

Charakteristika einer dienstleistungsorientierten Exportbasis

Martin Gornig, Eberhard von Einem

Die Internationalisierung deutscher Dienstleister in Form von Auslandsbeteiligungen und -kooperationen hat in den neunziger Jahren stark zugenommen. Der Umfang von unmittelbaren Lieferungen von in Deutschland erstellten Dienstleistungen ins Ausland ist gemessen am Gesamtumsatz dennoch sehr gering. Überdurchschnittlich exportierende Dienstleister zeichnen sich u.a. durch ein hohes Ausbildungsniveau der Beschäftigten und eine starke Kooperationsbereitschaft sowohl im regionalen als auch internationalen Netzwerken aus. Engpassfaktoren, die einer Steigerung der Exporte bei kleinen und mittleren Dienstleistern gegenüberstehen, sind insbesondere Finanzierungsprobleme und mangelnde Mentalitäts- und Sprachkenntnisse.

Ein wesentliches Element der Wettbewerbsstärke deutscher Warenexporte sind die im Produkt enthaltenen bzw. an diesem gebundene Dienstleistungen. Diese Dienstleistungen sind sowohl unmittelbar in dem Produkt inkooperiert (z.B. Produktentwicklung, Produktionsorganisation) als auch der Ware als spezifische Zusatzleistung zugeordnet (z.B. Wartung, Kontrolle) bzw. vor- und nachgelagert (z.B. Finanzierung, Schulung). Die Bindung des Exports solcher Dienstleistungen an den Warenexport bedeutet aber auch, dass ihre Wachstumschancen durch die Entwicklung des Warenabsatzes begrenzt sein können. Will man darüber hinausgehende Wachstumspotentiale erschließen, macht dies eine Lösung von der einseitigen Fixierung auf die Ware als Medium für den Export von unternehmensbezogenen Dienstleistungen erforderlich.

Die Aufgabe des Moduls 1.2 „Dienstleistungs-Exportbasis“ lag daher im Rahmen der prioritären Entmaßnahme „Dienstleistungs-Headquarter Deutschland“ primär darin, die Entwicklungsbedingungen eigenständiger Dienstleistungsexporte am Standort Deutschlands aufzuzeigen und daraus folgende erste Handlungsfelder abzuleiten. Eng verbunden mit eigenständigen Dienstleistungsexporten ist dabei die Internationalisierung der Dienstleistungsunternehmen in Deutschland. Zwar gehören die Leistungen der Partner und Niederlassungen im Ausland selbst nicht zum Export, aber sie schaffen vielfach erst die Voraussetzungen zur Vermarktung der in Deutschland erstellten Dienstleistungen.

Die folgenden Analysen der Exportorientierung und Internationalisierung konzentrieren sich auf unternehmensbezogene Dienstleistungen von DV-Dienstleistern, Ingenieurbüros, Unternehmungsberatungen und Werbeagenturen. Bei diesen kann im Vergleich insbesondere zu stärker haushalts- und personenbezogenen Dienstleistungen per se mit einem mittelfristig weitaus höheren Exportpotential gerechnet werden. Die Voraussetzungen im Bereich unternehmensbezogener Dienstleistungen auf der Basis amtlicher Statistiken Analysen der Exportorientierung und ihrer Kriterien durchzuführen, sind allerdings äußerst

Q: F. Stille, H.J. Bullinger
Dienstleistungs Headquarter
Deutschland, Stuttgart (Gabler) 2000