

Rede von Fred B. Irwin,
Präsident der Amerikanischen Handelskammer in Deutschland
(AmCham Germany)
„Stärken und Schwächen des
Wirtschaftsstandorts Deutschland –
Eine amerikanische Sichtweise „

Anlässlich der Auftaktveranstaltung zum
IHK Jahresthema „Standortvorteil Recht“
10.02.2005 -- 10 Uhr

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT!

Herr Braun, sehr geehrte Frau Ministerin, meine Damen und Herren:

Herzlichen Dank für Ihre nette Einführung und die Einladung heute.

Ich freue mich sehr, dass ich die Gelegenheit habe, mit Ihnen über die Stärken und Schwächen des Standortes Deutschland aus der Sichtweise des amerikanischen Investors zu sprechen.

Zu Beginn möchte ich Ihnen einige Fakten über US-Investitionen in Deutschland darlegen.

In Deutschland, gibt es 2.000 Firmen mit amerikanischem Kapital.

Damit verbunden sind €10 Milliarden Investitionen, über 800.000 direkte und 2.3 Millionen indirekte Arbeitsplätze.

Obwohl die USA mehr mit NAFTA handelt, haben amerikanischen Firmen mehr in Deutschland investiert als in irgendeinem anderen Land der Welt -- und diese Zahl wächst.

Durch Exporte im Wert von €65 Milliarden ist Deutschland auch weiterhin der wichtigste Handelspartner der USA in Europa.

Diese Zahlen belegen, wie eng Deutschland und die USA wirtschaftlich miteinander verbunden sind.

In 2004, haben US-Unternehmen überproportional in den Standort Deutschland investiert.

Ein Drittel der 2.000 Unternehmen hat mehr als 40% der europäischen Investitionen in Deutschland getätigt.

Aber trotz der getätigten Investitionen gab es keinen Beschäftigungsaufbau.

Unternehmen tendieren eher dazu, in Technologien zu investieren, die ihre Fixkosten reduzieren, anstatt in neue Produktionsanlagen.

Trotz struktureller Probleme, trotz Wachstumsschwäche, hoher Lohnkosten und eines rigiden Arbeitsmarkts ist es möglich, dass die Unternehmen in Deutschland Gewinn erwirtschaften.

30% der US-Firmen in Deutschland generieren 10% der globalen Einnahmen und 10% der globalen Gewinne.

Diese werden zu einem Großteil wieder in Deutschland investiert und nicht als Dividende ausgeschüttet.

US-Unternehmen in Deutschland haben einen durchschnittlichen Marktanteil von 20% in den Branchen, in denen sie tätig sind.

Durch die Kaufkraft amerikanischer Private Equity Gesellschaften wird der Marktanteil bis 2010 auf 30% steigen.

Seit dem Jahr 2000 wurden bereits €3 Milliarden von amerikanische Private Equity Gesellschaften in Deutschland investiert.

Amerikanische Firmen glauben, dass die gewachsenen deutschen Standorte ein großes Potential haben.

Aber, meine Hauptsorge ist das deutsches Kapital im Ausland investiert wird und nicht in Deutschland.

Deutschland hat das Zeug dazu, Weltmeister in Wissen and Know-how zu werden.

Wissen and Know-how sind der Treibstoff für mehr Innovation und Wachstum.

Wachstum ist nicht alles – aber ohne Wachstum ist alles nichts.

Dieses Land hat die bestausgebildeten Arbeiter und die innovativsten Unternehmen und somit alle Chancen, auch künftig an der Spitze zu stehen.

Die Leistungsstärke und Innovationskraft der deutschen Wirtschaft sind für ausländische Investoren ausschlaggebend bei der Standortentscheidung.

Wir sollten mehr Enthusiasmus für die guten Dinge in Deutschland entwickeln, anstatt über Dinge zu jammern die nicht zu ändern sind.

Enthusiasmus und harte Arbeit haben Deutschland nach vorne getrieben und werden es auch wieder.

Mit etwas Enthusiasmus und Mut könnten für die meisten unserer Probleme in unserer Gesellschaft und Wirtschaft Lösungen gefunden werden.

Bei uns sieht es wirtschaftlich viel besser aus, als die Medien uns immer vermitteln.

Dieses Land bewegt sich, und es gibt eine Vielzahl guter Nachrichten.

Deutschland ist ein Standort ersten Ranges und viel besser als sein Ruf.

Die Menschen in Deutschland sind der wichtigste Standortvorteil.

Schade ist, dass die Deutschen es selbst nicht wissen und die, die es wissen, werden es nicht zugeben.

Nun, bei all diesen positiven Nachrichten, die uns freuen, gibt es dennoch ein Problem, das nicht in den Medien diskutiert wird.

Die wirtschaftliche Kluft zwischen Deutschland/EU und den USA wird immer größer:

- Die USA hat 4.7% der Weltbevölkerung; 21% globalen Wohlstand
- In 16 der vergangenen 20 Jahre, wurden in den USA über 4% Wachstum erzielt
- Von den 100 führenden globalen Markenzeichen, hatte die USA 65, Deutschland 6.
- 41 der 100 umsatzstärksten Unternehmen weltweit sitzen in den USA.
- In den letzten 10 Jahren gingen zum Beispiel 5 % der Nobelpreise an Deutschland und an die USA 70% .

Die Preisträger sind nicht alle in den USA geboren.

Was mich persönlich nachdenklich macht ist, hat mit den Menschen zu tun.

Eine große Zahl junger Menschen gehen weg aus Deutschland.

Unsere besten und talentiertesten jungen Männer und Frauen verlassen Deutschland und bleiben im Ausland. Viele leben in den USA.

Ihr Know-How ist somit für Deutschland für immer verloren.

Wir brauchen in Deutschland ein Umfeld, in dem junge Leute die Möglichkeit haben zu wachsen und ihre Ideen und, sogar, Träume zu verwirklichen.

Vor 3 Jahren hat Citigroup Deutschland das Programm „Fit für die Wirtschaft“ ins Leben gerufen.

400 freiwillige Citigroup Mitarbeiter gehen in deutsche Schulen und geben 14 bis 16-Jährigen Wirtschaftsunterricht.

Auch ich war in den letzten 3 Jahren einer der Ausbildenden und fand es faszinierend.

Aber die Kinder fragten mich immer wieder über die Möglichkeiten, in den USA zu arbeiten.

Ich ermutige diese Kinder hier in Deutschland zu bleiben.

Aber sie stellen eine Gesellschaft in Frage, die sich einerseits durch großen Wohlstand auszeichnet, andererseits aber Jahr-für-Jahr 20% Jugendarbeitslosigkeit toleriert - sich aber weigert, in Erwägung zu ziehen, einen Tag Urlaub pro Jahr abzugeben, um die Unternehmen wettbewerbsfähiger zu machen.

Bei der Diskussion über den Wirtschaftsstandort Deutschland fällt auf, dass sie überwiegend mit Negativäußerungen behaftet ist.

Schlagworte wie „kranker Mann Europas“ machen die Runde.

In den letzten Jahren hat es sich fast zu einem neuen Nationalsport entwickelt, dass Deutsche über Deutschland klagen.

Das ist sogar beliebter als Fußball.

Es beeinflusst jedoch das Image Deutschlands - vor allem im Ausland - sehr negativ.

Jürgen Weber, Commissioner, sagte: „Die Miesmacherei ist manchen so in Fleisch und Blut übergegangen, die merken das gar nicht mehr.“

Die Flut schlechter Nachrichten hat schwer auf das deutsche Gemüt geschlagen.

In Zeitungsartikeln, Podiumsdiskussionen und Talk-Shows wird immer wieder gerne das Klagelied über die gesunkene Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands angestimmt.

81% der sich mit Politik befassenden Schlagzeilen auf der Titelseite der Bild-Zeitung in 2004 waren negative oder Angst machend.

Kein Land kann das, auf die Dauer, aushalten.

Interessant ist, dass in den meisten Artikeln Deutsche zitiert werden, die über Deutschland reden.

Wären Ausländer zitiert worden, wären die Artikel viel positiver ausgefallen.

Wir müssen den Eindruck ändern, dass Deutschland mehr an der Vergangenheit festhält als nach der Zukunft zu streben.

Wir verteidigen den Status quo, weil wir risikoscheu sind und keine Veränderung mögen.

Auch Sie wissen: Leute, die jedes Risiko scheuen, gehen das größte Risiko ein.

Veränderungen sind notwendig.

Um ein Produkt zu verkaufen, müssen wir überzeugt von ihm sein und es positiv darstellen.

Wir müssen überzeugt von dem Produkt Deutschland sein.

Deutsche sind stolz auf ihre Tugenden, von denen eine Bescheidenheit ist.

Aber Bescheidenheit ist keine Tugend wenn es darum geht, Deutschland positiv darzustellen.

Wenn deutsche Politiker über Reformen in Deutschland sprechen, dann nennen sie oft die USA als Beispiel wie man es nicht machen sollte.

Sie sprechen über das große Staatsdefizit, das schwache Sozialsystem oder das berüchtigte "Hire and Fire"-Prinzip.

Für die meisten Deutschen, hört sich das wirtschaftliche System der USA beunruhigend an.

Immer wieder höre ich deutsche Politiker sagen, dass sie das amerikanische Wirtschaftssystem nicht als Modell für Deutschland wollen.

Das Modell der USA ist auf wirtschaftlichem Wachstum basiert und nicht auf dem Beibehalten des Status Quo.

Es verfolgt die Einstellung, innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln anstatt Technologien von gestern zu schützen.

Eigenverantwortung wird belohnt, eine „Prämie“ wenn man arbeitslos ist, gibt es nicht.

Aber oft gemeint ist die Frage nach sozialer Gerechtigkeit und das „hire and fire“-Prinzip.

Ich kenne kein US-Unternehmen, das "hire and fire" als Firmenphilosophie hat.

Amerikanische Unternehmen haben marktakzeptierte Regeln, wie sie mit wirtschaftbedingten Kündigungen umzugehen haben.

Würde es Sie überraschen, dass es, prozentual gesehen, in den letzten 3 Jahren in Deutschland mehr Kündigungen gab als in den USA?

Deutschland verfügt über ein funktionierendes und ausgewogenes Rechtssystem und ist nicht zuletzt daher im internationalen Vergleich ein attraktiver Wirtschaftsstandort-Vorteil.

Aber viele Unternehmen klagen über das überregulierte und komplizierte deutsche Recht.

Die mangelnde Flexibilität des Arbeitsrechts und das undurchschaubare Steuerrecht stehen immer wieder an erster Stelle der Kritikpunkte.

Viele glauben, dass das deutsche Rechtssystem das kreative Potenzial der Deutschen lähmt.

Die deutschen Arbeitsgerichte verhindern keine Kündigungen und die deutschen Arbeitsgesetze schaffen keine neuen Arbeitsplätze.

Nur eine gesunde, wachsende Wirtschaft ergreift Innovation, Gelegenheiten und setzt auf Wachstum.

Wohlstand und neue Arbeitsplätze setzen Unternehmen voraus die Gewinn machen.

Die USA sind sicher kein Marktmodell für die Bundesrepublik, aber wir können gegenseitig voneinander lernen.

Goethe sagte: „Das Gleiche lässt uns in Ruhe, aber der Widerspruch ist es, der uns produktiv macht“.

Wir müssen das Konzept der sozialen Gerechtigkeit mit den Herausforderungen einer globalen Wirtschaft in Einklang bringen.

„Pessimisten sehen die Ungleichheiten. Optimisten glauben sie können sie bezwingen.“

Um das Vertrauen in Deutschlands wirtschaftliche Stärke wieder zuherstellen, brauchen wir einen *emotional turnaround* – einen Wandel in der Mentalität und der Ansichten.

Wir in Deutschland müssen daran glauben die Dinge erreichen zu können, die uns der Rest der Welt bereits zutraut.

Und, natürlich, wir müssen wachsen *wollen*, bevor wir wachsen *können*.

Winning isn't everything, but the will to win is everything.

We must reinvent the will to win in Germany.

Als Land der Ideen müssen wir in den Menschen neue Lust auf Wachstum und Eigenverantwortung wecken, basiert auf Tugenden wie Qualität, Fleiß, Effizienz und Präzision.

Wenn uns heute dieselbe Kraft und Enthusiasmus antreiben würden, die uns in den 50-ern und 60-ern zum Erfolg geführt haben, könnten die meisten sozialen und ökonomischen Probleme Deutschlands gelöst werden.

Hier liegt die Herausforderung an uns und für Deutschland.

Ich danke Ihnen.

Für weitere Informationen:

American Chamber of Commerce in Germany e.V.
Patricia Limburg, Manager Government & Press Relations
T 069/ 929 104 - 41
F 069/ 929 104 - 11
E plimburg@amcham.de