

Mittelständler lassen sich nicht ausbremsen

Von Protektionismus, politischen Unwägbarkeiten und überregulierten Märkten lassen sich mittelständische Unternehmen keineswegs Steine in den Weg legen. Die flexiblen Firmen finden Mittel und Wege, im Ausland Umsätze zu erwirtschaften. Volumina und Geschäftsergebnisse wachsen nahezu ungebremst weiter. *Von Leila Haidar*

Bei uns sind weder Trump noch Strafzölle ein Thema“, sagt Matthias Groth. Der Inhaber der Swoboda-Gruppe, eines Automobilzulieferers mit weltweit elf Standorten, 400 Millionen Jahresumsatz und 4000 Mitarbeitern, lässt sich von politischen Unsicherheiten nicht irritieren. Im Gegenteil: „Strategisches Ziel war und ist es, in den Regionen zu investieren, in denen der Absatz stattfindet“, erläutert Groth. Also verdreifacht der Zulieferer seine Produktionsfläche in China auf 45000 Quadratmeter. In Summe investiert die Gruppe im kommenden Jahr mehr als 50 Millionen Euro im Ausland. Unabhängig von der Abschottungspolitik der Vereinigten Staaten, setzt Swoboda auf Investitionen in Zukunftstechnologien.

Nur am Rande hat Groth Ärger mit Protektionismus. Ein großer Autobauer teilte unlängst den Bayern mit, dass ein Crossover-Modell nicht gebaut wird. Das kleine SUV mit einer geplanten Stückzahl von 70000 pro Jahr sollte in China für den amerikanischen Markt produziert werden. Hohe Strafzölle machen das Geschäft jedoch unrentabel. Produktionsstopp bevor die ersten Autos vom Band laufen. Dafür war Swoboda aber bereits in Vorleistung gegangen: Das Unternehmen hatte Werkzeuge hergestellt und die Sensorenproduktion angepasst. „Wir können nun verhandeln, ob uns diese Kosten ersetzt werden“, erklärt Groth. Vielleicht überweist der Hersteller einen Bruchteil des Gesamtauftrages, der storniert wurde.

Rekordjahr für Auslandsinvestitionen

Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) sieht es im Ganzen ähnlich. 2018 soll ein Rekordjahr für Auslandsinvestitionen werden, meint Außenwirtschaftschef Volker Treier. So will die Industrie internationale Investitionen stärker steigern als zuletzt. Das ist das Ergebnis einer Umfrage, bei der rund 5200 Unternehmensantworten eingingen. Demnach planen 36 Prozent mit

höheren Budgets als noch 2017 (33 Prozent). Kapilendo-Chef Christopher Grätz ordnet in dieses Bild den deutschen Mittelstand ein. „Unsere KMUs erzielen mehr Umsätze im Ausland, als dass sie international investieren“, erklärt der Berliner Mitbegründer des Online-Kreditmarktplatzes, der Geld von der Crowd einsammelt, um Mittelständler bankenalternativ zu finanzieren. Bei im Ausland tätigen Kreditnehmern nimmt Grätz „wenig bremsende Faktoren“ wahr: „Die Inhaber hoffen auf klare Abkommen, die internationale Geschäfte auch zukünftig ermöglichen.“ Vom handelspolitischen Kurs der Vereinigten

Staaten seien Mittelständler derzeit weniger betroffen. Die in die Vereinigten Staaten exportierenden Betriebe stellen nach seiner Beobachtung meist hochspezialisierte Produkte her und können steigende Zölle – sofern sie überhaupt betroffen sind – über die Marge ausgleichen.

So manches Produkt steht nicht im Fokus von Strafzöllen

Wenn es um Protektionismus oder Strafzölle geht, unterscheidet Frank Andrä nach direkten und indirekten Auswirkungen

für seine Firma, die Inductoheat GmbH aus Reichenbach, östlich von Stuttgart, mit 40 Niederlassungen. Direkte Auswirkungen spürt der für Europa zuständige Geschäftsführer kaum. Der Auftragseingang für 2019 sei „im Plan“. Als Grund nennt der Elektrotechnik-Ingenieur den Nischenmarkt, in dem sich die auf das induktive Härten von Metallen spezialisierte Firma mit in Europa 450 Beschäftigten bewegt. „Die von uns gefertigten Teilkomponenten stehen nicht im Fokus der Strafzölle“, erklärt Andrä, dessen europäischer Firmenzweig bis zu zehn Prozent in die

Vereinigten Staaten exportiert, was einer Maschine pro Jahr entspricht. Außerdem seien innerhalb der Firmengruppe Technologietransfers möglich, so dass Kontinente übergreifend Bauteile produziert werden können. „Wir sind so aufgestellt, dass 80 Prozent unseres europäischen Umsatzes auch in Europa hergestellt wird“, verdeutlicht Andrä. Gleiches gelte für Amerika, Indien und China.

Indirekt ist Inductoheat allerdings schon von politischen Neuregelungen betroffen. Einen Großteil der etwa 20 Anlagen, die der deutsche Ableger herstellt, gehen an die Automobilindustrie. Kunden sind ZF Friedrichshafen oder die Schaeffler-Gruppe. Auf deren Seite spürt Andrä derzeit „eine gewisse Zurückhaltung, wenn es um strategische Investitionen geht“. Die Zulieferer warten ab, etwa ob und wie das Freihandelsabkommen zwischen den Vereinigten Staaten und Kanada zustande kommt.

Kapilendo-Mann Grätz weiß überdies, dass Auftragsfertiger, ähnlich wie Inductoheat, auf einen weltweiten Vertrieb setzen, um nicht von einer Region abhängig zu sein. „Zu den wichtigsten Handelspartnern zählen neben dem europäischen Ausland auch Südostasien und China“, so der Finanzmann. Wenn mittelständische Unternehmer in ausländische Standorte investieren, sei dies meist mit dem Ziel verbunden, Kosten zu senken: In Mittel- und Osteuropa entstünden dann zusätzliche Produktionsstandorte oder Lagerkapazitäten, verdeutlicht Grätz.

Rund 80 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet Goldbeck Solar mit Solar-Freiflächenanlagen im Ausland. Die Sonnenkraftwerke lohnen sich überall da, wo es geregelte Rahmenbedingungen, gute Sonneneinstrahlung und große Flächen gibt. Derzeit boomt das Geschäft in Holland. „Der Staat vergibt Einspeisevergütungen, die auf 15 Jahre festgesetzt sind. Durch diese Maßnahme hat die Nachfrage bei uns aus den Niederlanden stark angezogen“, erklärt Geschäftsführer Björn Lamprecht. Aktuell stellen die Hirschberger das dritte Kraftwerk fertig, das vierte ist in der Mache und weitere zwei sind

in Planung. Vor zwei Jahren noch war das Goldbeck-Solar-Team in Großbritannien sehr erfolgreich.

Hier entstanden zwanzig Anlagen, davon eine mit 50 Megawatt Leistung. „Wenn es der Markt hergibt, können wir uns vor Aufträgen kaum retten. Kommt der Brexit, ziehen wir weiter“, fasst der Chef von 80 Mitarbeitern zusammen. Hohe Flexibilität und großes Markt-Knowhow setzt der Schwabe voraus, um in diesem Geschäft mithalten zu können. Während in den vergangenen zehn Jahren zahlreiche Konkurrenten in Turbulenzen gerieten, wächst Lamprechts Unternehmen gegen den Markttrend weiter. In diesem Jahr möchte er 160 Millionen Euro Umsatz machen, das sind fast 30 Millionen mehr als vor zwei Jahren. Parallel zu seinen Bemühungen in Europa akquiriert Goldbeck Solar auch in Thailand, Kasachstan, Mexiko und Chile.

Was, wenn es mal Probleme gibt?

Während die Solarspezialisten im Ausland überwiegend gute Erfahrungen machen, hatte die Firma in diesem Jahr doch einen Reifall erlebt. Der chinesische Modullieferant CSUN sollte Ware liefern. Das Hirschberger Unternehmen hat, trotz Anzahlung und Bankbürgschaft, bis heute jedoch kein einziges Modul gesehen. Auch die Vorauszahlung in sechsstelliger Höhe wurde nicht zurückerstattet. Im Moment herrscht Schweigen aus China. „Solche Streitigkeiten, die im Geschäftsalltag erfreulicherweise selten vorkommen, klären sich mit chinesischen Firmen zäh“, sagt Lamprecht. Der Grund: Es gibt kulturelle Differenzen, die nur schwer zu überbrücken sind. „Selbst der Gang zum Anwalt oder zu einer Institution ähnlich der Industrie- und Handelskammer wird zum Speißbrutenlauf.“ Seine Geschäfte mit China einstellen möchte der Geschäftsmann deswegen aber nicht. „In der Regel haben wir mit unseren chinesischen Lieferanten wenig Probleme“, fasst Lamprecht zusammen.