

Factsheet zur Studie

Zukunftsmärkte und Wachstumssegmente von morgen

Fokus Indonesien

Als viertbevölkerungsreichstes Land weltweit zählt Indonesien zu den aufstrebenden Potenzialländern, die bisher noch nicht im Fokus des deutschen Exportsektors stehen.



Quelle: © AdobeStock_MH

© Prognos 2021



Als viertbevölkerungsreichstes Land weltweit zählt Indonesien zu den aufstrebenden Potenzialländern, die bisher noch nicht im Fokus des deutschen Exportsektors stehen. Das Land ist Mitglied im Verband Südostasiatischer Nationen (ASEAN), einem Verband von zehn Südostasiatischen Ländern, und damit auch Teil der ASEAN-Freizone und ebenso Mitglied des kürzlich abgeschlossenen RCEP-Abkommens. Die **politischen Rahmenbedingungen** sind in der jungen Demokratie, die 1998 auf die Suharto-Diktatur folgte, mittlerweile stabil (Auswärtiges Amt 2021a). Seit 2014 steht Präsident Joko Widodo an der Regierungsspitze. Zu den Kernthemen seiner Präsidentschaft hat er die Infrastrukturentwicklung Indonesiens sowie eine Abkehr von einer zentral gelenkten Wirtschaft hin zu einem stärker marktorientierten System erklärt. In dem im Jahr 2020 veröffentlichten Fünf-Jahres-Entwicklungsplan sind über 40 Großbauprojekte enthalten, darunter der Bau einer neuen Hauptstadt im Südosten der Insel Borneo. Bis 2024 soll auf zuvor unbebautem Gebiet die neue Hauptstadt entstehen, um die Metropolregion rund um die jetzige Hauptstadt Jakarta zu entlasten. Die Finanzierung dieser Projekte gestaltet sich aufgrund der schlechten Investitionsbedingungen allerdings als schwierig. Die kürzlich durchgeführte Reform des Arbeits- und Investitionsrechts – das „Omnibus“-Gesetz – soll die Investitionsbedingungen verbessern und den Weg für mehr Auslandsinvestitionen ebnen.

Bei der Bewertung der **institutionellen Rahmenbedingungen** für die Wettbewerbsfähigkeit und die Geschäftsfreundlichkeit ergibt sich in Indonesien ein gemischtes Bild. So liegt Indonesien im *Ease of Doing Business Index* auf Platz 73 (World Bank 2020). Damit schneidet das Land knapp besser ab als der Durchschnitt der ASEAN-Staaten. Gleichwohl hat sich während der Präsidentschaft von Widodo in den vergangenen sieben Jahren die Geschäftsfreundlichkeit stark verbessert. Indonesien konnte in diesem Zeitraum 47 Ränge gutmachen. Auch beim *Global Competitiveness Index* liegt Indonesien knapp über dem ASEAN-Durchschnitt auf Rang 50 (World Economic Forum 2019). Die Marktgröße, die anhaltende makroökonomische Stabilität und die dynamische Unternehmenskultur zählen zu den Stärken des Wirtschaftsstandortes Indonesien. Gleichzeitig bremsen das niedrige Bildungsniveau, die verbesserungswürdige Verkehrs- und Energieinfrastruktur und die hohe Arbeitslosigkeit die wirtschaftliche Entwicklung des Landes.

Bereits im Jahr 2016 haben Indonesien und die Europäische Union Gespräche über ein Freihandelsabkommen begonnen, jedoch konnten die Verhandlungen bisher nicht abgeschlossen werden. Somit richten sich die **außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen** beim Handel mit Indonesien derzeit noch nach dem 2014 in Kraft getretenen Rahmenabkommen über eine umfas-

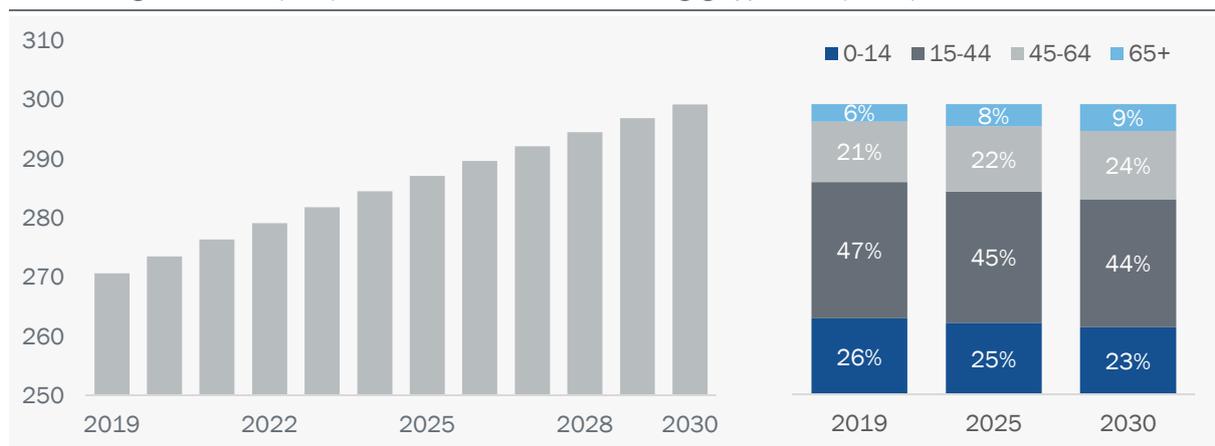
sende Partnerschaft und Zusammenarbeit (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2021). Es war das erste Abkommen der Europäischen Union dieser Art mit einem ASEAN-Staat. Offene Themen bei den Verhandlungen zum Freihandelsabkommen sind z. B. der Marktzugang für bestimmte Waren wie Palmöl. Palmöl stellt das wichtigste Exportgut Indonesiens dar, die Europäische Union möchte den Handel mit Palmöl – begründet mit dem Schutz des Regenwaldes – jedoch strenger regulieren. Mit einem Anteil von 0,3 Prozent am gesamten deutschen Handelsvolumen liegt Indonesien 2020 auf Rang 48 der deutschen Handelspartner.

Indonesien macht mehr als ein Drittel der Wirtschaftsleistung der ASEAN-Region aus. Zudem ist die Wirtschaft in den vergangenen Jahren zwischen 2010 und 2019 mit durchschnittlich 5,3 Prozent dynamisch gewachsen. Künftig kann Indonesien an das hohe **Wirtschaftswachstum** der vergangenen Jahre nicht ganz anknüpfen. Wir erwarten, dass sich die Wachstumsrate bis zum Jahr 2030 auf durchschnittlich 3,6 Prozent p. a. abflachen wird. Der indonesische Offenheitsgrad – also die Relation zwischen der Summe aus Exporten und Importen und dem Bruttoinlandsprodukt liegt mit 38 Prozent im Jahr 2019 im internationalen Vergleich auf einem mittleren Niveau. Indonesien ist damit im Vergleich zu anderen Ländern der ASEAN-Region unterdurchschnittlich stark in den Welthandel integriert. Zu den Hauptexportprodukten zählen vor allem natürliche Rohstoffe wie das erwähnte Palmöl und weitere Agrarprodukte. Beim Außenhandel erwarten wir, dass er über die kommende Dekade mit einem Anstieg der Exporte um durchschnittlich 4,6 Prozent p. a. und der Importe um 3,6 Prozent p. a. anziehen wird. Damit entwickelt sich der indonesische Außenhandel stärker als der Durchschnitt der Schwellenländer.

Indonesien verfügt mit 271 Millionen Menschen im Jahr 2019 über die viertgrößte Bevölkerung der Welt und zudem über eine relativ **junge Bevölkerungsstruktur** (Abbildung 1). In den kommenden Jahren wird die Zahl der Personen im erwerbsfähigen Alter weiter ansteigen. Die junge und wachsende Bevölkerung führt zu einem weiter steigenden Arbeitsangebot. Vorausgesetzt, dass eine erfolgreiche Integration in den Arbeitsmarkt gelingt, werden so Wachstumsimpulse durch zusätzlichen privaten Konsum gesetzt.

Abbildung 1: Indonesien ist der bevölkerungsreichste ASEAN-Staat mit junger Bevölkerung

Bevölkerungszahl in Mio. (links) und Anteile einzelner Bevölkerungsgruppen in % (rechts)



Quelle: VIEW.

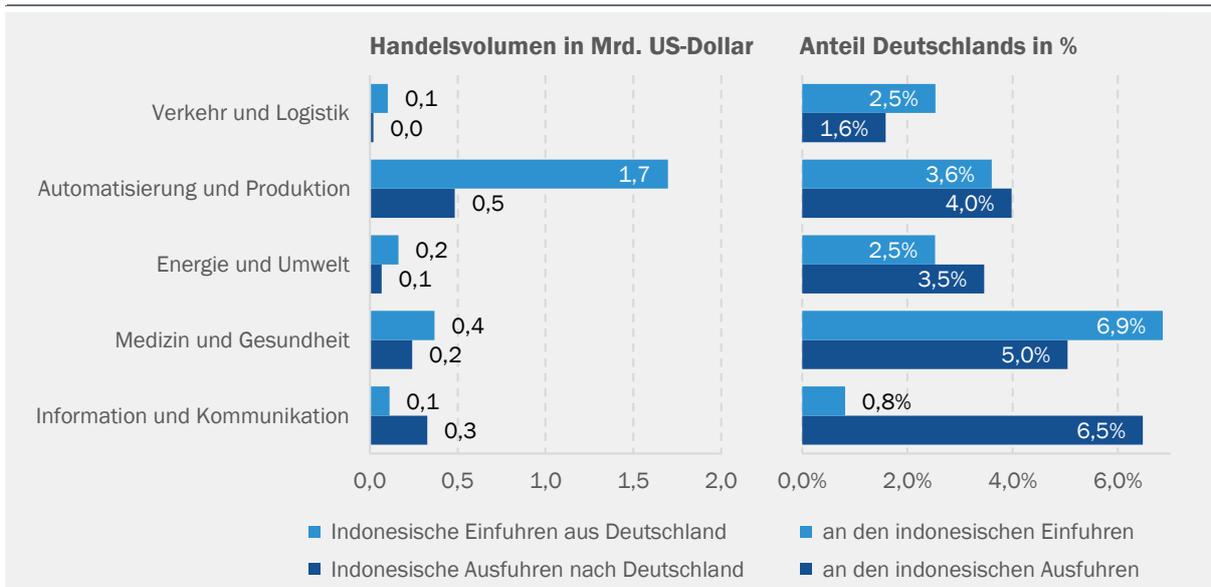
© Prognos 2021

Für die Unternehmen aus den einzelnen **Kompetenzfeldern** besteht im Handel mit Indonesien ein großes Wachstumspotenzial. Insgesamt weist Deutschland beim bilateralen Handel einen hohen Exportüberschuss auf. Das deutsch-indonesische Handelsvolumen liegt im Bereich der

Kompetenzfelder bei rund 4 Milliarden US-Dollar. Fast die Hälfte davon entfällt auf das Kompetenzfeld Automatisierung und Produktion (Abbildung 2, linkes Diagramm). Hier bezieht Indonesien knapp 4 Prozent seiner Einfuhren aus Deutschland (Abbildung 2, rechtes Diagramm). Einen relativ hohen Marktanteil weist Deutschland mit knapp 7 Prozent bei indonesischen Einfuhren im Bereich Medizin und Gesundheit auf. Nur im Kompetenzfeld Information und Kommunikation zeigt Deutschland einen Einfuhrüberschuss mit Indonesien.

Abbildung 2: Indonesien bezieht vor allem Automationstechnik aus Deutschland

Indonesische Ein- und Ausfuhr von und nach Deutschland im Bereich der Kompetenzfelder, 2019, in Mrd. USD



Quelle: Comtrade, eigene Berechnungen.

© Prognos 2021



MEDIZIN & GESUNDHEIT

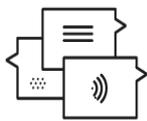
Für mittelfränkische Exporteure aus dem Kompetenzfeld **Medizin und Gesundheit** stellt Indonesien potenziell einen insgesamt stark wachsenden Absatzmarkt dar. Über die vergangenen Jahre wurde der Gesundheitssektor deutlich ausgebaut, durchschnittlich wurden zwei Krankenhäuser je Woche eröffnet und im Jahr 2014 die allgemeine Krankenversicherung eingeführt. Dieser Trend wird sich künftig fortsetzen. Die Bevölkerung wächst bei steigender Lebenserwartung weiter, zudem geht das wirtschaftliche Wachstum mit einer Zunahme von Zivilisationskrankheiten einher. Das äußert sich auch darin, dass derzeit etwa 10 Prozent der Bevölkerung Diabetes haben (GTAI 2021). Gehemmt wird das Wachstum des Gesundheitssektors nach wie vor durch das geringe gesellschaftliche Vertrauen in das indonesische Gesundheitssystem. Das zeigt sich etwa in einem starken Medizintourismus nach Malaysia und Singapur. Dennoch werden die indonesischen Ausgaben für Gesundheit bis zum Jahr 2030 um 3,8 Prozent p. a. wachsen, und damit schneller als die Gesamtwirtschaft. Gegenwärtig profitieren chinesische Exporteure von diesem Wachstum am stärksten: Rund 30 Prozent aller Einfuhren im Bereich Medizin und Gesundheit stammen aus China. Deutschland ist nach China und den USA der dritt wichtigste Lieferant. Ein großer Teil der Einfuhren entfällt dabei auf Vorleistungsprodukte für die Pharmabranche, eine der wenigen inländischen Branchen mit hohen Forschungsausgaben. Auch diese Vorleistungsprodukte stammen mehrheitlich aus China. Gegenwärtig wird zudem fast die gesamte im Land eingesetzte Medizintechnik importiert. In den letzten Jahren war hier ein hohes Nachfragewachstum zu verzeichnen, von dem auch deutsche Exportfirmen profitieren

konnten. Medizintechnik ist neben spezialisierten pharmazeutischen (Vor-)Produkten die wichtigste indonesische Importgütergruppe aus Deutschland. Auch in Zukunft dürften sich insbesondere in den beiden Bereichen pharmazeutische Erzeugnisse und Medizintechnik attraktive Verkaufschancen für deutsche Unternehmen ergeben.



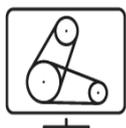
ENERGIE & UMWELT

Für Unternehmen aus dem **Kompetenzfeld Energie- und Umwelt** führt insbesondere der Bedeutungsgewinn „grüner“ Stromerzeugung zu Chancen. Durch einen kontinuierlichen Ausbau der Stromversorgung sind inzwischen 99 Prozent der indonesischen Bevölkerung an das Stromnetz angebunden. Der Energiesektor in Indonesien wird bis zum Jahr 2030 mit 3,5 Prozent p. a. wachsen. Profitieren konnte Deutschland vom bisherigen Wachstum nur bedingt. Lediglich rund 3 Prozent der indonesischen Einfuhren aus dem Bereich Energie und Umwelt stammen aus Deutschland. Wichtigster Lieferant ist China mit einem Anteil von 42 Prozent, gefolgt von Japan mit 11 Prozent und Singapur mit 9 Prozent. Gegenwärtig wird der Strom in Indonesien noch mehrheitlich mit Kohle produziert, die Regierung setzt aber verstärkt auf erneuerbare Energien. Der Schwerpunkt liegt im Ausbau der Energieerzeugung aus Wasserkraft, Geothermie und Biomasse. Bis zum Jahr 2025 sollen erneuerbare Energien einen Anteil von 25 Prozent am Strommix haben. Gebremst wird die Entwicklung, weil die Regierung stark auf die Stabilität der Energiepreise achtet. Diese wird als essenziell für die Armutsbekämpfung und die Wirtschaftsentwicklung betrachtet. So hängt die Konkurrenzfähigkeit einiger indonesischer Industrien, insb. der Textilindustrie, von niedrigen Energiepreisen ab. In dem Land werden daher künftig v. a. kostengünstige Lösungen im Bereich erneuerbare Energien verstärkt nachgefragt.



INFORMATION & KOMMUNIKATION

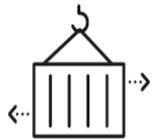
Der Bereich **Information und Kommunikation (IuK)** profitiert von einer digitalaffinen indonesischen Bevölkerung. Das äußert sich z. B. in einer hohen Verbreitung von (insb. chinesischen) FinTech-Diensten. Indonesien wird verstärkt ein Dreh- und Angelpunkt für Datenverarbeitung. Bereits heute betreibt Alibaba zwei Datenzentren in Indonesien, ein drittes wird bald eröffnet. Auch Google Cloud ist mit einem Datenzentrum vertreten und Amazon folgt im Jahr 2022 mit einem weiteren. Um die mit den Diensten wachsenden Anforderungen an das mobile Netz zu stemmen, wird der Mobilfunk stark ausgebaut. Entsprechend fällt der Großteil der Importgüter im Bereich IuK in diese Kategorie. Hauptlieferant ist China, über die Hälfte der Einfuhren stammt von dort. Das zweitwichtigste Lieferland Singapur hat einen Anteil von 9 Prozent. Deutschland führt vor allem elektronische Bauelemente nach Indonesien aus, liegt aber auch hier beim Marktanteil weit hinter China. Um die hohe Abhängigkeit von Einfuhren zu reduzieren, will die Regierung den Technologie- und Know-how-Transfer nach Indonesien fördern. Die Wertschöpfung im indonesischen IuK-Sektor wird mit 3,8 Prozent p. a. bis 2030 etwas schneller als die indonesischen Gesamtwirtschaft wachsen.



AUTOMATION & PRODUKTIONSTECHNIK

Für Unternehmen aus dem Kompetenzfeld **Automation und Produktionstechnik** ergeben sich Chancen im Zuge der Modernisierung der indonesischen Industrie. Um diese voranzutreiben hat die indonesische Regierung 2018 die „Making Indonesia 4.0“-Strategie verabschiedet. Diese ist allerdings noch vage, die einzige konkrete Maßnahme in diesem Rahmen war die Implementierung eines Index der Digitalisierung in Industrieunternehmen. Über diesen soll die Digitalisierungsbereitschaft von Unternehmen abgebildet werden. Unterstützt wird die industrielle Entwicklung im Land durch den Ausbau von 5G durch Huawei. Dieser ist ab dem Jahr 2022 geplant und kann eine Chance für die Implementierung von Automationstechnik sein. Problematisch ist aber die fehlende Expertise vor Ort. Das kann zu Fachkräftengpässen führen, insbesondere bei der Bedienung technologisch anspruchsvoller Geräte. Als technologisch fortschrittlichste Branchen in Indonesien gelten der Kraftwagenbau und

die Nahrungsmittelverarbeitung. Aber auch die Branchen Chemie, Elektronik und Textil modernisieren ihre Produktionsanlagen. Damit dürften mittelfränkische Exporteure aus dem Kompetenzfeld Automation und Produktionstechnik mit einer hohen und dynamischen Nachfrage rechnen. Einheimische Konkurrenz haben sie dabei nicht, die Industrie vor Ort ist fast vollständig von Maschinenimporten abhängig. Gegenwärtig kommen aber über 40 Prozent der indonesischen Einfuhren im Bereich Automation und Produktionstechnik aus China, Deutschland steht mit knapp 4 Prozent auf Rang 7.



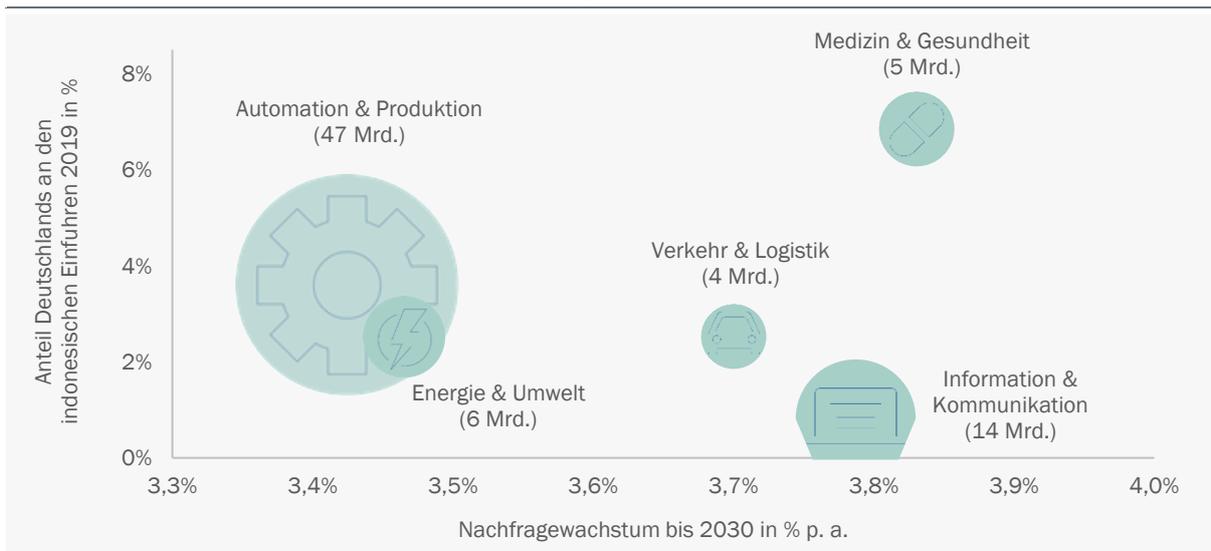
VERKEHR & LOGISTIK

Der Bereich **Verkehr und Logistik** ist auf eine funktionierende Verkehrsinfrastruktur angewiesen. Diese ist in Indonesien gegenwärtig nur schlecht ausgebaut. Dies will die Regierung verbessern. Gebremst wird der Ausbau vor allem durch die häufig schwierige Finanzierung der Infrastrukturprojekte, bei der Indonesien in aller Regel auf das

Ausland angewiesen ist. Zudem tragen Projektverzögerungen und Rechtsunsicherheiten zu Problemen im Infrastrukturausbau bei. Um das Finanzierungsproblem zu lösen, wurde ein Staatsfonds geschaffen, der die Infrastruktur mithilfe ausländischer Investitionen zentral finanzieren soll. Trotz der Schwierigkeiten wurden Fortschritte im Ausbau der Infrastruktur erzielt, insbesondere beim Bau von Umgehungsstraßen und Bahntrassen. Davon profitieren auch Exportunternehmen aus dem Ausland. Im Bereich Verkehr und Logistik ist China ebenfalls der wichtigste Lieferant, fast die Hälfte der indonesischen Einfuhren stammt von dort. Einfuhren aus Deutschland sind mit einem Anteil von 3 Prozent an den gesamten Einfuhren bisher weniger bedeutsam. Gleichwohl könnten sich in Zukunft attraktive Marktchancen ergeben, etwa für mittelfränkische Unternehmen aus den Bereichen Bahntechnik und Telematik. So ist der Bau einer Hochgeschwindigkeitsstrecke und der Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs in sechs Großstädten geplant. Der Bau der neuen Hauptstadt befördert zusätzlich die Investitionen in neue Verkehrsinfrastruktur.

Abbildung 3: Die Marktchancen in Indonesien in den Kompetenzfeldern im Überblick

Nachfragedynamik 2018 bis 2030 in % p. a.* und Marktanteil Deutschlands 2019 in % (Kugelgröße entspricht der Größe der gesamten indonesischen Einfuhren im jeweiligen Kompetenzfeld)



Quelle: VIEW, Comtrade; *geschätzt anhand des Wachstums der wichtigsten Abnehmerbranchen im Land. © Prognos 2021

Tabelle 1: Die ausländischen Potenzialmärkte auf einen Blick

Übersicht zum Nachfragewachstum zwischen 2019 und 2030 (Pfeilrichtung) und der absoluten Größe des Importmarktes 2019 (Pfeilgröße und jeweiliger Wert in Mrd. USD in Klammern) je Kompetenzfeld und Absatzmarkt

	Information & Kommunikation	Medizin & Gesundheit	Energie & Umwelt	Automatisierung & Produktion	Verkehr & Logistik
V. Königreich	(52 Mrd.)	(54 Mrd.)	(17 Mrd.)	(141 Mrd.)	(15 Mrd.)
Indien	(44 Mrd.)	(14 Mrd.)	(14 Mrd.)	(92 Mrd.)	(10 Mrd.)
Philippinen	(24 Mrd.)	(4 Mrd.)	(10 Mrd.)	(43 Mrd.)	(4 Mrd.)
Thailand	(28 Mrd.)	(7 Mrd.)	(12 Mrd.)	(64 Mrd.)	(7 Mrd.)
Indonesien	(14 Mrd.)	(5 Mrd.)	(6 Mrd.)	(47 Mrd.)	(4 Mrd.)
Legende	<p>Import-Volumen min. Marktgröße (< 10 Mrd. USD Importvolumen) max. Marktgröße (> 50 Mrd. USD)</p> <p>Nachfrage-Wachstum < 2,5 % p. a. 2,5 - 4 % p. a. > 4 % p. a.</p>				



Das Weltwirtschaftsmodell VIEW

Die Prognos verfügt mit *VIEW* über ein globales Simulationsmodell, welches 37 Länder und damit über 90 Prozent der aktuellen globalen Wirtschaftsleistung abdeckt. *VIEW* ermöglicht eine detaillierte und konsistente Darstellung der zukünftigen Entwicklung der Weltwirtschaft. Interaktionen und Rückkopplungen zwischen den einzelnen Ländern und Branchen werden in *VIEW* explizit erfasst und modelliert. Die analytische Aussagekraft des Modells geht über diejenige hinaus, welche isolierte Ländermodelle mit exogen gegebenen weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen bieten. Das Modell arbeitet auf der Basis von Jahresdaten. Der aktuell mögliche Simulationszeitraum erstreckt sich bis ins Jahr 2060. In *VIEW* integriert sind länder- und zeitspezifische Input-Output-Tabellen, welche die Entstehungsseite (Produktion, Wertschöpfung) des jeweiligen Landmodells auf konsistente Weise mit der Verwendungsseite (Konsumausgaben, Investitionen, Ex-/Importe) verknüpfen.

Ausgehend von zentralen exogen gesetzten Parametern wie etwa der Demografie, der zukünftigen Entwicklung des internationalen Ölpreises oder der Konsolidierungsvorgaben für die staatlichen Haushalte werden mit *VIEW* Projektionen für die Weltwirtschaft und die einzelnen Länder erstellt.

Um die künftig steigende weltwirtschaftliche Bedeutung zahlreicher Schwellen- und Entwicklungsländer berücksichtigen zu können, haben wir zusätzlich das Modell *VIEW+* konzipiert. In diesem Modell, das methodisch eng an das Weltwirtschaftsmodell *VIEW* angekoppelt ist, sind rund 90 zusätzliche Länder aus allen Weltregionen enthalten. Auf dieser Grundlage lassen sich damit für fast sämtliche Länder weltweit anhand zentraler demografischer und ökonomischer Indikatoren Prognosezahlen berechnen.

Weitere Infos: www.prognos.com/leistungen/modelle/prognos-modelle-im-detail

Ihre Ansprechpartner

Für Informationen über Auslandsmärkte: Ihre Industrie- und Handelskammern in Deutschland

In Mittelfranken

Dr. Manuel Hertel

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

Geschäftsbereich International

Stv. Leiter Geschäftsbereich International, Asien, Messen

Telefon: +49 911 1335 -1424

E-Mail: manuel.hertel@nuernberg.ihk.de

www.ihk-nuernberg.de

In Indonesien: Die Deutsch-Indonesische Industrie- und Handelskammer

Olivia Nathalie Noor

Deutsch-Indonesische Industrie- und Handelskammer

Head of Market Entry

Telefon: +6221 5098 5800

E-Mail: olivia.noor@ekonid.id

www.indonesien.ahk.de/

Für geförderte Projekte zur Markterschließung

Das **Außenwirtschaftszentrum Bayern (AWZ)** ist eine Gemeinschaftseinrichtung aller **bayerischen IHKs** und **Handwerkskammern**. Neben wichtigen Länderinformationen und Statistiken zu Auslandsmärkten werden über das AWZ bayerische Förderprogramme für das Auslandsgeschäft abgewickelt.

weltweit-erfolgreich.bayern

Neben der Förderung von außenwirtschaftlichen Initiativen des Bundes und der Länder bietet insbesondere der **Freistaat Bayern** über **Bayern International** jährlich weltweit zahlreiche Projekte zur Markterschließung an – von Delegationsreisen bis hin zu bayerischen Messebeteiligungen.

www.bayern-international.de

Autoren der vorliegenden Studie

Dr. Michael Böhmer
Partner | Head of Corporate Solutions
Telefon: +49 89 95 41 586-701
E-Mail: michael.boehmer@prognos.com

Johann Weiß
Projektleiter | Bereich Volkswirtschaft
Telefon: +49 89 95 41 586-705
E-Mail: johann.weiss@prognos.com