

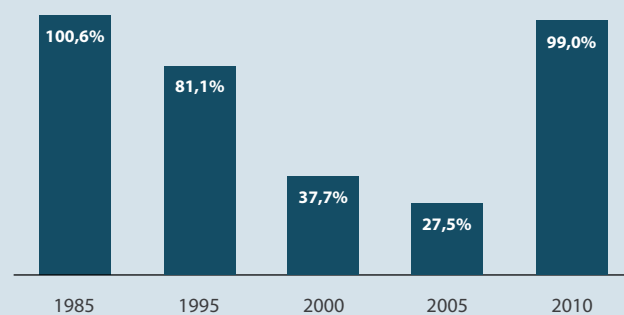
Finanzmärkte

Europa: Wachsamkeit, aber kein Grund zur Panik

Trotz der anhaltenden Unsicherheit über einige europäische Staaten sehen Experten keine aktuelle Gefahr für den Euro. Sie raten mittelständischen Unternehmen zwar zu erhöhter Wachsamkeit. Die Lage biete jedoch keinen Anlass für die Unternehmen, Maßnahmen zu ergreifen: „Jetzt kurzfristig unternehmerische Entscheidungen aufgrund der aktuellen Entwicklungen rund um den Euro zur Disposition zu stellen, halte ich für nicht notwendig“, sagt Reinhold Rickes, Volkswirt beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) im Gespräch mit den Deutschen Mittelstands Nachrichten. Der Wirtschaftsexperte sieht auch

keinen Grund dafür, den Verbleib von Deutschland im Währungsverbund in Frage zu stellen. Denn der Euro habe dem Mittelstand enorme Vorteile gebracht. So würden rund zwei Drittel des deutschen Handels in der Eurozone abgewickelt.

Entwicklung der irischen Staatsschulden im Verhältnis zum BIP



Quelle: ÖkonomenBlog

Hier bestünden keine Wechselkursrisiken. Der Euro sei stabiler als die D-Mark. Eine solide Währung biete eine gute Kalkulationsgrundlage für alle Geschäfte. Insgesamt bliebe der Euro eine Erfolgsgeschichte und alle turbulenten Entwicklungen hätten den Euro bislang nur stärker gemacht.

Allerdings gibt es auch Grenzen: „Wenn nach Irland und Griechenland auch Por-

Analyse

Deutsche Unternehmen haben genug Kapital für Wachstums-Strategien

Die deutschen Unternehmen haben offenbar gut gefüllte Kassen, um in den kommenden Jahren in neue Märkte zu expandieren. Als ihr wertvollstes Asset bezeichnen sie die Mitarbeiter. Innovation ist für die Mehrheit wichtiger als Kostensenkungs-Initiativen.

Die Ergebnisse einer von der Unternehmensberatung Oliver Wyman durchgeführten Befragung unter 700 Managern aus Konzernen und mittelständischen Unternehmen zeigen, dass es offenbar keine Probleme bei der Finanzierung von Wachstumsprojekten gibt: 80 Prozent der Unternehmen mit einem Umsatz bis 500 Millionen sagen, dass sie über ausreichende Finanzierung verfügen, bei größeren Unternehmen liegt der Anteil sogar über 90 Prozent.

Wo das Wachstum liegt, geht aus einer Erhebung von Goldman Sachs hervor: Brasilien, Indien und China sowie mit etwas Abstand Russland können sich auf hervorragende Wachstumsraten einstellen. Die Schwellenländer haben demnach die Krise sehr gut bewältigt. Die Entwicklung in den USA, Europa und Japan wird dagegen eher als Stagnation eingeschätzt.

Mit Geld allein wird das Wachstum jedoch nicht erreicht werden: 83 Prozent der Befragten halten Innovation für sehr wichtig oder wichtig, 89 Prozent sehen in einem verbesserten Kundenbeziehungs-Management eine Top-Priorität. Etwas an Bedeutung hat Kostendisziplin verloren – wenngleich 76 Prozent immer noch ein hoher Wert sind, der signalisiert, dass man sich in den Unternehmen die Flexibilität

erhalten möchte, auf kurzfristige Einbrüche effizient reagieren zu können.

Und: Bei der Frage, in welchen Bereichen Innovation eine Rolle spielt, kommt das Kostenbewusstsein wieder deutlich zum Tragen. Innovationen zur Verbesserung der Kostenstruktur sind den deutschen Managern wichtiger als neue Produkte und IT-Maßnahmen.

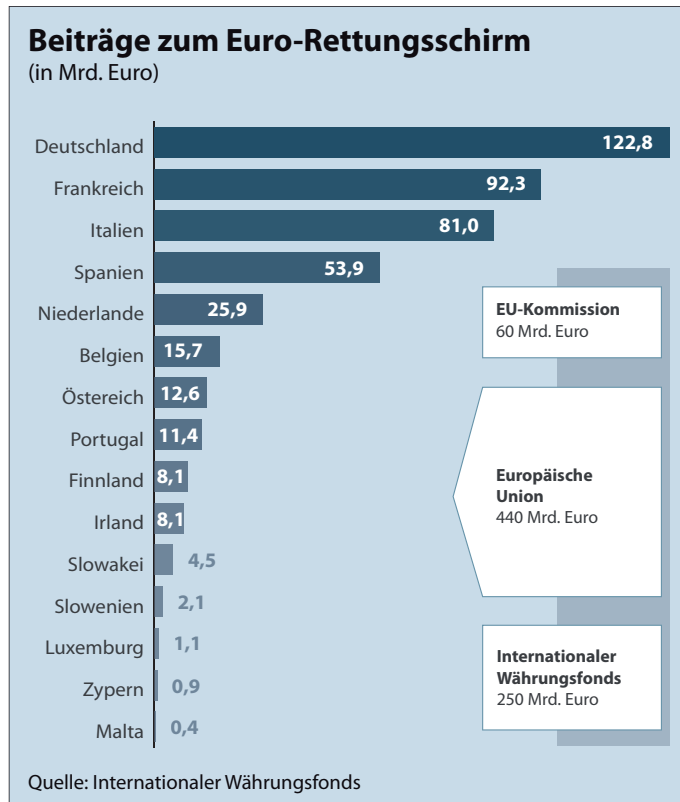
Mit 90 Prozent erreichen jedoch die Mitarbeiter einen Spitzenwert: Praktisch jeder Manager sieht in ihnen den zentralen Angelpunkt, um den Unternehmenswert zu steigern. Knapp dahinter rangiert die Bedeutung der Kundenbeziehungen. Man kann also durchaus von einer Renaissance des „human capital“ in den Unternehmen sprechen.

von Michael Maier

tugal, Spanien und Italien Mittel des EU-Rettungsschirms beantragen würden, stellt sich unweigerlich die Frage, ob die EU dies noch stemmen kann. Soweit muss es jedoch nicht kommen. Noch hat die EU einige Optionen – wie zum Beispiel eine Beteiligung der Gläubiger an den Rettungskosten“, erklärt Oliver Arentz, persönlicher Referent des Präsidenten des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn, im Gespräch mit den Deutschen Mittelstands Nachrichten. Rickes betont, dass die derzeit angeschlagenen Staaten die gemeinsame Währung behalten wollten. Selbst für die momentan starken Länder - wie für das exportstarke Deutschland - bleibe der Euro als stabile Währung von Vorteil. In den USA würde eine solche Frage nach dem Fortbestand des US-Dollar erst gar nicht gestellt, obwohl dort die Neuverschuldung, die Inflation und die schlechte wirtschaftliche Entwicklung deutlich kritischer seien als in der Eurozone.

„Wenn Europa geeint bleibt und die Konsolidierung der Staatsfinanzen und die wirtschaftspolitischen Reformen in allen Mitgliedstaaten dem Grunde nach auf der Spur bleiben, dürfte eine tiefgreifende Krise abgewendet werden. Dennoch rate ich dem Mittelstand weiterhin zur Wachsamkeit. Vor panischen Reaktionen ist aber zu warnen“, so Rickes. „Eine unmittelbare Gefahr für den Euro sehe auch ich nicht. Die gegenteilige Meinung wird zwar oftmals geäußert, aber nicht näher begründet. Der Euro ist weiterhin als Zahlungsmittel akzeptiert. Sein Außenwert ist zwar gesunken, von historischen Tiefstständen kann jedoch nicht gesprochen werden. Ebenso ist eine Kapitalflucht aus dem Euroraum bislang nicht zu beobachten“, berichtet Oliver Arentz.

Rickes plädiert in diesem Zusammenhang für eine maßvolle Diskussion: „Es darf durch die aktuelle Diskussion um die Beteiligung privater Gläubiger an Verlusten nicht der Eindruck erweckt werden, dass die Bonität einzelner EU-Staaten fraglich ist. Es muss das Vertrauen der Investoren erhalten bleiben, dass Staatsschulden im Euro-Raum zurückgezahlt werden.“ Oliver Arentz lobt in diesem Zusammenhang die regulierende Rolle der Märkte: „Staaten mit unsehrer Haushaltspolitik wie Griechenland konnten sich nur deshalb zu so günstigen Konditionen verschulden, weil die Kapitalmärkte ein Bail-Out, also das Entstehen der anderen EU-Länder im Insolvenzfall, antizipiert haben. Seitdem - insbesondere auf Initiative der Bundesregierung - ein zukünftiger Bail-Out-Automatismus in Frage gestellt wurde, schauen



die Gläubiger genauer hin. Die Kapitalmärkte decken die Versäumnisse der Staaten nur auf, zu verantworten sind sie von den Staaten.“

Der Bundesregierung stellt Reinhold Rickes ein gutes Zeugnis für die aktuellen Vorschläge zur Staatenrettung aus. Das Finanzministerium hatte vorgeschlagen, dass EU-Mitgliedstaaten einstimmig über die weiteren Schritte einer Staatenrettung entscheiden sollen, ohne dass das betroffene Land beteiligt wird. „Ein Insolvenzrecht von Staaten bleibt als Nachfolgeregelung für den Finanzierungsstabilisierungsmechanismus notwendig. Es gilt dabei den Grundsatz zu beachten, dass Kapital ein scheues Reh ist

und daher keine Eingriffe in bestehende Verträge angekündigt werden sollten. Wichtig ist es, glaubhafte Strukturen und Mechanismen zu schaffen. Dazu gehört auch, dass so genannte Sünder nicht über ihre eigenen Auflagen mitentscheiden sollten“, erklärt Rickes.

+++ **Nachrichten:** Schäuble gegen Aufstockung des Euro-Rettungsschirms (de.reuters.com) +++ Der Globalist: Trichet folgt Greenspan auf dem Weg in die Irre (handelsblatt.com) +++ Dax präsentiert sich mit positivem Unterton - Euro stabilisiert sich um 1,33 (eltee.de) +++

Trends

Starker Anstieg von Offshore- und Outsourcing-Projekten

Der Outsourcing-Markt wächst stark. Die Zahl der deutschen Unternehmen, die Offshore-Dienstleister beispielsweise in Indien oder China beauftragt haben, hat sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt. Das ist das Ergebnis einer Steria Mummert-Befragung von gut 200 Geschäftsführern, Vorständen und IT-Entscheidern aus deutschen Unternehmen ab einer Größe von 100 Mitarbeitern. Fast alle haben konkrete Absichten oder mindestens grundsätzliches Interesse daran, Outsourcing-Vorhaben umzusetzen. Mehr als die Hälfte hat bereits Projekte im Rahmen von Business Process Outsourcing (BPO), Application Management (AM) oder Infrastructure Management (IM) umgesetzt oder plant dies konkret. Vor allem die größeren Firmen mit 5.000 und mehr Angestellten setzen auf Outsourcing. Nur etwa fünf

Prozent der Manager geben an, Outsourcing sei für ihr Unternehmen nicht wichtig.

Unternehmer wollen mit dem Auslagern vor allem Kosten sparen. Nach der Krise überarbeiten die meisten ihre Strukturen und verstärken die Anstrengungen, neue Wege zur Kosteneinsparung zu finden. Außerdem wollen sie mit Outsourcing mehr Flexibilität, mehr Konzentration auf das Kerngeschäft sowie die Optimierung von Service-Dienstleistungen erreichen. Die Firmen zieht es vor allem nach Indien. China schneidet weniger gut ab. Osteuropäische Standorte gewinnen an Bedeutung. Dann kommen Südamerika und Afrika.

Die Telekommunikationsbranche und das verarbeitende Gewerbe sind die beiden Branchen, die den mit Abstand größten Anteil an Offshore-Projekten aufweisen. Die meisten Projekte gibt es in der Telekommunikationsbranche. Hier stieg der Anteil der Unternehmen mit Offshore-Projekten im Vergleich zum Vorjahr um 23 Prozentpunkte. Beim verarbeitenden Gewerbe liegt die Zahl der Unternehmen mit Offshore-Projekten bei 84 Prozent - das bedeutet einen Zuwachs von 29 Prozentpunkten. Die IT-Branche, der Handel und das Gesundheitswesen liegen bei einem Offshore-Anteil von durchschnittlich 60 Prozent. Auch diese Branchen verzeichnen gegenüber dem Vorjahr Zuwächse. Am wenigsten Projekte hat die öffentliche Verwaltung. Hier stehen 68 Prozent der Entscheider der Nutzung von Offshore-Leistungen negativ gegenüber. Die Akzeptanz nimmt hier nur langsam zu. Der häufigste Grund für Bedenken gegen das Outsourcing ist die Gefahr des Verlustes von internem Know-how. Hinzu kommen gesetzliche Einschränkungen, die die Weitergabe von Daten verhindern. So ist der Datenschutz auch die wichtigste Anforderung an den externen Dienstleister. Dazu kommen Fachwissen und Branchenkompetenz.

Der Umfang der Outsourcing-Projekte nimmt zu. Es zeichnet sich der Trend ab, immer größere Prozesse an Externe abzugeben. Neben dem Ausgliedern von IT-Infrastrukturen ist eine wachsende Anzahl von Unternehmen bereit, immer mehr Teile ihrer Wertschöpfungskette auszugliedern. Dabei setzen sich Business Process Outsourcing (BPO)-Modelle verstärkt durch. BPO wird vornehmlich für typische Backoffice Prozesse eingesetzt wie Finance & Accounting (F&A), Fleetmanagement, Logistik, Einkauf und Payroll. Das scheint erfolgreich zu sein. Denn über 70 Prozent der befragten Unternehmen bezeichnen BPO für den Geschäftserfolg als „sehr wichtig“

und nur vier Prozent der Anwender sind mit den ausgelagerten BPO Services unzufrieden.

Zurückhaltung bei M&A-Aktivitäten

Unternehmen halten sich mit Zukäufen und Fusionen zurück. Dagegen stehen Effizienzsteigerungen und Kostensenkungen in Deutschland und weltweit an erster Stelle. Der Großteil der Unternehmen setzt auf das Wachstum aus eigener Kraft. So wollen nur wenige Unternehmen durch Zukäufe wachsen. Das sind die markantesten Erkenntnisse des dritten „Capital Confidence Barometer“ von Ernst & Young. Für die Umfrage wurden 1.000 Entscheider in Großunternehmen weltweit, davon 105 aus Deutschland, interviewt.

Der Anteil der Unternehmen, die in den kommenden 12 Monaten verstärkt nach Zukäufen Ausschau halten wollen, ist im Vergleich zum April dieses Jahres von 23 auf 11 Prozent gesunken. Weltweit ist ein ähnliches Szenario zu beobachten: Der Anteil, der dazukaufen möchte, sinkt stetig. Analysten berichten, dass sich Unternehmen jetzt in der Zeit nach der Krise zurückhalten, auf Sicht steuern und ihre Geschäfte vorsichtig vorantreiben.

Trotzdem strebt eine wachsende Zahl von Unternehmern vor dem Hintergrund der guten Geschäftslage ein schnelles Wachstum an. 81 Prozent der deutschen Unternehmen wollen in den kommenden sechs Monaten expandieren – im

April lag der Anteil bei 73 Prozent, im November 2009 sogar nur bei 36 Prozent. Aber auch bei diesen Firmen spielen Zukäufe eine geringere Rolle. Seit April geht die Zahl der Firmen mit dem Ziel Zukäufe zurück.

Die Zuversicht der deutschen Unternehmen ist trotz Skepsis und defensiver Ausrichtung groß: 84 Prozent der deutschen Unternehmen schätzen die Aussichten für die deutsche Wirtschaft positiver ein als noch vor einem halben Jahr – weltweit liegt der Anteil nur bei 67 Prozent, in den USA und Japan sogar nur bei 54 bzw. 43 Prozent. Ähnlich positiv wie die deutschen Unternehmen

schätzen nur die Firmen in Indien, Russland, China und Brasilien die Lage ein. Die Unternehmenslenker zählen weltweit auf das langwierigere und schwierigere organische Wachsen aus eigener Kraft. Denn die Krise ist Ihnen noch in guter Erinnerung. So agieren Manager gegenwärtig umsichtiger und vorsichtiger. Sie sind in dieser Phase darauf aus, Risiken zu entdecken, sie zu verkleinern oder zu vermeiden. Neuen Un-



Interview

„Unsere Gesellschafter denken in Generationen statt in Quartalen“

Deutsche Mittelstands Nachrichten: *Es gibt einige, die sagen, Sie seien ein großes Glück für Bertelsmann. Können Sie sich vorstellen warum?*

Hartmut Ostrowski: Ist dem so? (lacht). Wie auch immer. Für mich zählt, dass Bertelsmann erfolgreich ist. Die Geschäftszahlen sind jedenfalls gut, die Geschäfte laufen ordentlich. Bertelsmann hat die Krise gut und flexibel gemeistert.

Einer der Gründe, warum man Sie gelobt hat, ist Ihre Bodenständigkeit, Ihre Herkunft aus einer mittelständischen Unternehmerfamilie – von den entsprechenden Tugenden kann, wie man an Ihnen sieht, auch ein großer Konzern profitieren. Der mittelständische Hintergrund scheint Sie doch sehr geprägt zu haben...

Das ist richtig, mein Vater führte lange Jahre einen Sanitärbetrieb, den er schon von meinem Großvater übernommen hat und den anschließend mein Bruder weiterführte. Daran sieht man bereits, dass das Thema natürlich auch in der Familie stets präsent war. Ich erinnere mich noch gut daran, wie ich als kleiner Junge immer in den Journalen meines Vaters gestöbert und die Diskussionen am Esstisch verfolgt habe. Dies – und die große Begeisterung, die mein Vater für seinen Beruf empfand, weil er eigenverantwortlich arbeiten durfte – haben in mir den Wunsch reifen lassen, einmal selbst Verantwortung in einem Unternehmen zu tragen. Dass es schließlich Europas größter Medienkonzern wird, das hätte ich mir damals natürlich nicht träumen lassen.

Welche Qualitäten unterscheiden einen unternehmerisch denkenden Manager von einem normalen Manager?

Jeder Manager sollte aus meiner Sicht unternehmerisch denken und dabei die Prinzipien des ehrbaren Kaufmanns hoch halten. Wie wichtig und aktuell diese Prinzipien sind, hat sich zuletzt während der globalen Wirtschaftskrise eindrucksvoll gezeigt. Ein guter Manager gibt in meinen Augen dem langfristigen Erfolg seiner Firma stets Vorrang vor kurzfristigen Zielen; es geht ihm buchstäblich um das Wohl seines Unternehmens – und damit auch um das seiner Mitarbeiter. Das trifft auf einen Betrieb mit zehn Angestellten ebenso zu wie auf einen Konzern mit 100.000 Mitarbeitern. Bei Bertelsmann sind wir in der glücklichen Situation, dass unsere

Gesellschafter ebenfalls langfristig denken, sich ihrer Verantwortung bewusst sind und bei Bedarf Eigeninteressen zurückstellen. Sie denken in Generationen statt in Quartalen.

Die Unternehmensbiografie von Bertelsmann ist eine Erfolgsgeschichte: Aus den Trümmern eines Verlagshauses wurde nach dem Zweiten Weltkrieg das größte Medienhaus Europas. Worauf muss ein Familienunternehmen achten, wenn es diese Entwicklung nimmt?

Der Erfolg von Bertelsmann hat viele Gründe, aber zu den wichtigsten würde ich zählen: eine gewachsene, partnerschaftliche Unternehmenskultur, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt, und die Fähigkeit, technologische Neuerungen, geänderte Nutzergewohnheiten oder Marktumbrüche früh zu erkennen und einzubinden – sowie aktuell den Megatrend Digitalisierung. Wir haben einst den Buchvertrieb revolutioniert, das Privatfernsehen in Deutschland mit initiiert und gehören übrigens auch zu den Pionieren beim Thema Mitarbeitergewinnbeteiligung. Dieses stete Wechselspiel von Kontinuität und Wandel hat uns stark gemacht und wird uns auch in Zukunft tragen.

Welche Tugenden soll ein Mittelständler unbedingt pflegen – und vor welchen Unsitten muss er sich hüten?

Zu den wichtigsten Prinzipien unternehmerischen Handelns zählen für mich –

ob Kleinstbetrieb, Mittelstand oder Großkonzern – Unabhängigkeit und Werteorientierung. Unabhängigkeit heißt, eigenverantwortlich zu handeln, selbstbestimmt entscheiden zu können. Und es bedeutet, nach Möglichkeit nicht nur auf ein Pferd zu setzen. Wer eine breitere Erlösstruktur hat, kann Einbrüche und Krisen leichter abfedern.

Nicht minder wichtig sind für mich Werte. Als harte Erfolgsfaktoren werden sie häufig nicht ernst genommen – zu Unrecht! Spätestens seit der globalen Wirtschaftskrise sollte das wirklich jedem klar geworden sein. Ein Unternehmen, das werteorientiert handelt, schafft Vertrauen: Bei seinen Mitarbeitern, bei seinen Kunden, bei seinen Lieferanten. Wer diese Prinzipien, eben jene des ehrbaren Kaufmanns, achtet, dem kann so viel nicht passieren.



Hartmut Ostrowski
ist Vorsitzender des Vorstands
der Bertelsmann AG seit 2008

Viele Familienunternehmen stehen beim Generationswechsel vor einer erheblichen Herausforderung. Wie kann der Wechsel gelingen?

Wir sind in der glücklichen Situation, dass unsere Eigentümer, die Mitglieder der Familie Mohn/Bertelsmann, in den vergangenen 175 Jahren stets das Wohl des Unternehmens im Auge hatten und haben. Wichtig ist meiner Meinung nach, die Nachfolgerin oder den Nachfolger schon früh in das Geschäft einzubinden und auf einem gemeinsamen, gewachsenen Wertegerüst aufzubauen.

Welche Rolle kann ein angestellter Manager in diesem Prozess spielen, und vor welchen Fallen muss er sich in Acht nehmen?

Bei Bertelsmann wird das operative Geschäft schon seit längerem in voller Verantwortung vom jeweiligen Vorstand geführt, naturgemäß stets im engen Austausch mit dem Aufsichtsrat und den Eigentümern. Im Fall eines Generationenwechsels ist dies natürlich eine Hilfe, die Kontinuität der Geschäfte zu wahren.

Wie sehr verändert Größe die Unternehmenskultur?

Unternehmenskultur hat nichts mit Größe zu tun, ein verantwortungsvoller Umgang gegenüber Stake- und Shareholdern, Mitarbeitern und der Umwelt ist etwas, auf das sowohl kleinere Betriebe als auch große Konzerne setzen sollten. Was sich durch Größe verändert, ist allein das Instrumentarium: In einem Betrieb mit zehn Mitarbeitern können Sie jeden Tag zu ihrem Chef ins Büro gehen und ihm sagen, wo der Schuh drückt. Bei Bertelsmann haben wir dafür beispielsweise eine konzernweite Mitarbeiterbefragung, die wir weltweit alle vier Jahre durchführen.

In vielen Bereichen, wo es um Innovation geht, haben große Unternehmen Schwierigkeiten. Gilt das Schumpetersche Prinzip der kreativen Zerstörung unverändert - dass also Veränderung in gewachsenen Strukturen nur bedingt möglich ist?

Das ist natürlich ein gängiges Klischee – das trotzdem manches Mal zutrifft, keine Frage. Bertelsmann ist deshalb dezentral organisiert und fördert unternehmerische Freiheit und Verantwortung. Jeder unserer Mitarbeiter und Führungskräfte ist aufgerufen, unternehmerisch zu

denken und Innovationen einzuführen, wo immer es möglich und sinnvoll ist. Und zwar bevor sie der CEO dazu auffordert. Wenn Sie so wollen, arbeiten unsere Einheiten in diesem Punkt also wie mittelständische Unternehmen.

Wie verändert die Globalisierung die mittelständische Unternehmenskultur?

Unternehmenskultur ist für mich eher eine Art Geisteshaltung und damit nichts, was an äußere Umstände gekoppelt ist. Natürlich müssen auch mittelständische Unternehmen lernen, dass sie sich heutzutage im Wettbewerb mit Firmen aus China, Indien oder anderen Ländern befinden. Ein solcher Lernprozess ist manchmal schmerzhaft, weil er möglicherweise bislang gewohnte, aber ineffektive Strukturen zu Tage fördert. Dies sollte jedoch keinen Einfluss auf die Unternehmenskultur eines Betriebes haben.

Für Medien ist der simple Export ihrer Produkte schwer - anders als für Maschinenbauer oder Technologieunternehmen. Wo sehen Sie die deutschen Medienunternehmen im globalen Wettbewerb mit Facebook oder Google?

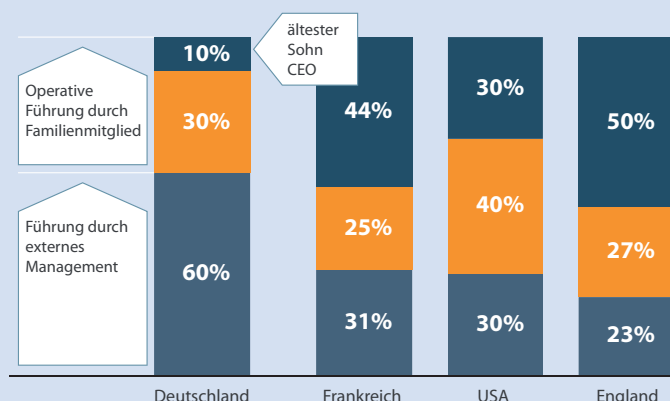
Ich kann die Kollegen im Silicon Valley nur beglückwünschen für das, was sie in den vergangenen Jahren geleistet haben. Aber wir brauchen keine Angst vor ihnen zu haben. Google beispielsweise ist

einer der größten Kunden von Arvato und damit von Bertelsmann, bei uns selbst ist die Digitalisierung quer über alle Geschäftsbereiche längst Alltag und einer der Wachstumstreiber des Konzerns. Mit unserem Portfolio in diesem Bereich und unserer sowohl geschäftlich als auch geographisch breiten Präsenz ist Bertelsmann hervorragend aufgestellt.

Wir exportieren Medien übrigens auch nicht einfach, sondern wir adaptieren sie sehr stark. Bertelsmann in Frankreich ist ein Verbund französischer Firmen mit Mitarbeitern, die die kulturellen Eigenheiten, die dortigen Gesetze und Vorlieben genauestens kennen. Dies gilt auch für China oder jedes andere Land, in dem wir Geschäfte tätigen. Medien sind nicht nur ein Wirtschaftsgut, sondern auch ein Kulturgut.

Fortsetzung auf Seite 6

Deutsche Familienunternehmen haben die weltweit beste Führungsstruktur

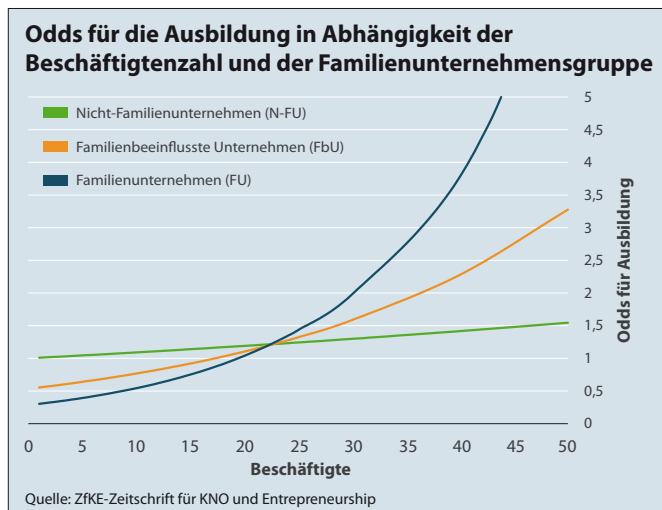


wägbarkeiten, wie sie durch den Zukauf von anderen Unternehmen entstehen könnten, sollen vermieden werden.

Ernst & Young-Experten beobachten, dass Manager die Folgen der Krise als noch nicht bewältigt betrachten. Den meisten macht die hohe Arbeitslosigkeit in den USA, der schwache amerikanische Immobilienmarkt und die Schuldenkrise in Europa Sorgen – diese Faktoren belasten weiterhin das Vertrauen des Marktes. Die Initiatoren der Umfrage sind zwar zuversichtlich, dass es mittelfristig zu einer Wiederbelebung des M&A-Marktes kommen wird. Die Umfrageergebnisse zeigen aber einen eher schwachen Trend an: So sank die Zahl der Transaktionen mit deutscher Beteiligung von knapp 2.000 im Jahr 2007 auf etwa 1.400 im Jahr 2009. In den ersten drei Quartalen des Jahres 2010 wurden aber schon immerhin 1.000 Transaktionen in Deutschland gezählt. Für den Mittelstand sagen Ernst & Young-Spezialisten für das nächste Jahr mehr Transaktionen voraus. Hierbei sollen Private Equity-Investoren eine größere Rolle spielen. Es zeichne sich ab, dass diese Investoren den Mittelstand „ins Visier nehmen“ würden.

Familienunternehmen bilden mehr aus

Familienunternehmen engagieren sich ab einer bestimmten Größe stärker für die Berufsausbildung als Nicht-Familienunternehmen, so das Ergebnis einer Studie des Instituts



für Mittelstandsforschung (ifm) an der Uni Mannheim. Bei den kleineren Familienunternehmen allerdings ist die Ausbildungsbereitschaft geringer als bei den Nicht-Familienunternehmen. Insgesamt steigt die Ausbildungsneigung mit zunehmendem Familieneinfluss und wachsender Unternehmensgröße. Die Wissenschaftler leiten aus den Erkenntnissen ab, dass größere Familienunternehmen eher bereit sind, gesellschaftliche Verantwort-

tung zu übernehmen.

Die Forscher wollten die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung in Familien- und Nicht-Familienunternehmen untersuchen und vergleichen. Dafür wurde die Ausbildungsbereitschaft von 510 Unternehmen in Mannheim untersucht. Ausbildung als ein Zeichen für gesellschaftliche Verantwortung wurde für die Untersuchung gezielt ausgewählt, da Bildung von den Unternehmen selbst als ein bedeutendes Betätigungsfeld des gesellschaftlichen Engagements genannt wird.

Die Studie beschäftigte sich mit der Ausbildung im dualen Berufsbildungssystem. Der Großteil der befragten Unternehmen hatte weniger als 250 Mitarbeiter. Es wurde die Ausbildungsneigung unter dem Einfluss unterschiedlicher Unternehmensmerkmale, wie zum Beispiel Beschäftigtenzahl, Wirtschaftszweig, Kammerzugehörigkeit oder Familieneinfluss unter die Lupe genommen. Der Familieneinfluss wurde anhand mehrerer Kriterien bestimmt, gemessen und verglichen. Unter anderem spielen dabei die Stimmrechte

Fortsetzung des Interviews von Seite 5

Die Skandinavier sind sehr glücklich über die Frauenquote in Unternehmen. Bei Bertelsmann ist auch ohne Quote Frauenpower angesagt. Welche Qualitäten bringen Frauen in Unternehmen ein?

Bei Bertelsmann die gleiche Qualität wie Männer: Kreativität und Unternehmergeist - mit dem Resultat, dass so erfolgreiche Frauen bei uns arbeiten wie RTL-Chefin Anke Schäferkordt oder Gail Rebeck, die Chefin unseres gesamten britischen Buchgeschäfts. Gerade im Medienbereich sind die Kompetenzen von Frauen überaus wichtig und gefragt, nicht zuletzt, weil wir auch viele Medien speziell für Frauen produzieren. Auch ein Blick auf die Demographie und den prognostizierten Fachkräftemangel macht klar: Wir können auf das Potenzial gut ausgebildeter, führungsstarker Frauen gar nicht verzichten.

Bei Bertelsmann scheint die Integration von Frauen zu funktionieren. Dennoch gibt es zu wenig Frauen in den Führungsetagen. Kann eine Frauenquote nach skandinavischem Modell in Deutschland den gesellschaftlichen Wandel beschleunigen?

In Skandinavien hat es funktioniert, doch herrschen dort andere Voraussetzungen. Ich persönlich bin kein Freund der Quote, auch wenn ich mir durchaus vorstellen kann, dass sie im einen oder anderen Fall hilft. Meines Erachtens können Mentorenprogramme, mehr Angebote für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, verstärktes Networking und gezielte innerbetriebliche Programme zur Karriereförderung von Frauen ebenfalls helfen. Ziel muss sein, dass kompetente Frauen die gleichen Chancen haben wie kompetente Männer. Dies sind auch Instrumente, die wir bei Bertelsmann bereits erfolgreich nutzen.

sowie Kapitalbeteiligung der Familienmitglieder und die Anzahl der Generationen, die der Betrieb im Familienbesitz ist, eine Rolle. Künftige Arbeiten des Forschungsbereichs Familienunternehmen am ifm werden dies auch für andere Bereiche der gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme untersuchen.

+++ Nachrichten: Siemens steigert Zahl der Patente auf knapp 58.000 (idw-online.de) **+++** Verbraucher horten 72 Millionen Alt-Handys **+++** Bundeswirtschaftsminister Brüderle stellt Initiative "Zukunftsmarkt zivile Sicherheit" vor (bmwi.de) **+++**

Konjunktur

Weltweit größter Gesundheits-Markt entsteht in China

Das Absatzpotenzial auf dem chinesischen Gesundheitsmarkt wächst. Durch die Größe des Landes und die schnelle Entwicklung des Marktes wird China im Jahr 2020 den weltgrößten Absatzmarkt für OTC-Produkte haben. Das sind die Kernergebnisse eines Deloitte-Reports. Der chinesische Markt für Pharmazeutika wird der größte der Welt sein. Derzeit liegt das Land auf Platz sieben, in zehn Jahren wird es hinter den USA bereits den zweiten Platz einnehmen.

China orientiert sich bei der Reform der Krankenversicherung unter anderem an deutschen und englischen Modellen. Dazu gehören eine leistungsfähige Erstversorgung, die flächendeckende Bereitstellung von Medikamenten und vor allem eine Krankenversicherung für alle Bevölkerungsteile. Aber noch liegt China bei den Ausgaben für Gesundheit im internationalen Vergleich mit den Industrieländern weit hinten. Der Anteil der Gesundheitsausgaben am Gesamthaushalt betrug nur 9,9 Prozent. Aber der Bedarf der Chinesen an medizinischen Leistungen steigt rasant. Schon im Jahr 2025 wird es in China zum Beispiel etwa 266 Millionen Rentner geben, was den Bedarf an Gesundheitsprodukten und -dienstleistungen automatisch steigern wird.

Zurzeit wächst vor allem der Markt für Biopharmazeutika. Chinesische Anbieter verlieren auf diesem Teilmarkt Marktanteile. Um den Rückstand aufzuholen, setzt die chinesische Regierung auf die Arbeit von Universitäten und staatlichen Forschungsinstituten.

Für ausländische Firmen ergeben sich Chancen durch den Ausbaubedarf der chinesischen Infrastruktur vor allem in den ländlichen Gebieten. Die Anzahl der Krankenhäuser

wächst jährlich um drei Prozent. Die Bettenkapazität liegt derzeit bei 2,6 Millionen, 80 Prozent davon in den urbanen Zentren. Die unausgewogene Infrastruktur ist dringend reformbedürftig. Die Reformanstrengungen der chinesischen Regierung bei Krankenhäusern betreffen auch die Korruptionsbekämpfung sowie die Etablierung von Ausschreibungsverfahren bei der Medikamentenversorgung.

Ein weiterer Vorteil für Unternehmer aus der EU und den USA entsteht durch die Gesundheitsoffensive der Regierung. Denn Firmen können jetzt mittels Studien Daten nach internationalen Standards erheben. Die Daten seien in regulatorischer Hinsicht auch für die Heimatmärkte der EU- und US-Partner relevant, so die Studienleiter der Deloitte-Erhebung.

Technikbedarf bei afrikanischen Wasserprojekten

In den 15 Staaten des südlichen Afrika mit rund 270 Millionen Verbrauchern werden in den nächsten Jahren hohe Investitionen in der Wasserinfrastruktur getätigt. In Südafrika mit 49 Millionen Einwohnern sollen bis zum Jahr 2018 mindestens drei Milliarden Euro in diesen Bereich fließen. Daraus ergeben sich für Unternehmen aus Deutschland Liefer- und Beratungsmöglichkeiten, so die Ergebnisse einer Studie der Germany Trade & Invest (GTAI).

+++ Nachrichten: Konjunkturprogramme kommen in Bauwirtschaft nur langsam an (marktundmittelstand.de) **+++** ifo-Geschäftsklima auf höchstem Stand seit 1991 (dowjones.de) **+++** Eisenerzpreis noch immer sehr hoch (german.china.org.cn) **+++**

Original-Dokumente auf

www.deutsche-mittelstands-nachrichten.de

GfK Studie:
Ausblick Weihnachtsgeschäft 2010

Oliver Wyman-Umfrage:
Mitarbeiter und Kunden sind die Wachstumstreiber der Zukunft

Steria Mummert:
Erfolgsmodell Outsourcing
Trendstudie 2010

KfW-Studie:
Beteiligungsmarkt nach der Krise

Ernst & Young:
Capital Confidence Barometer

IAB-Unternehmensbefragung:
Stellenbesetzungen in Zeiten der Krise

Institut für Mittelstandsforschung (ifm):
Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung in Familien- und Nicht-Familienunternehmen

Impressum

Herausgeber: Dr. Michael Maier

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Christoph Morisse, Felix Kubach
und Laura Räuber

Grafik & Layout: Sascha Seewald

Blogform Verlagsgesellschaft GmbH
Lietzenburger Str. 77 | D-10719 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 / 81016030

Fax +49 (0) 30 / 81016033

Mail: info@blogformgroup.com

HR Berlin Nr. 104243 B

Erscheinungsweise: 52 mal pro Jahr

Abo: 18 Euro monatlich

abo@blogformgroup.com

Mediadaten erhalten Sie unter

www.blogformgroup.com