

# 4.18 BERICHT

## ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN FÜR SÜDTIROLS EXPORT

DIE EINSCHÄTZUNG DER UNTERNEHMEN

**WIFO**

Institut für  
Wirtschaftsforschung



HANDELS-, INDUSTRIE-,  
HANDWERKS- UND LAND-  
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

Die Berichte des WIFO sind kurze, problem- und lösungsorientierte Untersuchungen zu Teilaspekten der Südtiroler Wirtschaft. Die Informationen sind unmittelbar handlungsrelevant und für die Praxis aufbereitet.

Veröffentlicht im November 2018

**Autoren**

Viola Prisca Roggia  
Mattias Martini  
Luciano Partacini

**Zitierhinweis**

Roggia Viola Prisca, Martini Mattias, Partacini Luciano (2018):  
Zukunftsperspektiven für Südtirols Export. Die Einschätzung der Unternehmen.  
WIFO Bericht 4.18

**Für Informationen**

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen  
Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen  
T +39 0471 945 708  
wifo@handelskammer.bz.it

Weitere Publikationen im Internet unter  
[www.wifo.bz.it](http://www.wifo.bz.it)

<b>Wichtigste Ergebnisse</b>	<b>5</b>
<b>1. Export in Südtirol</b>	<b>7</b>
1.1 Exportstruktur	7
1.2 Entwicklung in den letzten zehn Jahren	11
<b>2. Befragung der Exportunternehmen</b>	<b>14</b>
2.1 Eines von fünf Unternehmen will neue Märkten erschließen	15
2.2 Vier von zehn Exporteuren erwarten höhere Auslandsverkäufe	15
2.3 Die Kundengewinnung erfolgt überwiegend durch direkte Kontakte	16
2.4 Bürokratie und Mangel an Partnern sind die größten Hindernisse	17
<b>3. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen</b>	<b>19</b>
<b>Anhang A: TABELLEN</b>	<b>21</b>
<b>Anhang B: METHODISCHER HINWEIS</b>	<b>29</b>
<b>Anhang A: FRAGEBOGEN</b>	<b>30</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>33</b>



Der vorliegende Bericht untersucht die Exporttätigkeit Südtirols und die dafür verantwortlichen Unternehmen. Die Struktur und Entwicklung der Exporte werden anhand von Verwaltungsdaten (ISTAT - COE) analysiert. Eine Unternehmenserhebung beantwortet hingegen folgende Fragen. Welche Strategien verfolgen die Exporteure, um neue Kunden im Ausland zu gewinnen? Welche Märkte sind interessant? Welche Schwierigkeiten treffen Unternehmen bei der Exportaktivität an?

Die Südtiroler Wirtschaft zeigte sich gegenüber den Krisen, die das letzte Jahrzehnt geprägt haben, sehr robust und konnte sich schneller erholen als die meisten anderen Regionen in Italien und Europa. Die Fähigkeit, sich auf ausländischen Märkten zu halten, war dabei entscheidend. Die Exporte aus Südtirol wuchsen seit 2014 kontinuierlich an und erreichten 2017 einen Rekordwert von fast 4,8 Milliarden Euro. Auch im ersten Semester 2018 gab es eine Steigerung gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Südtirols Exportunternehmen sind vor allem auf den europäischen Märkten tätig, insbesondere in Deutschland und Österreich.

Das WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen hat eine Erhebung bei den landwirtschaftlichen Genossenschaften sowie den Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe und im Großhandel durchgeführt, um wichtige Aspekte des Außenhandels zu untersuchen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Gewinnung von neuen Kunden im Ausland üblicherweise

durch die Beantwortung von Kundenanfragen oder durch die aktive Kontaktaufnahme mit potenziellen Kunden erreicht wird. Die Teilnahme an Messen ist ebenfalls wichtig, um neue Kunden anzusprechen. Dies gilt insbesondere für landwirtschaftliche Genossenschaften. Die Hauptschwierigkeiten für Unternehmen, ausländische Märkte zu erschließen, sind fehlende Geschäftspartner im Ausland sowie mangelnde Kompetenzen im Unternehmen. Viele Exportunternehmen beklagen zudem den hohen bürokratischen Aufwand, nicht zuletzt aufgrund der unterschiedlichen Gesetzgebung in den einzelnen Ländern.

Eine langfristige Strategie ist notwendig, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Südtiroler Unternehmen und der Südtiroler Wirtschaft auch in Zukunft zu sichern.

Der Zugang zu den ausländischen Märkten muss durch die Gewährleistung des freien Warenverkehrs innerhalb der EU und durch den Aufbau eines angemessenen und länderübergreifenden Infrastrukturnetzes erleichtert werden. Auf lokaler Ebene muss man in die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen investieren. Dies geschieht durch Investitionen in Innovation, Forschung und Digitalisierung, sowie durch die Ausbildung von qualifizierten, mehrsprachigen Arbeitskräften. Die Rolle der IDM Südtirol bei der Unterstützung der Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen sollte ebenfalls gefördert werden.



# 1. EXPORT IN SÜDTIROL

## Zukunftsperspektiven für Südtirols Export

### 1.1 Exportstruktur

Der Außenhandel ist ein besonders wichtiger Wachstumsfaktor für Südtirol, Grenzregion und Brücke zwischen Nordeuropa und Italien. Dank der günstigen Lage, der Präsenz verschiedener Sprachgruppen und der starken Wirtschaft konnte Südtirol seine Wettbewerbsfähigkeit als Wirtschaftsstandort nach und nach steigern (WIFO, 2008). Viele ausländische Unternehmen, unter anderem auch große Konzerne, haben sich in Südtirol niedergelassen, um den italienischen Markt zu erschließen. Gleichzeitig haben viele Südtiroler Unternehmen die besondere geographische Lage genutzt, um ihre Präsenz auf den internationalen Märkten zu stärken.

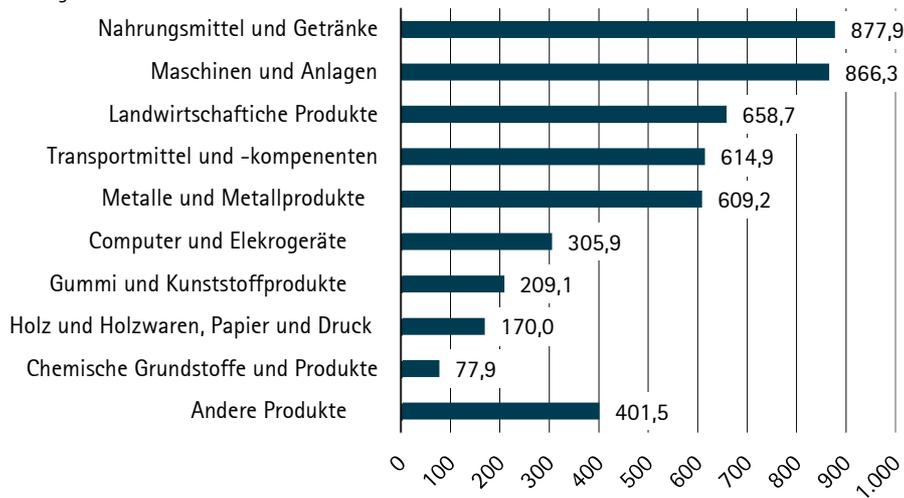
Im Jahr 2017 erreichten die Exporte aus Südtirol den Rekordwert von knapp 4,8 Milliarden Euro und auch das erste Semester 2018 wuchs gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,7 Prozent. Die Exportquote (Verhältnis der Exporte zum Bruttoinlandsprodukt) beträgt 21 Prozent.

Die Exportstruktur Südtirols zeichnet sich durch die hohe Bedeutung des Agrar- und Lebensmittelsektors aus. Im Jahr 2017 wurden Lebensmittel und Getränke im Gesamtwert von 878 Millionen Euro exportiert, was 18,3 Prozent der Gesamtausfuhren entspricht. Darüber hinaus beliefen sich die Ausfuhren landwirtschaftlicher Erzeugnisse auf 659 Millionen Euro und trugen zusätzliche 13,7 Prozent zum Südtiroler Exportvolumen bei. Weitere wichtige Exportwaren sind Maschinen und Geräte (866 Millionen Euro), Fahrzeuge und Kfz-Teile (615 Millionen Euro) sowie Metallerzeugnisse (609 Millionen Euro).

Abbildung 1.1

### Südtiroler Exporte nach Warengruppen - 2017

Beträge in Millionen Euro



Quelle: ISTAT

© 2018 WIFO

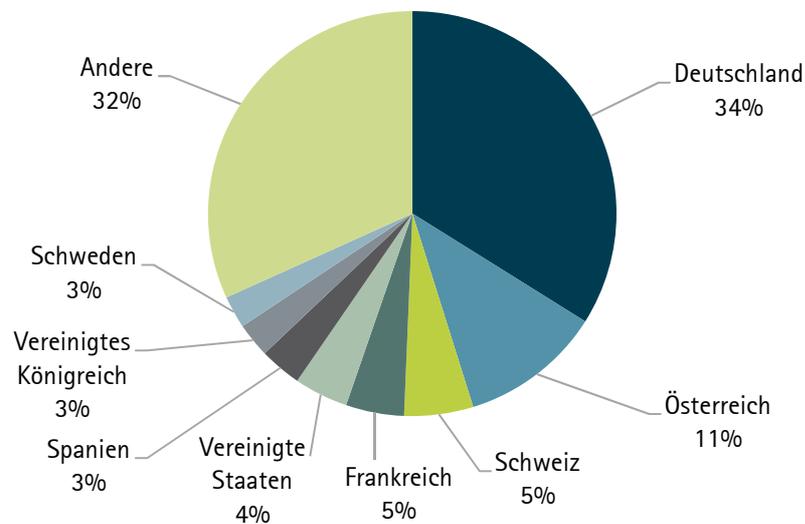
Mit zwei Dritteln aller Ausfuhren konzentrieren sich Südtirols Exporteure hauptsächlich auf den europäischen Markt. Bereits mehr als die Hälfte der Südtiroler Waren wurde in den deutschsprachigen Raum exportiert. Deutschland, Österreich und die Schweiz sind somit die wichtigsten Absatzländer. Im Jahr 2017 überstieg der Export nach Deutschland eineinhalb Milliarden Euro, was mehr als einem Drittel (34 Prozent) der Gesamtausfuhren entspricht. Der zweitwichtigste Markt ist Österreich, wo im vergangenen Jahr Waren im Wert von über einer halben Milliarde Euro (11 Prozent) geliefert wurden. Die Exporte in die Schweiz überstiegen 260 Millionen EUR (5 Prozent).

Frankreich und die Vereinigten Staaten spielen ebenfalls eine wichtige Rolle: 2017 kauften diese Länder Waren aus Südtirol im Wert von 221 bzw. 204 Millionen Euro. Weitere Länder, in die Südtirol Waren in Wert von über 100 Millionen Euro exportiert, sind Spanien, das Vereinigte Königreich, Schweden und die Niederlande.

Abbildung 1.2

### Südtiroler Exporte in die Zielmärkte - 2017

Verteilung in Prozent



Quelle: ISTAT

© 2018 WIFO

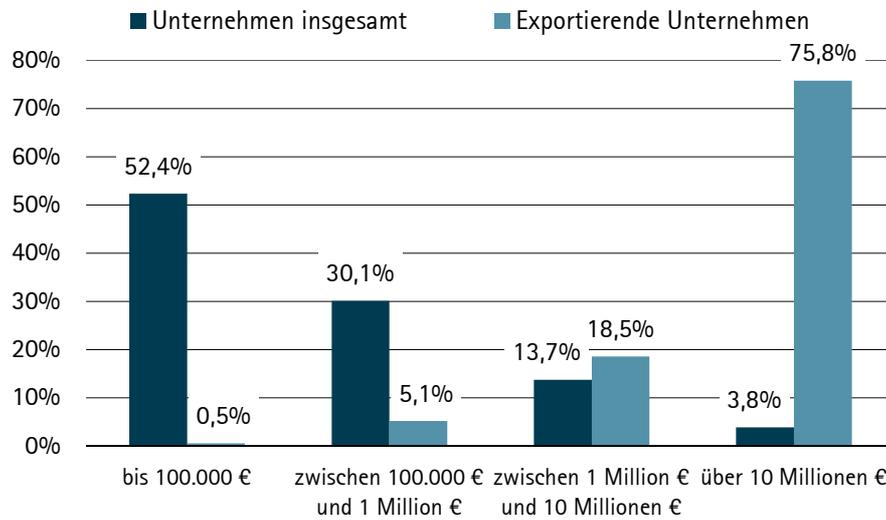
Eine Analyse der ISTAT-Mikrodaten zeigt, dass im Jahr 2016 1.872 Unternehmen mit Sitz in Südtirol Waren im Wert von 4,2 Milliarden Euro exportiert haben, was 95 Prozent der von der Agentur für Zölle - Landesdirektion Bozen erfassten Exporte entspricht. Der Rest wurde von Unternehmen mit Sitz in anderen Provinzen oder von anderen Wirtschaftssubjekten, die keine Unternehmen sind (z.B. Freiberufler), erwirtschaftet. In diesen Fällen ist eine detaillierte Analyse nicht möglich.

Ein großer Teil der Exporte wird von einer relativ kleinen Zahl von Unternehmen generiert. Im Jahr 2016 erzielten nur 72 Unternehmen, d.h. 4 Prozent der in Südtirol ansässigen Exportunternehmen, einen Auslandsumsatz von mindestens zehn Millionen Euro. Die Summe der Exporte dieser Großunternehmen betrug fast 3,2 Milliarden Euro, das sind 76 Prozent des gesamten Exportvolumens. Der in der Literatur häufig zitierte starke Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Internationalisierungsneigung wird daher auch durch die Südtiroler Daten bestätigt (siehe Abbildung 1.3).

Abbildung 1.3

### Exportunternehmen und Volumen der Ausfuhren – 2016

Anteil an den Exportunternehmen und dessen Ausfuhren an der Grundgesamtheit



Quelle: ISTAT, Ausarbeitung WIFO

© 2018 WIFO

# INFOBOX

## Der Außenhandel im Trentino: ein Vergleich

Im Jahr 2017 exportierte das Trentino Waren im Gesamtwert von 3,7 Milliarden Euro, also rund eine Milliarde weniger als Südtirol. Die Exportquote ist mit 19,5 Prozent etwas niedriger als jene von Südtirol.

Im Vergleich zu Südtirol ist die Provinz Trient deutlich weniger mit den deutschsprachigen Ländern verflochten. Immerhin machen diese ein Viertel der Gesamtexporte des Trentino aus. So wie für Südtirol ist auch für die Provinz Trient Deutschland der wichtigste Auslandsmarkt: Darauf entfallen Waren im Wert von 631 Millionen Euro bzw. 17 Prozent des gesamten Exportvolumens. Die Exporte nach Österreich belaufen sich auf 205 Millionen Euro (6 Prozent) und in die Schweiz auf 92 Millionen Euro (3 Prozent). Die Trentiner Unternehmen sind hingegen auf dem US-Markt (390 Millionen Euro bzw. 11 Prozent der Gesamtausfuhren) und auf dem französischen Markt (344 Millionen Euro bzw. 9 Prozent) stärker aktiv als Südtiroler Unternehmen.

Eine Analyse des Trentiner Außenhandels in Bezug auf die exportierten Produkte zeigt, dass Maschinen und Anlagen die wichtigste Warengruppe sind: Mit einem Wert von 728 Millionen Euro machen sie 20 Prozent der gesamten Exporte aus. Es folgen Nahrungsmittel und Getränke (620 Millionen Euro bzw. 17 Prozent) sowie Fahrzeuge und Kfz-Teile (538 Millionen Euro bzw. 15 Prozent).

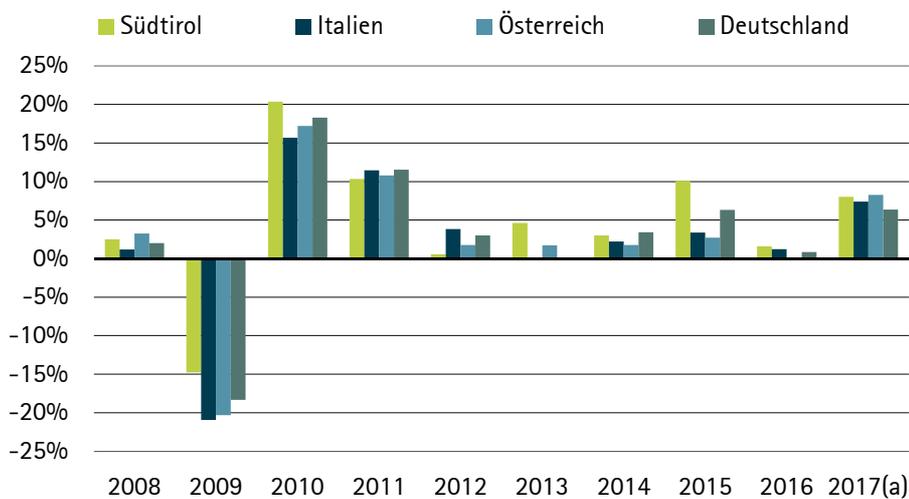
## 1.2 Entwicklung in den letzten zehn Jahren

Die Exportentwicklung Südtirols im letzten Jahrzehnt zeigt ein nahezu ungebrochenes Wachstum, auch wenn sie durch die sinkende Auslandsnachfrage in den Krisenjahren beeinflusst wurde. Auf die Rezession 2009 folgte in den Jahren 2010-2011 eine kräftige Erholung der Exporte. Auch nach der zweiten Phase der Wirtschaftskrise begannen die Exporte im Jahr 2015 wieder rasch zu wachsen. Die Zusammensetzung nach Produktkategorien und Zielländern hat sich in den letzten zehn Jahren nicht wesentlich verändert.

Abbildung 1.4

### Exportwachstum 2008–2017

Veränderung zum Vorjahr in Prozent



(a) Vorläufige Daten für das Jahr 2017

Quelle: ISTAT

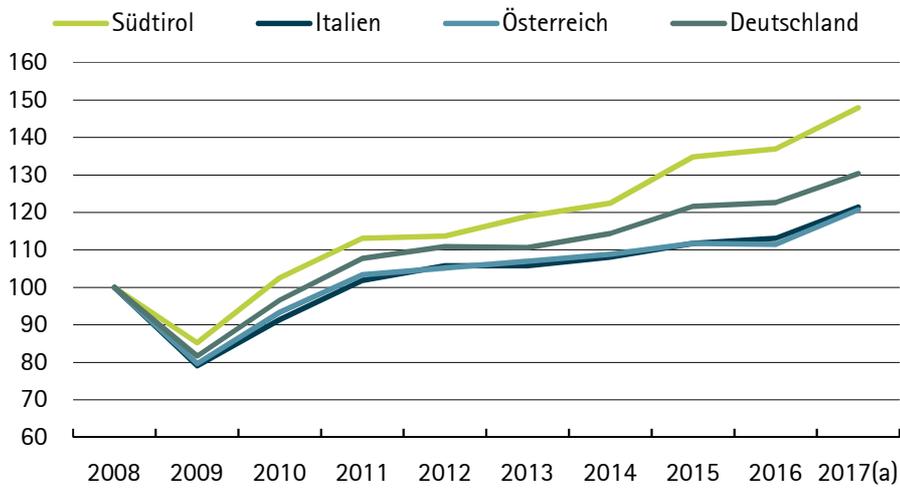
© 2018 WIFO

Insgesamt stiegen die Ausfuhren aus Südtirol im Zeitraum 2008-2017 nominal um 48 Prozent an und wuchsen somit stärker als die Exporte Italiens (+21,4 Prozent) und der wichtigsten Handelspartnerländer Deutschland (+30,4 Prozent) und Österreich (+20,7 Prozent).

Abbildung 1.5

### Exporte 2008-2017

Index 2008 = 100



(a) Vorläufige Daten für das Jahr 2017

Quelle: ISTAT

© 2018 WIFO

Die Fähigkeit, sich auf ausländischen Märkten zu halten, hat, zusammen mit der starken Inlandsnachfrage, dazu beigetragen, die Südtiroler Wirtschaft während des schwachen Konjunkturzyklus zu stützen und den Nachfragerückgang auf dem italienischen Markt auszugleichen. Beispielsweise schrumpfte im Jahr 2009 das BIP Südtirols um etwa zwei Prozentpunkte (-2,1 Prozent) und somit deutlich weniger als in Italien (-5,5 Prozent). Auch während der zweiten Rezessionswelle verzeichnete Südtirol nur einen leichten Rückgang des BIP (-0,1 Prozent) im Jahr 2013 und begann dann wieder deutlich zu wachsen.

# INFOBOX

## **Export- und Wirtschaftskrise in Italien**

Die internationale Wirtschaftskrise hat zwei Rezessionswellen ausgelöst, die in der Entwicklung der italienischen Wirtschaft leicht erkennbar sind (siehe Abbildung 1.4). Die erste Rezession im Jahr 2009 war mit dem Rückgang des internationalen Handels verbunden und führte zu einer Verringerung der italienischen Exporte um 20,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Jahr 2010, und teilweise auch 2011, stiegen die Ausfuhren wieder kräftig an. Im Zeitraum 2012-2013 wurde die italienische Wirtschaft von einer zweiten und längeren Rezession getroffen, die durch den Rückgang aller Treiber der Binnennachfrage verursacht wurde. Die eingeschränkte Fiskalpolitik, allgemein verschlechterte Kreditbedingungen und die hohe Unsicherheit über den Zeitpunkt der Nachfrageerholung haben die Investitionen und die Expansion der Unternehmen ins Ausland beeinträchtigt. Infolgedessen verlangsamte sich das Exportwachstum im Jahr 2012 deutlich und 2013 sank es auf null.

Ab 2014 gab es erste Anzeichen eines Aufschwungs, auch dank der Lockerung der Fiskalpolitik und der wachsenden Auslandsnachfrage. Allerdings blieb die Wachstumsrate der italienischen Wirtschaft nach der Krise bescheiden und niedriger als in anderen europäischen Ländern. Dies ist vor allem auf die schwache Inlandsnachfrage zurückzuführen. Die Lücke zwischen dem Wachstum der Inlands- und Auslandsnachfrage, die sich bereits 2011 geöffnet hatte, veranlasste die italienischen Unternehmen, sich auf ausländische Märkte zu begeben. Gleichzeitig sind die Arten der Internationalisierung zunehmend komplexer geworden (ISTAT, 2017). Doch erst 2017 kam es wieder zu einem Wachstum der italienischen Exporte (+7,4 Prozent).

Im schwierigen gesamtstaatlichen Umfeld fällt die positive Entwicklung Südtirols in Bezug auf Export und BIP-Dynamik besonders auf.

## 2. BEFRAGUNG DER EXPORTUNTERNEHMEN

Anfang 2018 führte das WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen eine Umfrage zum Thema Export bei den Südtiroler Unternehmen durch. Untersucht wurden die für den Außenhandel besonders relevanten Sektoren, nämlich die landwirtschaftlichen Genossenschaften, das Verarbeitende Gewerbe und der Großhandel. In Südtirol sind 7.296 Unternehmen in diesen Bereichen tätig.

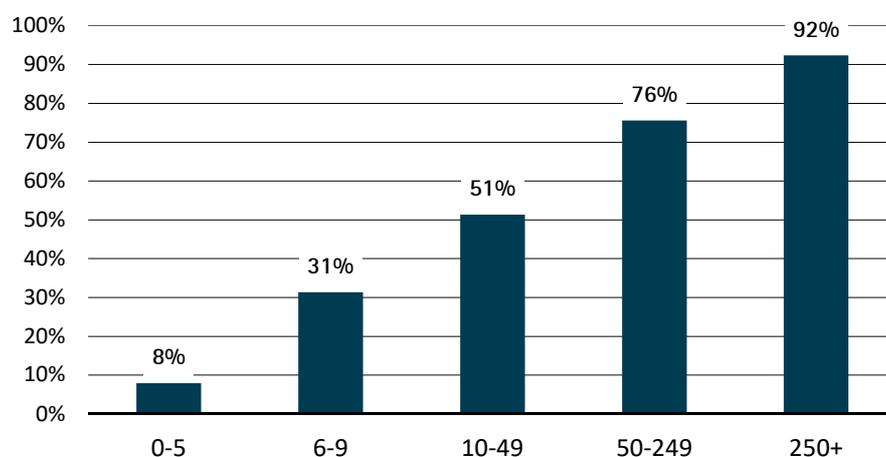
Die jüngsten ISTAT-Mikrodaten zum Außenhandel für 2016 zeigen, dass es in den drei analysierten Sektoren etwa 1.900 exportierende Unternehmen gibt. Diese machen 88 Prozent der Gesamtexporte Südtirols aus. Die stärkste Exportneigung zeigen die landwirtschaftlichen Genossenschaften: 36 Prozent davon bearbeiten ausländische Märkte. Im Verarbeitenden Gewerbe beträgt der Anteil der exportierenden Unternehmen 17 Prozent und im Großhandel 15 Prozent.

Die Exportorientierung nimmt mit steigender Betriebsgröße deutlich zu. Nur 8 Prozent der Kleinunternehmen mit bis zu fünf Beschäftigten sind Exporteure, bei den Unternehmen mit mindestens 250 Beschäftigten steigt der Anteil hingegen auf 92 Prozent.

Abbildung 2.1

### Exportunternehmen nach Größenklassen (Beschäftigte) – 2016

Anteil an den Unternehmen in den Sektoren Landwirtschaftliche Genossenschaften, Verarbeitendes Gewerbe und Großhandel in Prozent



Quelle: ISTAT (COE)

© 2018 WIFO

Die WIFO-Erhebung basiert auf einer Stichprobe von Unternehmen, geschichtet nach Branchen und Größenklassen. Insgesamt wurden 500 Unternehmen befragt<sup>1</sup>. Die Ergebnisse der Stichprobe wurden anschließend auf die Grundgesamtheit der Südtiroler Unternehmen der drei untersuchten Sektoren hochgerechnet.

### 2.1 Eines von fünf Unternehmen will neue Märkten erschließen

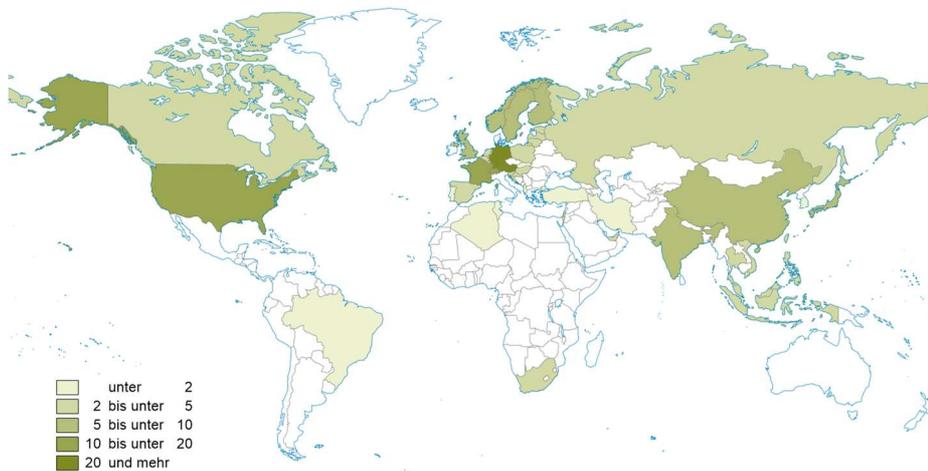
Laut Befragung möchte ein Fünftel der Südtiroler Unternehmen (Exporteure sowie Nicht-Exporteure) im Dreijahreszeitraum 2018-2020 seine internationale Präsenz ausweiten und in Länder exportieren, in denen sie noch nicht tätig sind. Insbesondere beabsichtigt fast die Hälfte der landwirtschaftlichen Genossenschaften ihren Absatzmarkt auf neue Länder auszudehnen. Im Großhandel und im Verarbeitenden Gewerbe ist der Anteil der Unternehmen, die in neue Märkte exportieren wollen, geringer und liegt bei jeweils 17 Prozent.

Die meist angesprochenen neuen Märkte, in denen Unternehmen expandieren möchten, sind die traditionellen Südtiroler Handelspartner Deutschland und Österreich. Es besteht aber auch Interesse an nicht-europäischen Ländern: 15 Prozent der Unternehmen, welche den Eintritt in neue Märkte planen, sind an Asien interessiert und 8 Prozent an Nordamerika.

Abbildung 2.2

#### Länder in denen die Unternehmen in den Jahren 2018–2020 expandieren möchten

Anzahl der Nennungen der Befragten Unternehmen; Maximal drei Antworten möglich



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© WIFO

### 2.2 Vier von zehn Exporteuren erwarten höhere Auslandsverkäufe

Von den exportierenden Unternehmen sind 39 Prozent der Meinung, dass sie im Dreijahreszeitraum 2018–2020 den Umsatz auf den bereits bearbeiteten Auslandsmärkten deutlich steigern könnten. Ein Exportwachstum erhoffen sich insbesondere die großen Unternehmen (75 Prozent) und die landwirtschaftlichen Genossenschaften (48 Prozent). Die

<sup>1</sup> Siehe methodische Anmerkung in der Anlage (Anlage B).

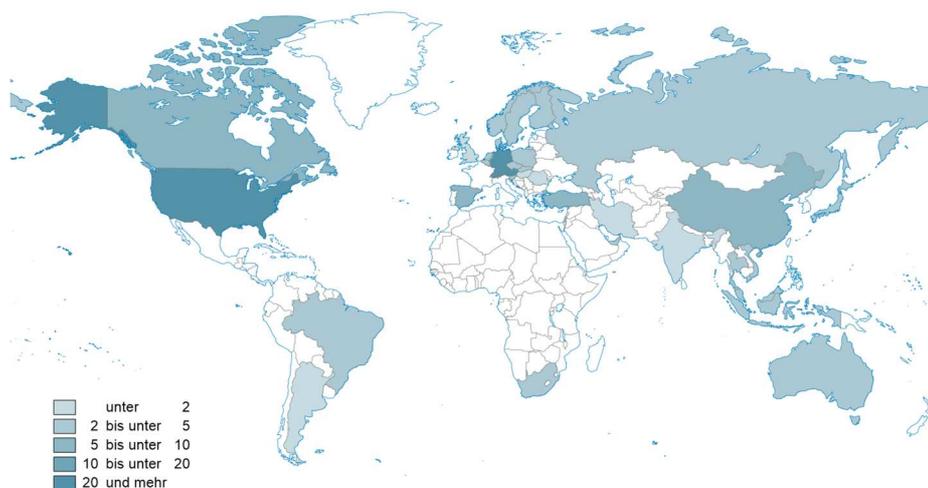
kleinen und mittleren Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe und im Handel erwarten hingegen keine signifikanten Zuwächse.

Die Märkte, für die am häufigsten Umsatzsteigerungen erhofft werden, sind Deutschland, Österreich und die Schweiz. Bei den außereuropäischen Bestimmungsländern werden Exportzuwächse vor allem mit den Vereinigten Staaten erwartet.

Abbildung 2.3

### Länder, in denen die Exportunternehmen im 2018–2020 ein Wachstum erwarten

Anzahl der Nennungen der Befragten Unternehmen; Maximal drei Antworten möglich



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

©WIFO

### 2.3 Die Kundengewinnung erfolgt überwiegend durch direkte Kontakte

Die Kundengewinnung im Ausland erfolgt nach Angabe der befragten Unternehmen sowohl auf Initiative der Kunden, als auch durch vom Unternehmen initiierte Kontakte. Insbesondere gibt mehr als die Hälfte der Exportunternehmen an, dass sie neue Kunden gewinnen, indem sie auf ihre Anfragen antworten. Darüber hinaus wenden sich die meisten (vor allem große) Unternehmen aktiv an potenzielle Neukunden.

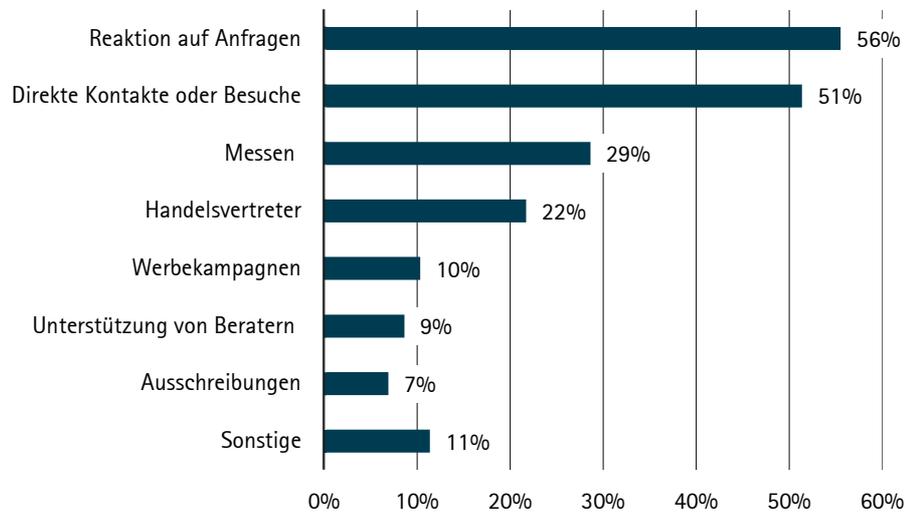
Knapp ein Drittel der exportierenden Unternehmen gewinnt ausländische Kunden auch durch die Teilnahme an Messen. Dies gilt insbesondere für die landwirtschaftlichen Genossenschaften, die an Messen wie z. B. Prowein, Vinitaly, Fruit Logistica und Anuga vertreten sind.

Handelsvertreter spielen eine wichtige Rolle für mehr als 20 Prozente der Exporteure. Nur jedes zehnte Unternehmen setzt hingegen Werbekampagnen ein und noch weniger wenden sich an Berater, um ausländische Kunden zu gewinnen.

Abbildung 2.5

### Wie werden Neukunden im Ausland hauptsächlich akquiriert?

Anteil an den Exportunternehmen in Prozent, Mehrfachantworten möglich



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2018 WIFO

#### 2.4 Bürokratie und Mangel an Partnern sind die größten Hindernisse

Der bürokratische Aufwand ist, laut 27 Prozent der Südtiroler Unternehmen (Exporteure und Nicht-Exporteure), das größte Hemmnis für den Export. Interessanterweise wird dieses Problem von fast der Hälfte (47 Prozent) der großen Unternehmen mit mindestens 250 Beschäftigten gemeldet. Tatsächlich sind diese Unternehmen oft gleichzeitig auf vielen Märkten tätig, auch außerhalb Europas, und müssen sich daher mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Vorschriften auseinandersetzen.

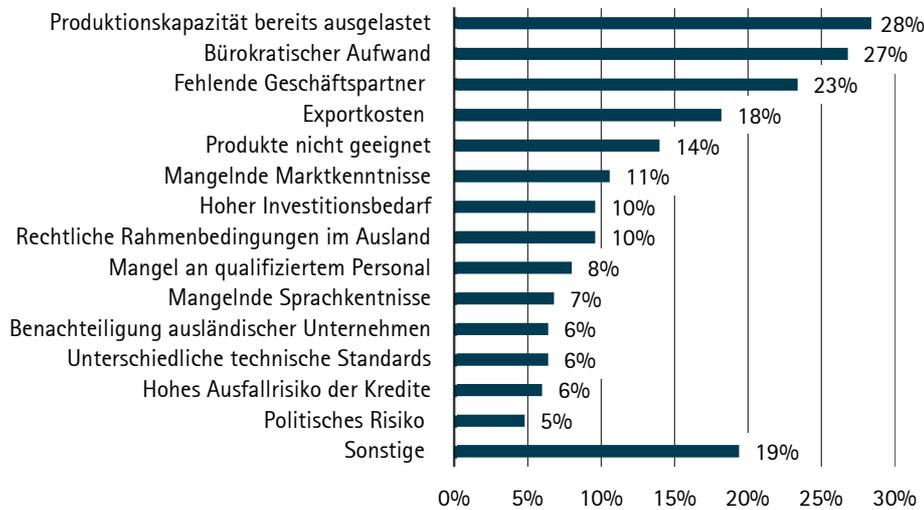
Ein weiteres Hindernis für den Export ist der fehlende Kontakt zu den ausländischen Geschäftspartnern. Insbesondere erwähnt ein Drittel der landwirtschaftlichen Genossenschaften dieses Problem.

Die meisten Südtiroler Unternehmen sind über die Verlässlichkeit der Handelspartner und die politische Instabilität der Länder, in die sie exportieren, wenig besorgt. Ein Grund dafür könnte sein, dass sie hauptsächlich auf europäischen Märkten tätig sind. Eine Ausnahme bilden die landwirtschaftlichen Genossenschaften: Von ihnen ist ein Fünftel der Ansicht, dass das Länderrisiko ein erhebliches Hindernis für den Außenhandel darstellt. Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass im Jahr 2016 17,5 Prozent der gesamten Apfelexporte nach Nordafrika und in den Nahen Osten gingen.

Abbildung 2.6

### Exporthindernisse

Anteil an den Exportunternehmen, die das Problem als relevant erachten, in Prozent. Mehrfachantworten möglich.



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2018 WIFO

In Bezug auf die Bewertung der verschiedenen Exporthemmnisse unterscheiden sich bereits exportierende Unternehmen deutlich von den Unternehmen, die nicht im Exportgeschäft tätig sind,

Für die Exporteure sind die mangelnden Kontakte zu ausländischen Geschäftspartnern und der bürokratische Aufwand die größten Hindernisse. Auch die hohen Kosten, welche mit den Exporten verbunden sind (Transport, Zölle, Versicherungen, usw.), werden als Problem empfunden. Bereits exportierende Unternehmen, die in neue Märkte expandieren wollen, beklagen sich darüber hinaus über Formen des Protektionismus oder Importbeschränkungen einiger Länder. Dazu zählen zum Beispiel die Einfuhrbeschränkungen für Agrarerzeugnisse, die Russland ab 2014 erlassen hat.

Unternehmen, die noch nicht exportieren, dies aber in Zukunft beabsichtigen, sind besonders über unternehmensinterne Defizite besorgt, wie zum Beispiel fehlende Kenntnisse des Marktes und der rechtlichen Rahmenbedingungen oder mangelndes qualifiziertes Fachpersonal. Auch aus diesem Grund interessieren sich diese Unternehmen vor allem für geografisch und kulturell naheliegende Absatzmärkte wie Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Unternehmen, die nicht exportieren und dies auch in Zukunft nicht beabsichtigen, behaupten hingegen oft, dass sie keine Notwendigkeit dazu haben, weil ihre Produktionskapazität bereits voll ausgelastet ist. Weitere angeführte Gründe, warum sie nicht exportieren, sind fehlende ausländische Geschäftspartner oder eine für die ausländischen Märkte ungeeignete Produktpalette.

### 3. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

#### Zukunftsperspektiven für Südtirols Export

Die Internationalisierung ist einer der Gründe, warum die Südtiroler Wirtschaft den jüngsten Wirtschaftskrisen effektiv widerstehen konnte und ein überdurchschnittlich starkes Wachstum erreichte. Der Südtiroler Export zeigt eine sehr positive Entwicklung und erreichte im Jahr 2017 einen Rekordwert von 4,8 Milliarden Euro.

Die am meisten exportierten Waren sind Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte. Es folgen die Maschinen und Anlagen, sowie Transportmittel und Kfz-Teile. In Bezug auf die Zielmärkte ist vor allem der deutschsprachige Raum von großer Bedeutung: Deutschland, Österreich und die Schweiz machen zusammen mehr als die Hälfte der Gesamtexporte aus.

Die vom WIFO durchgeführte Umfrage, welche sich auf die Sektoren landwirtschaftliche Genossenschaften, Verarbeitendes Gewerbe und Großhandel konzentriert, ermöglicht es, einige Strategien der Südtiroler Unternehmen im Hinblick auf den Export zu veranschaulichen. Die Analyse zeigt, dass der traditionelle deutschsprachige Markt nach wie vor im Mittelpunkt der Internationalisierungsprojekte der Südtiroler Unternehmen steht. Deutschland, Österreich und die Schweiz sind aufgrund der kulturellen und sprachlichen Nähe die erste Wahl für Unternehmen, die zum ersten Mal in ausländische Märkte einsteigen wollen. Des Weiteren sehen die bereits exportierenden Unternehmen gerade in diesen Ländern aufgrund ihres starken Wirtschaftswachstums das größte Potenzial für Umsatzzuwächse.

Aus der WIFO-Erhebung geht hervor, dass die Neugewinnung von Kunden im Ausland normalerweise durch die Beantwortung ihrer Anfragen oder durch aktive Kontaktaufnahme mit potenziellen Interessenten erfolgt. Die Teilnahme an Messen ist auch ein wichtiges Instrument, um mit den Kunden in Kontakt zu treten, insbesondere für die landwirtschaftlichen Genossenschaften.

Die Hauptschwierigkeiten für Unternehmen, die ausländische Märkte bearbeiten möchten, ergeben sich durch den Mangel an Geschäftspartnern und durch fehlende Kompetenzen innerhalb des Unternehmens. Darüber hinaus beklagen sich viele Exporteure über den hohen bürokratischen Aufwand, vor allem wenn sie auf mehreren Märkten gleichzeitig präsent sind.

Aus der Analyse der Exportdaten geht hervor, dass Südtirols Unternehmen die Chancen des Außenhandels bisher gut nutzen konnten. Die WIFO-Umfrage hat jedoch auch die Notwendigkeit gezeigt, mit einer langfristigen Strategie bestimmte Herausforderungen anzugehen, damit die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Südtiroler Wirtschaft auch in Zukunft gewährleistet wird.

Wichtige Punkte sind dabei:

- > Aufrechterhaltung des freien Personen-, Kapital- und Güterverkehrs innerhalb der Europäischen Union;
- > Steigerung der Effizienz des Infrastrukturnetzes durch Verbesserung der Straßen- und Eisenbahnverbindungen und durch die Entwicklung der Intermodalität;
- > Aufrechterhaltung eines hochqualitativen Ausbildungssystems, um den Unternehmen ausreichend qualifiziertes Personal zu gewährleisten;
- > Verbesserung der Mehrsprachigkeit der Bevölkerung;
- > Schaffung von optimalen Arbeitsbedingungen, um den „Brain Drain“ zu vermeiden und qualifiziertes Personal mit internationaler Erfahrung anzuwerben;
- > Unterstützung von Unternehmensinvestitionen zur Steigerung von Effizienz und Produktivität, wobei der Schwerpunkt auf Weiterbildung, Digitalisierung, Forschung und Innovation liegt;
- > Sensibilisierung der Unternehmen für die Dienstleistungen der IDM Südtirol (Sonderbetrieb der Handelskammer Bozen und der Autonomen Provinz Bozen), wie: Informationsveranstaltungen, Coachings, Präsenz auf Fachmessen, Geschäftspartnersuche, Unternehmerreisen und Delegationsbesuche.

Tabelle A.1

**Exporte 2008, 2013–2017**

Exportmenge in Millionen Euro

Land	2008	2013	2014	2015	2016	2017(a)
Südtirol	3.239,3	3.852,8	3.968,3	4.368,0	4.436,1	4.791,4
Trentino	2.947,0	3.272,0	3.300,0	3.437,5	3.383,6	3.677,9
Italien	369.015,6	390.232,6	398.870,4	412.291,3	417.268,9	448.106,7
Österreich	123.258,8	131.884,6	134.172,5	137.756,8	137.409,9	148.730,1
Deutschland	983.255,0	1.088.071,0	1.125.034,2	1.195.822,4	1.205.488,8	1.281.912,1

(a) Vorläufige Daten

Quelle: Eurostat

©2018 WIFO

Tabelle A.2

**Exporte 2008, 2013–2017**

Wachstumsrate im Vergleich zum Vorjahr, in Prozent

Land	2008	2013	2014	2015	2016	2017(a)
Südtirol	2,5	4,6	3,0	10,1	1,6	8,0
Trentino	-2,5	1,1	0,9	4,2	-1,6	8,7
Italien	1,2	0,0	2,2	3,4	1,2	7,4
Österreich	3,2	1,7	1,7	2,7	-0,3	8,2
Deutschland	2,0	-0,2	3,4	6,3	0,8	6,3

(a) Vorläufige Daten

Quelle: Eurostat, Ausarbeitung WIFO

©2018 WIFO

Tabelle A.3

### Landwirtschaftliche Genossenschaften, Produktions- und Großhandelsbetriebe mit Sitz in Südtirol - 2017

Anzahl der Unternehmen nach Branchen und Mitarbeiteranzahl

	0-5	6-9	10-49	50-249	250 und mehr	gesamt
Landwirtschaftliche Genossenschaften	36	5	25	28	2	96
Verarbeitendes Gewerbe	2.760	390	490	95	21	3.756
Großhandel	2.919	192	269	61	3	3.444
<b>Gesamt</b>	<b>5.715</b>	<b>587</b>	<b>784</b>	<b>184</b>	<b>26</b>	<b>7.296</b>

Quelle: InfoCamere

©2018 WIFO

Tabelle A.4

### Exportierende Unternehmen aus Südtirol

Anzahl der Unternehmen nach Exportvolumen, in Prozent

Wert der Exporte in Euro	2010		2016	
	Unternehmen, die aus der Provinz Bozen exportiert haben	<i>davon mit Sitz in der Provinz Bozen</i>	Unternehmen, die aus der Provinz Bozen exportiert haben	<i>davon mit Sitz in der Provinz Bozen</i>
Weniger als 10.000	781	383	836	449
10.000-99.999	674	399	844	531
100.000-999.999	555	462	659	563
1.000.000-9.999.999	243	209	288	257
10.000.000 und mehr	64	58	76	72
<b>Gesamt</b>	<b>2.317</b>	<b>1.511</b>	<b>2.703</b>	<b>1.872</b>

Quelle: ISTAT, Ausarbeitung WIFO

©2018 WIFO

Tabelle A.5

**Exporte aus Südtirol nach Gütergruppen – 2008–2017**

In Tausend Euro

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017(a)
Landwirtschaftliche Produkte	439.403	388.467	483.065	571.048	598.142	614.388	592.840	662.120	634.756	658.726
Lebensmittel und Getränke	553.434	509.767	614.765	651.277	679.607	697.733	714.851	772.686	835.060	877.888
Holz und Holzzeugnisse, Papier und Druckerzeugnisse	115.222	110.344	120.248	128.914	134.807	145.613	142.347	160.395	183.611	169.981
Chemische und pharmazeutische Produkte	206.624	113.825	138.959	190.527	65.706	80.963	88.492	82.072	85.514	77.893
Gummi, Kunststoffe, nicht-metallische Minerale	138.380	134.886	153.342	184.517	188.289	172.112	180.222	216.839	204.013	209.129
Metalle und Metallprodukte	390.044	287.105	378.719	393.649	371.033	417.796	494.991	535.092	566.836	609.233
Elektro- und Elektronikgeräte	146.644	155.948	197.898	203.579	215.766	226.564	252.349	290.087	298.558	305.880
Maschinen und Anlagen	491.667	459.819	525.837	587.234	615.681	639.494	649.828	681.278	733.153	866.265
Transportmittel und Komponenten	464.743	334.825	398.904	422.070	453.648	465.579	462.064	532.057	489.670	614.911
Andere Produkte	293.161	265.906	310.160	331.518	361.491	392.607	390.341	435.373	404.910	401.471
<b>Gesamt</b>	<b>3.239.323</b>	<b>2.760.891</b>	<b>3.321.896</b>	<b>3.664.333</b>	<b>3.684.170</b>	<b>3.852.849</b>	<b>3.968.326</b>	<b>4.367.998</b>	<b>4.436.082</b>	<b>4.791.379</b>

(a) Vorläufige Daten

Quelle: ISTAT

©2018 WIFO

Tabelle A.6

**Exporte aus Südtirol nach Bestimmungsland – 2008–2017**

In Tausend Euro

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017(a)
Deutschland	1.106.402	998.054	1.148.664	1.225.702	1.257.491	1.341.015	1.372.042	1.456.968	1.508.552	1.626.160
Österreich	318.225	335.865	368.286	388.118	422.021	403.779	411.688	468.781	495.088	538.993
Schweiz	151.299	143.920	154.981	184.321	201.814	216.369	231.482	237.082	258.048	261.916
Frankreich	158.868	133.112	146.598	182.248	193.621	224.317	204.560	205.370	212.822	221.121
USA	162.630	112.421	164.504	165.832	156.261	152.551	194.746	213.285	204.672	204.272
Spanien	148.894	103.882	131.968	148.970	120.792	144.238	144.454	157.574	162.427	160.146
Großbritannien	172.407	104.158	115.361	124.843	117.568	120.431	122.075	143.360	127.076	132.009
Schweden	42.902	33.928	41.836	45.540	46.313	54.667	56.968	88.657	88.365	123.733
Niederlande	65.763	54.981	125.052	70.926	81.588	71.692	68.218	78.851	90.430	112.543
Tschechien	56.806	50.867	70.411	84.139	81.688	77.589	66.190	87.138	81.649	86.303
Polen	33.413	29.165	40.918	62.407	58.238	58.864	50.989	58.310	56.011	74.945
China	131.245	68.932	75.189	118.322	23.128	26.382	27.793	46.045	56.143	70.497
Belgien	75.187	43.681	33.741	42.854	46.196	42.414	41.678	41.508	53.172	65.503
Ungarn	30.905	22.541	26.180	37.994	38.750	47.350	52.457	52.192	56.739	62.751
Andere Länder	584.378	525.385	678.207	782.116	838.701	871.190	922.987	1.032.877	984.887	1.050.487
<b>Gesamt</b>	<b>3.239.323</b>	<b>2.760.891</b>	<b>3.321.896</b>	<b>3.664.333</b>	<b>3.684.170</b>	<b>3.852.849</b>	<b>3.968.326</b>	<b>4.367.998</b>	<b>4.436.082</b>	<b>4.791.379</b>

(a) Vorläufige Daten

Quelle: ISTAT

©2018 WIFO

Tabelle A.7

**Kundengewinnung im Ausland, nach Branchen**

Anteil an den Unternehmen, welche die einzelnen Methoden nutzen, in Prozent

	Landwirtschaftliche Genossenschaften	Verarbeitendes Gewerbe	Großhandel	Gesamt
Reaktion auf Anfragen	71,4	58,9	47,2	55,5
Direkte Kontakte oder Besuche bei Potentiellen Kunden	85,7	54,0	40,6	51,4
Messen	61,9	23,3	30,2	28,6
Handelsvertreter	33,3	19,6	22,6	21,7
Werbekampagnen	19,0	12,9	4,7	10,3
Durch Berater und Beratungseinrichtungen	9,5	9,2	7,5	8,6
Teilnahme an Ausschreibungen	0,0	9,8	3,8	6,9
Sonstiges	0,0	12,3	12,3	11,4

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

©2018 WIFO

Tabelle A.8

**Kundengewinnung im Ausland, nach Mitarbeiteranzahl**

Anteil an den Unternehmen, welche die einzelnen Methoden nutzen, in Prozent

	0-5	6-9	10-49	50-249	250 und mehr	Gesamt
Reaktion auf Anfragen	55,3	61,5	47,3	65,6	50,0	55,5
Direkte Kontakte oder Besuche bei Potentiellen Kunden	37,6	46,2	54,8	60,7	91,7	51,4
Messen	18,8	12,8	37,6	36,1	41,7	28,6
Handelsvertreter	12,9	20,5	20,4	31,1	50,0	21,7
Werbekampagnen	8,2	7,7	11,8	8,2	33,3	10,3
Durch Berater und Beratungseinrichtungen	4,7	5,1	11,8	11,5	8,3	8,6
Teilnahme an Ausschreibungen	3,5	7,7	6,5	11,5	8,3	6,9
Sonstiges	16,5	10,3	9,7	9,8	0,0	11,4

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

©2018 WIFO

Tabelle A.9

## Exporthindernisse nach Sektoren

Anteil an den Unternehmen, welche die einzelnen Hindernisse als relevant erachten, in Prozent

	Landwirtschaftliche Genossenschaften	Verarbeitendes Gewerbe	Großhandel	Gesamt
Keine Notwendigkeit für Auslandsgeschäfte, da Produktionskapazität des Unternehmens bereits ausgelastet ist	15,6	31,6	25,4	28,4
Bürokratie	31,3	30,6	19,8	26,8
Fehlende Kontakte zu ausländischen Handelspartnern	34,4	25,8	17,5	23,4
Hohe Exportkosten	12,5	21,0	14,7	18,2
Nicht für ausländische Märkte geeignete/interessante Produkte	18,8	13,7	13,6	14,0
Ungenügende Marktkenntnisse	3,1	13,1	7,9	10,6
Mangelnde Kenntnisse über die rechtlichen Rahmenbedingungen	6,3	11,3	7,3	9,6
Hoher Investitionsbedarf	3,1	9,6	10,7	9,6
Fachkräftemangel	0,0	10,0	6,2	8,0
Mangelnde Sprachkenntnisse	9,4	6,9	6,2	6,8
Unterschiedliche technische Standards	6,3	5,5	7,9	6,4
Benachteiligung von Ausländern in Länder, in welche sie exportieren oder exportieren möchten	18,8	5,5	5,6	6,4
Hohes Risiko von Kreditausfällen/niedrige Verlässlichkeit von Kunden und Geschäftspartnern	15,6	3,4	8,5	6,0
Hohes Länderrisiko	21,9	3,1	4,5	4,8
Andere Gründe	21,9	15,1	26,0	19,4

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

©2018 WIFO

Tabelle A.10

**Exporthindernisse, nach Mitarbeiteranzahl**

Anteil an den Unternehmen, die einzelnen Hindernisse als relevant erachten, in Prozent

	0-5	6-9	10-49	50-249	250 und mehr	Gesamt
Keine Notwendigkeit für Auslandsgeschäfte, da Produktionskapazität des Unternehmens bereits ausgelastet ist	34,0	32,3	26,3	14,9	20,0	28,4
Bürokratie	23,9	23,1	31,4	25,7	46,7	26,8
Fehlende Kontakte zu ausländischen Handelspartnern	22,0	18,5	28,5	24,3	13,3	23,4
Hohe Exportkosten	14,8	15,4	21,2	24,3	20,0	18,2
Nicht für ausländische Märkte geeignete/interessante Produkte	17,2	12,3	11,7	10,8	13,3	14,0
Ungenügende Marktkenntnisse	11,0	9,2	9,5	12,2	13,3	10,6
Mangelnde Kenntnisse über die rechtlichen Rahmenbedingungen	9,6	10,8	12,4	2,7	13,3	9,6
Hoher Investitionsbedarf	10,5	6,2	11,7	8,1	0,0	9,6
Fachkräftemangel	6,7	1,5	9,5	12,2	20,0	8,0
Mangelnde Sprachkenntnisse	4,3	4,6	9,5	12,2	0,0	6,8
Unterschiedliche technische Standards	4,8	4,6	6,6	9,5	20,0	6,4
Benachteiligung von Ausländern in Länder, in welche sie exportieren oder exportieren möchten	3,3	3,1	7,3	13,5	20,0	6,4
Hohes Risiko von Kreditausfällen/niedrige Verlässlichkeit von Kunden und Geschäftspartnern	3,8	7,7	5,8	9,5	13,3	6,0
Hohes politisches Risiko in bestimmten Ländern	2,4	3,1	5,8	12,2	0,0	4,8
Andere Gründe	16,7	26,2	17,5	23,0	26,7	19,4

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

©2018 WIFO



Die diesem Bericht zugrundeliegende Stichprobenerhebung wurde vom WIFO - Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen zwischen dem 4. Januar und dem 15. März 2018 im Rahmen der Konjunkturerhebung „Wirtschaftsbarometer“ durchgeführt. Zu diesem Zweck wurde der Standardfragebogen der Konjunkturerhebung um einen zusätzlichen Abschnitt über die Exporte ergänzt (siehe Anhang C). Nur landwirtschaftliche Genossenschaften und Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes sowie des Großhandels hatten Zugang zu diesem Abschnitt. Insgesamt waren es 622 Unternehmen.

Je nach Wunsch des befragten Unternehmens wurde der Fragebogen per Post verschickt oder mit CAWI-System online ausgefüllt. Die nicht beantwortenden Unternehmen wurden mit Hilfe einer CATI-Software telefonisch kontaktiert und interviewt. Insgesamt beantworteten 500 Unternehmen den Fragebogen. Die hohe Rücklaufquote von 80% deutet auf eine gute Verlässlichkeit der Ergebnisse.

Die Stichprobe war nach Sektoren und Größenklassen geschichtet und die Ergebnisse wurden mittels Gewichtung auf die Grundgesamtheit hochgerechnet. Diese besteht aus den 7.296 Unternehmen, die in Südtirol in den drei untersuchten Sektoren (landwirtschaftliche Genossenschaften, verarbeitendes Gewerbe und Großhandel) tätig sind. Für die Fragen 2, 3 und 3.1 besteht die Grundgesamtheit ausschließlich aus den exportierenden Unternehmen. Diese wurden anhand der aktuellsten Mikrodaten zum Außenhandel von ISTAT für 2016 quantifiziert: In diesem Jahr gab es in Südtirol in den untersuchten Branchen 1.872 Exportunternehmen.

# ANHANG A FRAGEBOGE N

1. Wie viel Prozent des Umsatzes 2017 erzielte Ihr Unternehmen im Ausland? \_\_\_\_%  
*(Falls kein Umsatz im Ausland bitte 0% angeben und mit Frage 4 weitermachen)*
  
2. Wie werden Neukunden im Ausland hauptsächlich akquiriert? *(Mehrfachantworten möglich)*
  - Reaktion auf Anfragen
  - Durch Unterstützung von Beratern und Beratungseinrichtungen
  - Durch Handelsvertreter
  - Direkte Kontakte oder Besuche bei Potentiellen Kunden
  - Werbe-Kampagnen
  - Teilnahme an Ausschreibungen
  - Messen (bitte angeben) \_\_\_\_\_
  - Sonstiges (bitte angeben) \_\_\_\_\_
  
3. Erwarten Sie in den nächsten drei Jahren (2018-2020) wesentliche Umsatzsteigerungen auf ausländischen Märkten, in denen Ihr Unternehmen 2017 bereits aktiv war??
  - Ja
  - Nein *(bitte mit Frage 4 weitermachen)*
  
- 3.1 Wenn Ja, auf welchen ausländischen Märkten werden in den nächsten drei Jahren (2018-2020) die größten Wachstumsraten für Ihr Unternehmen erwartet  
*(Nennen Sie bitte bis zu drei Länder)*
  - 1 \_\_\_\_\_
  - 2 \_\_\_\_\_
  - 3 \_\_\_\_\_

4. Plant Ihr Unternehmen, in den nächsten drei Jahren (2018–2020) neue ausländische Märkte zu bearbeiten?

*(d.h. in Ländern, in welchen Ihr Unternehmen in den letzten drei Jahren keine wesentlichen Umsätze erzielte)*

- Ja
- Nein *(bitte mit Frage 5 weitermachen)*

4.1 Wenn Ja, in welchen neuen Ländern plant Ihr Unternehmen in den nächsten drei Jahren (2018–2020) die größten Umsätze zu erzielen?

*(Nennen Sie bitte bis zu drei Länder)*

1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

5. Welche sind für Ihr Unternehmen die größten Hindernisse im Auslandsgeschäft, bzw. die Gründe warum Ihr Unternehmen auf ausländischen Märkten nicht präsent ist?

*(Mehrfachantworten möglich)*

- Keine Notwendigkeit für Auslandsgeschäfte, da Produktionskapazität des Unternehmens bereits ausgelastet ist
- Produkte für die ausländischen Märkte nicht geeignet / nicht interessant
- Unterschiedliche technische Standards
- Das Produkt wäre durch die hohen Exportkosten (Transport, Logistik, Zoll, Versicherung usw.) zu teuer
- Benachteiligung von ausländischen Unternehmen seitens der Zielländer (z.B. Protektionismus, Einfuhrbeschränkungen)
- Mangelnde Marktkenntnisse (Marktpotential für Ihre Produkte, Konkurrenz usw.)
- Fehlende Kontakte zu Geschäftspartner im Ausland
- Mangelnde Kenntnisse der rechtlichen Rahmenbedingungen (Gesetze, Verpflichtungen, usw.)
- Mangel an qualifiziertem Personal
- Mangelnde Sprachkenntnisse
- Bürokratischer Aufwand
- Hoher Investitionsbedarf
- Hohes Ausfallrisiko bzw. Unzuverlässigkeit von Kunden und Partnern
- Hohes politisches Risiko in bestimmten Ländern
- Sonstige Gründe (bitte angeben) \_\_\_\_\_



## LITERATURVERZEICHNIS

WIFO (2008)

Wirtschaftsstandort Südtirol.

WIFO – Handelskammer Bozen, 2008.

ISTAT (2017)

Rapporto sulla competitività dei settori produttivi.  
2017.



**WIFO** | Institut für  
Wirtschaftsforschung

WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung  
I-39100 Bozen

Südtiroler Straße 60  
T +39 0471 945 708

[www.wifo.bz.it](http://www.wifo.bz.it)  
[wifo@handelskammer.bz.it](mailto:wifo@handelskammer.bz.it)



HANDELS-, INDUSTRIE-,  
HANDWERKS- UND LAND-  
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

