

Exporte | 01.05.2014 | Lesezeit 1 Min.

## Online zum Erfolg

*Obwohl deutsche Unternehmen Informations- und Kommunikationstechnologien weniger nutzen als die Konkurrenz im Ausland, profitiert die heimische Wirtschaft dennoch vom Internet. Wie sehr, zeigt eine neue Studie der IW Consult.*

---

„Made in Germany“ steht für Qualität. Doch genau das Gegenteil war die Absicht des Erfinders: Als die Briten das Siegel 1887 auf der Insel einführten, sollte es die preiswerteren deutschen Produkte als minderwertig kennzeichnen. Dass made in Germany heute deutsche Wertarbeit und höchste Qualität garantiert, ist ein Erfolg der deutschen Wirtschaft: Sie ist konstant unter den Top 3 der Weltmarktführer.

Einen wichtigen Beitrag dazu leistet heutzutage auch das Internet (Kasten). Die IW Consult hat Ende des Jahres 2013 insgesamt 1.900 deutsche Unternehmen danach befragt, wie viele zusätzliche Exportgeschäfte allein durch das Internet zustande kamen - etwa, weil neue Geschäftspartner sie über ihre Website gefunden haben. Das Ergebnis:

**Die deutsche Wirtschaft hat demnach im Jahr 2012 über ihre Internetaktivitäten 87,5 Milliarden Euro an zusätzlichen Exporteinnahmen erwirtschaftet.**

Davon entfielen auf die Industrie 78,4 Milliarden Euro und auf die Dienstleister 9,1 Milliarden Euro.

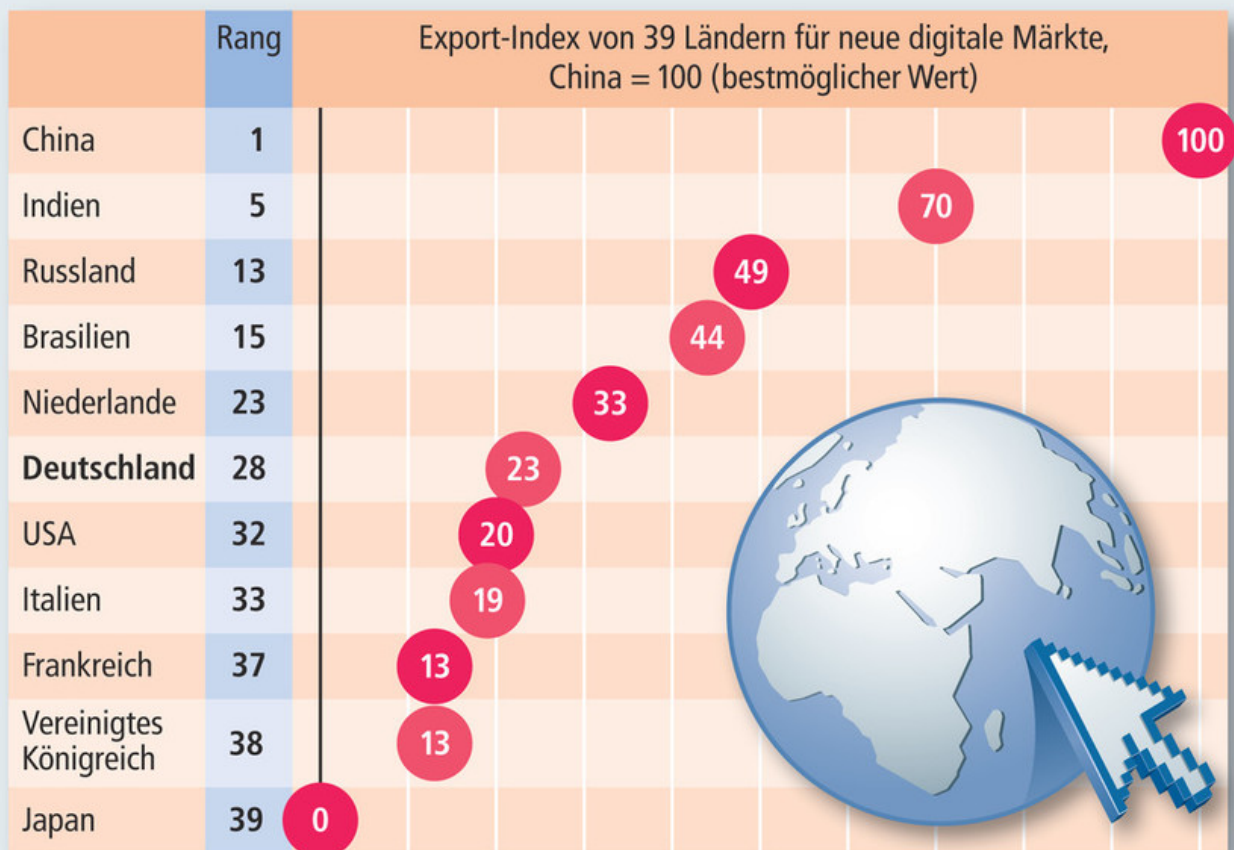
Die Exportsteigerungen durch das Internet könnten allerdings noch weitaus größer sein, denn im Vergleich zu anderen Ländern unterschätzen deutsche Unternehmen bislang das Potenzial der Informations- und Kommunikationstechnologien. Die Firmen erschließen noch zu zögerlich neue Märkte dort, wo das Internet verstärkt genutzt

wird (Grafik).

## Export goes digital

Länder, in denen Unternehmen im Zeitraum zwischen 2002 und 2011 neue digitale Märkte intensiv für ihr Exportgeschäft nutzten

**Lesebeispiel:** China hat am stärksten von der steigenden Internetnutzung in den Zielländern seiner Exporte profitiert – beispielsweise dadurch, dass aufgrund erfolgreicher Online-Werbung neue Kunden aus dem Ausland gewonnen werden konnten. Für Japan war der Nutzen am geringsten.



Quellen: IW Consult, Weltbank, World Input-Output Database

 Institut der deutschen  
Wirtschaft Köln

© 2014 IW Medien · iwd 18

So fällt beispielsweise der Anteil deutscher Unternehmen, die eine eigene Website

haben, mit 84 Prozent geringer aus als der von Firmen in einigen anderen europäischen Staaten. Am höchsten ist die Quote in Finnland mit 94 Prozent, gefolgt von Dänemark mit 92 Prozent.

Kleine Unternehmen haben das Potenzial des Internets für den Export insgesamt bereits deutlicher erkannt als Großbetriebe. Sie stehen auch mehr unter Druck: So gaben fast 60 Prozent der kleineren befragten Firmen an, dass sie das Internet nutzen müssen, um Geschäfte abzuwickeln.

## **Verkaufsschlager Kuckucksuhr**

Eine Erfolgsgeschichte ist die deutsche Kuckucksuhr: Der heimische Markt ist gesättigt, aber das Interesse weltweit groß. Damit nicht nur Touristen vor Ort im Schwarzwald eine Kuckucksuhr kaufen können, sind die Betriebe mittlerweile auch im Internet vertreten. Über Online-Shops liefern sie ihr Handwerk in alle Welt - vor allem nach Asien.

### **Kernaussagen in Kürze:**

- Obwohl deutsche Unternehmen Informations- und Kommunikationstechnologien weniger nutzen als die Konkurrenz im Ausland, profitiert die heimische Wirtschaft dennoch vom Internet.
- Die deutsche Wirtschaft hat im Jahr 2012 über ihre Internetaktivitäten 87,5 Milliarden Euro an zusätzlichen Exporteinnahmen erwirtschaftet.
- Die Exportsteigerungen durch das Internet könnten noch weitaus größer sein, denn im Vergleich zu anderen Ländern unterschätzen deutsche Unternehmen bislang das Potenzial der Informations- und Kommunikationstechnologien.