

EAC RESEARCH PAPER N° 8

WIRTSCHAFTLICHE KOOPERATION ZWISCHEN
DEN ASEAN-LAENDERN UND NORDRHEIN-
WESTFALEN HEMMUNGSFAKTOREN UND CHANCEN
FUER DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT

Hellmut SCHÜTTE

August 1983

1. Der Wille zur Kooperation

Keine andere Gruppe von Ländern hat in den letzten Jahren einen derartigen wirtschaftlichen Aufschwung genommen wie die ASEAN-Staaten Indonesien, Malaysia, Philippinen, Singapur und Thailand. Ihre jährliche Wachstumsrate über die letzten 15 Jahre entsprach dem Zweifachen der Staaten der Europäischen Gemeinschaft. Beim Vergleich von wirtschaftlichen Fortschritten der Finanzzeitschrift Euromoney in 81 Ländern während der Jahre 1974 - 82 rangieren alle fünf ASEAN-Staaten unter den zwanzig Erstplazierten. Brasilien, langjähriger Favorit für Auslandsengagements der deutschen Industrie, wird auf Platz 75 eingestuft. Wenn auch in den letzten zwei Jahren weltwirtschaftsbedingte Abschwächungen und differenziertere Entwicklungen in einzelnen Ländern zu sehen sind, ist mit einer grundlegenden Veränderung dieses Trends nicht zu rechnen. Rohstoffreichtum, das Angebot an intelligenten und willigen Arbeitskräften sowie die verhältnismässig hohe politische Stabilität der Region verbunden mit einem ausgeprägten Willen zum gesamtwirtschaftlichen Wachstum und zur Verbesserung des Lebensstandards des Individuums führen zu einheitlich positiven Prognosen über die Zukunft der ASEAN-Staaten.

Dabei spielt die Einbettung von ASEAN in die dynamische pazifische Region mit Japan an der Spitze eine entscheidende Rolle. Seit 1975 ist der Strom von Gütern im Handelsverkehr zwischen den USA und den asiatischen An-

rainerstaaten grösser als das Handelsvolumen, das über den Atlantik verschifft wird - eine Tatsache, die zur Ausrufung des beginnenden "pazifischen Jahrhunderts" geführt hat.

Indonesien, Malaysia, Philippinen, Singapur und Thailand profitieren von diesem Trend, der mit einer Hinwendung zu Japan und den Vereinigten Staaten und einer Verringerung des Einflusses von Europa einhergeht.

Dennoch sind die ASEAN-Staaten an einer Kooperation mit den europäischen Staaten interessiert. Dies hat auf der EG-Ebene zu einer Reihe von Aktivitäten geführt, die von Ministerratssitzungen und Konferenzen für Industrielle über die Etablierung eines gemeinsamen Kooperationsausschusses und einer ständigen EG-Vertretung in ASEAN bis zu konkreten Abkommen über handels-, wirtschafts- und entwicklungspolitische Fragen reichen. Der Wille zur Zusammenarbeit dokumentiert sich auch im bilateralen Bereich. Indonesien, Malaysia, Singapur und Thailand haben Wirtschafts- bzw. Investitionsförderungsbüros in der Bundesrepublik errichtet. Die BRD ist mit Auslandshandelskammern in Indonesien und Thailand vertreten und hat über die DEG/GTZ Kooperationsberater auf die Philippinen und Malaysia entsandt. Eine Vielzahl von Vortragsveranstaltungen über und Unternehmerreisen in die Region werden von Handelskammern, der DEG, dem RKW und anderen Institutionen organisiert, um das Interesse an ASEAN zu erwecken bzw. Informationen zu vertiefen. Deutsche Industrieausstellungen wurden 1979 in Jakarta, 1981 in Manila und 1982 in Kuala Lumpur durchgeführt.

Andererseits machen sich verstärkt Delegationen bzw. hohe Beamte aus den ASEAN-Ländern auf die Reise nach Deutschland, um generell für ein Engagement in ihrem Heimatland zu werben oder konkret nach Kooperationspartnern für bestimmte Projekte zu suchen.

Trotz all dieser Anstrengungen ist man insgesamt mit dem Engagement der deutschen Wirtschaft nicht zufrieden, wirft man ihr überzogenes Sicherheitsdenken vor, mangelnde Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit asiatischen Mentalitäten oder die Vernachlässigung langfristiger Geschäftspolitik. Die "Wirtschaftswoche" (12.11.82, S.83 f) empfiehlt als ASEAN-Strategie schlicht "Aufholen oder Aufgeben". In der Tat kann das extrem hohe Engagement deutscher Unterehmer in Lateinamerika gegenüber der Zurückhaltung in Asien in Anbetracht des unterschiedlichen Wirtschaftspotentials - zumindest aus heutiger Sicht - nicht rational erklärt werden. Dennoch soll hier der Klage über die Unterrepräsentanz der deutschen Wirtschaft in ASEAN nicht gleich zugestimmt werden. Sie soll vielmehr zunächst im Rahmen der weltwirtschaftlichen Aktivitäten der BRD gesehen werden und sodann mit dem Engagement konkurrierender Länder verglichen werden.

2. Das Deutsche ASEAN-Engagement in Perspektive

Investitions- und Aussenhandelsstatistiken stehen zur Verfügung, um die Expansion der deutschen Wirtschaft in den ASEAN-Raum zu messen. Ueber andere Formen der wirtschaftlichen Zusammenarbeit wie z.B. Technolo-

die-Transfer, Lizenzabkommen, Auftragsfertigung, Managementvorträge u.s.w. liegen praktisch keine Informationen vor. Zudem sind Investitionsstatistiken, vor allem jene aus den ASEAN-Staaten, aus methodischen Gründen fragwürdig und nur beschränkt aussagefähig. Wenn sie dennoch hier herangezogen werden, so geschieht dies, um Veränderungen und Relationen aufzuzeigen, und weniger aufgrund eines Interesses an absoluten Zahlen.

Deutsche Direktinvestitionen im Ausland (Bestand)

in Mio DM

	31.12.81	Veränderungen in %	
		81/80	80/79
Welt	84.000	+13,2	+12,4
ASEAN	851	+21,7	+24,4
davon			
Indonesien	162	+29,9	+ 6,2
Malaysia	100	+39,1	+11,7
Philippinen	58	+18,2	+ 4,1
Singapur	473	+28,8	+62,7
Thailand	58	+10,1	+ 7,6

Quelle : Jahresberichte Ostasiatischer Verein, Hamburg, und eigene Berechnungen

Aus der Tabelle ergibt sich für die Jahre 1979-81 ein überdurchschnittliches Investitionswachstum in der ASEAN-Region, was auch dem mittelfristigen Trend der siebziger Jahre entspricht. Gleichwohl ist der Gesamtstand an deutschen Investitionen in ASEAN noch so gering, dass er erst 1% der gesamten Auslandsinvestitionen der BRD ausmacht, die seit 1952 getätigt wurden.

Aehnliches lässt sich auch für die Aussenhandelsaktivitäten der deutschen Wirtschaft mit den ASEAN-Ländern feststellen. Der Anteil der Region am gesamten deutschen Export beträgt nur 1,6 %, und nur 1,4 % der Importe in die BRD kommen aus den ASEAN-Staaten. Die jährlichen Wachstumsraten des Aussenhandels fluktuieren stark, lagen mittelfristig jedoch auch leicht über dem durchschnittlichen Exportwachstum.

Deutscher Aussenhandel im Jahre 1981 in

Mio DM

	Export	% von Welt	Import	% von Welt	Export+ Import	% von Welt
Welt	396.900	100	369.200	100	766.100	100
ASEAN	6.321	1,6	5.120	1,4	11.441	1,5
davon						
Indones.	2.575		696		3.261	
Malays.	877		1.331		2.208	
Philipp.	623		951		1.574	
Singapur	1.515		991		2.506	
Thailand	731		1.161		1.892	

Quelle : Jahresbericht Ostasiatischer Verein, Hamburg, März 1983, und eigene Berechnungen

Inwieweit die niedrigen Werte von 1 % für Investitionen und 1,5 % für den gesamten Aussenhandel "richtig", d.h. der Bedeutung der Länder angemessen sind, lässt sich theoretisch nicht ableiten. Einen Anhalt kann jedoch das Gewicht der fünf ASEAN-Staaten innerhalb der Weltwirtschaft geben. Dabei hilft uns die Tatsache, dass das Bruttoinlandsprodukt primär Ausdruck ist für die Nachfrage nach Gütern und Leistungen innerhalb einer Volkswirtschaft, die von inländischen wie ausländischen Anbietern befriedigt werden kann.

Gehen wir für 1981 von einem Bruttoinlandsprodukt von etwa 9,1 Billionen US \$ für die Welt ohne die Staaten des Ostblocks und ohne die Einbeziehung der BRD aus und stellen diesem "westlichen Nachfragepotential" das Bruttoinlandsprodukt der fünf ASEAN-Staaten von 198 Mrd US \$ gegenüber, so ergibt sich ein Prozentsatz von 2,2% (Zahlen basierend auf Weltbankangaben). Nach dieser Berechnung schöpft die deutsche Wirtschaft in der Tat die Möglichkeiten in ASEAN nicht genügend aus.

Dies spiegelt sich auch in den Angaben der einzelnen Länder über die Aktivitäten von ausländischen Unternehmen in ihren Ländern wider. Während die BRD insgesamt einen Anteil am Welthandel von ca. 10 % hält, schwankt der Anteil am Aussenhandel zwischen 4,4 % in Malaysia und 2,7 % in Singapur.

ASEAN - Aussenhandel (1980) in Mio

		davon EG in %	davon BRD in %
Indonesien	US \$ 32.743	8,6	3,3
Malaysia	M \$ 51.740	16,3	4,4
Philippinen	US \$ 13.515	12,6	4,3
Singapur	S \$ 102.539	10,1	2,7
Thailand	Baht 326.813	18,0	4,2

Quelle : Aussenhandelsstatistiken der einzelnen Länder

Entsprechende Schlussfolgerungen lassen sich auch aus den mit vielen Mängeln behafteten Zahlen über ausländische Investitionen in den ASEAN-Ländern ableiten. Obwohl zuverlässige Prozentsätze nicht zu ermitteln sind, zeigt sich aus der unten dargestellten Rangfolge der ausländischen Investoren, dass selbst die Europäer zusammengenommen eine relativ unbedeutende Rolle spielen.

Rangfolge ausländischer Investoren in ASEAN
(excl. Erdöl)*

<u>In</u> Von	Indon.	Malays.	Philipp.	Sing.	Thail.
Japan	1	2	2	2	1
US	4	4	1	1	4
ASEAN/NIC's**	2	1	3	4	2
Europe	3	3	4	3	3

Quelle : Eigene Recherchen

* Unter Einbeziehung des Oelsektors sind die Vereinigten Staaten grösster Auslandsinvestor in Indonesien, Europa ist grösster Investor in Singapur.

** Vorwiegend Singapur und Hong Kong.

Berücksichtigt man die dominierende Rolle der Briten unter den europäischen Investoren, besonders in Singapur und Malaysia, sowie die starke Rolle der Holländer in der gesamten Region, kann der Anteil der Deutschen nicht gross sein. Er liegt mit Sicherheit unter dem Prozentsatz, den die deutsche Industrie an den weltweit getätigten Auslandsinvestitionen hält und der 1978 auf 8,6 % geschätzt wurde (US 45,5 %; GB 11,1 %; Japan 7,3 %).

3. Hemmungsfaktoren

a.) Weltpolitische Veränderungen und Internationale Wettbewerbsfähigkeit

Vier der fünf ASEAN-Länder haben bis zum zweiten Weltkrieg unter kolonialer (oder neo-kolonialer im Falle der Philippinen) Herrschaft von Grossbritannien, den Niederlanden und den Vereinigten Staaten gestanden. Der militärische und politische Rückzug der Briten aus Malaysia und Singapur (damals noch vereint) und der Holländer aus Indonesien nach dem zweiten Weltkrieg führte zum Bruch traditioneller Wirtschaftsverbindungen und zur Suche nach neuen Partnern. Dies fand in ähnlicher Form auch in Thailand statt, welches besonders mit Grossbritannien wirtschaftlich eng verflochten war. In dieses Vakuum stiessen zunächst die Amerikaner, die auch imstande waren, ihre Geschäftsinteressen in den Philippinen zu wahren, später in den 60'er und 70'er Jahren verstärkt die Japaner.

Diese Nation hatte nur drei Jahrzehnte gebraucht, um sich nach der Niederlage im zweiten Weltkrieg zur zweit- bzw. drittstärksten Industriemacht der Welt zu entwickeln. Die von Japan zunächst hergestellten billigen Konsumgüter fanden gute Aufnahme in den Absatzmärkten der ASEAN-Staaten, die von den Europäern vernachlässigt wurden, da sie während dieser Jahre primär mit dem Aufbau der Europäischen Gemeinschaft und der gegenseitigen Durchdringung der Absatzmärkte beschäftigt waren. Dem folgte eine Phase wachsender Expansion nach Nord- und Lateinamerika. Nachdem die Japaner den Schritt von der Imitation zur In-

novation erfolgreich vollzogen hatten, erzielten sie in zunehmenden Masse Absatzerfolge auch auf ausserasiatischen Märkten. Seit dem Ende der siebziger Jahre dominieren japanische Hersteller in verschiedenen Sektoren den Weltmarkt und übernehmen eine führende Rolle in wichtigen Schlüsselindustrien.

Japanische Produkte und Technologien vorhergegangener Perioden sowie lohnintensive Fertigungen wurden aufgrund einer strikten Industriepolitik entweder ausgemerzt oder ins Ausland, speziell in die ASEAN-Länder transferiert. Dadurch wurden konkurrenzfähige Industrien im Lande behalten, während schwache Bereiche in weniger entwickelten Ländern wieder prosperieren konnten. Die europäische Industriepolitik bewirkte mittels Erhaltungssubventionen und Schutzmassnahmen genau das Gegenteil : Schwache Industrien und Unternehmen blieben im Lande (etwa die Textilindustrie), die starken Industrien strebten verstärkt ins Ausland (etwa die Chemieindustrie). Unternehmen wie Rollei, die zur Verminderung der Produktionskosten nach Singapur umsiedelten, um weitere Marktanteilsverluste gegenüber japanischen Konkurrenten zu vermeiden, und damit lediglich defensiv taktierten, konnten in ASEAN den Anschluss an den Weltmarkt nicht mehr erreichen und schieden aus.

Vor diesem Hintergrund kann Japans dominierende Rolle in ASEAN nicht überraschen. Das Land ist heute der wichtigste Handelspartner aller ASEAN-Staaten, wichtigster Investor

in der Mehrzahl der Länder und wichtigster Lieferant von Technologie und Entwicklungshilfeleistungen. Während sich Amerikas Einfluss nach dem Kriege nur leicht verringerte, ging die wachsende Verflochtenheit Japans mit den ASEAN-Staaten in erster Linie auf Kosten Europas vor sich. So konnten die EG-Staaten zwar zwischen 1961 - 1981 das Volumen ihrer Exporte in die Region um das Elf-fache steigern, ihr Anteil an den Importen verringerte sich aber gleichzeitig von 19,5 % auf 12,4 %, während Japan seinen Anteil an den Importen in die ASEAN-Staaten von 14,5 % auf 23,3 % erhöhen konnte.

Ein wichtiger Faktor für europäische, deutsche oder auch nordrhein-westfälische Unternehmen mit dem Wunsch nach Marktpräsenz in ASEAN ist damit ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den so stark vertretenen japanischen Konkurrenten geworden. Ist diese bereits auf "neutralem Boden", d.h. ausserhalb Europas bzw. Deutschlands nicht mehr gegeben, so dürfte die Erfolgchance für ein Engagement im "Vorgarten Japans", d.h. in ASEAN gering sein. Der Rückzug von Volkswagen aus der Region mit Aufgabe ihrer Produktion in den Philippinen und Indonesien oder die Nichtpräsenz von Telefunken, Grundig und Blaupunkt einerseits, die intensive, flächendeckende Marktbearbeitung der weltweit erfolgreichen deutschen Pharma- und Chemiefirmen andererseits, sind Beweise für diese These. Sie stellt sich unabhängig von der Frage nach der Offenheit der Länder gegenüber deutschen Unternehmen und Produkten, der Grösse der Märkte und Marktsegmente und den operationalen Hemmungsfaktoren.

b.) Grösse und Offenheit der einzelnen ASEAN-Märkte

Wenn bisher und im Folgenden von ASEAN als Ländergruppe ausgegangen wird, so soll damit nicht die Vorstellung eines einheitlichen Wirtschaftsraumes oder gar eines gemeinsamen Marktes geweckt werden. Die Region teilt sich in einen kleinen Markt mit hohem durchschnittlichen Einkommen, drei mittel-grosse Märkte mit mittlerem Einkommen und einen grossen Markt mit niedrigem Einkommen auf. Nur 15 % des gesamten Aussenhandels der ASEAN-Staaten entfallen auf den Gütertausch zwischen den fünf Mitgliedsländern, und nur 2% dieses Binnenhandels kommt in den Genuss von Vorzugszöllen.

1981	Einwohner	durchschnittl. Einkommen pro Kopf	BSP in Mrd US \$
Indonesien	149,5	530	79,2
Malaysia	14,2	1.840	26,1
Philippines	49,6	790	39,2
Thailand	48,0	770	37,0
Singapur	2,4	5.240	12,6

Quelle : World Development Report 1983, Worldbank

Obwohl die Attraktivität eines Marktes in erster Linie vom spezifischen Produkt abhängt, lassen sich aus der Grösse des Marktes gemessen am Bruttosozialprodukt (BSP) bzw. Bruttoinlandsprodukt (GIP), sowie der Einkommensverteilung innerhalb der Volkswirtschaft schon generelle Aussagen ableiten. Gemessen an diesen Kriterien kann selbst der grösste Einzelmarkt der ASEAN-Gruppe, Indonesien, eigentlich nur als unbedeutend angesehen werden. Er vergleicht sich am ehesten mit Ländern wie Norwegen, Dänemark und Oesterreich mit Einwohnerzahlen zwischen 4-7 Millionen. Uebertragen auf Deutschland verbirgt sich hinter einem BSP von knapp 80 Mrd US \$ in etwa die Wirtschaftskraft des Grossraumes Köln oder Frankfurt.

In der Regel rechtfertigt sich bei einem derart kleinen Marktpotential noch nicht einmal die Einrichtung eines lokalen Verkaufsbüros, geschweige denn von Produktionsanlagen, deren Wirtschaftlichkeit erst bei Mengen gegeben ist, die die Gesamtnachfrage völlig abdecken oder übersteigen. Diese auf den heutigen Zeitpunkt bezogene Aussage verliert auch bei einer dynamischen Betrachtungsweise nicht ihre Gültigkeit. Unterstellen wir für die ASEAN-Region ein Wachstum von 6 % p.a. und für Deutschland ein jährliches Wachstum von 1,5 % für die gesamten achtziger Jahre, so entspricht der absolute Zuwachs am Bruttoinlandsprodukt und damit die Zunahme der potentiellen Nachfrage nach Gütern und Leistungen in beiden Fällen etwa 135 Mrd.

Wachstum-Szenario 1980 - 1990

	ASEAN	BRD
BIP 1980 in Mrd US \$	173	819
Angenommene jährl. Zuwachsrate	6 %	1,5 %
BIP 1990 in Mrd US \$	310	950
Zuwachs an BIP	137	131

Quelle : Eigene Berechnungen auf der Basis von Weltbank-Daten.

Die angenommenen Zuwachsraten stellen keine Prognose dar.

Es ist unter diesen Aspekten ein Trugschluss, von den ASEAN-Märkten als Märkte der Zukunft, von den (fast) stagnierenden europäischen Märkten als Märkte der Vergangenheit zu sprechen. Wachstum allein macht keine Märkte !

Trotz der Begrenztheit der Einzelmärkte operieren eine grosse Anzahl von deutschen und anderen ausländischen Firmen erfolgreich in den ASEAN-Ländern. Sie importieren in die Märkte (mit oder ohne lokale Endmontage) von Produktionsstätten aus, die aufgrund hoher Stückzahlen kostengünstig produzieren können, oder sind vor Ort vor Konkurrenzprodukten durch Schutzzölle usw. geschützt und stellen selbst her. Die letztgenannte Politik der Import-Substitution ist von allen ASEAN-Ländern ausser Singapur in den sechziger und siebziger Jahren betrieben worden und resultierte in einer Vielzahl von kleinen, unrentablen und unproduktiven Betriebsstätten, welche Produkte von minderer Qualität zu Preisen anboten, die weit über dem Weltmarktniveau lagen.

Seit dem Ende der siebziger Jahre sind die Philippinen, Malaysia und Thailand von dieser Politik abgegangen und wird eine verstärkte Öffnung der Volkswirtschaften nach aussen angestrebt. Seitdem gelten Unternehmen, die für den Export produzieren, als besonders förderungswürdig, und wird durch die schrittweise Verringerung der Importzölle Wettbewerbsdruck auf die für den lokalen Markt produzierenden Firmen ausgeübt. Da man jedoch weiterhin am Aufbau einer einheimischen Industrie interessiert ist, die zumindest im Anfangsstadium (infant-industry) Schutz benötigt, ist die neue Politik jedoch keineswegs widerspruchsfrei. Davon zeugen die Vielzahl von "local content" Bestimmungen, die auch heute noch neu erlassen werden und letztlich

Ausfluss sind der alten Politik der Import-Substitution. Da die Beseitigung von Schutzmassnahmen für die lokale Industrie bekanntermassen gerade in Zeiten weltweiter Rezession und zurückgehender Wachstumsraten schwierig ist, ist für die drei Länder Philippinen, Malaysia und Thailand über die nächste Zeit noch mit einem Nebeneinander von Importrestriktionen und Importerleichterungen zu rechnen. Die wechselnden Einflüsse auf die Regierungen von liberalen Wirtschaftspolitikern und IMF-Vertretern einerseits und lokalen Wirtschaftsvertretern andererseits werden inkonsequente Massnahmen trotz des erklärten Willens zur Oeffnung zum Ausland auch weiterhin erwarten lassen.

Die oben angeführte Aufteilung der fünf ASEAN-Staaten in Indonesien, die drei mittleren Volkswirtschaften und Singapur kann auch herangezogen werden, um den unterschiedlichen Oeffnungsgrad der Länder gegenüber Importen zu demonstrieren. Stellt man Importe von industriellen Erzeugnissen dem jeweiligen Bruttosozialprodukt gegenüber, so zeigt sich Singapur als ausgesprochen offener Markt. Bei den Ländern der zweiten Gruppe machen Importe von industriellen Erzeugnissen noch 12 - 24 % des BSP aus. Im Verhältnis zur eigenen Wirtschaftskraft importiert Indonesien dagegen relativ wenig und zeigt zudem sogar Ansätze, die auf eine Verschärfung dieser Politik auch auf längere Sicht hindeuten.

Die Tatsache, dass Importrestriktionen bei genügend grosser lokaler Nachfrage das beste Argument für die Anwerbung von Auslandsinvestitionen ist, hat sicherlich in der Vergangenheit eine Vielzahl von deutschen Unternehmen nach Indonesien gebracht. Die für einen solchen Einstieg in den Markt notwendigen Investitionen übersteigen allerdings häufig die Mittel besonders mittlerer und kleinerer Firmen. Es kann daher nicht überraschen, dass diese Firmengruppe unter den in Indonesien operierenden deutschen Unternehmen fast vollständig fehlt.

Inwieweit die komplizierten und häufig geänderten Investitionsgesetze und Investitionsförderungsmassnahmen überhaupt einen Einfluss auf die Investitionsentscheidungen von deutschen Unternehmern genommen haben, lässt sich nur aus einem Vergleich von Singapur mit den anderen vier ASEAN-Staaten ableiten : Singapur als Land ohne spezielle Auslandsinvestitionsbestimmungen vereinigt mehr deutsches Kapital auf sich als Indonesien, Thailand, Malaysia und die Philippinen zusammen. Wenngleich diese Betrachtung andere bedeutende Einflussfaktoren ausser Acht lässt, so liegt der folgende Schluss nahe : Steuererleichterungen, die ausländischen Investoren von den vier Flächenstaaten angeboten werden, haben keine besondere Attraktivität, sondern werden eher "mitgenommen", die einschränkenden Massnahmen gegen ausländische Investoren dagegen wirken negativ.

Grosse Unterschiede gibt es in der Gesetzgebung nicht. Alle vier Länder beschränken den ausländischen Einfluss bei der Ausbeutung von Bodenschätzen und in Bereichen, die in ausreichenden Masse von einheimischen Unternehmern wahrgenommen werden, und ermutigen Investitionen auf dem Sektor der Rohstoffverarbeitung, der Schwerindustrie und der Exportwirtschaft. Je stärker der Betrieb in die einheimische Wirtschaft eingebunden ist, umso mehr wird eine Beteiligung bzw. ein massgeblicher Einfluss von einheimischen Kapitalgebern gefordert. Je grösser der Anteil an Exporten an der Produktion, umso mehr Freiheiten geniesst der ausländische Eigner in bezug auf seine Entscheidungen und umso grössere finanzielle Förderung kann er erwarten.

Mit dieser Investitionsgesetzgebung setzen die ASEAN-Länder Indonesien, Thailand, Malaysia und die Philippinen Standards, die auch von anderen Entwicklungs- bzw. Schwellenländern befolgt werden. Die Forderung zur Joint-Venture Bildung wird heute weltweit gestellt, wie auch die Beschränkung von Ausländern auf als wünschenswert angesehene Wirtschaftsbereiche von Investoren aus den Industrieländern als akzeptabel gilt. Positive wie auch negative Einflüsse auf die Entscheidung für oder gegen ASEAN können daher generell aus der Investitionsgesetzgebung nicht abgeleitet werden.

c.) Operationale Hemmungsfaktoren

Die oben beschriebenen Hemmnisse gehen primär von makroökonomischen Aspekten aus und beeinflussen die strategischen, d.h. langfristigen Ueberlegungen der Unternehmen. Als operationale Hemmungsfaktoren dagegen werden Umweltbedingungen in den einzelnen Ländern bezeichnet, die sich als schwierig erweisen bei der praktischen Etablierung bzw. Durchführung eines Geschäftsbetriebes vor Ort. Sie weisen Probleme auf, deren Lösung in der täglichen Arbeit Kopfschmerzen bereitet und deren unzureichende Bewältigung das einzelne Unternehmen viel Zeit, Geld oder gar die Existenz kosten kann. Operationale Hemmungsfaktoren werden als abschreckende Warnungen auf praktisch allen ASEAN-Veranstaltungen in die Diskussion geworfen. Auf eine ausführliche Erörterung kann deshalb hier verzichtet werden. Die folgende Liste versucht die wichtigsten Faktoren zusammenzufassen und zu gruppieren, ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben. Die zusätzliche Erwähnung einiger Länder in Klammern weist darauf hin, in welchen der ASEAN-Staaten der angesprochene Themenbereich besondere Schwierigkeiten für deutsche Unternehmen bereitet.

- Regierungseinfluss

- Undurchdringliche Bürokratie ohne klar gegliederte Zuständigkeiten. Ständige Herausgabe von neuen Bestimmungen.

- Korruption auf allen Ebenen bei der Vergabe von Staatsaufträgen (Indonesien)

- Direkte Eingriffe ins Wirtschaftsgeschehen über Preiskontrollen, Subventionen oder konkurrierende Staatsbetriebe (Philippinen)

- Geschäftliches Umfeld
 - Schwierigkeiten bei der Suche nach geeigneten Geschäftspartnern und bei der Vermeidung von der erzwungenen Aufnahme von "Trittbrettfahrern" (Indonesien, Malaysia)

 - Knappes Angebot an qualifiziertem und zuverlässigem Personal, besonders im Bereich des mittleren Managements und Ingenieurwesens (Indonesien)

- Sozio-kulturelles Umfeld
 - Fremdartige Mentalitäten, die ein Verständnis der Umwelt erschweren (z.B. das gleichzeitige Auftreten von demutsvoller Autoritätsgläubigkeit und überzogenem Selbstbewusstsein gegenüber Ausländern; von zurückhaltender Freundlichkeit und kaltherziger Profitsucht auf Kosten von anderen)

- Sprachliche Barrieren
(Indonesien, Thailand)

- Rassismus und Nationalismus, die im wirtschaftlichen Bereich zu Benachteiligungen bestimmter Bevölkerungsgruppen und von Ausländern führt
(Malaysia, Indonesien)

- Infrastruktur
 - Unzureichende Möglichkeiten der Kommunikation innerhalb des Landes sowie mit dem Ausland
(Indonesien, Philippinen)

 - Logistische Probleme, die ein Operieren ausserhalb der Hauptstädte erschweren.

 - Fehlen von Dienstleistungsbetrieben
(Reparaturbetriebe für komplizierte Maschinen, Beratungsunternehmen)

Die Bewertung der operationalen Hemmungsfaktoren muss mit Vorsicht vorgenommen werden. Zu häufig und zu schnell werden einzigartige Vorfälle zu generalisierenden Aussagen hochstilisiert und subjektive Eindrücke zu allgemeingültigen Gesetzmässigkeiten umformuliert. Emotionale Reaktionen auf erlittenes Missgeschick sind eher die Regel als die Ausnahme. Zu leicht wird vergessen, dass auch in anderen Teilen der Welt das Operieren nicht leicht ist (man denke nur an die unerfreulichen Erfahrungen vieler deutscher Unternehmer in den USA) und dass auch die Umweltbedingungen in der BRD für die Privatindustrie nicht als beispielhaft bezeichnet werden können.

Dass es dennoch eklatante Unterschiede innerhalb der ASEAN-Gruppe gibt, kann nicht bestritten werden. Indonesien gilt nach einhelliger Meinung als das mit Abstand schwierigste ASEAN-Land, welches ein entschiedenes Durchhaltevermögen der Firma erfordert und hohe Ansprüche an das entsandte Personal stellt. Singapur dagegen erscheint besonders mittelständischen Unternehmen als ein wirtschaftliches Disneyland in ASEAN. Eine Vielzahl von deutschen Unternehmen, die vom "problemlosen" Singapur in den siebziger Jahren angelockt wurden, arbeitet heute jedoch erfolglos in diesem so hervorragend organisierten Land. In Indonesien dagegen erzielen die Mehrzahl der ansässigen deutschen Grossunternehmen hohe Gewinne.

Operationale Hemmungsfaktoren, oft überbewertet, sind eben nicht ausschlaggebend für den Erfolg eines Engagements in ASEAN. Ansatzpunkte ergeben sich vielmehr aus dem, was das Land an Ressourcen und Marktchancen zu bieten hat.

4. Chancen für die nordrhein-westfälische und deutsche Wirtschaft

a.) Nutzung von Rohstoffen

Schwerpunkt ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit vor dem 2. Weltkrieg in ASEAN war für die ehemaligen Kolonialmächte die Betreuung von Plantagen und der Abbau von Mineralien. Wenngleich sich auch heute noch

ein beträchtlicher Teil dieser Sektoren in Malaysia und in den Philippinen in britischer bzw. amerikanischen Händen befindet, ist doch die Mehrheit des Grundbesitzes und der Bergbaufirmen inzwischen in nationales Eigentum übergegangen. Der politische Wille hat dabei im Vordergrund gestanden. Deutsche Firmen als relativ späte Entdecker der Region mit Interesse an der Ausbeutung von Rohstoffen stiessen auf nationalistisch gefärbte Investitionsgesetze, die ein Engagement von vornherein wenig attraktiv machten. Auch schreckten die Erfahrungen in der Oelförderung in Indonesien mit sich ständig zu Ungunsten der Ausländer ändernden Regelungen ab.

Ein gewisser Ausgleich zwischen dem Streben nach nationaler Souveränität und den Interessen ausländischer Firmen, die Kapital und Technologie stellen, scheint heute gefunden zu sein. Dennoch ist das Engagement deutscher Unternehmen selbst im Bergbau gering, einem Sektor, in dem die Wirtschaft speziell aus Nordrhein-Westfalen über umfangreiches Know-how verfügt. Selbst im Bereich des Kohleabbaus, in einigen ASEAN-Ländern seit der zweiten Hälfte der siebziger Jahre ernsthaft betrieben, ist es zum Abschluss von bedeutenden Kooperationsabkommen nicht gekommen. Aktivitäten von Bayer beim Chromerzabbau in den Philippinen sind eher die Ausnahme, Deminex' Engagement im Erdölsektor in Indonesien als gering einzuschätzen im Vergleich zum amerikanischen und japanischen Investitionsvolumen.

- 17 -

Ohne Zweifel wird die Ausbeutung der Bodenschätze auch in Zukunft eine führende Rolle in den Volkswirtschaften der ASEAN-Staaten spielen. Dies gilt eingeschränkt sogar für Singapur, das sich auf die Verarbeitung von Erdöl spezialisiert hat und umfangreiche Serviceleistungen für die Erdölindustrie der Region anbietet. Chancen sollten sich hier für deutsche Unternehmen noch ergeben, da weiteres Wachstum zu erwarten ist und eine zu starke Abhängigkeit der ASEAN-Staaten von Japan und den USA gerade auf diesem strategisch wichtigen Sektor als unerwünscht angesehen wird. Dabei muss ein Engagement keineswegs aus einem Investitionsvorhaben bestehen. Know-how Lieferungen durch Ingenieurleistungen oder Anlagen und Ausrüstungsverkäufe sind ebenso denkenswert.

Anders als bei der Betreibung von Plantagen verfügt die BRD über erhebliche Erfahrungen bei der Weiterverarbeitung pflanzlicher Rohstoffe. Um eine höhere Wertschöpfung im Lande und eine grössere Unabhängigkeit von den Schwankungen der Rohstoffpreise auf den Weltmärkten zu erzielen, streben Thailand, Malaysia, Indonesien und die Philippinen eine verstärkte Verarbeitung und Veredelung von pflanzlichen Rohstoffen zu industriellen Vorprodukten für ihre Abnehmerländer an. Dies trifft auch auf den Abbau von tropischem Holz zu, welches als Stammholz aus ASEAN nicht mehr ausgeführt werden darf. Investitionen in diesem Sektor wie die der Firma Henkel in Malaysia können die Rohstoffversorgung sicherstellen und andererseits den Marktanteil er-

halten, den das Unternehmen an der Verarbeitung hatte, bevor Entwicklungsländer selbst Kapazitäten aufbauten. Da es sich bei den meisten Projekten dieser Art um grosse Vorhaben handelt, sind sie auch für Anlagelieferanten und Beratungsfirmen interessant.

b.) Aufbau und Verlagerung lohnintensiver Produktionen

Aufgrund der niedrigen Lohnkosten und der für Entwicklungsländer relativ guten Infrastruktur galten Singapur in der Vergangenheit und die Philippinen, Thailand und Malaysia bis heute als attraktive Länder für den Aufbau und die Verlagerung lohnintensiver Produktionen. Eine grössere Anzahl von deutschen Firmen hat von diesen Gegebenheiten Gebrauch gemacht. In den meisten Fällen handelt es sich um reine Montagebetriebe, die Teile aus Europa und verstärkt dem asiatischen Umland einführen und als Fertig- oder Halbfertigwaren primär nach Deutschland bzw. in den europäischen Markt exportieren. Eine Integration in den Wirtschaftskreislauf der jeweiligen ASEAN-Volkswirtschaft findet grundsätzlich nicht statt, die künstliche Trennung vom einheimischen Markt wird durch die speziell geschaffenen Export Processing Zones geradezu gefördert.

Die neu gegründeten bzw. verlagerten Betriebe stammen in der Regel aus Branchen, die in der BRD um das Ueberleben kämpfen. Sie kommen aus der Bekleidungs- und der Schuh-

industrie, dem elektrotechnischen und elektronischen Sektor, dem Kamerabau und der Baukeramik, stellen einfache Maschinenbauteile her oder medizinische Hilfsmittel. Ihre Technologie entspricht häufig nicht mehr dem letzten Standard, wohl aber der Qualität der Arbeitskräfte. Ihre Produkte wären ohne die Nutzung billiger Arbeitskräfte nicht mehr konkurrenzfähig, und ihre Unternehmensstrategie ist defensiv ausgerichtet.

Wenn auch hohe Produktivitätszahlen beeindruckend sind, die Zeit arbeitet dennoch gegen sie. Lohnintensive Produktionen in Niedriglohnländern gehören der Vergangenheit an und werden sich in den achtziger Jahren aus der ASEAN-Region verabschieden, wie sie in den siebziger Jahren gekommen sind: leise, unauffällig, ohne Einfluss auf massgebliche volkswirtschaftliche Grössenordnungen, nur das Arbeitskräftepotential berührend. Was zurück bleibt, ist ein Heer von arbeitslosen angelesenen Industriearbeitern und -arbeiterinnen.

Zwei Entwicklungen sind es, die die oben beschriebene Trendumkehr bewirken: der wachsende Protektionismus sowie die fortschreitende Automatisierung des Arbeitsprozesses.

Nach Schätzungen der GATT entfallen bereits 40 - 48 % des Welthandels auf Warenströme, die sogenannten "informellen" Diskriminierungen unterliegen. Dazu zählen quantitative Importrestriktionen (z.B. das Welttextilabkommen), erzwungene "freiwillige"

Exportbeschränkungen der wettbewerbsfähigsten Länder oder regulierende Marktordnungen, die entgegen den GATT-Regeln bilateral abgeschlossen werden und einzelne Branchen wie Textilien, Bekleidung, Schuhe, Essbesteck, Fernseher, elektronische Bauteile usw. betreffen.

Aufgrund der sich nur andeutungsweise verbessernden Wirtschaftslage in der EG bzw. BRD und der weiterhin nur schleppend in Angriff genommenen strukturellen Anpassungen in Europa, ist für die nächsten Jahre mit einem weiter wachsenden Protektionismus zu rechnen. Im Hinblick auf ASEAN wird es dort als Erfolgsrezept verstärkt Anklang finden, wo Lohnkostenunterschiede besonders gross sind und ein weiterer Verlust von Arbeitsplätzen in Europa nicht mehr akzeptabel erscheint. Es sind damit genau die Branchen, in denen eine Abwanderung in die ASEAN-Länder stattgefunden hat oder noch angebracht wäre. Für die in ihnen operierenden Unternehmen wächst das Risiko, ihre in ASEAN hergestellten Waren nicht mehr in den Industrieländern absetzen können.

Auch die seit dem ersten industriellen Einsatz von Robotern sich beschleunigende Automatisierung lässt die Attraktivität billiger Arbeitskräfte in den ASEAN-Ländern verblassen. Aehnliche Entwicklungen wie bei Computern oder Taschenrechnern sind vorherzusehen : rapide fallende Anschaffungskosten bei gleichzeitig steigender Leistungsfähigkeit und wachsender Flexibilität. Damit vergrössert

sich der Anreiz, diese Maschinen einzusetzen, verringert sich die Bedeutung des Kostenfaktors Mensch und des Standortvorteils eines Billiglohnlandes, ohne indes ganz zu verschwinden.

Unternehmen, die bereits in ASEAN operieren, werden sich entscheiden müssen für die Automatisierung ihrer Betriebe in der Region, für den Rückzug der Produktion in die BRD (die in der Regel schon recht weit fortgeschritten ist) oder für die Aufgabe der Geschäftstätigkeit. Erste Anzeichen für das Abwandern von Herstellern von Halbleitern aus den Philippinen liegen bereits vor, einer Branche also, deren Rationalisierung und Mechanisierung am weitesten entwickelt ist. Hier wird anscheinend das Umfeld als nicht günstig genug angesehen, als dass man im Lande auf eine kapitalintensive Produktion umsteigen will. Andererseits rüsten ähnlich gelagerte ausländische Betriebe in Singapur auf weitgehend automatisierte Fertigungen um. Weniger mechanisierte Produktionen etwa der Bekleidungsindustrie werden von den technischen Veränderungen erst langsam erfasst. Dennoch sinken selbst in diesem Sektor über die nächsten Jahre die Lohnkostenvorteile gegenüber Deutschland. Als Land, in dem der Einsatz von Robotern am weitesten fortgeschritten ist, hat Japan seit der Jahreswende 81/82 praktisch keine lohnintensive Fertigung mehr in Billiglohnländern umgesiedelt. Eine sich fortsetzende Ansiedlung deutscher Investoren aus lohnintensiven Branchen ist daher langfristig auszuschliessen.

c.) Wahrnehmung von Marktchancen

Es war oben (unter 3 b) die These vertreten worden, dass Wachstum allein noch keine Märkte mache und die begrenzte Grösse der Einzelmärkte ein Engagement in ihnen wirtschaftlich selten rechtfertigt.

Diese Aussage ist zu relativieren, da sie nur im makroökonomischen Sinne gilt. Mit dem Wachstum verschieben sich die Grössenverhältnisse innerhalb der Volkswirtschaften zwischen den einzelnen Teilmärkten und Marktsegmenten. Dabei gilt, dass bei steigendem Einkommen der Anteil der Ausgaben zur Deckung des lebensnotwendigen Bedarfs fällt zugunsten der Nachfrage nach Gütern des gehobenen Bedarfs, die industriell gefertigt werden (Engel'sches Gesetz). Der höhere Bedarf wiederum führt zu einer überproportionalen Erhöhung der Nachfrage nach Investitionsgütern. Der Effekt ist besonders spürbar in Volkswirtschaften im take-off Stadium, in dem sich die ASEAN-Länder heute befinden. "Explodierende" Märkte wie z.B. der indonesische Motorradmarkt sind keine Seltenheit. Innerhalb von fünf Jahren veracht-fachte sich der Absatz auf 400.000 Stück. Die Verdoppelung der Kapazitäten wird in Erwartung einer weiterhin stark wachsenden Nachfrage geplant.

Entsprechende Ueberlegungen lassen sich für viele Produkte anstellen, sie werden jedoch im Konsumgüterbereich durch das Nebeneinander von drei Segmenten mit unterschiedlichen Ausprägungen erschwert :

1. Segment der Elite :

Reich auch gemessen am deutschen Standard;
westlich orientiert; in der Hauptstadt
lebend; Jet-setters; prestige-bewusst und
fixiert auf importierte Waren.

2. Segment des Wandels :

Ueberdurchschnittliches Einkommen; Städter;
am wirtschaftlichen Aufschwung teilhabend;
kulturell verwurzelt, aber beeinflusst von
westlichen Konsumnormen; prestige- wie auch
preisbewusst.

3. Segment der Tradition :

Einkommen ausreichend zum Ueberleben; Land-
bevölkerung; konservativ, kulturell im
Lande verwurzelt; vom Fortschritt wenig be-
rührt; sehr preisbewusst, Neuerungen gegen-
über skeptisch.

In keinem der ASEAN-Länder ist die Zahl der Elite-Konsumenten gross. Die Nachfrage nach Luxusgütern wird durch Importe befriedigt, die z.T. aus Deutschland kommen (Leica Kameras, Rodenstock Brillen, Mercedes-Benz Automobile, letztere in den Philippinen, Indonesien, Thailand und Malaysia montiert). Das Wachstum des Segments ist relativ gering und abhängig von der Zahl der Aufsteiger. Güter mit hohem Prestigewert können mit begrenztem Aufwand in die Märkte noch aus Deutschland importiert werden, finden allerdings nur einen limitierten Käuferkreis. Konkurrenz droht von anderen europäischen und amerikanischen Anbietern.

Im Segment des Wandels steht wachsendes Einkommen in zunehmendem Masse für Güter und Dienstleistungen zur Verbesserung der Lebensqualität zur Verfügung. Der Grossteil der Bevölkerung Singapurs gehört zu diesem Segment, etwa 10 - 15 % der Bevölkerung Indonesiens, während der Anteil in den anderen Ländern zwischen diesen Extremen liegt. Wachsende Nachfrage aus dieser Gruppe sowie Aufsteiger aus dem Segment der Tradition ergeben das dynamischste und attraktivste Marktsegment für Konsumgüter in den achtziger Jahren, das allerdings schon weitgehend von japanischen Angeboten abgedeckt ist. Die deutsche Wirtschaft ist in diesem Segment lediglich auf dem Pharmasektor erfolgreich. Häufig mit japanischen Firmen kooperierend und gestützt auf Verbindungen zur politischen Führung im Lande, werden viele Märkte heute von grossen lokalen Firmen wie San Miguel/Philippinen, Sime Darby/Malaysia, Astra/Indonesien und Siam Cement/Thailand beherrscht, deren technische Möglichkeiten und Marketingstrategien sich nicht mehr erheblich von den traditionellen multinationalen Unternehmen aus dem Westen unterscheiden. Die bessere Kenntnis ihrer Märkte machten sie zu Konkurrenten, die nicht zu unterschätzen sind.

Expansion in das Segment des Wandels setzt, mit Ausnahme von Singapur, meist eine lokale Produktion voraus. Oft genügt dazu ein Joint Venture mit Minderheitsbeteiligung, das unter Lizenz aus dem Ausland importierte Teile montiert - ein von den Japanern mit Erfolg praktiziertes Modell, welches bislang wenig Nachahmer in Deutschland gefunden hat. Eine

genaue Prüfung der Marktchancen ist unumgänglich. Besteht eine direkte Konfrontation mit etablierten japanischen Anbietern, so ist es für die Eroberung des Marktes für ein deutsches Unternehmen meist zu spät.

Unentdeckte Marktnischen sind allerdings noch überall zu finden wie ein deutscher Mittelständler beweist, der in Kürze mit der Produktion und dem Vertrieb von künstlichen Zähnen auf den Philippinen beginnen wird.

Das Segment der Tradition stellt in Indonesien und eingeschränkt auch in Thailand und den Philippinen den Massenmarkt dar. Hier ist die Kaufkraft noch sehr begrenzt, und der Bedarf auf Produkte der einfachen Lebensführung ausgerichtet. Preis und Distribution, insbesondere die physische Verteilung der Güter, stellen die kritischen Faktoren im Marketing-Mix dar. Das Wachstum des Segmentes hängt davon ab, wieviel vom gesamtwirtschaftlichen Zuwachs den ärmeren Bevölkerungsschichten als Einkommenserhöhung zufällt. Hohes Wachstum über längere Perioden führt zum Schrumpfen dieses Segmentes, welches in erster Linie von lokalen "Hinterhof-Produzenten" bedient wird. Mittels einfachster Produktionstechnologien stellen sie in Kleinbetrieben billige markenlose Produkte her, die sie kostensparend in dem Teil des Landes distribuieren, in dem sie beheimatet sind. Für ausländische Hersteller ist es aufgrund ihrer Kostenstruktur normalerweise nicht möglich, erfolgreich gegen sie zu konkurrieren.

Die wachsende Nachfrage aus den Segmenten des Wandels und der Tradition sowie die Nachfrage aus dem Ausland nach Exportgütern haben Märkte für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Halbfertigwaren geschaffen, die bereits interessante Dimensionen erreicht haben. Kapazitätserweiterungen zur Deckung der wachsenden lokalen Nachfrage, die durch Import-Substitutionen induzierten Investitionen sowie die immer stärker werdenden Bemühungen zur Steigerung des Exports führen zu ständig steigender Nachfrage nach Investitionsgütern. Rechnet man hierzu noch den Bedarf an industriellen Grossprojekten vor allem im Bereich der Rohstoffgewinnung und -verarbeitung, so ergibt sich ein Nachfragevolumen nach Maschinen, Ausrüstungen, Anlagen, Ingenieurleistungen, Büroausstattungen usw., das keinen internationalen Vergleich zu scheuen braucht.

Wie die Exportstatistiken der BRD und Nordrhein-Westfalens beweisen, ist es dieser Bereich, dem die deutsche Industrie am meisten Aufmerksamkeit geschenkt und in dem sie die besten Erfolge erzielt hat. Es ist aber auch ein Sektor, der stark konjunkturabhängig ist und damit kräftigen Schwankungen unterliegt.

Exporte nach ASEAN in Mio DM (1991)

Indonesien

Total BRD			2.575	
davon NW			37,6 %	
Wichtige Warengruppen in % :	BRD	NW		
	100	100		
Eisenfertigwaren	9,1	20,1		
Maschinen	28,2	40,8		
Kraftfahrzeuge	7,4	0,6		
Sonst. Fahrzeuge	12,8	0,1		
Elektro Erzeugnisse	9,7	10,8		

Malaysia

Total BRD			877	
davon NW			22,2 %	
Wichtige Warengruppen in % :	BRD	NW		
	100	100		
Maschinen	24,9	19,0		
Kraftfahrzeuge	22,7	2,8		
Elektro Erzeugnisse	18,1	9,2		
Eisenfertigwaren	8,6	32,3		

Philippinen

Total BRD			623
davon NW			21,7 %
Wichtige Warengruppen in % :	BRD	NW	
	100	100	
Maschinen	23,3	23,0	
Elektro Erzeugnisse	43,5	15,6	
Sonst. chem. Erzeugn.	8,4	8,9	

Singapur

Total BRD			1.515
davon NW			21,9 %
Wichtige Warengruppen in % :	BRD	NW	
	100	100	
Maschinen	25,9	28,0	
Kraftfahrzeuge	13,8	5,7	
Elektro Erzeugnisse	19,9	16,0	
Sonst. chem. Erzeugn.	8,4	3,3	

Thailand

Total BRD			731
davon NW			33,5 %
Wichtige Warengruppen in % :	BRD	NW	
	100	100	
Maschinen	33,1	38,0	
Elektro Erzeugnisse	13,0	5,2	
Sonst. chem. Erzeugn.	9,9	10,9	
Kraftfahrzeuge	6,8	0,6	

Maschinenexporte dominieren bei der BRD-Ausfuhr in vier der fünf ASEAN-Staaten und bei der NW-Ausfuhr in der gesamten Region. Die unterschiedliche Verteilung der Exporte in die Philippinen ist vermutlich auf die hohen Siemens-Verkäufe von Telefonanlagen zurückzuführen, die nicht aus NW exportiert wurden. Der ausserordentlich hohe Anteil an Maschinen in der Ausfuhr von NW nach Indonesien liegt dagegen vermutlich bei den überdurchschnittlich hohen Lieferungen von Grossanlagen, für deren Herstellung Nordrhein-Westfalen besondere Fähigkeiten entwickelt hat.

Wie ein Vergleich der beiden Exportstatistiken zeigt, verteilen sich die Ausfuhrerfolge der BRD insgesamt nicht in gleicher Weise über die verschiedenen ASEAN-Länder oder Branchen. Zwar entsprechen die Gesamtexporte Nordrhein-Westfalens in den Raum mit einem Anteil von 29,6 % an der BRD-Ausfuhr praktisch dem Anteil des Landes an den gesamten deutschen Exporten in die Welt (= 28,9 %), ihre Verteilung erfolgte jedoch unter starker Bevorzugung des grössten Marktes Indonesiens (= 37,6 %) und Thailands (= 33,5 %). Die anderen drei Märkte wurden zumindest in 1981 unterproportional bearbeitet.

Gegenüber dem Exportprofil der BRD ist weiterhin die stark unterproportionale Ausfuhr von Kraftfahrzeugen und elektronischen Erzeugnissen und die stark überdurchschnittliche Ausfuhr von Eisenfertigwaren festzustellen. Nordrhein-Westfalens Maschinenexporte in die ASEAN-Staaten dagegen entsprechen in etwa dem Bundesdurchschnitt.

Aussagen über das nicht unwesentliche Volumen an exportierten chemischen Erzeugnissen sind wegen der Unvergleichbarkeit der vorliegenden Statistiken der BRD und des Landes NW nicht möglich. Die unterschiedliche Gewichtung bei Kraftfahrzeugen, elektronischen Erzeugnissen und Eisenfertigwaren kann nicht überraschen, sondern spiegelt die Schwächen und Stärken der Wirtschaft Nordrhein-Westfalens wider. Dass der Export von Kraftfahrzeugen aus NW gering ist, braucht allerdings keine Sorgen zu bereiten. Aufgrund der starken Bemühungen der ASEAN-Flächenstaaten beim Aufbau einer eigenen Fahrzeug- und Zubehörindustrie ist mit einem Wachstum der Importe auf diesem Sektor ohnehin nicht zu rechnen. Andererseits muss bei der sehr heterogen zusammengesetzten Gruppe Eisenfertigwaren davor gewarnt werden, diesen für NW wichtigen Teilmarkt langfristig als gesichert anzusehen. Besonders bei Produkten von niedrigem und mittlerem Niveau ist ein verstärkter Wettbewerbsdruck vonseiten lokaler Anbieter bzw. Konkurrenten aus Korea und Taiwan zu erwarten. Produkte höherer Technologie treffen in ASEAN wie überall auf der Welt auf japanische Konkurrenz. Hier liegt wie beim Maschinenbau und elektrotechnischen Grossanlagen die Chance deutscher Produzenten beim Anbieten komplexer, auf spezielle Kundenbelange ausgerichtete Güter von erstklassiger Qualität. Für sie ist auch langfristig nicht ein Zwang zur lokalen Herstellung zu erwarten. Inwieweit die Wettbewerbsfähigkeit für diese Produkte erhalten oder sogar verbessert werden kann, hängt besonders von der Bereitstellung von

Serviceleistungen ab (Reparaturen, Ersatzteile). Verkaufsbemühungen in den einzelnen ASEAN-Ländern dürfen sich daher nicht nur mit einmaligen Verkaufsabschlüssen beschäftigen, sondern müssen auch die langfristige Befriedigung des Kunden berücksichtigen. Der Ruf mancher deutscher Hersteller hat in der Vergangenheit unter diesem Aspekt gelitten, besonders in Ansehung der Servicebereitschaft der in grosser Zahl in allen ASEAN-Staaten vertretenen Japaner. Der Goodwill des Images "Made in Germany" allerdings gilt in der Region noch fast uneingeschränkt und bietet die beste Grundlage für eine Festigung der deutschen wirtschaftlichen Position in ASEAN.

5. Kooperation mit ASEAN - Option oder Notwendigkeit ?

Gemessen an den 60er und 70er Jahren stellen sich die ASEAN-Länder heute als erheblich gewachsene und besser strukturierte Märkte dar, die aber aufgrund des gestiegenen Selbstbewusstseins und des besseren wirtschaftspolitischen Sachverstandes seiner Elite sowie des wesentlich stärkeren Konkurrenzdrucks schwieriger geworden sind. Unternehmer aus Nordrhein-Westfalen oder anderen Teilen Deutschlands, die heute damit beginnen wollen, in diese Märkte zu expandieren, kommen spät, in manchen Bereichen bereits zu spät.

Der Wille zum Engagement kann sich auch nicht mehr auf ein paar flüchtige Kontakte, eine einwöchige Reise durch alle fünf Länder oder auf fleissiges Sammeln von Informationen beschränken. An all diesem fehlt es nicht dank der Aktivitäten der schon oben erwähnten Institutionen sowie der BFAI.

Wer heute noch erfolgreich in die ASEAN-Länder expandieren will, muss Zeit, Arbeitskraft und Geld investieren, muss sorgsam vor Ort recherschieren, langfristig wirksame Kontakte knüpfen und auf kurzfristige Erfolge verzichten können. Dass dies nicht einfach ist in einer Zeit stagnierender Ergebnisse in Deutschland, ist unbestritten. Das gilt für Grossbetriebe und noch viel mehr für den deutschen Mittelstand. Dieser kann sich nicht, wie seine japanischen Konkurrenten, auf die Zusammenarbeit mit Grossfirmen oder auf die aktive Unterstützung von Handelshäusern wie den sogo shosha stützen und ist daher von vornherein durch seine Einbettung in die wenig kooperationsfreudige deutsche Wirtschaft im Nachteil.

Mittelstand und Grossbetriebe mit internatioanlem Geschäft können es sich langfristig aber auch nicht leisten, die dynamische ASEAN-Region zu vernachlässigen. Mit dem Wachstum der Märkte geht die Entwicklung multinationaler einheimischer Firmen einher, die zunehmend als starke Konkurrenten in Drittländern und in Deutschland auftreten werden. Und mit der Ueberlassung der Region an primär japanische

Wettbewerber wird diesen die Gelegenheit gegeben zur Produktion grosser Mengen, die wiederum zu sinkenden Stückkosten führen und japanische Anbieter in ihrer Wettbewerbsfähigkeit in den USA und Europa stärken.

Will Deutschland langfristig seine Stellung im Welthandel halten oder ausbauen, ist ein verstärktes Engagement in den ASEAN-Ländern deshalb keine Option, sondern eine Notwendigkeit.