

Wirtschaftsmächte von morgen

Die Bric-Staaten wachsen langsamer. Eine Studie definiert, welche neuen Märkte gute Chancen für Produktion und Handel bieten

CHRISTINA ANASTASSIOU

Harald Ploß versteht nicht, warum so wenige deutsche Investoren nach Indonesien gehen. „Dort gibt es seit Jahren eine stabile Demokratie mit Rechtssicherheit auch für ausländische Investoren nebst anhaltendem, solidem Wirtschaftswachstum“, so der Geschäftsführer des in Semarang ansässigen Möbelherstellers Ploss Asia. „Das umfangreiche und einzigartige Vorkommen an Plantagen-teak sowie die große Nachfrage nach Teakholz-Möbeln machten das Land für Handel und Produktion interessant“, sagt Ploß, der seit 1990 in dem Land aktiv ist und 280 Mitarbeiter beschäftigt.

Auch die gut ausgebildeten Facharbeiter spielen eine Rolle sowie die Tatsache, dass aus Indonesien nur verarbeitete Holz exportiert werden darf, die Wertschöpfung also im Lande stattfindet. Doch wer in Indonesien Geschäfte machen will, muss kulturelle Unterschiede beachten. Ploß: „Man kommt nicht für zwei Tage vorbei und macht einen Deal. Man bleibt eine Woche, spricht mit Geschäftspartnern auch über Privates. Die Chemie muss stimmen.“

Der Ahrensburger Stifthehersteller Edding International setzt auf Europa und Lateinamerika. Die Firma erwirtschaftet ein Viertel des Umsatzes in Ländern Lateinamerikas und Südost- beziehungsweise Osteuropas. Drei bis fünf Prozent des Umsatzes kommen aus Kolumbien, wo der Mittelständler seine Produkte zuerst über einen Partner vertreiben ließ und nun mit ihm eine Tochtergesellschaft gründete. Das Management nahm anfängliche Vorurteile der Mitarbeiter ernst. Per Lederemann, Vorstandsvorsitzender der Edding AG: „Kolumbien ist belastet aus der Zeit, als Drogenkartelle das Land beherrschten. Wir haben kom-

muniziert, dass sich die Sicherheitslage seitdem extrem verbessert hat, Kolumbien heute ein traumhaftes Land ist.“ Unterschiede zum deutschen Geschäftsalltag bestehen dennoch. „Der Umgang mit Kunden kann sehr emotional sein“, sagt Andreas Hase, Managing Director Lateinamerika, „während Besprechungen fetzt man sich schon mal, um hinterher miteinander zu feiern.“

Einen anderen Weg geht Pharmos Natur. Der Kosmetikerhersteller aus Uffing am Staffelsee arbeitet mit Kleinbauern und Bauernkooperativen in Südamerika und Asien zusammen. Schlüsselmärkte sind Nepal, Ecuador und Chile. Auch in Peru ist man aktiv. Geschäftsführer Paul J. Greineder: „Das Wichtigste ist, sich auf die Mentalität der Menschen einzustellen und die Kooperationspartner persönlich zu kennen. Wir versuchen stets, an Stammesälteste oder Schamanen heranzukommen, in Südamerika sind es dagegen die katholischen Priester.“ Der Lübecker Medizintechnikhersteller Dräger produziert in acht Ländern, in mehr als 50 Staaten hat er Vertriebs- und Servicegesellschaften. Die Schwellenländer tragen zunehmend zum Wachstum bei.

Engagements von Mittelständlern in Kolumbien, Indonesien oder Peru dürften künftig zunehmen: Sie sind drei von zehn Schwellenländern, die der französische Kreditversicherer Coface in einer Studie als „neue aufstrebende Länder“ ausgemacht hat. Die Expertise teilt diese aber in zwei Gruppen ein: Kolumbien, Indonesien, Peru, Philippinen und Sri Lanka haben ein „vernünftiges Geschäftsumfeld“, das dem der sogenannten BRIC-Länder Brasilien, Russland, Indien und China ähnelt. Zur zweiten Gruppe gehören Kenia, Tansania, Sambia, Bangladesch und Äthiopien – mit einem sehr oder extrem problematischen Geschäftsumfeld. Ausgangspunkt für



Produziert in Indonesien: Rudolf Schaffer lässt in seinem Werk in Asien jährlich etwa drei Millionen Plüschtiere fertigen

Coface war, dass die BRIC-Staaten langsamer wachsen als in den vergangenen zehn Jahren. Die Studie erwartet für 2014 ein Plus, das 3,2 Prozentpunkte unter dem Wert des vergangenen Jahres liegt. Als Gründe nennt Regional Economist Dirk Bröckelmann, dass „die neue Mittelschicht konsumieren will, aber einheimische Produzenten nicht genügend Kapazitäten haben, die starke Nachfrage zu bedienen“. Zudem seien die Investitionen in diese Länder deutlich zurückgegangen.

Doch was zeichnet die zehn neuen Staaten aus? Bröckelmann: „Sie haben gute Aussichten, ihre Produktion zu steigern und verfügen dafür über die finan-

ziellen Mittel.“ Coface geht davon aus, dass das Wachstum anders verlaufen wird als in den BRIC-Ländern zu Beginn des Jahrzehnts. Zum einen repräsentieren sie nur etwa elf Prozent der Weltbevölkerung (BRIC: 43 Prozent). Zum anderen erreicht ihr Bruttoinlandsprodukt Coface zufolge nur 70 Prozent von dem der BRIC-Staaten im Jahr 2001.

Bröckelmann: „Die neuen Länder werden aufgrund des langsameren Wachstums in den Industrieländern auch weniger vom Export dorthin profitieren. Wichtiger sind für sie ihre Binnenmärkte und der Export in andere Schwellenländer.“ Was das konkret bedeuten kann, zeigt das Beispiel Indonesien. Nach Aussage von Thomas Wirtz, Partner bei

Ernst & Young Indonesien, sind dort etwa 90 bis 100 deutsche Mittelständler tätig. „Der Markt ist stark, das Bruttosozialprodukt wächst jährlich um fünf bis sechs Prozent. Indonesien gehört zu den weltweit attraktivsten Konsumgütermärkten.“ Chancen sieht er vor allem für die Automobil- und andere konsumnahe Branchen. Wirtz: „Die Menschen konsumieren viel, haben weltweit das größte Verbrauchervertrauen, es herrscht politische Stabilität.“ Ein Manko sei, dass die Entwicklung der Infrastruktur hinter den Planungen liege. Auch müsse man seine Vertragspartner genau prüfen. Laut Wirtz kontrollieren wenige Konglomerate die Wirtschaft, zehn Prozent der Bevölkerung etwa 90 Prozent des Vermögens besitzen. Wichtig sei zudem, kulturelle Besonderheiten zu beachte-

„Wichtig ist, sich auf die Mentalität der Menschen einzustellen“

Paul J. Greineder,
Geschäftsführer Pharmos Natur

ten. „In Indonesien ist man eher indirekt, ernste Themen werden mit einem Lächeln diskutiert. Ein unfreundliches Gesicht verschließt schnell alle Türen.“

Erfahrungen die Wolfgang Rauch, Vertriebsleiter Rudolf Schaffer Collection, bestätigen kann. Das Karlsruher Unternehmen lässt dort seit 28 Jahren Plüschtiere fertigen. Die Wahl fiel auf das Land, da die Arbeitsbedingungen u. a. im Vergleich zu China deutlich besser waren. Laut Rauch zeichnen sich die etwa 400 indonesischen Mitarbeiter auch dadurch aus, dass sie sehr anspruchsvolle, filigrane Arbeiten ausführen können. Die Hälfte der weltweit vertriebenen Schaffer-Produkte sind Sonderanfertigungen für Unternehmen, darunter Maskottchen für den Europapark Rust und Bord-Souvenirs für die Lufthansa.

Pluspunkt geografische Lage

Die Slowakei liegt zentral in Europa und lockt mit niedrigen Löhnen

JÜRGEN HOFFMANN

Axel Mallener, Werkleiter der slowakischen Niederlassung des Automobilzulieferers Brose sitzt im Flieger von München nach Wien. Nach einer knappen Stunde Flugzeit ist er am Flughafen und nach einer weiteren Stunde Autofahrt an seinem Arbeitsplatz in Lozorno bei Bratislava. „Die geografische Lage war ausschlaggebend für die Gründung unseres Werks“, erzählt Mal-

„Wir haben sehr motivierte und loyale Mitarbeiter in Bratislava“

Otto Lindner,
Besitzer „Hotel Gallery Central“ in
der slowakischen Hauptstadt



Auch Carcoustics verlagerte seine Produktion von Pkw-Hitzeschildern in die Slowakei

lener. Seit dem Jahr 2002 hat Brose mit inzwischen 400 Mitarbeitern den Standort in der Slowakei und beliefert nach einem sogenannten Just-in-Sequence-Verfahren Türsysteme und Fensterheber für Porsche, Skoda und VW. Der Auto-Konzern bestellt – und drei Stunden später liefert Brose in das nur 20 Kilometer entfernte Volkswagen-Werk. Diese Nähe ist das Erfolgsrezept des mittelständischen Zulieferers. Aber auch für Logistik- und Handelsgeschäfte ist Bratislava, mitten in Europa gelegen, strategisch optimal. Von hier aus schickt Brose seine Auto-Teile nach Russland, Asien, Spanien als auch nach Deutschland.

So wie Brose mit Hauptsitz im bayerischen Coburg haben viele europäische Firmen die Vorteile der Donau-Region erkannt und sich in Bratislava angesiedelt – darunter der französische Tele-

kommunikationskonzern Orange, der deutsche Technologieriese Siemens und ein gutes Dutzend Automobilkonzerne. Nach der Einführung des Euro in der Slowakei 2011 kamen viele weitere Unternehmen dazu, weil der Zahlungsverkehr deutlich einfacher wurde.

Ein weiterer Auto-Zulieferer, der die Vorteile der Slowakei erkannt hat, ist das Weinheimer Familienunternehmen Freudenberg. Die Kurpfälzer haben im Sommer vergangenen Jahres für dreieinhalb Millionen Euro ihr erstes europäisches Logistikzentrum in Potvorice bei Bratislava errichtet. Auf 2500 Quadratmetern produzieren, verpacken und verschicken die 240 Angestellten Autoinnenraumfilter. Jörg Sievert, Mitglied der Geschäftsleitung bei Freudenberg Filtration Technologies: „Es ist von entscheidender Bedeutung, Logistik und Produk-

tion eng beieinander zu haben. Die ständige Verfügbarkeit der Produkte spielt eine wichtige Rolle im Wettbewerb.“ Und das funktioniert hier besser als in Deutschland. 15 LKW können in der neuen Multifunktionshalle pro Tag be- und entladen werden.

Die Löhne sind im europäischen Vergleich auch heute noch niedrig, Mieten, Steuern und Lebensmittel ebenso. Fast 60.000 Firmen aus der ganzen Welt sitzen im „Speckgürtel“ rund um die slowakische Hauptstadt „und profitieren von der Nähe zu Wien und inzwischen auch von der Öffnung des europäischen Arbeitsmarkts“, sagt Markus Halt, stellvertretender Geschäftsführer der Deutsch-Slowakischen Industrie- und Handelskammer in Bratislava. 250 Unternehmen stammen aus Deutschland oder haben deutsche Investoren an Bord. Einziger Wermutstropfen: Viele Mittelständler haben Probleme, vor Ort noch qualifiziertes Personal zu finden.

Hotelier Otto Lindner hat dagegen sehr positive Erfahrungen bei der Rekrutierung von Fachkräften für sein neues 222-Zimmer-Hotel im Zentrum Bratislavas gemacht: „Fast alle Mitarbeiter sind seit der Eröffnung vor einem Jahr noch an Bord“, so Lindner. Das sei in seiner Branche ungewöhnlich. In Deutschland litten viele Hotels unter akutem Personalmangel und hoher Fluktuation.

„Wir haben sehr loyale und motivierte Mitarbeiter in Bratislava“, bekräftigt Lindner, der in Europa 30 Hotels betreibt. Wesentlich geringere Personalnebenkosten in der Slowakei erleichtern zudem das Wirtschaften. Neben Lindner haben sich auch Hotel-Ketten – darunter Kempinski, Sheraton und Park Inn – angesiedelt. Sie alle profitieren von der Nähe zur Messe- und Kongressstadt Wien und bieten Übernachtungen und Dienstleistungen für etwa die Hälfte der in Österreich üblichen Preise.

Laut Auslandschwerindustrie sind 88 Prozent der deutschen Unternehmen mit ihren Investitionen in der Slowakei sehr zufrieden. Gründe sind unter anderem die Leistungsbereitschaft und die Produktivität der Arbeitnehmer.



Manche Finanzierungen erweisen sich als harte Nuss.

Wir haben die Eigenkapitalstärke, sie zu knacken.

Auf Grund unserer Finanzstärke und mit unseren Spezialisten – etwa für Fördermittel und Strukturierte Finanzierungen – sind wir in der Lage, Ihnen optimale Lösungen zu bieten.

STRUKTURIERTE FINANZIERUNGEN IN DEUTSCHLAND IM JAHR 2013

	BOOKRUNNER	VOL IN MIO. EUR
1	HypoVereinsbank – UniCredit	10.143
2	Commerzbank Group	9.777
3	Deutsche Bank	9.578
4	BNP Paribas	5.252
5	LBBW	4.716

Quelle: Dealogic, 02. Januar 2014

Willkommen bei der
HypoVereinsbank
Unternehmer Bank

Das Leben ist voller Höhen und Tiefen. Wir sind für Sie da.

Member of **UniCredit**