

***Automotive Zulieferindustrie
als Exporterfolg –
Strategien für Post-COVID***



Wien, im März 2021

**Die vorliegende Studie wurde im Auftrag der
AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA durchgeführt.**



Projektteam:

FH-Hon. Prof. Dr. Dr. Herwig W. SCHNEIDER

Daran DEMIROL, BA

Klara FUCHSREITER,BA

Peter LUPTÁČIK

Bei der Erstellung dieser Studie wurde zu Gunsten der Darstellbarkeit und Lesbarkeit auf eine durchgehend geschlechtsspezifische Schreibweise verzichtet. Sofern männliche Schreibweisen verwendet werden, beinhalten diese bei Entsprechung auch die weibliche Form.



Industriewissenschaftliches Institut
A-1050 Wien, Mittersteig 10/4
Tel.: +43-1-513 44 11 DW 2070
Fax: +43-1-513 44 11 DW 2099
E-mail: schneider@iwi.ac.at

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	4
1. Einleitung	6
2. Kernergebnisse der Befragung	9
2.1 Struktur der (befragten) Automotiven Zulieferer	9
2.2 Kundenstruktur der Automotiven Zulieferer s	15
2.3 Relevanz von Wasserstofftechnologien im Automotiven Bereich	17
2.4 Exportentwicklung im Rahmen der Covid-19-Pandemie	21
2.5 Direktinvestitionen ins Ausland	23
2.6 Geographische Aktivitäten der Automotiven Zulieferer und ihrer Kunden	24
2.7 COVID-19-Pandemie und ihre Herausforderungen	29
2.8 Kooperationsstrukturen und (Kunden-)Netzwerke	33
2.9 Stimmungsbild zum Bereich Mobilität	35
2.10 Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer	37
3. Zusammenfassendes Fazit	41
4. Quellen	43
Anhang: Fragenkatalog	44

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Positionierung in globalen Megatrends	7
Abb. 2: Umsatz- und Beschäftigtenanteil des Automotiven Bereichs der Automotiven Zulieferer	11
Abb. 3: Anteil der im Ausland erzielten Exportumsätze insgesamt und Automotive	11
Abb. 4: Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer.....	13
Abb. 5: Position von Kunden der Automotiven Zulieferern.....	15
Abb. 6: Anwendung von Wasserstofftechnologien – Status quo	18
Abb. 7: Tätigkeitsfelder von Wasserstofftechnologien	19
Abb. 8: Stimmungsbild zu Wasserstofftechnologien	20
Abb. 9: Entwicklung der Exportaktivitäten der Automotiven Zulieferer.....	21
Abb. 10: Direktinvestitionen im Ausland.....	23
Abb. 11: Wirtschaftsräume der Automotiven Zulieferer	25
Abb. 12: Unternehmensaktivitäten der Automotiven Zulieferer in Großregionen	26
Abb. 13: Zusätzliche Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Pandemie.....	29
Abb. 14: Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	30
Abb. 15: Kooperation mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten	33
Abb. 16: Art der Kooperationsformen.....	34
Abb. 17: Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer.....	35
Abb. 18: Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer.....	36
Abb. 19: Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer.....	37
Abb. 20: Weitere Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer	39

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Volkswirtschaftliche Effekte der exportintensiven Automotiven Zulieferindustrie	6
Tab. 2: Rücklaufverteilung zur Erhebung der Automotiven Zulieferunternehmen	10
Tab. 3: Rücklaufstatistik zur Erhebung der Automotiven Zulieferunternehmen	10
Tab. 4: Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen	14
Tab. 5: Position von Kunden der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen	16
Tab. 6: Exportentwicklung zwischen März und September	22
Tab. 7: Exportentwicklung in den folgenden drei Jahren	22
Tab. 8: Geographische Aktivitäten der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen	24
Tab. 9: Hauptkunden der Automotiven Zulieferer	27
Tab. 10: Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer nach Exportregionen .	28
Tab. 11: Herausforderungen der Automotiven Zulieferer aufgrund von COVID-19 nach Beschäftigtengrößenklassen	30
Tab. 12: Kooperation der Automotiven Zulieferer mit Partnerfirmen auf internationalen Märkten nach Beschäftigtengrößenklassen	33
Tab. 13: Kooperationsformen von international kooperierenden Automotiven Zulieferern nach Beschäftigtengrößenklassen	35
Tab. 14: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen der Außenwirtschaft Austria	38
Tab. 15: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen der Außenwirtschaft Austria nach Regionen.	38
Tab. 16: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen	39
Tab. 17: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer nach Regionen	40
Tab. 18: Fragenkatalog des Lang- und Kurzfragebogens der Automotiven Zulieferer	44

1. Einleitung

Die Automotive Zulieferindustrie stellt einen wesentlichen Bestandteil der heimischen Volkswirtschaft dar, sie ist im heimischen Wirtschaftsgeflecht tief verwurzelt sowie positioniert sie sich sehr stark international. Besonders Exportaktivitäten spielen in der Branche eine bedeutende Rolle. Gerade deshalb ist es ein Anliegen detaillierter auf die Internationalisierung der Automotiven Zulieferindustrie im Lichte der Corona-Krise zu blicken, um einen strategischen Diskurs zu forcieren, wie Österreichs Automotive Industrie in der Post-COVID-Ära vorgehen soll, um dieses wesentliche Segment in der heimischen Volkswirtschaft zu sichern.

Tab. 1: Volkswirtschaftliche Effekte der exportintensiven Automotiven Zulieferindustrie

Volkswirtschaftliche Effekte der exportintensiven Automotiven Zulieferindustrie 2019 (Exportquoten über 80%)	Direkte Effekte	Indirekte Effekte	Induzierte Effekte	Gesamteffekte	ges.wirtschaftl. Anteil	Multiplikator
Umsatz (in Mio.EUR)	15.628	5.539	5.042	26.209	(-)	1,68
Produktionswert (in Mio. EUR)	14.468	5.127	4.668	24.263	3,30%	1,68
Wertschöpfung (in Mio. EUR)	4.292	2.206	2.566	9.064	2,55%	2,11
Beschäftigungsverhältnisse	41.393	30.028	40.009	111.430	2,31%	2,69
Vollzeitäquivalente	40.270	26.426	31.721	98.418	2,48%	2,44
Arbeitnehmerentgelte (in Mio. EUR)	2.448	1.343	1.410	5.201	2,70%	2,12
Fiskal- (exkl. KÖSt) und Sozialbeitragseffekte (in Mio. EUR)	1.117	696	1.104	2.917 (1.389+1.528)	(-)	(-)
... davon vorleistungsabhängige Gütersteuer	(-)	69	55	124	(-)	(-)
... davon konsumabhängige Gütersteuer	(-)	(-)	390	390	(-)	(-)
... davon Lohnsteuer	300	161	169	631	2,72%	2,10
... davon Dienstgeberbeiträge zum AFFB/FLAF	72	39	41	151	2,72%	2,10
... davon Kommunalsteuer	45	24	25	94	2,72%	2,10
... davon Sozialbeiträge der Arbeitnehmer	312	168	176	657	2,72%	2,10
... davon Sozialbeiträge der Arbeitgeber	388	236	248	872	2,58%	2,25
arbeitnehmerinduzierte Abgaben in Summe	1.117	627	660	2.404	2,67%	2,15
Investitionen (in Mio. EUR)	1.493	562	732	2.787	2,84%	1,87

Anm.: Auswertung nach ÖNACE 2008. IO-Tabelle 2016. Output-zu-Output-Modell des IWI; Die Effekte werden in Beziehung zu den entsprechenden Kennzahlen für Österreich gemäß Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung gesetzt (Referenzjahr 2019). Beschäftigungsverhältnisse (BV) werden modell-exogen ausgewiesen und mit den Mitarbeiterzahlen aus der Automotiven Zulieferdatenbank harmonisiert. Infolgedessen beruhen ebenso etwa die Arbeitnehmerentgelte mittelbar auf den Ergebnissen der IO-Analyse. Die Umlegung der Entgeltparameter sowie der Vollzeitäquivalente (VZÄ) erfolgt anhand des Verhältnisses der berechneten Effekte; Fiskaleffekte umfassen Lohnsteuer, Dienstgeberbeiträge zum AFFB/FLAF, Kommunalsteuer sowie vorleistungs- und konsumabhängige Gütersteuern (z.B. Mineralöl-, Mehrwertsteuer); Sozialbeiträge umschließen Sozialbeiträge für Arbeitnehmer und Arbeitgeber.

Quelle: IWI (2021)

Die Automotive Zulieferbranche umfasst die Herstellung von Waren, hier von Metalltechnischer Industrie über Elektro- und Elektroindustrie, chemische Industrie, Fahrzeugindustrie sowie der Textilindustrie bis hin zum diesbezüglichen Handel.¹ Eine Betrachtung der exportintensiven Unternehmen mit Exportquoten von über 80% zeigt, dass diese gesamtwirtschaftlich für einen Umsatz von **26,2 Mrd. EUR** verantwortlich sind und **111.430** Beschäftigungsverhältnisse absichern.

Aufgrund der intensiven Vernetzungen, die sich über die Unternehmensgrenzen hinweg erstrecken, stellen die exportintensiven Automotiven Unternehmen einen Motor in den umfassenden Wertschöpfungssystemen dar. So weisen sie hohe Multiplikatorenwirkungen in diversen anderen Branchen auf, dabei insbesondere Vorleistungen sowie mittelbare Effekte im Rahmen von Konsum und Investitionen. Direkt beschäftigen die Automotiven Zulieferunternehmen mit Exportquoten von über 80% **41.393 MitarbeiterInnen** und erwirtschaften einen Produktionswert von **14,5 Mrd. EUR**.

Die derzeit in der Gesellschaft vorherrschenden Megatrends rund um die Themen Globalisierung, Urbanisierung und Mobilität haben einen wesentlichen Bezug zu Automotiven Zulieferunternehmen und deren Umfeld. Diese Megatrends stellen einen Versuch dar, den Wandel der Welt bzw. die globalen technologischen und gesellschaftlichen Umbrüche modellhaft zu beschreiben. Das Zukunftsinstitut rund um Matthias Horx nennt gegenwärtig zwölf Megatrends, die auch auf die Unternehmen der Automotiven Wirtschaft einen erheblichen Einfluss haben.

Abb. 1: Positionierung in globalen Megatrends



Quelle: IWI (2021)

Dem Zukunftsinstitut entsprechend, welches 1998 gegründet wurde, gibt es gegenwärtig elf Megatrends, während Konnektivität, Globalisierung, Mobilität, Individualisierung sowie Urbanisierung oftmals am intensivsten auf die Automotive Zulieferindustrie wirken.² Hinzu kommen aktuell die Auswirkungen der fortwährenden Corona-Krise, die eine weitere große Herausforderung darstellt. Bereits im Jahr 2016 wurde festgestellt, dass transnationale Aktivitäten den künftigen Weg der kleinen, mittleren sowie großen Unternehmen festlegen. Durch die grenzüberschreitende Mobilität von (Produktions-)Netzwerken, welche in der Automotiven Branche vorwiegend herrscht,

¹ Der Begriff „Automotive“ ist ein Oberbegriff, der grundsätzlich für alle Fahrzeuge die von Kraftmaschinen angetrieben werden – egal ob (ein-/mehr-) spurgeführt oder nicht – Anwendung findet.

² <http://www.zukunftsinstitut.at/megatrends>. *Globalisierung*: Laut Zukunftsinstitut verliert Nationalität immer mehr an Bedeutung, während die globale Welt und die unmittelbare Region immer wichtiger werden – von der Globalisierung zur „Glokalisierung“. *Konnektivität*: Unter Konnektivität wird die neue Organisation der Menschheit in Netzwerken verstanden, wobei über das „Internet der Dinge“ nicht nur Menschen, sondern auch Maschinen miteinander kommunizieren (vgl. Industrie 4.0). *Mobilität*: Mobilität als Grundvoraussetzung unseres Lebens und Wirtschaftens. *Individualisierung*: Individualisierung als eine die Gesellschaft und Wirtschaft massiv verändernde Entwicklung. *Urbanisierung*: Städte werden mehr als jemals zuvor die kulturellen, ökonomischen und kreativen Zentren der Welt.

ergeben sich globale Wertschöpfungswege im internationalen Bereich, was wiederum eine hohe internationale Mobilität sowie einen hohen Internationalisierungsgrad abverlangt. Automotive Zulieferunternehmen sind veranlasst, rascher sowie flexibler auf die Bedürfnisse der Produzenten weltweit einzugehen.

Laut der Unternehmensberatung McKinsey sind es insbesondere vier Trends, die die Zukunft der Mobilität prägen werden. Diese lauten Autonomes Fahren (inkl. Halb-Autonomes Fahren), Connectivity (Fahrzeuge und Infrastruktur als wesentliche Bestandteile des permanent wachsenden Internets der Dinge), Elektrifizierung (Elektroautos und Fahrzeuge mit Wasserstoff-Brennzellen) und Shared Mobility (auch in Verbindung mit neuen Plattformen).³

Ziel der gegenständlichen Analyse ist es, kompakt empirisch gesicherte Informationen auszuarbeiten, um somit einen wesentlich notwendigen Strategiediskurs voranzutreiben. Sofern und soweit es durchführbar ist, soll diese Studie an die Vorgängerstudie „Die Internationalisierung der Automotiven Zulieferindustrie Österreichs“ (2017) anschließen und Veränderungen im Antwortverhalten berücksichtigen.

³ <https://www.mckinsey.de/publikationen/2019-03-13-aces-trends>

2. Kernergebnisse der Befragung

Das folgende Kapitel skizziert die Kundenstruktur und gibt Auskunft darüber, in welchem Maße die befragten Unternehmen in Entwicklungsprozessen involviert sind. Darüber hinaus setzt das Kapitel seinen Fokus auf die geographischen Tätigkeiten der Automotiven Zulieferer sowie ihrer Kunden. Ebenso wird auf potentielle durch die Corona-Krise ausgelösten zusätzlichen Herausforderungen hingewiesen sowie die Rolle der transnationalen Lieferketten betrachtet, mit welchen die Unternehmen konfrontiert sind. Zusätzlich wird auf Wasserstoff-Technologien, Brennstoffzelle-Technologien sowie auf den Bereich Mobilität eingegangen. Darüber hinaus wird die Dringlichkeit von Unterstützungsmaßnahmen für die internationalen Aktivitäten beleuchtet.

In nachfolgenden Abschnitten werden hinsichtlich der Kernergebnisse ebenso Subgruppen berücksichtigt, wie Unternehmens- bzw. Beschäftigungsgrößenklassen⁴ oder auf die Kontinente, in denen die Automotiven Zulieferunternehmen tätig sind, wie bspw. EU-Staaten, Nordamerika, Naher Osten, Asien, Latein und Südamerika sowie Afrika, eingegangen.⁵ In der gegenständlichen Untersuchung werden darüber hinaus Vergleiche zur Vorgängerstudie (2017) gezogen.

2.1 Struktur der (befragten) Automotiven Zulieferer

Das IWI zählt aktuell N=898 Automotive Zulieferunternehmen ieS in Österreich, die in den unterschiedlichsten Industriebranchen beheimatet sind.⁶ Im Vergleich zur Vorgängererhebung (N=747) konnten weitere Unternehmen aufgenommen werden. Zur Aktualisierung der IWI-internen Automotiven Datenbank wird diese mittels ausgewählter Quellen gepflegt und upgedatet, sodass die Zahl der Automotiven Unternehmen höher liegt, als noch vor ein paar Jahren. Herangezogene Quellen sind u.a. die Arge-Online-Datenbank bzw. das Unternehmer Netzwerk⁷ sowie Recherchen in Datenbanken und Publikationen. Naturgemäß wurden zudem Datenbankbereinigungsschritte durchgeführt und etwa verschmolzene Firmen mit dem aktuellen Firmennamen eingefügt und insolvente Firmen bereinigt.

Für die vorliegende Erhebung zum Thema Internationalisierung, aufgrund der großen Anzahl an Unternehmen sowie der Bedeutung für die heimische Volkswirtschaft, wurde die Erhebung in Form einer Online-Befragung durchgeführt. Diese erfolgte in mehreren Runden: Die erste Runde wurde zwischen 25. November und 20. Dezember 2020 durchgeführt (n=50), die zweite Befragungsrunde wurde in Form eines verkürzten Fragebogens zwischen 01. Februar und 10. März abgehalten (n=52).⁸

⁴ Die beschäftigungsgrößenklassenspezifische Zuteilung folgt gemäß der Anzahl der Mitarbeiter (Empfehlung der EU-Kommission betreffend die Definition von Kleinst- und Kleinunternehmen sowie mittleren Unternehmen, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32003H0361>). Kleinstunternehmen (KlStU) beschäftigen bis zu 9 Mitarbeiter, Kleinunternehmen (KU) zwischen 10 und 49 Mitarbeiter, mittlere Unternehmen (MU) zwischen 50 und 249 Mitarbeitern und Großunternehmen (GU) ab 250 Mitarbeiter.

⁵ Im Rahmen einer detaillierten Darstellung, disaggregiert nach Subgruppen (Breaks), kann es - bei einigen (Unter-)Fragen aufgrund einer geringen Anzahl an im Sample enthaltenen Unternehmen - zu geringen Zellbesetzungen kommen. Aufgrund einer geringen Anzahl an im Break enthaltenen Unternehmen bzw. bei einer sehr hohen Anzahl an Befragten, die in Detailbereichen der Befragung keine Angaben tätigen, ist eine generelle „Verzerrung“ möglich. Sofern dies der Fall ist, steigt die Wahrscheinlichkeit von statistischen Fehlern (Schwankungsbreiten).

⁶ Die Analyse fokussiert weitgehend auf die Automotive Zulieferindustrie im engeren Sinne (ieS), obzwar konkrete statistische Abgrenzungen teils verschwimmen können (Automotive Zulieferindustrie iwS; Automobilindustrie), da die Automobil- bzw. Automotiven Zulieferer keine volkswirtschaftlich klar abzugrenzende bzw. „statistisch erfasste Branche“ darstellen. Die Automotive Zulieferindustrie beliefert ieS die Automobilindustrie (inkl. LKW und einspurige Fahrzeuge) und iwS auch die Bahn-, die Luft- und Raumfahrtindustrie sowie den Schiffbau.

⁷ <http://www.metalltechnischeindustrie.at/branchen/automotive-zulieferindustrie/unternehmer-netzwerk/>

⁸ Die Befragung erfolgte in zwei Etappen, dem Versand eines Lang- und Kurzfragebogens, wobei letzterer einen Auszug zu entscheidenden Fragebatterien des Langfragebogens beinhaltet (s. Anhang: Fragenkatalog). Dazu zählen u.a. die Erdregionen, in denen die Unternehmen derzeit und künftig aktiv sind, die wichtigsten Länder der Hauptkunden, Varianten der Internationalisierung oder Automotive Bereiche.

Die methodische Vorgehensweise im Überblick:

- Art der Erhebung: Online-Befragung (inkl. telefonischer Nachfassung)
- Durchführungszeitraum: November 2020 bis März 2021
- Grundgesamtheit: N=898

Tab. 2: Rücklaufverteilung zur Erhebung der Automotiven Zulieferunternehmen

Rücklaufverteilung nach Beschäftigtengrößenklassen	n=	Anteil
Gesamt (n)	102	100%
GU	34	33%
MU	35	34%
KU	22	22%
KIstU	11	11%

Quelle: IWI (2021)

Insgesamt wurde eine Rücklaufquote von 11% erzielt. Gemessen am Umsatz und MitarbeiterInnen ist diese aber weit höher. Hier deckt die Stichprobe 17% des Umsatzes und 21% der MitarbeiterInnen ab. Über die Beschäftigtengrößenklassen verteilt, ist jedes zehnte der befragten Unternehmen den Kleinstunternehmen zuzurechnen (10%), 22% sind den Kleinunternehmen, 35% den mittleren Unternehmen sowie 34% den Großunternehmen zuzuordnen.⁹

Tab. 3: Rücklaufstatistik zur Erhebung der Automotiven Zulieferunternehmen

Rücklaufstatistik zur Erhebung der Automotiven Zulieferunternehmen (Referenzjahr 2019)		Zahl der Unter- nehmen	Umsatz in Mrd. EUR	Mitarbeiter- Innen
Anzahl	Grundgesamtheit (N)	898	68,35	193.496
	Stichprobe (n)	102	11,50	41.514
	Anteil in %	11%	17%	21%
Beschäftigtengrößenklasse	Kleinstunternehmen (KIstU) mit bis zu 9 Mitarbeiter (N)	180	206.730	687
	KIstU (n)	10	9.245	48
	Anteil KIst	6%	4%	7%
	Kleinunternehmen (KU) mit 10 bis 49 Mitarbeiter (N)	274	1.677.840	7.196
	KU (n)	22	136.921	518
	Anteil KU	8%	8%	7%
	mittlere Unternehmen (MU) mit 50 bis 249 Mitarbeitern (N)	267	9.218.212	34.318
	MU (n)	35	1.248.847	4.357
	Anteil MU	13%	14%	13%
	Großunternehmen (GU) ab 250 Mitarbeiter (N)	177	57.243.538	151.295
GU (n)	34	10.102.774	36.591	
Anteil GU	19%	18%	24%	

Quelle: IWI (2021)

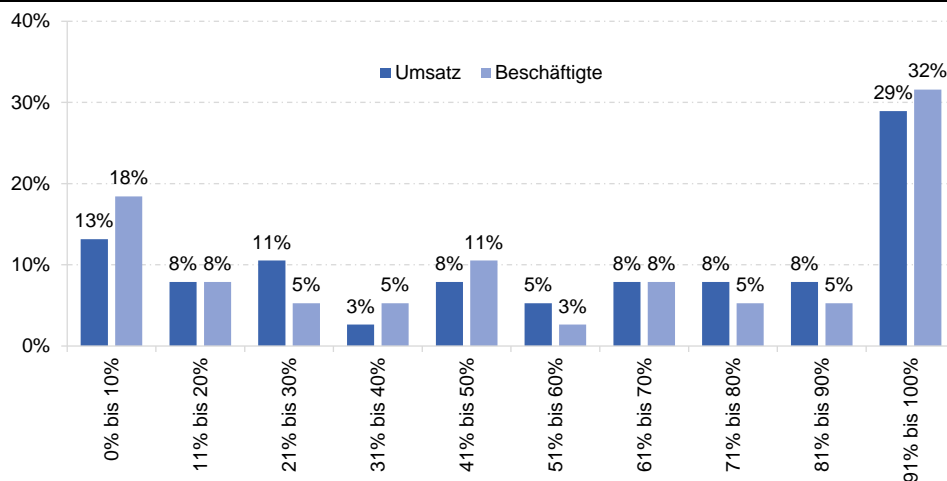
Gemeinsam erwirtschaften die 898 Unternehmen der Automotiven Grundgesamtheit in Summe rund **68,3 Mrd. EUR an Umsatz** und beschäftigen mehr als **193.000 MitarbeiterInnen**.¹⁰

⁹ Ein Vergleich mit der Struktur aller Automotiven Unternehmen in Österreich verdeutlicht eine gute Abdeckung der Grundgesamtheit durch die befragten Unternehmen in diesem Punkt. Gemäß Automotiver Datenbank des IWI stellen Kleinstunternehmen 20%, Kleinunternehmen 31%, mittlere Unternehmen 30% und Großunternehmen 20% der Automotiven Grundgesamtheit dar.

¹⁰ Diese Werte sind zu unterscheiden von den direkten Werten der obig angeführten Input-Output-Berechnung, welche speziell auf den Automotiven Bereich abzielt (automotiver Umsatz, automotive Mitarbeiter). Das Antwortverhalten der Unternehmen aus der Befragung zur Zahl der derzeitigen Mitarbeiter in Österreich sowie zur Umsatzklasse, der das Unternehmen angehörte, fließt mit in die Rücklaufstatistik und die IWI-Datenbank zur Automotiven Zulieferindustrie ein.

Was den Automotiven Bezug der Unternehmen betrifft, so zeigt eine genauere Analyse des geschätzten Anteils der Automotiven Tätigkeiten am Gesamtumsatz, dass die befragten Unternehmen – analog zur Vorgängererhebung – bevorzugt entweder eher geringfügig im Automotiven Sektor tätig sind (rund 21% der Unternehmen schreiben bis zu 20% ihres Gesamtumsatzes dem Automotiven Bereich zu) oder zu sehr starkem Ausmaß (45% der Unternehmen erwirtschaften über 70% ihres Gesamtumsatzes im Automotiven Bereich).

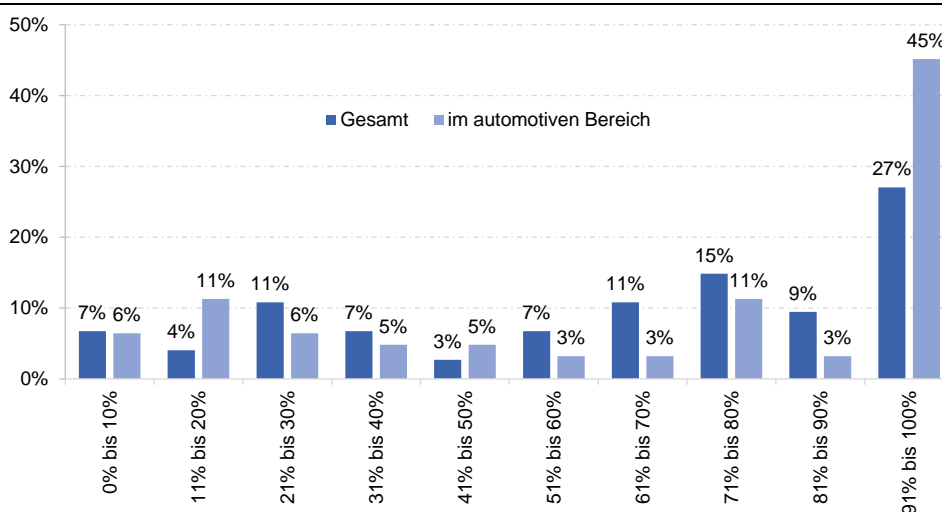
Abb. 2: Umsatz- und Beschäftigtenanteil des Automotiven Bereichs der Automotiven Zulieferer



Anm.: n=38; Rundungsdifferenzen möglich;
Quelle: IWI (2021)

Ein vergleichbares Bild ist bei genauerem Blick auf die Exportquoten erkennbar. Es zeigt sich gleich, dass diese im Automotiven Bereich höher als über die Gesamtaktivitäten der Unternehmen ist. Im Durchschnitt liegt die Exportquote bei 65%, während die der heimischen Automotiven Zulieferunternehmen mit Automotiven Aktivitäten 69% beträgt. Exportquoten von über 91% weisen 27% der Unternehmen bei ihren insgesamten Aktivitäten auf, während bei Automotiven Produkten und Dienstleistungen der Anteil bei 45% liegt. Dies spiegelt die hohe Exportintensität der Automotiven Zulieferindustrie wieder und zeigt, wie wichtig die internationale Verflechtung für die heimischen Unternehmen ist. Besonders Großunternehmen weisen hier in beiden Bereichen überdurchschnittlich hohe Werte auf, diese exportieren in etwa 74%. Kleinunternehmen haben zwar in beiden Kategorien unterdurchschnittliche Exportquoten, allerdings sind diese im Automotiven Bereich ausschlaggebend höher.

Abb. 3: Anteil der im Ausland erzielten Exportumsätze insgesamt und Automotive



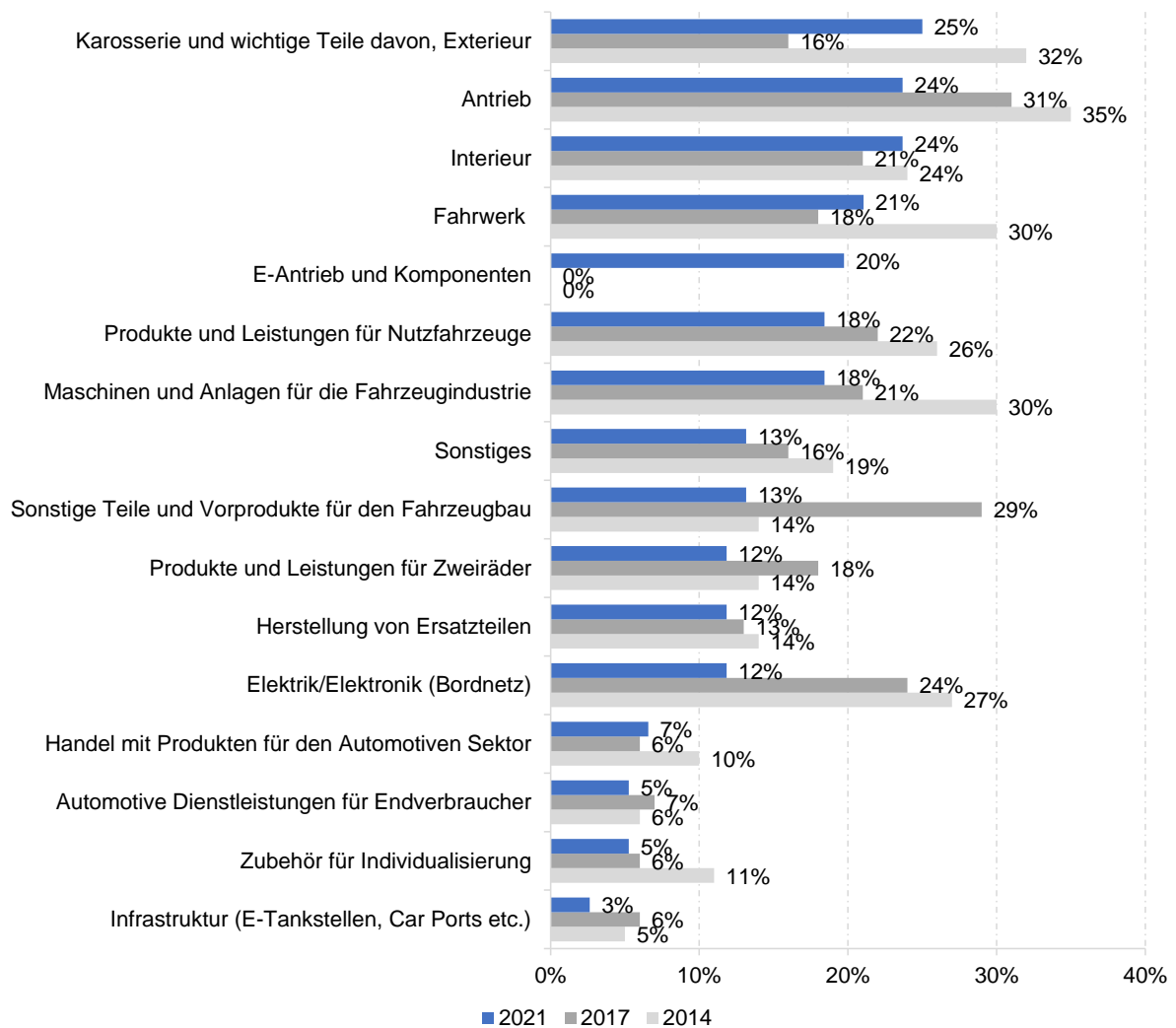
Anm.: n=74 (Filterfrage für Unternehmen, die international aktiv sind.).
Quelle: IWI (2021)

Die Automotiven Zulieferunternehmen Österreichs sind heterogen aufgestellt. Neben ihrer Zugehörigkeit zu verschiedenen Branchen der heimischen Wirtschaft sind ebenso ihre Automotiven Tätigkeiten auf eine Vielzahl an Automotiven Aktivitäten nach Automotiven Subbranchen – also Bereiche des Automotiven Sektors in denen Produkte und/oder Dienstleistungen des Unternehmens direkt oder indirekt als vorgelagerte Produkte/Dienstleistungen einfließen – aufzugliedern. Erneut und analog zu den Vorgängerstudien zeigt sich eine breite Produkt- und Dienstleistungspalette.

Für die heimischen Automotiven Zulieferunternehmen ist das *Exterieur* von Autos wichtiger geworden. Immerhin ein Viertel der Unternehmen sind in diesem Subbereich der Branche tätig. Somit hat es seit dem Jahr 2017 wieder an Bedeutung gewonnen, ist jedoch nicht so oft vertreten wie noch im Jahr 2014. Der zweithäufigste Anwendungsbereich von Automotiven Unternehmen findet sich im *Antrieb*, obwohl dieser seit 2014 stetig an Bedeutung verliert. Wird die im Jahr 2021 als Kategorie neu eingeführte *E-Antrieb und Komponenten* berücksichtigt, zeigt sich, dass diese zwei Bereiche gemeinsam in 38% der Unternehmen vertreten sind. Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die im Bereich *E-Antrieb und Komponenten* tätig sind, beschäftigen sich nicht mit klassischen Fahrzeugantrieben.

Sowohl *Fahrwerk* als auch *Interieur* haben im Vergleich zur Vorgängerbefragung (2017) wieder an Bedeutung gewonnen, *Produkte und Leistungen für Nutzfahrzeuge* und *Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie* sind jedoch weniger oft in den heimischen Automotiven Zulieferunternehmen zu finden. *Sonstige Teile* für den Fahrzeugbau sowie die *Elektrik/Elektronik* haben im Vergleich zur Vorgängerbefragung an Häufigkeit in den Unternehmen verloren.

Abb. 4: Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer



Anm. 1: n=76; Darstellung ohne „k. A.“ (Projektion der „k. A./nein“ auf Antwortverhalten). Mehrfachnennungen möglich; „Sonstiges“: z.B. Maschinenbau, Energietechnik Frage 14
 Anm. 2: n=113 (2017); n=111 (2014)
 Quelle: IWI (2021)

Der Antrieb (aber auch E-Antrieb und Komponenten), Karosserie und wichtige Teile davon, Exterieur, Interieur und das Fahrwerk sind für Großunternehmen die wichtigsten Bereiche. Hier sind diese überdurchschnittlich oft aktiv, ähnliches gilt für den Bereich Elektrik/Elektronik. Das zeigt, dass Großunternehmen diesen Bereich oft intern regeln. Der hohe Anteil an Kleinunternehmen mit Bezug zu Elektrik/Elektronik weist darauf hin, dass bei ausgelagerten Tätigkeiten besonders kleine, aber spezialisierte Unternehmen engagiert werden. Mittelunternehmen sind überdurchschnittlich oft im Bereich der Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie sowie der Herstellung von Ersatzteilen tätig, während sich Kleinunternehmen verhältnismäßig oft mit dem Fahrwerk sowie E-Antrieb und Komponenten beschäftigen.

Tab. 4: Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen

Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer	Gesamt	GU	MU	KU	KIStU
Basis	76	27	26	16	7
Karosserie und wichtige Teile davon, Exterieur	25%	33%	19%	19%	29%
Interieur	24%	30%	19%	13%	43%
Antrieb	24%	37%	19%	19%	0%
Fahrwerk	21%	30%	12%	31%	0%
E-Antrieb und Komponenten	20%	30%	8%	31%	0%
Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie	18%	22%	27%	6%	0%
Produkte und Leistungen für Nutzfahrzeuge	18%	22%	19%	19%	0%
Sonstige Teile und Vorprodukte für den Fahrzeugbau	13%	11%	19%	6%	14%
Sonstiges	13%	11%	12%	19%	14%
Elektrik/Elektronik (Bordnetz)	12%	19%	8%	6%	14%
Herstellung von Ersatzteilen	12%	7%	19%	13%	0%
Produkte und Leistungen für Zweiräder	12%	26%	4%	6%	0%
Handel mit Produkten für den Automotiven Sektor	7%	7%	4%	13%	0%
Zubehör für Individualisierung	5%	7%	4%	6%	0%
Automotive Dienstleistungen für Endverbraucher	5%	11%	0%	6%	0%
Infrastruktur (E-Tankstellen, Car Ports etc.)	3%	0%	0%	13%	0%

Quelle: IWI (2021)

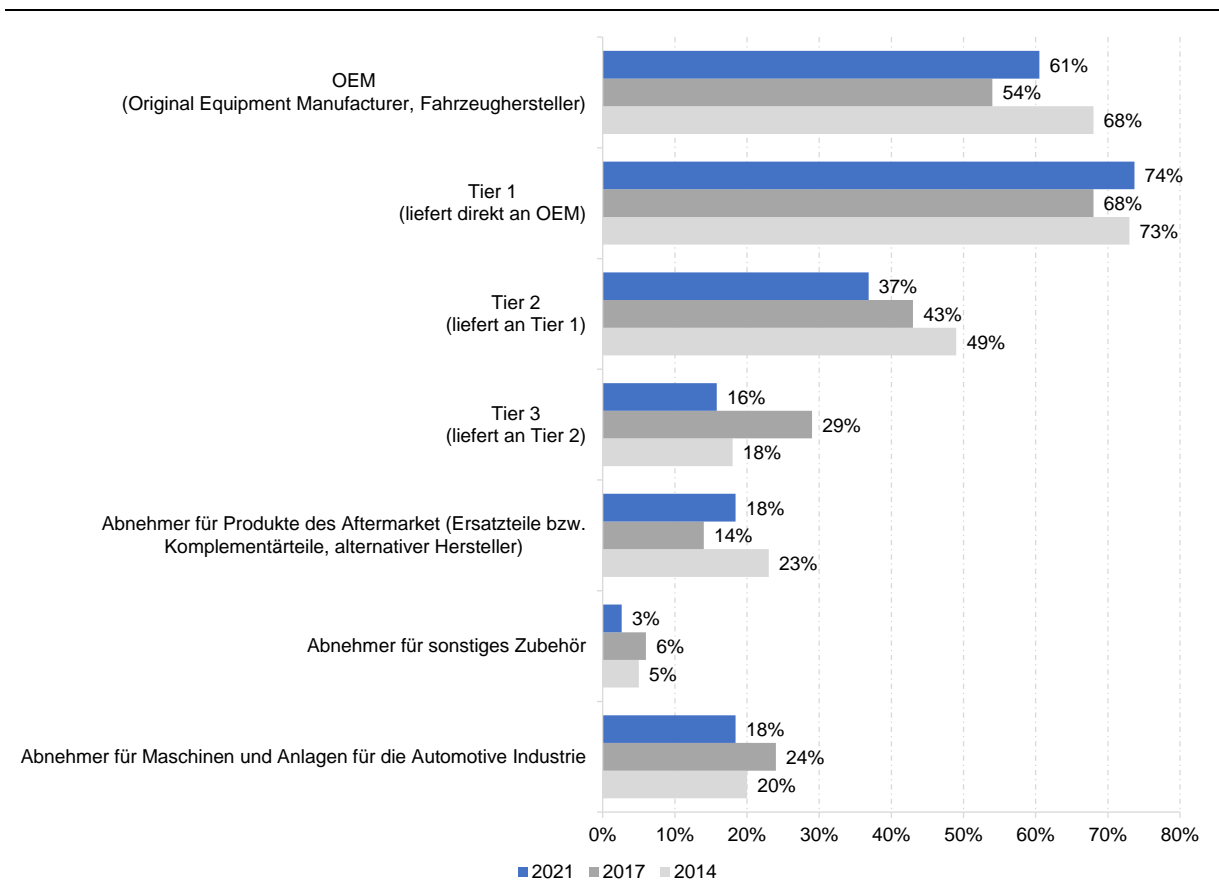
Im Hinblick auf die Konzentration der einzelnen Bereiche auf Bundeslandebene, sind Unternehmen aus der Steiermark überdurchschnittlich häufig in der Produktion des Fahrwerks, der Elektrik/Elektronik (Bordnetz) sowie bei Produkten und Leistungen für Nutzfahrzeuge etabliert, wohingegen der Bereich Interieur eine geringere Rolle als in anderen Bundesländern einnimmt. Wiener Unternehmen sind zwar im Vergleich zum österreichweiten Durchschnitt weniger an der Produktion des Antriebs, des E-Antriebs & Komponenten sowie der Produktion von Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie beteiligt, dafür aber u.a. in den Bereichen Fahrwerk, Produkte und Leistungen für Nutzfahrzeuge und Interieur überdurchschnittlich oft. In Oberösterreich, wo die meisten der befragten Unternehmen ihren Standort besitzen, zeigt sich ein leicht überdurchschnittliches Niveau in den Bereichen Interieur sowie Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie. Dagegen zeigt sich im Österreich-Vergleich eine etwas unterdurchschnittliche Repräsentation in den Bereichen Elektrik/Elektronik, Fahrwerk und Produkte und Leistungen für Nutzfahrzeuge.

2.2 Kundenstruktur der Automotiven Zulieferer

Die Internationalisierungsdynamik im Automotiven Bereich wird in den kommenden Jahren andauern und somit wird sich auch der Druck, vor Ort zu produzieren bzw. zumindest präsent zu sein, fortsetzen. Für die Automotiven Zulieferer bedeutet das etwa auch, flexibel auf Schwankungen in der Produktion von OEM reagieren zu können, Marktpotenziale konsequent zu erschließen und die Schnittstelle zum Kunden langfristig abzusichern.

Ein Blick auf die Kunden der Automotiven Zulieferindustrie zeigt, dass diese zu einem großen Teil direkt dem OEM-Bereich angehören oder im Tier 1 zu finden sind (61% und 74%). Daneben zählt der Tier 2-Bereich (37%) häufig zu den Kunden der Automotiven Zulieferer. Nach wie vor zeigt sich aber die gefestigte Bedeutung von Kunden im oberen Segment der Zulieferpyramide für die Automotiven Zulieferer.

Abb. 5: Position von Kunden der Automotiven Zulieferern



Anm. 1: n=38; Mehrfachnennungen möglich. Frage 14b

Anm. 2: Vorgängererhebung: n=113 (2017); n=111 (2014)

Quelle: IWI (2021)

Tendenziell beliefern Großunternehmen häufiger Kunden aus den oberen Segmenten als das Mittelunternehmen tun, diese zählen im Gegensatz dazu jedoch vermehrt Abnehmer für Produkte des Aftermarkets zu ihren Kunden. Die Kleinunternehmen des Samples verfügen über einen diversifizierten Kundenstamm und beliefern dabei das obere Segment der Zulieferpyramide überdurchschnittlich oft.

Im Bundesländervergleich liefern Unternehmen in Oberösterreich vergleichsweise seltener (54%) an Tier 1-Unternehmen, zählen aber gleichzeitig erheblich häufiger Tier-3-Betriebe (31%) sowie „Abnehmer für Produkte des Aftermarket“ (31%) zu ihren Kundengruppen. Die in der Steiermark beheimateten Automotiven Zuliefererunternehmen unterscheiden sich dahingehend vom Durchschnitt der befragten Unternehmen, als dass sie zum einen etwas seltener direkt an OEM

liefern, zum anderen kein einziges der dort niedergelassenen Unternehmen Tier 3 zu ihrem Kundenstamm zählen.

Tab. 5: Position von Kunden der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen

Position von Kunden der Automotiven Zulieferer	Gesamt	GU	MU	KU	KIstU
Basis	38	15	16	5	2
OEM	61%	60%	56%	100%	0%
Tier 1	74%	80%	69%	80%	50%
Tier 2	37%	40%	31%	60%	0%
Tier 3	16%	27%	6%	20%	0%
Abnehmer Produkte des Aftermarket	18%	13%	19%	40%	0%
Abnehmer sonst Zubehör	3%	0%	0%	20%	0%
Abnehmer Maschinen & Anlagen für die Automotive Industrie	18%	20%	6%	60%	0%
Sonstiges	8%	0%	13%	0%	50%

Quelle: IWI (2021)

Unternehmen, welche angeben, vermehrt direkt an OEM zu liefern, sind häufiger in der Herstellung von Produkten in den Bereichen Interieur bzw. E-Antrieb und Komponenten tätig. Jene Betriebe mit überwiegend Tier-1 Kunden beliefern sind ebenso dem Interieur-Bereich zuzuordnen, zusätzlich aber auch mit gleichem Anteil dem Bereich Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie. Tier-2-beliefernde Unternehmen sind mehrheitlich und darüber hinaus auch im gesamten Österreich-Vergleich überdurchschnittlich in vier Bereichen tätig: Karosserie und wichtige Teile davon, Exterieur, Interieur, E-Antrieb und Komponenten sowie Fahrwerk.

2.3 Relevanz von Wasserstofftechnologien im Automotiven Bereich

Gemäß der IWI-Studie „Wasserstoffwirtschaft Österreich“ im Auftrag der Außenwirtschaft Austria nimmt der Bereich der Anwendung in der heimischen Wasserstoffwirtschaft eine wichtige Rolle ein. Von den in der Studie identifizierten 180 Unternehmen mit Konnex ihrer Geschäftstätigkeiten zu Wasserstofftechnologien, sind 97 in der Anwendung tätig, allein etwas mehr als zwei Drittel hiervon entfallen auf die Sub-Ebene Mobilität.

Brennstoffzellen eignen sich zur Anwendung in Kraftfahrzeugen als Alternative zu rein elektrisch betriebenen Systemen und stellen dabei ein ebenso potentiell klimaneutrales Antriebssystem¹¹ dar. Dabei ist anzumerken, dass auch Brennstoffzellensysteme einen Elektromotor antreiben, die Brennstoffzelle fungiert hier jedoch als Stromerzeuger, der Wasserstoff als Energiespeicher. Bei rein batterieelektrischen Fahrzeugen wird der Elektromotor direkt mittels Batterie gespeichertem elektrischen Strom betrieben, während im Fall der Brennstoffzelle der Strom zuerst über den Energieträger Wasserstoff gespeichert wird¹², um später durch Verbrennung die gespeicherte Energie erneut als elektrischen Strom abzugeben und den Elektromotor damit zu betreiben. Dieser energetische Zwischenschritt führt zu energetischen Verlusten entsprechend dem Wirkungsgrad der eingesetzten Verfahren, weshalb Brennstoffzellensysteme per se weniger effizient sind.

Diesem Nachteil im Bereich der Energieeffizienz stehen jedoch ebenso Vorteile in der Anwendung gegenüber, welche sich mit steigendem Gewicht und Entfernung verstärken. Aus diesem Grund stellen Brennstoffzellensysteme bei Schwertransporten, im Vergleich zum Personenkraftwagen, eine sinnvolle Alternative zu batterieelektrischen Antrieben dar, denn bei letzteren wirkt vor allem das Eigengewicht sowie der Reichweite der Akkumulatoren als Barriere.

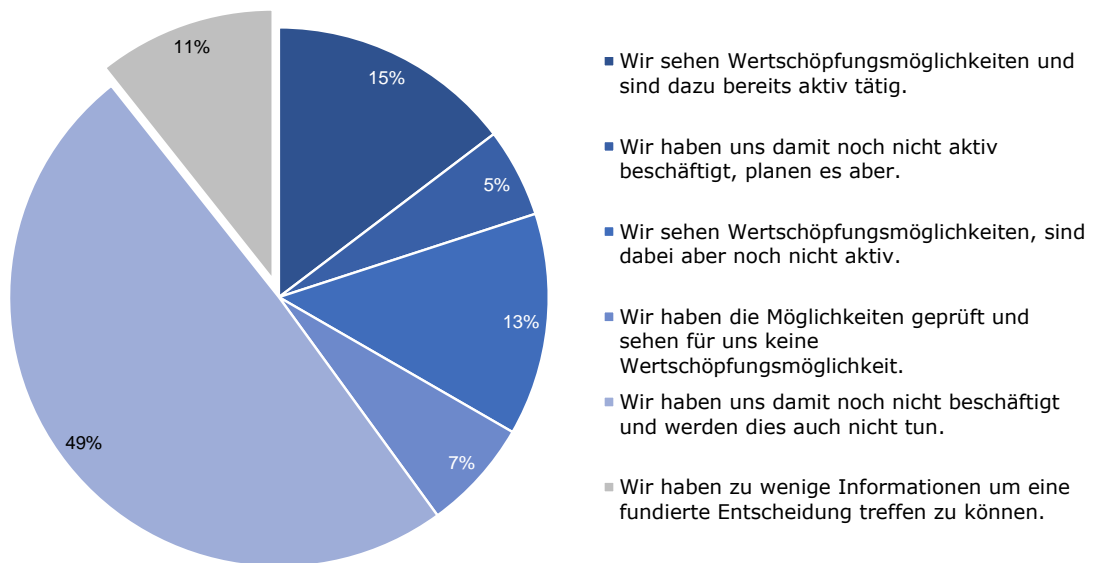
Im Hinblick auf diese potentiellen Wertschöpfungsmöglichkeiten von Wasserstofftechnologien im Automotiven Bereich fällt die Einschätzung der befragten Unternehmen gespalten aus. Beinahe die Hälfte (49%) aller Unternehmen gibt an, dass das Thema Wasserstofftechnologien und die Prüfung der möglichen Potentiale für das eigene Unternehmen bisher und auch in Zukunft nicht von Relevanz ist. Das Thema auf Basis einer Analyse und Prüfung ad acta gelegt, haben hingegen 7%, welche demnach nach genauerer Betrachtung der Technologie im eigenen Unternehmenskontext keine Potentiale identifiziert haben. Bereits aktiv wahrgenommen werden die Wertschöpfungsmöglichkeiten bei 15% der respondierenden Unternehmen, weitere 13% haben Wertschöpfungsmöglichkeiten identifiziert, wurden aber noch nicht aktiv. Bei rd. einem von zehn Unternehmen (11%) ist der Informationsgrad betreffend dieser Technologie zu gering, um diesbezüglich strategische Entscheidungen treffen zu können.

Eine **Betrachtung** des Antwortverhaltens nach **Größenklassen** der jeweiligen Unternehmen zeigt eine divergierende Integration von Wasserstofftechnologien entlang des Spektrums. Mit 27% geben Großunternehmen überdurchschnittlich häufig an, bereits in Wasserstofftechnologien tätig zu sein; zusätzlich 14% der Großunternehmen sehen Wertschöpfungsmöglichkeiten. Beinahe ebenso viele Kleinunternehmen (25%) sind ebenfalls bereits dazu aktiv, ein weiteres Viertel innerhalb dieser Gruppe ist zwar noch nicht aktiv, sieht aber Möglichkeiten zur Wertschöpfung. Auf der anderen Seite sind Wasserstofftechnologien bei nur 3% der Mittelunternehmen bereits aktiv in Anwendung, während der Großteil innerhalb dieser Größenklasse sich bisher bereits weder damit beschäftigt hat, noch dies für die Zukunft plant. Zeitgleich sind die meisten Unternehmen, welche angeben, dass die vorhandenen Informationen nicht ausreichend sind, um fundierte Entscheidungen tätigen zu können, Mittelunternehmen. 7 der 75 Unternehmen sind Kleinstunternehmen, welche sich zu einem Großteil (86%) noch nicht mit der Frage von Wasserstofftechnologien beschäftigt haben und dies auch nicht planen. Die verbleibenden 14% haben die Möglichkeiten bereits geprüft und kommen zu dem Schluss, dass Wasserstofftechnologien ihnen keine Wertschöpfungsmöglichkeiten bieten.

¹¹ Stammt der eingesetzte Wasserstoff aus mittels Strom aus erneuerbaren Energien betriebenem Elektrolyseur ist dieser de facto emissionsfrei.

¹² Sofern mittel Elektrolyse produziert

Abb. 6: Anwendung von Wasserstofftechnologien – Status quo



Anm.: n=75.Frage 6.
Quelle: IWI (2021)

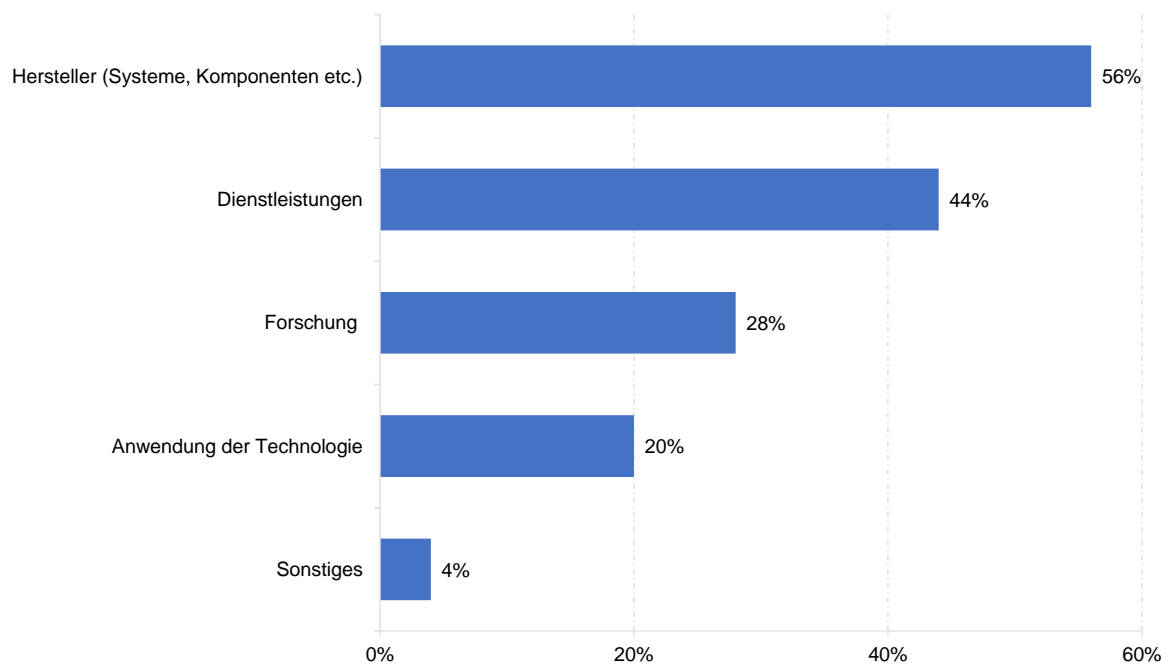
Im Vergleich der Bundesländer findet sich bei der untersuchten Unternehmenssubstanz die häufigste bereits aktive Anwendung von Wasserstofftechnologien in der Steiermark. 27% der hier ansässigen Unternehmen sind bereits aktiv tätig. In Oberösterreich, wo etwas mehr als ein Drittel (36%) der befragten Unternehmen zu finden sind, haben 11% die identifizierten Wertschöpfungspotentiale bereits aktiv umgesetzt, ein Fünftel (22%) sieht Wertschöpfungspotentiale, ist aber noch nicht selbst aktiv. 13 der 75 Unternehmen stammt aus Wien, von welchen 15% bereits aktiv sind und 8% Möglichkeiten sehen, jedoch ohne bisherige eigene Aktivitäten.

Das Potential von Wasserstoff im Bereich der Antriebstechnologien und als Erweiterung oder Alternative zu rein elektrischen Lösungen lässt sich auch anhand einer Kreuzauswertung der Antworten nach Automotive Bereichen abbilden. Dabei wird deutlich, dass Unternehmen, welche sich bereits mit dem Thema E-Mobilität beschäftigen, auch häufiger angeben Wasserstofftechnologien bereits aktiv zu nutzen (22%) bzw. Wertschöpfungsmöglichkeiten zu sehen (22%). Demgegenüber ist nur jedes zehnte Unternehmen (10%), welches keinen E-Mobility Bezug aufweist, bereits aktiv tätig; Wertschöpfungsmöglichkeiten sehen hier 8%.

Dieses Bild wird weiter dadurch verstärkt, dass 27% jener Unternehmen, welche im Bereich E-Antrieb & Komponenten tätig sind, auch angeben im Bereich Wasserstofftechnologien bereits aktiv zu sein. Ein ähnlich hoher relativer Anteil (25%) findet sich im Bereich Fahrwerk. Ein weiterer hoher Anteil der in diesen Bereichen tätigen Unternehmen gibt an zwar noch nicht selbst aktiv zu sein, aber Wertschöpfungsmöglichkeiten zu sehen.¹³ Auch in Bereichen Maschinen und Anlagen (21%) sowie Antrieb (17%) sind bereits einige Unternehmen aktiv, wobei gerade im Bereich des Antriebs eine Vielzahl an Unternehmen (28%) angibt zu wenig Informationen für fundierte Entscheidungen zu besitzen. Erwartungsgemäß spielen Wasserstofftechnologien demnach in sämtlichen Bereichen, welche den Antrieb betreffen eine relevante Rolle. In anderen, vom Antrieb unabhängigen Bereichen wie Interieur, Zubehör für Individualisierung sowie Handel mit Automotiven Produkten ist die Relevanz gemäß respondierenden Unternehmen analog dazu kaum gegeben.

¹³ Wir sehen Wertschöpfungsmöglichkeiten, sind dabei aber noch nicht aktiv: Fahrwerk, n=16, 31%; E-Antrieb & Komponenten, n=15, 27%

Abb. 7: Tätigkeitsfelder von Wasserstofftechnologien



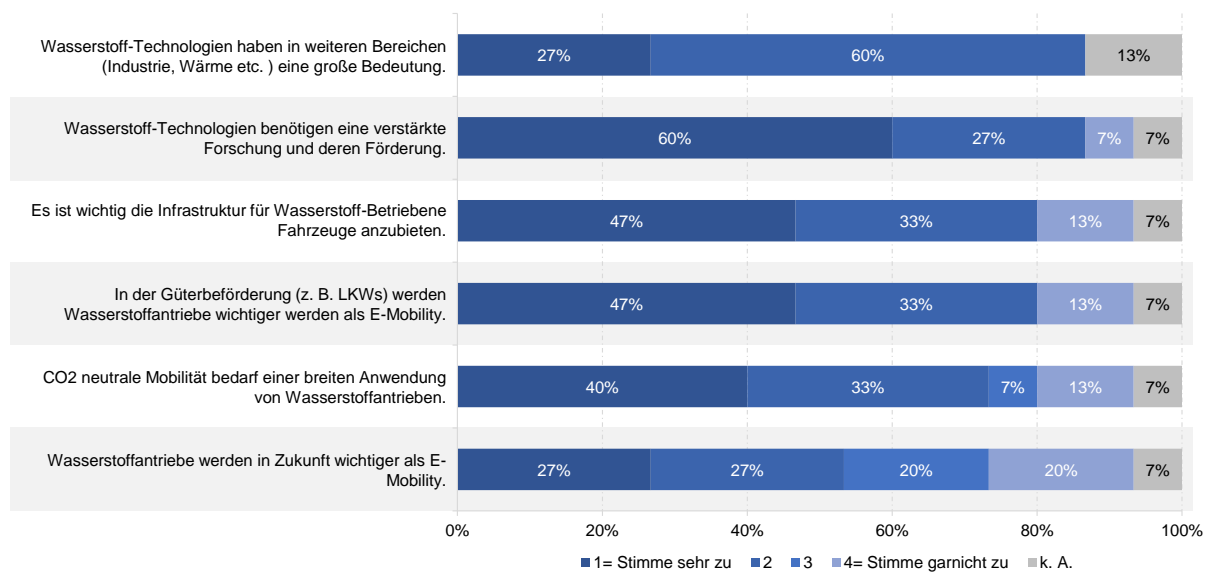
Anm.: n=25 (Filterfrage); Frage 6b.
Quelle: IWI (2021)

Dieser zu erwartende Zusammenhang zwischen dem Tätigkeitsbereich und der unternehmensinternen Relevanz von Wasserstofftechnologien dient auch (zum Teil) als Erklärung dafür, warum Mittelunternehmen im Vergleich deutlich seltener bereits aktiv sind. Verglichen zu GU sowie KU sind diese deutlich seltener in einem der drei Bereiche Antrieb, E-Antrieb & Komponenten sowie Fahrwerk tätig.

Als Antwort auf die Frage, welche Tätigkeitsfelder Potentiale für die Nutzung von Wasserstofftechnologien aufweisen, sehen mehr als die Hälfte (56%) Wertschöpfungsmöglichkeiten als Hersteller von Komponenten und Systemen. Die Positionierung als Dienstleister von Wasserstofftechnologien sehen 44% der befragten Unternehmen als potentielles Tätigkeitsfeld. Während in der Herstellung von Komponenten und Systemen vorwiegend von Großunternehmen Potentiale identifiziert werden, erkennen im Bereich der Dienstleistungen Kleinunternehmen die größten Chancen. Letztere geben auch am häufigsten an, dass der Bereich der Forschung als relevant betrachtet wird; insgesamt sind 28% aller Unternehmen dieser Meinung.

Im Falle der Automotiven Bereiche wird das Tätigkeitsfeld Forschung besonders oft von Unternehmen aus den Bereichen Antrieb (50%) und E-Antrieb & Komponenten (63%) genannt. Die Herstellung von Systemen, Komponenten etc. wird ebenfalls im Bereich Antrieb (88%) am häufigsten angegeben, beinahe genauso häufig (80%) wird das Tätigkeitsfeld im Bereich Fahrwerk identifiziert. Dienstleistungen spielen bei 3 von 5 Unternehmen aus dem Bereich Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie eine Rolle.

Abb. 8: Stimmungsbild zu Wasserstofftechnologien



Anm.: n=25 (Filterfrage); Frage 6c.
 Quelle: IWI (2021)

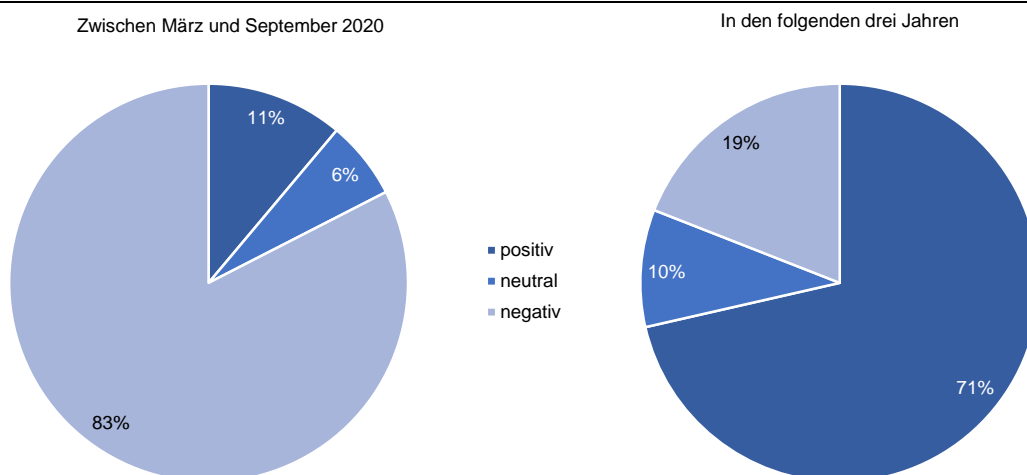
Das Stimmungsbild zu Wasserstofftechnologien zeigt, die Unternehmen empfinden die Bedeutung von Wasserstofftechnologien in weiteren Bereichen als eine große Bedeutung. Die Verstärkung von Forschung und deren Förderung finden sechs von zehn Unternehmen als sehr wichtig. Rund die Hälfte der Unternehmen meinen, dass es sehr wichtig ist Infrastruktur für wasserstoffbetriebene Fahrzeuge zu bieten. Darüber hinaus gehen sie davon aus, dass in Zukunft in der Güterbeförderung Wasserstoff wichtiger sein wird als E-Mobility. Allerdings gilt das nur für die Güterbeförderung und nicht für die herkömmliche Anwendung.

2.4 Exportentwicklung im Rahmen der Covid-19-Pandemie

Die Covid-19-Pandemie hat die Exportaktivitäten der heimischen Automotiven Zulieferindustrie wesentlich beeinflusst. Vor allem in den Monaten nach dem ersten Lockdown wurden die Exportaktivitäten beeinträchtigt. Nicht nur die Beschränkungen auf dem Binnenmarkt, sondern ebenso die Ungewissheit auf weitere Produktions- und Dienstleistungsschritte sowie eine schwache Auftragslage zeigten Auswirkungen auf die Exportaktivitäten.

Zwischen März und September 2020 haben 83% der Unternehmen einen Rückgang der Exportaktivitäten festgestellt, 6% haben keine Veränderung erlebt, während 11% der Unternehmen in der Covid-19-Pandemie mehr Produkte und Dienstleistungen ins Ausland geliefert haben. Über alle Größenklassen hinweg sah der Großteil negative Entwicklungen, wobei Kleinunternehmen in dieser Zeit am stärksten negativ betroffen waren. Innerhalb der Stichprobe geben Großunternehmen am häufigsten an, positive Entwicklung verzeichnet zu haben und zeigen zeitgleich die höchste Polarisierung an beiden Spektren, denn keines dieser Unternehmen konstatierte neutrale Entwicklungen. Eine ähnliche wenn auch etwas abgeschwächte Verteilung findet sich auch bei den Kleinunternehmen. In besonderem Maße neutral entwickelt haben sich in besagtem Zeitraum hingegen die Exportaktivitäten der Mittelunternehmen. Auffällig oft haben Unternehmen die nach Afrika und sonstige Regionen exportieren, gesagt, dass zwischen März und September die Entwicklungen positiv waren. Langfristig stabilisiert sich das Bild jedoch und in den nächsten drei Jahren antworten alle nahe dem Durchschnitt.

Abb. 9: Entwicklung der Exportaktivitäten der Automotiven Zulieferer



Anm. 1: n=63
Quelle: IWI (2021)

Die Einschätzung, dass sich ihre Exportaktivitäten zwischen März und September 2020 negativ entwickelt haben, fällt unter Wiener Betrieben im Bundesländervergleich überdurchschnittlich hoch aus, wo insgesamt 91% dieser Ansicht sind. Die Automotiven Zuliefererunternehmen der Steiermark beobachteten am wenigsten negative Entwicklungen; zeitgleich finden sich nur hier Unternehmen mit neutralen Entwicklungen und kein einziges ordnet den Verlauf seiner Exportaktivitäten als positiv ein. In Oberösterreich sieht die Lage diesbezüglich etwas positiver aus. Hier geben sogar 14% an, zwischen März und September 2020 positive Entwicklungen in den Exportaktivitäten verbucht zu haben. Jene Unternehmen, welche angeben E-Mobility Bezug zu haben, zeigen vergleichsweise öfter eine neutralere und seltener eine negative Entwicklung, als jene ohne E-Mobility. Obwohl der Export der heimischen Automotiven Zulieferindustrie stark beeinträchtigt wurden, erwarten die Unternehmen in den nächsten drei Jahren wieder einen Anstieg ihrer Aktivitäten. 71% der Unternehmen gehen davon aus, dass die Exporte im Vergleich zum Jahr 2019 steigen werden. 10% erwarten keine Veränderungen und 19% gehen davon aus, dass auch in den folgenden drei Jahren die Exportaktivitäten geringer sein werden. Vor allem Großunternehmen sind optimistisch eingestellt. Während Mittelunternehmen überdurchschnittlich

oft eine neutrale Entwicklung erwarten, rechnen Klein- und Kleinstunternehmen vermehrt mit geringeren Exportaktivitäten.

Den Umfang des Rückgangs ihrer Exportaktivitäten innerhalb der Periode März bis September 2020 beziffern die befragten Unternehmen im Durchschnitt mit 21%. Besonders hoch war dieser in Kleinstunternehmen (-58%), gefolgt von Großunternehmen (-24%). Klein- und Mittelunternehmen hatten im Vergleich dazu geringere Rückgänge zu verzeichnen (-18% bzw. -15%).

Tab. 6: Exportentwicklung zwischen März und September

Zwischen März und September 2020	n=	positiv	neutral	negativ	MW
Basis	63	11%	6%	83%	-21,41
Großunternehmen	19	16%	0%	84%	-23,68
Mittelunternehmen	24	8%	13%	79%	-14,60
Kleinunternehmen	15	13%	7%	80%	-17,67
Kleinstunternehmen	5	0%	0%	100%	-58,00

Quelle: IWI (2021)

In den folgenden drei Jahren sollen die Exportaktivitäten gemäß Einschätzung im Vergleich zum Jahr 2019 um 17% steigen. Mittelunternehmen rechnen mit einer Verbesserung innerhalb dieser Zeitspanne um ein Viertel (24%), während Kleinunternehmen von einem Anstieg um etwa ein Fünftel ausgehen (18%). Großunternehmen rechnen mit einem Anstieg um rd. 16%.

Tab. 7: Exportentwicklung in den folgenden drei Jahren

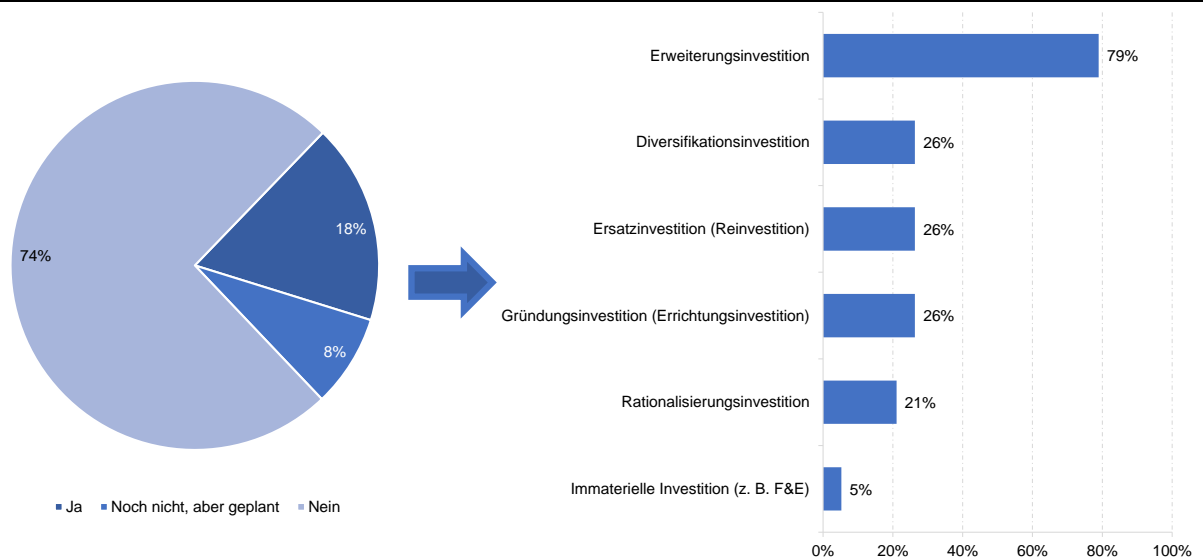
In den folgenden drei Jahren	n=	positiv	neutral	negativ	MW
Basis	63	71%	10%	19%	16,92
Großunternehmen	20	85%	0%	15%	15,50
Mittelunternehmen	22	64%	18%	18%	18,26
Kleinunternehmen	17	65%	12%	24%	23,82
Kleinstunternehmen	4	75%	0%	25%	4,32

Quelle: IWI (2021)

2.5 Direktinvestitionen ins Ausland

Dreiviertel der befragten heimischen Automotiven Zulieferer gibt an, dass sie derzeit keine Direktinvestitionen im Ausland (Foreign Direct Investments - FDI) tätigen. Im Gegensatz dazu tätigen 18% FDI, wobei dies vor allem Großunternehmen und einige Mittelunternehmen sind. 8% der Befragten tätigt derzeit noch keine Direktinvestitionen im Ausland, hat dies aber geplant, dabei handelt es sich in erster Linie um Kleinunternehmen.

Abb. 10: Direktinvestitionen im Ausland



Anm.: n=74; Frage 4; Tätigt Ihre Unternehmenseinheit derzeit Direktinvestitionen im Ausland?
 Quelle: IWI (2021)

Mehr als Dreiviertel der Unternehmen nennt als Zweck ihrer FDI Erweiterungsinvestitionen, darunter sind Großunternehmen am häufigsten vertreten. Jeweils in etwa ein Viertel der Unternehmen nennen als Zweck der Direktinvestitionen im Ausland Diversifikationsinvestition, Ersatzinvestition (Reinvestition) sowie Gründungsinvestition (Errichtungsinvestition). Diversifikationsinvestition geben insbesondere Großunternehmen sowie Kleinunternehmen an, Ersatzinvestition führen Großunternehmen sowie Mittelunternehmen an und Gründungsinvestition erwähnen vermehrt Kleinunternehmen sowie Großunternehmen an. Unter einem Viertel der heimischen Automotiven Zulieferer geben als Zweck der Direktinvestitionen im Ausland Rationalisierungsinvestition an, hier Mittelunternehmen und Kleinunternehmen etwas mehr als Großunternehmen. Immaterielle Investition (z. B. F&E) als Zweck führen 5% der Unternehmen an, dabei handelt es sich nur um Großunternehmen.

Im Vergleich der **Bundesländer** zeigt sich, dass in Oberösterreich mit 23% der dort ansässigen Unternehmen (n= 26) besonders häufig direkte Investitionen ins Ausland getätigt werden; bei einem weiteren Zehntel (12%) ist dies in Planung. Damit ist in diesem Bundesland der Anteil von bereits aktiven oder geplanten FDI-Aktivitäten höher als in jedem anderen Bundesland, wobei Rationalisierungs- und Diversifikationsinvestitionen dabei unterdurchschnittlich oft FDI Zweck sind. Auch die Steiermark ist Standort für eine Vielzahl der befragten Unternehmen (n= 15); hier liegt der Anteil von Unternehmen mit FDI-Tätigkeiten bei 13%. In Wien geben weniger als jedes Zehnte Unternehmen (8%) an, direkte Investitionen ins Ausland zu tätigen, bei beinahe doppelt so vielen (15%) befindet sich dies jedoch bereits in Planung.

Die Integration von **E-Mobility** in die Geschäftsaktivitäten beeinflusst die Häufigkeit von FDIs. Dies wird dadurch deutlich, dass jene Unternehmen, welche E-Mobility als Aspekt ihrer Tätigkeitsfelder angeben, in etwa dreimal so oft FDI durchführen als jene, bei denen dies nicht der Fall ist. Besonders überdurchschnittlich häufig sind Diversifikationsinvestitionen der Zweck der von E-Mobility Unternehmen getätigten Direktinvestitionen ins Ausland. Ebenso innerhalb der **Automotiven Geschäftsbereiche** zeigt sich der Einfluss von E-Mobility auf das

Investitionsverhalten. So geben 27% jener Unternehmen, welche unter anderem im Bereich E-Antrieb & Komponenten aktiv sind (n= 15), an, bereits FDI vorzunehmen; bei einem weiteren Fünftel (20%) ist dies in Planung. Neben Erweiterungsinvestitionen sind Gründungsinvestitionen der zweithäufigste FDI Grund dieser Gruppe, während Ersatzinvestitionen von keinem dieser Unternehmen angeführt werden. Überdurchschnittlich häufig realisiert werden Direktinvestitionen ins Ausland auch von Unternehmen aus den Bereichen Karosserie/Exterieur sowie Elektrik/Elektronik (Bordnetz).

2.6 Geographische Aktivitäten der Automotiven Zulieferer und ihrer Kunden

Keine Exportaktivitäten weisen 7% der befragten Unternehmen auf, diese sind somit rein in Österreich tätig. Dies bedeutet, dass die Anzahl der nur in Österreich tätigen Unternehmen seit der letzten Studie aus dem Jahr 2017 um 2 Prozentpunkte gesunken ist. Somit wird der Trend der Abnahme von lediglich in Österreich tätigen Automotiven Zulieferern fortgesetzt, der bereits von 2014 auf 2017 erkennbar war. Unter den ausschließlich in Österreich tätigen Unternehmen der vorliegenden Studie befinden sich vermehrt Kleinst- und Kleinunternehmen. Von den Unternehmen, die allein in Österreich tätig sind, plant eines aus sieben die Expansion auf internationale Märkte, die restlichen werden ihre Aktivitäten auf Österreich beschränkt halten.

Die übrigen 93% der Automotiven Zuliefererunternehmen sind auf globalen Märkten tätig. So exportieren mehr als zwei Drittel der Unternehmen (70%) – davon insbesondere Mittelunternehmen – nach Zentral- und Westeuropa. Die Hälfte der befragten Zuliefererunternehmen (49%) exportiert nach Süd- und Osteuropa. Insbesondere Unternehmen, deren Standort in Niederösterreich liegt zeigen im Vergleich höhere Exportaktivitäten in diese Regionen. Auch im Falle der Unternehmen mit E-Mobility Bezug, sowie jener aus dem Bereich Interieur, zeigt sich eine etwas höhere relative Bedeutung von Süd- und Osteuropa als Absatzmarkt gegenüber Zentral- und Westeuropa, als dies im Unternehmensschnitt der Fall ist. Somit bestätigt sich der Trend unter den Automotiven Unternehmen, der bereits aus der Vorgängerstudie erkennbar war, dass vor allem West-, aber auch Osteuropa wichtige Exportländer darstellen.

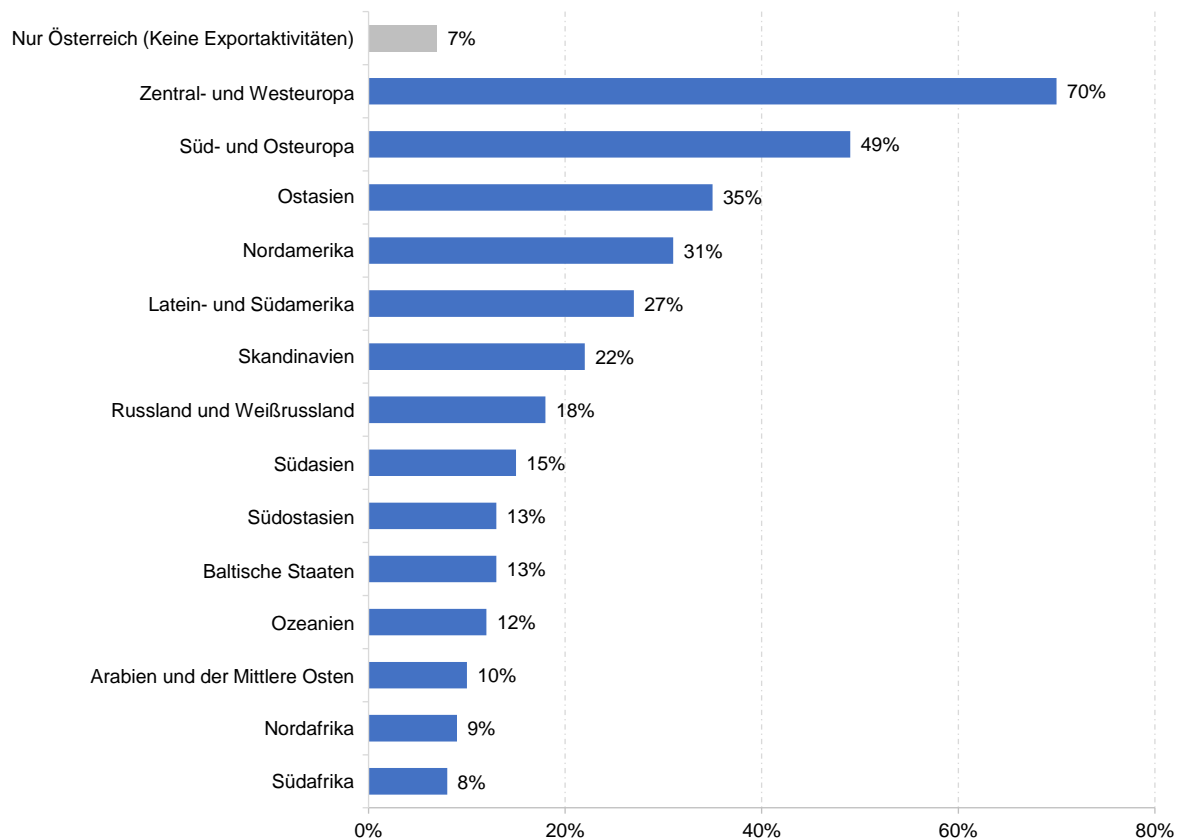
Tab. 8: Geographische Aktivitäten der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen

Geographische Aktivitäten der Automotiven Zulieferer	Gesamt	GU	MU	KU	KIStU
Basis	100	34	35	22	9
Nur Österreich (Keine Exportaktivitäten)	7%	3%	6%	9%	22%
In Österreich und auf internationalen Märkten	93%	97%	94%	91%	78%

Quelle: IWI (2021)

Ebenfalls ein beachtlicher Anteil der Automotiven Zulieferer führen ihre Produkte nach Ostasien (35%) sowie nach Nordamerika (USA und Kanada) (31%) aus. Der ostasiatische Raum ist dabei besonders bei in Oberösterreich ansässigen Unternehmen von Bedeutung sowie Unternehmen aus den Bereichen E-Antrieb & Komponenten sowie Elektrik/Elektronik (Bordnetz). Ein geringerer Anteil der befragten Unternehmen verkauft seine Produkte in Südafrika (8%), in Nordafrika (9%) sowie in Arabien und dem Mittleren Osten (z.B. Iran, Vereinigte Emirate) (10%).

Abb. 11: Wirtschaftsräume der Automotiven Zulieferer



Anm.: n=100 (Mehrfachnennungen möglich. Rundungsdifferenzen möglich. Frage 1)
Quelle: IWI (2021)

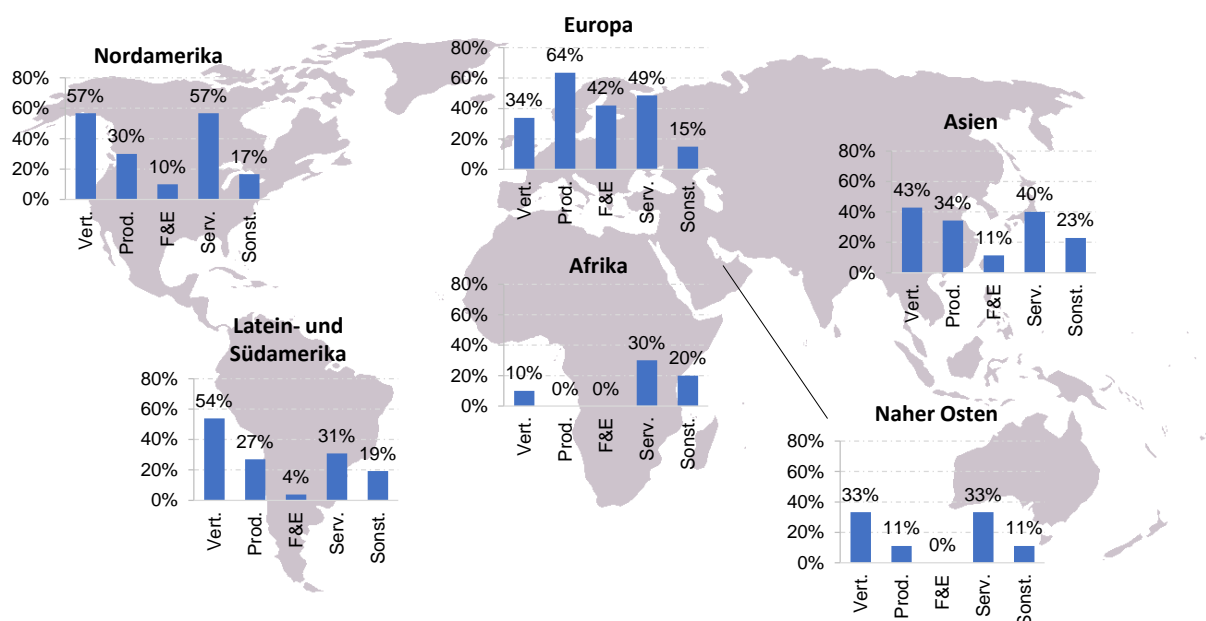
Die Unternehmensaktivitäten des Befragungssamples der Automotiven Zulieferer konzentrieren sich in den EU-Staaten vor allem auf die Produktion, mehr als die Hälfte der Unternehmen geben diesen Bereich an. Dabei sind es vor allem Großunternehmen, welche mit Produktionsstandorten in anderen EU-Staaten vertreten sind, wohingegen bei KU eine geringere Internationalisierung der Produktion gegeben ist. Jedes zweite befragte Unternehmen ist im Bereich Service auf europäischer Ebene tätig, vier von zehn Befragten im Bereich Forschung & Entwicklung. Der Servicebereich ist eine Domäne der Großunternehmen, während in der Forschung & Entwicklung sowohl Klein- als auch Großunternehmen überdurchschnittlich oft vertreten sind. Bereits in der Studie von 2017 waren Produktion, Service sowie Forschung & Entwicklung wichtige Bereiche. Zusätzlich zeigt sich, dass auch im Fall der Automotiven Geschäftsfelder unterschiedliche Aktivitäten innerhalb der EU-Staaten im Fokus stehen. So sind Produktionsinfrastrukturen beispielsweise in den Bereichen E-Antrieb & Komponenten, Antrieb sowie Fahrwerk häufiger in anderen EU-Staaten angesiedelt, als in den Bereichen Exterieur und Interieur. Umgekehrt verhält es sich hingegen bei Serviceaktivitäten innerhalb der anderen EU-Staaten. Deutschland, Tschechien, die Slowakei, Ungarn und Italien sind als wichtigste Exportmärkte der österreichischen Automotiven Zulieferunternehmen innerhalb der EU-Staaten zu nennen.

Ostasien betreffend ist vor allem China ein wichtiges Exportland für die heimischen Automotiven Zulieferunternehmen. Die häufigsten Unternehmensaktivitäten der befragten Unternehmen sind der Vertrieb über die eigene Tochtergesellschaft im Ausland (43%), Service (40%) sowie Produktion (34%). Dem Vertrieb über die eigene Tochtergesellschaft sowie der Produktion gehen auch in Asien insbesondere Großunternehmen nach. Mit Servicetätigkeiten in Asien vertreten sind in erster Linie Großunternehmen und Kleinunternehmen. Beinahe die Hälfte aller am asiatischen Markt durch eigene Aktivitäten etablierten Unternehmen hat ihren Standort in Oberösterreich. Jene Unternehmen, welche in der Steiermark beheimatet sind, zeigen eine besonders hohe Präsenz und

Vielfalt an Aktivitäten im asiatischen Absatzmarkt, wobei jedoch anzumerken ist, dass die Anzahl der Unternehmen nur zu einem Drittel jener aus Oberösterreich entspricht.¹⁴

In Nordamerika stellt vor allem die USA einen wichtigen Exportmarkt dar. Dieser ist die unternehmerischen Aktivitäten betreffend durch den Vertrieb über die eigene Tochtergesellschaft im Ausland geprägt sowie dem Service. Keine Vertriebsaktivitäten finden sich einzig bei Kleinstunternehmen, während Service unter allen Unternehmensgrößenklassen zu finden ist. Der nordamerikanische Absatzmarkt ist einzig für Großunternehmen als F&E Standort von Relevanz, keines der Unternehmen aus anderen Größenklassen zeigt hier F&E Aktivitäten. Im Zusammenhang steht die von diesen Unternehmen in Nordamerika etablierte Forschung & Entwicklung dabei auch mit dem Thema E-Mobility: 15% der E-Mobility Unternehmen (n= 13) sind hier aktiv, während es bei jenen ohne E-Mobility Konnex (n= 17) lediglich 6% sind.

Abb. 12: Unternehmensaktivitäten der Automotiven Zulieferer in Großregionen



Anm. 1: n=100 (Basis: Unternehmen, die international aktiv sind.). Aufteilung für jene, die in dieser Region aktiv sind (Filter Frage 1). Frage 1b. Mehrfachnennungen möglich. EXP = Exporte aus Österreich; VERT = Vertrieb über eigene Tochtergesellschaft im Ausland; PROD = Produktion; F&E = Forschung & Entwicklung; SERV = Service; Sonst = Sonstiges;

Quelle: IWI (2021)

Die wichtigsten Exportländer in Latein- und Südamerika der befragten heimischen Automotiven Zuliefererunternehmen sind Brasilien und Mexiko. Brasilien wird von etwas mehr als jedem zweiten Unternehmen (54%) genannt, Mexiko ist sogar bei mehr als zwei Drittel (69%) der Unternehmen, welche Latein- und Südamerika als Exportdestination angeben, von Bedeutung. Die Unternehmensaktivitäten der heimischen Unternehmen sind vor allem der Vertrieb über die eigene Tochtergesellschaft im Ausland (54%) sowie Service (31%) und Produktion (27%). Beim Vertrieb über die eigene Tochtergesellschaft im Ausland finden sich Unternehmen beinahe aller Größenklassen wieder, mit Ausnahme der Kleinstunternehmen. Wie auch in den anderen Großregionen werden Produktionsstandorte in Latein- und Südamerika vorrangig von Großunternehmen betrieben, doch auch Mittel- und Kleinunternehmen sind, wenn auch weniger, präsent. Der Servicebereich hingegen wird in der Region lediglich von Großunternehmen abgedeckt.

¹⁴ Oberösterreich, n= 16; Steiermark, n= 6

Deutschland zählt – wie bereits in der Vorgängeruntersuchung – zum wichtigsten Exportland der heimischen Automotiven Zulieferunternehmen. China hat im Vergleich zu 2017 an Bedeutung gewonnen und wird derzeit von 30 Unternehmen des Befragungssamples beliefert. Die USA hat gleichfalls an Bedeutung gewonnen, wenn auch nicht im selben Ausmaß wie China. Die in der Liste auf den Plätzen vier bis sieben stehenden Länder konnten in den letzten Jahren ebenso an Bedeutung zulegen, die Slowakei – als der größte Automobilproduzent pro Kopf weltweit¹⁵ – konnte erstmals unter die zehn wichtigsten Länder aufsteigen. Durch den Austritt aus der Europäischen Union hat Großbritannien an Bedeutung für die Automotive Zulieferindustrie verloren, auch Belgien ist bei weitem nicht mehr so ein wichtiges Exportziel wie noch 2017.

Tab. 9: Hauptkunden der Automotiven Zulieferer

**Länder, in denen die wichtigsten Hauptkunden angesiedelt sind
(Zahl der Nennungen)**

Reihung	Land	Nennungen	Reihung	Land	Nennungen
1	Deutschland	61	15	Spanien	10
2	China	30	16	Slowenien	10
3	USA	27	17	Großbritannien	9
4	Tschechien	24	18	Kanada	8
5	Slowakei	20	19	Indien	8
6	Ungarn	19	20	Serbien	7
7	Italien	18	21	Japan	7
8	Mexiko	18	22	Russland	6
9	Frankreich	17	23	Türkei	6
10	Polen	16	24	Ukraine	5
11	Sonstiges	15	25	Russland	5
12	Schweiz	14	26	Südkorea	5
13	Brasilien	14	27	Sonstiges	4
14	Türkei	11	28	Südafrika	4

Anm.: Basis: n=93 (Filterfrage) an alle die Exportieren. Listung erfolgt, sobald die Zahl der Nennungen größer ist als 3. Reihung absteigend nach Anzahl der Nennungen.

Quelle: IWI (2021)

¹⁵ <https://www.automobilwoche.de/article/20200126/AGENTURMELDUNGEN/301269995/hoechste-pro-kopf-autoproduktion-der-welt-slowakei-will-fahrzeuge-entwickeln-nicht-nur-fertigen>

Bei jenen Unternehmen, welche angeben Exportaktivitäten in Zentral- und Westeuropa zu tätigen, verteilt sich die Bedeutung der unterschiedlichen Bereiche des Automotiven Sektors am oberen Ende recht gleichmäßig auf mehrere Tätigkeitsfelder. Zu den häufigsten zählen hier der Antrieb, Fahrwerk, Exterieur sowie Interieur. Letzteres ist auch außerhalb Zentral- und Westeuropas ein bedeutender Bereich. Vor allem bei jenen Unternehmen, welche nach Süd- und Osteuropa exportieren ist wie bereits zuvor erwähnt der Bereich Interieur besonders relevant. Beim Bereich E-Antrieb & Komponenten zeigt sich eine, im Verhältnis zu den anderen Bereichen innerhalb der jeweiligen Exportregion, höhere Präsenz außerhalb Europas. Für die Gruppe von Unternehmen, die nach Latein- und Südamerika exportiert, sind Produkte und Leistungen für Zweiräder so von Bedeutung wie in keinen anderen Regionen.

Tab. 10: Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer nach Exportregionen

Bereiche des Automotiven Sektors der Automotiven Zulieferer nach Exportregionen	Zentral- und Westeuropa	Süd- und Osteuropa	Nordamerika	Latein- und Südamerika	Asien	Afrika	Sonstige Regionen
Basis	59	40	25	23	34	9	16
Karosserie und wichtige Teile davon, Exterieur	27%	30%	28%	22%	24%	0%	25%
Interieur	27%	38%	36%	35%	32%	22%	25%
Antrieb	29%	25%	36%	35%	26%	11%	25%
Fahrwerk	24%	20%	24%	22%	18%	11%	25%
E-Antrieb und Komponenten	20%	20%	28%	26%	24%	11%	13%
Maschinen und Anlagen für die Fahrzeugindustrie	19%	20%	20%	26%	24%	22%	25%
Produkte und Leistungen für Nutzfahrzeuge	19%	23%	16%	17%	18%	0%	6%
Sonstige Teile und Vorprodukte für den Fahrzeugbau	14%	18%	12%	22%	15%	22%	13%
Sonstiges	14%	13%	16%	9%	15%	0%	13%
Elektrik/Elektronik (Bordnetz)	12%	10%	12%	9%	12%	0%	6%
Herstellung von Ersatzteilen	15%	13%	12%	13%	9%	0%	6%
Produkte und Leistungen für Zweiräder	12%	15%	20%	26%	18%	0%	13%
Handel mit Produkten für den Automotiven Sektor	7%	10%	8%	9%	6%	11%	13%
Zubehör für Individualisierung	7%	8%	4%	4%	3%	0%	6%
Automotive Dienstleistungen für Endverbraucher	5%	8%	8%	9%	6%	11%	0%
Infrastruktur (E-Tankstellen, Car Ports etc.)	3%	5%	0%	0%	0%	0%	0%

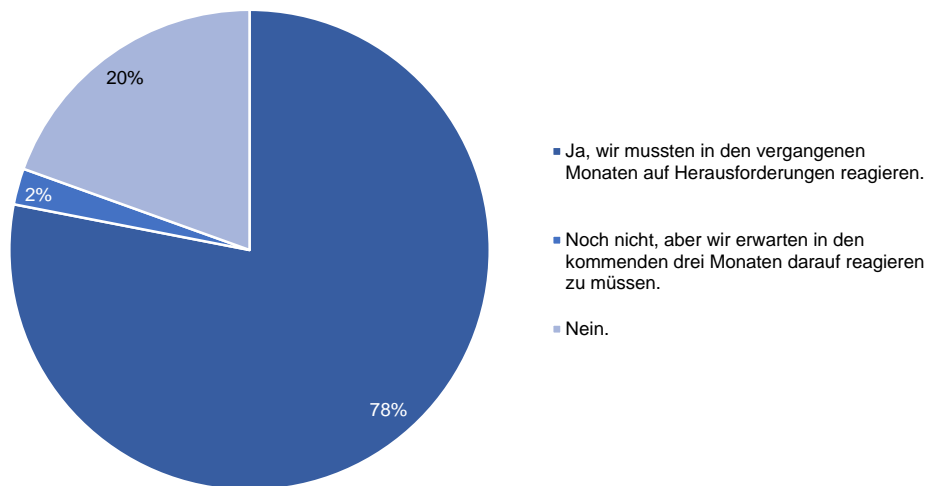
Anm.: Filterfrage an alle die Exportieren. Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: IWI (2021)

2.7 COVID-19-Pandemie und ihre Herausforderungen

Dreiviertel der befragten Unternehmen geben an, durch die COVID-19-Pandemie mit zusätzlichen Herausforderungen konfrontiert gewesen zu sein, während jedes fünfte Unternehmen zusätzliche Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Pandemie verneint (20%). Dabei geben vermehrt Großunternehmen an, mit zusätzlichen Herausforderungen begegnet worden zu sein. Unter jenen befragten Unternehmen, die keinen zusätzlichen Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Pandemie gegenüberstehen, befinden sich keine Großunternehmen.

Abb. 13: Zusätzliche Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Pandemie



Anm.: n=30; Frage 2; Haben sich aufgrund der COVID-19-Pandemie zusätzliche Herausforderungen für Ihre Unternehmenseinheit in wesentlichen internationalen Märkten ergeben oder erwarten Sie zukünftig welche?
Quelle: IWI (2021)

Eine detaillierte Analyse des Antwortverhaltens hinsichtlich der zusätzlichen Herausforderungen, gibt Aufschluss darüber, dass alle befragten Großunternehmen davon berichten, zusätzlichen Herausforderungen in den letzten Monaten aufgrund der COVID-19-Pandemie gegenüberzustehen. Das Antwortverhalten in den übrigen Größenklassen verhält sich fast ident, denn jeweils mehr als die Hälfte der Befragten schildern zusätzliche Herausforderungen. Lediglich Mittelunternehmen berichten von noch nicht eingetretenen, jedoch in den nächsten drei Monaten zu erwartenden Herausforderungen. Jeweils ungefähr ein Viertel bzw. etwas mehr der Mittel-, Klein- und Kleinstunternehmen schildern keine zusätzlichen Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Pandemie. Während Unternehmen die in Zentral- und Westeuropa aktiv sind am wenigsten von solchen Herausforderungen betroffen waren, sind alle anderen Regionen überdurchschnittlich oft vor zusätzlichen Herausforderungen betroffen. Besonders jene Unternehmen die in Asien und Nordamerika aktiv sind mussten aktiv reagieren. Unternehmen die in Süd- und Osteuropa tätig sind, erwarten öfter, in den kommenden Monaten noch auf solche Herausforderungen reagieren zu müssen.

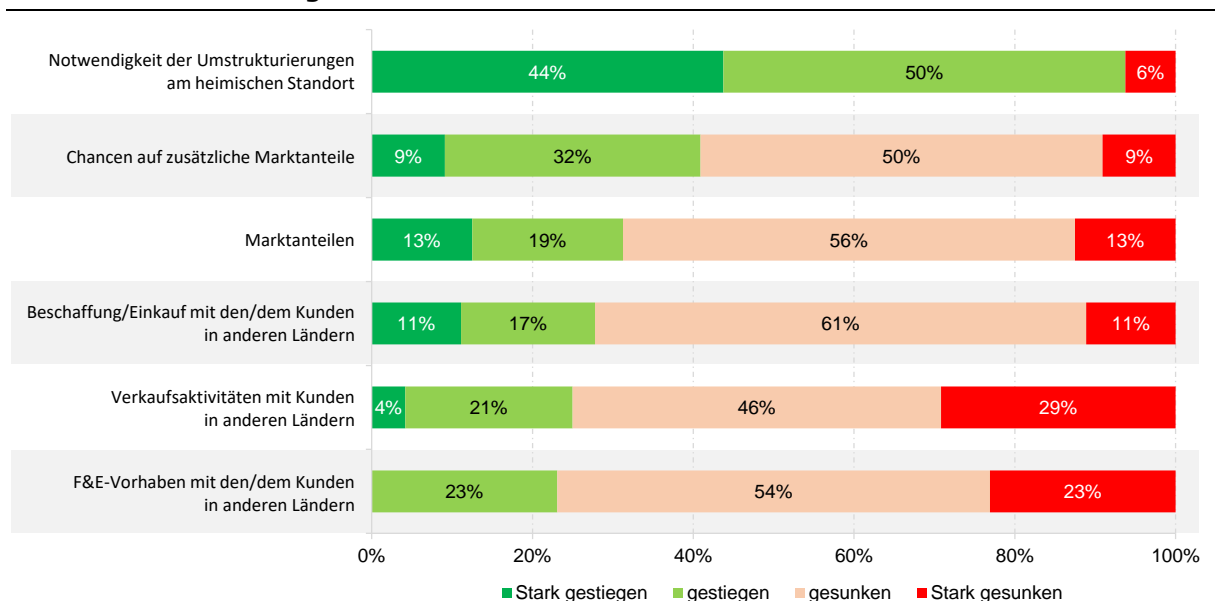
Tab. 11: Herausforderungen der Automotiven Zulieferer aufgrund von COVID-19 nach Beschäftigtengrößenklassen

Herausforderungen der Automotiven Zulieferer aufgrund von Standorterweiterungen von Kunden		Gesamt	GU	MU	KU	KIStU
Basis		41	13	19	6	3
Ja, wir mussten aktiv reagieren		78%	100%	68%	67%	67%
Noch nicht, aber wir erwarten in den kommenden drei Monaten darauf reagieren zu müssen.		2%	0%	5%	0%	0%
Nein		20%	0%	26%	33%	33%
Anm.:	Rundungsdifferenzen möglich.					
Quelle:	IWI (2021)					

Die Hälfte der befragten Unternehmen gibt an, dass die Notwendigkeit der Umstrukturierungen am heimischen Standort stark bzw. gestiegen ist, 3% sprechen von einem Sinken der Notwendigkeit. Fast alle befragten Unternehmen gibt an, dass die Notwendigkeit der Umstrukturierungen am heimischen Standort stark bzw. gestiegen ist, nur 6% sprechen von einem Sinken der Notwendigkeit. Bereits im Jahr 2017 erachteten 30% der befragten Unternehmen eine Umstrukturierung am heimischen Standort für notwendig. Waren über die Hälfte die Unternehmen in der Vorgängerstudie noch optimistisch, dass sich die Chancen auf zusätzliche Marktanteile ergeben, so sehen in der gegenständlichen Studie über zwei Fünftel der Automotiven Zulieferer einen Anstieg in den Chancen auf zusätzliche Marktanteile (41%). Wohingegen mehr als die Hälfte der Unternehmen davon ausgehen, dass diese Chancen stark bzw. gesunken sind (59%).

Für jedes Vierte der Unternehmen sind die Verkaufsaktivitäten mit Kunden in anderen Ländern stark bzw. gestiegen. Dies spiegelt die derzeitigen Exportentwicklungen in Anbetracht der Covid-19-Pandemie wieder. Für 69% der befragten Unternehmen sind die Marktanteile gesunken, nur wenige sehen hier einen Anstieg. In der Vorgängerstudie gehen 9% der befragten Unternehmen von einem Abnehmen der Marktanteile aus. Auch die Beschaffung bzw. der Einkauf der Automotiven Zulieferer mit den/dem Kunden in anderen Ländern ist stark bzw. gesunken, nur 28% rechnen mit einer Steigerung Ebenfalls gibt die Mehrheit der Unternehmen an, dass die F&E-Vorhaben mit den/dem Kunden in anderen Ländern stark bzw. gesunken sind. Im Jahr 2017 waren es noch 26% der Unternehmen, die von einer Erweiterung der Entwicklung der F&E-mit den/dem Kunden in anderen Ländern ausgegangen sind.

Abb. 14: Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

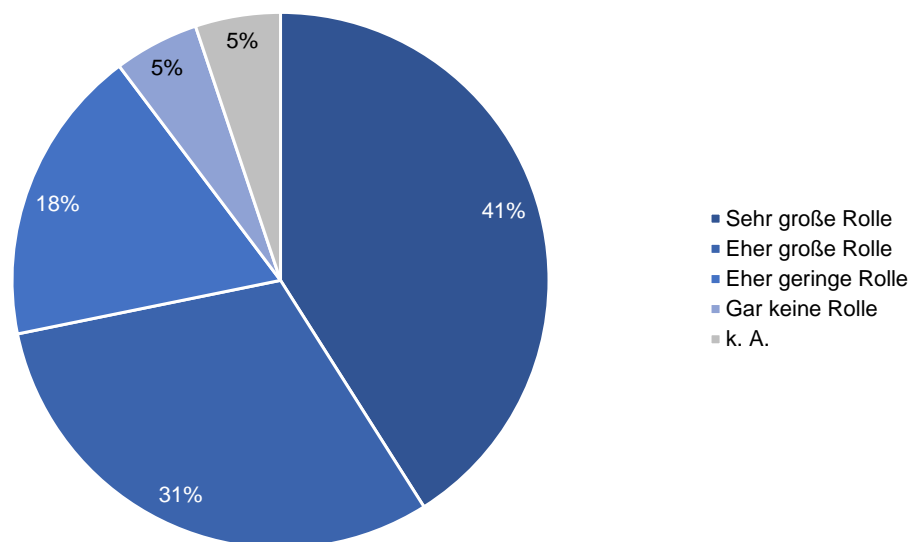


Anm.: n=30; Antwortverhalten k. A. auf übrige Antworten hochgerechnet. Frage in dieser Form nur an Befragungsgruppe 1. Frage 2a; Welche Auswirkungen hat die COVID-19-Pandemie mit sich gebracht, bzw. welche erwarten Sie zukünftig?
 Quelle: IWI (2021)

Als gestiegene Notwendigkeit sehen vermehrt Groß- und Mittelunternehmen eine Umstrukturierung am heimischen Standort, Klein- und Kleinstunternehmen betrachten diese als stark gestiegen. Stark bzw. gestiegene Chancen auf zusätzliche Marktanteile konstatieren so gut wie alle Größenklassen, lediglich Kleinstunternehmen sehen kaum Potential für steigende Chancen. Von gesunkenen bzw. stark gesunkenen Verkaufsaktivitäten gehen alle Größenklassen aus. Von stark gesunkenen Marktanteilen sprechen Kleinstunternehmen, als gesunken beschreiben die übrigen Größenklassen die Marktanteile.

Vier von zehn befragten Unternehmen erachtet die Rolle der grenzüberschreitenden Lieferketten als sehr groß (41%) bzw. knapp ein Drittel sieht die Rolle der grenzüberschreitenden Lieferketten als eher groß an (31%). 18% der befragten Automotiven Zulieferer hingegen erkennt der grenzüberschreitenden Lieferketten eine eher geringe Rolle an, diese Sicht wird von Groß- und Mittelunternehmen vertreten. Gar keine Rolle spielen transnationale Lieferketten für 5% der befragten Unternehmen, wobei es sich dabei tendenziell um Kleinunternehmen handelt.

Abb. 16: Rolle grenzüberschreitender Lieferketten

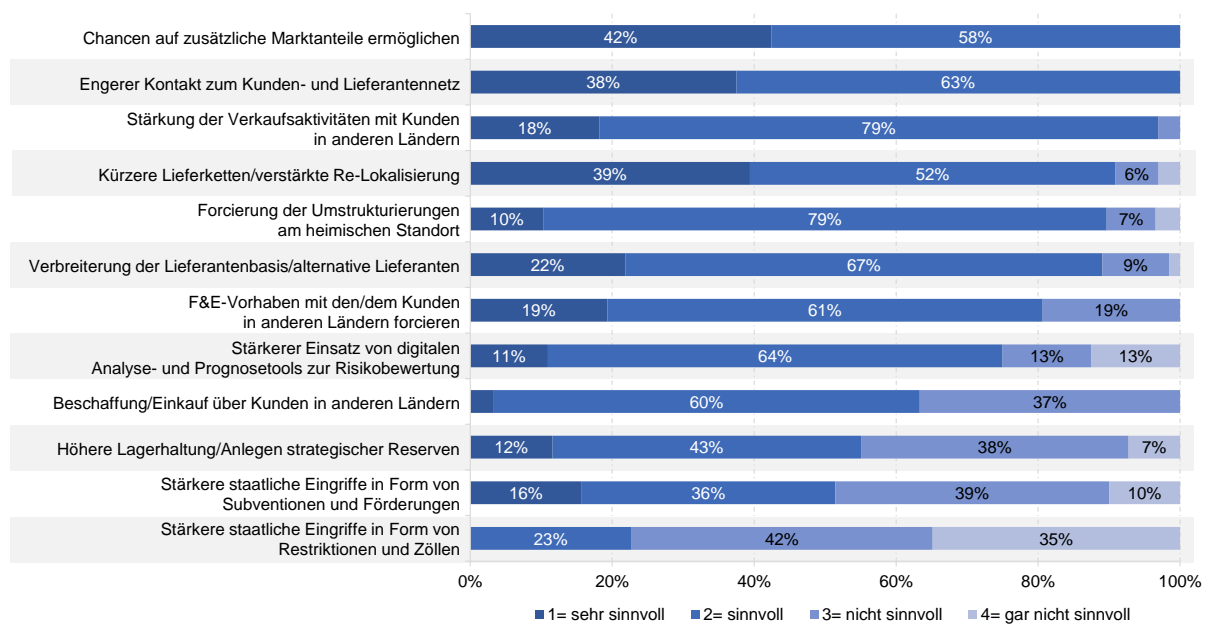


Anm.: n=39; Frage 3; Welche Rolle spielen grenzüberschreitende Lieferketten ganz allgemein im Rahmen der Geschäftstätigkeit Ihrer Unternehmenseinheit?
 Quelle: IWI (2021)

Ein weiterer wichtiger Punkt für die Analyse der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie ist die Analyse der Lieferkettenunterbrechungen und der damit einhergehenden Betroffenheit der Unternehmen. Dabei wird zwischen vorgelagerten sowie nachgelagerten Verbindungen unterschieden. Hinsichtlich der vorgelagerten Verbindungen von den Lieferanten beurteilen die befragten Unternehmen, die Betroffenheit im Rahmen der COVID-19-Pandemie in der ersten Jahreshälfte 2020 als eher gering ausgeprägt. Die Unternehmensgrößen genauer betrachtet, zeigt, dass kleinere Unternehmensgrößen tendenziell stärker betroffen sind. So geben Kleinstunternehmen sehr wohl eine ausgeprägte Betroffenheit an, während Kleinunternehmen tendenziell neutral antworten.

Die nachgelagerten Verbindungen, somit hin zum Kunden, werden von den Automotiven Zulieferern im Vergleich zu den vorgelagerten Verbindungen als stärker betroffen erachtet. Auch in diesem Bereich sind Kleinstunternehmen eher vermehrt betroffen. Hervorzuheben ist, dass Mittelunternehmen angeben stärker als Kleinunternehmen von Unterbrechungen der Lieferketten im Rahmen der globalen COVID-19-Pandemie in der ersten Jahreshälfte 2020 betroffen zu sein. Über alle Exportregionen, von Europa bis Amerika und Asien, Antworten die Unternehmen sehr ähnlich und sehr ähnlich dem Durchschnitt.

Abb. 17: Widerstandsfähigkeiten von Lieferketten



Anm.: n=30 bis 70. Erweiterung in Fragerunde 2; Wertbeschriftungen unter 4% werden nicht angeführt. Frage 5; Die Widerstandsfähigkeit von Lieferketten kann auf unterschiedliche Art und Weise erhöht werden. Welche der folgenden Strategien sind aus Ihrer Sicht für den Standort Österreich sinnvoll?

Quelle: IWI (2021)

Sämtliche der befragten Unternehmen der Automotiven Zulieferindustrie sind der Ansicht, dass Chancen auf zusätzliche Marktanteile ermöglichen eine sinnvolle Maßnahme darstellt, um die Widerstandsfähigkeit von Lieferketten erhöhen zu können. Ebenso sehen alle Respondenten einen engeren Kontakt zum Kunden- und Lieferantennetz als sehr bzw. sinnvoll. Neun von zehn der befragten Unternehmen sprechen sich für kürzere Lieferketten oder verstärkte Re-Lokalisierung als sehr bzw. sinnvolle Strategie aus um die Widerstandsfähigkeit der Lieferketten zu stärken (91%), lediglich 9% halten diese Vorgehensweise als nicht bzw. gar nicht sinnvoll. 89% der heimischen Automotiven Zulieferunternehmen erachten sowohl die Forcierung der Umstrukturierungen am heimischen Standort sowie die Verbreiterung der Lieferantenbasis oder alternative Lieferanten als eine sehr bzw. sinnvolle Strategie zur Stärkung der Widerstandsfähigkeit der Lieferketten. Letztere Maßnahme sehen insbesondere größer strukturierte Unternehmen als sehr empfehlenswert.

Eine Forcierung der F&E-Vorhaben mit Kunden in anderen Ländern wird von 80% der Respondenten als geeignet eingeschätzt, die Zustimmung zu dieser Strategie ist dabei in Großunternehmen am höchsten ausgeprägt. Den stärkeren Einsatz von digitalen Analyse- und Prognosetools zur Risikobewertung beurteilen drei Viertel der befragten Unternehmen als sehr bzw. sinnvoll (75%), dahinter stehen insbesondere Großunternehmen. Hingegen sehen ein Viertel der Unternehmen diese Strategie zur Stärkung der Widerstandsfähigkeit der Lieferketten als nicht bzw. gar nicht sinnvoll an (25%).

Ein Einkauf bzw. eine Beschaffung über Kunden in anderen Ländern sehen etwas mehr als 60% als mögliche geeignete Strategie, mehr als ein Drittel (37%) können dieser Maßnahme hingegen keinen sinnvollen Nutzen abgewinnen. Über die Lagerhaltung oder das Anlegen strategischer Reserven spaltet sich die Meinung der heimischen Automotiven Lieferunternehmen; so sehen etwas mehr als die Hälfte dieser diese Strategie als sehr bzw. sinnvoll (55%), jedoch halten etwas weniger als die Hälfte der Unternehmen dies als nicht bzw. gar nicht sinnvoll (38%). Die geteilte Meinung zeigt sich über sämtliche Größenklassen hinweg.

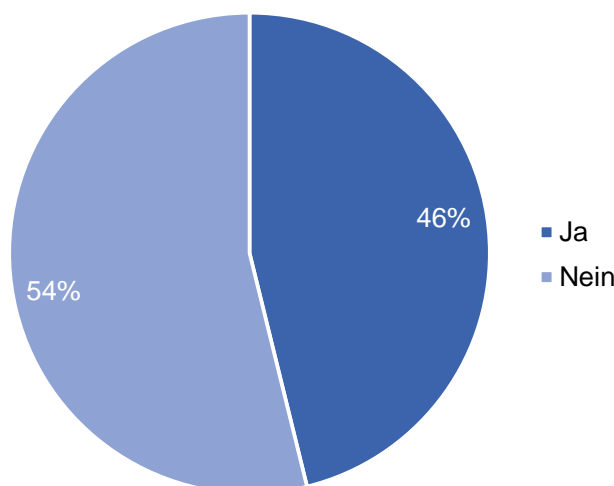
Relativ ausgeglichen ist die Einschätzung von stärkeren staatlichen Eingriffen in Form von Subventionen und Förderungen, denn etwas weniger als die Hälfte schätzt diese Strategie als sehr bzw. sinnvoll ein und ebenfalls etwa die Hälfte sieht diese Strategie als nicht bzw. gar nicht sinnvoll. Von drei von vier der befragten Unternehmen werden stärkere staatliche Eingriffe in Form von Restriktionen und Zöllen als nicht bzw. gar nicht sinnvoll gesehen (77%).

Besonders Unternehmen die auf dem Afrikanischen Markt aktiv sind finden einen engen Kontakt zum Kunden- und Lieferantennetz als sehr sinnvoll. Anders ist das Bild für jene die auf den Amerikanischen Kontinent exportieren, diese empfinden dies unterdurchschnittlich oft als wichtig. Für diese Unternehmen sind auch Kürzere Lieferketten/verstärkte Re-Lokalisierung nicht so bedeutend wie für den Durchschnitt aller anderen Unternehmen. F&E-Vorhaben mit den/dem Kunden in anderen Ländern forcieren wollen vor allem jene Unternehmen die in Asien und Amerika aktiv sind. Eine Forcierung der Kooperation wäre für diese Unternehmen eine sinnvolle Maßnahme um die Widerstandsfähigkeit von Lieferketten zu erhöhen.

2.8 Kooperationsstrukturen und (Kunden-)Netzwerke

Etwas mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen gibt an, dass sie bei Aktivitäten auf internationalen Märkten mit Partnerfirmen kooperieren, etwas weniger als die Hälfte verneinen eine Kooperation ihre Unternehmenseinheit betreffend.

Abb. 15: Kooperation mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten



Anm.: Kreisdiagramm: n=39; Frage 1f Kooperiert Ihre Unternehmenseinheit mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten?
Quelle: IWI (2021)

Dabei zeigt sich, dass die Kooperation mit Partnerfirmen innerhalb der Gruppen von Kleinst-, Klein- sowie auch Großunternehmen bei einer Vielzahl der Unternehmen von Bedeutung ist. Konträr dazu findet sich diese Art der Zusammenarbeit bei Mittelunternehmen deutlich seltener. Bereits in der Vorgängerstudie sind es vor allem Kleinunternehmen, die angeben, auf internationaler Ebene mit Partnerfirmen häufig zusammenzuarbeiten. Dem Antwortverhalten dieser Gruppe lässt sich entnehmen, dass sie derartige internationale Kooperationen überdurchschnittlich häufig aufgrund von internationalen Standorterweiterungen ihrer Kunden als notwendig erachten.

Tab. 12: Kooperation der Automotiven Zulieferer mit Partnerfirmen auf internationalen Märkten nach Beschäftigtengrößenklassen

Kooperation der Automotiven Zulieferer mit Partnerfirmen auf internationalen Märkten	Gesamt	GU	MU	KU	KIstU
Basis	39	11	19	7	2
Ja	46%	64%	26%	57%	100%
Nein	54%	36%	74%	43%	0%

Anm.: Rundungsdifferenzen möglich.
Quelle: IWI (2021)

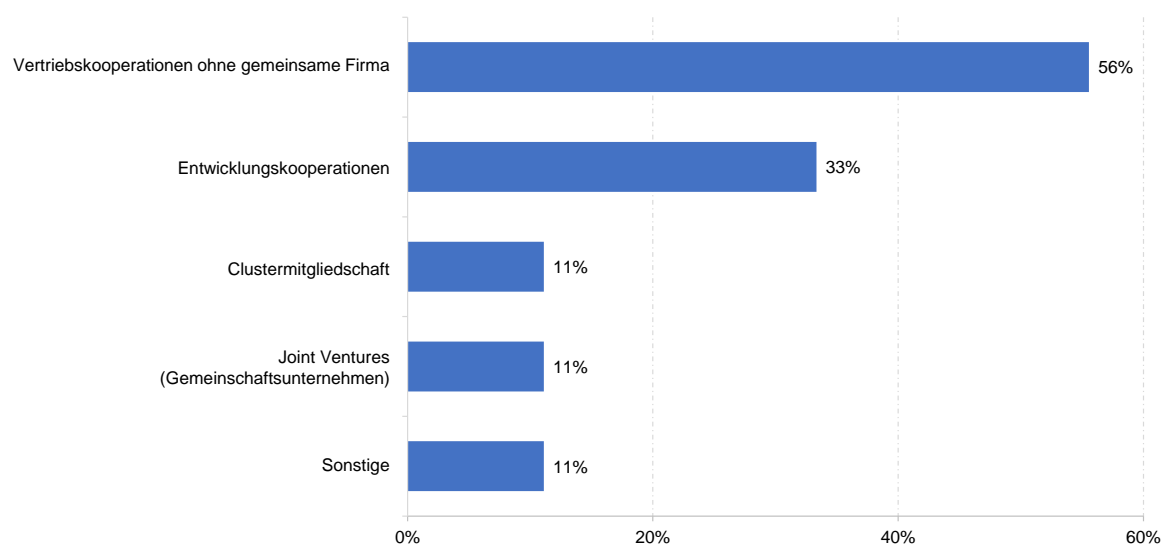
Besonders aktiv bei der internationalen Kooperation mit Partnerfirmen zeigen sich die in Oberösterreich niedergelassenen Unternehmen; zwei Drittel geben hier an dahingehend aktiv zu

sein. Auch bei den in der Steiermark angesiedelten Unternehmen unterhalten etwas mehr als die Hälfte internationale kooperative Geschäftsbeziehungen. Unterdurchschnittlich häufig sind derartige Kooperationen mit Partnerfirmen hingegen bei in Niederösterreich beheimateten Betrieben.

Mehr als die Hälfte (56%) jener 46% der befragten Automotiven Zulieferunternehmen, die sich für eine Kooperation mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten aussprechen, wählen Vertriebskooperationen ohne eine gemeinsame Firma, ebenfalls einige der Unternehmen wählen Entwicklungskooperationen (33%). Jeweils 11% der befragten Automotiven Zulieferer greifen auf eine Clustermitgliedschaft, Joint Ventures (Gemeinschaftsunternehmen) oder Sonstige Arten von Kooperationsformen.

Auch in der Studie von 2017 geben mehr als die Hälfte der Unternehmen die Vertriebskooperationen ohne gemeinsame Firma an (-2 Prozentpunkte). Hinsichtlich der Entwicklungskooperationen ist eine geringe Veränderung von -3 Prozentpunkten zur Vorgängerstudie erkennbar. Deutlich weniger Unternehmen geben in der gegenständlichen Studie an, anhand von Clustermitgliedschaft mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten zu kooperieren, so sind es um -16 Prozentpunkte weniger Unternehmen. Ähnlich zeigt sich das Bild Joint Ventures betreffend, auch hier ist die Anwendung dieser um -13 Prozentpunkte gesunken.

Abb. 16: Art der Kooperationsformen



Anm.: n=18 (Basis: Österreich steuert Auslandsniederlassung) Frage 1f Welche Kooperationsformen werden hierbei genutzt?

Quelle: IWI (2021)

Ausschließlich Großunternehmen geben in der gegenständlichen Untersuchung an, mittels Joint Ventures (Gemeinschaftsunternehmen) mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten zu kooperieren, wohingegen in der Vorgängerstudie alle Größenklassen vertreten waren. Vermehrt arbeiten Kleinst- sowie Großunternehmen mit Partnerfirmen im Rahmen von Entwicklungskooperationen zusammen, auch in der Vorgängerstudie waren diese Größenklassen häufig vertreten.

Auf Vertriebskooperationen ohne gemeinsame Firma setzen vor allem Mittelunternehmen, welche damit analog zur Vorgängerstudie häufig auf diese Form der Zusammenarbeit setzen. Clustermitgliedschaften bedienen sich lediglich Großunternehmen sowie Kleinunternehmen, in der Vorgängerstudie waren alle Größenklassen vertreten. Sonstige Formen verwenden lediglich Großunternehmen. Bereits in der Vorgängerstudie waren es vermehrt Großunternehmen, die anhand dieser mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten kooperieren.

Tab. 13: Kooperationsformen von international kooperierenden Automotiven Zulieferern nach Beschäftigtengrößenklassen

Kooperationsformen der Automotiven Zulieferer mit Partnerfirmen auf internationalen Märkten	Gesamt	GU	MU	KU	KIstu
Basis	18	7	5	4	2
Joint Ventures (Gemeinschafts-unternehmen)	11%	29%	0%	0%	0%
Entwicklungs-kooperationen	33%	43%	20%	25%	50%
Vertriebs-kooperationen ohne gemeinsame Firma	56%	43%	80%	50%	50%
Clustermitgliedschaft	11%	14%	0%	25%	0%
Sonstige	11%	29%	0%	0%	0%

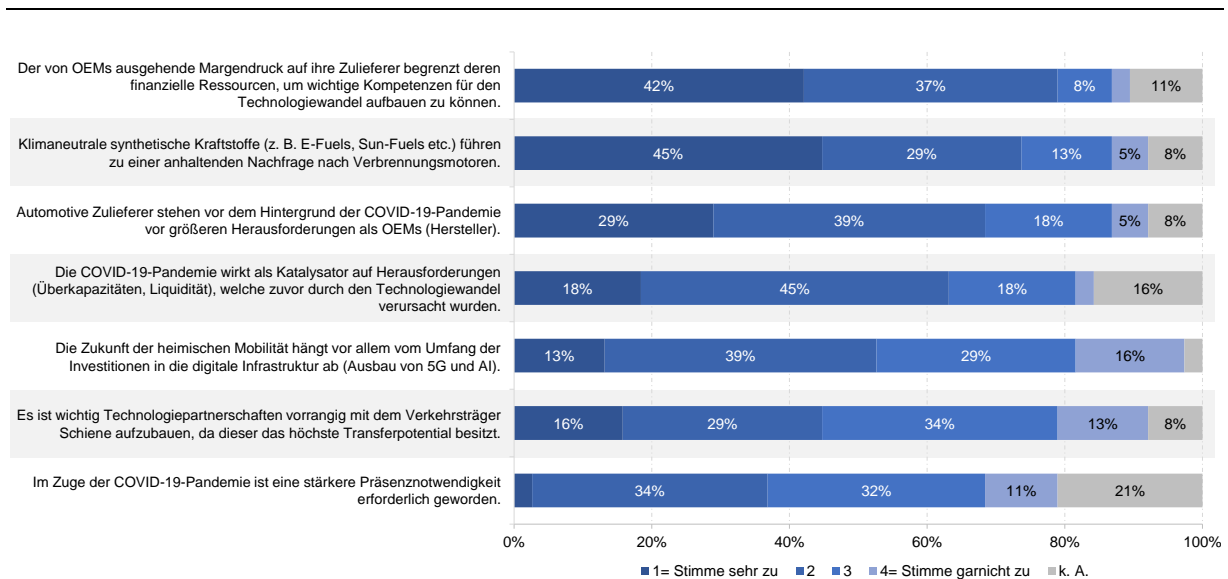
Anm.: Mehrfachnennungen möglich.
Quelle: IWI (2021)

2.9 Stimmungsbild zum Bereich Mobilität

Im Rahmen der Befragung wurden den Unternehmen der Automotiven Zulieferindustrie einige Aussagen zu den Bereichen Mobilität und Digitalisierung vorgestellt. Diese wurden gebeten, ihre Bewertung bezüglich der Zustimmung zu den Aussagen abzugeben. Dadurch entsteht ein Stimmungsbild, welches einen Überblick über die Positionierung der Unternehmen gegenüber gewissen Zuständen und Entwicklungen rund um den Bereich Mobilität wiedergibt.

Besondere Zustimmung erfährt hierbei die Aussage, dass der von OEMs ausgehende Margendruck die finanziellen Ressourcen von Zulieferern begrenzt und diese darin einschränkt, wichtige Kompetenzen für den Technologiewandel aufzubauen. Dem stimmen 79% der Unternehmen (sehr) zu. 74% der Respondent gehen davon aus, dass klimaneutrale, synthetische Kraftstoffe zu einer anhaltenden Nachfrage nach Verbrennungsmotoren beitragen. Wie schon zuvor erwähnt, wird auch die Covid-19-Pandemie nicht ohne Auswirkungen an den Unternehmen der Automotiven Zulieferindustrie vorbeigehen. 68% der Unternehmen sehen Automotive Zulieferer vor größeren Herausforderungen durch die Pandemie als OEMs, während 63% der Unternehmen diese als Katalysator für Herausforderungen sehen. Eine stärkere Präsenznotwendigkeit erkennen die Unternehmen nicht so oft.

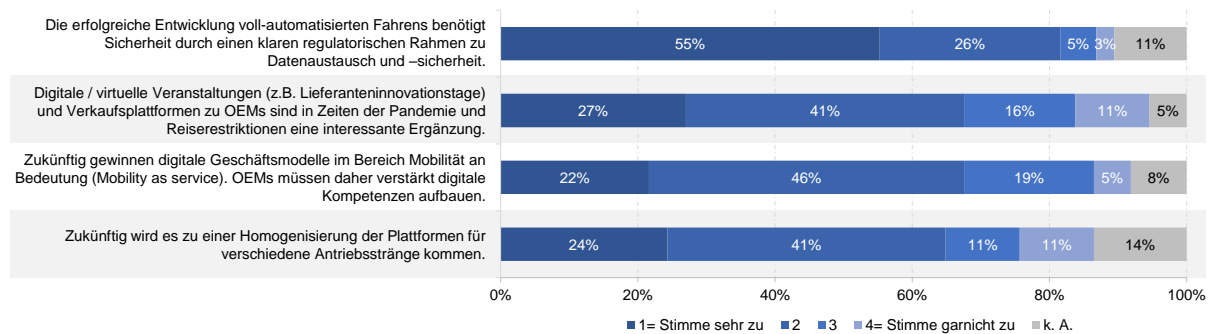
Abb. 17: Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer



Anm.: n=70. Rundungsdifferenzen möglich; Frage 8. Nachfolgend finden Sie einige Aussagen zum Bereich Mobilität. Bitte bewerten Sie diese von 1= stimme völlig zu bis 4= stimme überhaupt nicht zu.
Quelle: IWI (2021)

In der heutigen Zeit, die vor allem durch voranschreitenden technologischen Wandel und Digitalisierung geprägt ist, steht die Sicherheit von Daten zunehmend im Vordergrund. Auch die Entwicklung von voll-automatisiertem Fahren ist davon nicht ausgeschlossen. 81% der Unternehmen stimmen der Aussage (sehr) zu, dass die erfolgreiche Entwicklung voll-automatisierten Fahrens Sicherheit, durch einen klaren regulatorischen Rahmen zu Datenaustausch- und Sicherheit, benötigt. Digitale Veranstaltungen sowie Geschäftsmodelle werden auch in der Automotiven Zulieferindustrie immer wichtiger, dem stimmen je 68% der Befragten (sehr) zu.

Abb. 18: Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer



Anm.: n=70. Rundungsdifferenzen möglich; Frage 9. Bitte Bewerten Sie auch folgende Aussagen zum Bereich Mobilität. (1= stimme völlig zu bis 4= stimme überhaupt nicht zu)

Quelle: IWI (2021)

2.10 Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer

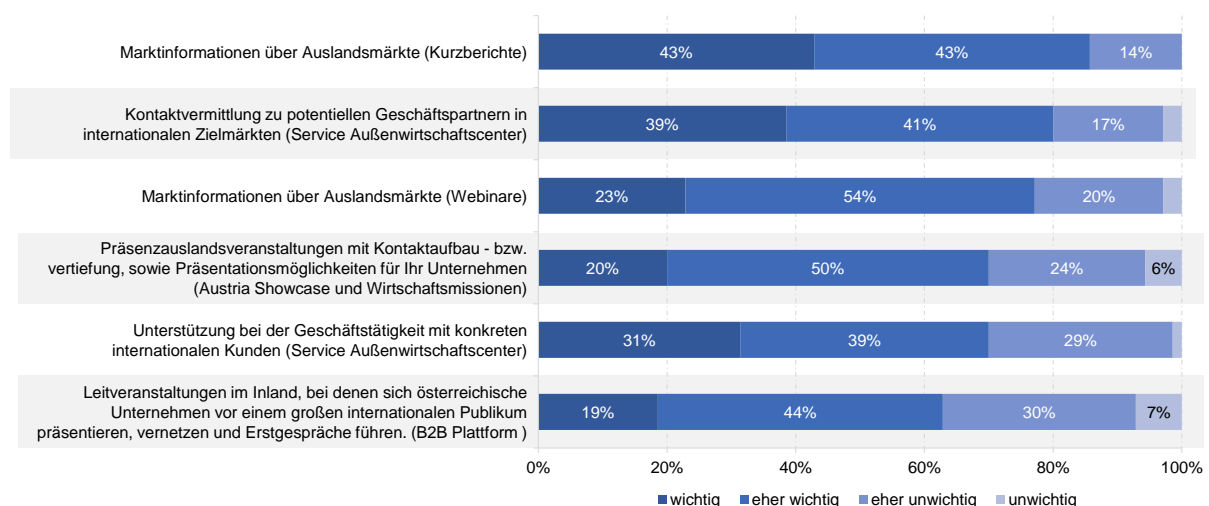
In der gegenwärtigen Studie werden die befragten Automotiven Zulieferer, wie bereits in der Vorgängerstudie des Jahres 2017, ersucht, potentielle Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten ihres Unternehmens die Wichtigkeit betreffend zu beurteilen.

Fast die Hälfte der befragten Unternehmen geben einerseits an, die Marktinformationen über Auslandsmärkte (Kurzberichte) seien wichtig bzw. weitere 43% sehen diese als eher wichtige Unterstützungsmaßnahme an; lediglich 14% nennen diesen Bereich als eher unwichtig. Als ebenfalls wichtige bzw. eher wichtige Unterstützungsmaßnahme betrachten jeweils rund 40% der Unternehmen die Kontaktvermittlung zu potentiellen Geschäftspartnern in internationalen Zielmärkten (Service Außenwirtschaftscenter), 20% gehen davon aus, diese sei eher bzw. unwichtig. Marktinformationen über Auslandsmärkte (Webinare) als Unterstützungsmaßnahme wird von fast einem Viertel der Unternehmer als wichtig eingestuft und von mehr als der Hälfte der Unternehmen als eher wichtig.

Rund Dreiviertel der Unternehmen erkennen Präsenzauslands-veranstaltungen mit Kontaktaufbau bzw. -vertiefung sowie Präsentationsmöglichkeiten für ihr Unternehmen (Austria Showcase und Wirtschaftsmissionen) als wichtig bzw. eher wichtig an. Die Unterstützung bei der Geschäftstätigkeit mit konkreten internationalen Kunden (Service Außenwirtschaftscenter) wird ebenfalls von fast Dreiviertel der Unternehmen als wichtig bzw. eher wichtig angesehen. Mehr als die Hälfte der Unternehmen schätzen Leitveranstaltungen im Inland, bei denen sich österreichische Unternehmen vor einem großen internationalen Publikum präsentieren, vernetzen und Erstgespräche führen (B2B Plattform) als wichtig bzw. eher wichtig ein.

Wie bei der Vorgängerstudie stellt in der gegenständlichen Studie die Unterstützung durch Markinformatoren über Auslandsmärkte (Kurzberichte), die wichtigste Unterstützungsmaßnahme dar. Die Kontaktvermittlung zu potentiellen Geschäftspartnern in internationalen Zielmärkten (Service Außenwirtschaftscenter) wird in der Vorgängerstudie unter die ersten drei Top-Unterstützungsmaßnahmen gereiht.

Abb. 19: Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer



Anm.: n=70. Rundungsdifferenzen möglich; Frage 15 Wie wichtig sind folgende Unterstützungsmaßnahmen für die internationalen Aktivitäten Ihrer Unternehmenseinheit? (Unterstützungsmaßnahmen der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA/Weitere Unterstützungsmaßnahmen

Quelle: IWI (2021)

Allgemein zeigt eine Analyse hinsichtlich der Unternehmensgrößenklassen, wie bereits in der Studie von 2017, dass Großunternehmen tendenziell etwas weniger Bedarf an Unterstützung haben, als

Kleinst-, Klein- sowie Mittelunternehmen. Dennoch sehen insbesondere Großunternehmen Marktinformationen über Auslandsmärkte (Kurzberichte) als wichtiger bzw. eher wichtige Unterstützungsmaßnahme. Ebenso halten Großunternehmen Präsenzauslandsveranstaltungen mit Kontaktaufbau bzw. -vertiefung sowie Präsentationsmöglichkeiten für ihr Unternehmen (Austria Showcase und Wirtschaftsmissionen) als wichtig bzw. als eher wichtig.

Tab. 14: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen der Außenwirtschaft Austria

Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer	Gesamt	GU	MU	KU	KIstU
Basis	70	22	26	15	7
Marktinformationen über Auslandsmärkte (Kurzberichte)	1,71	1,55	1,85	1,67	1,86
Marktinformationen über Auslandsmärkte (Webinare)	2,03	1,95	2,19	1,93	1,86
Kontaktvermittlung zu potentiellen Geschäftspartnern in internationalen Zielmärkten (Service Außenwirtschaftscenter)	1,84	1,95	1,88	1,80	1,43
Unterstützung bei der Geschäftstätigkeit mit konkreten internationalen Kunden (Service Außenwirtschaftscenter)	2,00	2,14	2,04	1,93	1,57
Präsenzauslandsveranstaltungen mit Kontaktaufbau - bzw. vertiefung, sowie Präsentationsmöglichkeiten für Ihr Unternehmen (Austria Showcase und Wirtschaftsmissionen)	2,16	2,18	2,19	2,00	2,29
Leitveranstaltungen im Inland, bei denen sich österreichische Unternehmen vor einem großen internationalen Publikum präsentieren, vernetzen und Erstgespräche führen. (B2B Plattform)	2,26	2,41	2,35	2,07	1,86

Quelle: IWI (2021)

Marktinformationen über Auslandsmärkte sind für alle international aktiven Automotiven Zulieferer – unabhängig vom Erdteil in dem sie aktiv sind – von hoher Relevanz, besonders in Latein- und Südamerika exportierende Unternehmen befinden dies aber als sehr wichtig. Unternehmen die nach Afrika exportieren bewerten die Kontaktvermittlung zu potentiellen Geschäftspartnern sowie die Unterstützung bei der Geschäftstätigkeit überdurchschnittlich wichtig.

Tab. 15: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen der Außenwirtschaft Austria nach Regionen.

Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer	Zentral - und West-europa	Süd- und Ost-europa	Nord-amerika	Latein- und Süd-amerika	Asien	Afrika	Sonst. Reg.
Basis	57	39	24	22	33	8	15
Marktinformationen über Auslandsmärkte (Kurzberichte)	1,75	1,56	1,54	1,45	1,61	1,50	1,47
Marktinformationen über Auslandsmärkte (Webinare)	2,05	1,95	1,88	1,86	1,94	1,75	1,73
Kontaktvermittlung zu potentiellen Geschäftspartnern in internationalen Zielmärkten (Service Außenwirtschaftscenter)	1,81	1,85	1,79	1,68	1,79	1,50	1,80
Unterstützung bei der Geschäftstätigkeit mit konkreten internationalen Kunden (Service Außenwirtschaftscenter)	1,93	1,95	1,79	1,86	1,85	1,63	2,00
Präsenzauslandsveranstaltungen mit Kontaktaufbau - bzw. vertiefung, sowie Präsentationsmöglichkeiten für Ihr Unternehmen (Austria Showcase und Wirtschaftsmissionen)	2,05	2,18	1,96	1,95	2,00	1,88	2,13
Leitveranstaltungen im Inland, bei denen sich österreichische Unternehmen vor einem großen internationalen Publikum präsentieren, vernetzen und	2,25	2,36	2,38	2,36	2,24	2,63	2,47

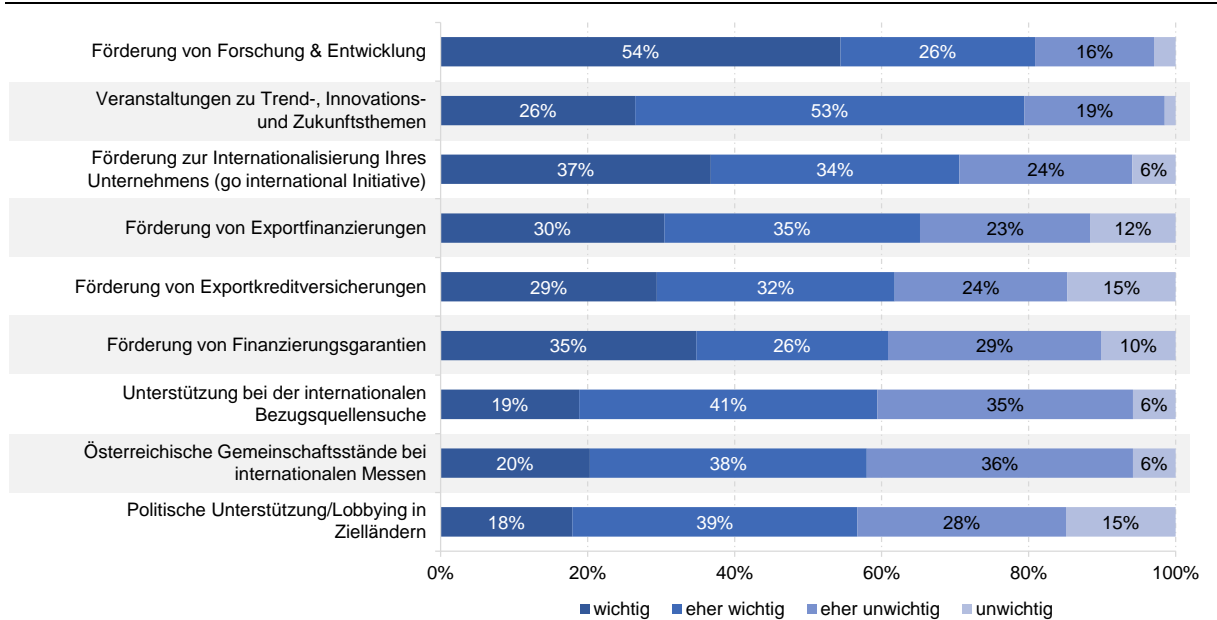
Erstgespräche führen.

Anm.: Bei der Berechnung des Mittelwerts werden die Angaben der Befragten, naturgemäß unter Ausschluss der k.A., berücksichtigt. Bei einer steigenden Zahl von fehlenden Angaben kann der Mittelwert Gesamt größer sein als die einzelnen Mittelwerte in den Erdteilen.

Quelle: IWI (2021)

Die weiteren Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer betreffend, lässt erkennen, dass alle Unterstützungsmaßnahmen von mehr als der Hälfte der befragten heimischen Automotiven Zulieferer als wichtig bzw. eher wichtig gesehen werden. Die Förderung von Forschung & Entwicklung stellt die wichtigste Unterstützungsmaßnahme dar. So sehen 80% der befragten Unternehmen diese als wichtig bzw. eher wichtig. Ebenfalls als wichtig bzw. eher wichtig werden Veranstaltungen zu Trend-, Innovations- und Zukunftsthemen von 79% der befragten Unternehmen gesehen. Ungefähr Dreiviertel der Unternehmen erkennen die Förderung zur Internationalisierung ihres Unternehmens (go international Initiative) als wichtig bzw. eher wichtig an. Jeweils mehr als die Hälfte der Unternehmen schätzen die Förderung von Exportfinanzierungen, die Förderung von Exportkreditversicherungen sowie die Förderung von Finanzierungsgarantien als wichtig bzw. eher wichtig ein. Im Vergleich am als wenigsten wichtig wird die Politische Unterstützung oder Lobbying in Zielländern gesehen.

Abb. 20: Weitere Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer



Anm.: n=68; Rundungsdifferenzen möglich; Frage 16 Welche Unterstützungsangebote für die verstärkte Internationalisierung österreichischer Unternehmen vermissen Sie bzw. würden Sie sich verstärkt von Ihren Interessensvertretungen wünschen?

Quelle: IWI (2021)

Hinsichtlich der weiteren Unterstützungsmaßnahmen kann festgestellt werden, dass grundsätzlich Kleinstunternehmen mehr Unterstützung benötigen als Großunternehmen. Dennoch ist auffallend, dass politische Unterstützung oder Lobbying in Zielländern ähnlich häufig von Groß- wie Kleinstunternehmen als wichtig bzw. eher wichtig angesehen wird. Darüber hinaus schätzen mehr Groß- als Kleinstunternehmen die Förderung von Exportfinanzierungen als wichtig bzw. eher wichtig ein, dies gilt gleichfalls für die Förderung von Exportkreditversicherungen.

Tab. 16: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer nach Beschäftigtengrößenklassen

Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer	Gesamt	GU	MU	KU	KlstU
Basis	68	22	26	14	6
Förderung zur Internationalisierung Ihres Unternehmens	1,99	2,23	2,00	1,79	1,50

(go international Initiative)					
Förderung von Finanzierungsgarantien	2,14	2,29	1,92	2,40	2,00
Förderung von Exportkreditversicherungen	2,24	2,10	2,08	2,53	2,57
Förderung von Exportfinanzierungen	2,16	2,19	1,96	2,33	2,43
Förderung von Forschung & Entwicklung	1,68	1,71	1,56	2,07	1,14
Politische Unterstützung/Lobbying in Zielländern	2,40	2,38	2,36	2,60	2,17
Österreichische Gemeinschaftsstände bei internationalen Messen	2,28	2,48	2,08	2,47	2,00
Veranstaltungen zu Trend-, Innovations- und Zukunftsthemen	1,96	1,95	2,00	1,93	1,86
Unterstützung bei der internationalen Bezugsquellensuche	2,28	2,48	2,15	2,13	2,43

Quelle: IWI (2021)

Die Förderung von Forschung & Entwicklung ist für die Unternehmen von großer Wichtigkeit, besonders für jene die nach Asien und auf den amerikanischen Kontinent exportieren. Für Unternehmen die nach Afrika exportieren sind vor allem Veranstaltungen zu Trend-, Innovations-, und Zukunftsthemen überdurchschnittlich wichtig. Politische Unterstützung benötigen vor allem Unternehmen die in Latein und Südamerika aktiv sind, während in Sonstigen Regionen die Förderung von Finanzierungsgarantien wichtig sind.

Tab. 17: Gewichtung der Bedeutung der Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer nach Regionen

Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferer	Zentral- und West-europa	Süd- und Ost-europa	Nord-amerik a	Latein- und Süd-amerik a	Asien	Afrika	Sonst. Reg.
Basis	38	21	23	21	32	8	14
Förderung zur Internationalisierung Ihres Unternehmens (go international Initiative)	1,93	2,15	2,13	2,09	1,97	2,13	2,07
Förderung von Finanzierungsgarantien	2,13	2,13	1,96	2,00	2,00	2,13	1,86
Förderung von Exportkreditversicherungen	2,15	2,05	1,96	1,90	1,94	2,25	1,64
Förderung von Exportfinanzierungen	2,05	2,03	1,83	1,76	1,88	2,00	1,86
Förderung von Forschung & Entwicklung	1,64	1,92	1,57	1,57	1,66	1,63	1,50
Politische Unterstützung/Lobbying in Zielländern	2,38	2,35	2,39	2,00	2,25	2,25	2,21
Österreichische Gemeinschaftsstände bei internationalen Messen	2,27	2,45	2,26	2,29	2,28	2,50	2,36
Veranstaltungen zu Trend-, Innovations- und Zukunftsthemen	2,02	1,97	2,00	1,90	2,06	1,88	2,00
Unterstützung bei der internationalen Bezugsquellensuche	2,30	2,42	2,13	2,10	2,31	2,13	2,14

Anm.: Bei der Berechnung des Mittelwerts werden die Angaben der Befragten, naturgemäß unter Ausschluss der k.A., berücksichtigt. Bei einer steigenden Zahl von fehlenden Angaben kann der Mittelwert Gesamt größer sein als die einzelnen Mittelwerte in den Erdteilen.

Quelle: IWI (2021)

3. Zusammenfassendes Fazit

Die Automotive Zulieferindustrie bildet einen wesentlichen Bestandteil der heimischen Volkswirtschaft. Schon vor der Corona-bedingten Pandemie hat diese einen Transformationsprozess durchlaufen, der sich durch die Krise weiter verschärft und beschleunigt. Es herrscht hoher Kosten- und Innovationsdruck in einer Zeit, in der vielerorts Produktionsprozesse zurückgeschraubt und pausiert wurden. Neben den Herausforderungen bietet dies aber auch eine Chance für die Automotive Zulieferindustrie sich neu und stärker zu positionieren.

Die Automotiven Zulieferer sind exportorientiert und international vernetzt

Selbst in wirtschaftlich turbulenten Zeiten wie diesen zeigt sich die Bedeutung grenzüberschreitender Aktivitäten. Mehr als 90% der heimischen Unternehmen erwirtschaften ihren Umsatz zumindest teilweise im Ausland. Ihre Aktivitäten reichen dabei über sämtliche Regionen der Welt. Die Exportquote liegt bei rd. 70% im Automotiven Bereich und ist dabei höher als in anderen Aufgabenfeldern der Unternehmen. Exportaktivitäten bilden einen Grundstein für die Automotive Zulieferindustrie.

Die Automotiven Zulieferer bedienen insbesondere Kunden im oberen Segment der Zulieferpyramide

Rückt die Kundenstruktur, bzw. rücken die Bereiche, denen die Kunden der befragten Unternehmen zuzuordnen sind, in den Mittelpunkt, so ergibt sich über die Jahre hinweg ein stabiles Bild. Analog zu den Vorgängererhebungen zählen die Automotiven Zulieferunternehmen zum größten Teil Tier 1 und OEMs zu den Kunden. Dahinter folgt der Tier 2-Bereich als häufig beliefertester Kundenstamm.

Auch die Kooperation mit Partnerfirmen spielt für die Unternehmen eine entscheidende Rolle. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, dass sie bei Aktivitäten auf internationalen Märkten mit Partnerfirmen kooperieren. Dabei setzen diese vor allem auf Vertriebs- und Entwicklungskooperationen.

Die Automotiven Zulieferer sind mit ihren vielschichtigen Aktivitäten weit über die heimischen Grenzen hinweg aktiv

Neun von zehn Unternehmen bieten ihre Produkte und Dienstleistungen im In- und/oder Ausland an (93%). Lediglich 7% der Unternehmen sind nur auf dem heimischen Markt aktiv und beliefern ausschließlich Kunden in Österreich. Die Tätigkeitsbereiche der Unternehmen sind vielschichtig und umfassen eine Vielzahl unterschiedlicher Aktivitäten. Am häufigsten sind die Automotiven Zulieferunternehmen aber in der Karosserie, dem Antrieb, dem Interieur und dem Fahrwerk tätig.

Die „Internationalisierung“ der Automotiven Zulieferindustrie steht für vielschichtige Aktivitäten. Neben dem Export umfassen die Auslandsaktivitäten den Vertrieb, aber auch die Produktion, etc. und erstrecken sich über die ganze Welt. Am aktivsten sind die Unternehmen in Zentral- und Westeuropa, gefolgt von Süd- und Osteuropa, Ostasien und Nordamerika. (Mehrfachnennungen bei Erdteilen).

Länder wie die Vereinigten Staaten und China stellen bei zahlreichen Unternehmen bereits jetzt einen wichtigen Fokus vieler Aktivitäten dar. Deutschland ist aber weiterhin das wichtigste Exportland für die Unternehmen der heimischen Automotiven Zulieferindustrie. Vor allem Länder im asiatischen Raum haben an Bedeutung als Kunden gewonnen.

Exportentwicklungen im Rahmen der Covid-19-Pandemie

Die Covid-19-Pandemie hat die Exportaktivitäten der heimischen Automotiven Zulieferindustrie wesentlich beeinflusst. Vor allem in den Monaten nach dem ersten Lockdown wurden die Exportaktivitäten beeinträchtigt. Zwischen März und September 2020 hatten 83% der Unternehmen einen Rückgang der Exportaktivitäten zu verzeichnen. Der Großteil der Automotiven Zulieferunternehmen geht davon aus, dass sich diese in den nächsten drei Jahren wieder positiv entwickeln.

Dreiviertel der befragten Unternehmen geben an, durch die COVID-19-Pandemie mit zusätzlichen Herausforderungen konfrontiert gewesen zu sein. Dazu zählt die Notwendigkeit der Umstrukturierung am heimischen Standort sowie die Verschiebung von Marktanteilen. Dies zeigte den Unternehmen aber auch die Bedeutung grenzüberschreitender Lieferketten auf. Strategien diese zu fördern, umfassen, unter anderem, die Chancen auf zusätzliche Marktanteile zu ermöglichen, den Kontakt zum Kunden- und Lieferantennetz zu forcieren, doch auch kürzere Lieferketten oder eine verstärkte Re-Lokalisierung könnten sich als sehr sinnvoll erweisen.

Fundierte Marktinformationen sind für die internationalen Aktivitäten der Automotiven Zulieferer unabdingbar

Unterstützungsmaßnahmen, die von der Außenwirtschaft Austria angeboten werden, sind für die Unternehmen von sehr großer Bedeutung. Vor allem Marktinformationen über Auslandsmärkte (Kurzberichte) schätzen die Unternehmen dabei sehr und verwenden diese als Entscheidungshilfe bei Exportentscheidungen. Die Kontaktvermittlung zu potentiellen GeschäftspartnerInnen in internationalen Zielmärkten (Service Außenwirtschaftscenter), Marktinformationen über Auslandsmärkte (Webinare) sind weitere, sehr oft genutzte Unterstützungsmaßnahmen der Unternehmen.

Weitere Unterstützungsmaßnahmen für internationale Aktivitäten der Automotiven Zulieferindustrie umfassen die Förderung von Forschung und Entwicklung, Veranstaltungen zu Trend-, Innovations- und Zukunftsthemen, die Förderung zur Internationalisierung ihres Unternehmens (Go International Initiative) und die Förderung von Exportfinanzierungen.

4. Quellen

- ALMON, C. (2000), Product-to-product tables via product-technology with no negative flows, *Economic Systems Research* 1/2000, 27-43
- HASLINGER, F. (1992), *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung*, 6. Auflage, Wien
- HOLUB, H.-W., SCHNABL, H. (1994), *Input-Output-Rechnung: Input-Output-Analyse*, München
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32003H0361>
<http://www.metalltechnischeindustrie.at/branchen/automotive-zulieferindustrie/unternehmer-netzwerk/>
<http://www.zukunftsinstitut.at/megatrends>
<https://www.automobilwoche.de/article/20200126/AGENTURMELDUNGEN/301269995/hoechste-pro-kopf-autoproduktion-der-welt-slowakei-will-fahrzeuge-entwickeln-nicht-nur-fertigen>
- IWI (2008), *Die Automotive Zulieferindustrie als Motor der österreichischen Volkswirtschaft*, Wien
- IWI (2009), *IWI-Blitzumfrage zur Finanz- und Konjunkturkrise 2008/2009: Auswirkungen auf die Automotive Zulieferindustrie Österreichs*, Pressemitteilung, Wien
- IWI (2010), *Unternehmensbefragung zur Skizzierung der Entwicklung von nachhaltig wirksamen Maßnahmenpaketen zur Hebung der Innovationskraft und Stärkung der FTI-Aktivitäten der Automotiven Zulieferindustrie Österreichs, n.v., Wien*
- IWI (2011), *Automotive Wertschöpfung in Österreich, n.v., Wien*
- IWI (2014a), *Internationaler Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte in der Automotiven Zulieferindustrie – Kurzstudie, IWI-Studie 195, Wien*
- IWI (2014b), *Internationalisierung der Automotiven Unternehmen Österreichs, Wien*
- IWI (2015), *Internationaler Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte in der Automotiven Zulieferindustrie, Kurzstudie – Kernergebnisse, n.v., Wien*
- IWI (2016), *Internationaler Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte in der Automotiven Zulieferindustrie, Kurzstudie – Kernergebnisse, n.v., Wien*
- IWI (2017), *Die Internationalisierung der Automotiven Zulieferindustrie Österreichs, n.v., Wien*
- MILLER, R. E., BLAIR, P. D. (1985), *Input-Output Analysis: Foundations and extensions*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall
- STATISTIK AUSTRIA (div. J.), *Aufkommens- und Verwendungstabellen*, Wien
- STATISTIK AUSTRIA (div. J.), *Input-Output-Tabelle*, Wien
- STATISTIK AUSTRIA (div. J.), *Leistungs- und Strukturstatistik, Produktion & Dienstleistungen*, Wien
- STATISTIK AUSTRIA (div. J.), *Leistungs- und Strukturstatistik, Produktion einschl. Bauwesen*, Wien
- STATISTIK AUSTRIA (div. J.), *Statistisches Jahrbuch*, Wien
- STATISTIK AUSTRIA (div. J.), *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen*, Wien

Anhang: Fragenkatalog

Tab. 18: Fragenkatalog des Lang- und Kurzfragebogens der Automotiven Zulieferer

Frage	Alt	Neu
1. In welche Wirtschaftsräume exportiert Ihre Unternehmenseinheit derzeit?	1	1
1a. Wie groß ist der Anteil der insgesamt im Ausland erzielten Umsätze (Exportumsätze) gemessen am Gesamtumsatz Ihrer Unternehmenseinheit? (2019)	1a	1a
1b. Wie haben sich die Exportaktivitäten Ihrer Unternehmenseinheit zwischen März und September 2020 entwickelt und wie werden sich diese in den folgenden drei Jahren (im Vergleich zu 2019) entwickeln?	1b	1c
1c. Bitte schätzen Sie, wie sich die Exportaktivitäten Ihrer Unternehmenseinheit auf folgende Absatzmärkte in etwa aufteilt (z. B. Zentral- und Westeuropa: 75%, Nordamerika: 25%)	1c	1d
1d. In welchen Ländern sind die Hauptkunden Ihrer Unternehmenseinheit angesiedelt? (Mehrfachnennungen möglich)	1d	1e
1e. Welche Aktivitäten verfolgt Ihre Unternehmenseinheit auf den folgenden Absatzmärkten? (Mehrfachnennungen möglich)	1e	1f
1f. Kooperiert Ihre Unternehmenseinheit mit Partnerfirmen bei Aktivitäten auf internationalen Märkten?	1f	x
Welche Kooperationsformen werden hierbei genutzt? (Mehrfachnennungen möglich)	1f	x
2. Haben sich aufgrund der COVID-19-Pandemie zusätzliche Herausforderungen für Ihre Unternehmenseinheit in wesentlichen internationalen Märkten ergeben oder erwarten Sie zukünftig welche?	2	x
2a. Welche Auswirkungen hat die COVID-19-Pandemie mit sich gebracht, bzw. welche erwarten Sie zukünftig?	2a	x
Resilienz		
3. Welche Rolle spielen grenzüberschreitende Lieferketten ganz allgemein im Rahmen der Geschäftstätigkeit Ihrer Unternehmenseinheit?	3	x
4. Wie stark war Ihre Unternehmenseinheit im Rahmen der weltweiten Covid-19-Pandemie (erste Jahreshälfte 2020) von Unterbrechungen der Lieferkette betroffen?	4	x
5. Die Widerstandsfähigkeit von Lieferketten kann auf unterschiedliche Art und Weise erhöht werden. Welche der folgenden Strategien sind aus Ihrer Sicht für den Standort Österreich sinnvoll?	5	Frage 2
Wasserstoff		
6. Beschäftigt sich Ihre Unternehmenseinheit mit Technologien im Bereich Wasserstoff?	6	3
6a. Wie viel Prozent der Gesamtausgaben Ihrer Unternehmenseinheit werden für den Bereich Wasserstoff-Technologien aufgewendet?	6a	3a
6b. In welchen Tätigkeitsfeldern beschäftigt sich Ihre Unternehmenseinheit mit Wasserstoff-Technologien? (Mehrfachnennungen möglich)	6b	3b
7. Nachfolgend finden Sie einige Aussagen zu Brennstoffzellen-Technologien. (Bitte bewerten Sie diese von 1= stimme völlig zu bis 4= stimme überhaupt nicht zu)	7	10
Wordrap		
8. Nachfolgend finden Sie einige Aussagen zum Bereich Mobilität. Bitte bewerten Sie diese von 1= stimme völlig zu bis 4= stimme überhaupt nicht zu.	8	8
9. Bitte Bewerten Sie auch folgende Aussagen zum Bereich Mobilität. (1= stimme völlig zu bis 4= stimme überhaupt nicht zu)	9	9
Unternehmensniederlassungen		
10. Ist Ihre österreichische Unternehmenseinheit Mutter- oder Tochterbetrieb einer Unternehmensgruppe?	10	x
10a. In welchem Land ist die Hauptniederlassung der Unternehmensgruppe angesiedelt?	10a	x
10b. Hat Ihr Unternehmen Auslandsniederlassungen, die von Österreich aus gesteuert werden?	10b	x
Tätigt Ihre Unternehmenseinheit derzeit Direktinvestitionen im Ausland (Foreign Direct Investments)?	10c	4
Welchem Zweck dienen diese Direktinvestitionen Ihrer Unternehmenseinheit im Ausland (Foreign Direct Investments)? (Mehrfachnennungen möglich)	10d	4a
Mitarbeiter, Umsatz, Exportanteil		
11. Wie viele Beschäftigte hat Ihre Unternehmenseinheit in Österreich und wie hoch ist der erwirtschaftete Umsatz?	11	x
12. Wie hoch ist der automotiv Umsatzanteil gemessen am Gesamtumsatz (2019) bzw.	12	x

der automotiv Beschäftigtenanteil gemessen an der Gesamtanzahl der MitarbeiterInnen Ihrer Unternehmenseinheit?

13. Wie hoch ist der automotiv Anteil aller im Ausland erzielten Umsätze (Exportumsätze) Ihrer Unternehmenseinheit gemessen an den gesamten Exportumsätzen?	13	1b
---	----	----

Automotive Unternehmen

14. Stellt Ihre Unternehmenseinheit Produkte in oder für folgende Automotive Bereiche her, oder bietet Dienstleistungen in diesen an? (Mehrfachantworten möglich)	14	5
---	----	---

14b. Welchem/Welchen Bereich(en) sind die Kunden Ihrer Unternehmenseinheit zuzuordnen? (Mehrfachantworten möglich)	14b	x
--	-----	---

Unterstützungsmaßnahmen

15. Wie wichtig sind folgende Unterstützungsmaßnahmen für die internationalen Aktivitäten Ihrer Unternehmenseinheit? (Unterstützungsmaßnahmen der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA/Weitere Unterstützungsmaßnahmen)	15	6
---	----	---