

Frankfurter Allgemeine Archiv

Wirtschaft

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 02.12.1996, Nr. 281, S. 16

Globalisierung und Direktinvestitionen

Aus wirtschaftswissenschaftlichen Zeitschriften

Die Globalisierung wirtschaftlicher Aktivitäten breitet sich mit zunehmender Geschwindigkeit über alle Wirtschaftsbereiche aus. Kostengünstige Informationstechnologien, moderne (modulare) Produktionsverfahren, der Transportkostenrückgang und die Liberalisierung der Märkte erleichtern die Dezentralisierung von Produktionsprozessen. Von besonderer Bedeutung für das Entstehen der neuen globalen Produktionsnetzwerke sind die internationalen Direktinvestitionen. Seit Beginn der achtziger Jahre wächst das Volumen der Direktinvestitionen in aller Welt mit deutlich größeren Raten als der internationale Handel. Die Motive für internationale Direktinvestitionen sind vielfältig. Eine wichtige Rolle spielen nach der Theorie des multinationalen Unternehmens vor allem die Verlagerung der Produktion an den billigsten Standort (Faktorpreisarbitrage), die Realisierung unternehmensspezifischer Größenvorteile, die Absorption fremden technologischen Wissens und Informationen über Kundenpräferenzen und lokale Marktentwicklungen (Marktfühlungsvorteile). Welchem dieser Motive dabei in der Praxis die größte Bedeutung zukommt, läßt sich aus theoretischer Sicht allein nicht beurteilen. Die empirische Forschung bemüht sich hier seit einigen Jahren verstärkt um Aufklärung. Auch wenn der gegenwärtige Forschungsstand sicherlich noch kein eindeutiges Bild abgibt, bietet eine Reihe von Arbeiten aus wirtschaftswissenschaftlichen Zeitschriften doch einige interessante Aufschlüsse.

Den Einfluß von Produktionskosten und Marktgröße auf die Direktinvestitionen amerikanischer Unternehmen untersuchen Ray Barrell und Nigel Pain in ihrem Aufsatz "An econometric analysis of U.S. foreign direct investment" (in: The Review of Economics and Statistics, Nr. 2, 1996). Sie finden dabei heraus, daß sowohl Produktionskosten als auch Marktgröße in den vergangenen zwanzig Jahren eine statistisch nachweisbare Auswirkung auf die amerikanischen Direktinvestitionen im Ausland hatten. Der stärkste Einfluß ist dabei von der Entwicklung der Marktgröße ausgegangen, die die Autoren an der Entwicklung des realen Bruttosozialprodukts der G7-Länder messen. Schwächer wirkt sich dagegen der Einfluß der Arbeitskosten aus. Der Einfluß der entsprechenden Kapitalnutzungskosten ist, obgleich statistisch signifikant, quantitativ nur von geringer Bedeutung.

Der starke Einfluß der Marktgröße deutet darauf hin, daß neben Unterschieden bei den Produktionskosten vor allem Größenvorteile eine ausschlaggebende Rolle spielen. Solche Größenvorteile entstehen zum Beispiel dann, wenn ein Unternehmen relativ hohe, einmalig anfallende Kosten in der Forschung und Entwicklung, im Marketing oder in anderen "headquarter services" hat. Durch eine Erhöhung des Güterabsatzes können dann die Durchschnittskosten gesenkt werden, so daß die Wettbewerbsposition gegenüber der Konkurrenz im In- und Ausland steigt. Prinzipiell können solche Größenvorteile auch durch eine entsprechende Erhöhung des Exports realisiert werden. Sind aber die Transaktionskosten des Exports (zum Beispiel Handelsbeschränkungen, Transportkosten, Informationskosten in bezug auf lokale Marktentwicklungen und Käuferpräferenzen) hoch, sind Direktinvestitionen häufig günstiger als Exporte.

Die Auswirkung solcher Größenvorteile auf die Direktinvestitionen japanischer Unternehmen in den Vereinigten Staaten untersuchen Thomas Pugel, Erik Kragas und Yui Kumura in ihrem Beitrag "Further evidence on Japanese direct investment in US manufacturing" (in: The Review of Economics and Statistics, Nr. 2, 1996). Als Maß für Forschungs- und Marketingaktivitäten

verwenden die Autoren den Anteil der Forschungs- und Marketingausgaben am Produktionswert (Forschungs- beziehungsweise Marketingintensität). In ihrem statistischen Modell berücksichtigen sie allerdings nicht nur die Forschungs- und Marketingintensitäten der japanischen Unternehmen, sondern auch die Forschungs- und Marketingintensitäten der Unternehmen in den Vereinigten Staaten. Die Ergebnisse zeigen, daß japanische Industrien mit einer höheren Forschungs- und Marketingintensität auch deutlich mehr in den Vereinigten Staaten investieren. Die Marketingaktivitäten amerikanischer Unternehmen wirken sich dagegen negativ auf das Direktinvestitions- Engagement japanischer Unternehmen aus. Demnach erschwert eine starke Marktpräsenz amerikanischer Unternehmen den Marktzutritt japanischer Unternehmen. Die Forschungsintensität amerikanischer Unternehmen hat interessanterweise keinen statistisch nachweisbaren Einfluß auf japanische Direktinvestitionen.

Die bedeutsame Rolle von Größenvorteilen deutet auf den ersten Blick darauf hin, daß Direktinvestitionen zur Erzielung von Größenvorteilen als Substitute für den Export gesehen werden. Das muß aber nicht zwingend der Fall sein. Es ist beispielsweise möglich, daß Direktinvestitionen nur eine Brückenkopffunktion für den Export der inländischen Produktion übernehmen - zum Beispiel dann, wenn Direktinvestitionen primär dem Ausbau des Vertriebssystems im Ausland dienen oder wenn sie zur Umgehung von Handelsbeschränkungen für Endprodukte dienen. Michael Pfaffermayr untersucht die Frage näher, ob Direktinvestitionen am Ende eher Substitute oder Komplemente zu Exporten darstellen ("Foreign outward direct investment and exports in Austrian manufacturing: substitutes or complements?", in: Weltwirtschaftliches Archiv, Heft 3, 1996). Er schätzt deshalb sowohl den Einfluß der Direktinvestitionen auf die Exporte als auch den Einfluß der Exporte auf die Direktinvestitionen ab. Dabei verwendet er einen Paneldatensatz sieben österreichischer Industrien von 1980 bis 1994. Die Ergebnisse zeigen deutlich, daß sich Direktinvestitionen komplementär zu Exporten verhalten: Ein Anstieg der Direktinvestitionen von einem Prozent führt zu einer Zunahme der Exporte um 1,9 Prozent. Der Effekt eines einprozentigen Anstiegs der Exporte auf die Direktinvestitionen ist dagegen sehr viel geringer (0,09 Prozent). In der Mehrzahl scheinen Direktinvestitionen also Exporte nachzuziehen und nicht umgekehrt. Der Autor weist jedoch darauf hin, daß dieses Ergebnis möglicherweise durch den österreichischen Aufholbedarf im Globalisierungsprozeß bedingt ist. Er schließt nicht aus, daß sich Direktinvestitionen im Zuge des Ausbaus der Produktionsstätten im Ausland doch zu Substituten von Exporten entwickeln werden. Für diese Vermutung spricht ein Ergebnis, das Bruce Kogut und Sea Chang auf der Basis unternehmensspezifischer Daten ableiten ("Platform investments and volatile exchange rates: Direct investment in the U.S. by Japanese electronic companies", in: The Review of Economics and Statistics, Nr. 2, 1996): Der Exportanteil der Produktion japanischer Elektronikunternehmen nimmt bis zu einer bestimmten Höhe ihres Direktinvestitionsbestandes zu; danach - mit einer weiteren Zunahme des Direktinvestitionsbestandes der Unternehmen - geht er wieder zurück.

Insgesamt gesehen, lassen sich die Ergebnisse der verschiedenen empirischen Arbeiten noch nicht ohne weiteres zu einem einheitlichen Befund verdichten. Sie zeigen aber, daß verstärkte Direktinvestitionen im Ausland sowohl durch einen Anstieg der inländischen Produktionskosten als auch durch eine Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit eines Landes (zum Beispiel durch eine verstärkte Forschungsintensität) ausgelöst werden können. Ein einfacher Rückschluß von der Entwicklung der Direktinvestitionen auf eine Veränderung der Standortqualität ist demnach nicht ohne weiteres möglich.

Für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes sind neben den Sachkapitalinvestitionen auch Humankapitalinvestitionen von Bedeutung. In der Diskussion über den Wandel von der Industrie- zur Informationsgesellschaft wird vielfach sogar die Ansicht vertreten, daß in Zukunft Sachkapital gegenüber Humankapital an wirtschaftlicher Bedeutung verlieren wird. Ein besonderes Charakteristikum, das Humankapitalinvestitionen von Sachkapitalinvestitionen unterscheidet, resultiert aus den Schwierigkeiten, private Kapitalgeber zu Investitionen in das Humankapital anderer Menschen zu bewegen. Zwei Gründe sind dafür ausschlaggebend: Humankapitalinvestitionen bieten aus Sicht eines Investors weniger Sicherheiten. Bei einer

Sachkapitalinvestition dient der Wert der Investitionsgüter (Produktionsanlagen, Immobilien, geistige Eigentumsrechte) dem Fremdkapitalgeber als Sicherheit. (Daß Investoren solchen Sicherheiten große Bedeutung beimessen, zeigt die empirische Untersuchung "Investor valuation of the abandonment option" von Philipp Berger, Eli Ofek, Itzhak Swary, in: Journal of Financial Economics, Nr. 42, 1996). Bei Humankapitalinvestitionen ist das offenkundig nicht möglich. Ein weiterer Grund, weshalb private Investoren vor Investitionen in Humankapital zurückschrecken, sind die besonderen Kontrollschwierigkeiten aus der Sicht eines Investors (Prinzipal/Agent-Problematik). Grundsätzlich spricht zwar einiges dafür, daß durch Fortschritte bei der Entwicklung neuer Finanzmarktinstrumente auch die Probleme der Fremdkapitalfinanzierung von Humankapitalinvestitionen gelöst oder zumindest reduziert werden können. Eine empirische Untersuchung von José De Gregorio deutet aber darauf hin, daß diese Schwierigkeiten in vielen Ländern gegenwärtig noch ein beachtliches Hindernis bei der Bildung von Humankapital sind ("Borrowing constraints, human capital accumulation, and growth", in: Journal of Monetary Economics, Nr. 37, 1996). Der Autor gewinnt deutliche Hinweise dafür, daß die Rationierung von Krediten für Humankapitalinvestitionen (gemessen an verschiedenen Kennziffern der Kreditvergabe der Banken) zu einer niedrigeren Bildung von Humankapital (gemessen am Anteil der höheren Schulabschlüsse in der berufstätigen Bevölkerung) führt. Das schlägt sich dann auch in einem Rückgang der realen Wachstumsrate des Bruttoinlandsproduktes nieder - und zwar sowohl in Industrie- als auch in Entwicklungsländern. RAINER MAURER

(Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel)

Alle Rechte vorbehalten. (c) F.A.Z. GmbH, Frankfurt am Main
