

Chancen des Bayerischen Mittelstands in Osteuropa.

von Univ.-Prof. Dr. Claus C. Berg

Einer von der Friedrich-Naumann-Stiftung in Auftrag gegebenen Studie zufolge ist Bayern das Land mit der größten wirtschaftlichen Freiheit, gemessen an der Steuerlast und Stärke der staatlichen Eingriffe in den Markt. Die wettbewerbsorientierte bayerische Wirtschaftspolitik wird den Mittelstand allerdings nur begrenzt erfreuen. Die gezielten Angriffe auf die basalen Elemente einer sozialen Marktwirtschaft verantwortet derzeit schließlich der Bund. Die Länder haben in unserem föderalen System nur wenig wirtschaftspolitischen Gestaltungsspielraum. Die planwirtschaftlich motivierten Eingriffe in eine auf die Ordnungsfunktion des Marktes vertrauende Wirtschaftspolitik werden sie nicht abwenden können.

Aber auch in einem enger werdenden Freiheitsrahmen muss der mittelständische Unternehmer seine strategischen Ziele an der Einschätzung langfristiger Marktchancen ausrichten. Die Wirtschaft ist gezwungen, sich ihren Weg visionär zu bahnen. Der Abbau von bürokratischen Fesseln dürfte dabei höchst willkommen sein.

Unternehmen bahnen den Weg

Nicht erst seit der EU-Osterweiterung haben deutsche und insbesondere bayerische Unternehmen wirtschaftliche Kontakte zu mittel- und osteuropäischen Ländern aufgenommen. Sie haben auf eigenes Risiko investiert und im Rahmen des Aufbaus wirtschaftlicher Beziehungen Grundlagen der gegenseitigen Anerkennung geschaffen. Sie haben sich damit als die wahren Botschafter europäischer Wirtschaftskultur ausgewiesen.

Der mittelständische Unternehmer bedarf nicht des Hinweises, dass jegliches Neuland Risiken birgt. Auch sind Hinweise auf Steuervorteile in Wirtschaftsbeziehungen mit dem osteuropäischen Ausland nicht unbedingt hilfreich, denn das kann sich schnell ändern. Dagegen sind Analysen von wirtschaftlichen Entwicklungschancen unter Einbeziehung des im Ausland vorhandenen Know-hows, der vorhandenen Kapazitäten und der Investitions- und Konsumnachfrage eher als Entscheidungsgrundlagen geeignet. Unternehmerisches Engagement im Ausland bedarf einer kritischen Bestandsaufnahme vielfältiger Einflussfaktoren.

Natürlich sind zunächst die betriebswirtschaftlichen Vorteile von Lieferbeziehungen mit kostengünstigen Ländern oder einer Verlagerung von Fertigungsprozessen in Niedriglohnländer zu beachten. Eine Vielzahl mittelständischer und kleiner Produktionsunternehmen wäre heute ohne ein Outsourcing von Teilen der Fertigung nach Ländern wie Rumänien, Bulgarien, Ukraine, etc. nicht mehr am deutschen Markt wettbewerbsfähig. Aber dies ist nur die eine Seite der Münze. Das mittelständische Unternehmen hat auch die Chance eines Exports seiner Leistungen in mittel- und osteuropäische Länder. Dafür fehlen ihm allerdings häufig die Informationen.

Die Effekte eines Mega-Events

Chancen für einen Einstieg in Wirtschaftsbeziehungen mit Osteuropa bieten sich in besonderem Umfang dann, wenn außergewöhnliche Entwicklungen und Ereignisse einen sprunghaften Investitionsbedarf und darauf folgende Konsumnachfrage erwarten lassen. Wenn das politische Klima dem entgegenkommt, können oft starke Wachstumsschübe erwartet werden. Induzierende Ereignisse sind beispielsweise Mega-Events wie die Olympischen Spiele, die Fußball-Weltmeisterschaft oder die Fußball-Europameisterschaft. Eine Reihe von Studien hat in der jüngsten Vergangenheit mit akribischen Berechnungen des volkswirtschaftlichen Nutzens die wirtschaftlich nachhaltige Bedeutung solcher Events nachgewiesen. Dabei wurde nicht nur der für den

Zeitpunkt des Events zu erwartende Nachfrageschub empirisch belegt, es wurden auch die Effekte der Prä- und Posteventphase analysiert. Dieser Effekt dürfte in den jüngeren EU-Ländern und denen die die Mitgliedschaft anstreben noch größer sein.

Wachstumsmärkte Polen und Ukraine

2012 werden Polen und die Ukraine die Fußball-Europameisterschaft ausrichten. Die Spiele dürften von über 2 Millionen Fans aus aller Welt besucht werden.

Ein Mega-Event dieser Art wird in der Präeventphase der nächsten vier Jahre eine Fülle privater und öffentlicher Investitionen anstoßen und hohe Anforderungen an die Infrastruktur des Austragungslandes stellen. Die Schaffung infrastruktureller Voraussetzungen in einem begrenzten Zeitraum von 4 Jahren sowie die aufgrund der geschätzten Besucherzahlen erwartete Konsum-Nachfrage und Nachhaltigkeit in der Posteventphase (zusätzliches Wirtschafts-Wachstum ca. 2-4%) stellen eine starke Motivation der nationalen Politik im Austragungsland dar. Man darf darauf vertrauen, dass längst geplante öffentliche Aufgaben engagiert angegangen und privates Engagement unbürokratisch unterstützt wird. Eine Stornierung des UEFA-Auftrags zur Ausrichtung der Fußball-EM würde undenkbare Folgen haben.

So werden in den beiden Ländern insgesamt zwölf Stadien mit einer Kapazität für jeweils 30000 bis 70000 Besucher bereitzustellen sein. Davon sind knapp 50% Neubauten. Neben diesen Kernobjekten inklusiv Parkmöglichkeiten, Zufahrtswegen, Sicherheitsvorkehrungen, Energieversorgung, Entsorgungseinrichtungen, etc. gewinnen notwendige Randobjekte Bedeutung. Hier ist an erster Stelle das Beherbergungsgewerbe zu nennen, das privaten Investoren relativ sichere Renditen verspricht. Eine große Hotelkette plant bereits, über 30 Hotels in den beiden Ländern zu errichten. Neben den Chancen zur Investitionstätigkeit darf das Füllhorn möglicher Lieferbeziehungen nicht übersehen werden. Denn hier wird qualitativ hochwertiger Know-how dringend benötigt.

Das gilt aber auch für die Schaffung der benötigten Verkehrsinfrastruktur. Einige Zahlen mögen die Dimension der Aufgaben beleuchten. In Polen sollen 1729 km Autobahnen und ca. 1800 km Schnellstraßen bis 2012 gebaut werden. Die Erweiterung des Schienennetzes ist mit 3190 km geplant. Für Straße und Schiene werden über 20 Mrd. € zu investieren sein. In der Ukraine ist der Neubau von über 5000 km Autobahnen geplant. Die Kosten werden auf über 30 Milliarden € geschätzt.

Chancen für den Bayerischen Mittelstand

Eine Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur bringt zunächst allen Branchen Vorteile. Augenfällig wird das im Bereich der logistischen Dienstleistungen. In Anbetracht der Erwartung wachsender Konsum-Nachfrage haben deutsche Logistik-Dienstleister schon jetzt Niederlassungen in Polen und der Ukraine gegründet. Nutznießer sind zunächst große Handelsketten sowie international tätige Herstellerfirmen. Aber auch das mittelständische Industrieunternehmen kann die Chancen neuer Wirtschaftsbeziehungen mit der Gewinnung engagierter Lieferanten oder mit Investitionen in Wachstumsbranchen nutzen.

Die Kenntnis kaufmännischer Usancen und die eigene Präsenz vor Ort, wie auch immer organisiert, ist ein Generalschlüssel für die Eröffnung von Geschäftschancen. Unternehmerische Vision und wirtschaftliches Kalkül sind allein verantwortlich für den Erfolg. Rechtlicher Beistand und politische Unterstützung aus dem Heimatland kann dabei durchaus hilfreich sein.