

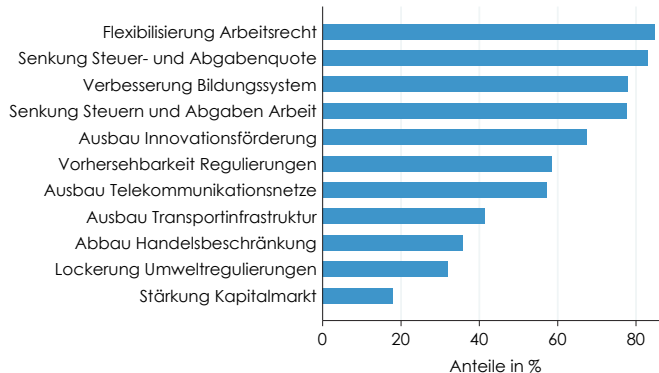
Herausforderungen und Bestimmungsfaktoren der Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Industrieunternehmen

Ergebnisse der WIFO-Industriebefragung 2019

Agnes Kügler, Klaus S. Friesenbichler, Werner Hölzl, Andreas Reinstaller

- Das deutschsprachige Ausland und andere EU-Länder bleiben die wichtigsten Absatzmärkte der österreichischen Industrieunternehmen. Künftig dürften Industrieländer außerhalb der EU als Absatzmärkte an Bedeutung gewinnen.
- Wettbewerbsfähig sind österreichische Unternehmen hinsichtlich des Kundenvertrauens, der Anpassung an Kundenwünsche, der Produktqualität und des technologischen Gehaltes. Schwächen werden in Bezug auf Preise, Marketing und Digitalisierung verortet.
- Die Unternehmen schätzen neue digitale Technologien und Produktionsverfahren als zentrale Faktoren der künftigen Wettbewerbsfähigkeit ein.
- Unternehmen versuchen verstärkt ihre technologischen Kernkompetenzen zu verbreitern, wobei die Verfügbarkeit von nichtakademischen und akademischen Fachkräften sowie die Qualität der Lehrlingsausbildung die wichtigsten Faktoren für den Kompetenzaufbau sind.
- Die Flexibilisierung des Arbeitsrechtes, die Senkung der Abgabenquote und Verbesserungen im Bildungsbereich werden als wichtigste wirtschaftspolitische Herausforderung gesehen.

Von den Unternehmen als "sehr wichtig" oder "wichtig" eingeschätzte Veränderungen zur Standortsicherung Österreichs



Auswertung der Antworten auf die Frage "Wie wichtig wären Veränderungen in den folgenden wirtschaftspolitischen Bereichen in Österreich, um die Präsenz Ihres Unternehmens am österreichischen Standort langfristig sicherzustellen?" (Q: WIFO-Industriebefragung).

"Drei von sieben Unternehmen sehen ihre gut qualifizierte Belegschaft als wichtigen Wettbewerbsvorteil gegenüber ihren Mitbewerbern, aber acht von zehn Unternehmen geben an, dass das Bildungssystem verbessert werden muss, um den Standort Österreich langfristig zu sichern."

Herausforderungen und Bestimmungsfaktoren der Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Industrieunternehmen

Ergebnisse der WIFO-Industriebefragung 2019

Agnes Kügler, Klaus S. Friesenbichler, Werner Hölzl, Andreas Reinstaller

Herausforderungen und Bestimmungsfaktoren der Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Industrieunternehmen. Ergebnisse der WIFO-Industriebefragung 2019

Um Determinanten und Herausforderungen der Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Industrieunternehmen zu identifizieren, befragte das WIFO im Winter 2019/20 zum zweiten Mal mehr als 1.000 der größten österreichischen Industrieunternehmen zu Wettbewerbsstrategien, Wertschöpfungsketten, Kompetenzaufbau und Standortpolitik. Die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Industrieunternehmen fußt demnach auf neuen Technologien und Kompetenzen, die eine differenzierte Wettbewerbsstrategie in Nischen- und Hochqualitätssegmenten der relevanten Zielmärkte ermöglichen. An den Industriestandort Österreich werden insbesondere Anforderungen im Bereich der Aus- und Weiterbildung gestellt.

JEL-Codes: D22, L20, L52 • **Keywords:** Wettbewerbsfähigkeit, Unternehmensstrategie, Kompetenzaufbau, Wertschöpfungskette, Industrie, Standortpolitik, Österreich

Begutachtung: Michael Böheim • Abgeschlossen am 28. 2. 2020

Kontakt: Mag. Dr. Agnes Kügler, MSc (agnes.kuegler@wifo.ac.at), Mag. Dr. Klaus S. Friesenbichler (klaus.friesenbichler@wifo.ac.at), Dr. Werner Hölzl (werner.hoelzl@wifo.ac.at), Mag. Dr. Andreas Reinstaller (andreas.reinstaller@wifo.ac.at)

Challenges and Determinants of the Competitiveness of Austrian Industrial Companies. Results of the WIFO Industry Survey 2019

In winter 2019-20 WIFO surveyed for the second time more than 1,000 of Austria's largest industrial companies on their strategies, value chains, tools of building competences and location policy to identify determinants and challenges of the competitiveness of Austrian industrial firms. The competitiveness of Austria's industrial companies is based on new technologies and competences, which enable differentiated firm strategies in niche and high-quality market segments in the relevant target markets. Austria as an industrial location is particularly challenged in the area of education and training.

1. Einleitung

Das WIFO führte zwischen November 2019 und Februar 2020 zum zweiten Mal eine Unternehmensbefragung durch mit dem Ziel, die Spezialisierungs- und Wertschöpfungsstrategien österreichischer Industrieunternehmen abzubilden¹⁾. Der Fokus lag auf etablierten Industrieunternehmen, die ein wichtiger Faktor der Wettbewerbsfähigkeit, aber auch von Wachstum und Innovation sind (Garcia-Macia – Hsieh – Klenow, 2019). Die Bruttostichprobe setzte sich aus 1.059 Industrieunternehmen mit Sitz in Österreich zusammen, 294 Unternehmen beantworteten den umfangreichen Fragebogen. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 28%.

Die Unternehmen, die an der Befragung teilnahmen, sind in verschiedensten Branchen angesiedelt, mit den größten Anteilen im Maschinenbau (17%), in der Herstellung von Metallerzeugnissen (9%) sowie von Nahrungs- und Futtermitteln (8%)²⁾. Jedes vierte Unternehmen (25%) gibt an, Hersteller von Investitionsgütern zu sein, die zweitgrößte Gruppe bilden Hersteller bzw. Zulieferer von Komponenten (22%). 57% dieser Unternehmen haben in Österreich weniger als 250 Beschäftigte, 26% beschäftigen zwischen 250 und 500 Arbeitskräfte und 17% mehr als 500. Die Mehrheit der befragten Unternehmen ist Teil einer internationalen (38%) oder einer österreichischen Unternehmensgruppe (36%).

¹⁾ Die erste Befragung österreichischer Unternehmen zu Wettbewerbsfähigkeit, Standortfaktoren und Marktstrategien fand zwischen Juni und September 2016 statt (Hölzl et al., 2016, Hölzl et al., 2017). Die aktuelle Befragung legte einen Fokus auf wirtschaftspolitische

Unsicherheit; die Ergebnisse dazu werden getrennt in den WIFO-Monatsberichten veröffentlicht.

²⁾ Die befragten Unternehmen sind in insgesamt 32 verschiedenen NACE-Zweisteller-Sektoren tätig.

2. Die Wettbewerbsvorteile österreichischer Unternehmen

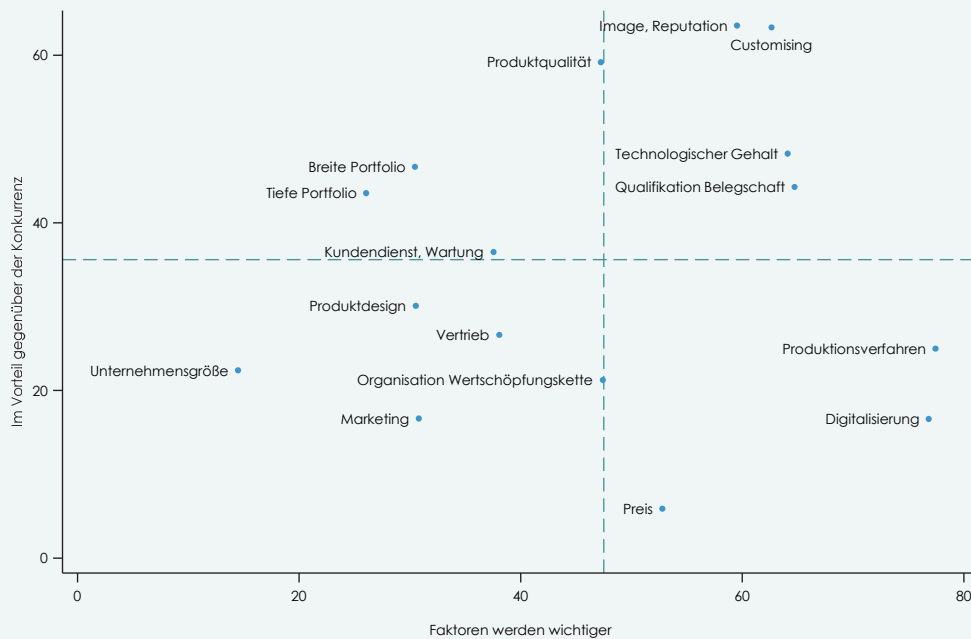
Die meisten der befragten Unternehmen geben an, eine Nischenstrategie (30%) oder Strategie der Qualitätsführerschaft (30%) zu verfolgen. Nur 5% haben das Ziel der Preis- und Kostenführerschaft. 18% der Unternehmen reagieren flexibel auf den Markt, weitere 17% verfolgen breite Differenzierungsstrategien.

Der hohe Stellenwert, der der Spezialisierung und Qualität der Produkte zugeschrieben wird, zeigt sich in der Einschätzung von Wettbewerbsvorteilen: Vorteile gegenüber den wichtigsten Mitbewerbern sehen die befragten Unternehmen vor allem hinsichtlich ihrer Reputation und des Kundenvertrauens

(62%), der Anpassung an Kundenwünsche (Customising, 62%), der Qualität ihrer Produkte (58%) sowie in Bezug auf deren technologischen Gehalt (47%). Die Nachteile gegenüber ihren wichtigsten Mitbewerbern liegen hingegen eindeutig im Bereich der Preise (48%) und der Unternehmensgröße (36%). Fast jedes vierte Unternehmen gibt aber auch an, im Bereich Digitalisierung (23%) und Marketing (23%) nicht mit der Konkurrenz mithalten zu können. Diese Selbsteinschätzung der österreichischen Unternehmen zum Stand der Digitalisierung steht im Einklang mit EU-weiten Vergleichen zu betrieblichen Anwendungsdaten neuer digitaler Technologien (Hözl et al., 2019).

Abbildung 1: **Aktuelle Wettbewerbsvorteile und Faktoren mit künftigem Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit der Branche**

Anteile an allen Unternehmen in %



Q: WIFO. Auswertung der Antworten auf die Fragen 11 ("Wie schätzen Sie Ihr Unternehmen im Vergleich zu seinen wichtigsten Konkurrenten ein?") und 14 ("Welche Faktoren werden in Zukunft für die Wettbewerbsfähigkeit in Ihrer Branche wichtiger bzw. weniger wichtig sein als heute?"). Die strichlierten Linien kennzeichnen die Durchschnittswerte der beiden Fragen über alle Faktoren hinweg.

Aus der Gegenüberstellung des Anteils der befragten Unternehmen, die einen Bedeutungsgewinn bestimmter Wettbewerbsfaktoren in ihrer Branche erwarten (x-Achse), und des Anteils der Unternehmen, die bereits heute einen Wettbewerbsvorteil gegenüber ihren Mitbewerbern verzeichnen (y-Achse), lassen sich bevorstehende Chancen und noch nicht ausgeschöpfte Potentiale ableiten (Abbildung 1). Die strichlierten Linien kennzeichnen die Durchschnittswerte der beiden Fragen über alle Faktoren hinweg.

Im rechten oberen Quadranten befinden sich jene Faktoren, die überdurchschnittlich viele der befragten Unternehmen als Wettbewerbsvorteile identifizieren und die gleichzeitig überdurchschnittlich oft als in Zukunft wichtiger eingeschätzt werden. Die wichtigsten der in der Befragung genannten Strategieelemente, die Reputation, Customising, Produktqualität und der technologische Gehalt der Produkte, scheinen nach Einschätzung der Unternehmen bereits gut umgesetzt und werden auch in Zukunft die Wett-

Digitalisierung und effiziente Produktionsverfahren werden künftig wichtiger, aber die Unternehmen sehen aktuell keine Wettbewerbsvorteile.

bewerbsfähigkeit österreichischer Industrieunternehmen bestimmen.

Der rechte untere Quadrant der Abbildung 1 enthält hingegen jene Faktoren, die aus Sicht der Unternehmen in Zukunft zwar an Bedeutung gewinnen werden, die aber nur unterdurchschnittlich viele Unternehmen als aktuelle Vorteile gegenüber der Konkurrenz sehen. Jeweils 77% der befragten Unternehmen geben an, dass die Digitalisierung von Produktion, Verkauf oder Logistik sowie die Effizienz der Produktion bzw. das Produktionsverfahren in Zukunft für die Wettbewerbsfähigkeit in ihrer Branche an Bedeutung gewinnen werden. Gleichzeitig sieht aber nicht einmal jedes vierte Unternehmen bereits heute einen Wettbewerbsvorteil in den Bereichen Digitalisierung (17%) und Produktionsverfahren (25%). Auch der Preis – von den befragten Unternehmen nicht als Vorteil interpretiert – wird laut 53% der befragten Unternehmen künftig an Bedeutung als Wettbewerbsfaktor gewinnen.

3. Selbst machen oder auslagern?

94% der befragten Unternehmen führen zentrale Produktions- und Fertigungsschritte selbst durch ("Inhousing"). Die Gründe dafür liegen vor allem in Qualifikation und Know-how der Arbeitskräfte (76%) und in der Qualitätssicherung (67%). Für jedes achte Unternehmen (12%) hatten Kostenvorteile keinen großen Einfluss auf diese Entscheidung. Nur 6% der Unternehmen lagern zentrale Fertigungsschritte aus. Davon zählen zwei Drittel zur Sachgütererzeugung. Die Fertigungstiefe, also der Anteil der Eigenfertigung im Produktionsprozess, nahm in den letzten drei Jahren in den befragten Unternehmen zu (40%) oder blieb unverändert (54%). Das Phänomen der "Factoryless Producer" – Unternehmen, die die Produktion ihrer Waren an spezialisierte Unternehmen auslagern (Bernard – Fort, 2015) – spielt in Österreich keine besondere Rolle.

Ebenso gibt die überwiegende Mehrheit der Unternehmen (83%) Forschung und Entwicklung (F&E) bzw. Produktentwicklung nicht aus der Hand. Ausschlaggebend dafür, F&E im eigenen Unternehmen durchzuführen, sind ebenfalls die Qualifikation der eigenen Arbeitskräfte (74%) sowie die Möglichkeit, auf die Technologieentwicklung strategisch Einfluss zu nehmen (73%). Im Bereich F&E spielen Kostenüberlegungen eine noch geringere Rolle: Jedes fünfte Unternehmen (21%) gibt an, dass Kostenvorteile bei Outsourcing-Entscheidungen weniger wichtig sind.

Zwar gibt die Mehrheit der Unternehmen die Kontrolle weder über die Fertigung noch über die Neu- und Weiterentwicklung der Produkte ab, aber das heißt im Fall von Unternehmensgruppen nicht notwendiger-

Insbesondere für Unternehmen, die Nischenstrategien verfolgen, kann der digitale Wandel eine Chance bieten, um Abhängigkeitsstrukturen zu durchbrechen und alternative Absatzkanäle zu finden (Cravotta – Gusset-Bährer – Grottko, 2020). Ein Vergleich mit der Unternehmensbefragung des WIFO aus dem Jahr 2016 unterstreicht den zunehmenden Stellenwert der Wettbewerbsfaktoren Digitalisierung und Produktionseffizienz für österreichische Unternehmen: Während der Anteil der Unternehmen, die die künftige Rolle von digitalem Wandel und effizienteren Produktionsverfahren als wichtig erachten, deutlich gestiegen ist, verringerte sich der Anteil der Unternehmen, die davon ausgehen, dass der Preis künftig als Wettbewerbsfaktor an Bedeutung gewinnen wird. Hingegen veränderten sich die Einschätzungen der Unternehmen zu den aktuellen Wettbewerbsvorteilen zwischen 2016 und 2019 kaum.

weise, dass diese Schritte in Österreich angesiedelt wären. Die Produktion sowie die Bereiche Finanzen und Controlling, Einkauf und Verkauf, Marketing und Vertrieb, Kundendienst und Wartung, Ausbildung und Training sind mehrheitlich auf ausländische und österreichische Standorte aufgeteilt. Forschung und Entwicklung sowie Design und Produktpassung werden hingegen von fast jedem zweiten Unternehmen ausschließlich in Österreich durchgeführt (jeweils 48%). Nur bei 8% bzw. 6% der Unternehmen befinden sich diese Funktionen ausschließlich im Ausland. Überdies ist das strategische Management in der Mehrheit der befragten Unternehmen (59%) ausschließlich in Österreich angesiedelt, in 6% der Unternehmen im Ausland. Diese Ergebnisse sind im Einklang mit älteren Befragungen, wonach österreichische Unternehmen (im Gegensatz zu deutschen) eher dazu tendieren, Aktivitäten an ausländische Konzernteile auszulagern ("Intrafirm Offshoring"), wenn sie weniger F&E-intensiv und eher kapitalintensiv sind (Marin, 2006).

In den kommenden Jahren kann sich dieses Bild aber verändern. Insgesamt geben 18% der befragten Unternehmen an, in den nächsten fünf Jahren mindestens eine Unternehmensfunktion ins Ausland zu verlagern ("Offshoring"). Im Vergleich planen nur 4% eine (Rück-)Verlagerung nach Österreich. Von Auslagerungsplänen ist besonders die Produktion betroffen: Jedes siebente Unternehmen (14%) plant eine Produktionsverlagerung ins Ausland. Die Gründe für Offshoring sind vielfältig, am häufigsten werden aber niedrigere Personalkosten (73%), die größere Nähe zum Kunden (37%), Umstrukturierungen (31%) und eine bessere Verfügbar-

Die Qualifikation und das Know-how der Beschäftigten sind wichtig für die Entscheidung, Produktion sowie Forschung und Entwicklung selbst durchzuführen.

Jedes zweite Unternehmen führt Forschung und Entwicklung ausschließlich in Österreich durch.

keit von Arbeitskräften (29%) genannt. Offshoring-Aktivitäten werden mit Änderungen auf dem österreichischen Arbeitsmarkt einhergehen. Zwar erwarten mehr als ein Drittel der Unternehmen (36%) keine Auswirkungen der Verlagerungen ins Ausland auf den Personalstand in Österreich. Aber 30% der

Unternehmen, die planen Unternehmensfunktionen auszulagern, rechnen mit einer Abnahme ihres Personalstandes in Österreich um bis zu 10%. 34% rechnen mit einer Verringerung ihrer Belegschaft in Österreich um mehr als 10%.

4. Trotz hoher Exportneigung bleibt Internationalisierung eine Herausforderung

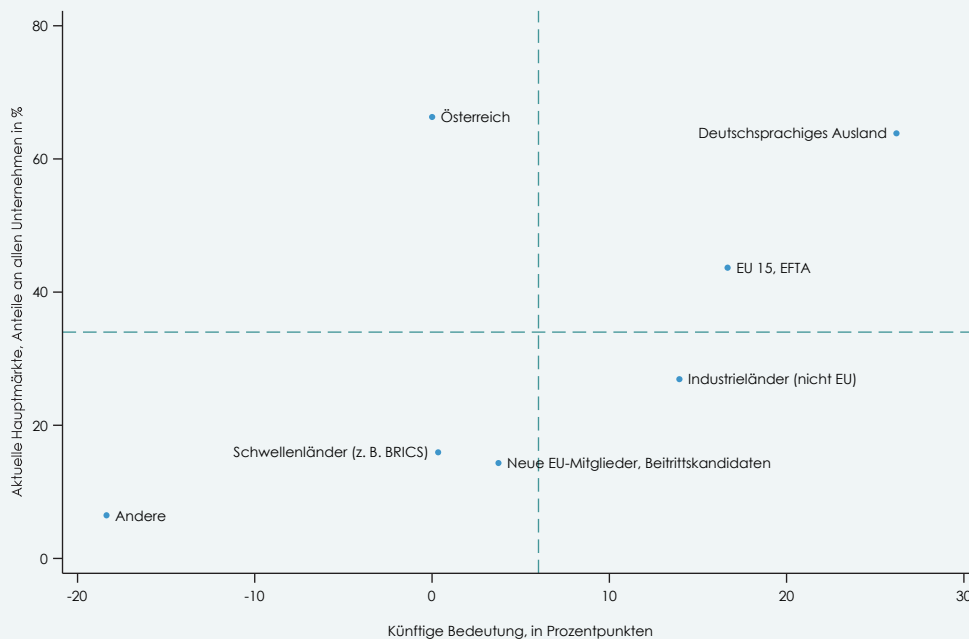
Internationale Märkte spielen für kleine offene Volkswirtschaften wie Österreich eine entscheidende Rolle, sowohl hinsichtlich des Absatzpotentials als auch der internationalen Konkurrenz (Christen – Bilek-Steindl et al., 2016, Mayerhofer, 2017). Die drei wichtigsten Mitbewerber der überwiegenden Mehrheit der befragten Unternehmen sind im Ausland angesiedelt. Nur 42% der Unternehmen geben Österreich als Sitz eines der drei wichtigsten Mitbewerber an, ebenso viele nennen andere EU-15- oder EFTA-Länder. Am häufigsten (74%) wird das deutschsprachige Ausland, also Deutschland, Schweiz und Liechtenstein, als Unternehmenssitz der wichtigsten Konkurrenten genannt. Auch in Industrieländern außerhalb der EU (22%), wie etwa den USA, und Schwellenländern (21%), z. B. China, sind wichtige Mitbewerber ange-

siedelt. Nur 19% der Unternehmen haben einen der drei wichtigsten Konkurrenten in den neuen Mitgliedsländern der EU.

Die zentrale Rolle internationaler Märkte spiegelt sich auch in den hohen Exportquoten der befragten Unternehmen. Fast ein Drittel (31%) der Unternehmen geben an, mehr als 90% des Umsatzes im Ausland erwirtschaftet zu haben. 28% nennen Exportquoten zwischen 26% bis 75%, nur 4% erzielen ihren Umsatz ausschließlich in Österreich. Zu den bedeutendsten Absatzmärkten nach Österreich (66%) zählen das deutschsprachige Ausland (64%) sowie andere Länder der EU 15 und der EFTA (44%). Am seltensten nennen Unternehmen neue EU-Mitgliedsländer (14%) als Hauptmarkt ihrer Aktivitäten.

Industrieländer außerhalb der EU werden nach Einschätzung der Unternehmen in den nächsten Jahren als Absatzmärkte an Bedeutung gewinnen.

Abbildung 2: Aktuelle Hauptmärkte und ihre künftige Bedeutung für österreichische Unternehmen



Q: WIFO. Auswertung der Antworten auf die Fragen 8 ("In welchen geographischen Zielmärkten ist Ihr Unternehmen mit seinen Produkten präsent?") und 9 ("Wie schätzen Sie die Bedeutung der folgenden geographischen Zielmärkte für Ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren im Vergleich zu jetzt ein?"). x-Achse: Differenz zwischen dem Anteil der Unternehmen, die Hauptmärkte als künftig "wichtig" einstufen, und dem Anteil der Unternehmen, die Hauptmärkte als künftig "unwichtig" einstufen. Die gestrichelten Linien kennzeichnen die Durchschnittswerte der beiden Fragen über alle Märkte hinweg.

Aber ist die Konzentration auf den österreichischen Markt und das deutschsprachige

Ausland langfristig sinnvoll? Die Einschätzungen der Unternehmen deuten darauf hin,

auch wenn Länder außerhalb der EU stärker im Blick behalten werden sollten (Abbildung 2). Die Gegenüberstellung der Märkte, auf denen Unternehmen derzeit hauptsächlich tätig sind, und der Einschätzung zur Bedeutung dieser Märkte in den nächsten Jahren weist auf künftiges Potential in Industrieländern außerhalb der EU hin. Diesen

Märkten wird insgesamt ein hohes Wachstumspotential zugeschrieben (Christen – Bilek-Steindl et al., 2016). Während 36% der befragten Unternehmen einen Bedeutungsgewinn von Industrieländern außerhalb der EU erwarten, sehen nur 22% eine Abnahme der Bedeutung³⁾.

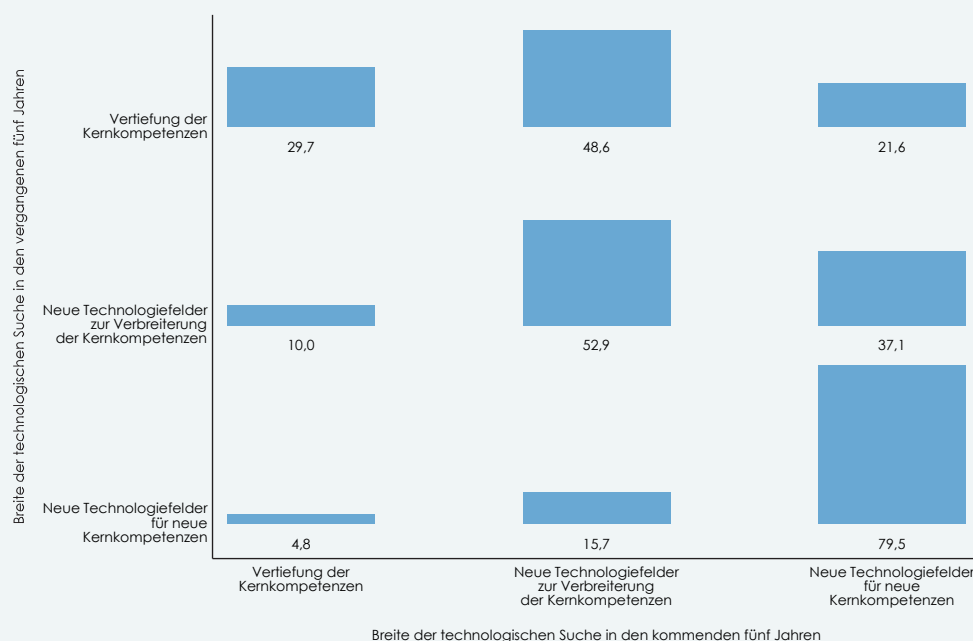
5. Neue Kompetenzen als Grundlage der Wettbewerbsfähigkeit

Über drei Viertel der befragten Unternehmen (78%) bauten in den vergangenen fünf Jahren neue Kompetenzen auf, die für eine Veränderung des Produktportfolios notwendig waren. Dafür setzten sie vorwiegend auf Trainings- und Weiterbildungsmaßnahmen ihrer Stammelegschaft (70%) oder unternehmensinterne Forschung und Entwicklung

(69%). Aber auch die Vernetzung mit Kunden (61%) ist ein Weg, um neues Wissen in Unternehmen zu etablieren. Der Zukauf von geistigem Eigentum über Lizenzen (14%) wird seltener als Mittel zum Kompetenzaufbau verwendet. Nur jedes zehnte Unternehmen (9%) warb dafür Spezialistinnen oder Spezialisten an.

Abbildung 3: **Verbreiterung technologischer Kompetenzen**

Anteile in %



Q: WIFO. Auswertung der Antworten auf die Fragen 22 ("Welche Schwerpunktsetzung im Kompetenzaufbau hat Ihr Unternehmen in den letzten fünf Jahren verfolgt?") und 24 ("Welche Schwerpunktsetzung im Kompetenzaufbau wird Ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren verfolgen?"). Die Zeilen addieren sich auf 100% (Rundungsfehler).

Zwei von fünf Unternehmen bauen auf Wissen aus neuen Technologiefeldern, um zukunfts-trächtige Kernkompetenzen zu entwickeln.

Doch wofür wird neues Wissen eingesetzt? Wie Analysen der Wirtschaftsstruktur zeigen, haben Forschung und Entwicklung in Österreich hauptsächlich ein Upgrading in Richtung wissensintensiver Marktsegmente innerhalb einer Branche und weniger einen Strukturwandel hin zu wissensintensiven Branchen zur Folge (Janger et al., 2017). Die Befragungsergebnisse unterstützen diese Befunde

überwiegend, zeigen aber gegenüber 2016 eine deutliche Verbreiterung der Kernkompetenzen der Unternehmen. 70% vertieften ihre Kernkompetenz in den angestammten Technologiefeldern. Drei Viertel der Unternehmen (76%) bauten Wissen in neuen Technologiefeldern auf. Knapp über die Hälfte davon hatten das Ziel, dadurch gänzlich neue Kernkompetenzen zu entwickeln,

³⁾ Mehr als jedes vierte Unternehmen (28%) erwartet zwar eine stärkere Rolle von Schwellenländern, ebenso viele (27%) rechnen aber mit einer Abnahme

der Bedeutung von Schwellenländern für ihr Geschäftsfeld.

die sie als zukunftssträftig betrachten, während die anderen versuchten, ihre Kernkompetenzen durch neue Technologiefelder zu verbreitern.

In der Vergangenheit griffen die meisten Unternehmen zur Entwicklung neuer Kompetenzen stark auf bestehende und in der Vergangenheit entwickelte technologische Kernkompetenzen zurück (Hölzl et al., 2017). Dieses Bild scheint sich leicht geändert zu haben: die Mehrheit der Unternehmen versucht in naher Zukunft ihre technologischen Kompetenzen über bestehende Kernkompetenzen hinaus zu entwickeln und zu verbreitern (Abbildung 3). Fast die Hälfte der befragten Unternehmen (49%), die sich in den vergangenen fünf Jahren auf die Vertiefung ihrer Schlüsselkompetenzen in den angestammten Technologiefeldern konzentrierten (y-Achse), wollen in den kommenden fünf Jahren Kompetenzen in neuen Technologiefeldern aufbauen, um ihre Kernkompetenzen zu verbreitern (x-Achse). Darüber hinaus beabsichtigen rund 37% der Unternehmen, die sich in den vergangenen fünf Jahren auf die Verbreiterung ihrer Kernkompetenzen durch die Erschließung neuer Technologiefelder konzentrierten (y-Achse), in den kommenden fünf Jahren Kompetenzen in neuen Technologiefeldern aufzubauen, um vollkommen neue Kernkompetenzen zu entwickeln.

Wie können Unternehmen beim Aufbau neuer Kompetenzen unterstützt werden?

6. Politische Hebel für die Wettbewerbsfähigkeit

Ähnlich den Herausforderungen in Bezug auf den Aufbau neuer Kompetenzen sehen die meisten Unternehmen (88%) als Wachstumshemmnis die mangelnde Verfügbarkeit von Arbeitskräften. Aber auch geringe Nachfrage (77%) und hoher Wettbewerbsdruck durch andere Unternehmen (76%) werden als Probleme für das Unternehmenswachstum genannt. Mehr als jedes zweite Unternehmen schreibt auch fehlende oder inadäquate Infrastruktur (54%) oder Regulierungen und Verwaltungsverfahren (51%) hohe Bedeutung zu. An einem Mangel an Kapital liegt es hingegen nicht: Probleme im Zugang zu Kapitalmärkten und Krediten werden von 39% bzw. 28% sogar als bedeutungslos bezeichnet, 52% bzw. 56% weisen Schwierigkeiten im Zugang zu Kapitalmarkt und Krediten nur geringe Bedeutung zu.

Wirtschaftspolitik vereint viele Aspekte in sich, die sich von der Wissenschafts- und Innovationspolitik über die Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik bis hin zu allgemeinen und spezifischen Regulierungen erstrecken. Doch wie zufrieden sind österreichische Unternehmen mit den angebotenen staatlichen Leistungen als Grundlage einer erfolgreichen Volkswirtschaft? 43% sind mit den staatlichen Leistungen im Zusammenhang mit Import

Standortpolitik ist ein entscheidender Faktor für Unternehmensstrategien, wie etwa Outsourcing-Entscheidungen. Als wichtigstes Element einer Standortpolitik, die den Kompetenzaufbau in den Unternehmen unterstützt, wird die Verbesserung der Verfügbarkeit von Humankapital gesehen. 75% der befragten Unternehmen fordern eine Verbesserung der Verfügbarkeit von nichtakademischen Fachkräften aus dem In- und Ausland, an zweiter Stelle steht die Qualitätsverbesserung der Lehrlingsausbildung (61%). Auch eine verbesserte Verfügbarkeit akademischer Fachkräfte aus dem In- und Ausland wird von 45% der Unternehmen als wichtig erachtet, um den Kompetenzaufbau im Unternehmen zu unterstützen. Für 39% der Unternehmen würde eine Steigerung der Qualität der Ausbildung an Fachhochschulen den Kompetenzaufbau im Unternehmen unterstützen. 36% der befragten Unternehmen sehen in innovationsfördernder Regulierung Potential zum Kompetenzaufbau. 34% bezeichnen die Verbesserung der Rahmenbedingungen für Kooperationen mit Fachhochschulen als wichtig, 32% die Verbesserung der Rahmenbedingungen für Kooperationen zwischen Unternehmen und Wissenschaft (Universitäten und außeruniversitären Forschungseinrichtungen), 23% die Qualität der Ausbildung an Universitäten. 20% der befragten Unternehmen schreiben Defiziten in der Kooperation lokaler Betriebe und 19% einer Verbesserung der innovationsfördernden öffentlichen Beschaffung eine wichtige Rolle zu.

Die Unternehmen sehen Verbesserungspotential in Bezug auf die Verfügbarkeit von Fachkräften und in der Lehrlingsausbildung.

und Export zufrieden oder sehr zufrieden, 39% mit Betriebsanlagengenehmigungen. Mehr als jedes dritte Unternehmen (36%) ist mit der Forschungsförderung in Österreich zufrieden oder sehr zufrieden. Hingegen sind die befragten Unternehmen am häufigsten unzufrieden oder sehr unzufrieden mit der Steuererhebung und -überprüfung (28%) sowie mit der Einstellung von Beschäftigten, etwa der Vermittlung und Beratung durch das AMS oder den Zuschüssen bei Einstellung von Langzeitarbeitslosen. Jedes vierte Unternehmen (25%) ist unzufrieden oder sehr unzufrieden mit der Arbeitssicherheit und Arbeitsplatzregulierung in Österreich.

Abschließend wurden die Unternehmen gefragt, in welchen wirtschaftspolitischen Bereichen Veränderungen wünschenswert wären, um den österreichischen Standort des Unternehmens langfristig sicherzustellen. 85% der Unternehmen nannten die Flexibilisierung des Arbeitsrechtes, etwa im Bereich der Arbeitszeit, als wichtigen oder sehr wichtigen Bereich, 83% eine generelle Senkung der Steuer- und Abgabenquote, 78% Verbesserung im Bildungsbereich und die Senkung der Steuern und Abgaben auf Arbeit. Große Bedeutung haben gemäß den Umfrageergebnissen auch der Ausbau von Innova-

Arbeitskräftemangel, geringe Nachfrage und hoher Wettbewerbsdruck sind die wichtigsten Wachstumsbremsen.

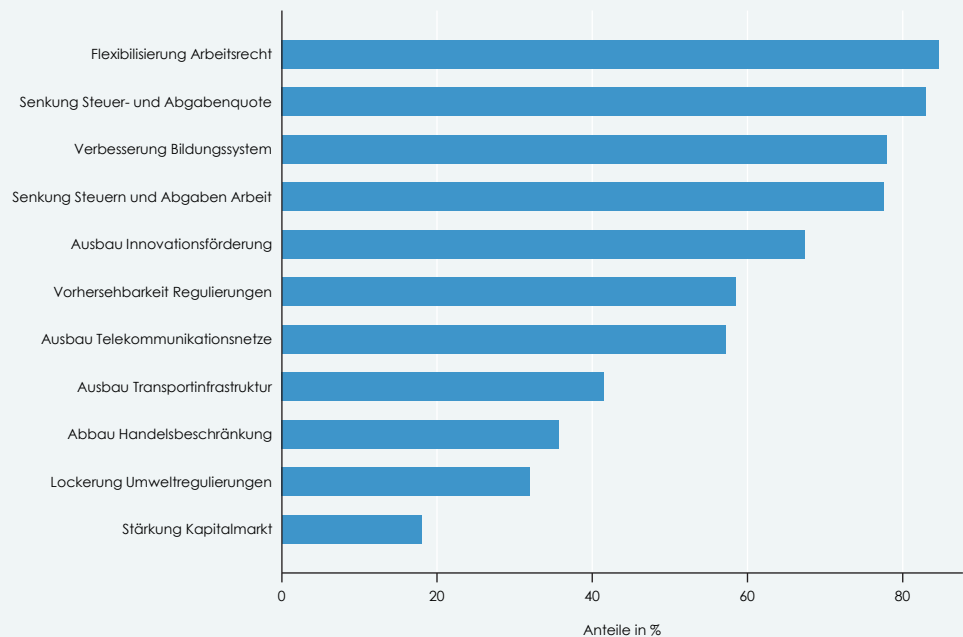
Österreichische Unternehmen sehen in der Flexibilisierung des Arbeitsrechtes, der Senkung der Steuer- und Abgabenquote und der Verbesserung des Bildungsbereiches den größten politischen Handlungsbedarf.

tionsförderungen (67%), die Vorhersehbarkeit von Regulierungen (59%) und der Ausbau der Telekommunikationsnetze (57%). Nicht immer folgen die Einschätzungen der Unternehmen aber den Initiativen der Wirtschaftspolitik. So bezeichnen mehr als ein Drittel der Unternehmen (35%) die Stärkung des Kapitalmarktes als unwichtig oder völlig

unwichtig für die langfristige Sicherstellung des Standortes. Jedes vierte Unternehmen (25%) betrachtet eine Lockerung der Energie- und Umweltregulierungen sowie einen Abbau von Handelsbeschränkungen als unwichtig oder sehr unwichtig für die Standortabsicherung.

Abbildung 4: **Sehr wichtige und wichtige Veränderungen zur Sicherung des Standortes Österreich**

Anteile an allen Unternehmen in %



Q: WIFO. Auswertung der Antworten auf die Frage 27 ("Wie wichtig wären Veränderungen in den folgenden wirtschaftspolitischen Bereichen in Österreich, um die Präsenz Ihres Unternehmens am österreichischen Standort langfristig sicherzustellen?").

7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die WIFO-Befragung der größten österreichischen Industrieunternehmen zeichnet das Bild wettbewerbsfähiger, international äußerst aktiver Unternehmen auf Nischen- und Hochqualitätsmärkten. Besonders das deutschsprachige Ausland und andere EU-Länder dienen als Hauptabsatzmärkte. Künftig könnte das Potential von Industrieländern außerhalb der EU aber an Bedeutung gewinnen.

Wettbewerbsvorteile sind speziell in den Bereichen Customising, Kundenvertrauen, Produktqualität und technologischer Gehalt der Produkte zu orten. Im Nachteil zu ihrer Konkurrenz sehen sich die Unternehmen vor allem in Bezug auf den Preis. Aufholbedarf besteht aber auch in den Bereichen Marketing und digitaler Wandel. Letzterer wird neben effizienteren Produktionsverfahren als einer der bedeutendsten Wettbewerbsfaktoren der nächsten Jahre eingeschätzt.

Wettbewerbsfähigkeit kann nicht losgelöst von den internationalen Wertschöpfungsketten betrachtet werden. Die Industriepolitik darf nicht mehr allein Produktion und Fertigung im Blick haben, sondern muss auch die Fragmentierung von Wertschöpfungsketten und die Kompetenzen spezifischer Aktivitäten mit beachten. Die Bedeutung von Innovationen und (technologischer) Weiterentwicklung von Produkten und Prozessen spiegelt sich in dem hohen Anteil österreichischer Unternehmen, die sowohl die zentralen Fertigungsschritte als auch Forschung und Entwicklung im eigenen Unternehmen durchführen. Vor allem die Qualifikation und das Know-how der eigenen Belegschaft sind hierfür ausschlaggebend. Immer mehr Unternehmen planen, ihre Kernkompetenzen durch Wissen aus anderen Technologiefeldern zu verbreitern anstatt ausschließlich ihre Schlüsselkompetenzen zu stärken.

Der Standort Österreich punktet vor allem im Bereich der Forschung: Während andere Funktionen wie die Produktion oder der Finanzbereich hauptsächlich auf inländische und ausländische Standorte verteilt sind, führt jedes zweite Unternehmen Forschung und Entwicklung sowie Design und Produktpassung ausschließlich in Österreich durch. Nicht zuletzt aus diesem Grund bezeichnen drei von sieben Unternehmen ihre gut qualifizierte Belegschaft als wichtigen Wettbewerbsvorteil gegenüber ihren Mitbewerbern und rund acht von zehn

Unternehmen die Verbesserung des Bildungssystems als notwendige Veränderung, um den Standort Österreich langfristig sicherzustellen. Fast 90% der befragten Unternehmen geben die mangelnde Verfügbarkeit von Facharbeitskräften als größtes Wachstumshemmnis an. Vor allem für den Kompetenzaufbau spielt neben einer Verbesserung der Verfügbarkeit von nichtakademischen Fachkräften aus dem In- und Ausland und der Qualitätsverbesserung der Lehrlingsausbildung auch die Verfügbarkeit von akademischen Fachkräften eine zentrale Rolle.

8. Literaturhinweise

- Bernard, A. B., Fort, T. C., "Factoryless goods producing firms", *American Economic Review*, 2015, 105(5), S. 518-523.
- Christen, E., Bilek-Steindl, S., Glocker, Ch., Oberhofer, H., *Austria 2025 – Austria's Competitiveness and Export Potentials in Selected Markets*, WIFO, Wien, 2016, <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/59182>.
- Christen, E., Oberhofer, H., Reinstaller, A., Reschenhofer, P., "TTIP and the bilateral trade relationships between Austria and the US: Evidence from a product space augmented gravity model for manufacturing industries", in Gnan, E., Kronberger, R., *Schwerpunkt Außenwirtschaft 2015/2016: Produktivität im Dienstleistungssektor und Außenwirtschaft*, facultas, Wien, 2016, S. 261.
- Cravotta, S., Gusset-Bährer, S., Grottko, M., "Nischenstrategien in Familienunternehmen: Neue Optionen durch Digitalisierung?", in Felden, B., Hack, A., Hoon, Ch., *Fallstudien zum Management von Familienunternehmen*, Springer, Wiesbaden, 2020, S. 199-209.
- Garcia-Macia, D., Hsieh, C., Klenow, P. J., "How destructive is innovation?", *Econometrica*, 2019, 87(5), S. 1507-1541.
- Hözl, W., Bärenthaler-Sieber, S., Bock-Schappelwein, J., Friesenbichler, K. S., Kügler, A., Reinstaller, A., Reschenhofer, P., Dachs, B., Risak, M., *Digitalisation in Austria. State of Play and Reform Needs*, WIFO und Austrian Institute of Technology, im Auftrag der Europäischen Kommission, Wien, 2019, S. 201, <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/61892>.
- Hözl, W., Friesenbichler, K. S., Kügler, A., Peneder, M., Reinstaller, A., "Österreich 2025 – Wettbewerbsfähigkeit, Standortfaktoren, Markt- und Produktstrategien österreichischer Unternehmen und die Positionierung in der internationalen Wertschöpfungskette", *WIFO-Monatsberichte*, 2017, 90(3), S. 219-228, <https://monatsberichte.wifo.ac.at/59375>.
- Hözl, W., Friesenbichler, K. S., Kügler, A., Peneder, M., Reinstaller, A., Schwarz, G., *Österreich 2025 – Industrie 2025: Wettbewerbsfähigkeit, Standortfaktoren, Markt- und Produktstrategien und die Positionierung österreichischer Unternehmen in der internationalen Wertschöpfungskette*, WIFO, Wien, 2016, <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/59184>.
- Janger, J., Kügler, A., Reinstaller, A., Unterlass, F., "Österreich 2025 – Die 'Frontier' in Wissenschaft, Technologie, Innovationen und Wirtschaft. Messung und Bestimmungsfaktoren", *WIFO-Monatsberichte*, 2017, 90(2), S. 141-151, <https://monatsberichte.wifo.ac.at/59296>.
- Marin, D., "A new international division of labor in Europe: Outsourcing and offshoring to Eastern Europe", *Journal of the European Economic Association*, 2006, 4(2-3), S. 612-622.
- Mayerhofer, P., *Oberösterreichs Wirtschaft im europäischen Konkurrenzumfeld. Zweiter Bericht zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit*, 2017, WIFO, Wien, 2017, <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/60592>.