



Schöpferische Zerstörung

„Und wer ein Schöpfer sein muß im Guten und Bösen: wahrlich, der muß ein Vernichter erst sein und Werte zerbrechen“, schrieb Friedrich Nietzsche in Zarathustra. Josef Schumpeter entwickelte die Theorie der kreativen Zerstörung weiter, sodass sie heute für die Fähigkeit von Unternehmen als auch von Wirtschaftsräumen zur Erlangung von Innovationen und technisch-wirtschaftlichem Fortschritt steht.

Denn wie der geneigte Leser weiß, wirtschaftliche Entwicklungen folgen einem stetigen Auf und Ab. 2006 fuhren die 500 größten europäischen Unternehmen einen Gewinn von ca. 591 Milliarden Euro ein und steigerten ihre Überschüsse seit den Krisenjahren 2001/2002 um mehr als 700 Prozent. Europa lag knapp vor den USA. Doch das Blatt wendete sich 2008 und 2014 liegen die europäischen Firmen mit einem Gewinn von 377 Milliarden Euro weit hinter den 588 Milliarden der amerikanischen Wettbewerber. Doch das Blatt wendet sich, mal wieder! Die europäischen Unternehmen veröffentlichten im ersten und zweiten Quartal 2015 starke Umsatz- und Gewinnzahlen. Daimler etwa erhöht den Nettogewinn im ersten Quartal um 79 Prozent, VW um 25 Prozent. Der Trend zieht sich durch alle europäischen Länder und Branchen.

Was war passiert? Nachdem die USA in den letzten fünf Jahren aufgrund der hohen Ölpreise und dem schwachen US-Dollar eine fulminante Entwicklung hinlegten – und Europa weit hinter sich gelassen hatten –, lastet jetzt die Bürde des starken US-Dollars auf Ihren Schultern. Der Anstieg der Heimatwährung hat negative Auswirkungen auf die Zahlen der großen Unternehmen, für die das internationale Geschäft nicht mehr die Umsatzzahlen garantiert, wie sie es in der letzten Zeit sonst immer getan hatten. Zwar belaufen sich die

Nettogewinne im ersten Halbjahr bereits auf 350 Milliarden Euro aber der Trend ist gegenüber dem Vorjahr negativ.

Des einen Leid ist des anderen Freud... Im Umkehrschluss lässt sich also sagen: Die großen Unternehmen in Europa profitieren von der aktuellen Schwäche der Eurozone und kurbeln ihr Auslandsgeschäft mächtig an. Die allmähliche Erholung nach der Immobilienkrise und die Halbierung des Ölpreises führen zu Entlastungen bei Unternehmen und Verbrauchern. Es werden mehr Investitionen getätigt. Der Einzelhandel verzeichnet ein Umsatzplus von 3 Prozent. Dass Spanien nach langen, schwierigen Jahren und nach vielen Reformen mit einem Wirtschaftswachstum von 3% zu dem Aufschwung beiträgt, ist eine gute Nachricht. So gibt es aus dem krisengeschüttelten Europa auch mal etwas Erfreuliches zu berichten.