

# Wirtschaft kritisiert Diplomaten

Top-Manager sehen Defizite bei Interessenvertretung im Ausland – Gute Noten für Angela Merkels Außenpolitik

DORIT HESS | FRANKFURT

Deutsche Top-Manager beurteilen die Außenpolitik der Bundesregierung sehr positiv. Mit der konkreten Vertretung der deutschen Wirtschaftsinteressen vor Ort sind die Führungskräfte allerdings deutlich weniger zufrieden. Das zeigt der Handelsblatt Business-Monitor, eine Umfrage unter knapp 800 Führungskräften der hiesigen Wirtschaft.

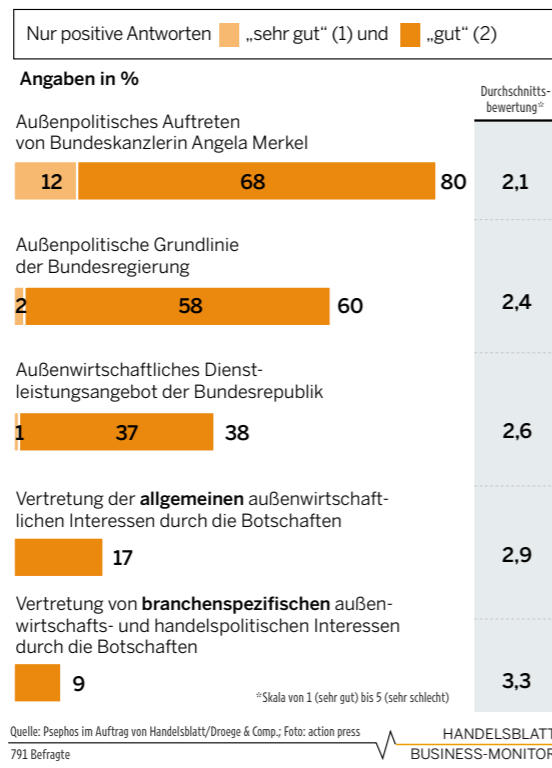
Für deutsche Unternehmen sind die außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen von großer Bedeutung. Die größte Volkswirtschaft der Eurozone verdankt ihre in den letzten Jahren erfolgreiche Entwicklung maßgeblich ihrer internationalen Position als Exportnation Nummer eins. Seit vielen Jahren gilt die Außenwirtschaft in Deutschland als „Zugpferd der konjunkturellen Entwicklung“, wie die Wirtschaftsweisen einmal schrieben.

Wie gut die von der Politik abgesteckten Rahmenbedingungen für die Außenwirtschaft sind, beurteilen die im Rahmen des Handelsblatt Business-Monitors befragten Top-Manager sehr differenziert. Die Begeisterung der Top-Manager über die konkrete Vertretung der deutschen Wirtschaftsinteressen vor Ort ist deutlich weniger ausgeprägt als die über die deutsche Außenpolitik.

Das gesamte außenwirtschaftliche Dienstleistungsangebot der Bundesrepublik bewerten die Führungskräfte auf einer Skala von eins („sehr gut“) bis fünf („sehr schlecht“) mit der Note 2,6. Großunternehmen mit mehr als 5 000 Beschäftigten sind etwas zufriedener als kleine und mittlere Betriebe: Während über alle Unternehmensgrößen hinweg weniger als 40 Prozent die Noten eins oder zwei vergeben, verteilen bei den großen Konzernen knapp 60 Prozent der Befragten sehr gute oder gute Bewertungen.

## Die Meinung der Manager

Wie bewerten Sie die folgenden Aspekte des außenpolitischen Handelns bzw. die Rahmenbedingungen für außenwirtschaftliche Aktivitäten?



Ein wichtiger Ansprechpartner für deutsche Unternehmen im Ausland sind die deutschen Botschaften vor Ort. Die außenwirtschaftlichen und handelspolitischen Interessen vertreten sie allerdings nicht zur großen Zufriedenheit der Unternehmen, ergibt die Handelsblatt-Umfrage. Zwölf Prozent der Befragten stuften die Arbeit der diplomatischen Vertretungen als „schlecht“ oder „sehr schlecht“ ein. Mehr als ein Drittel meint, die Botschaften vertreten die Interessen des deutschen Außenhand-

dels in befriedigendem Maße, und nur 17 Prozent loben ihre Arbeit als „gut“.

Defizite sehen die Führungskräfte aller Wirtschaftszweige vor allem bei der Vertretung spezifischer Brancheninteressen im Ausland. Hier sind weniger als zehn Prozent der befragten Top-Manager zufrieden. Die meisten Manager verteilen die Noten „befriedigend“ und „schlecht“. Im Durchschnitt liegt die Einstufung bei 3,3. Je höher der Exportanteil und damit die Bedeutung des Auslandsgeschäfts ist, desto kritischer fällt das Urteil der betroffenen Unternehmen aus. Allerdings ist die Zahl der Enthaltungen bei der Frage nach der branchenspezifischen Interessenvertretung mit zu-

sammen 47 Prozent sehr groß. Knapp ein Viertel der Unternehmen traute sich keine Einschätzung zu, ein weiteres Viertel der Befragten meint, das eigene Unternehmen sei nicht betroffen.

Deutlich besser als die konkrete Hilfe vor Ort bewerten die Befragten das außenpolitische Auftreten von Bundeskanzlerin Angela Merkel. Das mit Note 2,1 positive Urteil fallen sowohl Unternehmen mit einer geringen als auch Firmen mit einer hohen Exportquote. Mit dieser Durchschnittsbewertung schneidet die Regierungschefin sogar noch besser ab als bei der aktuellen Bewertung ihrer Regierungsarbeit, für die die Manager

ihre Note 2,6 zuschreiben. Vor allem Großunternehmen loben das Auftreten der Bundeskanzlerin im Ausland: 90 Prozent aller Manager in Unternehmen mit mehr als 5 000 Beschäftigten nennen Merkels Arbeit „sehr gut“ oder „gut“.

Die außenpolitische Grundlinie der gesamten Bundesregierung beurteilen die Führungskräfte zwar etwas weniger euphorisch als das außenpolitische Auftreten der Kanzlerin und CDU-Chefin – aber auch diesbezüglich herrscht zustimmender Konsens. Zusammen 60 Prozent der befragten Führungskräfte vergeben das Urteil „sehr gut“ (zwei Prozent) oder „gut“ (58 Prozent).

## FÜNF FRAGEN AN: MARTIN WANSLEBEN

### „Exportstärke ist kein Selbstläufer“

Die deutschen Top-Manager beurteilen in einer Handelsblatt-Umfrage die außenpolitische Grundlinie der Bundesregierung positiv. Vor allem die Großunternehmen sind zufrieden. Woran liegt es, dass ihre Bewertung überdurchschnittlich gut ausfällt? Großunternehmen verfügen meist über eigene politische Stabsabteilungen, die das Geschehen im In- und Ausland verfolgen. Sie können daher ihre außenwirtschaftspolitischen Interessen gut bei den entsprechenden Regierungsstellen platzieren und so selbst für politische Flankierung auf schwierigen Märkten sorgen. Marktmacht bringt es mit sich, dass man sich auch politisch gut artikulieren kann.

### Wie ließe sich die Zufriedenheit der kleinen und mittelständischen Unternehmen steigern?

Drei Punkte liegen uns besonders am Herzen: Die Delegationsreisen sollten sich mehr auf die Wachstums- und Schwellenmärkte fokussieren, bei denen politische Flankierung notwendig ist. Wirtschaftsbelange sollten in den deutschen Botschaften einen höheren Stellenwert bekommen, zum Beispiel bei der zügigen Vergabe von Visa für ausländische Geschäftspartner. Und die Politik sollte – gerade mit Blick auf kleine und mittlere Unternehmen – allen überzogenen Formalismen im Warenverkehr entgegenreten.

### Auch der außenpolitische Auftritt der Bundeskanzlerin wird von Großunternehmen etwas besser beurteilt als von kleinen und mittelständischen Firmen. Kümmerst sich die Regierungschefin zu sehr um die stärker in der Öffentlichkeit stehenden Konzerne?

Eine Auslandsreise der Kanzlerin genießt immer ein außerordentlich hohes Interesse im jeweiligen Land. Wir würden gerne noch mehr Mittelständler für Wirtschaftsdelegationen vor-

schlagen. Gerade ihnen hilft eine hochrangige politische Flankierung.

### Wie ließen sich das außenwirtschaftliche Dienstleistungsangebot und die Arbeit der deutschen Botschaften verbessern, um die deutschen Unternehmen im Ausland optimal zu unterstützen?

Die Exportstärke des deutschen Mittelstands ist angesichts wachsender weltweiter Konkurrenz kein Selbstläufer – umso wichtiger ist eine gute Beratung. Über ihre gute weltweite Vernetzung und ihre Dienstleistungsmarke „DEinternational“ sind die Auslandshandelskammern in dieser Hinsicht bereits gut aufgestellt. Ziel ist jetzt eine stärkere Bündelung der deutschen Außenwirtschaftsförderung unter der Adresse der jeweiligen Auslandshandelskammer (AHK). Den Botschaften kommt die wichtige

MARTIN WANSLEBEN  
Hauptgeschäftsführer des DIHK



Aufgabe zu, die maßgeschneiderte Beratung der AHKs durch eine passende politische Flankierung gegenüber Regierungsstellen zu ergänzen.

### Je höher die Exportquote der Unternehmen, desto unzufriedener sind die Unternehmen mit der Vertretung ihrer branchenspezifischen außenwirtschaftspolitischen Interessen durch die Botschaften. Woran fehlt es den Unternehmen?

Ein typischer Mittelständler ist im Schnitt bereits jetzt auf 16 Märkten tätig. Viele Unternehmen benötigen eine umfassende Hilfestellung auf ganz unterschiedlichen Märkten – komplexe Verbundlösungen sind gefragt. Das kann keine Institution mehr allein leisten. Umso mehr kommt es darauf an, dass alle Akteure der Außenwirtschaftsförderung, einschließlich der Botschaften, bei der Betreuung der Unternehmen arbeitsteilig vorgehen.

Die Fragen stellte Dorit Heß.



Angela Merkel auf Reisen – in den Augen der deutschen Manager macht sie dabei eine gute Figur.

**DIAS**  
DÜSSELDORFER INSTITUT FÜR AUSSEN- UND SICHERHEITSPOLITIK  
Die Handelsblatt-Umfrage entstand in Zusammenarbeit mit dem DIAS  
www.dias-online.org