



Auslandsinvestitionen in der Industrie

Frühjahr 2013

Ergebnisse der DIHK-Umfrage
bei den Industrie- und Handelskammern



Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

Mit der Umfrage „Auslandsinvestitionen in der Industrie, Frühjahr 2013“ 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 2013“, basiert. Diese Sonderauswertung setzt die DIHK-Befragung zu den Auslandsinvestitionen fort, die bis ins Jahr 1995 zurückreicht. Grundlage für die Ergebnisse sind jeweils repräsentative Umfragen der Industrie- und Handelskammern (IHKs) unter einer Auswahl ihrer Mitgliedsunternehmen. Rund 2.500 Unternehmensantworten aus dem Verarbeitenden Gewerbe (ohne Bau) dienen als Grundlage. Folgende Fragen wurden zum Thema „Investitionen im Ausland“ an die Unternehmen gestellt:

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK)
Bereich Wirtschaftspolitik, Mittelstand, Innovation | Bereich International, AHK
Berlin 2013

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: 2192-4120

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.dihk.de
Facebook: www.facebook.com/DIHKBerlin
Twitter: http://twitter.com/DIHK_News

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

Stand März 2013

■ Die wesentlichen Ergebnisse

Immer mehr Unternehmen investieren im Ausland ...

Das Ausland wird für immer mehr deutsche Industrieunternehmen als Investitionsstandort attraktiv. 2013 planen so viele Industrieunternehmen wie nie zuvor den Schritt ins Ausland (46 Prozent; 2012: 44 Prozent). Außerhalb der Industrie steigt der Anteil der Unternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen noch stärker.

... aber Volumina wachsen nicht mehr ganz so schnell

Die finanziellen Volumina, mit denen die einzelnen Unternehmen ins Ausland gehen, entwickeln sich zurückhaltender. Die Verunsicherungen in Bezug auf die Schuldenkrise und deren Folgen für die Wirtschaft wirken weiter nach. Die höhere Anzahl von Unternehmen ist daher nicht gleichbedeutend mit dem Wachstum der Investitionsbudgets. Im Vergleich zur Vorumfrage sinkt der Saldo der geplanten Auslandsinvestitionen um fünf auf 16 Punkte. Damit liegt er knapp unter dem langjährigen Durchschnitt. Unter dem Strich legen die Auslandsinvestitionen 2013 leicht zu, einem spürbaren Aufwärtstrend stehen weltweit etliche Unsicherheitsfaktoren entgegen.

Produktion vor Ort zur Markterschließung auf dem Vormarsch

Die Industrie erschließt internationale Märkte wieder stärker mit eigenen Produktionsstätten. 35 Prozent der Betriebe investieren aus diesem Beweggrund im Ausland. So viele waren es – außer 2011 – in den vergangenen 20 Jahren nie. In der Gesamtwirtschaft liegt der Anteil sogar bei 32 Prozent – ein historischer Höchstwert. Die Unternehmen gehen insbesondere in den Wachstumsregionen der Weltwirtschaft zu lokaler Produktion über.

Wirtschaftsstandort Deutschland profitiert – falls nicht Kosten bestimmen

Unternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen wollen 2013 auch im Inland mehr investieren und einstellen als der Industriedurchschnitt. Zusätzliches Personal und Investitionen in Deutschland planen vor allem jene Unternehmen, die zwecks Vertrieb und Kundendienst im Ausland investieren – bei ihnen erfolgt die Produktion für den Auslandsmarkt nach wie vor hierzulande. Wie wichtig gute Standortbedingungen für eine positive Entwicklung auch in Deutschland sind, zeigt sich an den Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren. Diese Gruppe muss im Inland 2013 wohl Beschäftigungskürzungen vornehmen. Dass der Standort Deutschland aufpassen muss, seine in den vergangenen Jahren erlangten Wettbewerbsvorteile zu erhalten, zeigt im Vergleich der Investitionspläne zwischen In- und Ausland: Ausländische Standorte werden wieder attraktiver, im Inland wird hingegen zu wenig investiert.

Globale Breite verfestigt sich

Die globale Orientierung der Unternehmen bei ihren Auslandsinvestitionen findet auch 2013 ihre Fortsetzung. Breite und Intensität der Engagements ändern sich kaum. Weiterhin sind alle Weltregionen im Blick der Betriebe. Die neuen Zielregionen in den Schwellenländern Asiens und Lateinamerikas nehmen mittlerweile als Investitionsstandort der deutschen Industrie einen festen Platz ein. Mit ihren Investitionen sind die Unternehmen damit gerade in den wachstumsstarken Regionen der Welt engagiert und profitieren von der dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung. Gleichzeitig bleiben die Betriebe den etablierten Märkten in Europa treu.

Comeback Europas? Ja!... Rising Star sind aber die USA

An Bedeutung gewinnt das Kostenmotiv bei den Investitionen in den alten EU-Ländern – anders als in allen anderen Weltregionen. Etliche dieser Länder machen sich mit Reformen als Standort attraktiv und schmelzen die Kostennachteile gegenüber Deutschland ab. Damit werden sie auch für deutsche Unternehmen wieder interessanter, auch wenn aufgrund der schwachen Nachfrage noch Zurückhaltung herrscht. Der „Rising Star“ unter den Adressaten deutscher Investoren sind aber die USA. Als einzige Weltregion zieht Nordamerika 2013 deutlich mehr deutsche Industrieunternehmen an. Die Region liegt damit seit zehn Jahren erstmals auf Platz 3, hinter den EU-15 und dem seit drei Jahren an der Spitze liegenden Wirtschaftsstandort China.

■ Inhalt

	Seite
■ I Auslandsorientierung der Unternehmen	1
■ II Motive der Auslandsinvestitionen	7
■ III Zielregionen der Auslandsinvestitionen	12
■ IV Fragebogen	18
■ V DIHK-Veröffentlichungen (Auswahl)	19

I AUSLANDSORIENTIERUNG DER UNTERNEHMEN

Mehr Unternehmen investieren im Ausland

Das Ausland wird für immer mehr deutsche Industrieunternehmen als Investitionsstandort attraktiv. 2013 planen so viele Industrieunternehmen wie nie zuvor den Schritt ins Ausland (46 Prozent; 2012: 44 Prozent). Außerhalb der Industrie steigt der Anteil der Unternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen sogar noch stärker – von 33 auf 37 Prozent.

... aber vorerst mit etwas gebremstem Tempo

Die finanziellen Volumina, mit denen die einzelnen Unternehmen ins Ausland gehen, entwickeln sich zurückhaltender. Die höhere Anzahl ist nicht gleichbedeutend mit insgesamt höheren Investitionsbudgets. Im Vergleich zur Vorumfrage sinkt der Saldo der geplanten Auslandsinvestitionen um fünf auf 16 Punkte. Damit liegt er knapp unter dem langjährigen Durchschnitt. Im Großen und

Ganzen dürften die Auslandsinvestitionen 2013 nur leicht wachsen – einem spürbaren Aufwärtstrend stehen weltweit etliche Unsicherheitsfaktoren wie insbesondere die Schuldenkrise in den USA und Europa entgegen.

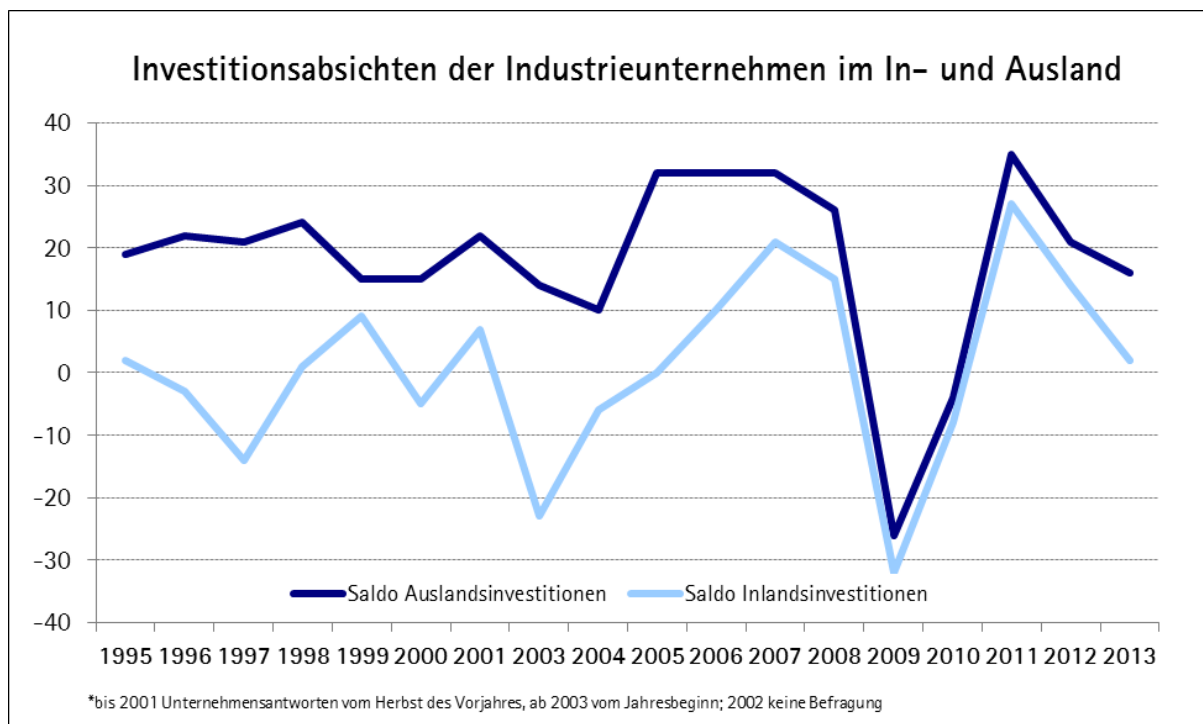
Vor-Ort-Produktion im Fokus

Unternehmen setzen verstärkt auf den Auf- und Ausbau von Produktionsstätten zur Markterschließung. Sie können damit gezielter auf Kundenwünsche vor Ort eingehen. Viele Unternehmen werden aber auch durch Local-Content-Vorschriften zur Produktion vor Ort gezwungen – wie zum Beispiel in den wichtigen Märkten Russland, Brasilien und China. Der Anteil dieses Motivs steigt auf 35 Prozent (2012: 30 Prozent). Dieses hohe Niveau wurde bisher lediglich 2011 erreicht. Der Aufbau von Produktion vor Ort erfolgt klassischerweise häufig, nachdem Unternehmen Länder bereits mit „Vertrieb und Kundendienst“ erschlossen haben. Die Bedeutung dieses Motivs lässt zwar aktuell etwas nach (Rückgang von 49 auf 45 Prozent). Es dominiert aber auch 2013 die Auslandspläne der Unternehmen. Insgesamt setzt somit die Markterschließung

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	2012	2013
Investitionen im Ausland	38	44	40	42	45	42	40	44	43	44	46
keine Investitionen im Ausland	62	56	60	58	55	58	60	56	57	56	54
Von den Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen, planen für im Vergleich zum Vorjahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
... höhere Auslandsinvestitionen	35	30	43	42	40	39	16	22	44	34	32
... gleich hohe Auslandsinvestitionen	44	50	46	48	52	48	42	52	47	53	52
... geringere Auslandsinvestitionen	21	20	11	10	8	13	42	26	9	13	16
Saldo	14	10	32	32	32	26	-26	-4	35	21	16



Bung über Produktions- oder Servicestätten ihren Aufwärtstrend fort.

Kostenmotiv verliert – nur noch relativ

Auslandsinvestitionen zur Kostenersparnis verlieren gegenüber den anderen Motiven weiter an Bedeutung. Nur noch jedes fünfte Unternehmen plant Produktionsverlagerungen aus Kostengründen (2011: 21 Prozent) – Tiefstwert seit 1999. Deutschland profitiert derzeit weiterhin von den in den letzten Jahren verbesserten hiesigen Standortbedingungen, auch wenn die Sorgenfalten insbesondere bei den Energiekosten zuletzt zugenommen haben. Der sinkende Anteil des Kostenmotivs ergibt sich mittlerweile aber nur noch daraus, dass 2013 insgesamt mehr Industriebetriebe im Ausland investieren wollen, während die Zahl der Unternehmen, die aus Kostengründen ins Ausland gehen, stabil bleibt. Dies kann als erstes Warnsignal interpretiert werden, dass auch Deutschland weiter an einer Verbesserung der Standortbedingungen arbeiten sollte. Immerhin reformieren die Staaten um Deutschland herum in großem Tempo.

Schere zwischen In- und Ausland öffnet sich

Die zwischenzeitlich parallele Entwicklung von inländischen und ausländischen Investitionsplänen ist demnach auch gestoppt. Das Ausland wird für die Industrieunternehmen als Zielort ihrer Investitionen im Vergleich zum Inland wieder interessanter. Die Schere zwischen ausländischen und inländischen Investitionen wird wieder größer. Das weist vor allem auf größere Wachstumschancen jenseits der Grenzen hin. Es ist aber auch Warnsignal für den Wirtschaftsstandort Deutschland, dass die Verbesserung der Standortfaktoren in puncto Arbeitskosten, Steuern und Energiekosten hierzulande nicht mehr vorankommt.

EU-15 baut Kostennachteile ab

An Bedeutung gewinnt das Kostenmotiv bei den Investitionen in den alten EU-Ländern – anders als in allen anderen Weltregionen. Für immerhin 18 Prozent aller Unternehmen, die in der EU-15 investieren wollen, sind Kostenersparnisse mittlerweile maßgeblich. Das sind fünf Punkte mehr als im Vorjahr und so viele wie seit fünf Jahren nicht mehr. Etliche dieser Länder machen sich mit Reformen als Standort attraktiv und schmelzen die

Kostennachteile gegenüber Deutschland ab. Damit werden sie auch für deutsche Unternehmen als Produktionsstandort für den europäischen Markt wieder interessanter. Immerhin 40 Prozent aller im Ausland investierenden Unternehmen plant einen Kapitaleinsatz in den EU-15.

Ausland schafft Arbeitsplätze zu Hause

Investitionen der Industrieunternehmen im Ausland kommen weiterhin dem heimischen Standort zugute. Betriebe mit Auslandsinvestitionen wollen hierzulande ihre Belegschaft sichtlich stärker ausbauen als Betriebe ohne solche Pläne (Beschäftigungssalden: plus ein Punkt gegenüber minus vier Punkten). Ihre Investitionspläne für das Inland fallen ebenfalls expansiver aus (Investitionssalden: plus sechs Punkte gegenüber plus zwei Punkten). Lediglich wenn das Kostenmotiv dominiert, gehen Auslandsinvestitionen zu Lasten der heimischen Beschäftigung und Investitionen. Das zeigt, wie wichtig es ist, die Standortbedingungen hierzulande im Blick zu halten. Nehmen die Unternehmen Kapital in die Hand, um Märkte mit Produktionsstätten oder zwecks Vertrieb/Kundendienst zu erschließen, trägt das zur Sicherung von Arbeitsplätzen und Investitionen am Standort Deutschland bei.

Die Industrie hält derzeit ihre Belegschaften stabil – anders als in vorherigen konjunkturellen Schwächephasen. Gegenüber vergleichbaren Jahren verhindert dies schmerzliche Personalanpassungen, wie sie in der Größenordnung von 100.000 Arbeitsplätzen üblich waren. Im Ausland – so legen die Ergebnisse nahe – baut die deutsche Industrie hingegen auch in diesem Jahr rund 300.000 Arbeitsplätze auf.

Go West – USA hoch im Kurs

Bei ihren Auslandsinvestitionen setzen die Industrieunternehmen weiterhin auf eine breite weltweite Präsenz. Keine Zielregion verliert gegenüber der Vorumfrage spürbar an Bedeutung. China bleibt für die Unternehmen Hauptziel der Investitionen

(43 Prozent), dicht gefolgt vom Standort EU-15 (40 Prozent). Nordamerika rückt indes für die Industrieunternehmen als Zielregion wieder stärker in den Fokus. Der Anteil der Unternehmen, die dorthin investieren wollen, steigt von 26 auf 30 Prozent – ein neuer Höchstwert. Die Verschiebung hin zu einem stärkeren Engagement in Nordamerika erfolgt vor allem zunehmend zur Markterschließung. Die Unternehmen erhoffen sich dort noch bessere Marktchancen. Die Nachfrage nach Produkten „Made in Germany“ steigt in Nordamerika – nicht zuletzt dank sinkender Arbeitslosenzahlen und höheren Unternehmensgewinnen. 38 Prozent der Industrieunternehmen, die in Nordamerika investieren wollen, planen den Auf- oder Ausbau von Produktionsstätten zur Markterschließung (Vorjahr: 30 Prozent), jedes zweite nimmt Geld in die Hand für den Vertrieb und Kundendienst (54 Prozent; Vorjahr: 61 Prozent).

Hingegen verliert Südamerika zumindest relativ Bedeutung (von 24 auf 23 Prozent). Auch in Russland, der Ukraine und in anderen Ländern Ost- und Südeuropa sowie in Asien ohne China ist ein leichter Rückgang zu bemerken (von 26 auf 25 Prozent bzw. von 28 auf 27 Prozent).

Bei der Entscheidung, im Ausland zu investieren, spielen stabile politische Rahmenbedingungen und Rechtssicherheit im Zielland eine entscheidende Rolle. Dabei kann es in diesen Ländern auch um politische Entscheidungen gehen, die die getätigte Investition de facto entwerten – gar einer Enteignung gleichkommen. Zum Schutz vor politischen Risiken für deutsche Investoren im Ausland hat die deutsche Bundesregierung ein dichtes Netz von Investitionsschutzverträgen mit über 140 Staaten abgeschlossen, in denen Regeln und eventuelle Entschädigungsverantwortungen festgehalten werden.

Fast 20 Prozent der Auslandsaktiven Unternehmen schätzen den Schutz durch dieses Auffangnetz als wichtig ein. Von den Abkommen profitieren aber alle im Ausland investierenden Betriebe. Deshalb

ist es für die deutschen Unternehmen wichtig, dieses Schutzniveau auch bei der Ausübung der Kompetenz in der Investitionsschutzpolitik auf EU-Ebene sicher zu stellen.

Investitionsgüterhersteller weiterhin vorne weg

Im Vergleich der Hauptgruppen zeigen sich die Kapitalgüterhersteller abermals besonders aktiv. Mehr als jeder zweite Betrieb plant Auslandsinvestitionen – Tendenz steigend (von 52 auf 55 Prozent). Zwar verschlechtert sich der Saldo gegenüber dem Vorjahr um zwölf auf 20 Punkte, bleibt aber über dem Durchschnitt der Industrieunternehmen (16 Punkte). Insbesondere die Kfz-Branche plant einmal mehr mit überdurchschnittlichen Auslandsbudgets (aktueller Saldo: 43, Vorumfrage: 46 Prozent). Im Fokus steht bei ihnen der weitere Aus- und Aufbau von Produktionsstätten zur Markterschließung (60 Prozent; Vorumfrage 67 Prozent). Unternehmen der Medizintechnik wollen ihre Auslandsetats gegenüber der Vorumfrage sogar erhöhen – und das per saldo spürbar von 19 auf 32 Punkte. Der Maschinenbau allerdings streicht seine Investitionsplanung fürs Ausland weiter zusammen (Saldorückgang um 16 auf 14 Punkte).

Vorleister mit weniger expansiven Budgets

Zurückhaltender in ihren Plänen für Auslandsinvestitionen zeigen sich die Vorleister. Der Anteil der Betriebe mit Auslandsinvestitionsplänen steigt nur leicht von 42 auf 43 Prozent. Sie schrauben ihre Auslandsbudgets per saldo um sieben auf elf Punkte zurück und liegen damit unter dem Durchschnitt der gesamten Industrie (16 Punkte). Auslandsinvestitionen der Vorleister richten sich nicht nur nach der Nachfrage ausländischer Kunden, sondern folgen vielfach in einem späteren Schritt auch den Auslandsinvestitionen wichtiger inländischer Kunden, vor allem der Investitionsgüterhersteller. Gerade die Chemiebranche drosselt das Expansionstempo ihrer ausländischen Investitionsbudgets (Saldoverschlechterung: von 27 auf acht Punkte; 2011: 46 Punkte). Auch die Gummi- und Kunststoffindustrie blicken weniger zuversichtlich auf ihre Aktivitäten im Ausland. Mit einer Saldoverschlechterung von 21 auf 15 Punkte bleiben die Hersteller von Gummi- und Kunststoff allerdings über dem Schnitt der Gesamtindustrie. Bei den Metallerzeugern und -bearbeitern rutscht der Saldo der Auslandsinvestitionen ins Minus (Saldoverschlechterung: von null auf minus zwölf Punkte). Allerdings steigt in dieser Branche der Anteil derer, die Auslandsinvestitionen tätigen wollen, von 30 auf 33 Punkte.

Inländische Investitions- und Beschäftigungspläne von Industrieunternehmen, die im Ausland investieren (Saldo in Punkten)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Inländischer Investitionssaldo der Industrieunternehmen ...									
... insgesamt	0	10	21	15	-32	-8	27	14	2
... mit Plänen für Auslandsinvestitionen	2	13	25	20	-32	-6	37	17	6
Inländischer Beschäftigungssaldo der Industrieunternehmen ...									
... insgesamt	-18	-7	11	11	-33	-19	16	8	-4
... mit Plänen für Auslandsinvestitionen	-14	-3	19	23	-32	-16	29	15	1

Konsumgüterproduzenten spürbar expansiver

Die traditionell nicht ganz so auslandsaffine Konsumgüterbranche erschließt zunehmend neue Märkte mit Investitionen. Mehr Unternehmen wollen Auslandsinvestitionen tätigen (Anstieg von 38 auf 43 Prozent), und sie erhöhen ihre Budgets gegenüber dem Vorjahr merklich (Saldoverbesserung von sieben auf 13 Punkte). So schrauben die Hersteller im Textilgewerbe ihre Auslandsbudgets deutlich nach oben (Saldoverbesserung von minus eins auf 16 Punkte). Auch die Produzenten im Bereich Schmuck, Musikinstrumente, Sportgeräte und Spielwaren wollen für ihre Auslandsaktivitäten im kommenden Jahr mehr Geld in die Hand nehmen (aktueller Saldo: 24 Punkte, Vorumfrage: 17 Punkte).

Dienstleister folgen ins Ausland

Das in Deutschland weit ausgeprägte Netzwerk Industrie mit seiner engen Verknüpfung von Produzierendem Gewerbe und dazugehörigen Dienstleistungen spannt sich auch im Ausland auf. Im Handel und ebenso im Service-Sektor wollen in diesem Jahr 34 Prozent der Unternehmen Auslandsinvestitionen tätigen – so viele wie nie zuvor (2012: 29 bzw. 30 Prozent). Der Saldo der Auslandsinvestitionen reduziert sich allerdings gegenüber dem Vorjahr leicht um einen auf zehn Punkte. Mit verbesserten Investitionsplänen für das Ausland zeigen sich jedoch die wissensintensiven Services. Die FuE-Dienstleister schrauben ihre Auslandsbudgets weiter nach oben (Saldoverbesserung um drei auf 33 Punkte). In der Werbung und Marktforschung steigt der Saldo der Auslandsinvestitionen sogar von zwölf auf 20 Punkte. Auch die Unternehmensberater stocken ihre Auslands-etats wieder auf (Saldoverbesserung um zwei auf 19 Punkte). Das Ausland rückt auch bei den Rechts- und Steuerberatern sowie Wirtschaftsprüfern wieder stärker ins Blickfeld (aktueller Saldo: 21 Punkte, Vorumfrage: minus vier Punkte). Im Handel verschlechtert sich der Investitionssaldo

gegenüber der Vorumfrage hingegen von zehn auf vier Punkten.

Bei ihren Auslandsaktivitäten konzentrieren sich die Dienstleister und Händler zwar naturgemäß hauptsächlich auf den Vertrieb und Kundendienst (aktuell: 73 Prozent bzw. 59 Prozent). Allerdings nimmt das Motiv der Markterschließung gegenüber der Vorumfrage in beiden Wirtschaftszweigen zu. Im Dienstleistungsbereich legt dieses Motiv leicht zu um per saldo drei Punkte auf 31 Prozent, beim Handel sogar noch von neun auf 15 Prozent.

Baugewerbe drosselt Engagement

Auch in der Bauwirtschaft wollen mehr Unternehmen Auslandsinvestitionen tätigen als in den Jahren zuvor. Der Anteil bleibt aber mit 24 Prozent kleiner als in den anderen Sektoren. Seine Budgets fürs Ausland fährt das Baugewerbe spürbar zurück und bleibt Schlusslicht im Vergleich der Wirtschaftszweige (Saldorückgang von sieben auf null Punkte). Die heimischen Bauunternehmen sind vor allem in den näher gelegenen, europäischen Staaten aktiv, in denen sich die Nachfrage derzeit nur schleppend entwickelt. Zum Teil muss sich die Bautätigkeit dort noch von den Folgen geplatzter Immobilienblasen erholen. Beim Auslandsengagement der Bauunternehmen sind Investitionen in Produktionsstätten zur Markterschließung von unverändert großer Bedeutung (37 Prozent).

Große weiterhin expansiv

In allen Größenklassen planen mehr Unternehmen Investitionen im Ausland als 2012. Der Anstieg geht allerdings von unterschiedlichen Niveaus aus: bei Großunternehmen (ab 1.000 Beschäftigte) von 71 auf 76 Prozent, bei Unternehmen mit 200 bis 1.000 Beschäftigten von 56 auf 58 Prozent, bei Betrieben mit 20 bis 200 Beschäftigten von 32 auf 33 Prozent und bei kleineren Betrieben (bis zu 20 Mitarbeiter) von 26 auf 29 Prozent.

Die großen Industrieunternehmen wollen nicht nur häufiger im Ausland investieren, sondern planen trotz wachsender Vorsicht mit den größten Budgets. Der Saldo der Auslandsinvestitionsabsichten liegt bei 22 Punkten (Vorumfrage: 28 Punkte). Auch in der Größenklasse 200 bis 1.000 Beschäftigte verringert sich der Saldo spürbar von 25 auf

17 Punkte. Bei den kleineren Unternehmen fällt der Rückgang nicht so stark aus, das Auslandsengagement ist hier jedoch ohnehin kleiner. Die Auslandsinvestitionen der kleineren Mittelständlern (20 bis 200 Mitarbeiter) sinken per saldo um vier auf zehn Punkte, die von Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten um drei auf zehn Punkte.

II MOTIVE DER AUSLANDS- INVESTITIONEN

Industrie geht wieder in die Offensive

Die Industrie erschließt internationale Märkte wieder stärker mit Produktionsstätten. 35 Prozent der Betriebe investieren aus diesem Beweggrund im Ausland. So viele waren es bislang lediglich im Jahr 2011. In der Wirtschaft insgesamt erreicht der Anteil mit 32 Prozent sogar den Höchstwert seit Befragungsbeginn im Jahr 2000. Der Auf- und Ausbau von Produktionsstätten erfordert in der Regel größere Volumina. Im stärkeren Engagement der Betriebe in diesem Bereich kommt daher auch die Rückkehr der Zuversicht zum Ausdruck, dass die Weltwirtschaft die Folgen der Staatsschuldenkrise in den Industriestaaten zunehmend kompensieren kann.

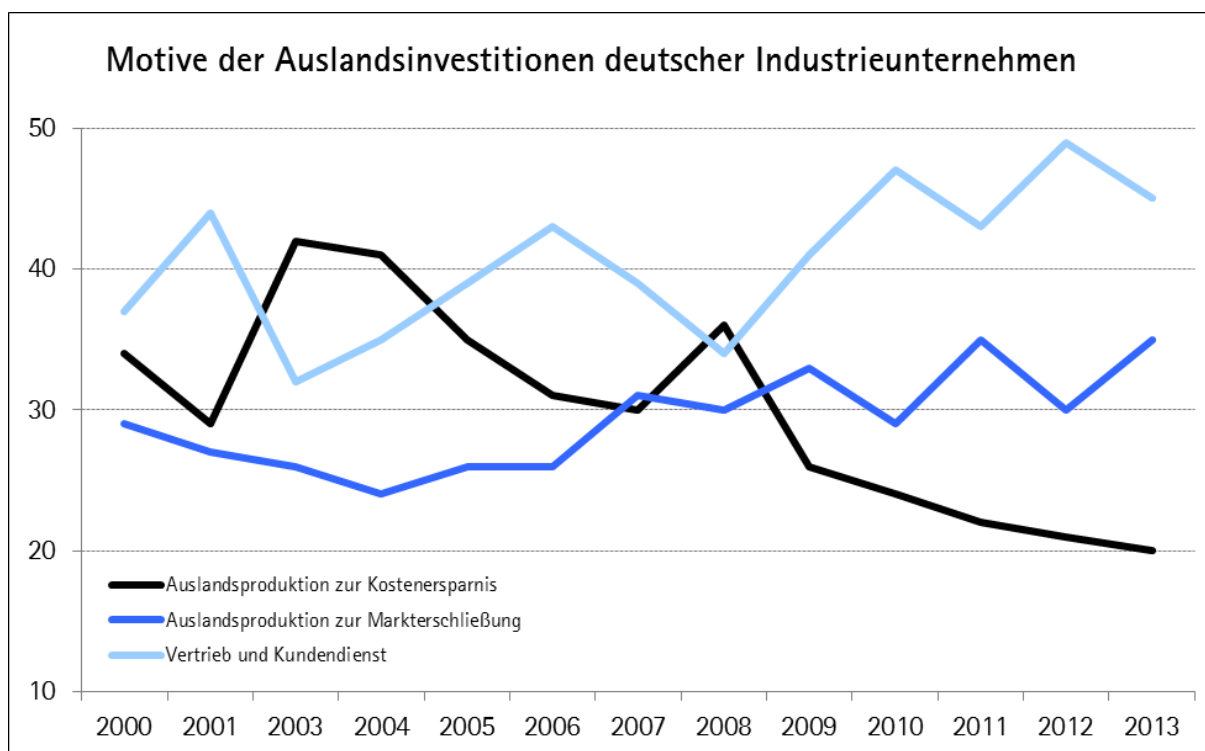
Nicht mehr nur Vertrieb und Kundendienst

Die wachsende Bedeutung der Markterschließung geht 2013 nahezu vollständig auf Kosten des Motivs „Vertrieb/Kundendienst“ – die etwas vorsichtigere Variante des Hineintastens in neue Märkte.

Mit 45 Prozent bleibt der Anteil freilich immer noch der höchste (Vorjahr: 49 Prozent). Im Vergleich zur Markterschließung verliert auch die Kostenersparnis weiter an Bedeutung. Nur noch jedes fünfte Unternehmen tätigt seine Auslandsinvestitionen aus diesem Grund (2012: 21 Prozent). Die Anzahl der Industrieunternehmen, die aus Kostengründen ins Ausland gehen, bleibt nahezu unverändert. Da 2013 insgesamt mehr Industriebetriebe im Ausland investieren wollen (46 Prozent nach 44 Prozent im Jahr 2012), verliert das Kostenmotiv aber relativ an Bedeutung. Damit setzt sich beim Kostenmotiv der Abwärtstrend seit 2003 (42 Prozent) fort. Der Anteil von 20 Prozent liegt somit deutlich unter dem langjährigen Durchschnitt von 31 Prozent. Alles in allem profitiert Deutschland weiterhin von den in den letzten Jahren verbesserten Standortbedingungen.

Markterschließung: Kundennähe A und O ...

Mehr als jedes dritte Industrieunternehmen investiert im Ausland mittlerweile in Produktionsstätten zum Zwecke der Markterschließung (35 Prozent). Die Produktion direkt vor Ort beim Kunden folgt meist auf den Aufbau von Vertriebs- und Service-



stellen. Sie erleichtert den Betrieben die Anpassung an lokale Erfordernisse und spart zudem Transportkosten. Dabei nehmen die Betriebe auch mehr Kapital in die Hand. Investieren die Unternehmen in die Markterschließung, liegen die Auslandsinvestitionsabsichten deutlich im expansiven Bereich (Saldo: 36 Punkte; insgesamt: 20 Punkte).

Vor allem für größere Unternehmen lohnt die Errichtung eigener Werke im Ausland. Mittlerweile gibt die Markterschließung mit eigenen Produktionsanlagen für 52 Prozent aller Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten den Ausschlag bei den Auslandsinvestitionen. Das sind sieben Punkte mehr als im Vorjahr und so viel wie noch nie zuvor. Traditionell spielt das Motiv „Markterschließung“ vor allem im Fahrzeugbau eine herausragende Rolle. 2013 steigt der Anteil weiter – von 58 auf 65 Prozent. In der Chemieindustrie wächst die Bedeutung der Markterschließung mit eigenen Produktionseinrichtungen ebenfalls merklich (Anstieg von 39 auf 48 Prozent). Im Baugewerbe spielt die Erschließung neuer Märkte mit 37 Prozent eine unverändert große Rolle.

Ihr Engagement zur Markterschließung steigern die Betriebe nahezu überall auf der Welt. China bleibt mit Abstand beliebteste Zielregion der Unternehmen mit Auslandsinvestitionen aus diesem Motiv (47 Prozent). Gerade in Nordamerika wollen deutlich mehr Unternehmen Produktionsstätten zur Markterschließung auf- oder ausbauen. Der Anteil dieses Motivs steigt dort von 30 auf 38 Prozent. Für die Unternehmen, die zur Markterschließung im Ausland investieren, ist Nordamerika damit inzwischen wichtiger als die EU-15. Dort gibt dieses Motiv nur noch für 22 Prozent der Unternehmen den Ausschlag. Zum einen sind die Märkte der EU-15-Staaten bereits weitgehend erschlossen, zum anderen ist dort vorerst weniger Dynamik zu erwarten.

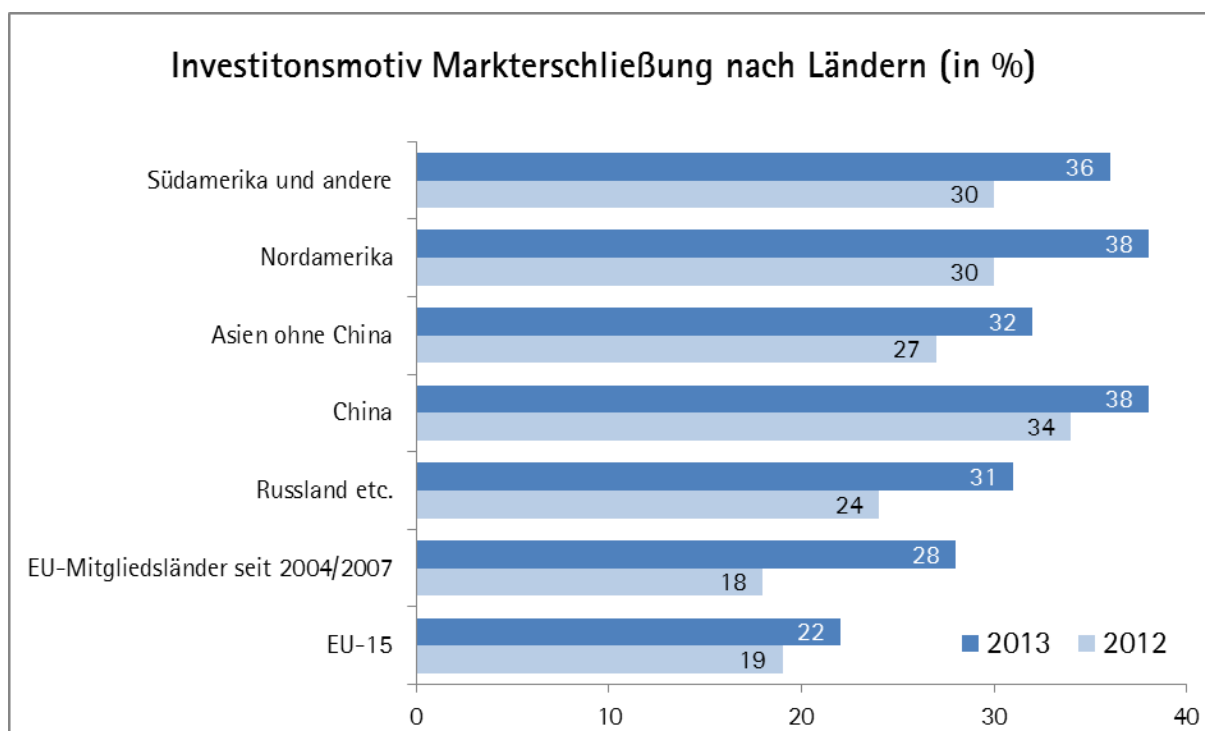
... und als Versicherung gegen Wechselkursrisiko

Auch der Wechselkurs spielt eine maßgebliche Rolle als Anstoß für die Markterschließung mit Produktionsstätten. Unternehmen, die zur Markterschließung im Ausland investieren, sehen in der Wechselkursentwicklung merklich häufiger ein Geschäftsrisiko als in der Exportindustrie insgesamt (18 gegenüber elf Prozent). Durch Produktion direkt beim Abnehmer vor Ort können Unternehmen ein währungsbedingtes Auseinanderklaffen von Einnahmen und Ausgaben vermeiden („natural hedging“).

Service – der Schritt vor der Produktion ...

Auslandsinvestitionen in Vertrieb und Kundendienst bleiben in der Industrie das wichtigste Motiv. Der Anteil geht zwar um vier Punkte auf 45 Prozent zurück, liegt aber weiterhin spürbar über dem Schnitt der letzten Jahre (41 Prozent). Damit bleibt der Trend dieses Motivs seit 2003 insgesamt aufwärts gerichtet. Investitionen in Vertrieb und Kundendienst sind häufig der Wegbereiter für einen Aufbau von Produktionsstätten zur Markterschließung – die Bedeutung dieses Motivs wächst im Trend seit 2004.

Im Jahr 2013 tritt die Bedeutung des Service-Motivs im Vergleich zur Produktion zwecks Markterschließung in allen Weltregionen in den Hintergrund. Auf den Vertrieb und Kundendienst konzentrieren sich derzeit vor allem die Auslandsinvestitionen der Hersteller von Schmuck, Musikinstrumente, Sportgeräte und Spielwaren (69 Prozent), von Elektrogeräten (61 Prozent), der Werkzeugmaschinenbauer (62 Prozent; Maschinenbau insgesamt: 54 Prozent). Traditionell einen hohen Stellenwert haben Vertrieb und Kundendienst im Ausland für die Gesundheitssparten Pharma und Medizintechnik (58 bzw. 74 Prozent).



... Teil des Kerngeschäfts für Dienstleister

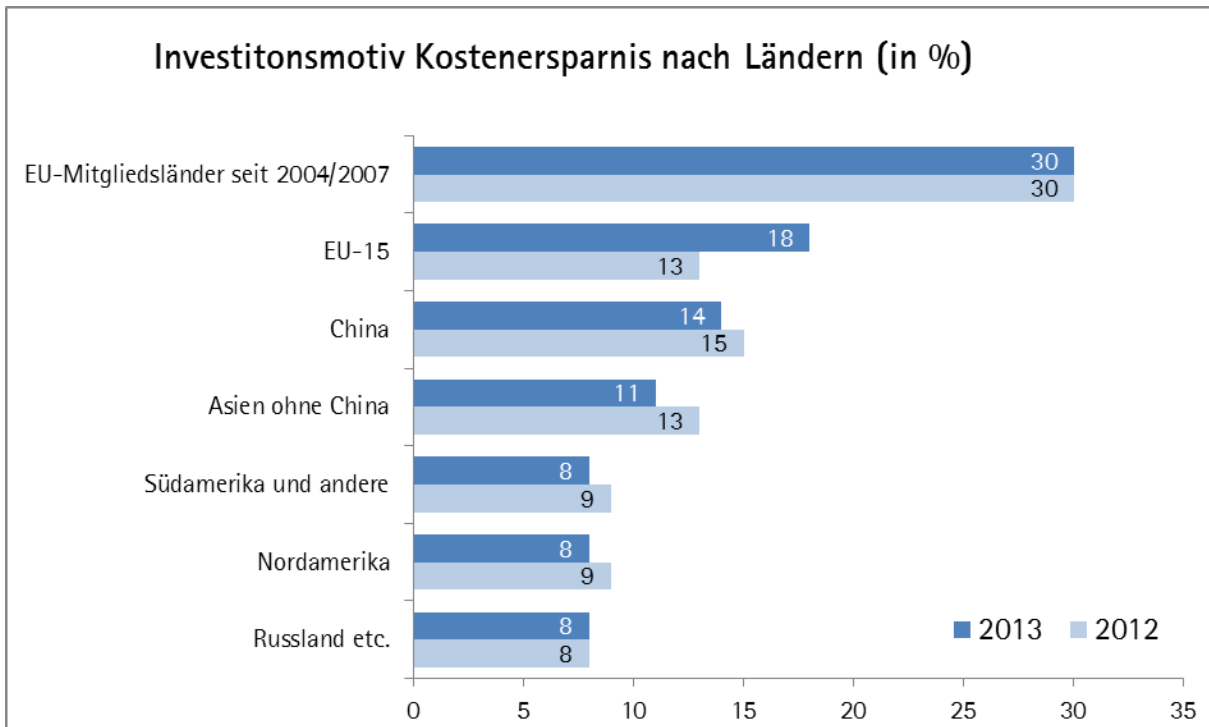
Natürgemäß spielen Vertrieb und Kundendienst im Dienstleistungsbereich die herausragende Rolle (59 Prozent). Finanz- und Versicherungsdienstleister (69 Prozent), IT-Dienstleister (60 Prozent), Architektur- und Ingenieurbüros (59 Prozent) und das Verkehrsgewerbe (54 Prozent) investieren vor allem aus diesem Grund. Auch bei Großhändlern und Handelsvermittlern dominiert dieses Motiv (74 Prozent).

Kostenmotiv verliert – nur noch relativ

Die Bedeutung des Kostenmotivs für die Auslandsinvestitionen lässt weiter nach. Für nur noch 20 Prozent der Industrieunternehmen gibt dieses Motiv den Ausschlag. Der Rückgang des Anteils ergibt sich mittlerweile allerdings nur noch aus der wachsenden Zahl der Betriebe, die Produktionsstätten zur Markterschließung errichten oder ausbauen wollen, während die Zahl der Unternehmen, die aus Kostengründen ins Ausland gehen, stabil bleibt. Dies sollte zumindest als erstes Warnsignal wahrgenommen werden. Immerhin reformieren die Staaten um Deutschland herum in großem Tempo.

EU-15 baut Kostenvorteile ab

An Bedeutung gewinnt das Kostenmotiv bei den Investitionen in den alten EU-Ländern – anders als in allen anderen Weltregionen. Für immerhin 18 Prozent aller Unternehmen, die in der EU-15 investieren wollen, sind Kostenersparnisse mittlerweile maßgeblich. Das sind fünf Punkte mehr als im Vorjahr und so viele wie seit fünf Jahren nicht mehr. Etliche dieser Länder machen sich mit Reformen als Standort attraktiv und schmelzen die Kostenvorteile gegenüber Deutschland ab. Damit werden sie auch für deutsche Unternehmen als Produktionsstandort für den europäischen Markt wieder interessanter. Nur für Auslandsinvestitionen in den neuen EU-Staaten ist das Kostenmotiv noch bedeutender (30 Prozent). Von den Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren wollen, zieht es 41 Prozent in die EU-15 (2012: 30 Prozent). Damit lösen die EU-15 die neuen EU-Staaten und China als Zielregion für Investitionen aus Kostengründen ab.



Heimatstandort profitiert – solange kein Kostendruck

Unternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen wollen 2013 auch im Inland mehr investieren und einstellen – wenn nicht Kostengründe für das Auslandsengagement ausschlaggebend sind. Zusätzliches Personal und Investitionen in Deutschland brauchen vor allem jene Unternehmen, die zwecks Vertrieb und Kundendienst im Ausland investieren – bei ihnen erfolgt die Produktion für den Auslandsmarkt nach wie vor hierzulande. Der Saldo ihrer Beschäftigungsabsichten hierzulande liegt bei neun Punkten, der Saldo ihrer Investitionsabsichten bei zehn Punkten (Industrie insgesamt: minus vier bzw. plus zwei Punkte). Auch wenn die Produktion zur Markterschließung Hauptmotiv der Auslandsinvestitionen ist, ist dies im Inland mit einer expansiven Tätigkeit verbunden. Der inländische Investitionssaldo der Unternehmen, die im Ausland aus Gründen des Produktionsaufbaus investieren, liegt bei sieben Punkten. Der Beschäftigungssaldo bei minus einem Punkt und erreicht damit einen Wert, der erfahrungsgemäß auf eine Aufstockung der Belegschaft hindeutet. Hingegen sind Auslandsinvestitionen aus Kostengründen im laufenden Jahr voraussichtlich mit einer reduzier-

ten Personalstand und schwacher Investitionstätigkeit verbunden (Salden: minus 14 bzw. minus fünf Punkte). Das unterstreicht, wie wichtig gute Standortbedingungen für eine positive Entwicklung hierzulande sind.

Kostennachteile mühsam abgebaut ...

Der Rückgang des Kostenmotivs seit 2003 von 42 auf mittlerweile 20 Prozent ist Ergebnis verbesserter Standortbedingungen hierzulande. Vor allem am Arbeitsmarkt sind die Kostennachteile Deutschlands insgesamt kleiner geworden – sowohl unmittelbar bei den Arbeitskosten als auch mittelbar durch Flexibilisierungsmöglichkeiten. Inzwischen erschöpfen sich die weltweiten Möglichkeiten zur Kostenersparnis allmählich – kostengünstige Standorte sind erschlossen, die Löhne steigen weltweit, zugleich drohen hierzulande eine Abkehr von der moderaten Lohnpolitik und zunehmende Regulierungskosten. Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren, sehen in den Arbeitskosten 2013 wieder ein merklich größeres Geschäftsrisiko als im Vorjahr (38 nach zuvor 30 Prozent) und deutlich häufiger als Unternehmen, die aus anderen Gründen im Ausland investieren wollen (27 Prozent).

Inländische Investitions- und Beschäftigungspläne von Industrieunternehmen, die im Ausland investieren (Saldo in Punkten)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Inländischer Investitionssaldo der Industrieunternehmen ...								
... insgesamt	10	21	15	-32	-8	27	14	2
... mit Plänen für Auslandsinvestitionen	13	25	20	-32	-6	37	17	6
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Kostenersparnis	3	10	16	-41	-6	32	9	-5
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Markterschließung	16	30	24	-30	-5	40	16	7
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Vertrieb/Kundendienst	18	31	22	-28	-6	38	21	10
Inländischer Beschäftigungssaldo der Industrieunternehmen ...								
... insgesamt	-7	11	11	-33	-19	16	8	-4
... mit Plänen für Auslandsinvestitionen	-3	19	23	-32	-16	29	15	1
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Kostenersparnis	-22	3	12	-51	-29	19	-1	-14
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Markterschließung	1	21	27	-28	-15	30	15	-1
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Vertrieb/Kundendienst	9	28	30	-25	-10	34	20	9

... Energiekosten nationale Sonderlast

Betriebe, die zur Kostenersparnis im Ausland investieren, nennen das Risiko „Energie- und Rohstoffpreise“ spürbar häufiger als Geschäftsrisiko (61 gegenüber 55 Prozent). Kommen hier zu steigenden Weltmarktpreisen nationale Sonderlasten hinzu, stellen diese eine zusätzliche Bürde für die heimischen Unternehmen im internationalen Wettbewerb dar – und vielfach einen Anlass, Produktion ins Ausland zu verlagern. Dazu dürfte auch die Energiewende beitragen, die die Wirtschaft derzeit skeptisch sieht.¹ Zum Jahresbeginn ist allein die EEG-Umlage um etwa 50 Prozent auf 5,28 Cent pro Kilowattstunde gestiegen; die energieintensive Industrie sieht die Diskussionen um die Einschränkung der besonderen Ausgleichsregelung mit großer Sorge. Unternehmen im internationalen Wettbewerb verlieren momentan zudem an preislicher Wettbewerbsfähigkeit gegenüber US-Unternehmen, die vor allem aufgrund der massiven

Schiefergasförderung von niedrigeren Energiepreisen daheim profitieren.

Aus Kostengründen wollen zum einen Betriebe traditionell arbeitsintensiver Sparten Textil/Bekleidung/Leder (Anteil Kostenmotiv 46 Prozent; Schnitt seit 2003: 48 Prozent) im Ausland investieren. Zum anderen stehen Auslandsinvestitionen aus Kostengründen in energieintensiven Branchen wie Glas/Keramik/Steinverarbeitung (Anteil Kostenmotiv 33, Schnitt seit 2003 25 Prozent) und in der Papierindustrie (Anteil Kostenmotiv 29, Schnitt seit 2003 36 Prozent) hoch im Kurs. Auch im Baugewerbe sind die Auslandsinvestitionen überdurchschnittlich stark von Kostengründen geprägt (22 Prozent). Hingegen geben sie im Fahrzeugbau immer seltener den Ausschlag (Rückgang gegenüber Vorjahr um sechs Punkte auf 18 Prozent, Schnitt seit 2003 32 Prozent).

¹ Vgl. IHK-Energiewende-Barometer 2012 des DIHK.

III ZIELREGIONEN DER AUSLANDSINVESTITIONEN

Globale Breite verfestigt sich

Die globale Orientierung der Unternehmen bei ihren Auslandsinvestitionen findet auch 2013 ihre Fortsetzung. Zwar spricht der Rückgang des Investitionssaldos um fünf auf nunmehr 16 Punkte für ein geringeres Expansionstempo beim Investitionsbestand im Ausland. Dennoch bearbeiten die Unternehmen die Märkte nach wie vor intensiv. Die Breite der Engagements ändert sich ebenfalls kaum. Weiterhin sind alle Weltregionen im Blick der Betriebe. Die neuen Zielregionen in den Schwellenländern Asiens und Lateinamerikas nehmen mittlerweile als Investitionsstandort der deutschen Industrie einen festen Platz ein.

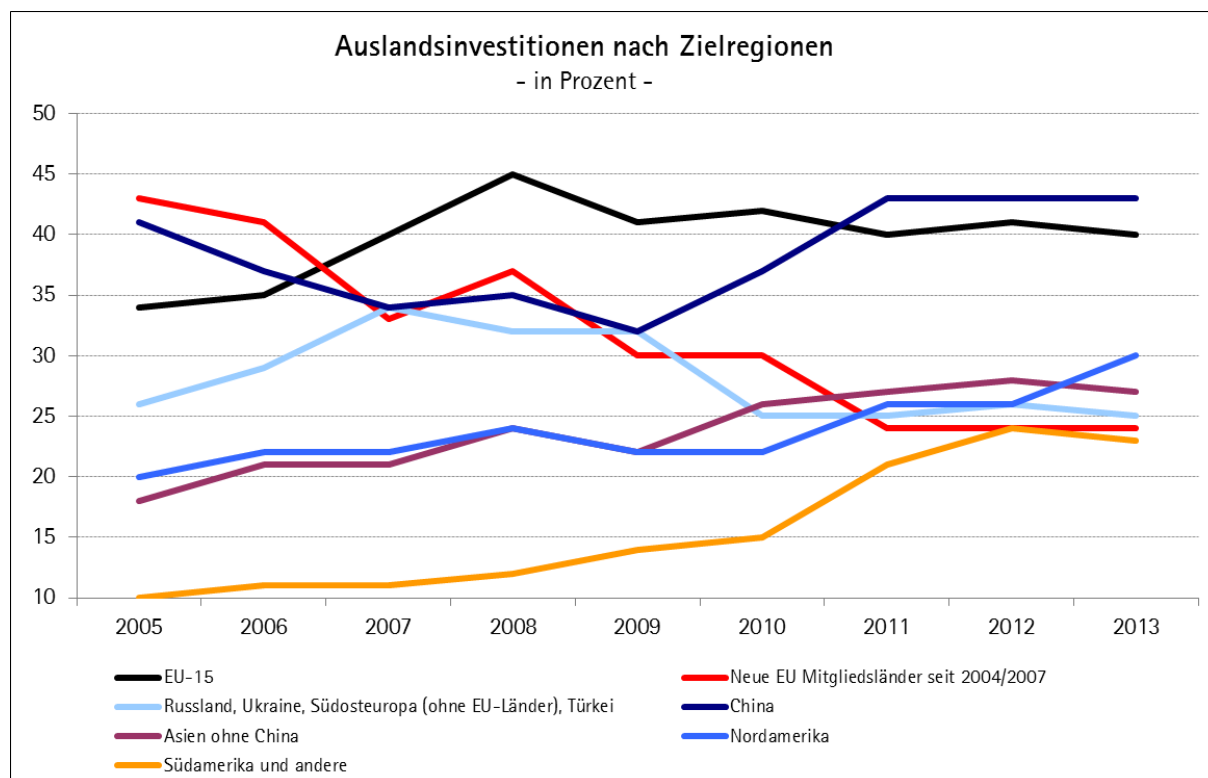
Mit ihren Investitionen sind die Unternehmen damit gerade in den wachstumsstarken Regionen der Welt engagiert und profitieren von der dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung. Gleichzeitig bleiben die Betriebe den etablierten Märkten treu. Zwar durchschreiten einige dieser Länder, insbesondere in der EU, eine harte wirtschaftliche

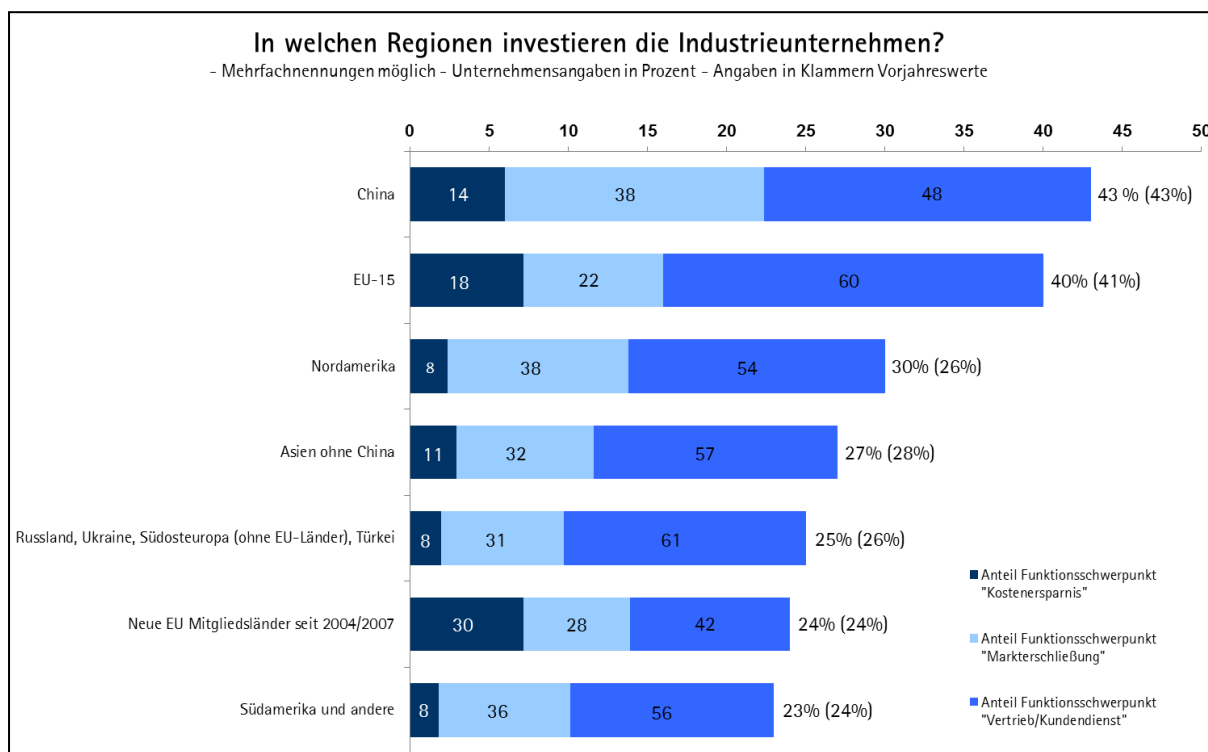
Schwächphase – was gerade die Unternehmen, die vor Ort tätig sind, deutlich spüren – dennoch bleiben die deutschen Unternehmen dort engagiert. Zudem wecken die Maßnahmen zur Beruhigung der Schuldenkrise und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit die Hoffnung auf einen Aufschwung.

China weiter TOP-Ziel

Das Reich der Mitte ist weiterhin Hauptanziehungspunkt der Investitionen von deutschen Industrieunternehmen – nunmehr zum dritten Mal in Folge. Bei wachsender Zahl von Unternehmen mit Auslandsinvestitionen bleibt der Anteil im Vergleich zum Vorjahr mit 43 Prozent konstant. Nicht nur, dass das Land seine Spitzenposition verteidigt, vielmehr erhöhen die Betriebe ihre Investitionsdynamik vor Ort noch einmal. Der Saldo aus „höheren“ und „geringeren“ Investitionsplänen liegt deutlich über dem Durchschnitt und auch über dem Wert vom Vorjahr. Das verdeutlicht, welche Chancen die Betriebe weiterhin in China für sich sehen.

Die veränderte Wachstumsstruktur in China spiegelt sich dabei auch in den Beweggründen deut-





scher Unternehmen, sich vor Ort zu engagieren, wider. Das Land will weg vom Billigstandort hin zu einer höherwertigen Produktion. Längst ist das Kostenmotiv mit nur 14 Prozent ins Hintertreffen geraten. Zum Vergleich: Noch 2006 gab jedes vierte Unternehmen an, in China aus Kostengründen zu investieren. Mit dem steigenden Lebensstandard ist das Land zum äußerst interessanten Absatzmarkt geworden. Bestes Beispiel sind die Absatzfolge deutscher Automobilhersteller. Daher erreicht das Motiv der Produktion durch Markterschließung vor Ort mit 38 Prozent einen neuen Höchstwert für das Land. Auch im Regionenvergleich ist dieser ein Spitzenwert.

Ganz oben auf der Agenda steht China bei den deutschen Fahrzeugbauern (73 Prozent), der Hochtechnologie (58 Prozent) sowie dem Maschinenbau (55 Prozent).

Europa bleibt im Blickfeld

Die Märkte der „alten“ Europäischen Union – also Westeuropas – verteidigen Platz 2 beim Auslandsengagement der deutschen Industrie. Die seit Jahren schwache wirtschaftliche Entwicklung macht

sich auch bei den Investments deutscher Unternehmen in der Region bemerkbar. Denn die Standorte waren zuletzt vornehmlich auf die Marktbearbeitung (Vertrieb und Kundendienst) ausgerichtet. Trotz der Krise in etlichen der Staaten wollen immerhin 40 Prozent der Betriebe Investitionen tätigen – ein Prozentpunkt weniger als im Vorjahr.

Die Betriebe wollen ihre Geschäftskontakte auch über die schwierige wirtschaftliche Phase hinaus vor Ort halten. Ziel ist, durch Präsenz vor Ort direkt von einer Konjunkturbelebung profitieren zu können. Es zeigt sich jedoch auch, dass die deutschen Industriebetriebe die Reformmaßnahmen in den Krisenländern spüren. Die Verbesserung der Standortbedingungen zeigt sich in den Investitionsmotiven der Unternehmen. Der Anteil der Unternehmen die aus Kostengründen investieren wollen, steigt um deutliche fünf Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Mit 18 Prozent ist dies der zweithöchste Wert der Regionen. Das zeigt, dass die Standorte ihre Kostennachteile aufholen.

Dennoch reicht es noch nicht für eine flächendeckende Beschleunigung der Investitionstätigkeit – dazu ist die Wirtschaftsentwicklung noch nicht

lebhaft genug. Der Investitionssaldo der Betriebe, die in den EU-15 Staaten investieren wollen, liegt deutlich unter dem Durchschnitt aller Regionen.

Gerade die Pharmazeutische Industrie, die Textilindustrie sowie die Gummi- und Kunststoffindustrie haben Europa als Standort in besonderem Maße im Blick (jeweils 48 Prozent).

Nordamerika klettert erstmals aufs Treppchen

Fast jedes dritte Unternehmen mit Engagements außerhalb Deutschlands möchte mit Auslandsinvestitionen in Nordamerika agieren. Mit 31 Prozent erreicht der Anteil einen neuen Höchstwert. Der Anstieg um vier Prozentpunkte ist eine deutliche Verbesserung im sonst vergleichsweise stabilen Regionenbild. Die gute konjunkturelle Entwicklung in den letzten anderthalb Jahren mit sinkenden Arbeitslosenzahlen und steigenden Unternehmensgewinnen macht insbesondere die USA als Standort attraktiv. Die deutschen Ausfuhren sind 2012 deutlich gestiegen. Mit neuen Investitionen vor Ort soll der Erfolg verstetigt werden. Denn gerade die Betriebe mit guten Exporterwartungen wollen in den USA investieren. Gleichzeitig gewinnt der Standort in Nordamerika durch seine geringeren Energiekosten besonders für energieintensive Investitionen in Zukunft weiter an Gewicht. Die vermehrte Förderung von Gas aus Schiefersandstein könnte perspektivisch die Abhängigkeit der USA von Energieimporten reduzieren. Bereits jetzt geben gerade energieintensive Branchen an, jenseits des Atlantiks investieren zu wollen. So wie die Chemie- und Pharmaindustrie mit 39 Prozent oder die Metallhersteller mit 33 Prozent. Hinzu kommt der Fahrzeugbau (45 Prozent). Zudem stehen vielfach deutsche Hersteller mit Fördertechnik vor Ort parat. Die günstigen Energiekosten können auch zum Wiedererstarken der industriellen Basis in den USA beitragen und damit zu wachsenden Unternehmensinvestitionen führen, was deutschen Anbietern ebenfalls zugute kommen könnte. Bei den Investitionsgüterherstel-

lern hat der Standort Nordamerika einen besonders hohen Stellenwert (35 Prozent; Vorumfrage: 30 Prozent).

Als großer Unsicherheitsfaktor schwebt jedoch die Haushaltssituation des Landes über der wirtschaftlichen Entwicklung. Der politische Dauerstreit verhindert nachhaltige Lösungen, die die Verunsicherung bei Unternehmen lindern könnten.

Wachstumsmärkte Asiens weiter auf der Agenda

Mit 27 Prozent (Vorjahr: 28 Prozent) will weiterhin ein großer Anteil der Industriebetriebe in den Wachstumsmärkten Asiens mit Investitionen vor Ort sein. Längst haben sich Länder wie Indonesien, Malaysia, Korea oder Thailand zu wichtigen Außenhandelspartnern entwickelt. Die geplante Einrichtung eines Binnenmarktes zwischen den ASEAN-Staaten ab 2015 eröffnet zudem neue Perspektiven. Die Region weist zudem den höchsten Investitionssaldo auf.

Gerade die dynamische Wirtschaftsentwicklung in Asien gibt Impulse für die Weltwirtschaft. Die seit Jahren kontinuierliche Entwicklung führt dazu, dass etliche neue konsum- und investitionsstarke Kunden deutsche Produkte nachfragen. Dementsprechend verschieben sich auch die Beweggründe für die Errichtung von Büros und Anlagen. Zwar liegt die Markterschließung durch Vertrieb und Kundendienst mit 57 Prozent noch an der Spitze. Jedoch nimmt das Motiv der Markterschließung durch Produktion vor Ort im Vergleich zum Vorjahr deutlich zu. Der Wert steigt von 27 auf 32 Prozent. Weiter zurück geht hingegen das Kostenmotiv (elf Prozent nach 13 Prozent im Vorjahr).

Vorweg bei einem Engagement marschieren der Maschinenbau (35 Prozent) und die Elektrotechnik (34 Prozent).

Go East – etwas gebremst

Die Märkte Osteuropas (außerhalb der EU) verlieren leicht an Bedeutung für die Auslandsinvestitionen der deutschen Industrie. Dennoch will weiterhin jedes vierte Unternehmen in der Region aktiv werden. Dynamische Märkte wie die Türkei und auch Kroatien mit seinem Beitritt zur EU können für einen Ausbau der Aktivitäten in der Region sorgen. Am bedeutendsten in der Region ist jedoch Russland. Trotz WTO-Beitritt muss der Markt vielfach wegen Local-Content-Vorschriften durch Investitionen vor Ort bearbeitet werden. Denn um Geschäfte ohne hohe Zoll- und Steuerbelastung sowie Einfuhrbürokratie tätigen zu können, sind signifikante Produktionsanteile vor Ort oftmals noch Pflicht.

Etliche Länder in der Region weisen jedoch gute Wachstumsraten auf, so dass sich deutsche Betriebe Geschäftsmöglichkeiten nicht entgehen lassen möchten. Von vorrangiger Bedeutung sind dabei Vertrieb und Kundendienst. Mit 61 Prozent liegt der Wert im Regionenvergleich am höchsten. Die Produktion zur Markterschließung folgt mit einem Wert von 31 Prozent. Setzt sich der Wachstumstrend in der Region in den nächsten Jahren jedoch fort, können sich noch mehr deutsche Unternehmen mit Produktionen zur Markterschließung engagieren. Das Kostenmotiv liegt mit acht Prozent abgeschlagen. Kosteneinsparungen lassen sich kaum noch erzielen – aufgrund einer oftmals geringen Produktivität und höheren Bürokratie. Im Vergleich besonders aktiv sind die Unternehmen der Branchen Glas und Keramik (45 Prozent), die Kraftfahrzeughersteller (39 Prozent) sowie die Pharmaindustrie (33 Prozent).

Beitrittsstaaten mit Konstanz

Nach einem schrittweisen Verlust an Bedeutung bleibt der Anteil der Betriebe, die in den Beitrittsstaaten von 2004 und 2007 investieren wollen, seit drei Jahren konstant. Der Wert liegt bei 24 Prozent. Insbesondere die Märkte Mittel- und Ost-

europas wie Tschechien, Slowenien oder Polen waren zu Beginn des Jahrtausends mit der EU-Beitrittsperspektive wichtige Standorte zur Produktion. Mittlerweile haben sich die Standorte fest in die Wertschöpfungskette der Unternehmen integriert und leisten einen Beitrag zu deren hohen Wettbewerbsfähigkeit.

Gerade durch ihre Nähe zu Deutschland, die Mitgliedschaft im Binnenmarkt und gute Standortbedingungen waren und sind die Länder für deutsche Unternehmen attraktiv. So sind Kfz-Zulieferer mit 44 Prozent besonders häufig in der Region engagiert, ebenso die Metallindustrie (34 Prozent). Allerdings sind die Märkte im Vergleich zu anderen Weltregionen relativ klein. Zudem dient die Produktion in diesen Standorten vornehmlich zur Belieferung der europäischen Märkte. Damit geht die Schuldenkrise nicht spurlos an den Engagements vorbei. Der Saldo der Investitionspläne liegt deutlich unter dem Durchschnitt. Und: 30 Prozent der Betriebe, die Investitionen in der Region planen, tun dies aus Kostengründen. So viel wie in keiner anderen Region.

Südamerika: Aufstieg erst einmal gestoppt

Nachdem das Engagement mit Auslandsinvestitionen in Lateinamerika in den letzten Jahren nur den Weg des Ausbaus kannte, ist die Entwicklung 2013 vorerst gestoppt. Der Anteil der Betriebe, die Büros oder Produktionsstätten vor Ort planen, sinkt um einen Prozentpunkt auf nunmehr 23 Prozent, freilich bei wachsender Zahl von Unternehmen mit Auslandsinvestitionsplänen.

Dabei ist auf dem Kontinent eine Zweiteilung festzustellen. Staaten mit restriktiver Handelspolitik wie Argentinien oder Bolivien versuchen durch Local-Content-Vorschriften Investitionen ins Land zu bekommen. Local-Content-Vorschriften zwingen Betriebe vielerorts, einen Mindestanteil der Wertschöpfung im Land zu erzielen, um höhere Steuern oder andere Belastungen zu vermeiden. Diese Strategie, um Investitionen ins Land zu leiten, ist aller-

dings kurzfristig. Sie zwingt ausländische Unternehmen zu weniger effizienten Produktionsmethoden und -bedingungen an teureren Standorten. Der daraus entstehende Wettbewerbsnachteil macht die hergestellten Güter teurer und teilweise qualitativ schlechter. Das führt auch zu negativen Folgen für die einheimischen Verbraucher und Unternehmen. Dadurch wird ein Engagement ausländischer Investoren unattraktiver. Das Schwerkriegs Brasiliens greift ebenfalls zu protektionistischen Instrumenten wie Importsteuern für Fahrzeuge. Wie auch im Fall Russlands zeichnet sich somit die Wirtschaftspolitik etlicher südamerikanischer Staaten durch restriktive und diskriminierende Vorgaben gegenüber ausländischen Investoren aus.

Auf der anderen Seite stehen Staaten wie Mexiko, Chile, Kolumbien oder Peru, die ihre Wirtschaft angetrieben vom Rohstoffreichtum öffnen und internationalisieren. Zugleich bieten die Binnenmärkte durch das Wachstum große Chancen – auch für deutsche Investoren. Gestützt wird die Entwicklung teilweise durch Handelsabkommen wie jüngst zwischen der EU, Kolumbien und Peru.

Beide Entwicklungen führen im Ergebnis dazu, dass sich die Art und Weise der Investitionen vor Ort wandelt. Das Motiv der Markterschließung durch Produktion nimmt mit 36 im Vergleich zu 30 Prozent im Vorjahr deutlich zu. Vertrieb und Kundendienst gehen hingegen von 61 auf 56 Prozent merklich zurück. Als Branchen sind insbesondere die Kraftfahrzeughersteller (49 Prozent), die Metallhersteller (29 Prozent) und die Chemische Industrie (29 Prozent) vor Ort aktiv.

Deutscher Investitionsschutz wichtiges Auffangnetz

Die Investitionen der deutschen Industrieunternehmen werden über ein Netz von über 140 bilateralen Investitionsschutzabkommen geschützt, die Deutschland mit Ländern in Europa und weltweit seit 1959 abgeschlossen hat. Knapp ein Fünftel

der Unternehmen, die ausländische Investitionen tätigen, betrachten dieses Instrument als grundsätzlich nützliches Auffangnetz. Weitere sechs Prozent der Betriebe erachten diesen Schutz als ausschlaggebend für die Wahl des Investitionslandes oder gar als entscheidend für ihre Investitionsabsichten. Investieren die Unternehmen zur Markterschließung im Ausland, liegen die Anteile spürbar höher (nützlich für 25 Prozent, Ausschlaggebend oder entscheidend fünf Prozent) – hier sind erfahrungsgemäß die größten Volumina zu stemmen. Aufgrund des typischerweise hohen Projektvolumens beurteilen vor allem die Unternehmen des Baugewerbes das Instrument als nützlich (34 Prozent). Bei den traditionellen Branchen sind sich im Fahrzeugbau (26 Prozent) und hierunter vor allem die Hersteller von Kfz-Teilen (30 Prozent) des Schutzes bewusst. Jeweils weitere sieben Prozent erachten ihn sogar als ausschlaggebend für die Wahl des Investitionslandes oder für die Investitionsentscheidung an sich.

Wichtig sind Investitionsschutzabkommen vor allem auf den besonders dynamisch wachsenden Märkten: in Südamerika sowie in Ost- und Südosteuropa (jeweils 32 Prozent), in Asien ohne China (29 Prozent) und in China (27 Prozent).

Das Vorhandensein eines deutschen Investitionsschutzabkommens mit dem Zielland ist notwendige Voraussetzung für die Aufnahme von Garantien des Bundes zur Absicherung politischer Risiken. Denn die deutschen Investitionsschutzabkommen stellen einen wichtigen Bestandteil der deutschen Außenwirtschaftsförderung dar – neben der Exportförderung und der Unterstützung bei der Erschließung neuer Märkte. Sie flankieren die Investitionsförderung und decken die Risiken ab, die sich nach der Investition ergeben können, wie beispielsweise die Enteignung. Die bestehenden deutschen Verträge bieten ein hohes Schutzniveau für Investitionen im Ausland. Auch wenn sich viele Entscheidungsträger in den Betrieben dieses besonderen Schutzes nicht immer ausdrücklich bewusst sind, zeigt die im internationalen Vergleich

hohe Investitionstätigkeit deutscher Unternehmen, dass das System insgesamt sicher und investitionsfördernd ist. Die Abkommen sind damit unverzichtbar.

Deshalb ist es für die deutschen im Ausland investierenden Unternehmen wichtig, dieses Schutzniveau auch bei der anstehenden Verschiebung der Kompetenz in der Investitionsschutzpolitik auf die EU-Ebene aufrecht zu erhalten. Mit dem Vertrag von Lissabon haben die EU-Mitgliedstaaten der Europäischen Kommission die Kompetenz übertragen, EU-weit geltende Verträge mit Drittländern zu verhandeln. Gleichzeitig stehen die bestehenden innereuropäischen Verträge auf dem Prüfstein

– als Schritt zur Vervollständigung des Binnenmarkts. Das Gesamtinteresse der deutschen Unternehmen ist hierbei klar: Nicht nur müssen mit dem Übergang verbundene Fragen über die Behandlung der bereits bestehenden Abkommen innerhalb der EU und mit Drittstaaten noch geklärt werden. Auch die Gewährleistung der Rechtssicherheit für die Investoren während des Prozesses und vor allem die Beibehaltung des hohen Schutzniveaus deutscher Investitionsverträge sind oberste Priorität. Der Schutz der deutschen Auslandsinvestitionen muss zu jedem Zeitpunkt gewährleistet werden. Auch künftige EU-Verträge müssen mindestens das gleiche Schutzniveau wie die bestehenden bilateralen Investitionsschutzverträge haben.

IV Fragen des DIHK zu den Auslandsinvestitionen der Unternehmen

1. **Wie werden sich die Ausgaben Ihres Unternehmens für Investitionen im Ausland im Jahr 2013 im Vergleich zum Jahr 2012 entwickeln?**
 - höher
 - gleich bleibend
 - geringer
 - in beiden Jahren keine Auslandsinvestitionen

2. **Welchen Funktionsschwerpunkt haben die Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens im Jahr 2013?**
 - Produktion zwecks Kostenersparnis
 - Produktion zwecks Markterschließung
 - Vertrieb/Kundendienst

3. **Wo plant Ihr Unternehmen 2013 Auslandsinvestitionen zu tätigen? (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 Bedeutung haben deutsche Investitionsschutzabkommen mit anderen Staaten für die Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens? (nur Einfachantwort möglich)**
 - keiner Bedeutung bewusst
 - nützlich als grundsätzliches Auffangnetz
 - ausschlaggebend für die Wahl des Ziellands
 - entscheidend, um zusätzlich von den Investitionsgarantien des Bundes profitieren zu können

V 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.
- Auslandsinvestitionen in der Industrie – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2010.
- DIHK-Industriereport 2010/2011 – Ergebnisse einer DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Herbst 2010.
- Auslandsinvestitionen in der Industrie – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2011.
- Industrie: Deutschlands Motor läuft rund – aber nicht von alleine – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, August 2011
- DIHK-Industriereport 2011/2012 – Ergebnisse einer DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Herbst 2011.
- Auslandsinvestitionen in der Industrie – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2012.
- Auslandsinvestitionen in der Industrie – Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2013.