



Auslandsinvestitionen in der Industrie

Frühjahr 2011

Ergebnisse der DIHK-Umfrage
bei den Industrie- und Handelskammern



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Mit der Umfrage „Auslandsinvestitionen in der Industrie, Frühjahr 2011“ legt der Deutsche Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK) eine Untersuchung vor, die auf den Ergebnissen einer Zusatzbefragung im Rahmen der DIHK-Konjunkturumfrage „Wirtschaftslage und Erwartungen, Jahresbeginn 2011“, basiert. Diese Sonderauswertung setzt die DIHK-Befragung zu den Auslandsinvestitionen fort, die bis ins Jahr 1993 zurückreicht. Grundlage für die Ergebnisse sind jeweils repräsentative Umfragen der Industrie- und Handelskammern (IHKs) unter einer Auswahl ihrer Mitgliedsunternehmen. Rund 7.000 Unternehmensantworten aus dem Verarbeitenden Gewerbe (ohne Bau) dienen als Grundlage. Folgende Fragen wurden zum Thema „Investitionen im Ausland“ an die Unternehmen gestellt:

1. Wie werden sich die Ausgaben Ihres Unternehmens für Investitionen im Ausland im Jahr 2011 im Vergleich zum Jahr 2010 entwickeln?

| | | | |
|-------|-----------------|----------|--|
| Höher | gleich bleibend | geringer | in beiden Jahren keine Auslandsinvestitionen |
|-------|-----------------|----------|--|

2. Welchen Funktionsschwerpunkt haben die Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens im Jahr 2011?

| | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|
| Produktion zwecks Kostenersparnis | Produktion zwecks Markterschließung | Vertrieb/Kundendienst |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|

3. Welches ist die Zielregion der für 2011 geplanten Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens?
(Mehrfachantworten möglich)

| | | | | | | |
|-------|--|--|-------|------------------|-------------|-----------------------|
| EU-15 | Neue EU Mitgliedsländer seit 2004/2007 | Russland, Ukraine, Südosteuropa (ohne EU-Länder), Türkei | China | Asien ohne China | Nordamerika | Südamerika und andere |
|-------|--|--|-------|------------------|-------------|-----------------------|

4. Welche Gründe spielen bei den Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens 2011 eine Rolle?
(Mehrfachantworten möglich)

| | | | | | | |
|-------------|------------------|--|--------------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|
| Kunden-nähe | Lieferanten-nähe | Handelshemmnisse beim Export in Zielregion | Technologie-zugang | Bessere Verfügbarkeit von Fachkräften in Zielregion | Sicherung Energie-/ Rohstoff-bezug | Absicherung gegen Wechselkursrisiken |
|-------------|------------------|--|--------------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|

Die Einteilung der Wirtschaftszweige in der DIHK-Konjunkturumfrage wurde an die Umstellung der amtlichen Statistik auf die WZ 2008 angepasst. Die Werte der Vorumfragen wurden auf dieser Basis neu berechnet, so dass es im Vergleich zu früher ausgewiesenen Werten zu Differenzen kommen kann.

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK)
Bereich Wirtschaftspolitik, Mittelstand, Innovation | Bereich International, AHK
Berlin 2011

Copyright Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Herausgeber © Deutscher Industrie- und Handelskammertag | Berlin | Brüssel

ISSN: 1862-7110

DIHK Berlin:

Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte
Telefon (030) 20 308-0 | Telefax (030) 20 308 1000

DIHK Brüssel:

Hausanschrift: 19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles
Telefon ++32-2-286 1611 | Telefax ++32-2-286 1605

Internet: www.ihk.de

Redaktion DIHK – Bereich Wirtschaftspolitik, Mittelstand, Innovation | Bereich International, AHK
Dr. Volker Treier, Dr. Susanne Lechner, Dr. Ilja Nothnagel, Dr. Dirk Schlotböller

Stand März 2011

■ Inhalt

| | Seite |
|--|-------|
| ■ I Auslandsorientierung der Unternehmen | 1 |
| ■ II Motive der Auslandsinvestitionen | 5 |
| ■ III Gründe der Auslandsinvestitionen | 9 |
| ■ IV Wirkung im Inland | 13 |
| ■ V Zielregionen der Auslandsinvestitionen | 17 |
| ■ VI DIHK-Veröffentlichungen (Auswahl) | 25 |

■ Die wesentlichen Ergebnisse

Auslandsorientierung der Unternehmen: Budgets wachsen kräftiger denn je

Die Auslandsinvestitionen der Industrieunternehmen nehmen weiter Fahrt auf. Gegenüber dem Vorjahr verbessert sich der Saldo um 39 auf 35 plus Punkte – den höchsten Wert in der Umfragehistorie. Der Anteil der Industrieunternehmen, die höhere Auslandsinvestitionen planen, hat sich gegenüber dem Vorjahr auf 44 Prozent verdoppelt. Angesichts dieser hohen Dynamik tritt der leicht sinkende Anteil der Industrieunternehmen mit Auslandsinvestitionen in den Hintergrund – zumal der Rückgang ohnehin nur minimal ausfällt (von 44 auf 43 Prozent; langjähriger Durchschnitt: 42 Prozent).

Motive: Markterschließung wichtig wie nie, Kostenmotiv nachrangig

Das Motiv der Markterschließung bestimmt die Auslandsinvestitionen 2011 stärker als in jeder vorherigen Umfrage (35 Prozent; Vorumfrage: 29 Prozent). Insgesamt bleibt der Fokus der Auslandsinvestitionen auch 2011 auf den Vertrieb- und Kundendienst, um auf bereits erschlossenen Märkten Präsenz zu zeigen und auszubauen (43 Prozent; Vorjahr: 47 Prozent). Aus Kostengründen hingegen investieren immer weniger Industrieunternehmen im Ausland (22 Prozent; 2010: 24 Prozent) – ein gutes Zeichen für die Wettbewerbsfähigkeit des Produktionsstandorts Deutschland. Der Trend, aus Kostengründen ins Ausland zu gehen, mithin Produktion vom Inland ins Ausland zu verlagern, ist mit Ausnahme des Jahres 2008 seit acht Jahren rückläufig.

Gründe: Ran an den Kunden

Neun von zehn Industrieunternehmen wollen mit ihren Auslandsinvestitionen nah an ihre Kunden, um unmittelbar auf deren Bedürfnisse reagieren zu können. Die Lieferantennähe ist ebenfalls besonders für Investitionen in weiter entfernten Zielregionen wichtig. Auch durch Handelshemmnisse beim Export können Auslandsinvestitionen in einigen Zielregionen begründet werden – vor allem bei Investitionen in Südamerika, in China sowie in Russland und anderen ost- und südosteuropäischen Ländern. Fast jedes fünfte Industrieunternehmen tätigt seine Auslandsinvestitionen auch, um sich gegen Wechselkursschwankungen abzusichern („Natural Hedging“) – vor allem beim Handel mit dem Dollarraum.

Wirkung im Inland: Auslandsengagement stärkt Unternehmen auch daheim

Die hervorragende Positionierung der deutschen Wirtschaft im Ausland stärkt das Vertrauen in den Standort Deutschland. Das zeigt sich ebenfalls in den gestiegenen inländischen Investitionsabsichten. Der aktuelle Saldo der Investitionsabsichten in der Industrie fällt so gut aus wie noch nie seit der Wiedervereinigung. Die expansiven Investitionspläne im Inland bekommen vor allem von jenen Industrieunternehmen Auftrieb, die auch im Ausland investieren wollen. Deren Investitionssaldo liegt mit 37 Punkten sogar zehn Punkte über dem Wert der Gesamtindustrie. Auch der heimische Arbeitsmarkt profitiert von den auslandsaktiven Industrieunternehmen. Ihr Beschäftigungssaldo liegt mit plus 29 Punkten um 13 Punkte höher als im Schnitt aller Industrieunternehmen.

Zielregionen: Wachstumsmärkte noch stärker im Fokus

Angesichts der dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung in Asien und Lateinamerika nehmen die deutschen Unternehmen Märkte außerhalb Europas bei ihren Auslandsinvestitionen noch stärker in den Fokus. Zielregion Nummer eins ist dabei China. Ein immer größerer Anteil der Betriebe plant jedoch auch, in Asien sowie in Nord- und Südamerika zu investieren. Mit Produktions- und Vertriebsstätten vor Ort wollen die Betriebe Türen öffnen und sich lukrative Geschäfte sichern. Schon im Zuge der Wirtschafts- und Finanzmarktkrise war nicht zuletzt die weltweite Präsenz der deutschen Unternehmen Garant dafür, dass die deutsche Wirtschaft vom vergleichsweise robusten Wachstum vieler Schwellenländer früh und kräftig profitieren konnte.

I AUSLANDSORIENTIERUNG DER UNTERNEHMEN

Auslandsbudgets wachsen kräftiger denn je

Die Auslandsinvestitionen der Industrieunternehmen nehmen stark an Fahrt auf. Gegenüber dem Vorjahr verbessert sich der Saldo um 39 auf 35 Punkte – den höchsten Wert in der Umfragehistorie. Der Anteil der Industrieunternehmen, die höhere Auslandsinvestitionen planen, hat sich gegenüber dem Vorjahr auf 44 Prozent verdoppelt. 47 Prozent wollen gleich hohe Auslandsinvestitionen tätigen. Nur noch neun Prozent planen geringere Auslandsinvestitionen als im Vorjahr.

Der Anteil der deutschen Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen bleibt hoch – und gegenüber dem Vorjahr weitgehend konstant: 43 Prozent der Betriebe planen für dieses Jahr ein Engagement im Ausland (2010: 44 Prozent).

Markterschließung wichtig wie nie ...

Das Motiv der Markterschließung bestimmt die Auslandsinvestitionen im Jahr 2011 stärker als in jeder vorherigen Umfrage (Beginn der Umfrage zu

Auslandsinvestitionen: 1995). Auch gegenüber dem Vorjahr rückt es kräftig nach vorn. 35 Prozent der Unternehmen wollen 2011 Kapital im Ausland vornehmlich dafür einsetzen, neue Märkte mit Hilfe des Auf- und Ausbaus von Produktionsstätten zu erschließen (Vorumfrage: 29 Prozent). Seit 2009 sind Investitionen in den Marktzugang das zweitwichtigste Investitionsmotiv. Insgesamt bleibt der Fokus der Auslandsinvestitionen aber auch im Jahr 2011 auf dem Vertrieb- und Kundendienst, um auf ausländischen Märkten mit Produkten und Service Präsenz zu zeigen und auszubauen. 43 Prozent der Industrieunternehmen investieren aus diesem Grund im Ausland. Im Vorjahr lag der Wert noch 47 Prozent. Anfang 2010 wollten die Unternehmen aufgrund der Erfahrungen der Krisenzeiten ihre Position im Ausland behaupten und sich für den Aufschwung rüsten. Von dieser Taktik profitieren die Betriebe jetzt.

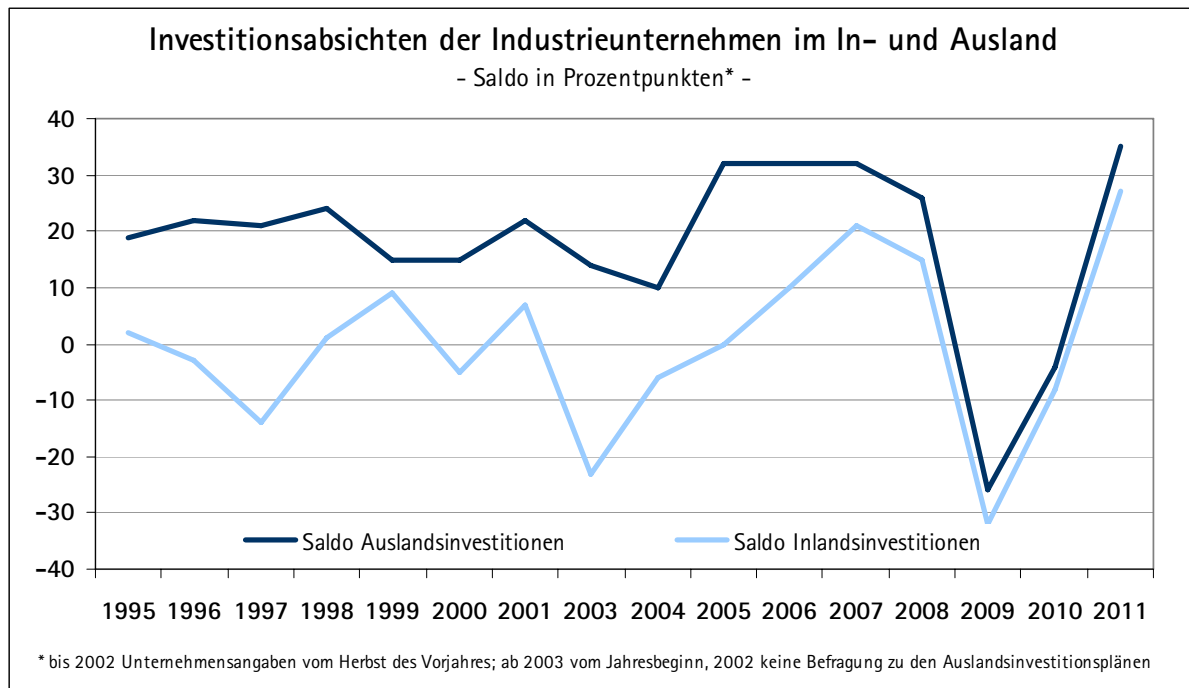
... Kostenmotiv wird nachrangiger

Aus Kostengründen hingegen investieren immer weniger Industrieunternehmen im Ausland – ein ermutigendes Zeichen für die Wettbewerbsfähigkeit des Produktionsstandorts Deutschland. Der Trend, aus Kostengründen ins Ausland zu gehen,

Die Investitionspläne der deutschen Industrieunternehmen im Ausland in Prozent

| Von den Industrieunternehmen planen für das Jahr | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Investitionen im Ausland | 38 | 44 | 40 | 42 | 45 | 42 | 40 | 44 | 43 |
| keine Investitionen im Ausland | 62 | 56 | 60 | 58 | 55 | 58 | 60 | 56 | 57 |

| Von den Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen, planen für im Vergleich zum Vorjahr | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| ... höhere Auslandsinvestitionen | 35 | 30 | 43 | 42 | 40 | 39 | 16 | 22 | 44 |
| ... gleich hohe Auslandsinvestitionen | 44 | 50 | 46 | 48 | 52 | 48 | 42 | 52 | 47 |
| ... geringere Auslandsinvestitionen | 21 | 20 | 11 | 10 | 8 | 13 | 42 | 26 | 9 |
| Saldo | 14 | 10 | 32 | 32 | 32 | 26 | -26 | -4 | 35 |



mithin Produktion vom Inland ins Ausland zu verlagern, ist mit Ausnahme des Jahres 2008 seit acht Jahren rückläufig. Für das laufende Jahr planen nur noch 22 Prozent der Unternehmen (2010: 24 Prozent) Auslandsinvestitionen aus Gründen der Kostenersparnis. Im Jahr 2003 hatte der Anteil des Kostenmotivs mit 42 Prozent noch seinen im Zeitablauf höchsten Wert erreicht.

Investitionen im Inland fast im gleichen Takt

Die hervorragende Positionierung der deutschen Wirtschaft im Ausland stärkt das Vertrauen in den Standort Deutschland. Das zeigt sich in den ebenfalls gestiegenen inländischen Investitionsabsichten. Gerade die Industrieunternehmen zeigen sich auch hierzulande expansiv. Der aktuelle Saldo der Investitionsabsichten im Produzierenden Gewerbe fällt mit 27 Punkten so gut aus wie noch nie seit der Wiedervereinigung.¹ Dabei erweist sich ein Schritt ins Ausland für viele Unternehmen als Erfolgsfaktor. Die expansiven Investitionspläne im Inland bekommen vor allem von jenen Industrieunternehmen Auftrieb, die auch im Ausland inves-

tieren wollen. Deren Investitionssaldo für die heimischen Standorte liegt mit 37 Punkten sogar zehn Punkte über dem Wert der Gesamtindustrie. Auch der heimische Arbeitsmarkt profitiert in besonderem Maße von den auslandsaktiven Industrieunternehmen. Ihr inländischer Beschäftigungssaldo liegt mit plus 29 Punkten um 13 Punkte höher als im Schnitt aller Industrieunternehmen.

Die Stärke der industriellen Basis – insbesondere im Auslandsgeschäft – beflügelt auch die industrienahen Dienstleister sowie – in Folge der guten Beschäftigungsentwicklung – den Binnenkonsum. Der Investitionssaldo der Gesamtwirtschaft verbessert sich seit dem Tiefpunkt im Frühsommer 2009 zum fünften Mal in Folge und erreicht mittlerweile einen Höchstwert seit der Wiedervereinigung (17 Punkte; Vorumfrage: 14 Punkte).

Finanzierung bremst

Vor allem die Industrieunternehmen, die in der Finanzierung das größte Geschäftsrisiko für die kommenden Monate sehen (14 Prozent), halten sich bei Auslandsinvestitionen zurück. Nur 32 Prozent von ihnen wollen 2011 im Ausland investieren. Der Antwortensaldo (plus 22 Punkte) bleibt

¹ Vgl. DIHK (2011): Wirtschaftslage und Erwartungen – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern zu Jahresbeginn 2011.

deutlich hinter der Gesamtindustrie zurück (35 Punkte). Bei Unternehmen mit Finanzierungsproblemen ist die geschäftliche Lage derzeit vielfach noch so unsicher, dass sie davor zurückscheuen, im Ausland zu expandieren. Auslandsinvestitionen sind erfahrungsgemäß mit höheren Risiken verbunden. Hausbanken sind dementsprechend vorsichtiger, diese Vorhaben mit Krediten zu begleiten.

Wachstumsmärkte noch stärker im Fokus

Angesichts der dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung in Asien und Lateinamerika nehmen die deutschen Unternehmen Märkte außerhalb Europas bei ihren Auslandsinvestitionen noch stärker in den Fokus. Zielregion Nummer eins ist dabei China. Ein immer größerer Anteil der Betriebe plant zudem, im restlichen Asien sowie in Nord- und Südamerika zu investieren. Mit Produktions- und Vertriebsstätten vor Ort wollen die Betriebe Türen öffnen und sich lukrative Geschäfte sichern. Schon im Zuge der Wirtschafts- und Finanzmarktkrise war nicht zuletzt die weltweite Präsenz der deutschen Unternehmen Garant dafür, dass die deutsche Wirtschaft vom vergleichsweise robusten Wachstum vieler Schwellenländer früh und kräftig profitieren konnte. Die weltweite Präsenz vieler Betriebe ist zugleich auch Risikopooling. Schwache Entwicklungen einzelner Märkte treffen die Betriebe damit nicht mehr so stark. Hiervon profitiert in der Folge auch der gesamte Wirtschaftsstandort Deutschland.

In allen Zielregionen der deutschen Auslandsinvestitionen ist der Saldo der Planungen weit im positiven Bereich. Auch insgesamt ist der kräftige Anstieg des Saldos der Auslandsinvestitionen auf den neuen Rekordwert von 35 Punkten Garant dafür, dass in keiner Region nicht mit einem absoluten Rückgang des Volumens deutscher Direktinvestitionen zu rechnen ist.

Die Pläne der Unternehmen deuten lediglich auf eine relative Verschiebung der Schwergewichte

von Europa nach Asien und in andere Weltregionen. Denn: Immer weniger Unternehmen geben die Staaten der Europäischen Union als Zielregion für ihre Auslandsinvestitionen an. Während alle Investitionsstandorte außerhalb Europas häufiger als im Vorjahr genannt werden, geht z. B. der Anteil der Beitrittsstaaten von 2004 bzw. 2007 spürbar zurück (von 30 auf 24 Prozent). Die Staaten, die bereits vor 2004 der EU angehört hatten (EU-15), bleiben trotz eines leichten Rückgangs zumindest zweitwichtigster Investitionsstandort (Anteilsveränderung von 42 auf 40 Prozent). Die Märkte in Ost- und Südosteuropa, Russland und der Türkei bleiben als Investitionsregion für deutsche Unternehmen immerhin auf dem relativen Niveau der Vorjahresumfrage (25 Prozent).

Technologiegüter weltweit gefragt

Besonders im Bereich der Hochtechnologie haben deutsche Industrieunternehmen Produkte entwickelt, mit denen sie weltweit punkten können. So viele Hochtechnologieunternehmen wie noch nie planen Auslandsinvestitionen (58 Prozent) – und davon wiederum über die Hälfte mit einem höheren Volumen als im Vorjahr (53 Prozent). Der Saldo klettert besonders kräftig – um 50 auf 47 Punkte. Auch die Hersteller von Spitzentechnologie wollen 2011 deutlich mehr im Ausland investieren als im Vorjahr (Saldoverbesserung um 32 auf 36 Punkte).

Investitionsgüterproduzenten setzen auf neue Märkte

Im Vergleich der Industriebauptgruppen planen besonders die Investitionsgüterhersteller zusätzliche Investitionen. Ihr Saldo liegt mit 40 Punkten über dem Durchschnitt aller Industrieunternehmen (35 Punkte) und deutlich höher als vor Jahresfrist (minus vier Punkte). Die Kraftfahrzeughersteller können ihre Position als Branche mit dem höchsten Anteil der im Ausland engagierten Unternehmen – 73 Prozent – verteidigen. 65 Prozent der Unternehmen planen höhere Auslandsinvestitionen, 28 Prozent gleichbleibende Investitionen

(Saldo: 58 Punkte). Auch die Hersteller von Nutzfahrzeugen und Kfz-Teilen und -Zubehör zeigen sich expansiv.

Mit deutlich aufgestockten Auslandsbudgets planen auch die Vorleistungsgüterproduzenten (Saldoverbesserung von minus drei auf 38 Punkte). Gerade die Chemische Industrie will sich mit einem Anteil 55 Prozent überdurchschnittlich stark im Ausland engagieren. Gegenüber dem Vorjahr verbessert sich ihr Investitionssaldo um 47 auf 46 Punkte. Jedes zweite Chemieunternehmen plant für 2011 höhere Investitionen im Ausland als im Vorjahr. Auch die Hersteller elektrischer Ausrüstungen (Anteil der Unternehmen mit Auslandsinvestitionen: 54 Prozent) zeigen sich mit ihren ausländischen Investitionsplänen expansiv: Mit 48 Punkten liegt der Saldo deutlich über dem Durchschnitt der Industrieunternehmen und kräftig verbessert gegenüber dem Vorjahr (Saldo 2010: minus zwei Punkte).

In der Konsumgüterindustrie schwankt die Nachfrage im Konjunkturzyklus nicht ganz so stark – und dementsprechend auch die Auslandsinvestitionen der Unternehmen dieser Hauptgruppe. Ihr Saldo verbessert sich um 18 auf plus 15 Punkte und erreicht damit anders als in den beiden anderen Segmenten noch nicht wieder das Vorkrisenniveau.

Industrienahe Dienstleister schließen auf

Mit der wachsenden internationalen Präsenz des Produzierenden Gewerbes zieht es auch Service-Unternehmen aus dem „Netzwerk Industrie“ ins Ausland. Im Dienstleistungssektor wollen vor allem unternehmensbezogene, wissensintensive Sparten wieder verstärkt im Ausland investieren. Expansiv zeigen sich insbesondere die FuE-Dienstleister (Saldo: 30 Punkte), Unternehmensberatungen (27 Punkte), Architektur-, Ingenieur- sowie naturwissenschaftliche Untersuchungsbüros (23 Punkte), Messeveranstalter, Callcenter, Inkasso- und Sekretariatsbüros (21 Punkte) und IT-Dienstleister (19

Punkte). Auch die Verkehrswirtschaft will wieder deutlich mehr Kapital im Ausland investieren. Ihr aktueller Investitionssaldo von 16 Punkten liegt um 51 Punkte höher als vor Jahresfrist.

Große wieder besonders expansiv

Größere Unternehmen wollen besonders viel Kapital im Ausland investieren. Ihre ausländischen Investitionsabsichten verbessern sich besonders deutlich gegenüber dem Vorjahr, als die Unterschiede der Investitionssalden über die Größenklassen hinweg relativ gering ausgefallen waren. Großunternehmen mit über 1.000 Beschäftigten verzeichnen die größte Saldoverbesserung von zuvor minus sechs auf 46 Punkte. Größere mittelständische Unternehmen mit 200 bis 1.000 Mitarbeiter weisen eine kräftige Saldoverbesserung von 42 auf nunmehr plus 41 Punkte auf. In diesen beiden Größenklassen erreicht die Auslandsinvestitionsbereitschaft für das Jahr 2011 jeweils Rekorde in der Umfragehistorie (Großunternehmen: 68 Prozent; größerer Mittelstand: 55 Prozent).

Auch die kleineren Unternehmen ziehen nach – freilich nicht so stark wie die Großunternehmen. Der Saldo der Auslandsinvestitionen der Unternehmen mit 20 bis 200 Beschäftigten klettert immerhin auf 26 Punkte (Vorumfrage: minus eins). Auch bei den kleinen Unternehmen steigt die Bereitschaft, im Ausland zu investieren spürbar. Unter den Betrieben mit bis zu zehn Mitarbeitern klettert der Saldo um 26 auf plus 18 Punkte, in der Größenklasse zehn bis 20 Mitarbeiter um 25 auf plus 17 Punkte.

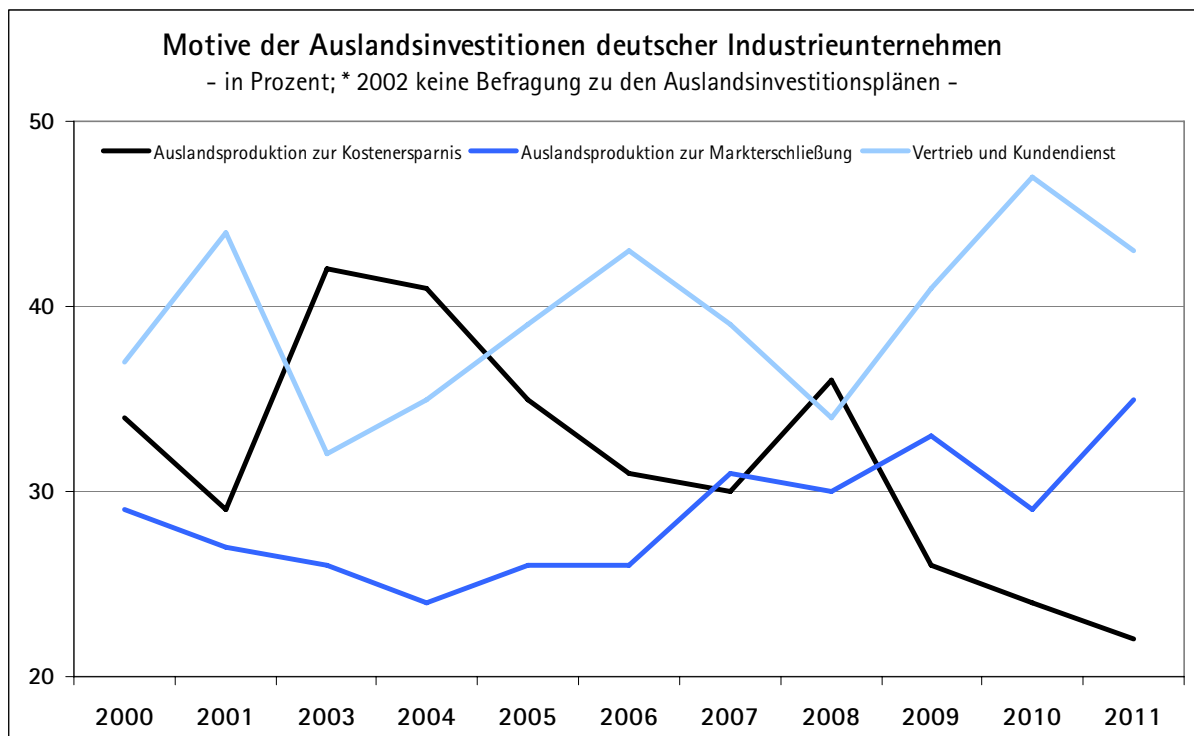
II MOTIVE DER AUSLANDS- INVESTITIONEN

Offensiv auf neue Märkte

Die Markterschließung durch Produktion direkt vor Ort rückt für die Industrieunternehmen immer mehr in den Vordergrund. 35 Prozent planen hierbei ein stärkeres Engagement – so viele wie nie. Die weltweit gute Konjunktur rückt den Kapazitätsaufbau im Ausland in den Fokus. Wieder größere Kapitalpolster bei den Unternehmen durch das erfolgreiche Jahr 2010 machen auch größere Auslandsengagements wieder finanzierbar. Investitionen in den Marktzugang haben sich seit 2009 auf den zweiten Rang der Investitionsmotive geschoben. Vertrieb und Kundendienst haben für die Unternehmen aber weiterhin Priorität, wenn auch in geringerem Maße als im Vorjahr. Aktuell planen 43 Prozent der Industrieunternehmen, in den Ausbau ihrer Vertriebsnetze und den Kundendienst zu investieren (2010: 47 Prozent). Abermals abgefallen ist „Auf- und Ausbau von Produktion zwecks Kostenersparnis“; nur noch etwas mehr als ein Fünftel berichtet hiervon.

Präsenz auf neuen Märkten immer wichtiger

Das Motiv der „Markterschließung durch Produktion vor Ort“ gewinnt für die Unternehmen weiter an Bedeutung. Dieses Investitionsmotiv erreicht mit 35 Prozent den höchsten Wert in der Geschichte der DIHK-Umfrage zu den Auslandsinvestitionen. Mit der Produktion vor Ort wollen die Betriebe auf die speziellen Bedürfnisse der Kunden eingehen und ihre Produkte schnell zur Verfügung zu stellen. Insbesondere die Vorleistungs- und Investitionsgüterhersteller planen einen überdurchschnittlichen Kapitaleinsatz zur Erschließung von Märkten. Ihr Anteil liegt bei 38 bzw. 36 Prozent – Verbesserungen gegenüber dem Vorjahr um jeweils sechs Punkte. Im Branchenvergleich sind es traditionell vor allem die Kfz-Hersteller, die hauptsächlich aus dem Motiv der Markterschließung heraus investieren. Fast drei Viertel planen 2011, dafür Kapital aufzuwenden – bereits im vergangenen Jahr war es immerhin die Hälfte der Unternehmen dieser Branche. Auch für die Kfz-Zulieferer werden Produktionsstätten vor Ort zur Markterschließung immer wichtiger – insbesondere in China. 70 Prozent – und damit 15 Punkte mehr als im Vorjahr – wollen dort investieren und den großen, stark wachsenden Markt direkt bedienen.



Unter den Vorleistungsgüterherstellern plant fast jedes zweite Unternehmen der Metallerzeugung und -bearbeitung Investitionen zur Markterschließung; im vergangenen Jahr waren es erst 37 Prozent. Besonders relevant ist für sie der chinesische und nordamerikanische Markt. Durch den Investitionsboom in China, sowohl im Infrastrukturbereich als auch im Hochbau, ergeben sich erhebliche Absatzchancen für die Betriebe der Branche. In Nordamerika kommt hinzu, dass durch ein Engagement vor Ort Wechselkursschwankungen umgangen werden können.

Service & Vertrieb bleiben Hauptmotiv

Kundennähe und neue Vertriebs- und Servicekanäle sind auch 2011 das Hauptmotiv für Auslandsinvestitionen der Industrieunternehmen. Aktuell planen 43 Prozent der Unternehmen in diesem Funktionsschwerpunkt ihre Investitionen – eine Verschlechterung gegenüber dem Vorjahr um vier Prozentpunkte. Die weltweite konjunkturelle Erholung stimmt die Unternehmen zuversichtlich – sie fahren ihre in- und ausländischen Investitionen hoch und wollen damit nicht nur auf dynamischen

Märkten an Ort und Stelle sein, sondern diese auch weiter erschließen.

Beim Aufbau von Vertriebsstellen zeigen sich abermals die kleinen und mittelgroßen Unternehmen aktiv. 56 Prozent aller im Ausland investierenden Unternehmen mit zehn bis 20 Mitarbeitern wollen bestehende Vertriebsstrukturen stärken sowie den Kundendienst pflegen. Unter den mittelständischen Unternehmen mit bis zu 500 Beschäftigten ist es immerhin die Hälfte der Unternehmen. Bei kleineren Unternehmen hat dieses Motiv besonderes Gewicht, weil der Marktzugang im Vertrieb mit überschaubarem finanziellem Aufwand und unternehmerischen Risiko verbunden ist.

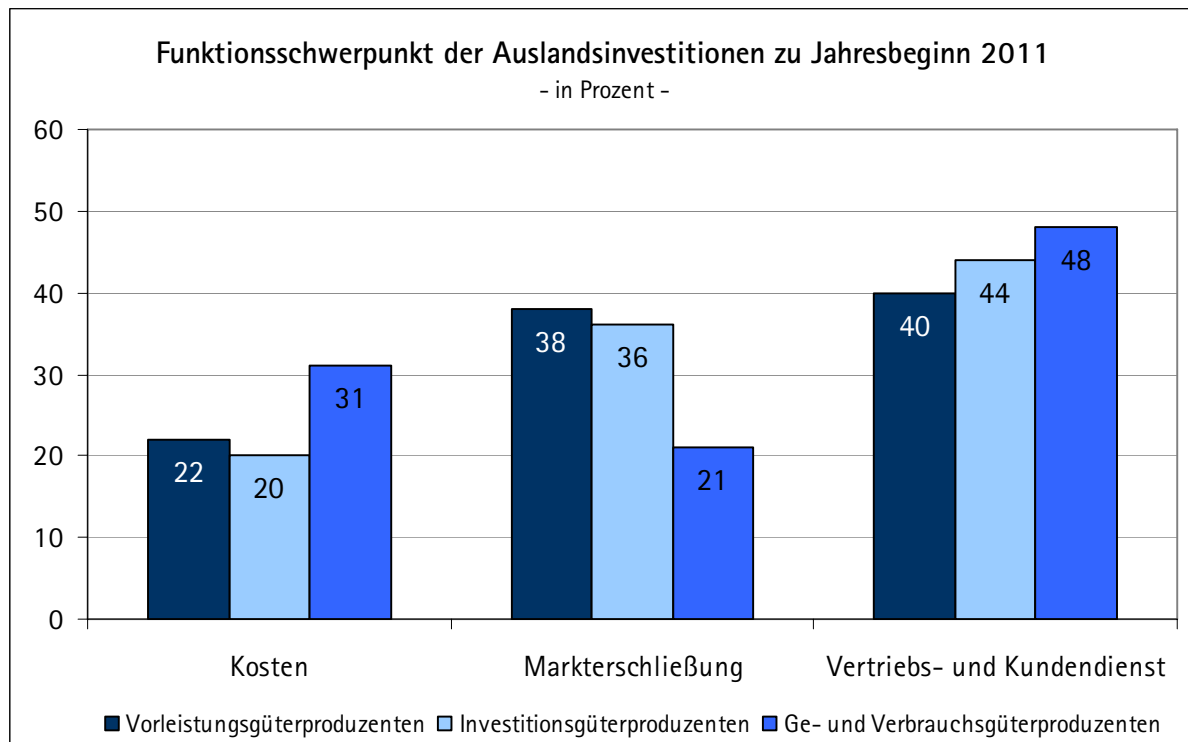
Im Vergleich der Industriebauptgruppen planen besonders die Ge- und Verbrauchsgüterhersteller verstärkt in Kundendienst und Vertrieb zu investieren. Fast jeder zweite Produzent setzt in diesem Bereich darauf. Unter den Möbelproduzenten sowie den Herstellern von Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten und Spielwaren planen jeweils 64 Prozent der auslandsaktiven Unternehmen ihre Position in den bestehenden Märkten

Funktionsschwerpunkte der Auslandsinvestitionen deutscher Industrieunternehmen

in Prozent

| | Auslandsproduktion zur Kostenersparnis | Auslandsproduktion zur Markterschließung | Vertrieb und Kundendienst |
|------|--|--|---------------------------|
| 2000 | 34 | 29 | 37 |
| 2001 | 29 | 27 | 44 |
| 2003 | 42 | 26 | 32 |
| 2004 | 41 | 24 | 35 |
| 2005 | 35 | 26 | 39 |
| 2006 | 31 | 26 | 43 |
| 2007 | 30 | 31 | 39 |
| 2008 | 36 | 30 | 34 |
| 2009 | 26 | 33 | 41 |
| 2010 | 24 | 29 | 47 |
| 2011 | 22 | 35 | 43 |

* 2002 keine Befragung zu den Auslandsinvestitionsplänen



durch ein besseres Vertriebs- und Kundennetz auszubauen.

Kostensparnis verliert an Bedeutung

Immer weniger Unternehmen sehen sich gezwungen, aus Kostengründen im Ausland zu investieren. Aktuell planen noch 22 Prozent der Industrieunternehmen aus diesem Motiv heraus ihr Auslandsengagement – der niedrigste Wert seit Start der Befragung. Während für die Vorleister- und Investitionsgüterproduzenten die Kostensparnis besonders selten ausschlaggebend für ihr Auslandsengagement ist, bleibt dieses Motiv für die Ge- und Verbrauchsgüterproduzenten zumindest der zweitwichtigste Funktionsschwerpunkt (31 Prozent) – noch vor der Produktion zur Markterschließung mit 21 Prozent. Bei den Herstellern des Textil-, Bekleidungs- und Ledergewerbes plant jedes zweite Unternehmen Investitionen zur Kostensparnis. Das sind sogar sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. In dieser eher arbeits- und weniger technologieintensiven Sparte erweisen sich ausländische Produktionsstandorte oft als besonders kostengünstig.

Dienstleister auf Kundennähe angewiesen

Das größere Auslandsengagement auch im Dienstleistungssektor konzentriert sich naturgemäß noch auf den Vertrieb und den Kundendienst (63 Prozent). Gerade IT-Dienstleister wollen damit verstärkt ihre Präsenz vor Ort (75 bzw. 72 Prozent) ausbauen. Das Motiv der Kostensparnis hingegen spielt kaum eine Rolle (elf Prozent) – Dienstleistungen erfordern in der Regel eine unmittelbare Kundennähe.

III GRÜNDE DER AUSLANDSINVESTITIONEN

Ran an den Kunden ...

Die Unternehmen wollen mit ihren Auslandsinvestitionen nah an ihre Kunden, um unmittelbar auf deren Bedürfnisse reagieren zu können. Dieser Aspekt gewinnt mit kürzeren Produktlebenszyklen weiter an Bedeutung. Für 90 Prozent aller Industrieunternehmen ist das ein Grund für ihre Auslandsinvestitionen. Gerade jene Unternehmen, die zwecks Markterschließung oder Vertrieb und Kundendienst im Ausland investieren wollen, ist die Nähe zum Kunden das entscheidende Argument (93 bzw. 94 Prozent). Der direkte Kundenkontakt erleichtert die Entwicklung und Herstellung individuell zugeschnittener Produkte. Insbesondere bei Investitionsgütern ist das vielfach ausschlaggebend. Deren Hersteller nennen zu 93 Prozent „Kundennähe“ als Grund für ihr Auslandsengagement, bei den Maschinenbauern und den Produzenten von elektrischen Ausrüstungsgütern sind es sogar jeweils 94 Prozent. Den höchsten Wert im Branchenvergleich weist jedoch die chemische Industrie auf (95 Prozent). Auch die Unternehmen

dieser Sparte bieten ihren Kunden damit maßgeschneiderte Lösungen.

... gerade in Übersee

Der Ausbau des Vertriebs- und Kundennetzes spielt vor allem für Unternehmen, die in Nordamerika und China (94 Prozent) sowie in Südamerika und anderen Destinationen (95 Prozent) investieren, eine große Rolle. Bei Investitionen in den EU-15-Staaten und den Beitrittsländern 2004/2007 ist Kundennähe ein etwas weniger entscheidender Faktor (87 bzw. 84 Prozent). Europäische Märkte lassen sich oft auch von Deutschland aus bedienen.

Lieferanten meist daheim verfügbar

Die Lieferantennähe ist ebenfalls besonders für Investitionen in weiter entfernten Zielregionen wichtig. Dieser Grund spielt für Auslandsinvestitionen in China (20 Prozent) sowie in andere asiatische Märkte (17 Prozent) eine größere Rolle als für Investitionen in Europa (EU-15: 13 Prozent; EU-Mitgliedstaaten seit 2004/2007: 14 Prozent). Unter dem Strich ist die Nähe zu Lieferanten für die meisten Industrieunternehmen von eher unterge-



ordneter Bedeutung (15 Prozent). In den meisten Sparten sind Zulieferer hierzulande oder im benachbarten Ausland verfügbar. Am wichtigsten ist die Lieferantennähe in der Kfz-Branche (24 Prozent) sowie im Maschinenbau (19 Prozent). Diese Hochtechnologiesparten sind auf eine relativ große Zahl von Bauteilen angewiesen, die nur von einzelnen, spezialisierten Lieferanten hergestellt werden.

Marktzugang teilweise schwierig

Auch durch Handelshemmnisse beim Export können Auslandsinvestitionen in einigen Zielregionen begründet werden (22 Prozent). Bei Investitionen in China sowie in Russland und in anderen ost- und südosteuropäischen Ländern spielen Ein- und Ausfuhrhemmnisse sogar für 30 Prozent der Unternehmen bei ihren Auslandsinvestitionen eine Rolle, in Südamerika sogar für 35 Prozent. Eher größere Unternehmen beliefern diese Märkte. Von den Großunternehmen (mehr als 1.000 Mitarbeiter) geben 29 Prozent an, ihre Auslandsinvestitionen auch wegen Handelshemmnissen zu tätigen. In den Größenklassen 200 bis 1.000 sowie 20 bis 200 Beschäftigte sind es immerhin 23 bzw. 17 Prozent. Hingegen investieren nur zwölf Prozent der kleineren Unternehmen wegen Exportbeschränkungen im Ausland.

Manche Länder lassen den Marktzutritt nur zu, wenn zumindest Teile der Produktion im Inland erbracht werden (sog. „Local-Content-Vorschriften“). Auch hohe Importzölle mancher Länder können Unternehmen zu Auslandsinvestitionen veranlassen, selbst wenn die Fertigung für sich genommen hierzulande günstiger ist. Aus Sicht der Länder mit Handelsbeschränkungen werden die Produkte durch die Vorortproduktion somit teurer als sie es beim Import aus Deutschland ohne Beschränkung wären. Viele Güter stehen den Ländern durch die Marktzutrittsbarrieren zudem gar nicht zur Verfügung, wenn ausländische Unternehmen nicht vor Ort investieren.

Zutrittsbarrieren können für viele Unternehmen die Erschließung ausländischer Märkte von Deutschland aus deutlich erschweren. Von den Unternehmen, die zur Markterschließung im Ausland investieren wollen, nennen überdurchschnittliche 29 Prozent Handelshemmnisse als Grund für ihr Auslandsengagement. Alles in allem sind Handelsbeschränkungen der zweitwichtigste Grund für Auslandsinvestitionen (22 Prozent) – noch vor der Nähe zu Lieferanten und der Absicherung gegen Wechselkursrisiken. Vor allem im Kraftfahrzeug- und auch im Maschinenbau sind Handelsbarrieren (39 bzw. 30 Prozent) wichtige Faktoren für Auslandsinvestitionen.

Diese Ergebnisse machen deutlich, dass der Weg der weltweiten Handelsliberalisierung konsequent weiter gegangen werden muss. Die EU und Deutschland sollten bei der Durchsetzung einer liberalen Handelspolitik eine Vorreiterrolle übernehmen – perspektivisch auch mit bilateralen Handelsabkommen. Wichtigstes Signal für offene Weltmärkte wäre freilich der Abschluss der Doha-Welthandelsrunde.

Unternehmen umgehen Wechselkursschwankungen ...

Fast jedes fünfte Industrieunternehmen tätigt seine Auslandsinvestitionen, um sich gegen Wechselkursschwankungen abzusichern (18 Prozent). Von den Unternehmen, für die die Wechselkursentwicklung kurzfristig ein Konjunkturrisiko darstellt, bemüht sich sogar fast jedes dritte um eine Absicherung durch Investitionen im Ausland (31 Prozent). Auch ihr Auslandsinvestitionssaldo ist höher als bei allen Industrieunternehmen mit Auslandsinvestitionen (38 gegenüber 35 Punkten).

Ungünstige Wechselkurse können ihre Geschäfte sowohl auf der Einnahmen- als auch auf der Ausgabenseite maßgeblich behindern:

- Ein starker Euro verteuert deutsche Waren aus Sicht ausländischer Kunden. Das dämpft

den Absatz, wenn die Nachfrager sensibel auf Preiserhöhungen reagieren. Sehen sich heimische Anbieter dadurch zu Preissenkungen veranlasst oder sind die Preise in der jeweiligen Landeswährung festgesetzt, so gehen die Erlöse in Euro gerechnet zurück.

- Ein schwacher Euro wiederum erhöht die Aufwendungen für importierte Vorleistungen sowie für Energie und andere Rohstoffe.

So können plötzliche Auf- oder Abwertungen entscheidend auf die Nachfrage bzw. wichtige Kostenkomponenten durchschlagen. Eine hohe Volatilität des Wechselkurses erhöht den Druck auf die Unternehmen, Absicherungsgeschäfte zu tätigen – allerdings unter Inkaufnahme entsprechender Kosten für die Betriebe. Das zeigt auch, wie sensibel bei der Finanzmarktregulierung vorgegangen werden muss, damit die Unternehmen hier weiterhin agieren können. Mit Produktionsstätten im Ausland können sich Unternehmen ebenfalls gegen Währungsschwankungen absichern, indem sich Auslandserlöse und Aufwendungen stabilisieren (sog. „Natural Hedging“).

Angesichts der vergleichsweise günstigen Exportaussichten können Währungsschwankungen derzeit vor allem die Nachfrageseite im Ausland beeinträchtigen. Infolgedessen sorgen sich eher jene Unternehmen, die zwecks Vertrieb/Service sowie Markterschließung im Ausland investieren, um Wechselkursschwankungen (30 bzw. 28 Prozent) als diejenigen, die zur Kostenersparnis Kapital aufwenden (24 Prozent). Vor einem Jahr war das noch umgekehrt. Festgelegt in den jeweiligen Landeswährungen sind die Auslandspreise gerade im Automobilbereich, um einer Reduktion der vergleichsweise preissensiblen Nachfrage vorzubeugen. Damit drücken Euro-Aufwertung hier unmittelbar die Margen. Im Kfz-Bau spielt für 47 Prozent der Unternehmen mit Auslandsinvestitionen die Absicherung gegen Wechselkursschwankungen eine überdurchschnittlich große Rolle.

... vor allem gegenüber dem Dollarraum

Vor allem beim Handel mit dem Dollarraum sehen sich Unternehmen zur Kursabsicherung veranlasst. Für 29 Prozent der Unternehmen (Durchschnitt aller Auslandsinvestitionen: 18 Prozent), die in Nordamerika investieren wollen, ist die Absicherung gegen Wechselkursrisiken mit Ausschlag gebend. Für eine schwächere Dollarentwicklung sprechen das nach wie vor hohe Außenhandelsdefizit und die höheren Staatsschulden der USA im Vergleich zur Eurozone.

Auch in Südamerika und in China spielt dieser Grund für Investoren aus Deutschland eine wichtige Rolle (jeweils 24 Prozent). Hingegen ist die Abfederung von Währungsschwankungen für die Unternehmen, die in den EU-15-Staaten investieren, weniger von Bedeutung (13 Prozent). Aus der Gruppe der EU-15 Länder haben lediglich Großbritannien, Schweden und Dänemark den Euro noch nicht eingeführt. Unter den zwölf EU-Beitrittsländer 2004/2007 haben erst fünf, zudem eher kleinere Volkswirtschaften den Euro als gesetzliches Zahlungsmittel eingeführt. Bei Investitionen in dieser Region spielt das Absicherungsmotiv zumindest für 17 Prozent eine Rolle. Dementsprechend begründen auch größere Unternehmen, die häufiger weiter entfernte Märkte bedienen, ihr Auslandsengagement öfter mit der Wechselkursabsicherung. Bei den Unternehmen mit über 1.000 Beschäftigten sind es 24 Prozent, bei den Unternehmen mit 200 bis 1.000 Mitarbeitern 21 Prozent und in der Größenklasse bis zu 200 Beschäftigte elf Prozent.

Rohstoffpreisanstieg: unausweichlich

Zur Sicherung des Energie- und Rohstoffbezugs nutzt etwa jedes zehnte Industrieunternehmen seine Auslandsinvestitionen (neun Prozent). Auch unter den Industrieunternehmen, die den Anstieg der Energie- und Rohstoffpreise als Haupthemmnis ihrer Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten sehen, wollen elf Prozent aus diesem

Grund im Ausland investieren. Der Hauptgrund für das nicht noch höhere Interesse, im Ausland zu investieren, liegt darin, dass der Preistrend für diese Güter weltweit aufwärts gerichtet ist. In den Förderländern ist zwar der Zugang besser gesichert, allerdings kaum zu günstigeren Preisen. Es bleibt abzuwarten, ob der diskutierte rasche Ausstieg Deutschland aus der Kernenergie zu einer relativen Verteuerung von Industriestrom führt und wie die Unternehmen hierauf mit Auslandsinvestitionen reagieren. Die aktuellen Ergebnisse legen nahe, dass sie sich er Problematik bewusst sind.

Selbst bei Investitionen in rohstoffreichen Weltregionen wie Südamerika oder Russland/Osteuropa spielt die Sicherung des Energie- und Rohstoffbezugs keine überdurchschnittliche Rolle (je zehn Prozent). Bei Investitionen in China gilt das für neun Prozent der Auslandsinvestitionen. Am wichtigsten ist der Grund „Energie- und Rohstoffbezug“ noch für Auslandsinvestitionen der Vorleistungsgüterhersteller (zwölf Prozent), insbesondere für vergleichsweise energieintensive Branchen wie Chemie (21 Prozent), Metallherzeugung und „Glas, Keramik, Steineverarbeitung“ (jeweils 13 Prozent).

Fachkräfte auch bei Nachbarn knapp

Die Suche nach geeigneten Fachkräften spielt bei Auslandsinvestitionen deutscher Unternehmen eine untergeordnete Rolle (sieben Prozent) – und wenn dann hauptsächlich bei Engagements in anderen EU-Staaten. Zehn Prozent der Unternehmen mit Investitionen in den EU-15-Staaten nennen die Fachkräftesicherung als Grund, in den Beitrittsstaaten 2004/2007 sogar elf Prozent. Von den Unternehmen, die im Fachkräftemangel bereits kurzfristig ein Risiko für ihre Geschäftsentwicklung sehen, ist die Sicherung qualifizierter Mitarbeiter zumindest für 13 Prozent der Unternehmen ein Investitionsgrund im Ausland. Auch diese Unternehmen investieren eher selten aus Kostengründen im Ausland (25 Prozent) und häufiger zur Markterschließung oder zwecks Vertrieb und Kundendienst (jeweils 30 Prozent). Fachkräfte in Deutschland er-

halten, ist folglich weniger eine Frage des attraktiven Lohnes als vielmehr eine Frage von Verfügbarkeit.

Überdurchschnittlich häufig investieren Spitzentechnologieunternehmen zur Fachkräftesicherung im Ausland (zehn Prozent). Besonders oft verbinden auch Unternehmen der Sparte „Textil/Bekleidung/Leder“ (26 Prozent) und wissensintensive Dienstleister wie Architektur-, Ingenieur- und naturwissenschaftliche Untersuchungsbüros (25 Prozent), IT-Anbieter (16 Prozent) sowie Unternehmensberatungen (16 Prozent) ihre Auslandsinvestitionen mit der Sicherung von geeignetem Fachpersonal vor Ort.

Beim Technologiezugang nicht auf's Ausland angewiesen

Der Zugang zu Technologien ist für die Auslandsinvestitionen deutscher Unternehmen selten ausschlaggebend. Nur für vier Prozent der Industrieunternehmen spielt dieser Aspekt eine Rolle beim Auslandsengagement. Vor allem kleinere Unternehmen mit bis zu zehn Mitarbeitern achten bei ihren Auslandsinvestitionen auch auf den Zugang zu neuer Technologie (neun Prozent). Überdurchschnittlich hoch ist die Bedeutung von Technologiezugang auf den Weltmärkten mit einer technologisch ähnlich anspruchsvollen Produktionsstruktur wie in Deutschland (EU-15: sechs Prozent; Nordamerika: fünf Prozent). Vor allem Hersteller von Spitzentechnologie sowie IT-Dienstleister (neun bzw. 15 Prozent) wollen sich mit ihren Auslandsinvestitionen auch den Zugang zu neuem technologischen Know-how sichern.

IV WIRKUNG IM INLAND

Industrie verdaut Krise immer besser

Zu Jahresbeginn 2011 hellt sich die Geschäftslage der Industrieunternehmen besonders stark auf und ist nun wieder die beste im Vergleich der Wirtschaftszweige (Saldo: 37 Punkte; Gesamtwirtschaft: 34 Punkte).² Auch die Geschäftserwartungen der Industrie sind optimistisch. Der Erwartungssaldo klettert gegenüber Herbst 2010 weiter – um zwei auf nunmehr 32 Punkte. Selbst die Geschäftserwartungen konjunkturell traditionell vorlaufender Branchen wie der Vorleistungsgüterproduzenten verbessern sich weiter. Sie bekommen eine konjunkturelle Verlangsamung üblicherweise etwas früher zu spüren als andere Industriezweige. Das lässt hoffen, dass die Wirtschaft auch über den Aufholprozess hinaus spürbar wächst.

Das Auslandsgeschäft leistet dazu einen wichtigen Beitrag. Exportstarke Industriebranchen gewinnen weiter an Optimismus. Die Erwartungen der Industrieunternehmen an das Auslandsgeschäft erreichen mittlerweile sogar den Spitzenwert vom Jahresbeginn 2007. Die weiterhin starke Nachfrage aus den Schwellenländern, die sich immer mehr auf hochwertige Technologie- und Investitionsgüter ausrichtet, begünstigt diese Entwicklung. Selbst auf den krisengeschüttelten traditionellen Zielmärkten deutscher Exporte, wie Westeuropa und Nordamerika, erwarten die Unternehmen wieder bessere Geschäfte. Die Bereitschaft zu Investitionen und Beschäftigung in Deutschland ist in der Industrie höher als in anderen Sektoren (Salden: 27 bzw. 16 Punkte) – erstmals seit der Hochkonjunktur 2007.

² Vgl. DIHK (2011): Wirtschaftslage und Erwartungen – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern zu Jahresbeginn 2011.

Auslandsinvestitionen stärken Standort Deutschland ...

Die Auslandsexpansion erweist sich für viele Unternehmen als Erfolgsfaktor. Industrieunternehmen mit Auslandsinvestitionen sehen sich zu Jahresbeginn in einer besseren Geschäftslage als andere Industrieunternehmen (Saldo Geschäftslage: 48 gegenüber 31 Punkten). Auch auf die kommenden Monate blicken sie besonders zuversichtlich (Saldo Geschäftserwartungen: 39 gegenüber 29 Punkten). Der Optimismus der auslandsaktiven Industrieunternehmen schlägt sich auch am Standort Deutschland positiv nieder. Die expansiven Investitionspläne im Inland bekommen vor allem von jenen Unternehmen Auftrieb, die auch im Ausland investieren wollen. Der Investitionssaldo der Industrieunternehmen liegt insgesamt bei plus 27 Punkten, bei den Industrieunternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen sogar bei plus 37 Punkten. Der heimische Arbeitsmarkt profitiert noch stärker von den auslandsaktiven Industrieunternehmen. Ihr Beschäftigungssaldo liegt mit plus 29 Punkten sogar um 13 Punkte höher als im Schnitt aller Industrieunternehmen.

Das Engagement auf internationalen Märkten ist für deutsche Unternehmen aus mehreren Gründen von hoher Bedeutung. Vertriebs- und Servicestellen vor Ort befördern den Absatz und die langfristige Kundenbindung. Vielfach kommt eine umfassende Belieferung internationaler Märkte von Deutschland aus allein wegen der Transportkosten kaum in Frage. Die Präsenz direkt beim Kunden erlaubt den Unternehmen zudem, einfacher auf spezifische Kundenwünsche einzugehen. Dann ist die Produktion im Ausland die beste Möglichkeit, diese Märkte zu bedienen – und zugleich heimische Unternehmensbereiche zu stärken.

... mehr als früher ...

Die Investitionspläne der Industrie für das Inland und für das Ausland laufen stärker im Gleichklang. Aktuell bleiben die inländischen Investitionspläne

lediglich um acht Punkte hinter denen für das Ausland zurück, seit 2009 beträgt die Saldendifferenz weniger als zehn Punkte. Dagegen waren in den Jahren davor die inländischen Investitionspläne stets deutlicher hinter denen für das Ausland zurückgeblieben: In den Jahren 2007 und 2008 hatte die Saldendifferenz bei elf Punkten gelegen, in den Jahren davor sogar im Schnitt bei 25 Punkten. Bei der Beschäftigung sieht das Bild ähnlich aus. Derzeit bleibt der Saldo für die inländischen Beschäftigungsabsichten um 19 Punkte hinter dem Saldo der Auslandsinvestitionen zurück, im langjährigen Durchschnitt um 31 Punkte. Damit stärkt das Standbein „Ausland“ auch die deutschen Unternehmen hierzulande immer kräftiger.

Deutlich wird dies auch am Motiv der Kostenersparnis bei den Auslandsinvestitionen – es verliert immer mehr an Bedeutung. Deutsche Unternehmen verlegen mithin immer weniger Produktion ins Ausland. Der Befund zeigt die Relevanz guter Standortfaktoren. Einige Fortschritte sorgen inzwischen dafür, dass sich die Internationalisierungsstrategie der Unternehmen hierzulande stärker in Arbeitsplätzen und Investitionen niederschlägt als noch einige Jahre zuvor. Dazu zählen Erleichterungen bei den Unternehmenssteuern ebenso wie die Reformen der Agenda 2010. Der deutsche Arbeitsmarkt ist mittlerweile flexibler, während mit

dem Prinzip des Förderns und Forderns Arbeitslose besser aktiviert werden. Die vergleichsweise moderate Lohnentwicklung hat Arbeitskostennachteile gegenüber anderen Ländern ebenso reduziert wie die zeit- und teilweise verhaltene Rückführung der Sozialversicherungsbeiträge.

... besonders bei Erschließung neuer Märkte

Vor allem jene Unternehmen, die zur Markterschließung im Ausland investieren wollen, planen auch daheim mit kräftig aufgestockten Investitionsbudgets. Ihr Saldo von 40 Punkten bei den Binneninvestitionen ist besonders hoch. Auch die Unternehmen, die zwecks Vertrieb und Kundendienst im Ausland investieren wollen, haben überdurchschnittlich hohe inländische Investitionsabsichten (Saldo: 38 Punkte). Ihr Beschäftigungssaldo für das Inland liegt sogar über dem der Unternehmen, die zur Markterschließung im Ausland investieren wollen (34 bzw. 30 Punkte). Im Frühjahr 2011 zeigt sich also, dass die Erschließung ausländischer Märkte – auch mit Hilfe von Auslandsproduktion – mit zusätzlichen Investitionen und Beschäftigung hierzulande einher geht.

Kosten dämpfen Inlandsexpansion

Selbst die Unternehmen, die im Ausland investieren, um Kosten zu sparen, planen im Inland 2011

Zu den inländischen Investitions- und Beschäftigungsplänen von Industrieunternehmen, die im Ausland im Jahr 2011 investieren (Anteile in Prozent)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|
| Inländischer Investitionssaldo | | | | | | | |
| Industrieunternehmen | 0 | 10 | 21 | 15 | -32 | -8 | 27 |
| Industrieunternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen im Jahr 2011 | 2 | 13 | 25 | 20 | -32 | -6 | 37 |
| Inländischer Beschäftigungssaldo | | | | | | | |
| Industrieunternehmen | -18 | -7 | 11 | 11 | -33 | -19 | 16 |
| Industrieunternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen im Jahr 2011 | -14 | -3 | 19 | 23 | -32 | -16 | 29 |

Expansionen. Sowohl ihr Investitions- als auch ihr Beschäftigungssaldo liegen noch über dem Schnitt der Gesamtindustrie (32 bzw. 19 Punkte; Gesamtindustrie: 27 bzw. 16 Punkte). Üblicherweise agieren diese Unternehmen daheim sehr zurückhaltend. Die Verlagerung von Teilen der Produktion führt somit aktuell nicht zu einem starken Aderlass – die verbleibenden heimischen Betriebsstätten werden gestärkt. Hohe Kosten am heimischen Standort sorgen derzeit zwar zumindest nicht für eine Produktionsreduktion vor Ort im großen Stil, sie verschenken aber Chancen: Bei besseren Standortfaktoren könnten in Deutschland noch mehr Arbeitsplätze entstehen, zudem gesichert durch eine bessere Kapitalausstattung. Ansatzpunkte zur Standortstärkung wären die Beseitigung der Substanzbesteuerung bei der Gewerbesteuer und die Wiedereinführung der degressiven AfA, entsprechend dem tatsächlichen Wertverlust, sein.

Risiko Arbeitskosten steigt

Die Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren wollen, treibt auch zu Jahresbeginn 2011 vor allem die Sorge um höhere Arbeitskosten im Inland um. Von den Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren, nennen 36 Prozent einen Anstieg der Arbeitskosten im Inland als konjunkturelles Haupthemmnis. Damit unterscheiden sie sich stärker als bei allen anderen Konjunkturrisiken von den anderen Unternehmen mit Auslandsinvestitionsplänen, von denen 29 Prozent die Entwicklung der Arbeitskosten als Geschäftsrisiko sehen. Einem zu hohen Anstieg der Arbeitskosten hierzulande können Unternehmen mit neuen Produktionsstätten im Ausland und lokalen Arbeitskräften entgegenwirken. Viel spricht somit dafür, das Augenmaß nach den guten Erfahrungen mit den verantwortungsbewussten Abschlüssen der letzten Jahre auch bei den kommenden Tarifrunden zu behalten.

Zu den inländischen Investitions- und Beschäftigungsplänen von Industrieunternehmen, die im Ausland im Jahr 2011 investieren (Anteile in Prozent)

| Die Industrieunternehmen, die im Jahr ... Auslandsinvestitionen zum Zwecke der/des beabsichtigen, planen im Inland mit | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Inländischer Investitionssaldo | | | | | | |
| Industrieunternehmen | 10 | 21 | 15 | -32 | -8 | 27 |
| Industrieunternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen im Jahr 2011 | 13 | 25 | 20 | -32 | -6 | 37 |
| Kostensparnis | 3 | 10 | 16 | -41 | -6 | 32 |
| Markterschließung | 16 | 30 | 24 | -30 | -5 | 40 |
| Vertrieb und Kundendienst | 18 | 31 | 22 | -28 | -6 | 38 |
| Inländischer Beschäftigungssaldo | | | | | | |
| Industrieunternehmen | -7 | 11 | 11 | -33 | -19 | 16 |
| Industrieunternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen im Jahr 2011 | -3 | 19 | 23 | -32 | -16 | 29 |
| Kostensparnis | -22 | 3 | 12 | -51 | -29 | 19 |
| Markterschließung | 1 | 21 | 27 | -28 | -15 | 30 |
| Vertrieb und Kundendienst | 9 | 28 | 30 | -25 | -10 | 34 |

Industrie Impulsgeber

Auch über die Industrie hinaus stärkt die hervorragende Positionierung der deutschen Wirtschaft im Ausland das Vertrauen in den Standort Deutschland. Die Stärke der industriellen Basis insbesondere im Auslandsgeschäft beflügelt die industrienahe Dienstleister sowie – in Folge der guten Beschäftigungsentwicklung – die Binnenbranchen. Das zeigt sich in den gestiegenen inländischen Investitionsabsichten der gewerblichen Wirtschaft insgesamt. Deren Investitionspläne verbessern sich seit dem Tiefpunkt im Frühsommer 2009 zum fünften Mal in Folge. Der Investitionssaldo erreicht nunmehr einen Höchstwert seit der Wiedervereinigung (17 Punkte; Vorumfrage: 14 Punkte).

V ZIELREGIONEN DER AUSLANDSINVESTITIONEN

Unternehmen vergrößern ihr weltweites Netz

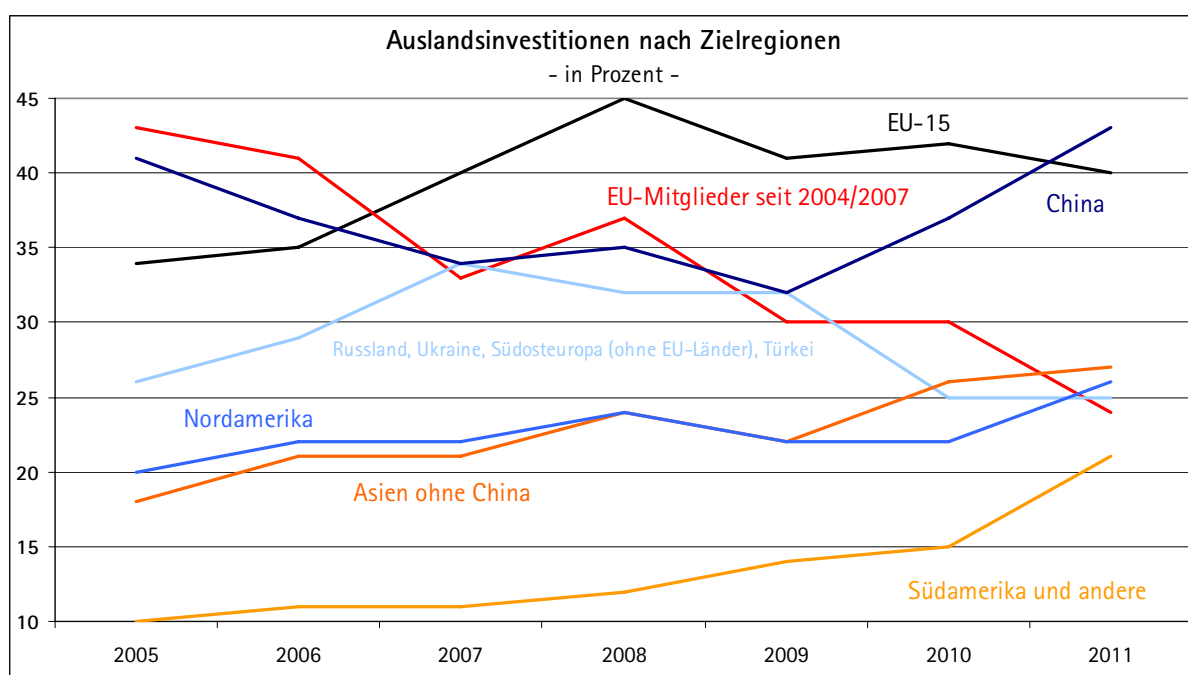
Angesichts der dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung in Asien und Lateinamerika nehmen die deutschen Unternehmen Märkte außerhalb Europas bei ihren Auslandsinvestitionen noch stärker in den Fokus. Zielregion Nummer eins ist China. Ein immer größerer Anteil der Betriebe plant zudem, im restlichen Asien, d.h. in Indien, Vietnam, Indonesien etc., sowie in Nord- und Südamerika zu investieren. Mit Produktions- und Vertriebsstätten vor Ort wollen die Betriebe Türen öffnen und sich lukrative Geschäfte sichern. Schon im Zuge der Wirtschafts- und Finanzmarktkrise war nicht zuletzt die weltweite Präsenz der deutschen Unternehmen Garant dafür, dass die deutsche Wirtschaft vom vergleichsweise robusten Wachstum vieler Schwellenländer früh und kräftig profitieren konnte. Das Fundament soll nun weiter gestärkt werden. Die weltweite Präsenz vieler Betriebe ist zugleich auch ein Risikopooling. Schwache Entwicklungen einzelner Märkte treffen die Betriebe damit nicht mehr so stark. Hiervon profitiert in der

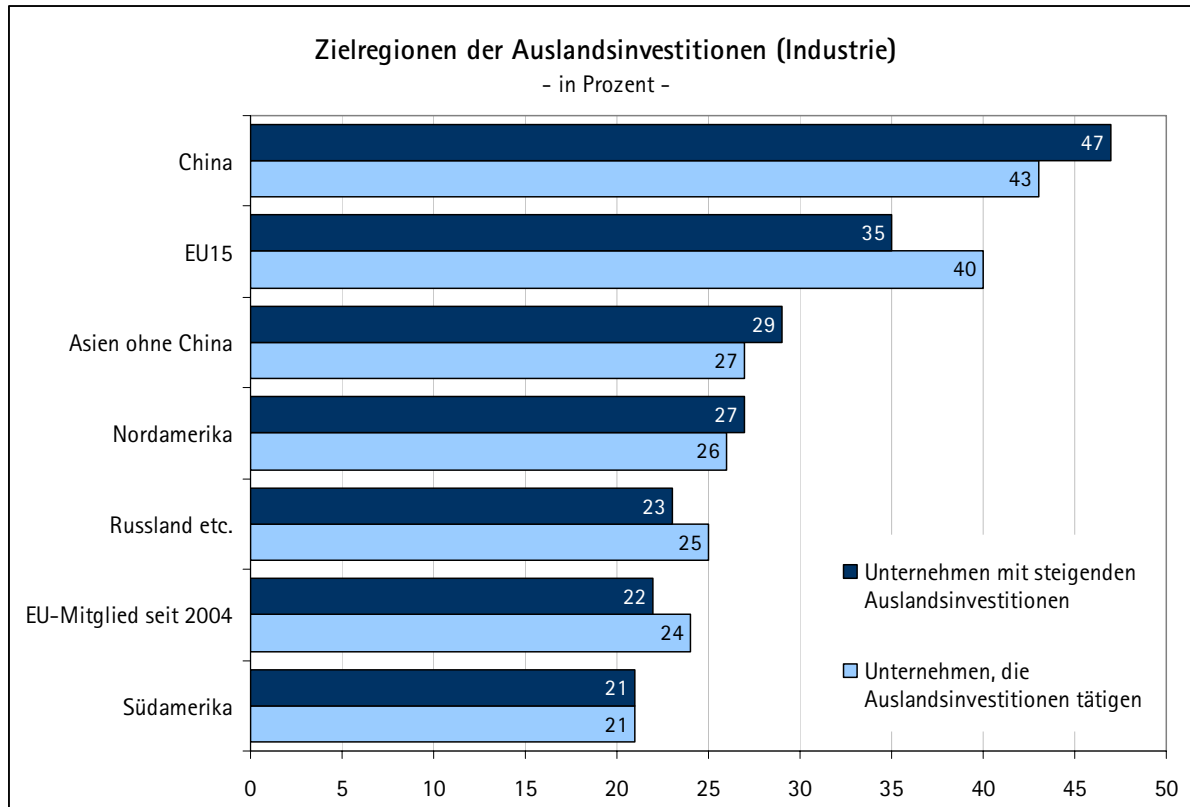
Folge auch der gesamte Wirtschaftsstandort Deutschland.

Europa verliert relativ

In allen Zielregionen der deutschen Auslandsinvestitionen ist der Saldo der Planungen weit im positiven Bereich. Auch insgesamt ist der kräftige Anstieg des Saldos der Auslandsinvestitionen auf den neuen Rekordwert von 35 Punkten Garant dafür, dass in keiner Region nicht mit einem absoluten Rückgang des Volumens deutscher Direktinvestitionen zu rechnen ist.

Die Pläne der Unternehmen deuten lediglich auf eine relative Verschiebung der Schwergewichte von Europa nach Asien und in andere Weltregionen. Denn: Immer weniger Unternehmen geben die Staaten der Europäischen Union als Zielregion für ihre Auslandsinvestitionen an. Während alle Investitionsstandorte außerhalb Europas häufiger als im Vorjahr genannt werden, geht z. B. der Anteil der Beitrittsstaaten von 2004 bzw. 2007 spürbar zurück (von 30 auf 24 Prozent). Die Staaten, die bereits vor 2004 der EU angehört hatten (EU-15), bleiben trotz eines leichten Rückgangs zumindest zweitwichtigster Investitionsstandort (Anteilsver-





änderung von 42 auf 40 Prozent). Die Märkte in Ost- und Südosteuropa, Russland und der Türkei bleiben als Investitionsregion für deutsche Unternehmen immerhin auf dem relativen Niveau der Vorjahresumfrage (25 Prozent).

Insgesamt deutet sich eine Verschiebung der Investitionsschwerpunkte der deutschen Unternehmen nach Asien und dem amerikanischen Kontinent an. Gleichzeitig gewinnt in Europa der Investitionsstandort Deutschland an Attraktivität. Die erfolgreichen Strukturreformen der letzten Jahre hierzulande wirken sich aus.

China erobert Platz Eins

Immer mehr deutsche Unternehmen wollen sich mit Investitionen in China positionieren. Mittlerweile planen 43 Prozent der Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen, Investitionen im Reich der Mitte – sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. China übernimmt damit die Spitzenposition der Investitionsregionen der deutschen Industrie. Neben der Produktion im Land

selbst wollen die Unternehmen durch Niederlassungen vom enormen Wachstum profitieren. Dies gilt insbesondere für die Investitionsgüterindustrie, die am ungebremsten Aufbau von Produktionskapazitäten in China partizipieren möchte. Der Saldo in dieser Hauptgruppe steigt gegenüber dem Vorjahr um sechs Punkte auf 54 Prozent. Das ist der höchste Wert seit Beginn der Umfrage. Bei den Vorleistungsgüterherstellern zeigt sich ein vergleichbares Bild: Auch hier wird mit 40 Prozent ein neuer Höchstwert erreicht.

Vom steigenden Wohlstand und damit anziehendem Konsum in den wirtschaftlichen Zentren des Landes wollen sich auch immer mehr Ver- und Gebrauchsgüterhersteller profitieren. Ihr Anteil steigt auf nunmehr 22 Prozent nach 19 Prozent im Vorjahr. Ein Grund für den größeren Wohlstand in China sind dabei steigende Löhne. Das Land ist damit immer weniger kostengünstiger Produktionsstandort. Dementsprechend verliert das Investitionsmotiv der Kostenersparnis für deutsche Unternehmen weiter an Gewicht. Der Wert erreicht mit 18 Prozent, den – mit Ausnahme des krisenbe-

dingten Ausnahmejahres 2009 – niedrigsten Wert in der Umfragenhistorie. Das Motiv Markterschließung ist mit 42 Prozent hingegen im Regionenvergleich der höchste Wert. Vier von zehn deutschen Unternehmen wollen zudem ihren Vertrieb und Kundendienst erweitern.

Angesichts der zunehmenden sozialen Disparitäten setzt China verstärkt auf eine Steigerung des Wohlstands durch Konsum. Nicht zuletzt die ersten vorsichtigen Schritte zur Aufwertung des Renminbi sprechen hierfür. Das macht die Wareneinfuhr preiswerter. Hiervon profitiert die deutsche Wirtschaft zusätzlich zum dynamischen Wachstum Chinas. 2010 stiegen die Exporte nach China mit knapp 44 Prozent noch stärker an als die Importe aus der Volksrepublik (35 Prozent). Ganz oben auf der Liste stehen dabei Fahrzeuge und Maschinen.

Die deutschen Investitionen in China werden durch die Maßnahmen der Regierung zur Verlangsamung des Wachstums nicht gebremst. So wurden die Zinsen erhöht und die Kreditvergabe eingeschränkt, um inflationären Tendenzen entgegen zu wirken und Blasen auf Immobilienmärkten abzumildern.

Zwar weist das Land den Spitzenplatz bei den deutschen Investitionsplänen auf. Jedoch ist bei einem Engagement weiterhin sorgfältige Vorbereitung gefragt. Die bürokratischen, rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen erfordern große unternehmerische Ressourcen und gute Netzwerke. Daher steht insbesondere bei im Ausland investierenden Großunternehmen der Industrie (mehr als 1.000 Beschäftigte) der Weg nach China im Vordergrund. 59 Prozent dieser Unternehmen wagen den Schritt auf den Markt. Im Mittelstand (bis 500 Beschäftigte) sind es hingegen deutlich weniger (32 Prozent). Die Zahl mittelständischer Betriebe, die in China tätig sind, nimmt seit einigen Jahren kontinuierlich zu. Sollten mittelfristig Investitionshindernisse wie der Zwang zu Technologietransfer sowie Joint Ventures, mangelnde Gleichbehandlung bei öffentlichen Ausschreibun-

gen und unzureichender Schutz geistigen Eigentums abgebaut werden, ist folglich mit noch höheren Investitionen zu rechnen – insbesondere aus dem Bereich des Mittelstands.

Europ. Heimatmarkt fällt leicht zurück ...

Als größter Absatzmarkt für die heimische Industrie bleiben die Staaten der EU-15 eine der wichtigsten Regionen für Investitionen. Der Anteil der Unternehmen, die in Westeuropa Investitionen tätigen wollen, sinkt nur leicht um zwei Prozentpunkte auf nunmehr 40 Prozent. Damit ist die EU-15 die zweitwichtigste Zielregion für Auslandsinvestitionen der deutschen Industrie. Als Gründe für den leichten Rückgang lassen sich zwei Aspekte hervorheben: Zum einen ist die Wirtschaft in etlichen Staaten dieser Region nach der Krise noch nicht wieder zu alter Stärke zurückgekehrt und damit weniger attraktiv für ausländische Direktinvestitionen. Hinzu kommen die massiven Haushaltsprobleme vor allem in Griechenland, Irland und Portugal und auch einigen anderen Staaten. Kurzfristig bremsen unumgängliche Sparmaßnahmen in den Staaten die wirtschaftliche Entwicklung und damit auch den Anreiz in den Regionen, jetzt dort zu investieren – auch wenn sich die Zeichen für ein stärkeres Wachstum mehren. Auf der anderen Seite hat der Standort Deutschland in den letzten Jahren deutlich an Attraktivität gewonnen. Durch die zentrale Lage können viele deutsche Unternehmen Kunden in Westeuropa direkt vom Heimatmarkt aus beliefern. Die für erfolgreiche Geschäfte unerlässliche Kundennähe können die Unternehmen daher auch ohne Produktion vor Ort durch Servicestellen erreichen.

... beim Mittelstand beliebt

Dementsprechend stehen bei den Auslandsinvestitionen Vertrieb und Kundendienst als Motiv im Vordergrund. 60 Prozent der Unternehmen geben dies als Hauptinvestitionsmotiv an – der höchste Wert im Vergleich der Regionen. Vice versa ist durch die Nähe zu Deutschland die Markterschließung

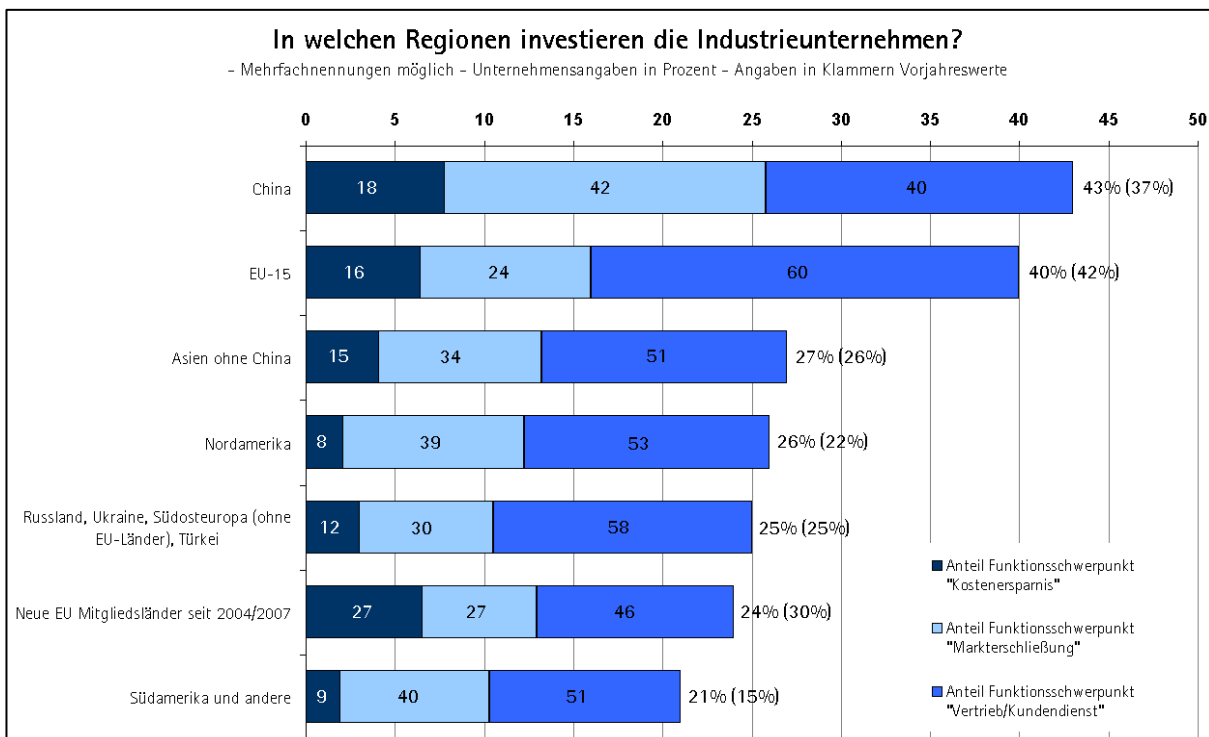
Bung mit 24 Prozent die niedrigste in den Regionen. Hingegen ist mit durch den EU-Binnenmarkt und die langen, intensiven wirtschaftlichen Beziehungen ist der Schritt in die EU-15 auch für kleine und mittlere Unternehmen attraktiv. Zudem besitzt die EU-15 – trotz ihres etwas geringeren Wachstums – große Märkte mit entsprechender Kaufkraft. So wollen insbesondere mittelständische Unternehmen (bis 200 Beschäftige) dort investieren – 55 Prozent, der höchste Wert seit Beginn der Umfrage. Bei den Betrieben mit bis zu 20 Mitarbeitern sind es sogar 61 Prozent. Damit sind die EU-15 für Unternehmen dieser Größe mit weitem Abstand die wichtigste ausländische Exportregion.

Der Markt der EU-15 ist nicht nur für die Industrieunternehmen interessant, sondern gerade auch für Dienstleister. So wollen 56 Prozent der im Ausland aktiven Dienstleistungsunternehmen in der Region investieren – wie zum Beispiel IT-Dienstleister (65 Prozent). Gleichzeitig investiert in der Industrie das Textil- und Bekleidungsgewerbe (52 Prozent) sowie das Ernährungsgewerbe (61 Prozent) überdurchschnittlich in den EU-Mitgliedstaaten, die bereits vor 2004 beigetreten waren.

Die EU-15 bleiben mithin – trotz Verlust des Spitzenplatzes für deutsche Auslandsinvestitionen – eine herausragend wichtige Region. Immerhin ist sie Ziel für knapp die Hälfte der deutschen Exporte. Zudem ist angesichts der deutlich steigenden Saldos der Auslandsinvestitionen nicht mit einem absoluten Rückgang der Investitionen zu rechnen.

Asien – im Fahrwasser Chinas auf dem Weg nach vorn

Als Lokomotive der Weltwirtschaft ist China auch Taktgeber der Wirtschaft in Asien. Im Schatten der rasanten Entwicklung in China wachsen etliche Staaten Asiens wie Indien, Malaysia, Vietnam oder Indonesien in hohem Tempo. Die deutsche Industrie möchte daran teilhaben. Denn nicht nur die deutschen Exporte nach China, sondern fast ausnahmslos alle asiatischen Staaten haben sich 2010 überdurchschnittlich entwickelt. Um vom Wachstum auch an Ort und Stelle zu profitieren, planen 27 Prozent der Betriebe auch Investitionen in der Region – der bislang höchste Wert in der Befragung zu den Auslandsinvestitionen. Den größten Wert der industriellen Hauptgruppen weisen dabei die Investitionsgüterhersteller mit 34 Prozent auf. Insbesondere der Kraftfahrzeugbau



(40 Prozent) und die Elektrotechnik (34 Prozent) wagen den Schritt nach Asien. Auch im Maschinenbau planen 33 Prozent der Unternehmen einen deutlichen Ausbau ihrer Aktivitäten in der Region.

Die Unternehmen wollen am steigenden Wohlstand in der Region teilhaben und für den Markt vor Ort produzieren. Gleichzeitig bieten der fortgesetzte Ausbau der industriellen Basis sowie von Forschung und Entwicklung ebenso wie der verstärkte Blick auf Umwelttechnologien in der Region große Chancen für die deutschen Betriebe. Über alle Branchen hinweg stehen somit die Markterschließung mit 34 Prozent und der Vertrieb mit sogar 51 Prozent als Investitionsmotiv im Mittelpunkt. Durch die hohen Anlaufkosten für den Markteintritt und die teilweise mangelnde Fachkräftebasis fällt das Motiv der Kostenersparnis mit 15 Prozent sehr gering aus. Folglich engagieren sich vornehmlich größere Betriebe in der Region. Großunternehmen sind mit 36 Prozent deutlich stärker in der Region vertreten als der Mittelstand (bis 500 Beschäftigte) mit 22 Prozent.

Nordamerika mit Comeback

Insbesondere die USA haben noch immer mit den Folgen der Wirtschaftskrise zu kämpfen. Die Arbeitslosigkeit beginnt erst langsam zu sinken. Angesichts der teilweise dramatischen Haushaltssituation ist von Einschnitten auch bei staatlichen Investitionen auszugehen. Trotz aller Strukturprobleme findet die US-Wirtschaft aber langsam wieder auf einen Wachstumspfad zurück. Mehr als drei Prozent Wachstum wird für 2011 erwartet. Schon 2010 sind die deutschen Exporte in die USA mit 20 Prozent und nach Kanada mit sogar 22 Prozent stärker gewachsen als die deutschen Warenexporte insgesamt (19 Prozent). Zudem ist Mexiko – trotz der teilweise hohen Kriminalität – als „Hub“ für den US-Markt ein sehr interessanter Investitionsstandort.

Traditionell haben sich die deutschen Unternehmen stark auf dem großen US-Markt engagiert. Das Engagement soll nun wieder intensiviert wer-

den. Der Anteil der Unternehmen, die in Nordamerika investieren wollen, steigt um vier Prozentpunkte auf nunmehr 26 Prozent – ein Rekordwert für diese Zielregion deutscher Investitionen. Auch hier stehen die Markterschließung und der Vertrieb/Kundendienst im Mittelpunkt. Viele Unternehmen, die in der Region investieren, versuchen sich zudem durch ein Engagement in dieser Region vor Wechselkursrisiken abzusichern. Sehen in der Gesamtindustrie in Deutschland nur 18 Prozent die Wechselkursentwicklung als Risiko für ihre geschäftliche Entwicklung, sind es bei den Unternehmen, die in Nordamerika investieren, 38 Prozent.

Mit 36 Prozent sind es insbesondere Großunternehmen der Industrie, die auch 2011 den Schritt über den Atlantik wagen. Aber auch der Mittelstand (200 bis 500 Beschäftigte) ist mit 26 Prozent in der Region mit Investitionen präsent. Von der Umorientierung – besonders der US-Wirtschaft – zu einem größeren Schwerpunkt auf die Industrie wollen gerade die Vorleistungsgüter- (27 Prozent) und die Investitionsgüterproduzenten (29 Prozent) vor Ort profitieren. Auch die Betriebe der Elektrotechnik (30 Prozent) setzen auf die Region. Der deutsche Kraftfahrzeugbau will nach zwei schwierigen Jahren wieder auf dem nordamerikanischen Markt expandieren (44 Prozent). Der Modernisierungsbedarf, aber auch die günstige Forschungslandschaft ziehen gerade Unternehmen der Hochtechnologie in die Region – mit 32 Prozent planen so viele Betriebe dieses Segments wie noch nie Investitionen auf dem nordamerikanischen Kontinent.

Ost- und Südosteuropa bleiben komplexe Märkte

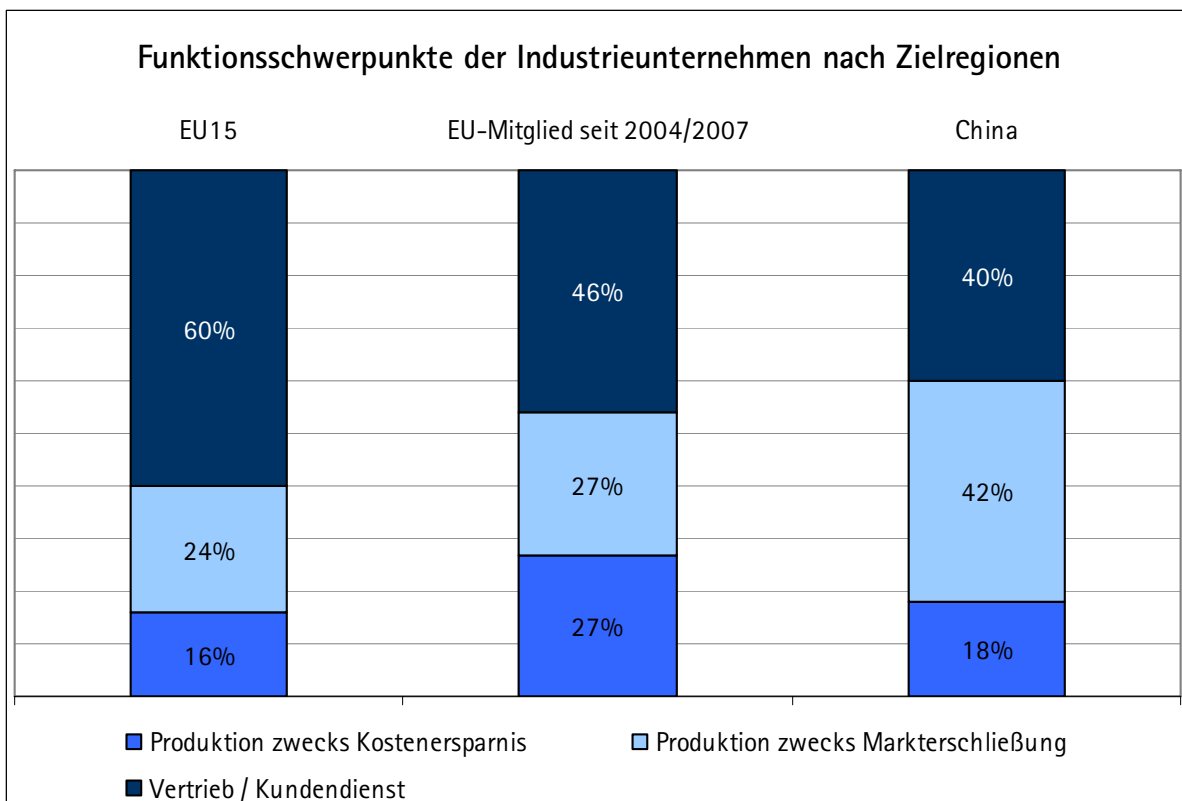
Weiterhin plant ein Viertel der Industrieunternehmen Investitionen in Osteuropa, den Ländern Südosteuropas außerhalb der EU sowie in der Türkei. Während Russland, die Ukraine und die Türkei wieder auf Wachstumskurs sind, verläuft die Erholung in der Gesamtregion heterogen. Vor allem in

den kleineren Ökonomien Südosteuropas ist sie langsamer. Dringend nötige Reformen, eine umfassende Marktöffnung und der Kampf gegen die noch immer verbreitete Korruption kommen kaum voran. Das macht den Marktzugang auch für deutsche Investoren schwierig. Große Investitionen in den Aufbau von Produktionsstätten mit dem Ziel der Kostenersparnis spielen mit zwölf Prozent daher trotz geringem Lohnniveau in der Region nur eine untergeordnete Rolle. Hingegen bleibt der Aufbau von Vertriebs- und Kundendienststrukturen mit 58 Prozent das wichtigste Investitionsmotiv.

Überdurchschnittlich häufig planen größere Unternehmen ein Engagement in der Region, für die spezifische Expertise unerlässlich ist. Von den Großunternehmen sind es 31 Prozent. Insbesondere die Chemie- und Pharmaindustrie sowie die Hersteller von Metallerzeugnissen streben mit 33 Prozent bzw. 29 Prozent überdurchschnittlich oft an, ihren Kapitalstock in der Region auszubauen.

Mit steigenden Rohstoffeinnahmen insbesondere in Russland wird der Markt für den Vertrieb wieder

interessanter. Zwar sind die ausländischen Direktinvestitionen in Russland 2010 weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben, doch deutsche Unternehmen bildeten hier eine Ausnahme. Sie haben 2010 im Vergleich überdurchschnittlich viel investiert. Besonders die positive Entwicklung der Verarbeitenden Industrie und der Trend zu weiterer Lokalisierung der Produktion waren bestimmend. Deutsche Unternehmen betrachten Investitionen in Osteuropa trotz oftmals mangelhafter Rahmenbedingungen als strategische Entscheidung und wollen vor Ort vertreten sein, wenn die wirtschaftliche Entwicklung wieder einen Gang hoch schaltet. Zudem steht in vielen Staaten der Region eine weitere Modernisierung der Infrastruktur an – nicht zuletzt zur Vorbereitung der Olympischen Winterspiele und der Fußball-WM in Russland 2014 bzw. 2018. Dependancen in der Region sollen den Zugang zu Aufträgen erleichtern. Mittelfristig bieten sich durch den bevorstehenden Beitritt von Kroatien zur EU und die wachsende Einbindung der gesamten Region Südosteuropa an den EU-Binnenmarkt große wirtschaftliche Perspektiven. Je eher ein Unternehmen den Weg in



den Markt beschritten hat, umso größer werden seine Chancen zur Partizipation am Aufschwung sein.

Neue EU-Mitglieder fallen deutlich zurück

In keiner anderen Zielregion für deutsche Auslandsinvestitionen ist das Motiv zur Kostenersparnis auch 2011 so deutlich ausgeprägt, wie in den EU-Beitrittsstaaten von 2004 und 2007. Dieses Investitionsmotiv ist jedoch auch dort nicht zuletzt angesichts steigender Lohnniveaus in den Ländern von 42 Prozent (2005) auf nunmehr 27 Prozent gefallen. Da das Kostenmotiv für deutsche Auslandsinvestitionen insgesamt weniger bedeutend ist, geben aktuell auch nur 24 Prozent – und damit so wenige Industrieunternehmen wie noch nie in der Umfrage an, in dieser Region investieren zu wollen. Das sind sechs Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Der Saldo der Investitionsplanungen für diese Region ist mit plus 35 Punkten jedoch weiter deutlich aufwärts gerichtet – die deutschen Unternehmen werden dem Markt somit nicht den Rücken zukehren. Mit dem Rückgang des Motivs Kostenersparnis rücken mehr und mehr Markterschließung (27 Prozent) und Vertrieb (46 Prozent) in den Mittelpunkt der Unternehmensengagements.

Insgesamt sind die Perspektiven für die wirtschaftliche Entwicklung der Region weiterhin positiv. Die neuen EU-Mitgliedstaaten wachsen schneller als die alten EU-Mitgliedstaaten und bleiben zudem als "Brücke in den Osten" interessant. Dennoch trüben einige Probleme die Perspektiven in den Staaten. Einzelne Länder weisen noch immer Defizite im Kampf gegen Korruption und organisiertes Verbrechen auf – insbesondere Rumänien und Bulgarien. Ungarn will staatliche Unterstützung und Steuernachlässe daran knüpfen, dass der Investor mit inländischen Zulieferern kooperiert. Gleichzeitig kämpft Ungarn mit einem Vertrauensverlust der ausländischen Investoren nach der ad-hoc eingeführten sogenannten „sektoralen Krisensteuer“, die gerade ausländische Anbieter benachteiligt.

Hingegen schreiten die baltischen Staaten mit großen Schritten aus der Krise. Polen hatte schon 2009 als einziges EU-Land ein positives Wirtschaftswachstum und wächst weiter. Im Zuge weiterer Firmenprivatisierungen in Polen wird weiterhin um deutsche Investoren geworben.

Durch die geografische Nähe sind die Beitrittsstaaten auch für den Mittelstand interessant. Für Betriebe mit zehn bis 20 Mitarbeitern ist die Region mit 27 Prozent die zweitwichtigste nach den EU-15. Von den industriellen Hauptgruppen ist die Region gerade für die Vorleistungsgüterindustrie (27 Prozent) sowie die Ge- und Verbrauchsgüterhersteller (25 Prozent) attraktiv. Besonders aktiv wollen sich die Papierindustrie (32 Prozent) und das Ernährungsgewerbe (29 Prozent) engagieren.

Südamerika setzt zum Sprung an

Ins Blickfeld der deutschen Industrie geraten zunehmend die Länder Lateinamerikas. Auch dort gilt es vor Ort zu sein, um von der starken wirtschaftlichen Entwicklung in Brasilien und benachbarten Ländern zu profitieren. Der Anteil der deutschen Industrieunternehmen, die in der Region investieren wollen, steigt um starke sechs Prozentpunkte auf nunmehr 21 Prozent. Das ist der höchste Wert für die Region in der Umfragengeschichte. Dabei ist es nicht nur Brasilien selbst, das durch seine wirtschaftliche Erfolgsgeschichte Investoren aus Deutschland anlockt. Etliche Staaten der Region wie Kolumbien, Uruguay und Chile weisen ein starkes Wachstum auf und sind als Zielländer für Direktinvestitionen attraktiv.

In der Region werden derzeit große Infrastrukturvorhaben durchgeführt – so in Brasilien zur Vorbereitung auf die Fußballweltmeisterschaft 2014 und die Olympischen Spiele 2016. Deutsche Unternehmen wollen hier bei den Geschäften mit ihrem Know-how zum Zuge kommen. Mithin stehen bei der Industrie der Vertrieb und Kundendienst mit 51 Prozent an erster Stelle der Investitionsmotive. Deutlich hinzugewonnen haben jedoch auch In-

vestitionen zur Markterschließung – 40 Prozent der Unternehmen wollen aus diesem Grund investieren. Durch das Wachstum wird auch die konsumstarke Mittelschicht in der Region immer stärker. Zum Ausbau einer schlagkräftigen Industrie sind Maschinen und Anlagen aus Deutschland gefragt. Gerade für Investitionsgüterproduzenten ist der Markt daher interessant. 26 Prozent von ihnen geben die Region als Ziel ihrer Investitionen an. Ebenfalls stark engagieren sich die deutschen Kraftfahrzeugbauer mit 38 Prozent. Für Engagements in der Region sind jedoch genaue Kenntnisse ebenso wie ein langer Atem unverzichtbar. Auch aus diesem Grund sind es insbesondere Großunternehmen, die in der Region präsent sind – 33 Prozent.

In einzelnen Staaten gibt es, trotz der positiven Unternehmensplanungen, noch signifikante Investitionshemmnisse: In Bolivien und Venezuela fühlen sich die Betriebe aufgrund der Erfahrungen der letzten Jahre nicht sicher vor staatlichen Eingriffen bis hin zu Enteignungen. Auch in Argentinien führt eine unberechenbare Wirtschaftspolitik mit Exportsteuern und Importquoten zu Verunsicherung bei den deutschen Betrieben. Hingegen gibt es in Chile spezielle Programme, um ausländische Investoren anzulocken.

VI DIHK-Veröffentlichungen zur Industrie

- Industrie- und Dienstleistungsstandort Deutschland. Zur Vernetzung von Industrie und Dienstleistungen – Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, Berlin 2002.
- Produktionsverlagerung als Element der Globalisierungsstrategie von Unternehmen – Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, Berlin 2003.
- Industriegründungen im Übergang zur Wissensgesellschaft – Schlaglichter einer Unternehmerbefragung durch die IHK-Organisation, Berlin 2004.
- DIHK-Industriereport 2005/2006 Industrie – Ergebnisse der Unternehmensbefragung „Wirtschaftslage und Erwartungen“, Berlin 2005.
- Investitionsstandort Deutschland auf dem Prüfstand – Unternehmensinvestitionen in Forschung und Entwicklung im In- und Ausland, Berlin 2005.
- Investitionen im Ausland – Ergebnisse einer DIHK-Unternehmensbefragung, Berlin 2006.
- DIHK-Industriereport 2006/2007 Industrie – Ergebnisse der Unternehmensbefragung „Wirtschaftslage und Erwartungen“, Berlin 2006.
- Investitionen im Ausland – Ergebnisse einer DIHK-Unternehmensbefragung, Berlin 2007.
- DIHK-Industriereport 2007/2008 Industrie – Ergebnisse der Unternehmensbefragung „Wirtschaftslage und Erwartungen“, Berlin 2007.
- Investitionen im Ausland – Ergebnisse einer DIHK-Unternehmensbefragung, Berlin 2008.
- „Jenseits der Krise – Substanz und Zukunft des Industriestandortes Deutschlands“ aus Sicht der Industrieunternehmen, Berlin 2009.
- „Auslandsinvestitionen in der Industrie“ – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2009.
- DIHK-Industriereport 2009 – Ergebnisse einer DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Herbst 2009.
- „Auslandsinvestitionen in der Industrie“ – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2010.
- DIHK-Industriereport 2010 – Ergebnisse einer DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Herbst 2010.