

Weltmarktorientierung

## Der Markt entscheidet

Auf dem Weltfinanzgipfel der G20-Staaten findet sich Deutschland zusammen mit China auf der Anklagebank wieder: Zum Abbau der globalen Ungleichgewichte und zur Stimulierung der Weltwirtschaft müsse Deutschland seine Exportorientierung zugunsten einer Stärkung der Binnenwirtschaft verringern. Für die deutsche Politik gibt es jedoch keinen Grund umzusteuern. Denn sie hat gute Argumente auf ihrer Seite: Die deutsche Industrie ist auf den Weltmärkten erfolgreich, weil sie wettbewerbsfähiger ist als viele ihrer ausländischen Konkurrenten. Sie hat sich diese Position hart erarbeitet durch eine konsequente Ausrichtung ihrer Produktpalette auf die Kundenwünsche, Serviceorientierung und ein erfolgreiches Kostenmanagement. Dahinter steht kein großer strategischer Plan. Vielmehr hat eine Vielzahl von individuellen unternehmerischen Entscheidungen zu einem Produktportfolio geführt, das der Markt honoriert. Dieser Weg steht jedem Unternehmen offen, egal welcher Branche es angehört oder ob es Kunden im In- und Ausland bedient. Deutsche Unternehmen verstehen sich als weltoffen, die nicht in nationalen Kategorien denken. Ausländische Firmen können auf den Weltmärkten ebenfalls punkten. Sie müssen jedoch eigene Anstrengungen unternehmen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Eine solche Strategie ist allemal sinnvoller, als Exportnationen wie Deutschland Steine in den Weg zu legen. Wettbewerb und Effizienzsteigerung ist kein Nullsummenspiel, bei dem der eine nur gewinnen kann, was der andere verliert.

Gesprächspartner im IW: **Dr. Rolf Kroker, Telefon: 0221 4981-750**