionen hätte jedoch der Zustimmung aller beteiligten Banken bedurft. Zudem handelte es sich um Sondermaschinen, für die es nur wenige potenzielle Abnehmer gibt, sodass der Beleihungswert relativ niedrig war. Durch die hohe Asset-Kompetenz konnte aber auch dieses Problem gelöst werden: mit einer Operate-Leasing-Struktur.

Hauptmotiv für mittelständische Direktinvestitionen im Ausland ist die Markterschließung: 46 Prozent der Industrieunternehmen – so die DIHK-Studie „Auslandsinvestitionen der Industrie“ – haben für dieses Jahr Investitionen an ausländischen Standorten geplant. Der Aufbau von Vertriebs- und Servicestützpunkten und die Gründung von Produktionsstätten vor Ort sind zentrale Maßnahmen für diese Markterschließung. China bleibt in diesem Zusammenhang die beliebteste Investitionsregion für deutsche Industrieunternehmen (43 Prozent). Der Aufsteiger des Jahres unter den Zielregionen sind die USA: Investitionen in Produktionsstätten zur Markterschließung haben mit 38 Prozent in den USA ein ebenso großes Gewicht wie in China.

Vor allem Investitionsgüterhersteller sehen eine große Chance in der ausgerufenen Reindustrialisierung der größten Volkswirtschaft der Welt. Grundlegende Idee ist, dass eine starke Wirtschaft auch eine ausreichende industrielle Basis braucht. Zulie-

ferer müssen deshalb verstärkt im Land fertigen. Das betrifft zum Beispiel in der Automobilindustrie ganze Produktionsketten.

Den zusätzlichen Mittelbedarf für den Aufbau einer Auslandsproduktion wollen Mittelständler zumeist über einen Kredit mit der vertrauten Hausbank finanzieren. Jedoch stößt – so die KfW-Studie „Internationalisierung im deutschen Mittelstand“ – jedes zweite Unternehmen, das diesen Finanzierungsweg wählt, dabei auf Schwierigkeiten. Als Hauptgründe nennt die Studie vor allem die mangelnde Auslands Erfahrung der inländischen Institute und die damit verbundene Scheu vor dem hohen Risiko einer Auslandsinvestition. Bei Anfragen zu Kreditfinanzierungen im Investitionsland selbst treffen Mittelständler auf schwer überwindbare Hürden, weil die deutschen Unternehmen dort unbekannt sind und entsprechend keine Kredithistorie haben. Einen Ausweg aus dem Dilemma bietet die Finanzierung und Begleitung der Auslandsinvestition durch einen deutschen Partner, der ein starkes Auslandsnetz hat.

Literaturverzeichnis

Brutscher, P.; Raschen, M.; Schwartz, M.; Zimmermann, V. (2012): Internationalisierung im deutschen Mittelstand – Step by Step zum Global Player – KfW Bankengruppe (Hrsg.), Frankfurt am Main, Oktober 2012
 DIHK (2013): Auslandsinvestitionen der Industrie. Frühjahr 2013, Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Berlin 2013
 Schwartz, M.; Braun, M. (2013): KfW-Mittelstandspanel 2013. Solider Gesamteindruck trotz Sand im Getriebe, Frankfurt am Main, Oktober 2013
 The World Bank (2013): Getting Credit, in: Doing Business Report, Stand: Juni 2013, www.doingbusiness.org/data/exploretopics/getting-credit und www.doingbusiness.org/methodology/getting-credit

Anmerkungen

- ¹⁾ Vgl. Schwartz/Braun 2013, S. 2.
- ²⁾ Vgl. Brutscher, Raschen, Schwartz, Zimmermann 2012, S. 6, 27 ff.
- ³⁾ Vgl. ebenda, S. 9.
- ⁴⁾ Vgl. ebenda, S. 27, 33.
- ⁵⁾ Vgl. ebenda, S. 35.
- ⁶⁾ Vgl. ebenda, S. 30.
- ⁷⁾ Vgl. DIHK 2013, S. 1.
- ⁸⁾ Vgl. ebenda, S. 7.
- ⁹⁾ Vgl. ebenda, S. 13.
- ¹⁰⁾ Dazu zählen Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden und Spanien.
- ¹¹⁾ Vgl. ebenda, S. 13.
- ¹²⁾ Vgl. ebenda, S. 13 f.
- ¹³⁾ Vgl. Brutscher, Raschen, Schwartz, Zimmermann 2012, S. 37.
- ¹⁴⁾ Vgl. ebenda, S. 44.
- ¹⁵⁾ Vgl. ebenda, S. 45 f.
- ¹⁶⁾ Vgl. www.doingbusiness.org/data/exploretopics/getting-credit und www.doingbusiness.org/methodology/getting-credit.

Deutsches Gesellschaftsrecht in französischer Sprache



La GmbH
 Von Oleg de Lousanoff
 und Benoît Laurin
 3., neu bearb. Aufl. 2010.
 672 Seiten, gebunden,
 84,00 Euro.
 ISBN 978-3-8314-2958-5.

Die nach wie vor häufigste Gesellschaftsrechtsform in Deutschland, die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), wird in diesem Buch in französischer Sprache erläutert. Die grundlegende Überarbeitung und Erweiterung des Standardwerks wurde durch die zahlreichen Gesetzesänderungen seit dem Erscheinen der zweiten Auflage im Jahr 2000 erforderlich, insbesondere die durch das „MoMiG“ vom 23. Oktober 2008 eingeführten Neuerungen, durch die die GmbH für Gründer noch attraktiver werden soll.

Dem beschreibenden Teil schließt sich eine synoptische Übersetzung des GmbH-Gesetzes an. Ein umfangreicher Anhangteil (ebenfalls synoptisch angeordnet) enthält Gründungsunterlagen nebst Mustersatzung, einen Handelsregisterauszug und die Gliederung der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung.

Das Buch stellt auch in seiner 3. Auflage ein unverzichtbares Handwerkszeug für Juristen, Steuer- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Investoren aber auch Privatpersonen dar, die im Rahmen deutsch-französischer Beziehungen tätig sind.

Fritz Knapp Verlag | 60046 Frankfurt am Main

Postfach 11 11 51 | Telefon (069) 97 08 33-21 | Telefax (069) 707 84 00
 E-Mail: vertrieb@kreditwesen.de | www.kreditwesen.de