

BRITISH CHAMBER OF COMMERCE
IN GERMANY E.V.

bccg 2004 yearbook

WIRTSCHAFTSSTANDORT
DEUTSCHLAND –
CHANCE ODER RISIKO ? 24

UK TRADE AND INVESTMENT –
SUPPORTING BRITISH EXPORTERS 28

SUPPORT FOR BRITISH COMPANIES
IN GERMANY 30

WIRTSCHAFTSSTANDORT DEUTSCHLAND: CHANCE ODER RISIKO?

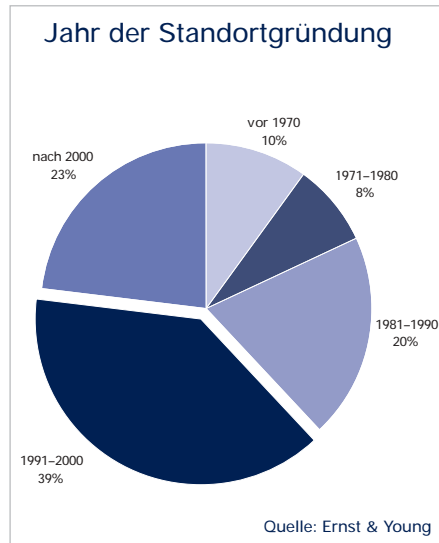
VORWORT:

Deutschland, ein Land zum Investieren? Die Frage ist berechtigt, denn in keiner zweiten Industrienation ist der Schuldenberg rasanter gewachsen. Den Verbindlichkeiten von umgerechnet 11 Milliarden Euro im Jahr 1950 stehen heute 1.270 Milliarden bei Bund, Ländern und Gemeinden gegenüber. Energisch peilt Deutschland die Rekordmarke von 70 Prozent des Bruttoinlandsproduktes an. Schon die Zinslast hat die Abgabenquote auf ein Niveau getrieben, das nicht zuletzt die Unternehmen unmäßig belastet. Firmenpleiten werden nach Zehntausenden erfasst; längst hat die Arbeitslosenzahl die Vier-Millionen-Grenze überschritten. In einer gerade veröffentlichten Analyse des World Economic Forum zur Wettbewerbsfähigkeit hechelt Deutschland weit abgeschlagen der Weltspitze hinterher. Nach Jahrzehnten des Verharrens, des Wegschauens und des Ignorierens der absehbaren demographischen Entwicklung scheinen sich die Verantwortlichen in ihrem Reformtempo immer wieder auf das Neue überholen zu wollen. Radikale Steuerkonzepte werden genauso diskutiert wie wahre Reformen der nicht mehr tragenden Sozialsysteme. Und nach dem PISA-Schock werden selbst Tabuthemen wie die Förderung von Eliteuniversitäten offensiv in die Öffentlichkeit getragen.

Vor diesem Hintergrund haben die British Chamber of Commerce in Germany und die Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft eine repräsentative Untersuchung in Auftrag gegeben. Ziel war es, herauszufinden, wie attraktiv der Standort Deutschland heute für britische Unternehmen ist, wie die zukünftige Entwicklung eingeschätzt wird und welche Implikationen diese Einschätzung auf zukünftige Investitionsentscheidungen in Deutschland hat.

EXECUTIVE SUMMARY

Die Mehrheit der Manager britischer Firmen in Deutschland beurteilt die Bedeutung des Standorts Deutschland als überdurchschnittlich. In diesem Zusammenhang wird vor allem das Marktpotenzial hervorgehoben, das die Entscheidungsträger schon in der Vergangenheit veranlasste, in den deutschen Markt zu investieren. Eine zentrale Rolle in den Investitionsüberlegungen spielt darüber hin-



aus die Infrastruktur und Lage Deutschlands. Zentralität und eine der weltweit führenden Infrastrukturen ergänzen sich auf ideale Art und Weise. Aus Deutschland heraus lassen sich alle wesentlichen Märkte, insbesondere die Zukunftsmärkte im Osten Europas, erschließen. Als Investitionshemmnis werden allerdings – und das überrascht nicht – hauptsächlich die hohen Standortkosten, die politischen Rahmenbedingungen sowie die lähmende Bürokratie empfunden. Überraschend ist vielmehr die Eindeutigkeit der Beurteilung. Drei von vier Verantwortlichen sehen in diesen Fragestellungen akuten Handlungsbedarf. Besorgniserregend ist außerdem die Bewertung der Qualifikation und

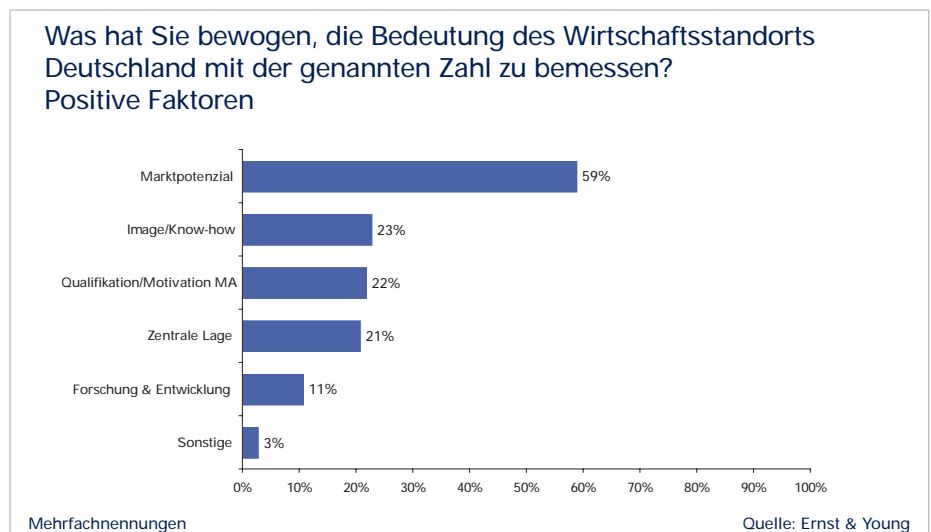
Motivation der Mitarbeiter sowie die Qualität der Forschung und Entwicklung. Als ausgewiesener Hochpreis- und Hightechstandort hat Deutschland hier offensichtlich erhebliches Verbesserungspotenzial.

Deutschland wird auch zukünftig als Standort für britische Unternehmen eine herausragende Rolle spielen. Drei von vier Verantwortlichen bereuen ihr Engagement nicht. Ein Viertel der bereits in Deutschland engagierten Unternehmen plant mittelfristig den Ausbau ihrer Aktivitäten. Dennoch gibt es ernst zu nehmende Alarmzeichen: Mehr als jedes 10. Unternehmen misst dem Standort Deutschland bereits eine unterdurchschnittliche Bedeutung bei. Jedes vierte Unternehmen wäre sich zumindest unsicher, wenn die Standortentscheidung für oder gegen Deutschland heute nochmals getroffen werden müsste. Das gilt vor allem dann, wenn die vertrieblichen Ziele nicht erreicht werden. Dazu ist der Standort Deutschland zu teuer.

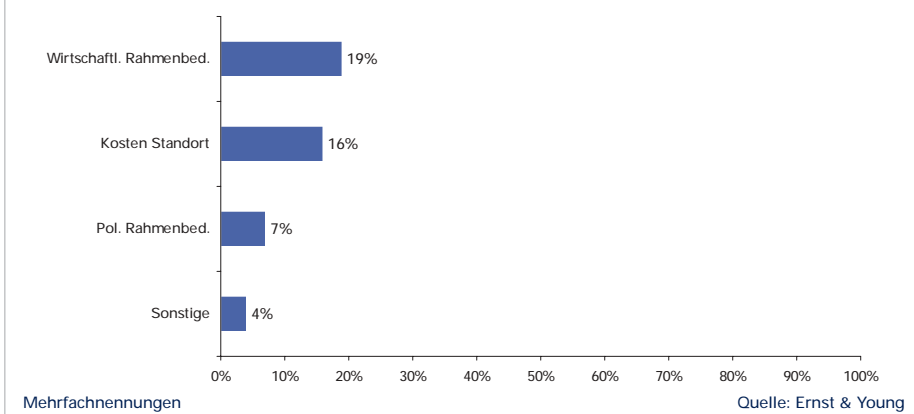
DAS DESIGN DER STUDIE:

Wie wird der Standort Deutschland aus der Sicht britischer Unternehmen gesehen? Was sind die Stärken, und was sind die Schwächen? Wie wird die weitere Entwicklung eingeschätzt, und welche Auswirkungen hat dies auf zukünftige Investitionsentscheidungen?

Um repräsentative Antworten auf diese vielschichtigen Fragen zu erhalten, haben die British Chamber of Commerce in Germany und die Ernst & Young AG Wirt-



Was hat Sie bewogen, die Bedeutung des Wirtschaftsstandorts Deutschland mit der genannten Zahl zu bemessen? Negative Faktoren



Unternehmen in Deutschland zu investieren? Auf den ersten Blick ja, denn trotz anhaltender wirtschaftlicher Flaute (Deutschlands Wirtschaft schrumpfte 2003 um 0,1%), weiterhin ungelöster Fragestellungen, wie die Modernisierung der Sozialsysteme, und der vermeintlich schlechten Konsumstimmung bewerten britische Firmen den Standort Deutschland positiv. Drei von vier Managern stufen, insgesamt betrachtet, die wirtschaftliche Bedeutung Deutschlands als überdurchschnittlich ein. Insbesondere die Wirtschaftskraft, die von 80 Millionen potenziellen Konsumenten ausgeht, ist für britisch/deutsche Unternehmen das schlagende Argument für ihr Engagement in Deutschland.

Neben den vertrieblichen Aspekten werden zwei weitere Aspekte generell als herausragend wichtig betrachtet und vor allem als große Stärke Deutschlands hervorgehoben. Die Bundesrepublik verfügt über eine der bestentwickelten Infrastrukturen. Speziell das Verkehrsnetz ist der Hebel, der die Bedeutung der zentralen Lage im Herzen Europa potenziert. Deutschland ist für eine Vielzahl britischer Firmen das Tor zum europäischen Kontinent.

KOSTEN, BILDUNG UND PLANUNGSSICHERHEIT

Die Grafik veranschaulicht aber auch die eklatanten Schwächen des deutschen Wirtschaftsraums. Lediglich bei zwei von neun Faktoren liegt die Qualität Deutschlands oberhalb der allgemeinen Bedeutung des entsprechenden Aspekts. Besonders alarmierend ist dabei die Bewertung der Qualität und Motivation der Mitarbeiter sowie die Beurteilung von Forschung und Entwicklung innerhalb Deutschlands. Als einer der weltweit teuersten Standorte, mit dem Anspruch sowohl im Sektor der industri-

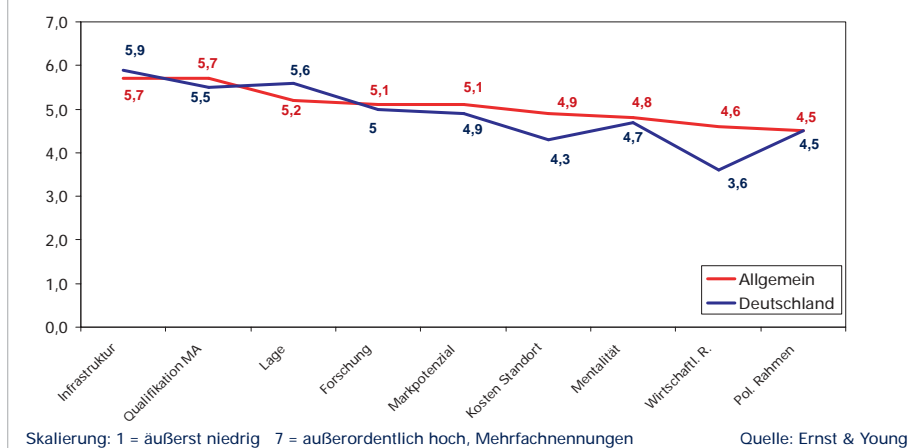
schaftsprüfungsgesellschaft im Herbst/Winter 2003 das unabhängige Institut Oppermann Marketingforschung in Bonn mit einer Befragung von Entscheidungsträgern beauftragt. Insgesamt wurden Vorstände, Geschäftsführer und Abteilungsleiter in 100 Unternehmen befragt. Bei der Auswahl der Befragungsgruppe wurde auf die regionale Gleichgewichtung geachtet. 97 Prozent der befragten Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Großbritannien. 78 Prozent der befragten Unternehmen sind operative Einheiten. Bei den anderen Unternehmen handelt es sich um Holdings. Der durchschnittliche Umsatz der Unternehmen liegt weltweit bei 473 Mio. Euro.

80 MILLIONEN POTENZIELLE KONSUMENTEN UND SPRUNGBRETT NACH EUROPA:

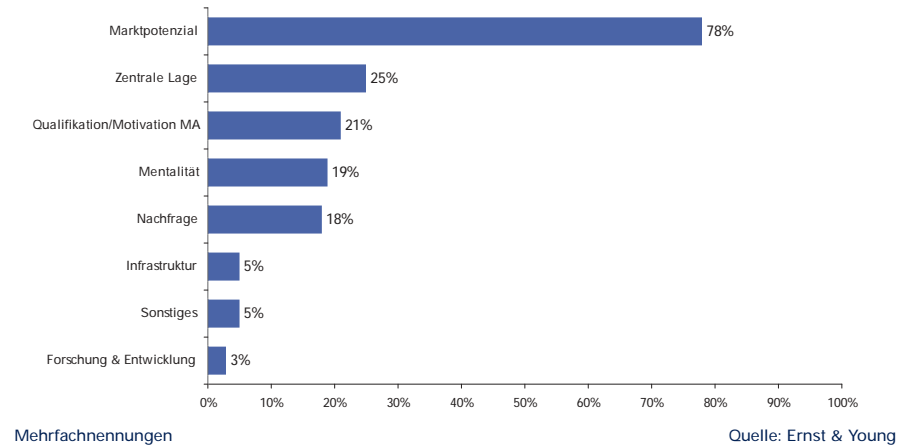
Die Grunddaten stimmen. Deutschland könnte für die Zukunft kaum besser gerüstet sein. Das Land liegt nicht nur in der Mitte Europas; es verfügt auch über eine der modernsten Infrastrukturen des Kontinents, wenn nicht der Welt überhaupt. Das Straßennetz ist großzügig ausgebaut; auf den vorhandenen Schienen könnte viel mehr noch als bisher transportiert werden; Flughäfen gibt es in ausreichender Dichte, 18 allein für den internationalen Verkehr. Technologisch sind wir hoch gerüstet. Stromausfälle, wie sie die Amerikaner unlängst erlebten, brauchen wir nicht zu fürchten. Komfortable Datenautobahnen durchziehen das Land kreuz und quer und in einer Breite, um die uns die Welt beneidet. DSL-Anschlüsse wurden flächendeckend verlegt. Von der allgemeinen bis zur speziellen Kommunikation in eigens installierten Forschungsnetzen wie dem DFN, dem Deutschen Forschungsnetz, ist nichts unmöglich. Und damit nicht genug.

Auch das Personal, die Mitarbeiter, die qualifiziert genug sind, alle Möglichkeiten dieser glasfaservernetzten Informationssysteme gewinnbringend zu nutzen, auch sie sollten, statistisch betrachtet, verfügbar sein. Lag die Hochschulabsolventenquote 1950 noch bei 4,2, so betrug sie 1997 bereits 17,8 Prozent. Eine Vielzahl von Hoch- und Fachschulen, von Akademien und Universitäten steht den Schülern offen. Insgesamt 355 Hochschulen verzeichnete der Statistische Jahrbuch der Kultusminister, 2001. In keinem zweiten Land der EU könnten so viele Bildungseinrichtungen den steigenden Bedarf decken – den Bedarf der Gesellschaft im Allgemeinen und den der Wirtschaft im Besonderen. Denn nicht einmal an der vielbesprochenen Arbeit scheint es, entgegen landläufiger Annahme, zu fehlen. Also beste Bedingungen, als britisches

Wie hoch stufen Sie die Bedeutung des Faktors allgemein und die Qualität bezogen auf den Wirtschaftsstandort Deutschland ein?



Was hat Ihrer Meinung nach für Ihr Unternehmen den Anstoß gegeben, nach Deutschland zu gehen?

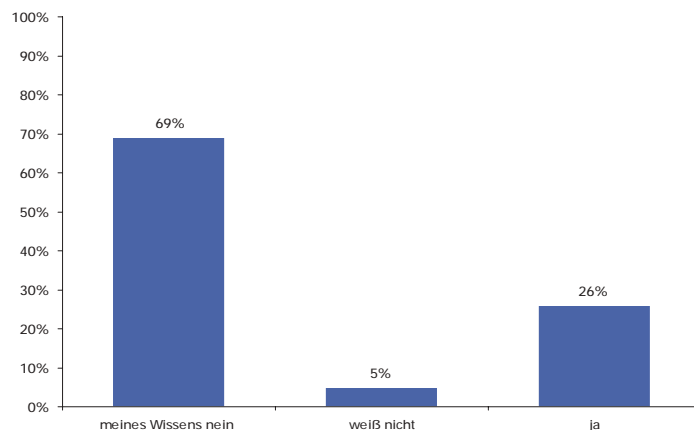


len Fertigung als auch im Dienstleistungsbereich technisch und intellektuell am obersten Ende der Skala zu stehen, ist dies ein mehr als unbefriedigendes Ergebnis. Deutschlands einzige wirkliche Ressource ist das Wissen jedes Einzelnen. Vielleicht ist dies auch die Ursache für den Aufschrei, der durch das Land ging, als die PISA Studie vor drei Jahren die Defizite im deutschen Bildungswesen offenbarte. Was allerdings bislang noch nicht in dem Maße durchgedrungen ist: Auch die Effizienz des Mitteleinsatzes lässt offensichtlich zu wünschen übrig. Werden die PISA Ergebnisse mit den kaufkraftbereinigten Ausgaben pro Schüler, die auch von der OECD regelmäßig erhoben werden, in Relation gebracht, offenbart sich Erstaunliches. Finnland, bil-

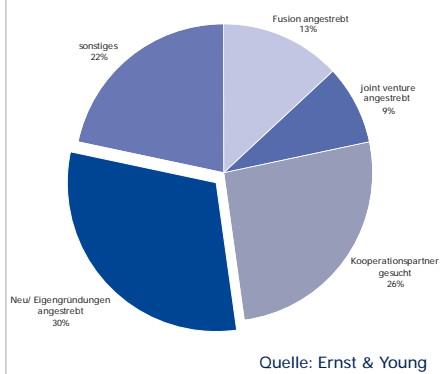
dungsseitig eine der weltweit führenden Nationen, investiert im von PISA untersuchten Sekundärbereich des Bildungswesens (weiterführende Schulen) weniger Geld pro Schüler als Deutschland. Und obwohl Tschechien nur knapp die Hälfte ausgibt, sind die Leistungen im direkten Vergleich mit Deutschland besser.

Aber auch die Motivation scheint verbesserungswürdig. Die relativ schlechte Beurteilung der Manager wird durch eine repräsentative Umfrage des Gallup Institutes Potsdam aus dem Frühjahr 2003 gestützt. Gallup, der deutsche Ableger einer international operierenden Unternehmensberatung, fand heraus, dass sich nur noch 15 Prozent der Deutschen für ihre Arbeit engagieren, während 69 Prozent

Gibt es Ihres Wissens in Ihrem Unternehmen Bestrebungen, das Engagement in Deutschland künftig anders als zur Zeit zu organisieren?



Falls ja: Welcher Art sind die Bestrebungen zur Umorganisation?



„Dienst nach Vorschrift“ machen. Die restlichen 16 Prozent befanden sich in „innerer Emigration“, d. h. sie waren nur noch anwesend. Der geschätzte gesamtwirtschaftliche Schaden betrug etwa 220 Milliarden Euro; nicht viel mehr – 246,3 Milliarden – umfasste der Bundeshaushalt des Jahres 2003.

Direkt auf die Schwächen Deutschlands angesprochen offenbaren sich keine großen Überraschungen. Drei von vier Managern heben die hohen Standortkosten sowie die mangelnden politischen Rahmenbedingungen hervor. Speziell die lähmende Bürokratie sowie die begrenzt gegebene Planungssicherheit wird in diesem Zusammenhang erwähnt. Allerdings bemängelt nur jeder dritte Manager die schlechten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Möglicherweise ist dies auch ein Indiz für die sich derzeit abzeichnende wirtschaftliche Belebung.

BREITES VERTRAUEN UND ERNST ZU NEHMENDE ALARMSIGNALE

Der 80 Millionen Menschen umfassende Markt ist eindeutig das schlagende Argument britischer Investoren. Fast 80 Prozent der Verantwortlichen begründen damit ihren Eintritt in den deutschen Markt. Alle anderen Aspekte, wie zum Beispiel die Lage Deutschlands oder die Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter, fallen mit 25 bzw. 21 Prozent bereits deutlich ab.

Bis dato haben nahezu zwei von drei Unternehmen ihr Engagement durch die Neugründung einer Gesellschaft gestartet. Nur jedes fünfte Unternehmen wurde gekauft. Fusionen, Joint Ventures, Kooperationen und Minderheitsbeteiligungen spielten in der Vergangenheit kaum eine Rolle. Hier scheinen sich jedoch grundlegende Veränderungen in der Einschätzung

ergeben zu haben. Jedes vierte Unternehmen plant den Ausbau der Aktivitäten in Deutschland. Dabei spielen kooperative Formen eine deutlich bedeutungsvollere Rolle als in der Vergangenheit. Fast 50 Prozent der Unternehmen, die ihre Aktivitäten in Deutschland ausweiten wollen, denken über Kooperationspartner nach.

Knapp 70 Prozent der Verantwortlichen gehen in der näheren Zukunft von keinem gravierenden Ausbau des Engagements in Deutschland aus. Insofern ist es konsequent, wenn die Investitionen überwiegend an den bestehenden Standorten getätigt werden.

Ein vordergründig positiver Befund: 76 Prozent der Manager würden den Standort Deutschland – wiederum vor dem Hintergrund der vertrieblichen Chancen – erneut wählen, stünden sie heute vor einer entsprechenden Entscheidung.

Trotz dieses relativ breiten Bekenntnisses zum Standort Deutschland offenbart die Untersuchung einige besorgniserregende Befunde, denn 76 Prozent „Pro-Standort Deutschland“ bedeutet auch, dass 24 Prozent, also nahezu jedes vierte Unternehmen, zumindest Zweifel hat. Jedes zwanzigste Unternehmen denkt sogar konkret über die Aufgabe der Aktivitäten in Deutschland nach. Die Studie zeigt sehr deutlich, dass sich die überwältigende Zahl der britischen Unternehmen aufgrund der Marktgröße in Deutschland engagiert. Was ist aber, wenn der Binnenkonsum – Deutschland lebt mehr denn je vom Export – nicht nachhaltig gestärkt wird? Was ist, wenn aufgrund der demographischen Entwicklung – Deutschland ist mit einem Durchschnittsalter von über 40 Jahren die viertälteste Gesellschaft der Welt – die Bevölkerung bis zum Jahr 2050 auf bis zu 65 Millionen Menschen sinkt? Fragen, die deutlich machen, wie schnell die Attraktivität eines Standorts leiden kann, und wie vergänglich wirtschaftlicher Erfolg ist, wenn nicht rechtzeitig die Weichen richtig gestellt werden.

Gerd W. Stürz
Ernst & Young AG