

Presseinformation **28. Juli 2006**

Wie international ist der deutsche Mittelstand?

McKinsey-Umfrage Unternehmertum Deutschland startet zweite Runde der bundesweiten Aktion

Düsseldorf (28.07.06). "Eine Perspektive für profitables Wachstum" – unter diesem Motto ist am Freitag die zweite Runde der bundesweiten Mittelstandsstudie "Unternehmertum Deutschland" gestartet. Sie untersucht die Internationalisierung des industriell geprägten deutschen Mittelstands und will dafür konkrete Handlungsempfehlungen erarbeiten. Hintergrund sind das enorme Wirtschaftswachstum in China, Indien und Osteuropa sowie die gleichzeitig stagnierenden Heimatmärkte. Befragt werden mehr als 4.000 Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 50 Millionen und drei Milliarden Euro. Sie äußern sich zu Motiven, Erwartungen, Problemen und Strategien im Zuge der Internationalisierung.

"Unternehmertum Deutschland" ist eine Initiative der Unternehmensberatung McKinsey & Company und des Lehrstuhls für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship (LEMEX) an der Universität Bremen.

"Unternehmen mit einem klaren strategischen Fokus auf Internationalisierung und Innovation arbeiten profitabler und wachsen schneller. Das ergab die erste Runde unserer Studie Unternehmertum Deutschland", sagt Jürgen Meffert, Director bei McKinsey und Leiter der Mittelstandsinitiative des Beratungsunternehmens. "Jetzt wollen wir herausfinden, wie Mittelständler ihr Geschäft erfolgreich internationalisieren können."

An der ersten Runde der Untersuchung vor zwei Jahren beteiligten sich mehr als 700 Unternehmen und beantworteten Fragen zu Wertschöpfung, Globalisierung, Innovation, Finanz- und Risikomanagement sowie Führung und Organisation. Die Antworten zeigten, dass für die Geschäftsführung vieler Unternehmen die Internationalisierung des Absatzes – besonders nach Osteuropa und China – derzeit eines der wichtigsten Themen ist.

Unternehmertum Deutschland ist eine Initiative von
McKinsey & Company und dem Institut LEMEX der Universität Bremen.



Ziel der aktuellen Untersuchung sei es daher, Erfolgsfaktoren zu identifizieren und Transparenz über Chancen und Risiken zu schaffen. "Wir wollen Wachstumschancen für den Mittelstand und Best Practice Beispiele aufzeigen sowie branchenspezifische Handlungsempfehlungen erarbeiten", erläutert Meffert.

Wie funktioniert "Unternehmertum Deutschland"?

Bis zum 31. August 2006 äußern sich Geschäftsführer und Vorstände zu Problemen bei der Internationalisierung. Außerdem geht es um die Einschätzung von Wachstumsregionen, Expansionsmöglichkeiten, grundsätzliche und konkrete Strategien sowie die Bedeutung des Auslandsgeschäfts für das Unternehmen insgesamt.

Die Ergebnisse der Umfrage werden mit dem Industrie-Know-how und der wissenschaftlichen Expertise der Initiatoren gebündelt und im Frühjahr 2007 der Öffentlichkeit vorgestellt. Alle Teilnehmer erhalten nach Abschluss der Studie eine ausführliche Dokumentation der Ergebnisse sowie eine spezielle Einordnung ihrer jeweiligen Branche.

Sie können diese Pressemitteilung sowie weitere Informationen im Internet unter www.unternehmertum-deutschland.de abrufen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Josef Arweck,
Tel.: 089 5594-8336, E-Mail: Josef_Arweck@mckinsey.com