

# Executive Summary

## Evaluierung "go international"

**Elisabeth Christen, Jürgen Janger (Projektkoordination)**

**Elisabeth Christen, Alexander Hudetz, Jürgen Janger, Harald Oberhofer, Michael Pfaffermayr, Peter Reschenhofer, Gerhard Schwarz, Gerhard Streicher (WIFO), Klemens Hans, Alexander Kohl, Robert König, Andreas Morawetz (CONSULTING AG)**

### Hintergrund und Zielsetzung

Die öffentliche Unterstützung von Unternehmen zur Überwindung von Internationalisierungsbarrieren steht seit einigen Jahren auf der Agenda der *European Commission* (2007) und der *OECD* (2008) und hat aufgrund der wirtschaftlichen Ungleichgewichte in Europa in den letzten Jahren noch weiter an Bedeutung gewonnen. In Österreich unterstützt die Internationalisierungsoffensive (IO) "go international" des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW) gemeinsam mit der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA seit nunmehr 10 Jahren österreichische Unternehmen durch Förderungen, Beratung und Informationsleistungen bei ihren ersten Schritten in ausländische Märkte. Die Offensive wurde im Herbst 2003 mit einem Quick-Start-Paket initiiert und darauf aufbauend in einer ersten Periode bis Jahresende 2007, und in einer weiteren Phase bis März 2009 verlängert. Für die Förderung der Internationalisierung heimischer Unternehmen wurden in der Periode 2009 bis 2011 (IO-II) rund 41 Mio. € veranschlagt, in der darauffolgenden IO-Phase (IO-III, 2011 bis 2013) standen rund 35 Mio. € für die einzelnen Fördermaßnahmen von "go international" zur Verfügung. Das "go international"-Förderprogramm bietet derzeit 36 verschiedene Förderinstrumente, für die in der laufenden Periode (IO-IV) 2013 bis 2015 Ausgaben in der Höhe von insgesamt 31 Mio. € vorgesehen sind.

Im Hinblick auf die Verlängerung von "go international" über März 2015 hinaus wurde das WIFO gemeinsam mit der CONSULTING AG mit der Evaluierung des Förderprogramms beauftragt. Die Zielsetzungen der Evaluierung waren die Darstellung und Bewertung von "go international" auf Ebene der einzelnen Maßnahmen, ein internationaler Vergleich von Internationalisierungsunterstützung, die Rolle von "go international" im Leistungsspektrum der Unterstützungsleistungen (Policy-mix) sowie die Beurteilung des volkswirtschaftlichen Nutzens von "go international" im Hinblick auf eine bedarfsorientierte Haushaltsführung. Methodisch ist die WIFO-Unternehmensbefragung ein zentrales Element der Evaluierung. Diese wird sowohl für die Evaluierung auf Maßnahmenebene als auch in der volkswirtschaftlichen Gesamtnutzenanalyse und bei der Bewertung der Rolle von "go international" im österreichischen Policy-mix eingesetzt. Diese Erweiterung erlaubte erstmalig eine tiefere Ausarbeitung von Fragestellungen, die in den vorangegangenen Evaluierungen aufgrund des Datenmangels nicht erschöpfend behandelt werden konnten.

Eine Besonderheit der Studie ist auch der breite methodische Ansatz, der neben qualitativen Aussagen auch durch den Einsatz neuester ökonomischer Methoden quantitative Schlussfolgerungen in der Wirkungsanalyse zuließ. Neu ist auch die Vielseitigkeit der Blickwinkel, aus denen heraus die Beurteilung erfolgte: Die Einschätzungen der Unternehmen in der Unternehmensbefragung und den Tiefeninterviews wurden ergänzt um Stellungnahmen der wichtigsten österreichischen Institutionen der Internationalisierungsförderung im Rahmen einer Fokusgruppe sowie um Interviews mit den mit der Abwicklung von "go international" betrauten Personen der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA. Auf Basis dieses breiten methodischen Ansatzes wurden in der Studie für den Auftraggeber wirtschaftspolitische Handlungsempfehlungen formuliert.

Die Begründung öffentlicher Internationalisierungsförderung hat sich gegenüber den Vorgängerstudien nicht verändert. Zunächst sind die volks- und betriebswirtschaftlichen Auswirkungen des Exportierens sehr positiv, sie reichen von der makroökonomischen Wirtschaftsstimulierung bis hin zur einzelbetrieblichen Produktivitätssteigerung. Eine öffentliche Unterstützung der Internationalisierung begründet sich in unterschiedlichen Konzepten, darunter insbesondere Suchkosten und das Problem der unvollständigen Information, die das Wirken der Marktkräfte beeinträchtigen und insbesondere KMU aufgrund ihrer wesentlich höheren Internationalisierungsstückkosten in ihrer internationalen Tätigkeit stark benachteiligen. Die Internationalisierungsoffensive "go international" ist deshalb als Ausgleich von Nachteilen auf Auslandsmärkten zu verstehen und prinzipiell in gut begründetem Auftreten von Marktversagen verankert. Gleichzeitig führten die allgemeinen öffentlichen Mehrausgaben zur Bewältigung der Wirtschafts- und Finanzkrise zur Notwendigkeit der Budgetkonsolidierung. Öffentliche Förderungen privatwirtschaftlicher Aktivitäten werden daher noch strenger als zuvor auf ihre Effektivität geprüft werden müssen. Die Einführung der wirkungsorientierten Haushaltsführung trägt dazu bei, die Nachweisbarkeit der Wirkung öffentlicher Mittel in den Vordergrund zu stellen. Zur Beurteilung des Gesamtnutzens und des bedarfsorientierten Einsatzes der Mittel von "go international" wurden in der vorliegenden Evaluierung zum ersten Mal umfangreiche Informationen auf Unternehmensebene im Rahmen einer Befragung und von Tiefeninterviews erhoben, sowie eine Evaluierung der Abwicklung durchgeführt, die erstmals eine Berechnung des volkswirtschaftlichen Nutzens von "go international" erlauben und auch im Hinblick auf die Wirkungsbeurteilung der Maßnahmen fundierte Aussagen zulassen.

Diese Executive Summary fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen.

## **Erkenntnisse der Studie**

### **1. Fokus der Internationalisierungsoffensive "go international": Werden die richtigen Schwerpunkte und Aktivitäten gesetzt?**

Diese Evaluierung beantwortet die Frage, ob "go international" im Wesentlichen die Bedürfnisse der Unternehmen an Internationalisierungsunterstützung (Mikroebene) bzw. die Erfordernisse für die volkswirtschaftliche Weiterentwicklung (Makroebene) abdeckt. Ein wichtiger Schritt in der Effektivitätsbeurteilung eines Förderprogramms ist die Überprüfung der Übereinstimmung der Programmschwerpunkte mit den "Flaschenhälsen" für die Zielerreichung.

### *Fokus: Österreichische Außenhandelsstruktur*

Die Nachzeichnung der Außenhandelsentwicklung im Wirkungszeitraum von "go international" liefert Ansatzpunkte für die Beurteilung, ob die Internationalisierungsoffensive "go international" die richtigen Schwerpunkte gewählt hat, und ob diese im Sinne der Fokussierung auf Problemfelder des österreichischen Außenhandels weiter entwickelt werden können. Die deskriptive Analyse der österreichischen Außenhandelsentwicklung zeigt, dass die Internationalisierungsoffensive "go international" weitgehend die "klassischen" Problemfelder des österreichischen Außenhandels, die Europalastigkeit der Exporte und die relativ geringere Technologie- oder Wissensintensität der Exporte von Waren und Dienstleistungen, adressiert. Damit kann der Internationalisierungsoffensive "go international" attestiert werden, zur Minderung dieser Problemfelder beizutragen.

Im Speziellen hat die Überseeregion als Absatzmarkt für österreichische Warenlieferungen zwischen 2009 und 2013 erneut an Bedeutung gewonnen, und auch der Export wissensbasierter und technisch-innovativer Dienstleistungen entwickelte sich in diesem Zeitraum dynamisch. Im internationalen Vergleich ist der Überseeanteil jedoch etwas geringer als in typischen Referenzländern (Dänemark, Schweiz, Niederlande). Bemerkenswert ist aber der geringere Rückgang des österreichischen Weltmarktanteils in den Jahren 2009 bis 2013 als in manchen Vergleichsländern, wenngleich sich im selben Zeitraum ein leichter Positionsverlust der österreichischen Marktanteile an den weltweiten Dienstleistungsexporten zeigt. Allerdings konnte der Anteil der Exporte von technologieorientierten Branchen in Österreich zwischen 2009 und 2013 auf 26,0% gesteigert werden, während in anderen Referenzländern eine rückläufige Tendenz zu erkennen war. Insgesamt verläuft die Dynamik positiv, wobei in einigen Bereichen nach wie vor Aufholbedarf zu den europäischen Spitzenreitern gegeben ist. Dieser Befund würde, wenn die kausale Inbezugsetzung der Internationalisierungsoffensive "go international" zu dieser Entwicklung möglich wäre, für eine Fortführung der bisherigen Anstrengungen sprechen.

### *Fokus: Gibt es Förderlücken, werden die wichtigen Barrieren adressiert?*

Zu den wichtigen Hemmnissen zählen informations- und kostenbezogene Schwierigkeiten bei der Identifikation von ausländischen Geschäftsmöglichkeiten, beschränkte Information zur Analyse von Märkten, die Unfähigkeit potentielle ausländische Kunden zu kontaktieren und die Erlangung einer zuverlässigen ausländischen Repräsentanz. Die Internationalisierungsoffensive "go international" deckt den Großteil dieser Barrieren ab, d. h. bietet Hilfe zur Überwindung dieser Hindernisse.

Wo die Förderinstrumente von "go international" nicht greifen, kommen zum Teil auch andere Internationalisierungsinstrumente der öffentlichen Hand zum Tragen (z. B. Internationalisierungsförderung der AWS, Exportbesicherung durch OeKB usw.). Insgesamt zeichnet die Internationalisierungsoffensive "go international" daher ein umfassender Ansatz aus, der kaum "Förderlücken" aufweist. Bedeutender Beweggrund für die Nicht-Inanspruchnahme von "go international"-Fördermaßnahmen ist weniger das Fehlen von Unterstützungsleistungen, als die nicht ausreichenden Kapazitäten im Unternehmen, um sich mit dem Förderprogramm zu beschäftigen. Dies gibt Hinweise darauf, die Internationalisierungsoffensive "go international" stärker präsent zu machen und vor allem kleinen und mittleren Unternehmen, die nur über eingeschränkte Managementkapazitäten zur Umsetzung

des Internationalisierungsvorhabens verfügen, besonders in diesem Bereich und in der Abwicklung mehr Unterstützung anzubieten, sowie "go international" auf weniger Maßnahmen zu vereinfachen. Vorschläge für eine stärkere Fokussierung der "go international"-Maßnahmen sowie für eine bessere Verzahnung der unterschiedlichen Förderungen zur Internationalisierung finden sich bei den Vorschlägen zur Weiterentwicklung von "go international".

Insgesamt zeigt die Analyse der Außenhandelsschwerpunkte und der Internationalisierungsbarrieren, dass "go international" sehr breitflächige Unterstützungsleistungen anbietet und Ansätze für eine Weiterentwicklung von "go international" weniger in der Ergänzung von Leistungen zu finden sind, als in der Fokussierung von "go international" auf eine geringere Anzahl von spezifischen Zielen oder auf eine zielspezifische Bündelung der unterschiedlichen Maßnahmen.

*Fokus: Welche Unternehmen nehmen "go international" in Anspruch?*

Ein Vergleich der Grundeigenschaften von "go international"-Fördernehmern mit nicht geförderten Unternehmen ergibt, dass geförderte Unternehmen viel häufiger bereits aktiv im Exportgeschäft tätig sind, bzw. Niederlassungen im Ausland betreiben, über eine stärkere Außenhandelsverflechtung verfügen, bereits länger international tätig sind und auch in Bezug auf die Beschäftigung größer sind. Ebenso nehmen "go international"-Fördernehmer im Vergleich zu den Kontrollunternehmen auch häufiger andere Unterstützungsleistungen weiterer Institutionen in Anspruch. Vor diesem Hintergrund deuten die Ergebnisse der WIFO-Unternehmensbefragung darauf hin, dass "go international" tendenziell Unternehmen erreicht, die schon länger exportieren und größer sind, wenngleich mehrere Maßnahmen das Ziel, die Zahl der Neu-Exporteure zu steigern, potentiell sehr gut adressieren. Im Hinblick auf die subjektive Wirkungsbewertung der Unternehmen im Rahmen der Befragung zeigt sich allerdings, dass Neu-Exporteure und aktive Direktinvestitionen nicht besonders wirkungsvoll durch die einzelnen "go international"-Maßnahmen angesprochen werden. Vor dem Hintergrund, dass "go international" tendenziell Unternehmen mit größerer Internationalisierungstätigkeit, insbesondere in Bezug auf Exporte erreicht, ist dieses Ergebnis nicht überraschend, sollte aber für die Zielansprache sowie die Weiterentwicklung von "go international" berücksichtigt werden.

Generell ist es wenig überraschend, dass man mit einem Exportförderprogramm eher Unternehmen erreicht, die bereits exportieren bzw. international tätig sind, da diese mehr Bedarf aufweisen und auch aktiv Förderprogramme in Anspruch nehmen. Die Intensivierung der Internationalisierung (auch in Bezug auf die Erschließung neuer Märkte) ist immer leichter zu fördern als der erstmalige Exporteinstieg. Wie die Literatur zeigt, hängt letzteres maßgeblich mit vielen unternehmensspezifischen Voraussetzungen zusammen, wie z. B. entsprechender Produktivität und Produktqualität, um auf internationalen Märkten bestehen zu können. Diese Hemmnisse sind allerdings durch Internationalisierungsunterstützung viel schwieriger zu beheben, bzw. können überhaupt nicht abgedeckt werden, weshalb auch die Vernetzung der Internationalisierungsförderung mit anderen Unternehmens- und Forschungsförderprogrammen so wichtig ist, um Unternehmen zu identifizieren, die das prinzipielle Rüstzeug mitbringen, international tätig zu werden.

### *Die Rolle von "go international" im Policy-mix*

Der österreichische Policy-mix der Unterstützungsleistungen zur Internationalisierung ist durch eine Vielzahl von Akteuren und ein im internationalen Vergleich hohes Angebot an verschiedenen Förderungen geprägt. "go international" hat im Bereich der Internationalisierungsunterstützungsleistungen nach der OeKB und AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA das höchste Budget. Die Maßnahmen von "go international" bauen auf der Struktur und den Leistungen der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA auf. Durch die Nutzung der Infrastruktur der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA kann das Budget von "go international" zum Großteil direkt für Förderungen verwendet werden. Mitgliederfinanzierte Institutionen, wie die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA, sehen sich zum Teil einem Trade-Off zwischen dem Sachzwang zur Breitenförderung aller zahlenden Mitglieder und der Förderung von Zielgruppen mit besonders hohen Spillovers gegenüber. "go international" kann aufgrund seiner öffentlichen Finanzierung gezielte Maßnahmen für ausgewählte Zielgruppen/Unternehmen, mit den höchsten volkswirtschaftlichen Multiplikatoren, setzen und daher das Leistungsspektrum der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA entsprechend ergänzen. Die Rolle von "go international" im Policy-mix kann daher so verstanden werden, dass die zusätzliche Finanzierung es der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA im Prinzip ermöglicht, ihr Leistungsspektrum zu intensivieren.

In Bereichen, wo "go international" Ähnlichkeiten zu Unterstützungen außerhalb der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA (z. B. OeKB, AWS, Aktivitäten der Bundesländer usw.) aufweist, herrscht in der Regel eine enge Kooperation, sowohl in der Durchführung als auch bei der Finanzierung. So werden Leistungen der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA teils von der europäischen Ebene (EEN), der Bundesebene ("go international") und der Landesebene (Bundesländerförderungen) finanziert, für die Durchführung von Internationalisierungsunterstützungen gibt es vielfach Kooperationen zwischen den unterschiedlichen Anbietern.

Allerdings wird Potential gesehen, das Angebot übersichtlicher zu gestalten und noch enger abzustimmen, z. B. mit Blick auf die unterschiedlichen Einrichtungen in den Bundesländern (Bundesländerförderungen, Landeskammern, Landeswirtschaftsagenturen). Als ineffizient werden Versuche gesehen, seitens der EU doppelte Strukturen aufzubauen, vor allem in Bezug auf Messförderung oder Außenwirtschaftszentren.

## **2. Effektivität von "go international" in den gesetzten Aktivitäten und Schwerpunkten**

### *Strategische Zielerreichung*

Auf aggregierter Ebene ist der erste Teil des im Fördervertrag festgehaltenen Ziels, die Absicherung einer Top-5-Position innerhalb der EU 15, derzeit gemessen an der Exportquote gewährleistet. Der Vorstoß in Richtung Top-3 ist allerdings noch nicht gelungen. Wie bereits in den Vorgängerstudien argumentiert wurde, verlangen aggregierte Exportziele dem Leistungsspektrum von Internationalisierungsunterstützungsleistungen sehr viel ab, nachdem die Basis für preisliche und qualitative Wettbewerbsfähigkeit sowie für die Auslandsnachfrage nicht durch die Internationalisierungsoffensive "go international" beeinflusst werden können. Das strategische Ziel, den Anteil der Extra-EU-Exporte an den Gesamtexporten in der laufenden IO-IV-Periode auf 32,5% zu erhöhen, konnte mit einem Anteil von 29,1% im Jahr 2013 (Waren und Dienstleistungen) noch nicht erreicht werden, wodurch es weiterer Internationalisierungsanstrengungen und einer weiteren Fokussierung auf Fernmärkte bedarf. Das Ziel der Internationalisierungsbeschleunigung, wie in den Vorgängerstudien

angesprochen, ist manchmal implizit auf Maßnahmen- bzw. Instrumentenebene enthalten, z. B. im Sinne der Unterstützung der Erstexporteure oder der Förderung von Technologieunternehmen. Insgesamt sollte die Internationalisierungsoffensive "go international" noch mehr dieser umsetzbaren Zwischenziele als Ergänzung zu den zentralen Zielen der Internationalisierungsoffensive "go international" definieren.

#### *Volkswirtschaftliche Effekte*

Im Hinblick auf die Wirkungsanalyse der Internationalisierungsoffensive "go international" sind die geschätzten durchschnittlichen zusätzlichen Exporteffekte der geförderten Unternehmen durchwegs positiv und zeigen, dass "go international" jedenfalls zur Exporttätigkeit der österreichischen Sachgütererzeugung und Dienstleistungen beigetragen hat. Der durchschnittliche geschätzte zusätzliche Exporteffekt für alle geförderten Unternehmen im Vergleich zu allen Kontrollunternehmen beträgt kurzfristig (1 Jahr) in etwa 9 bis 10 Prozentpunkte und steigt mittelfristig (2 Jahre) auf 12 bis 14 Prozentpunkte. Der kurzfristige Exporteffekt ist somit deutlich geringer als die Gesamtwirkung, die in den geförderten Unternehmen mittelfristig entsteht.

Legt man den durchschnittlichen Exporteffekt der geförderten Unternehmen anhand ihres Anteils innerhalb einer Branche (Partizipationsraten) auf die Gesamtwirtschaft um, ergibt sich auf gesamtwirtschaftlicher Ebene mittelfristig durch alle Förderungen ein durchschnittlicher Exportimpuls von 1,5 Prozentpunkten. Insgesamt beträgt der mittelfristige gesamtwirtschaftliche zusätzliche Exporteffekt für alle Fördermaßnahmen für die Sachgütererzeugung 2,1 Mrd. €, kurzfristig entstehen zusätzliche Exporte in der Höhe von 1,6 Mrd. €. Im Vergleich zu den für die Internationalisierungsoffensive "go international" aufgebrauchten Fördermittel von rund 36 Mio. € je Förderperiode bedeutet dies, dass 1 Mio. € an Förderung mittelfristig zu rund 55 Mio. € an zusätzlichen Exporten führt.

Diese Ergebnisse auf Basis der WIFO-Unternehmensbefragung hängen maßgeblich von der Rücklaufquote der befragten Unternehmen und deren Antwortverhalten ab. Gerade in Bezug auf die Rücklaufquote von nicht geförderten Unternehmen wäre für eine präzise Aussage mehr Rücklauf wünschenswert gewesen. Sollten die Unternehmen, die den Fragebogen beantwortet haben, nicht repräsentativ für alle nicht geförderten Unternehmen sein, so kann dies auch zu einer nicht korrekten Berechnung des Exportimpulses führen. Weiters muss zur Interpretation der Ergebnisse noch in Betracht gezogen werden, dass "go international" in die allgemeine Förderlandschaft eingebettet ist, und Unternehmen, welche sich an "go international" beteiligen, möglicherweise auch andere Förderinstrumente in Anspruch nehmen, die den Exporterfolg der Unternehmen günstig beeinflussen, jedoch in der Datenbasis nicht berücksichtigt werden konnten. Zudem deuten die Ergebnisse der Befragung darauf hin, dass die Fördermaßnahmen zu weiteren Projekten führen und damit langfristig das Exportvolumen zusätzlich erhöhen. Sollten die geförderten Unternehmen weitere Unterstützungsmaßnahmen in Anspruch genommen und zusätzlich Exportprojekte realisiert haben, die Exporte in großem Ausmaß induzieren, so wäre der hier berechnete Exportimpuls von "go international" ebenfalls tendenziell zu hoch bemessen. Folgedessen wird eine vorsichtige Interpretation der ökonomischen Schätzergebnisse nahegelegt.

Die Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekte der geschätzten Exporteffekte von "go international" wurden mit dem Input-Output-Modell ADAGIO des WIFO berechnet. Die für

die Bewertung der gesamtwirtschaftlichen Wirkung maßgebliche Größe ist die Wertschöpfung, während sich der genannte aggregierte Exporteffekt auf den Umsatz bezieht. Der Wertschöpfungsanteil des Exporteffekts, der unmittelbar bei den geförderten Unternehmen anfällt, liegt bei etwa einem Drittel der zusätzlichen Exporte. Erst im Wirtschaftskreislauf (durch die Zulieferbeziehungen zwischen den Unternehmen, also einschließlich indirekter und induzierter Effekte – durch den sogenannten "Multiplikatoreffekt") erreichen (und übersteigen) die Wertschöpfungswirkungen die Größenordnung der berechneten Exportumsätze.

Die kurzfristigen Wirkungen von "go international" werden als direkte und indirekte Effekte (mit Berücksichtigung der Vorleistungsbezüge) dargestellt, während für die langfristigen Effekte zusätzlich die durch privaten Konsum und Investitionen induzierten Effekte einbezogen werden. Der kurzfristige Multiplikator, der das Verhältnis zwischen dem Exportvolumen als Eingangsgröße im Modell und der Wertschöpfung als Ausgangsgröße im Modell darstellt, ist immer kleiner als 1 und liegt für die Internationalisierungsoffensive "go international" bei etwa 0,55. Die langfristige Multiplikatorwirkung, die auch durch privaten Konsum und Investitionen induzierte Effekte berücksichtigt, kann größer als 1 sein, und beträgt für "go international" 1,10. Alle Fördermaßnahmen, die kurzfristig zu 1,6 Mrd. € und mittelfristig zu 2,1 Mrd. € an zusätzlichen Exporten führen, sind mit 860 Mio. € bzw. 2,2 Mrd. € gesamtwirtschaftlicher Bruttowertschöpfung verbunden. Die Multiplikatorwirkung der Wertschöpfung im Verhältnis zum Förderbudget beträgt kurzfristig etwa 25, langfristig rund 60, d. h. ein eingesetzter Fördereuro generiert in der kurzfristigen Wirkung 25 € an Wertschöpfung, langfristig liegt der Wertschöpfungsmultiplikator bei 60 €. Weiters werden kurzfristig 9.500 bzw. langfristig 26.000 Beschäftigte (gemessen in unselbstständigen Beschäftigungsverhältnissen) ausgelastet. Für den Bundeshaushalt belaufen sich die Einnahmen aus Steuern kurzfristig auf 170 Mio. €, langfristig betragen die Einnahmen 565 Mio. €. Die Multiplikatorwirkung der Steuereinnahmen im Verhältnis zum Förderbudget beläuft sich kurzfristig auf 5, langfristig auf etwa 15, d. h. ein eingesetzter Fördereuro generiert kurzfristig Steuereinnahmen in der Höhe von 5 €, langfristig werden Steuereinnahmen von 15 € geschaffen.

*Übersicht: Exportumsatz und verbundene Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Steuereffekte*

		Alle Fördermaßnahmen	
		Kurzfristig	Mittelfristig
Eingangsgröße	Direkter Exportumsatz (Mio. €)	1.598	2.061
		Kurzfristig	Langfristig
Modellergebnisse	Wertschöpfungseffekt (Mio. €)	860	2.200
	Steuern (Mio. €)	170	565
	Sozialversicherungsgaben (Mio. €)	140	340
	Privater Konsum (Mio. €)	-	1.020
	Investitionen (Mio. €)	-	410
	Unselbstständige Beschäftigung (BV)	9.500	26.000
Multiplikatoreffekte	Wertschöpfung/Förderbudget (ln €)	25	60
	Steuern/Förderbudget (ln €)	5	15

Q: WIFO-Berechnungen. – BV...Beschäftigungsverhältnisse.

Die angeführte Übersicht fasst nochmals die volkswirtschaftlichen Ergebnisse zusammen. Im Hinblick auf eine bedarfsorientierte Haushaltsführung kann somit die positive Wirkung der Internationalisierungsoffensive "go international" auf gesamtwirtschaftlicher Ebene aufgezeigt werden. Die Gesamtbetrachtung von "go international" ist somit als volkswirtschaftlich sinnvoll zu erachten und spricht für eine Weiterführung der Internationalisierungsoffensive "go international" über März 2015 hinaus.

#### *Effektivität von "go international" nach Maßnahmenarten*

Die umfassende Bewertung der Maßnahmenbündel zeigt, dass insbesondere Direktförderungen, individuell zugeschnittene Maßnahmen für einzelne Unternehmen sowie Unterstützungsleistungen mit zielgerichtetem Fokus auf KMU eine höhere Wirkungsbewertung erfahren und besser geeignet sind, die Ziele der Internationalisierungsoffensive "go international" und die Hauptbarrieren zur Internationalisierung zu adressieren. Die überlegene Effektivität eines zielgruppenspezifischen Einsatzes von Internationalisierungsunterstützungsleistungen gegenüber einem undifferenzierten Ansatz wird auch in der Literatur (BCG, 2004; Lederman et al., 2006) betont. Eine stärkere Fokussierung und die Gestaltung von zielgruppenspezifischen Maßnahmen sollten in der Weiterentwicklung der Internationalisierungsoffensive "go international" Berücksichtigung finden.

### **3. Effizienzsteigerungspotential in der administrativen Abwicklung der Maßnahmen**

Die Entwicklung der Implementierungskosten der IO-III auf die IO-IV verzeichnet trotz einer weiteren Budgetreduzierung keinen signifikanten Anstieg mehr, was auf eine wirksame Anpassung des Abwicklungsaufwandes schließen lässt. Der Verwaltungs- und Abwicklungsaufwand lässt sich jedoch mit einem verbesserten Fokus auf den Bedarf der Unternehmen auf Basis der Wirkungsanalyse weiter senken. Die weitere bedarfsgerechte Anpassung und Zusammenlegung von Instrumenten sowie Anpassungen in der Förderabwicklung lassen Spielraum für eine weitere Reduktion des Implementierungskostenanteils zu.

Zentrale Vorschläge aus den Abwicklungsinterviews sind zum einen eine zeitliche Ausweitung der Förderperiode, um einerseits den Unternehmen mehr Zeit für die Umsetzung der Maßnahmen zu geben, und um andererseits die Effektivität auch besser der Förderperiode zurechnen zu können. Des Weiteren ist die Befragung der Unternehmen durch Feedbackfragebögen nach den Erfolgsparametern der Fördermaßnahme zu wenig differenziert. Die Antworten lassen den Unternehmen zu viel Interpretationsspielraum, wie Erfolg zu definieren ist. Eine differenzierte Gestaltung der Fragebögen sowie eine kontinuierliche Beobachtung der geförderten Unternehmen erlauben, die Effekte und die Zielerreichung genauer zu dokumentieren. Ein längerfristiges Monitoring der teilnehmenden Unternehmen lässt die Effektivität der indirekten Förderungen besser darstellen. Die Tiefeninterviews haben gezeigt, dass mittel- und langfristige Effekte dokumentierbar sind.



## Literaturhinweise

- BCG (Boston Consulting Group), Export Promotion and Development. Lessons from four benchmark countries, 2004.
- European Commission, Supporting the internationalisation of SMEs, Final Report of the Expert Group, European Commission Enterprise and Industry Directorate-General, Brüssel, 2007.
- Lederman, D., Olarreaga, M., Payton, L., "Export promotion agencies: what works and what doesn't?", CEPR discussion paper, August 2006, (5810).
- OECD, Removing Barriers to SME Access to International Markets, Paris, 2008.
- Reinstaller, A., Technologiegeber Österreich. Österreichs Wettbewerbsfähigkeit in Schlüsseltechnologien und Entwicklungspotential als Technologiegeber, Studie des WIFO im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie, Wien, 2014.
- Reinstaller, A., Hoelzl, W., Kutsam, J., Schmid, C., The development of productive structures of EU Member States and their international competitiveness, Report prepared under Specific Contract No SI2-614099 implementing the Framework Contract ENTR/2009/033, European Commission, DG Enterprise and Industry, Brüssel, 2012.