

## DOKUMENTATION

### **Japans wirtschaftliche Dominanz in Asien Platzvorteil oder Exempel?\***

Ulrich Cartellieri

In der Diskussion, ob die deutsche Wirtschaft ihre Chancen in Südostasien verschlafen habe, stößt man sehr schnell auf das Stichwort Japan, die wirtschaftliche Dominanz Japans in Südostasien und im ganzen pazifischen Raum sowie die demgegenüber so beschränkt erscheinenden Möglichkeiten für unsere eigene bundesdeutsche Wirtschaft. Ganz zu schweigen von der so schwierigen Penetration des japanischen Marktes selbst, die eigentlich immer als ein separates Thema erscheint, obwohl – so meine ich – der enge Zusammenhang, der hier besteht, unübersehbar ist.

Die Diskrepanz zwischen der generellen Perzeption dieser Fragen bei uns und den tatsächlichen Gegebenheiten ist beträchtlich. Wenn wir hier einer den Tatsachen besser gerecht werdenden Betrachtung zum Durchbruch verhelfen können, dann müßte auch die bisher noch recht hohe und – wenn man es einmal mit der Unbefangenheit des deutschen wirtschaftlichen Engagements in Lateinamerika vergleicht – übertrieben hohe Hemmschwelle für ein stärkeres deutsches Engagement im pazifischen Raum deutlich niedriger werden.

Die Tatsache, daß Japan in Südostasien wirtschaftlich dominiert, erscheint uns allen als ziemlich selbstverständlich. Der Blick auf die Landkarte genügt. Schon das bedarf aber der Einschränkung und Differenzierung: Als Rohstofflieferanten waren die Territorien, Kolonien und Staaten des Raumes seit mindestens zwei Generationen für Japan von außerordentlicher Bedeutung. Dies hat sich erst seit der zweiten Ölkrise entscheidend verändert. Die weltweite Erschließung neuer Rohstoffvorkommen vom australischen Busch bis in die kanadische Arktis sowie die technische Revolution im Großschiffbau und die damit und durch die weltweite Subventionspraxis verursachte Reduzierung des Frachtkostenfaktors sind als Ergebnis der weltweit diversifizierenden Rohstoff- und Transportraumsicherungsstrategien der Japaner für die traditionellen Rohstofflieferanten Japans von China über Südostasien bis Australien ein durchaus unangenehmes Faktum. Denn sie haben die Handels- und Verhandlungsposition dieser Län-

\* Vortrag, gehalten vor dem OAV (Ostasiatischer Verein, Hamburg) im Herbst 1985

der just zu einem Zeitpunkt geschwächt, in dem sie sich einer zunehmenden Flut japanischer Einfuhren gegenübersehen.

Dies ist der zweite interessante Punkt: Der Schwerpunkt des japanischen Interesses an diesen Ländern hat sich von der Rohstoffsicherung auf ihre Bedeutung als Absatzmärkte verschoben – und zwar mit zunehmender Akzentuierung seit 1982. Den Hintergrund bildet die Zahlungskrise in Osteuropa und dann vor allem in Lateinamerika, wo die japanische Exportwirtschaft seit Mitte der siebziger Jahre auf vielen Märkten aktiv und zunehmend dominant geworden ist. Es klingt für manchen vielleicht überraschend: Aber auch vielen japanischen Unternehmen galten die Märkte Südostasiens lange als zu klein und zu wenig kaufkräftig. Das leuchtet ein, wenn man bedenkt, daß das Bruttosozialprodukt aller ASEAN-Länder Mitte der siebziger Jahre gerade erst zwei Drittel des Bruttosozialprodukts etwa von Nordrhein-Westfalen erreichte.

Heute – zehn Jahre später – ist das Bruttosozialprodukt der ASEAN-Länder schon rund ein Viertel höher als das Nordrhein-Westfalens! Und deshalb schätzen nicht nur die Japaner diese Märkte und ihre Zuwachsraten – die ja nun schon seit zwanzig Jahren ununterbrochen höher sind als in der ganzen übrigen Welt! – anders ein. Dies tun auch die Amerikaner: Wir haben zwar alle inzwischen zur Kenntnis genommen, daß der amerikanische Außenhandel über den Pazifik seit 1982 größer ist als der Nordatlantikhandel (er soll übrigens nach amerikanischen Hochrechnungen bis 1995 schon doppelt so groß sein!). Wir kennen auch das damit im Zusammenhang stehende historische Datum der Weltwirtschaftsgeschichte, daß das Volumen der Handelsschifffahrt über den Pazifik seit 1982 größer ist als auf dem Nordatlantik. Viel weniger evident ist uns aber die damit ebenso zwangsläufige Tatsache, welche beachtlichen Marktanteile die Amerikaner gerade in Südostasien in den letzten zehn Jahren dazugewonnen haben.

An dieser Stelle einige wenige Zahlen: Die Bundesrepublik erwirtschaftet bekanntlich über ein Drittel ihres Bruttosozialprodukts im Export – und wir stehen oft unter dem Eindruck, Japan sei noch viel mehr als Deutschland eine exportabhängige Nation. Das ist nicht der Fall. In Japan entfallen nur etwa 17% des Bruttosozialprodukts auf die Ausfuhr – gerade halb so viel wie bei uns. Südostasiens Anteil an diesem japanischen Außenhandel beträgt nur etwa ein Viertel. Das ist bemerkenswert, wenn wir uns vor Augen halten, daß wir in der Bundesrepublik Deutschland rund die Hälfte unseres Außenhandels im erweiterten Binnenmarkt der Europäischen Gemeinschaft und über zwei Drittel unseres ganzen Außenhandels innerhalb Europas abwickeln.

Noch weniger in das undifferenzierte Klischee von der japanischen Dominanz in Südostasien paßt die Tatsache, daß der japanische Anteil an den Gesamteinfuhren der Region in den



letzten zehn Jahren von 29 auf 25% gesunken ist, und daß der japanische Anteil an den Ausfuhren der Region in der gleichen Zeit von 26% auf 17% gefallen ist.

Dieser rückläufige Marktanteil Japans ist, wie gesagt, teilweise von den USA übernommen worden. Der amerikanische Anteil an den Ausfuhren der Region ist von 23% auf 28% gestiegen; den Marktanteil an den rasch wachsenden Einfuhren der Region konnten die USA bei 17% halten.

Dagegen ist der deutsche Anteil an den Einfuhren der Region im gleichen Zeitraum von 5% auf 3,5% gefallen, und unser Anteil an den Ausfuhren der Region von 4,5% auf 3% zurückgegangen. Wenn wir also die erfreuliche Nachricht lesen, daß die Dynamik des deutschen Außenhandels mit der Region – und im ersten Halbjahr 1985 vor allem die deutsche Ausfuhr in diese Region – deutlich größer gewesen ist als die Vergleichsziffern für den deutschen Gesamtexport, so müssen wir unsere Zufriedenheit darüber vor dem Hintergrund dieser im längerfristigen Vergleich unbefriedigenden Entwicklung doch relativieren. Die Zuwächse, die wir in absoluten Zahlen verzeichnen können (die Japaner natürlich ebenso), dürfen uns den Blick nicht verstellen für die wichtigere Tatsache der anhaltenden Erosion unserer Wettbewerbsposition.

Werfen wir vor der Frage "Was folgt daraus?" noch einen Blick auf einige Schwächen und Stärken der japanischen Position, die hier mit einbezogen werden müssen. Zunächst fällt die einseitige wirtschaftliche Abhängigkeit dieser Länder von Japan auf: Während Japan mit der ganzen Region nur ein Fünftel bis ein Viertel seines Außenhandels abwickelt, ist umgekehrt für diese Länder der Außenhandel mit Japan der größte, aber zugleich völlig ungleichgewichtige Posten ihrer Handelsbilanz. Während diese Länder in den letzten zehn Jahren ihren Außenhandelsüberschuß mit den USA von 1 Mrd. auf 20 Mrd. US\$ steigern konnten, hat sich ihr Defizit mit Japan in der gleichen Zeit verdreifacht (1984: über 12 Mrd. US\$). Dies ist eine deutliche Indikation dafür, daß die steigenden Einfuhren japanischer Fertigwaren immer weniger durch Ausfuhren von Rohstoffen nach Japan kompensiert werden können. Insofern besteht aus der Sicht dieser Länder in der Tat eine japanische wirtschaftliche Dominanz, die keineswegs mit der Selbstverständlichkeit hingenommen wird, wie es uns scheinen mag, sondern die erhebliche Antagonismen und Spannungsverhältnisse – wenn auch asiatisch verdeckt – in sich birgt.

Vor dem Ministertreffen der ASEAN-Staaten und Japans im Juni 1985 war es ausgerechnet der malaysische Ministerpräsident Mahathir – bei uns im Westen vor allem bekannt geworden durch seine Look-East-Politik, die proklamierte Hinwendung zu Japan als dem großen Vorbild und Muster –, der Japans Präsenz in der Region als ökonomischen Kolonialismus bezeichnete und damit die Kritik an Japan einleitete. Die Hauptvorwürfe

zielen auf:

- Japans Festhalten an der alten Praxis: Rohstoffeinfuhr, Fertigwarenausfuhr,
- die Einfuhrsperren für Fertigwaren aus Südostasien,
- die Verweigerung von Technologietransfer,
- die Verhinderung echter lokaler Beteiligung an industriellen Projekten,
- die mangelnde Unterstützung bei der industriellen Modernisierung Südostasiens,
- die Differenzierung zwischen sogenannten wichtigen Staaten (wie die Rohstofflieferanten Indonesien und Malaysia) und weniger wichtigen (wie Thailand), die keinen Hebel für wirtschaftlichen Gegendruck in der Hand haben.

Versucht man, an dieser Stelle eine Zwischenbilanz zu ziehen, läßt sich folgendes feststellen:

1. Die Look-East-Politik (Ansätze gab es ja auch in Singapur und anderen Ländern) erscheint gegenüber diesen fundamentalen Differenzen eher als episodenhafter Versuch, den Teufel mit dem Beelzebub auszutreiben.
2. Das elementare Interesse dieser Länder an der Diversifizierung ihrer Wirtschaftsbeziehungen, gerade in Richtung Europa, ist unverändert evident und muß eher noch zunehmen.
3. Die dominierende Position der japanischen Wirtschaft auf diesen Märkten ist keineswegs das Ergebnis von Platzvorteilen, Mentalitätsvorsprüngen, logistischen Vorteilen oder ähnlichem. Die Japaner bewegen sich vielmehr mit großem Erfolg in einem für sie sehr schwierigen - im übrigen auch vergangenheitsbelasteten - Umfeld, in dem ihren amerikanischen und europäischen Konkurrenten vielfach eine weitaus offenere Tür und größeres Entgegenkommen gezeigt wird. Mit anderen Worten: Die führende Stellung japanischer Unternehmen in Südostasien ist ihnen nicht durch Nachbarschaftsvorteile zugefallen, sondern sie ist ein Ergebnis ihrer intensiveren und planvolleren Anstrengungen bei der Marktbearbeitung. Zu diesem Ergebnis kommen übrigens auch wieder zwei in den letzten Monaten veröffentlichte Gutachten über deutsche und japanische Export- und Investitionsstrategien in Südostasien; beide Gutachten wurden von Hamburger Instituten im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums erstellt.

Natürlich wäre es falsch, die Augen davor zu verschließen, daß die japanischen Unternehmen aufgrund der Struktur ihrer Wirtschaft gewisse Wettbewerbsvorteile haben. Man muß aber sehen, daß dem auch Nachteile gegenüberstehen, so daß wir per



saldo hier ebenfalls eine sehr vielschichtige Situation vor uns haben.

Am augenfälligsten sind sicher die Handelshäuser. In Ländern wie Thailand oder den Philippinen kontrollieren die Sogo sosha heute noch zwischen 50% und 80% der Einfuhren aus Japan. Ihre große Bedeutung für die japanische Exportwirtschaft in Südostasien ist nicht zu übersehen. Sie relativiert sich allerdings etwas, wenn man bedenkt, daß 86% der japanischen Ausfuhren in diesen Raum auf nur vier Produktgruppen entfallen: Maschinen, Fahrzeuge, Elektronik und Chemie. Wir stoßen hier zugleich auf einen wichtigen Faktor der japanischen Exportstrategie, die sogenannte Marktsegmentierung, mit der einseitig auf bedarfsstarke Produktgruppen gezielt wird.

Indessen gewinnt auch in Japan die schmerzhafteste Erkenntnis allmählich Raum, daß die betriebswirtschaftliche Optimierung von Großkapazitäten unter Konzentration auf bestimmte Produkte allenfalls eine zeitweilige Beherrschung von Märkten bis zur Auslösung von Gegenreaktionen erlaubt und deshalb als langfristige Unternehmensstrategie zunehmend fragwürdig wird. Die Vor- und Nachteile für die nach diesem Konzept arbeitenden japanischen Konsumgüterhersteller haben sich gerade im Jahr 1985 wieder am Beispiel des chinesischen Marktes sehr kraß gezeigt: Die Hersteller von Fernsehgeräten, Waschmaschinen, Air-conditionern und Autos konnten gewaltige Stückzahlen in China absetzen - bis der rapide Abfluß von mehreren Milliarden Dollar Devisenreserven allein für diese Einfuhren die chinesische Regierung zu einem abrupten Einfuhrstopp veranlaßt hat.

Positiv gesehen können wir für den deutschen Export daraus sicher ableiten, daß er angesichts seiner wesentlich breiteren Angebotsstruktur viel weniger von scharfen Einbrüchen bedroht ist. Auf der anderen Seite muß man natürlich sehen, daß in der japanischen Großserienproduktion aufgrund der vorhandenen großen Kapazitäten ein permanenter Zwang liegt, mögliche Marktschwächen zu antizipieren und ihnen durch die Entwicklung neuer Produkte und die Erschließung immer neuer Märkte zu begegnen.

Letzteres zeigt sich deutlich in Indien. Es dürften hauptsächlich die Unwägbarkeiten des großen chinesischen Marktes sein, die japanische Großserienhersteller neuerdings veranlassen, auf dem auch von ihnen lange ignorierten indischen Subkontinent Fuß zu fassen. Hier ist sicher vieles noch im Fluß. Aber es ist bemerkenswert, daß z.B. praktisch alle für eine Kooperation mit ausländischen Kfz-Herstellern in Frage kommenden indischen Unternehmen inzwischen durch Kooperationsverträge an japanische Hersteller gebunden sind.

Wenn man an die volkswirtschaftliche Bedeutung unserer Automobilindustrie in Deutschland denkt, an die vielen Tau-

sende von ihr abhängigen Zulieferbetriebe, dann kommt man an der Fragestellung nicht vorbei, ob wir nicht wie in Südostasien jetzt auch in Indien Gefahr laufen, das Potential eines stetig wachsenden Marktes zu unterschätzen und es der japanischen Konkurrenz zu überlassen.

Damit ist ein weiterer Aspekt der wirtschaftlichen Dominanz Japans, die Direktinvestitionen zu erläutern: Auch diese Dominanz ist in mehrfacher Hinsicht zu relativieren. Wohl ist Japan der mit Abstand größte industrielle Investor in Südostasien – vor den USA. Aber es handelt sich dabei nur um ein Viertel der gesamten japanischen Auslandsinvestitionen. Diese wiederum konzentrierten sich bis 1982 zum größten Teil auf Rohstoffprojekte in Indonesien (Erdöl, Petrochemie, Aluminium), und das erklärt auch den Rückgang der japanischen Investitionen in den letzten Jahren: Dank Einsparungen und Diversifizierung der Bezugsquellen ist der japanische Energiebedarf rückläufig. Investitionen in Fertigungskapazitäten sind stattdessen wichtiger geworden.

Aber auch hier sehen wir aber neuerdings schon eine gegenläufige Entwicklung: Galten die Billiglohnländer Südostasiens bislang als ideale Standorte für einfache Massenproduktionen, so können wir nun beobachten, daß japanische Unternehmen beginnen, lohnkostenintensive Produktionen auf vollautomatisierte Fertigungsstraßen nach Japan zurückzuholen, weil Produktivität und Zuverlässigkeit dort größer sind. Die 1985 angekündigte Schließung mehrerer Fabriken des amerikanischen Konzerns General Electric in Singapur und die Entlassung von mehreren tausend Arbeitskräften wegen zu hoher Lohnkosten und Überkapazitäten liegt im Ergebnis auf derselben Linie.

Diese Entwicklung hat weitreichende Implikationen für die betroffenen Länder, für die neuen Industrieländer wie Taiwan und Korea, für die Investitionspolitik der Investoren aus den Industrieländern. Unverändert richtig bleiben und womöglich zusätzliches Gewicht gewinnen dürfte aber auch vor dem Hintergrund dieser Entwicklung der Investitions Gesichtspunkt des Aufbaus marktnaher Standorte.

Hierzu gehört auch der – bisher von japanischen mehr als von deutschen Unternehmen beachtete – Aspekt der Direktinvestition zugleich als Stützpunkt und Türöffner für wesentlich größere Handelsaktivitäten! Insofern würde ein Anstieg der deutschen Direktinvestitionen in Asien auch dem deutschen Außenhandel unmittelbare Auftriebskräfte geben.

Die Notwendigkeit dazu erscheint zwingend: Nach Berechnungen der Weltbank werden in diesem Jahrzehnt 45%, d.h. fast die Hälfte des gesamten Wirtschaftswachstums der Welt in Asien stattfinden! Wenn das so ist, dann ist ein deutscher Investitionsanteil von 6% und ein Außenhandelsanteil von 4% in Südostasien mit Sicherheit zu wenig, um unsere Wettbewerbsfähig-



keit international zu sichern, geschweige denn, um darüber hinausgehende Zukunftschancen wahrzunehmen.

Wenn es richtig ist, daß die Kenntnis von Mentalität und Aktionsweise eines wichtigen Wettbewerbers eine wesentliche Voraussetzung für den eigenen Erfolg ist, ergibt sich daraus ein zusätzliches Argument für die Notwendigkeit des Fußfassens auch auf dem schon wegen seiner Größe so wichtigen japanischen Markt selbst. Daß auch die überwiegend mittelständisch strukturierten deutschen Unternehmen einer solchen strategischen Zielvorgabe nicht chancenlos gegenüberstehen, mag das Stichwort "Industriepark Yokohama" zeigen. In der Presse war zu lesen, daß Unternehmen der Bundesrepublik Deutschland – mit einem Investitionsvolumen von 80 Mio. DM – von der Stadt Yokohama ein Industriegelände gekauft haben und es bezugsfertig bebauen werden; mehr als zwanzig deutsche Unternehmen werden es als Basis zum Aufbau von industriellen Operationen in Japan benutzen. Man kann sagen: Dies ist wenig, dies ist spät (in des Wortes doppelter Bedeutung) – es ist jedenfalls ein konstruktiver Ansatz, der sich – so hoffen wir – dynamisch entfalten und Schule machen wird.

Sieht man einmal von dem vielberufenen und manchmal überschätzten High-tech-Sektor ab – er macht in den hochentwickelten Volkswirtschaften der Industrieländer nur 5% aus –, dann bietet gerade die breite Basis der deutschen Exportwirtschaft viele Ansatzpunkte für den Aufbau einer Marktposition, die über den japanischen Markt hinaus als strategisches Ziel die Bearbeitung der südostasiatischen und pazifischen Märkte von Japan aus als zweckmäßiger erscheinen läßt als von Deutschland aus. Kurzfristig dürfte das vor allem für die starke, aber bisher noch wenig nach Asien orientierte deutsche Konsumgüterindustrie zutreffen. Freizeit- und Gesundheitsartikel, hochwertige Textilien, Baubeschläge und Wohnungseinrichtungen, einschließlich Küchen und Bäder, sind Beispiele dafür.

Aus der starken Position heraus, die die deutsche Wirtschaft auch im internationalen Wettbewerb in den letzten drei Jahren wieder erreicht hat, kann diese Aufgabe unter Einsatz der notwendigen Ressourcen mit Zuversicht angegangen werden. Wie notwendig das ist, zeigen uns wiederum die Japaner: In weniger als anderthalb Jahrzehnten haben sie nicht nur die vergleichsweise anspruchslosen Märkte Südostasiens mit ihren Autos und Motorrädern überschwemmt, sondern auch auf dem anspruchsvollsten und wettbewerbsintensivsten, logistisch am schwierigsten zu durchdringenden Pkw-Markt der Welt, nämlich dem deutschen, einen weit größeren Marktanteil erobert als alle anderen Wettbewerber mit ihren altetablierten und in unmittelbarer Nachbarschaft der Bundesrepublik gelegenen Kfz-Industrien.

Nur die Oberklasse gilt an diesem Markt noch als Domäne der Deutschen. Aber Sie haben vielleicht gelesen, daß Nissan jetzt

auf dem Automobilsalon in Tokyo sein Luxusmodell der Zukunft vorgestellt hat. Deutsche und englische Zeitungen schrieben übereinstimmend, daß dieses Modell zum ersten Mal Konkurrenz auch für BMW, Jaguar und Mercedes bringen könne. Ein neue und wieder über Asien hinausgreifende Antwort auf die Frage: Platzvorteil oder Exempel? Auch dies muß keine Einbahnstraße sein. Die jetzt einsetzenden Erfolge deutscher Spitzenmodelle in Japan, hinter denen allerdings auch entsprechende Anstrengungen stehen, zeigen das.

Auch das Joint Venture von VW in Shanghai (und seine potentielle Bedeutung für deutsche Zulieferer und damit für mittelständische Unternehmen) läßt eine strategische Positionierung auf diesem wichtigen Markt erkennen, die der Möglichkeit einer weiteren japanischen Dominanz von vornherein eine andere Wettbewerbsstruktur entgegensetzt. Ein Beispiel dafür, daß das Exempel erkannt und verstanden worden ist.

Als zweitgrößte Handelsnation der Welt müssen wir auf solche, zu ausgewogeneren internationalen Wirtschaftsbeziehungen führenden Aktivitäten besonderes Gewicht legen. Unsere Interessenkonvergenz mit den von einer japanischen wirtschaftlichen Dominanz sich betroffen fühlenden Ländern erleichtert dies und bietet vielfältige Anknüpfungspunkte. Ich meine, wir sollten sie nutzen, damit auch die deutsche Präsenz in der asiatischen Region eine neue und der internationalen Ausgesetztheit unserer Volkswirtschaft angemessene Dimension gewinnt.