

30. Juni 2020

PresseInformation

Die Globalisierung ist zu Ende: Deutschland muss sich neu erfinden

Gemeinsame Studie von BayernLB und Prognos: Deutschland braucht dringend ein neues Geschäftsmodell

Berlin/München - Die Globalisierung – über viele Jahre ein dynamischer Prozess – ist bereits vor der Corona-Pandemie zum Stillstand gekommen. Deutsche Unternehmen müssen darauf reagieren, wenn sie erfolgreich bleiben wollen. Manche werden sich radikal umstellen müssen, stellen Prognos und BayernLB in einer gemeinsamen Studie fest. Mit Blick auf die stagnierende Globalisierung werden neue Geschäftsfelder für die deutsche Wirtschaft aufgezeigt – nicht nur im Ausland, sondern auch im Inland.

Deutschland darf sich nicht mehr nur auf seine klassischen Export-Absatzmärkte wie Europa, China und die USA verlassen, sondern sollte sich verstärkt den aufstrebenden und bevölkerungsreichen Ländern zuwenden. Zudem sollte es sich stärker auf das Inland sowie neue Exportprodukte konzentrieren.

Für das Wachstum im Auslandsgeschäft werden Märkte aus der zweiten Reihe relevanter. Dazu gehören etwa die Philippinen oder Nigeria. „Dass der Güterhandel weltweit stagniert, ist auf den ersten Blick ein Problem für deutsche Unternehmen. Eine Chance liegt jedoch im wirtschaftlichen Aufholprozess von einigen Entwicklungs- und Schwellenländern“, sagt Prognos-Chief Economist Michael Böhmer, „denn hier zeigt sich auch langfristig eine stark steigende Importnachfrage“. Um erfolgreich zu sein, müssen die exportierenden Unternehmen jedoch ihre Produkte den spezifischen Anforderungen anpassen und deswegen die genauen Bedürfnisse der Kunden in den einzelnen Ländern analysieren. Zum Beispiel: Einfacher konstruierte robuste Maschinen und Anlagen sind in den aufstrebenden Ländern mehr gefragt als technologisch besonders anspruchsvolle Premiummodelle. „Mit kostengünstigen, simpleren Produkten tun sich deutsche Anbieter häufig eher schwer, doch mit der richtigen Strategie kann das Gütesiegel ‚Made in Germany‘ auch für Erfolg auf den neuen Wachstumsmärkten stehen“, sagt Böhmer. Die Autoren der Studie gehen davon aus, dass sich handelspolitische und operative Rahmenbedingungen für die deutschen Exporteure in vielen Wachstumsmärkten weiter verbessern werden.

Neue Möglichkeiten für deutsche Unternehmen bieten sich jedoch nicht nur auf neuen geografischen Märkten, sondern auch durch die Entwicklung innovativer Exportprodukte. Besonders vielversprechend sind hybride Geschäftsmodelle, bei denen klassische industrielle Ansätze mit digitalen Technologien verbunden werden. Das ermöglicht die Integration von Dienstleistungen rund um ein Kernprodukt. So wird nicht allein die Maschine verkauft, sondern als zusätzliche Leistungen die fortlaufende Wartung oder fortlaufende Unterstützung bei der Betriebskostenoptimierung. „Viele deutsche Unternehmen haben sich der Plattformökonomie mittlerweile zwar stärker zugewandt, aber ein großer Teil der Unternehmen hat sich noch gar nicht damit befasst oder hält es für irrelevant; das ist fatal“, erklärt Jürgen Michels, Chefvolkswirt der BayernLB, mit Verweis auf Erhebungen des Bundeswirtschaftsministeriums.

Ein zunehmend wichtigerer Wettbewerbsfaktor ist künftig auch das Thema Nachhaltigkeit. „Deutschland sollte auf Grundlage seines technologischen Know-hows und seiner Vorreiterrolle innerhalb der

EU noch stärker den globalen Trend zu mehr Nachhaltigkeit nutzen“, heißt es in der Studie. Michels ist überzeugt: „Ist der politische Wille da, den Klimawandel einzudämmen, geht dies nicht ohne erhebliche Investitionen in Umwelttechnik, was wiederum innovative Geschäftsmöglichkeiten eröffnet“. Wenige Beispiele unter den vielen Möglichkeiten sind hierfür das Recycling der Rotorblätter von Windanlagen, von Stoffen und Textilien sowie Batterien von E-Autos sowie E-Bikes. Neue Märkte könnten auch über den Export von Sortier- und Recyclingverfahren erschlossen werden.

Schließlich sollten auch exportorientierte Unternehmen die Binnennachfrage nicht außer Acht lassen. „In Deutschland wird etwa die Nachfrage nach Produkten und Leistungen, die auf die Bedürfnisse der älteren Generationen ausgerichtet sind, spürbar zulegen. Dazu gehören neben spezifischen Produkten für ältere Menschen auch Gesundheitsdienstleistungen oder touristische Angebote“, sagt Böhmer. Geschäftschancen im Inland sehen die Experten von BayernLB und Prognos nach den geplanten milliardenschweren Konjunkturprogrammen der Bundesregierung aufgrund der Corona-Krise auch bei den öffentlichen Investitionen. „Wir können vor dem Hintergrund des in der Vergangenheit relativ niedrigen Investitionsniveaus künftig höhere staatliche Investitionen in die Infrastruktur erwarten, etwa beim Verkehr oder bei der digitalen Infrastruktur“, meint Böhmer.

Das Exportland Deutschland wird und muss sich wandeln, davon sind Prognos und BayernLB nach Auswertung der Daten überzeugt: Die Globalisierung, so wie wir sie seit Jahren und Jahrzehnten gekannt haben, schreitet nicht weiter voran. Die Globalisierung wird zwar nicht rückabgewickelt, sondern sich nach dem Corona-Schock allmählich wieder erholen. Aber ihre Dynamik ist beinahe gänzlich verloren gegangen und wird auch nicht zurückkehren. Das belegen die gemeinsamen Analysen des internationalen Handels, der Investitionsverflechtungen und des globalen Kapitalverkehrs.

Das Fazit der Studie: Neue geografische Märkte, neue innovative Produkte oder ein stärkerer Fokus auf den Binnenmarkt - allen Ansätzen ist gemein, dass sie auf den bisherigen Stärken der deutschen Wirtschaft aufsetzen und diese weiterentwickeln.

Die Studie unter: <https://geschaeftsmodell-deutschland.prognos.com/>

Ihre Ansprechpartner

Dr. Michael Böhmer
Chief Economist
Prognos AG
Telefon: +49 89 95 41 586-701
E-Mail: michael.boehmer@prognos.com

Dr. Jürgen Michels
Chefvolkswirt und Leiter Research
BayernLB
Telefon: +49 89 2171 21750
E-Mail: juergen.michels@bayernlb.de

Felizitas Janzen
Leiterin Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 30 58 70 89 118
mobil: +49 172 7575916
E-Mail: presse@prognos.com

Matthias Lücke
Pressesprecher
Telefon: +49 89 2171 21302
Mobil: +49 170 7879 314
E-Mail: matthias.luecke@bayernlb.de