



Rede

Die gesellschaftliche Dimension der Globalisierung

Stahl 2006
10. November 2006
CCD. Congress Center Düsseldorf
Stahl 2006 (Eisenhüttentag) WV Stahl, 11:25 Uhr

Jürgen Thumann
Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie

Redezeit: 15 Minuten
Es gilt das gesprochene Wort.

**Bundesverband der
Deutschen Industrie e.V.**
Mitgliedsverband der UNICE

Hausanschrift
Breite Straße 29
10178 Berlin

Postanschrift
11053 Berlin

Telekontakte
T: 030 2028-1432
F: 030 2028-2432

Internet
www.bdi-online.de

Sehr geehrter Herr Professor Ameling.
Meine sehr geehrten Damen
meine Herren.

Globalisierung ist ein uraltes Phänomen der Weltwirtschaft. Als Vasco da Gama um 1500 den Seeweg nach Indien entdeckte, erlebte Europa wohl seinen ersten „Globalisierungsschock“. Die Preise für Zimt, Pfeffer, Nelken, Muskat sanken dramatisch, nachdem die Venezianer ihr Handelsmonopol verloren hatten. Sollte sich da nicht langsam eine gewisse Globalisierungs-Routine eingestellt haben? Weit gefehlt! Globalisierung hat heute Hochkonjunktur. Es ist mehr denn je ein aktuelles Thema. In keiner Politikerrede, in keinem Wahlprogramm und in keiner Regierungserklärung fehlt es. Auch die heutige Konferenz zeigt das. Der Begriff „Globalisierung“ hat viele Facetten. Im Thema stecken viele Gegensätze. Für einige ist Globalisierung zum Synonym für die Spaltung der Welt in arm und reich geworden. Für andere ist Globalisierung in erster Linie ein gewaltiger Wachstumsmotor. Gerade in Ostasien wird die Armut immer weiter zurückdrängt. Auch aus deutscher Sicht gibt es scheinbare Widersprüche: Unser Land ist Exportweltmeister und zugleich Wachstumsschlusslicht. Wie geht das zusammen? Was sind die Ursachen?

Einige Merkmale der Globalisierung helfen uns bei der Erklärung. Ja, die Globalisierung hat den Strukturwandel beschleunigt. Gleichzeitig hat der Wettbewerb durch die Globalisierung eine neue Dimension erreicht. Wettbewerb bedeutet mehr als Markterfolge und Marktanteile einzelner Unternehmen. Wettbewerb findet heute auch zwischen Standorten statt. Dabei geht es um Attraktivität für international mobile Produktionsfaktoren: Investitionskapital, Technologie, hoch qualifizierte Arbeit. Der Wettbewerb zwischen Unternehmen und der Wettbewerb zwischen Standorten gehören eng zusammen. Ihr Bindeglied war stets die Standortbindung der Unternehmen. Unternehmen und Standort waren eine Einheit. Diese Selbstverständlichkeit gibt es nicht mehr. Der Zusammenhalt hat sich im Zuge der Globalisierung dramatisch zurückgebildet. Und auch der Markt veränderte sich. Für die Mehrzahl der Industrieunternehmen gilt längst: Der Weltmarkt ist der Heimatmarkt. Umsatzsteigerungen werden meist nur auf Auslandsmärkten erzielt. Verständlich, denn Wachstum findet auf Wachstumsmärkten statt. Die DAX-30 Unternehmen zum Beispiel, erwirtschaften inzwischen drei Viertel ihrer Umsätze im Ausland. Die Globalisierung bietet Unternehmen also viele neue Handlungsoptionen.

Die deutschen Unternehmen haben diese Chancen erkannt und nutzen sie! Dabei haben unsere Unternehmen teils schmerzhaft Umstrukturierungsprozesse hinter sich. In der Industrie blieb kaum ein Stein auf dem anderen. Strukturen wurden schlank gemacht,

Erblasten aus den üppigen 70er und 80er Jahren wurden beseitigt. Am Weltmarkt überleben heißt eben sich ändern!

Beispiel Offshoring: Der Anteil ausländischer Vorprodukte am deutschen Export ist in den vergangenen Jahren kräftig gestiegen. Von 25 % Mitte der 90er Jahre auf heute über 40 %! Die komplementäre Fertigung im Ausland eröffnet den Unternehmen Möglichkeiten zu Rationalisierung und Kostenreduktion. Das nutzt unserer Wettbewerbsfähigkeit! Und so bleibt die Außenwirtschaft Deutschlands wichtigstes Konjunkturprogramm: Jeder vierte deutsche Arbeitsplatz hängt von der Außenwirtschaft ab. Diese Abhängigkeit hat sich in den vergangenen Jahren sogar noch verstärkt. Die deutsche Exportquote ist von 25 % Anfang der 90er Jahre gestiegen auf heute 40 %. Internationalisierung, die „Flucht nach vorn“ – ist also die Erfolgsformel der deutschen Industrie. Wenn es um den Wettbewerb der Unternehmen geht, um die Performance der deutschen Unternehmen, dann können wir heute wieder stolz sein. Ja, stolz, das können wir ruhig mal sagen. Wir sind gut aufgestellt. Die Konjunktur läuft prächtig!

Aber anders sieht es aus mit der Wettbewerbsfähigkeit unseres Standortes. „Deutschland als Wachstumsschlusslicht“. Nach wie vor ist unser Standort von einer strukturellen Wachstumsschwäche gekennzeichnet. Trotz kräftigen Wachstums im laufenden Jahr - wir erwarten ein Plus von 2,4 % – belegt Deutschland einen der hintersten Ränge. Wenn diese Wachstumsschwäche anhält, ist das amerikanische BIP pro Kopf 2030 mehr als doppelt so hoch wie das deutsche. Selbst Spanien könnte unseren Wohlstand um 40 % übersteigen. Wo liegen die Gründe für die deutsche Wachstumsschwäche? Wie konnte es dazu kommen, dass der politische Reformprozess vom unternehmerischen quasi „abgehängt“ wurde?

Zugegeben: Die Wirtschaftspolitik steht in Zeiten der Globalisierung vor ganz neuen und schweren Herausforderungen. Ich nenne nur drei: Die Rahmenbedingungen müssen den Anforderungen global operierender Unternehmen gerecht werden. Wirtschaftspolitik muss also stärker als bisher die Voraussetzungen für die internationale Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen im Blick haben. Angesichts der Europäisierung sind unsere nationalen Handlungsmöglichkeiten deutlich geschwunden. Wie zum Beispiel in der Handelspolitik oder Währungspolitik. Und dann: Internationale wirtschaftspolitische Akteure werden immer wichtiger. Nationale Politik verliert durch internationale Regelsetzung an Durchschlagskraft. Stimmt es also, wie einige Kritiker sagen, dass allein der Markt die Politik bestimmt? Das wäre wohl übertrieben. Tatsache ist: Die Verschärfung des globalen Wettbewerbs erfordert erhebliche Anpassungsleistungen der nationalen Wirtschaftspolitik. Tatsache ist auch: Einen einfachen Ausweg wird es nicht geben.

Inzwischen gewinnt der Glaube, dass sich ein Damm gegen den rasanten weltwirtschaftlichen Wandel errichten ließe, an gesellschaftlichem und politischem Einfluss. Stichwort Protektionismus. Immer häufiger gibt es Bestrebungen, bestimmte „strategische Industrien“ oder einzelne „nationale Champions“ vor ausländischen Übernahmen zu schützen. Beispiel Mittal / Acelor: Hier hat die Politik versucht, Einfluss zu nehmen. Ohne Erfolg. Doch oft geht der Einfluss über drohende Worte hinaus: In Frankreich gibt es Regelungen für elf Branchen, die aus Sicherheitsgründen schützenswert sind. Beispielsweise die Verteidigungsindustrie. Aber auch Glückspielbetriebe werden geschützt. Will eine ausländische Firma sich beteiligen, dann ist sie abhängig von einer Genehmigung des französischen Wirtschaftsministeriums. Protektionismus pur! Der Ruf nach Schutz ist Resultat einer Verunsicherung, die in den Industrie- und Schwellenländern um sich greift. Psychologisch ist dieser Trend zum Protektionismus durchaus nachvollziehbar. Ökonomisch stellt dieser defensive Ansatz keine vernünftige Antwort dar. Er erkaufte vermeintliche Sicherheit mit Wohlfahrtsverlusten für alle. Deshalb muss der Geist des Protektionismus in die Flasche zurück. Und zwar schnell!

Wir müssen uns vielmehr auf die echten Stärken unserer Wirtschaft besinnen. Denn: Viele unserer Probleme sind allein hausgemacht. Damit Deutschland für die Herausforderungen der Globalisierung gewappnet ist, braucht es eine Doppel-Strategie. Zum einen müssen die Wachstums-Bremsen gelockert werden. Die Themen lauten: Arbeits- und Sozialkosten, Unternehmenssteuern, Regelungsdichte, Bürokratie. Die klassische Standortdebatte. Die bekannten Schwächen müssen konsequent abgebaut werden. Diese Schritte sind notwendig, reichen aber nicht aus, um wieder mithalten zu können. Ein Zweites muss hinzukommen. Wir müssen unsere Standortvorteile konsequent ausbauen! Die Themen sind klar: Bildung, Forschung, Technologie, Innovation, Infrastruktur. Und auch weiche Faktoren wie Kinderfreundlichkeit gehören dazu! Wir wissen: unsere Politik tut sich schwer, Reformen anzupacken. Sie tut sich erst recht schwer, den Reformkurs dann auch konsequent zu halten. Das kann man der Politik vorwerfen.

Aber auch der Souverän, das Volk, erscheint nicht besonders reformfreudig. Angst vor Veränderung dominiert. Es geht um einen klaren Perspektivenwechsel: Weg vom Pessimismus. Hin zum Nutzen unserer Chancen! Ich weiß: Ein solches Plädoyer ist kein Selbstläufer. Der deutschen Industrie, den deutschen Unternehmern, kommt eine Vorbildrolle zu. Wer, wenn nicht wir, kann zeigen, wie Globalisierung in Erfolg umgemünzt werden kann? Wer, wenn nicht wir, kann belegen, dass der Wandel der richtige Weg in die Zukunft ist? Ein Mentalitätswechsel braucht Visionen, die begeistern. Ein Mentalitätswechsel braucht Menschen, die sie umsetzen. Ein Mentalitätswechsel will Geduld

und Ausdauer. Schon Max Weber wusste, "Politik ist ein starkes langsames Bohren von harten Brettern mit Leidenschaft und Augenmaß zugleich". An Holz mangelt es nicht. Nun gilt es, den Bohrer mit Mut an der richtigen Stelle anzusetzen. Dann meistert Deutschland auch die Herausforderungen der Globalisierung!