



Auslandsinvestitionen in der Industrie

Frühjahr 2010

Ergebnisse der DIHK-Umfrage
bei den Industrie- und Handelskammern



Mit der Umfrage „Auslandsinvestitionen in der Industrie, Frühjahr 2010“ 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 2010“, 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 9.000 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 2010 im Vergleich zum Jahr 2009 entwickeln?

höher	gleich bleibend	geringer	in beiden Jahren keine Auslandsinvestitionen
-------	-----------------	----------	--

2. Welchen Funktionsschwerpunkt haben die Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens im Jahr 2010?

Produktion zwecks Kostensparnis	Produktion zwecks Markterschließung	Vertrieb/Kundendienst
---------------------------------	-------------------------------------	-----------------------

3. Welches ist die Zielregion der für 2010 geplanten Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens? (Mehrfachantworten möglich)

EU-15	EU-Beitrittsländer seit 2004	Russland, Ukraine, Südosteuropa (ohne EU-Länder) inkl. Türkei	China	Asien ohne China	Nordamerika	Südamerika und andere
-------	------------------------------	---	-------	------------------	-------------	-----------------------

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 – Berlin 2010

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

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
Dr. Volker Treier, Dr. Susanne Lechner, Dr. Dirk Schlotböller

Stand März 2010

■ Inhalt

	Seite
■ I Auslandsorientierung der Unternehmen	1
■ II Motive der Auslandsinvestitionen	5
■ III Wirkung im Inland	9
■ IV Risiken der Auslandsinvestitionen	12
■ V Zielregionen der Auslandsinvestitionen	14
■ VI DIHK-Veröffentlichungen (Auswahl)	19

■ Die wesentlichen Ergebnisse

- Das Vertrauen in die Attraktivität ausländischer Märkte kehrt zurück. Deutsche Industrieunternehmen planen nach dem Einbruch der Auslandsinvestitionen im Jahr 2009 für dieses Jahr wieder einen deutlich höheren Kapitaleinsatz im Ausland. Über ein Fünftel der Industrieunternehmen plant höhere Auslandsinvestitionen. 52 Prozent wollen gleich hohe Auslandsinvestitionen tätigen. Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Saldo um 22 Prozentpunkte auf minus vier verbessert. Einen derart kräftigen Sprung im Jahresvergleich hatte der Saldo lediglich 2005 gemacht.
- Bestehende Vertriebsstrukturen effizienter auszugestalten, den Kundendienst zu pflegen sowie neue Vertriebs- und Servicekanäle aufzubauen, sind jetzt die Prioritäten, die die Unternehmen verfolgen. Deutsche Unternehmen wollen ihre Position im Ausland gerade in Krisenzeiten behaupten und sich für den Aufschwung rüsten. Aktuell planen 47 Prozent der Unternehmen in die logistischen Netze zu investieren – sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Besonders aktiv im Aufbau von Vertriebsstellen sind kleine und mittelgroße Industrieunternehmen.
- Auch Investitionen, die für den Auf- und Abbau von Produktionsstätten zur Markterschließung getätigt werden, spielen 2010 eine wichtige Rolle. Hierbei gilt: Je größer das Unternehmen, desto mehr liegt der Schwerpunkt auf der Markterschließung. Die Großindustrie (mehr als 1.000 Beschäftigte) nennt dieses Motiv mit 37 Prozent. Insgesamt haben die auslandsaktiven Industrieunternehmen sogar bessere Investitions- und Beschäftigungspläne im Inland als die Gesamtindustrie, d. h. die Offensivstrategie zahlt sich für das Inland aus.
- Die kostenmotivierten Auslandsinvestitionen stehen nicht mehr im Vordergrund – ein hoffnungsvolles Zeichen für die relative Wettbewerbsfähigkeit des Produktionsstandorts Deutschland. Hierfür sprechen auch die verbesserten inländischen Investitionspläne. Insbesondere die Industrieunternehmen haben nach dem krisenbedingten Absturz des Vorjahres jetzt wieder bei ihren Investitionsabsichten aufgeholt.
- Unter den Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren, zeigen sich 28 Prozent über die Wechselkursentwicklung besorgt. In der Industrie insgesamt haben lediglich 16 Prozent diese Sorge. Deutsche Industrieunternehmen versuchen aktuell, sich mit Auslandsinvestitionen gegen Wechselkurschwankungen abzusichern und Kosten zu sparen. Aber auch im Falle einer Markterschließung schützen sie sich vor einer Euroaufwertung durch die Errichtung von Produktionsstätten vor Ort, um nicht in den Landeswährungen gerechnet teurer anbieten zu müssen.
- China kann 2010 mehr Investitionen aus Deutschland anziehen als jeder andere Staat und fast soviel wie die alten EU-Mitgliedstaaten (ohne Deutschland) zusammen. 37 Prozent der Industrieunternehmen planen in China zu investieren – fünf Prozentpunkte mehr als in der Vorumfrage. Besonders für die Großindustrie mit mehr als 1.000 Beschäftigten ist das Reich der Mitte ein wichtiger Markt. Fast 50 Prozent von ihnen wollen dort Kapital produktiv einsetzen, hauptsächlich zur Markterschließung. Die kleinen und mittelgroßen Unternehmen zieht es vornehmlich in die alten EU-Mitgliedstaaten: 42 Prozent der Industrieunternehmen mit Auslandsinvestitionen wollen dort investieren. Neben China werden auch Asien insgesamt und Südamerika als Zielregionen immer interessanter.
- In der Chemie- und der Elektroindustrie steigt der Anteil der Unternehmen mit Auslandsinvestitionen deutlich (jeweils acht Prozentpunkte mehr). In beiden Sparten investiert mittlerweile mehr als die Hälfte der Unternehmen im Ausland – mehr als die aktuell 55 bzw. 57 Prozent waren es nie zuvor. Die Kraftfahrzeughersteller können ihre Position als Branche mit dem höchsten Anteil der im Ausland engagierten Unternehmen knapp verteidigen. Auch bei ihnen steigt der Anteil der auslandsaktiven Unternehmen noch einmal spürbar – von 56 auf 60 Prozent.

I AUSLANDSORIENTIERUNG DER UNTERNEHMEN

Auslandsengagement steigt wieder

Das Vertrauen in die Attraktivität ausländischer Märkte kehrt zurück. Deutsche Industrieunternehmen planen nach dem Einbruch der Auslandsinvestitionen im Jahr 2009 für dieses Jahr wieder einen deutlich höheren Kapitaleinsatz im Ausland. Über ein Fünftel der Industrieunternehmen plant höhere Auslandsinvestitionen. 52 Prozent wollen gleich hohe Auslandsinvestitionen tätigen. Nur noch 26 Prozent planen geringere Auslandsinvestitionen als im Vorjahr. Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Saldo um 22 Prozentpunkte auf minus vier verbessert. Einen derart kräftigen Sprung im Jahresvergleich hatte der Saldo lediglich 2005 gemacht. Dabei weisen die aufgehellten Investitionspläne der Unternehmen in eine ganz klare Richtung: Hauptsächlich soll im Ausland in den Vertrieb und Kundendienst investiert werden, um bestehende Märkte zu sichern. Die kostenmotivierten Auslandsinvestitionen rücken dabei in den Hintergrund – ein hoffnungsvolles Zeichen für die relati-

ve Wettbewerbsfähigkeit des Produktionsstandorts Deutschland.

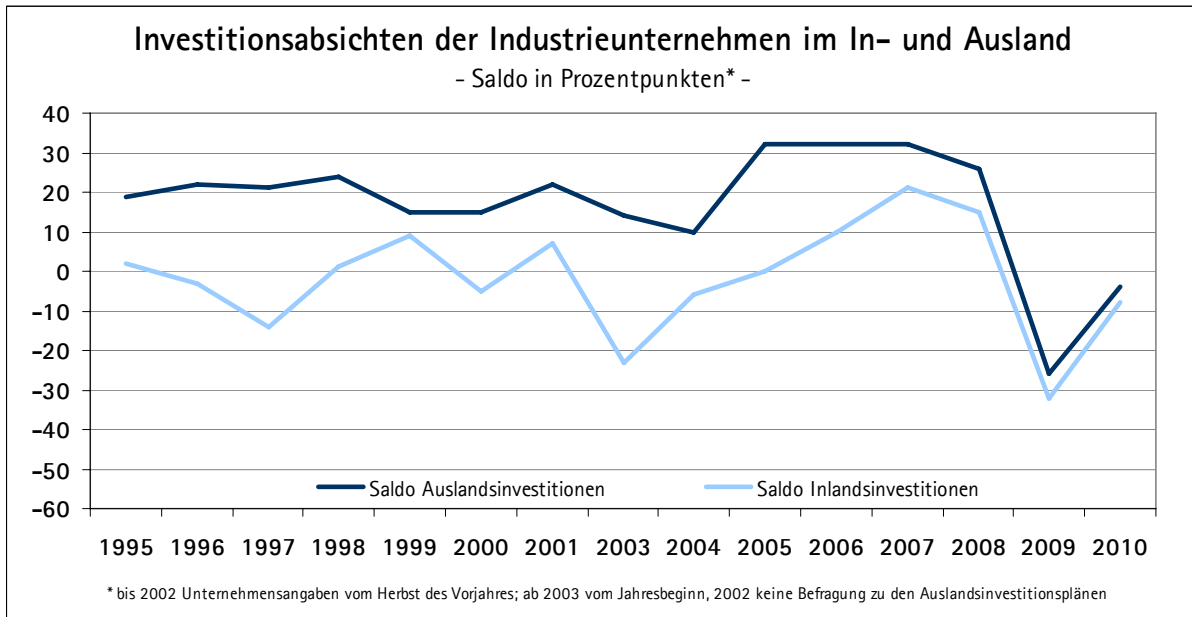
Einen Hinweis darauf, dass sich die Auslandsorientierung der deutschen Unternehmen jetzt wieder verstärkt, liefert ein weiteres Ergebnis: Der Anteil der Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen, hat um vier Punkte zugenommen (neuer Anteil: 44 Prozent) – der zweitstärkste Anstieg dieser Quote seit zehn Jahren. Er liegt damit bereits wieder fast so hoch wie im Jahr des höchstens Anteils (2007: 45 Prozent). Vertrauen die Unternehmen auf eine konjunkturelle Erholung, sind sie auch eher wieder bereit, im Ausland zu investieren. Dies zeigte sich auch in der Aufhellung im Jahr 2004: Auch damals planten wieder 44 Prozent der Industrieunternehmen Investitionen im Ausland, nachdem dieser Wert 2003 rezessionsbedingt unter 40 Prozent gefallen war.

Einbrüche von 2009 noch nicht kompensiert

Von der hohen Dynamik bei den Auslandsinvestitionen der Jahre vor der Krise sind die deutschen Auslandsinvestitionen freilich noch weit entfernt.

Die Investitionspläne der deutschen Industrieunternehmen im Ausland in Prozent

Von den Industrieunternehmen planen für das Jahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Investitionen im Ausland	38	44	40	42	45	42	40	44
keine Investitionen im Ausland	62	56	60	58	55	58	60	56
Von den Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen, planen für im Vergleich zum Vorjahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
... höhere Auslandsinvestitionen	35	30	43	42	40	39	16	22
... gleich hohe Auslandsinvestitionen	44	50	46	48	52	48	42	52
... geringere Auslandsinvestitionen	21	20	11	10	8	13	42	26
Saldo	14	10	32	32	32	26	-26	-4



In Krisenzeiten liegt der Schwerpunkt zumeist auf dem Ziel, bestehende Kapazitäten auszulasten statt neue aufzubauen. Zudem ist die Finanzierung in konjunkturell schwachen Phasen schwieriger. Der Antwortsaldo bei den Auslandsinvestitionen ist der zweitschlechteste seit Beginn der DIHK-Befragung zu diesem Thema. Abgesehen von den jüngsten Krisenjahren 2009 und 2010 war der Saldo nie unter einen Wert von plus zehn Punkten gerutscht.

Die Unternehmen wagen grenzüberschreitende Investitionen eher, wenn ihre Geschäftslage auf gutem Fundament steht. Von den Industrieunternehmen, die ihre Geschäftslage als „gut“ bezeichnen, wollen 25 Prozent mehr Investitionen im Ausland tätigen. Bei den Unternehmen, die ihre Geschäftslage als schlecht einschätzen, sind es nur ein Fünftel.

Investitionen in China auf dem Vormarsch

Für die Industrieunternehmen rückt China als Investitionsstandort stärker in den Vordergrund: Wollten 2009 32 Prozent der Unternehmen in China investieren, so planen nun sogar 37 Prozent der Unternehmen einen Kapitaleinsatz im Reich der Mitte. Das seit 2003 steigende Engagement

deutscher Unternehmen in China setzt sich also nach dem kleinen Rückschlag 2009 fort.

Als neuer Exportweltmeister mit weiter wachsendem Anteil an der Weltproduktion gewinnt China zusätzlich an Bedeutung und liefert Wachstumsimpulse. Davon wollen auch deutsche Industrieunternehmen profitieren, indem sie den chinesischen Markt weiter für sich erschließen und ihre Vertriebskanäle weiter ausbauen. Nur 20 Prozent der deutschen Industrieunternehmen wollen in die Produktion zur Kostenersparnis investieren und 34 Prozent in die Markterschließung. Fast die Hälfte der Investitionen (46 Prozent) konzentriert sich auf den Vertrieb und Kundendienst.

Kein anderes Land zieht derzeit so viele deutsche Unternehmen an wie China. In allen alten EU-Staaten zusammen genommen wollen 42 Prozent der Industrieunternehmen investieren – nach 41 Prozent im vergangenen Jahr. Sehr schleppend verläuft die Entwicklung in Russland, der Ukraine und den Nicht-EU-Ländern Südosteuropas: Anders als im Vorjahr (32 Prozent) wollen nur noch ein Fünftel der Unternehmen in diese Region investieren.

Die durchschnittliche Zahl der Zielregionen für Auslandsinvestitionen eines Unternehmens ist mit

einem Wert von 2,0 in den letzten Jahren stabil geblieben (2005 bis 2010: durchschnittlich 1,9 bis 2,1 Zielregionen). Die Schwerpunkte bei den Zielregionen verschieben sich also aus Sicht der einzelnen Unternehmen statt sich zu verbreitern. Durch das insgesamt wachsende Auslandsengagement in der Industrie steigen allerdings die Investitionen in nahezu allen Regionen.

Neben China werden auch Asien insgesamt und Südamerika als Zielregionen immer interessanter. Als Vorteil erweist sich für diese Länder, dass sie nicht der Ausgangspunkt der Wirtschafts- und Finanzkrise gewesen sind – vielmehr hat die Krise ihre Reputation als Wachstumsmärkte gesteigert. Gleichzeitig haben diese Schwellenländer wichtige wirtschaftspolitische Reformen vorgenommen, ihre Auslandsverschuldung verringert und für einen stabilen Bankensektor gesorgt. Auch dadurch ist es ihnen gelungen, sich als Standort interessant zu machen.

Stolperstein Finanzierung?

Neben der nach wie vor nicht gefestigten Konjunktur liegt eine Erklärung für die Tatsache, dass die Investitionspläne trotz der hohen und gestiegenen Anzahl an investitionsbereiten Unternehmen per Saldo nicht den positiven Bereich erreichen, in den Finanzierungsproblemen. Während 24 Prozent der Industrieunternehmen, die 2010 nicht im Ausland investieren wollen, von verschlechterten Kreditkonditionen gegenüber dem Vorjahr berichten, liegt dieser Anteil bei der im Ausland investierenden Industrie bei immerhin 28 Prozent. Dabei sehen sich gerade die Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen, sogar in einer besseren Lage und geben auch optimistischere Geschäftserwartungen an (Saldo um drei bzw. um sieben Punkte höher), was das Aushandeln besserer Kreditkonditionen eigentlich erleichtern sollte. Dennoch werden gerade Auslandsengagements derzeit offenbar als besonders riskant eingestuft.

Größere Kreditvolumina sind dabei schwieriger zu erhalten. Diejenigen Unternehmen, die in Vertrieb und Kundendienst investieren, sind weniger von verschlechterten Finanzierungsbedingungen betroffen (25 Prozent), als diejenigen, die zwecks Markterschließung und Kostenersparnis im Ausland investieren wollen (31 bzw. 35 Prozent) – und dabei naturgemäß mehr Geld in die Hand nehmen.

Mehr Auslandsengagement im industriellen Mittelstand

Unternehmen mit 200 bis 500 Beschäftigten gewinnen ihre Bereitschaft für Auslandsinvestitionen zurück. Während die Hälfte von gleichbleibenden Investitionen ausgeht, planen 26 Prozent höhere Investitionen. Mit einem positiven Saldo von plus zwei zeigen sie sich also besonders optimistisch. Die Flexibilität des deutschen Mittelstands erweist sich folglich auch in Krisenzeiten als Trumpf.

Auch bei den Großunternehmen zeigt sich eine Verbesserung, nachdem im Jahr 2009 gerade sie ihre Investitionsbudgets für das Ausland zusammengestrichen hatten. Lag 2009 bei den Industrieunternehmen mit über 1.000 Beschäftigten der Saldo der Auslandsinvestitionen noch bei minus 25, so hat sich dieser auf minus sechs spürbar verbessert. Die Großunternehmen bleiben damit zwar unterdurchschnittlich (Saldo minus vier Punkte) – halten sich aber weniger zurück als die kleineren Unternehmen (Saldo minus acht Punkte).

Vertrieb und Kundendienst stehen im Mittelpunkt

Als Hauptmotive für Auslandsinvestitionen gewinnen Vertrieb und Kundendienst weiter an Bedeutung. Sie dienen dazu, Vertriebsstrukturen im Ausland zu sichern und auszubauen. Etwa die Hälfte der Industrieunternehmen (47 Prozent) investiert aus diesem Grund im Ausland.

Auch Investitionen zur Markterschließung spielen 2010 für die Industrieunternehmen eine wichtige Rolle. Fast jedes dritte Unternehmen will Kapital im Ausland vornehmlich dafür einsetzen, neue Märkte mit Hilfe des Auf- und Ausbaus von Produktionsstätten zu erschließen (29 Prozent). 2009 waren es sogar noch 33 Prozent der Unternehmen – damals allerdings bezogen auf eine sichtlich geringere Anzahl von Unternehmen. Wie im vergangenen Jahr sind Investitionen in den Marktzugang damit das zweitwichtigste Investitionsmotiv. Neue Absatzmärkte sind meist vielversprechend, doch in Zeiten krisenbedingter Unsicherheit, zögern Unternehmen noch, ob sie die neuen Märkte auch mit Auslandsproduktion erschließen möchten.

Das Kostenmotiv rückt aktuell in den Hintergrund: Für das laufende Jahr planen nur noch 24 Prozent der Unternehmen Auslandsinvestitionen aus Gründen der Kostenersparnis. 2009 waren es noch 26 Prozent der Industrieunternehmen, die kostengünstigere Produktionsstätten im Ausland anstreben. Im Jahr 2003 hatte der Anteil des Kostenmotivs mit 42 Prozent seinen im Zeitablauf höchsten Wert erreicht.

Chemie, Elektro und Kfz besonders aktiv

In der Chemie- und der Elektroindustrie steigt der Anteil der Unternehmen mit Auslandsinvestitionen deutlich (jeweils acht Prozentpunkte mehr). In beiden Sparten investiert mittlerweile mehr als die Hälfte der Unternehmen im Ausland – mehr als die aktuell 55 bzw. 57 Prozent waren es nie zuvor. Die Kraftfahrzeughersteller können ihre Position als Branche mit dem höchsten Anteil der im Ausland engagierten Unternehmen knapp verteidigen. Auch bei ihnen steigt der Anteil der auslandsaktiven Unternehmen noch einmal spürbar – von 56 auf 60 Prozent.

Hatte im Vorjahr lediglich die Pharmaindustrie expansive Pläne bei ihren Auslandsinvestitionen (aktueller Antwortensaldo: plus drei Punkte), ist dies in diesem Jahr auch beim Kraftfahrzeugbau (Saldo: plus zehn Punkte), in der Elektrotechnik (Saldo: plus vier Punkte) sowie in der Gummi- und Kunststoffindustrie (Saldo: plus fünf Punkte) der Fall.

II MOTIVE DER AUSLANDS- INVESTITIONEN

Fokus auf Kundennähe und Vertrieb bleibt

Bestehende Vertriebsstrukturen effizienter auszugestalten, den Kundendienst zu pflegen sowie neue Vertriebs- und Servicekanäle aufzubauen, sind jetzt die Prioritäten, die die Unternehmen verfolgen. Damit wollen die Unternehmen ihre Position im Ausland gerade in Krisenzeiten behaupten und sich für den Aufschwung rüsten:¹ Das Hauptinvestitionsmotiv ist der Ausbau des Vertriebs- und Kundendienstes. Aktuell planen 47 Prozent der Unternehmen in diesem Funktionsschwerpunkt ihre Investitionen – sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Besonders aktiv im Aufbau von Vertriebsstellen sind dabei die kleinen und mittelgroßen Unternehmen: Fast zwei Drittel

aller im Ausland investierenden Unternehmen mit zehn bis 20 Mitarbeitern will in den Ausbau des Vertriebs- und Kundendienstes investieren – beim etwas größeren Mittelstand (20 bis 200 Beschäftigte) sind es mehr als die Hälfte.

Im Vergleich der Industriebauptgruppen planen überdurchschnittlich viele Ge- und Verbrauchsgüterproduzenten Investitionen in Kundennähe und Vertrieb (56 Prozent) – eine Erhöhung gegenüber dem Vorjahr um 17 Prozentpunkte. Darunter planen die Hersteller von Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten und Spielwaren Investitionen aus diesem Grund (60 Prozent), während die Unternehmen des Textil-, Bekleidungs- und Ledergerwerbes mit 38 Prozent unterdurchschnittlich ausfallen. Die Pharmazeutische Industrie gibt als Hauptmotiv ihrer Auslandsinvestitionstätigkeit ebenfalls den Ausbau des Vertriebs- und Kundennetzes an.

Funktionsschwerpunkte der Auslandsinvestitionen deutscher Industrieunternehmen

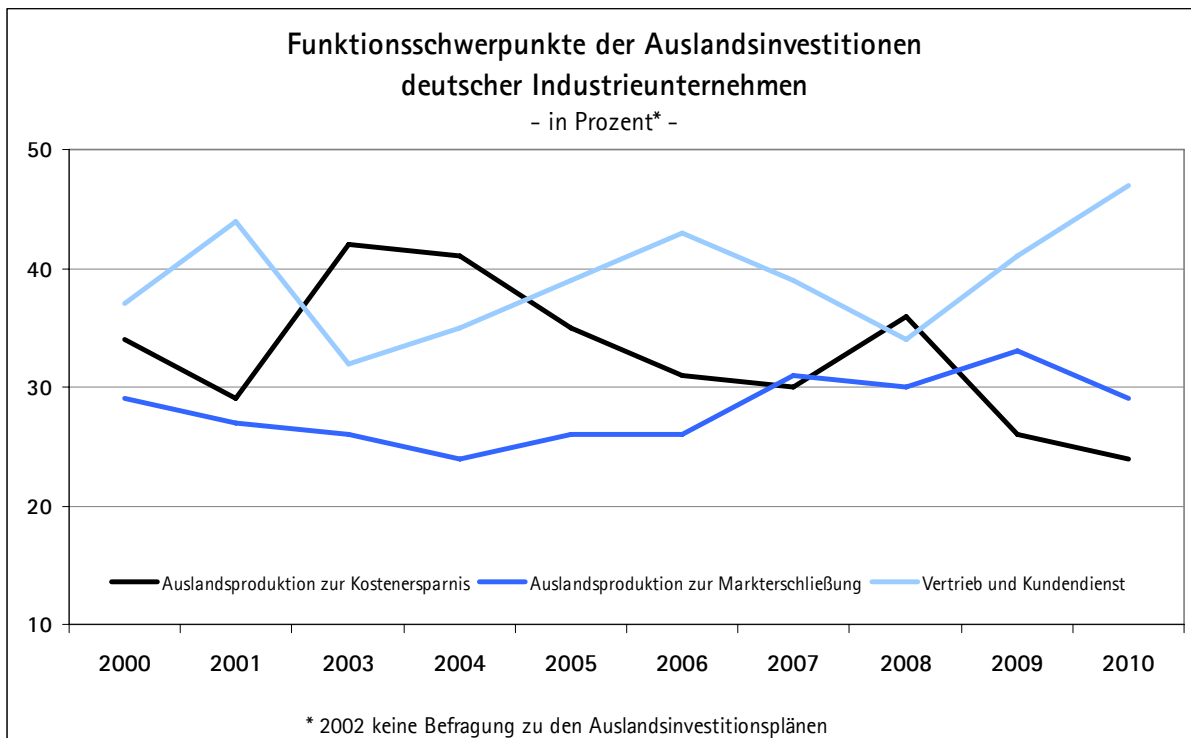
in Prozent

	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

* 2002 keine Befragung zu den Auslandsinvestitionsplänen

¹ Die Geschäftserwartungen der Industrieunternehmen hellen sich spürbar auf. Gegenüber dem Herbst 2009 verbessert sich ihr Erwartungssaldo deutlich um 62 Punkte (Gesamtwirtschaft um 40 Punkte). Vgl. DIHK (2010): Wirtschaftslage und Erwartungen –

Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern zu Jahresbeginn 2010.



Insbesondere die mittelgroßen Unternehmen wollen in diesem Jahr hauptsächlich in den Ausbau des Vertriebs- und Kundennetzes (46 Prozent) investieren.

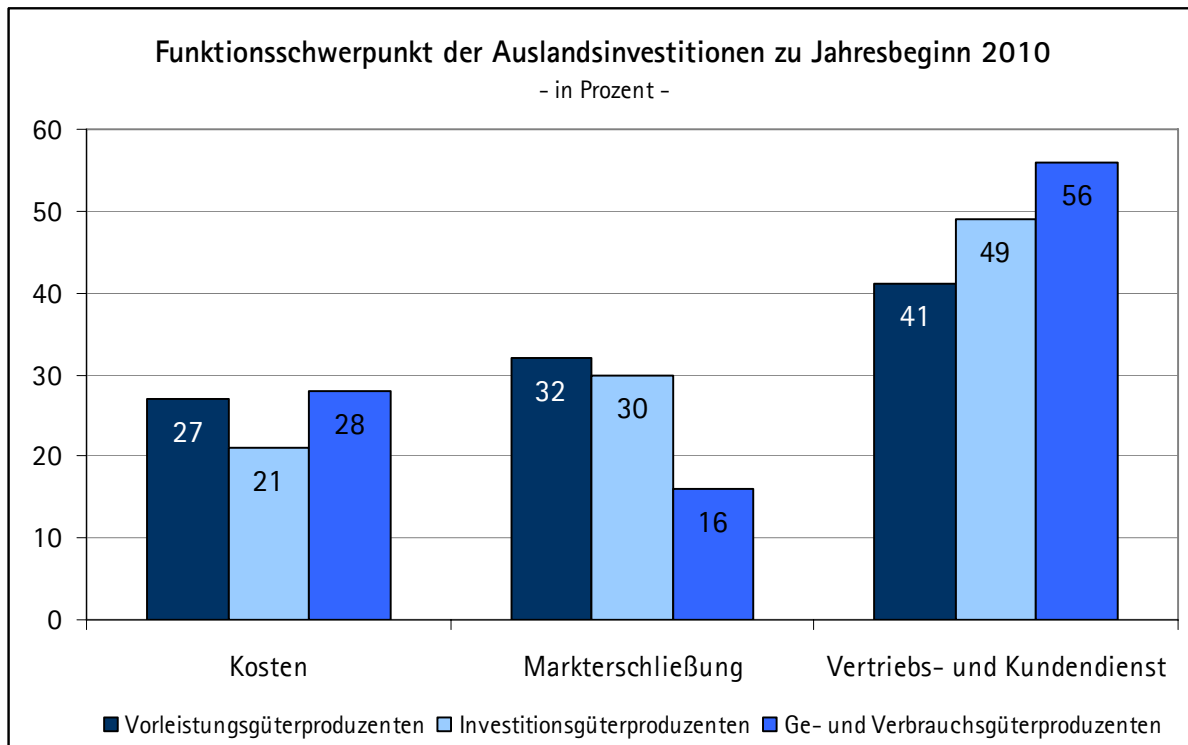
Markterschließung für neues Wachstumspotenzial bleibt wichtig ...

Die Markterschließung bleibt für die Unternehmen weiterhin von großer Relevanz – insbesondere für die Vorleistungs- und Investitionsgüterhersteller. Ihr Anteil liegt dort mit 32 bzw. 30 Prozent über dem Durchschnitt aller Industrieunternehmen (29 Prozent). Im Branchenvergleich sind es die Unternehmen des Kraftfahrzeugbaus, die hauptsächlich das Motiv der Markterschließung angeben (54 Prozent). Besonders aktiv sind dabei die Pkw-Hersteller und auch die Zulieferer, während sich die Nutzfahrzeugproduzenten eher zurückhalten. Mit dieser Strategie verbunden ist die Hoffnung auf die Erschließung neuer Absatzmärkte – insbesondere in China. Über die Hälfte der Kraftfahrzeugbauer wollen dort investieren und damit einen großen und weiter rasch wachsenden Markt direkt vor Ort bedienen. Unter den Vorleistungsgütern geben die Unternehmen der Metallerzeugung und

-bearbeitung die Markterschließung ebenfalls als Hauptmotiv an: 37 Prozent der Metallerzeuger wollen im Ausland deswegen investieren – vornehmlich in der EU inklusive der neuen EU-Mitgliedsländer und in China.

Gerade unter den Industrieunternehmen mit optimistischen Exporterwartungen nimmt die Bereitschaft, im Ausland zu investieren, wieder zu. 57 Prozent der Unternehmen, die mit steigenden Exporten in diesem Jahr rechnen, wollen auch mehr Investitionen im Ausland tätigen. Dabei wollen jene Industrieunternehmen, die für die kommenden Monate mit einer günstigeren Exportentwicklung rechnen, verstärkt den Zugang zu neuen Märkten ausbauen bzw. erschließen. 45 Prozent von ihnen planen, in den Vertrieb und Kundendienst zu investieren und knapp 48 Prozent in die Markterschließung.

Vor allem die Großunternehmen wollen neue Märkte mit neuen Produktionsanlagen erschließen. Nur in dieser Größenklasse nennen die Unternehmen die Markterschließung ebenso häufig als Hauptmotiv wie Vertrieb/Kundendienst (beide 37 Prozent).



Kostensparnis nicht mehr oberstes Ziel

Der Trend, aus Kostengründen ins Ausland zu gehen, mithin Produktion vom Inland ins Ausland zu verlagern, ebbt weiter ab. Mit Ausnahme zu Jahresbeginn 2008, als die Unternehmen von einigen wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen Debatten verunsichert waren, rückt das Motiv der Kostensparnis zunehmend in den Hintergrund. Aus Kostengründen im Ausland zu investieren, verliert gerade für die Investitionsgüterproduzenten weiter an Bedeutung. Nur für 21 Prozent der Unternehmen ist dieses Motiv wichtig. Hier begann der Trend, die Kostenstrukturen im Inland verändern zu müssen, bereits frühzeitig. Dabei wurden arbeitsintensive Bereiche vielfach ausgelagert.

Dagegen bleibt die Kostensparnis für die Ge- und Verbrauchsgüterproduzenten der zweitwichtigste Funktionsschwerpunkt (28 Prozent) nach dem Vertriebs- und Kundendienst. Bei den Herstellern des Textil-, Bekleidungs- und Ledergewerbes planen überdurchschnittlich viele Unternehmen Investitionen zur Kostensparnis – 44 Prozent geben dieses Motiv an.

Im Trend der letzten Jahre büßt das Ziel, günstiger im Ausland produzieren zu wollen, an Attraktivität ein. Zwar scheint in wirtschaftlich angespannten Phasen die Reduzierung der Kosten besonders dringlich. Allerdings erfordern Investitionen zu diesem Zweck zunächst Ausgaben, die sich erst langfristig in niedrigeren Kosten niederschlagen. Es erfolgt eine Rückbesinnung auf vergleichsweise stabile Märkte – also vor allem auf den heimischen Markt. Der Rückgang des Kostenmotivs spricht aber auch für eine gestiegene Wettbewerbsfähigkeit des heimischen Standorts. Beispielsweise haben die Unternehmen vor der Krise ihre Produktivität steigern können, während die Lohnkostennachteile sich spürbar verringert haben. Die Politik hatte dabei die zum Teil harten Restrukturierungsmaßnahmen mit notwendigen, die Wettbewerbsfähigkeit steigernden Maßnahmen wie niedrigere Steuersätze und Arbeitsmarktflexibilisierungen unterstützt.

Vergleich Gesamtwirtschaft und Industrie

Seit einigen Jahren nimmt auch der Anteil der Dienstleister, der Handels- und der Bauunternehmen zu, die im Ausland investieren wollen. Für sie

spielen Vertrieb und Kundendienst eine größere Rolle. 56 Prozent aller Unternehmen mit Auslandsinvestitionen nennen dieses Hauptmotiv – bei den Industrieunternehmen sind es 47 Prozent. Hingegen ist für Nicht-Industrieunternehmen die Verlagerung von Produktionsstätten aus Kostengründen naturgemäß von geringerer Relevanz (17 Prozent in der Gesamtwirtschaft gegenüber 24 Prozent bei den Industrieunternehmen). Die Markterschließung ist für Unternehmen der Gesamtwirtschaft mit 27 Prozent ähnlich wichtig wie in der Industrie.

Von den Unternehmen, die für 2010 optimistische Exporterwartungen haben, plant sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch in der Industrie sogar fast die Hälfte, in die Markterschließung zu investieren. Damit setzen die Unternehmen wieder auf das Auslandsgeschäft als Wachstumstreiber – ein Hinweis darauf, dass die deutschen Unternehmen über Branchengrenzen hinweg auf eine positive Entwicklung der Auslandsmärkte vertrauen.

III WIRKUNG IM INLAND

Heimischer Standort gewinnt an Attraktivität

In der Gesamtwirtschaft ziehen die inländischen Investitionen an. Insbesondere die Industrieunternehmen holen nach dem krisenbedingten Absturz des Jahres 2009 jetzt wieder bei ihren Investitionsabsichten auf.² Gegenüber dem Frühsommer 2009 ist der Investitionssaldo um 36 Prozentpunkte angestiegen, mit dem aktuellen Saldo von minus acht Punkten liegt die Industrie bereits wieder in Reichweite ihres langjährigen Durchschnitts. Die verbesserten inländischen Investitionspläne stimmen zuversichtlich, dass der Standort Deutschland weiterhin interessant ist.

Das Motiv der Kostenersparnis verliert bei den Auslandsinvestitionen mehr und mehr an Bedeutung. Das zeigt, dass die Unternehmen den Standort Deutschland attraktiver einstufen als noch vor wenigen Jahren. Sie gehen seltener als früher wegen inländischer Standortnachteile ins Ausland. Zwar bergen längere Phasen schwacher Investitionstätigkeit prinzipiell die Gefahr, dass frühere Investitionen nach und nach an Wert verlieren und

ein anderer Investitionsstandort ins Auge gefasst wird. Doch gerade nach dem scharfen krisenbedingten Einbruch der Investitionstätigkeit stimmt die vergleichsweise schnelle Wiederbelebung hoffnungsvoll.

... doch Finanzierungsbedingungen sind angespannt...

Problematisch könnten sich für die Investitionstätigkeit die angespannten Finanzierungsbedingungen herausstellen. Zu Jahresbeginn berichteten 26 Prozent der Industrieunternehmen von verschlechterten Kreditkonditionen im Vergleich zum Vorjahr. Unter den Industrieunternehmen, die Investitionen im Ausland planen, berichten 28 Prozent von erschwerten Bedingungen bei der Kreditvergabe. Dies bereitet Sorge, denn im Zuge der absehbaren fortgesetzten Konjunkturbelebungen fragen deutlich mehr Unternehmen Kredite nach. Stoßen die Betriebe dann an Liquiditäts- und Finanzierungs-grenzen, könnte ein nachhaltiger Aufschwung gefährdet sein.

Inländische Investitions- und Beschäftigungspläne der deutschen Industrieunternehmen für 2010*
(Anteile in Prozent; Salden in Prozentpunkten)

Gruppe der ...	Investitionspläne im Inland				Beschäftigungspläne im Inland			
	höher	gleich	geringer	Saldo	höher	gleich	geringer	Saldo
Industrieunternehmen	22	48	30	-8	9	63	28	-19
Industrieunternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen im Jahr 2010	23	49	28	-5	12	60	28	-16

* Angaben: DIHK, Wirtschaftslage und Erwartungen Jahresbeginn 2010, Berlin

² Vgl. DIHK (2010): Wirtschaftslage und Erwartungen – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern zu Jahresbeginn 2010.

... insbesondere für Auslandsinvestitionen zur Kostenersparnis

Von den Unternehmen, die im Ausland ihren Kapitaleinsatz tätigen, um Kosten einzusparen, berichten 35 Prozent von Problemen an Kredite zu kommen. Sie geben dafür als Gründe hauptsächlich fehlende Sicherheiten (66 Prozent, Gesamtwirtschaft 64 Prozent) und hohe bzw. gestiegene Zinsen an (65 Prozent, Gesamtwirtschaft 59 Prozent).

Von denjenigen Unternehmen, die zur Markterschließung im Ausland investieren wollen, haben 31 Prozent verschlechterte Kreditkonditionen. Daraus wird deutlich, dass die Kreditinstitute zunehmend risikoaverser geworden sind und jetzt mehr Sicherheiten zur Absicherung von Krediten bzw. Risikoaufschläge in Form höherer Zinsen verlangen. Das gilt besonders, wenn die Investition im Ausland getätigt wird.

Beschäftigungsaussichten verbessern sich langsam

Die Beschäftigungspläne der Industrieunternehmen liegen zwar krisenbedingt noch immer im negativen Bereich, denn der Weg bis zur Vollaus-

lastung ist noch lang. Aber die Industrie sieht auch hier wieder Land. Der Beschäftigungssaldo bei den Industrieunternehmen liegt derzeit mit minus 19 Punkten auf niedrigem Niveau. Immerhin sind dies aber schon wieder 24 Punkte mehr als im Frühsommer 2009. Es wird also noch etwas dauern, bis die verbesserten Erwartungen der Industrieunternehmen sich tatsächlich in einer höheren Beschäftigung in Deutschland niederschlagen.

Auslandsinvestitionen nicht zulasten des Inlands

Industrieunternehmen mit Auslandsinvestitionen haben für das Inland bessere Geschäftspläne als die Gesamtindustrie. Die Industrieunternehmen, welche im Jahr 2010 Auslandsinvestitionen planen, haben einen besseren Saldo (minus fünf Punkte) bei den Inlandsinvestitionen als die Gesamtindustrie (minus acht Prozent). Auch der Beschäftigungssaldo der Industrieunternehmen mit Auslandsinvestitionen ist höher als in der Gesamtindustrie (minus 16 Prozent gegenüber minus 19 Punkten).

Die Unternehmen mit expansiven Auslandsinvestitionsplänen haben im Inland sogar einen Investitionssaldo von plus 29 Punkten. Ihr Beschäftigungs-

Zu den inländischen Investitions- und Beschäftigungsplänen von Industrieunternehmen, die im Ausland im Jahr 2010 investieren (Anteile in Prozent)

Die Industrieunternehmen, die im Jahr 2010 Auslandsinvestitionen zum Zwecke der/des Auslandsproduktion zur Kostenersparnis	... Auslandsproduktion zur Markterschließung	... Aufbau von Vertrieb und Kundendienst
...beabsichtigen, planen im Inland mit höheren Investitionen	21	23	24
gleich bleibenden Investitionen	52	49	47
geringeren Investitionen	27	28	29
Inländischer Investitionssaldo	-6	-5	-5
höherer Beschäftigung	8	13	14
gleich bleibender Beschäftigung	55	59	62
geringerer Beschäftigung	37	28	24
Inländischer Beschäftigungssaldo	-29	-15	-10

saldo ist fast ausgeglichen (minus drei Punkte) und deutlich besser als in der Gesamtindustrie. Die Unternehmen, die im Ausland Märkte erschließen oder Vertrieb und Kundendienst ausbauen wollen, haben im Inland deutlich bessere Beschäftigungsabsichten als in der Gesamtindustrie. Die Salden liegen sogar über dem langjährigen Durchschnitt der Industrie. Anders als in der Gesamtindustrie deutet sich in diesem Bereich kein Beschäftigungsabbau im Inland an. Es besteht also eine komplementäre Beziehung zwischen der Erschließung ausländischer Märkte – auch mit Hilfe von Auslandsproduktion – und den Investitions- und Beschäftigungsplänen im Inland.

Hingegen haben unter den auslandsaktiven Unternehmen erwartungsgemäß diejenigen, die das Kostenmotiv verfolgen, die geringsten Beschäftigungspläne für das Inland. Nur acht Prozent von ihnen planen aktuell mit steigender Beschäftigung. Mehr als ein Drittel der aus Kostengründen im

Ausland investierenden Unternehmen gibt aber für die kommenden Monaten restriktive Beschäftigungspläne an. Der Beschäftigungssaldo dieser Unternehmen liegt mit minus 25 Punkten tief im negativen Bereich.

Kostenorientierte Auslandsinvestitionen, die auf unzulängliche Standortfaktoren zurückzuführen sind, verschenken somit inländisches Beschäftigungspotenzial und auch Investitionsmöglichkeiten. Daher liefert der Rückgang der kostenmotivierten Auslandsinvestitionen noch lange keinen Anlass, sich bei den angebotsseitigen Reformbestrebungen – d. h. Erleichterung und Vereinfachung bei den Unternehmenssteuern, Flexibilisierung des Arbeitsmarktes und Fortsetzung des Bürokratieabbaus – auszuruhen. Noch immer erfolgt fast ein Viertel der grenzüberschreitenden Investitionen aus Gründen inländischer Standortnachteile. Hier gilt es weiter an inländischen Standortverbesserungen zu arbeiten.

IV RISIKEN DER AUSLANDSINVESTITIONEN

Absichern gegen Wechselkursrisiko

Besonders die Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren, zeigen sich besorgt über die Wechselkursentwicklung. 28 Prozent geben dies als derzeitiges konjunkturelles Hauptrisiko an. In der Industrie insgesamt haben lediglich 16 Prozent die Sorge, dass ungünstige Wechselkursrelationen ihre Geschäfte maßgeblich behindern. Die Preise für grenzüberschreitend gehandelte Güter können durch Wechselkursentwicklungen verzerrt werden. Eine Euroaufwertung reduziert erstens die Preise für importierte Vorleistungsgüter – und erhöht damit den Wettbewerbsdruck im Inland. Unternehmen, die Produktionsstätten im Ausland errichtet haben, würden in diesem Fall von günstigeren Preisen profitieren. Zweitens können sie ihre im Ausland hergestellten Waren günstiger anbieten.

Daher versuchen sich aktuell Unternehmen mit Auslandsinvestitionen gegen Wechselkursschwankungen abzusichern und Kosten zu sparen. Aber auch im Falle einer Markterschließung schützen sie sich vor einer Euroaufwertung durch die Errichtung von Produktionsstätten vor Ort, um nicht in den Landeswährungen gerechnet teurer anbieten zu müssen.

So veranlasst die unsichere Wechselkursentwicklung des Dollars und seine zwischenzeitlichen Tiefstände gegenüber dem Euro offenkundig einige Unternehmen zu „Natural Hedging“-Aktivitäten – d. h. dem Produktionsaufbau vor Ort als Absicherung gegenüber Wechselkursschwankungen. Damit wappnen sich die Unternehmen gegen eine mögliche Dollarschwäche. Von Unternehmen, die die Wechselkursentwicklung als Risiko für ihre Geschäftsentwicklung sehen, investiert mehr als jedes zweite im Ausland (54 Prozent gegenüber 44 Prozent in der Gesamtwirtschaft). Sie stocken

zudem besonders häufig ihre Investitionsbudgets auf (28 Prozent gegenüber 22 Prozent in der Gesamtindustrie).

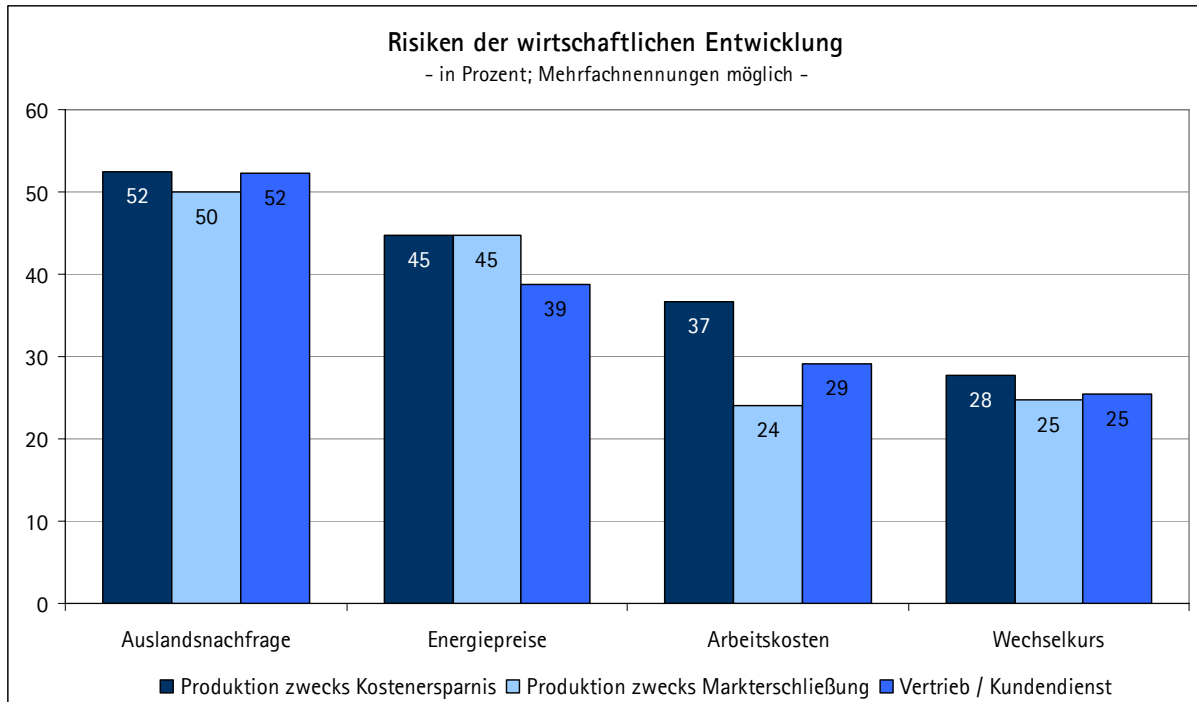
Das Wechselkursrisiko variiert dabei nach den Zielregionen. Unter den Unternehmen, die in den alten EU-Staaten investieren, geben naturgemäß weniger als ein Viertel das Wechselkursrisiko an. Bis auf Schweden, Dänemark und Großbritannien haben bereits alle EU-15 Länder den Euro eingeführt. Bei den Unternehmen, die Investitionen in den neu beigetretenen Ländern tätigen wollen, liegt das Wechselkursrisiko etwas höher (27 Prozent): Erst wenige der jüngeren EU-Mitglieder haben den Euro als gesetzliches Zahlungsmittel eingeführt. Hingegen beziffern die Unternehmen mit dem Investitionsziel Nord- und Südamerika ihr Wechselkursrisiko – auch wegen Schwankungen des Dollars – wesentlich höher: 38 Prozent bzw. 32 Prozent. Bei den Unternehmen mit den Investitionszielen China (31 Prozent) und andere Staaten Asiens (33 Prozent) ist die Wechselkursorge ebenfalls überdurchschnittlich präsent.

Kostensparnis wegen Arbeitskosten

Vor allem jene Unternehmen, die sich aktuell um höhere Arbeitskosten im Inland sorgen, wollen im Ausland zur Kostensparnis investieren. 37 Prozent nennen dieses Risiko gegenüber 30 Prozent unter allen im Ausland investierenden Unternehmen. Mit einer neuen Produktionsstätte im Ausland und lokalen Arbeitskräften soll also dem Risiko höherer Arbeitskosten in Deutschland entgegengewirkt werden. Dieses Ergebnis zeigt, wie kontraproduktiv es wäre, dem deutschen Leistungsbilanzüberschuss durch steigende Arbeitskosten begegnen zu wollen.

Offensiv gegen Risiko der Auslandsnachfrage

Ein Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen sehen diese in Rückschlägen bei der Auslandsnachfrage. Von den Unternehmen, die für



dieses Jahr steigende Auslandsinvestitionen planen, sehen 43 Prozent die Auslandsnachfrage als Risiko an (Gesamtindustrie: 42 Prozent). Mit ihrer Investition im Ausland verfolgen Unternehmen eine offensive Strategie, um sich eine bessere Entwicklung der Auslandsgeschäfte zu sichern. 50 Prozent der Unternehmen, die zur Markterschließung im Ausland investieren wollen, nennen die Entwicklung der Auslandsnachfrage als ihr Hauptrisiko. Sie spielt hauptsächlich bei Investitionen in Asien und China eine wichtige Rolle (65 bzw. 61 Prozent). Dass die Unternehmen trotz dieses Risikobewusstseins dort investieren wollen, zeigt, dass sie mit diesem Risiko umzugehen wissen.

Hingegen ist die Auslandsnachfrage weniger ein Risiko für die Unternehmen, die in die EU-15 Länder investieren. Vor allem wegen der intra-industriellen Handelsströme innerhalb der EU ist ein Nachfrageeinbruch von den europäischen Nachbarländern eher unwahrscheinlich.

Steigende Importabhängigkeit bei Energie und Rohstoffen

Auch die Gefahr steigender Energiepreise sehen die Industrieunternehmen als Gefahr für ihre

wirtschaftliche Entwicklung. 42 Prozent der Unternehmen mit steigenden Auslandsinvestitionen treibt die Sorge über steigende Energiepreise um. Bei den Unternehmen, die im Ausland zwecks Kostenersparnis und Markterschließung investieren, sind es sogar jeweils 45 Prozent. Bezogen auf die Zielregionen der Auslandsaktivitäten wird deutlich: Von den Unternehmen, die in Südamerika investieren, geben unterdurchschnittliche 37 Prozent dieses als ihr Hauptrisiko an. Bestimmte Länder in Südamerika wie Brasilien oder Venezuela haben eigene Öl- und Rohstoffvorkommen – und liefern eine gewisse Sicherheit, Rohstoffe zu vernünftigen Preisen bieten zu können.

V ZIELREGIONEN DER AUSLANDSINVESTITIONEN

EU-15: Vorsprung der Nummer 1 schrumpft

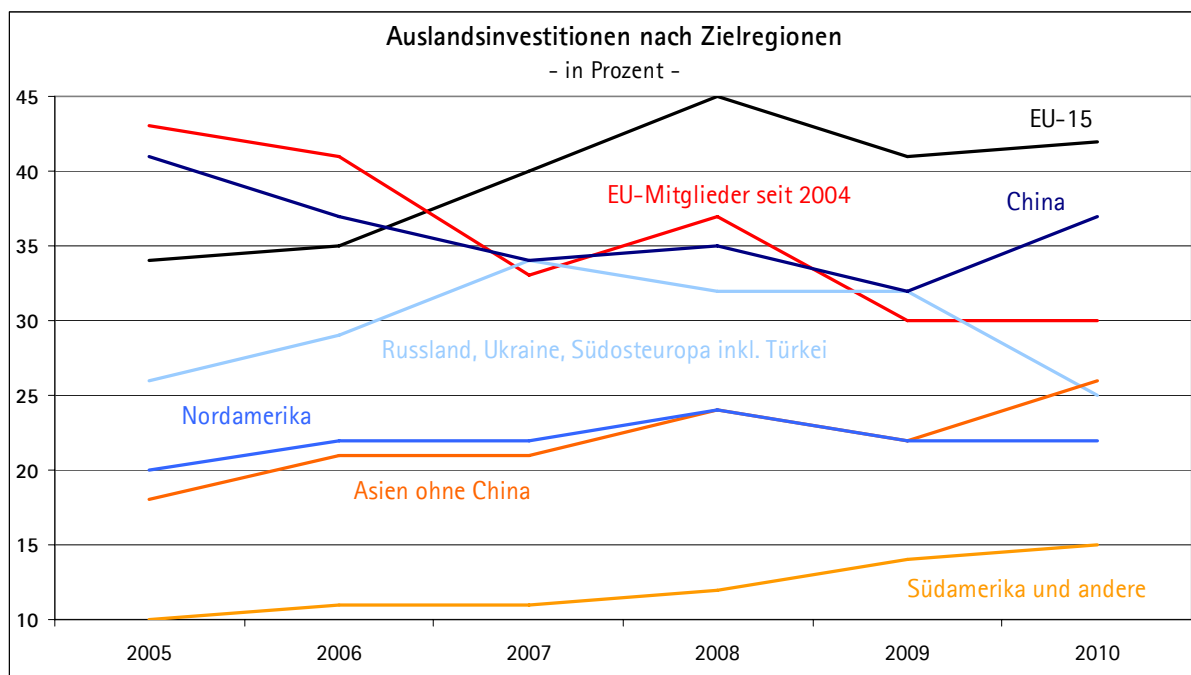
Die deutschen Industrieunternehmen favorisieren im Ranking der Auslandsstandorte nach wie vor die EU-15-Staaten: 42 Prozent der Industrieunternehmen mit Auslandsinvestitionen wollen dort investieren. Insbesondere die kleinen und mittelgroßen Unternehmen zieht es vornehmlich in die alten EU-Mitgliedstaaten. Ähnlich wie im Vorjahr setzt über die Hälfte aller im Ausland investierenden Unternehmen (bis zu 500 Mitarbeiter) Kapital in der EU-15 ein. Der Anteil dieser Region fällt bei den großen Mittelständlern mit 200 bis 1.000 Beschäftigten geringer aus. Gegenüber 2008 hat sich dort der Anteil der EU-15 von 38 auf 36 Prozent verringert. Gerade Unternehmen der letztgenannten Größenklasse konzentrieren sich auf den Standort China.

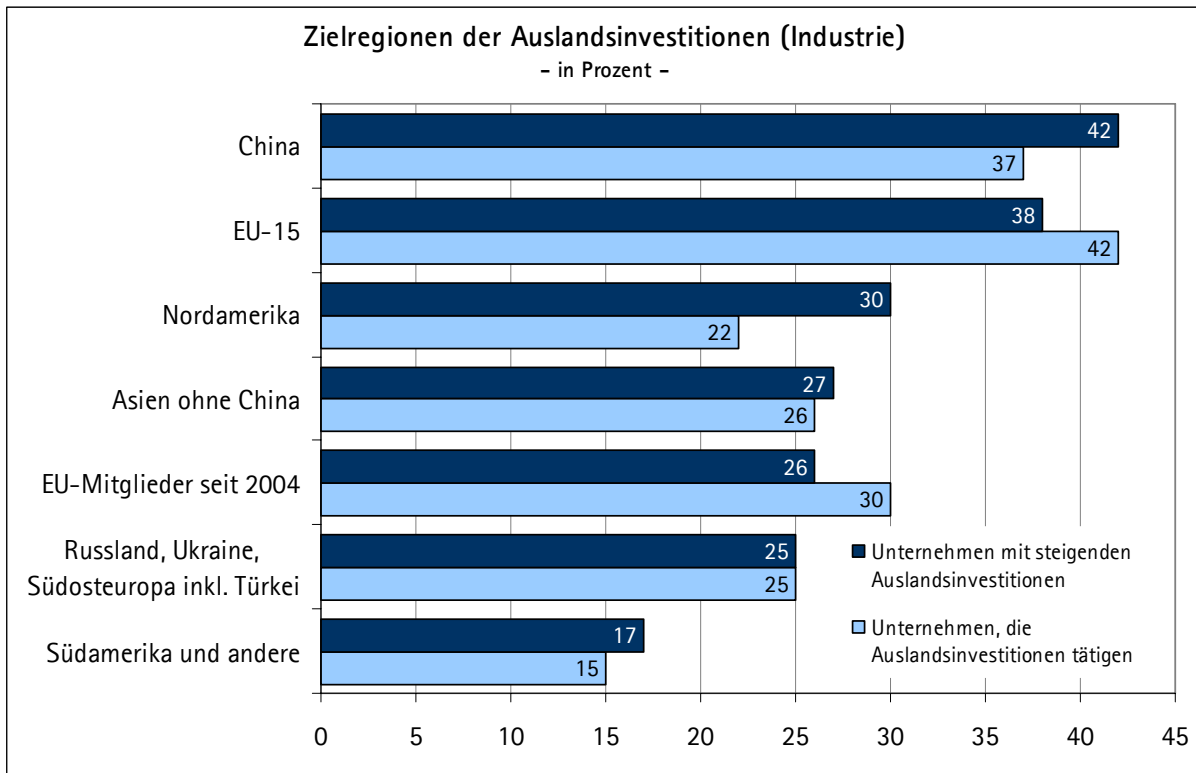
Dass die EU-15 als Zielregion für Investitionen weiterhin attraktiv ist, verwundert nicht. Die Vorteile des gemeinsamen Wirtschafts- und Währungsraums begünstigen Investitionen innerhalb Europas. Hinzu kommen die geografische und die

kulturelle Nähe, auf die insbesondere die kleineren- und mittelgroßen Unternehmen Wert legen. 63 Prozent der in den EU-15-Staaten investierenden Unternehmen konzentrieren ihren Kapitaleinsatz auf Vertrieb und Kundendienst. Ein Fünftel setzt auf Markterschließung und lediglich 17 Prozent verfolgen das Motiv der Kostenersparnis – ein Hinweis darauf, dass der Standort Deutschland im innereuropäischen Vergleich an Attraktivität gewonnen hat.

China wichtigstes Zielland

China kann 2010 mehr Investitionen aus Deutschland anziehen als jeder andere Staat und fast so viel wie die alten EU-Mitgliedstaaten (ohne Deutschland) zusammen. 37 Prozent der Industrieunternehmen planen in China zu investieren – fünf Prozentpunkte mehr als in der Vorumfrage. Besonders für die Großindustrie mit mehr als 1.000 Beschäftigten ist das Reich der Mitte ein wichtiger Markt. Fast 50 Prozent von ihnen wollen dort Kapital produktiv einsetzen, hauptsächlich zur Markterschließung. Gerade für die Industrieunternehmen mit steigenden Auslandsinvestitionen wird der chinesische Markt immer wichtiger: 42 Prozent von ihnen wollen in China investieren. Das Interesse an China liegt an der schieren Größe





des Marktes und an den nach wie vor beeindruckenden dortigen Wachstumsraten – natürlich auch eine Folge des milliardenschweren Konjunkturpaketes und der massiven Kreditvergabe der chinesischen Regierung. Bei den deutschen Ausfuhren rückt China ebenfalls weiter nach vorne: Wurden 2008 noch Waren im Wert von über 31 Milliarden Euro exportiert, hat sich dieser Wert 2009 auf über 36 Milliarden erhöht. Auf allen anderen wichtigen Absatzmärkten hatten deutsche Unternehmen 2009 – vielfach kräftige – Einbußen zu verzeichnen. Zudem können deutsche Unternehmen durch den vergleichsweise günstigen Wechselkurs des Renminbi in China derzeit relativ günstig Anlagen erwerben bzw. neue Anlagen errichten. Diese würden zudem bei einer möglicherweise anstehenden Aufwertung des Renminbi dann an Wert gewinnen.

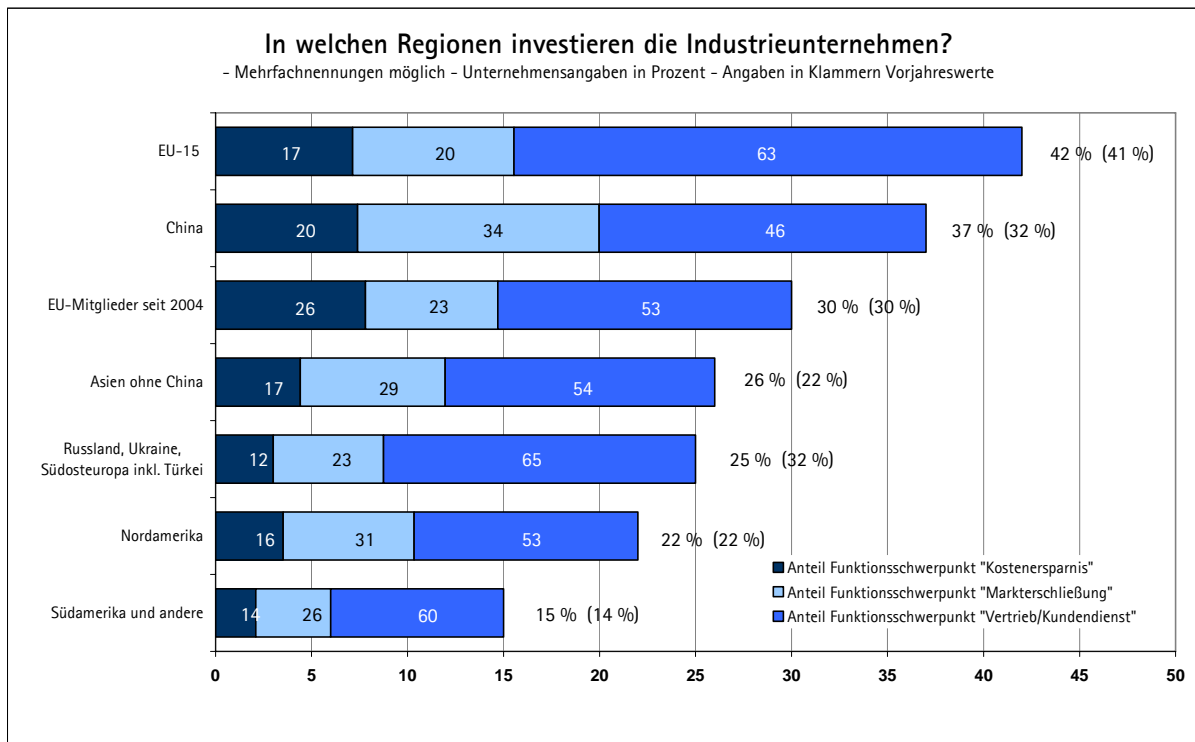
Vor allem für die Unternehmen aus den Sparten Chemie, Kfz- und Maschinenbau ist der chinesische Markt im Krisenjahr 2009 ein Lichtblick. Das schlägt sich jetzt auch in den Auslandsinvestitionen dieser Branchen nieder. Ebenso wie im Jahr 2009 wollen über die Hälfte der Unternehmen des Kraftfahrzeugbaus (54 Prozent) in diesem Jahr in

China investieren, hauptsächlich um den dortigen Markt zu erschließen. Gerade im Automobilbereich hat China in der Marktbearbeitung einen großen Nachholbedarf. Dass die Anschaffung von Pkws von der chinesischen Regierung durch eine Abwrackprämie und Steuernachlässe gefördert wird, befördert aktuell den Anreiz, den chinesischen Markt zu erschließen.

Von den Maschinenbauern wollen 51 Prozent Kapital in China einsetzen. 2009 waren es noch 39 Prozent. Besonders die Sparte der Werkzeugmaschinenhersteller setzt auf den Wachstumsmarkt China: Gegenüber dem Vorjahr (36 Prozent) erhöht sich die Anzahl der Unternehmen auf 58 Prozent. Als Hemmschuh könnte sich für die Maschinenbauer die Finanzierung erweisen. Der Kreditsaldo (aus „besser“ abzüglich „schlechter“ und „abgelehnt“) liegt dort mit minus 27 (Werkzeugmaschinenbau sogar minus 34) unter dem Durchschnitt der Industrieunternehmen (minus 20).

EU-Mitglieder 2004 verlieren an Bedeutung

Die der EU 2004 beigetretenen Staaten haben als Ziel deutscher Auslandsinvestitionen nicht mehr



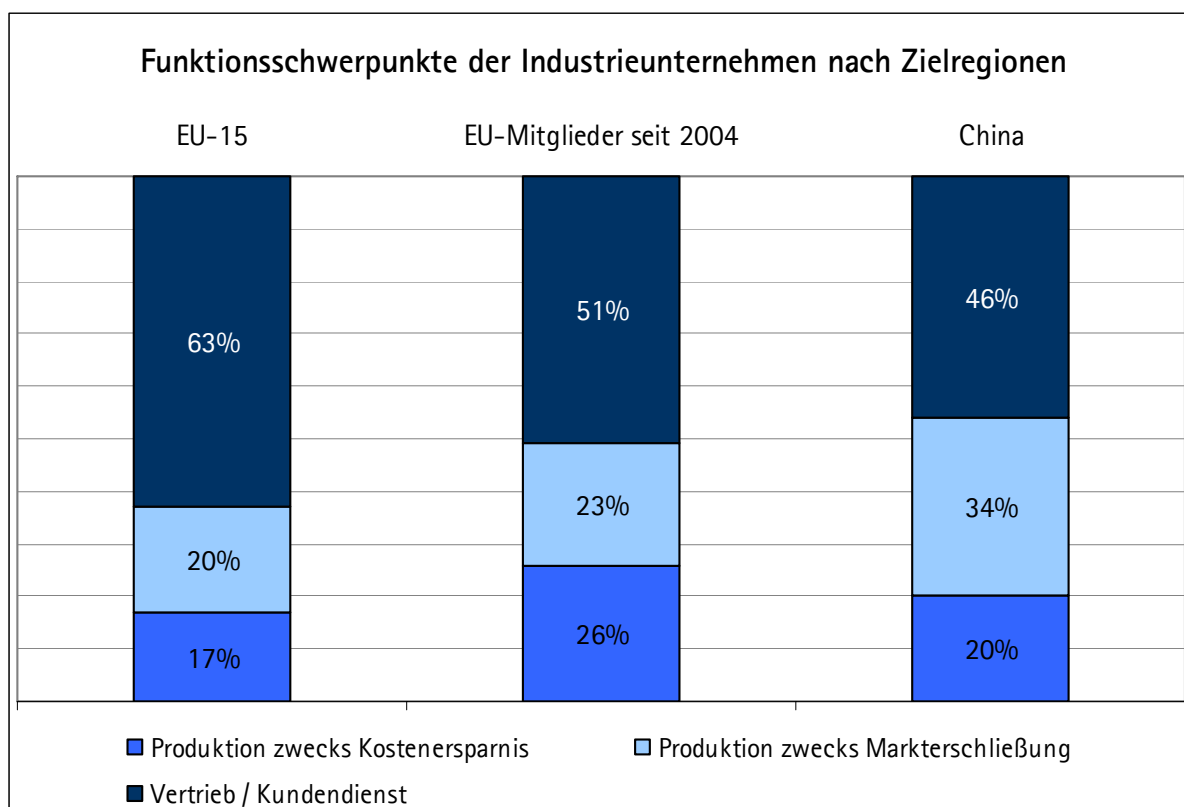
die Bedeutung wie in den Vorjahren. Der Anteil bleibt mit 30 Prozent auf dem Niveau des letzten Jahres – und damit auf dem niedrigsten Wert seit der Abfrage der Zielregionen im Jahr 2005. Noch bis 2006 war diese Region wichtigstes Ziel deutscher Auslandsinvestitionen. Inzwischen sind die alten EU-Staaten und auch China wichtigere Zielregionen. Die zeitweise hohen deutschen Investitionen in diesen neuen EU-Ländern deuten darauf hin, dass viele Unternehmen diese Märkte inzwischen weitgehend erschlossen haben. So verliert das Motiv Produktion zur Markterschließung an Bedeutung (23 Prozent). Nur in den alten EU-Staaten spielt die Markterschließung eine noch geringere Rolle (20 Prozent). Aber auch das Kostenmotiv erreicht bei Auslandsinvestitionen in diesen ehemaligen Transformationsländern aktuell nicht die Bedeutung früherer Jahre. Beispielsweise gaben 2006 noch 37 Prozent der dort aktiven deutschen Industrieunternehmen an, wegen Kostenvorteilen in Mittel- und Osteuropa zu investieren. Heute sind es nur 26 Prozent. Der relative Kostenvorteil der EU-Beitrittsländer von 2004 gegenüber dem deutschen Standort dürfte sich mithin aus Unternehmenssicht etwas eingeebnet haben.

Die Unternehmen im Fahrzeugbau wollen in den „neuen“ EU-Ländern nach wie vor häufiger Investitionen tätigen als in den „alten“ Mitgliedsländern. Nur China ist als Zielregion noch stärker gefragt.

Ost- und Südosteuropa unattraktiver

Gegenüber dem Vorjahr verlieren die Nicht-EU-Länder in Südosteuropa sowie Russland und die Ukraine an Bedeutung für die Direktinvestitionen deutscher Unternehmer. Nur noch 25 Prozent (2009: 32 Prozent) wollen dorthin investieren. Wenn dort Kapitaleinsatz vorgesehen ist, dann auch hauptsächlich, um den Vertrieb und Kundendienst auszubauen sowie den Markt zu erschließen. Das Kostenmotiv rückt mit zwölf Prozent in den Hintergrund.

Immerhin fast 40 Prozent der Unternehmen in der Branche Glas, Keramik und Steineverarbeitung planen ihr Auslandsengagement in dieser Region – mehr als in die neuen Mitgliedsländer (27 Prozent). Die geplanten Investitionen dienen hauptsächlich dem Vertrieb und Kundendienst sowie der Markterschließung. Die Pharmazeutische Industrie setzt auf einen verstärkten Kapitaleinsatz durch



zusätzliche Vertriebskanäle. Auch der Maschinenbau zeigt sich bei seinen Investitionen in dieser Region aktiv. Immerhin 30 Prozent der Maschinenbauer wollen dort investieren (EU-15: 28 Prozent, neue Mitgliedsländer: 20 Prozent). Sie reagieren damit auch auf die Bestrebungen in Russland, die Wirtschaft modernisieren zu wollen. Dabei stützt sich der Staat auch auf privates Kapital. Mittel fließen dabei auch in die Modernisierung von Maschinen und Anlagen – insbesondere zur Drosselung des Energieverbrauchs.

Asien weiter auf dem Vormarsch

Deutliche Anstiege bei den Zielregionen sind nicht nur in China, sondern auch in den anderen Ländern Asiens zu verzeichnen. Gegenüber dem Vorjahr steigt der Anteil der Industrieunternehmen, die in Asien (ohne China) Investitionen planen um vier Prozentpunkte auf 26 Prozent. Hauptmotiv der Unternehmensinvestitionen sind auch hier der Vertriebs- und Kundendienst (58 Prozent). Der Eintritt in den asiatischen Absatzmarkt vor Ort ist für fast ein Drittel der in Asien investierenden Industrieunternehmen von Bedeu-

tung. Von der neuen ASEAN-China-Freizone, dem drittgrößten Handelsblock der Welt, können vor Ort produzierende deutsche Firmen profitieren.

Südamerika immer interessanter

15 Prozent der Unternehmen, die Auslandsinvestitionen vorsehen, wollen diese in Südamerika und anderen Ländern (insbesondere in Afrika und Australien) tätigen. Damit steigt der Anteil dieser Weltregion leicht (Vorjahr 14 Prozent). Insbesondere für den Kraftfahrzeugbau ist diese Zielregion von steigender Bedeutung: 35 Prozent der deutschen Kfz-Bauer wollen dort Investitionen tätigen – noch einmal zehn Prozentpunkte mehr als 2009. Hauptmotiv der Unternehmen ist auch hier der Vertriebs- und Kundendienst: Fast zwei Drittel der Unternehmen, die einen Kapitaleinsatz in dieser Region vorsehen, geben diesen Funktionsschwerpunkt an. Besonders vielversprechend ist Brasilien – der Staat investiert in die Infrastruktur und schafft damit gute Rahmenbedingungen für die industrielle Produktion.

Nordamerika auf unverändertem Niveau

Nordamerika ist unverändert seit 2005 die Zielregion für gut ein Fünftel der Unternehmen. Obwohl die Krise in dieser Region ihren Ausgangspunkt genommen und sie besonders hart getroffen hat, planen 22 Prozent der deutschen Industrieunternehmen in den USA, Kanada oder Mexiko zu investieren – genauso viel wie 2009. In keiner anderen Weltregion ist der Anteil investitionsaktiver deutscher Unternehmen so stabil wie dort (plus/minus zwei Punkte um einen Anteil von 22 Prozent). Die Investitionsgüterproduzenten weiten ihren Kapitaleinsatz sogar um drei Prozentpunkte auf 28 Prozent aus. Überdurchschnittlich mehr Investitionen plant dabei der Fahrzeugbau: 37 Prozent der Auslandsinvestitionen sollen in Nordamerika getätigt werden – eine Verbesserung gegenüber dem Vorjahr um 17 Prozentpunkte. Dank staatlicher Infrastrukturprogramme und Maßnahmen zur Stützung des Konsums erholen sich die nordamerikanischen Volkswirtschaften langsam und schaffen wieder Raum für Wachstumspotentiale. Davon wollen die Industrieunternehmen profitieren und investieren in erster Linie in den Vertriebs- und Kundendienst (53 Prozent). Wichtiges Motiv für eine dortige Investition ist aber auch, die Dollarveränderungen abzusichern.

Konsumgüterproduzenten nach Europa, Investitionsgüterhersteller nach Übersee

Die Ge- und Verbrauchsgüter legen den Schwerpunkt ihrer Auslandsinvestitionen relativ häufig auf die europäischen Märkte innerhalb und außerhalb der EU. Hingegen haben für die Investitionsgüterproduzenten die EU-Staaten einen vergleichsweise geringen Stellenwert. Sie investieren deutlich häufiger in Asien und auf dem amerikanischen Kontinent. Dies gilt besonders für den Kfz-Bau: 54 Prozent der Unternehmen dieser Branche investieren in China, 42 Prozent in den anderen Ländern Asiens, 39 Prozent in Nordamerika und 35 Prozent in Südamerika. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhen sie ihr Engagement in allen diesen Weltregionen deutlich. Auch für den Maschinenbau gewinnen China und andere asiatische Staaten als Zielregion weiter an Bedeutung – 51 bzw. 34 Prozent der Maschinenbauunternehmen, die 2010 im Ausland investieren wollen, werden Kapital dort einsetzen.

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.
- Industrie Gründungen 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.