

Globalisierung – Kurzfassung eines Vortrags

„Oft wird in der Öffentlichkeit **Globalisierung negativ** wahrgenommen. Man spricht von Globalisierungsdruck, Globalisierungsoffer, Globalisierungsfalle, Globalisierungszwängen und Globalisierungsängsten, aber eher selten von Globalisierungschance. Aber gerade die Chance muss der Unternehmensführer im Auge haben, um sicher zu stellen, dass seine Mitarbeiter und das Unternehmen insgesamt von der Globalisierung profitieren können. Zunächst bedeutet **Globalisierung** wachsende Märkte, die ihrerseits für einen relativen Preisrückgang sorgen, also einen **Wohlstandsgewinn** erzeugen.

Es ist kaum möglich, präzise zu sagen, wann die Globalisierung begonnen hat. Mit Christoph Columbus etwa oder mit der Seidenstrasse oder mit der Hanse. Eines jedoch ist sicher: die **Infrastruktur** spielt eine wesentliche Rolle und gerade in den letzten 150 Jahren entstanden neue, wichtige Technologien, wie die Motorisierung, Elektrifizierung, Telegrafie, Telephonie, Informationstechnik, die für neue Qualitäten der Überbrückung von Entfernungen gesorgt haben. In den letzten Jahrzehnten kam hinzu: der **Abbau von Zöllen**, die rasante Entwicklung der **weltweiten Logistik** und deren enorm gesunkene Kosten und nicht zuletzt die starke Zunahme der Menschen, die die **englische Sprache** beherrschen. Die heute verfügbare Kommunikations- und Transportstruktur lädt viele Unternehmen ein, an dieser Globalisierung teilzuhaben. Aber auch deshalb, sie in anderen Ländern bessere Kostenstrukturen nutzen können.

Die Unternehmen mit dem Standort Deutschland sind nicht nur mit den höchsten **Arbeitskosten** der Welt konfrontiert, sondern sie bezahlen auch mit die höchsten **Energiekosten**, haben im Vergleich zu anderen Ländern durch ihr geringes Eigenkapital die höheren **Finanzierungskosten** und sind zusätzlich den höchsten **Steuern** unterworfen. Deshalb müssen sich die **Unternehmen neu aufstellen**. Durch globalen Einkauf, neue Produktionsprozesse, vielfach verbunden mit Verlagerung, vernetzte Forschung und Entwicklung und durch die Nutzung der voranschreitenden **Digitalisierung** und der besseren Logistik müssen sie die Kostenposition ihrer Produkte verbessern. Gerade dadurch erschließen sie aber **neue Märkte** und erreichen hohes Wachstum, was wiederum ihre Kostenposition verbessert. **Porsche** und **Puma** sind Vorbilder in der Neugestaltung der unternehmensinternen Abläufe, das heißt der Verlagerung von Produktionsinhalten mit geringerer Wertschöpfung in kosteneffektivere Regionen bei gleichzeitig starkem Zugewinn am internationalen Geschäft und einem damit einhergehenden **Beschäftigungsaufbau** in Funktionen mit höherer Wertschöpfung **in Deutschland**.

Oberflächlich betrachtet werden Anstrengungen, die darauf hinauslaufen müssten, die Kostenbelastungen der Unternehmen in Deutschland zu reduzieren entgegengehalten, dies sei nicht wirklich notwendig, schließlich seien wir ja **Exportweltmeister**. Doch diese Statistik ist trügerisch, denn sie muss im Zusammenhang damit gelesen werden, dass Deutschland auch das **zweitgrößte Importland der Welt** ist. Oft werden in Deutschland importierte Vorprodukte nur noch veredelt und dann weiterexportiert. Gerade deshalb übersetzt sich das Umsatz- und Exportwachstum deutscher Unternehmen kaum in nationale Beschäftigung. Zusätzlich partizipiert der Staat auch weniger an den steigenden Unternehmensgewinnen, da **Gewinnsteuern** oftmals **im Ausland** entrichtet werden.

Die Globalisierung verlangt von den Unternehmen **engere Vernetzung** und vor allen Dingen **mehr Tempo** in allen Aktivitäten. **Geschwindigkeit** ist oftmals der **entscheidender als Größe**.

Globalisierung ist keine Einbahnstrasse. Geografien mit besonders günstigen Kostenstrukturen erlauben dort ansässigen Unternehmen global zu agieren und in höher entwickelte Märkte vorzustoßen. Zum Beispiel Samsung aus Korea. Aber auch SAIC, ein chinesischer Automobilhersteller, der kürzlich Rover in England kaufte und Lenovo, ebenfalls aus China, die dabei sind das PC-Geschäft von IBM zu übernehmen.

Globalisierung heißt für unsere **Unternehmen**: neue **Wachstumschancen für die Tüchtigen**, aber Geschwindigkeit und Vernetzung erfordern eine **neue Führungsqualität**. Für **unser Land**: die Kenntnisse und Fähigkeiten unserer Erwerbstätigen finden **größere Märkte**, aber **Schwächen** werden schonungslos **aufgedeckt**. Für uns **Konsumenten** bedeutet Globalisierung Angebotsvielfalt, **verbessertes Preis-Leistungsverhältnis**, schnellere Verfügbarkeit, bessere Qualität von Produkten und Dienstleistungen.“