JAPANISCHE UNTERNEHMEN IN EUROPA - EIN BEITRAG ZUR GLOBALISIERUNG?

Irmgard SCHICKHOFF

Institut für Kulturgeographie, Stadt- und Regionalforschung
Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main, Senckenberganlage 36
D-60325 Frankfurt am Main, Deutschland
e-mail: Schickhoff@em.uni-frankfurt.de

JAPANESE COMPANIES IN EUROPE – A COMBINATION TOWARDS GLOBALISATION?

Abstract

Japanese investments in Europe are still the most frequent in trade. Also Japanese investments in the European industry are intended for the European market. The article presents review of the development of investments, number and structure of Japanese companies and their establishment, including the analysis of Japanese globalisation influences in Europe.

Key words: Japan, Europe, trade, investments, companies, globalisation

JAPONSKA PODJETJA V EVROPI – PRISPEVEK K GLOBALIZACIJI?

Izvleček

Japonske investicije v Evropi niso nove, še danes pa jih je največ v trgovino. Evropskemu trgu so namenjene tudi japonske investicije v evropsko industrijo. Članek prinaša pregled razvoja investicij, število in strukturo japonskih podjetij ter njihov nastanek in ob tem analizo japonskih globalizacijskih vplivov v Evropi.

Ključne besede: Japonska, Evropa, trgovina, investicije, podjetja, globalizacija

EINLEITUNG

Seit den 80er Jahren haben sich die Internationalisierungsprozesse in der Weltwirtschaft enorm beschleunigt. Die grenzüberschreitende Investitionstätigkeit ist mittlerweile für die Stellung eines Landes in der Weltwirtschaft von gleicher Bedeutung wie der Handel mit Waren und Dienstleistungen. Das trifft auch für japanische Direktinvestitionen in Europa zu, die in der zweiten Hälfte der 80er Jahre sprunghaft angestiegen sind.

Zunächst hatte sich Japan nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges zum Ziel gesetzt, durch Steigerung der Exporte wirtschaftlich den Anschluss an die Bedeutung der großen westlichen Industrieländer zu finden. Das hatte u.a. zur Folge, dass Japan bis zum Ende der 60er Jahre nur einen geringen Anteil an den weltweiten Direktinvestitionen hatte. Dabei versteht man unter Direktinvestitionen i.a. die Übertragung von Kapital und technisch-organisatorischem Wissen vom Inland ins Ausland und umgekehrt. Dieser Vorgang muss nicht notwendigerweise mit einem grenzüberschreitenden Kapitaltransfer verbunden sein. Auf jeden Fall ist jedoch mit einer Direktinvestition immer die Möglichkeit gegeben, Einfluss auf die Geschäftspolitik des verbundenen Unternehmens im fremden Wirtschaftsgebiet zu nehmen.

Erst ab den 70er Jahren ist eine verstärkte Zunahme japanischer Direktinvestitionen im Ausland zu beobachten. Im Vergleich zu den anderen bedeutenden Industrienationen besteht jedoch zwischen dem Exportvolumen Japans und dem Umfang seiner Direktinvestitionen in den Abnehmerländern ein eklatantes Missverhältnis. So sind z. B. die Wirtschaftsbeziehungen zwischen der Europäischen Union und Japan seit vielen Jahren durch Handelskonflikte geprägt. Europas Handel mit Japan ist lange Zeit nicht ausgewogen gewesen. In den frühen 80er Jahren exportierte Japan oft mehr als doppelt so viel in die EG wie umgekehrt. 1990 z.B. führte Japan für ca. 54 Mrd. \$ in die EG aus, aber nur für 35 Mrd. \$ ein. 1991 war das Ungleichgewicht sogar noch krasser: Die Exporte nahmen auf 59 Mrd. \$ zu, Japans Importe aus der EG auf 32 Mrd. \$ ab.

Für die Direktinvestitionen gilt: 1980 flossen mit 4,5 Mrd. \$ nur 12,2 % der japanischen Direktinvestitionen nach Europa. Deutlich ist an den Statistiken der Effekt der Ankündigung des Europäischen Binnenmarktes abzulesen. Im Jahre 1988 investierten die Japaner 30,2 Mrd. \$ in Europa, das entspricht immerhin 16,2 % der Gesamtsumme. Anfang der 90er Jahre gehen die Investitionen aber schon wieder zurück, Europa scheint momentan nur wenig attraktiv zu sein (PASCHA 1995, S 11).

Auch die Ziele, die mit japanischen Direktinvestitionen verbunden sind, unterscheiden sich von denen vergleichbarer Industrienationen. Wollen japanische Direktinvestitionen in der Regel neue Märkte erschließen oder Handelsbarrieren umgehen oder gewinnt die Europa-Investition als Bestandteil einer Globalisierungsstrategie vorrangige Bedeutung?

Um die spezifischen Merkmale der japanischen Direktinvestitionen zu verstehen und die Gründe zu kennen, die für diese Charakteristika verantwortlich sind, sei zunächst auf die Entwicklung der japanischen Auslandsinvestitionen eingegangen.

DIE ENTWICKLUNG JAPANISCHER AUSLANDS-INVESTITIONEN

Japanische Direktinvestitionen in Europa bzw. auch der Handel mit Europa ist kein neues Phänomen, vielmehr blicken die Wirtschaftsbeziehungen auf eine lange Tradition zurück. MASON (1992, 1994) unterscheidet in dieser Entwicklung fünf verschiedene Phasen:

1. Vom Beginn der japanischen Industrialisierung bis zum 1. Weltkrieg (bis 1914)
2. Die Zwischenkriegszeit (1914 – 1941)
3. Unterbrechung durch den 2. Weltkrieg (1941-1951)
4. Die Nachkriegszeit (1951 – 1971)
5. Zeichen zunehmender internationaler Konkurrenz und Zukunftsperspektiven (1971 – bis heute)

1.) bis 1914

Durch die verschiedenen Maßnahmen, die die Meiji-Regierung zwischen 1868 und 1885 durchgeführt hatte, waren die Voraussetzungen geschaffen worden, die für die weitere Industrialisierung Japans von entscheidender Bedeutung waren. Die Förderung der Landwirtschaft und ein neues Steuersystem hatten den Großgrundbesitzern erhebliche finanzielle Vorteile verschafft. Mit dem so akkumulierten Kapital wurde nun ab Mitte der 1880er Jahre in der ländlichen Industrie, vor allem in der Textil-, aber auch in der Zucker- und Sakeindustrie investiert. Im Bereich der Schwerindustrie gründete zunächst die Regierung Pilotfabriken, die sie jedoch verkaufte, da der finanzielle Spielraum der Regierung sehr bald enger wurde. So gingen z.B. in diesem Zeitraum Bergwerke, Schiffswerften, Zement- und Glaswerke u.a. in die Hände von Kaufleuten über. Auch die Generalhandelshäuser, die sogenannten „sogo shosha“, die Mitsui, Mitsubishi, Asano, usw. erwarben nun diese für die Regierung unrentablen Unternehmen. Unterstützt wurde das Engagement dieser Familien in der Industrie auch durch ihr bereits bestehendes Geschäftsnetz mit Zweigstellen, Speichern, Schifffahrtlinien, etc. Da er sie bei den Unternehmen größtenteils um rohstoffgewinnende oder –verarbeitende Betriebe und um Unternehmen der Schwerindustrie handelte, war von vorneherein abzusehen, dass sie sich erfolgreich entwickeln werden, zumal man in der Zeit nach 1895 die Rüstungsanstrengungen vorantrieb.

Die erwähnten Generalhandelshäuser spielen bei der Förderung des Außenhandels in Japan eine bedeutende Rolle. Sie haben einen großen Teil der ausländischen Investitionen selbst getätigt. Diese Generalhandelshäuser, die mit einer großen Anzahl von Gütern aus der ganzen Welt handeln, verfügen über eine vorzügliche Informationssammlung, die über die jeweiligen Marktbedürfnisse unterschiedlicher Länder Auskunft geben können. Viele japanische Unternehmen, und zwar insbesondere die kleinen und mittleren Firmen, die einem großen Teil der Wirtschaft ausmachen, hängen hinsichtlich ihrer Export- und Investitionstätigkeit von diesen Handelshäusern ab.

Dieses Verhalten schient sich erst in jüngster Zeit gewandelt zu haben. So schreiben NAGLER, PASCHA und STORZ (1995, 77), dass sich die Hersteller beim Absatz ihrer Produkte im Ausland zunehmend von den Generalhandelshäuser emanzipieren.

Bis 1914 errichteten fast ausschließlich diese Generalhandelshäuser Repräsentanzen und Niederlassungen im Ausland. Dazu kamen noch Niederlassungen von Banken, Schiffahrtsgesellschaften und Versicherungsgesellschaften.

2.) 1914 – 1941

In den wenigen Jahren während des 1. Weltkrieges war Japan zum Hauptlieferanten auf den ostasiatischen Märkten geworden und hatte gleichzeitig den Anschluss an die westlichen Industriemärkte gefunden. Es ging sogar soweit, dass z. B. die japanische Konkurrenz in den 20er Jahren bereits als Bedrohung für manchen deutschen Industriezweig empfunden wurde. Auf Drittmärkten begegnete Deutschland der japanischen Konkurrenz z.B. bei Glühlampen, aber auch bei Fahrrädern und anderen Waren. Japanische Glühlampen waren in den 20er Jahren das, was in jüngster Zeit japanische Geräte der Unterhaltungselektronik darstellen.

In dieser Zwischenkriegszeit fassten auch verstärkt die Generalhandelshäuser in Europa Fuß und expandierten ihre Geschäftstätigkeiten. So hatte z. B. jedes Generalhandelshaus eine Niederlassung in London, manche auch eine in Paris, Lyon, Marseille und Berlin (DICKEN 1977). Um das Ansehen und die Bedeutung der japanischen Generalhandelshäuser zu verdeutlichen, sei folgendes Beispiel angeführt: Japanische Unternehmen, durch die Erfolge der Generalhandelshäuser auf dem Gebiet des Sammelns von Informationen, der Beratung über ausländische Verfahren usw. beeindruckt, gaben lieber über diese Handelshäuser Bestellungen auf als über die deutschen Generalrepräsentanten.

Japanische Banken, Schiffahrtsgesellschaften und Versicherungsgesellschaften verstärkten ebenfalls in dieser Zeit ihre Repräsentanz in Europa.

3.) 1941 – 1951

Während des 2. Weltkrieges stagnierte die Expansion japanischer Investitionen in Europa. In Deutschland beendete der Zusammenbruch im Mai 1945 die deutsch-japanischen Wirtschaftsbeziehungen schlagartig.

4.) 1951 – 1971

Wie schon erwähnt, wurden bis Ende der 60er Jahre kaum Auslandsinvestitionen von japanischen Unternehmen getätigt. Nach ITOH und KIYONO (1989) waren für diese Phase mehrere Faktoren verantwortlich: Die heimische Nachfrage war aufgrund des schnellen Wirtschaftswachstums während der 50er und 60er Jahre ziemlich stark gestiegen. Infolgedessen investierten die japanischen Unternehmen vorwiegend auf dem heimischen Markt. In der Literatur wird auch betont, dass das technologische Niveau sowie

die Managerfähigkeiten der japanischen Unternehmen zu dem damaligen Zeitpunkt denen der ausländischen Firmen unterlegen waren, so dass den Japanern Auslandsinvestitionen nicht sonderlich vorteilhaft erschienen. Ferner spielte die Devisenknappheit eine wichtige Rolle speziell für die Handelspolitik der 50er und 60er Jahre. Aufgrund von nur noch geringen Währungsreserven versuchte die Regierung mit allen nur erdenklichen Maßnahmen, den Abfluss von Devisen mit Hilfe des Warenhandels und durch Währungstransaktionen zu kontrollieren und einzuschränken.

Aufgrund des schnellen Wiederaufbaus der japanischen Wirtschaft ist jedoch die Nachfrage nach ausländischen natürlichen Ressourcen stark gestiegen. Insofern sind die ersten Auslandsanlagen Japans zunächst auf die Rohstoffsicherung ausgerichtet, wodurch sich die ab den 50er Jahren hohen Investitionen im Bergbau in Asien und in Lateinamerika sowie in der Chemie im Nahen Osten erklären lassen.

Die erste grundlegende Änderung im Bereich der Direktinvestitionen der verarbeitenden japanischen Industrie ist in der zweiten Hälfte der 60er Jahre zu erkennen. Ein spezifisches Merkmal der Wirtschaftsentwicklung Japans in der Nachkriegszeit war die Expansion der Schwer- und der chemischen Industrie, insbesondere – wie bekannt – des Maschinenbaus, einschließlich der Kraftfahrzeug- und Elektromaschinenindustrie. Dagegen nahm z. B. die Bedeutung der Textilindustrie ab. Diese Entwicklung führte zunächst zu einer Zunahme des heimischen Angebots und hatte dann die bekannte Ausweitung der Exporte zur Folge. So bezog z.B. Japan in den 50er Jahren noch doppelt soviel von Deutschland wie von dort nach Deutschland exportiert wurde. Die Umkehrung des Handelsstromes trat dann in der Mitte der 60er Jahre ein.

Diese Diversifizierung der japanischen Industriestruktur bewirkte, dass die japanischen Einkommen im Vergleich zu den ausländischen anstiegen. Diese Zunahme führte zu einem Anstieg des japanischen Lohnniveaus gegenüber dem Ausland. Damit verloren arbeitsintensive Industrien, wie die Textilindustrie, einige Zulieferer für den Elektrogerätebau und sonstige Konsumgüterindustrien, ihren durch niedrige Löhne bedingten komparativen Vorteil. Die Reaktion dieser Industrien auf den Strukturwandel bestand darin, in anderen asiatischen Ländern zu investieren, in denen sie ihre Produkte nach wie vor zu niedrigen Löhnen erzeugen konnten.

Ein anderes wichtiges Merkmal der japanischen Direktinvestitionen ist der hohe Anteil von Investitionen im Handelsbereich des verarbeitenden Gewerbes. Aus einer Untersuchung des MITI (Ministry of International Trade and Industry) von 1981 geht hervor, dass 62,2 Prozent der Niederlassungen japanischer Produktionsunternehmen Aktivitäten im Handel betreiben. Dieser Anteil ist in Europa sogar noch höher, genau 71 Prozent; in anderen Regionen, z. B. in Asien, ist er bei weitem niedriger, dort beträgt er nur 16,5 Prozent. Dieser Anteil ist auch von der Branche abhängig, so macht der Anteil der kommerziellen Investitionen bei der Kraftfahrzeugindustrie in Nordamerika 81,6 Prozent und in Europa 77,3 Prozent aus (ITOH u. KIYONO 1989).

Aufgrund der rapide gestiegenen Exporte im Maschinenbau, insbesondere bei Autos und unterhaltungselektronischen Produkten – von 1965 bis 1979 erhöhte sich dieser Anteil an den gesamten japanischen Exporten von 35,2 Prozent auf 61,3 Prozent – waren Handelsinvestitionen zur Verkaufsförderung und zur Etablierung von Kundendienstnet-

zen einfach notwendig. Da zudem für diese Handelsinvestitionen enge Kontakte mit dem Produktionsbereich förderlich waren, wurden sie von den Herstellern selbst getätigt.

Diese Art der Auslandsinvestitionen kann als ein besonderer Vorteil japanischer Industrieunternehmen angesehen werden. So hat Japan schon in den 50er Jahren damit begonnen, durch intensive Marktbeobachtung Marktnischen auszuforschen. Mit Gründlichkeit, Hartnäckigkeit und nicht geringen Kosten wurden z.B. deutsche Besonderheiten, der Kundengeschmack und die Vertriebsmöglichkeiten erkundet.

Damit ergibt sich, dass der Aufbau eines weltweiten Vertriebsnetzes für ausgewählte Produkte und ein vorbildlicher Kundendienst sowie eine Produktionsplanung und –entwicklung, die aufgrund von kleinen Verbesserungen auf die sich ändernden Bedürfnisse und Präferenzen der Benutzer eingeht, die kommerziellen Aktivitäten im verarbeitenden Sektor fördert. Diese Strategie wird insbesondere von den Industrien verfolgt, die die Autos, Unterhaltungselektronik, elektrische Geräte, Motorräder, Kameras, Klaviere und Werkzeugmaschinen herstellen und den Hauptanteil der japanischen Exporte bilden.

Sie gibt auch DICKEN (1997) an, dass von den 277 Investitionen, die japanische Firmen im Zeitraum 1951 – 1970 in Europa getätigt haben, 249 auf den Handelsbereich bzw. Dienstleistungsbereich entfielen. Das sind rund 90 Prozent. Nur 28 Investitionen betrafen den Produktionsbereich. Sony war einer der ersten japanischen Hersteller, der in Shannon im Jahre 1959 eine kleine Produktionsstätte errichtete, die Transistorradios produzierte. Die Produktion wurde jedoch wieder schnell eingestellt. In Großbritannien war es eine Reißverschlussfabrik, YKK, die in Runcorn im Jahre 1966 ihre Produktion aufnahm. Es dauerte jedoch nicht lange, bis die Produktion im Ausland zunahm. Sony kündigte z.B. schon für das Jahr 1974 eine größere Investition im Süden von Wales an.

5.) 1971 – bis heute

In der zweiten Hälfte der 70er Jahre vollzog sich eine grundlegende Änderung im Bereich der ausländischen Direktinvestitionen der verarbeitenden japanischen Industrie, als die Produzenten von Haushaltselektronik und Kraftfahrzeugen aufgrund der hohen Exporte vor allem in den Vereinigten Staaten und in Europa auf zunehmende Kritik stießen. Die Japaner reagierten sofort und verlagerten einen Teil ihrer heimischen Produktion ins Ausland.

Wie schnell die Japaner die Strategie ihrer Wirtschaftsbeziehungen ändern, soll folgendes Beispiel belegen (ITOH und KIYONO 1989). Mitte der 70er Jahre wurde durch einen plötzlichen Anstieg der japanischen Farbfernseher-Exporte nach Amerika ein ernster Handelskonflikt zwischen beiden Ländern ausgelöst. Die Reaktion der japanischen Unternehmen hierauf erfolgte umgehend. Sie kündigten an, anstelle der heimischen Produktion und des Exports sollte vermehrt im Ausland produziert werden. Bereits 1979 wurden von 13.397.000 Farbfernsehern 30 Prozent im Ausland produziert bzw. mit Hilfe von Bausätzen montiert. Infolgedessen ging der Export von Farbfernsehern in die Vereinigten Staaten, der im Jahre 1976 mehr als 2 Millionen betrug, aufgrund der getätigten Direktinvestitionen drastisch zurück, so dass 1979 nur noch 50 Geräte eingeführt wurden.

Diese Art des Kapitaleinsatzes im Ausland hat in den letzten 20 Jahren auch andere Industriezweige erfasst, die Videorecorder und andere unterhaltungselektronische Produkte, Autos und Personal Computer herstellen. So sollte z.B. die Auslandsproduktion von Videorecordern, die im Jahr 1982 60.000 Stück betrug, auf 450.000 Stück im Jahr 1983 und auf 1 Million Stück im Jahr 1985 ansteigen. Das Verhältnis des Exports von Endprodukten zur heimischen Produktion (einschließlich der Montageproduktion) von japanischen Autos sollte von 3,13 im Jahre 1983 auf 1,47 im Jahre 1988 sinken, was bedeutet, dass ein beträchtlicher Teil der japanischen Autos im Ausland produziert werden soll (ITO H. u. KIYONO 1989), was auch heute der Fall ist.

Drei Faktoren sind nach DICKEN (1997) insbesondere dafür ausschlaggebend, dass zu diesem Zeitraum japanische Direktinvestitionen in Europa außerordentlich zugenommen haben.

Als erster Grund kann die starke Yen-Aufwertung nach 1985 angeführt werden, die einen zusätzlichen und entscheidenden Anstoß zum Aufbau von Auslandsfertigungen brachte. In diese Zeit fällt auch eine starke Zunahme der Auslandsvertretungen japanischer Banken. Man kann diese Entwicklung schon als Teil der weltweiten Tendenz zur Internationalisierung von Großunternehmen ansehen, die mittels Direktinvestitionen in den wichtigsten Märkten planmäßig Unternehmensstützpunkte und Produktionskapazitäten aufbauen.

Als zweiter Grund für die in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre sprunghaft angestiegenen Direktinvestitionen von Japan nach Europa wird eine Realisierung des europäischen Binnenmarktes ansetzen. Man nimmt an, dass sich japanische Unternehmen verstärkt in Europa ansiedeln, um rechtzeitig zu Insider im europäischen Binnenmarkt zu werden und um damit auch die speziell gegen japanische Importe gerichteten Handelsbarrieren zu umgehen. Sicherlich stand bis Mitte der achtziger Jahre die Umgehung handelspolitischer Schranken der europäischen Länder und der Europäischen Gemeinschaft durchaus im Vordergrund der Investitionsmotive. Umfragen bei japanischen Investoren in Europa zeigen indessen, dass die hauptsächlichen Beweggründe für die aktuellen Investitionen andere sind und dass dahinter eine umfassendere Strategie steht als lediglich die Vermeidung von Handelsschranken. Der europäische Markt wird mittlerweile von der japanischen Wirtschaft als ebenso wachstumsträchtig oder sogar als entwicklungsfähiger betrachtet als der amerikanische. Insofern hat die europäische Integrationspolitik für die rapide Zunahme japanischer Investitionen sicherlich eine Rolle gespielt. Diese Entwicklung verlief aber parallel mit der selbstinduzierten Internationalisierungsstrategie der japanischen Wirtschaft, in der die Europa-Investition in jüngster Zeit als Bestandteil einer Globalisierungsstrategie vorrangige Bedeutung gewinnt. Die EG-Integration spielt dann keine dominierende Rolle als Investitionsmotiv, sondern eher eine ergänzende.

Für die abnehmende Tendenz bei der Neuansiedlung japanischer Unternehmen in Europa in den 90er Jahren ist folgender dritter Grund verantwortlich. Das zögerliche Investitionsverhalten japanischer Unternehmen liegt hauptsächlich in der „Bubble Keizai“ begründet. Der Börsensturz in den 90er Jahren führte insgesamt zu einem vorsichtigeren Investitionsverhalten der japanischen Unternehmen. Als Hauptgrund für den abnehmenden Trend kann man die Vollendung des europäischen Binnenmarktes sowie den Kon-

junkturrückgang sowohl der japanischen als auch der europäischen Wirtschaft ansehen. YUOKA (1995) zeigt in seiner Untersuchung, dass bei den japanischen Herstellern bezüglich der Etablierung von Unternehmensbereichen in Europa ein rückläufiger Trend feststellbar ist. Die Gewinne vieler japanischer Tochtergesellschaften sind abnehmend, ebenso deren Investitionsabsichten. So hat die Stagnation der europäischen Wirtschaft einen erheblichen Einfluss auf die Investitionsbereitschaft und die Personalpolitik der japanischen Tochterunternehmen in Europa.

Damit haben japanische Direktinvestitionen weltweit gesehen drei räumliche Schwerpunkte: Asien, Amerika und Europa. Wie Abb. 1 erkennen lässt, haben die japanischen Direktinvestitionen in Europas stetig zugenommen. 1980 flossen mit 4,5 Mrd. \$ nur 12,2 Prozent der japanischen Direktinvestitionen nach Europa. 1988 stellten die investierten 30,2 Mrd. \$ immerhin 16,2 Prozent der Gesamtsumme dar. 1992 gingen schon 23 Pro-zent der Gesamtsumme für Investitionen nach Europa.

Abb. 1: Japanische Direktinvestitionen in Europa, 1970 – 1992

Quelle: DICKEN and TICKEL 1997, 203

Dabei liegt der Schwerpunkt der japanischen Direktinvestitionen in Europa nicht im Produktionsbereich, sondern in handelsorientierten Investitionen, die Vertriebs- und Servicenetze für japanische Waren im Ausland aufbauen.

DIE RÄUMLICHE VERTEILUNG JAPANISCHER DIREKTINVESTITIONEN IN EUROPA

Für eine regionale Analyse benutzt DICKEN (1997) zwei japanische Quellen, erstens Toyo Kezai Japanese Overseas Investment 1991-1993 und zweitens JETRO Directory of Japanese Affiliated Companies in the EC 1991-1992. Diese Statistiken haben den Vorteil, dass sie über einzelne Tochtergesellschaften, Zweigniederlassungen und Branchen Auskunft geben.

Abb. 2: Zahl der japanischen Unternehmen in Europa, 1991

Quelle: DICKEN and TICKEL 1997, 204

Abb. 3: Zahl der Beschäftigten in japanischen Unternehmen in Europa, 1991

Quelle: DICKEN and TICKEL 1997, 205

Beide Abbildungen verdeutlichen, dass Großbritannien und Deutschland die Schwerpunkte japanischer Direktinvestitionen sind. Mehr als die Hälfte aller Unternehmen haben hier ihren Standort bzw. mehr als die Hälfte aller in japanischen Unternehmen Beschäftigten ist hier konzentriert. Dabei ist ganz klar Großbritannien der wichtigste Stützpunkt für japanische Unternehmen, sowohl im Produktionsbereich als auch in handelsorientierten Investitionen. So sind in Großbritannien 30 Prozent aller japanischen Unternehmen und 36 Prozent aller Beschäftigten konzentriert, in Deutschland sind es für die Unternehmen 22 Prozent und für die Beschäftigten 20 Prozent. Es folgen Frankreich

und die Niederlande, jedes Land hat hier rund 10 Prozent aller japanischen Unternehmen in Europa und 6 Prozent aller in japanischen Unternehmen Beschäftigten.

Abb. 4: Gründungsdatum japanischer Unternehmen in Europa

Quelle: DICKEN and TICKEL 1997, 206

Beide Abbildungen lassen klar erkennen, dass die Investitionen im Handelsbereich von größerer Bedeutung für Europa sind als die im Produktionsbereich. Wie Abbildung 2 zeigt, gilt das insbesondere für die Zahl der Unternehmen. Betrachtet man die in japanischen Unternehmen Beschäftigten, so ergibt sich, dass in den peripher gelegenen Ländern (Spanien, Portugal, Irland und in einigen osteuropäischen Ländern) mehr Personen

in Produktionsunternehmen beschäftigt sind als in Handelsunternehmen. Dabei hat Spanien mit 18 Prozent den höchsten Prozentsatz der in japanischen, produzierenden Unternehmen Beschäftigten.

Wie Abbildung 4 verdeutlicht, wird insbesondere die starke Zunahme japanischer Investitionen nach 1985 deutlich. Für diesen Anstieg ist bekanntlich die starke Yen-Aufwertung und die Realisierung des europäischen Binnenmarktes verantwortlich. Nach 1990 ist die abnehmende Tendenz bei der Neugründung von japanischen Unternehmen in Europa gut erkennbar. Wie bekannt wird hierfür der Börsensturz in den 90er Jahren in Japan angeführt.

Abbildung 4 gibt auch die steigende Bedeutung von Investitionen im Produktionsbereich wieder. Auch hier ist aus den bekannten Gründen der Zeitraum 1985 – 1990 entscheidend. Insgesamt gesehen entfallen jedoch mehr als 80 Prozent aller Investitionen auf handelsorientierte Investitionen, Banken, Versicherungen usw.

Wie man Abbildung 5 entnehmen kann, gibt es in Europa zwei Schwerpunkte japanischer Tätigkeiten: der Finanzbereich und der Vertriebs- und Servicebereich. Repräsentanzen und Niederlassungen japanischer Banken sind vor allem stark in Großbritannien, in London, konzentriert. 50 Prozent aller in japanischen Banken Beschäftigten sind in Großbritannien zu finden, 20 Prozent in der Schweiz und nur 8 Prozent in Deutschland sowie 3 Prozent in Frankreich.

Investitionen, den Vertrieb und Service betreffend, sind in Europa stärker dispers verteilt als japanische Finanzdienstleistungen. Wie Abbildung 5 erkennen lässt, sind Deutschland, Großbritannien und auch die Niederlande bedeutende Standorte für die Distribution japanischer Waren. Betrachtet man jedoch die Anzahl der Beschäftigten in diesem Bereich, liegt Großbritannien mit 40 Prozent vor Deutschland mit 24 Prozent der im Bereich der Handelsinvestitionen Beschäftigten.

ZUSAMMENFASSUNG

Damit können folgende Ergebnisse festgehalten werden:

Japanische Direktinvestitionen sind nicht neu in Europa. Seit der Meiji-Restauration im Jahre 1868 und dem sich daran anschließenden industriellen Aufschwung in Japan gab es Geschäftsverbindungen mit Europa. Es waren zunächst die Generalhandels Häuser, die Niederlassungen errichteten. Es folgten die Banken und ab den 1950er Jahren gründeten viele japanische Hersteller Niederlassungen in Europa, die Vertriebs- und Servicenetze für die betreffenden Waren aufbauten. Später folgten dann auch produzierende Unternehmen, die den Markt in Europa lokal beliefern.

Auch heute noch liegt der Schwerpunkt der japanischen Direktinvestitionen im Bereich der Handelsinvestitionen. Diese sind zu einem bedeutenden Teil von den Generalhandels Häusern durchgeführt worden. Ein großer Teil der in Europa vorhandenen Niederlassungen ist jedoch von japanischen produzierenden Firmen gegründet worden, die damit den Verkauf ihrer Waren fördern wollten. So hatte z.B. Canon 1991 kein produ-

zierendes Unternehmen in Großbritannien, in den Vertriebs- und Serviceniederlassungen waren jedoch 2.800 Beschäftigte tätig (DICKEN 1997).

Abb. 5: Sektorale Zusammensetzung japanischer Unternehmen in Europa

Quelle: DICKEN and TICKEL 1997, 207

Es gibt insgesamt in Europa im Vergleich zu den Handelsniederlassungen wenige produzierende japanische Unternehmen. Häufig traten bei japanischen Produktionsstätten auch Probleme auf, die den local content betrafen. So wurde z.B. 1987 mit einer Verordnung die Möglichkeit geschaffen, Anti-Dumpingmaßnahmen gegen japanische Produktionsstätten in der EG zu ergreifen, die einen europäischen local content von weniger als

60 Prozent aufweisen. Anfang der 90er Jahre scheint sich aber langsam die Erkenntnis durchzusetzen, dass eine kooperative Suche nach gemeinsamen Interessen vorzuziehen ist. Es scheint der Fall zu sein, dass Japan in der Beziehung zur EU noch nicht eine solche Position aufgebaut hat, wie es seiner Stellung als Weltwirtschaftsmacht entspricht. Auch die in jüngster Zeit in Europa eingerichteten FuE-Zentren haben z.T. keine eigene Kompetenz. Daher kann man die von japanischen Unternehmen verfolgten Strategien in Europa auch nur bedingt als Globalisierungsstrategie fassen.

Literatur:

- Dicken, P., Tickell, A. und H. Yeung 1997: Putting Japanese investment in Europe in its place. In: *Area*, 200-212.
- Itoh, M. und K. Kiyono 1989: Die japanischen Direktinvestitionen im Ausland. In: SCHMIEGELOW, M. (Hrsg.): *Japans Antwort auf Krise und Wandel in der Weltwirtschaft*. Hamburg. 78-99.
- Nagler, C. Pascha, W. U. C. Storz 1995: Ansiedlung japanischer Unternehmen in der Peripherie Düsseldorfs. In: Heiduk, G. (Hrsg.): *Japans Wirtschaft in Europa: Herausforderung für europäische Unternehmen*. Schriftenreihe zur Ostasienforschung, Band 5. Baden-Baden, 75-106.
- Pascha, W. 1995: Japans Wirtschaft zwischen Globalisierung und Regionalisierung; Europa am Rand, Asien-Pazifik im Zentrum japanischer Interessen. In: Heiduk, G. (Hrsg.): *Japans Wirtschaft in Europa: Herausforderung für europäische Unternehmen*. Schriftenreihe zur Ostasienforschung, Band 5. Baden-Baden, 9-38.
- Yuoka, K. 1995: Japans verarbeitende Industrie in Europa – Vorgehensweise und Ergebnisse der JETRO-Suveys. In: Heiduk, G. (Hrsg.): *Japans Wirtschaft in Europa: Herausforderung für europäische Unternehmen*. Schriftenreihe zur Ostasienforschung, Band 5. Baden-Baden. 39-53.