

Irmgard SCHICKHOFF, Frankfurt am Main

Japanische Direktinvestitionen in der Bundesrepublik Deutschland, insbesondere in Nordrhein-Westfalen

1. EINLEITUNG

Japan hatte sich nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges zum Ziel gesetzt, wirtschaftlich den Anschluß an die Bedeutung der großen westlichen Industrieländer zu finden. Um dies zu erreichen, setzte es auf die von der Politik propagierte Devise „exportieren oder untergehen“ (ERNST u. LAUMER 1989, 5). Dies hatte unter anderem zur Folge, daß Japan bis zum Ende der 60er Jahre nur einen geringen Anteil an den weltweiten Direktinvestitionen hatte, wobei man unter Direktinvestition eine langfristige Kapitalanlage im Ausland zur Steuerung ökonomischer Tätigkeiten versteht. Erst ab den 70er Jahren ist eine verstärkte Zunahme japanischer Direktinvestitionen im Ausland zu beobachten. Im Vergleich zu den anderen bedeutenden Industrienationen besteht jedoch zwischen dem Exportvolumen Japans und dem Umfang seiner Direktinvestitionen in den Abnehmerländern ein eklatantes Mißverhältnis. Auch die Ziele, die mit den Auslandsanlagen Japans verbunden sind, unterscheiden sich von denen vergleichbarer Industrienationen.

Um die spezifischen Merkmale der japanischen Direktinvestitionen zu verstehen und die Faktoren zu analysieren, die für diese Charakteristika verantwortlich sind, sei zunächst auf die Entwicklung der japanischen Auslandsinvestitionen eingegangen. Diese Betrachtungsweise soll vor allem auch dazu dienen, die Art und Ziele der Direktinvestitionen in Europa, insbesondere in Nordrhein-Westfalen besser verständlich werden zu lassen.

2. DIE ENTWICKLUNG JAPANISCHER AUSLANDSINVESTITIONEN

Wie schon erwähnt, wurden bis Ende der 60er Jahre kaum Auslandsinvestitionen getätigt. Für diese stagnierende Phase waren nach ITOH u. KIYONO (1989) mehrere Faktoren verantwortlich: Die heimische Nachfrage war aufgrund des schnellen Wirtschaftswachstums während der 50er und 60er Jahre ziemlich stark gestiegen. Infolgedessen besaßen die japanischen Unternehmen starke Anreize, um vorwiegend auf dem heimischen Markt zu investieren. Wichtig ist auch, darauf hinzuweisen, daß das technologische Niveau sowie die Managerfähigkeiten

ten der japanischen Unternehmen zu dem damaligen Zeitpunkt denen der ausländischen Firmen unterlegen waren, so daß den Japanern Auslandsinvestitionen nicht sonderlich vorteilhaft erschienen. Ferner spielte die Devisenknappheit eine wichtige Rolle speziell für die japanische Handelspolitik der 50er und 60er Jahre. Japan hatte sich nämlich mit seiner internationalen Zahlungsbilanz nahezu an den Rand eines völligen Verlustes seiner Währungsreserven gebracht, so daß die Regierung mit allen nur erdenklichen Maßnahmen versuchte, den Abfluß von Devisen mit Hilfe des Warenhandels und durch Währungstransaktionen zu kontrollieren und einzuschränken.

Aufgrund der schnellen Wirtschaftsentwicklung ist jedoch die japanische Nachfrage nach ausländischen natürlichen Ressourcen stark gestiegen. Insofern sind die Auslandsanlagen Japans zunächst auf die Rohstoffsicherung ausgerichtet, wodurch sich die ab den 50er Jahren hohen Investitionen im Bergbau in Asien und in Lateinamerika sowie in der Chemie im Nahen Osten erklären lassen.

Die erste grundlegende Änderung im Bereich der Direktinvestitionen der japanischen verarbeitenden Industrie wurde in der zweiten Hälfte der 60er Jahre sichtbar. Ein spezifisches Merkmal der Wirtschaftsentwicklung Japans in der Nachkriegszeit war die Expansion der Schwer- und der chemischen Industrie, insbesondere des Maschinenbaus (einschließlich der Kraftfahrzeug- und Elektromaschinenindustrie), während die Bedeutung der Leichtindustrie, wie des Textilbereichs, abnimmt. Dies äußerte sich zunächst in einer Zunahme des heimischen Angebots und führte dann zu der bekannten Ausweitung der Exporte. Diese Diversifizierung der japanischen Industriestruktur bewirkte, daß das japanische Einkommen im Vergleich zum ausländischen anstieg. Diese Zunahme des relativen Einkommens führte zu einem Anstieg des japanischen Lohnniveaus gegenüber dem des Auslands. Daher verloren arbeitsintensive Industrien, wie die Textilindustrie, einige Zulieferer für den Elektrogerätebau und sonstige Konsumgüterindustrien, ihren durch niedrige Löhne bedingten komparativen Vorteil. Die Reaktion dieser Industrien auf den Strukturwandel bestand darin, in anderen asiatischen Ländern zu investieren, in denen sie ihre Produkte nach wie vor zu niedrigen Löhnen erzeugen konnten.

Eine weitere grundlegende Änderung im Bereich der ausländischen Direktinvestitionen der verarbeitenden Industrie vollzog sich in der zweiten Hälfte der 70er Jahre, als die Produzenten von Haushaltselektronik und Kraftfahrzeugen aufgrund der hohen Exporte vor allem in den Vereinigten Staaten und in Europa auf zunehmende Kritik stiegen. Die Japaner reagierten sofort und verlagerten einen Teil ihrer heimischen Produktion ins Ausland.

Wie schnell die Japaner die Strategie ihrer Wirtschaftsbeziehungen änderten, läßt sich sehr anschaulich am Beispiel der Produktion von Farbfernsehern verdeutlichen (ITOH u. KIYONO 1989). Mitte der 70er Jahre wurde durch einen plötzlichen Anstieg der japanischen Farbfernseher-Exporte nach Amerika ein ernster Handelskonflikt zwischen beiden Ländern ausgelöst. Die Reaktion der japanischen Unternehmen hierauf erfolgte umgehend. Sie kündigten an, anstelle der heimischen Produktion und des Exports sollte vermehrt im Ausland produziert werden. Bereits 1979 wurden von 13 397 000 Farbfernsehern 30 Prozent im Ausland produziert bzw. mit Hilfe von Bausätzen montiert. Infolgedessen ging

der Export von Farbfernsehern in die Vereinigten Staaten, der im Jahre 1976 mehr als 2 Millionen betrug, aufgrund der getätigten Direktinvestitionen drastisch zurück, so daß 1979 nur noch 50 Geräte eingeführt wurden.

Diese Form der Direktinvestitionen hat in den vergangenen Jahren auch andere Industriezweige erfaßt, die Videorecorder und andere unterhaltungselektronische Produkte, Autos und Personal Computer herstellen. Alle diese Industrien haben inzwischen hohe Investitionen im Ausland getätigt, und nach den in japanischen Zeitungen veröffentlichten Zahlen sind weitere Investitionen vorgesehen. So sollte zum Beispiel die Auslandsproduktion von Videorecordern, die 1982 60 000 Stück betrug, für das Jahr 1983 auf 450 000 Stück und für 1985 auf 1 Million Stück erhöht werden. Das Verhältnis des Exports von Endprodukten zur heimischen Produktion (einschließlich der Montageproduktion) von japanischen Autos sollte von 3,13 im Jahre 1983 auf 1,47 im Jahre 1988 sinken, was bedeutet, daß ein beträchtlicher Teil der japanischen Autos im Ausland produziert werden soll (ITOH u. KIYONO 1989).

Ein besonderes Merkmal japanischer Direktinvestitionen besteht zudem darin, daß der Anteil der Handelsinvestitionen an den gesamten Direktinvestitionen in Japan relativ höher ist als in den anderen bedeutenden Industrienationen. Dabei ist insbesondere auf die Rolle der Generalhandelshäuser, der sogenannten „sogo shosha“, hinzuweisen, die einen großen Teil der ausländischen Investitionen getätigt haben. Diese Generalhandelshäuser, die mit einer großen Anzahl von Gütern aus der ganzen Welt handeln, verfügen über beachtliche Informationsmengen, die über die jeweiligen Marktbedürfnisse unterschiedlicher Länder Auskunft geben können. Aufgrund dieses Wissens haben die Generalhandelshäuser bei der Förderung des Außenhandels in Japan eine bedeutende Rolle gespielt. Viele japanische Unternehmen, und zwar insbesondere die kleinen und mittleren Firmen, die einen großen Teil der Wirtschaft ausmachen, hängen hinsichtlich ihrer Exportaktivitäten von diesen Handelshäusern ab.

Ein anderes wichtiges Merkmal der japanischen Direktinvestitionen ist der hohe Anteil von Investitionen im Handelsbereich von Seiten des verarbeitenden Gewerbes. Aus einer Untersuchung des MITI (Ministry of International Trade and Industry) von 1981 geht hervor, daß 62,2 Prozent der Niederlassungen japanischer Produktionsunternehmen Aktivitäten im Handel betreiben. Dieser Anteil ist in Europa sogar noch höher, genau 71 Prozent; in anderen Regionen, zum Beispiel in Asien, ist er bei weitem niedriger, dort beträgt er nur 16,5 Prozent. Dieser Anteil ist auch von der Branche abhängig, so macht der Anteil der kommerziellen Investitionen bei der Kraftfahrzeugindustrie in Nordamerika 81,6 Prozent und in Europa 77,3 Prozent aus (ITOH u. KIYONO 1989).

Wie kommt es zu diesen hohen Anteilen? Aufgrund der erstaunlichen Expansion der Exporte im Maschinenbau, insbesondere bei Autos und unterhaltungselektronischen Produkten — von 1965 bis 1979 erhöhte sich dieser Anteil an den gesamten japanischen Exporten von 35,2 Prozent auf 61,3 Prozent — waren Handelsinvestitionen zur Verkaufsförderung und zur Etablierung von Kundendienstnetzen einfach notwendig. Da zudem für diese Handelsinvestitionen enge Kontakte mit dem Produktionsbereich förderlich waren, wurden sie von den Herstellern selbst getätigt. Damit wird die Expansion der japanischen Exporte durch Direktinvestitionen im Handelsbereich unterstützt.

Nach KOMIYA u. ITOH (1984) kann die Tatsache, daß die japanischen Auslandsinvestitionen ihren Schwerpunkt im Handelssektor und weniger im Bereich der Produktion haben, als eine Folge der spezifischen komparativen Vorteile japanischer Industrien angesehen werden. Der Aufbau eines weltweiten Vertriebsnetzes für ausgewählte Produkte und ein vorbildlicher Kundendienst sowie eine Produktionsplanung und -entwicklung, die aufgrund von kleinen Verbesserungen auf die sich ändernden Bedürfnisse und Präferenzen der Benutzer eingeht — diese Merkmale japanischer Industriezweige fördern sicherlich die kommerziellen Aktivitäten im verarbeitenden Sektor. Diese Eigenschaften treffen insbesondere für die Industrien zu, die Autos, Unterhaltungselektronik, elektrische Geräte, Motorräder, Kameras, Klaviere und Werkzeugmaschinen herstellen und einen Hauptanteil der japanischen Exporte bilden.

Welche Konsequenzen ergeben sich nun aus der geschilderten japanischen Industriestruktur für die Direktinvestitionen in der Bundesrepublik Deutschland, insbesondere für Nordrhein-Westfalen?

Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Japan können auf eine lange Tradition zurückblicken. Nach dem Zweiten Weltkrieg bestimmte zunächst die Lieferung von Maschinen und Anlagen sowie sonstigen Enderzeugnissen den Handelsverkehr mit Japan, wobei fast durchweg doppelt soviel von Deutschland nach Japan wie von dort nach Deutschland exportiert wurde. Mitte der 60er Jahre trat dann — wie schon erwähnt — eine Umkehrung des Handelsstromes ein. Nach Auffassung der europäischen Produzenten ist seitdem der Warenaustausch zwischen Westeuropa und Japan durch hohe Exporte der Japaner sowie durch deren reale oder aber angenommene Zurückhaltung bei den Importen geprägt.

Die wiederholten Handelskonflikte mit Japan haben auf beiden Seiten den Wunsch entstehen lassen, den Umfang und die Vielfalt der Wirtschaftsbeziehungen durch Direktinvestitionen, Kooperationen mit deutschen Unternehmen und durch einen verstärkten Technologietransfer in Form von Lizenzen zu erweitern (z. B. PAUER 1985).

Betrachtet man nun die japanischen Direktinvestitionen in der Bundesrepublik Deutschland, so ergibt sich, daß sie ihren Schwerpunkt im Handelsbereich des verarbeitenden Sektors haben und somit vor allem den Zweck verfolgen — so meine These — Exporte zu unterstützen oder aber zu schützen. Wie eine Untersuchung von SAELENS (1989) zeigt, gibt es bisher — insbesondere im Vergleich zu den Vereinigten Staaten — wenig Anzeichen dafür, daß die japanischen Industrieunternehmen beabsichtigen, die europäischen Märkte in einem großen Ausmaß von lokalen produzierenden Niederlassungen aus zu beliefern. Zur Begründung kann angeführt werden: Die meisten Güter, bei denen Japan einen komparativen Vorteil besitzt, sind standardisierte Güter des Endverbrauchs. Bei Einsatz der Technologie von Massenproduktion treten bekanntlich Skaleneffekte auf, die dazu führen, daß die japanischen Unternehmen ihre Produkte sehr kostengünstig anbieten können. „Deshalb ist bei diesen Gütern unter dem Aspekt der Unternehmensgewinne und der ökonomischen Effizienz der Ressourcenallokation der Export der Auslandsproduktion vorzuziehen“ (ITOH u. KIYONO 1989, 98).

Wie stellt sich nun die Entwicklung der japanischen Direktinvestitionen in der Bundesrepublik Deutschland dar?

3. DIE ENTWICKLUNG JAPANISCHER DIREKTINVESTITIONEN IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Für die Entwicklung der Investitionen Japans in der Bundesrepublik Deutschland war von entscheidender Bedeutung, daß die Mitsubishi-Gruppe im Januar 1955 eine Handelsniederlassung in Düsseldorf gründete. Ein paar Monate später folgte die Mitsui-Gruppe. Bis Ende der 60er Jahre waren alle neun Generalhandelshäuser mit Verkaufsniederlassungen in Düsseldorf vertreten (BURTON u. SAELENS 1980).

Düsseldorf war nicht von Beginn an Zentrum japanischer Wirtschaftsaktivitäten in der Bundesrepublik Deutschland, sondern lief erst im Laufe der Zeit Hamburg den Rang ab. Hamburg wurde nach dem Kriege zunächst als Umschlagplatz japanischer Waren in der Bundesrepublik Deutschland und als Standort für die japanischen Tochtergesellschaften und Repräsentationsbüros ausgewählt. Bald stellte sich jedoch heraus, daß von Hamburg aus aufgrund des fehlenden Hinterlandes und der relativ weiten Entfernungen zu den industriellen Ballungszentren eine Intensivierung der Wirtschaftsbeziehungen zur Bundesrepublik Deutschland nur unzureichend betrieben werden konnte. Da die Anzahl der japanischen Tochtergesellschaften und Repräsentanzbüros bis Ende der 50er Jahre noch relativ klein war, dürfte der Entschluß zu einer Standortverlegung nach Düsseldorf leicht gefallen sein (ANDERSCH 1978, 21).

Vor allem seit dem Ende der 70er Jahre haben japanische Unternehmen in verstärktem Umfang in der Bundesrepublik Deutschland investiert, wohl auch, um dadurch der andauernden Kritik der Politiker und der Öffentlichkeit an den hohen Einfuhrüberschüssen zu begegnen. In der Zeit von 1968 bis 1975 stieg zum Beispiel die Anzahl japanischer Unternehmensvertretungen um 133 auf 192 an (ANDERSCH 1978, 21), wobei Standorte im Düsseldorfer Raum bevorzugt wurden. Schon seit 1967 bestand die Absicht, die wirtschaftlichen Aktivitäten der japanischen Firmen durch den Bau eines entsprechenden Zentrums in Düsseldorf zu unterstützen und zu konzentrieren. Dieses wurde durch die Marubeni Enterprises GmbH errichtet und im Jahre 1978 fertiggestellt. Im Jahre 1986 sind zirka 280 japanische Firmen, die dem Handel und der Industrie zugerechnet werden, in Nordrhein-Westfalen vertreten (nach Angaben der Japanischen Industrie- und Handelskammer und des Deutsch-Japanischen Wirtschaftsförderungsbüros 1986).

Dabei stellt der überwiegendere Teil dieser Direktinvestitionen Betriebsstätten dar, die durch Gründung oder Erwerb von Unternehmen, durch Errichtung oder Erwerb von Produktionsstätten und durch Zweigniederlassungen entstanden sind. Beteiligungen an Unternehmen mit einem Kapitalanteil der japanischen Muttergesellschaft von mindestens 25 Prozent fallen ebenfalls unter Direktinvestitionen, treten aber selten auf.

Nach BURTON u. SAELENS (1980) lassen sich für die Entwicklung der

japanischen Direktinvestitionen in der Bundesrepublik Deutschland die folgenden Phasen unterscheiden:

- Von 1955—1970 waren die Generalhandelshäuser die wichtigsten Repräsentanten, die von ihren Niederlassungen aus aufgrund eines weltweiten Kommunikations- und Informationsnetzes sowie eingespielter Handelskanäle schnell ihre Aktivitäten in der Bundesrepublik Deutschland ausbauten. 1976 hatte der japanische Handel in seine Niederlassungen in der Bundesrepublik Deutschland rund 200 Millionen DM investiert, wobei auf Düsseldorf der weitaus größte Anteil entfiel (ANDERSCH 1978, 16). Der Anteil der neun größten Sogo Shosha am japanischen Handel ist in der Tat bedeutend, so liefen im Haushaltsjahr 1985 44 Prozent aller japanischen Exporte über die neun Großen, von den Importen wurden sogar 68 Prozent von den neun größten Handelshäusern abgewickelt (LAUMER 1989, 279).
- In den 60er Jahren haben kleinere, oft hochspezialisierte Handelshäuser verstärkt damit begonnen, Verkaufsniederlassungen in der Bundesrepublik Deutschland zu gründen. Diese kleineren Handelshäuser haben ebenfalls noch einen beachtlichen Anteil am japanischen Außenhandel; im Haushaltsjahr 1980 waren es zum Beispiel 22,7 Prozent aller Exporte und 17,2 Prozent aller Importe (ELI u. POHL 1985, 57). Diese kleineren Handelshäuser sind in bestimmten Warengruppen führend, für die sie ihre Marktanteile in der Bundesrepublik Deutschland bzw. in Europa sichern und ausweiten wollen. Dabei handelt es sich vor allem um Textilien, Stahlprodukte, Kugellager, Nähmaschinen usw. Die großen Sogo Shosha verzeichnen im Gegensatz dazu bis zu 25 000 verschiedene gehandelte Waren und Warengruppen in ihren Geschäftsberichten, im allgemeinen bilden jedoch die Rohstoffe, der Großbereich Energie und der Maschinenexport die drei Säulen des Sogo Shosha-Handels.
- In den 70er Jahren gingen japanische Industrieunternehmen immer häufiger dazu über, sowohl Verkaufsniederlassungen in der Bundesrepublik Deutschland zu gründen, um sich für ihre Produkte einen Absatzmarkt aufzubauen, als auch Produktionsstätten zu errichten. Schon in der Mitte der 60er Jahre hatten einige japanische Firmen damit begonnen, in Produktionsbetriebe zu investieren, so entstand zum Beispiel im Jahre 1961 eine Zusammenarbeit zwischen dem japanischen Investor Janome Sewing Machine Co. und der deutschen Firma Dorina Nähmaschinen GmbH (BURTON u. SAELENS 1980). Yoshida Deutschland GmbH erbaute 1968 in Willich-Neuss (später Mainhausen) eine Produktionsstätte, in der Reißverschlüsse hergestellt werden (ANDERSCH 1978, 42). Anfang der 70er Jahre zeigten dann auch die Konzernmultis Japans Interesse an einer Investitionstätigkeit in der Bundesrepublik Deutschland. So gründeten Toyota und Nissan in den Jahren 1969 bzw. 1973 Verkaufsniederlassungen in Köln bzw. Hamburg (später Neuss) und bauten vor allem ein Netz von Service-Zentren aus (BURTON u. SAELENS 1980). Die NTN-Kugellagerfabrik wurde 1972 in Mettmann bei Düsseldorf errichtet, um insbesondere die Exportwege und damit die Lieferzeit zu verkürzen. Schon Mitte 1974 wurde die Kapazität des Werkes erhöht, so daß eine Produktion von sechs verschiedenen Kugellagertypen möglich wurde (ANDERSCH

1978, 17). Auch die großen japanischen Elektrokonzerne Matsushita, Toshiba und Hitachi gründeten in den 70er Jahren Verkaufsniederlassungen in der Bundesrepublik Deutschland und begannen mit den Produkten der Gebrauchs- und Unterhaltungselektronik den deutschen bzw. den europäischen Markt zu erobern.

Seit Mitte der 70er Jahre nimmt die Zahl der japanischen Produktionsbetriebe in der Bundesrepublik Deutschland ständig zu, obwohl sie im Vergleich zu den in den USA und in England getätigten Investitionen im industriellen Bereich noch relativ bescheiden ist (vgl. z. B. BURTON u. SAELENS 1980; DICKEN 1983; LOEVE/DE VRIES/DE SMIDT 1985). So entfiel bisher fast die Hälfte der gesamten japanischen Direktinvestitionen auf die USA, nach Europa floß noch nicht einmal ein Fünftel (KRÜGER 1989, 29). In der Hauptsache sind heute Unternehmen vertreten, die Videorecorder, Fernsehgeräte, Video-Cassetten, HiFi-Geräte und Autoradios herstellen. Wie BURTON u. SAELENS (1980) ausführen, läßt sich in der jüngsten Zeit der folgende Trend beobachten, daß auch Produkte der Mikroelektronik in der Bundesrepublik Deutschland gefertigt werden. So stellt Hitachi in Landshut Halbleiter her, Toshiba in Braunschweig ebenfalls. Matsushita Electronic Components (Europe) GmbH produziert in Osterode und Lüneburg elektronische Bauelemente.

- Ab den 70er Jahren treten auch verstärkt japanische Investitionen im Dienstleistungssektor auf. Die japanischen Banken eröffneten eine Reihe von Filialen in der Bundesrepublik Deutschland, Transport- und Lagerfirmen werden gegründet, Dependancen japanischer Versicherungsgesellschaften entstehen sowie Einzelhandelsgeschäfte als auch Restaurants. BURTON u. SAELENS (1980) ermitteln, daß von den 18 im Jahre 1978 vorhandenen Investitionen im Dienstleistungsbereich 14 nach 1971 gegründet worden sind.

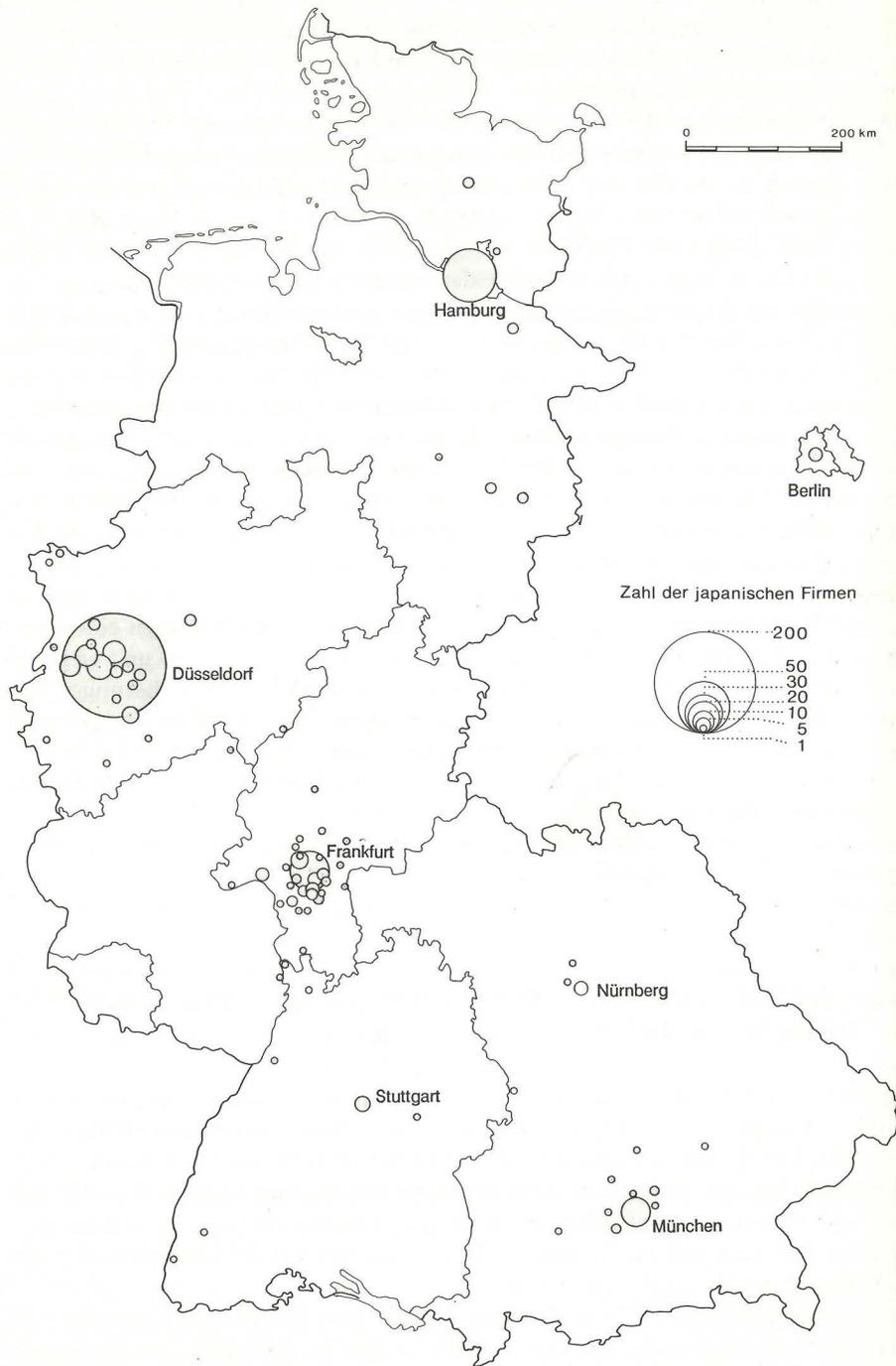
Was sind nun die Motive für die japanischen Direktinvestitionen in der Bundesrepublik Deutschland?

4. MOTIVE FÜR DIE JAPANISCHEN DIREKTINVESTITIONEN IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Die erwähnten spezifischen komparativen Vorteile japanischer Industrien legen die Vermutung nahe, daß für den japanischen Vorstoß in westliche Märkte das Expansionsmotiv entscheidend ist, womit die Absicht der japanischen Unternehmen bezeichnet wird, ihre Marktanteile auszuweiten (vgl. auch FRANKO 1984). Durch die Expansion der handelsorientierten Aktivitäten auf europäischen Märkten soll insbesondere versucht werden, die Abhängigkeit von den Vereinigten Staaten zu verringern.

Eine im Jahre 1976 vom Deutsch-Japanischen Wirtschaftsförderungsbüro unterstützte Befragung von japanischen Tochtergesellschaften und Repräsentanzbüros in der Bundesrepublik Deutschland bestätigt dieses Motiv. Es ergab sich, daß 74 Prozent der Unternehmen ihre Tätigkeit dem europäischen, 20

Abb. 1: Japanische Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland



Quelle: Japaninfo 1988, Japanische Industrie- und Handelskammer 1989

Prozent dem bundesdeutschen und 6 Prozent dem Weltmarkt widmeten (ANDERSCH 1978, 12).

Auch die bisher geringe Anzahl von produzierenden japanischen Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland läßt erkennen, daß handelsorientierte Tätigkeiten zur Erschließung des bundesdeutschen Marktes noch im Vordergrund stehen. Wie Abbildung 1 zeigt, sind im Jahre 1988 504 japanische Unternehmen im gesamten Bundesgebiet vertreten, von denen rund 30 als produzierend ermittelt wurden (nach Japaninfo 1988; nach Angaben der Japanischen Industrie- und Handelskammer 1989).

Daß die japanischen Investitionen in der Bundesrepublik Deutschland immer im europäischen Zusammenhang gesehen werden müssen, wird auch aus den Ergebnissen einer Untersuchung deutlich, die ich im Jahre 1987 durchführte und in der versucht wurde, alle zirka 280 in Nordrhein-Westfalen ansässigen japanischen Handels- und Industriefirmen unter anderem auch nach den Gründen für ihre Investitionstätigkeit zu befragen. Es wurden alle Unternehmen angeschrieben und gebeten, einen beiliegenden Fragebogen auszufüllen und ihn zurückzuschicken. 12 Unternehmen wurden als „unbekannt verzogen“ ermittelt; 102 Unternehmen antworteten, was einer Rücklaufquote von rund 40 Prozent entspricht.

Unter den 102 Unternehmen sind sowohl Verkaufsniederlassungen einiger Generalhandelhäuser sowie der kleineren Handelshäuser. Die Mehrzahl der antwortenden Unternehmen sind jedoch Handelsvertretungen produzierender japanischer Unternehmen, die ihre Waren auf dem deutschen bzw. europäischen Markt vertreiben. Es sind auch einige Repräsentanzbüros darunter, deren Aufgabe darin besteht, sich Kenntnisse über den deutschen Markt zu verschaffen und Kontakte zu potentiellen Kunden anzuknüpfen, um diese über japanische Produkte zu informieren. Vier in Nordrhein-Westfalen produzierende japanische Unternehmen sind ebenfalls erfaßt.

Tab. 1: Gründe für die Investitionstätigkeit japanischer Unternehmen in Nordrhein-Westfalen

	Anzahl der Nennungen (Mehrfachnennungen möglich)	
	absolut	in Prozent
Erschließung des europäischen Marktes	66 von 101	65,3
Sicherung und Pflege des deutschen Marktes	48 von 101	47,5
Nähe zu anderen japanischen Industrie- und Handelsunternehmen	18 von 101	17,8
das Vorhandensein japanischer Dienstleistungsunternehmen	11 von 101	10,9
sonstige Gründe	12 von 101	11,9

Quelle: Ergebnisse eigener Befragungen 1987

Wie Tabelle 1 belegt, dienen die japanischen Direktinvestitionen vorwiegend dem Zweck, Handelsaktivitäten, insbesondere den Export zu unterstützen. Für über die Hälfte der antwortenden Unternehmen ist die Expansion der Aktivität auf europäischen Märkten wichtig; die Hälfte der in die Auswertung einbezogenen Unternehmen pflegt Kontakte zu Kunden in der Bundesrepublik Deutschland und versucht, die Nachfrage nach japanischen Produkten zu erhöhen.

Daß die in der Bundesrepublik Deutschland getätigten japanischen Investitionen in der Hauptsache durch das Expansionsmotiv ausgelöst sind, tritt noch wesentlich deutlicher zutage, wenn man ermittelt, welche europäischen Märkte von der befragten Niederlassung aus betreut werden (vgl. Tab. 2).

Tab. 2: Wahrnehmung von Aktivitäten auf europäischen Märkten von der Niederlassung in Nordrhein-Westfalen

	Anzahl der Nennungen (Mehrfachnennungen möglich)	
	absolut	in Prozent
Westeuropa	69 von 76	90,8
Nordeuropa	66 von 76	86,8
Südeuropa	63 von 76	82,9
Osteuropa	39 von 76	51,3

Quelle: Ergebnisse eigener Befragungen 1987

Wie man sieht, nehmen 80—90 Prozent der diese Frage beantwortenden Unternehmen die Chance wahr, von ihrem Standort in Nordrhein-Westfalen aus auf den wichtigsten europäischen Märkten Abnehmer für japanische Waren zu gewinnen und somit langfristig ihre Marktanteile auszuweiten. 30 Unternehmen geben sogar an, auf allen europäischen Märkten tätig zu sein.

Auch ein Einzelbeispiel läßt diese Tendenz deutlich werden. Nachdem die japanische Matsushita Electric Works im Jahre 1989 die in Deisenhofen bei München heimische SDS-Relais AG übernommen hatte, soll dieses Werk sofort zur Europazentrale des Elektrokonzerns ausgebaut werden (KRÜGER 1989, 35).

Diese starke Ausrichtung der befragten japanischen Investitionen in Nordrhein-Westfalen auf den europäischen Markt verwundert zunächst, wenn man bedenkt, daß 57 der 102 Unternehmen weitere Handelsniederlassungen bzw. Produktionsstätten in anderen europäischen Ländern haben. Nur 26 Unternehmen geben an, keine weiteren Firmenvertretungen in Europa zu besitzen. 19 Unternehmen machten zu dieser Frage keine Angabe.

Die Zahl der Niederlassungen, die von den japanischen Muttergesellschaften dieser 57 Unternehmen in weiteren europäischen Ländern bestehen, ist — wie Abbildung 2 zeigt — ebenfalls erstaunlich hoch. Sie beläuft sich auf 199 Niederlassungen, wobei laut Tabelle 3 Westeuropa, insbesondere Großbritannien ein bevorzugter Standort ist (vgl. auch DICKEN 1983; DUNNING 1986).

Tab. 3: Regionale Verteilung der Niederlassungen von 57 japanischen, in Nordrhein-Westfalen ansässigen Unternehmen in weiteren europäischen Ländern

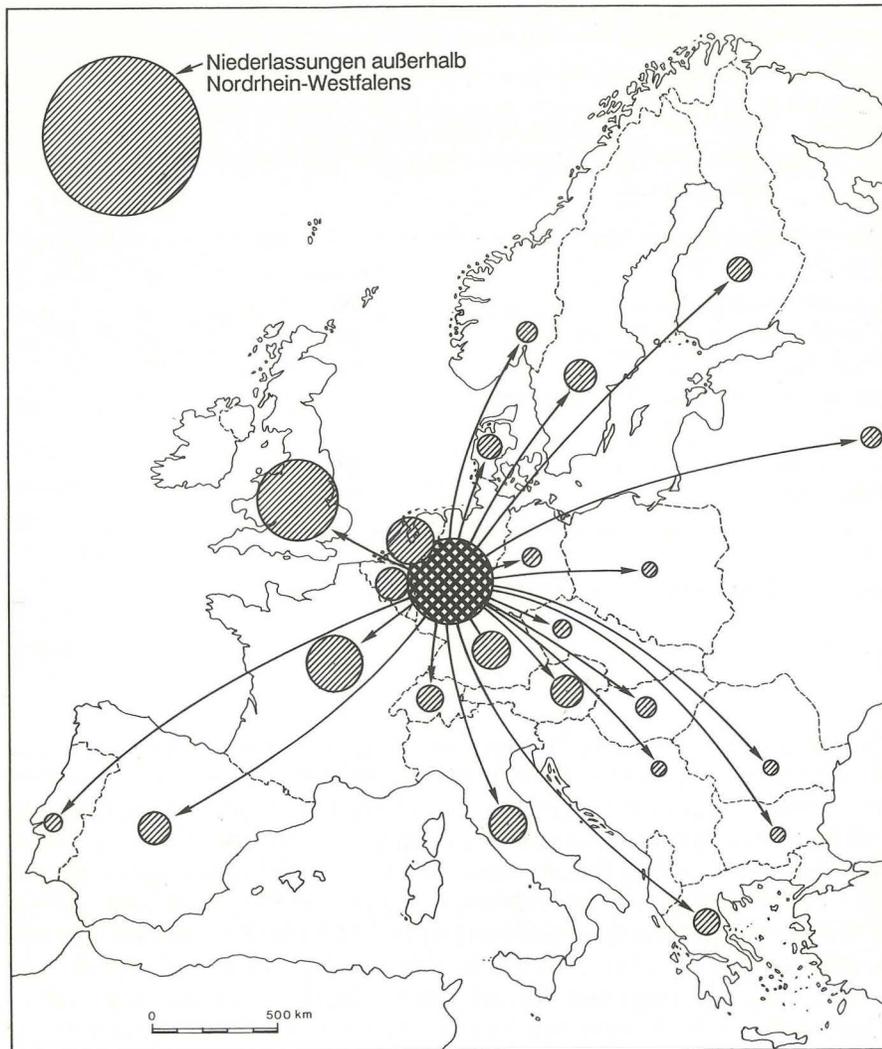
	Anzahl
Großbritannien	49
Frankreich	25
Niederlande	18
übriges Westeuropa	37
Nordeuropa	22
Südeuropa	29
Osteuropa	19

Quelle: Ergebnisse eigener Befragungen 1987

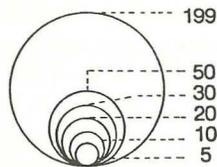
Zur Erklärung dieser Strategie kann ebenfalls das schon erwähnte Expansionsmotiv herangezogen werden. Da Europa trotz der EG ein zersplitterter Markt ist, ist es für die japanischen Unternehmen von Vorteil, in möglichst vielen europäischen Ländern durch Niederlassungen vertreten zu sein, um sowohl die Besonderheiten, den Kundengeschmack und die jeweiligen Vertriebsmöglichkeiten zu erkunden, zuverlässige Serviceleistungen anzubieten als auch realen oder befürchteten Handelsbarrieren zuvorzukommen. Es ergibt sich somit, daß die japanischen Direktinvestitionen unabhängig vom jeweiligen Standort vor allem den Zweck haben, Exporte in die europäischen Märkte zu unterstützen oder zu schützen (SAELENS 1989). Das zeigt sich auch in der Tatsache, daß 35 der 66 Unternehmen, die angeben, von ihrem Standort in Nordrhein-Westfalen aus den europäischen Markt zu erschließen, trotzdem noch weitere Handelsniederlassungen in anderen europäischen Ländern haben.

Welche regionalen Wirkungen können nun von den japanischen Direktinvestitionen in Nordrhein-Westfalen erwartet werden?

Abb. 2: Die Verteilung der in europäischen Ländern bestehenden Niederlassungen von 57 japanischen, in Nordrhein-Westfalen ansässigen Unternehmen



Zahl der Niederlassungen



 Japanische Unternehmen in Nordrhein-Westfalen
 Niederlassungen außerhalb Nordrhein-Westfalens

Quelle: Ergebnisse eigener Befragungen 1987

5. REGIONALE WIRKUNGEN DER JAPANISCHEN DIREKTINVESTITIONEN IN NORDRHEIN-WESTFALEN

Aus der Tatsache, daß die Direktinvestitionen der japanischen Produzenten in Nordrhein-Westfalen ihren Schwerpunkt bei den Handelsinvestitionen haben, wird im allgemeinen gefolgert, daß dies den Gastländern keine wirtschaftlichen Gewinne einbringt (KOJIMA 1978, 172). Auf der anderen Seite ist jedoch häufig mit der Ansiedlung ausländischer Unternehmen die Hoffnung verbunden, daß in der betreffenden Region neue Arbeitsplätze geschaffen werden (vgl. z. B. DICKEN 1983). Betrachtet man jedoch die Größe der in Nordrhein-Westfalen angesiedelten japanischen Unternehmen — siehe Tabelle 4 — so ist kaum anzunehmen, daß eine entscheidende Verbesserung des regionalen Arbeitsmarktes zu erwarten ist.

Tab. 4: Größe der befragten japanischen Unternehmen im Jahre 1987

	Anzahl	in Prozent
1 — < 5 Beschäftigte	32	31,4
5 — < 10 Beschäftigte	27	26,5
10 — < 19 Beschäftigte	8	7,8
20 — < 49 Beschäftigte	14	13,7
50 — < 99 Beschäftigte	7	6,9
— > 100 Beschäftigte	14	13,7

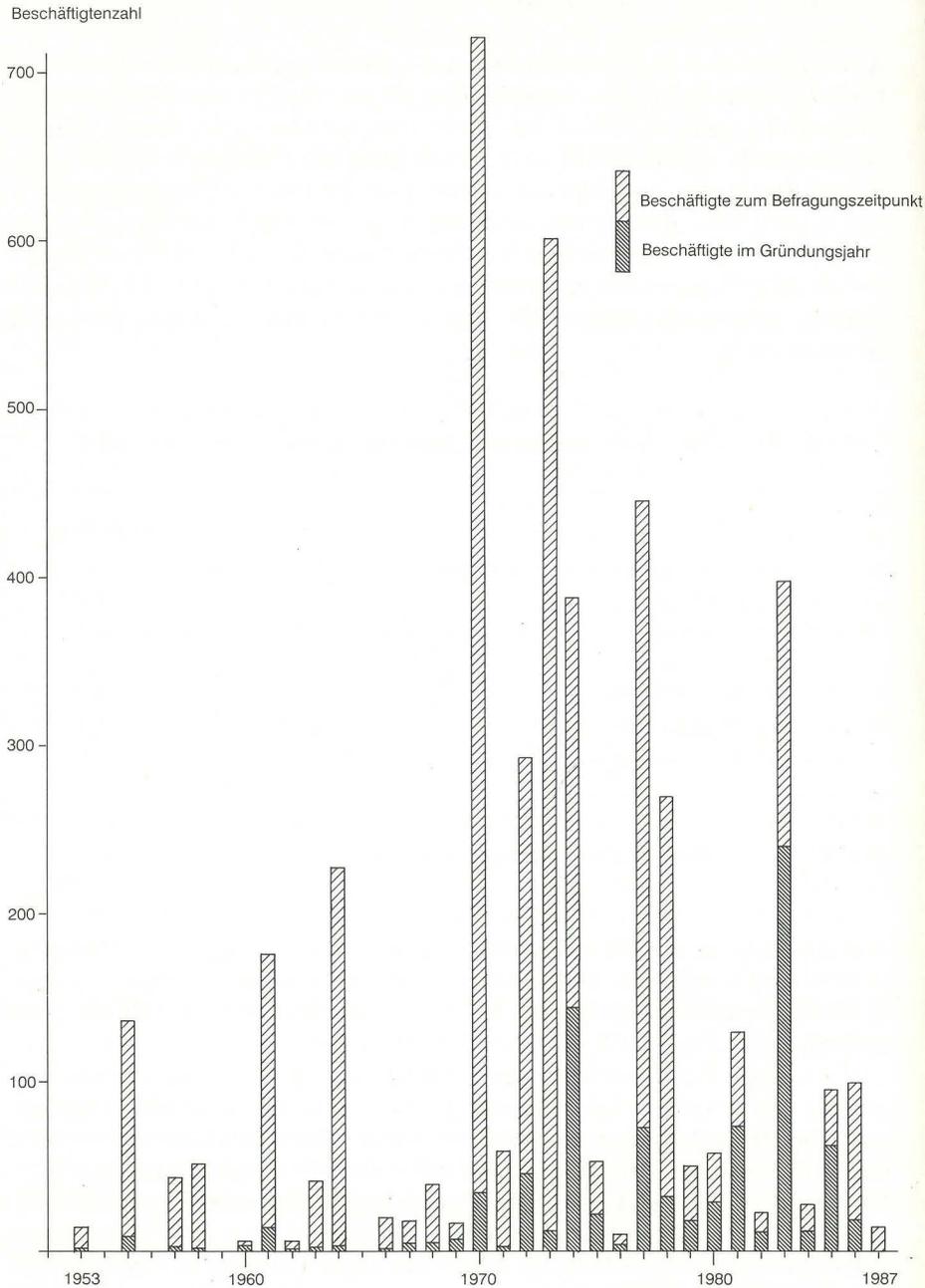
Quelle: Ergebnisse eigener Befragungen 1987

Wie man sieht, weist mehr als die Hälfte der antwortenden japanischen Handelsvertretungen weniger als 10 Beschäftigte auf. Von den vier befragten produzierenden Unternehmen beschäftigen nur drei Unternehmen mehr als 100 Mitarbeiter (vgl. auch LOEVE/DE VRIES/DE SMIDT 1985).

Das hat zum Teil sicherlich seinen Grund darin, daß im Vergleich zu amerikanischen und britischen Direktinvestitionen schon kleine japanische Unternehmen dank der Hilfe der japanischen Banken und Generalhandelshäuser wie auch durch die aktive Unterstützung der eigenen und der Regierungen der Empfangsländer in der Lage sind, Direktinvestitionen durchzuführen (vgl. auch DICKEN 1983). So haben 42 von 69 Unternehmen, die zu der Größe ihrer Muttergesellschaft eine Angabe machen, ein Stammhaus im Japan mit weniger als 5000 Beschäftigten.

Nach Auffassung von OZAWA (1979, 65) investieren japanische Unternehmen im Ausland entweder in dieselben Branchen, für die die heimischen Bedingungen ungünstig geworden sind, oder in solche Branchen, in denen sie hinsichtlich der Technologie im Vergleich zu den lokalen Unternehmen überlegen sind.

Abb. 3: Zunahme der Beschäftigten in befragten japanischen Unternehmen



Quelle: Ergebnisse eigener Befragungen 1987

Letzteres trifft zum Beispiel für die Produkte der Gebrauchs- und Unterhaltungselektronik zu, für die die Japaner vor Europa und den USA eine Vormachtstellung einnehmen. Da die Mehrzahl der japanischen Unternehmen versucht, die mit den Auslandsaktivitäten verbundenen zusätzlichen Kosten so gering wie möglich zu halten, entstehen den Gastländern kaum wirtschaftliche Vorteile.

So wird auch verständlich, daß der Zuwachs an Beschäftigten vom jeweiligen Gründungsjahr an bis zum Befragungszeitpunkt im Jahre 1987 relativ bescheiden ist. Wie Abbildung 3 zeigt, läßt sich zunächst einmal bei den befragten japanischen Unternehmen deutlich erkennen, daß die Direktinvestitionen erst ab den 70er Jahren an Bedeutung gewonnen haben. Die Zahl der Mitarbeiter in den befragten japanischen Unternehmen hat sich jedoch nur von 940,5 auf 4584 Beschäftigte erhöht, wobei 15 Unternehmen allerdings keine Angabe zu der Zahl ihrer Beschäftigten im Gründungsjahr machten.

Im allgemeinen ist jedoch ein Großteil der befragten Unternehmen schon recht lange in Nordrhein-Westfalen ansässig. Von den 102 Unternehmen sind schon 23 bis zum Jahre 1970 gegründet worden, im Zeitraum von 1970 bis 1979 haben 41 japanische Muttergesellschaften in Nordrhein-Westfalen investiert und ab 1980 sind noch weitere 36 japanische Handelsniederlassungen hinzugekommen. Zwei Unternehmen machten keine Angabe zum Gründungsdatum.

Ermittelt man nun das Wachstum der japanischen Direktinvestitionen in Nordrhein-Westfalen, so stellt man fest, daß die 67 Unternehmen, die im Jahre 1987 weniger als 20 Beschäftigte aufweisen, auch im Gründungsjahr unter dieser Zahl blieben. Mit anderen Worten: Zwei Drittel der Unternehmen haben in der Regel kaum einen Beschäftigungszuwachs zu verzeichnen. Dabei sind von diesen Unternehmen bereits 39 vor 1980 gegründet worden.

Auch die Zahl der japanischen Mitarbeiter kann so interpretiert werden, daß die Transaktionskosten des Handels möglichst gering gehalten werden sollen. In allen 102 Unternehmen gibt es 475,5 japanische Mitarbeiter, wobei von drei Unternehmen keine Angaben vorliegen.

Als weitere Bestätigung der obengenannten These kann die genutzte Bürofläche herangezogen werden. Wie Tabelle 5 wiedergibt, weist ein Drittel aller Unternehmen Büroflächen von weniger als 200 qm auf.

Neben den direkten Beschäftigungseffekten sind jedoch auch noch andere ökonomische Implikationen dieser Form von Direktinvestitionen wichtig. Wenn beispielsweise einige der ursprünglich von deutschen oder amerikanischen Produzenten angebotenen Autos durch japanische PKWs ersetzt werden, ergeben sich für die Bundesrepublik Deutschland folgende Konsequenzen. Die Konsumenten gelangen in den Besitz von kostengünstigeren und qualitativ hochwertigen Produkten, was eine Wohlstandssteigerung zur Folge hat. Ebenso wichtig ist, daß die Bundesrepublik Deutschland vor das Problem der industriellen Anpassung gestellt wird, was zu einem regionalen Strukturwandel beitragen kann (ITOH u. KIYONO 1989).

Tab. 5: Größe der Bürofläche der befragten japanischen Unternehmen

	Anzahl	in Prozent
0 — < 100 qm	16	15,7
100 — < 200 qm	18	17,6
200 — < 400 qm	27	26,5
400 — < 800 qm	5	4,9
800 — < 1600 qm	11	10,8
1600 — < 3200 qm	9	8,8
— > 3200 qm	7	6,9
ohne Angabe	9	8,8

Quelle: Ergebnisse eigener Befragungen 1987

6. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Die Analyse der Struktur der japanischen Direktinvestitionen in Nordrhein-Westfalen bestätigt, daß die japanischen Unternehmen vorwiegend in handelsorientierte Aktivitäten und (noch) wenig im Produktionsbereich investiert haben. Die von ihnen verfolgten Strategien lassen erkennen, daß Europa von Japan aus als ein wichtiger Markt betrachtet wird, der insgesamt immerhin 15 Prozent der Exporte aufnimmt (SAELEN 1989). Eine international arbeitsteilige Produktion des verarbeitenden Gewerbes, wie im Falle der Direktinvestitionen der Vereinigten Staaten, Großbritannien und der Bundesrepublik Deutschland, die auch den Partnerländern bessere Exportchancen nach Japan eröffnet und damit auch zu einem ausgeglicheneren Welthandel beitragen könnte, ist bisher nur in einem geringen Umfang entwickelt. Erst nach 1985 wurden in den westlichen Industrieländern verstärkt Produktionsstätten der japanischen Industrie errichtet.

Mit den rapide gestiegenen Handelsbilanzüberschüssen wird jedoch der Druck zu stärkerer Internationalisierung der japanischen Industrie immer größer. Nach Einschätzung einer Expertengruppe, die sich im Jahre 1986 aus den Vertretern der 22 führenden Unternehmen der Elektroindustrie und des Maschinenbaus sowie Wissenschaftlern des Mitsubishi Research Institute zusammensetzte, wird für die internationale Marktentwicklung folgender Wandel prognostiziert:

- Der Export Japans wird in den ausgewählten Produktgruppen stark an Bedeutung verlieren.
- Der weltweite Vertrieb von japanischer Auslandsproduktion wird anteilig zunehmen.

— Japanische Produktionsstätten werden einen international arbeitsteiligen Verbund bilden (ERNST u. LAUMER 1989, 195—204).

In der japanischen Wirtschaft und Politik werden in jüngster Zeit die Folgen dieser Internationalisierungsstrategien diskutiert und befürchtet, daß damit ein Prozeß der Aushöhlung heimischer Kapazitäten mit spürbaren Arbeitsplatzverlusten beginnt.

QUELLEN

- Adressen Deutschland-Japan, 1986 hrsg. vom Deutsch-Japanischen Wirtschaftsförderungsbüro, Düsseldorf.
- Japaninfo 1988, Verzeichnis japanischer Firmen in der Bundesrepublik Deutschland, Schweiz und Österreich. Japaninfo Verlag, Weissenhorn.
- Mitgliederliste 1986, 1989, hrsg. von der Japanischen Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf e. V.