

Deutsche High-Tech-Gründer zeigen schnell international Flagge

Start-ups profitieren von einem schnellen Start ins internationale Geschäft – doch eine gute strategische Vorbereitung ist Pflicht

Unterschleißheim, 6. August 2008. Junge deutsche High-Tech-Unternehmen wagen schnell den Schritt auf internationale Märkte: Bereits in den ersten Jahren nach ihrer Gründung erzielen 31 Prozent Umsätze im fremdsprachigen Ausland. Das zeigt eine heute in München vorgestellte Studie, die das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, in Zusammenarbeit mit Microsoft Deutschland durchgeführt hat. Start-ups, die selbst intensiv Forschung und Entwicklung (FuE) betreiben, sind dabei besonders erfolgreich und können ihren technologischen Vorsprung auch international ausspielen. Doch eine strategische Vorbereitung ist Pflicht: Bei 59 Prozent der Start-ups, die in das internationale Geschäft einsteigen wollen, verpuffen die Exportbemühungen. Dies liegt häufig daran, dass die Internationalisierung nur halbherzig oder schlecht geplant angegangen wird. Der wichtigste Markt für junge High-Tech-Unternehmen aus Deutschland ist dabei Europa. In Asien erzielen deutsche Start-ups heute bereits ähnlich hohe Umsätze wie in Nordamerika.

Die Studie zeigt, dass junge High-Tech-Unternehmen, die international agieren, erfolgreicher sind als High-Tech-Start-ups, die den Schritt auf internationale Märkte nicht oder noch nicht gewagt haben. So generieren exportierende High-Tech-Unternehmen höhere Umsätze und wachsen schneller. Im ersten Geschäftsjahr liegt der Umsatz von exportierenden High-Tech-Unternehmen um etwa drei Viertel höher als der Umsatz von nicht-exportierenden Unternehmen. Auch die Wachstumsrate der Umsätze liegt mit durchschnittlich 66 Prozent pro Jahr 14 Prozentpunkte über der Wachstumsrate von nicht-exportierenden Unternehmen.

Start-ups mit innovativen Technologien sind international erfolgreicher

High-Tech-Unternehmen mit intensiven FuE-Aufwendungen sind besser für den Weltmarkt aufgestellt. Denn technologische Vorsprünge verschaffen den Start-ups

Wettbewerbsvorteile, weshalb es ihnen schneller gelingt, sich mit Produkten und Dienstleistungen international durchzusetzen. Der Anteil der exportierenden Unternehmen liegt bei Start-ups mit kontinuierlichen FuE-Aufwendungen bei 53 Prozent, und damit deutlich über dem Durchschnitt aller High-Tech Start-ups (31 Prozent). „Innovative High-Tech-Unternehmen nutzen mit ihren Produkten ‚Made in Germany‘ ihre Möglichkeiten auf dem Weltmarkt und schaffen und sichern damit Arbeitsplätze zu Hause. Mit unserer Gründerinitiative ‚unternimm was.‘ unterstützen wir High-Tech-Start-ups gerade auch bei der Internationalisierung“, erklärte Achim Berg, Vorsitzender der Geschäftsführung Microsoft Deutschland.

Die Initiative „unternimm was.“ bringt als Teil des weltweiten Microsoft Accelerator Programs die in Deutschland geförderten High-Tech-Start-ups zum Beispiel mit Experten der Microsoft Corporation in den USA in Kontakt. Deren Feedback zu den Internationalisierungsplänen der Gründer und die unmittelbare Hilfestellung etwa bei der Suche nach geeigneten Partnern stehen dabei im Vordergrund.

„Die High-Tech-Start-ups, die mit ihren Produkten auf internationale Märkte gehen, sind Aushängeschilder für den Technologie-Standort Deutschland“, sagte Johannes Singhammer, Mitglied des Bundestages für die CSU. „Diese Start-ups zu unterstützen, ist eine wichtige volkswirtschaftliche Aufgabe – sei es seitens der Politik oder durch Unternehmen wie Microsoft. Gemeinsam können wir ihnen helfen, noch schneller in internationale Märkte vorzudringen.“

Strategische Vorbereitung ist entscheidend

Damit der Schritt auf den internationalen Markt erfolgreich verläuft, ist eine gute Vorbereitung entscheidend: „Wichtig ist, dass die Internationalisierung strategisch angegangen wird. Das Management muss seinen Fokus auf die Exporttätigkeit richten, das richtige Know-How ins Unternehmen holen und die entsprechenden Ressourcen einplanen. Halbherzige Versuche, internationale Märkte zu erobern, werden scheitern“, kommentierte Dr. Georg Licht, Leiter des Forschungsbereichs Industrieökonomik und Internationale Unternehmensführung des ZEW, die Forschungsergebnisse. Dies belegt die Studie deutlich: Über die Hälfte der Unternehmen (59 Prozent), die exportorientierte Maßnahmen ergreifen, können keine Umsätze im Ausland generieren. Erfolgreich sind Start-ups vor allem dann, wenn sie parallel auf mehrere Maßnahmen zur Eroberung neuer Märkte setzen.

Neben den Besuchen internationaler Messen heißt das zum Beispiel eigene Mitarbeiter im Ausland einzusetzen, die Produkte an ausländische Märkte anzupassen und spezielle Marketingmaßnahmen in den Zielregionen durchzuführen. Zu zaghafte Anstrengungen in diesen Bereichen lassen die Internationalisierung schnell scheitern. Die Kosten der Exporttätigkeit für junge High-Tech-Unternehmen stellen hingegen, laut Einschätzung der befragten Start-ups, kein Hemmnis für die Internationalisierung dar.

Zielregion Nummer Eins: Europa

Europa ist bei der Exporttätigkeit der wichtigste Markt für junge High-Tech-Unternehmen. Die deutschen High-Tech-Gründungen vertreiben ihre Produkte und Dienstleistungen überwiegend per Direktexport innerhalb der Europäischen Union oder in andere europäische Länder und erzielen hier rund 76 Prozent aller Exportumsätze. Beinahe gleichauf mit Nordamerika (7,5 Prozent) liegt Asien mit einem Anteil an den Exportumsätzen von 6,8 Prozent. Hier scheinen bereits viele Unternehmen, die Chancen des aufstrebenden asiatischen Marktes zu nutzen, so die Einschätzung der ZEW-Forscher.

Erfolgreiches Beispiel aus der Region München

Ein Beispiel wie sich junge High-Tech-Unternehmen auf internationalen Märkten durchsetzen, ist das Unternehmen metaio. Gegründet im Jahr 2003 in München – nach wie vor die gründungsstärkste Region in Deutschland, wie eine Studie von Microsoft und ZEW im Mai 2008 zeigte – hat metaio ein weltweites Netz an Kunden und Kooperationspartnern aufgebaut. Microsofts Gründerinitiative „unternimm was.“ leistete hier, wie bei den anderen im Rahmen der Initiative geförderten High-Tech-Gründungen auch, Unterstützung beim Aufbau und Ausbau dieses Netzwerks.

Die metaio GmbH ist ein Vorreiter auf dem Gebiet der Augmented Reality (AR) Technologie. Das High-Tech Start-up entwickelt Softwareprodukte für visuell interaktive Lösungen in realen und virtuellen Welten. metaio beschäftigt heute 45 Mitarbeiter an den drei Standorten München, San Francisco und Seoul. Derzeit ist metaio weltweit für über 140 namhafte Kunden aus unterschiedlichen Branchen und Bereichen tätig. Grundlage dieses internationalen Erfolgs waren neben dem technologischen Vorsprung des Unternehmens vor allem eine intensive

Vorbereitung beim Markteinstieg im Ausland, bei der „unternimm was.“ Unterstützung leistete: Der Aufbau eines soliden Partnernetzwerkes, die strategische Auseinandersetzung mit den Zielmärkten und ein aktives Networking erleichterten den Angang neuer Märkte in den USA und Asien.

Textlänge: 7.023 Zeichen
2008-184 CorC

Microsoft Deutschland GmbH

Die Microsoft Deutschland GmbH ist die 1983 gegründete Tochtergesellschaft der Microsoft Corporation/Redmond, U.S.A., des weltweit führenden Herstellers von Standardsoftware, Services und Lösungen mit 60,42 Mrd. US-Dollar Umsatz (Geschäftsjahr 2008; 30. Juni). Der operative Gewinn im Fiskaljahr 2008 betrug 22,49 Mrd. US-Dollar. Neben der Firmenzentrale in Unterschleißheim bei München ist die Microsoft Deutschland GmbH bundesweit mit sechs Regionalbüros vertreten und beschäftigt mehr als 2.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Verbund mit rund 33.000 Partnerunternehmen betreut sie Firmen aller Branchen und Größen. Im Mai 2003 wurde in Aachen das European Microsoft Innovation Center (EMIC) eröffnet. Es hat Forschungsschwerpunkte in IT-Sicherheit, Datenschutz, Mobilität, mobile Anwendungen und Web-Services.

Microsoft Corporate Citizenship

Microsoft hat sich zum Ziel gesetzt, nicht nur wirtschaftliche, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, um einen Beitrag zu Wachstum und Entwicklung des Standorts Deutschlands zu leisten. Aus diesem Grunde engagiert sich das Unternehmen gemeinsam mit kompetenten Partnern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in zahlreichen Initiativen und Projekten. Dabei konzentriert sich Microsoft auf folgende Kernthemen: Bildung fördern, Wissenschaft unterstützen, Wachstum schaffen und IT-Sicherheit verbessern. Zu den wichtigsten Initiativen von Microsoft Deutschland gehören die High-Tech-Gründerinitiative „unternimm was.“, die Qualifizierungsinitiative IT-Fitness und das Projekt „Schlaumäuse – Kinder entdecken Sprache“. Zudem engagiert sich das Unternehmen in zahlreichen Hochschulkooperationen und ist an verschiedenen Forschungsprojekten beteiligt.

Diese Pressemitteilung und die komplette Studie sind im Internet verfügbar unter: <http://www.microsoft.de/presse>. Dort finden Sie auch Bildmaterial und eine Grafik zu den Ergebnissen der Studie.

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)

Das ZEW mit Sitz in Mannheim ist eine außeruniversitäre Forschungseinrichtung mit derzeit rund 160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Das ZEW wird institutionell durch das Landes Baden-Württemberg und das Bundesministeriums für Wirtschaft gefördert und ist Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft. Das Gesamtbudget des ZEW belief sich im Jahr 2006 auf ca. 15 Mill. Euro; davon ca. 7 Mill. Euro aus Drittmittelaufträgen und Zuwendungen. Auf die Europäische Union (EU) und internationale Partner entfällt der größte Anteil am Drittmittelaufkommen des ZEW. Weitere Auftraggeber sind: Bundes- und Landesministerien, Unternehmen und Verbände sowie Wissenschaftsstiftungen und die

deutsche Forschungsgemeinschaft. Das ZEW arbeitet auf dem Gebiet der anwendungsbezogenen empirischen Wirtschaftsforschung. Dabei hat es sich insbesondere durch die Bearbeitung international vergleichender Fragestellungen im europäischen Kontext sowie den Aufbau wissenschaftlich bedeutender Datenbanken (z. B. Mannheimer Innovationspanel, ZEW Gründungspanel) national und international profiliert. Die zentralen Aufgaben des ZEW sind die wirtschaftswissenschaftliche Forschung, die wirtschaftspolitische Beratung und der Wissenstransfer.

Mehr Informationen über das ZEW finden Sie im Internet unter www.zew.de

Ansprechpartner ZEW

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung

Dr. Georg Licht

Forschungsbereichsleiter Industrieökonomik und internationale Unternehmensführung

Telefon: 0621 1235 177

E-Mail: licht@zew.de

Ansprechpartner Microsoft

Microsoft Deutschland GmbH

Dr. Astrid Kasper

Leiterin Corporate Communications

Microsoft Presseservice

Fink & Fuchs Public Relations AG

Paul-Heyse-Str. 29

D-80336 München

Telefon: 089 - 3176-5000

Telefax: 089 - 3176-5111

Vorstand: Dipl.-Kfm. Stephan Fink | Dipl.-Ing. Martin Fuchs

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Thomas Weidmann

Amtsgericht Wiesbaden, HRB 7013

Servicepartner der Microsoft Deutschland GmbH

E-Mail: prserv@microsoft.com

<http://www.microsoft.com/germany/presseservice>