

Düsseldorf, 28. Juli 2008

US-Dollarschwäche birgt Chancen für den Einkauf

A.T. Kearney untersucht Auswirkung der US-Dollarschwäche auf deutsche Unternehmen und Potenziale für die Optimierung der Materialkosten – Erhöhung der Einkaufsquote in US-Dollar gleicht Währungsrisiken aus - Schwellenländer mit stark abgewerteten Währungen attraktive Beschaffungsmärkte

Die Hälfte der deutschen Unternehmen nutzt das Potenzial der aktuellen US-Dollarschwäche bislang noch nicht für ihren Einkauf. Dabei können insbesondere exportorientierte Unternehmen von der US-Dollarschwäche langfristig profitieren und sich durch eine Erhöhung der Einkaufsquote im US-Dollarraum gegen Währungsrisiken absichern. Nicht zwingend bietet sich aufgrund der hohen Faktorkosten der Einkauf in den USA an. Insbesondere die an den US-Dollar gekoppelten lateinamerikanischen Länder, der Nahe Osten, die GUS-Staaten sowie einige südostasiatische Länder wie Malaysia und Vietnam stellen für deutsche Unternehmen attraktivere Beschaffungsmärkte dar. Dies geht aus einer aktuellen Untersuchung der Top-Managementberatung A.T. Kearney hervor, an der branchenübergreifend 200 Vorstandsvorsitzende und Geschäftsführer deutscher Unternehmen teilgenommen haben.

Für einen Großteil der deutschen Unternehmen haben Exporte in den US-Dollarraum eine hohe Bedeutung: 59 Prozent der für die Untersuchung von A.T. Kearney befragten Unternehmen gaben an, von Exporten in den US-Dollarraum abhängig zu sein. 54 Prozent dieser Unternehmen kaufen der Befragung zufolge aber kaum im US-Dollarraum ein. Für diese Unternehmen bedeutet die Abwertung des US-Dollars gegenüber dem Euro von über 30 Prozent in den letzten zwei Jahren eine signifikante Belastung ihres Ergebnisses.

„Die meisten exportorientierten Unternehmen sind derzeit einem sehr hohen Währungsrisiko ausgesetzt“, so Dr. Christian Schuh, Partner bei A.T. Kearney und Autor der Studie. „Finanzielle Hedginginstrumente, bei dem sich Unternehmen beispielsweise mit Optionen gegen Wechselkursschwankungen absichern, wirken nur kurz- bis mittelfristig und müssen mit hohen Prämien erkaufte werden. Langfristig ist es sinnvoller, Währungsrisiken durch natürliches Hedging – also durch einen Ausgleich von Ausgaben und Einnahmen in US-Dollar – zu beherrschen.“

„Die Erhöhung des in US-Dollar eingekauften Volumens ist im Vergleich zu anderen Möglichkeiten des natürlichen Hedging – wie der Aufbau einer eigenen Produktionsstätte – relativ einfach durchzuführen“, ergänzt Ramón Romero Pérez, Berater bei A.T. Kearney und Co-Autor der Studie.

Die Hauptgründe, weswegen wenige Unternehmen trotz des niedrigen Währungskurses im US-Dollarraum einkaufen, sehen die befragten Unternehmen in den bestehenden Rahmenbedingungen wie unterschiedlichen technischen Normen und Zöllen (48 Prozent). Trotz aller kulturellen Unterschiede stehen die befragten Unternehmen einer Zusammenarbeit mit Lieferanten im US-Dollarraum grundsätzlich positiv gegenüber. Mehr als zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) stellen die Kompetenz der Lieferanten im US-Dollarraum nicht in Frage und drei Viertel der Unternehmen sehen mangelndes eigenes Know-how nicht als eine Hürde für Einkaufen im US-Dollarraum an.

„Einkauf im US-Dollarraum heißt aber nicht zwingend Einkauf in den USA“, erläutert Schuh. „Die USA sind trotz der günstigen Währung kein Niedrigkostenland.“ Die USA haben weiterhin relativ hohe Faktorkosten. Insbesondere arbeitsintensive Produkte können den Währungsvorteil durch Transportkosten und Versicherungen schnell verlieren. Alternativen zu den USA sind insbesondere Länder, deren Währungen eng an den US-Dollar gekoppelt sind und gleichzeitig niedrige Faktorkosten haben. „Mexiko, Argentinien, Weißrussland, die Golfstaaten, Vietnam und Malaysia sind unter dem Hedging-Gesichtspunkt als Beschaffungsmarkt für Unternehmen besonders attraktiv“, so Romero Pérez.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney verbindet als eines der weltweit größten Top-Management-Beratungsunternehmen strategische Weitsicht mit operativer Erfahrung. Entscheider in Großkonzernen ebenso wie in mittelständischen Unternehmen aller Wirtschaftszweige sowie im öffentlichen Sektor nutzen unsere internationalen Beraterteams, um gemeinsam mit uns ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu steigern. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute mehr als 2.500 Mitarbeiter in über 33 Ländern der Welt. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.atkearney.de.

Kontakt für die Presse

Stefanie Hauck
Marketing & Communications
A.T. Kearney GmbH
Kaistraße 16A
D-40221 Düsseldorf
Tel: +49-211-1377 2273
Fax: +49-211-1377 2990
E-mail stefanie.hauck@atkearney.com