



VIII. AmCham Business Barometer

Perspektiven zum Wirtschaftsstandort Deutschland

Mai 2011

Inhaltsverzeichnis

Standort Deutschland – Bestandsaufnahme und Analyse	2
Fred B. Irwin, Präsident, American Chamber of Commerce in Germany	
Von kurzfristiger Erfolgsmeldung zu dauerhafter Erfolgsgeschichte – Deutschland nach der Krise	3
Dr. Daniel Stelter, Senior Partner and Managing Director, The Boston Consulting Group	
Teilnehmende Unternehmen	6
VIII. AmCham Business Barometer	8
Perspektiven zum Wirtschaftsstandort Deutschland	
Schwerpunktthema 2011: US-Unternehmen und die Eurokrise	27
Handlungsempfehlungen für einen starken Standort Deutschland	40
Positionspapier der American Chamber of Commerce in Germany	
Informationen zur American Chamber of Commerce in Germany	43
Informationen zu The Boston Consulting Group	45



Standort Deutschland – Bestandsaufnahme und Analyse

Fred B. Irwin, Präsident,
American Chamber of Commerce in Germany

Die konjunkturelle Erholung in Deutschland hat sich auch in den letzten Monaten dynamisch fortgesetzt und die Stimmungsindikatoren lassen erwarten, dass die Aufwärtsbewegung die nächsten Monate andauert. Deutschland hat die Krise überwunden und die Wirtschaft ist stark und belastbar. Die diesjährigen Umfrageergebnisse belegen: US-Unternehmen verzeichnen wieder mehrheitlich Umsatzzuwächse im Jahr 2010 und sie zeigen sich auch für die Zukunft optimistisch – die große Mehrheit der Unternehmen erwartet für das laufende Jahr, dass Umsätze und Investitionen weiter steigen.

Die Befragung bestätigt erneut: Der Wirtschaftsstandort Deutschland ist für Firmen mit amerikanischem Kapital überaus attraktiv. Deutschland baut seinen Spitzenplatz als Investitions- und Wirtschaftsstandort weiter aus. Aus Sicht der US-Unternehmen in Deutschland ist Deutschland der wichtigste europäische Investitionsstandort überhaupt.

Die American Chamber of Commerce in Germany ist die Interessenvertretung amerikanischer und deutscher Unternehmen aller Branchen, die sich im transatlantischen Wirtschaftsaustausch engagieren. AmCham Germany ermöglicht interkulturelles Verständnis, Zusammenarbeit und neue Investitionen durch die Grundsätze eines transparenten Dialogs, freien Handels und eines wettbewerbsfähigen und offenen Wirtschaftsklimas.

Die Ergebnisse der Studie wurden im Rahmen eines Parlamentarischen Abends von AmCham Germany im Mai 2011 vorgestellt. Wir bedanken uns bei all denjenigen Unternehmen, die in den letzten Jahren dem AmCham Business Barometer zu seinem großen Erfolg verholfen haben. Ganz besonderer Dank gilt The Boston Consulting Group für die inhaltliche Unterstützung bei der Erstellung der Studie.

Von kurzfristiger Erfolgsmeldung zu dauerhafter Erfolgsgeschichte – Deutschland nach der Krise

Dr. Daniel Stelter, Senior Partner and Managing Director,
The Boston Consulting Group



Derzeit erlebt Deutschland einen konjunkturellen Aufschwung, der in der Presse schon als neues deutsches Wirtschaftswunder gefeiert wird. Die Wirtschaftsberichterstattung spricht von "Angela in Wonderland" (*The Economist*), BILD jubelt: "BIP, BIP – hurra". Die Bundesregierung verkündet offiziell den Aufschwung und geht von einem Wirtschaftswachstum von 2,3 Prozent für 2011 aus. Laut Statistischem Bundesamt wird das BIP des dritten Quartals 2011 über den Zahlen des ersten Quartals 2008 und damit auf einem historischen Rekordniveau liegen.

Die Umfrageergebnisse des VIII. AmCham Business Barometer belegen: Für Deutschland und die in Deutschland tätigen US-amerikanischen Unternehmen sind die schlimmsten Folgen der Krise überstanden. Zudem hat Deutschland in der Krise vorbildlich reagiert. Nicht zuletzt deshalb ist der Wirtschaftsstandort Deutschland nach wie vor für die amerikanischen Unternehmen äußerst attraktiv.

Aber heißt das auch, dass die in der Zukunft liegenden Herausforderungen für die deutsche Wirtschaft richtig eingeschätzt werden? Hier gibt es Anlass zu Zweifeln. Die deutsche Volkswirtschaft wird kurz-, mittel- und langfristig mit drei wesentlichen Herausforderungen konfrontiert sein:

Erstens: Die derzeitige Erholung der deutschen Wirtschaft ergibt sich vor allem aus den Exporterfolgen der deutschen Unternehmen. Damit ist Deutschland in hohem Maße abhängig von weltweiten Trends oder Ereignissen. Die tragischen Geschehnisse in Japan führen dies eindrücklich vor Augen: Hier geht es um mehr als um die verheerenden humanitären Folgen einer Naturkatastrophe. Aus dem Blickwinkel des Ökonomen besteht die Gefahr, dass die Ereignisse in Japan erhebliche Auswirkungen auf die Weltwirtschaft und damit auch auf die deutsche Wirtschaft haben.

In einer angesichts der Ereignisse in Japan Mitte März durchgeführten "Blitzumfrage" zeigt sich, dass alle befragten Unternehmen direkte und indirekte Auswirkungen der Ereignisse in Japan auf die Unternehmen in Deutschland erwarten. 62 Prozent der Teilnehmer unserer Umfrage

erwarten Lieferengpässe, 57 Prozent einen Anstieg der Rohstoffpreise. Darüber hinaus glauben 76 Prozent, dass sich die Katastrophe in Japan durch die energiepolitische Reaktion der Bundesregierung in Form von Strompreiserhöhungen nachhaltig auswirkt.

Die Gefahr, dass die ökonomischen Probleme Japans sich auf die Weltwirtschaft auswirken, ist deshalb so hoch, weil die Risikofaktoren, die seit dem Ende der Finanzkrise 2008/2009 die globale Wirtschaft prägen, nach wie vor bestehen: Die globalen Handelsströme befinden sich in einem erheblichen Ungleichgewicht. Die Schuldenprobleme vieler Staaten und privater Haushalte sind nach wie vor unbewältigt. Insbesondere die USA sind immer noch weit von einem sich selbst tragenden Aufschwung entfernt. Die globale Aufblähung der Geldmengen in Reaktion auf die Überschuldung verschärft die Gefahr von Blasen an den Finanzmärkten und erhöht den Inflationsdruck weltweit. Ob die chinesischen Maßnahmen gegen die Inflation erfolgreich sein werden, ist derzeit ungewiss. Laut den offiziellen Statistiken ist 2011 in China mit einer Inflationsrate von 5 Prozent, in Indien sogar von über 7 Prozent zu rechnen – die tatsächliche Inflation liegt vermutlich deutlich darüber. Diese Inflationsraten sind kein nationales, sondern ein globales Problem. Sie erhöhen die Gefahr, dass es weltweit zur erneuten Schwächung einer ohnehin schon fragilen Weltwirtschaft kommt. Die Unruhen im Nahen Osten wurden unter anderem durch den Anstieg der globalen Lebensmittelpreise verursacht – und treiben nun wiederum den Ölpreis in die Höhe.

Die genannten makroökonomischen Herausforderungen verdeutlichen die Risiken für den derzeitigen Aufschwung in Deutschland. Die Tatsache, dass es der deutschen Wirtschaft besser geht als vor einem Jahr, darf nicht den Blick darauf verstellen, dass sich viele Unternehmen hinsichtlich ihrer Auftragslage derzeit erst wieder auf dem Niveau des vierten Quartals 2007 befinden. Und auch der Binnenkonsum ist noch keine Konjunkturstütze. Während etwa das ifo Institut für 2011 ein leichtes Wachstum des privaten Konsums prognostiziert, geht die Economist Intelligence Unit von einem Rückgang des Konsums der Privathaushalte aus.

Zweitens: Mittelfristig stellt die europäische Schuldenkrise die deutsche Wirtschaft vor enorme Herausforderungen. Nichts wäre in dieser Situation unangebrachter als eine pessimistische Euroskepsis. Die deutsche Wirtschaft profitiert wie kaum eine andere vom Euro. Ohne den Euro wäre Deutschland von der Krise der Jahre 2008/2009 viel stärker betroffen gewesen.

Gerade weil Deutschland einen stabilen Euro braucht, muss es in den nächsten Jahren auch einen solidarischen Beitrag zur Lösung der europäischen Schuldenkrise leisten. Nicht nur die

öffentliche Hand, sondern auch die privaten Haushalte sind in vielen europäischen Ländern hoch verschuldet. Diese Schulden und die dahinterstehenden Handelsungleichgewichte stellen langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft in Frage.

Als größte europäische Wirtschaftsnation muss sich Deutschland in besonderer Weise für die Stabilisierung des europäischen Banken- und Finanzsystems einsetzen. Dabei ist an eine Reihe von Maßnahmen zu denken: Eine strengere Regulierung der Banken auf europäischer Ebene ist dringend erforderlich. Notwendig ist ein "Stresstest" für das europäische Finanzsystem, der diesen Namen tatsächlich verdient. Verbunden mit einem solchen ernsthaften Stresstest müssen die Banken, wann immer erforderlich, rekapitalisiert werden – wo es nötig ist, auch mit staatlichem Geld. Aber auch die entsprechenden Altlasten müssen beseitigt werden. Dort, wo Schulden nicht mehr tragbar sind, sollte besser früher als später eine Restrukturierung erfolgen. Auf keinen Fall kann es Aufgabe der Europäischen Zentralbank sein, auf Dauer die Finanzierung von Staaten zu übernehmen.

Drittens: Langfristig stellen die zunehmende Überalterung der Gesellschaft und der Mangel an hoch qualifizierten Nachwuchskräften ein erhebliches Risiko für die Sicherung des Standortes Deutschland dar – ein Risiko, das sich teilweise schon heute bemerkbar macht. Was Deutschland in dieser Situation benötigt, ist eine weltoffene Migrations- und Integrationspolitik. Wir brauchen nicht weniger, sondern mehr gezielte Einwanderung! Und wir brauchen eine Politik, welche die Rahmenbedingungen für eine wirkliche Integration schafft und zudem die Qualität der deutschen Ausbildung auf Weltniveau sicherstellt. Deutschland muss seine Attraktivität für die "Global Talents" weltweit unter Beweis stellen. Wie das geht, führt Kanada vor: Durch eine Integrationspolitik, die zugleich fördert und fordert, sind in Kanada mittlerweile zwei Drittel der Zuwanderer hoch qualifizierte Arbeitskräfte.

Umso wichtiger ist es, dass hierzulande auch Mittelschichtsfamilien stärker durch steuerliche Anreize und verbesserte Betreuungsmöglichkeiten unterstützt werden, da sie aufgrund der finanziellen und arbeitstechnischen Belastung häufig nur noch ein Kind bekommen – wenn überhaupt.

Nur wenn es gelingt, die drei beschriebenen Herausforderungen zu bewältigen, werden aus einer kurzfristigen Erfolgsmeldung für die Medien ein wirklich nachhaltiger Aufschwung und eine dauerhafte Erfolgsgeschichte, von denen die in Deutschland ansässigen und hier investierenden Unternehmen dauerhaft profitieren.

Wir danken allen Unternehmen, die am VIII. AmCham Business Barometer teilgenommen haben

107 Unternehmen aus allen Branchen haben an der Umfrage zum Wirtschaftsstandort teilgenommen, darunter 31 der 50 umsatzstärksten US-Unternehmen in Deutschland. Zusätzlich wurden 13 vertiefende Interviews mit Führungskräften geführt. Die teilnehmenden Unternehmen repräsentieren einen Umsatz von ca. 120 Milliarden Euro pro Jahr und mehr als 320.000 Arbeitsplätze am deutschen Standort.

Die Umfrage wurde im Januar und Februar 2011 durchgeführt und zeichnet ein Stimmungsbild des Jahres 2010 sowie eine Prognose für das Jahr 2011. Die Studie spiegelt die Meinung der befragten Unternehmen sowie deren Sicht auf den deutschen Markt und die Auswirkungen der Eurokrise wider, erhebt aber nicht den Anspruch, statistisch repräsentativ zu sein.



GE imagination at work



Anmerkung: Mit Logo sind nur diejenigen Unternehmen vertreten, die einer Veröffentlichung ihres Logos zugestimmt haben.

AlixPartners GmbH
When it really matters.

FM global
Risiken verstehen,
vermindern, versichern.

Dow

CERBERUS
Deutschland
Beteiligungsberatung GmbH
Ein Berater der Cerberus Capital Management, L.P.
An advisor to Cerberus Capital Management, L.P.

Medtronic

AMGEN

sirona
The Dental Company

Morgan Stanley

Coca-Cola Erfrischungsgetränke

McDonald's
ich liebe es®

citi

BD

pwc

Gala

JUNIPER
NETWORKS

WELLS
Germany GmbH

ebay

Amway

K&L GATES

WELLS
Germany GmbH

Genworth
Financial

JEPPESSEN
A BIDDING COMPANY

MARS
deutschland

LATHAM & WATKINS LLP

DU PONT

GOODYEAR DUNLOP
GERMANY

SPEZIALTECHNIK

ConocoPhillips

ups

KELLY

3M

MAYER • BROWN

Bank of America
Merrill Lynch

kraft foods
make today delicious

RLG
REVERSE LOGISTICS GROUP

MOTOROLA

MOBILITY

Microsoft

JOHN DEERE

JOHN DEERE

EMC²
where information lives™

CROWN

monster.de
Ihr neues Leben ruft™

YOGI TEA

American Airlines

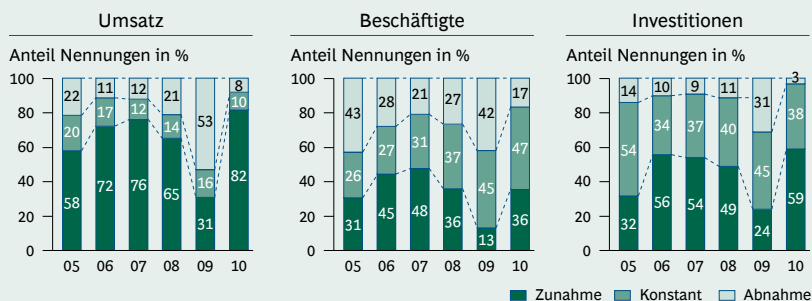
DOW CORNING

VIII. AmCham Business Barometer

Perspektiven zum Wirtschaftsstandort Deutschland

Die Krise ist vorbei: Die US-Unternehmen in Deutschland boomen im Jahr 2010 – Umsätze, Beschäftigtenzahlen und Investitionen ziehen wieder an

Entwicklung von Umsatz, Beschäftigtenzahl und Investitionen



Zunahme = "leichte Zunahme" und "starke Zunahme"; Abnahme = "leichte Abnahme" und "starke Abnahme"

Die Zahlen des VIII. AmCham Business Barometer zeigen aus Perspektive der in Deutschland tätigen US-Unternehmen ganz deutlich: Die Krise ist vorbei, der starke Umsatzeinbruch überwunden. Dies lässt sich an der Entwicklung der Umsätze, der Beschäftigtenzahlen und der Investitionen ablesen.

82 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie 2010 ein Umsatzwachstum erzielen konnten. Dieser auch im historischen Vergleich beeindruckend hohe Wert muss natürlich zum einen vor dem Hintergrund der schlechten wirtschaftlichen Lage der Jahre 2008 und 2009 gesehen werden. Die Unternehmen starteten von einem äußerst niedrigen Ausgangsniveau in das Jahr 2010. Zum anderen war der konjunkturelle Aufschwung im Jahr 2010 die wesentliche Ursache dafür, dass vier von fünf teilnehmenden Unternehmen Umsatzzuwächse verzeichnen konnten. Offensichtlich gelang es den für diese Studie befragten in Deutschland tätigen US-amerikanischen Unternehmen, durch ein erfolgreiches Krisenmanagement von dieser positiven konjunkturellen Entwicklung zu profitieren und sich ein großes Stück vom Kuchen einer wiedererstarteten Wirtschaft abzuschneiden.

Bei deutlich weniger Unternehmen wirkten sich die Umsatzzuwächse auch auf die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen aus: Nur bei 36 Prozent der befragten Unternehmen erfolgte 2010 eine Erhöhung der Mitarbeiterzahl.

Nun ist generell nicht zu erwarten, dass sich Umsatzzuwächse mit gleicher Intensität in einer positiven Entwicklung der Beschäftigtenzahlen widerspiegeln. Ein Blick auf die Ergebnisse der in den letzten Jahren im Rahmen des AmCham Business Barometer durchgeführten Umfragen zeigt, dass Zuwächse bei den Beschäftigten immer schon – und durchaus auch in Boomjahren – deutlich geringer ausfielen als die entsprechenden Umsatzsteigerungen.

Dass 2010 die Schere zwischen Umsatz- und Mitarbeiterzuwächsen besonders groß ist, lässt sich darüber hinaus vor allem dadurch erklären, dass Deutschland gerade eine wirtschaftliche Krise hinter sich hat. Vielen Unternehmen gelang es in den Krisenjahren 2008 und 2009, durch eine Flexibilisierung der Beschäftigtenverhältnisse – insbesondere durch Maßnahmen zur Kurzarbeit – Entlassungen zu vermeiden und die Mitarbeiter im Unternehmen zu halten. Diese Maßnahmen führen nun bei der wieder anziehenden Konjunktur naturgemäß zunächst zu einer Verringerung von Kurzarbeit und einer höheren Auslastung der vorhandenen Mitarbeiter, weniger zu Einstellungen von neuen Mitarbeitern.

Hinsichtlich der Investitionen zeigen die Zahlen des VIII. AmCham Business Barometer: 59 Prozent der befragten Unternehmen haben diese 2010 erhöht, fast 40 Prozent konstant gehalten. Dies zeigt, dass viele Unternehmen ihr Investitionsniveau langfristig planen und Umsatzsteigerungen generell nur teilweise mit einer Steigerung der Investitionsrate einhergehen. Ebenso wie die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen folgt also auch die Entwicklung der Investitionen nicht mit gleicher Intensität den steigenden Umsätzen.

Dass dennoch deutlich mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen in diesem Jahr die Investitionen erhöhen wollen, zeugt eindeutig von dem großen Vertrauen, das dem Wirtschaftsstandort Deutschland entgegengebracht wird. Die durch die Krise verursachte Zurückhaltung bei

den Investitionen, wie sie der letztjährigen Umfrage noch deutlich zu entnehmen war – seinerzeit hatten nur 24 Prozent der befragten Unternehmen ihre Investitionen erhöht –, ist ganz offensichtlich überwunden. Insofern bestätigt sich durch die Betrachtung der Investitionen das schon durch die Umsatzentwicklung nahegelegte Bild: In Deutschland und für Deutschland ist die Krise vorbei.



"Der Aufschwung von 2010 ist vor dem Hintergrund des Krisenjahres 2009 zu sehen: Letztlich wurden Umsatzeinbrüche zurückgewonnen, aber keine Marktanteile ausgebaut."

Hans-Jürgen Huber,
Vorsitzender der Geschäftsführung, DuPont de Nemours (Deutschland)

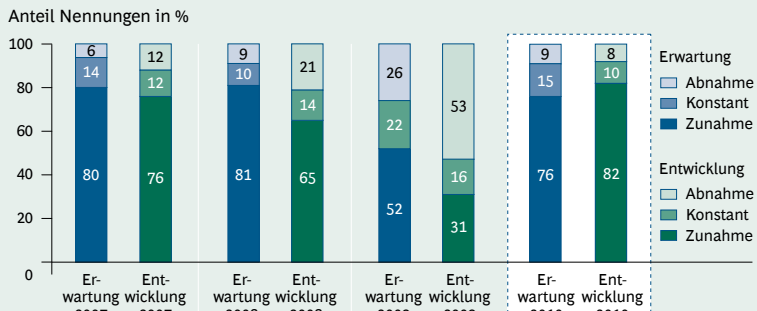


"Höhere Auslastung und die Rückabwicklung von Maßnahmen wie der Kurzarbeit haben dazu geführt, dass zunächst vor allem die Produktivität und Auslastung der bestehenden Belegschaft gestiegen sind, bevor neue Mitarbeiter eingestellt wurden."

Otmar Debald,
Geschäftsführer Finanzen und Logistik, Procter & Gamble Germany GmbH

Das Ende der Krise kam schneller als erwartet – Unternehmen im Boomjahr 2010 positiv überrascht

Erwartung und tatsächliche Entwicklung des Umsatzes



Zunahme = "leichte Zunahme" und "starke Zunahme"; Abnahme = "leichte Abnahme" und "starke Abnahme"

Die positive Entwicklung der Umsätze im Jahr 2010 hat die Anfang des Jahres von den Unternehmen gehegten Erwartungen bestätigt. Bei der zu Jahresbeginn 2010 durchgeführten Umfrage für das letztjährige AmCham Business Barometer erwarteten 76 Prozent der befragten Unternehmen Umsatzzuwächse für 2010. Drei Viertel der teilnehmenden Firmen gingen also Anfang des Jahres davon aus, dass sich die Auswirkungen der Krise zunehmend abschwächen würden und eine allmähliche Rückkehr zur Normalität möglich sei.

Dieser Optimismus hat sich im vergangenen Jahr im Sinne einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung bewahrheitet. Die Prognosen wurden von der tatsächlichen Entwicklung sogar insofern noch übertroffen, als 82 Prozent der Unternehmen 2010 Umsatzzuwächse verbuchen konnten. Nicht der Aufschwung selbst also kam für die Unternehmen überraschend, wohl aber übertraf die Intensität des Aufschwungs die Erwartungen der Unternehmen.



"Der Optimismus hat sich bewahrheitet und das allgemeine Selbstbewusstsein der Deutschen ist gestiegen, da wir über uns in der Zeitung lesen, dass wir besser als die meisten anderen durch die Krise gekommen sind. Durch diese Erfahrung sind wir psychologisch für die Zukunft aufgerüstet."

Dr. Lutz Raettig,
Vorsitzender des Aufsichtsrates, Morgan Stanley Bank AG



"Deutschland erscheint auch deshalb attraktiv, weil sich die Mentalität verändert hat: Optimismus und Tatendrang kombiniert mit technologischer Innovationskraft und kreativen Geschäftsideen haben Deutschland zur Exportnation gemacht und waren auch ein Garant für die rasche Konjunkturerholung."

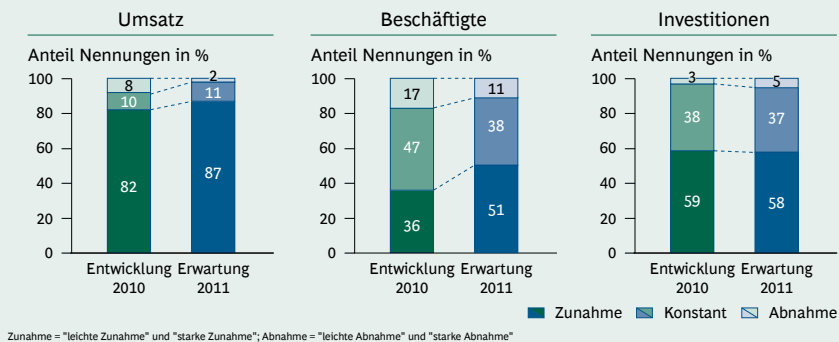
Heiko Meyer,
Geschäftsführer, Vice President und General Manager Imaging & Printing Group,
Hewlett-Packard GmbH

"Ende 2008 hatte man erwartet, das Vorkrisenniveau frühestens 2012/13 wieder erreichen zu können. Deutschland hat dafür lediglich ein Jahr benötigt und sich damit viel schneller als andere europäische Länder von der Krise erholt."

Hans-Jürgen Huber,
Vorsitzender der Geschäftsführung, DuPont de Nemours (Deutschland)

Prognosen für 2011 auf neuem Rekordhoch: US-Unternehmen blicken optimistisch in die Zukunft

Umsatz, Beschäftigtenzahl und Investitionen: Entwicklung 2010 und Erwartung für 2011



Die Tatsache, dass die ohnehin schon positiven Erwartungen 2010 sogar noch übertroffen werden konnten, prägt sicherlich auch jenen optimistischen Blick in die Zukunft, den die Unternehmensbefragung überaus deutlich erkennen lässt. 87 Prozent der teilnehmenden Unternehmen prognostizieren für 2011 einen weiteren Anstieg des Umsatzes und damit eine nochmalige Verbesserung gegenüber 2010 – ein deutliches Indiz dafür, dass die Unternehmen die Krise nun auch nachhaltig für überwunden halten. Allerdings äußern die Unternehmen auch die Sorge, ob das exportbasierte Wirtschaftswachstum von Dauer sein wird.

"Ich gehe davon aus, dass der deutsche Export nicht auf Dauer eine dermaßen herausragende Stellung einnehmen kann. Ein Grund dafür ist, dass auch andere Länder sich anschauen werden, was wir machen, und ein Stück weit versuchen werden, sich eine Scheibe davon abzuschneiden."

Hans-Peter Teufers,
Director Public Affairs Europe Region,
United Parcel Service Deutschland Inc. & Co. OHG





"Interessanterweise wurde die Exportlastigkeit Deutschlands vor zwei Jahren noch als Nachteil angesehen – inzwischen heißt es wieder, sie sei ein Vorteil. Dennoch glaube ich, dass sich das Exportwachstum abschwächen wird. In China wurde z. B. schon damit begonnen, die Zulassungszahlen für Autos ein wenig zu bremsen."

Roland Frank,
Director Financial Reporting & Analysis, TRW Automotive Engine Components



"Beim Export erleben wir gerade eine gigantische Boomphase, die sich meiner Einschätzung nach dauerhaft fortsetzen wird. Ob wir weiterhin in der Rangliste der Nationen Exportweltmeister bleiben, sei dahingestellt, aber der Export wird auch künftig ein tragender Faktor sein."

Dr. Rainer Landwehr,
Vorsitzender der Geschäftsführung, Goodyear Dunlop Tires Germany

"Für Deutschland ist es nahezu unmöglich, die Abhängigkeit vom Export zu verringern. Auch wenn Schwellenländer zukünftig einen größeren Anteil ihrer Produkte im eigenen Land herstellen, werden wir auch weiterhin auf den globalen Märkten wachsen, weil wir nicht nur Endprodukte, sondern auch Verfahrenstechnik auf Weltniveau exportieren."

Hans-Jürgen Huber,
Vorsitzender der Geschäftsführung, DuPont de Nemours (Deutschland)

Optimismus und Zuversicht kennzeichnen auch die Erwartungen der Unternehmen hinsichtlich ihrer Mitarbeiterzahlen. In etwa die Hälfte der befragten Unternehmen geht davon aus, 2011 die Zahl ihrer Mitarbeiter zu erhöhen. In den für das AmCham Business Barometer durchgeführten Interviews mit Unternehmensvertretern wurden zu dieser Thematik immer wieder zwei Entwicklungen betont: Zum einen führt die hohe Auslastung dazu, dass die Unternehmen bei wachsendem Personalbedarf neue Mitarbeiter einstellen müssen. Zum anderen waren in den Krisenjahren viele geplante Einstellungen auf Eis gelegt worden, die nun nachträglich realisiert werden.

"Die Deutschen sind inzwischen wieder optimistischer. Konsumenten haben in der Krise wenig langlebige Wirtschaftsgüter gekauft, und das wird jetzt nachgeholt, da das Vertrauen zurückgekehrt ist. Dies hängt stark damit zusammen, dass die öffentlichen Medien jetzt wieder Positives berichten können – vor allem vom Arbeitsmarkt."

Roland Frank,
Director Financial Reporting & Analysis, TRW Automotive Engine Components

"Ich habe den Eindruck, dass sich die deutsche Mentalität in den vergangenen Jahren zum Positiven verändert hat: vom Bedenkenträger zum vorsichtigen Optimisten."

Hans-Jürgen Huber,
Vorsitzender der Geschäftsführung, DuPont de Nemours (Deutschland)

Allerdings stellt sich die Frage, weshalb die skizzierte optimistische Prognose für den Anstieg der Beschäftigtenzahlen nicht noch deutlicher ausfällt. Von unseren Gesprächspartnern wurde hierfür eine Reihe von Gründen als ausschlaggebend angeführt. So tragen in den letzten Jahren vorgenommene Produktivitätsverbesserungen nun Früchte und reduzieren die Einstellung neuer Mitarbeiter bei anziehender Konjunktur. Die im Rahmen von M&As erzielten Kosten-synergien und die geplante Verlagerung bestimmter Wertschöpfungsstufen in Länder mit niedrigeren Lohnkostenniveaus werden als weitere Gründe genannt. Vor allem aber weisen die Gesprächspartner auf die ersten Anzeichen eines Fachkräftemangels in Deutschland hin. Auch dies erklärt mitunter, dass im Vergleich zum erwarteten Umsatzwachstum die Einschätzung der Entwicklung der Beschäftigtenzahlen für 2011 eher verhalten ausfällt.

"Wir brauchen in gewissem Maße eine schnelle und zielgerichtete Zuwanderung von hoch qualifizierten Kräften, um die entstehenden Lücken wenigstens teilweise zu schließen. Mir geht das zu langsam."

Otmar Debalde,
Geschäftsführer Finanzen und Logistik, Procter & Gamble Germany GmbH



"Wir haben in Deutschland im Bereich Forschung und Entwicklung bereits Engpässe bei hoch qualifizierten Fachkräften. Deutschland muss hier in Zukunft mehr tun, um als Standort Attraktivität auszustrahlen und angeworbene ausländische Fachkräfte zu integrieren."

Alexander Würfel,
General Manager, Abbott GmbH & Co. KG

"Wir sehen einen großen Handlungsbedarf bei der Verfügbarkeit von Fachkräften, denn wir erleben bereits heute, dass der Zugang zu Fachkräften immer schwieriger wird. Wir als Unternehmen möchten stärker daran arbeiten, das große Potenzial weiblicher Arbeitskräfte noch besser auszuschöpfen."

Dr. Rainer Landwehr,
Vorsitzender der Geschäftsführung, Goodyear Dunlop Tires Germany

"Bezüglich Ausbildung stehen wir im permanenten Wettbewerb mit anderen Industrienationen. PISA war ein Wake-up-Call und hat die latente Gefahr in unserem Schulbildungssystem offenbart, im Vergleich mit anderen Ländern zurückzufallen. Hier sind noch mehr Anstrengungen notwendig."

Otmar Debal,

Geschäftsführer Finanzen und Logistik, Procter & Gamble Germany GmbH



"Wir müssten attraktivere und flexiblere Arbeitsbedingungen schaffen, die die von uns ausgebildeten Fachkräfte auch im Land halten und dem Arbeitsmarkt zur Verfügung stellen – dies betrifft z. B. Mütter, Kinder pflegebedürftiger Eltern oder auch ältere Arbeitnehmer."

Carlo Wolf,
Vice President und Geschäftsführer, Cisco Deutschland

"Deutschland ist als Arbeitsmarkt für Fachkräfte attraktiver geworden. Besonders aus Asien, aber auch aus den USA und aus anderen Ländern finden Talente vermehrt ihren Weg nach Deutschland. Im Hinblick auf den Fachkräftemangel in vielen Bereichen ist diese Entwicklung sehr positiv. Eine angemessene Vergütung spielt dabei eine große Rolle. In Zukunft wird dieses Thema aufgrund des weltweiten Wettbewerbs um Fach- und Führungskräfte noch wichtiger werden."



David Nicholas Reilly,
Vorstandsvorsitzender Adam Opel AG, Präsident General Motors Europa

"Die Attraktivität Deutschlands für internationale Fachkräfte kann ich nur eingeschränkt bejahen. Das liegt einerseits an den hohen Steuern und andererseits daran, dass außereuropäische Fachkräfte in Deutschland nicht so gut integriert werden wie z. B. in den USA."

Roland Frank,
Director Financial Reporting & Analysis, TRW Automotive Engine Components

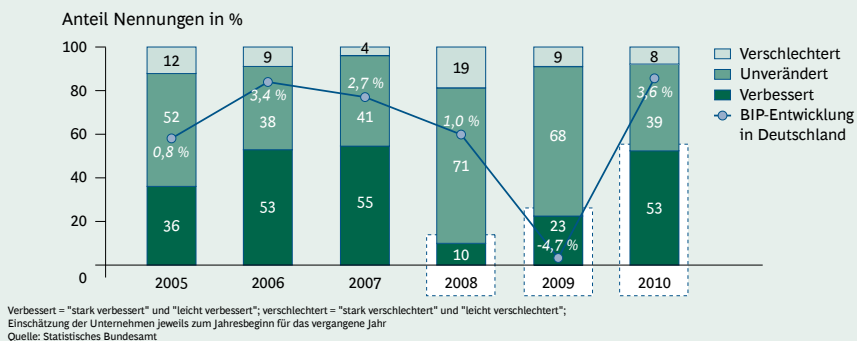
Bei den Investitionen decken sich die Erwartungen für 2011 recht genau mit der realen Entwicklung im Jahr 2010. Für 2011 erwarten 58 Prozent der befragten Unternehmen einen Anstieg ihrer Investitionstätigkeit. Viele Unternehmen halten sich mit langfristigen Investitionsentscheidungen derzeit zurück, nicht zuletzt auch, um ihre Eigenkapitalquote zu verbessern. Außerdem haben die Unternehmen trotz der Krise in den letzten Jahren notwendige Investitionen getätigt, sodass derzeit kein dringend aufzulösender Investitionsstau festzustellen ist.

"Während Opel und andere Firmen durchaus Neueinstellungen angekündigt haben, sehen wir im Marktumfeld im Jahr 2011 trotz gestiegener Umsatzerwartungen generell eine gewisse Zurückhaltung in dieser Hinsicht."

David Nicholas Reilly,
Vorstandsvorsitzender Adam Opel AG, Präsident General Motors Europa

Deutschland als vorbildlicher Krisenmanager: US-Unternehmen bescheinigen Deutschland erneut eine Verbesserung der Standortattraktivität

Bewertung des Standorts Deutschland in den jeweils vergangenen 12 Monaten



53 Prozent der für das VIII. AmCham Business Barometer befragten Unternehmen geben an, dass sich die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Deutschland 2010 verbessert hat. Dies entspricht mehr als einer Verdoppelung des entsprechenden Werts aus der vorjährigen Umfrage: Zu Beginn des Jahres 2010 waren lediglich 23 Prozent der teilnehmenden Firmen zu der Einschätzung gekommen, dass sich die Qualität des Standorts Deutschland in den zurückliegenden 12 Monaten verbessert habe.

Grundsätzlich muss man – gerade auch im Hinblick auf die Umfrageergebnisse der letzten Jahre – festhalten, dass die Einschätzung der Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Deutschland stets mit der konjunkturellen Situation in Deutschland korreliert. Insofern ist der bezifferte Anstieg der Attraktivität des Wirtschaftsstandorts alles andere als verwunderlich.

Damit allein ist aber die Frage nach den spezifischen Standortvorteilen im europäischen Vergleich noch nicht beantwortet. Hierzu verwiesen die von uns befragten Unternehmen immer wieder auf die vorbildliche Rolle Deutschlands als Krisenmanager in den letzten Jahren. Deutschland hat aus Sicht der Unternehmen rasch und angemessen auf die Krise reagiert und die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in der richtigen Weise verändert. Insbesondere das Instrument "Wunderwaffe Kurzarbeit" (Handelsblatt vom 21.02.2011) wird von den befragten Unternehmen als ein komparativer Wettbewerbsvorteil des Standorts Deutschland

anerkannt. Ebenfalls macht sich gemäß den Aussagen unserer Interviewpartner nun bezahlt, dass Deutschland viele seiner dringendsten wirtschaftspolitischen "Hausaufgaben" – wie Zurückhaltung beim Lohnniveau, Reformen des Arbeitsmarktes, Steuersenkungen – in den letzten Jahren erfolgreich angegangen ist.

"Man hat in der Krise das Klügste gemacht, was man überhaupt machen konnte: keine Entlassungen, sondern Kurzarbeit, damit man nach der Krise schnell wieder durchstarten konnte."

Wolfgang Kindler,
Geschäftsführer – Managing Director, Xerox GmbH



Insgesamt zeigt sich, dass Deutschland aufgrund des vorbildlichen Krisenmanagements seine Standortattraktivität deutlich erhöhen konnte. Auch und gerade im internationalen Vergleich verfügt Deutschland über einige strukturelle Standortvorteile, die dafür verantwortlich sind, dass die deutsche Wirtschaft aus der Krise gestärkt hervorgeht. Die für das VIII. AmCham Business Barometer durchgeführten Interviews ergaben derartige strukturelle Standortvorteile vor allem in vier Bereichen.

Interviewte US-Unternehmen nennen branchenübergreifend strukturelle Standortvorteile Deutschlands in vier Bereichen

Wirtschaftskraft

- Stark diversifizierter Branchenmix
- Stärke des Mittelstands ("Hidden Champions", Nischenplayer)
- Hohe Prozess- und Produktqualität
- "Schlanke" Unternehmen nach erfolgten Restrukturierungsmaßnahmen

Infrastruktur und Geographie

- Zentrale Lage innerhalb Europas
- Dezentrale geographische Verteilung der Wirtschaftskraft
- Flächendeckend gute Infrastruktur

Politische und soziale Rahmenbedingungen

- Innovationskraft durch Zusammenarbeit von Forschung und Wirtschaft
- Gute Zusammenarbeit aller Tarifpartner – Arbeitnehmer, Gewerkschaften und Arbeitgeber
- Stabiles rechtliches und soziales Umfeld; berechenbare und zuverlässige politische Rahmenbedingungen
- Staatliche Förderung für zukunftsweisende Industrien (z. B. Biotech und Solar)

Human Capital

- Innovationskraft durch Qualifizierung der Mitarbeiter
- Motivation der Mitarbeiter ("Tatendrang")
- Hohes Ausbildungsniveau

"Im Gegensatz zu anderen Ländern haben wir in Deutschland einen diversifizierten Branchenmix: von Industrie und Produktion über Dienstleistung bis hin zu Finanzdienstleistung. Die Verteilung der Wirtschaftskraft Deutschlands über die Fläche ist ein großer Vorteil und unterscheidet uns von anderen europäischen Ländern."

Wolfgang Kindler,
Geschäftsführer – Managing Director, Xerox GmbH

"Ein entscheidender Vorteil Deutschlands liegt im spezifisch deutschen Industriemix bestehend aus einem höchst lebendigen Mittelstand und Großunternehmen in Zukunftsbranchen."

Heiko Meyer,
Geschäftsführer, Vice President und General Manager Imaging & Printing Group, Hewlett-Packard GmbH

"Deutschland hat in den letzten 10 bis 15 Jahren kontinuierlich Produktivitätsfortschritte gemacht und war auf dem Lohnsektor vergleichsweise stabil. Auch in letzter Zeit haben sich die Gewerkschaften bei Lohnforderungen zurückgehalten und stellen eher das mittel- und langfristige Ziel in den Vordergrund: am Exportboom nachhaltig zu partizipieren."

Dr. Lutz Raettig,
Vorsitzender des Aufsichtsrates, Morgan Stanley Bank AG



"Die starke Position der Gewerkschaften in der deutschen Sozialen Marktwirtschaft wirkt auf Investoren nicht immer einladend – dabei muss man zugeben, dass sich die Arbeitnehmer hierzulande immer sehr flexibel verhalten haben, auch verglichen mit anderen Ländern."

Ralf Brinkmann,
President, Dow Deutschland

"Der Standort Deutschland ist sehr attraktiv, und dies wird sich auch in Zukunft noch leicht verbessern. Der Zugang zu Fachkräften und die sehr gute Zusammenarbeit mit Gewerkschaften und Betriebsräten sind hierbei wichtige Faktoren."

Dr. Rainer Landwehr,
Vorsitzender der Geschäftsführung, Goodyear Dunlop Tires Germany

"Deutschland ist für uns auf dem Gebiet der Forschung und Entwicklung ein Know-how-Träger und ein Land der gut ausgebildeten Spezialisten. In diesem Bereich muss Deutschland auch künftig investieren und Rahmenbedingungen schaffen, um sich weiterhin auf Weltniveau zu behaupten."

Wolfgang Kindler,
Geschäftsführer – Managing Director, Xerox GmbH

"Deutschland bringt ganz klar eine Reihe an Standortvorteilen mit. Leider konterkarieren wir das z. T. durch relativ komplizierte bürokratische Verfahren und das Nichtwahrnehmen der Chance, den Gesundheitsmarkt stärker zu erschließen und in Europa Leitmarkt für therapeutische Innovationen zu werden."

Alexander Würfel,
General Manager, Abbott GmbH & Co. KG

"Die Politik muss die Rahmenbedingungen dafür schaffen, um den Bedarf an qualifizierten Fachkräften in den Zukunftsbranchen zu sichern. Hochschulen müssen in die Lage versetzt werden, attraktive Lehrstühle in den entsprechenden Industriezweigen zu schaffen, um auch Spitzenleute aus der Industrie für eine Lehrtätigkeit zu gewinnen."

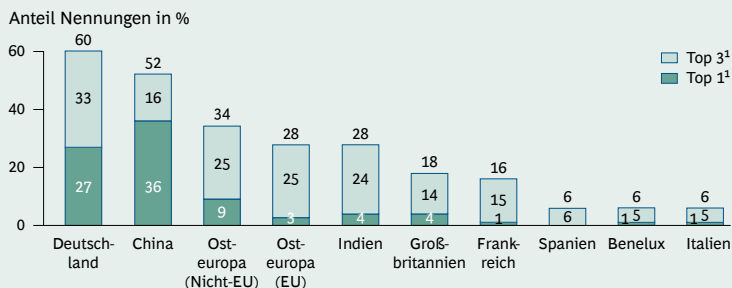
Hans-Jürgen Huber,
Vorsitzender der Geschäftsführung, DuPont de Nemours (Deutschland)

"Es bedarf einer partnerschaftlichen, ressortübergreifenden und integrierten Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Politik, um die Innovationskraft in Deutschland zu stärken und als Wettbewerbsvorteil zu erhalten – und hier haben wir in Deutschland noch einiges zu tun."

Alexander Würfel,
General Manager, Abbott GmbH & Co. KG

Deutschland ist neben China wichtigster Investitionsstandort

Investitionsschwerpunkt weltweit für die nächsten Jahre



1. Top-1 bzw. Top-1- bis Top-3-Standort im weltweiten Ranking (11 Antwortmöglichkeiten, Ranking der Top 9; Rang 1 – 9 durfte jeweils einmal vergeben werden); die Antworten spiegeln teilweise die Konzernsicht, teilweise die Landessicht der Unternehmen wider.

Der Standort Deutschland hat sich in der Krise auch gegenüber seinen wichtigsten Konkurrenten gut behauptet – diese Aussage gilt nicht nur im europäischen, sondern auch im globalen Vergleich.

Das diesjährige AmCham Business Barometer blickte erstmals über den Tellerrand Europas und untersuchte die Attraktivität des Standorts Deutschland im globalen Maßstab. Dabei zeigt sich vor allem zweierlei: Innerhalb Europas ist Deutschland ganz eindeutig führend als Standort für die Investitionen US-amerikanischer Unternehmen. Für 60 Prozent der befragten Unternehmen ist Deutschland eines der drei beliebtesten Länder für Investitionen; damit liegt es sehr deutlich vor der westeuropäischen, aber auch – wenngleich mit geringerem Abstand – vor der osteuropäischen Konkurrenz. Die Attraktivität Osteuropas als Investitionsstandort bleibt aufgrund der bestehenden Lohnunterschiede und der Nähe zum Absatzmarkt Deutschland unbestreitbar hoch.

"Die Vorzüge Osteuropas sind noch groß genug, um manche Tätigkeiten zu verlagern; sie sind aber nicht mehr groß genug, um ganze Fabriken abzubauen und in Osteuropa wieder aufzubauen, wie das vor zehn Jahren der Fall war."

Otmar Debold,
Geschäftsführer Finanzen & Logistik, Procter & Gamble Germany GmbH

Überflügelt wird Deutschland als Investitionsstandort im globalen Vergleich lediglich von China. 36 Prozent der befragten Unternehmen nannten China, 27 Prozent Deutschland als bevorzugten Investitionsstandort. Dabei dürften die Einschätzungen von in Deutschland tätigen Unternehmensvertretern zumindest teilweise von einem Bias zugunsten Deutschlands gekennzeichnet sein. Dass China als beliebtester Investitionsstandort vor Deutschland liegt, kann angesichts der Größe, des Wachstums und der Lohnstrukturen der chinesischen Volkswirtschaft sowie der Attraktivität Chinas vor allem für Erstinvestitionen nicht überraschen.

"Zu einer Wachstumsstrategie gehört, dass man in unterentwickelte Märkte verstärkt investiert, weil die dortigen Erstinvestitionen eine größere Dimension haben als Ersatzinvestitionen in entwickelten Märkten."

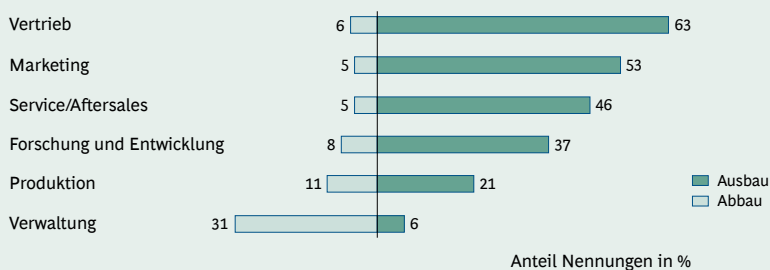
Otmar Debald,
Geschäftsführer Finanzen & Logistik, Procter & Gamble Germany GmbH

"Deutschland ist ein großer Schlüsselmarkt, der hervorragend durch die Krise gekommen ist und sich stabil entwickelt. China ist schwer vergleichbar und aus anderen Gründen hoch attraktiv: enorm hohe Wachstumsraten und dynamisch steigender Konsum. Ein Global Player wie Dow muss auf beiden Märkten präsent sein."

Ralf Brinkmann,
President, Dow Deutschland

Unternehmen investieren wieder in Wachstum: Konjunktureller Aufschwung fördert vor allem den Ausbau der Vertriebs-, Marketing- und Service-Aktivitäten

Geplante Veränderung der Wertschöpfung in Deutschland



Skala von Note 1 = "stark ausbauen" bis 5 = "stark reduzieren". Ausbau = Note 1 und 2, Abbau = Note 4 und 5

Hinsichtlich der Entwicklung einzelner Wertschöpfungsstufen in Deutschland geben 63 Prozent der für das VIII. AmCham Business Barometer befragten Unternehmen an, dass sie 2011 den Vertrieb in Deutschland ausbauen wollen. Rund die Hälfte der Umfrageteilnehmer plant, 2011 Marketing- und Service-/Aftersales-Aktivitäten zu verstärken. Diese Zahlen spiegeln den grundsätzlichen Optimismus der Unternehmen und ihre Einschätzung der Nachhaltigkeit des aktuellen Konjunkturaufschwungs wider.

Die optimistische Erwartungshaltung zeigt sich auch in der Tatsache, dass 37 Prozent der befragten Unternehmen in Reaktion auf den globalen Bedarf ihre F&E-Aktivitäten in Deutschland künftig erhöhen wollen. Als entscheidenden Grund für den Ausbau der F&E-Aktivitäten nennen die Unternehmen die hoch qualifizierten Mitarbeiter und die guten Rahmenbedingungen zur Förderung von Forschung und Innovationen in Deutschland, fügen zugleich jedoch hinzu, dass sich Deutschland auf diesem Gebiet nicht ausruhen dürfe.

Die positive Entwicklung der deutschen Wirtschaft veranlasst ein Fünftel der teilnehmenden Unternehmen auch zu einem geplanten Ausbau der Produktion in Deutschland. Dies entspricht exakt dem Wert des Vorjahres. Dahingegen reduziert sich der Produktionsabbau 2011: Nur noch 11 Prozent der befragten Unternehmen wollen in diesem Jahr ihre Produktionskapazitäten

verringern – das ist weniger als noch im letzten Jahr. Als Begründung nannten die befragten Unternehmensvertreter neben der guten Konjunktur vor allem die hohe Produktivität deutscher Produktionsanlagen und die hohe Qualität deutscher Produkte. Es sind vor allem billige, einfach herzustellende Produkte, deren Herstellung in Niedriglohnländer verlegt wird.

Die Wertschöpfungsstufe, für welche die befragten Unternehmen in weitaus stärkstem Maße 2011 eine Verlagerung aus Deutschland ins Auge fassen, ist die Verwaltung. 31 Prozent der befragten Unternehmen geben an, 2011 ihre Verwaltungsaktivitäten in Deutschland abzubauen. Diese Tendenz ergibt sich aus den Bestrebungen, die Verwaltungskosten durch die Zentralisierung dieser Funktion und ihre Verlagerung in Niedriglohnländer zu reduzieren.

"Ausbau von Vertrieb und Marketing ist zum großen Teil binnenmarktgetrieben – doch durch den internationalen Erfolg unserer Kunden profitieren auch wir vom globalen Aufschwung, da wir unsere Kunden aus Deutschland heraus auch weltweit betreuen."

Carlo Wolf,
Vice President und Geschäftsführer, Cisco Deutschland

"Wir dürfen uns in Deutschland auf keinen Fall auf unserer Innovationskraft ausruhen. Noch rangieren wir gut, aber andere Volkswirtschaften in Europa, z. B. die nordischen Länder, sind auf eine stärkere Nutzung neuer Technologien im Gesundheitswesen sehr gut vorbereitet."

Alexander Würfel,
General Manager, Abbott GmbH & Co. KG

"Wir können sechs Fabriken in Deutschland konkurrenzfähig im internationalen Wettbewerb unterhalten, weil wir uns wirklich auf die Spitzentechnologie im Reifenbereich, den High-End-Sektor, in Deutschland konzentrieren. Standardprodukte können andere in anderen Ländern zu deutlich geringeren Kosten herstellen."

Dr. Rainer Landwehr,
Vorsitzender der Geschäftsführung, Goodyear Dunlop Tires Germany

"Deutschland ist attraktiv für die Produktion hoch qualitativer Produkte; für normale Elektronikprodukte sicher nicht, aber z. B. für Softwareprodukte, die ein hohes Know-how erfordern."

Wolfgang Kindler,
Geschäftsführer – Managing Director, Xerox GmbH

"Ein Hochlohnland kann durchaus ein interessanter Produktionsstandort sein – wenn die Produktivität und die Gesamtkosten stimmen. Bei Dow zum Beispiel ist Energie oft ein bedeutenderer Kostenfaktor als Personal. Auch Anlageneffizienz und Marktnähe sind mindestens ebenso wichtig wie das Lohnniveau."

Ralf Brinkmann,
President, Dow Deutschland



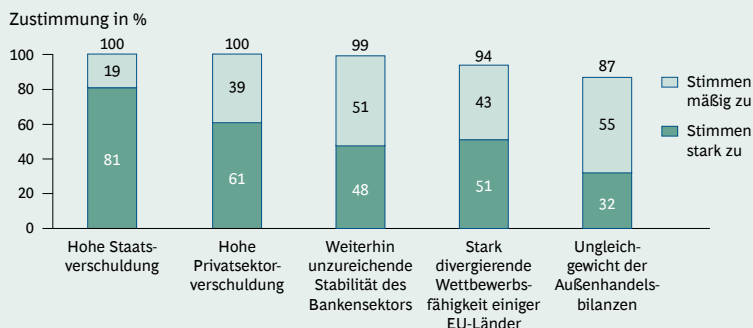
"Deutschland wird bei transaktionistischen Aktivitäten der Wertschöpfungskette wenig Zukunft haben – weil die Lohn- und Gehaltskosten hier deutlich höher sind."

Hilmar Bohn,
Director Finance, Lilly Deutschland GmbH

Schwerpunktthema 2011: US-Unternehmen und die Eurokrise

Unternehmen erkennen die strukturellen wirtschaftlichen Probleme Europas

Ungelöste Strukturprobleme aus Sicht der US-Unternehmen



Skala: Note 1 = "Stimmen stark zu", Note 2 = "Stimmen mäßig zu", Note 3 = "Stimmen gar nicht zu"

Die nachhaltige Überwindung der Krise, welche sich sowohl in realen Zahlen als auch in optimistischen Prognosen ausdrückt, darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass in Deutschland ansässige Unternehmen sich auch weiterhin Herausforderungen durch die Eurokrise gegenübersehen. Ein großer Anteil der befragten Unternehmen sieht in der hohen öffentlichen Verschuldung (81 Prozent) bzw. in der hohen Verschuldung der privaten Haushalte (61 Prozent) die beiden wichtigsten bislang ungelösten Strukturprobleme des europäischen Wirtschaftsraums. Ungefähr die Hälfte der befragten Unternehmen betrachtet die Stabilität des Bankensektors in Europa für unzureichend stabil und die stark divergierende Wettbewerbsfähigkeit einzelner Mitgliedsländer der EU als Standortnachteil für die europäische Wirtschaft. Ungleichgewichtige Außenhandelsbilanzen stellen für etwa ein Drittel der befragten Unternehmen ein ungelöstes strukturelles Problem der europäischen Wirtschaft dar. Die wirtschaftlichen Probleme, vor denen Europa derzeit steht, betrachten unsere Gesprächspartner also als durchaus gravierend und von struktureller Natur.

"Wir sehen eine Vielzahl ungelöster Strukturprobleme, die die Stabilität des Euros oder der Eurozone gefährden könnten. Das verabschiedete Programm zur Unterstützung finanzschwacher Länder wie Griechenland ist ein Schritt in die richtige Richtung. Wir kommen hier voran, sind aber noch lange nicht am Ziel, sondern vielleicht im ersten Drittel unseres Weges."

Heiko Meyer,
Geschäftsführer, Vice President und General Manager Imaging & Printing Group, Hewlett-Packard GmbH

"Ich sehe die Schulden- und Strukturkrise in der EU als sehr problematisch und als noch nicht überstanden an – dafür gibt es zu viele Unwägbarkeiten. Ein weiteres Griechenland oder Irland ist ja nicht ausgeschlossen."

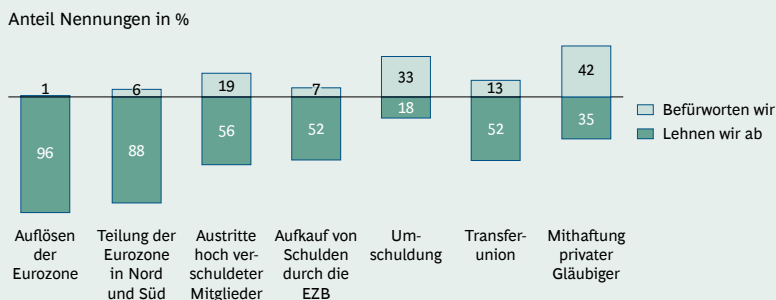
Dr. Rainer Landwehr,
Vorsitzender der Geschäftsführung, Goodyear Dunlop Tires Germany

"Hohe Staatsverschuldung, hohe Verschuldung des privaten Sektors und unzureichende Stabilität des Bankensektors können in Zukunft zu einem Problem werden. Sie wurden bisher gut durch die Regierungen gemeistert, aber letztendlich wurden sie mit sehr viel Geld nur temporär gelöst. Irgendwann müssen die hohen Staatsschulden wieder getilgt werden."

Roland Frank,
Director Financial Reporting & Analysis, TRW Automotive Engine Components

US-Unternehmen bekennen sich zum Euroraum, lehnen aber eine dauerhafte Transferunion ab

Mögliche Ansätze zur Lösung der Schuldenkrise



Skala von Note 1 = "Befürworten wir stark" bis Note 5 = "Lehnen wir stark ab", "Befürworten wir" = Note 1 und 2; "lehnen wir ab" = Note 4 und 5

Die befragten Unternehmen bekennen sich eindeutig zur Eurozone als Raum für eine einheitliche europäische Währung. Über 88 Prozent der Teilnehmer am VIII. AmCham Business Barometer lehnen die Idee einer Nord-Süd-Teilung des Euroraums ab. Noch klarer fällt das grundsätzliche Bekenntnis zum Euroraum aus: 96 Prozent der Teilnehmer wenden sich strikt gegen eine Auflösung der Eurozone.

Diese quantitativen Ergebnisse werden durch die im Rahmen des VIII. AmCham Business Barometer durchgeführten qualitativen Interviews bestätigt. Die Unternehmensvertreter unterstützen eindeutig den Kurs der Bundesregierung, den Euro als einheitliche europäische Währung zu stabilisieren, und sehen deutlich die wirtschaftlichen Vorteile, die der Euro für die in Deutschland tätigen Unternehmen bietet.

Daher bekennen sich die befragten Unternehmen auch zu einer gesamteuropäischen Verantwortung für die Stabilität des Euros. Sie fordern aber ebenso Kontrollmechanismen, um eine dauerhafte Subventionierung wirtschaftsschwächerer EU-Staaten zu verhindern. Damit unterstützen sie die Beschlüsse der Regierungen der Eurozone, Finanzhilfen nur unter Auflage von Wirtschaftsreformen zu gewähren. Immerhin 42 % der Unternehmen befürworten zudem eine Mithaftung privater Gläubiger.

Darüber hinaus befürworten 33 Prozent der befragten Unternehmen Umschuldungsmaßnahmen und 19 Prozent im Sinne einer Ultima Ratio auch den forcierten Austritt hoch verschuldeter Mitgliedsländer der EU als Lösungsansätze für die Schuldenkrise.

Eine Transferunion im Sinne einer dauerhaften finanziellen Unterstützung der wirtschaftsschwächeren Länder im Euroraum durch die wirtschaftsstärksten europäischen Länder wird aus verschiedenen Gründen abgelehnt. Die befragten Unternehmen lehnen es ab, dass die Sanierung hoch verschuldeter öffentlicher und privater Haushalte in einzelnen Mitgliedsländern des Euroraums zu einer zentralen Aufgabe der EU wird. Außerdem fehlt aus Sicht der Unternehmen in der EU eine durchsetzungsstarke politische Instanz, welche die dauerhafte Finanzhilfe für wirtschaftsschwächere Länder – wie sie einer Transferunion entspräche – verhindern könnte.

"Eine Zerstückelung der Eurozone wieder in alte Strukturen würde uns gegenüber China und auch Nordamerika absolut konkurrenzunfähig machen."

Ralf Brinkmann,
President, Dow Deutschland

"Auch wenn viel von China und Indien geredet wird – der Großteil unserer Exporte geht immer noch in den Euroraum. Das dürfen wir nicht ganz vergessen. Daher haben wir ein originäres Interesse an Europa und müssen Renationalisierung oder Protektionismus unbedingt entgegenwirken."

Dr. Lutz Raettig,
Vorsitzender des Aufsichtsrates, Morgan Stanley Bank AG

"Bei einer Auflösung der Eurozone würden wir Schaden nehmen, da wir dann vermutlich wieder eine erheblich höher bewertete Währung hätten und Volatilität der Wechselkurse und ein neuer Protektionismus die deutsche Industrie beeinträchtigen würden."

Otmar Debold,
Geschäftsführer Finanzen & Logistik, Procter & Gamble Germany GmbH

"Der Euro ist eine Erfolgsgeschichte und eine starke Währung, die allen Ländern Vorteile gebracht hat. Darauf möchte heute keiner mehr verzichten."

Heiko Meyer,
Geschäftsführer, Vice President und General Manager Imaging & Printing Group, Hewlett-Packard GmbH

"Wir glauben nicht, dass die Eurozone in absehbarer Zeit zerfallen wird. Sowohl die deutsche Regierung als auch die Euroländer insgesamt entwickeln gerade eine Reihe von konkreten Maßnahmen, um dies zu verhindern."

Heiko Meyer,
Geschäftsführer, Vice President und General Manager Imaging & Printing Group, Hewlett-Packard GmbH

"Grundsätzlich bin ich für staatliche Stützungsmaßnahmen und für eine internationale Solidarität in Europa – aber dies in Grenzen und unter der Bedingung, dass die Krisenstaaten ihre Strukturprobleme im Land angehen."

Hilmar Bohn,
Director Finance, Lilly Deutschland GmbH

"Eine finanzielle Absicherung der Krisenstaaten ist notwendig, um die großen Wogen zu glätten und wieder eine positive wirtschaftliche Entwicklung herbeizuführen. Im Gegenzug müssen die hoch verschuldeten Länder ihre internen Prozesse verändern und wieder effizient werden."

Hans-Peter Teufers,
Director Public Affairs Europe Region,
United Parcel Service Deutschland Inc. & Co. OHG

"Wir sind davon überzeugt, dass die EU ihr Solidaritätskonzept nach außen hin demonstrieren muss. Wenn bei den ersten wirtschaftlichen Problemen alles auseinanderzufallen droht, verliert die Eurozone als Wirtschaftsverbund Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Eine Folge davon könnte dann in letzter Konsequenz die Abschaffung des Euros bedeuten. Realistisch gesehen können wir uns solche Szenarien überhaupt nicht leisten."

Hans-Jürgen Huber,
Vorsitzender der Geschäftsführung, DuPont de Nemours (Deutschland)

US-Unternehmen erwarten, dass starke europäische Exporte die negativen Auswirkungen der Schuldenkrise mildern werden

Erwartete Auswirkungen der Schuldenkrise

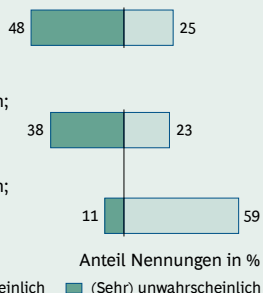
Schuldenkrise wirkt sich kurz- und langfristig nicht auf Deutschland aus

Szenarien

– Schuldenkrise führt zu Sparmaßnahmen und Steuererhöhungen; innereuropäische Exporte werden geschwächt

➔ **Binnennachfrage wird geschwächt und damit auch die Konjunktur**

+ Schuldenkrise führt zu Sparmaßnahmen und Steuererhöhungen; innereuropäische Exporte werden geschwächt; dennoch: Außereuropäische Exporte und gute Binnennachfrage lassen **gute Konjunkturlage weiter anhalten**



Skala von Note 1 = "sehr wahrscheinlich" bis Note 5 = "sehr unwahrscheinlich". "(Sehr) wahrscheinlich" = Note 1 und 2; "(sehr) unwahrscheinlich" = Note 4 und 5

Fast jedes zweite der für das VIII. AmCham Business Barometer befragten Unternehmen geht davon aus, dass sich die derzeitige europäische Schuldenkrise kurz- und langfristig auf die deutsche Wirtschaft auswirken wird.

Rund 60 Prozent der teilnehmenden Unternehmen glauben aber, dass die deutsche Wirtschaft aufgrund ihres hohen Anteils außereuropäischer Exporte und eines starken Binnenmarktes den mit der europäischen Schuldenkrise verbundenen Nachfragerückgang kompensieren kann. Zwar erwarten die Unternehmen, dass die mit der Eurokrise verbundenen Sparmaßnahmen und Steuererhöhungen in einzelnen europäischen Ländern den innereuropäischen Handel negativ beeinflussen. Zugleich rechnen sie aber damit, dass ein schwacher Euro die außereuropäischen Exporte begünstigt. Aus diesem Grund sind nur 23 Prozent der befragten Unternehmen der Ansicht, dass die Sparmaßnahmen und Steuererhöhungen in einzelnen Ländern des europäischen Wirtschaftsraums zu einer Schwächung der Konjunktur in Deutschland führen werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Stellungnahmen der in Deutschland tätigen US-amerikanischen Unternehmen trotz großer Unsicherheit hinsichtlich der weiteren Auswirkungen der europäischen Schuldenkrise von starkem Vertrauen in eine weiterhin positive wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland gekennzeichnet sind.

"Ob positive oder negative Effekte der Schuldenkrise für Deutschland überwiegen, ist noch nicht abzusehen. Aber: Ein schwacher Absatzmarkt in einigen Ländern Europas bedeutet nicht zwangsläufig einen Rückgang der Exportrate Deutschlands."

Heiko Meyer,
Geschäftsführer, Vice President und General Manager Imaging & Printing Group, Hewlett-Packard GmbH

"Deutschland wird im Rahmen der Eurorettungsschirme einen Beitrag zur Stabilisierung leisten müssen – dieses Geld wird zwangsläufig an anderer Stelle im Bundeshaushalt fehlen und beispielsweise notwendige Investitionen ins Bildungswesen verzögern."

Hans-Jürgen Huber,
Vorsitzender der Geschäftsführung, DuPont de Nemours (Deutschland)

"Durch die Schuldenkrise wurde im letzten Jahr mehr Transparenz geschaffen. Wenn man die Eurokrise auf konstruktive Weise überwindet, aus der Krise lernt und Reformen durchführt, wird Europa gestärkt aus der Krise hervorgehen."

Hilmar Bohn,
Director Finance, Lilly Deutschland GmbH

Dennoch: Eine starke Mehrheit der befragten Unternehmen rechnet mit Inflation und Wechselkursschwankungen

Erwartete Auswirkungen der Schuldenkrise



Skala von Note 1 = "sehr wahrscheinlich" bis Note 5 = "sehr unwahrscheinlich". "(Sehr) wahrscheinlich" = Note 1 und 2; "(sehr) unwahrscheinlich" = Note 4 und 5

Hinsichtlich der Auswirkungen der europäischen Schuldenkrise auf die Unternehmen schätzen 65 % der befragten Unternehmen die Gefahr eines Anstiegs der Inflation aufgrund der expansiven Geldpolitik der Europäischen Zentralbank und der nationalen Notenbanken als besonders hoch ein. Die Firmen halten ein Szenario für möglich, in dem hoch verschuldete Staaten sich durch Inflation zu entschulden versuchen.

Darüber hinaus halten 56 Prozent der Unternehmen höhere Wechselkursschwankungen auf den Devisenmärkten infolge der europäischen Schuldenkrise für wahrscheinlich. Dieses Szenario stellt für die Unternehmen aber keine ungewöhnliche Situation dar, da sie seit Jahren den Wechselkursschwankungen einerseits durch Finanzprodukte, andererseits durch möglichst breite Diversifizierung auf lokalen Märkten begegnen.

Zudem geht über die Hälfte der befragten Unternehmen davon aus, dass eine Refinanzierung an den Kapitalmärkten im Zuge der europäischen Schuldenkrise zunehmend schwieriger werden wird. In den für das VIII. AmCham Business Barometer geführten Interviews betonten unsere Gesprächspartner immer wieder, dass sie auch künftig auf die Einhaltung einer hohen Eigenkapitalquote achten wollen.

"Inflation wird kommen, das steht außer Frage. In welcher Form, in welcher Höhe und mit welchen Auswirkungen vermag im Moment niemand zu sagen."

Carlo Wolf,
Cisco Systems GmbH

"Beim Betrachten der Entwicklung der Rohstoffpreise im letzten Jahr bin ich sicher, dass wir auf dem Weg in eine starke Inflation sind – es ist nur noch eine Frage des genauen Zeitpunktes."

Dr. Rainer Landwehr,
Vorsitzender der Geschäftsführung, Goodyear Dunlop Tires Germany

"Ich rechne mit einer erhöhten Inflation in Deutschland, jedoch auf einem noch politisch akzeptierbaren Niveau, und es wird auch Abgaben- und Steuererhöhungen geben. Von irgendwo muss ja das Geld herkommen, das von der Bundesregierung für die Lösung der Eurokrise ausgegeben wurde und noch ausgegeben wird."

Wolfgang Kindler,
Geschäftsführer – Managing Director, Xerox GmbH

"Die Währungsrisiken nehmen zu, die Schwankungen z. B. gegenüber dem Dollar sind ein großes Risiko. Hier müssen wir vermehrt Kurssicherungsgeschäfte machen, um Sicherheit zu bekommen."

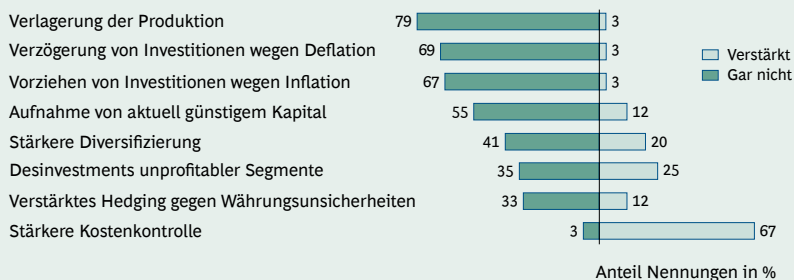
Roland Frank,
Director Financial Reporting & Analysis, TRW Automotive Engine Components

"Sollten die Zinssätze steigen, wird dies Auswirkungen auf alle Unternehmen haben – auch für die, die finanziell solide dastehen. Unternehmen mit einer hohen Eigenkapitalquote wird dieser Effekt allerdings gedämpfter treffen."

Hilmar Bohn,
Director Finance, Lilly Deutschland GmbH

Deutliche Mehrheit der Unternehmen konzentriert sich auf eine stärkere Kostenkontrolle

Krisenmaßnahmen der Unternehmen



Skala von Note 1 = "verstärkt" bis Note 3 = "gar nicht"

Rund zwei Drittel der befragten Unternehmen, nämlich 67 Prozent, planen für 2011 eine stärkere Kontrolle ihrer Kosten. Diese Maßnahmen zur Kostenkontrolle sind unabhängig von der Eurokrise Bestandteil der jeweiligen Unternehmensstrategie und sollen den Unternehmen dabei helfen, künftig in schlanker und effizienter Weise auf konjunkturelle Schwankungen zu reagieren.

Um sich besonders auf die Auswirkungen der Eurokrise vorzubereiten, planen 25 Prozent der teilnehmenden Firmen mittel- oder langfristig eine Abstoßung unprofitabler Geschäftssegmente; 20 Prozent wollen ihre Unternehmensaktivitäten stärker diversifizieren.

Lediglich 12 Prozent der Unternehmen geben an, aktuell günstiges Kapital aufnehmen zu wollen, um sich gegenüber den Auswirkungen der europäischen Währungskrise zu schützen.

Neben diesen quantitativen Angaben verdeutlichen die für das VIII. AmCham Business Barometer durchgeführten Interviews, dass die befragten Unternehmen keine außergewöhnlichen Krisenmaßnahmen zur Vorbereitung auf einen möglichen Anstieg der Inflation für erforderlich halten. Die Unternehmen vertrauen offensichtlich darauf, dass es der Politik auf europäischer bzw. nationalstaatlicher Ebene gelingt, durch Schaffung entsprechender Rahmenbedingungen die möglichen Auswirkungen der europäischen Schuldenkrise abzufedern und im konstruktiven Dialog mit den Unternehmen die richtigen finanz- und währungspolitischen Weichenstellungen vorzunehmen.

"Wir verfolgen Strategien, die uns nach vorne bringen – z. B. wie wir unser Geld ausgeben oder, präziser gesagt, 'Investitionskontrolle' betreiben." Wir investieren in Elektroniklabors, aber statt hübscherer Gebäude und schickerer Räume bezahlen wir dort lieber drei Lehrlinge mehr!"

Wolfgang Kindler,
Geschäftsführer – Managing Director, Xerox GmbH

"Unsere Planung berücksichtigt einen gewissen Prozentsatz an Inflation, deshalb sind wir gut auf mögliche Auswirkungen vorbereitet. HP glaubt auch nicht, dass der europäische Markt auf dem Weg in eine galoppierende Inflation ist – dafür haben die europäischen Regierungschefs sehr früh eingegriffen und den Rettungsschirm auf den Weg gebracht."

Heiko Meyer,
Geschäftsführer, Vice President und General Manager Imaging & Printing Group, Hewlett-Packard GmbH

"Man kann sich als Unternehmen nur von den Auswirkungen der Eurokrise unabhängig machen, indem man diversifiziert und Umsätze in verschiedenen Ländern der Welt erzielt."

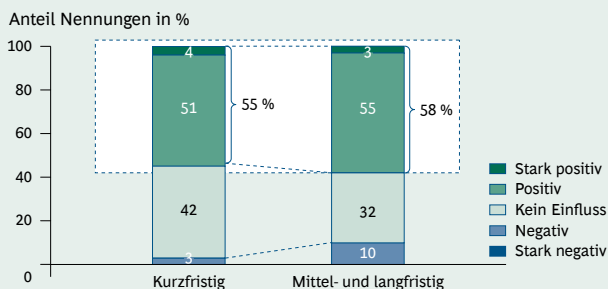
Roland Frank,
Director Financial Reporting & Analysis, TRW Automotive Engine Components

"Wir haben beobachtet, dass bei den Unternehmen auch in der Krise Informationstechnologie und Kommunikation weiter im Fokus standen, um positive Impulse für Innovationen und Produktivitätsverbesserungen bei Veränderungen in Unternehmen zu setzen."

Carlo Wolf,
Vice President und Geschäftsführer, Cisco Deutschland

US-amerikanische Unternehmen bekennen sich zur Eurozone und zum Euro

Erwartete Auswirkungen der Konjunkturerwicklung der Eurozone und der Eurostabilität auf die Attraktivität Deutschlands



Die Mehrheit der befragten Unternehmen geht davon aus, dass ein stabiler Euro und eine stabile Entwicklung der europäischen Konjunktur sich kurzfristig bzw. mittel- und langfristig positiv auf die Attraktivität Deutschlands als Wirtschaftsstandort auswirken werden.

Nur ein Zehntel der teilnehmenden Unternehmen glaubt, dass die aktuelle Krise des Euros und die derzeitige Instabilität der europäischen Konjunktur mittel- und langfristig eine Bedrohung für die Attraktivität des Standorts Deutschland darstellen. Vielmehr profitiert Deutschland als Mitglied der Europäischen Währungsunion von der Attraktivität, welche die Eurozone vor allem aufgrund ihrer Wechselkursicherheit und der Einheitlichkeit eines europäischen Binnenmarktes bietet. Zusammenfassend lässt sich daher sagen: Der deutschen Wirtschaft nützen der Euro und die Eurozone aus Sicht der befragten Unternehmensvertreter eindeutig mehr, als dass sie ihr schaden würden.

"Ich glaube nicht, dass die Politik der Eurokrise kurz- und mittelfristig dramatische Auswirkungen auf den Erfolg Deutschlands haben wird. Innerhalb einer gewissen Bandbreite politischer Entscheidungen ist die Substanz der Industrie und Wirtschaft in Deutschland stark genug, um weiterhin erfolgreich zu sein."

Otmar Debald,
Geschäftsführer Finanzen & Logistik, Procter & Gamble Germany GmbH

"Das fragile Gerüst Europas braucht jetzt Stabilität und weitere Anreize zur Stimulierung von Wirtschaftswachstum, denn noch ist die Schuldenkrise nicht vollständig überwunden. Was den Wirtschaftsstandort Deutschland angeht, so sind wir aber insgesamt zuversichtlich – auch wegen des guten Krisenmanagements, das in den zurückliegenden Währungsturbulenzen gefährliche Inflationsraten verhindert hat."

Ralf Brinkmann,
President, Dow Deutschland

"Natürlich sind wir dennoch verflochten, indem wir die Schulden der einzelnen Länder mitfinanzieren und über Rettungsschirme mithaften. Aber relativ gesehen geht Deutschland in Europa gestärkt aus der Eurokrise hervor."

Roland Frank,
Director Financial Reporting & Analysis, TRW Automotive Engine Components

Handlungsempfehlungen für einen starken Standort Deutschland

Positionspapier der American Chamber of Commerce in Germany

Deutschland hat sich von der Krise erholt und die Unternehmen blicken optimistisch in die Zukunft. Wir dürfen dieser positiven Entwicklung jedoch nicht passiv entgegenschauen, sondern müssen uns um tragfähige und nachhaltige Rahmenbedingungen bemühen. Dies umfasst gleichermaßen soziale, umweltpolitische und wirtschaftspolitische Bereiche. Hierzu sind Transparenz und eine effiziente und enge Kooperation zwischen Politik und Wirtschaft gefragt.

Ausländische Investoren schaffen Arbeitsplätze

Wenn der Standort Deutschland auch in Zukunft für ausländische Unternehmen attraktiv sein will, dürfen wir den Anschluss an andere Standorte nicht verlieren. Als Entwicklungs- und Produktionsstandort steht Deutschland zunehmend im internationalen Wettbewerb.

Dazu müssen jetzt die richtigen Weichen für Wachstum und Wettbewerbsstärke, für Bildung und Forschung sowie für Nachhaltigkeit gestellt werden.

Die Voraussetzungen stimmen: Deutschland kann es schaffen

Schon heute ist Deutschland der Standort mit der höchsten Konzentration amerikanischer Investitionen in Europa: rund 130 Milliarden Euro Investment und damit verbundene 800.000 direkte Arbeitsplätze. AmCham Germany ist überzeugt davon, dass Deutschland in Zukunft Europas erfolgreichste Volkswirtschaft sein kann. Die Voraussetzungen sind gut. Es ist aber unerlässlich, dass die Regierung weitere Reformen vorantreibt.

- **Standort- und Steuerpolitik wachstumsfreundlich gestalten**
Über die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes entscheidet in erster Linie die Standort- und Steuerpolitik. Es ist an der Zeit, das Steuersystem von Grund auf zu vereinfachen: Deutschland braucht ein verlässliches Steuersystem mit international wettbewerbsfähigen Unternehmenssteuersätzen.
- **Arbeitsmarktpolitik beschäftigungsfreundlich ausrichten**
Überbordende Bürokratie im Bereich des Arbeitsrechts behindert die Unternehmen bei der Schaffung neuer Arbeitsplätze. Das gefährdet die Wettbewerbsfähigkeit und be-

hindert einen dauerhaften Beschäftigungsaufbau. Das deutsche Arbeitsrecht stellt mit seiner Vielzahl von komplexen Vorschriften ein Beschäftigungshemmnis dar. Die Beschäftigung von Arbeitnehmern muss in Deutschland wieder planbar werden.

- **Sozialsysteme zukunftsfest machen**

Die Sozialversicherungssysteme und deren Verwaltung sind grundlegend zu straffen und zu reformieren mit den Zielen: mehr Effizienz, weniger Fehlanreize sowie nachhaltige Bezahl- und Finanzierbarkeit trotz negativer demographischer Entwicklungen.

- **Gesundheitssektor durch Wettbewerb stärken**

Das deutsche Gesundheitswesen gilt weltweit als gut, was seine Qualität angeht, aber gleichzeitig als rückständig, was Wettbewerb und Kosteneffizienz betrifft. Wir brauchen ein generationengerechtes, schlankes und transparentes System, das die Eigenverantwortung der Versicherten in den Mittelpunkt rückt und auf Anreizen, Transparenz und reguliertem Wettbewerb basiert. Ein erfolgreiches Gesundheitswesen ist nicht nur Standortfaktor, sondern auch Wirtschaftsfaktor. Wichtig ist also, den Marktzugang für Gesundheitsprodukte und Dienstleistungen offenzuhalten und neue Technologien fair zu bewerten. Ein wettbewerbles System begünstigt den Fortschritt und erleichtert Investitionen.

- **Bildungs-, Forschungs- und Technologiepolitik sind Innovationstreiber**

Bildung und Forschung tragen entscheidend zur Zukunftssicherung eines Landes und dessen Rolle im internationalen Wettbewerb um Innovationsführerschaft bei. Angesichts des künftigen Fachkräftebedarfs muss allen gesellschaftlichen Schichten ein offener Zugang zum Bildungssystem ermöglicht werden.

- **Fachkräftemangel entgegenwirken**

Um die gute Qualität von Mitarbeitern und Produkten am Standort Deutschland auch weiterhin gewährleisten zu können, müssen wir schon jetzt dem drohenden Fachkräftemangel entgegenwirken. Wirtschaft und Politik müssen eng zusammenarbeiten, um die Bedingungen für die Beschäftigung hoch qualifizierter Fachkräfte auch aus dem Ausland zu vereinfachen.

- **Energie- und Umweltpolitik als Wirtschaftsfaktoren**

Wirtschaftspolitik und Umweltpolitik sind keine Gegensätze – im Gegenteil: sie bedingen einander. Die Sicherstellung der Energieversorgung in der Zukunft muss in Einklang stehen mit den Zielen einer preisgünstigen und klimaschonenden Energieversorgung. Nachhaltigkeit heißt als Handlungsprinzip generell "über den Tag hinausdenken."

Informationen zur American Chamber of Commerce in Germany

Die American Chamber of Commerce (AmCham Germany) fördert die globalen Handelsbeziehungen, die auf dem starken Fundament der amerikanisch-deutschen Partnerschaft stehen. Dabei unterstützen und fördern wir aktiv die Interessen unserer Mitglieder durch unser Netzwerk in Wirtschaft, Politik und den AmChams weltweit. AmCham Germany ermöglicht interkulturelles Verständnis, Zusammenarbeit und neue Investitionen durch die Grundsätze eines transparenten Dialogs, freien Handels und eines wettbewerbsfähigen und offenen Wirtschaftsklimas.

1. Lobbying

Als Vertreter der US-Investoren in Deutschland ist AmCham Germany in den Medien eine vielbeachtete Stimme und anerkannter Gesprächspartner auf allen Ebenen der Regierungen und Parlamente in Berlin, Brüssel und Washington. Als Experte im deutsch-amerikanischen Wirtschaftsgeschehen berät AmCham Germany ihre Mitglieder "how to do business" – sei es in Fragen gezielter Investitionen, von Joint Ventures oder von Absatz und Einkauf.

2. Mitgliederservice

AmCham Germany ist für ihre Mitglieder ein hoch spezialisierter Service-Provider. Ihre Kernkompetenz umfasst Fragestellungen rund um das transatlantische Geschäft. Spezialseminare dienen der gezielten Weiterbildung. Die Themen reichen von der Unterstützung bei Fragen zur Visaerteilung oder zu Arbeits- und Aufenthaltsgenehmigungen bis hin zu Steuerfragen im Zusammenhang mit Investitionen in den USA oder Details im Zusammenhang mit der Entsendung von Mitarbeitern. Außerdem veröffentlicht die Kammer regelmäßig verschiedene Publikationen, die die ganze Bandbreite an aktuellen deutsch-amerikanischen Wirtschaftsthemen abdecken.

3. Weltweites Netzwerk

Die Mitgliedsunternehmen von AmCham Germany bilden ein umfassendes und vielschichtiges Kontaktpotenzial. Jeder hat die Möglichkeit zur direkten Kommunikation mit jedem, auch auf Führungsebene. Die gemeinsame Mitgliedschaft ist ein Anknüpfungspunkt, um viele Türen zu öffnen. AmCham Germany Mitglieder können auch leicht Kontakte zu den Mitgliedern der etwa 100 anderen amerikanischen Handelskammern in aller Welt knüpfen.

www.amcham.de

Board of Directors

Honorary President

Philip D. Murphy
US Ambassador to the
Federal Republic of Germany

President

Fred B. Irwin
Citigroup Global Markets
Deutschland AG & Co. KGaA

Executive Vice President

Frank Riemensperger
Accenture

Treasurer

Ernst-Wilhelm Frings
PwC Deutsche Revision
PricewaterhouseCoopers

Vice Presidents

Otmar W. Debald
Procter & Gamble Service GmbH

Dr. Jürgen W. Gromer
Marvell Switzerland Särl

Bernhard Mattes
Ford-Werke GmbH

Dr. Lutz R. Raettig
Morgan Stanley Bank AG

Peter Y. Solmssen
Siemens AG

Nicholas R. Teller
E.R. Capital Holding GmbH &
Cie. KG

Directors

Dr. Wolfgang Bernhard
Daimler AG

Matthias Borst
Becton Dickinson GmbH

Reinhard Clemens
Deutsche Telekom AG

Joseph B. Donahue
TE Connectivity

Dr. Joachim Faber
Allianz Global Investors AG

Günter Gressler
3M Deutschland GmbH

Dipl.-Kffr. Helga Haub
Unternehmensgruppe
Tengelmann

Joachim Kellner
McDonald's Deutschland Inc.

Georg Knoth
GE Deutschland, Österreich,
Schweiz

David Knower
Cerberus Deutschland
Beteiligungsberatung GmbH

Ambassador John C. Kornblum
Noerr LLP

Hermann-Josef Lamberti
Deutsche Bank AG

Dr. Rainer Landwehr
Goodyear Dunlop Tires
Germany GmbH

Rügen Leicht
IBM Central Holding GmbH

Michael Mensing
UPS Europe S.A./NV.

Heiko Meyer
Hewlett-Packard GmbH

Loïc Moutault
Mars Petcare Deutschland

Dr. Andreas Penk
Pfizer Deutschland GmbH

Dr.-Ing. Heinz Pfannschmidt
INVERTO AG

Frank Christian Pieper
Juniper Networks GmbH

David Nick Reilly
Adam Opel AG

Ulrich W. Reinholdt
CHARTIS Europe S.A.

Dr. Jörg Rockenhäuser
Permira Beratungsberatung GmbH

Kasper Rorsted
Henkel AG & Co. KGaA

Andreas Schmitz
HSBC Trinkaus & Burkhardt AG

Hannes Schwaderer
Intel GmbH

Dr. Rob Smith
TRW Automotive

Dr. Eric Strutz
Commerzbank AG

Dr. Wolfram Tietscher
Texas Instruments
Deutschland GmbH

Gregg A. Wechsler
ExxonMobil Central Europe
Holding GmbH

General Manager

Dr. Dierk Müller
American Chamber of
Commerce in Germany e.V.

Nominations Committee Chairman

Dipl.-Volksw. Friedbert Herbold
Herbold Fischer Associates

Stand: April 2011

Informationen zu The Boston Consulting Group

The Boston Consulting Group (BCG) ist eine internationale Managementberatung und weltweit führend auf dem Gebiet der Unternehmensstrategie. BCG unterstützt Unternehmen aus allen Branchen und Regionen dabei, Wachstumschancen zu nutzen und ihr Geschäftsmodell an neue Gegebenheiten anzupassen. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt BCG individuelle Lösungen. Gemeinsames Ziel ist es, nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu schaffen, die Leistungsfähigkeit des Unternehmens zu steigern und das Geschäftsergebnis dauerhaft zu verbessern. BCG wurde 1963 von Bruce D. Henderson gegründet und ist heute an 71 Standorten in 41 Ländern vertreten. Das Unternehmen befindet sich im alleinigen Besitz seiner Geschäftsführer. In Deutschland und Österreich erwirtschaftete BCG im Jahr 2010 mit 910 Beraterinnen und Beratern einen Umsatz von 444 Millionen Euro.

Für weitere Informationen: www.bcg.de

AmCham Germany

Dr. Dierk Müller
General Manager
Börsenplatz 7 – 11
60313 Frankfurt am Main

Telefon: 069 929104-20
Fax: 069 929104-11
E-Mail: presse@amcham.de

www.amcham.de

The Boston Consulting Group GmbH

Dr. Kerstin Zwernemann
Marketing Director
Ludwigstraße 21
80539 München

Telefon: 089 2317-4280
Fax: 089 2317-4718
E-Mail: marketing.de@bcg.com

www.bcg.de

"Für Deutschland und die in Deutschland tätigen US-amerikanischen Unternehmen ist die Krise überstanden. Aber heißt das auch, dass die in der Zukunft liegenden Herausforderungen für die deutsche Wirtschaft richtig eingeschätzt werden? Die deutsche Wirtschaft wird zukünftig mit drei wesentlichen Herausforderungen konfrontiert sein: den konjunkturellen Schwankungen der Weltwirtschaft, der europäischen Schuldenkrise und dem demographischen Wandel der deutschen Gesellschaft. Erst wenn diese Herausforderungen gesehen und bewältigt werden, kann von einem nachhaltigen Aufschwung die Rede sein."

Dr. Daniel Stelter, Senior Partner and Managing Director,
The Boston Consulting Group

"Dank der wirksamen effektiven Kooperation zwischen der Geschäftswelt und der Politik hat sich die deutsche Wirtschaft als sehr dynamisch erwiesen. Deutschland hat sich von der Krise erholt und die Wirtschaft ist stark und belastbar. Die Schuldenkrise stellt allerdings weiterhin ein Risiko für die Position Deutschlands als Wirtschaftsstandort im globalen Wettbewerb dar."

"Die deutsche Regierung muss den Haushalt konsolidieren, die Steuergesetze vereinfachen und die Kooperation mit den Unternehmen intensivieren."

Fred B. Irwin, Präsident,
American Chamber of Commerce in Germany

VIII. AmCham Business Barometer

Das AmCham Business Barometer analysiert die Zufriedenheit von US-Unternehmen mit dem Standort Deutschland. Bereits zum achten Mal wurden US-Investoren befragt, wie sie den Wirtschaftsstandort im europäischen Wettbewerb bewerten. Die aktuelle Umfrage wurde in Deutschland im Januar und Februar 2011 mit Bezug auf die Eurokrise durchgeführt. Mehr als 60 % der 50 umsatzstärksten US-Unternehmen nahmen an der Befragung teil. Insgesamt beteiligten sich 107 Unternehmen mit einem Gesamtumsatz von ca. 120 Milliarden Euro pro Jahr und mehr als 320.000 Arbeitsplätzen am deutschen Standort.