

## **Antwort**

### **der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Rainer Stinner, Rainer Brüderle, Ernst Burgbacher, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP  
– Drucksache 15/382 –**

### **Zukunft der Investorenwerbung für Deutschland**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Das Standortmarketing für Deutschland und das Anwerben von ausländischen Unternehmen, die in Deutschland investieren wollen, ist für den Wirtschaftsstandort Deutschland von elementarer Bedeutung. Zurzeit werden diese Aufgaben vom Büro des Beauftragten für Auslandsinvestitionen in Deutschland (BBfAI), Hilmar Kopper, der sich vor allem auf die Standortwerbung konzentriert, vom Industrial Investment Council (IIC) im Hinblick auf die neuen Bundesländer und daneben vor allem im Hinblick auf das konkrete Anwerben von ausländischen Investoren eigenverantwortlich von den Bundesländern wahrgenommen.

Im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsvertrages finanziert der Bund das BBfAI in Deutschland mit jährlich etwa 2 Mio. Euro, während Bund und Neue Länder gemeinsam das IIC mit insgesamt etwa 4,8 Mio. Euro pro Jahr unterstützen.

Hilmar Kopper legt zum 30. Juni 2003 sein Mandat als Beauftragter der Bundesregierung für Auslandsinvestitionen in Deutschland nieder. Das Mandat für das IIC läuft bis Ende 2004. Im europäischen Wettbewerb sind vergleichbare Agenturen wie z. B. „Invest in UK“, „Invest in France“ oder „Czech Invest“ personell und finanziell erheblich besser ausgestattet.

Grundlegende Veränderungen sowohl bei der Organisation des Standortmarketings als auch bei der Koordinierung von konkreten Akquisitionsbemühungen sind notwendig und absehbar.

#### 1. Wie sieht die Erfolgsbilanz des BBfAI seit 1998 aus?

Seit 1998, dem Jahr der Ernennung von Hilmar Kopper zum Beauftragten für Auslandsinvestitionen in Deutschland, sind die ausländischen Direktinvestitionen in Deutschland deutlich angestiegen. Bewegte sich der Zustrom ausländischer Direktinvestitionen von 1991 bis 1996 im einstelligen Euro-Mrd.-Bereich, so betrug er in den Jahren danach 10,6 Mrd. Euro (1997), 22,2 Mrd. Euro (1998), 51,4 Mrd. Euro (1999), 211,8 Mrd. Euro (2000, einschl. Vodafone/Mannesmann),

35,6 Mrd. Euro (2001), ca. 40 Mrd. Euro (2002, geschätzt). Einen Beitrag zu dieser Entwicklung haben Hilmar Kopper und sein Büro sicherlich geleistet. Da die Investorenakquisition ausdrücklich nicht zu den Aufgaben des Beauftragten bzw. des Büros des Beauftragten für Auslandsinvestitionen in Deutschland (BBfAI) gehört, lässt sich allerdings der Erfolg des Beauftragten und seines Büros nicht anhand der Zahl gewonnener Auslandsinvestoren oder der Summe eingeworbener Investitionen messen.

2. Welche Erfolgsbilanz hat das IIC im gleichen Zeitraum vorzuweisen?

Der Industrial Investment Council – IIC – hat seit seiner Gründung knapp 700 Projekte verhandelt. In 88 Fällen konnten ausländische Investoren erfolgreich für Ostdeutschland geworben werden. Damit verbunden sind Investitionsmaßnahmen mit einem Wertumfang von über 4,2 Mrd. Euro sowie die Schaffung von 19 000 direkten Arbeitsplätzen. Insgesamt hat der IIC mit seiner bisherigen Tätigkeit zur Verbesserung des Standortimages der neuen Länder beigetragen. Angesichts dieser Erfolge und der besonderen Dringlichkeit, ausländische Direktinvestitionen für die wirtschaftliche und strukturelle Entwicklung der neuen Länder zu akquirieren, setzt sich die Bundesregierung für eine Weiterführung des IIC nach 2004 ein.

3. Unterscheiden sich die Kosten für die jeweiligen Auslandsbüros des IIC und des BBfAI substantiell?

BBfAI und IIC weisen vergleichbare Kosten für ihre jeweiligen Auslandsbüros aus. Die Spanne reichte im vergangenen Jahr von 160 000 Euro bis 360 000 Euro p. a. für einzelne Büros. Während für das BBfAI-Büro in New York durch die unentgeltliche Nutzung von Räumlichkeiten der Deutschen Bank geringere Gesamtkosten anfallen, sind die Gesamtkosten in Höhe von 360 000 Euro für das IIC-Büro in New York im Jahr 2002 durch umstrukturierungsbedingte Einmalkosten beeinflusst. Für dieses Jahr plant der IIC hier mit Kosten in Höhe von 200 000 Euro.

4. Welche Erfahrungen hat die Bundesregierung nach der Einrichtung eines Beauftragten für Auslandsinvestitionen mit der Abgrenzung von Aufgaben des Marketings und der Akquisition zwischen Bund und Ländern?

Zwischen Bund und Ländern hat stets Einigkeit bestanden, dass das allgemeine Standortmarketing Aufgabe des Bundes ist, während Länder und Kommunen für die konkrete Investorenakquisition zuständig sind. Diese Aufgabenteilung hat sich bewährt. Eine Sonderrolle kommt dem IIC zu, dessen Aufgabe es ist, für die neuen Bundesländer Investorenakquisition in der Anfangsphase gebündelt vorzunehmen.

5. Hält die Bundesregierung eine konsequente organisatorische Trennung des allgemeinen Standortmarketings von der konkreten Akquisition ausländischer Industrieunternehmer auch künftig für umsetzbar?

Die Bundesregierung hält die organisatorische Trennung des allgemeinen Standortmarketings von der konkreten Investorenakquisition auch künftig für umsetzbar.

6. Gedenkt die Bundesregierung das BBfAI nach dem Ausscheiden von Hilmar Kopper weiterzuführen?

Das BBfAI wird in der Rechtsform einer GmbH geführt („Gesellschaft zur Unterstützung des Beauftragten für Auslandsinvestitionen in Deutschland mbH“) mit Hilmar Kopper als geschäftsführendem Alleingesellschafter. Das Ausscheiden von Hilmar Kopper aus seiner Funktion als Beauftragter macht daher in jedem Fall eine Neuregelung des Status des Büros erforderlich. Faktisch soll das Büro jedoch über den Termin des Ausscheidens von Hilmar Kopper hinaus bestehen bleiben und ggf. den Nukleus für eine neu strukturierte Einrichtung des Bundes zur Standortwerbung bilden.

7. Wie sieht das Strukturkonzept der Bundesregierung zur Fortführung des BBfAI ggf. konkret aus?

Die Bundesregierung hat über die künftige Organisation der Standortwerbung des Bundes noch nicht entschieden. Die Empfehlungen in dem von der Fa. Deloitte Consulting im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) erstellten Gutachten „Aufgaben, Struktur, Rechtsform und Ausstattung einer künftigen Gesellschaft des Bundes zur Werbung für den Investitionsstandort Deutschland“ werden zurzeit geprüft.

8. Wann wird über die personelle Neubesetzung der Spitze des BBfAI entschieden?

Die Bundesregierung wird zunächst über die künftige Organisation der Standortwerbung und erst dann über personelle Fragen entscheiden.

9. Wird die Bundesregierung eine einheitliche Dachgesellschaft auf Bundesebene für die Koordinierung des Standortmarketings unter Einbeziehung der diesbezüglichen Erfahrungen und Kompetenzen des IIC gründen?

Das BBfAI hat schon jetzt die Funktion einer Dachgesellschaft auf Bundesebene für die Koordinierung des Standortmarketings. Kernaufgabe des IIC hingegen ist die Investorenakquisition für die neuen Bundesländer. An eine Einbeziehung bzw. Übertragung der Kompetenzen des IIC im Bereich der Investorenakquisition auf das BBfAI oder eine Nachfolgeeinrichtung ist nicht gedacht, da dies der zwischen Bund und Ländern vereinbarten, bewährten Arbeitsteilung widersprechen würde (vgl. Antworten zu den Fragen 4 und 5).

10. Sieht die Bundesregierung die Gefahr eines international zweigleisigen Auftretens nach außen in Form einer Schwächung eines überzeugenden Standortmarketings und einer Irritation bei ausländischen Investoren, wenn BBfAI und IIC auch künftig nebeneinander agieren?

BBfAI und IIC richten sich an professionell agierende internationale Investoren, die sehr schnell das unterschiedliche Leistungsangebot der beiden Einrichtungen erkennen.

11. Mit welchem jährlichen Budget wird die Bundesregierung ggf. eine Bundeinrichtung für ein Standortmarketing in den folgenden Jahren pro Jahr ausstatten?

Die Bundesregierung hat sich dazu noch nicht festgelegt.

12. Hält die Bundesregierung es für möglich, im Falle der Einrichtung einer einheitlichen Dachgesellschaft für das Standortmarketing die Kontaktstrukturen und das qualifizierte Personal des IIC in eine neue Gesellschaft überzuführen?

Die zuständigen Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit, Wolfgang Clement, und für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen, Dr. Manfred Stolpe, haben sich für eine Verlängerung des IIC über den 31. Dezember 2004 hinaus ausgesprochen, daher stellt sich diese Frage für die Bundesregierung derzeit nicht.

13. Wie viele Mitarbeiter sollte eine künftige Bundesagentur für das Standortmarketing ggf. umfassen?

Die Gutachter der Fa. Deloitte Consulting schlagen eine 30 Mitarbeiter umfassende Bundesgesellschaft vor. Die Bundesregierung prüft derzeit diesen Vorschlag.

14. Welche Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung aus der Tatsache, dass die entsprechenden Agenturen der europäischen Nachbarländer personell und finanziell erheblich besser ausgestattet sind?

Die bessere Ausstattung konkurrierender Einrichtungen für die Standortpromotion in anderen Ländern ist mit ein Grund für die Absicht der Bundesregierung, die Werbung für den Standort Deutschland künftig zu verstärken.

15. Welche Kosten verursacht ggf. das Vorhalten eigener Repräsentanzen zum Zwecke des Standortmarketings im Ausland?

Das BMWA geht von jährlichen Kosten für eine Auslandsrepräsentanz in Höhe von ca. 250 000 Euro aus, wobei der Betrag im Einzelfall in Abhängigkeit vom Standort, dem Wechselkurs, der Ausstattung des Büros etc. erheblich davon abweichen kann.

16. Welche Position hat die Bundesregierung zu der Idee, das Netz der Auslandshandelskammern (AHK) künftig verstärkt für das Standortmarketing einzusetzen?

Die Bundesregierung prüft derzeit entsprechende Vorschläge im Gutachten der Fa. Deloitte Consulting.

17. Welche Vergütungsmodalitäten für die von den Auslandshandelskammern ggf. wahrgenommenen Aufgaben des Standortmarketings hält die Bundesregierung für möglich?

Die Gutachter der Fa. Deloitte Consulting schlagen ein Finanzierungsmodell vor, das aus einem erfolgsunabhängigen, festen Sockelbetrag und einem gestaffelten, erfolgsabhängigen Prämiensystem besteht. Die Bundesregierung prüft

derzeit diesen Vorschlag zusammen mit der grundsätzlichen Frage einer verstärkten Einbeziehung der Auslandshandelskammern in das Standortmarketing.

18. Wie ist die Position der Bundesländer zum Vorschlag, eine einheitliche Dachgesellschaft des Bundes für das Standortmarketing zu schaffen?

Die Bundesländer fordern übereinstimmend eine Verstärkung der Standortwerbung durch den Bund. Über die Vorschläge im Gutachten der Fa. Deloitte Consulting zu einer künftigen Gesellschaft des Bundes für die Standortwerbung ist das BMWA mit den Ländern im Gespräch.

19. Teilt die Bundesregierung die Auffassung, dass die Wirtschaftsförderungsgesellschaften in den neuen Ländern inzwischen über ausreichend eigene Erfahrungen und Kapazitäten in der Wirtschaftsförderung verfügen, um auf ein besonderes Instrument des regional übergreifenden Standortmarketings wie das IIC verzichten zu können?

Die Bundesregierung teilt diese Auffassung nicht. Nach wie vor gibt es enorme Defizite in den neuen Ländern. Die Ansiedlung vor allem ausländischer Investoren durch eine spezielle Investorenwerbung und -gewinnung unterstützt die Bundesregierung durch den IIC. Aus der Sicht der Bundesregierung sollte die erfolgreiche Geschäftstätigkeit dieser Investorenwerbungsgesellschaft über 2004 hinaus verlängert werden. Sie wird daher in Kürze entsprechende Gespräche mit den neuen Ländern, die ebenfalls Gesellschafter des IIC sind, aufnehmen.

20. Welche Aufgabe könnte eine Bundesgesellschaft für das Standortmarketing im Hinblick auf die Bestandspflege von ausländischen Tochterfirmen in Deutschland, deren ausländische Muttergesellschaften eine Standortreduktion bis hin zu einer Schließung planen, übernehmen?

Die Bestandspflege deutscher Tochterfirmen von ausländischen Unternehmen ist in erster Linie Aufgabe der Länder und Kommunen. Eine künftige Bundesgesellschaft für das Standortmarketing könnte Länder und Kommunen darin unterstützen.

21. Kann die Bundesregierung auf Basis von Beobachtungen des BBfAI und des IIC bestätigen, dass die aktuelle Steuerrückblick in Deutschland zu einer reservierteren Haltung potentieller Auslandsinvestoren vor allem aus den USA im Hinblick auf ein Engagement in Deutschland führt?

Die Bundesregierung hat keine Indizien dafür, dass die aktuelle Steuerrückblick in Deutschland zu einer reservierten Haltung potentieller Auslandsinvestoren im Hinblick auf ein Engagement in Deutschland geführt hätte.

22. Treffen Pressemeldungen (Handelsblatt vom 20. September 2002) zu, dass die Wirtschaftsförderungsgesellschaften der neuen Länder das IIC häufig als unliebsamen Konkurrenten ansehen und dass dies der Hintergrund für die Unwilligkeit der Landesregierungen ist, das IIC mitzufinanzieren?

Solche Pressemeldungen treffen nach Kenntnis der Bundesregierung nicht zu. Zwischen IIC und den Wirtschaftsförderungsgesellschaften der neuen Länder finden regelmäßig Abstimmungen auf allen Ebenen statt. Der IIC bindet die Wirtschaftsförderer zum frühestmöglichen Zeitpunkt in Verhandlungen mit Investoren ein. Standortbesuche werden vom IIC grundsätzlich gemeinsam mit

der betroffenen Wirtschaftsförderungsgesellschaft durchgeführt. Die Wirtschaftsförderungsgesellschaften der neuen Länder werden monatlich über die vom IIC betreuten Projekte informiert. Zudem werden regelmäßig im Fachbeirat des IIC mit den Geschäftsführern der ostdeutschen Wirtschaftsförderungsgesellschaften aktuelle Fragen zur konkreten Zusammenarbeit erörtert.

23. Wie wertet die Bundesregierung die Feststellung des Chefs des IIC, dass amerikanische Investoren sich aufgrund der wirtschaftlichen Krise in Deutschland und der deutschen außenpolitischen Ausrichtung zunehmend zurückhalten (Handelsblatt vom 20. September 2002)?

Der Geschäftsführer des IIC hat im genannten Handelsblattartikel die in Privatgesprächen von einigen US-Unternehmern geäußerten Bedenken wiedergegeben. Die Bundesregierung hat ansonsten keine Indizien dafür, dass die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland oder die Außenpolitik der Bundesregierung zu einem Umdenken bei US-Investoren geführt hätten.

24. Hält die Bundesregierung es für wünschenswert und machbar, im Interesse der Aufwertung der Außenwirtschaftspolitik nach französischem Vorbild und nach dem Vorbild des Auswärtigen Amtes die Funktion eines Staatsministers für Außenwirtschaft im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit zu schaffen?

Die Bundesregierung verfolgt derartige Überlegungen derzeit nicht.



