

XIII. AmCham Germany Business Barometer

Wie US-Investoren den Wirtschaftsstandort
Deutschland einschätzen

2016



AUF EINEN BLICK

Editorial

Bernhard Mattes, Präsident der AmCham Germany, über den Optimismus der US-Investoren und die Digitalisierung der Arbeit

→ Seite 4

1. Wachstumsdynamik

Die US-Unternehmen in Deutschland sind zuversichtlich, 2016 zu wachsen

→ Seite 6

2. Hohes Niveau

Die Umsatzerwartung der US-Firmen nähert sich dem Zehnjahreshoch

→ Seite 8

3. Rege Aktivität

Fast 50 Prozent der US-Unternehmen wollen in den nächsten 3-4 Jahren ihre Aktivitäten ausbauen

→ Seite 9

4. Gemischte Aussicht

Die Politik ist gefordert, die Attraktivität des Standorts Deutschland zu sichern

→ Seite 10

5. Deutschland-Check

Die Fachkräfte sind top, Arbeits- und Energiekosten bleiben problematisch

→ Seite 12

6. Arbeit 4.0

Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt drastisch

→ Seite 14

7. Anspruchsvolle Umsetzung

Auf dem Weg zu Arbeit 4.0 warten große Herausforderungen bei der Umsetzung

→ Seite 16

8. Dynamische Fähigkeiten

Die digitale Transformation erfordert lernbereite Mitarbeiter

→ Seite 18

9. Zeit zu handeln

Die Bundesregierung muss die richtigen Rahmenbedingungen für das Gelingen von Arbeit 4.0 setzen

→ Seite 20

Zur Studie

Wie die Befragung angelegt ist und wie viel ökonomisches Gewicht die Teilnehmer mitbringen

→ Seite 22

American Chamber of Commerce in Germany

Unser Kurzporträt und unser Board of Directors

→ Seite 24

Roland Berger

Unser Kooperationspartner im Kurzporträt

→ Seite 26

EDITORIAL

Liebe Freunde der AmCham Germany,

ich freue mich, Ihnen die 13. Ausgabe des AmCham Germany Business Barometer vorzustellen: unsere exklusive Umfrage unter US-Tochtergesellschaften zum Wirtschaftsstandort Deutschland.

Der Konjunktur- und Standortteil gehört zum Markenkern unserer Umfrage. Darüber hinaus haben wir die Studie um das Topthema "Digitalisierung der Arbeitswelt" erweitert. Wie verändert die digitale Transformation die Arbeitssituation von heute und morgen? Wie vorbereitet sind die Unternehmen und die Politik?

AmCham Germany beschäftigt sich intensiv mit der Digitalisierung von Geschäftsmodellen, in den Unternehmen vor allem an der Schnittstelle zwischen Mitarbeiter, Maschine und Marktanforderungen. Daher freue ich mich, mit dem Blick über den Tellerrand auf die Wirtschaftspraxis der amerikanischen Investoren einen Beitrag zur Diskussion zu leisten.

War die Investitionsstimmung der US-Investoren in Deutschland gemessen an den Umsätzen 2014 gedämpfter, stimmen die Zahlen aus dem Jahr 2015 und die Aussichten wieder optimistischer: Für das Jahr 2016 erwarten 37 Prozent der Unternehmen einen Anstieg der Investitionen und 35 Prozent einen Beschäftigungszuwachs. Die 48 US-Unternehmen, die am diesjährigen Business Barometer teilgenommen haben, stehen für einen Jahresumsatz in Deutschland von fast 90 Milliarden Euro und beschäftigen hier gut 230.000 Mitarbeiter. Sie sind ein Treiber für Wachstum und tragen maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes bei.

Auch wenn Deutschland von seinem guten Ruf profitiert, ist nicht alles rosig: Energie- und Arbeitskosten sowie die Unternehmensbesteuerung bleiben für viele US-Investoren unbefriedigend. Der Verbesserungsbedarf in diesen Bereichen ist hinreichend bekannt, die politischen Entscheidungsträger müssen nun handeln.

Eine aktive Herangehensweise ist auch bei der Digitalisierung und einhergehenden Umwälzung der Arbeit gefragt. Im zweiten Teil des AmCham Germany Business Barometer haben wir untersucht, wie die

US-Unternehmen diesen Veränderungen begegnen (ab Seite 14). Sie sind davon überzeugt, dass Deutschland langfristig mit den Herausforderungen zurechtkommt. Die positive Nachricht: Die Mitarbeiter bleiben das wichtigste Gut. Deutlich wird aber auch, dass der digitale Wandel innerhalb des eigenen Unternehmens eine weitaus größere Revolution mit sich bringt als die optimierte Wertschöpfungskette der Industrie 4.0.

Damit dies gelingt, muss die Politik wesentlich aktiver werden (Seiten 20 und 21). Gleichzeitig sind die Unternehmen gefragt, ihre Organisation durch eine konsequente Innovationskultur entsprechend strukturell auszurichten. Nicht zuletzt muss sich der Arbeitnehmer den neuen Ansprüchen stellen – ohne Angst vor der Technik, aber mit einer hohen Anpassungs- und Lernbereitschaft.

Deutschland startet aus einer guten Position und hat den Pioniergeist geprägt. Daran sollten wir anknüpfen und die digitale Wirtschaft als Chance für alle erkennen – für den Wirtschaftsstandort, die Unternehmer und die Arbeitnehmer.

Mein Dank geht an unsere Mitgliedsunternehmen, die mit ihrer Teilnahme zum Erfolg der diesjährigen Studie beigetragen haben. Ich bedanke mich auch bei Roland Berger für die erneut sehr gute Zusammenarbeit bei der Konzeptionierung und Umsetzung der Studie.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Bernhard Mattes
Präsident AmCham Germany



ANALYSE STANDORT

Auf Wachstumskurs

Deutschland im Frühjahr 2016. Die US-Unternehmen am Standort sind wieder auf Wachstumskurs. War die Investitionsstimulierung der US-Investoren in Deutschland gemessen an den Umsätzen 2014 gedämpfter, lässt das Jahr 2015 auf einen Aufwärtstrend hoffen. Das vergangene Jahr ist positiv verlaufen und die große Mehrzahl der Unternehmen mit amerikanischem Kapital ist optimistisch, dass diese Dynamik auch 2016 anhält.

Ergebnis 1: Die Umsatzdynamik der US-Unternehmen in Deutschland zieht an

Das Jahr 2015 war für US-Investoren in Deutschland erfolgreich – die Entwicklung der Umsätze war nicht nur bei den allermeisten Unternehmen positiv, sie übertraf auch die Entwicklung des Jahres 2014 und die Erwartungen aus der letzten Umfrage im Frühjahr 2015. Rund acht von zehn befragten US-Unternehmen steigerten ihre Umsätze 2015. Nur bei weniger als jedem zehnten Unternehmen gingen die Umsätze zurück – und dort auch nur leicht. Kein Unternehmen verbuchte einen starken Umsatzrückgang.

Besonders positiv: Die Entwicklung dürfte anhalten (siehe Grafik rechts). Die US-Unternehmen in Deutschland sind zuversichtlich, dass

sie auch 2016 wachsen. 81 Prozent der befragten Unternehmen rechnen mit steigenden Umsätzen, ein Fünftel davon geht sogar von stark steigenden Umsätzen aus. Treten die Erwartungen ein, bedeutet das eine nochmalige Steigerung gegenüber dem bereits guten Ergebnis, das die US-Unternehmen 2015 erzielt haben.

Deutschland profitiert von der Prosperität der Unternehmen mit amerikanischem Kapital und ganz besonders von deren Plänen, ihre Kapazitäten am Standort zu erweitern. 35 Prozent aller befragten Unternehmen möchten die Zahl der Beschäftigten erhöhen und 37 Prozent planen, mehr in den Standort Deutschland zu investieren. Zwar sind in diesen beiden Bereichen die für das Jahr 2016 erwarteten Zahlen niedriger als 2015, allerdings bewegen wir uns hier auf einem hohen Niveau.

Die Ergebnisse und Aussichten der US-Unternehmen in Deutschland spiegeln die positive wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland wider. 2015 lag das deutsche Wirtschaftswachstum bei 1,7 Prozent, ein Wert, der nach der Prognose der Bundesregierung auch 2016 wieder erreicht wird. Das Bekenntnis der US-Unternehmen zum deutschen Standort verdient dennoch besondere Beachtung, denn die deutsche Konjunktur ist stark von der Entwicklung der Weltwirtschaft abhängig – und hier gibt es viele Fragezeichen: von der Entwicklung der Rohstoffpreise über ungelöste politische Krisenherde bis hin zu den ungewissen Wachstumsaussichten wichtiger Handelspartner wie China.

WACHSTUM 2015 – HOHE ERWARTUNGEN FÜR 2016

Frage: "Wie werden sich Umsatz, Beschäftigtenzahl und Investitionen 2016 entwickeln?" (in Prozent)

UMSATZ



So lief 2015



BESCHÄFTIGTE



So lief 2015



INVESTITIONEN



So lief 2015



ANSTIEG KONSTANT RÜCKGANG

© AmCham Germany Business Barometer 2016

Ergebnis 2: Die Umsatzerwartung näht sich dem Zehnjahreshoch

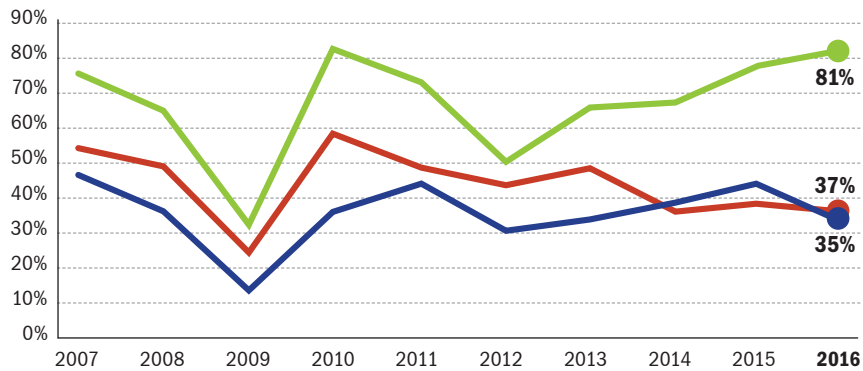
Die aktuelle Dynamik der amerikanischen Unternehmen in Deutschland zeigt sich besonders im Langzeitvergleich. 2015 sah den höchsten Wert von US-Unternehmen, die ihren Umsatz steigerten. Eine Ausnahme bildete das Jahr 2010, in dem es mit einem BIP-Wachstum von 4,1 Prozent einen außergewöhnlichen Aufholeffekt nach dem Krisenjahr 2009 gab. Gegenüber den beiden Vorgängerjahren 2014 und 2013 wurde 2015 sogar ein Anstieg um mehr als zehn Prozentpunkte erzielt. Treten die Erwartungen der Unterneh-

men ein, werden 2016 noch mehr von ihnen den Umsatz steigern als 2015 – ein klarer Beleg für das Vertrauen in den Standort Deutschland.

Der Anteil der Unternehmen, die die Anzahl ihrer Beschäftigten erhöhten, stieg 2015 zum dritten Mal in Folge auf 44 Prozent und erreichte damit wieder das Niveau von 2011. Auch bei den Unternehmen, die mehr investierten als im Vorjahr, gab es 2015 einen Anstieg, ohne allerdings die hohen Zahlen der Jahre nach der Krise zu erreichen. Für das laufende Jahr erwarten wir erwähnt 35 Prozent der Unternehmen einen Beschäftigungszuwachs und 37 Prozent einen Anstieg der Investitionen. Beide Werte liegen höher als die Erwartungen für 2015 aus der Umfrage des letzten Jahres. Damals gingen nur knapp 30 Prozent der Firmen von einem Anstieg der Beschäftigtenzahl oder der Investitionen aus.

ABSATZWACHSTUM AUF HOHEM NIVEAU

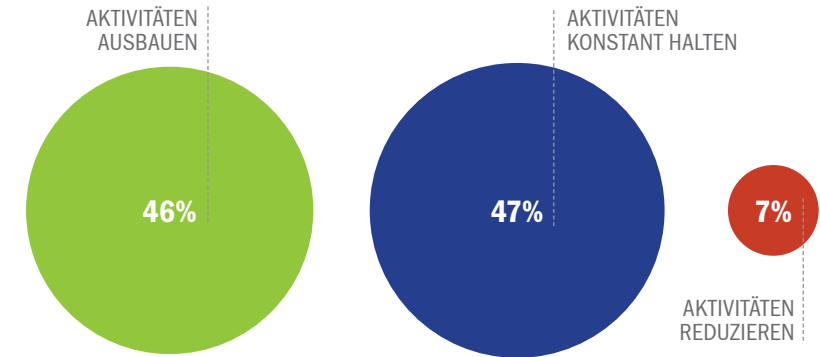
Anteil der Unternehmen, die einen Anstieg bei Umsatz, Beschäftigtenzahl und Investitionen für das jeweilige Jahr verzeichneten (2007-2015) bzw. erwarten (2016)



© AmCham Germany Business Barometer 2016 ■ UMSATZ ■ BESCHÄFTIGTE ■ INVESTITIONEN

AUSBAU ODER KONSTANZ

Frage: "Werden Sie Ihre Aktivitäten in Deutschland in den nächsten drei bis vier Jahren ausbauen oder reduzieren?"



© AmCham Germany Business Barometer 2016

Ergebnis 3: US-Unternehmen setzen auch zukünftig auf Deutschland

Deutschland bleibt auch über 2016 hinaus ein bevorzugter Standort für amerikanische Firmen. 46 Prozent der befragten Unternehmen wollen in den nächsten drei bis vier Jahren ihre Aktivitäten in Deutschland ausbauen, 47 Prozent wollen ihr aktuelles Niveau halten. Nur 7 Prozent gehen dagegen von einer Reduzierung aus – eine Halbierung gegenüber dem Vorjahreswert. Die Ergebnisse machen deut-

lich, wie wichtig Deutschland für US-Unternehmen ist und dass diese auch perspektivisch an den Standort glauben.

Die Absichten der US-Unternehmen untermauern zudem die Wachstumsziele Deutschlands. Amerikanische Firmen gehören zu den größten ausländischen Investoren in Deutschland. Ihr Bekenntnis zum Standort Deutschland und ihre Ausbaupläne wirken sich unmittelbar auf das Wachstum von BIP und Beschäftigung aus und haben darüber hinaus auch Signalwirkung für andere Investoren. Es wird international registriert, wenn US-Unternehmen Deutschland als Standort bevorzugen und ihre Aktivitäten in Deutschland ausweiten.

Ergebnis 4: Deutschlands Attraktivität ist kein Selbstläufer

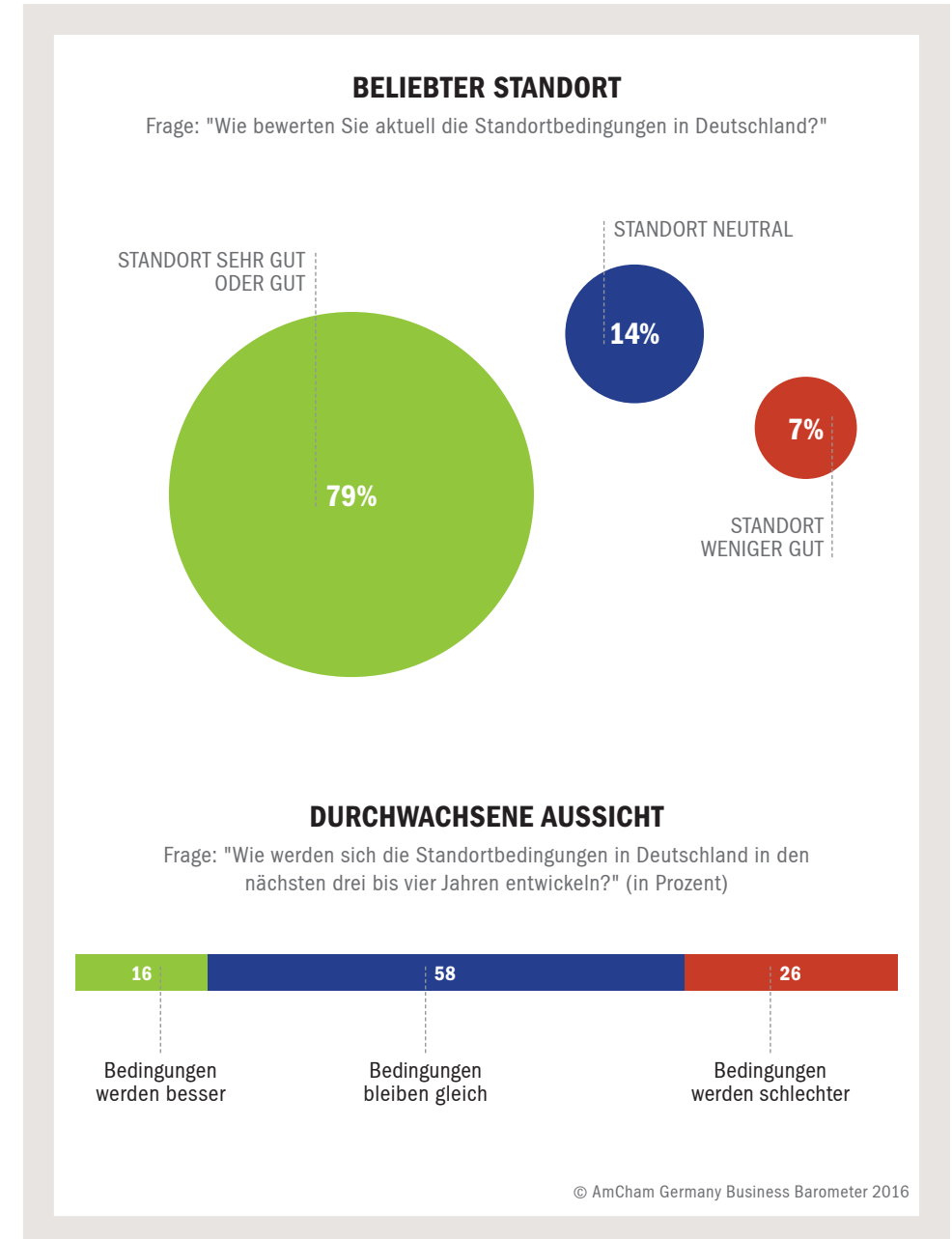
Deutschland ist nach Einschätzung der US-Unternehmen ein hoch angesehener Standort. 79 Prozent der befragten Manager bewerten die Standortbedingungen als "gut" oder "sehr gut" (siehe Grafik rechts oben). Dies ist eine nochmalige Steigerung gegenüber dem bereits hervorragenden Ergebnis von 71 Prozent 2015. Die übrigen Unternehmen betrachten den Standort überwiegend als "neutral". Nur 7 Prozent aller Befragten sind unzufrieden mit dem Standort, doch bewerten auch diese ihn nur als "weniger gut". Niemand schätzt den Standort als "schlecht" ein.

Internationale Studien bestätigen die Einschätzung der US-Investoren. Im "Global Competitiveness Report 2015-2016" des World Economic Forum verbesserte sich Deutschland gegenüber dem Vorjahresreport von Rang 5 auf Rang 4. Vor Deutschland liegen nur die Schweiz, Singapur und die USA. Deutschland wird damit als wettbewerbsstärkstes EU-Land eingeschätzt. Überdurchschnittliche Stärken gegenüber anderen Industrieländern sieht das World Economic Forum vor allem in den Bereichen Infrastruktur, Innovation, Marktgröße, dem makroökonomischen Umfeld und der Einbindung in Wertschöpfungsketten.

Die gute Bewertung Deutschlands ist allerdings kein Selbstläufer. Deutschland muss kontinuierlich an seinen Standortbedingungen arbeiten, um seine Position zu behaupten. Dass dies notwendig ist, zeigen die Antworten der US-Unternehmen auf die Frage, wie sich die

deutschen Standortbedingungen in den kommenden drei bis vier Jahren entwickeln werden. Rund ein Viertel der befragten Manager geht von einer Verschlechterung der Standortbedingungen aus (siehe Grafik rechts unten). Damit hat sich das Stimmungsbild im Vergleich zum Vorjahr zwar etwas verbessert (2015: 34 Prozent), allerdings kann es für den Standort nicht zufriedenstellend sein, wenn so viele Unternehmen Deutschland nicht zutrauen, das Niveau seiner Standortbedingungen zumindest aufrechtzuerhalten.

Natürlich ist Deutschland nicht immun gegen äußerliche Einflüsse, die nur bedingt oder gar nicht steuerbar sind – dies gilt zum Beispiel für die ökonomische Entwicklung wichtiger Handelspartner wie China oder die Entwicklung der Rohstoffpreise. Andere Standortaspekte sind hingegen sehr wohl steuerbar. So ist die deutsche Infrastruktur zwar leistungsfähig, weist aber einen nicht unerheblichen Modernisierungsbedarf auf, zum Beispiel bei Straßen-, Strom- und Breitbandnetzen. Auch kann Deutschland für Gründer noch attraktiver werden. Im aktuellen Report "Ease of Doing Business" der Weltbank liegt Deutschland beim Punkt "Starting a business" nur auf Platz 107 von 189 Ländern. Dabei treiben Gründer oftmals Innovationen voran und eine starke Gründerszene steigert die Attraktivität für Talente und Investoren. Dies sollte auch die deutsche Politik motivieren, beste Rahmenbedingungen für Startups zu schaffen.



Ergebnis 5: Deutschland glänzt mit seinen Fachkräften – Energiekosten und Steuern bleiben problematisch

Deutschlands Standortvorteile sind bekannt. Insofern überrascht es nicht, dass auch in diesem Jahr wieder die gut ausgebildeten Beschäftigten, die engmaschigen Unternehmensnetzwerke, die Qualität der Infrastruktur und die große Kompetenz in Forschung und Entwicklung auf den vorderen Plätzen liegen (siehe Grafik rechts). Äußerst erfreulich ist, dass sich mit Ausnahme des Punktes "Arbeitskosten" die Bewertung aller anderen Standortfaktoren gegenüber dem schon guten Ergebnis aus der letzten Umfrage im Jahr 2015 noch weiter ins Positive verschoben hat.

Bei der Qualität der Mitarbeiter liegt die Zustimmung mit "gut" oder "sehr gut" in diesem Jahr bei 100 Prozent! Deutschlands Fachkräfte sind spitze. Dies liegt nicht zuletzt am guten und differenzierten Bildungssystem in Deutschland, dessen Qualität auch das World Economic Forum zu den Top 10 weltweit zählt. Die Zuliefernetzwerke werden von 93 Prozent der befragten Manager als "gut" oder "sehr gut" bewertet. Hier machen sich zwei Aspekte der deutschen Unternehmenslandschaft bezahlt: Zum einen die vielfältige Ausgestaltung mit zahlreichen mittelständischen Zulieferern, die auf ihrem Gebiet häufig "Hidden Champions" sind. Zum anderen die enge Verknüpfung der deutschen Unternehmen mit ausländischen Partnern.

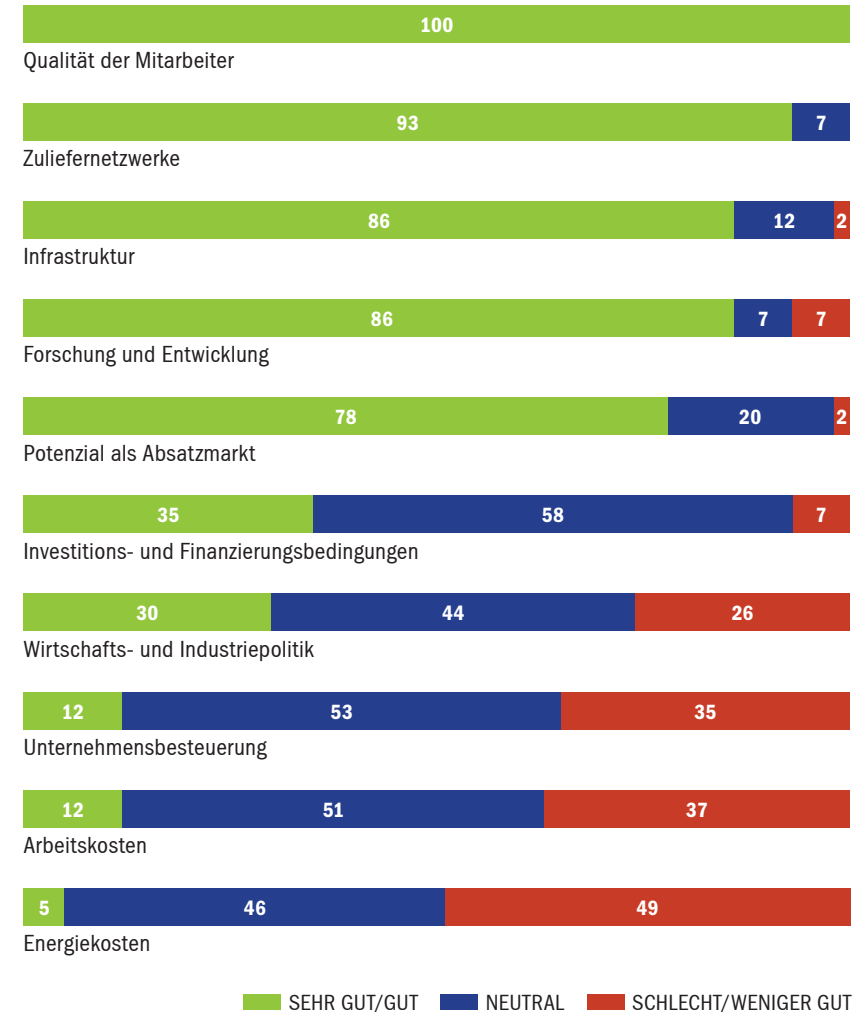
Die Qualität der Infrastruktur bewerten 86 Prozent der Befragten als "gut" oder "sehr gut". Gibt es in der deutschen Infrastruktur zwar den erwähnten Modernisierungsbedarf, liegt das

Ergebnis doch auf einer Linie mit der Einschätzung des World Economic Forum, das die Infrastruktur im weltweiten Vergleich auf einem guten Platz 11 sieht. Die Qualität von Forschung und Entwicklung in Deutschland erfährt ebenfalls eine Zustimmung von 86 Prozent. Die deutschen Stärken basieren hier auf hervorragenden Wissenschaftlern und Entwicklern und der engen Verknüpfung von F&E in Unternehmen mit der F&E in weltweit führenden Forschungsinstituten und Hochschulen. Das Potenzial Deutschlands als Absatzmarkt bewerten 78 Prozent der befragten Manager als positiv – bei einer Bevölkerung von über 80 Millionen Menschen, einer großen Kaufkraft und einer starken Konsumneigung eine nachvollziehbare Einschätzung.

Ein gemischtes Bild ergibt sich bei den Investitions- und Finanzierungsbedingungen sowie der Wirtschafts- und Industriepolitik. Hier betragen die Zustimmungsquoten nur 35 bzw. 30 Prozent. Ein Zeichen an die Politik, hier für Verbesserungen zu sorgen – Reformen dürfen nicht vernachlässigt werden, auch wenn andere Politikfelder im Moment größere Aufmerksamkeit genießen. Unternehmensbesteuerung und Arbeitskosten werden zwar von deutlich mehr Befragten kritisiert als gelobt, die Mehrheit sieht sie jedoch neutral. Ein Problem bleiben die Energiekosten. Fast die Hälfte der Befragten ist damit unzufrieden. In einem Land wie Deutschland, dessen wirtschaftlicher Erfolg entscheidend von der Industrie abhängt, muss Energie bezahlbar bleiben.

DER GROSSE DEUTSCHLAND-CHECK

Frage: "Wie bewerten Sie die Standortfaktoren im Einzelnen?" (in Prozent)



TOPTHEMA DIGITALISIERUNG DER ARBEITSWELT

Im Wandel

Deutschlands Arbeitswelt im digitalen Umbruch. Die Digitalisierung stellt für die Arbeitswelt eine große Herausforderung dar. Nicht nur die Arbeitsumgebung verändert sich durch IT-basierte Abläufe. Mitarbeiter müssen neue Fähigkeiten erwerben und Unternehmen müssen die Veränderungen in ihren Strategien und Maßnahmen widerspiegeln – und das in kurzer Zeit. Die US-Unternehmen fühlen sich in dieser Umbruchphase gut aufgestellt, wenngleich die Vorbereitung der Mitarbeiter noch ausbaufähig ist. Eine Schlüsselrolle kommt der Politik zu, die noch aktiver die Rahmenbedingungen für Arbeit 4.0 treiben muss.

Ergebnis 6: Veränderung, aber kein Verlust von Arbeitsplätzen

Die digitale Transformation hat die Wirtschaft in allen Facetten erfasst. Neben der vergleichsweise einfach durchzuführenden Umstellung von Maschinenprozessen ist auch ein Wandel bei der Organisation der Arbeit und bei den Inhalten der Berufsfelder erforderlich (siehe Grafik rechts oben). In unserer Umfrage betonen 83 Prozent der Befragten, dass neue Ansprüche an die Organisation der Arbeit entstehen, weil mit den Möglichkeiten der

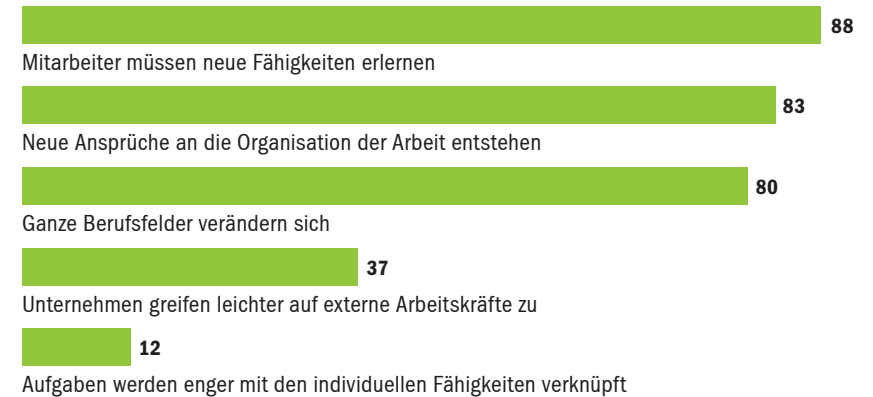
Digitalisierung ein grundlegender kultureller Wandel hin zur Individualisierung einhergeht. 80 Prozent der US-Manager in Deutschland gehen davon aus, dass sich ganze Berufsfelder verändern, weil Prozesse vermehrt automatisiert und IT-basiert werden. Dies ist auch ein wichtiger Hinweis für die Politik: Studiengänge in Fachhochschulen und Universitäten müssen der Veränderung der Berufsfelder ebenso Rechnung tragen wie die duale Ausbildung. Hier gilt es, bei Bedarf Anpassungen durchzuführen und gegebenenfalls auch neue Studiengänge und Ausbildungsberufe zu schaffen.

Die Arbeitswelt erlebt also durch die Digitalisierung selbst eine Transformation. Industrie 4.0 führt auch zu "Arbeiten 4.0", wie es das Bundesministerium für Arbeit und Soziales in einem gleichnamigen Grünbuch beschreibt. 88 Prozent der amerikanischen Unternehmen in Deutschland geben an, dass die Mitarbeiter gefordert sind, neue Fähigkeiten zu erlernen, weil leistungsfähige IT-Systeme, hoch entwickelte Robotik und große Datenmengen zum Arbeitsalltag werden. Bei der Vermittlung dieser Fähigkeiten sind zuerst die Unternehmen selbst in der Pflicht, doch ist auch der Staat gefordert, sie bei dieser Aufgabe zu unterstützen. Dies gilt vor allem für kleine und mittlere Unternehmen, bei denen die Weiterbildungsquote laut dem Grünbuch deutlich niedriger liegt als bei größeren Unternehmen.

Die gute Nachricht: Die Leistungserbringung bleibt nach Einschätzung der großen

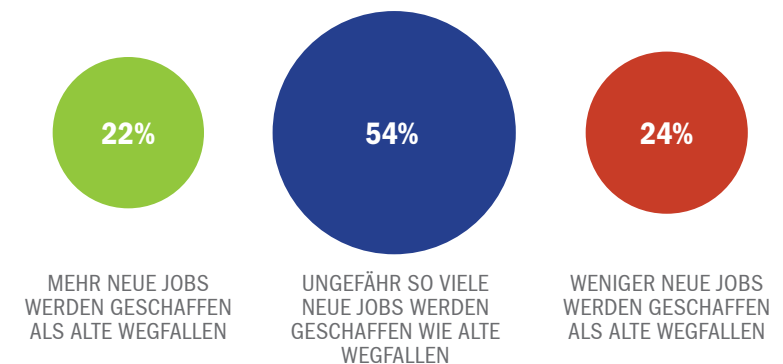
ARBEIT 4.0

Frage: "Neben der Automation der Prozesse und neuen Geschäftsmodellen: Wie verändert die digitale Transformation die Arbeitswelt?" (in Prozent)



DIGITALISIERUNG UND AUTOMATISIERUNG KEINE JOBKILLER

Frage: "Wird die digitale Transformation der Wirtschaft in Deutschland die Tätigkeitsprofile verändern, aber tendenziell mehr neue Jobs schaffen? Oder werden durch die Automatisierung mehr Jobs verloren gehen?"



© AmCham Germany Business Barometer 2016

Mehrheit der US-Unternehmen in Deutschland auch zukünftig vor allem innerhalb des Unternehmens angesiedelt. Nur gut ein Drittel der befragten Manager geht davon aus, dass die Digitalisierung dazu führt, dass Unternehmen leichter auf externe Arbeitskräfte zugreifen, weil Transaktionskosten sinken und immer mehr Tätigkeiten außerhalb des Unternehmens kostengünstiger erbracht werden können. Der vielfach befürchtete Ausverkauf fester Beschäftigungsverhältnisse bleibt aus.

Besonders interessant sind die Antworten auf die Frage, ob durch die Digitalisierung Jobs geschaffen oder abgebaut werden (siehe Grafik Seite 15 unten). Hier halten sich die Meinungen fast die Waage. Mehr als die Hälfte der Befragten geht von einem Nullsummenspiel aus. Auch wenn noch keine endgültige Aussage möglich ist: Wie oft in der Geschichte könnte auch diese technische Revolution zu besseren Jobs führen, ohne das Beschäftigungsniveau zu senken.

Ergebnis 7: Die Strategie zu Arbeit 4.0 steht, die Umsetzung ist noch verbesserungswürdig

Unternehmen haben längst erkannt, dass sie ihre Beschäftigten systematisch fit für die veränderte Arbeitswelt machen müssen. Die US-Investoren in Deutschland gehen diese Herausforderung aktiv an. Gut acht von zehn Unternehmen geben an, eine Strategie für die Weiterentwicklung der Mitarbeiter in einer digitalisierten Arbeitswelt zu haben (siehe Grafik rechts).

Bei der Umsetzung der Strategie zeigt sich ein differenziertes Bild (siehe Grafik rechts). 88 Prozent der Unternehmen sehen sich auf dem Weg zu einem digitalen Unternehmen bei ihren Arbeitsprozessen gut oder sehr gut aufgestellt und 83 Prozent in Hinblick auf einen Managementstil, der eine digitale Unter-

nehmenskultur fördert. Sehr positiv fällt das Urteil auch über die eigene sensibilisierte Personalabteilung (83 Prozent) und die Arbeits- und Prozessorganisation aus (80 Prozent). Fühlen sich immerhin 72 Prozent der US-Unternehmen bei der Rekrutierung von Fachkräften mit digitaler Kompetenz noch gut oder sehr gut aufgestellt, besteht jedoch Nachholbedarf auf der individuellen Arbeiterebene. Nur 62 Prozent der US-Unternehmen schätzen sich hinsichtlich einer diversifizierten Mitarbeiterbasis als gut oder sehr gut vorbereitet ein. Mit Blick auf eine Weiterentwicklung der Fähigkeiten und des Aufgabenbereichs der Mitarbeiter gilt dies sogar nur für 60 Prozent der Befragten.

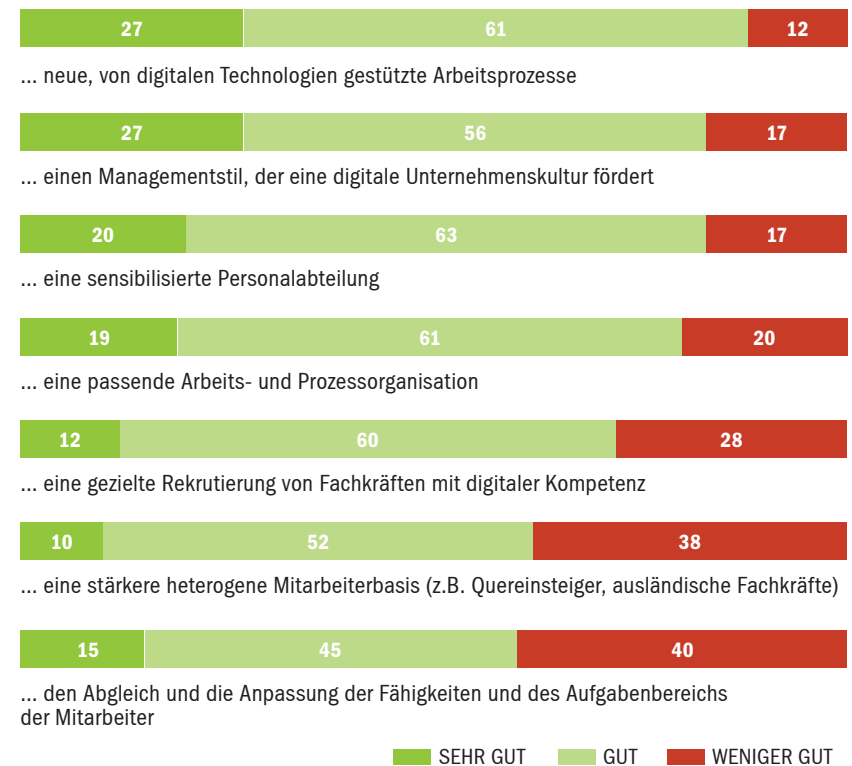
STRATEGIE MEIST VORHANDEN ...

Frage: "Hat Ihr Unternehmen eine Strategie für die Entwicklung der Mitarbeiter in einer digitalisierten Arbeitswelt?" (in Prozent)



... UMSETZUNG DURCHWACHSEN

Frage: "Wie gut vorbereitet ist Ihr Unternehmen auf dem Weg zu einem digitalen Unternehmen mit Blick auf ..." (in Prozent)



Ergebnis 8: Mitarbeiter benötigen dynamische Fähigkeiten

Sind Kenntnisse in Technik und IT die wichtigsten Fähigkeiten und Qualifikationen, die in einem digitalen Unternehmen benötigt werden? Aus unserer Umfrage geht ein klares "Nein" hervor: Die Lernbereitschaft der Mitarbeiter wird mit Abstand am häufigsten genannt. Und auch danach stehen zunächst weitere "Soft Skills" im Vordergrund: Problemlösungskompetenz, Interdisziplinarität und Teamfähigkeit (siehe Grafik rechts). Erst dann folgen nach Meinung der US-Manager in Deutschland technische und IT-Kenntnisse, gleichauf mit Flexibilität. Knapp dahinter liegen Selbständigkeit, Kommunikationsfähigkeit und interkulturelle Fähigkeiten.

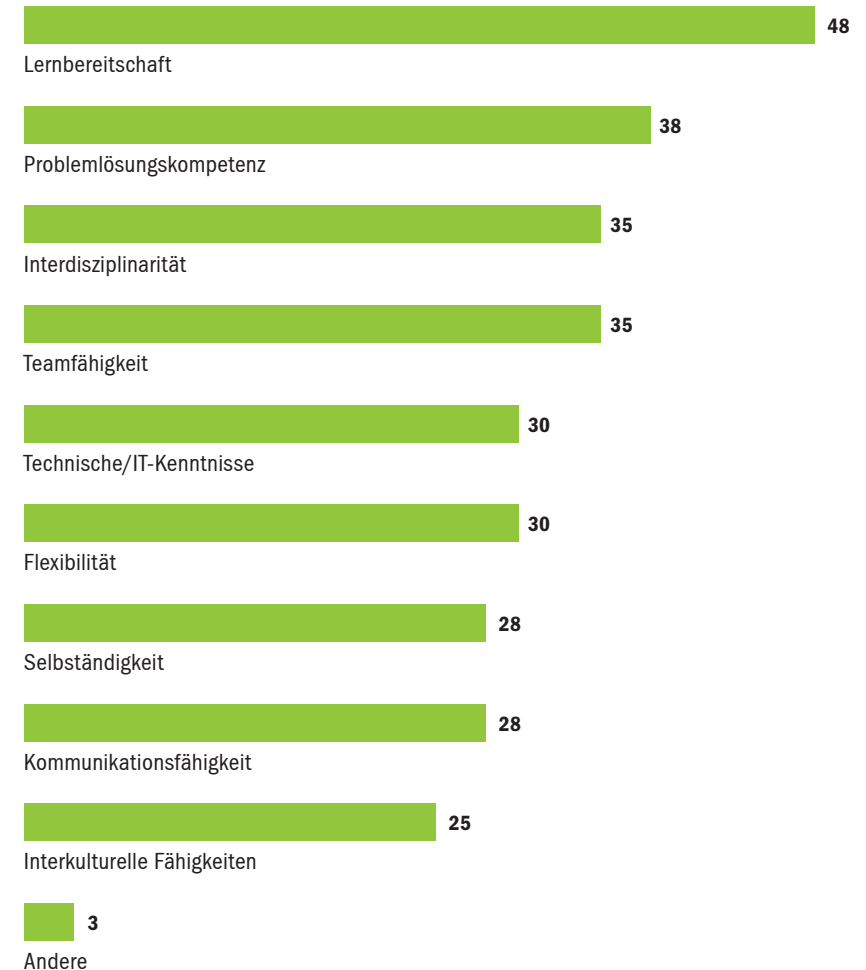
Welche Schlüsse lassen sich aus den Ergebnissen ziehen? Erstens ist klar zu erkennen, dass in digitalen Unternehmen eine große Bandbreite von Fähigkeiten und Qualifikationen erforderlich ist. Mehr als je zuvor ist das Zusammenspiel von Fachkenntnissen und persönlicher Kompetenz gefragt. Die eine, alleine entscheidende Kompetenz gibt es nicht. Zweitens zeigt sich, dass die viel zitierte Vernetzung nicht nur Maschinen und Computer betrifft, sondern auch Menschen. Interdisziplinarität und Teamfähigkeit sind in der digitalen Welt besonders wichtig. Drittens ergibt unsere Umfrage, dass die digitale Transformation die Mitarbeiter kontinuierlich (heraus)fordert. Sie müssen bereit sein, sich immer wieder neue Fähigkeiten anzueignen. Lebenslanges Lernen erfährt durch die Digitalisierung einen neuen Schub.

Unsere Umfrage bestätigt damit Erkenntnisse aus der Wissenschaft zur Leistungsfähigkeit von Unternehmen. In der wissenschaftlichen Diskussion werden solchen Unternehmen die höchsten Erfolgspotenziale zugesprochen, deren Mitarbeiter über dynamische Fähigkeiten verfügen, das heißt über eine hohe Anpassungsfähigkeit an sich verändernde Rahmenbedingungen. Ein Unternehmen mit lernbereiten und flexiblen Mitarbeitern kann Krisen leichter bewältigen und Chancen deutlich schneller nutzen als ein Unternehmen, dessen Beschäftigte Veränderungen eher ablehnen.

Das Gute ist: Unternehmen können die Lernbereitschaft und Flexibilität fördern. Hierzu bedarf es vor allem einer entsprechenden Unternehmenskultur, die Bereitschaft zur Veränderung und kreatives Handeln belohnt, und Führungskräften, die diesen Anspruch verinnerlicht haben.

LERNBEREITSCHAFT SCHLÄGT TECHNIK- UND IT-KENNTNISSE

Frage: "Welche Fähigkeiten und Qualifikationen werden in einem digitalen Unternehmen besonders benötigt?" (in Prozent)



© AmCham Germany Business Barometer 2016

Ergebnis 9: Die Bundesregierung muss Arbeit 4.0 aktiv fördern

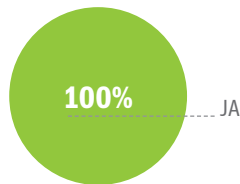
Das Vertrauen der US-Investoren, dass Deutschland die digitale Transformation auch im Bereich der Arbeit gelingt, ist groß. Alle befragten Manager bejahen diese Frage. Gleichzeitig wird die Politik von den Unternehmen aufgefordert, die Entwicklung stärker zu treiben. Fast drei Viertel der Befragten sehen die Bundesregierung in der Pflicht, den Prozess hin zu Arbeit 4.0 noch stärker politisch zu gestalten. Knapp ein Viertel betont sogar, dass die Bundesregierung die Auswirkungen der digitalen Transformation auf die Arbeitswelt noch nicht hinreichend erkannt hat. Diese Einschätzung erlangt besondere Brisanz vor dem Hintergrund, dass 84 Prozent

der Befragten davon ausgehen, dass sich der Fachkräftemangel in den nächsten zehn Jahren verschärfen wird und die Digitalisierung dabei eine Rolle spielt (siehe Grafik rechts unten).

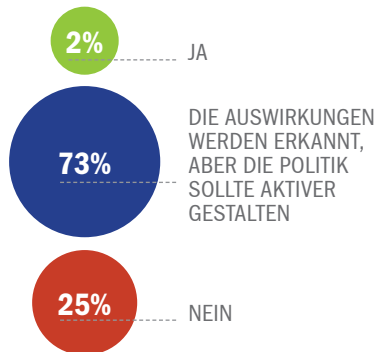
Um die deutsche Arbeitswelt zukunftsfest zu machen, stehen die Förderung von Gründertum und die Vereinfachung von Arbeits- und Aufenthaltsgenehmigungen für hoch qualifizierte ausländische Fachkräfte ganz oben auf der Wunschliste der US-Investoren (siehe Grafik rechts). Auf beiden Feldern bieten die USA den Unternehmen sehr gute Rahmenbedingungen. US-Firmen können also gut beurteilen, welches Potenzial hier in Deutschland noch schlummert.

DIE POLITIK IST GEFORDERT ...

Frage: "Wird Deutschland die Herausforderungen von Arbeit 4.0 bewältigen?"



Frage: "Trägt die Bundespolitik den Herausforderungen von Arbeit 4.0 Rechnung?"

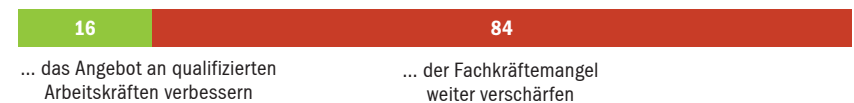


... DIE RAHMENBEDINGUNGEN ZU VERBESSERN

Frage: "Welche Maßnahmen sollte die deutsche Politik ergreifen, um die Arbeitswelt zukunftsfest zu machen?" (in Prozent)



Frage: "Wägt man die Digitalisierung mit dem demografischen Wandel und der Einwanderung ab, wird sich auf dem deutschen Arbeitsmarkt in den nächsten zehn Jahren ..." (in Prozent)



ZUR STUDIE

Das AmCham Germany Business Barometer ist eine exklusive Umfrage unter US-Investoren in Deutschland. Es liefert seit 13 Jahren eine fundierte Analyse zur Stimmungslage und bietet einen Überblick über die Einschätzungen und Perspektiven zum Wirtschaftsstandort.

Der Online-Fragebogen geht an alle Mitgliedsfirmen der AmCham Germany mit amerikanischem Kapital in Deutschland. Zum Kreis der Befragten gehören auch die TOP 50 umsatzstärksten US-Unternehmen am Standort Deutschland (siehe rechte Seite).

Am diesjährigen AmCham Germany Business Barometer haben 48 Unternehmen teilgenommen. Sie stehen für einen Jahresumsatz in Deutschland von knapp 90 Milliarden Euro und beschäftigen hierzulande rund 230.000 Mitarbeiter. Die Umfrage fand im Februar 2016 statt.

Die Kernergebnisse des 13. AmCham Germany Business Barometers als Podcast:



Alle bisherigen AmCham Germany Business Barometer finden Sie unter
<http://www.amcham.de/publications/>

→ HERZLICHEN DANK AN ALLE, DIE DAS DIESJÄHRIGE AMCHAM GERMANY BUSINESS BAROMETER UNTERSTÜTZT HABEN!

Die TOP 50 umsatzstärksten US-Unternehmen in Deutschland

Ford-Werke GmbH	Unitymedia GmbH
Opel Group GmbH	Celanese GmbH
ExxonMobil Central Europe Holding GmbH	Caterpillar Gruppe
Amazon.de	Coca-Cola Deutschland
Phillips 66	Johnson & Johnson Gruppe
IBM Gruppe	Lear Corporation
Hewlett-Packard	Mars GmbH
Philip Morris GmbH (PMG)	Pfizer Deutschland
Apple	Goodyear Dunlop Tires Germany
GE Germany	eBay
Ingram Micro	Nike Deutschland
Dow Deutschland	EATON Gruppe
John Deere GmbH & Co. KG	Ball Packaging Europe
Microsoft Deutschland	AGCO GmbH
Johnson Controls	MSD SHARP & DOHME GMBH
McDonald's Deutschland Inc.	United Technologies Corporation
Procter & Gamble Germany	Dell
Cargill Gruppe	Texas Instruments Deutschland
Intel	DuPont
TRW Automotive Deutsche Gruppe	TE Connectivity Germany GmbH
3M Deutschland GmbH	United Parcel Service
Arrow Central Europe GmbH	Deutschland Inc. & Co. OHG
Douglas Holding AG	Federal-Mogul
Google Germany	Oracle
Mondelez Deutschland	Honeywell Deutschland Holding GmbH
	Parker Hannifin GmbH

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE IN GERMANY

Die American Chamber of Commerce in Germany (AmCham Germany) fördert die globalen Handelsbeziehungen, die auf dem starken Fundament der deutsch-amerikanischen Partnerschaft stehen. Dabei unterstützen und fördern wir aktiv die Interessen unserer Mitglieder durch unser Netzwerk in Wirtschaft, Politik und den AmChams weltweit. AmCham Germany ermöglicht interkulturelles Verständnis, Zusammenarbeit und neue Investitionen durch die Grundsätze eines transparenten Dialogs, freien Handels und eines wettbewerbsfähigen und offenen Wirtschaftsklimas.

Wir setzen die relevanten Themen

Als Vertreter ausländischer Investoren in Deutschland ist AmCham Germany in den Medien eine viel beachtete Stimme und anerkannter Gesprächspartner auf allen Ebenen der Regierungen und Parlamente in Berlin, Brüssel und Washington.

Wir bieten besten Service

AmCham Germany ist für ihre Mitglieder ein hoch spezialisierter Serviceprovider. Ihre Kernkompetenz umfasst Fragestellungen rund um das transatlantische Geschäft. Als Experte im deutsch-amerikanischen Wirtschaftsgeschehen berät AmCham Germany ihre Mitglieder "how to do business". Spezialseminare dienen der gezielten Weiterbildung.

Wir vernetzen weltweit

Die Mitgliedsunternehmen von AmCham Germany bilden ein umfassendes und vielschichtiges Kontaktpotenzial. Jeder kann mit jedem direkt kommunizieren, auch auf Führungsebene. Mitglieder der AmCham Germany können auch leicht Kontakte zu den Mitgliedern der etwa 110 anderen amerikanischen Handelskammern in aller Welt knüpfen.

→ WWW.AMCHAM.DE

BOARD OF DIRECTORS

HONORARY PRESIDENTS

John B. Emerson,
US Ambassador to the
Federal Republic of Germany

Fred B. Irwin

PRESIDENT

Bernhard Mattes, Ford-Werke GmbH

EXECUTIVE VICE PRESIDENT

Frank Riemensperger,
Accenture

TREASURER

Armin W. H. Slotta,
PricewaterhouseCoopers AG

VICE PRESIDENTS

Isabel Hochgesand,
Procter & Gamble Germany GmbH

David Knower,
Cerberus Deutschland GmbH

Dr. Lutz R. Raettig,
Morgan Stanley Bank AG

Dr. Rob Smith, AGCO Corporation

Frank Sportolari,
United Parcel Service Deutschland
Inc. & Co. OHG

Nicholas R. Teller,
E.R. Capital Holding GmbH & Cie. KG

DIRECTORS

Marcus Almeling,
McDonald's Germany

Dr. Wolfgang Bernhard,
Daimler AG

Dr. Peter Blauwhoff,
Deutsche Shell Holding GmbH

Roland Boekhout, ING-DiBa AG

Bianca Bourbon, Coca-Cola GmbH

Matthias Borst,
Becton Dickinson GmbH

Reinhard Clemens,
Deutsche Telekom AG

Dr. Marijn Dekkers, Bayer AG

Dr. Thomas Enders,
Airbus Group N.V.

Dr. Hans-Ulrich Engel, BASF SE

Stefan Fröhlich,
Deloitte & Touche GmbH

Dr. Jürgen W. Gromer,
Marvell Switzerland Sàrl

Dipl.-Kffr. Helga Haub,
Unternehmensgruppe Tengelmann

Dr. Mark C. Hilgard,
Mayer Brown LLP

Dr. Willem Huisman,
Dow Deutschland Inc.

Dr. Donatus Kaufmann,
ThyssenKrupp AG

Stacey Kennedy,
Philip Morris GmbH

Roland Koch

Ivo Körner,
IBM Deutschland GmbH

Ambassador John C. Kornblum,
Noerr LLP

Dipl.-Finw. Hans Herbert Krebühl,
ExxonMobil Central Europe
Holding GmbH

Wolf Lichtenstein,
SAS Institute GmbH

Dr. Alwin Mahler,
Google Germany GmbH

Heiko Meyer, Hewlett-Packard GmbH

Dr. Karl-Thomas Neumann,
Adam Opel AG

Jo van Onsem, Xerox GmbH

Dr. Andreas Penk,
Pfizer Deutschland GmbH

Dr.-Ing. Heinz Pfannschmidt,
INVERTO AG

Hanspeter Quodt,
MSD SHARP & DOHME GMBH

Jay Ralph, Allianz SE

Prof. Stephan Reimelt,
GE Energy Germany

Ulrich W. Reinholdt,
AIG Europe Limited

Michael Reuther, Commerzbank AG

Gordon Riske, KION GROUP GmbH

Dr. Jörg Rockenhäuser,
Permira Beteiligungsberatung GmbH

Kasper Rorsted,
Henkel AG & Co. KGaA

Dr. Sylvia Rothblum,
Warner Bros. Entertainment GmbH

Andreas Schmitz,
HSBC Trinkaus & Burkhardt AG

Dr. Ulf Mark Schneider,
Fresenius Group

Michael Schreyögg,
MTU Aero Engines AG

Rudolf Martin Siegers,
Siemens AG

Han Steutel, Bristol-Myers Squibb
GmbH & Co. KGaA

Karl-Heinz Streibich, Software AG

Alexander Stüger,
Microsoft Deutschland GmbH

Simone Thomsen,
Lilly Deutschland GmbH

Dr. Wolfram Tietscher,
Texas Instruments Deutschland GmbH

GENERAL MANAGER

Dipl.-Kfm. Andreas L. J. Povel,
American Chamber of Commerce
in Germany e. V.

NOMINATIONS COMMITTEE CHAIRMAN

Dr. Lutz R. Raettig,
Morgan Stanley Bank AG

ROLAND BERGER

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige weltweit führende Unternehmensberatung mit europäischer Herkunft und deutschen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 36 Ländern sind wir in den global wichtigsten Märkten erfolgreich aktiv. Unsere 50 Büros befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit.

Roland Berger berät international führende Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie öffentliche Institutionen. Unser Beratungsangebot umfasst die gesamte Bandbreite – von der Strategieberatung bis zur erfolgreichen Umsetzung. Dazu zählen u.a. neue Führungs- und Geschäftsmodelle, innovative Prozesse und Services, Mergers & Acquisitions, Private Equity und Restrukturierungsprojekte sowie die Unterstützung beim Management von großen Infrastrukturprojekten.

Unsere Firma steht im ausschließlichen Eigentum von rund 220 Partnern. Wir teilen die Überzeugung, dass unsere Unabhängigkeit die Voraussetzung für eine unvoreingenommene Beratung unserer Klienten ist. Alle Mitarbeiter von Roland Berger sind unseren drei Unternehmenswerten verpflichtet:

Entrepreneurship – Wir denken und handeln wie Unternehmer und bieten kreative und pragmatische Lösungen.

Excellence – Wir liefern exzellente Ergebnisse und entwickeln weltweit vorbildliche Ansätze. So schaffen wir messbar und nachhaltig Wert für unsere Klienten.

Empathy – Wir sind verständnisvolle und verantwortungsbewusste Berater und tragen zum Wohl der Allgemeinheit bei.

→ WWW.ROLANDBERGER.COM

AmCham Germany

Dipl.-Kfm. Andreas L. J. Povel
General Manager
Börsenplatz 7-11
60313 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 929104-0
Fax +49 69 929104-11
E-Mail: presse@amcham.de
www.amcham.de

Roland Berger GmbH

Klaus Fuest,
Dr. Christian Krys
Sederanger 1
80538 München

Tel. +49 89 9230-0
Fax +49 89 9230-8202
E-Mail: press@rolandberger.com
www.rolandberger.com