

Gute Geschäfte trotz schlechter Stimmung

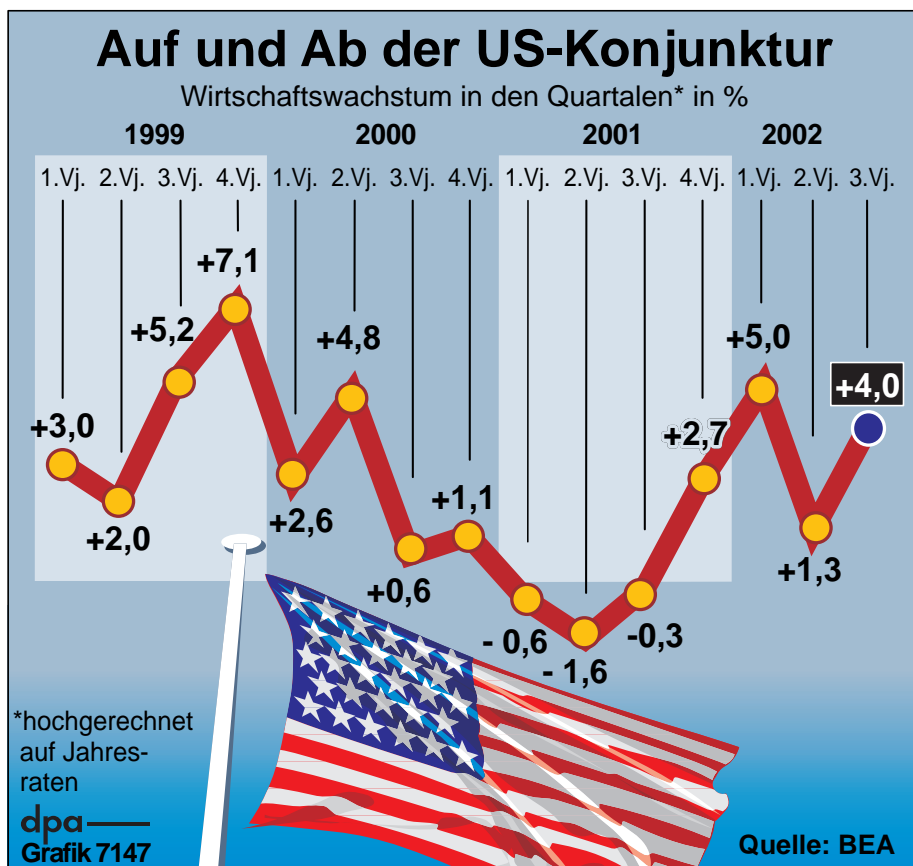
Repräsentative Umfrage der deutsch-amerikanischen Handelskammer bei deutschen Firmen in den USA

Die derzeitige politische Schlechtwetterlage scheint die Geschäfte der deutschen Unternehmen im amerikanischen Markt kaum zu beeinflussen. Nicht einmal ein Prozent der befragten Firmen vermelden echte messbare Geschäfts- oder Umsatzeinbußen aufgrund der Spannungen zwischen Berlin und Washington. Jedoch berichten 40 Prozent von spürbarer Beunruhigung sowohl innerhalb der einheimischen Belegschaft als auch bei externen U.S.-Kontakten als Reaktion auf die gegenwärtige Verstimmung beider Regierungen.

Dies sind die beiden Kernaussagen einer im Februar durchgeführten Untersuchung der deutsch-amerikanischen Handelskammer New York in Zusammenarbeit mit der U.S.-Tochter der Düsseldorfer Unternehmensberatung Droege & Comp. bei über 400 deutschen Firmen, darunter die Top-100-Unternehmen sowie ein repräsentativer Querschnitt aller Branchen, Größen und Regionen.

„Die Tatsache, dass lediglich vier der befragten deutschen Firmen von Geschäftseinbußen als Konsequenz auf die gegenwärtigen politischen Spannungen zu berichten wissen, ist ein Beweis für die soliden, jahrzehntelang gewachsenen Geschäftsverbindungen zweier starker Industrienationen,“ ist sich Werner Walbröl, Präsident der Deutsch-Amerikanischen Handelskammer, sicher. „Sorgen bereiten muss jedoch die zunehmend feststellbare Verunsicherung und Irritation bei den amerikanischen Mitarbeitern und Geschäftspartnern,“ weist Walbröl auf eine bisher wenig beachtete, potenziell schädliche Konsequenz der derzeitigen politischen Verstimmung hin.

Angesichts der teilweise widersprüchlichen Informationen, Meinungen und Vermutungen in der deutschen und amerikanischen Öffentlichkeit sollte die Studie



feststellen, ob die derzeitige politische Lage konkret messbare Auswirkungen auf die Geschäfte deutscher Tochterunternehmen in den USA hat.

Der bisher kaum nachweisbare Einfluss der gegenwärtigen politischen Situation auf den Geschäftserfolg deutscher Unternehmen in den USA geht einher mit einer bemerkenswert zuversichtlichen Einschätzung des zukünftigen Risikos für die geschäftliche Entwicklung. Lediglich zehn Prozent der Befragten drücken ihre Besorgnis aus über mögliche negative Auswirkungen im Falle eines Andauerns oder einer Verschärfung der politischen Stimmung.

Der Grad der Besorgnis ist jedoch industrie- und unternehmensspezifisch unterschiedlich: Große Firmen sehen sich im Gegensatz zu kleineren und mittleren Fir-

men wenig oder gar nicht betroffen. B2B-Unternehmen sind fast gar nicht tangiert, während sich der B2C-Handel naturgemäß gefährdeter sieht. Im Falle einer Zunahme des öffentlichen Meinungsdrucks der Amerikaner erwarten speziell die Branchen des öffentlichen Sektors wie zum Beispiel Energie und Rüstung oder auch das Baugewerbe potenziell stärker betroffen zu werden als bisher. Dasselbe gilt für die Reisebranche, die einen reziproken Rückgang der Reisetätigkeit zwischen den USA und Deutschland befürchtet.

Heißt es auf der geschäftlichen Seite weiterhin „business as usual“, so sehen sich doch viele Unternehmen angehalten, auf interne und externe Besorgnisse ihrer Mitarbeiter und Kunden zu reagieren. Nicht ganz unerwartet gibt es mittlerweile bei

über 40 Prozent der befragten Unternehmen Nachfragen der amerikanischen Beschäftigten, die ein klares Bekenntnis zur Basis von der Firmenleitung und nicht zuletzt vom deutschen Mutterhaus einfordern. Ebenso offensichtlich ist die potenzielle Gefährdung aller Unternehmen besonders hoch, die in der Öffentlichkeit die deutsche Herkunft ihrer Produkte in den Vordergrund stellen und damit zum Synonym für das bisher positiv besetzte Prädikat „Made in Germany“ geworden sind.

„Die interne wie externe Kommunikation wird die große Herausforderung in den kommenden Monaten für die hier operierenden deutschen Firmen,“ weiß Markus Lahrkamp, Präsident von Droege & Comp., Inc..

Die größte Gefahr für die in der amerikanischen Öffentlichkeit als deutsch iden-

tifizierten Firmen und Produkte sieht Lahrkamp in dem möglichen Wettbewerbsvorteil für die einheimischen und ausländischen Konkurrenten, die eine Eskalation der Verstimmung der einheimischen Öffentlichkeit zum Nachteil deutscher Unternehmen ausnutzen könnten. „Um frühzeitig eventuell auftretende negative Trends im Konsumverhalten zu erkennen, muss dieses noch intensiver als bisher beobachtet und gegebenenfalls die Kommunikationspolitik kurzfristig angepasst werden“, fordert Lahrkamp. ■

Weitere Informationen: Werner Walbröl, Deutsch-Amerikanische Industrie- und Handelskammer New York, Telefon 001 212/974 88 30.

Namen & Nachrichten

Thyssengas-Geschäftsführer Christian Heinrich verstorben

Nach kurzer, schwerer Krankheit ist kürzlich Christian Heinrich, einer der beiden Geschäftsführer der Thyssengas GmbH, verstorben. Christian Heinrich, insbesondere verantwortlich für Technik, Erdgasbeschaffung und Logistik, war 1996 vom Gesellschafter Shell zur Thyssengas gestoßen. Hier hat er maßgeblich an der Umgestaltung des Unternehmens im Zuge der Energiemarktliberalisierung mitgewirkt. Damit hat er in verantwortlicher Position dazu beigetragen, dass das Unternehmen heute auf der Erdgasimport- und Großhandelsstufe hervorragend aufgestellt ist und im Wettbewerb erfolgreich agiert. Auch in zahlreichen nationalen und internationalen Gremien war Christian Heinrich ein geschätzter und gefragter Fachmann. Christian Heinrich hatte im November 2002 sein 50. Lebensjahr beendet. Sein unternehmerischer Tatendrang ist jäh zum Stillstand gebracht worden. Das Unternehmen trauert mit den Angehörigen, dankt ihm für sein hohes Engagement und wird ihn in guter Erinnerung behalten.

Sachverständigenwesen

Heiner Gielen, Wachtendonk, ist mit Wirkung zum 29. Januar 2003 nicht mehr als Sachverständiger für Kraftfahrzeugbewertung und Untersuchungen an Kraftfahrzeugen auf technische Mängel öffentlich bestellt und vereidigt.

Besorgniserregende Selbstzufriedenheit der Bundesregierung

DIHK kritisiert Jahreswirtschaftsbericht 2003

„Die Selbstzufriedenheit der Bundesregierung mit ihrer Wirtschafts- und Finanzpolitik ist besorgniserregend“. Mit diesen Worten kommentiert der Hauptgeschäftsführer des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) Martin Wansleben den heute vorgelegten Jahreswirtschaftsbericht.

So werde die Bundesregierung bei der Rücknahme ihrer Prognosen für Konjunktur und Beschäftigung dem Ernst der aktuellen Lage in Deutschland nicht ausreichend gerecht. Die Hoffnung auf einen vom Export angestoßenen Aufschwung dürfe für die Bundesregierung kein Vorwand sein, sich mit ihren bisherigen wirtschaftspolitischen Reformansätzen zu begnügen – so Wansleben weiter. Sich auf außenwirtschaftliche Impulse zu verlassen, sei nach Auffassung des DIHK angesichts eines drohenden Irak-Krieges und angesichts des starken Euro-Außenwertes ein

waghalsiges Unterfangen. Das aktuelle Vertrauenstief bei Investoren und Konsumenten werde, so der DIHK, durch die Bundesregierung offenbar unterschätzt. Deshalb befürchtet der DIHK, dass die Rücknahme der BIP-Wachstumserwartung von 1,5 Prozent auf 1 Prozent für das Jahr 2003 nicht ausreichend ist. Vor diesem Hintergrund erscheine die Einhaltung der Verschuldungskriterien des Europäischen Stabilitäts- und Wachstumspaktes durch Deutschland in diesem Jahr mehr als fragwürdig.

Die Selbstzufriedenheit der Bundesregierung manifestiere sich nach Auffassung des DIHK insbesondere bei der Arbeitsmarktpolitik: So bleibe der Jahreswirtschaftsbericht nur bei der Ankündigung stehen, die Hartz-Gesetze umzusetzen.

Der Jahreswirtschaftsbericht werde auch seiner Aufgabe nicht gerecht, mit einer grundlegenden Reform der sozialen Sicherungsinstitutionen den Schlüsselweg für eine Besserung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zu öffnen. ■