

# Beziehungen zwischen Unternehmen in ausgewählten Wirtschaftszweigen

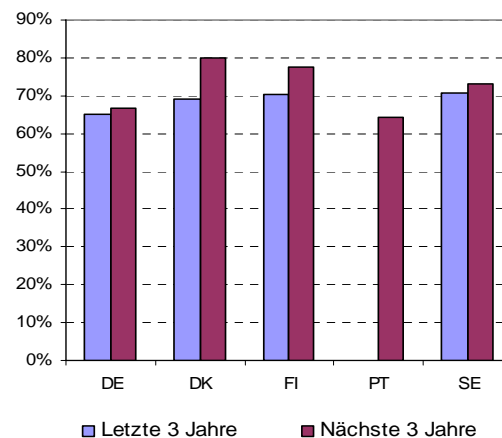
## Das Wichtigste in Kürze

- Unternehmen schätzen die Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen\* auf ihre Wettbewerbsfähigkeit sehr positiv ein: Etwa zwei Drittel der Unternehmen erwarten, dass ihre Wettbewerbsfähigkeit in den nächsten drei Jahren dank dieser Beziehungen steigt.
- Je größer ein Unternehmen ist, umso eher unterhält es langfristige Beziehungen.
- Langfristige Beziehungen kommen häufiger bei der Brennstoffverarbeitung und der Erbringung bestimmter professioneller Dienstleistungen vor und weniger häufig im Gastgewerbe sowie im Handel.
- „Steigerung der Anpassungsfähigkeit“ wird am häufigsten als Grund für die Aufnahme von Beziehungen mit anderen Unternehmen angegeben.
- *Outsourcing* an oder für andere gefolgt von kurzfristigen Beziehungen sind die am weitesten verbreiteten Arten von Beziehungen zwischen Unternehmen.
- „Verfügbarkeit geeigneter Geschäftspartner“ sowie „Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben“ gehören zu den wichtigsten Hinderungsgründen für die Aufnahme von Beziehungen.

## Beziehungen verbessern die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen

Durch die Globalisierung und die Entstehung einer wissensbasierten Wirtschaft werden die Unternehmen dazu ermutigt, neue Wege zur Steigerung ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu beschreiten. Dazu gehören hauptsächlich langfristige Beziehungen mit anderen Unternehmen – wie *Outsourcing* oder *Networking* – sowohl bei ihrer Haupttätigkeit als auch bei unterstützenden Unternehmensfunktionen wie Verkauf und Marketing oder IKT.

Abb. 1: Wahrgenommene positive Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit in den letzten und den nächsten drei Jahren \*



Quelle: Eurostat (SUS)

\*Anteil der Unternehmen, die eine positive Auswirkung von Unternehmensbeziehungen in ihrem Kerngeschäft auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens wahrnehmen, an der Gesamtzahl der Unternehmen, die diese Auswirkungen beurteilen können.

Die Bedeutung von Beziehungen zwischen Unternehmen wird offenkundig, wenn man untersucht, wie die Unternehmen die Auswirkungen dieser Beziehungen in ihrer Haupttätigkeit auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens beurteilen.

In den fünf Mitgliedstaaten, die an der Erhebung teilnahmen, äußerten sich zwischen 60 und 70% der Unternehmen, die diese Auswirkungen beurteilen können, positiv auf die Frage nach den Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens in den letzten drei Jahren (Abbildung 1).

Darüber hinaus nahm dieser Anteil noch zu, wenn die Unternehmen nach den erwarteten Auswirkungen in den nächsten drei Jahren gefragt wurden.

\*Unternehmensbeziehungen sind Beziehungen zwischen Unternehmen mit Ausnahme von Kooperationsformen, die sich daraus ergeben, dass ein Unternehmen ein anderes besitzt oder sich im Besitz eines anderen befindet, sowie von normalen Geschäftsbeziehungen, die sich auf die Nachfrage oder den Verkauf von Gütern und Dienstleistungen für den unmittelbaren Konsum beziehen. Unternehmensbeziehungen umfassen daher Outsourcing für andere, Outsourcing an andere, Franchising, Networking, Lizenznahme, Lizenzvergabe, Joint Venture, sowie auf temporäre Kooperationen anderer Art.; sie umfassen nicht die Beziehungen zwischen Mutter- bzw. Holdinggesellschaften und ihren Tochtergesellschaften. Die vorliegende Veröffentlichung enthält die ersten Ergebnisse einer Ad-hoc-Erhebung über diese Beziehungen, die 2003 durchgeführt wurden.

# Statistik

## kurz gefasst

### INDUSTRIE, HANDEL UND DIENSTLEISTUNGEN

57/2007

Autor

Manfred SCHMIEMANN

## Inhalt

Beziehungen verbessern die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.... 1

Bereitschaft der Unternehmen, mit anderen Unternehmen langfristige Beziehungen einzugehen..... 2

Arten von Unternehmensbeziehungen ..... 3

Gründe für die Aufnahme von Beziehungen mit anderen Unternehmen..... 4

Hinderungsgründe für Unternehmensbeziehungen..... 5

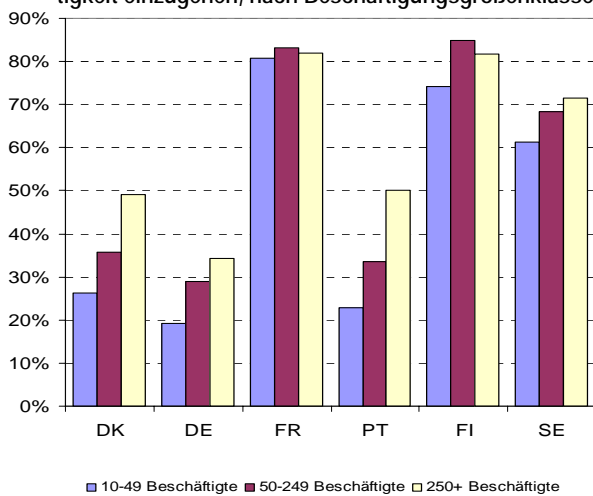
Wahrgenommene Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit..... 6



Manuskript abgeschlossen: 25.04.2007  
Datenextraktion am: 01.10.2006  
ISSN 1977-0324  
Katalognummer: KS-SF-07-057-DE-N  
© Europäische Gemeinschaften, 2007

## Bereitschaft der Unternehmen, mit anderen Unternehmen langfristige Beziehungen einzugehen

**Abb. 2:** Bereitschaft der Unternehmen, zumindest eine Art von langfristiger Unternehmensbeziehung in ihrer Haupttätigkeit einzugehen, nach Beschäftigungsgrößenklasse



Quelle: Eurostat (SUS)

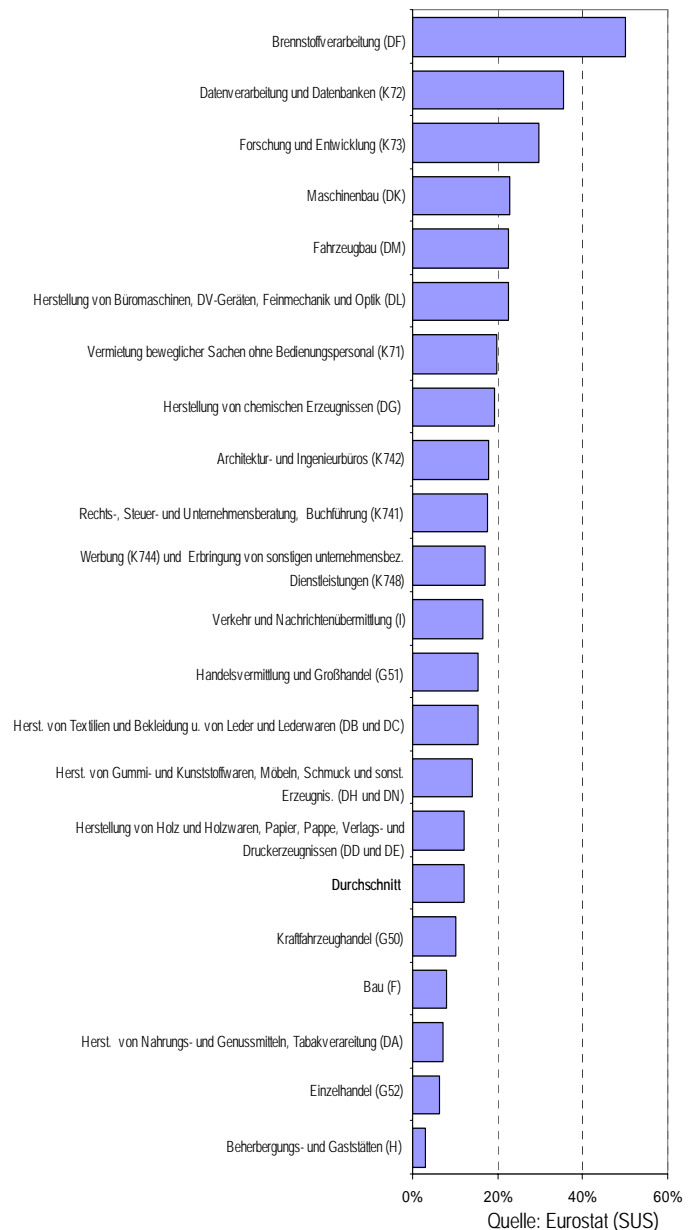
Die Aufnahme von langfristigen Beziehungen zu anderen Unternehmen scheint für größere Unternehmen wichtiger oder eventuell eher machbar zu sein (Abbildung 2). Der Anteil der Unternehmen, die zumindest eine Art von langfristiger Beziehung unterhalten, steigt tendenziell mit der Unternehmensgröße, wobei die Unternehmen in der kleinsten Größenklasse (zwischen 10 und 49 Beschäftigte) stets die geringste Kooperationsbereitschaft aufweisen. In Dänemark und Portugal ist diese Tendenz besonders ausgeprägt; die Bereitschaft der Unternehmen zur Aufnahme langfristiger Beziehungen ist in der Größenklasse 10 - 49 etwa halb so groß wie in der Größenklasse 250+.

Neben der Größenklasse ist die unterschiedliche Bedeutung dieser Beziehungen für die Unternehmen möglicherweise noch auf eine Reihe von anderen Faktoren zurückzuführen, wie ein längeres Bestehen auf dem Markt, eine größere Bereitschaft zur Auslagerung bestimmter Tätigkeiten, die nicht zum Kerngeschäft gehören, und die Vermehrung der Beziehungen im Anschluss an strategische Allianzen bzw. Zusammenschlüsse.

Bei der Bereitschaft der Unternehmen, langfristige Beziehungen zu anderen Unternehmen einzugehen, sind zwischen den Wirtschaftszweigen Unterschiede festzustellen. Wie aus dem Beispiel Deutschlands in Abbildung 3 hervorgeht, unterhalten durchschnittlich 12 % der Unternehmen zumindest eine Art von langfristiger Unternehmensbeziehung; dieser Prozentsatz steigt allerdings bei der Brennstoffverarbeitung (NACE DF) auf eine Höhe von 50 % und fällt im Gastgewerbe (H) auf knapp über 3 %.

Die größere Bedeutung langfristiger Beziehungen bei der Brennstoffverarbeitung ist vermutlich auf den dauerhafteren Charakter dieser Tätigkeit zurückzuführen. So kommen dadurch in einem für die Volkswirtschaft sehr bedeutenden Wirtschaftszweig aller Wahrscheinlichkeit nach insbesondere die strategischen Partnerschaften zum Ausdruck, die notwendig sind, um die Energieversorgung

**Abb. 3:** Bereitschaft der Unternehmen, zumindest eine Art von langfristiger Beziehung mit einem anderen Unternehmen in ihrer Haupttätigkeit einzugehen, ausgewählte Wirtschaftszweige, Deutschland



Quelle: Eurostat (SUS)

sicherzustellen und in diesem Zusammenhang auch die gemeinsame Nutzung von Infrastruktureinrichtungen durch Unternehmen (was somit langfristige Beziehungen erforderlich machen würde). Darüber hinaus ist die Brennstoffverarbeitung einer der Zweige des Verarbeitenden Gewerbes, in denen große Unternehmen (mit 250 oder mehr Beschäftigten) mit Blick auf die Wertschöpfung und die Beschäftigung die größte Rolle spielen; so entfielen auf die Brennstoffverarbeitung 2003 etwa fünf Sechstel der sektoralen Gesamtwerte.

Demgegenüber sind abgesehen von einer relativ kleinen Zahl großer Hotel- und Restaurantketten bzw. Franchiseunternehmen Beherbergungs- und Gaststätten überwiegend kleine Familienbetriebe, die selbständig

arbeiten. 2003 entfielen in diesem Wirtschaftszweig etwa vier Fünftel der Wertschöpfung und Beschäftigung auf KMU (Unternehmen mit 1 bis 249 Beschäftigte). Die Unterhaltung langfristiger Beziehungen mit anderen Unternehmen in ihrer Haupttätigkeit wäre für diese Unternehmen daher wenig sinnvoll, vielleicht abgesehen von Vereinbarungen mit anderen Hotels bei Kapazitätsauslastung oder der Empfehlung von Restaurants gegenüber Gästen.

Bei näherer Betrachtung der einzelnen Wirtschaftszweige treten Strukturen zu Tage, die zum Nachdenken anregen. So weisen beispielsweise Unternehmen in bestimmten wissensintensiven Zweigen (insbesondere Informatik

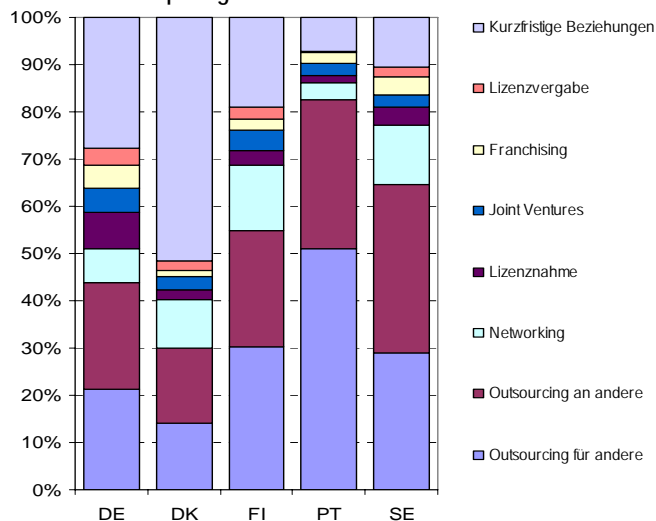
sowie FuE) eine vergleichsweise hohe Bereitschaft auf, Unternehmenskooperationen einzugehen. Demgegenüber ist bei den Unternehmen in allen drei Groß- und Einzelhandelszweigen (G50 bis G52) eine erheblich geringere Bereitschaft zur Aufnahme solcher Beziehungen festzustellen, möglicherweise aus ähnlichen Gründen wie im Fall der Beherbergungs- und Gaststätten.

Diese Strukturen – einschließlich der großen Kooperationsbereitschaft im Wirtschaftszweig Brennstoffverarbeitung und der geringen Kooperationsbereitschaft im Gastgewerbe – waren in der Regel in unterschiedlichem Ausmaß in den einzelnen in die Erhebung einbezogenen Ländern festzustellen, auch wenn es einige Ausnahmen gab.

## Arten von Unternehmensbeziehungen

Unternehmen gehen verschiedene Arten von langfristigen Beziehungen ein, wobei Kriterien wie die Eignung der Beziehung oder die Verfügbarkeit von Partnern für das jeweilige Projekt eine Rolle spielen. Von den sieben erfassten Arten von langfristigen Unternehmensbeziehungen (Abbildung 4) ist *Outsourcing* (an und für andere) die in den fünf in die Erhebung einbezogenen Mitgliedstaaten am weitesten verbreitete Kooperationsform. Auf diese Länder bezogen ist *Outsourcing* – insbesondere *Outsourcing* für andere – in Portugal am häufigsten anzutreffen. *Networking*, die dritthäufigste Kooperationsform, scheint in den skandinavischen Ländern die größte Rolle zu spielen. Andere Arten von Unternehmensbeziehungen sind im Allgemeinen von geringer Bedeutung, abgesehen von *Joint Ventures* in Frankreich (Daten nicht angegeben) und der Nutzung und Vergabe von Lizenzrechten in Deutschland.

Abb. 4: Bereitschaft der Unternehmen, bestimmte Arten von Unternehmensbeziehungen einzugehen\*, bezogen auf ihre Haupttätigkeit

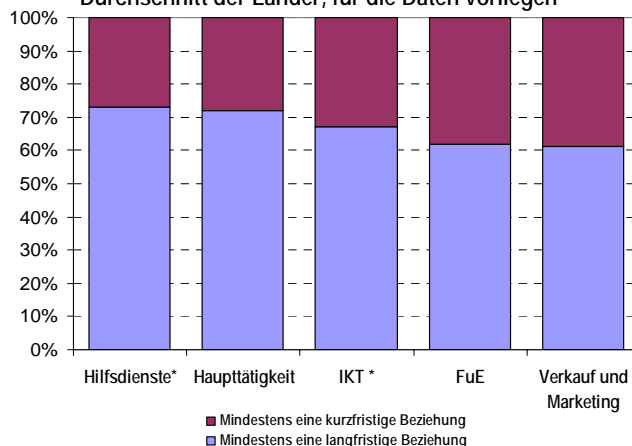


Für Frankreich liegen keine Daten vor. Quelle: Eurostat (SUS)  
\*Die tatsächliche Zahl der Unternehmensbeziehungen kommt hierdurch nicht zum Ausdruck.

Abbildung 4 gibt ferner Aufschluss über die Verbreitung von kurzfristigen Unternehmensbeziehungen in den einzelnen Ländern, die bei dänischen Unternehmen mit großem Abstand vor dem *Outsourcing* an erster Stelle rangieren. Auch für deutsche Unternehmen sind kurzfristige Beziehungen wichtiger als *Outsourcing*, wenn auch in geringerem Maße.

Bei der Bedeutung der langfristigen Beziehungen sind je nach Kerntätigkeit bzw. unterstützender Tätigkeit Unterschiede festzustellen (Abbildung 5). Von den Unternehmen mit lang- und kurzfristigen Beziehungen unterhalten 72 % zumindest eine Art von langfristiger Unternehmensbeziehung in ihrer Haupttätigkeit. Betrachtet man jedoch die verschiedenen unterstützenden Unternehmensfunktionen, so reicht dieser Anteil von 73 % bei den Hilfsdiensten bis hin zu lediglich 61 % bei Verkauf und Marketing.

Abb. 5: Bereitschaft der Unternehmen, lang- oder kurzfristige Beziehungen einzugehen, nach Unternehmenstätigkeit, Durchschnitt der Länder, für die Daten vorliegen



\* ohne Frankreich.

Quelle: Eurostat (SUS)

Die Tatsache, dass die Haupttätigkeit die Existenzgrundlage eines Unternehmens ist, könnte erklären, warum langfristige Beziehungen in diesem Bereich verhältnismäßig stark verbreitet sind: Sein Kerngeschäft durch Beziehungen zu anderen Unternehmen zu riskieren, setzt Vertrauen voraus, das eher mit der Zeit wächst.

Die bei unterstützenden Unternehmensfunktionen im allgemeinen geringere Bedeutung von langfristigen Unternehmensbeziehungen spiegelt hingegen wahrscheinlich die Tatsache wider, dass diese Unternehmensfunktionen Aufgaben oder Projekten dienen, die eher temporärer Art sind oder möglicherweise ein geringeres strategisches Risiko beinhalten. Denkbar sind hier beispielsweise das *Outsourcing* der Büoreinigung bzw. die Beauftragung einer Auditfirma mit der Prüfung der Unternehmenskonten. Auch die Netze der in diese Funktionen einbezogenen Akteure unterliegen eher Fluktuationen, möglicherweise aufgrund von günstigeren

Angeboten oder dem speziellen Fachwissen, das zu einem bestimmten Zeitpunkt benötigt wird.

Auch bei einer Untersuchung der Arten von Unternehmensbeziehungen nach Haupttätigkeit bzw. unterstützender Funktion zwischen den einzelnen Ländern ergeben sich interessante Aspekte. So sind zwar kurzfristige Beziehungen im Allgemeinen im Verkauf und Marketing, FuE und IKT von erheblich größerer

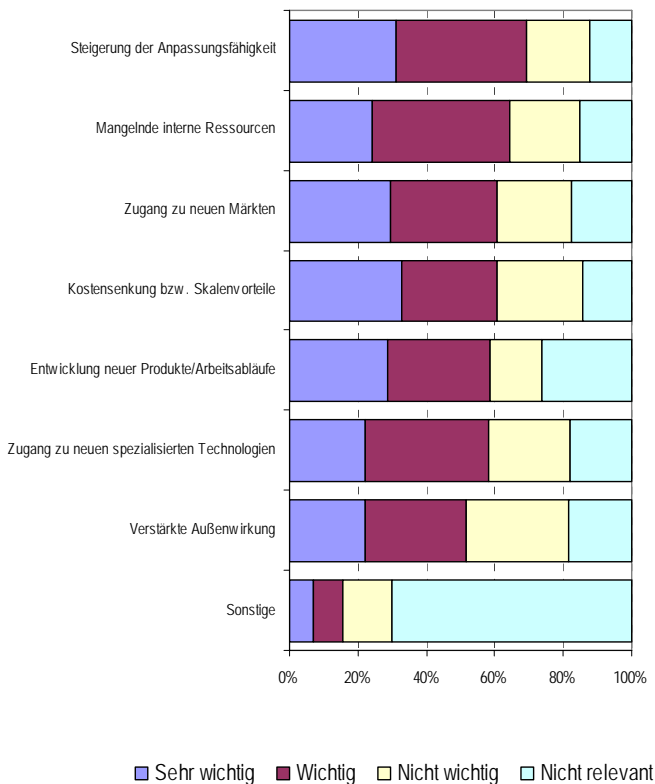
Bedeutung, dies ist aber in Dänemark besonders ausgeprägt. Networking ist in Verkauf und Marketing sowie IKT weiter verbreitet, und zwar insbesondere in Schweden. Demgegenüber ist in Portugal die Bedeutung des Outsourcing für andere in jeder unterstützenden Unternehmensfunktion größer, und zwar vornehmlich bei Hilfsdiensten.

## Gründe für die Aufnahme von Beziehungen mit anderen Unternehmen

Beziehungen zu anderen Unternehmen werden aus verschiedenen Gründen aufgenommen, wobei das gemeinsame Ziel die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit ist. Zu den Gründen für Unternehmenskooperationen zählen die Steigerung der Anpassungsfähigkeit, die Optimierung der Ressourcen oder Sachkenntnisse und die Kostensenkung sowie Skalenvorteile. Einige Gründe scheinen jedoch eine größere Rolle zu spielen als andere.

Die „Steigerung der Anpassungsfähigkeit“ wird von durchschnittlich 70 % der Unternehmen als sehr wichtig oder wichtig betrachtet (Abbildung 6). Unter „Anpassungsfähigkeit“ ist die Fähigkeit zu verstehen, schnell auf veränderte Marktbedingungen in einem zunehmend wettbewerbsfähigerem Umfeld zu reagieren, beispielsweise im Hinblick auf Produktdiversifizierung, Versorgungskettenmanagement, vertikale Integration oder den kostengünstigsten Standort von Betriebsanlagen und Vertriebsnetzen.

Abb. 6: Hauptgründe für die Aufnahme von Unternehmensbeziehungen in der Haupttätigkeit, Durchschnitt der Länder, für die Daten vorliegen



\* ohne Frankreich.

Quelle: Eurostat (SUS)

Mit 65 % liegen „mangelnde interne Ressourcen“ bei den Gründen für Unternehmenskooperation an zweiter Stelle. Diese Ressourcen, die häufig über das Kerngeschäft des Unternehmens hinausgehen, betreffen beispielsweise Marktforschung, Logistik, spezialisierte Arbeitsvermittlung sowie zahlreiche weitere Tätigkeiten.

Interessanterweise wird die „verstärkte Außenwirkung“ demgegenüber in den meisten Fällen als unwichtig betrachtet. Obgleich eine verstärkte Außenwirkung natürlich durch die Unternehmensfunktion Verkauf und Marketing angestrebt wird, steigern Unternehmen ihre Außenwirkung in ihrer Haupttätigkeit auch durch die Geschäftsbeziehungen, die sie mit Kunden oder Partnern unterhalten und die sie werbewirksam einsetzen können.

Wie aus Tabelle 1 hervorgeht, sind einige Gründe für eine Reihe von Mitgliedstaaten von weit größerer Bedeutung als für andere. Dies gilt beispielsweise für Deutschland und Finnland, wo die „verstärkte Außenwirkung“ an dritter Stelle bei den genannten Gründen liegt oder für Schweden, wo der „Zugang zu neuen/spezialisierten Technologien“ an dritter Stelle rangiert.

Tabelle 1: Die am häufigsten genannten Gründe für die Aufnahme von Unternehmensbeziehungen

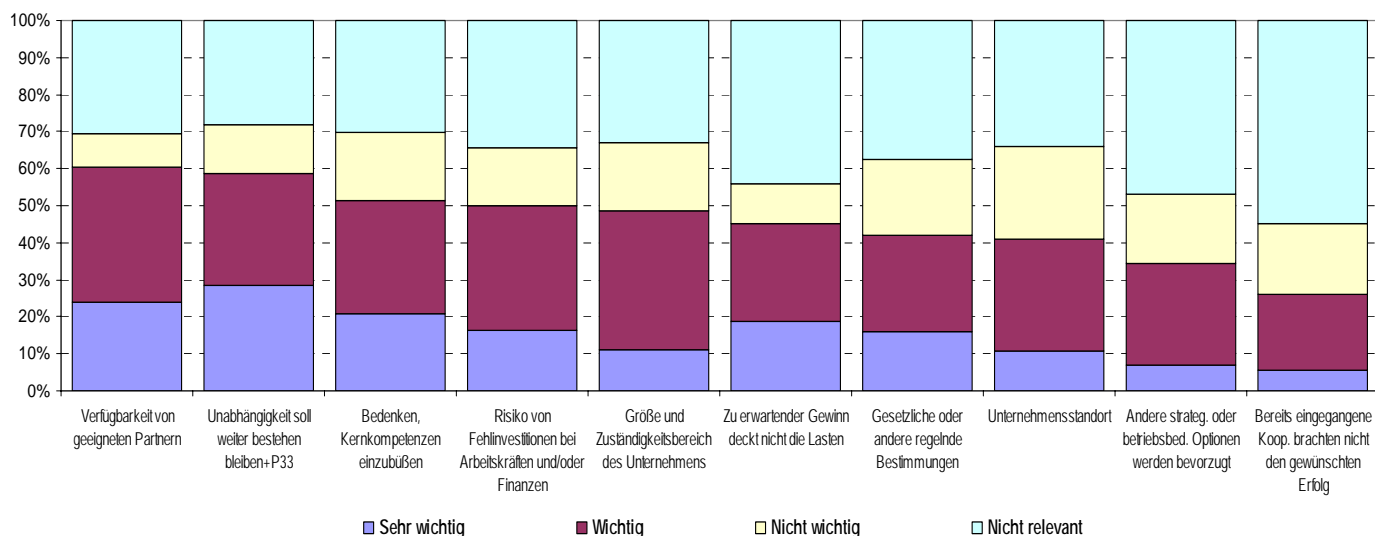
Land	Rang	Grund
Deutschland	1	Steigerung der Anpassungsfähigkeit (78%)
	2	Kostensenkung bzw. Skalenvorteile/mangelnde interne Ressourcen (zusammen 69%)
	3	Verstärkte Außenwirkung (68%)
Dänemark	1	Kostensenkung bzw. Skalenvorteile (81%)
	2	Steigerung der Anpassungsfähigkeit (79%)
	3	Entwicklung neuer Produkte/Arbeitsabläufe (71%)
Finnland	1	Kostensenkung bzw. Skalenvorteile (87%)
	2	Mangelnde interne Ressourcen (86%)
	3	Verstärkte Außenwirkung (84%)
Frankreich*	1	Zugang zu neuen Märkten (57%)
	2	Mangelnde interne Ressourcen (45%)
	3	Steigerung der Anpassungsfähigkeit (41%)
Portugal	1	Mangelnde interne Ressourcen (74%)
	2	Steigerung der Anpassungsfähigkeit (64%)
	3	Kostensenkung bzw. Skalenvorteile (57%)
Schweden	1	Steigerung der Anpassungsfähigkeit (76%)
	2	Kostensenkung bzw. Skalenvorteile (73%)
	3	Zugang zu neuen/spezialisierten Technologien (68%)

\*auf der Grundlage einer anderen Methodik.

Quelle: Eurostat (SUS)

## Hinderungsgründe für Unternehmensbeziehungen

Abbildung 7: Haupthinderungsgründe für die Aufnahme von Unternehmensbeziehungen, Durchschnitt der Länder, für die Daten vorliegen\*



\*DE, DK, FI, PT und SE.

Quelle: Eurostat (SUS)

Unternehmen können häufig aus einer Reihe von Gründen keine Beziehungen zu anderen Unternehmen aufnehmen; hierzu gehören beispielsweise die Tatsache, dass nicht der richtige Partner gefunden werden kann, Bedenken, das Kerngeschäft zu verwässern oder regulative Angelegenheiten.

Zu den Haupthindernissen, die von den Unternehmen als "sehr wichtig" oder "wichtig" betrachtet werden, gehört die "Verfügbarkeit geeigneter Geschäftspartner", gefolgt von der Angabe "Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben"; etwa 60 % der Unternehmen gaben diese Hinderungsgründe an (Abbildung 7).

Der am wenigsten oft genannte Hinderungsgrund – der nur von 35 % der Unternehmen als Problem empfunden wird – ist "Bereits eingegangene Kooperationen brachten nicht den gewünschten Erfolg".

Als Beweis für die Zuversicht der Unternehmen, Beziehungen zu Unternehmen in anderen Ländern einzugehen, ist unter Umständen die Tatsache zu werten, dass der Hinderungsgrund "Unternehmensstandort" größtenteils als "nicht wichtig" betrachtet wird. Darin spiegelt sich sehr wahrscheinlich auch die Zuversicht der Unternehmen wider, Beziehungen zu Unternehmen in anderen EU-Mitgliedstaaten einzugehen (und die Vorteile des Binnenmarkts, wie ungehinderten Handel, den Euro, Rechtsschutz usw.). In dieser Hinsicht kann man auch an die Vorteile des Internet und die Überwindung von Sprachbarrieren denken.

Bezogen auf die einzelnen Mitgliedstaaten werden andere Hinderungsgründe als wichtiger betrachtet als die "Verfügbarkeit von geeigneten Geschäftspartnern" oder "Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben" (Tabelle 2). Portugiesische Unternehmen geben beispielsweise "Größe und Zuständigkeitsbereich des Unternehmens" sowie "Unternehmensstandort" am häufigsten als Haupthinderungsgründe an. Auch von schwedischen Unternehmen wird als Haupthinderungsgrund "Größe und Zuständigkeitsbereich des Unternehmens" genannt.

Tabelle 2: Die drei wichtigsten Hinderungsgründe für die Aufnahme von Unternehmensbeziehungen

Deutschland	1 Verfügbarkeit von geeigneten Geschäftspartnern (65%) 2 Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben (63%) 3 Bedenken, Kernkompetenzen einzubüßen (53%)
Dänemark	1 Risiko von Fehlinvestitionen bei Arbeitskräften und/oder Finanzen (50%) 2 Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben (49%) 3 Bedenken, Kernkompetenzen einzubüßen (48%)
Finnland	1 Verfügbarkeit von geeigneten Geschäftspartnern (67%) 2 Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben (65%) 3 Risiko von Fehlinvestitionen bei Arbeitskräften und/oder Finanzen /Bedenken, Kernkompetenzen einzubüßen (zus. 64%)
Frankreich*	1 Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben (59%) 2 Größe und Zuständigkeitsbereich des Unternehmens (27%)
Portugal	1 Größe und Zuständigkeitsbereich des Unternehmens/Unternehmensstandort (zus. 74%) 2 Verfügbarkeit von geeigneten Geschäftspartnern (47%) 3 Zu erwartender Gewinn deckt nicht die Lasten (39%)
Schweden	1 Größe und Zuständigkeitsbereich des Unternehmens (47%) 2 Kooperationen wurden schon eingegangen, brachten jedoch nicht den gewünschten Erfolg/Verfügbarkeit von geeigneten Geschäftspartnern (zus. 39%) 3 Bedenken, Kernkompetenzen einzubüßen (34%)

\*Frankreich: auf der Grundlage der vorliegenden Daten. Quelle: Eurostat (SUS)

## Wahrgenommene Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit

Wie bereits am Anfang der vorliegenden Veröffentlichung erwähnt, scheinen Beziehungen zu anderen Unternehmen die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, zumindest nach Einschätzung der Unternehmen selbst. Darüber hinaus sind die Unternehmen für die Zukunft sogar noch optimistischer (siehe Deckblatt, Abbildung 1).

Betrachtet man die verschiedenen Wirtschaftszweige auf der Ebene der NACE-Abschnitte, so sind je nach Land erhebliche Unterschiede festzustellen, was die Wahrnehmung der Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit in ihrer Haupttätigkeit durch die Unternehmen betrifft. Bei der Untersuchung der Tendenzen in den verschiedenen in die Erhebung einbezogenen Wirtschaftszweigen (NACE-Abschnitte D, F, G, H, I und K) messen Bauunternehmen (F) in Deutschland beispielsweise Unternehmensbeziehungen die geringste Bedeutung für ihre Wettbewerbsfähigkeit bei, und zwar sowohl in den drei letzten als auch in den drei nächsten Jahren. Demgegenüber schätzten Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe (D) und insbesondere im Dienstleistungssektor (G, H, I und K) die Bedeutung von Unternehmenskooperationen für ihre Wettbewerbsfähigkeit im Allgemeinen positiver ein.

In Portugal schätzten die Unternehmen im Baugewerbe (F) und im Handel (G) die Aussichten in den nächsten drei Jahren am optimistischsten ein: 77 % bzw. 75 % der Unternehmen erwarten, dass sich Unternehmenskooperationen positiv auf ihre Wettbewerbsfähigkeit auswirken werden, während nur 50 % der Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe (D) dieser Auffassung sind.

Die wahrgenommenen Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit scheinen davon abzuhängen, ob die Beziehungen mit der Haupttätigkeit oder mit einer unterstützenden Unternehmensfunktion in Zusammenhang stehen. Wie aus Abbildung 8 hervorgeht, werden die Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit in den letzten drei Jahren im Allgemeinen für die "Haupttätigkeit" und "Verkauf und Marketing" am bedeutendsten eingeschätzt. Interessanterweise sind in Dänemark jedoch die meisten Unternehmen der Auffassung, dass sich Unternehmenskooperationen bei der Funktion FuE positiv auf ihre Wettbewerbsfähigkeit auswirken.

Nach den erwarteten Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf ihre Wettbewerbsfähigkeit in den nächsten drei Jahren gefragt, messen die Unternehmen den Kooperationen wiederum für ihre "Haupttätigkeit" die größte Bedeutung bei (Abbildung 9). Während jedoch "Verkauf und Marketing" in der Regel bei der Einschätzung der Auswirkungen in der Vergangenheit an zweiter Stelle liegt, sind die Unternehmen bei den Zukunftsaussichten hier weniger optimistisch. Stattdessen rangiert die Funktion FuE bei den Zukunftserwartungen der Unternehmen an zweiter Stelle. Dies gilt nicht nur für Dänemark, sondern auch für Finnland und Schweden, Länder mit einem allgemein innovationsfreundlichen Klima.

Interessanterweise sind die Unternehmen in Dänemark und Portugal hinsichtlich der Auswirkungen auf FuE für die

Zukunft etwas weniger optimistisch als in Bezug auf die Vergangenheit.

Abb. 8: Wahrgenommene Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit in den letzten drei Jahren, nach Unternehmensfunktion

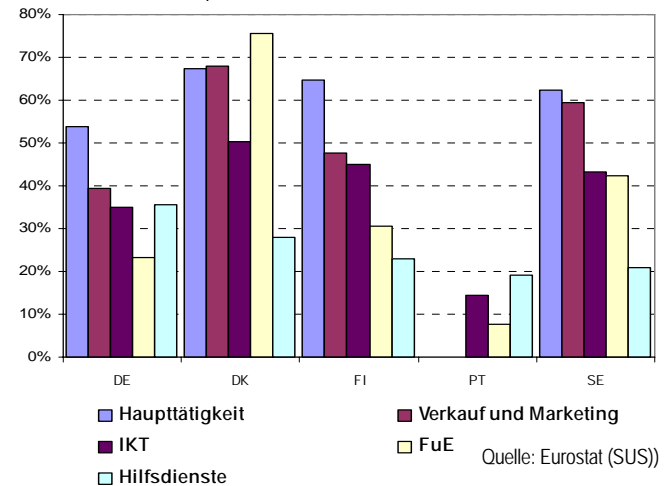
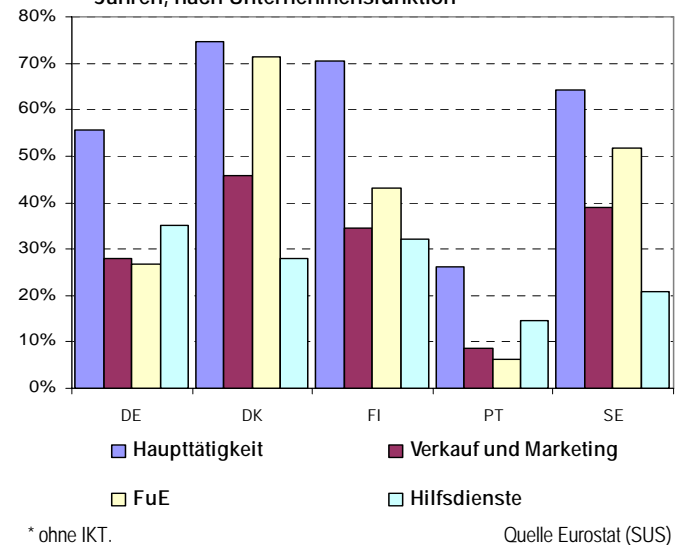


Abb. 9: Erwartete Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit in den nächsten drei Jahren, nach Unternehmensfunktion\*



Abschließend ist festzustellen, dass diese ersten Ergebnisse der Ad-hoc-Erhebung von Eurostat über die Beziehungen zwischen Unternehmen einen Beitrag leisten können zur Ermittlung des Umfangs, der Art und der Entwicklungstendenzen von Unternehmensbeziehungen. Es treten verschiedene Strukturen zutage, wobei die Bereitschaft eines Unternehmens zur Aufnahme von lang- und kurzfristigen Beziehungen von der Unternehmensgröße und der Geschäftstätigkeit abzuhängen scheint sowie davon, ob die Beziehungen mit der Haupttätigkeit oder unterstützenden Funktionen in Zusammenhang stehen. Die Untersuchung der Gründe sowie der Hinderungsgründe für die Aufnahme von Unternehmensbeziehungen und ihrer wahrgenommenen Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit trägt zur Vervollständigung dieses Bildes bei.

## ➤ WISSENSWERTES ZUR METHODIK

### DATENQUELLEN

Alle in dieser Veröffentlichung verwendeten Daten stammen von Eurostat (sofern nicht anders angegeben). Die meisten Datenquellen werden laufend aktualisiert und erforderlichenfalls überarbeitet. Die vorliegende Veröffentlichung entspricht dem Stand der Daten vom Oktober 2006.

Die **Strukturelle Unternehmensstatistik (SUS)** ist die wichtigste Datenquelle für die vorliegende Veröffentlichung, insbesondere die ersten Ergebnisse der Erhebung über Beziehungen zwischen Unternehmen.

Diese Erhebung wurde Ende 2003 von den nationalen statistischen Ämtern von sechs EU-Mitgliedstaaten (Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Portugal und Schweden) durchgeführt. Die Erhebung ist eine einmalige Maßnahme, die aber in der Zukunft wiederholt werden kann. Bei der Stichprobengröße waren zwischen den einzelnen Ländern Unterschiede zu verzeichnen; in den größeren Ländern umfasste sie bis zu 10 000 Unternehmen.

Diese und andere SUS-Datensätze sind unter dem Thema "Industrie, Handel und Dienstleistungen" auf der Eurostat-Website zu finden unter: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/> ("Daten"/"Industrie, Handel und Dienstleistungen"/"Horizontale Ansicht"/"Strukturelle Unternehmensstatistik" auswählen). Ausgewählte Veröffentlichungen, Daten und Hintergrundinformationen stehen in dem Abschnitt "Europäische Unternehmen" zur Verfügung, der direkt unter dem Thema "Industrie, Handel und Dienstleistungen" auf der Eurostat-Website abrufbar ist.

### MITTELWERT

Sofern nicht anders angegeben, setzt sich der "Mittelwert" aus den sechs Mitgliedstaaten zur Verfügung, deren Daten am systematischsten zur Veröffentlichung zur Verfügung stehen. Bei diesen Mitgliedstaaten handelt es sich um DE, DK, FI, FR, PT und SE.

### SYMBOLE

": nicht verfügbar oder vertraulich.

### BEOBSACHTUNGSEINHEIT

Die Beobachtungseinheit ist das Unternehmen. Ein Unternehmen übt eine oder mehrere Tätigkeiten an einem oder mehreren Standorten aus. Unternehmen werden entsprechend ihrer Haupttätigkeit in Wirtschaftszweige eingeteilt (nach der NACE). Das Unternehmen ist nicht mit der örtlichen Einheit zu verwechseln, die ein Unternehmen oder ein Teil eines Unternehmens an einem räumlich festgestellten Ort ist.

### WIRTSCHAFTSZWEIGE

Die Statistiken werden nach Wirtschaftszweigen gemäß der Systematik NACE Rev. 1.1 dargestellt. Die Zielpopulation der Erhebung ist definiert als ein Unternehmen, dessen Haupttätigkeit in einen von 21 einzelnen Wirtschaftszweigen des Verarbeitenden Gewerbes (NACE D), Bau (F) bzw. Dienstleistungen (G-K, ohne J) fällt. Unternehmen, die im Bergbau (C) und der Energieversorgung (E) tätig sind, waren daher von der Erhebung ausgeschlossen.

### VARIABLEN DER STRUKTURELLEN UNTERNEHMENSSTATISTIK

In der vorliegenden Veröffentlichung werden zwei Variablen zugrunde gelegt:

#### **Zahl der Beschäftigten**

Die Gesamtzahl der Personen, die in der Beobachtungseinheit tätig sind, sowie Personen, die außerhalb der Einheit tätig sind, aber zu ihr gehören und von ihr vergütet werden. Dazu gehören

mitarbeitende Inhaber, unbezahlt mithelfende Familienangehörige, Teilzeitkräfte, Saisonarbeiter usw.

#### **Wertschöpfung zu Faktorkosten**

Durch betriebliche Aktivitäten erzielte Bruttoerträge nach Wertberichtigung in Bezug auf betriebliche Subventionen und indirekte Steuern (einschließlich Mehrwertsteuer).

### FRAGEBOGEN: HAUPTELEMENTE

Die vorliegende Veröffentlichung stützt sich auf Daten, die durch die folgenden Erhebungsfragen gewonnen wurden. An dieser Stelle werden nicht alle Fragen wiedergegeben.

#### **1) Gehört Ihr Unternehmen einer Unternehmensgruppe an?**

Mit dieser Frage sollte der Erhebungsbereich auf Beziehungen mit anderen Unternehmen eingeschränkt werden; Beziehungen mit Unternehmen innerhalb derselben Gruppe waren daher von der Erhebung ausgeschlossen.

#### **2) Arten von Unternehmensbeziehungen: Welche der folgenden Arten von Beziehungen mit anderen Unternehmen unterhalten Sie in den folgenden Tätigkeitsbereichen?**

Diese Frage bezieht sich auf sieben Arten von Unternehmensbeziehungen (*Outsourcing* für andere, *Outsourcing* an andere, *Franchising*, *Networking*, Lizenznahme, Lizenzvergabe, *Joint Venture*) sowie auf temporäre Kooperationen anderer Art. Die Frage wurde im Hinblick auf die Haupttätigkeit des Unternehmens und unterstützende Unternehmensfunktionen (Verkauf und Marketing, IKT, FuE und Hilfsdienste) gestellt.

#### **4) Gründe für Unternehmensbeziehungen**

Diese Frage bezieht sich auf die Beurteilung der Bedeutung von 11 vorgegebenen Gründen (Entwicklung neuer Produkte und Arbeitsabläufe, mangelnde interne Ressourcen, verstärkte Außenwirkung, Steigerung der Anpassungsfähigkeit, Kostensenkung oder Skalenvorteile, Zugang zu neuen Märkten, Zugang zu neuen oder verbesserten Technologien/Fähigkeiten) sowie "Sonstige". Diese Frage wurde im Hinblick auf die "Haupttätigkeit" des Unternehmens und unterstützende Unternehmensfunktionen (Verkauf und Marketing, IKT, FuE und Hilfsdienste) gestellt. Die vorgegebenen Gründe wurden von den Unternehmen anhand einer Skala ("sehr wichtig", "wichtig", "nicht wichtig", "nicht relevant/weiß nicht") beurteilt.

#### **6) Bedeutung von Unternehmensbeziehungen für die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens**

Es wurden Fragen zu den geschätzten Auswirkungen von Unternehmensbeziehungen auf die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens in den letzten und den nächsten drei Jahren im Hinblick auf die Haupttätigkeit und jede einzelne unterstützende Funktion gestellt. Auf der Beurteilungsskala waren sechs Möglichkeiten vorgegeben: "stark anwachsend", "etwas anwachsend", "unverändert", "etwas abnehmend", "stark abnehmend", "nicht relevant/weiß nicht".




#### **8) Hinderungsgründe für Unternehmenskooperationen**

Als Hinderungsgründe waren vorgegeben: Beziehungen nur innerhalb der Unternehmensgruppe möglich, Unternehmensstandort, Größe und Zuständigkeitsbereich des Unternehmens, Verfügbarkeit von geeigneten Partnern, gesetzliche oder andere regelnde Bestimmungen, Bedenken, Kernkompetenz oder Unabhängigkeit einzubüßen, Risiko von Fehlinvestitionen bei Arbeitskräften und/oder Finanzen, bereits eingegangene Kooperationen brachten nicht den gewünschten Erfolg, Unabhängigkeit soll weiter bestehen bleiben, andere strategische oder betriebsbedingte Optionen werden bevorzugt, zu erwartender Gewinn deckt nicht die Lasten, sonstige. Auf der Beurteilungsskala waren sechs Möglichkeiten vorgegeben: "stark anwachsend", "etwas anwachsend", "unverändert", "etwas abnehmend", "stark abnehmend", "nicht relevant/weiß nicht".

## Weitere Informationsquellen:

Daten: [EUROSTAT Webseite/Leitseite/Industrie, Handel und Dienstleistungen/Daten](#)

### Industrie, Handel und Dienstleistungen

-  Industrie, Handel und Dienstleistungen - horizontale Ansicht
-  Besondere Themen der strukturellen Unternehmensstatistik
-  Unternehmensbeziehungen

---

### Journalisten können den Media Support Service kontaktieren:

BECH Gebäude Büro A4/125  
L - 2920 Luxembourg

Tel. (352) 4301 33408  
Fax (352) 4301 35349

E-mail: [eurostat-mediasupport@ec.europa.eu](mailto:eurostat-mediasupport@ec.europa.eu)

### European Statistical Data Support:

Eurostat hat zusammen mit den anderen Mitgliedern des „Europäischen Statistischen Systems“ ein Netz von Unterstützungszentren eingerichtet; diese Unterstützungszentren gibt es in fast allen Mitgliedstaaten der EU und in einigen EFTA-Ländern.

Sie sollen die Internetnutzer europäischer statistischer Daten beraten und unterstützen.

Kontakt Informationen für dieses Unterstützungsnetz finden Sie auf unserer Webseite:  
<http://ec.europa.eu/eurostat/>

---

Ein Verzeichnis unserer Verkaufsstellen in der ganzen Welt erhalten Sie beim:

### Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften

2, rue Mercier  
L - 2985 Luxembourg

URL: <http://publications.europa.eu>  
E-mail: [info-info-opoce@ec.europa.eu](mailto:info-info-opoce@ec.europa.eu)

---