

**10. Benediktbeurer Gespräche der  
Allianz Umweltstiftung**  
am 04. und 05. Mai 2006

„In der Welt zu Hause - aber wo daheim?“ -  
Orientierung im Spannungsfeld zwischen  
Globalisierung und Heimatverbundenheit.



Vortrag von

Prof. Dr. Michael Heise

Chefvolkswirt der Allianz Gruppe und der Dresdner Bank, Frankfurt.

Die Einladung, über das Thema „In der Welt zu Hause – aber wo daheim?“ zu Ihnen zu sprechen, habe ich gerne angenommen. Gestatten Sie mir also ein paar persönliche Bemerkungen zu fünf Aspekten dieser Frage.

## 1. Globalisierung und Heimatverbundenheit: die weltbürgerliche, philosophische und ökonomische Sicht.

Sir Peter Ustinov, ein echter Weltenbürger, der den Beginn des 21. Jahrhunderts noch erlebte und dessen Stammbaum mindestens sieben Nationalitäten vereint, bekannte einmal: „Wenn ich meine Nationalität frei wählen könnte, würden es die Vereinten Nationen sein, da fühle ich mich zu Hause.“ „Die einzige Heimat, die zählt“, sagte er einmal, „ist das zivilisierte Benehmen.“ Ist der wahre Kosmopolit also ein Mensch, der die Spannung zwischen Globalisierung und Heimatverbundenheit für sich selbst kurzerhand dadurch auflöst, dass er seine Heimat mit auf Reisen nimmt?

Peter Sloterdijk, ein zeitgenössischer Philosoph, schrieb: „Im umrundeten Raum gelten alle Punkte gleich viel.“ Passt dies nicht schön zu dem Bild des Blauen Planeten?

Und entspricht das nicht dem, was bereits Adam Smith, dessen Hauptwerk „Wohlstand der Nationen“ 1776 erschienen ist, aus ökonomischer Sicht formuliert hatte: „Ein Kaufmann ist (...) nicht zwangsläufig Bürger eines bestimmten Landes. Für ihn ist es höchst gleichgültig, von welchem Ort aus er seinen Handel betreibt. Schon kleine Ärgernisse können ihn veranlassen, sein Kapital und damit auch das von ihm finanzierte Gewerbe in ein anderes Land zu verlagern.“

Andererseits ist Globalisierung, wenn sie Zukunft haben soll, ohne lokalen Unterbau nicht denkbar. Odo Marquard fordert daher zu Recht: „Zukunft braucht Herkunft.“ In der Welt zu Hause zu sein heißt also nicht, den heimischen Kirchturm völlig aus dem Blickfeld zu verlieren.

## 2. Ist die Kritik an der Globalisierung aus wirtschaftlicher Sicht gerechtfertigt?

Die politische Diskussion in Deutschland ist seit Jahren durch die Neigung gekennzeichnet, die Internationalisierung der Wirtschaft als Problem darzustellen. In jüngster Zeit führte diese globalisierungskritische Grundströmung zu dem Vorwurf, die Wirtschaft sei vaterlandslos beziehungsweise heimatlos geworden und führe ein Eigenleben, daher sei es erforderlich, das „Primat der Politik“ wiederherzustellen.

Angesichts der Übernahme- und Fusionswellen mag man hierfür Verständnis haben, aber mit den ökonomischen Fakten ist eine solche Sicht der Dinge schwer vereinbar. Wir Deutsche profitieren ja von der Globalisierung nicht nur als Weltmeister im Warenexport, sondern auch im Tourismus. Allein im vergangenen Jahr haben wir für fast 800 Milliarden Euro Güter in alle Welt verkauft und etwa 60 Milliarden Euro für Auslandsreisen ausgegeben. Die deutsche Wirtschaft hat trotz des ungünstigen Wechselkurses in den letzten Jahren im Welthandel hervorragende Erfolge erzielt und steht in der Rangliste der Exportländer noch vor den USA, China und Japan an erster Stelle. Das erhält Arbeitsplätze. Zudem haben wir in den letzten Jahrzehnten mit Fabrikationsanlagen und Unternehmensbeteiligungen im Gesamtwert von fast 700 Milliarden Euro gewaltige Investitionen im Ausland getätigt, die gute Erträge abwerfen.

Als rohstoffarme Volkswirtschaft sind wir im Übrigen schon deshalb auf offene Märkte und Exporterlöse angewiesen, weil wir nur so unsere Importe – Öl, Gas, Vorleistungen – zu finanzieren in der Lage sind.

Sicherlich gibt es in der deutschen Wirtschaft viele strukturelle Probleme, sie als eine „Basarökonomie“ zu bezeichnen oder von einem pathologischen Exportboom zu reden, geht aber meines Erachtens an der Sache vorbei, denn hinter dieser Hypothese steht die Auffassung, inländische Industriearbeitsplätze gingen verloren, weil wir uns immer mehr zum Zwischenhändler entwickelten, und der Exportboom sei kein Erfolgsmaßstab, weil die Exportprodukte zunehmend im Ausland produziert würden.

Es ist zwar richtig, dass ein zunehmender Teil unserer Ausfuhren aus Produkten besteht, die zuvor importiert werden. 2005 ist dieser Anteil auf knapp 40% gestiegen. Dieses Outsourcing ist in seinen Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt aber durch den Exportzuwachs insgesamt weit überkompensiert worden. Die Internationalisierungsstrategie hat die Unternehmen so erfolgreich werden lassen, dass sie trotz Produktionsverlagerungen und vermehrten Vorleistungskäufen im Ausland zusätzliche Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen haben. Gerade in den letzten drei Jahren ist die Zahl der heimischen Arbeitsplätze, die durch den Exportsektor getragen werden, kräftig gestiegen. In einigen Bereichen der Investitions- und Vorleistungsgüterproduktion sind mehr als die Hälfte der Beschäftigten für den Export tätig. Unser Problem ist nicht die Globalisierung, sondern die Entwicklung der Binnenwirtschaft.

Eine weitere Befürchtung im Zusammenhang mit der Globalisierung ist der vermeintliche Verlust an wirtschaftspolitischen Einflussmöglichkeiten. Dazu ist zu sagen, dass es wohl richtig ist, dass die Globalisierung den Spielraum der Politik für nationale Sonderwege eingeengt hat.

Im Zeitalter der „vollkommenen Information“ ist Kapital flüchtiger denn je und Unternehmen reagieren schneller auf schlechte Standortbedingungen als früher. Politische Fehlleistungen und Strukturdefizite einzelner Länder treten zudem offener zu Tage. Daher geraten die nationalen Regierungen unter Druck, ihre rechtlichen und institutionellen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass ihre Volkswirtschaften im Wettbewerb um mobile Ressourcen mithalten können. Der Wettbewerb der politischen Systeme ist also ohne Zweifel wesentlich schärfer geworden.

Aber das heißt nicht, dass wirtschaftspolitische Maßnahmen wirkungslos sind. Im Gegenteil: Infolge der erhöhten Mobilität des Kapitals können Maßnahmen der Standortpolitik sehr schnell positive Auswirkungen haben, weil internationales Kapital angelockt wird. Ein Paradebeispiel dafür ist Irland, das Anfang der neunziger Jahre noch als Armenhaus der Europäischen Gemeinschaft galt. Das Land in die Währungsunion aufzunehmen schien riskant. In den letzten Jahren jedoch wurde es zum Musterbeispiel für eine blühende wirtschaftliche Entwicklung. Inzwischen sind nicht nur seine Wachstumsraten „Spitze“, sondern auch die Einkommen. Das Pro-Kopf-Einkommen liegt in Irland heute höher als in Deutschland. Drastische steuerliche Entlastungen und investitionsfreundliche Rahmenbedingungen führten zur Ansiedlung verschiedener Industrien, insbesondere auch von Unternehmen der Finanzbranche. Die Arbeitslosigkeit sank, Einkommen und Steuereinnahmen stiegen. Irland wurde zum Vorzeigeland Europas. Ein Sozialabbau war mit diesen Maßnahmen nicht verbunden – im Gegenteil: Die Sozialleistungen sind wesentlich gestiegen.

Auch andere Länder haben gezeigt, wie man im Zuge der Globalisierung ideenreich agieren und nicht nur zähneknirschend reagieren kann. Beispiele hierfür liefern die skandinavischen Länder Schweden, Norwegen und Finnland sowie Kanada, das dank anfangs schmerzhafter wirtschaftspolitischer Reformen in den frühen neunziger Jahren eine schwere Krise überwand und inzwischen eine wirtschaftliche Erfolgsstory schreibt.

Aufgabe der Wirtschaftspolitik kann es also nicht sein, sich gegen die Entwicklungen der Globalisierung zu stemmen. Sie kann und sie muss die Standortqualität verbessern. Für Deutschland heißt das insbesondere, die traditionellen Stärken wie berufliche Qualifikation und Ausbildung, selbstständiges Unternehmertum und Effizienz weiter zu fördern und Nachteile etwa im Hinblick auf steuerliche Regelungen oder die Funktionsweise des Arbeitsmarktes und der Sozialsysteme abzubauen.

### 3. Reaktionen der Menschen auf die Globalisierung.

Die Auswirkungen der Internationalisierung sind für die einzelnen Menschen und Unternehmen – die Wirtschaftssubjekte – natürlich viel konkreter, viel fühlbarer als diese gesamtwirtschaftlichen Überlegungen. Je enger sich die Güter-, Arbeits- und Finanzmärkte über politische Grenzen hinweg miteinander verzahnen, desto stärker wird der Wettbewerb um Arbeitsplätze und umso dringlicher stellt sich die Standortfrage für Unternehmen.

Dies verlangt von Arbeitnehmern und Unternehmern immer mehr Flexibilität und Mobilität. Sie sind gezwungen, sich bei Marktveränderungen schnell anzupassen. Die Leistungsorientierung nimmt zu, ebenso der Bedarf an permanenter Re-Qualifikation und die Erfordernis räumlicher Mobilität.

Die Globalisierung scheint vor diesem Hintergrund aber auch eine klare Gegenbewegung ausgelöst zu haben. Heimatverbundenheit und die eigenen Wurzeln gelten wieder mehr. Regionalen Traditionen, lokalem Brauchtum und dem Vereinsleben wird wieder mehr Aufmerksamkeit gewidmet.

Entgegen anders lautenden Klagen ist zum Beispiel seit 1991 die Zahl der jugendlichen Mitglieder in Gesangsvereinen und Chören sowie Instrumental- und Tanzgruppen im wiedervereinigten Deutschland um ein Drittel auf 104.000 gestiegen. Im gleichen Zeitraum wuchs die Zahl der deutschen Sportvereine und ihrer Mitglieder um über 15 Prozent. Und der deutsche Alpenverein zählt heute über 700.000 Mitglieder und damit fast 190.000 mehr als kurz nach der Wiedervereinigung.

Auch gibt es wieder eine stärkere literarische Hinwendung zum eigenen Vaterland. Als Beispiel seien hier stellvertretend nur die Titel „Das Buch der Deutschen“ und die „Bilder der Deutschen“ genannt, die Johannes Thiele herausgegeben hat. Man besinnt sich wieder auf die deutsche Identität und ihre historische Entwicklung. Neben allen dunklen Seiten der Vergangenheit, die wir nicht vergessen wollen, erinnert man heute wieder häufiger auch an die glanzvollen Höhepunkte unserer Geschichte und Kultur, auf die wir zu Recht stolz sein können und an die wir anknüpfen sollten.

Die Rückbesinnung auf die eigenen Wurzeln kommt nicht von ungefähr, sondern findet – dieser kleine Exkurs sei mir gestattet – bezeichnenderweise in einer Zeit statt, in der die Politik in Europa immer mehr zur Zentralisierung neigt. Statt der viel gepriesenen „Bürgernähe“ hat der Einzelne vielfach eher das Gefühl, nicht gehört zu werden. Die schwache Beteiligung an den Wahlen zum Europaparlament ist Ausdruck dieses Ohnmachtgefühls. Das Prinzip der Subsidiarität, das seinen Ursprung in der

katholischen Soziallehre hat und auch Grundlage des Europäischen Vertragswerks ist, wird nur unzureichend umgesetzt. Übermäßige Zentralisierungstendenzen aber werden die Akzeptanz der europäischen Integration verringern. Die Identität eines Bayern und Deutschen, eines Elsässers und Franzosen oder eines Toskaners und Italieners muss subjektiv mit seiner Identität als Europäer verschmelzen. Dazu wird es aber so lange nicht kommen, wie in Europa – analog zum zaristischen Russland – die Überzeugung herrscht: „Die EU ist groß, die Kommission ist weit.“ Die EU täte also gut daran, das Subsidiaritätsprinzip zu wahren und damit der Autonomie der Regionen hohes Gewicht zu geben.

Die wieder stärkere Verbundenheit der Menschen mit ihrer Region oder ihrer Heimat ist wohl auch darauf zurückzuführen, dass die Globalisierung für viele Menschen eine Bedrohung oder eine zusätzliche Unsicherheit darstellt. Der Arbeitsplatz kann durch Strukturwandel in Gefahr sein, Löhne müssen wegen der Konkurrenz aus anderen Ländern gesenkt werden und der Leistungsdruck nimmt zu.

Die Zukunft scheint immer ungewisser zu werden. Der deutsche Philosoph Hermann Lübbe hat dies einmal als zunehmenden Zukunftsgewissheitsschwund bezeichnet.

In dieser Situation gewinnt die stabile Verankerung im lokalen familiären und kulturellen Umfeld an Bedeutung.

Bedenklich ist allerdings, dass die Akzeptanz der Marktwirtschaft als ökonomisches Ordnungssystem nicht nur in Deutschland – wie der Ausgang der letzten Bundestagswahl gezeigt hat – immer mehr schwindet, obwohl sich dieses System weltweit durchsetzt und in den letzten Jahren und Jahrzehnten in vielen Ländern zu einer erheblichen Zunahme des Wohlstands geführt hat. Gerade an einem Ort wie diesem möchte ich daher betonen, dass, was manchmal verkannt wird, marktwirtschaftliche Effizienzkriterien keineswegs unseren ethischen Grundsätzen widersprechen. Indem die Marktwirtschaft Knappheiten behebt und damit Konflikte und Gewalt reduziert, ist sie ihrem Wesen nach durchaus moralisch und mit christlichen Wertvorstellungen vereinbar. Die allgemeine Diskussion über Globalisierung spiegelt dies, wie mir scheint, nur selten wider.

Natürlich gibt es auch Auswirkungen der globalisierten Marktwirtschaft, die eine Korrektur erfordern. Das gilt für soziale Folgen ebenso wie für den Umweltschutz, über den ja schon gesprochen wurde. Der Schutz unserer natürlichen Ressourcen ist ein besonders schwieriges Problem, weil wir dies im

Regelfall nicht einfach durch eigenverantwortliches Handeln und nationale Gesetze, sondern nur durch ein gemeinsames, abgestimmtes Handeln auf internationaler Ebene erreichen können. Insofern ist auch der globale Klimaschutz ein Beispiel für die Spannung zwischen Lokalität und Globalität.

Angesichts des Wachstums der Weltbevölkerung und des zum Teil stark die natürlichen Ressourcen verbrauchenden Wirtschaftswachstums sind wir von einer nachhaltigen Entwicklung noch weit entfernt. Es gibt aber auch Wege, die zu einem Ausgleich zwischen Ökologie und Ökonomie führen. In den letzten Jahren sind wir in dieser Richtung ein paar Schritte vorangekommen, beispielsweise was die handelbaren Emissionszertifikate angeht oder die Substitution fossiler Energieträger durch erneuerbare Energien. Und in den Chefetagen spielt das Prinzip der Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle, wie ja gerade die Allianz Umweltstiftung zeigt. Im Manager-Jargon könnte man sagen: Nachhaltigkeit wird immer mehr zu einem eigenständigen Werttreiber von Unternehmen, das heißt zu einem wesentlichen Faktor für die Schaffung von Shareholder Value. Hier finden also makroökonomische Ziele gleichsam eine mikroökonomische Grundlage.

Dies macht mich insofern zuversichtlich, als man dabei auch den technischen Fortschritt nicht außer Acht lassen darf. Vieles von dem, was heute technisch machbar, aber noch „zu teuer“ ist, wird früher oder später auch ökonomisch machbar sein, weil Innovationen und Veränderungen im Umfeld des Wettbewerbs auch zu einer Veränderung der relativen Preise führen. Über diesen Mechanismus werden auch immer mehr „nachhaltige“ Produkte und Produktionsprozesse in den wirtschaftlichen Alltag gelangen. Und damit wird sich auch die ökologische Spannung zwischen Heimat und Weltmarkt allmählich verringern.

#### **4. Herausforderungen der Internationalisierung für die Unternehmen.**

Die letzten Minuten meines Vortrages würde ich noch gerne den unternehmerischen Herausforderungen globaler Märkte widmen: Viele deutsche Unternehmen sind in der Welt zu Hause, aber deshalb sind sie nicht heimatlos, wie es uns das Thema dieser Tagung suggerieren könnte. Auch und gerade für global tätige Unternehmen gilt der Satz von Odo Marquard: „Zukunft braucht Herkunft.“

In den letzten Jahren sind deutsche Unternehmen wesentlich internationaler geworden. Export- und Importquoten sind gestiegen und der Bestand an Direktinvestitionen deutscher Unternehmen im Ausland hat sich zwischen 1993 und 2003 mehr als verdoppelt. Im Verhältnis zu ihrer Größe sind deutsche Unternehmen deutlich internationaler als beispielsweise amerikanische, deren Auslands-

Direktinvestitionen insgesamt 17 Prozent, in Deutschland hingegen 30 Prozent des Bruttoinlandsproduktes entsprechen.

Weltweit agierende Unternehmen haben den Vorteil, dass sich in ihren Belegschaften Kulturen mischen und es dabei zu einem positiven Wettbewerb kommt, der kreative Impulse und Lerneffekte zur Folge hat. In der Management-Sprache heißt dies „diversity“. Allerdings ist ein Nutzen nur dann zu erwarten, wenn diese Prozesse bewusst gefördert und gesteuert und nicht einfach dem Zufall überlassen werden. Und dabei darf ein Unternehmen bei aller Internationalität natürlich nicht seine Identität, seine Heimat vernachlässigen.

Im Gegenteil: Die Integration diverser Kulturen dürfte in einem Unternehmen umso besser gelingen, je stärker dessen Wurzeln sind und je ausgeprägter die Führungs- und Verhaltensgrundsätze seiner Unternehmenskultur sind. Auch hier gilt: Zukunft braucht Herkunft.

Ein großer Vorteil für Unternehmen ist im Heimatland Deutschland natürlich das Label „Made in Germany“. Als Gütesiegel muss es allerdings glaubwürdig sein. Die Marktteilnehmer müssen das Produkt mit einem deutschen Unternehmen, einer deutschen Marke assoziieren: Porsche, DaimlerChrysler, BMW, Heidelberger Druck, Bosch, Siemens, Allianz und viele andere Namen stehen stellvertretend für führende deutsche Unternehmen auf den Weltmärkten. Der gute Ruf des „Made in Germany“ ist allerdings kein Ruhekit. Immer mehr Wettbewerber etablieren sich ebenfalls mit Qualitätsmarken auf den Weltmärkten. Dass dies eine ernst zu nehmende Konkurrenz bedeutet, haben uns bereits die Japaner gelehrt. Im Optiksektor haben Nikon und Canon deutsche Qualitätslabel wie Leica und Zeiss zumindest zahlenmäßig weitgehend verdrängt, und Toyota beispielsweise ist im Automobilssektor mit Lexus auch im Luxussegment auf dem Vormarsch.

Eine weitere Herausforderung für deutsche Unternehmen bedeutet die Erweiterung der EU und das Entstehen neuer Märkte im Osten. Dadurch entstehen nicht fern unserer Heimat neue Wettbewerber, die in arbeitsintensiven Produktionsbereichen und vielen Dienstleistungssektoren Marktanteile gewinnen und folglich einen Strukturwandel bei uns bewirken werden.

Für viele Branchen unserer Wirtschaft ergeben sich hingegen auch erhebliche Chancen. So können deutsche Unternehmen mit Hilfe preisgünstiger Logistik in großer geografischer Nähe kostengünstige Produktionsstandorte errichten oder Vorleistungen erwerben. Vor allem aber öffnen sich damit vor unserer Haustür auch stark wachsende Absatzmärkte, die wir schneller und mit weit geringeren



sprachlichen Hindernissen beliefern können als die meisten unserer internationalen Konkurrenten. Wir sollten daran arbeiten, diese Vorteile zu erhalten und zunehmend zu nutzen. Schon in den vergangenen Jahren hat sich die EU-Erweiterung als Wachstumsimpuls für Deutschland erwiesen. Während wir Waren im Wert von 68 Milliarden Euro in die osteuropäischen EU-Länder exportieren konnten, beliefen sich die Importe aus diesen Ländern 2005 auf nur rund 60 Milliarden Euro.

## 5. Fazit: Globalisierung und Heimat – kein Gegensatz.

Lassen Sie mich abschließend plakativ drei wichtige Schlussfolgerungen hervorheben, von deren Richtigkeit ich Sie hoffentlich habe überzeugen können:

1. Globalisierung und Heimatverbundenheit schließen einander nicht aus. Die Menschen denken zunehmend global, handeln aber überwiegend lokal. Die Verbundenheit mit der Region und der Heimat wird in Zeiten zunehmender Unsicherheit sogar wichtiger.
2. Aus wirtschaftlicher Perspektive hat die deutsche Wirtschaft von der Internationalisierung der Märkte profitiert. Unsere Probleme sind hausgemacht und nicht der globalen Marktwirtschaft zuzuschreiben. Die Wirtschaftspolitik verfügt auch in einer globalisierten Wirtschaft über Instrumente, mit denen sich die Entwicklung nachhaltig beeinflussen lässt. Sie ist also keineswegs hilflos und ohnmächtig.
3. Viel bleibt zu tun für eine nachhaltige Entwicklung der Weltwirtschaft. Die sich in den letzten Jahren verbreitende Erkenntnis über den Klimawandel und die Ressourcenknappheit könnte hierfür jedoch den entscheidenden Anstoß gegeben haben.

Für international tätige Unternehmen ergeben sich in diesem Prozess naturgemäß viele Herausforderungen und Risiken. Wer seine Äste weit ausstreckt, braucht starke Wurzeln – vor allem wenn Stürme aufkommen. Das aber heißt: Zukunft braucht Herkunft.