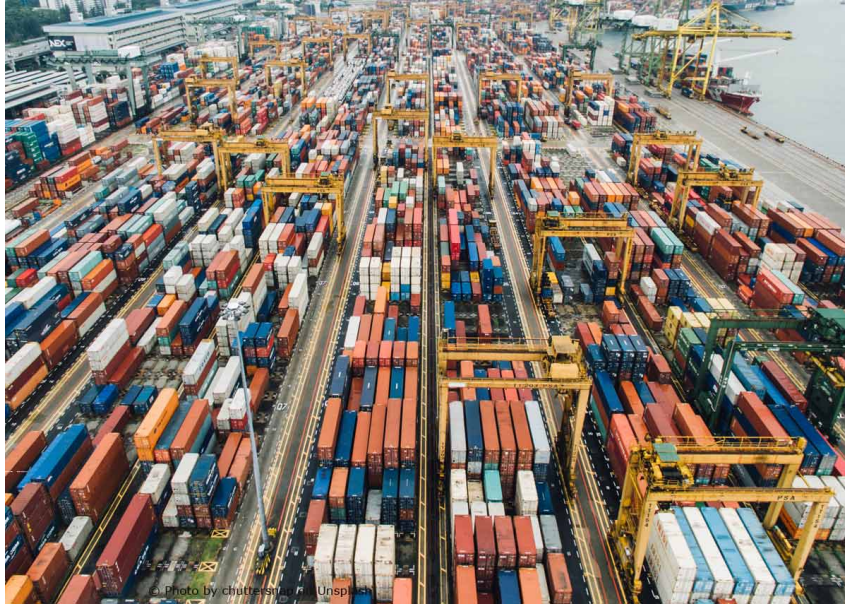


Private Banken: Zentrale Säule des deutschen Außenhandels



12.02.2018

von



Steffen, Sascha



Brückbauer, Frank

Kurzgefasst

Welche Rolle spielen die privaten Banken bei der Finanzierung des deutschen Außenhandels? Dieser Frage geht eine Studie des Mannheimer Zentrums für Wirtschaftsforschung (ZEW) im Auftrag des Bankenverbands nach. Ergebnis: Gemessen am gesamten Exportvolumen erreichten die Kunden der privaten Banken nach den letzten verfügbaren Daten von 2015 insgesamt einen Anteil von 88 Prozent des Außenhandels. Auch die Analyse der wichtigsten Bankbeziehung deutscher Hidden Champions ergab, dass private Banken im Zeitraum von 2008 bis 2014 gegenüber allen anderen Banken-

Mit einem Exportvolumen von 1,2 Billionen Euro gehört die deutsche Volkswirtschaft zu den Big Playern im globalen Außenhandel. So konnte Deutschland im Jahr 2016 seine Exporte erneut steigern und war nach den USA und China das Land mit den dritthöchsten absoluten Exporten. Welche Rolle spielten dabei die privaten Banken? Dieser Frage geht eine Studie des Mannheimer Zentrums für Wirtschaftsforschung (ZEW) im Auftrag des Bankenverbands nach. Auf der Basis der im Mannheimer Unternehmenspanel (MUP) des ZEW enthaltenen Informationen wurden die wichtigsten Bankbeziehungen deutscher Unternehmen ausgewertet und der Anteil, den die Kunden der privaten Banken am Exportvolumen deutscher Unternehmen haben, dokumentiert. Zudem wurde ermittelt, wie groß die Marktanteile der privaten Banken bei deutschen sogenannten Hidden Champions sind, also Unternehmen, die zwar nicht durch Größe und Bekanntheit, aber dafür mit der Weltmarktführerschaft in bestimmten Nischenbereichen glänzen.

Die Ergebnisse des Gutachtens sind recht eindeutig und bestätigen den Befund einer ähnlichen Vorgängerstudie aus dem Jahre 2011, wonach die privaten Banken die wichtigsten Partner der deutschen Exportwirtschaft

Blog

sind. Gemessen am gesamten Exportvolumen erreichten die Kunden der privaten Banken nach den letzten verfügbaren Daten von 2015 insgesamt einen Anteil von 88 Prozent. Die Gruppe der privaten Banken führt somit deutlich vor den Instituten des Sparkassen- und Genossenschaftssektors. Teilt man die untersuchten Unternehmen nach Umsatz in Größenklassen oder geographisch nach Bundesländern, ergibt sich das gleiche Bild: Die Kunden der privaten Banken sind für den Großteil der Exporte verantwortlich. Die privaten Banken führen nicht nur bei großen Unternehmen, sondern auch bei kleinen und mittelgroßen Unternehmen. Der Marktanteil der privaten Banken steigt mit der Unternehmensgröße noch einmal deutlich.

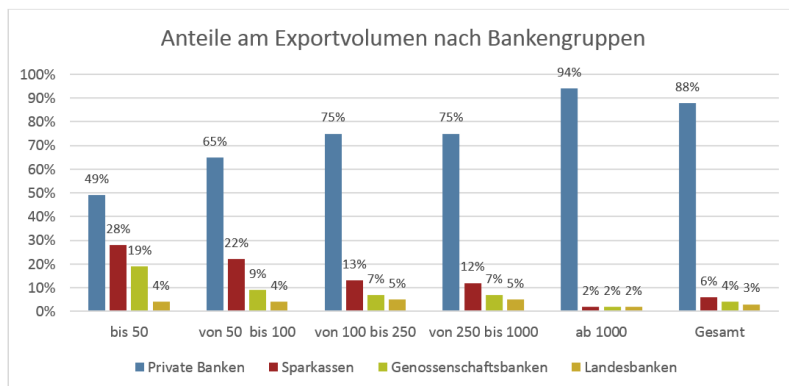


Abbildung 1: Umsatzklassen in Mio. EUR. Marktanteile gewichtet als Umsatz*Exportquote nach Bankengruppen für 2015, auf Basis von 22.411 Einzelunternehmen und einem absoluten Exportvolumen von ca. 855 Mrd. EUR. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern. Quellen: BVD: Dafne, ZEW: Mannheimer Unternehmenspanel.

Gegenstand der Studie war darüber hinaus die Rolle der privaten Banken für deutsche Hidden Champions, eine Bezeichnung, die auf den Wirtschaftsberater und Wirtschaftsprofessor Hermann Simon zurückgeht, und Unternehmen umfasst, die in der breiten Öffentlichkeit unbekannt, aber trotzdem global in ihrem Marktsegment zur Spitze gehören.

In Anlehnung an eine frühere ZEW-Studie (Rammer und Spielkamp, 2015) wurden solche Unternehmen als Hidden Champions klassifiziert, die weniger als 10.000 Beschäftigte haben, die global tätig sind, auf ihren Hauptabsatzmärkten einen hohen Marktanteil erreichen und in den vergangenen fünf Jahren im Vergleich zu anderen Unternehmen ihrer Branche überdurchschnittlich gewachsen sind.

Blog

Auf der Datenbasis des jährlich erhobenen Mannheimer Innovationspanels (MIP) des ZEW wurden hauptsächlich kleine und mittelgroße Unternehmen als Hidden Champions identifiziert. So hatten im Zeitraum von 2008 bis 2014 90 Prozent dieser Unternehmen weniger als 250 Mitarbeiter bzw. 77 Prozent einen Umsatz von weniger als 50 Millionen Euro. Die sehr hohen Exportquoten dieser Unternehmen deuten darauf hin, dass sie gemessen an ihrer Größe einen überproportionalen Beitrag zum deutschen Exporterfolg leisten. Die Hidden Champions sind nicht nur exportstark, sondern auch besonders innovativ (vgl. Rammer und Spielkamp (2015)). Zum Beispiel spielen kontinuierliche Investitionen in Forschung und Entwicklung für sie eine größere Rolle, und Produkte, die Marktneuheiten sind, werden häufiger erfolgreich eingeführt als bei vergleichbaren Unternehmen, die keine Hidden Champions sind.

Die Analyse der wichtigsten Bankbeziehung deutscher Hidden Champions ergab, dass private Banken im Zeitraum von 2008 bis 2014 Hausbanken von durchschnittlich 61 Prozent der Unternehmen waren. Auch bei Hidden Champions steigen die Marktanteile der privaten Banken tendenziell mit der Größe ihrer Kunden. Überraschenderweise führen die privaten Banken auch bei sehr kleinen Unternehmen mit einem Umsatz bis 10 Millionen Euro bzw. mit 5 bis 49 Beschäftigten.

Im Ergebnis bleibt festzuhalten, dass die privaten Banken in Deutschland eine überaus bedeutende Rolle bei der Begleitung von international tätigen Unternehmen spielen – und zwar sowohl für große als auch für kleine und mittelgroße Unternehmen.

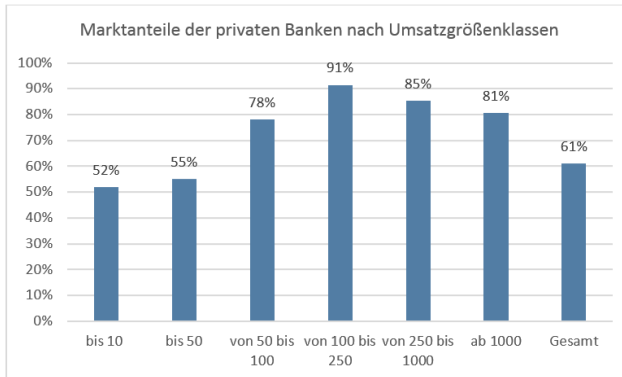


Abbildung 2 Umsatzklassen in Mio. EUR. Durchschnittliche Marktanteile 2008-2014. Marktanteile nach Anzahl der Hidden Champions. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern. Quellen: ZEW: Mannheimer Innovationspanel, Mannheimer Unternehmenspanel.

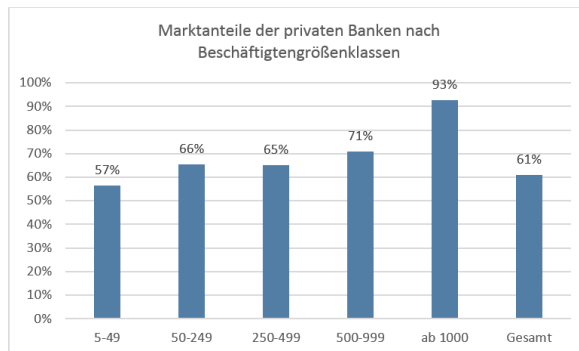


Abbildung 3 Beschäftigtengrößenklassen nach Anzahl der Mitarbeiter. Durchschnittliche Marktanteile 2008-2014. Marktanteile nach Anzahl der Hidden Champions. Abweichungen der Summe der Marktanteile von 100% aufgrund von Rundungsfehlern. Quellen: ZEW: Mannheimer Innovationspanel, Mannheimer Unternehmenspanel.

Quellen

Rammer, C., & Spielkamp, A. (2015). Hidden Champions-Driven by Innovation: Empirische Befunde auf Basis des Mannheimer Innovationspanels (No. 15-03). ZEW-Dokumentation.