

Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk
an der Universität Göttingen

EU-Osterweiterung:
Erste Zwischenbilanz für das Handwerk

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft

Herausgegeben vom Volkswirtschaftlichen Institut für Mittelstand und Handwerk
an der Universität Göttingen

Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut
Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Kilian Bizer

2 0 0 7

VERLAG MECKE DRUCK • DUDERSTADT • 2008

EU-Osterweiterung: Erste Zwischenbilanz für das Handwerk

Mit Beiträgen von

K. Müller, P. Schläger-Zirlik, L. Rechenmacher, R. Steiner,
E. Parvanova, Ch. Römer, H. Schmidberger, R. Beck,

Bearbeitung:

Klaus Müller

Gedruckt als Veröffentlichung
des Volkswirtschaftlichen Instituts für Mittelstand und Handwerk
an der Universität Göttingen
Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut e.V.

Bibliografische Informationen Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über

<http://dnb.ddb.de>

abrufbar.

ISBN 978-3-936617-80-1

Alle Rechte vorbehalten

Mecke Druck und Verlag • Christian-Blank-Straße 3 • 37115 Duderstadt

Tel. 05527-98 19 22 • Fax 05527-98 19 39

eMail: verlag@meckedruck.de

Internet: www.meckedruck.de/buchprogramm

Gesamtherstellung: Mecke Druck und Verlag • 37115 Duderstadt

Vorwort

Die Erweiterung der Europäischen Union um insgesamt zehn Staaten aus Mittel- und Osteuropa zum 01. Mai 2004 bzw. zum 01. Januar 2007 stellt eines der markantesten Ereignisse in der Geschichte der EU dar. Der Grund hierfür liegt nicht nur darin, dass der Wirtschaftsraum der Europäischen Union hierdurch erheblich erweitert worden ist, sondern dass zum ersten Mal auch Staaten in die EU integriert werden mussten, die als Transformationsökonomien noch die Folgelasten ihrer kommunistischen Vergangenheit tragen.

Im deutschen Handwerk wurde dieser Integration mit einer relativ großen Besorgnis entgegen gesehen. Der Grund hierfür lag zum einen darin, dass die neuen Beitrittsländer ein erhebliches niedrigeres Lohn- und Preisniveau aufweisen und daher eine erhebliche Konkurrenz für das arbeitsintensive Handwerk darstellen. Diese erscheint zum anderen deshalb als besonders bedrohlich, weil die Entfernung zu den neuen Mitgliedsstaaten relativ gering und nicht vergleichbar ist mit der Entfernung zu Portugal oder zu Griechenland in den früheren Erweiterungsrounden, die damals ähnlich hohe Unterschiede im Lohn- und Preisniveau aufwiesen. Insofern fürchtete das Handwerk eine verstärkte Zuwanderung polnischer Arbeitskräfte nach dem Beitritt, zumal sich Anfang der 90er Jahre in Deutschland durch viele polnische Zuwanderer bereits eine größere polnische Community gebildet hatte. Zwar wurde auch auf die neuen Absatzgebiete in Folge der EU-Erweiterung hingewiesen, dies war für das Handwerk jedoch nur begrenzt eine Beruhigung, weil die Betriebe dieses Wirtschaftsbereiches noch immer primär lokal und regional orientiert sind.

Vor diesem Hintergrund begrüßte das Handwerk, dass es in den Beitrittsverhandlungen zu der umstrittenen Regelung kam, die Arbeitnehmerfreizügigkeit für Personen aus den neuen Beitrittsstaaten aus Mittel- und Osteuropa noch auf maximal sieben Jahre einzuschränken. Eine ähnliche Einschränkung wurde auch für die Dienstleistungsfreiheit in bestimmten Sektoren, die für das Handwerk von erheblicher Bedeutung sind, wie vor allem das Baugewerbe und die Gebäudereinigung vereinbart.

Etwa dreieinhalb Jahre nach der erfolgten Erweiterung der EU und ein Jahr nach dem zusätzlichen Beitritt von Bulgarien und Rumänien wird in dieser Publikation erstmals eine Bestandsaufnahme und Bewertung der Osterweiterung mit speziellem Blickwinkel auf das Handwerk versucht.

Die einzelnen Beiträge beleuchten die EU-Osterweiterung unter verschiedenen Aspekten. Vorab werden in dem Beitrag von Klaus Müller zum ersten Mal empirische Daten zu den Auswirkungen der EU-Osterweiterung vorgestellt. Diese beruhen auf einer breit angelegten Unternehmensbefragung und einer Auswertung der organisationseigenen Statistik.

Der Beitrag von Patricia Schläger-Zirlik stellt die Ergebnisse eines größeren Projektes vor, in dem die grenzüberschreitenden Unternehmensaktivitäten in den Grenzregionen Bayerns und der Tschechischen Republik untersucht wurden. In dieser Region finden sicher die intensivsten Kontakte zu einem der neuen Beitrittsstaaten statt. Dies stellt Ludwig Rechenmacher in seinem Beitrag heraus.

Ein Blick über die Grenzen wirft Roald Steiner, in dem er die Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf Österreich am Beispiel Wiens analysiert. Die Osterweiterung wurde Anfang 2007 durch den Beitritt Rumäniens und Bulgariens fortgesetzt. Evelina Parvanova stellt aus diesem Kontext heraus das Handwerk in Bulgarien vor und erläutert die Chancen einer Zusammenarbeit. Bei den Diskussionen über die EU-Erweiterung wird oft das Argument vertreten, dass durch eine Produktionsverlagerung in die neuen Mitgliedsstaaten viele Arbeitsplätze in Deutschland verloren gehen. Christof Römer untersucht diese These und kommt zu dem Ergebnis, dass dies bislang nur in einem geringen Umfang der Fall ist.

Um den Handwerksunternehmen den Einstieg auf den tschechischen Markt zu erleichtern, wurden von Bayern Handwerk International mit Unterstützung des bayerischen Wirtschaftsministeriums verschiedene Marktuntersuchungen durchgeführt. Hermann Schmidberger gibt in seinem Beitrag einen Überblick über diese Studien. Auf eine einzelne dieser Studien, nämlich diejenige über die handwerklichen Gesundheitsdienstleistungen in Tschechien, geht daraufhin Rainer Beck ein und analysiert, inwieweit deutsche Handwerksbetriebe in diesem Segment Chancen haben, auf den tschechischen Markt Fuß zu fassen.

Die einzelnen Beiträge wurden für ein Wirtschaftswissenschaftliches Seminar erstellt, welches vom Volkswirtschaftlichen Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen im Oktober 2007 für die Unternehmensberater des Handwerks speziell aus dem Außenwirtschaftsbereich in Bayreuth durchgeführt worden ist. Dem qualifizierten Autorenkreis sowie der gastgebenden Handwerkskammer für Oberfranken sei an dieser Stelle noch einmal sehr herzlich für ihr Engagement gedankt.

Göttingen, im Februar 2008

Prof. Dr. Kilian Bizer

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Klaus Müller	
Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf das deutsche Handwerk im Spiegel erster empirischer Erhebungen	1
Patricia Schläger-Zirlik	
Grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten in den Grenzregionen Bayerns und der Tschechischen Republik	31
Ludwig Rechenmacher	
Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf die Grenzregion Niederbayern-Oberpfalz	53
Roald Steiner	
Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf Österreich am Beispiel Wiens	63
Evelina Parvanova	
Chancen für das Handwerk in Bulgarien	87
Christof Römer	
Offshoring – Wie viele Jobs gehen in neuen Mitgliedsstaaten der EU? Auslandsinvestitionen, Produktionsverlagerung und Arbeitplatzeffekte	97
Hermann Schmidberger	
Handwerksrelevante Märkte in der Tschechischen Republik	123
Rainer Beck	
Handwerkliche Gesundheitsdienstleistungen in Tschechien	153
Anhang	179
A1 Programm Wirtschaftswissenschaftliches Seminar	180
A2 Literaturliste: Neue Beitrittsländer der EU (seit 2004)	182

Klaus Müller*

**Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf das deutsche
Handwerk im Spiegel erster empirischer Erhebungen**

* *Dr. Klaus Müller ist Geschäftsführer des Volkswirtschaftlichen Instituts für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen (ifh Göttingen)*

Gliederung

1. Einleitung
2. Absatz in die neuen Mitgliedsstaaten der EU
3. Auswirkungen auf den heimischen Markt
 - 3.1 Konkurrenz auf dem heimischen Markt
 - 3.2 Importe bzw. Bezug von Fremdleistungen aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU
4. Zusammenfassung und Resümee

Literaturverzeichnis

1. Einleitung

Nachdem einige Zeit seit der Erweiterung der EU durch acht Staaten aus Mittel- und Osteuropa zum 01. Mai 2004 sowie durch Bulgarien und Rumänien zum 01. Januar 2007 vergangen ist, scheint es Zeit, eine erste Zwischenbilanz zu ziehen. Dabei geht es aus Sicht des Handwerks vor allem darum, ob sich die massiven Befürchtungen, die vor der Erweiterung der EU formuliert worden sind, bewahrheitet haben oder ob die eher optimistischen Prognosen derjenigen, die in den neuen Beitrittsländern große Absatzmärkte für das deutsche Handwerk erwarteten, Realität geworden sind.

Zum jetzigen Zeitpunkt liegt noch keine umfassende Datenbasis zur Beantwortung dieser Fragen vor. Hier liegt ein Unterschied zur Zeit vor der Erweiterung, als mehrere Studien zu den Auswirkungen auf das deutsche Handwerk erstellt worden sind.¹ Nur für die Gesamtwirtschaft gibt es eine aktuelle Untersuchung von Untiedt u.a.², die sich ausführlich mit den Auswirkungen der EU-Erweiterung auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und ausgewählten EU-Mitgliedsstaaten beschäftigt. Diese Untersuchung kommt zu dem Ergebnis, dass die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen bislang für Deutschland positiv ausgefallen sind. Durch den Beitritt Rumäniens und Bulgariens würden diese positiven Wirkungen noch verstärkt, wenn auch nur geringfügig. Zu beachten ist allerdings, dass die regionale und sektorale Verteilung der Wohlfahrtsgewinne nicht gleichmäßig verläuft, sondern erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Regionen und auch den einzelnen Sektoren aufweist.

Das deutsche Handwerk wurde in dieser Untersuchung nicht explizit berücksichtigt, da es sich als heterogener Wirtschaftsbereich nicht sektoral einzelnen Branchen oder Wirtschaftszweigen zuordnen lässt. Daher war man bislang allein auf Erfahrungsberichte insbesondere von Außenwirtschaftsberatern der Handwerksorganisationen angewiesen, um Informationen über erste Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf das deutsche Handwerk zu erhalten. Eine umfassende Analyse fehlte bislang.

Nunmehr sind erste Daten vorhanden, die zum einen aus der Außenwirtschaftsumfrage im deutschen Handwerk stammten. Zum anderen wurde die Betriebsstatistik des Deutschen Handwerkskammertages danach ausgewertet, ob und in welcher Anzahl sich Personen aus den neuen Beitrittsländern³ in Deutschland niedergelassen haben. Im Folgenden werden die Ergebnisse dieser Auswertungen detailliert dargestellt und danach ein erstes Resümee gezogen.

¹ Eine Übersicht über diese Studien findet sich bei Forster, B. A. (2007), S. 42.

² Untiedt, G. u.a. (2007)

³ Wenn im Folgenden von den zehn neuen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union aus Mittel- und Osteuropa die Rede ist, wird meist das allgemein übliche Kürzel "nMS-10" verwendet.

Bei den Auswirkungen auf das Handwerk müssen zwei Bereiche unterschieden werden. Zum einen ist die Situation auf dem heimischen Markt zu betrachten, der durch die Übergangsregelungen im Bereich der Arbeitnehmerfreizügigkeit und der Dienstleistungsfreiheit vorerst viel von der anfänglich befürchteten Brisanz genommen worden ist. Zum anderen ist ein Blick auf die Märkte in den neuen Beitrittsstaaten zu werfen, auf denen viele Handwerksbetriebe inzwischen versucht haben, Fuß zu fassen.

2. Absatz in die neuen Mitgliedsstaaten der EU

Im Vorfeld des Beitritts wurde häufig auf die vielfältigen Chancen hingewiesen, welche sich für die Handwerksunternehmen in den neuen Mitgliedsstaaten der EU ergeben würden. Bislang lagen jedoch keine konkreten Informationen darüber vor, ob inzwischen diese Chancen auch genutzt werden und wie hoch die Zahl der Betriebe ist, die in den neuen EU-Mitgliedsstaaten tätig ist. Aus einzelnen Regionen Deutschlands gab es nur einzelne Tendenzaussagen von Außenwirtschaftsberatern der Handwerkskammern.

Mittels einer Sonderauswertung einer Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk aus dem Herbst 2007 durch das ifh Göttingen, die in Zusammenarbeit mit dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) durchgeführt worden ist, können nun erste Ergebnisse über Umfang und Struktur der handwerklichen Außenwirtschaftsbeziehungen in die neuen Beitrittsstaaten der EU gewonnen werden. An dieser Umfrage nahmen 8.552 Handwerksunternehmen aus insgesamt 30 Handwerkskammern teil. Die Ergebnisse wurden nach verschiedenen Verfahren gewichtet, um bundesweit abgesicherte Ergebnisse zu erhalten.⁴

In dieser Erhebung, welche grundsätzlich die gesamte Außenwirtschaftstätigkeit des deutschen Handwerks betrifft, ist für unsere Fragestellung insbesondere eine Frage relevant. In Frage 4 wird nach der Richtung des handwerklichen Exports (und auch des Imports, s. Abschnitt 3.2) gefragt. Unter den verschiedenen vorgegebenen Ländergruppen bzw. Erdteilen findet sich auch "Neue EU-Länder (Mittel- und Osteuropa) ab 2004". Die Ergebnisse der Umfrage wurden nun danach selektiert, ob die Exporteure diese Ländergruppe angekreuzt haben oder nicht. Zu beachten ist, dass sich daraus nur Erkenntnisse über die Zahl der Exporteure (sowie deren Strukturmerkmale) in die neuen Beitrittsstaaten gewinnen lassen, nicht jedoch über die Höhe des Umsatzes, der dort erzielt wird.

Eine zentrale Erkenntnis aus dieser Umfrage lautet, dass 7,2 % der deutschen Handwerksunternehmen, das waren im Jahr 2006 knapp 49.000 Unternehmen, die

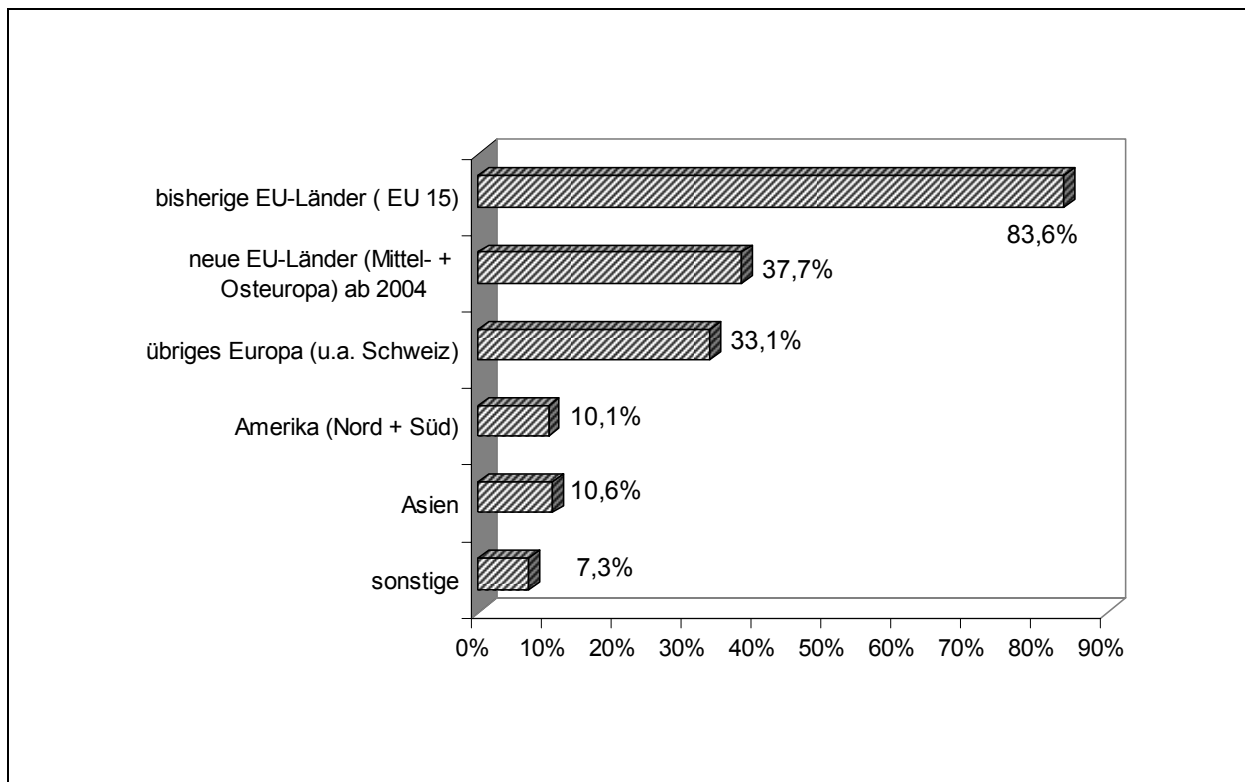
⁴ Ausführlich sind die Ergebnisse abgedruckt in Müller, K. (2008). Dort ist auch das Gewichtungsverfahren auf den Seiten 68ff näher erläutert.

ihre Güter oder Dienstleistungen im Ausland abgesetzt haben.⁵ Damit hat sich die Zahl der Exporteure gegenüber der Handwerkszählung von 1995, aus der sich letztmalig Daten über den handwerklichen Export ableiten lassen, fast verdreifacht. Auch der Exportumsatz ist seitdem erheblich gestiegen. Allerdings ist hier "nur" eine Verdoppelung festzustellen.

Die Exporteure wurden auch gefragt, in welchen Regionen/Ländern sie Auslandsgeschäfte tätigen. Die Ergebnisse finden sich in Tafel 2.1. Daraus wird deutlich, dass fast sämtliche Exporteure Geschäftsbeziehungen zu den "alten" EU-Ländern, also denjenigen Staaten, die bereits vor dem Jahr 2004 zur EU gehörten, aufweisen.

Tafel 2.1: **Zielländer des Exports**

Falls Sie Auslandsgeschäfte tätigen, in welchen Regionen/Ländern? (Mehrfachnennungen möglich)



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Ein gutes Drittel der Exporteure beliefert seine Güter und Leistungen in die neuen Mitgliedsstaaten der EU. Damit liegen diese Länder kurz vor den Staaten des übrigen Europas, wozu vor allem die Schweiz, mit Abstrichen auch Norwegen und die Nachfolgestaaten Jugoslawiens⁶ und der Sowjetunion gehören. Etwa 10 % der

⁵ Diese Betriebe erwirtschaften insgesamt einen Umsatz von 3,5 % des gesamten Handwerksumsatzes im Ausland. Das sind gut 14 Mrd. EUR.

⁶ Ohne Slowenien, das bereits zur EU gehört.

Exporteure haben auch Geschäftsbeziehungen nach Amerika oder Asien oder in die sonstigen Staaten (primär Australien bzw. Ozeanien).

Geht man von insgesamt knapp 49.000 Exporteuren aus, so dürften bei einem Anteil von gut einem Drittel etwa 18.000 deutsche Handwerksunternehmen Geschäftsbeziehungen zu den neuen Beitrittsstaaten der EU aufweisen. Diese Zahl ist beachtenswert insbesondere vor dem Hintergrund, dass noch 1994 (Daten der Handwerkszählung 1995) die Zahl der handwerklichen Exporteure insgesamt nur gut 17.000 betrug.

Im Folgenden werden die Exporteure in die neuen Mitgliedsstaaten gesondert betrachtet und mit der Gesamtheit der Exporteure verglichen. Bei dieser Analyse muss beachtet werden, dass die meisten Exporteure in die neuen Mitgliedsstaaten ebenfalls Exportbeziehungen in die "alten" EU-Staaten, teilweise auch in übrige Regionen aufweisen. Lediglich ein knappes Viertel der Exporteure in die neuen Mitgliedsstaaten der EU tätig Auslandsgeschäfte nur in diesen Staaten.

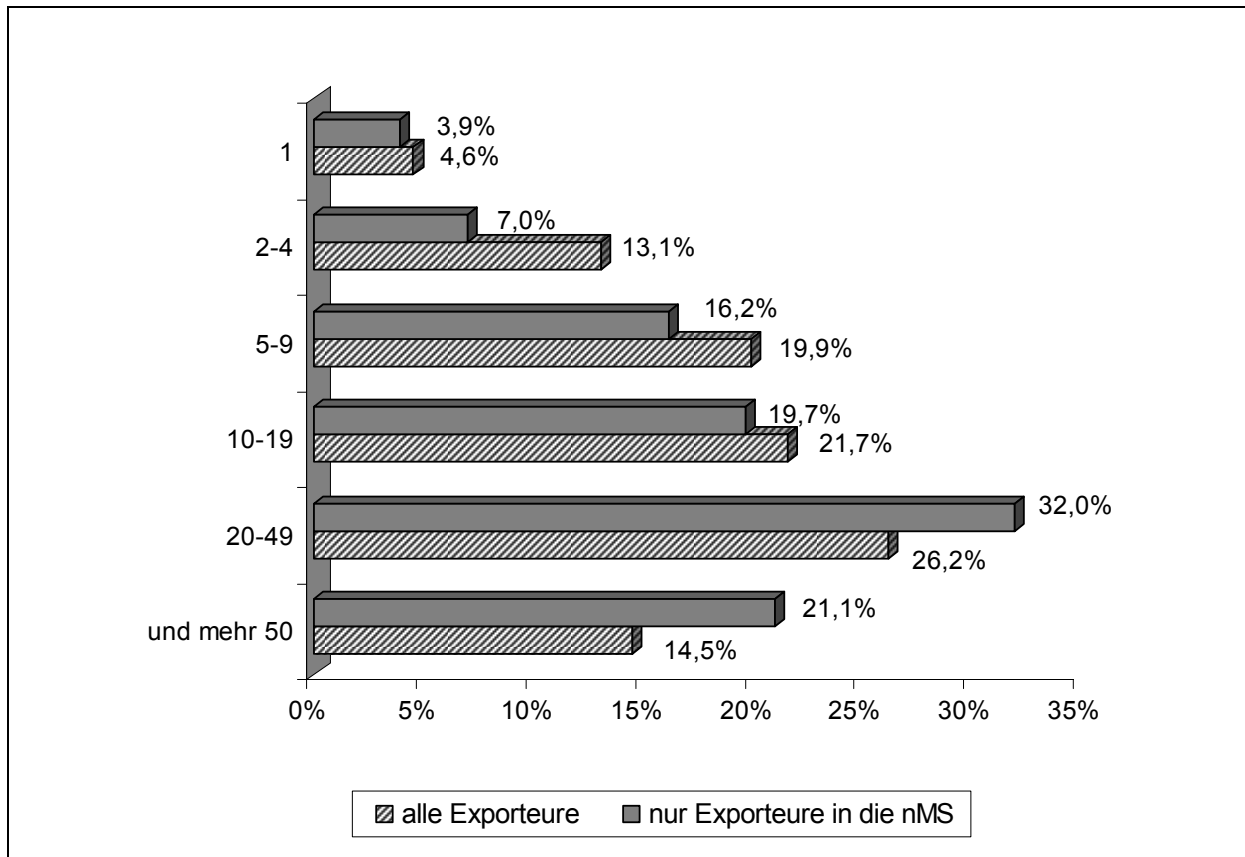
Interessant ist, dass die Exporteure in die neuen Mitgliedsstaaten bei einer Untersuchung nach **Beschäftigtengrößenklassen** im Durchschnitt größer sind als die Gesamtheit der Exporteure. Dies geht aus Tafel 2.2 hervor. So haben über 53 % der Exporteure in die neuen Mitgliedsstaaten über 20 Beschäftigte; bei der Gesamtheit der Exporteure sind es nur ca. 40 %. Dafür sind kleinere Unternehmen vergleichsweise wenig in den neuen Beitrittsstaaten tätig. Nur gut ein Viertel weist weniger als 10 Mitarbeiter auf; insgesamt sind es knapp 40 %.

Auch bei einer Differenzierung nach **Gewerbegruppen** ergeben sich Unterschiede (vgl. Tafel 2.3). Allein 40 % aller Exporteure kommen aus dem Kfz-Gewerbe (insgesamt sind es nur gut 20 %). Dies hängt damit zusammen, dass gegenwärtig noch sehr viele Gebrauchtwagen, aber auch Ersatzteile von Handwerksbetrieben in die Beitrittsstaaten verkauft werden. So werden bspw. seit dem Beitritt Polens zur EU geschätzte 3 Mio. Autos aus Westeuropa nach Polen eingeführt.⁷

Danach folgen die Handwerke für den gewerblichen Bedarf, deren Anteil an allen nMS-Exporteuren mit 39 % auch noch überproportional hoch ist. Bei den Exportprodukten dürfte es sich hier vor allem um Investitionsgüter, aber auch um spezielle Zuliefererteile handeln, die in den neuen Mitgliedsstaaten zur Modernisierung der Wirtschaft und der Infrastruktur dringend gebraucht werden. Deutsche Handwerker mit ihren spezialisierten Produkten von hoher Qualität haben hier deshalb gute Marktchancen, weil Firmen aus den nMS-10 nicht entsprechendes anbieten können. So fehlen in diesen Unternehmen häufig die notwendigen technischen Voraussetzungen, um die hohen Qualitätsnormen einzuhalten und schneller bzw. flexibler auf Kundenwünsche zu reagieren.

⁷ Deutsch-Polnische Wirtschaftsförderungsgesellschaft (www.twg.pl, Abruf am 29.11.2007)

Tafel 2.2: **Zusammensetzung aller Exporteure und der Exporteure in die neuen Mitgliedsstaaten der EU nach Beschäftigtengrößenklassen**



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

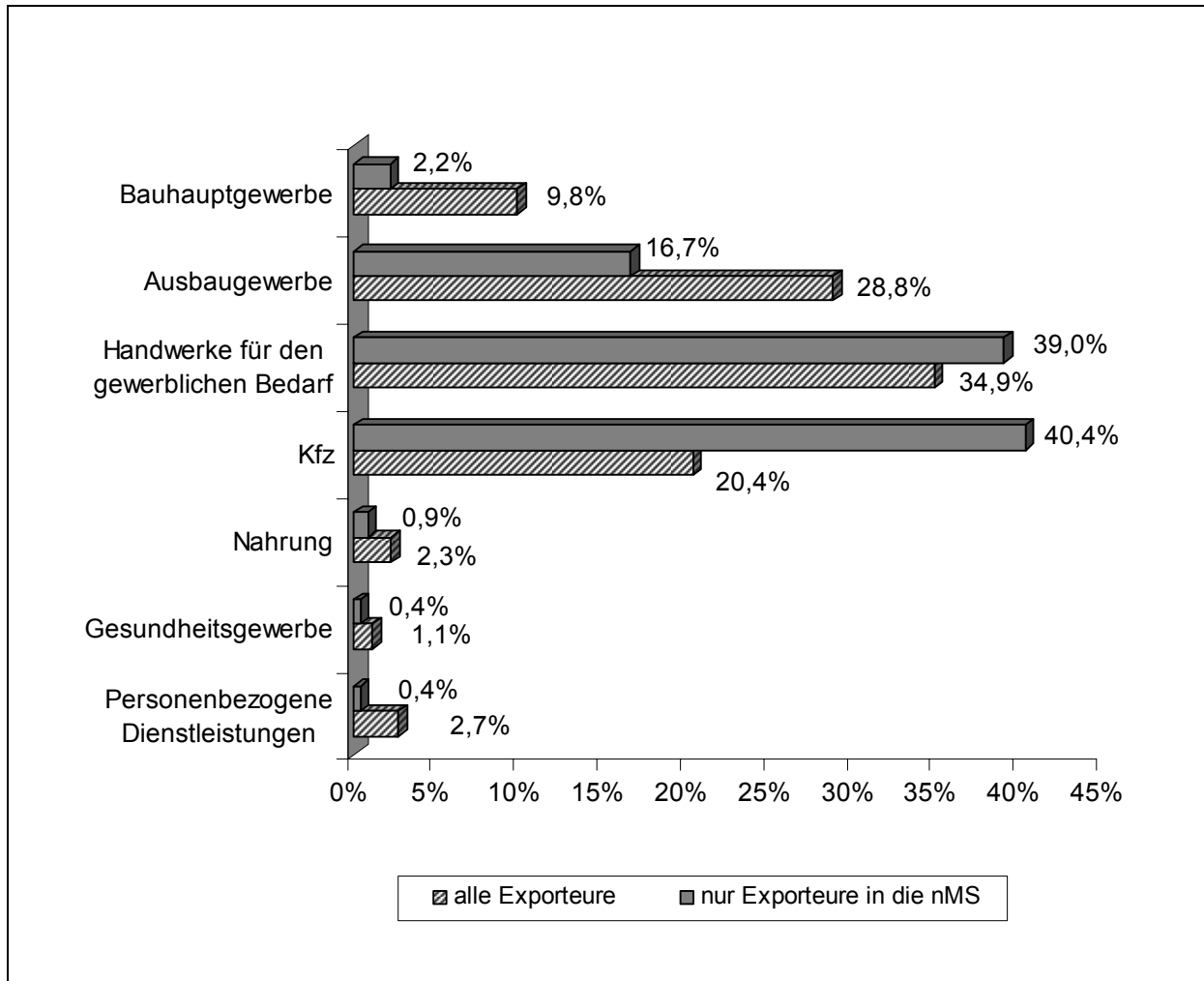
Eine relativ geringe Rolle hat dagegen die Ausfuhr in die neuen Beitrittsstaaten im Bauhaupt- und im Ausbaugewerbe. Weniger als 20 % aller Exporteure in die neuen Beitrittsstaaten kommen aus diesen beiden Gewerbegruppen. Dies dürfte damit zusammen hängen, dass im Baugewerbe als arbeitsintensiver Sektor die hohen Lohnkostenunterschiede besonders deutlich zu Buche schlagen dürften.⁸ Daher sind Aufträge in diesen Ländern für deutsche Handwerksunternehmen nur sehr schwer zu bekommen. Hinzu kommt, dass bis Anfang 2007 in Polen die Dienstleistungsfreiheit in bestimmten Sektoren, so auch im Baugewerbe,⁹ ähnlich wie in Deutschland eingeschränkt war. Das heißt, dass deutsche Handwerksunternehmen in diesem Land, das von allen Beitrittsländern die mit Abstand wichtigste Bedeutung aufweist, keine Leistungen erbringen durften, es sei denn, der Inhaber führte die Arbeiten selbst aus.

⁸ So lagen bspw. 2006 die Arbeitskosten je Arbeitnehmerstunde in Westdeutschland bei 33,59 EUR (in Ostdeutschland: 19,76 EUR), in Polen dagegen nur bei 5,16 EUR (vgl. IWD (2007), S.4). Diese Daten gelten für die Industrie. Im Handwerk dürfen die Unterschiede nicht ganz so hoch ausfallen; sie sind aber immer noch beträchtlich.

⁹ Daneben im Reinigungsgewerbe und bei der Innendekoration.

Vor diesem Hintergrund sind die in Tafel 2.3 dargestellten Anteile für das Baugewerbe beachtlich. Inzwischen dürften sich diese Anteile noch erhöht haben, da Bauunternehmen, darunter auch viele Handwerksbetriebe, Aufträge in Polen bekommen.

Tafel 2.3: **Zusammensetzung aller Exporteure und der Exporteure in die neuen Mitgliedsstaaten der EU nach Gewerbegruppen**



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

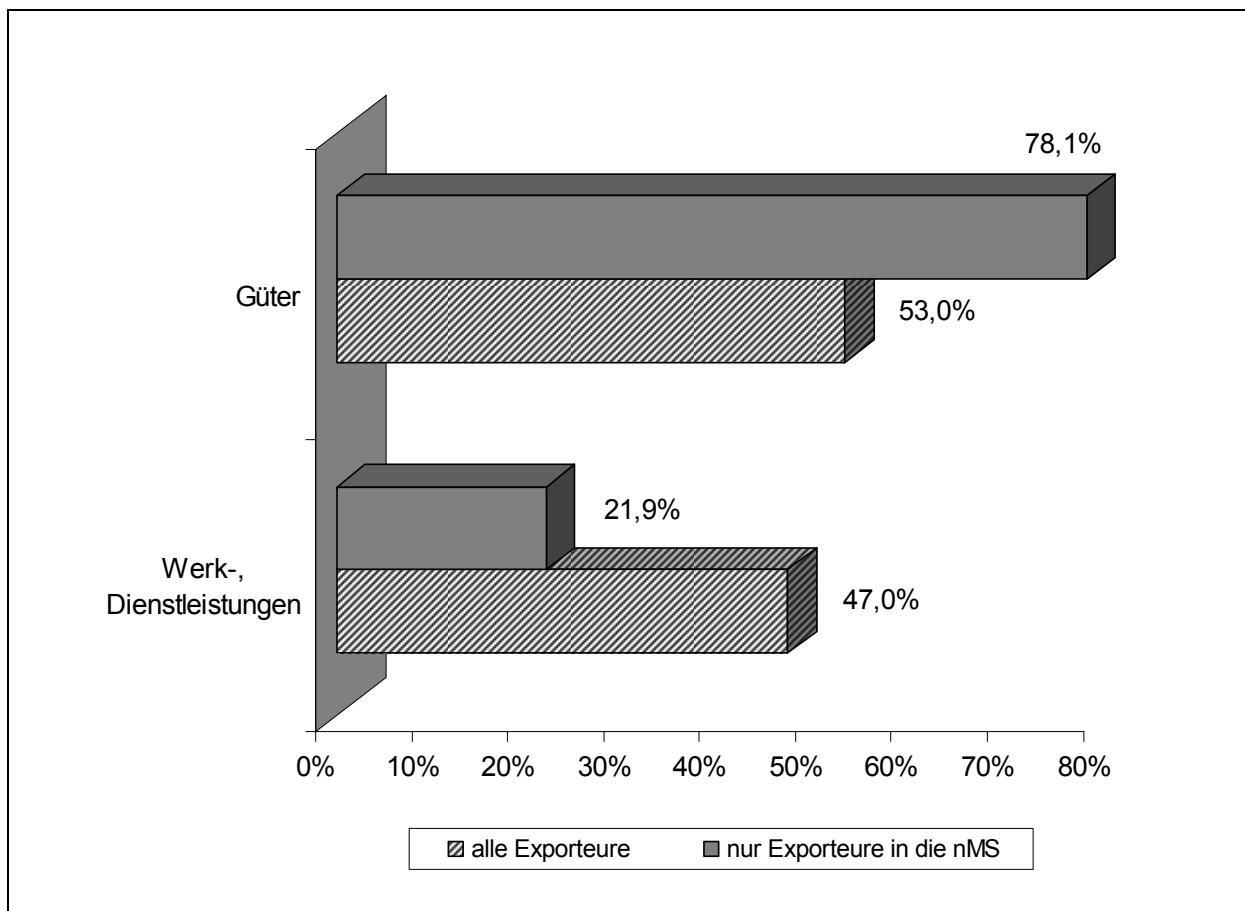
Dies hängt mit dem Facharbeitermangel in diesem Land zusammen, da viele gut ausgebildete Baufacharbeiter inzwischen auf den Britischen Inseln oder in Skandinavien arbeiten. Außerdem gibt es inzwischen eine zwar kleine, aber umso zahlungskräftigere Einkommensschicht, die deutsche Handwerkerleistungen durchaus zu schätzen weiß. Zukünftig dürften die Möglichkeiten in Polen eher noch besser werden. Insbesondere bei der Modernisierung der Infrastruktur, aber auch bei zukünftigen Großereignissen (Fußballeuropameisterschaft 2012) dürften polnische Firmen häufig nicht in der Lage sein, die großen Bauprojekte allein zu stemmen.

In den übrigen drei Handwerksgruppen (Nahrungsmittel- und Gesundheitsgewerbe sowie Handwerke für personenbezogene Dienstleistungen) findet ein Export in die neuen Beitrittsstaaten bis auf wenige Einzelfälle praktisch nicht statt.

Eine weitere Besonderheit der Exporteure in die Beitrittsstaaten liegt daran, dass diese überwiegend Güter exportieren, während sich bei der Gesamtheit der Exporteure der Güter- und der Dienstleistungsexport fast die Waage hält (vgl. Tafel 2.4).

Tafel 2.4: Art der Auslandsgeschäfte nach allen Exporteuren und den Exporteuren in die neuen Mitgliedsstaaten der EU

Exportieren Sie überwiegend Güter oder führen Sie Werk- oder Dienstleistungen (z.B. Bau, Ausbau) im Ausland durch?



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

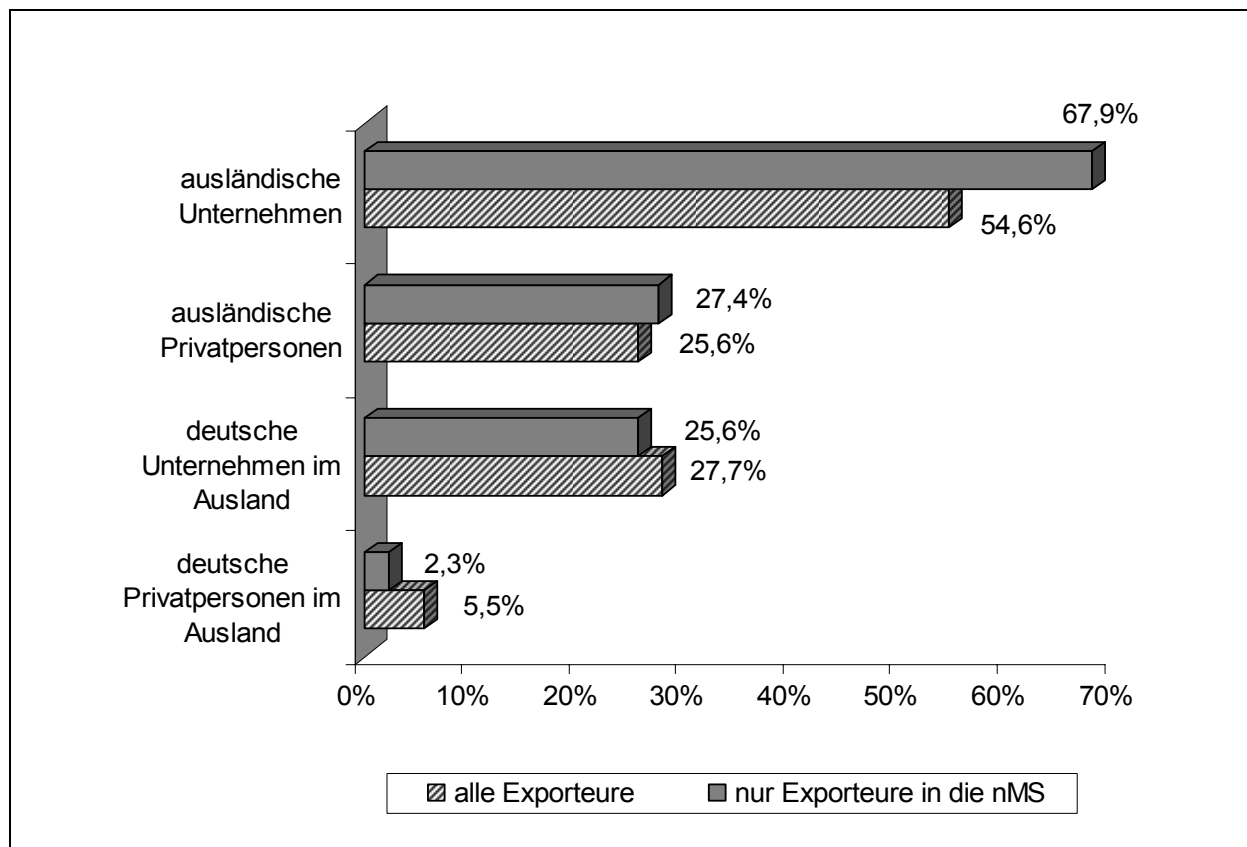
Dieses Ergebnis erklärt sich unmittelbar aus den vorstehenden Überlegungen zu den Gewerbegruppen. Dienstleistungen im Ausland werden primär vom Baugewerbe erbracht, während Güter vor allem von den Handwerken für den gewerblichen Bedarf und den Kfz-Handwerken exportiert werden.

Zu beachten ist, dass mit einem Dienstleistungsexport (z.B. Erfüllung einer Maschinenlieferung oder Durchführung eines Bauvorhabens, ohne dabei eine Niederlassung oder eine dauerhafte Betriebsstätte in dem Ausführungsland zu unterhalten)

erheblich größere Probleme mit einem Warenexport verbunden sind. So sind gewerberechtliche, arbeitsrechtliche, fremdenrechtliche und steuerliche Regelungen zu beachten.

Geringer fallen die Unterschiede zu der Gesamtheit aller Exporteure aus, wenn man die Abnehmer der exportierten Güter und Dienstleistungen betrachtet (vgl. Tafel 2.5). Zwar stehen ausländische Unternehmen sowohl bei allen Exporteuren als auch bei den Exporteuren in die neuen Mitgliedsländer an erster Stelle, jedoch hat diese Abnehmergruppe beim Export in die Beitrittsstaaten eine besonders hohe Bedeutung. Dies ist sicher darauf zurückzuführen, dass in diese Staaten vor allem Investitionsgüter (und Kfz) geliefert werden. Diese gehen fast ausschließlich direkt an Unternehmen.

Tafel 2.5: **Abnehmer von allen handwerklichen Exporteuren und von den Exporteuren in die neuen Mitgliedsstaaten der EU**



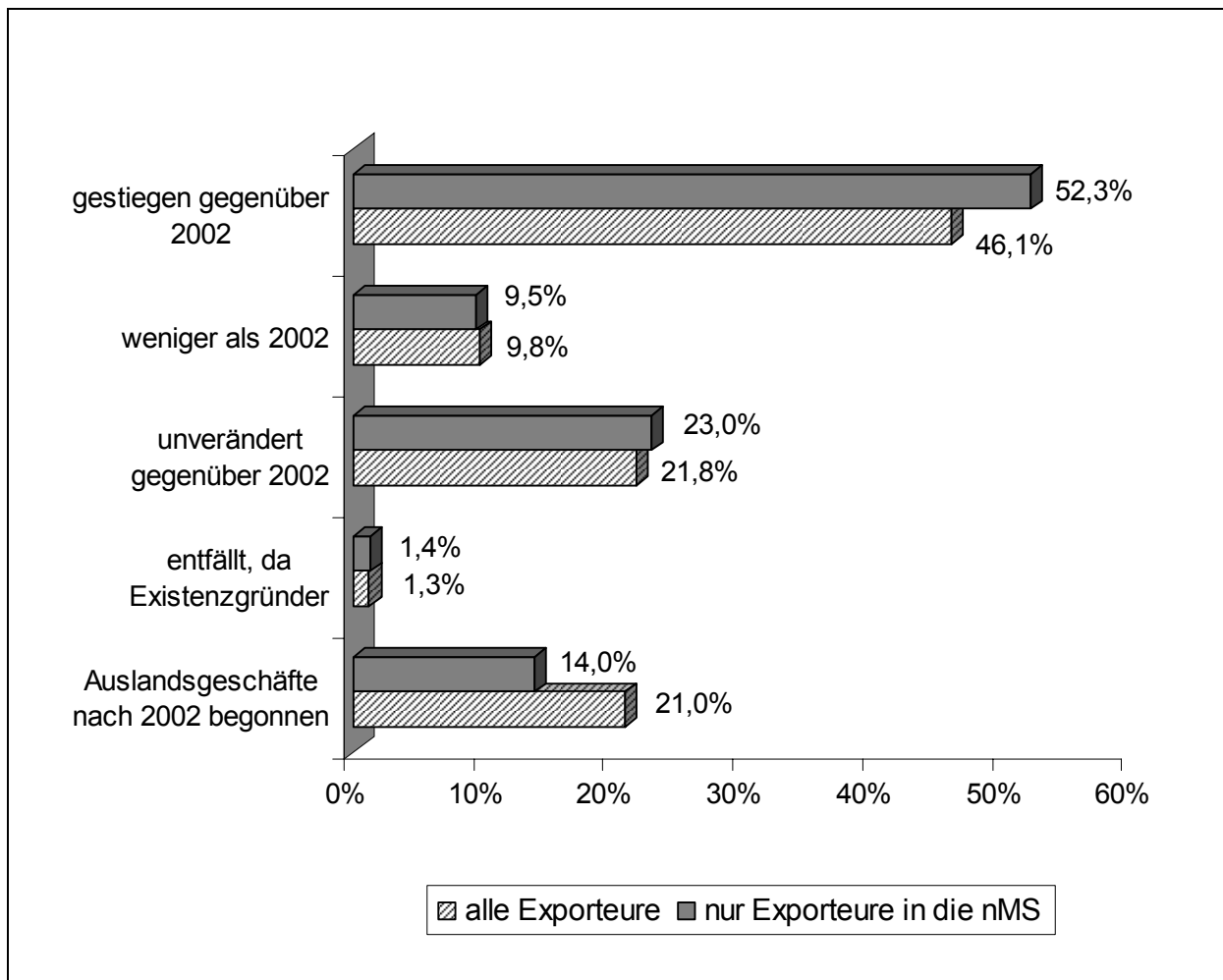
ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Aber auch an ausländische Privatpersonen wird exportiert und knapp 30 % der Exporteure gehen im Huckepack-Verfahren zusammen mit deutschen Unternehmen in diese Länder. Deutsche Privatpersonen im Ausland sind dagegen als Kundengruppe kaum relevant. Dies hängt damit zusammen, dass sich in den Beitrittsstaaten bislang kaum Deutsche niedergelassen haben.

Die meisten Exporteure in die neuen EU-Mitgliedsstaaten sind schon länger im Ausland tätig (vgl. Tafel 2.6), haben jedoch seit 2002 ihre Auslandsgeschäfte ausgebaut. Bei diesem Ergebnis kann nicht eindeutig geklärt werden, ob dieser Anstieg in Richtung der neuen Mitgliedsstaaten geht oder in andere Länder. Der Anteil der „neuen“ Exporteure ist jedoch relativ gering. Lediglich 14 % der Exporteure in die Beitrittsstaaten haben nach 2002 den Export neu aufgenommen. Bei der Gesamtheit aller Exporteure sind es dagegen 21 %.

Tafel 2.6: **Veränderungen der Auslandsgeschäfte seit 2002**
Wie haben sich Ihre Auslandsgeschäfte seit dem Jahr 2002 entwickelt?



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Leider lassen sich aus diesen Ergebnissen keine Aussagen darüber ableiten, ob der Export in die Beitrittsstaaten stärker gestiegen ist als der gesamte Export. Immerhin deutet einiges darauf hin, dass der Export in die neuen EU-Staaten weniger etwas für Exportneulinge, sondern eher etwas für Export erfahrende Unternehmen ist.

Aus den Diskussionen mit den Außenwirtschaftsberatern im Handwerk lässt sich zusätzlich die Erkenntnis ableiten, dass das Interesse bei den Handwerksunternehmen

an einer Tätigkeit in den neuen Mitgliedsländern der EU nach dem Beitritt zum 01.05.2004 insbesondere bei den Betrieben im Westen Deutschlands erst einmal zurückgegangen war. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass dieses Thema in der öffentlichen Diskussion seitdem keine größere Rolle mehr spielte. Erst in letzter Zeit ist ein geringer Anstieg von außenwirtschaftlichen Aktivitäten der Handwerksbetriebe zu beobachten. Dieser wird nicht zuletzt dadurch ausgelöst, dass – wie bereits erwähnt – die Durchführung von Arbeiten in Polen nunmehr möglich ist und deutsche Firmen aufgrund ihrer höheren Produktivität nunmehr durchaus konkurrenzfähig sind. Hierzu hat sicher auch beigetragen, dass die Löhne in Polen wegen der starken Auswanderung von Facharbeitern vor allem nach Großbritannien stark gestiegen sind. Nach Meinung der Mehrzahl der Berater überwiegen daher die positiven Auswirkungen.

Die insgesamt bislang relativ geringen Auswirkungen gelten allerdings nicht für alle Regionen. Insbesondere im ostbayerischen Grenzraum wurde die Zusammenarbeit mit dem östlichen Nachbarn aus Tschechien in den letzten Jahren sehr stark ausgebaut. Viele deutsche Handwerksbetriebe haben den Weg in das Nachbarland gefunden und bieten dort erfolgreich ihre Produkte und Leistungen an.¹⁰ Eine solche Entwicklung ist im polnischen Grenzgebiet bislang allerdings nicht zu beobachten. Hierfür dürften neben der relativ dünnen Besiedlung in dieser Region vor allem historische Gründe verantwortlich sein.

3. Auswirkungen auf den heimischen Markt

3.1 Konkurrenz auf dem heimischen Markt

Die größten Befürchtungen bezüglich der EU-Osterweiterung lagen darin, dass massenweise Anbieter aus den neuen Mitgliedsstaaten auf den deutschen Markt drängen und dort wegen ihrer geringeren Kosten, insbesondere der Löhne, die deutschen Handwerksbetriebe verdrängen. Um diese Befürchtungen zu relativieren, konnten Deutschland und Österreich in den Beitrittsverhandlungen für ihre Länder eine Einschränkung der Dienstleistungsfreiheit für die neuen Mitgliedsstaaten durchsetzen. Diese Einschränkung gilt allerdings nur für bestimmte Sektoren. Für Deutschland sind das die Bereiche Bauwirtschaft, Reinigung und Innendekoration, wobei die Einschränkungen für maximal für sieben Jahre gilt. Nach fünf Jahren (2009) muss diese Regelung allerdings neu beantragt werden.

Parallel wurde – und dies gilt für die meisten Länder der EU – auch die Arbeitnehmerfreizügigkeit eingeschränkt. Diese Möglichkeit nahmen die Länder Großbritannien, Irland und Schweden von Beginn an nicht oder nur begrenzt in Anspruch. Nach der ersten zweijährigen Phase wurde die Arbeitnehmerfreizügigkeit weiter von den

¹⁰ Vgl. Moritz, M. (2007).

Ländern Dänemark, Belgien, Finnland, Frankreich, Griechenland, Italien, Luxemburg, Portugal und Spanien gelockert oder ganz aufgehoben¹¹.

Eine vorübergehende Einschränkung der Dienstleistungsfreiheit und der Arbeitnehmerfreizügigkeit wurde auch in den Beitrittsverhandlungen mit Bulgarien und Rumänien durchgesetzt. Auch hier gilt das abgestufte Verfahren, das maximal sieben Jahre, also bis zum 31.12.2013, dauern kann.

Zu beachten ist allerdings, dass die Übergangsregelung bei der Dienstleistungsfreiheit nicht für Ein-Personen-Unternehmen aus den Beitrittsstaaten gilt, sofern sie die Dienstleistung allein erbringen oder sog. Schlüsselpersonal mitbringen. Zweieinhalb Jahre nach dem Beitritt von acht mittel- und osteuropäischen Staaten zur EU liegt leider keine genaue Datenbasis vor, wie weit diese Möglichkeiten der Dienstleistungsfreiheit für Selbstständige von Personen bzw. Firmen aus den neuen Mitgliedsstaaten genutzt werden. Abgesehen vom grenznahen Bereich dürfte die Bedeutung nicht allzu groß sein.

Als Eintrittsmöglichkeit auf den deutschen Markt hat sich hingegen eine andere Möglichkeit einer Marktbearbeitung bewiesen, nämlich die **Niederlassungsfreiheit**, die seit dem Beitritt zum 01.05.2004 uneingeschränkt genutzt werden kann. Hierüber liegt eine relativ gute Statistik vor, da bei der Eintragung in die bei den Handwerkskammern geführten Mitgliederverzeichnisse (Handwerksrolle, bzw. Verzeichnis der Inhaber zulassungsfreier bzw. handwerksähnlicher Gewerbe) die Nationalität erfasst wird. Nach dieser Statistik waren im deutschen Handwerk zum 30.06.2007 etwa 25.500 Betriebe aus den neuen Mitgliedsstaaten (im Folgenden auch nMS-10-Betriebe genannt) angemeldet (vgl. Tafel 3.1). Da diese Selbstständigen in der Regel keine Meisterprüfung abgelegt haben, ist es wenig erstaunlich, dass sie vor allem eine Tätigkeit in den zulassungsfreien Handwerken oder dem handwerksähnlichen Gewerbe anstreben. Die Zahl der nMS-10-Betriebe in den zulassungspflichtigen Handwerken beträgt dagegen nur 760.

Insgesamt liegt die Zahl der Betriebe aus den neuen EU-Ländern an allen deutschen Handwerksbetrieben bei 2,7 %. Dieser Anteil erscheint relativ gering, betrachtet man jedoch nur das Ergebnis für die zulassungsfreien Handwerke, wird bereits eine Quote von 11,9 % erreicht. Noch mehr ins Gewicht fallen die Betriebe aus den neuen EU-Ländern, wenn man sich nur die Zugänge des ersten Halbjahres 2007 ansieht. Hier betrug der Anteil bei den zulassungsfreien Handwerken sogar 25,7 % (gesamtes Handwerk: 12,2 %), d.h. mehr als jeder vierte Inhaber eines neu gegründeten zulassungsfreien Handwerksbetriebes kam aus einem der neuen EU-Mitgliedsstaaten.

Dieser hohe Prozentsatz wäre sicher nicht erreicht worden, wenn die Expansion von Betrieben aus den neuen EU-Ländern nicht durch die Novellierung der Handwerksordnung zum 1.1.2004 stark begünstigt worden wäre. Zu beachten ist jedoch, dass

¹¹ Vgl. Untiedt, G. u.a. (2007), S. 79.

auch ohne diese Reform viele dieser Gründungen durch die neuen EU-Mitbürger erfolgt wären. In diesem Fall hätten sich diese Handwerker wahrscheinlich stattdessen vor allem in einem handwerksähnlichen Gewerbe niedergelassen.

Tafel 3.1: **Betriebe aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU (nMS-10)**

	Betriebe gesamt		nMS-10-Betriebe ¹⁾		Anteil nMS-10-Betriebe	
	Bestand	Zugänge	Bestand	Zugänge	Bestand	Zugänge
	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007
Zulassungspflichtige Handwerke	603.419	20.085	760	151	0,1%	0,8%
Zulassungsfreie Handwerke	157.669	18.089	18.724	4 649	11,9%	25,7%
Handwerksähnliches Gewerbe	192.042	12.166	6.019	1 356	3,1%	11,1%
Handwerk Gesamt ²⁾	953.631	50.392	25.519	6 157	2,7%	12,2%

ifh Göttingen

1) Betriebe mit Inhabern aus den nMS der EU (Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn und Zypern)

2) einschl. Anlage A – einfache Tätigkeiten

Quelle: Deutscher Handwerkskammertag, eigene Berechnungen

Branchenmäßig zeigt sich ein sehr differenziertes Bild. Dies geht aus Tafel 3.2 hervor, in der sämtliche Handwerksbranchen, bei denen der Anteil der nMS-10-Betriebe an allen Betrieben über 3 % beträgt, aufgelistet sind. An der Spitze stehen mit Abstand die Fliesen-, Platten- und Mosaikleger, die allein fast die Hälfte sämtlicher EU-Betriebe ausmachen. Über 1.000 nMS-10-Betriebe finden sich noch bei den Gebäudereinigern, beim Einbau von genormten Baufertigteilen, im Holz- und Bautenschutzgewerbe und bei den Raumausstattern.

Sieht man sich die Branchen genauer an, kommen diese fast sämtlich aus dem Bau- und Ausbaugewerbe. Hier ist davon auszugehen, dass die nMS-10-Betriebe meist als Subunternehmer auf größeren Baustellen beschäftigt sind. Teilweise dürfte auch eine Tätigkeit bei Privatpersonen stattfinden. Darauf deuten u.a. die relativ hohen Zahlen bei den Raumausstattern hin. Unter dieses Berufsbild fallen auch einfache Malerarbeiten, die von diesen Betrieben ausgeführt werden.

Interessant ist, dass bei den Fliesen-, Platten- und Mosaiklegern fast 40 % der Zugänge des letzten halben Jahres auf die nMS-10-Betriebe zurückgehen. Zwischen 20 und 30 % liegt der Anteil bei den Gebäudereinigern, den Eisenflechtern, den Bodenlegern, den Kabelverlegern im Hochbau, den Betonstein- und Terrazzoherstellern und den Parkettlegern. Bei den Gebäudereinigern handelt es sich um den einzigen Handwerkszweig, der nicht dem Bau- und Ausbaugewerbe zuzurechnen ist. Aber

auch hier dürften die Handwerker aus den neuen Mitgliedsstaaten in der Regel als Subunternehmer tätig sein.

Tafel 3.2: **Ausgewählte Handwerksberufe²⁾ mit Inhabern aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU (nMS-10)¹⁾**

	Betriebe gesamt		nMS-10-Betriebe ¹⁾		Anteil nMS-10-Betriebe	
	Bestand	Zugänge	Bestand	Zugänge	Bestand	Zugänge
	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007
Fliesen-, Platten- und Mosaikleger	51.043	6.651	11.463	2.603	22,5%	39,1%
Gebäudereiniger	25.779	4.676	4.641	1.332	18,0%	28,5%
Eisenflechter	2.275	444	271	103	11,9%	23,2%
Bautrocknungsgewerbe	2.128	80	241	15	11,3%	18,8%
Estrichleger	4.192	500	441	99	10,5%	19,8%
Parkettleger	5.504	722	524	145	9,5%	20,1%
Raumausstatter	17.075	2.064	1.260	385	7,4%	18,7%
Holz- und Bautenschutzgewerbe	25.073	1.702	1.602	327	6,4%	19,2%
Kabelverleger im Hochbau	2.942	311	185	71	6,3%	22,8%
Betonstein- und Terrazzohersteller	901	49	56	11	6,2%	22,4%
Behälter- und Apparatebauer	803	135	45	21	5,6%	15,6%
Bodenleger	16.605	840	860	195	5,2%	23,2%
Asphaltierer (ohne Straßenbau)	329	31	13	3	4,0%	9,7%
Einbau von genormten Baufertigteilen	46.948	3.239	1.714	416	3,7%	12,8%
Fuger (im Hochbau)	7.051	326	234	43	3,3%	13,2%
Fleischzerleger, Ausbeiner	776	73	25	11	3,2%	15,1%
Metallschleifer und Metallpolierer	2.523	159	80	35	3,2%	22,0%
Handwerk Gesamt²⁾	953.631	50.392	25.519	6 157	2,7%	12,2%

ifh Göttingen

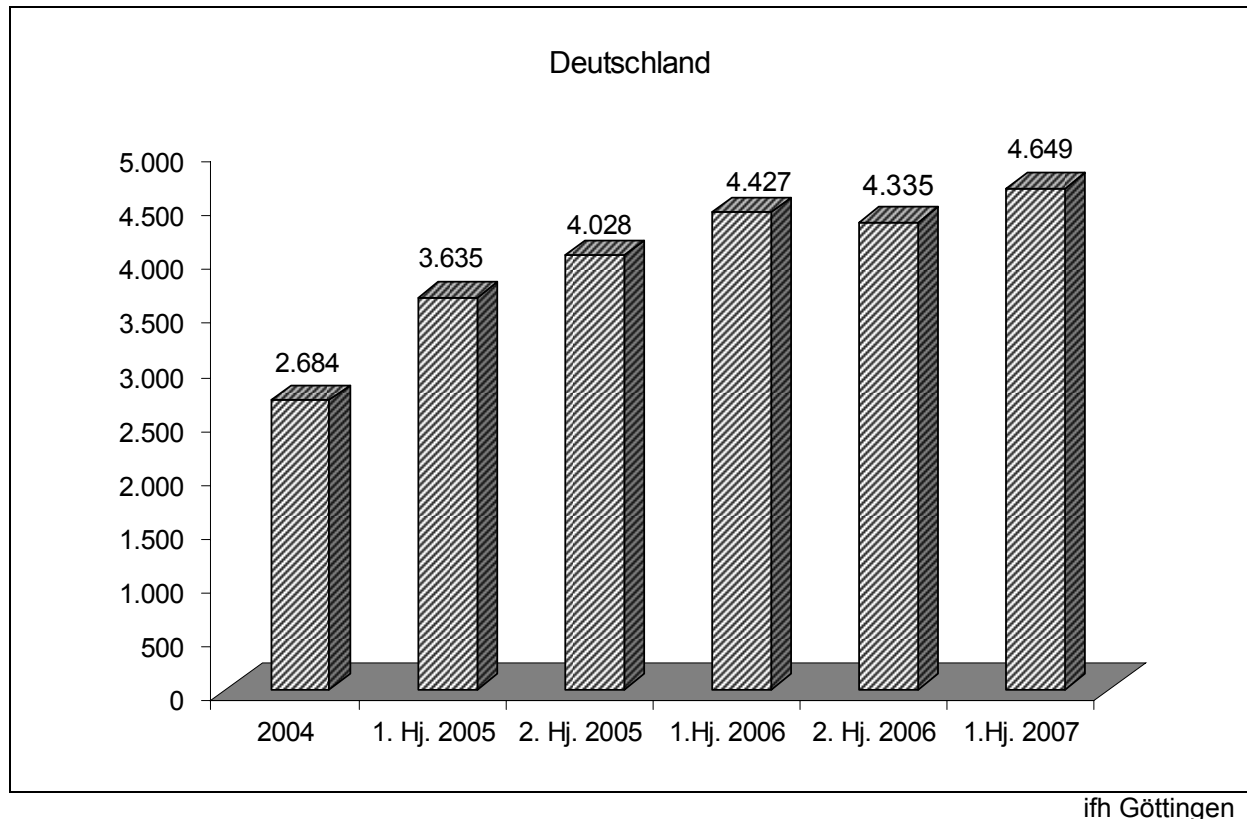
1) Betriebe mit Inhabern aus den nMS der EU (Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn und Zypern)

2) Anteil EU-Betriebe höher als 3 %

Quelle: Deutscher Handwerkskammertag, eigene Berechnungen

Die zukünftige Entwicklung lässt sich nur schwer vorhersehen. Anders als vielfach prognostiziert, ist der Zuwachs an nMS-10-Betrieben nach der erwarteten Anfangswelle bislang nicht entscheidend zurückgegangen, sondern mit Ausnahme des zweiten Halbjahres 2006 stetig gestiegen (vgl. Tafel 3.3). Bei der Gründung von nMS-10-Betrieben scheint es sich also nicht nur um ein vorübergehendes Phänomen zu handeln.

Tafel 3.3: **Zugänge Inhaber von Handwerksbetrieben aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU (nMS-10, nur zulassungsfreie Handwerke)**

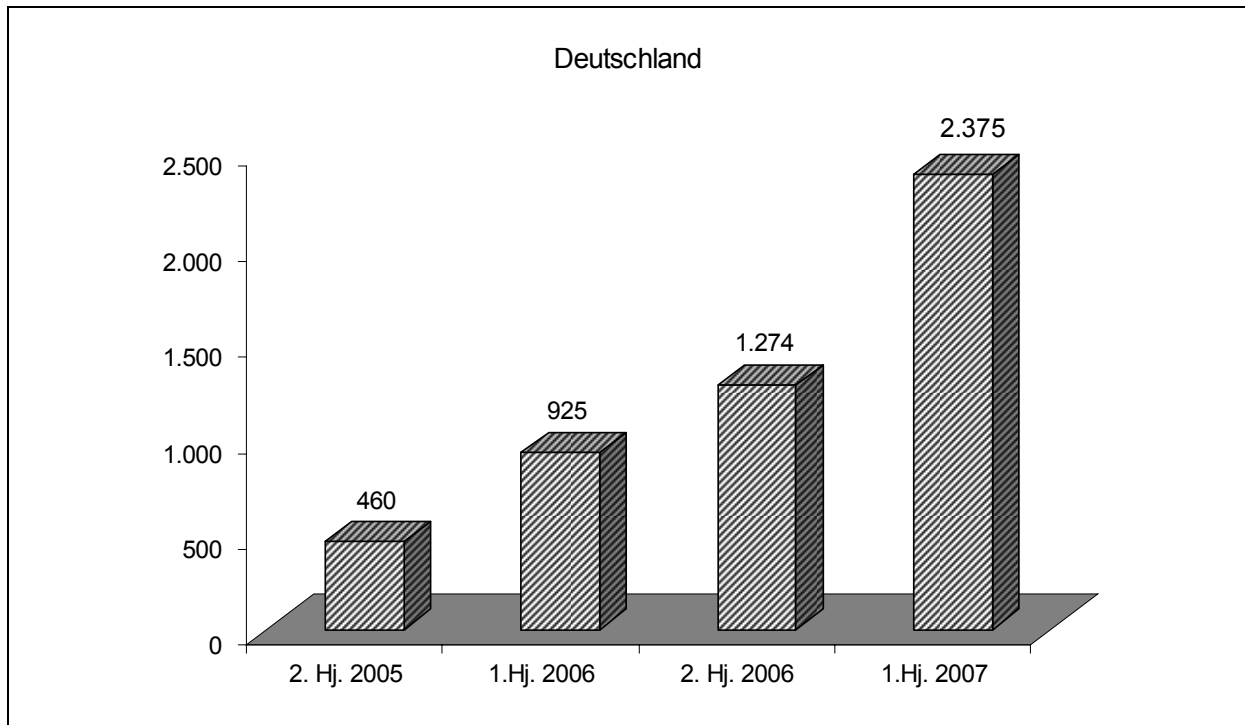


Quelle: Deutscher Handwerkskammertag, eigene Berechnungen

Wenn die absolute Zahl der nMS-10-Betriebe nicht noch stärker gestiegen ist, liegt dies darin, dass viele Betriebe auch wieder aus der Handwerksrolle gelöscht worden sind (vgl. Tafel 3.4). Im zweiten Halbjahr 2005 (ältere Zahlen liegen nicht vor) waren nur 460 Löschungen zu beobachten. Diese Zahl stieg im ersten Halbjahr 2006 auf 925 und über 1.274 im zweiten Halbjahr 2006 auf 2.375 im ersten Halbjahr 2007 stark an. Der Grund dürfte sein, dass viele Betriebe nicht den gewünschten Erfolg hatten. Außerdem setzt nach einer gewissen Zeit eine anteilige Beitragspflicht bei der zuständigen Handwerkskammer ein, was einige Betriebe zur Aufgabe ihres Betriebes veranlasst haben dürfte.

Die Bedeutung der ausländischen Inhaber aus den neuen EU-Staaten wird noch größer, bedenkt man, dass sich diese konzentriert in bestimmten Regionen niederlassen. Dies wird bei einer Auswertung nach Bundesländern deutlich (vgl. Tafel 3.5). Insgesamt zieht es die Gründer aus den neuen EU-Staaten viel eher in das frühere Bundesgebiet als in die näher gelegenen neuen Bundesländer. Dort haben sich bislang lediglich 1.424 Betriebe aus den neuen Mitgliedsstaaten angemeldet. Der prozentuale Betriebsanteil ist mit 0,8 % erheblich geringer als im früheren Bundesgebiet mit 3,1 %.

Tafel 3.4: **Abgänge Inhaber von Handwerksbetrieben aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU** (nMS-10, nur zulassungsfreie Handwerke)



Quelle: Deutscher Handwerkskammertag, eigene Berechnungen

Tafel 3.5: **Handwerksbetriebe mit Inhaber aus den nMS-10 nach Bundesländern**

	Betriebe gesamt		nMS-10-Betriebe ¹⁾		Anteil nMS-10-Betriebe	
	Bestand	Zugänge	Zugänge	Bestand	Bestand	Zugänge
	30.6.2007	1.Hj. 2007	1.Hj. 2007	30.6.2007	30.6.2007	1.Hj. 2007
Baden-Württemberg	128.404	6.514	559	1.880	1,5%	8,6%
Bayern	183.056	9.832	1.438	5.383	2,9%	14,6%
Berlin	33.203	1.684	139	2.285	6,9%	8,3%
Bremen	5.018	294	31	146	2,9%	10,5%
Hamburg	14.409	1.198	333	1.278	8,9%	27,8%
Hessen	68.094	4.411	1.197	5.091	7,5%	27,1%
Niedersachsen	80.110	4.682	663	2.691	3,4%	14,2%
Nordrhein-Westfalen	176.011	8.190	839	3.358	1,9%	10,2%
Rheinland-Pfalz	48.597	2.636	347	1.307	2,7%	13,2%
Saarland	11.652	736	27	92	0,8%	3,7%
Schleswig-Holstein	29.134	1.646	137	523	1,8%	8,3%
früheres Bundesgebiet	777.688	41.823	5.710	24.034	3,1%	13,7%
Brandenburg	37.789	1.991	191	558	1,5%	9,6%
Mecklenburg-Vorpommern	19.442	809	25	102	0,5%	3,1%
Sachsen	57.688	2.850	196	615	1,1%	6,9%
Sachsen-Anhalt	29.649	1.743	20	78	0,3%	1,1%
Thüringen	31.375	1.176	15	71	0,2%	1,3%
neue Bundesländer	175.943	8.569	447	1.424	0,8%	5,2%
Deutschland	953.631	50.392	6.157	25.519	2,7%	12,2%

ifh Göttingen

1) Betriebe mit Inhabern aus den nMS der EU (Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn und Zypern)

Quelle: Deutscher Handwerkskammertag, eigene Berechnungen

Bezogen auf den Stand an EU-Betrieben weist der Stadtstaat Hamburg mit 8,9 % den höchsten Anteil auf vor Hessen und Berlin. Ein relativ geringer Anteil findet sich – bezogen auf die alten Bundesländer – in Baden-Württemberg, dem Saarland, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen. Dies sind sämtlich Länder, die relativ weit entfernt von den neuen Beitrittsländern liegen. Bei den neuen Bundesländern liegt der Anteil an nMS-10-Betrieben sämtlich bei 1,5 % und geringer. Die 1 %-Hürde überschreiten nur die "Grenzländer" Sachsen und Brandenburg.

Betrachtet man nur das erste Halbjahr 2007, ist das Gewicht der Gründer aus den Beitrittsstaaten erheblich höher. Aber auch hier ergibt sich grundsätzlich das gleiche Bild: Hamburg liegt vor Hessen; danach folgen Bayern, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz. Zu beachten ist, dass auch in Brandenburg der Anteil bei knapp 10 % liegt; in Sachsen erreicht er immerhin 6,9 %. Für die übrigen neuen Bundesländer wurden dagegen weit geringere Anteile ermittelt.

Noch stärker fallen die Differenzen aus, wenn man sich die einzelnen **Handwerkskammerbezirke** ansieht (vgl. Tafel 3.6). Hier liegt überraschend der Kammerbezirk Braunschweig mit 13 % Bestandsanteil bzw. knapp 50 % Zugangsanteil im ersten Halbjahr 2007 an der Spitze gefolgt von den Kammerbezirken Rhein-Main, Hamburg und Berlin.

Tafel 3.6: **Handwerksbetriebe mit Inhaber aus den nMS-10 nach Handwerkskammerbezirken mit den höchsten Anteil an nMS-10 Betrieben²⁾**

Handwerkskammer	Betriebe gesamt		nMS-10-Betriebe ¹⁾		Anteil nMS-10-Betriebe	
	Bestand	Zugänge	Bestand	Zugänge	Bestand	Zugänge
	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007	30.06.2007	1.1 - 30.6.2007
Braunschweig	8.281	701	1.127	336	13,6%	47,9%
Rhein-Main	28.650	2.388	3.682	870	12,9%	36,4%
Hamburg	14.134	1.198	1.278	333	9,0%	27,8%
Berlin	33.392	1.684	2.285	139	6,8%	8,3%
München und Oberbayern	67.426	4.529	3.991	1.065	5,9%	23,5%
Wiesbaden	23.332	1.314	1.222	297	5,2%	22,6%
Mannheim	12.155	848	633	207	5,2%	24,4%
Rheinhessen	6.742	396	334	110	5,0%	27,8%
Pfalz	16.392	1.002	664	165	4,1%	16,5%
Hannover	17.465	900	658	111	3,8%	12,3%
Dortmund	19.958	1.389	649	178	3,3%	12,8%
Düsseldorf	50.804	3.302	1.683	384	3,3%	11,6%
früheres Bundesgebiet	777.688	41.823	24.034	5.710	3,1%	13,7%
neue Bundesländer	175.943	8.569	1.424	447	0,8%	5,2%
Deutschland	953.631	50.392	25.519	6.157	2,7%	12,2%

ifh Göttingen

1) Betriebe mit Inhabern aus den nMS der EU (Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn und Zypern)

2) Anteil EU-Betriebe höher als 3 %

Quelle: Deutscher Handwerkskammertag, eigene Berechnungen

Insgesamt dominiert eindeutig das erweiterte Rhein-Main-Gebiet mit den Bezirken Rhein-Main, Rheinhessen, Wiesbaden, Mannheim und Pfalz. Daneben spielen die niedersächsischen Bezirke Braunschweig und Hannover wohl deshalb eine herausragende Rolle, weil hier die Entfernungen von allen westlichen Kammern zu den Beitrittsländern (Polen) am geringsten sind. Weiter gehören in dieser HWK-Liste mit dem stärksten Besatz an Betrieben aus den neuen EU-Ländern die Stadtstaaten Hamburg und Berlin sowie die Handwerkskammerbezirke München und Oberbayern sowie Dortmund an.

Auffällig ist, dass sich in Tafel 3.6 allein Handwerkskammern aus den alten Bundesländern finden. In den neuen Ländern gibt es einen etwas größeren Anteil von Inhabern aus den Beitrittsländern nur in den Bezirken Cottbus und Dresden. Dort wird ein Anteil der Betriebe aus den nMS-10 an allen Betrieben von 2,5 % bzw. 1,9 % erreicht.

Bei den Ergebnissen in den Tafeln 3.5 und 3.6 ist zu beachten, dass sich sowohl die Bestands- als auch die Gründungsquote auf sämtliche Handwerksbetriebe bezieht. Würde man nur die zulassungsfreien Handwerke heranziehen, läge der Anteil noch beträchtlich höher. So kamen beispielsweise im ersten Halbjahr 2007 im Kammerbezirk Braunschweig sogar 75 % der Gründer aus den östlichen EU-Staaten. Bezogen auf den gesamten Bestand betrug der Anteil fast 40 %. Bei den handwerksähnlichen Gewerben sind die entsprechenden Anteile nur etwas geringer.

Nach Expertenmeinung handelt es sich bei den ausländischen Inhabern überwiegend um Ein-Personen-Unternehmen, da – wie bereits erwähnt – Arbeitskräfte aus den Heimatländern nicht mitgebracht werden dürfen und deutsche Arbeitskräfte kaum eingestellt werden. In einigen Fällen schließen sich auch mehrere Handwerker zu einer Personengesellschaft zusammen. Dies wird meist deshalb gemacht, um die Eintragungsgebühren bei der Handwerkskammer zu reduzieren.

Eine hohe Zahl an Niederlassungen von Personen aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten findet sich nicht nur im Handwerk, sondern in der **gesamten Volkswirtschaft**. Aus der Gewerbeanzeigenstatistik geht hervor, dass im Jahr 2006 fast 55.000 Personen aus diesen Staaten in Deutschland ein Gewerbe angemeldet haben (vgl. Tafel 3.7). Der Handwerksanteil lag mit 21,2 % bei gut einem Fünftel.

Die Gründungen lassen sich danach differenzieren, ob es sich um – wie es das Statistische Bundesamt formuliert – Betriebsgründungen oder um sonstige Neugründungen handelt.¹² Unter den sonstigen Neugründungen werden diejenigen Gründungen von Betrieben gezählt, die als Einzelunternehmen firmieren und zum Zeitpunkt der Anmeldung kein Personal beschäftigen. Häufig werden die Betriebe im Nebenberuf geführt, wobei eine Geschäftstätigkeit in einigen Fällen erst gar nicht aufgenommen wird. Diese Kriterien treffen auf die Betriebsgründungen nicht zu. Daher

¹² Vgl. Angele, J. (2007), S. 568f.

lassen diese Gründungen eine größere wirtschaftliche Bedeutung vermuten. Bezogen auf das Handwerk heißt dies, dass vom Statistischen Bundesamt die Gründung eines zulassungspflichtigen Handwerks als Betriebsgründung und eines zulassungsfreien Handwerks bzw. eines handwerksähnlichen Gewerbes als sonstige Neugründung gezählt wird.

Tafel 3. 7: **Betriebe aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU (nMS-10) in Gesamtwirtschaft und Handwerk 2006**

	Betriebsgründungen	sonstige Neugründungen	Gesamt
Neugründungen			
Handwerk	331	11.260	11.591
Gesamtwirtschaft	11.934	42.776	54.710
Anteil Handwerk (%)	2,8%	26,3%	21,2%
Aufgaben			
	Betriebsaufgaben	sonstige Stilllegungen	Gesamt
Handwerk	100	3.279	3.379
Gesamtwirtschaft	4.636	20.693	25.329
Anteil Handwerk (%)	2,2%	15,8%	13,3%

ifh Göttingen

Quellen: Deutscher Handwerkskammertag, Statistisches Bundesamt: Wirtschaft und Statistik, versch. Jahrgänge

Aus Tafel 3.7 wird deutlich, dass sich die Gründungen von Personen aus den neuen Mitgliedsstaaten hauptsächlich unter den sonstigen Neugründungen, also in Bereichen ohne größere wirtschaftliche Betätigung abspielen. Fast 43.000 der knapp 55.000 Gründungen zählen hierzu. Hier liegt allerdings der Handwerksanteil mit 26 % überproportional hoch. Bei den Betriebsgründungen ist der Handwerksanteil dagegen mit 2,8 % beträchtlich geringer. Aus diesen Daten lässt sich schließen, dass von den meisten Gründungen von Personen aus den neuen EU-Mitgliedstaaten keine größere wirtschaftliche Betätigung erwartet wird.

Ähnlich sieht es bei den Betriebsaufgaben aus. Deren Zahl lag sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch – wie bereits erwähnt – im Handwerk geringer. Im Jahr 2006 meldeten "nur" gut 25.000 Personen ihren Betrieb ab. Hier lag der Handwerksanteil mit 13 % erheblich geringer als bei den Gründungen. Dies lässt darauf schließen, dass die Gründungen im Handwerk tendenziell stabiler sind als im Durchschnitt der gesamten Wirtschaft.

Auch hier wird vom Statistischen Bundesamt Wiesbaden eine Unterscheidung vorgenommen, diesmal zwischen Betriebsaufgaben und sonstigen Stilllegungen. Die Differenzierung liegt erneut darin, ob den Unternehmen, die ihre wirtschaftliche Betätigung vollständig eingestellt haben, vorher eine größere wirtschaftliche Bedeutung zugekommen ist oder nicht. In der Regel war das nach den Ergebnissen der Gewerbeanzeigenstatistik nicht der Fall. So dominieren die sonstigen Stilllegungen bei weitem.

Bislang wurden die neuen Beitrittsstaaten der EU immer als Block betrachtet, nicht jedoch nach einzelnen Staaten differenziert. Für das Handwerk gibt es keine diesbezügliche Statistik, jedoch für die Gesamtwirtschaft. Aus Tafel 3.8 wird deutlich, dass über 46.000 der knapp 55.000 Neugründungen, die auf Personen aus den neuen EU-Staaten zurückgehen, aus Polen kommen. Dies sind etwa 85 %. Diese Dominanz der Gründer aus Polen ist sicher zu einem großen Teil darauf zurückzuführen, dass Polen das mit Abstand größte neue Mitgliedsland der EU ist. Darüber hinaus scheint die Emigrationsfreudigkeit der Polen größer zu sein als bspw. der Tschechen, wie Befragungen gezeigt haben. Selbst in Wien, das viel näher an der tschechischen und der slowakischen Grenz liegt als Polen, dominieren die polnischen Gründer (vgl. den Beitrag von R. Steiner in diesem Band).

Die restlichen neuen Mitgliedsstaaten spielen nur eine untergeordnete Rolle. An erster Stelle steht hier Ungarn vor der Slowakei, Tschechien und Litauen. Überall haben die sonstigen Neugründungen eine größere Bedeutung als die Betriebsgründungen.

Sieht man sich die Ergebnisse über die letzten vier Jahre seit 2003 an, wird deutlich, dass sich der Anteil der polnischen Gründer kontinuierlich erhöht hat. Waren es im Jahr 2003, also im Jahr vor der EU-Erweiterung, noch 53,4 %, so stieg dieser Anteil über 80,7 % und 83,7 % auf die bereits erwähnten 85,2 % in 2006.

Entsprechend fällt das Ergebnis bei den Betriebsaufgaben aus. Auch hier dominieren die Polen eindeutig; allerdings liegt hier der Anteil mit 81,4 % etwas geringer. Auch bei den Betriebsaufgaben ist eine kontinuierliche Steigerung des polnischen Anteils festzustellen.

Nicht beantwortet werden kann durch diese Statistik, ob es sich bei den Niederlassungen von Personen aus den östlichen Mitgliedsstaaten sämtlich auch um Zuzüge nach Deutschland handelt. Ein Teil dieser Gründungen dürfte sicher auch auf Personen zurückzuführen sein, die bereits früher in Deutschland gelebt haben, dabei allerdings möglicherweise einer illegalen Tätigkeit nachgekommen sind. Durch den EU-Beitritt sahen sie nun die Möglichkeit, ihre Arbeit zu legalisieren. Aus diesem Grund dürfte die Schwarzarbeit also etwas reduziert worden sein. Wie groß dieser Effekt ist, lässt sich leider nicht beantworten, da keine entsprechende Datengrundlage vorhanden ist.

Tafel 3.8: Neugründungen und Betriebsaufgaben durch Personen aus den nMS-10 (ohne Malta, Zypern)

	2003			2004			2005			2006		
	Betriebs- gründun- gen	sonstige Neugrün- dungen	GESAMT	Betriebs- gründun- gen	sonstige Neugrün- dungen	GESAMT	Betriebs- gründun- gen	sonstige Neugrün- dungen	GESAMT	Betriebs- gründun- gen	sonstige Neugrün- dungen	GESAMT
Neugründungen												
Estland	-	-	-	-	-	-	13	77	90	12	67	79
Lettland	-	-	-	-	-	-	67	394	461	60	384	444
Litauen	-	-	-	-	-	-	124	1.164	1.288	110	1.188	1.298
Polen	608	1.726	2.334	3.482	13.222	16.704	6.904	28.719	35.623	10.355	36.285	46.640
Tschechien	145	299	444	180	782	962	181	1.056	1.237	191	1.183	1.374
Slowakei	48	107	155	110	506	616	168	882	1.050	288	1.094	1.382
Ungarn	173	360	533	334	967	1.301	325	1.217	1.542	595	1.409	2.004
Slowenien	55	163	218	86	235	321	121	340	461	138	416	554
Rumänien	199	489	688	194	597	791	173	647	820	185	750	935
Bulgarien			0			0						0
GESAMT	1.228	3.144	4.372	4.386	16.309	20.695	8.076	34.496	42.572	11.934	42.776	54.710
Betriebsaufgaben												
Estland	-	-	-	-	-	-	2	24	26	13	37	50
Lettland	-	-	-	-	-	-	21	129	150	47	173	220
Litauen	-	-	-	-	-	-	60	461	521	57	632	689
Polen	423	1.096	1.519	684	2.124	2.808	2.042	8.920	10.962	3.722	16.889	20.611
Tschechien	68	205	273	102	281	383	120	504	624	136	671	807
Slowakei	25	49	74	39	131	170	82	450	532	103	585	688
Ungarn	142	267	409	194	322	516	214	649	863	315	871	1.186
Slowenien	40	102	142	55	134	189	82	276	358	113	373	486
Rumänien	136	272	408	154	327	481	114	395	509	130	462	592
Bulgarien			0			0						0
GESAMT	834	1.991	2.825	1.228	3.319	4.547	2.737	11.808	14.545	4.636	20.693	25.329
Anteil der Polen												
Neugründungen	49,5%	54,9%	53,4%	79,4%	81,1%	80,7%	85,5%	83,3%	83,7%	86,8%	84,8%	85,2%
Betriebsaufgaben	50,7%	55,0%	53,8%	55,7%	64,0%	61,8%	74,6%	75,5%	75,4%	80,3%	81,6%	81,4%

ifh Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, eigene Berechnungen

3.2 Importe bzw. Bezug von Fremdleistungen aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU

Der Beitritt von zehn mittel- und osteuropäischen Staaten zur EU hat für die Handwerksbetriebe nicht nur Nachteile, sondern kann auch Vorteile mit sich bringen. Dies ist dann der Fall, wenn es gelingt, das Lohngefälle zu den Beitrittsstaaten auszunutzen, um auf diese Weise im Preiswettbewerb auf dem heimischen Markt bestehen zu können. Hierbei sind zwei verschiedene Möglichkeiten zu unterscheiden. Zum einen können Vorprodukte importiert werden, zum anderen ist es möglich, Fremdleistungen aus diesen Staaten einzusetzen, indem bspw. ausländische Subunternehmer beschäftigt werden¹³. Diese beiden Varianten unterscheiden sich jedoch nicht unbedeutend.

Der Import von Vorprodukten war bereits bis auf wenige Ausnahmen schon vor dem EU-Beitritt möglich. Er wurde von vielen deutschen Handwerksbetrieben auch bereits in Anspruch genommen, so beispielsweise bei den Feinwerktechnikern (Import von einfachen Vorprodukten), bei den Vulkanisierern und Reifenmachern, den Tischlern und den Steinmetzen.¹⁴ Durch die EU-Erweiterung ist die wirtschaftliche Verflechtung mit den neuen Mitgliedsstaaten gestiegen. Daher ist auch zu erwarten, dass sich die Importe erhöht haben.

Anders sieht es bei dem Bezug von Fremdleistungen aus. Sofern damit eine Tätigkeit in Deutschland verbunden ist, muss die Einschränkung der Dienstleistungsfreiheit in bestimmten Wirtschaftssektoren – wie im vorherigen Abschnitt erwähnt – beachtet werden. Beispielsweise ist die Beschäftigung von Subunternehmen auf legalem Weg nur dann möglich, wenn sich diese in Deutschland niedergelassen haben, wozu allerdings keine Arbeitskräfte aus dem Ausland mitgebracht werden dürfen. Hierüber wurde im vorigen Abschnitt ausführlich berichtet. Darüber hinaus können auf Antrag, insbesondere im Rahmen von Werkvertragskontingenten Arbeitskräfte aus den Mitgliedsstaaten beschäftigt werden. Dies wird jedoch nur relativ wenig in Anspruch genommen, wobei die Tendenz fallend ist.

Daten über den Import von Vorprodukten und Fremdleistungen aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten stehen erstmals aus der bereits in Kapitel 2 erwähnten Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk aus dem Herbst 2007 zur Verfügung. In dieser Erhe-

¹³ Als dritte Möglichkeit muss die Verlagerung eines Teils der Produktion in eines der neuen EU-Mitgliedsstaaten erwähnt werden (passive Lohnveredelung). Hierüber liegen leider keine Daten vor. Deren Zahl dürfte insgesamt allerdings relativ gering sein, wobei diese Firmen häufig im Verlauf ihres Engagements ihre Motivation geändert haben. Die Marktbearbeitung in den Beitrittsstaaten gewann an Gewicht und verdrängte zunehmend die anfangs eher kostenmäßig orientierte Sichtweise (vgl. hierzu den Beitrag von L. Rechenmacher in diesem Band).

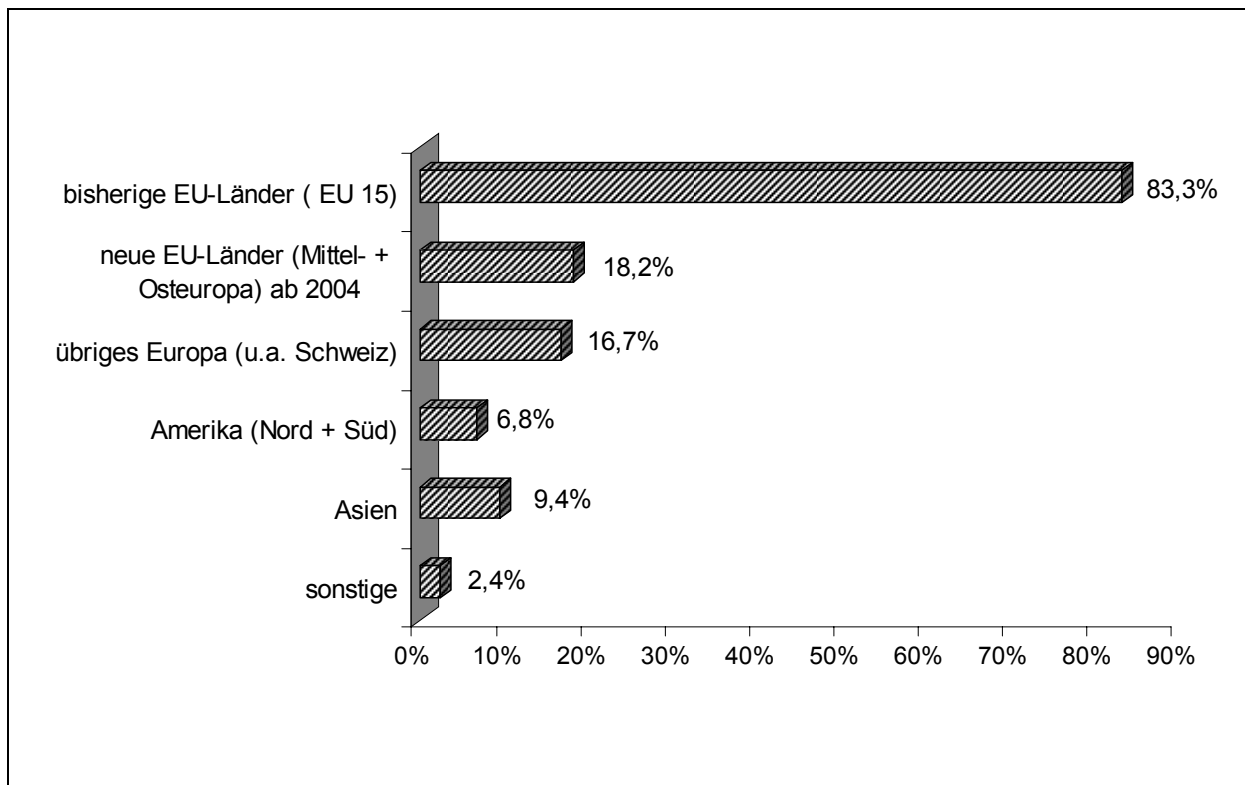
¹⁴ Vgl. Müller, K. und Bang, K. (2003), S. 176.

bung wurde auch eine Frage einbezogen, woher die Unternehmen im Jahr 2006 ihr Material/Handelswaren bzw. ihre Fremdleistungen bezogen haben. Eine Antwortkategorie lautete "Ausland" und in einer weiteren Frage wurden diejenigen Unternehmen, die ihre Produkte bzw. Leistungen aus dem Ausland bezogen haben, nach deren Herkunft gefragt, darunter auch die neuen EU-Länder aus Mittel- und Osteuropa.

Ein zentrales Ergebnis der Umfrage lautete, dass 2,8 % des Materialeinsatzes im deutschen Handwerk aus dem Ausland kommt. Das waren im Jahr 2006 etwa 4,5 Mrd. EUR. Insgesamt 9,5 % aller Handwerksunternehmen importieren dabei Vorprodukte oder Fremdleistungen von jenseits der deutschen Grenzen. Das bedeutet, dass fast jeder zehnte Handwerksbetrieb direkt Produkte oder Leistungen aus dem Ausland importiert. Absolut gesehen haben damit im Jahr 2006 etwa 63.800 Handwerksunternehmen Material oder Handelswaren bzw. Fremdleistungen direkt aus dem Ausland bezogen.

Tafel 3.9: Importländer Importeure

Falls Sie Auslandsgeschäfte tätigen, in welchen Regionen/Ländern? (Mehrfachnennungen möglich)



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

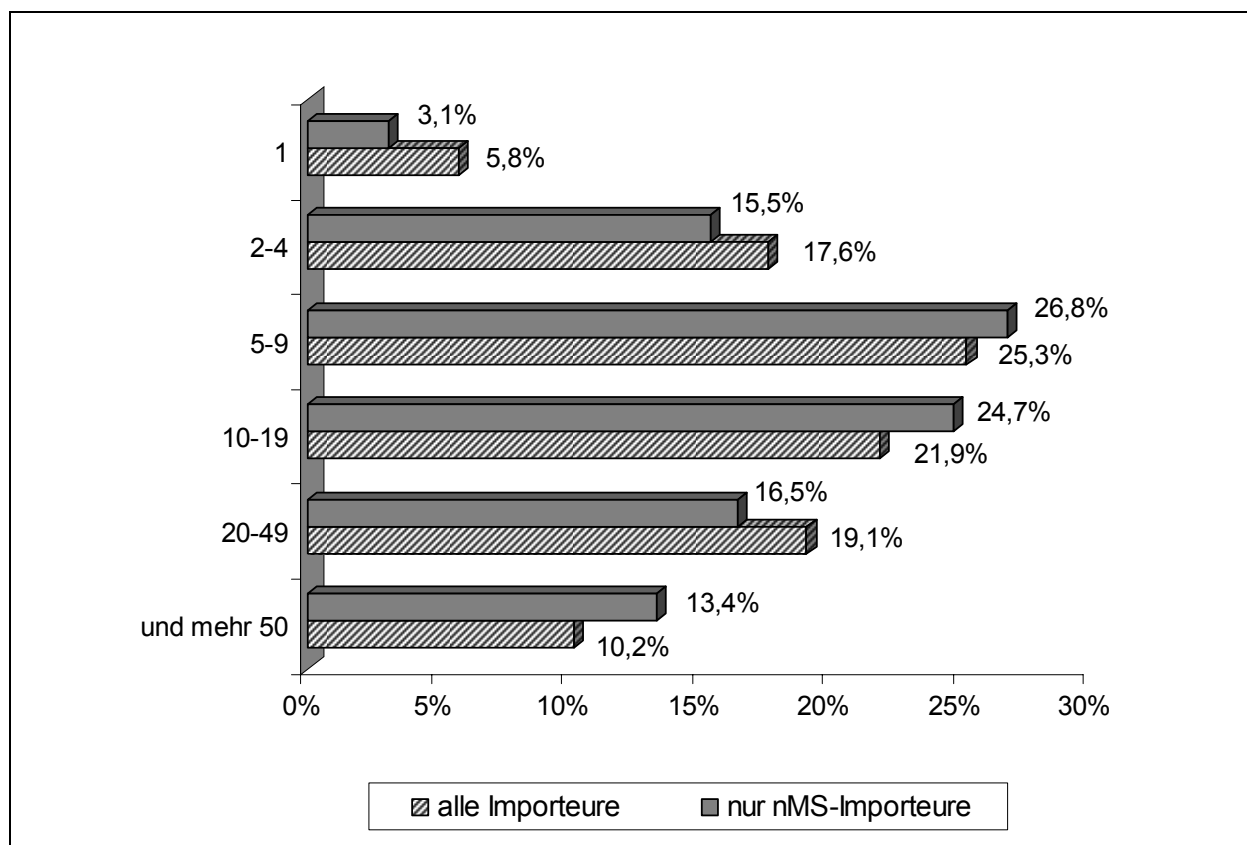
Differenziert man nun dieses Ergebnis nach den einzelnen Importländern (vgl. Tafel 3.9), so dominiert der Import aus den bisherigen EU-Ländern (EU 15). Immerhin 18,2 % der Unternehmen haben Produkte oder Leistungen aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU bezogen. Damit stellen diese Länder die zweitwichtigste Region dar.

Absolut gesehen sind dies fast 12.000 Handwerksunternehmen. Diese Zahl ist etwas geringer als die Zahl der handwerklichen Exporteure in diese Länder.

Im Folgenden werden die Importeure, die aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU Produkte oder Vorleistungen beziehen, gesondert betrachtet und mit der Gesamtheit der Importeure verglichen. Bei dieser Analyse muss wiederum beachtet werden, dass viele Importeure Geschäfte mit Unternehmen aus verschiedenen Regionen bzw. Erdteilen tätigen. Nur relativ wenige Importeure beziehen allein Produkte bzw. Leistungen aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU.

Differenziert man die Ergebnisse nach **Beschäftigtengrößenklassen**, fallen keine größeren Unterschiede ins Auge (vgl. Tafel 3.10). Aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten importieren vor allem mittelgroße Betriebe mit fünf bis 20 Beschäftigten. Hier liegen die Anteile über denjenigen aller Importeure. Kleinere bzw. größere Handwerksunternehmen beziehen dagegen seltener aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten.

Tafel 3.10: **Zusammensetzung aller Importeure und der Importeure, die aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU importieren, nach Beschäftigtengrößenklassen**

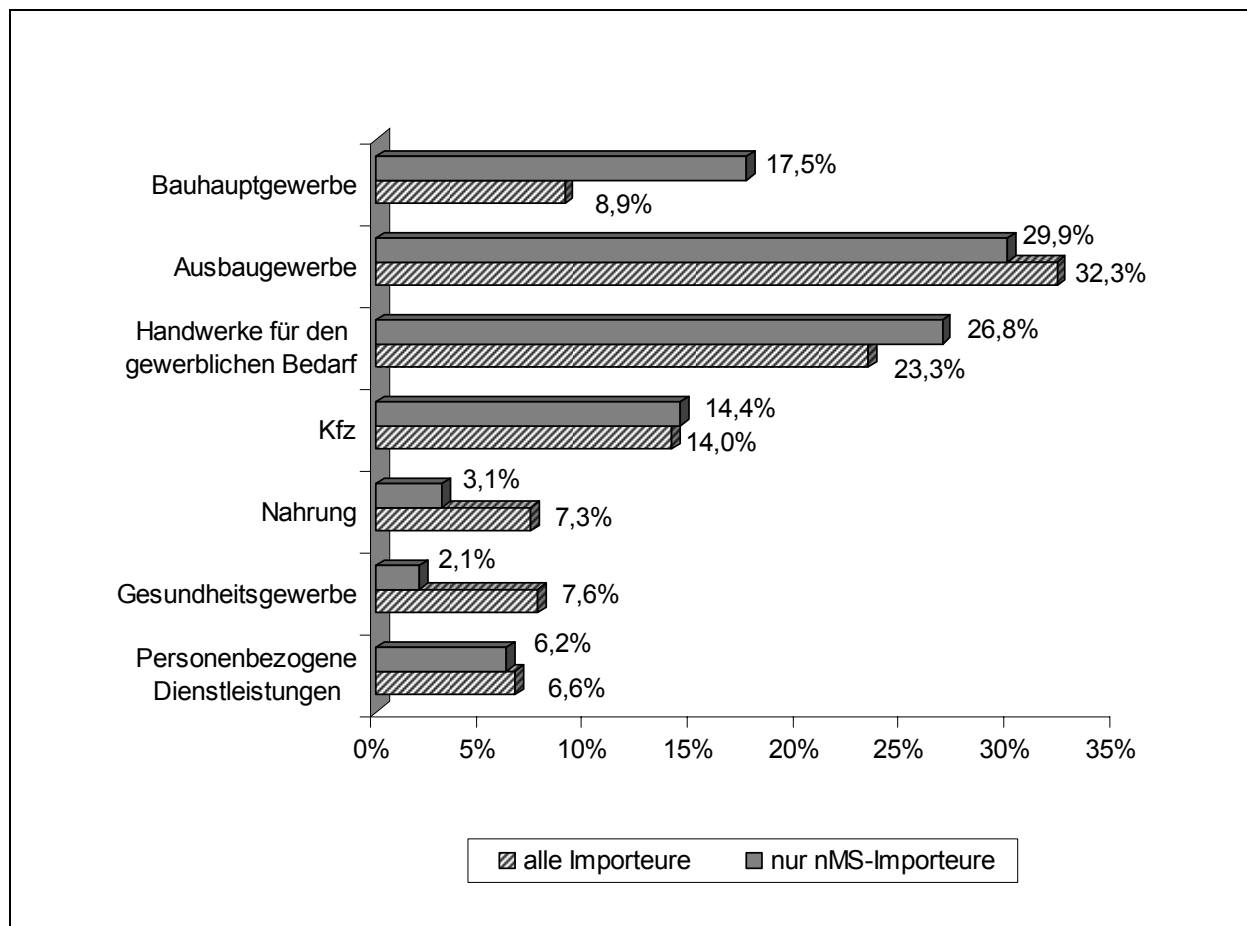


ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

Bei einer Differenzierung nach verschiedenen **Gewerbegruppen** fällt die Dominanz des Baugewerbes ins Auge (vgl. Tafel 3.11). 30 % der Importe aus den neuen Mitgliedsstaaten betreffen das Ausbau und 17,5 % das Bauhauptgewerbe. Insbesondere bei letzterer Gruppe ist ein erheblicher Unterschied gegenüber der Gesamtzahl aller Importeure (nur 8,9 %) zu beobachten. Dies weist darauf hin, dass im Baugewerbe relativ häufig Fremdleistungen aus den neuen Mitgliedsstaaten eingesetzt werden. In wie weit das in Deutschland ansässige Ein-Personen-Unternehmen sind, kann leider aus den vorliegenden Daten nicht eindeutig geschlossen werden. Darüber hinaus importieren noch viele Handwerke für den gewerblichen Bedarf aus den nMS-10. Knapp 27 % aller Importeure aus den neuen Mitgliedsstaaten stammen aus dieser Gruppe. Die anderen Gewerbegruppen weisen demgegenüber nur eine untergeordnete Bedeutung auf.

Tafel 3.11: **Zusammensetzung aller Importeure und der Importeure, die aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU importieren, nach Gewerbe-
gruppen**



ifh Göttingen

Quelle: Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007

4. Zusammenfassung und Resümee

Die Erweiterung der Europäischen Union um insgesamt zehn neue Staaten aus Mittel- und Osteuropa wurde im deutschen Handwerk lange Zeit mit Sorge betrachtet. Die dadurch entstehenden Chancen, hervorgerufen vor allem durch neue Absatzmärkte, wurden als relativ gering eingeschätzt, da das Handwerk auch heute noch überwiegend regional orientiert ist. Dafür wurden erhebliche Befürchtungen vor einer starken Konkurrenz auf dem heimischen Markt durch Firmen aus diesen Staaten laut, da diese infolge des dort herrschenden deutlich geringeren Lohnniveaus ihre Leistungen günstiger anbieten können. Durch eine Einschränkung der Arbeitnehmerfreizügigkeit und der Dienstleistungsfreiheit für maximal sieben Jahre wurden diese Bedenken zunächst weitgehend zerstreut.

Inzwischen sind über dreieinhalb Jahre vergangen. Zeit, eine erste Bilanz zu ziehen. Hierfür ist es hilfreich, dass nunmehr erste empirische Daten aus einer breit angelegten Erhebung bei über 8.500 Handwerksunternehmen über deren Auslandsengagement in die neuen Mitgliedsstaaten der EU vorliegen. Nach den Ergebnissen dieser Umfrage sind inzwischen 18.000 deutsche Handwerksunternehmen in diesen Staaten tätig. Diese Zahl ist beachtenswert, berücksichtigt man, dass noch 1994 nur insgesamt 17.000 Handwerksunternehmen exportiert haben. Bei diesen Unternehmen handelt es sich eher um größere Handwerksunternehmen, die vor allem im Kfz-Gewerbe (Export von Gebrauchtwagen und Kfz-Ersatzteilen) und für den gewerblichen Bedarf (Lieferung von speziellen Investitionsgütern, Zulieferteilen) tätig sind.

Dem Baugewerbe war bis vor kurzem in Polen, dem weitaus wichtigsten Markt der Beitrittsstaaten, eine Tätigkeit versagt, weil auch in dieser Richtung die Dienstleistungsfreiheit eingeschränkt war. Die Auswirkungen dieser Begrenzung zeigen sich darin, dass vorwiegend Güter in diese Staaten exportiert werden, Dienstleistungen spielen nur eine untergeordnete Rolle. Inzwischen ist die Durchführung von Arbeiten in Polen möglich. Dabei haben sich deutsche Firmen aufgrund ihrer höheren Produktivität als durchaus konkurrenzfähig erwiesen.

Häufig gehen Firmen im Huckepackverfahren mit größeren deutschen Unternehmen in EU-Beitrittsländer. Insgesamt deutet einiges darauf hin, dass der Export in die neuen EU-Staaten weniger etwas für Exportneulinge, sondern eher etwas für Export erfahrene Unternehmen ist.

Bei dem handwerklichen Export in die Beitrittsländer sind allerdings regionale Unterschiede zu konstatieren. Insbesondere im ostbayerischen Grenzraum wurde die Zusammenarbeit mit dem östlichen Nachbarn aus Tschechien in den letzten Jahren sehr stark ausgebaut. Viele deutsche Handwerksbetriebe haben den Weg in das Nachbarland gefunden und bieten dort erfolgreich ihre Produkte und Leistungen an. Eine solche Entwicklung ist im polnischen Grenzgebiet bislang jedoch nicht zu beobachten. Hierfür dürften neben der relativ dünnen Besiedlung in dieser Region vor allem historische Gründe verantwortlich sein.

Im Vorfeld des EU-Beitritts der mittel- und osteuropäischen Staaten waren insbesondere im Handwerk große Befürchtungen vor der Konkurrenz von Firmen aus diesen Ländern auf dem heimischen Markt zu hören. Nicht zuletzt aus diesen Gründen wurde bei den Beitrittsverhandlungen die bereits erwähnten Übergangsregelungen der Arbeitnehmerfreizügigkeit und der Dienstleistungsfreiheit durchgesetzt. Wegen dieser Einschränkung ist es vorerst für Firmen aus den neuen Mitgliedsstaaten nur möglich, auf dem deutschen Markt tätig zu sein, indem sie sich hier als Selbstständige niederlassen. Sie dürfen dabei jedoch kein Personal mitbringen.

Mitte 2007 waren etwa 25.500 Handwerker aus den neuen Mitgliedsstaaten bei den deutschen Handwerkskammern registriert. Dies sind immerhin 2,7 % des gesamten handwerklichen Betriebsbestandes. Betrachtet man nur die Zugänge, liegt der Anteil insgesamt bei 12,2 %, wobei bei den zulassungsfreien Handwerken im 1. Halbjahr 2007 jede vierte Neuanmeldung aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU kam. Dabei ist die Zahl der Zugänge seit dem Beitritt 2004 tendenziell von Halbjahr zu Halbjahr kontinuierlich gestiegen. Allerdings erhöhte sich auch die Zahl der Löschungen aus der Handwerksrolle, wobei hier der Anstieg sogar noch stärker ausfiel. Dies zeigt, dass ein erheblicher Teil der Handwerker aus Mittel- und Osteuropa keinen Erfolg auf dem deutschen Markt hatte.

Am interessantesten erscheint der deutschen Baumarkt für die Handwerker aus den östlichen EU-Nachbarstaaten zu sein. Der größte Teil der in Deutschland niedergelassenen Betriebe ist in diesem Bereich tätig, wobei Berufe favorisiert werden, bei denen zur Niederlassung kein Großer Befähigungsnachweis notwendig ist (z.B. Fliesenleger).

Die Handwerker aus den neuen Mitgliedsstaaten haben sich in Deutschland nicht gleichmäßig über den Raum verteilt, sondern konzentrieren sich meist in Ballungsgebieten. Dies ist zum einen das Rhein-Main-Gebiet, zum anderen die relativ grenznahen Kammerbezirke Hannover und Braunschweig sowie die Stadtstaaten Hamburg und Berlin. In den neuen Bundesländern ist dagegen die Niederlassung der nMS-Handwerker relativ gering. Sieht man sich einzelne Handwerkskammerbezirke an, so kommen bspw. bis zu dreiviertel der Neueintragungen in den zulassungsfreien Handwerken aus Mittel- und Osteuropa (HWK Braunschweig).

Eine Konkurrenz durch Firmen aus den neuen Mitgliedsstaaten gibt es nicht nur im Handwerk, sondern in der gesamten Volkswirtschaft. Im Jahr 2006 stammten über 50.000 Existenzgründer aus den mittel- und osteuropäischen Beitrittsländern, davon über 20 % aus dem Handwerk. Die Neugründer kommen zu über 80 % aus Polen; die anderen Nationalitäten spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Die hohe Anzahl an Niederlassungen aus den neuen EU-Staaten sagt erstmals nichts darüber aus, ob es sich hierbei sämtlich um Konkurrenten des Handwerks handelt. In vielen Fällen suchen die Handwerker auch eine Zusammenarbeit, indem sie bspw. polnische Ein-Personen-Unternehmen als Subunternehmer einstellen. Dies wird aus einer Antwort aus der Außenwirtschaftsumfrage im Handwerk 2007 deutlich.

Danach importieren 12.000 Handwerksunternehmen entweder Material oder Vorprodukte oder Fremdleistungen aus den neuen Mitgliedsstaaten der EU. Da es sich hierbei zu fast 50 % um Bauunternehmen aus dem Bauhaupt- oder Ausbaugewerbe handelt, dürfte es sich zu einem größten Teil um Fremdleistungen bzw. die Beschäftigung von Subunternehmern handeln. Darüber hinaus werden aber auch Vorprodukte importiert, so bei den Handwerken für den gewerblichen Bedarf oder auch bei den Tischlern, um Kosten zu senken.

Insgesamt sind die Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf das deutsche Handwerk bislang weniger stark ausgefallen, als im Vorfeld erwartet. Die Chancen der neuen Absatzmärkte wurden zwar genutzt, jedoch nicht in dem Ausmaß, wie teilweise erhofft. Und wenn dies der Fall war, dann regional sehr unterschiedlich. Die Konkurrenz auf dem heimischen Markt ist bislang nicht so groß wie befürchtet, was vor allem auf die Übergangsregelungen bei der Dienstleistungsfreiheit zurückzuführen sein dürfte. Dafür ist es bislang den deutschen Handwerksunternehmen auch nicht möglich, ihrerseits die Lohnkostenunterschiede auszunutzen und mit größeren Subunternehmern aus den Beitrittsländern Kostenvorteile zu erreichen bzw. durch die Einstellung von qualifizierten Arbeitskräften aus diesen Ländern dem Fachkräftemangel zu begegnen.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob die Übergangsregelungen 2009 noch einmal um zwei Jahre verlängert werden sollen. Angesichts der Tatsache, dass aus den neuen EU-Staaten, insbesondere aus Polen, bereits eine massive Emigration in diejenigen EU-Staaten, welche keine Einschränkungen mehr vornehmen, stattgefunden hat, dürfte die Migration in unser Land nach Aufhebung der Beschränkungen sicher nicht mehr so erheblich sein, wie teilweise noch befürchtet. Ob es sich hierbei um die qualifiziertesten Arbeitskräfte bzw. Firmen handeln würde, mag dahin gestellt sein. Auf jeden Fall dürfte nur ein Ausbau der partnerschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Firmen aus den östlichen und den westlichen EU-Staaten längerfristig Erfolge versprechen. Dies gilt vor allem für das Handwerk, das hierauf wegen seiner hohen Arbeitsintensität besonders angewiesen ist.

Literaturverzeichnis

- Angele, J. (2007):** Gewerbeanzeigen 2006 – Gründungen und Schließungen, in: Wirtschaft und Statistik 6/2007 hrsg. v. Statistischen Bundesamt, Wiesbaden, S. 567-576
- Forster, B.A. (2007):** Anpassungsdruck und Anpassungsstrategien des grenznahen Handwerks angesichts veränderter Wettbewerbsbedingungen im Zuge der EU-Erweiterung 2004, hrsg. v. H.-D. Haas, Reihe: Wirtschaft und Raum der Münchener Universitätschriften, Band 15
- Moritz, M. (2007):** Grenzöffnung zu Tschechien. Entwicklung in Ostbayern besser als erwartet, in: IAB Kurzbericht N2. 20/2007, hrsg. v. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit, Rostock
- Müller, K. u. Bang, K. (2003):** Die Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf das Handwerk der grenznahen Regionen am Beispiel der Euroregion Spree-Neiße-Bober, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 67, Duderstadt
- Untiedt, Gerhard u.a. (2007):** Auswirkung der EU-Erweiterung auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und ausgewählten EU-Mitgliedsstaaten (Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Projekt 33/05)
- o.V. (2007):** Arbeitskosten. In der Zusammenarbeit günstiger, in: iwd Nr. 42/2007, hrsg. v. Institut der Deutschen Wirtschaft Köln, Köln

Patricia Schläger-Zirlik*

**Grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten in den
Grenzregionen Bayerns und der Tschechischen Republik**

* *Dr. Patricia Schläger-Zirlik ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung und freie Mitarbeiterin bei der RRV – Gesellschaft für Raumanalysen, Regionalpolitik und Verwaltungspraxis mbH an der Universität Bayreuth*

Inhalt

1. Einführung
2. Methodik und Stichprobencharakteristika
3. Ausmaß bestehender und geplanter Geschäftsbeziehungen ostbayerischer KMU nach Osteuropa
4. Status grenzüberschreitender Netzwerk- bzw. Clusterbildung
5. Praxiserfahrungen von KMU im Bereich grenzüberschreitender Geschäftstätigkeiten
6. Erfolgs- und Misserfolgskriterien beim Aufbau grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen
 - 6.1 Schwierigkeiten und Hemmnisse bei grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen
 - 6.2 Erfolgsfaktoren bei grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen
7. Kurzes Fazit im Hinblick auf die Unterstützungsbedarfe

Literaturverzeichnis

1. Einführung

Die europäische Wirtschaft ist zunehmend einem internationalen Wettbewerb ausgesetzt, so dass die Anforderungen an die Unternehmen, flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren und neue Absatzpotenziale zu erschließen, ständig wachsen. Neue Märkte sind gerade für die Unternehmen in den Grenzregionen Bayerns durch den Wegfall des ‚Eisernen Vorhanges‘ und die EU-Osterweiterung quasi ‚vor der eigenen Türe‘ entstanden. Diese neue Situation eröffnete den ostbayerischen Unternehmen neue Chancen aber auch eine ganze Reihe an neuen Herausforderungen, die von einem Steuer- und Lohngefälle, über stark differierende Arbeitskosten, unterschiedliche Ausbildungssysteme usw. reichen. Die Befürchtungen im Zusammenhang mit dieser Entwicklung reichten von einer massenhaften Verlagerung bayerischer Betriebe in das vermeintliche Billiglohngebiet bis hin zu tiefgreifenden Verwerfungen auf den Arbeitsmärkten.

Mittlerweile ist bereits ein beträchtlicher Anteil bayerischer Unternehmen in mittel- und osteuropäischen Ländern aktiv, allein in Oberfranken jedes vierte Industrieunternehmen, wobei sich insbesondere kleine und mittlere Unternehmen mit ihrem Engagement hauptsächlich auf etablierte Standorte entlang der Westgrenze der EU-Beitrittsländer konzentrieren. Bei allen Kriterien der Wertschöpfungskette nehmen die Tschechische Republik, Ungarn und Slowenien die vordersten Plätze ein, was ihre Attraktivität als Standort anbelangt.¹ Allerdings – so das Ergebnis anderer Studien – könnten die Potenziale der Standorte häufig nicht vollständig genutzt werden bzw. seien die Unternehmen mit erheblichen Implementierungsproblemen konfrontiert: *„Viele Unternehmen haben ihre Strategien unzureichend auf den jeweiligen Standort eingestellt“*.²

Die ostbayerischen Wirtschaftskammern haben bereits sehr viele Aktivitäten entfaltet und die Vorbereitung auf die EU-Erweiterung in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeit gestellt. Neben der Ausgestaltung der politischen Rahmenbedingungen geht es vor allem darum, die Unternehmen bei ihren Vorwärts- und Anpassungsstrategien hinsichtlich der EU-Erweiterung zu unterstützen, wobei insbesondere im Rahmen des Ertüchtigungsprogramms (ETP) Ostbayern und des EU-Programms ‚Gemeinsam mit Europa wachsen‘ sehr viele Aktivitäten umgesetzt wurden.

Basis dieses Aufsatzes ist eine Untersuchung im Auftrag der ostbayerischen Handwerks- und Industrie- und Handelskammern aus dem Jahr 2006.³ Die Studie sollte als Grundlage für die Optimierung von Beratungs- und Unterstützungsleistungen insbesondere für die Zielgruppe der kleinen und mittleren Handwerks- und Industrieunternehmen dienen. Hierzu wurden die gegenwärtig bestehenden grenzüberschrei-

¹ Vgl. manager magazin (2003).

² http://www.presstext.de/show_attach.mc?pte=031022009

³ Vgl. Maier, J. u. P. Schläger-Zirlik (2006).

tenden Unternehmensaktivitäten in den Grenzregionen Bayerns und Böhmens in Art, Umfang und Form dargestellt und bewertet, Erfolgsfaktoren identifiziert und Hinweise auf die Barrieren sowie die Hemmnisse bzw. auch konkrete Schwierigkeiten, wahrgenommene Risikobereiche und Problemfelder, mit denen Unternehmen bei Ihrem Auslandsengagement konfrontiert sind, aufgedeckt. Eine Ergänzung der allgemeinen Bewertungen um Detailinformationen fand durch die Darstellung verschiedener Einzelfallstudien statt. Wesentliche Teilergebnisse dieser Studie werden im Folgenden vorgestellt.

2. Methodik und Stichprobencharakteristika

Zur Datengewinnung wurden Erhebungen mit einem Mix aus quantitativen und qualitativen Methoden gewählt. Es wurde eine standardisierte Telefonbefragung bei 545 KMU im Untersuchungsraum, d.h. den Regierungsbezirken Oberfranken, Oberpfalz und Niederbayern durchgeführt. In der Stichprobe waren nur Adressen von Firmen vertreten, die bereits an Veranstaltungen oder Programmen der Kammern in Zusammenhang mit dem Thema ‚Osteuropa‘ teilgenommen hatten, um die Antwortbereitschaft zu diesem Fragenkreis zu erhöhen. Die Befragungsergebnisse sind damit zwar nicht repräsentativ, jedoch ergänzt um die Einschätzung der befragten Experten und durch eine Gegenüberstellung der Ergebnisse mit Vergleichsstudien erlauben sie Hinweise zur Charakterisierung der Situation im Bereich grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen.

Mittels leitfadengestützter Experteninterviews – knapp 30 Vertreter von Industrie- und Handwerkskammern, regionale Akteure und Entscheidungsträger aus dem Bereich der Wirtschaftsförderung sowie freie Unternehmensberater mit einem Schwerpunkt in der Kontaktvermittlung nach Osteuropa - wurden die Ergebnisse kritisch hinterfragt und qualitativ unterfüttert. Durch die zusätzliche Integration von 19 Fallstudien auf der Basis von persönlichen teilstrukturierten Gesprächen mit Unternehmen, die bereits in Mittel- und Osteuropa aktiv sind, wurde ein hoher Stellenwert auf die konkreten Erfahrungen der KMU gelegt.

3. Ausmaß bestehender und geplanter Geschäftsbeziehungen ostbayerischer KMU nach Osteuropa

Die generellen Kooperationsaktivitäten der KMU im Untersuchungsraum sind als relativ hoch einzuschätzen. 75 % der befragten Unternehmen arbeiten dauerhaft mit festen Partnern zusammen. Die Art dieser Zusammenarbeit ist jedoch von Fall zu Fall ganz unterschiedlich und kann von einer ‚losen Zusammenarbeit‘ über ‚Stammkundenbeziehungen‘ auch zu klassischen Kooperationsaktivitäten in Form von Einkaufsgemeinschaften oder Arbeits- und Bietergemeinschaften reichen. Über 40 % der befragten kooperierenden Unternehmen pflegen längerfristige Geschäftsbeziehungen über die bayerischen bzw. ihre lokalen Grenzen hinaus.

Was die EU-Osterweiterung generell betrifft, konnten rund 40 % der befragten KMU bisher noch keine direkten Auswirkungen auf das eigene Unternehmen feststellen. Die restlichen fühlten sich tendenziell eher in positiver als in negativer Richtung betroffen. Etwa die Hälfte der befragten Unternehmen glaubt, dass sich mit der Osterweiterung neue Chancen für das eigene Unternehmen ergeben. Noch deutlicher trifft diese Einschätzung auf Unternehmen zu, die bereits in Osteuropa engagiert sind: Hier gehen über 70 % für die Zukunft von neuen Chancen aus. Nur rund ein Drittel aller Befragten rechnet mit Risiken.

Ebenfalls gut 40 % der Befragten pflegen längerfristige Geschäftsbeziehungen nach Mittel- und Osteuropa. Dieser hohe Anteilswert bildet die Realität möglicherweise durch die Stichprobenwahl etwas verzerrt ab. Dennoch erscheint – zumal im Vergleich zu einer ähnlich strukturierten Studie im sächsisch-tschechischen Grenzraum⁴ – ein Schätzwert von rund einem Drittel der bayerischen KMU im Untersuchungsraum durchaus realistisch. Bei den meisten grenzüberschreitenden Geschäfts- und Kooperationsbeziehungen handelt es sich um Formen mit geringem Kapitaleinsatz und einem relativ geringen Risiko, d.h. in der Regel um Import- oder Exportbeziehungen. Am stärksten werden die neuen Märkte im erweiterten Europa als Absatzmarkt genutzt. Über die Hälfte der befragten ‚ostengagierten‘ KMU pflegt Exportbeziehungen in die Tschechische Republik oder auch in mehrere osteuropäische Länder.

Bei einem knappen Drittel der ‚Ostengagierten‘ bzw. 11 % der Gesamtstichprobe geht das Engagement in Osteuropa mit einer Kapitalinvestition einher. Dabei handelt es sich vorrangig um Zweigbetriebe und hiervon zu ca. zwei Dritteln um Neugründungen und zu etwa einem Drittel um Betriebsübernahmen. Dieses Ergebnis bestätigt, was viele Experten vermuten: Der Anteil derer, welche die neuen Chancen in der Tschechischen Republik und anderen osteuropäischen Ländern nutzten, liegt höher als vermutet.

Die Analyse nach Branchen zeigt, dass Export- und Importbeziehungen erwartungsgemäß vor allem von Unternehmen des produzierenden Gewerbes getätigt werden. Unternehmen der Baubranche und des Dienstleistungsgewerbes vermerken aber ebenfalls relativ hohe Werte bei den Exporten. Lohnveredelung wird vor allem von den befragten Unternehmen der Branchen Textilindustrie, Maschinenbau und metallverarbeitende Industrie genannt, Joint-Ventures aus der kunststoffverarbeitenden Industrie. Als wichtigste Bereiche ihrer Zusammenarbeit mit ihren mittel- und osteuropäischen Partnern geben die meisten ‚Ostengagierten‘ die ‚Fertigung und Produktion‘, den Vertrieb und – in einem etwas geringeren Umfang - den Einkauf an. Hier nutzt man offenbar die ‚Partner vor Ort‘, welche die entsprechenden Marktkenntnisse, Kontakte und Erfahrungswerte einbringen. Die wissensintensiven Bereiche wie Forschung und Entwicklung, Technologietransfer oder Marketing werden eher selten

⁴ Vgl. Industrie- und Handelskammern Dresden/Leipzig/Südwestsachsen (2005).

im Rahmen solcher Kooperationsbeziehungen bearbeitet. In der Praxis bringen sich die beiden Partner meist so ein, dass das Finanzmanagement und das technische Know-How von deutscher Seite gestellt werden und die Bereiche Personalmanagement und Produktionsleitung von tschechischer Seite. Der ‚richtige Partner vor Ort‘ ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für ein Auslandsengagement.

Der Hauptgrund für das Engagement in den mittel- und osteuropäischen Ländern ist bei den meisten KMU das Motiv der Erschließung neuer Märkte. Die Hauptmotivation für eine Geschäftstätigkeit in der Tschechischen Republik hat sich somit von der ‚Kostensenkung‘ Anfang der 90er Jahre über günstige Zukäufe, Lohnfertigung heute weitgehend in Richtung ‚Vertrieb‘ entwickelt. Nach wie vor ist die Tschechische Republik aber auch ein interessanter Standort für die Produktion – zunehmend auch in den hochwertigen Qualitätsbereichen. Auslöser für das Engagement in Osteuropa war für einen großen Teil der bayerischen KMU die Sicherung des heimischen Standorts oder geschah vielfach auch auf Druck der eigenen Kunden.

In der Tendenz sind es eher die größeren Unternehmen, die international agieren und hier auch große Umsätze generieren. Gerade die Unternehmen im bayerischen Grenzraum haben mit den ‚neuen Märkten vor der Haustüre‘ einen deutlichen Standortvorteil. Die Tschechische Republik ist bei den KMU im bayerischen Grenzraum der wichtigste Markt unter den mittel- und osteuropäischen Ländern. Je höher der Steuerungsbedarf des Auslandsengagements erscheint, desto geringer wird die Standortdistanz gewählt und desto bedeutsamer erscheint gerade bei kleineren Unternehmen die schnelle Erreichbarkeit des Standorts im Ausland.

Unter den befragten KMU, die bisher noch nicht in Mittel- und Osteuropa tätig sind, plant bereits die Hälfte eine konkrete Aktivität oder könnte sich zumindest vorstellen, zukünftig in diesen Ländern aktiv zu werden. Viele der bereits ‚Ostengagierten‘ planen die Markterschließung weiterer Länder. Diese Aussagen lassen für die Zukunft eine weiter steigende Intensität der grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen vermuten.

Ein Vergleich des Ausmaßes der grenzüberschreitenden Unternehmensaktivitäten zu anderen Grenzräumen ist schwer möglich, weil einerseits aus der hier vorliegenden Untersuchung keine abschließende quantitative Einordnung möglich ist und andererseits auch aus anderen Regionen kaum quantifizierte Daten vorliegen. Ähnliche Studien im Grenzraum Südwest-Sachsen und Tschechische Republik bzw. Burgenland – Ungarn legen aber den Schluss nahe, dass zwar ein Viertel bis ein Drittel der KMU die neuen Märkte bereits nutzt und grenzüberschreitend aktiv ist. Gleichzeitig hat aber ein relativ großer Teil der Unternehmen bisher noch keine Anpassungsstrategien entwickelt, um den im Grenzraum gegebenen erhöhten Wettbewerbs- und Preisdruck abzufangen.

Analog zu den Ergebnissen deutschlandweiter Studien ist damit die deutliche Tendenz ablesbar, dass die vielfach gehegte Befürchtung, die Osterweiterung der EU forcieren eine Verlagerung von Produktionsstandorten – zu kurz greift. Die Zahl von

Betrieben, die Produktion ins Ausland verlagern, geht vielmehr deutlich zurück, und der Aufbau einer Auslandsproduktion geht meist nicht zu Lasten der Beschäftigung im Inland, sondern erzeugt oft sogar Wachstumsimpulse für den heimischen Betrieb.

4. Status grenzüberschreitender Netzwerk- bzw. Clusterbildung

An dieser Stelle sei kurz auf die aktuelle Diskussion um regionale bzw. lokale Cluster von Unternehmen eingegangen. In Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit einer Region gewinnen diese zunehmend an Bedeutung und in Folge dessen rücken auch netzwerkwerk-basierte Ansätze zur Erklärung aber auch Förderung wirtschaftlicher Entwicklungen von Regionen immer mehr in den Mittelpunkt. Die Erfahrungen zeigen, dass trotz zahlreicher struktureller Veränderungen und neuer Möglichkeiten in Logistik und Kommunikation die regionalen Bindungen der Unternehmen in der Praxis eher zu- als abnehmen. Im Rahmen der Clusterinitiative der Bayerischen Staatsregierung werden beispielsweise High-Tech-Cluster gefördert, die aber überwiegend nahe der größeren Ballungszentren liegen. Im bayerisch-tschechischen Grenzraum sind Ansätze von Unternehmensnetzwerken – auch intraregionaler Art - dagegen eher selten.

Nachdem die meisten Unternehmensnetzwerke einen informellen Charakter besitzen, sind quantitative Hinweise zu Umfang und Ausmaß der Situation im bayerisch-tschechischen Grenzraum schwer erreichbar. Die grundsätzliche Bereitschaft zu intraregionaler Zusammenarbeit hat in den letzten Jahren nach Ansicht der Experten aber deutlich zugenommen – allerdings sind zunächst ein gewisser Druck und häufig auch ein Anschub von außen notwendig. Unternehmen, die im gleichen Bereich tätig sind, haben etwas größere Schwierigkeiten zusammenzuarbeiten. Die KMU sind aufgeschlossener für eine Beteiligung an Kooperationen und Netzwerken, wenn die Kerntätigkeit nur tangiert wird und dennoch Synergien entstehen.

Die Tendenz zur Netzwerkbildung ist im bayerisch-tschechischen Grenzraum nach Ansicht der Experten deutlich geringer ausgeprägt. Wenn, dann vollzieht sich die Zusammenarbeit entlang der Produktionskette, wobei jedoch in der Regel nur wenige Unternehmen direkt zusammenarbeiten. Auch die Zusammenarbeit mit regionalen Institutionen – Bezirks- oder Stadtverwaltungen, Kammern, Universitäten – ist bei tschechischen KMU deutlich geringer und auch die Zusammenarbeit zwischen regional tätigen Institutionen erfolgt nur, wenn spezifische Sachfragen dies erfordern. Bei einer Zusammenarbeit wird die Fixierung dieser Tätigkeiten durch ‚institutionalisierte‘ Strukturen vermieden; Hinweise auf formalisierte Netzwerke finden sich im bayerisch-tschechischen Grenzraum nicht. Offenbar besteht jedoch ein positiver Zusammenhang zwischen dem jeweiligen ‚regionalen Entwicklungsniveau‘ und der Bereitschaft zur Zusammenarbeit. Dennoch ist davon auszugehen, dass auch die meisten tschechischen KMU ‚ihr‘ Netzwerk besitzen. Im Hinblick auf die Mitwirkung in ‚top-down‘-initiierten Foren oder Netzwerken wird aber ein eher skeptisches Fazit gezogen.

Zusammenfassend ergibt sich somit, dass wenngleich das Ausmaß der grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen tendenziell höher als erwartet liegt, grenzüberschreitende Netzwerk- oder Clustertendenzen im bayerisch-tschechischen Grenzraum nur bedingt erkennbar und grenzüberschreitend ausgerichtete Netzwerkinitiativen eher selten sind. Insgesamt gesehen sind grenzüberschreitende Verflechtungsbeziehungen in dem betrachteten Untersuchungsgebiet in der Regel bilateral, d.h. auf Austauschbeziehungen zwischen zwei Unternehmen beschränkt. Grenzüberschreitende Clustertendenzen können bisher ebenfalls nicht nachgewiesen werden.

5. Praxiserfahrungen von KMU im Bereich grenzüberschreitender Geschäftstätigkeiten

In insgesamt 19 Unternehmensfallstudien wurden ganz konkrete Erfahrungen von Unternehmen unterschiedlicher Größe und aus verschiedenen Branchen bei ihrem Engagement in Osteuropa ermittelt. Eine Darstellung der Detailportraits würde an dieser Stelle den Rahmen sprengen, doch lassen sich aus den jeweils gewonnenen Einsichten und Reaktionsweisen bestimmte Gruppen bzw. Typen von Unternehmen herausfiltern, die ganz unterschiedliche Strategien bei ihrem Engagement in der Tschechischen Republik verfolgten und auch in unterschiedlicher Weise auf die Herausforderungen eingingen. Für das Angebot an Beratungsleistungen erscheint es empfehlenswert, die unterschiedlichen Ausgangsvoraussetzungen der nachfragenden Unternehmen im Detail zu berücksichtigen und zwar einerseits hinsichtlich des geplanten Auslandsengagements und andererseits hinsichtlich des Unternehmensstatus am heimischen Standort.

Grundsätzlich kommen für ein Auslandsgeschäft verschiedene Formen an Kooperation in Frage. Neben den gängigsten Formen, die an dieser Stelle dargestellt werden, sind natürlich noch zahlreiche weitere Auslandsaktivitäten denkbar:⁵:

- **Reine Warenlieferungen (Export) an Privatkunden oder Unternehmen im Ausland**
In der einfachsten Form von Auslandsgeschäften werden die bisherigen Produkte ohne Montagen oder derartige Leistungen an Kunden im Ausland verkauft. Dies erfolgt sporadisch auf Anfrage von Kunden oder regelmäßig nach eigener Marktbearbeitung. Damit erweitern die KMU ihre bisherigen Absatzmärkte.
- **Einkauf von (Teil-)Produkten im Ausland (Import) zur eigenen Produktion**
Viele Unternehmen beziehen Produkte aus dem Ausland und nutzen so Kostenvorteile im Einkauf.
- **Warenlieferungen ins Ausland, gekoppelt mit Dienstleistungen**
KMU liefern in vielen Fällen Produkte, die noch vor Ort montiert, eingerichtet oder

⁵ Vgl. Bayerischer Industrie- und Handelskammertag [Hrsg.] (2003).

bearbeitet werden. Im Ausland bedeutet dies oftmals die Beachtung spezifischer Vorschriften. Wie in Deutschland dürfen auch in vielen anderen Ländern handwerkliche Arbeiten nur mit Genehmigungen durchgeführt werden.

- **Reine Erbringung von Dienstleistungen im Ausland**
KMU, die Dienstleistungen ohne den Verkauf von Produkten anbieten, bedienen auch ausländische Kunden.
- **Lohnveredelung im Ausland (verlängerte Werkbank)**
Arbeitsaufwändige und damit kostenintensive Produktionsvorgänge können an andere Unternehmen im Ausland vergeben werden, um dortige Lohnvorteile für die eigene Kalkulation zu nutzen. Das heißt, (Teil-)Produkte werden ins Ausland verbracht, dort bearbeitet und wieder zurücktransportiert.
- **Gemeinsame regelmäßige Produktion auf vertraglicher Kooperationsbasis mit festen Partnern im Ausland**
Die teilweise niedrigeren Lohnkosten im Ausland nutzen zahlreiche Unternehmen, um vor allem arbeitsintensive Produkte bei meist festen ausländischen Geschäftspartnern herstellen zu lassen.
- **Vertrieb der eigenen Produkte über einen Partner im Ausland**
Über Handelsvertreter, Großhändler, Handelshäuser oder Unternehmen derselben Branche können Produkte des eigenen Unternehmens dort vertrieben werden. Vertriebspartnerschaften mit einem Partner vor Ort bieten die Vorteile, dass ein einheimisches Unternehmen den Markt, die Menschen, Handelsgewohnheiten usw. gut kennt und meist sehr rasch Erfolg hat.
- **Joint Venture für Vertrieb oder Produktion**
Eine sehr intensive Form des Auslandsgeschäftes ist die Gründung eines Joint Ventures, also eines gemeinsamen Unternehmens mit einem Partner im Ausland.
- **Eigene Niederlassung im Ausland für Produktion oder Vertrieb**
Die intensivste Form von Auslandsgeschäften ist die Gründung einer eigenen Niederlassung, entweder um im Ausland mit günstigen Lohnkosten zu produzieren oder um über eine Vertriebsniederlassung den ausländischen Markt mit den eigenen Produkten zu bedienen.

Für viele der genannten Formen von Auslandsgeschäften findet sich ein Fallbeispiel in der Untersuchung, wobei sich ein deutlicher Schwerpunkt im Bereich der produktiv tätigen Unternehmen ergeben hat, welche die osteuropäischen Länder entweder als Produktionsstandort - bzw. Liefermarkt im weitesten Sinne - oder aber als Absatzmarkt nutzen. Nachdem die gewählten Praxisbeispiele sehr indifferent in der Charakterisierung des Unternehmens und auch der jeweiligen Vorgehensweise waren, erwies sich eine stringente Typisierung als ausgesprochen schwer machbar. Die Beispiele ließen sich beispielsweise unterscheiden nach der Art des Engagements, d.h. z.B. einer produktiven Tätigkeit in Osteuropa und zwar in Form einer Verlagerung, eines Joint-Ventures sowie einer Neugründung oder aber einer Markterschlie-

ßung in Form von Vertriebsniederlassungen. Eine weitere Möglichkeit wäre die Unterscheidung von ‚Erfolgreichen‘ und ‚nicht Erfolgreichen‘, was aber insofern schwierig erscheint, da einheitliche Kriterien zur Erfolgsmessung / Erfolgsbeurteilung nicht zur Verfügung stehen. Am sinnvollsten ist daher eine Gruppierung der Fallstudien nach dem jeweiligen Auslöser bzw. Anreiz für den Schritt nach Osteuropa.

- Die Gruppe der Unternehmen, die **aus einem strategischen Wachstumsziel heraus** auf dem osteuropäischen Markt aktiv ist, zeichnet sich dadurch aus, dass die Unternehmen meist schon über internationale Erfahrung auf anderen Auslandsmärkten verfügen. Bei diesen Beispielen hat das Auslandsengagement zur Stärkung des heimischen Standorts beigetragen und verlief ohne einen Kapazitätsabbau im Mutterunternehmen. Dieser Gruppe nutzt den Produktionsstandort im Ausland auch als Absatzmarkt. Probleme bei der Unternehmensgründung werden durch die enge Zusammenarbeit mit einem heimischen Partner vermieden. Schwierigkeiten ergeben sich vor allem durch Sprach- und Mentalitätsunterschiede, die von diesen ‚größeren Unternehmen‘ aber systematisch durch gezielte Führungskräftebildungen und Personalentwicklungsmaßnahmen angegangen werden, und durch das Bestreben, sich den Besonderheiten des jeweiligen Marktes anzupassen.
- Die Gruppe der Unternehmen, die **aus einem starken Kostendruck heraus** den Schritt nach Osteuropa gegangen sind, zeichnet sich durch ein Tätigkeitsprofil mit stark lohnintensiver Fertigung aus. Bei vielen dieser Beispiele handelt es sich um eine klassische Produktionsverlagerung. Die bürokratischen Hemmnisse in der Gründungsphase werden von dieser Unternehmensgruppe besonders herausgestellt. Schwer wiegen dann auch im weiteren Verlauf die Probleme Sprachbarriere, interkulturelle Unterschiede und der damit verbundene höhere Kontrollbedarf am ausländischen Standort. Insofern wird hier die räumliche Nähe als deutlicher Vorteil betrachtet und der Produktionsbetrieb auf tschechischer Seite befindet sich meist nur in geringer Distanz zum heimischen Stammhaus.
- Die Unternehmen der Gruppe, die ihr Engagement in Osteuropa mit dem Ziel der **Erschließung neuer Absatzmärkte** begründen, haben diesen Schritt vorrangig aufgrund der konjunkturbedingten Marktstagnation in Deutschland getan. Die meisten Unternehmen dieser Gruppe verfolgen eine Strategie des Markteintritts durch die Gründung eigener Vertriebsbüros oder das Eingehen von Vertriebskooperationen, wobei durchgängig die Notwendigkeit eines heimischen Partners hervorgehoben wird. Sehr positiv wird die große Marktdynamik in den osteuropäischen Ländern eingeschätzt, noch hemmend das eher geringe Kaufkraftniveau. Weil die Unternehmensgründung meist noch nicht allzu lange zurückliegt, werden bürokratische Hemmnisse und langwierige Genehmigungsverfahren als Problemereiche benannt. Die Sprachbarriere kann im Vertriebsbereich zwar meist durch den Einsatz muttersprachlicher Mitarbeiter gelöst werden, entscheidend für den Erfolg ist aber offenbar, dass man den ‚richtigen‘ Partner findet und dass eine systematische Markteintrittsstrategie zu Grunde gelegt wird.

Die Fallstudien zeigen, dass die Hauptschwierigkeiten der bayerischen KMU in den Sprachbarrieren, in interkulturellen Unterschieden und vor allem in der Gründungsphase in den bürokratischen Verfahren liegen. Besonders der hohe Zeiteinsatz, der mit dem Aufbau eines Auslandsengagements verbunden ist, lässt KMU an ihre Kapazitätsgrenzen stoßen. Als besonders erfolgreich stellen sich die Unternehmen dar, die auch auf dem deutschen Markt eine starke Stellung haben, die bereits über Auslandserfahrung verfügen, d.h. generell international tätig sind, und die es schaffen, sich den Marktgegebenheiten anzupassen. Besonders unterstützungswürdig – auch hinsichtlich einer Beratungsleistung - erscheinen die Unternehmen, die den osteuropäischen Markt mit hochwertigen Produkten und Dienstleistungen als Absatzmarkt erschließen und von ihrem Know-how-Vorsprung im eigenen Leistungsbereich profitieren.

Dieser zusammenfassende Überblick gibt bereits erste Hinweise auf potentielle Schwierigkeiten aber auch mögliche Erfolgsfaktoren im Zusammenhang mit einem Engagement eines bayerischen KMU in der Tschechischen Republik. Im Folgenden sollen diese Aspekte noch detaillierter betrachtet werden.

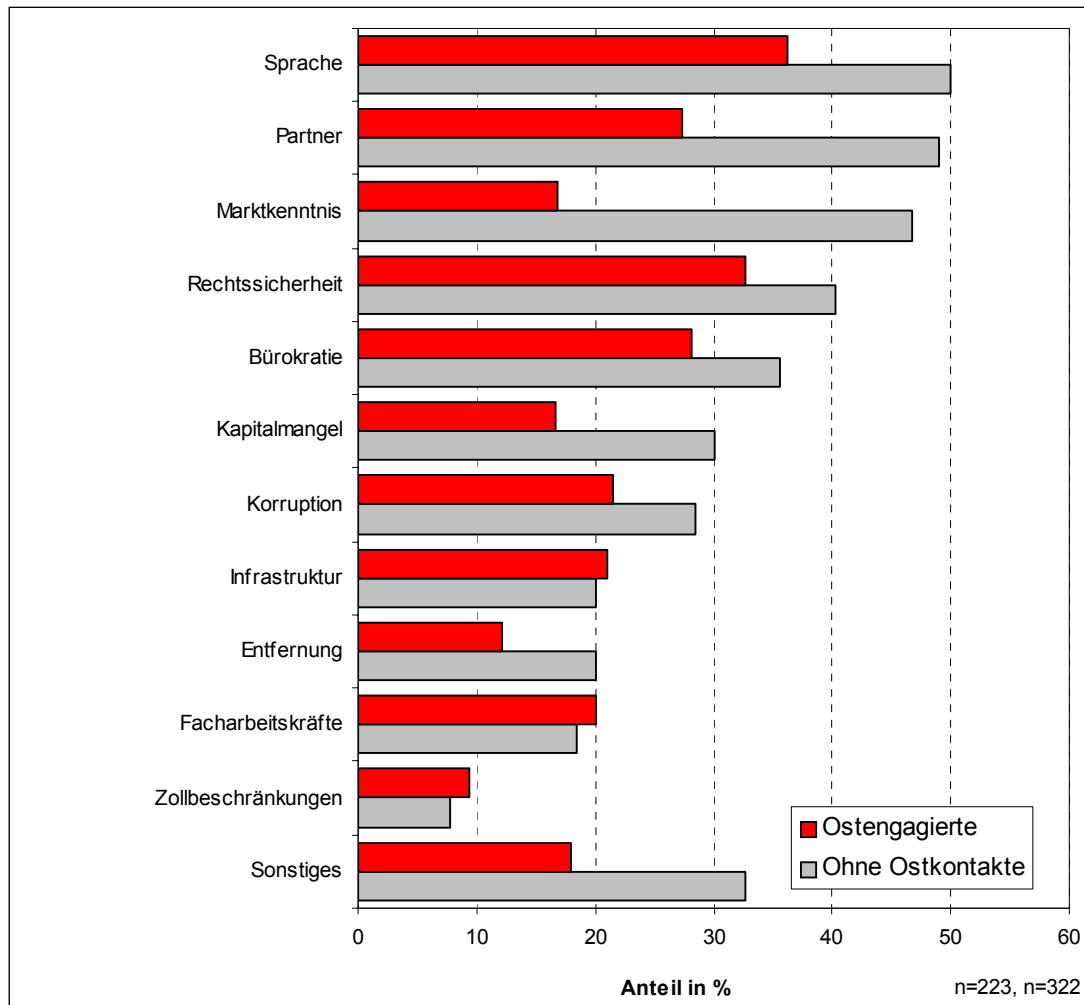
6. Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren beim Aufbau grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen

6.1 Schwierigkeiten und Hemmnisse bei grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen

Als größte Herausforderung im Zusammenhang mit grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen hat sich die Sprachbarriere und die Schwierigkeit, einen geeigneten Partner im Zielland zu finden, erwiesen (vgl. Abb. 1). Jeweils knapp 40 % der befragten Unternehmen sehen in ihrer fehlenden Kenntnis des neuen Marktes und der schwer abschätzbaren Rechtssicherheit in den neuen EU-Ländern eine gewisse Problematik. Den bürokratischen Aufwand, der mit einem Auslandsengagement verbunden ist, ist für ein Drittel der Befragten ein deutliches Hemmnis und jeweils rund ein Viertel von ihnen sieht in der Korruption in Osteuropa bzw. im Kapitalmangel dortiger Unternehmen ein großes, seltener ein sehr großes Problem. Mängel in der Infrastruktur, das Distanzproblem überhaupt, aber auch fehlende Facharbeitskräfte in Mittel- und Osteuropa werden von rund 20 % der befragten bayerischen KMU als problematisch bewertet.

Vergleicht man die Aussagen derer, die bereits in Mittel- und Osteuropa aktiv sind mit den Bewertungen der Befragten ohne Ostkontakte, so zeigt sich deutlich, dass die Vorbehalte oft größer sind als sie sich letztendlich in der Praxis zeigen.

Abb. 1: **Schwierigkeiten bei Geschäftsaktivitäten in Mittel- und Osteuropa**
Gegenüberstellung der Bewertung ‚sehr großes Problem‘ und ‚großes Problem‘ der ‚Ostengagierten‘ und der Befragten ‚ohne Ostkontakte‘



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2005/2006

So bemerkten beispielsweise mehrere der Befragten, die sich schon auf einem ost-europäischen Markt engagieren, dass das Sprachproblem zwar durchaus bestehe, aber ‚handelbar‘ ist. Die Sprachbarriere birgt durchaus ein nicht gering zu schätzendes Hindernis gerade beim Eintritt in einen Auslandsmarkt. Besonders deutlich fällt auch der Unterschied in der Bewertung des vermeintlichen Problems ‚fehlende Marktkenntnis‘ und ‚fehlender geeigneter Partner‘ ins Auge. Dies lässt sich schlicht dadurch erklären, dass die ‚Ostengagierten‘ diese Hürde bereits überwunden haben, wenngleich immerhin noch ca. ein Viertel von ihnen hier eine Problemstellung sieht. Gleichzeitig kann daraus aber auch geschlossen werden, dass in diesem Bereich offenbar ebenfalls eine der Markteintrittsschranken liegt. Kleinere und mittlere Unternehmen haben eventuell nicht das Potenzial, sich intensiv über die Marktgegebenheiten im Ausland zu informieren. Hinter dem Aspekt ‚fehlende geeignete Partner‘ verbirgt sich die zweite große Hürde für bisher nicht engagierte Unternehmen: Unter

Umständen fehlt gerade für die kleineren Unternehmen eine geeignete Plattform in diesem Bereich, die ‚richtigen‘ Partner für KMU zu finden.

In fast allen Bereichen stufen die ‚Ostengagierten‘ die Probleme weniger hoch ein als die Unternehmen, die bislang noch nicht in irgendeiner Form den osteuropäischen Markt nutzen. Einzig die Aspekte Zollbeschränkungen, Mängel in der Infrastruktur und fehlende Facharbeitskräfte machen sich offenbar in der Praxis stärker negativ bemerkbar als vermutet.

Für knapp ein Viertel der Befragten ohne bisherige Kontakte nach Osteuropa ist die Entfernung ein größeres Hindernis. Gerade kleinere Unternehmen speziell im Ausbaubereich haben auch innerhalb ihrer Region oft nur einen begrenzten Aktionsradius – der Schritt ins Ausland ist da umso problematischer. Die ebenfalls deutlich unterschiedlichen Bewertungen der Kategorien ‚Kapitalmangel‘ und ‚Sonstiges‘ ergeben bei näherer Analyse, dass viele der Befragten den Schritt nach Osteuropa aufgrund ihrer eigenen Kapazitätsgrenzen – personell und finanziell – nicht leisten können.

Die Analyse der detaillierten Fallstudien kommt zu ähnlichen Bewertungen: Die expandierenden Unternehmen, d.h. Unternehmen, die ihr Engagement in Osteuropa im Zuge einer allgemeinen Internationalisierungsstrategie getätigt haben und vielfach bereits Erfahrung mit grenzüberschreitenden Geschäftstätigkeiten besitzen, erwähnen im Zusammenhang mit ihrem Osteuropaengagement kaum gravierende Problemsituationen. Das Problem der ‚Partnersuche‘ haben die meisten Unternehmen dieser Gruppe bereits Anfang der 90er Jahre lösen können und auch bürokratische Hürden spielen hier selten eine Rolle. Schwierigkeiten werden aber durch Sprach- und Mentalitätsunterschiede generiert, die von den ‚größeren Unternehmen‘ systematisch durch gezielte Führungskräftebildungen und Personalentwicklungsmaßnahmen bearbeitet werden, und dem Versuch, sich den Besonderheiten des jeweiligen Marktes bestmöglich anzupassen. Dies ist verbunden mit einem hohen Zeiteinsatz und viel ‚Beziehungsarbeit‘, was speziell von sehr kleinen Unternehmen mit geringen personellen Kapazitäten nur schwer leistbar erscheint. Weiterhin wird im Fall der Tschechischen Republik die wachsende Problematik, in ausreichendem Umfang qualifizierte Facharbeiter zu finden, angesprochen.

Bei der Gruppe von Unternehmen, die aus einem starken Kostendruck heraus den ‚Schritt über die Grenze‘ genommen hat, werden besonders die bürokratischen Hemmnisse in der Gründungsphase sehr deutlich herausgestellt. Schwer wiegen dann auch im weiteren Verlauf die Probleme Sprachbarriere, interkulturelle Unterschiede und der damit verbundene höhere Kontrollbedarf am ausländischen Standort. Aufgrund der geringeren Produktivität, einem – je nach Standort – hohen logistischen Aufwand und vielfach auch veralteter Produktionsanlagen konnte der erhoffte Vorteil durch geringere Lohnkosten nur zu einem gewissen Teil ausgeschöpft werden.

Ähnlich argumentieren die Unternehmen, die sich - getrieben von einer Marktstagnation in Deutschland - neue Absatzmärkte in Mittel- und Osteuropa zu erschließen versuchen. Auch hier werden bürokratische Hemmnisse und langwierige Genehmigungsverfahren als Problembereiche benannt. Weil der Vertrieb vor allem durch den Einsatz ‚heimischer‘ Mitarbeiter gelöst wird, ist die Wahl des ‚richtigen‘ Partners umso entscheidender. Vor allem für die kleineren Unternehmen stellt die ‚Personalfrage‘ eine große Herausforderung dar. Gerade sehr aktive Vertriebsmitarbeiter, die große eigene Kontaktnetzwerke in die Zusammenarbeit einbringen, sind schwierig zu finden und aufgrund der großen Dynamik der Marktentwicklung oft auch schwer zu halten. Loyalität und Verlässlichkeit dieser ‚Schlüsselpersonen‘ sind nicht immer gegeben. Vor allem der hohe Zeiteinsatz der oft langwierigen Eintrittsphase ist für kleinere Unternehmen nur dann zu bewältigen, wenn ausreichend finanzielle und personelle Ressourcen vorhanden sind.

Die Durchführung von Auslandsinvestitionen verlangt zusätzliches Wissen. Dazu gehören in erster Linie Fremdsprachenkenntnisse, vorzugsweise in der Muttersprache der zukünftigen Geschäftspartner, um eine möglichst problemlose Kommunikation zu gewährleisten. Hier haben die KMU im bayerischen Grenzraum sicherlich den Vorteil, dass im angrenzenden tschechischen Gebiet ein relativ hoher Anteil der Bevölkerung deutsch spricht oder zumindest versteht. Weil dies aber nur in einem begrenzten Gebiet und auch nicht für alle (potentiellen) Mitarbeiter zutrifft, ist diese Sprachbarriere nach wie vor wohl der größte Hemmfaktor bei grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen.

Daneben ist Wissen über die rechtlichen und geschäftsrelevanten Rahmenbedingungen im Zielland eine unabdingbare Voraussetzung. Dabei stellt sich die Frage, ob dieses Fachwissen im eigenen Unternehmen vorhanden ist. Sollte dies nicht der Fall sein, ist zu entscheiden, ob entsprechend qualifiziertes Personal eingestellt, vorhandenes Personal qualifiziert oder das Wissen vor Ort über Beratungsunternehmen verfügbar gemacht werden soll. Der Erwerb des erforderlichen Know-How verursacht Kosten in erheblichem Umfang. Sie zu rechtfertigen, fällt bei einem Scheitern der Investition neben den erlittenen Verlusten besonders schwer. Es erscheint daher mehr als gerechtfertigt, sich mit den einzelnen Risiken auseinander zu setzen, denen ein Investor im Ausland begegnen kann. Denn – und das lässt sich aus den Ergebnissen ersehen – ein Auslandsengagement in jedweder Form birgt gewisse Unsicherheiten, mit denen sich die engagierten Unternehmen mittels eines gezielten Risikomanagements auseinandersetzen müssen.

Zusammenfassend ergeben sich somit als Hauptgründe, welche die bayerischen Unternehmen gegenwärtig in ihrem bestehenden bzw. geplanten Engagement mit den neuen EU-Ländern beeinträchtigen, neben der schwierigen Beschaffung von Marktinformationen die Suche oder Auswahl verlässlicher Geschäftspartner sowie Defizite bei den Fremdsprachenkenntnissen.

Diese Ergebnisse zeigen, dass die bestehenden Barrieren, die von den bayerischen Unternehmen im Untersuchungsraum genannt werden, mit den generellen Proble-

men, die im Zuge internationaler Geschäftsbeziehungen auftreten, eng korrespondieren. Die besondere Risikosituation im Auslandsgeschäft entsteht im Allgemeinen daraus, dass sich die Rahmenbedingungen der Tätigkeit im Ausland von denen unterscheiden, die aus dem Heimatland bekannt sind. Viele Entwicklungen werden zu schwer abschätzbaren und kalkulierbaren Unwägbarkeiten. Ein besonders wichtiger Teilaspekt dieser Unwägbarkeiten sind Schwierigkeiten im Verständnis mit lokalen Partnern, die aus Unterschieden in Kultur und Mentalität entstehen. Defizite in der Einschätzung von „Land und Leuten“ sind einer der Hauptfaktoren, die es generell in der konkreten Entscheidungssituation für ein Auslandsengagement zu überwinden gilt.

Dass diese Gründe als Haupthemmnisse für die Geschäftsbeziehungen mit den neuen EU-Ländern auch nach der Erweiterung noch Bestand haben, zeigt, dass die Kammern mit ihrem breiten Spektrum an Informationen, individueller Beratung, Workshops, Unternehmertreffen und anderen Veranstaltungen weiter gefordert sind, in diesen Bereichen kompetente Unterstützung anzubieten.

Das Angebot der Kammern und anderer Institutionen an branchenübergreifenden Informationsmaterial ist bereits sehr umfangreich und wird durch die Vergabe weiterer Marktstudien ständig ausgeweitet. Auch bei der Kooperationsvermittlung bzw. Unterstützung bei der Partnersuche – mit Sicherheit eine der größten Hürden, welche die KMU bei einem Auslandsengagement überwinden müssen – können die Anbieter von Beratungsdienstleistungen sicherlich durch Kooperationsbörsen, Kontaktforen oder ähnliche Veranstaltungen Plattformen bieten – gerade kleine Unternehmen benötigen hier im weiteren Verlauf oftmals eine sehr individuelle Unterstützung, die nicht zuletzt eine Überprüfung der generellen ‚Auslandstauglichkeit‘ des geplanten Engagements einschließen sollte.

Die Problematik der Sprachbarrieren und interkultureller Unterschiede kann nicht hoch genug bewertet werden. Daher sollte insbesondere das interkulturelle Training, das ja schon als Leistungsangebot auf dem Markt zu finden sind, fortgeführt werden. Die Nachfrage nach diesen Veranstaltungen ist teilweise eher gering, wohl auch deshalb, weil die Problematik erst bei einem tatsächlichen Engagement im Ausland zum Tragen kommt. Insofern könnte hier noch eine weitere Bewusstseinsbildung z.B. durch Praxisreferate auch im Zuge anderer Veranstaltungen stattfinden, die diesen Themenbereich stärker fokussieren.

6.2 Erfolgsfaktoren bei grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen

Neben den dargestellten Schwierigkeiten ergaben sich in der Studie auch einige Hinweise darauf, welche Faktoren sich besonders günstig auf die Aufnahme und Ausgestaltung grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen auswirken. Zwar sind hieraus nicht unbedingt generell übertragbare Handlungsempfehlungen ableitbar, da jeweils der konkrete Kontextbezug beachtet werden sollte, es zeigte sich aber recht deutlich, dass vor allem die Unternehmen, die sich bereits frühzeitig und aktiv auf

den neuen Markt eingestellt haben, ihr Engagement als erfolgreich bewerten. Tabelle 1 zeigt begünstigende Strukturen bzw. Verhaltensweisen, ohne dabei an dieser Stelle näher auf die Art oder Form des Engagements eingegangen wird.

Tabelle 1: Erfolgsfaktoren bei grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen

externe Faktoren	<ul style="list-style-type: none"> • hohe Marktdynamik bzw. positive Konsumententwicklung • geringere Grundkosten (Löhne, Energie, Grundstück) • Steuervorteile (z.B. niedrigere Umsatzsteuer)
systematischer Markteintritt	<ul style="list-style-type: none"> • früher Markteintritt • Beratungsunterstützung im Aufbau • Begleitung durch Berater (oder heimischen Partner)
partnerschaftliches Agieren	<ul style="list-style-type: none"> • (deutschsprachige) ‚Brücken‘mitarbeiter an den mittel- und osteuropäischen Standorten • Schlüsselperson(en) • ‚richtige‘ Partner, partnerschaftliche Zusammenarbeit (gute persönliche Kontakte auch zu den Mitarbeitern)
Geschäftsaufbau als Lernprozess	<ul style="list-style-type: none"> • Produktion vor Ort für die Märkte vor Ort • schrittweiser Aufbau des Engagements (Step-by-Step) • Investition in die Führungskräfteausbildung • Anpassung an die Marktgegebenheiten • Standortnähe
interne Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • eigene fachliche und technische Kompetenz • vorherige Netzwerkerfahrung • hoher Innovationsgrad (regionale Vernetzung z.B. mit Hochschulen)

Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2006

Die in den mittel- und osteuropäischen Ländern vorherrschenden Rahmenbedingungen – große Marktdynamik, nachholendes Konsum- und Investitionsniveau, Steuer- und Lohnkostenvorteile – sind bedeutsam und attraktiv gerade für bayerische KMU, da diese durch die Standortnähe einen komparativen Vorteil besitzen und diese besser ausnutzen können. Es hat sich gezeigt, dass aus Sicht der Unternehmen eine Beratungsunterstützung beim Aufbau der Geschäftsbeziehung als besonders hilfreich und durchaus auch als Erfolgsfaktor bewertet wird. Hierunter versteht man die Hilfestellung eines ‚Mittlers‘, der über Sprachkompetenz verfügt und die Marktspezifika sowie Geschäftsgebaren von ‚beiden Seiten‘ kennt. Neben der einfacheren Ab-

wicklung der formalen bzw. bürokratischen Verfahren kann ein solcher Mittler auch bei der Suche nach dem ‚richtigen‘ Partner im Zielland unterstützend einwirken.

Gerade in der Aufbauarbeit halten es die befragten Unternehmen für wichtig und vorteilhaft, auf ‚Vermittler‘ zurückgreifen zu können, die einerseits der Sprache im jeweiligen Land mächtig sind, die geübt sind im Umgang mit Behörden und die auch fachlich zumindest einen gewissen Einblick mitbringen. Gerade im unmittelbaren Grenzraum nehmen bzw. nahmen sog. Grenzgänger diese Rolle ein, die oft bereits längere Zeit in dem bayerischen Unternehmen gearbeitet und daher auch Einblick in die dortige Geschäftspraxis hatten. Bewährt haben sich hier offensichtlich auch auf den mittel- und osteuropäischen Markt spezialisierte Berater, die diese Mittlerfunktion übernehmen. Gleichzeitig können solche externen Experten die Unternehmen auch dahingehend beratend unterstützen, welche Aspekte generell beim ersten Schritt ins Ausland zu beachten sind – vielfach sind dies Umstände, die im Mutterunternehmen zu regeln sind. Im weiteren Verlauf ist es dann notwendig, dass ein ‚Brücken‘mitarbeiter die Schnittstelle zwischen ausländischen und heimischen Unternehmen einnimmt – eine kompetente Vertrauensperson, welcher die Interessen beider Betriebe vertritt und in Einklang bringt.

Die Unternehmen, die eine partnerschaftliche Zusammenarbeit und Kooperation zum Geschäftsprinzip erhoben haben, erreichen eine sehr hohe Mitarbeitermotivation und sind weniger von den negativen Auswirkungen der Mentalitätsunterschiede betroffen. Wichtig ist hierbei neben der Nutzung technischer Kommunikationsmedien, dass häufig auch persönliche Treffen stattfinden. In der praktischen Ausgestaltung der Geschäftsbeziehung haben die Unternehmen, die im produktiven Bereich in Osteuropa aktiv sind, gute Erfahrungen damit gemacht, einen gegenseitigen Know-How-Transfer zu ermöglichen; d.h. dass an beiden Standorten eine gewisse Spezialisierung erfolgt und beide Standorte als eigenständige Firma und gleichwertig entwickelt werden, ohne dass eine starke hierarchische Dominanz praktiziert wird. Indem z.B. auch dem Unternehmen am Standort in der Tschechischen Republik ein hohes Maß an Eigenverantwortung zugesprochen wird, erhöht dies den Identifikationsgrad und steigert die Motivation der Mitarbeiter, sich für das Unternehmen einzubringen. Hierzu passt auch das ebenfalls als erfolgreich bewertete Konzept, vor Ort für die Märkte vor Ort zu praktizieren, was aber eine gegenseitige Nutzung der Produktionskapazitäten nicht ausschließt. Besonders bewährt hat sich diese Strategie vor allem dann, wenn die Produkte technisch sehr anspruchsvoll sind und wenn die Wahrscheinlichkeit eines Know-how-Abflusses eher gering ist.

Besonders gut gelingt diese Form der partnerschaftlichen Zusammenarbeit dann, wenn ein Unternehmen schon Erfahrung in der Netzwerkarbeit besitzt, d.h. beispielsweise auch intraregional mit anderen Unternehmen kooperiert. Solch ‚kooperationsaktive‘ KMU besitzen bereits eine Reihe von Kompetenzen, die sie dann auch bei einer Kooperation mit einem ausländischen Partner nutzen können. Dazu zählt u.a. auch, dass notwendige Umgestaltungsmaßnahmen sowohl am heimischen als auch am ausländischen Standort behutsam und Schritt für Schritt vorgenommen

werden. Allerdings deutet sich darin auch an, dass vor allem diejenigen Unternehmen ihr Engagement als erfolgreich bewerten, die ihre Aktivitäten längerfristig ausgerichtet haben. In mehreren Beispielen explizit als Erfolgsfaktor genannt sind Investitionen in die Personal- bzw. insbesondere Führungskräfte- und Organisationsentwicklung am ausländischen Standort. Dabei geht es aber nach Auskunft der Gesprächspartner nicht allein darum, das am heimischen Standort etablierte Modell einfach zu übertragen, sondern den Gegebenheiten vor Ort anzupassen.

Aus den meisten Fallstudien ergibt sich, dass der ‚richtige‘ Partner vor Ort entscheidend für den Erfolg ist. Wesentlich ist hier offenbar auch die eigene Bereitschaft, sich ‚persönlich‘ auf den Partner und die Mitarbeiter im Ausland einzulassen, was nicht zuletzt auch eine intensive Auseinandersetzung mit interkulturellen Unterschieden und zumindest in gewissem Umfang auch der Sprache voraussetzt. In diesem Zusammenhang sind eigene Netzwerkerfahrungen von großem Vorteil, d.h. die bereits erwähnte Erfahrungen in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen. Als weiterer bedeutsamer Erfolgsfaktor hat sich eine bereits vorhandene internationale Erfahrung erwiesen, d.h. Praxiswissen darüber, welche Strategien und Maßnahmen sowohl beim Aufbau des Auslandsgeschäfts als auch am Heimatstandort getroffen werden müssen.

Letztlich entscheidend für den erfolgreichen Eintritt auf einem Auslandsmarkt bzw. gewissermaßen die Voraussetzung ist jedoch offenbar die vorhandene Kompetenz im eigenen Unternehmen. Hierunter versteht man fachliche Kompetenz auf sehr hohem Niveau, was die Produkte angeht, sowie personelle und finanzielle Kapazitäten, die den zeitintensiven Einstieg ins Auslandsgeschäft nicht zu Lasten des heimischen Standortes erlauben.

Ein Patentrezept für die erfolgreiche Ausweitung der Aktivitäten in ein osteuropäisches Land ist aus den Ausführungen sicherlich nicht ableitbar, aber die untersuchten Fallbeispiele erbrachten doch einige Aspekte, die die bereits in Osteuropa aktiven Unternehmen im Nachhinein als Erfolg versprechend bewerten. In der Regel erfolgreich sind die Unternehmen, die als ‚gesunde Betriebe‘ am Heimatstandort den Schritt auf den neuen Markt wagen und die es schaffen, die dargestellten Schwierigkeiten und Hemmnisse zu bewältigen.

7. Kurzes Fazit im Hinblick auf die Unterstützungsbedarfe

Die vor der EU-Osterweiterung teilweise befürchtete massenhafte Verlagerung bayerischer Betriebe in die Tschechische Republik konnte mit der vorgestellten Untersuchung prinzipiell nicht bestätigt werden. Auch für die Zukunft gibt es für derartige Entwicklungen keine Anhaltspunkte. Es zeigte sich vielmehr, dass die bayerischen KMU auch wenn sie die Chancen im Zuge der EU-Osterweiterung wahrnehmen, ihren Standort in Bayern keineswegs in Frage zu stellen. Die administrativen Erleichterungen durch den EU-Beitritt haben den Anreiz zum Aufbau solcher Beziehungen offenbar erhöht, denn die Bereitschaft bzw. konkrete Absicht für ein Auslandsenga-

gement im osteuropäischen Raum ist als ziemlich hoch zu bewerten. Wenngleich auch andere mittel- und osteuropäische Länder in den Fokus der Austauschbeziehungen rücken, wird die Tschechische Republik bzw. der west- und südböhmische Raum bei der Wahl von Partnerbetrieben oder als Standort für eigene Investitionen weiterhin präferiert.

Nach wie vor sind vor allem für die kleinen bayerischen Unternehmen, d.h. Unternehmen mit unter 50 Beschäftigten die existierenden und wahrgenommenen Barrieren zum Aufbau einer zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit mit einem tschechischen Partner hoch. Dennoch sind aber auch bereits sehr viele kleine Unternehmen in der Tschechischen Republik aktiv, die den Vorteil der Standortnähe für sich nutzen können. Wenn sich KMU bisher nicht grenzüberschreitend engagieren, hat dies vielfach innerbetriebliche Ursachen: Sei es, dass aufgrund von Kapazitätsengpässen personeller und finanzieller Art ein Auslandsengagement nicht realistisch erscheint, oder sei es, dass für die eigenen Produkte keine Nachfrage am tschechischen Markt gesehen wird. Insofern verhindert die Ressourcenschwäche vieler Kleinst- und Kleinbetriebe beiderseits der Grenze – denn die Ausführungen gelten in gleicher Weise für die Unternehmen in der tschechischen Grenzregion - investive Formen von Auslandstätigkeiten. Ein grundsätzliches Problem stellen in diesem Zusammenhang nach wie vor die hohen Informationsdefizite der Unternehmen über die mittel- und osteuropäischen Märkte und die Sprachbarriere dar.

In der Regel sind die Kammern die ersten Ansprechpartner für die KMU, wenn sie sich mit Internationalisierungsgedanken tragen. Als Unterstützungswünsche werden überwiegend die Bereiche ‚Partnersuche / Kontaktvermittlung‘, ‚Beratung‘ und ‚Bereitstellung von Informationen‘ genannt. Großes Interesse besteht an branchenspezifischen Informationen und qualitativ hochwertigen Kontaktadressen, wobei sich der Bereich der Partner- und Kontaktvermittlung nicht nur auf ‚Geschäftspartner im Allgemeinen‘ beschränkt, sondern auch auf die Vermittlung von Kunden oder die qualifizierte Fachpersonalsuche.

Ein weiterer sehr häufig genannter Punkt ist die „individuelle und konkretere Beratung bei spezifischen Problemstellungen.“ Die Beratungen sollten – so der Wunsch der befragten KMU - branchenspezifischer, zielgruppenorientierter und ganzheitlicher durchgeführt werden. Häufig erwähnt wird auch eine gewünschte Beratung und Information über Fördermöglichkeiten und branchenspezifische aktuelle Marktinformationen über die mittel- und osteuropäischen Märkte, vor allem unter dem Aspekt der Markterschließung. Dies schließt auch Informationen zum Messewesen bzw. mögliche gemeinschaftliche Messeauftritte in diesen Ländern ein.

Der Handlungsansatz für eine Aktivierung grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen kann demnach in drei Bereichen liegen:

1. Informationsvermittlung,
2. Kontakthanbahnung / Partnervermittlung,
3. Beratung.

Tabelle 2 zeigt, welche Maßnahmen und Aktivitäten für welche Aktionsstufe beim Aufbau grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen als besonders sinnvoll erscheinen:

Tabelle 2: Maßnahmenvorschläge zur Aktivierung grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen nach Bedarfsstufen

Bedarfsstufe	Bedarf	Maßnahme
Sensibilisierung Aktivierung	allgemeine Informationsangebote good practise-Beispiele	Länderstudien Internetportal, Vorträge, Seminare Unternehmerreisen (breit angelegt)
Sondierung	gezielte, branchenspezifische Marktinformationen, good practise-Beispiele	Marktstudien, Regionalstudien, Newsletter, Internetportal, Vorträge, Seminare, Workshops (wertschöpfungskettenorientierte) Unternehmerreisen
Vorbereitung	Internationalisierungs-Check interkulturelles Training Sprachkurse	Praktikantenbörsen Seminare, Workshops eigene Beratungsdienstleistung oder Aufbau eines Beraternetzwerks
Partnersuche / Investition	Kooperationsforen Einzelfallberatung	(speziell ausgerichtete) Unternehmerreisen, Ausrichtung von Unternehmertreffen, Kooperationsbörsen, Aufbau einer Unternehmens-Datenbank, Aufbau einer Berater-Datenbank bzw. eines Beraternetzwerks

Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2005/2006

Um dem Bedürfnis nach individuellen Lösungsstrategien bei einem Aufbau von Geschäftsbeziehungen in den mittel- und osteuropäischen Markt nachzukommen, sind vielfach – gerade bei den KMU – Angebote sinnvoll, die noch weit vor den konkreten ersten Schritten in den Auslandsmarkt ansetzen. Hier geht es darum, die Situation des Ursprungsunternehmens genauer zu beleuchten und die allgemeine Strategiefähigkeit der Unternehmer zu erhöhen, sowie auch die ‚weichen Faktoren‘, die sich auf einem Auslandsmarkt zum Problem entwickeln können – Stichwort interkulturelle Unterschiede – ins Bewusstsein zu rücken. Insgesamt betrachtet erscheint eine Bündelung der bisher von den einzelnen Kammern erstellten Angebote als sehr sinnvoll.

- Gerade ‚**interkulturelle Trainings**‘ sind zwar mittlerweile im Leistungsspektrum fast aller Kammern und vieler Beratungsinstitute zu finden und die Bewertungen der Teilnehmer, die an solchen Trainings teilgenommen haben, sind durchwegs positiv. Die Nachfrage ist aber sehr gering. Die ‚Problematik‘ der interkulturellen Unterschiede könnte am nachhaltigsten durch Praxisberichte bekannt gemacht werden.
- Ein wichtiges Feld ist in diesem Zusammenhang die Vermittlung von **Fremdsprachenkompetenz**. Auch wenn nur ein kleiner Kreis der bayerischen Unternehmer ernsthaft die tschechische Sprache erlernen wird, sollten dennoch Bemühungen in diese Richtung unterstützt werden. Wenn dies nicht über das Angebot eigener Sprachkurse erfolgt, so doch über die Einrichtung einer kommentierten Datenbank, die den schnellen Zugang zu seriösen Anbietern ermöglicht.
- Eigene Angebote sollten auch für die **Verbesserung der ‚generellen Strategiefähigkeit‘** der bayerischen KMU erstellt werden. Themen wie Strategieentwicklung, Geschäftsplanung, Marketingplanung, Eintritt in die Märkte in Ost-/Südosteuropa o.ä. können – möglichst zeitlich und räumlich herausgelöst aus dem Tagesgeschäft – unter professioneller Begleitung und Moderation in Kleingruppen erarbeitet werden.

Sofern die Unternehmen es scheuen, sich auf einen solchen gemeinsamen Lernprozess einzulassen, könnte den KMU eine ‚**Checkliste**‘ an die Hand gegeben werden, die den Unternehmer die eigene ‚Internationalisierungstauglichkeit‘ oder ‚Netzwerktauglichkeit‘ bewerten lässt.

- Die Untersuchungsergebnisse legen nahe, dass die Tendenz eines künftigen Unterstützungsangebotes sehr stark in die Richtung einzelfallspezifischer Beratungsleistungen laufen wird. In vielen Detailspekten greifen die Kammern bereits heute auf ihr Informationsnetzwerk zurück, das speziell in der Tschechischen Republik die Auslandskammern und die jeweiligen regionalen Partnerkammern sowie sonstige Institutionen oder private Berater umfasst. Eine stärkere Verknüpfung dieses Informationsnetzwerks unter den ostbayerischen Kammern kann hier sicherlich deutliche Synergieeffekte erbringen.

Eine gezielte Unterstützung – z.B. Zuschüsse für die Inanspruchnahme qualifizierter Beraterleistungen – sollte aber in Abhängigkeit von der Betriebsgröße gestaffelt sein, so dass Kleinst- und Kleinunternehmen solche Maßnahmen leichter in Anspruch nehmen können. Wichtig erscheint eine Koppelung der Zuschüsse an konkrete Erfolgsindikatoren, um die Qualität der Beratung zu gewährleisten und um Mitnahmeeffekte zu minimieren.

Was grenzüberschreitende Unternehmensnetzwerke angeht, werden sich diese vermutlich erst dann herausbilden, wenn ausreichende Erfahrungen der Akteure in der Zusammenarbeit miteinander vorhanden sind und wenn die institutionellen Strukturen beider Grenzregionen sich einander annähern. Aus räumlicher Perspektive ist zu erwarten, dass derartige Netzwerke zuerst in solchen Branchen entstehen werden, in denen große Unternehmen oder Unternehmensagglomerationen im Zentrum stehen. Aus räumlicher Perspektive werden daher wahrscheinlich die städtischen Zentren, wie sie im tschechischen Untersuchungsraum vor allem in den Städten Plzeň / Pilsen und České Budějovice / Budweis vorhanden sind und in denen zugleich auch eine hohe Konzentration weiterer Institutionen zu finden ist (Universitäten, regionale und staatliche Ämter und Behörden), am ehesten der Nährboden für Netzwerkbildung sein.

Literaturverzeichnis

manager magazin [Hrsg.] (2003): Markterschließung und Expansion in den EU-Beitrittsländern Mittel- und Osteuropas.

Maier, J. u. Schläger-Zirlik, P. (2006): Grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten in den Grenzregionen Bayerns und der Tschechischen Republik, im Auftrag der Handwerkskammer für Oberfranken unter Beteiligung der ostbayerischen Kammern.

Industrie- und Handelskammern Dresden/Leipzig/Südwestsachsen (2005): Ein Jahr EU-Erweiterung – Eine erste Bilanz der Unternehmen. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung in Sachsen sowie in grenznahen Regionen Polens und Tschechien, Dresden.

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag [Hrsg.] (2003): Go Europa für Einsteiger – ein praktischer Leitfaden für bayerische Unternehmen, München, S. 138 ff.

Ludwig Rechenmacher*

**Auswirkungen der EU-Osterweiterung
auf die Grenzregion Niederbayern-Oberpfalz**

* *Dipl.-Volkswirt Ludwig Rechenmacher ist Abteilungsleiter Außenwirtschaft, Messe, Zulieferwesen bei der Handwerkskammer Niederbayern.Oberpfalz in Regensburg*

Gliederung

1. Grenzregion Niederbayern-Oberpfalz
2. EU-Erweiterung: ein langer Prozess schon vor dem Beitritt
3. Mittel-Ost-Europa: die unbekannte Welt
4. EU-Erweiterung: Herausforderung für KMU
 - 4.1 Markteintritt über die Grenze
 - 4.2 Produktionsverlagerung ins Ausland
5. Auswirkungen der EU-Erweiterung auf die Region

1. Grenzregion Niederbayern-Oberpfalz

Das Gebiet meiner Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz liegt an der tschechischen Grenze in Nachbarschaft zu den Bezirken Westböhmen, Pilsen und Südböhmen. Die Orientierung über die Grenze ist in der Region nicht einheitlich: traditionell sind die Regionen um Weiden (Nordoberpfalz) und Cham besonders offen für die Entwicklungen im Nachbar-Grenzraum und die sich daraus bietenden Chancen. Möglicherweise wird dieser Umstand auch gefördert durch die relativ (!) gute grenzüberschreitende Verkehrsanbindung. In der Grenzregion war der tschechische Nachbar auch in Zeiten des Kalten Krieges immer eine Realität, die man vor Augen haben musste. Dabei konnten der Eiserner Vorhang und die mitunter bitteren Erscheinungsformen der Grenze eine letztlich positive Sicht des Nachbarn nicht unterdrücken. "Der Tscheche" galt zwar nicht als ein Ausbund an Offenheit, aber als (geschäfts-) tüchtig, fähig und flexibel. Die politische Szene an der Grenze mochte frostig oder von Tauwetter bestimmt sein: Die kleinen und mittelständischen Unternehmen fanden immer eine Möglichkeit zu irgendwelchen grenzüberschreitenden Geschäften, und man kannte die gegenseitigen Stärken und Schwächen recht gut.

Es ist notwendig, um diese spezielle Situation zu wissen, weil sie die Basis bildete für die Entwicklungen, die seit 1989 diesen Teil Europas nachhaltig verändert haben. Diese geschilderte Situation unterscheidet sich sehr stark von der in den Ballungsräumen im bayerischen oder tschechischen Kerngebiet, und sie findet sich auch nicht zwangsläufig in jeder europäischen Grenzregion.

2. EU-Erweiterung: ein langer Prozess schon vor dem Beitritt

Für jeden, der die Verhältnisse kannte und ein bisschen historisches Gespür hatte, war 1989 schon klar, dass ein grenzübergreifender Wirtschaftsraum entstehen würde und dass auch der Beitritt der damaligen CSSR zur EG zwangsläufig kommen musste. In unserer Kammer haben wir damals unsere sehr umfangreichen Aktivitäten innerhalb und außerhalb Europas radikal zurückgefahren und alle Kapazitäten auf den MOE-Raum (mittel- und osteuropäische Länder) konzentriert, weil wir hier unser natürliches zukünftiges Hauptaktionsfeld sahen. Diese Strategie bestimmt noch heute unsere außenwirtschaftliche und teilweise auch politische Arbeit.

Mit dem Zusammenbruch des Ostblocksystems kam schlagartig ein stetiger Entwicklungsprozess in Gang, der in den ersten Jahren oft an den amerikanischen Goldtausch erinnerte (durchaus unter gemischten Aspekten); 1997 wurde er durch die Erleichterungen des EU-Zollpräferenzabkommens stabilisiert, und bis zum eigentlichen EU-Beitritt 2004 hatte er in vielen Wirtschaftsbereichen die grundsätzlichen Veränderungen bereits bewirkt.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wechselten sich schnell und lösten eine entsprechende Entwicklung bei den Aktivitäten unserer Unternehmen aus. Das Inte-

resse unserer Mitglieder konzentrierte sich zunächst auf die unmittelbar angrenzende Region, sprang dann aber schrittweise über auf den ganzen tschechischen Raum, auf die Slowakei, dann auch auf Ungarn und Polen (vor allem Schlesien), schließlich auch nach Rumänien, Bulgarien und in die baltischen Länder. Unsere Kammer führt gegenwärtig erste Unternehmerreisen in die Ukraine und in die Türkei durch, und die Wunschliste unserer Mitglieder weist noch weiter in den Osten (vielleicht spielen Traditionen der Donau-Linie eine Rolle?).

In den ersten Jahren stand eindeutig der Wunsch nach kostengünstigen Zulieferungen aus den MOE im Fokus der unternehmerischen Planung; mittlerweile werden diese Länder überwiegend als Absatzmärkte betrachtet.

Die erste Branche, die den Sprung ins benachbarte Ausland wagte, war der Maschinenbau, sehr früh auch die Gesundheitshandwerke, es folgten Bau und Ausbau. Der Nahrungsmittelsektor sah seine Chancen erst später, als die EG-Marktordnung in den MOE galt; in dieser Branche ist gegenwärtig einige Bewegung zu beobachten.

Kaum ein Handwerksbereich blieb vom Sog der Entwicklung unberührt.

3. Mittel-Ost-Europa: die unbekannte Welt

Mittel-Ost-Europa ist für viele Deutsche offenbar immer noch eine unbekannte Welt: Es herrscht oft noch erheblicher Informationsbedarf. Ich will es in wenigen Worten umreißen.

MOE, besonders Tschechien, ist tiefstes Europa. Es war immer ein wesentlicher Bestandteil der vielfältigen europäischen Geisteskultur und ein wichtiger Träger der großen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Errungenschaften.

Gerade unser Nachbarland Böhmen ist eine traditionelle High-Tech-Region mit leistungsfähiger wirtschaftlicher Struktur. Der Großraum Pilsen wurde geprägt vom früheren Schlüsselunternehmen Škoda (Anlagenbau!), das unter den Bedingungen der sozialistischen Zeit internationale Wettbewerbsfähigkeit bewies. Wie in vielen der ehemals sozialistischen Länder existiert ein dezentrales Netz guter Hochschulen, die sich äußerst schnell in die internationalen Netzwerke eingebracht haben und eine Basis für Forschung und Entwicklung bieten.

Natürlich sind die Folgen kommunistischer Misswirtschaft nicht wegzudiskutieren und werden auf längere Zeit zu spüren sein. Aber auch diese Defizite tragen dazu bei, die MOE zu aufnahmefähigen, überdurchschnittlich dynamischen Märkten "vor unserer Haustür" zu machen. Trotz partieller Defizite zeigen unsere Nachbarländer Optimismus. Unsere Unternehmen, die dort aktiv sind, schätzen Leistungswillen, Fortbildungsbereitschaft und Flexibilität der heimischen Arbeitskräfte.

Sehen wir uns das wirtschaftliche Umfeld genauer an, das ein bayerisches Unternehmen jenseits der Grenzen erwartet.

Lohnkosten

Wir lernen hier etwas kennen, was es bei uns nicht mehr gibt: einen richtigen Arbeitsmarkt (das erfordert einige Gewöhnung!). Arbeitsnachfrage und -angebot bestimmen die Lohnkosten, und das gilt in quantitativer, qualitativer und regionaler Hinsicht. In Wachstumsbranchen in boomenden Regionen führt der Facharbeitermangel zu Lohnkostensteigerungen, die deutsche (und tschechische) Unternehmer immer wieder verblüffen. Die Lohnunterschiede zwischen Facharbeitern und gering Qualifizierten sind riesig. Daneben bestehen noch sehr große regionale Unterschiede. Die Arbeitnehmer auf der Sonnenseite des Arbeitsmarkts nutzen ihre Stärke gnadenlos aus. Regelmäßige Forderungen nach Lohnerhöhung und hohe Fluktuation sind die Folge. Tschechien ein Billiglohnland? Bestenfalls da, wo sich die Unternehmen eher nicht engagieren wollen!

Der Facharbeitermangel wird verstärkt durch ein Ausbildungssystem, das bemerkenswert gute theoretische Kenntnisse vermittelt (z.B. auch in EDV, Sprachen), aber zumindest gegenüber unserer dualen Ausbildung Defizite bei den praktischen Fertigkeiten aufweist. Bemerkenswert ist das gute Angebot an Ingenieuren, die auch in einem kleineren oder mittleren Unternehmen zu arbeiten bereit sind.

Qualität

Man kann davon ausgehen, dass in den neuen EU-Ländern mit vergleichbarem Personal und vergleichbarer Ausrüstung auch die gleiche Qualität wie in Deutschland zu erzielen ist. Unsere Maschinenbauunternehmen etwa, die schon früh Fertigung über die Grenze verlagert haben, mussten bereits ab 1992 in den tschechischen Produktionsstätten die Qualitätsvorgaben der EU-Maschinenrichtlinie erfüllen und das funktionierte.

Auch bei der Beurteilung der Produktivität muss man Vergleichbares in Beziehung setzen: Unterschiede in eingesetzten Anlagen müssen zu unterschiedlicher Produktivität führen, aber mit steigender Modernisierung der technischen Ausrüstung und wachsendem Prozess-Know-how passt sich die Produktivität immer mehr an. Lediglich im Baugewerbe wird oft noch von einem Produktivitätsrückstand von vielleicht 15 % berichtet.

Wesentliche Bedeutung für einen erfolgreichen Markteintritt in die MOE haben die einschlägigen lokalen und regionalen Netzwerke, die übrigens nicht immer administrativer Art sein müssen. Persönliche Kontakte zu den "wichtigen" Leuten sind unverzichtbar; ihr Aufbau und ihre Pflege belasten das Zeitbudget bayerischer Unternehmer erheblich. Oft sind sie die einzigen wirkungsvollen Mittel gegen vielfältige administrative Hemmnisse, deren man sich in der ungewohnten Fremde in besonderem Maße bewusst wird.

4. EU-Erweiterung: Herausforderung für KMU

Die Handwerksunternehmen der niederbayerisch-oberpfälzischen Grenzregion haben – rückwirkend betrachtet – bei ihrem Sprung über die Grenze eine ganze Reihe von Herausforderungen erfolgreich gemeistert.

Heute erinnert man sich schon kaum noch der Ängste und Unsicherheit, welche die "Männer der ersten Stunde" bedrückten: Kann man investiertes Geld oder Gewinne oder Maschinen nach Deutschland zurückholen? Was ist, wenn die Kommunisten wiederkommen? Diese Bedenken zerstreuten sich schnell und wurden von einem unerwarteten Preis- und Kostendruck abgelöst, der zu Produktivitätssteigerungen zwang. Lernprozesse mussten durchgemacht werden. Die ungewohnt schnelle Entwicklung barg die Gefahr, dass man dem Markt immer hinterherlief.

Eigene Eindrücke und Erfahrungen wurden oft teuer erkaufte, erwiesen sich aber als Grundlage für ein aktives Aufspüren der eigenen Chancen oder die erfolgreiche Suche nach dem "richtigen" Partner. Kommunikation und Sprache erschienen als unüberwindliche Barriere, und trotzdem wurden die Unternehmen mit diesem Problem fertig. Chancen jenseits der Grenze nutzen – das bedeutete zunächst eine Investition, deren Finanzierung nur wettbewerbsfähige Unternehmen leisten konnten. Es ist im Nachhinein erstaunlich, wie flexibel und aufgeschlossen die meist lokalen Finanzinstitute der Handwerker die nicht ganz unriskanten grenzüberschreitenden Ambitionen ihrer Kunden doch aufnahmen.

Auch hinsichtlich ihrer internen Organisation wurde den Unternehmen nichts geschenkt: Einfache Warenlieferungen, die heute unter harmonisierten EU-Bedingungen weitgehend problemlos ablaufen, waren bis zum Beitrittsdatum Exportlieferungen mit allen Prozeduren der Zollabwicklung. In den Nachbarländern durchgeführte Bearbeitungen mussten bis 1997 sehr umständlich über das Verfahren der passiven Veredelung abgewickelt werden. Danach waren immer noch Ursprungsnachweise für die Waren zu erstellen.

Der Verwaltungsaufwand steigerte sich noch, wenn das Unternehmen eigene Dienstleistungen über die Grenze hinweg erbrachte: Umsatzbesteuerung im Nachbarland, Beachtung der dort geltenden Regelungen im Gewerberecht, Arbeits- und Sozialrecht (Mindestlöhne etc.), Registrierungs- und Meldepflichten, ein völlig ungewohntes Vergabe- und Baurecht und nationale Normen erwiesen sich als harte Herausforderungen.

Mit steigendem Engagement über die Grenze wurde es oft bald sinnvoll, eine eigene Niederlassung im Ausland zu gründen. Mit der Einschaltung von Experten ließ sich die rechtliche Abwicklung mit annehmbarem Aufwand bewerkstelligen. Als echte Probleme erwiesen sich die Suche nach geeignetem deutschem und ausländischem Führungspersonal, der Aufbau einer Stammebelegschaft und die Qualifizierung des Personals (im eigenen Hause wie im Ausland).

4.1 Markteintritt über die Grenzen

Aber bevor es soweit ist, muss man erst einmal in den Markt jenseits der Grenze hineinkommen. Wenn man verschiedenen Broschüren zum Markteintritt im Ausland glaubt, ist alles nicht gar so schwer: der Mittelständler kooperiert mit einem Partner. Jetzt kommt es natürlich darauf an, was man unter dem Begriff "Kooperation" verstehen will. Die klassische Kooperation, wie wir sie aus der Literatur kennen, ist in der Praxis sehr selten. Mittelständler akzeptieren äußerst ungern Einschränkungen ihrer vollen Entscheidungsfreiheit; häufig sind längerfristige Liefer- oder Leistungsverträge oder Arbeitsgemeinschaften schon ein großer Erfolg. In unserer Region entstanden fast alle "richtigen" Kooperationen und Joint Ventures unter den speziellen Umständen gleich nach der Öffnung: die deutschen Maschinenbauer hatten Aufträge, aber zu Preisen, mit denen sie nicht überleben konnten (Lopez!). Die Tschechen hatten billige Fertigungskapazitäten, aber keine Aufträge in Sicht: Man hatte daher nur die Chance, gemeinsam zu überleben.

Gerade in Grenznähe gibt es natürlich auch weniger spektakuläre Möglichkeiten zum Markteintritt: Man bedient deutsche Kunden im Zielland oder man arbeitet sich als Subunternehmer deutscher oder einheimischer Unternehmen in den Auslandsmarkt vor. Nachteil: eingeschränktes Kundenpotenzial, Gefahr der Abhängigkeit.

Die oft angeratene Beteiligung an Ausschreibungen im Nachbarland als Form des Markteintritts erscheint dagegen eher theoretischer Natur: Ohne Niederlassung im Zielland ist erfahrungsgemäß kaum ein Erfolg zu erwarten. Es fehlen Erfahrungen mit dem ausländischen Vergabeverfahren, und vor allem fehlen die Kontakte zu den entscheidenden Netzwerken.

4.2 Produktionsverlagerung ins Ausland

Der Aufbau einer Produktion im Ausland war von Anfang an ein wichtiger Grund für ein Engagement über die Grenze. Viele Unternehmen des produzierenden Gewerbes waren auf diesen Weg angewiesen, um auf dem (internationalisierten) Markt bestehen zu können. Eine Produktionsniederlassung konnte man zunächst mit Zulieferungen an den eigenen deutschen Betrieb auslasten, der Aufbau von Lieferungen an Kunden im Ausland ließ sich dann behutsam aufbauen. Es zeigte sich, dass gerade die Gewinnung von Aufträgen im Land der Niederlassung häufig über den Erfolg der Niederlassung entschied. Die Auslagerung war ohnehin meist nur für sehr lohnintensive Fertigungsbereiche sinnvoll und sowohl die hohen Lohnsteigerungen als auch die Erstarkung der Währungen der Beitrittsländer reduzierten die Kostenvorteile, so dass zusätzliche Aufträge im Land der Niederlassung immer wesentlicher, oft sogar bestimmend für die Rentabilität des ganzen Engagements wurden. In diesem Zusammenhang werden oft die "Wanderer" erwähnt, die im Lauf der Jahre wegen der niedrigen Lohnkosten immer weiter nach Osten zogen. Für Handwerksunternehmen (vielleicht mit Ausnahme des Textilbereichs) bietet eine solche Strategie nach

unseren Erfahrungen keine echte Option. Dafür sind die Investitionskosten einer Niederlassung meist zu hoch.

Aber unterstellen wir, die Verlagerung erfüllt die Erwartungen und ermöglicht in lohnintensiven Fertigungsprozessen eine ausreichende Kosteneinsparung, dann bleiben noch betriebswirtschaftliche Hausaufgaben im heimischen Unternehmen. Da ist zunächst das Problem der Fixkosten, das sich nach der Fertigungsverlagerung eher noch verschärft, wenn es nicht gelingt, die entstehenden freien Kapazitäten auf andere Weise rentabel auszulasten. Eine Lösung kann darin bestehen, die ungenutzten Kapazitäten loszuwerden, indem man sie in ein Joint Venture einbringt, das sich dann um die Auslastung zu kümmern hat. Aber das ist nur anzuraten, wenn die Versorgungssicherheit mit den Teilen gewährleistet ist, die man jetzt nicht mehr selber fertigen kann. Auf die Vor- und Nachteile weiterer Varianten soll jetzt nicht weiter eingegangen werden, aber fast immer entsteht ein Zwang in zweifacher Hinsicht: erstens die Verlagerung immer komplexerer Fertigungsbereiche zur Sicherung der Prozessgeschwindigkeit und zur Senkung der Transportkosten und zweitens die Notwendigkeit der Neugestaltung und Weiterentwicklung der Produktionsabläufe im heimischen bayerischen Unternehmen. Das bindet unternehmerische Kapazitäten und verursacht Kosten. Kein Einzelfall ist die tragische Situation, dass das Auslandsengagement so viele Kapazitäten (auch Personalkapazität des Unternehmers!) und Mittel erfordert, dass für den Mutterbetrieb die Decke einfach zu kurz wird.

Noch kurz zur Abrundung eine Liste weiterer Kosten, die mit dem Schritt ins Ausland entstehen:

- Info-Kosten, Beratungskosten,
- Investitionen in Maschinen, Räume,
- Anlaufkosten, Sicherung von Qualität und Produktivität,
- Koordination mit Mutterbetrieb,
- Personalqualifizierung,
- ggf. höhere Faktorkosten als in Deutschland (Material, Energie).

Erkenntnis: Lohnkostenvorteile und Potenziale für Kosteneinsparung müssen realistisch, das heißt äußerst vorsichtig betrachtet werden! Auch die Hoffnung auf eine großzügige staatliche Förderung von Investitionen im Ausland erfüllt sich erfahrungsgemäß nur selten.

5. Auswirkungen der EU-Erweiterung auf die Region

Die geschilderten volks- und betriebswirtschaftlichen Prozesse machen deutlich, dass der Fall des Eisernen Vorhangs die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Region radikal verändert hat. Auch wenn wir diese speziellen Auswirkungen nicht isoliert betrachten dürfen, sie haben doch sicher mit zum Verschwinden vieler Unter-

nehmen beigetragen, und auch auf der anderen Seite der Grenze ging viel Substanz verloren.

Sehr viele kleine und mittlere Unternehmen der Region haben jedoch die Herausforderungen gemeistert und sind an ihnen gewachsen, haben an Qualität gewonnen und "spielen jetzt in einer anderen Liga". Es wurden Arbeitsplätze gesichert und neu geschaffen, die Effizienz betrieblicher Organisation wurde gesteigert, Menschen haben neue Erfahrungen und Sichtweisen gewonnen.

Drohen der Region Gefahren aus den Beitrittsländern?

Die ursprünglich befürchteten negativen Auswirkungen der EU-Erweiterung auf die Region sind nicht eingetreten. Die prognostizierte Überschwemmung mit tschechischen Arbeitnehmern oder Unternehmen ist ausgeblieben. Sie wäre nach meiner Überzeugung auch ohne die noch bestehenden Einschränkungen der Arbeitnehmerfreizügigkeit und Dienstleistungsfreiheit nicht gekommen; die bestehenden Kontingente werden nicht annähernd ausgeschöpft, es stehen mittlerweile kaum noch tschechische Grenzgänger zur Verfügung. Die Beschränkungen bergen eher die Gefahr, dass qualifizierte Facharbeiter aus den Beitrittsländern, die gegenwärtig dringend in unseren bayerischen Unternehmen benötigt werden, in andere Länder ohne Übergangsregelungen umgeleitet werden und unserer Wirtschaft verloren gehen. Die Übergangsregelungen haben sich als überflüssig erwiesen.

Natürlich steht die wirtschaftliche Entwicklung niemals still. Auch in Tschechien und den anderen Beitrittsländern sind sehr leistungsfähige Unternehmen entstanden, die mittelfristig als Wettbewerber auf den deutschen Märkten auftauchen werden. Sie werden auf absehbare Zeit gewisse Lohnkostenvorteile haben, aber ihre Wettbewerbsfähigkeit wird hauptsächlich in ihrer Flexibilität, Qualität und Fähigkeit zur Arbeit in Netzwerken liegen.

Der Wettbewerb mit Tschechien wird sich in Zukunft verstärkt bei den hochwertigen Dienstleistungen abspielen, z.B. im Bereich Forschung und Entwicklung. Auch im Bereich von speziellen Verwaltungsdienstleistungen (z.B. Buchführung) sind Verlagerungen über die Grenze wahrscheinlich. Letztlich wird die Seite gewinnen, welche die besseren Standortfaktoren aufweisen kann und sich mehr anstrengt.

Die Grenzregion hat die Chance, einen grenzüberschreitenden, langfristig homogenen Wirtschaftsraum zu entwickeln. Verbundeffekte, Kostenvorteile und Nähe zu den Nachbarmärkten bieten die Möglichkeit, sich gegenüber den klassischen Ballungsräumen wettbewerbsfähig zu positionieren. Für das Handwerk in der ostbayerischen Grenzregion, aber auch in West- und Südböhmen bietet die EU-Erweiterung eine historische Chance.

Roald Steiner*

Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf Österreich
– unter besonderer Berücksichtigung des Wiener
Gewerbes und Handwerks

* *Dr. Roald Steiner ist Projektleiter am Forschungsinstitut "KMU FORSCHUNG AUSTRIA" in Wien*

Gliederung

1. Einleitung
2. Österreicher als "Gewinner" der EU-Erweiterung
3. Das Wiener Gewerbe und Handwerk und die EU-Erweiterung
 - 3.1 Die Wiener Stadtwirtschaft im Kontext der EU-Erweiterung
 - 3.2 Entwicklungen im Wiener Gewerbe und Handwerk
 - 3.3 Grenzüberschreitende Wirtschaftsbeziehungen des Wiener Gewerbes und Handwerks
 - 3.4 Zur Diskussion um die Übergangsregelungen
4. Zusammenfassung

Literaturverzeichnis

1. Einleitung

Das grenznah angesiedelte Gewerbe und Handwerk in den "alten" Mitgliedstaaten der EU galt im Vorfeld der EU-Erweiterung in Österreich wie in Deutschland vielfach als ein Wirtschaftsbereich, für den eher negative Auswirkungen des Beitritts mittel- und osteuropäischer Länder und des damit verbundenen Auftretens einer "Billiglohnkonkurrenz" erwartet wurden.

Hierfür konnten durchaus plausible Überlegungen geltend gemacht werden: Der Bereich Gewerbe und Handwerk ist überwiegend kleinbetrieblich strukturiert, der Prozess der Leistungserstellung kann weithin als arbeitsintensiv, wenig technologieorientiert, humankapitalarm und folglich als lohnkostensensibel beschrieben werden. Der Absatzradius der Produkte und Dienstleistungen ist ganz überwiegend auf das lokale Umfeld beschränkt, der Wettbewerb wird vornehmlich über den Preis ausgetragen. Spezialisierungsmöglichkeiten bestehen vor allem in der flexiblen Anpassung an Kundenwünsche. Vor diesem Hintergrund war nicht von vornherein auszuschließen, dass Anbieter aus den neuen EU-Mitgliedstaaten (NMS) insbesondere ihren Arbeitskostenvorteil in einen entsprechenden Preisvorteil ummünzen können und österreichische Gewerbe- und Handwerksunternehmen sich einem intensiven, wenn nicht ruinösen Preiswettbewerb ausgesetzt sehen würden. Diese Erwartung eines solcherart steigenden Wettbewerbsdrucks gewann insbesondere für grenznah angesiedelte Unternehmen in Österreich an Plausibilität, da hier angesichts der räumlichen Nähe und folglich geringer Distanzkosten kaum ein "Entfernungsschutz" gegeben ist. Akzentuiert wird diese Herausforderung noch dadurch, dass sich gerade die einkommensstarken Ballungsräume Wien, Linz und Graz, die für Migrations- und Pendelwanderungen attraktiv sind, in räumlich geringer Entfernung zu den tschechischen, slowakischen, ungarischen und slowenischen Grenzregionen befinden.

Vor diesem Hintergrund veränderter Wettbewerbsbedingungen wird im vorliegenden Beitrag eine erste – notwendigerweise noch vorläufige – Bilanz der Auswirkungen der EU-Erweiterung auf Österreich und insbesondere auf das Wiener Gewerbe und Handwerk gezogen. Dabei ist die Frage, ob dieser, im Kontext der EU-Erweiterung vielfach als "benachteiligt" apostrophierte Wirtschaftsbereich von einer mittel- und osteuropäischen "Billiglohnkonkurrenz" bedroht ist, bislang kaum systematisch untersucht. Ebenso fehlen Detailanalysen zu der Frage, ob das Wiener Gewerbe und Handwerk die mit der EU-Erweiterung verbundenen Chancen der Marktvergrößerung und einer grenzüberschreitenden Kombination von Ausstattungsvorteilen genutzt hat. Vor diesem Hintergrund und angesichts des bisher erst kurzen Zeitraumes seit der Erweiterung, vor allem aber auch aufgrund einer unzureichenden Datenlage, versteht sich der Beitrag als ein erster, empirisch informierter Aufriss.

2. Österreich als "Gewinner" der EU-Erweiterung

Österreich insgesamt zählt bislang zweifellos zu den "Gewinnern" der Ostöffnung nach 1989/90 und der EU-Erweiterung des Jahres 2004. Unter den "alten" EU-Mitgliedstaaten konnte Österreich von den handelsumlenkenden und -schaffenden Effekten der schrittweisen Integration Mittel- und Osteuropas in den europäischen Binnenmarkt in besonders hohem Maße profitieren. Nach Abschätzungen des WIFO ist damit zu rechnen, dass das reale BIP Österreichs auch in der kommenden Dekade einen zusätzlichen, erweiterungsinduzierten Wachstumsschub in Höhe von jährlich etwa 0,2 % erfahren wird.

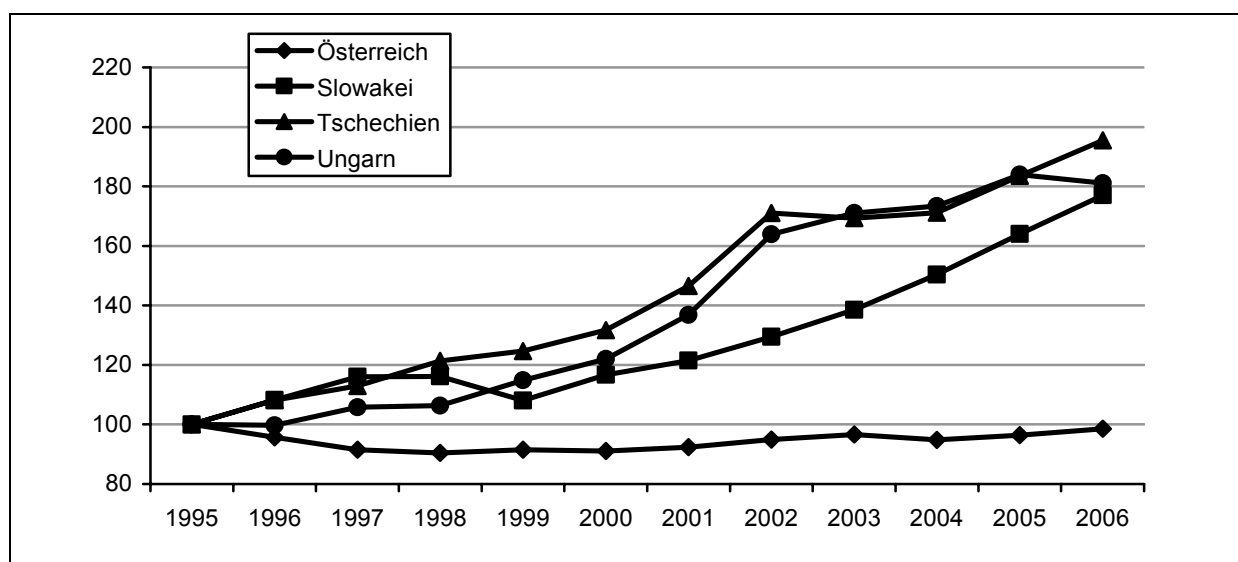
Österreichische Unternehmen konnten aufgrund der räumlichen Nähe und der Re-Aktivierung bereits vor der Ostöffnung bestehender Kontakte vielfach frühzeitig geschäftliche Beziehungen mit Mittel- und Osteuropa aufbauen, sich dementsprechend dort in einem frühen Stadium Marktanteile sichern und "Pionierrenten" realisieren. Zudem kreierte der wirtschaftliche Aufholprozess in den räumlich nahen mittel- und osteuropäischen Ländern – den NMS-5¹ – einen steigenden Importbedarf nach Investitionsgütern, der gleichsam in das Angebotsprofil österreichischer Unternehmen hineinwuchs. Die österreichische Wirtschaft konnte daher ihre Stärke als Anbieter technologieorientierter und humankapitalintensiv hergestellter Güter und Dienstleistungen auf den neuen Märkten ausspielen und Marktanteilsgewinne realisieren. Diese Exportoffensive wurde getragen von den Faktoren Produktqualität, Service, Marketing- und Handelsvorleistungen. Gleichzeitig intensivierte sich der Bezug von kostengünstigen Vorleistungen aus den angrenzenden mittel- und osteuropäischen Ländern, so dass die wirtschaftlichen Verflechtungen mit Mittel- und Osteuropa für die österreichische Außenwirtschaft insgesamt deutlich an Bedeutung gewannen. Dabei hat sich, nicht zuletzt aufgrund der intensiven Direktinvestitionsaktivitäten österreichischer und anderer Unternehmen aus den "alten" Mitgliedstaaten, das Spezialisierungsprofil der mittel- und osteuropäischen Länder im Zuge der Aufholprozesse zunehmend in Richtung technologie- und humankapitalintensiverer Leistungserstellung verschoben. Dementsprechend wird der in der Anfangsphase vorherrschende interindustrielle Handel zunehmend durch einen intraindustriellen Handel – mit Spezialprodukten innerhalb derselben Branche – zurückgedrängt.

Ungeachtet der Aufholprozesse und der in einigen Marktsegmenten zu registrierenden zunehmenden Konkurrenz von Anbietern aus den NMS ist die österreichische Außenwirtschaft weiterhin wettbewerbsfähig – und dies ungeachtet eines weiter bestehenden Arbeitskostengefälles und entsprechender Preisvorteile auf Seiten mittel- und osteuropäischer Anbieter. Verdeutlichen lässt sich dieser Sachverhalt anhand der Entwicklung der Lohnstückkosten: Als Lohn- bzw. Arbeitskosten, die zur Erstellung einer Outputeinheit erforderlich sind, bilden die Lohnstückkosten einen zentralen Indikator der preislichen Wettbewerbsfähigkeit eines Landes. Unterschiedliche

¹ NMS-5: Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn.

Entwicklungen der Lohnstückkosten in einzelnen Ländern indizieren dementsprechende Veränderungen der Wettbewerbsfähigkeit. Die Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Lohnstückkosten in Österreich, Tschechien, der Slowakei und Ungarn zeigt, dass sich die Position Österreichs gegenüber diesen drei NMS seit dem Jahr 2000 deutlich verbessert hat – und dass sich diese Positionsverbesserung auch nach der Erweiterung im Jahre 2004 weiter fortgesetzt hat (Abbildung 1): Österreich weist mit einem Zuwachs der Lohnstückkosten von 8 % im Zeitraum 2000 bis 2006 den mit Abstand niedrigsten Anstieg der Lohnstückkosten auf. In Tschechien und der Slowakei beträgt der Anstieg der Lohnstückkosten 48 %, in Ungarn knapp 52 %. Komparative Vorteile haben auf österreichischer Seite insbesondere die Branchen Herstellung von Nachrichtengeräten, Medizintechnik und Optik, Maschinenbau, Chemische Industrie und Papierindustrie (Untiedt et al. 2007, 269).

Abb. 1: **Entwicklung der Lohnstückkosten, Österreich und NMS, 1995-2006**



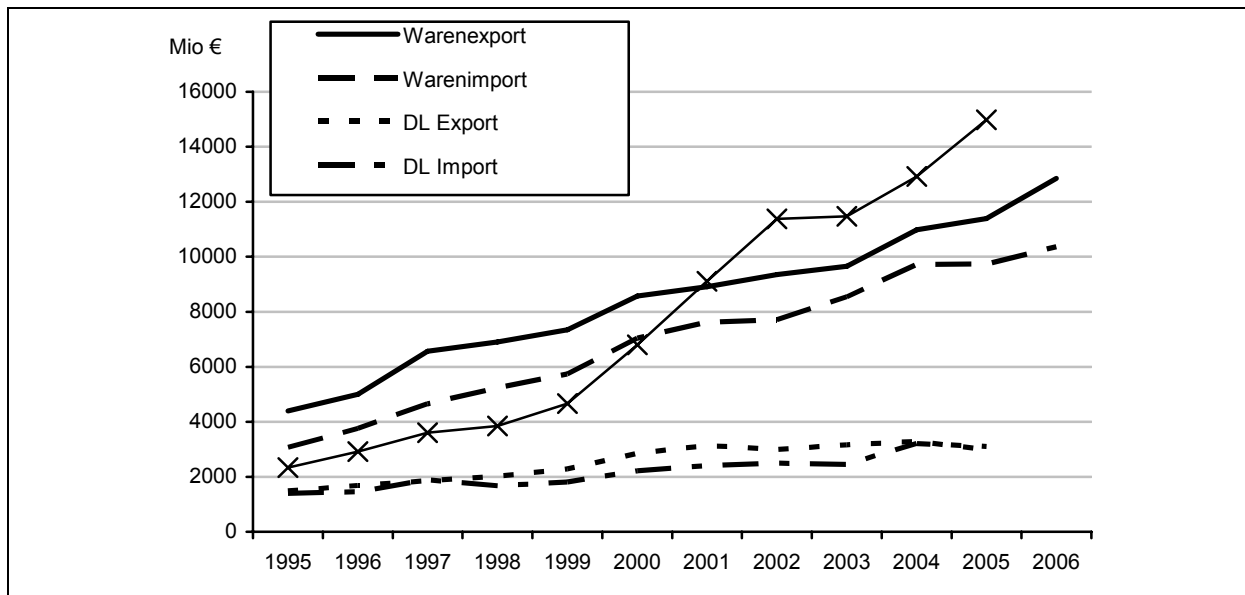
Anmerkung

Gesamtwirtschaftliche Lohnstückkosten (Unit Labour Cost), Index 1995 = 100

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, eigene Darstellung nach Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche WIIW

Die im Vergleich zu den anderen "alten" Mitgliedstaaten deutlich intensivere wirtschaftliche Verflechtung Österreichs mit den NMS zeigt sich sowohl im Waren- und Dienstleistungsaußenhandel als auch bei den Direktinvestitionen (Abbildung 2). Im Warenaußenhandel hat die dynamische Entwicklung relativ frühzeitig nach der Ostöffnung eingesetzt, da in diesem Bereich bereits in den 1990er Jahren Handelshemmnisse wie Zölle und Mengenbeschränkungen weitgehend wegfielen.

Abb. 2: **Entwicklung des österreichischen Waren- und Dienstleistungsaußenhandels mit den NMS-5 und des Bestandes österreichischer Direktinvestitionen in den NMS-5, 1995-2006**



Anmerkung:

NMS-5: Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, eigene Darstellung nach Statistik Austria

Seit Mitte der 1990er Jahren stiegen die Ausfuhren Österreichs in die NMS-5 von 4,4 Mrd. € im Jahr 1995 auf 12,8 Mrd. € im Jahr 2006 (+191 %). Im gleichen Zeitraum nahmen die österreichischen Wareneinfuhren aus den NMS-5 von 3,1 Mrd. € auf 10,4 Mrd. € zu (+235 %). Aktuell exportiert Österreich zwischen 12 und 13 % seiner Gesamtausfuhr in die NMS-5. Der Anteil des Osthandels am gesamten Außenhandel ist in Österreich damit deutlich höher als in anderen "alten" EU-Mitgliedstaaten.² Auch als Bezugsmärkte haben die NMS an Bedeutung gewonnen: Der Anteil der Wareneinfuhr aus den NMS am Gesamtimport Österreichs hat sich von etwas über 5 % Mitte der 1990er Jahre auf mittlerweile etwa 10 % nahezu verdoppelt. Gleichzeitig zeigt sich, dass die positive Handelsbilanz Österreichs mit den NMS im zunehmenden Maße zu einer Entlastung der defizitären gesamten Handelsbilanz Österreichs beigetragen hat (Abbildung 3).³

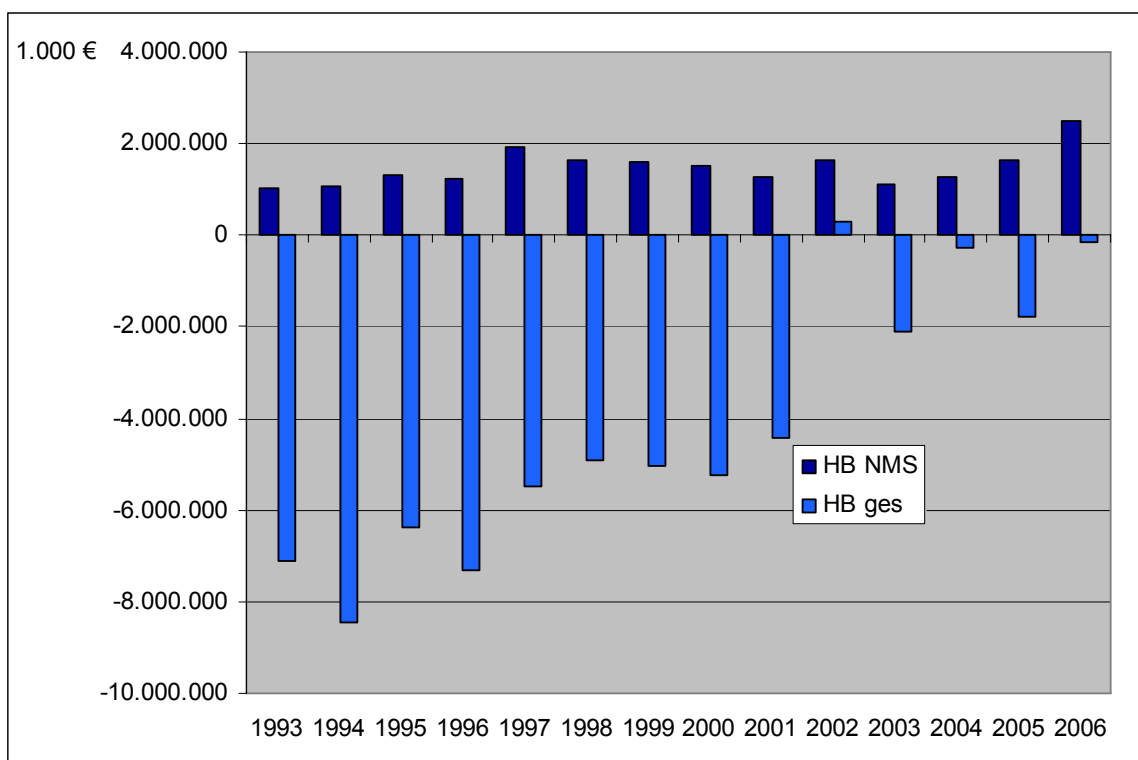
Nicht ganz so dynamisch entwickelte sich der österreichische Dienstleistungsaußenhandel mit Mittel- und Osteuropa (Abbildung 2). So nahm der Dienstleistungsexport in die NMS-5 zwischen 1995 und 2005 von 1,5 Mrd. € auf knapp 3 Mrd. € zu (+100 %), der Import von Dienstleistungen aus den NMS-5 von 1,4 Mrd. € auf

² In Deutschland beläuft sich der entsprechende Anteil auf etwa 7 %, in Italien auf 4 % und in der Schweiz auf etwas über 2 % der jeweiligen Gesamtausfuhren.

³ Eine Detailanalyse findet sich in Untiedt et al. 2007, 265ff sowie FIW 2007, 122ff.

3,1 Mrd. € zu (+121 %). Der Anteil der NMS am gesamten österreichischen Dienstleistungsexport stieg im genannten Zeitraum leicht, von 8 % auf 9 % an, jener der Dienstleistungsimporte aus dieser Region am gesamten österreichischen Dienstleistungsimport bewegt sich bei etwa 10 %.

Abb. 3: **Österreichische Handelsbilanz, insgesamt (HB ges) und NMS-5 (HB NMS), 1995-2006**



Anmerkung:

NMS-5: Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, eigene Darstellung nach Statistik Austria

Zahlreiche österreichische Unternehmen – und hier insbesondere große Unternehmen mit Sitz in Wien – nutzten frühzeitig die räumliche Nähe und traditionellen Verbindungen nach Mittel- und Osteuropa, um die sich öffnenden Märkte auf dem Wege von Direktinvestitionen zu bearbeiten. Zwischen 1995 und 2005 haben sich so die Bestände österreichischer Direktinvestitionen in den NMS-5 von gut 2,3 Mrd. € auf knapp 15 Mrd. € mehr als versechsfacht (Abbildung 2). In den letzten Jahren ging nahezu die Hälfte aller Direktinvestitionsflüsse Österreichs in das Ausland in mittel- und osteuropäische Länder. Dabei zeigt sich bislang kein zusätzlicher Schub der Direktinvestitionstätigkeiten als Folge der Erweiterung im Jahre 2004 – ein Hinweis darauf, dass die österreichischen Unternehmen die Erweiterung antizipiert hatten. Ihr Anteil an den Direktinvestitionsbeständen belief sich im Jahr 2004 auf über 16 % in der Slowakei, 15 % in Slowenien, 10 % in Tschechien und gut 8 % in Ungarn (Untiedt et al. 2007, 289).

Zusammenfassend betrachtet haben sich österreichische Unternehmen auf den expandierenden Märkten der mittel- und osteuropäischen Länder bereits frühzeitig nach der Ostöffnung 1989/90 eine starke Position für die weitere Marktbearbeitung gesichert. Österreichs Unternehmen partizipieren dementsprechend zum einen in einem höheren Maße an den Chancen der Markterweiterung, die sich aus der schrittweisen Integration mittel- und osteuropäischer Staaten in die EU ergeben, als die Wirtschaft in anderen "alten" Mitgliedstaaten. Zum anderen hat die EU-Erweiterung keinen "Bruch" in der Entwicklung der außenwirtschaftlichen Verflechtung zwischen Österreich und den neuen Mitgliedstaaten Mittel- und Osteuropas markiert. Vielmehr ist die Wirkung der EU-Erweiterung – angesichts der bereits in den 1990er Jahren umgesetzten weitgehenden Liberalisierung der grenzüberschreitenden Austausch – eher als Verfestigung bereits bestehender Handels- und Kapitalbeziehungen zu beschreiben.

3. Das Wiener Gewerbe und Handwerk und die EU-Erweiterung

Die insgesamt positiven Auswirkungen der EU-Erweiterung auf die österreichische Wirtschaft lassen allerdings die Frage offen, inwieweit einzelne Bereiche der österreichischen Wirtschaft von negativen Erweiterungswirkungen, beispielsweise einem verschärften Wettbewerbs- und Importdruck durch Anbieter aus Mittel- und Osteuropa, betroffen sind. In sektoraler Hinsicht können solche Erweiterungseffekte insbesondere für solche Bereiche erwartet werden, in denen der Prozess der Leistungserstellung als arbeitsintensiv, wenig technologieorientiert und humankapitalarm beschrieben werden kann. Auf den entsprechenden Produktmärkten wird der Wettbewerb wesentlich über den Preis ausgetragen. Hier ist daher auch nicht von vornherein auszuschließen, dass Anbieter aus den NMS insbesondere ihren Arbeitskostenvorteil in einen entsprechenden Preisvorteil ummünzen können und österreichische Anbieter in die Situation eines zunehmenden oder gar ruinösen Preiswettbewerbs geraten. In regionaler Hinsicht könnten von einem solchen steigenden Wettbewerbsdruck insbesondere solche Standorte betroffen sein, denen aufgrund räumlicher Nähe zu den NMS und entsprechend geringer Distanzkosten gleichsam ein "Entfernungsschutz" fehlt. Dieser Zusammenhang gilt nicht zuletzt für die einkommensstarken Ballungsräume Wien, Linz und Graz, die aufgrund des erheblichen Einkommensgefälles zu den angrenzenden mittel- und osteuropäischen Grenzregionen für Unternehmen und Arbeitskräfte aus diesen Regionen besonders attraktiv sind.

Beide Faktoren – arbeitsintensive sowie humankapital- und technologiearme Leistungserstellung mit entsprechend hoher Bedeutung des Preiswettbewerbs auf der einen und räumliche Nähe auf der anderen Seite – treffen nicht zuletzt auf weite Bereiche des Wiener Gewerbes und Handwerks zu. Im Folgenden wird zunächst untersucht, wie sich die Auswirkungen der EU-Erweiterung auf die Wiener Stadtwirtschaft insgesamt darstellen. Im Weiteren wird dann eingehender auf die Erweiterungseffekte im Bereich des Wiener Gewerbes und Handwerks eingegangen.

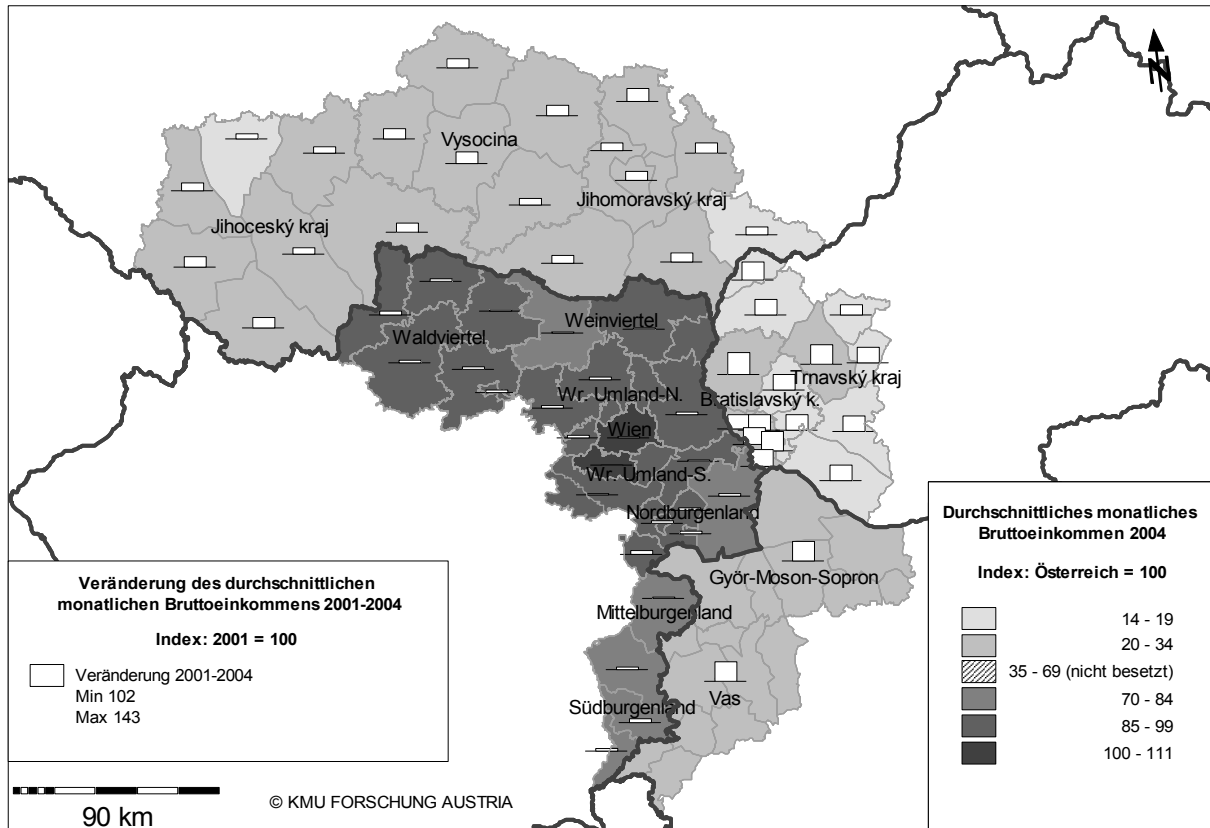
3.1 Die Wiener Stadtwirtschaft im Kontext der EU-Erweiterung

Angesichts der geringen räumlichen Distanz zu den NMS kann angenommen werden, dass die Wiener Stadtwirtschaft in besonderer Weise von den Chancen und Herausforderungen, die mit der EU-Erweiterung verbunden sind, betroffen ist. Für die Ausgangslage der Wiener Stadtwirtschaft ist insbesondere das erhebliche Gefälle zwischen dem produktivitäts- und einkommensstarken Wiener Ballungsraum und den weniger produktiven grenznahen Regionen in den NMS kennzeichnend. Selbst der sich in den letzten Jahren am raschesten entwickelnde Wirtschaftsraum, das slowakische Bratislava, erreicht gegenwärtig erst gut 70 % des Wiener Produktivitätsniveaus; das Produktivitätsniveau im tschechischen, slowakischen und ungarischen Grenzraum bewegt sich zwischen 30 und 40 % des Niveaus von Wien. Während das BIP je Einwohner zu Kaufkraftparitäten in Wien mit 38.632 € das obere Ende der "Wohlstandskante" markiert, rangiert das slowakische Trnavský kraj mit 12.515 € am unteren Ende der Skala. Noch deutlicher wird diese "Wohlstandskante" bei einem Vergleich der Einkommen, die – gemessen am durchschnittlichen Monatseinkommen der unselbstständig Beschäftigten – in einem Umkreis von 100 km zwischen 2.476 € in Wien und 335 € in Dunaiská Streda changieren (Abbildung 4).

Vor diesem Hintergrund steht die Frage im Raum, inwieweit die Wiener Stadtwirtschaft bislang die Vorteile der Markterweiterung und die neuen Möglichkeiten einer vertieften interregionalen Arbeitsteilung nutzen konnte – oder ob die Nachteile eines verschärften Wettbewerbsdrucks auf Unternehmen in solchen Märkten überwiegen, in denen der Wettbewerb wesentlich über den Preis determiniert wird, in denen also mittel- und osteuropäische Unternehmen insbesondere ihren Vorteil bei den Arbeitskosten ausspielen können. Um diese Frage zu beantworten, können die Branchen der Wiener Stadtwirtschaft zunächst nach Faktoren gruppiert werden, die ihre Wettbewerbsposition auch im Kontext der EU-Erweiterung prägen.⁴

⁴ Auf Basis theoretischer Überlegungen wird dabei zwischen folgenden "erweiterungsrelevanten" Branchencharakteristika unterschieden: Faktorintensität (nach Einsatz der Produktionsfaktoren: Arbeitsintensität, Kapitalintensität, Humankapitalintensität, Technologie- bzw. FuE-Intensität, Marketingintensität), Skillintensität (formale Qualifikation der Beschäftigten), Charakteristik der Absatzmärkte (Abstufungen des Qualitätswettbewerbs bzw. Revealed Quality Elasticity), interne Skalenerträge, externe Skalenerträge, Forward- and Backward-Linkages (Intensität der Vorleistungs- und Absatzbeziehungen, internationale Handelbarkeit. Aus theoretischen Überlegungen heraus kann beispielsweise erwartet werden, dass auf der einen Seite technologie- und marketingintensive Branchen sowie arbeitsintensive Branchen mit hohen Humankapitalanforderungen am Standort Wien erweiterungsbedingte Vorteile realisieren können, während auf der anderen Seite arbeitsintensive Branchen mit niedrigen Humankapitalanforderungen eher benachteiligt sein dürften.

Abb. 4: **Durchschnittliches monatliches Bruttoeinkommen¹ der unselbstständig Beschäftigten², 2004, sowie dessen Entwicklung³, 2001-2004**



Anmerkungen:

Gebietsgliederung nach LAU 1 mit Ausnahme von Ungarn (NUTS 3)

¹ Durchschnittliches monatliches Bruttoeinkommen 2004: Umrechnung der jeweiligen Landeswährung zu jeweils aktuellen Wechselkursen in Euro, arithmetisches Mittel. Der dargestellte Index bezieht sich auf den Wert für Österreich = 100 im Jahr 2004.

² Ungarn: Vollzeitäquivalente

³ Veränderung des durchschnittlichen monatlichen Bruttoeinkommens 2001-2004: Die Einkommen in den jeweiligen Landeswährungen sind die Basis für die Berechnung der Veränderungen. Die Werte für Österreich beziehen sich auf das Medianeinkommen und nicht auf das arithmetische Mittel. Der Index bezieht sich auf den Wert für das Jahr 2001 = 100.

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, eigene Darstellung nach: Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger, Slowakisches Statistikamt (SUSR), Tschechisches Statistikamt (CZS), Ungarisches Statistikamt (KSH) (Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten)

In Verbindung mit der jeweiligen Beschäftigungsentwicklung seit Mitte der 1990er Jahre können aufgrund dieser "erweiterungsrelevanten" Merkmale dann Rückschlüsse gezogen werden, welche Branchen eher zu den "Gewinnern" und welche eher zu den "Verlierern" der EU-Erweiterung zu rechnen sind (Steiner, Gavac 2007).

In der Sachgütererzeugung der Wiener Stadtwirtschaft dominieren Branchen mit günstigen "erweiterungsrelevanten" Merkmalen. Etwa die Hälfte der Industriebeschäftigten ist in Branchen tätig, die aufgrund ihrer "erweiterungsrelevanten" Merkmale als durch die EU-Erweiterung potenziell "begünstigt" anzusehen sind⁵; ein weiteres Drittel der Beschäftigten ist in Branchen tätig, bei denen aufgrund ihrer "erweiterungsrelevanten" Merkmale nicht mit einer Veränderung ihrer Wettbewerbsposition zu rechnen ist. In den Branchen mit den ungünstigsten Merkmalen⁶ sind hingegen nur knapp 7 % der Wiener Industriebeschäftigten tätig.

Ungeachtet der offenkundig günstigen strukturellen Ausgangsposition der Wiener Sachgütererzeugung ist jedoch die Anzahl der unselbstständig Beschäftigten zwischen 1995 und 2006 kontinuierlich rückläufig, von 110.900 auf 68.500 (-38,2 %) (Abbildung 5). Von dem deutlichen Beschäftigungsrückgang sind sowohl durch die Erweiterung potenziell begünstigte als auch benachteiligte Sachgüterbranchen erfasst. Dieser Befund legt den Eindruck nahe, dass der anhaltende Schrumpfungsprozess der Sachgütererzeugung in Wien kaum der EU-Erweiterung geschuldet sein dürfte. Seine Ursachen sind vielmehr in Veränderungen und Restrukturierungen in wenigen beschäftigungsstarken Großunternehmen zu suchen, die in keinem Zusammenhang mit der Erweiterung stehen. Insofern kann argumentiert werden, dass den Exporten von Industriewaren nach Ost- und Mitteleuropa eher eine stabilisierende, den industriellen Schrumpfungsprozess "bremsende" Wirkung zuzuschreiben ist (Mayerhofer 2006).

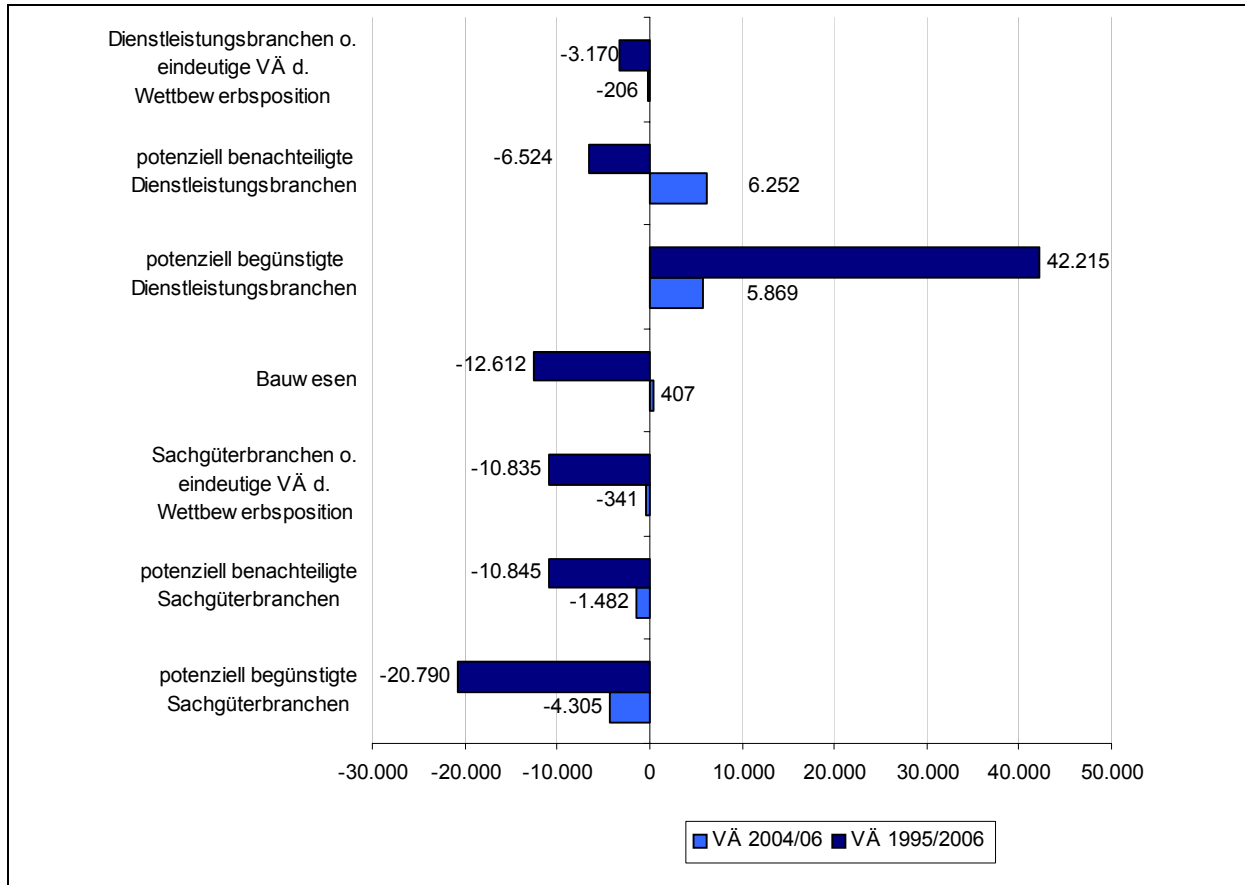
Im Dienstleistungssektor ist die Mehrheit der Beschäftigten in Branchen tätig, die hinsichtlich ihrer "erweiterungsrelevanten" Merkmale als benachteiligt anzusehen sind. Unter den 71 Dienstleistungsbranchen weisen 17 ungünstige "erweiterungsrelevante" Merkmale auf. Hierzu zählen die beschäftigungsintensiven Branchen Einzelhandel und Bauwesen, aber auch vereinzelte Teilbereiche im Realitätenwesen, in der Tourismuswirtschaft (Restaurants, Gasthäuser) und im Verkehrswesen (sonstiger Landverkehr). Zu den Branchen, die von den Vorteilen der EU-Erweiterung profitieren sollten, zählen hingegen der IuK-Sektor, Forschung und Entwicklung, Finanz-

⁵ Zu den Branchen, die aufgrund ihrer "erweiterungsrelevanten" Merkmale Vorteile aus der EU-Erweiterung ziehen sollten, zählen die Kernbereiche der Wiener Industrie: Chemische Industrie (Pharmazeutika, Reinigungsmittel), Maschinenbau (sonstige Maschinen, Werkzeugmaschinen), die Elektronikindustrie (nachrichtentechnische Geräte) sowie der Fahrzeugbau (Kraftwagen und -motoren). In den TOP 10 der Industriebranchen mit den günstigsten "erweiterungsrelevanten" Merkmalen sind in Wien etwa 25.500 Beschäftigte tätig.

⁶ Beschäftigungsrelevante Bereiche, die von der EU-Erweiterung eher negativ betroffen sind, finden sich in der Metallindustrie (Stahl- und Leichtmetallbau), Bekleidungssektor (Textilwaren), Kunststoffproduktion (Gummiwaren), Glas- und Keramikindustrie (Natursteine, Betonerzeugnisse) und Möbelindustrie. In den TOP 10 der Industriebranchen mit den ungünstigsten "erweiterungsrelevanten" Merkmalen sind in Wien etwa 5.000 Beschäftigte tätig.

und Versicherungsdienste, Nachrichtenübermittlung, unternehmensnahe Dienstleistungen, sowie Großhandel und Kfz-Handel.⁷

Abb. 5: **Veränderungen der Beschäftigten in Branchengruppen Wiens, 2006 gegenüber 1995 und 2006 gegenüber 2004 (absolut)**



Anmerkungen:

potenziell begünstigte Sachgüterbranchen (ÖNACE 23, 24, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35)

potenziell benachteiligte Sachgüterbranchen (17, 18, 19, 20, 25, 26, 27, 28)

Sachgüterbranchen ohne eindeutige Veränderung der Wettbewerbsposition (15, 16, 21, 22, 36)

Bauwesen (45)

potenziell begünstigte Dienstleistungsbranchen (51, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 71, 72, 73, 74)

potenziell benachteiligte Dienstleistungsbranchen (52, 55, 60, 70)

Dienstleistungsbranchen ohne eindeutige Veränderung der Wettbewerbsposition (50)

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, eigene Berechnungen nach Beschäftigtenstatistik des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger

⁷ In den TOP 10 der Dienstleistungsbranchen mit den günstigsten "erweiterungsrelevanten" Merkmalen sind in Wien etwa 108.000 Beschäftigte tätig.

Auch wenn die Mehrheit der Beschäftigten im Dienstleistungssektor in Branchen tätig ist, die aufgrund ihrer "erweiterungsrelevanten" Merkmale als benachteiligt anzusehen sind, so ist die Anzahl der unselbständig Beschäftigten im Wiener Dienstleistungssektor insgesamt doch deutlich angestiegen, von 327.700 im Jahr 1995 auf 360.200 im Jahr 2006 (+9,9 %). In Rechnung zu stellen ist hier allerdings, dass im Dienstleistungsbereich Liberalisierungen im Außenhandelsregime gegenüber den osteuropäischen Ländern weitgehend erst mit deren Beitritt im Mai 2004 in Kraft traten bzw. in Gang gesetzt wurden. Dabei existieren bei grenzüberschreitenden Leistungserbringungen auch nach dem Beitrittsdatum durchaus noch handelshemmende Regulierungen (beispielsweise Einschränkungen der Arbeitnehmerfreizügigkeit, Notwendigkeit von Bewilligungen bei Niederlassungen). Auf der anderen Seite war das Regulierungsniveau im Bereich der ungebundenen Dienstleistungen (IuK-Dienste, teilweise Finanz- und Versicherungsgewerbe) bereits vor dem Beitritt relativ niedrig. Vor diesem Hintergrund markiert bei der folgenden Betrachtung das Jahr 2004 ein wesentliches Datum.

Im potenziell durch die EU-Erweiterung begünstigten Dienstleistungsbereich (IuK-Sektor (Datenverarbeitung, Softwarehäuser), Forschung und Entwicklung, Finanz- und Versicherungsdienste, Nachrichtenübermittlung, unternehmensnahe Dienstleistungen, sowie Großhandel und Kfz-Handel) ist ein Beschäftigungsanstieg von 158.900 im Jahr 1995 auf 195.300 im Jahr 2004 (+22,9 %) zu verzeichnen; bis 2006 stieg die Zahl der Beschäftigten dann weiter auf 201.100.

Im potenziell benachteiligten Dienstleistungsbereich (Einzelhandel, Teilbereiche des Realitätenwesens und der Tourismuswirtschaft sowie Verkehrswesen) ist die Anzahl der Beschäftigten im Zeitraum 1995-2004 von 152.500 auf 139.800 zurückgegangen (-8,4 %); in den Jahren nach der EU-Erweiterung, bis 2006 ist dann ein Anstieg auf 146.000 Beschäftigte zu beobachten. Im Bauwesen ist zwischen 1995 und 2004 ein Rückgang von 56.800 auf 43.800 Beschäftigte zu konstatieren (-22,9 %). Bis in das Jahr 2006 steigt die Beschäftigtenzahl im Bauwesen dann wieder leicht auf 44.200 an.

Ein anhaltender Beschäftigungsaufbau ist danach nur im potenziell durch die EU-Erweiterung begünstigten Dienstleistungsbereich zu konstatieren. Offen bleibt zunächst, ob und ggf. in welchem Umfang diese dynamische Entwicklung im ursächlichen Zusammenhang mit der Markterweiterung durch den EU-Beitritt steht. In den potenziell benachteiligten Dienstleistungsbranchen und im Bauwesen fällt der Beschäftigungsrückgang in die Jahre 1995-2004, also in einen Zeitraum, da dieser Bereich über tarifäre und nicht-tarifäre Handelshemmnisse vor der Konkurrenz osteuropäischer Anbieter weitestgehend "geschützt" war. Auffällig ist, dass seit dem Erweiterungsjahr 2004 beide potenziell durch die Erweiterung benachteiligten Bereiche einen Beschäftigungszuwachs verzeichnen. Auch wenn der Betrachtungszeitraum hier noch sehr kurz ist und andere – beispielsweise konjunkturelle – Einflüsse zu berücksichtigen sind, so spricht diese Beobachtung auf den ersten Blick nicht für negative

Auswirkungen der EU-Erweiterung in diesen "erweiterungssensiblen" Bereichen der Wiener Stadtwirtschaft.

Abschließend sei bemerkt, dass der skizzierte Beschäftigungsabbau auch in potenziell durch die EU-Erweiterung begünstigten Wiener Sachgüterbranchen auf ein strukturpolitisches Problem hindeutet, dass sich künftig zunehmend als Hemmnis für die weitere Expansion des Wiener Außenhandels erweisen könnte: Die in den letzten Jahren zu beobachtende De-Industrialisierung, die auch als Erosion der Exportbasis interpretiert werden kann. Dies ist auch in Verbindung zu sehen mit dem – wie nachstehend gezeigt – geringen Internationalisierungsgrad der Wiener KMU, der in relativ niedrigen Exportquoten zum Ausdruck kommt. Solange also ein Großteil der Wiener Unternehmen der Sachgütererzeugung vorwiegend im Inlandsmarkt agiert und gleichzeitig die industriellen Großunternehmen "schrumpfen", ist nicht auszuschließen, dass die Nutzung weiterer, im Zuge der Integration Ost- und Südosteuropas entstehender Handelspotenziale für die Wiener Stadtwirtschaft zunehmend schwieriger wird.

3.2 Entwicklungen im Wiener Gewerbe und Handwerk

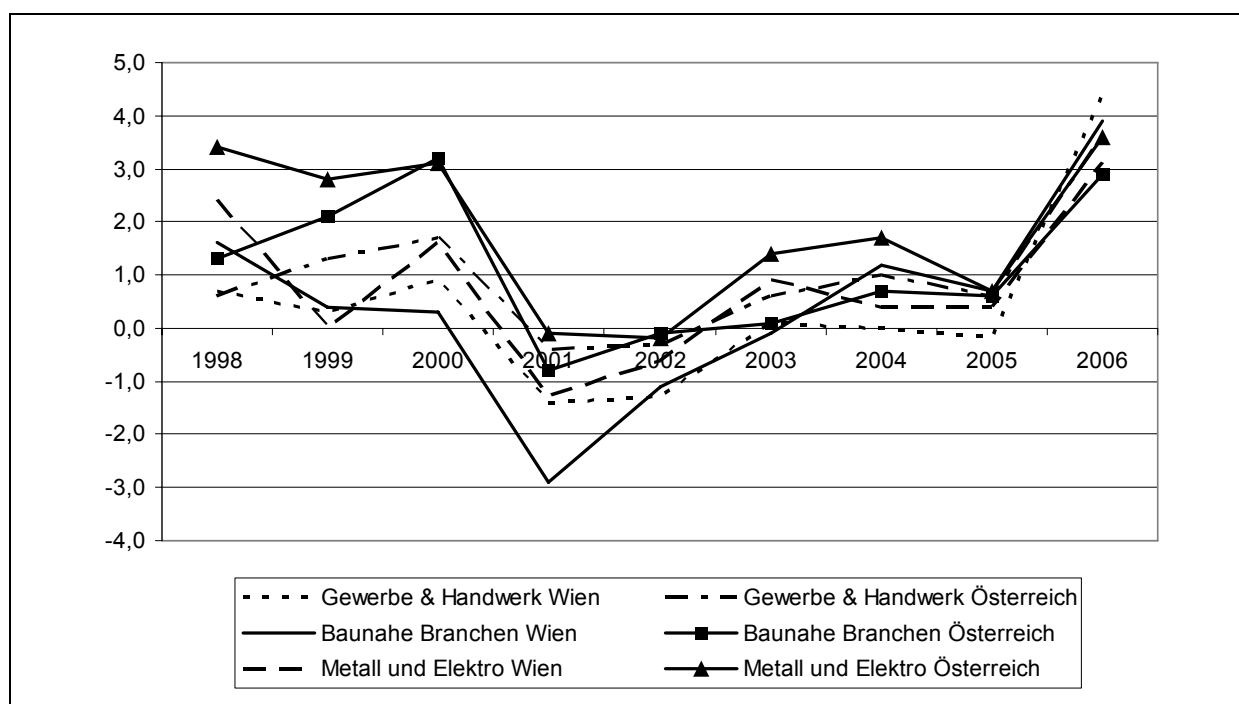
In der Wiener Stadtwirtschaft kommt dem Bereich Gewerbe und Handwerk eine wichtige Rolle zu. Im Jahr 2006 werden knapp 18.200 Gewerbe- und Handwerksunternehmen mit insgesamt 106.200 unselbstständig Beschäftigten gezählt. Der Anteil der Gewerbe- und Handwerksunternehmen an allen Wiener Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft beläuft sich damit auf 25,6 %; von allen unselbstständig Beschäftigten in Wien sind 22,6 % in Gewerbe und Handwerk tätig.⁸

Angesichts der räumlichen Nähe Wiens zu den mittel- und osteuropäischen NMS steht die Frage im Raum, inwieweit sich gerade im Wiener Gewerbe und Handwerk die vielfach befürchteten negativen Auswirkungen der EU-Erweiterung auf Wertschöpfung und Beschäftigung beobachten lassen. Der Blick auf relevante Indikatoren der geschäftlichen Entwicklung zeigt, dass bislang keine ausgeprägten Effekte des EU-Beitritts auf die Wiener Gewerbe und Handwerksunternehmen zu beobachten sind. So verzeichneten die Wiener Unternehmen dieses Bereichs im Zeitraum 1998/2006 einen jahresdurchschnittlichen Umsatzzuwachs von 0,4 % p.a. Dabei lagen die Umsatzzuwächse im Bereich Metall und Elektro mit 0,8 % p.a. deutlich höher, jene des Bauwesens hingegen mit 0,4 p.a. auf dem branchenübergreifenden Niveau. Allerdings gilt, dass die Umsatzzuwächse im Wiener Gewerbe und Handwerk

⁸ In Österreich insgesamt beläuft sich der Anteil der rund 92.200 Gewerbe- und Handwerksunternehmen an allen privaten nichtlandwirtschaftlichen Unternehmen auf 31 %. Die Unternehmen der Sparte Gewerbe und Handwerk sind mit etwa 562.000 unselbstständig Beschäftigten der wichtigste Arbeitgeber Österreichs. Ihr Anteil an der unselbstständigen Beschäftigung liegt bei 27 %, danach rangieren der Handel mit 21 % und die Industrie mit 20 %.

nur etwa halb so hoch sind wie die österreichischen Durchschnittswerte. Im vorliegenden Zusammenhang ist von Interesse, dass sich in den Jahren 2004/05 zwar zunächst die weitgehende Stagnation der Umsätze aus dem Jahr 2003 fortsetzte, es aber keine Umsatzrückgänge in der Größenordnung wie in den Jahren 2001/02 gab und im Jahr 2006 dann ein deutlicher Umsatzzuwachs in Höhe von 4,4 % zu verzeichnen ist. Dieser Wert lag sogar – im Betrachtungszeitraum erstmals – über dem österreichischen Durchschnittswert (Abbildung 6).

Abb. 6: **Umsatzveränderungen in Gewerbe- und Handwerksunternehmen, Wien und Österreich, 1998-2006**



Anmerkung:

Umsatzveränderung gegenüber dem Vorjahr in %

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Konjunkturdatenbank

Das Niveau der Investitionstätigkeit der Wiener Gewerbe- und Handwerksunternehmen belief sich – gemessen an den Investitionen je Beschäftigten – im Zeitraum 1998 bis 2003 auf 1.400 bis 2.200 € je Beschäftigten. Danach stieg das Investitionsvolumen deutlich an, im Durchschnitt der Jahre 2004/2006 auf 3.700 € je Beschäftigten. Überdurchschnittlich hoch ist das Niveau der Investitionstätigkeit im Bereich Metall und Elektro. Auffällig ist, dass auch die Investitionstätigkeit der Wiener Gewerbe- und Handwerksunternehmen im Betrachtungszeitraum hinter den österreichischen Durchschnittswerten zurückbleibt. Dieser Umstand ist wesentlich darauf zurückzuführen, dass Wiener Gewerbe- und Handwerksunternehmen überdurchschnittlich häufig Mietobjekte nutzen und sich ihre Investitionstätigkeiten dementsprechend häufiger auf Maschinen und Ausrüstungsgüter beschränken. Gleichwohl ist seit 2004 eine Annäherung der Wiener an die österreichischen Werte zu beobachten.

Der Langzeitvergleich zeigt zudem eine tendenzielle Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation im Wiener Gewerbe und Handwerk. Der Anteil der Unternehmen mit positivem Betriebsergebnis ist von 55,9 % in den Jahren 2002/03 auf 58,4 % im Bilanzjahr 2004/05 weiter leicht angestiegen. Eine positive Entwicklung ist auch bei der Eigenkapitalausstattung erkennbar. So wird der betriebswirtschaftliche (Mindest-)Richtwert von 20 % im Bilanzjahr 2004/05 erstmals vom Gesamtdurchschnitt der Unternehmen überschritten (Steiner, Gavac 2007, 14f).

Insgesamt zeigt der Blick auf die Entwicklung wichtiger Kennziffern für die letzten Jahre eher eine anhaltende Verbesserung der geschäftlichen Situation Wiener Gewerbe- und Handwerksunternehmen. Negative Erweiterungseffekte sind auf der branchenübergreifenden Ebene bislang nicht auszumachen. An dieser Stelle kann keine detaillierte Analyse der Ursachen für diesen Befund vorgenommen werden. Mit Blick auf die Perspektiven des Wiener Gewerbes und Handwerks, dessen Wettbewerbssituation sich angesichts des über kurz oder lang anstehenden Wegfalls noch bestehender Übergangsbeschränkungen der Dienstleistungsfreiheit künftig in wesentlichen Bereichen verschärfen wird, sind jedoch die Ergebnisse einer Innovationserhebung von Interesse (Radauer, Bornett 2006). Danach ist etwa ein Drittel der Wiener Gewerbe- und Handwerksunternehmen in der einen oder anderen Form mit Innovationsaktivitäten befasst, sei es im Bereich der Umstellung oder Verbesserung des Leistungsangebotes, der Einführung neuer Prozesse oder Verfahren, bei arbeitsorganisatorischen Änderungen oder im Bereich der Qualifizierung von Mitarbeitern. Im Durchschnitt zeichnen Innovationsaktivitäten für etwa 17 % der Unternehmensumsätze verantwortlich. Derartige Innovationsprozesse sind, wie einschlägige Studien zeigen, eine wesentliche Voraussetzung für fortgesetztes Umsatz- und Beschäftigungswachstum und damit für den Fortbestand von Unternehmen, gerade unter Bedingungen eines verschärften Wettbewerbs. Insofern spricht einiges dafür, dass weite Bereiche des Wiener Gewerbes und Handwerks auch unter Bedingungen eines intensivierten Wettbewerbsdrucks durch Anbieter aus den NMS werden bestehen können.

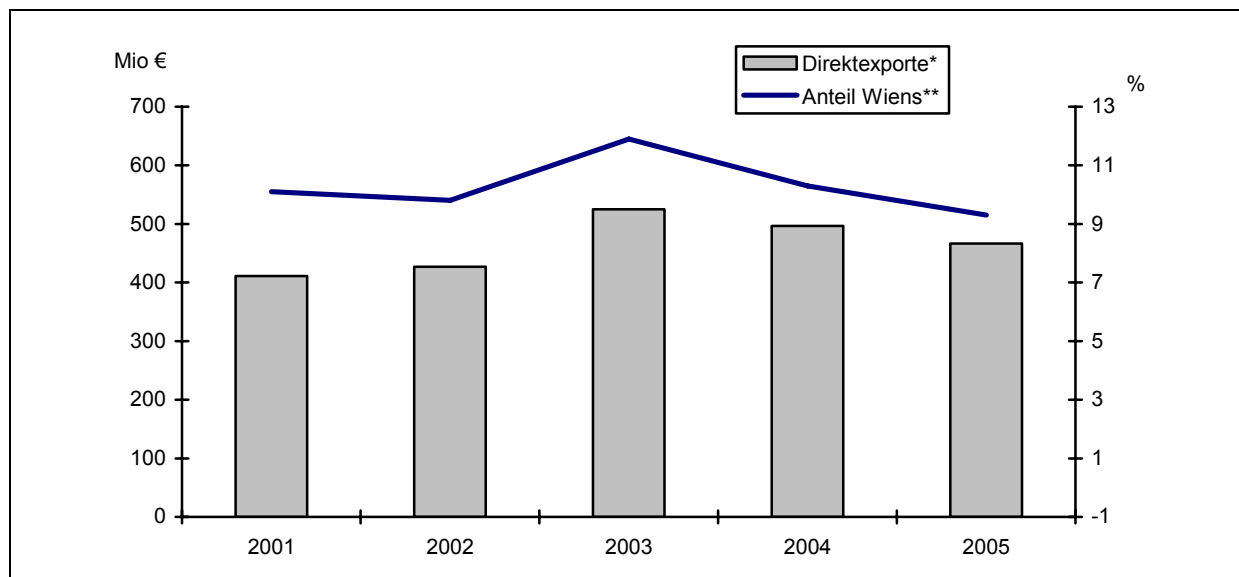
3.3 Grenzüberschreitende Wirtschaftsbeziehungen des Wiener Gewerbes und Handwerks

Der Wert der Direktexporte⁹ des Wiener Gewerbe und Handwerks bewegt sich im Zeitraum 2001 bis 2005 zwischen 400 und etwas über 500 Mio. €. Ein Maximum erreichen die Direktexporte im Jahr 2003 mit etwa 520 Mio. €, in den beiden Folgejahren sind sie rückläufig (Abbildung 7). Getragen werden die Exportaktivitäten des Wiener Gewerbes und Handwerks vor allem von der Metall-, Elektro- und Sanitärgruppe, die etwa zur Hälfte zu den Einnahmen aus Direktexporten beiträgt.

⁹ Direktexporte umfassen die im Ausland abgesetzte Produktion des Wiener Gewerbes ohne Handelswarenerlöse.

Danach rangieren mit einem Anteil von knapp 30 % die Bereiche Holz, Kunststoff und Kraftfahrzeuge.

Abb. 7: **Direktexporte des Wiener Gewerbes, 2001-2005**



Anmerkungen:

* Direktexporte: im Ausland abgesetzte Produktion des Wiener Gewerbes ohne Handelswarenerlöse in Mio €

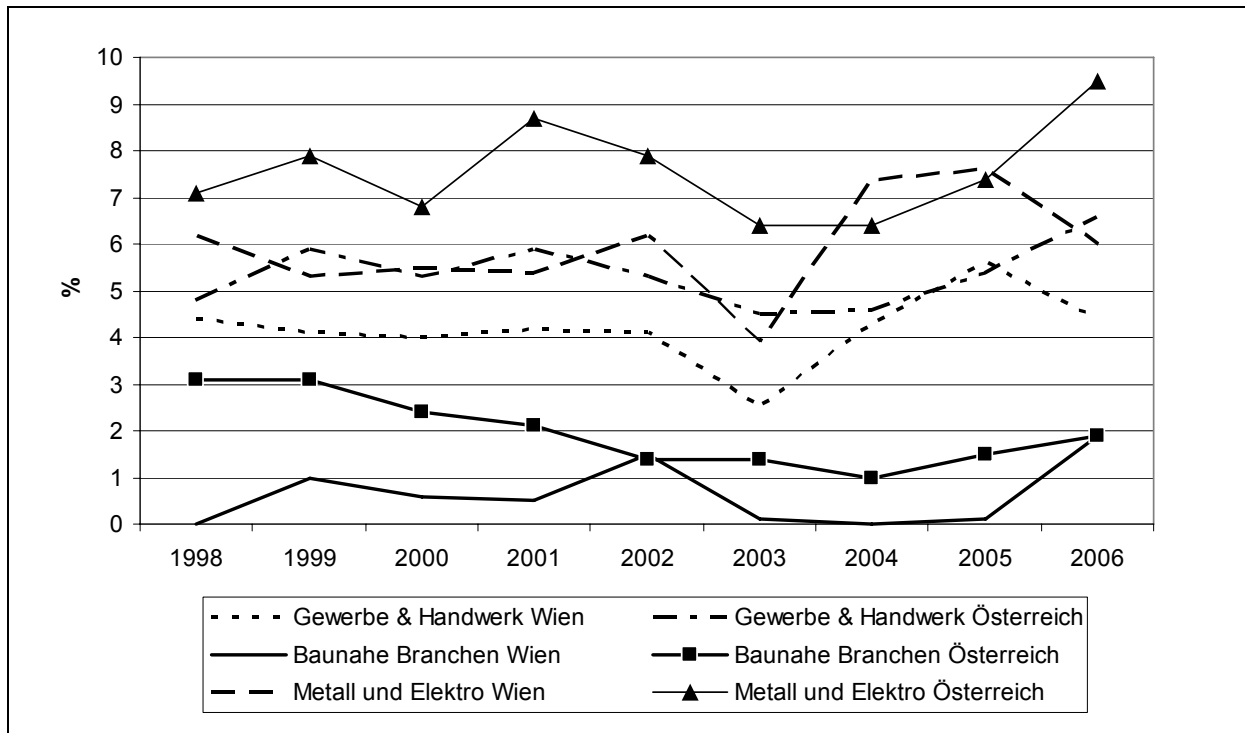
** Anteil Wiens an den Direktexporten des Gewerbes in Österreichs in %

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, eigene Berechnungen nach WK Inhouse Statistik

Das Gros der kleinen und mittleren Unternehmen in Wien hat offenkundig nach wie vor eine geringe Außenhandelsorientierung. Wird die Entwicklung der Exportquote zugrunde gelegt, so hat sich an diesem Befund in den letzten Jahren nach der EU-Erweiterung kaum etwas geändert (Abbildung 8):

- Im Zeitraum 1997-2004 beträgt die Exportquote der Gewerbe- und Handwerksunternehmen in Wien recht konstant 4 %; im Jahr 2005 ist ein Anstieg auf 6 %, 2006 wieder ein Rückgang auf knapp 5 % zu beobachten. Die Exportquote der Wiener Unternehmen liegt dabei mit Ausnahme der Jahre 2004 und 2005 einen Prozentpunkt unter jener aller österreichischen Gewerbe- und Handwerksunternehmen.
- Eine etwas stärkere Exportorientierung haben ausweislich der Exportquote die Unternehmen im Bereich Metall und Elektrotechnik: Die Exportquote liegt hier zunächst bei etwa 6 % und steigt in den Jahren 2004 und 2005 auf knapp 8 %. Auch in diesem Bereich liegt die Exportquote Wiener Unternehmen – mit Ausnahme der Jahre 2004 und 2005 – unterhalb des gesamtösterreichischen Durchschnitts.

Abb. 8: **Exportquoten der Gewerbe- und Handwerksunternehmen, Wien und Österreich, 1997-2006**



Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Konjunkturdatenbank

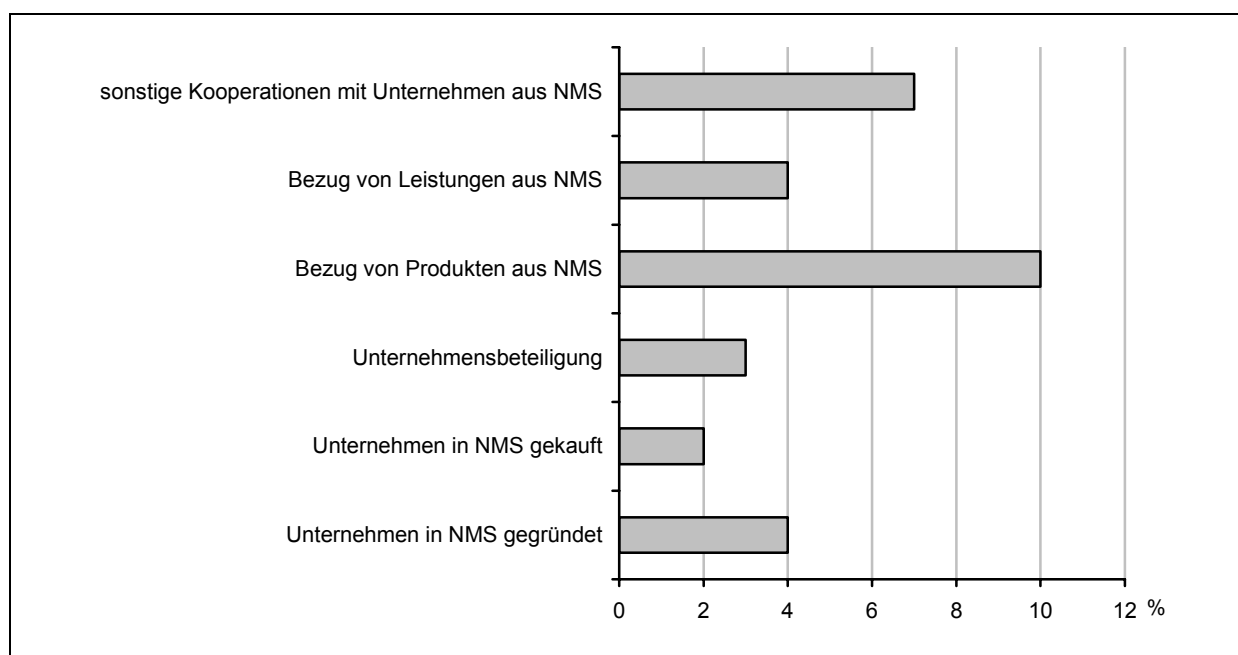
Der zu beobachtende Attentismus bezüglich der Aufnahme grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen spiegelt sich auch in Unternehmensbefragungen zu den ökonomischen Aktivitäten Wiener Unternehmen in den NMS wider (Abbildung 9). Um die Jahreswende 2006/07 haben von den Wiener Unternehmen lediglich 10 % Produkte und 4 % Dienstleistungen aus den neuen Mitgliedstaaten bezogen; 7 % unterhalten Kooperationen mit mittel- und osteuropäischen Unternehmen. Lediglich zwischen 2 % und 4 % der Wiener Unternehmen halten in den NMS Beteiligungen an Unternehmen oder haben dort Niederlassungen gegründet.¹⁰

Angesichts der offenkundig geringen Einbindung der Wiener Gewerbe- und Handwerksunternehmen in internationale Geschäftsbeziehungen sieht sich die Wirtschaftspolitik mit Forderungen konfrontiert, die Internationalisierungsaktivitäten gerade dieser Unternehmen (weiterhin) zu fördern und insbesondere die Exportbasis auf Unternehmens- (Klein- und Mittelbetriebe) wie Produktebene (Unternehmens-

¹⁰ Eine Exportschwäche ist dabei nicht nur für das Wiener Gewerbe und Handwerk zu beobachten. Mayerhofer (2006, 440) hebt hervor, dass die Erosion des Industriesektors in Wien – zwischen 1995 und 2004 ging fast ein Drittel der Industriearbeitsplätze in Wien verloren – künftig die "Nutzung zusätzlicher Handelspotenziale beeinträchtigen (könnte), wie sie für den Fall der EU-Erweiterung auf Basis ökonomischer Gravitationsmodelle errechnet werden konnten."

dienste) zu verbreitern. Die Bearbeitung der nahen Märkte in den neuen EU-Ländern und die Einbindung in grenzüberschreitende Produktionsverbände kann in solchen kleinen und mittleren Unternehmen Größen- und Verbundvorteile verschaffen, deren Angebotspalette nicht nur lokal handelbare Güter und Dienstleistungen enthält. In diesem Unternehmen ließe sich so – auf dem "Umweg" über arbeitsteilige Kooperationen mit Geschäftspartnern aus den nahen Grenzregionen der NMS – letztlich auch die Wettbewerbsfähigkeit auch auf den westeuropäischen Märkten verbessern (Mayerhofer 2006, 441).

Abb. 9: **Ökonomische Aktivitäten Wiener Unternehmen in den NMS 2006/07**



Anmerkungen:

n = 204

Die Unternehmensbefragung erfolgte schriftlich im Zeitraum von November 2006 bis Februar 2007 (LAMO II)

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, eigene Darstellung nach www.arbeitsmarktmonitoring.at

Wie sich auch in anderen regionalen Kontexten zeigen lässt, kommt einer solchen Verbreiterung des geographischen Aktionsradius gerade für regional verankerte Klein- und Mittelbetriebe eine wichtige Rolle für die Stabilisierung von Wertschöpfung und Beschäftigung zu (Steiner, Bleicher, Gensior 2003). Erst die Aufnahme grenzüberschreitender Geschäfts- und Kooperationsbeziehungen ermöglicht vielfach eine sinnvolle Ergänzung, Erweiterung oder Anpassung der eigenen Leistungspalette und eine Ausweitung des Kundenkreises – sie kann damit zur Stabilisierung bzw. zu einer dynamischen Geschäftsentwicklung beitragen.

3.4 Zur Diskussion um die Übergangsregelungen

Mit Blick auf eine mögliche Verschärfung der Wettbewerbssituation in benachteiligten Branchen gerade im grenznah angesiedelten Gewerbe und Handwerk durch die EU-Erweiterung hat Österreich von der in den Beitrittsverträgen mit den NMS sowie mit Rumänien und Bulgarien vorgesehenen Möglichkeit, die Arbeitnehmerfreizügigkeit und in bestimmten Dienstleistungssektoren¹¹ auch die Dienstleistungsfreiheit gegenüber Staatsangehörigen aus den neuen Mitgliedstaaten für die Dauer von maximal sieben Jahren auszusetzen, Gebrauch gemacht. Die Übergangsregelungen des 2+3+2-Jahre Modells werden von Österreich vorerst bis 2009 angewandt, es gelten also die Regelungen eines beschränkten Arbeitsmarktzuganges für Staatsangehörige aus den NMS weiter. In den geschützten Dienstleistungssektoren benötigen daher österreichische Auftraggeber bzw. Beschäftiger für nach Österreich entsandte Arbeitskräfte aus den NMS bis auf weiteres eine Entsende- bzw. Beschäftigungsbe- willigung.

Durch das Zusammenwirken anhaltender Zugangsbeschränkungen auf den österreichischen Arbeitsmarkt und sofortiger Niederlassungsfreiheit sowie angesichts des ausgeprägten Einkommensgefälles existiert allerdings ein Potenzial irregulärer Arbeitsmigration, das gerade für die Wettbewerbssituation grenznah angesiedelter Gewerbe- und Handwerksbetriebe mit ihrem vorwiegend lokal ausgerichtetem, arbeitsintensiv und wenig technologieintensiv erstelltem Leistungsangebot von Bedeutung sein dürfte.

Inwieweit dieses Potenzial nach dem Beitritt der osteuropäischen Länder Realität wurde, ist bislang empirisch nicht umfassend untersucht. Gleichwohl existieren einige Hinweise, dass eine nicht unerhebliche Zahl von Bürger/innen aus den NMS-5 als selbstständige Dienstleister bzw. in der Form eines Einzelunternehmens tätig ist, um so die Übergangsbestimmungen auf dem österreichischen Arbeitsmarkt zu umgehen. In diese Richtung einer vermehrten Scheinselbstständigkeit deutet insbesondere der starke Anstieg der Neuanmeldungen von Ein-Personen-Unternehmen in Österreich, den die Meldestatistik der Wirtschaftskammer für die Jahre 2004 und 2005 ausweist. Interne Auswertungen der Wirtschaftskammer legen den Eindruck nahe, dass in diesen beiden Jahren rund 10.000 neue Unternehmer aus den NMS, und hier vor allem aus Polen stammen. Schwerpunkt der Gewerbeanmeldungen war in regionaler Hinsicht Wien. Betroffen vom Anstieg der neu in den Markt eingetretenen Ein-Personen-Unternehmen aus den NMS waren in sektoraler Hinsicht das Bau- und Baunebengewerbe, die Gebäudereinigung und Hausbetreuung, das Malergewerbe sowie die Frisöre. So ist allein im Baunebengewerbe die Zahl der bei der Wirtschaftskammer registrierten Mitglieder seit dem 1. Mai 2004 um 10 % angestie-

¹¹ Geschützte Sektoren sind: gärtnerische Dienstleistungen, Be- und Verarbeitung von Natursteinen, Herstellung von Stahl- und Leichtmetallkonstruktionen, Baugewerbe einschließlich verwandter Wirtschaftszweige, Schutzdienste, Reinigung von Gebäuden, Inventar und Verkehrsmitteln, Hauskrankenpflege und Sozialwesen.

gen. Im Bereich der Gebäudereinigung und Hausbetreuung hat sich die Mitgliederzahl in Wien seit dem EU-Beitritt mehr als verdoppelt, allein von polnischen Staatsbürgern liegen hier etwa 1.000 Gewerbeanmeldungen vor. Einen teilweise ruinösen Preiswettbewerb vermehren zudem nach Kammerangaben die Malerbranche sowie Frisöre in Wien (WK 2007, 18). Einen Anstieg der selbstständig Beschäftigten aus den NMS-8 nach der EU-Erweiterung verzeichnet auch die Meldestatistik des Arbeitsmarktservice: Danach hat sich zwischen Ende 2003 und Ende 2005 die Anzahl der in Österreich als selbstständige Dienstleister registrierten Staatsangehörigen aus den NMS von etwa 2.000 auf rund 6.000 erhöht (Huber et al. 2007, 32f).

Dass die illegale Tätigkeit von Staatsbürgern aus den NMS-8 in den grenznahen Regionen Österreichs durchaus nennenswerte Ausmaße angenommen hat, wird auch von osteuropäischen Arbeitsmarktexperten betont. So wird im Rahmen eines fortlaufenden Arbeitsmarktmonitorings in Österreichs Ostregionen von einzelnen Experten geschätzt, dass mehr als die Hälfte der im Ausland tätigen Arbeitskräfte aus Ungarn, Tschechien und der Slowakei auf illegaler Basis tätig ist.¹² Schwerpunkte sind danach saisonale Tätigkeiten in der Landwirtschaft sowie die Beschäftigung in Privathaushalten in den Bereichen Pflege und handwerkliche Tätigkeiten (Hudler-Seitzberger, Bittner 2007, 28).

4. Zusammenfassung

Auch wenn der bislang erst kurze Zeitraum seit dem Beitritt der mittel- und osteuropäischen neuen Mitgliedstaaten zur EU in Rechnung gestellt wird, so ist doch zu konstatieren, dass die EU-Erweiterung im Jahre 2004 bislang lediglich geringe gesamtwirtschaftliche Auswirkungen auf Österreich gehabt hat. Zum einen haben österreichische Unternehmen die Integrationsgewinne schon in den 1990er Jahren realisieren können, da Güter- und Kapitalmärkte lange vor dem formalen Beitritt weitgehend liberalisiert wurden. Die hohen Wachstumsraten des Außenhandels mit Mittel- und Osteuropa datieren daher bereits aus den ersten Jahren nach der Ostöffnung 1989/90. Dies gilt auch für die Direktinvestitionsaktivitäten österreichischer Unternehmen in dieser Region, die bald nach der Öffnung der mittel- und osteuropäischen Märkte sprunghaft zunahm. Zum zweiten haben die von Österreich durchgesetzten Übergangsfristen beim Zugang von Staatsangehörigen aus den NMS auf den österreichischen Arbeitsmarkt und bei der Einführung der Dienstleis-

¹² Zum Umfang der Zuwanderung in illegale Tätigkeiten der Schattenwirtschaft existieren naturgemäß keine Daten. Unter Verwendung ökonomischer Schätzmodelle zur Bedeutung der Schattenwirtschaft kommt Schneider allerdings zu dem Ergebnis, dass in Österreich insgesamt etwa 98.000 vollzeitbeschäftigte illegale ausländische Arbeitskräfte in der Schattenwirtschaft tätig sind. Inwieweit der Umstand, dass Zahl der bei Kontrollen der illegalen Ausländerbeschäftigung angetroffenen illegal beschäftigten ausländischen Arbeitskräfte zwischen 2003 und 2006 um 44 %, von 5.690 auf 8.206, angestiegen ist, als ein weiteres Indiz zum Umfang der illegalen Beschäftigung anzusehen ist, bleibt offen (Jandl 2007, 287).

tungsfreiheit offenkundig bis zu einem gewissen Grad die befürchtete Wanderungsbewegung gegen das Einkommensgefälle eindämmen können. Dementsprechend sind bislang weder auf dem Arbeitsmarkt noch in lohnkostensensiblen Bereichen Anzeichen von gravierenden Verwerfungen zu identifizieren.

Dieser Befund für die österreichische Gesamtwirtschaft scheint zum gegenwärtigen Zeitpunkt auf den ersten Blick grosso modo auch für das Gewerbe und Handwerk in Wien zu gelten. Werden die einschlägigen Indikatoren zugrunde gelegt, ergibt sich der Eindruck, dass die geschäftliche Entwicklung der Gewerbe- und Handwerksunternehmen in Wien von der EU-Erweiterung in den letzten Jahren kaum tangiert wurde. Allerdings spricht einiges dafür, dass Staatsangehörige aus den NMS durch die Anmeldung selbstständiger Gewerbe in relevantem Umfang bestehende Möglichkeiten zur Umgehung der Zuwanderungsbeschränkungen genutzt haben. Ein Indiz hierfür ist insbesondere der nach 2004 zu registrierende deutliche Zuwachs der Gründungen von Ein-Personen-Unternehmen. In diese Richtung deuten zugleich die Einschätzungen von Arbeitsmarktexperten zum Umfang der illegalen Tätigkeit von Staatsangehörigen aus den NMS in der österreichischen Schattenwirtschaft. Inwieweit sich dadurch eine Verdrängungskonkurrenz für das in Wien und den grenznahen Regionen angesiedelte Gewerbe und Handwerk ergibt, muss hier aufgrund einer unzureichenden Datenlage zunächst offen bleiben.

Unstrittig ist hingegen, dass es mit der EU-Erweiterung zu keinen gravierenden Änderungen in der Außenhandelsorientierung der österreichischen und Wiener Gewerbe- und Handwerksunternehmen gekommen ist. Für jenen Teil der Unternehmen, deren Aktivitäten sich auf lokal handelbare Güter und Dienstleistungen beschränken und die von daher der "Kirchturmwirtschaft" zuzurechnen sind, kann das nicht überraschen. Hingegen deutet die geringe Außenhandelsorientierung für den Bereich, der auch mit überregional handelbaren Gütern und Dienstleistungen befasst ist wie beispielsweise das Metall- und Elektrohandwerk in Wien, eher darauf hin, dass hier bestehende Chancen der Markterweiterung bislang kaum genutzt wurden.

Aus diesem Befund kann allerdings nicht direkt auf eine unzureichende Wettbewerbsfähigkeit dieser Handwerks- und Gewerbebetriebe geschlossen werden. Immerhin sind in einem knappen Drittel der Wiener Gewerbe- und Handwerksbetriebe Innovationsaktivitäten zu beobachten, die der Verbesserung ihrer Wettbewerbsposition dienen. Offen ist allerdings, ob sich diese Wettbewerbsposition unter den in absehbarer Zeit anstehenden Bedingungen einer vollständigen Arbeitnehmerfreizügigkeit und Dienstleistungsfreiheit behaupten lässt – zumal, wenn Unternehmen aus den räumlich nahen NMS zunehmend auf die Kriterien Qualität, Flexibilität und kundenorientierten Service setzen, gleichzeitig aber ihren Preisvorteil ausspielen können. Unter diesen Bedingungen kommt einer Verbreiterung des geographischen Aktionsradius, einschließlich der Aufnahme grenzüberschreitender Geschäfts- und Kooperationsbeziehungen zur sinnvollen Ergänzung der eigenen Leistungspalette und zur Ausweitung des Kundenkreises eine zentrale Rolle zu.

Literatur

- FIW (2007):** Forschungsschwerpunkt Internationale Wirtschaft, Österreichs Außenwirtschaft 2007. Wien
- Huber, P., Mayerhofer, P., Nowotny, K., Palme, G. (2007):** Labour Market Monitoring II – Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt im Zuge der EU-Erweiterung. Handlungsorientierter Zwischenbericht. Wien: Wifo
- Hudler-Seitzberger, M., Bittner, M. (2007):** Labourmarket Monitoring II. Monitoring der Veränderungen am Arbeitsmarkt im Zuge der EU-Erweiterung. Wien
- Jandl, M. (2007):** Migration und irregulärer Arbeitsmarkt. In: H. Fassmann (Hg.): 2. Österreichischer Migrations- und Integrationsbericht. Wien, 284-289
- Mayerhofer, P. (2006):** Wien in einer erweiterten Union. Ökonomische Effekte der Ostintegration auf die Wiener Stadtwirtschaft. Wien
- Radauer, A., Bornett, W. (2006):** Innovationen im Wiener Gewerbe und Handwerk. Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien. Wien
- Steiner, R., Bleicher, A. (2005):** Szenarien wirtschaftlicher Entwicklung im sächsisch-polnischen Grenzraum – Verdrängungskonkurrenz oder Win-Win-Situation? In: I. Neumann (Hg.): Die Zukunft des deutsch-polnischen Grenzraums gestalten. Szenarien für die Europastadt Görlitz/Zgorzelec im Zuge der EU-Erweiterung. Dresden, 33 – 55
- Steiner, R., Bleicher, A., Gensior, S. (2003):** Die Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf Betriebe, Arbeitsmarkt und Qualifizierung in der Region Berlin-Brandenburg. Expertise im Auftrag der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen, Berlin. Arbeitsmarktpolitische Schriftenreihe Bd.60. Berlin
- Steiner, R., Enichlmaier, C., Gavac, K., Hölzl, K. (2008):** Grenzregionsmonitoring zur Beobachtung der Konvergenz von Wirtschaftsräumen. Endbericht eines Forschungsprojektes, gefördert durch Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Wirtschaftskammer Niederösterreich, Wirtschaftskammer Wien und die Gemeinschaftsinitiative Interreg IIIA. Wien
- Steiner, R., Gavac, K. (2007):** Wien und drei Jahre EU-Erweiterung. Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien. Wien
- Untiedt, G. et al. (2007):** Auswirkungen der EU-Erweiterung auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und ausgewählten EU-Mitgliedstaaten. Bisherige Erfahrungen und künftige Entwicklungen unter besonderer Berücksichtigung der EU-Beitritte Bulgariens und Rumäniens. Forschungsbericht des CEFRA, CE, IAB und Wifo für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Berlin
- WK (2007):** Wirtschaftskammer Österreich, 3 Jahre EU-Erweiterung. Bilanz aus Sicht der österreichischen Wirtschaft. Wien

Evelina Parvanova*

Chancen für das Handwerk in Bulgarien

* *Dr. Evelina Parvanova ist Projektkoordinatorin Bulgarien, Mittelstandsbüro Balkan der Handwerkskammer Koblenz*

Gliederung

1. Ausgangssituation
2. Der Weg zur handwerklichen Selbstverwaltung
3. Aufbau der Strukturen
4. Handwerksbetriebe in Bulgarien
5. Handwerkliche Ausbildung
6. Vorteile für auslandsorientierte Unternehmen aus Deutschland und der EU

1. Ausgangssituation

Seit über fünfzehn Jahren arbeitet die Handwerkskammer Koblenz mit dem Handwerk in Bulgarien zusammen. Für einen Reformstaat ist das eine lange Zeit. Für den Aufbau eines organisierten Handwerks mit eigenem Platz im wirtschaftspolitischen Gefüge – eher eine kurze. Um festzustellen wo heute das Handwerk in Bulgarien, einem jungen EU-Staat, steht, ist ein Rückblick auf das Erbe unverzichtbar.

Wie in allen Balkanländern hat das Handwerk in Bulgarien eine alte und stabile Tradition. Seit dem Mittelalter gibt es ähnlich wie in Westeuropa Zünfte. Handwerker prägten das Leben der mittelalterlichen Siedlungen. Eine Zäsur dieser Entwicklung bildete die fünfhundertjährige osmanische Fremdherrschaft, die alle Länder in ihrer Entwicklung zurückwirft. Dennoch blieben Handwerker in kleinen, informellen Organisationen bestehen. Nach dem Erreichen der staatlichen Souveränität in der zweiten Hälfte des 19. bis in die ersten Jahre des 20. Jahrhunderts hinein begann Bulgarien stürmisch das Versäumte aufzuholen und orientierte sich vor allem an den Entwicklungen in den großen europäischen Staaten. Österreich-Ungarn und später Deutschland haben unter anderem sehr stark die Entwicklung des Handwerks geprägt – vom Aufbau von Handwerkskammern und Fachverbänden bis hin zur Ausbildung von jungen Menschen in Unternehmen. Lehrling – Geselle – Meister sind traditionelle Stufen der handwerklichen Ausbildung in Bulgarien und den anderen Balkanstaaten.¹ Handwerker gehörten auch zu den ersten, die "nach Europa" reisen und westeuropäische Techniken oder Gestaltungsmuster importieren (z.B. die Wandbemalungen in den Häusern der wohlhabenderen Bürger, die vergleichbar sind mit der Lüftelmalerei aus dem bayerischen Raum, oder modische Kleidung nach westeuropäischem Geschmack; für bestimmte Modetendenzen wurde in Bulgarien zum Beispiel der Begriff "A la Franga" – französisch, nach französischer Art verwendet).

Diese Entwicklung wird durch die kommunistische Machtergreifung nach dem Zweiten Weltkrieg unterbrochen. Allerdings mit unterschiedlicher Rigorosität. In Bulgarien werden, wie auch in Rumänien oder Albanien, Kammern, Verbände und andere private Organisationen der Wirtschaft vollständig aufgelöst. In Titos Jugoslawien hingegen bleiben Teile der privaten Wirtschaft erhalten. Kleine handwerkliche Unternehmen bestehen weiter, die Handwerkerverbände bleiben ebenso erhalten wie Lehrlingsausbildung und Meisterprüfung, die von den Handwerkskammern in von ihnen geführten Handwerksschulen und Betrieben durchgeführt werden.

In Bulgarien entwickelt sich das Handwerk in fünfzig Jahren nicht weiter. Der Begriff schrumpft auf das Kunsthandwerk zusammen; Handwerker als kleine private Unternehmer gibt es nicht.

¹ So wurde zum Beispiel eine bulgarische Handwerkskammer entsprechend eines Gesetzes aus dem Jahr 1895 gegründet. Das Gesetz regelt auch die Ausbildung von Lehrlingen und die Vergabe von Meisterbriefen.

Nach der Wende 1989 beginnen die Reformstaaten eine demokratische Gesellschaft und eine Marktwirtschaft aufzubauen. Dabei orientieren sie sich an unterschiedlichen Modellen. Die Anlehnung an die deutsche Erfahrung wird als Rückkehr zur eigenen Tradition gesehen. Das gilt insbesondere für Bulgarien, wo die historisch guten deutsch-bulgarischen Beziehungen sehr intensiv gepflegt werden.

Die Rückkehr des Handwerks in die Gesellschaft ist schwer. Es gilt als altmodisch und klein, als eine Tradition, die es sich kaum lohnt zu beleben. Wenn er an seine ersten Besuche in Bulgarien im Jahr 1993 zurückdenkt, pflegt der Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Koblenz zu sagen: "Handwerk musste neu gedacht werden." Die Rahmenbedingungen waren auch nicht günstig. Nachdem es in den ersten zwei Jahren nach der Wende auch in den deutschen Medien noch in einem Atemzug mit den Visegrader Staaten (Tschechoslowakei, Ungarn und Polen) genannt worden war, blieb Bulgarien danach infolge heftiger politischer Turbulenzen zurück.

Im Jahr 1993/94, als das erste Partnerschaftsprojekt der Handwerkskammer Koblenz gestartet wurde, war das Partnerland Bulgarien kein bevorzugtes Investitionsgebiet und kein berechenbarer politischer Faktor. Die Ausgangssituation war modellhaft für das Erbe des Kommunismus und für die Besonderheiten der Region. Eine zentralistische wirtschaftliche Gesetzgebung wurde durch das Fehlen jeglichen gesetzgeberischen Konzeptes ersetzt, der Mittelstand existierte praktisch nicht. Eine unabhängige Interessenvertretung für wirtschaftliche Subjekte musste erst aufgebaut werden, das gesamte Bildungssystem wurde einseitig vom Staat verwaltet, die Menschen mussten allmählich zur Eigeninitiative angeregt werden.

Dazu kam das über fünfzig Jahre genährte Misstrauen gegenüber jeglichen Organisationen, die den Anspruch haben. Alleinvertreter zu sein. Es bedurfte einer groß angelegten politischen Arbeit, die Handwerker von den Vorteilen einer Selbstverwaltung zu überzeugen. Dies wäre ohne die Unterstützung der Bulgarischen Wirtschaftskammer, der ersten Organisation im demokratischen Bulgarien, die sich mit Handwerk und Mittelstand identifizierte, nicht möglich gewesen. Nach und nach gründeten sich mehr als 12 Fachverbände. Im Frühjahr 1998 wurde die (noch schwache) Bulgarische Handwerkskammer unter dem Dach der Bulgarischen Wirtschaftskammer gegründet.

2. Der Weg zur handwerklichen Selbstverwaltung

Mittelstandspolitik war lange Zeit in Bulgarien nur ein Slogan. Jede Regierung trat mit dem Versprechen an, etwas für die kleinen und mittleren Betriebe zu tun. Handwerk spielte in den Versprechungen kaum eine Rolle, da, wie überall auf dem Balkan, gemeinhin ein antiquiertes Verständnis für Handwerk existierte. Ein Handwerker war der kleine Schuster, der in der Garage eine kleine Werkstatt eingerichtet hat oder der Kunsthandwerker, der traditionelle Souvenirs herstellt. Modernes Handwerk war kein gesellschaftlicher Begriff. Deshalb musste das Projekt mit den Fundamenten

anfangen – mit einer breit angelegten Überzeugungsarbeit, um die Politik und die Gesellschaft für den Wert und die Bedeutung des Handwerks zu sensibilisieren.

Das Produkt dieser über sechs Jahre andauernden Arbeit war ein spezielles Gesetz für den handwerklichen Mittelstand. Ein deutsch-bulgarisches Team von Juristen und Handwerkern erarbeitete einen Entwurf für ein Handwerksgesetz. Als Grundlage diente die deutsche Handwerksordnung als modernes Regelwerk für handwerkliche Tätigkeit, aber auch das erste Bulgarische Handwerksgesetz aus der Zeit nach 1897. Somit war das angestrebte Gesetz die Wiederaufnahme einer Tradition, die im Bewusstsein noch lebte und mit der kurzen Zeit der freiheitlichen bürgerlichen Entwicklung Bulgariens assoziiert wurde.

Am 12. April 2001 wurde das Bulgarische Handwerksgesetz verabschiedet. Es sieht zahlreiche Hoheitsaufgaben für die Organisation des Handwerks und den Ausbau eines Netzes von selbstständigen und starken Strukturen der handwerklichen Selbstverwaltung vor.

Die größten Erfolge des Gesetzes lassen sich nur vor dem Hintergrund der Gegebenheiten in Bulgarien und auf dem Balkan verstehen – traditionelle Auffassung vom Handwerk, Bestimmung der Art der Betriebe anhand eines Kriteriums (der Anzahl der Mitarbeiter) und einer zentralistischen Tradition für die Eintragung wirtschaftlicher Subjekte. Diese Sichtweise hatte von vornherein handwerkliche Betriebe von dem Zugang zu neuen Technologien, modernen Produktionsweisen sowie einem gesunden Wachstum ausgeschlossen.

Das Bulgarische Handwerksgesetz hat diese Einschränkungen zum größten Teil gehoben. Die Definition für Handwerk, die dem Gesetz zugrunde liegt, basiert nicht auf der Größe (Mitarbeiterzahl und Umsatz) des Betriebes und auch nicht auf der juristischen Form der Eintragung. (Letzteres war für die Balkanstaaten ein großer Fortschritt, da in allen ehemaligen jugoslawischen Republiken zum Beispiel als Handwerksbetriebe nur physische Personen registriert werden konnten. Nachdem das Handwerksgesetz in Bulgarien verabschiedet wurde, gelang es in Mazedonien, im Jahr 2005 in einem zweiten Anlauf diese Einschränkung zu streichen.) Vielmehr wird Handwerk, ähnlich wie in der deutschen Handwerksordnung, über die Gesamtstruktur des Betriebs, den Einfluss des Betriebsinhabers auf den Arbeitsablauf und über die Definition des Kunden umrissen. Ein Handwerksbetrieb produziert in der Regel für einen bekannten Auftraggeber, während die Industrie für den anonymen Markt herstellt. Das Bulgarische Handwerksgesetz hat im Lande selbst günstige Rahmenbedingungen für die Entwicklung des handwerklichen Mittelstandes geschaffen und damit eine Signalwirkung auf die anderen südosteuropäischen Staaten ausgelöst.

Im Bulgarischen Handwerksgesetz ist die Pflichtmitgliedschaft festgeschrieben. Zu dieser Entscheidung mussten sich die bulgarischen Handwerker erst durchringen. Nach fünfzig Jahren autoritärem Regime besteht naturgemäß ein großes Misstrauen gegenüber Organisationen, in denen man Pflichtmitglied ist.

Aber jetzt sind den Handwerkern die Vorteile bewusst. Handwerk hat eine Stimme, die nicht mehr zu überhören ist.

3. Aufbau der Strukturen

Entsprechend des bulgarischen Handwerksgesetzes wurden im ganzen Land 25 regionale Handwerkskammern und ein Dachverband – die Nationale Handwerkskammer - gegründet. In einem Punkt sahen die Übergangsregelungen im Gesetz Vorschriften vor, die sich nachteilig auf die Stärkung des Handwerks ausgewirkt haben. Es wurde allen Regionen in Bulgarien ermöglicht, eine Handwerkskammer zu gründen. Zu jener Zeit gab es in Bulgarien 28 Kreisverwaltungen, somit ließ das Gesetz die Grünung von 28 Regionalen Handwerkskammern zu. Es wurden dann 25, nach wie vor eine übermäßig große Anzahl, die es kaum zulässt, lebens- und entwicklungsfähige Kammern aufzubauen. Die Kammergründungen wurden Ende 2002 abgeschlossen. Trotz der so großen Anzahl der Kammern sind bisher, sechs Jahre nach den Kammergründungen, keine Fusionen eingetreten. Vielmehr hat eine natürliche Auslese stattgefunden. Die Kammern in den größten und wirtschaftlich stärksten Städten konnten sich stabilisieren, andere haben eine sehr bescheidene Existenz und werden sich sicher im Laufe der Zeit selbst auflösen.

Durch das Gesetz und die Arbeit der Kammern ist das Ansehen des Handwerks in Bulgarien in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Die Nationale Handwerkskammer wird als offizieller und einziger Vertreter des Handwerks zu Konsultationen und Beratungen von der Regierung herangezogen. Die Politik interessiert sich für das Handwerk.

Nur ein Beispiel unter vielen würde ich gern anführen. Im Frühjahr 2007 wurde in der Europäischen Kommission über die Anerkennungsrichtlinie zur gegenseitigen Anerkennung von Berufsabschlüssen in den EU-Ländern (Richtlinie 2005/36/EG) abgestimmt. Dabei lag bekannterweise ein Antrag Deutschlands, Österreichs und Luxemburgs zur Höherstufung der Meisterprüfung vor. In Bulgarien ist für die Fragen der Qualifizierung das Ministerium für Bildung und Wissenschaft federführend. Die Stellungnahme der bulgarischen Regierung wurde intern im Ministerium ausgearbeitet und entsprechend dieser Stellungnahme hat sich Bulgarien bei einer ersten, inoffiziellen Abstimmung der Stimme enthalten bzw. negativ gestimmt. Die Handwerkskammern haben gegen diese Entscheidung protestiert, zumal sie auch indirekt Einfluss auf die Anerkennung der Wertigkeit der bulgarischen Meisterprüfung hat, und als Ergebnis hat Bulgarien darauf hin, wie bekannt, den Antrag zur Höherstufung der Meisterprüfung unterstützt. Noch vor einigen Jahren wäre eine solche Einflussnahme der Selbstverwaltung des Handwerks kaum vorstellbar gewesen.

4. Handwerksbetriebe in Bulgarien

Statistische Angaben über die Anzahl von Handwerksbetrieben in Bulgarien sind schwer zu finden. Zum einen werden Handwerksbetriebe als gesonderte Gruppe nicht statistisch erfasst, zweitens sind gerade im Bereich der kleinen Unternehmen nach wie vor eine große Anzahl von Existenzgründungen und Betriebsauflösungen festzustellen und drittens haben sich trotz Pflichtmitgliedschaft bei weitem nicht alle Handwerksbetriebe bei den Kammern registriert. Wie in vielen Reformstaaten sind auch in Bulgarien nicht alle Gesetze aufeinander abgestimmt. So steht es zum Beispiel einem Existenzgründer frei, sich ins Handwerksregister eintragen zu lassen oder sich über das Handelsgesetz zu registrieren (auch wenn er eine spezifische handwerkliche Tätigkeit ausübt). Auch bei einer komplett versäumten Eintragung hat ein Betriebsinhaber kaum etwas zu befürchten.

Die regionalen Handwerkskammern werben je nach Kräften (teilweise sehr bescheiden) um Mitglieder. Jedoch sind die Mitgliederzahlen weit unter der realen Anzahl handwerklicher Unternehmen in der Region. Die Mitgliederzahlen sind jedoch ein Indikator für die Fähigkeit und das Potenzial der Kammern selbst. Im Überblick sind Angaben der sechs größten regionalen Handwerkskammern aufgeführt. Zwar sind die Zahlen im Vergleich zu den Mitgliedern deutscher Kammern äußerst gering, dennoch zeigen sie die Lebensfähigkeit der Selbstverwaltungen, die Ende 2002 buchstäblich von Null angefangen haben.

Zu den Angaben ist noch zu vermerken, dass laut Bulgarischem Handwerksgesetz sowohl ein Register der handwerklichen Betriebe als auch ein Register der Handwerksmeister (ohne eigenen Betrieb) geführt wird. Aber auch diese üben eine handwerkliche Tätigkeit aus.

Überblick über die Mitgliederzahlen der sechs größten Handwerkskammern in Bulgarien zum 31.12.2007

	Handwerkskammer	Registrierte Betriebe	Registrierte Meister
1.	Sofia	843	2297
2.	Plovdiv	350	1500
3.	Varna	580	1550
4.	Burgas	363	1260
5.	Russe	260	550
6.	Vraza	160	274

Die bulgarische Wirtschaft ist vom Mittelstand geprägt. Nach dem Zusammenbruch des Kommunismus existiert keine Großindustrie mehr. Die Privatisierung ist abgeschlossen. Deshalb ist eine Erhebung zu der Anzahl kleiner und mittlerer Unternehmen aus dem Jahr 2004 für das Handwerk signifikant. Dabei gelten Betriebe mit bis zu 10 Beschäftigten als Mikrobetriebe. Das waren im Jahr 2004 ca. 200.000 Betriebe. Die sog. Kleinbetriebe mit bis zu 50 Beschäftigten werden mit 20.000 angegeben und die mittelgroßen Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitern mit ca. 4.000. Diese Zahlen geben eine sichere Orientierung über die Struktur der Wirtschaft in Bulgarien.

Nach Erhebungen der Agentur für Investitionen machen die KMU 99,2 % aller Betriebe und 99,8% der privaten Unternehmen aus. Die meisten der KMU sind Mikrobetriebe, wobei der überwiegende Teil Handelsunternehmen sind. Die Kleinbetriebe sind vornehmlich auf dem Feld Handel und Verarbeitung (also verstärkt Handwerk) tätig.

Insgesamt sichern die KMU 75 % des Umsatzes im privaten Sektor und darin arbeiten 79 % aller Beschäftigten. Das heißt, dass wie auch in Deutschland Handwerk und Mittelstand Arbeitsplätze schaffen.

5. Handwerkliche Ausbildung

Die handwerkliche Ausbildung wurde in Bulgarien nach der Wende 1989 durch zwei Gesetze geregelt – durch das Berufsbildungsgesetz aus dem Jahr 2000 und durch das Handwerksgesetz aus dem Jahr 2001. Im Handwerksgesetz ist die Ausbildung von Lehrlingen über Gesellen zu Meistern vorgesehen.

Nach wie vor ist berufliche Ausbildung in Bulgarien größtenteils schulisch. Das gilt auch für die handwerkliche Ausbildung. Berufsschulen lehren Theorie und Praxis. Zwar lebt im gesellschaftlichen Bewusstsein das Bild vom Meister, der Lehrlinge ausbildet, fort, aber dies ist in der heutigen Praxis nur schwer umzusetzen.

Die Handwerkskammern haben ihren Anspruch geltend gemacht, sich an der Organisation und Ausrichtung der praktischen Ausbildung zu beteiligen. Ein System für betriebliche Ausbildung gibt es indes noch nicht. Immer mehr beginnt die staatliche Bildungspolitik über Modelle der betrieblichen Ausbildung nachzudenken. Dazu gab es eine Reihe von Pilotvorhaben (einschließlich auch eins aus dem Jahr 2003 der Handwerkskammer Koblenz), aber ein funktionierendes System gibt es noch nicht. Dazu muss man auch sagen, dass der Großteil der Handwerkskammern noch zu schwach ist, um einen Aufgabenumfang, ähnlich wie ihn Kammern in Deutschland bewältigen, auf sich zu nehmen. Insgesamt ist die Duale Ausbildung in Südosteuropa ein Exportschlager und es ist abzusehen, dass zusammen mit der Stärkung des Mittelstandes und dem Ausbau der Organisationen der Wirtschaft ein Modell der betrieblichen Ausbildung das Schulische ersetzen wird.

Wie in allen postkommunistischen Staaten sind in Bulgarien die Basisausbildung und die Allgemeinbildung auf einem sehr hohen Niveau. Zum einen werden so mangelhafte Praxis und Einsicht in den betrieblichen Alltag schneller wettgemacht, zum anderen ist ein Großteil der Mitarbeiter in Betrieben für ihre konkreten Aufgaben überqualifiziert. Hochschulabgänger finden kaum passende Stellen und besonders Diplomingenieure landen oft in mittelständischen Betrieben als einfache Arbeiter.

6. Vorteile für auslandsorientierte Unternehmen aus Deutschland und der EU

Seit dem 1. Januar 2007 ist Bulgarien, zusammen mit Rumänien, Vollmitglied der Europäischen Union. Das Recht, auch das Wirtschaftsrecht, ist mit dem EU-Recht harmonisiert. Rechtliche Voraussetzungen für eine sichere unternehmerische Tätigkeit sind gegeben.

Generell ist die Wirtschaftslage in Bulgarien seit fünf Jahren für international agierende mittelständische Unternehmen vorteilhaft. Das Wirtschaftswachstum bewegt sich in den letzten Jahren zwischen 4 und 6 %, die Arbeitslosenquote liegt unter 10 %. Durch den wirtschaftlichen Aufschwung steigt die Kaufkraft der Bevölkerung, durch wachsende Einkommen – auch die Ansprüche. Immer mehr Menschen sind bereit, für Qualität mehr auszugeben. Hier hat gerade Deutschland insofern einen großen Vorteil, weil traditionsgemäß deutsche Waren und deutsche Arbeit in Bulgarien ein ausgezeichnetes Ansehen genießen. "Was deutsch ist, ist gut" – sagt man hier bis heute.

Die ausländischen Direktinvestitionen steigen ständig, was eine Voraussetzung für das anhaltende Wirtschaftswachstum ist. Seit dem Jahr 2005 gibt es eine Gleichstellung der in- und ausländischen Investitionen. Damals wurden im Zuge des EU-Beitritts viele Schritte unternommen, um das Interesse der ausländischen Investoren und Unternehmer für das Land zu wecken. Dazu gehören eine Körperschaftssteuer von 10 % (und von 0 % in Gemeinden mit hoher Arbeitslosigkeit), eine Einkommenssteuer von maximal 24 % sowie ein Mehrwertsteuerfreier Import bei Maschinen für Investitionsprojekte von über 5 Mio. Euro. Die finanzielle Transparenz wird durch einen festen Umtauschkurs (1 BGN = 1,955 Euro) gewährleistet, der seit 1997 konstant ist, als wegen der Wirtschaftskrise und Inflation eine Währungsrate eingeführt wurde, die den Kurs stabilisierte. Anfangs war die bulgarische Währung an die Deutsche Mark gekoppelt, danach erfolgte leicht der Übergang zum Euro.

Auch perspektivisch gesehen bietet Bulgarien für eine Ausbreitung der unternehmerischen Tätigkeit einen Vorteil. Es ist eine Brücke in regionaler Hinsicht (zu anderen Balkanländern) und auch zwischen Europa und Asien.

Die vergleichsweise niedrigen Lohnkosten können auch genannt werden, allerdings ist das ein Faktor, der mit der Entwicklung des Landes schnell an Bedeutung verli-

ren wird. Seit dem EU-Beitritt sind in Bulgarien die Preise um 30 % gestiegen. Die Löhne werden nachziehen müssen.

Zweifelsohne ist der größte Vorteil, den Bulgarien für ausländische Unternehmer anbietet, die Qualität, vor allem die Ausbildung der Menschen. Insgesamt 22 % der Bevölkerung im Alter von 25 bis 64 Jahren hat einen Hochschulabschluss. Eine technikbezogene Ausbildung wird in insgesamt 17 Hochschulen und Universitäten angeboten. Fremdsprachen werden in Bulgarien ab der zweiten Klasse gelernt. Jeder Berufsschul- oder Hochschulabschluss beinhaltet mindestens eine Fremdsprache.

Es ist historisch bedingt, dass viele Bulgaren deutsch lernen. Deutsch kommt unmittelbar nach dem Englischen. Die Tradition der fremdsprachigen Gymnasien hat sich fortgesetzt. Dazu sind auch private Schulen gekommen. Der große Vorteil dabei ist, dass alle Hauptfächer in der entsprechenden Fremdsprache unterrichtet werden. Das heißt, dass auch der technische und naturwissenschaftliche Wortschatz vermittelt wird.

"Last but not least" sollte die Mentalität erwähnt werden – die Kreativität, Aufgeschlossenheit und Gastfreundschaft der Bulgaren.

Das Handwerk hat große Chancen in Bulgarien. Es befindet sich noch am Anfang dieses Weges. Viele Probleme sind noch zu bewältigen, aber die Fundamente stehen. Handwerk ist eine Größe in einem demokratischen Bulgarien, das seine EU-Mitgliedschaft sehr ernst nimmt.

Christof Römer*

**Offshoring –
Wie viele Jobs gehen in die neuen Mitgliedsstaaten der EU?
Auslandsinvestitionen, Produktionsverlagerungen und
Arbeitsplatzeffekte**

* *Dipl.-Vw. Christof Römer, M.A. ist Referent im Institut der Deutschen Wirtschaft Köln, Arbeitsbereich Außenwirtschaft und Auslandskonjunktur*

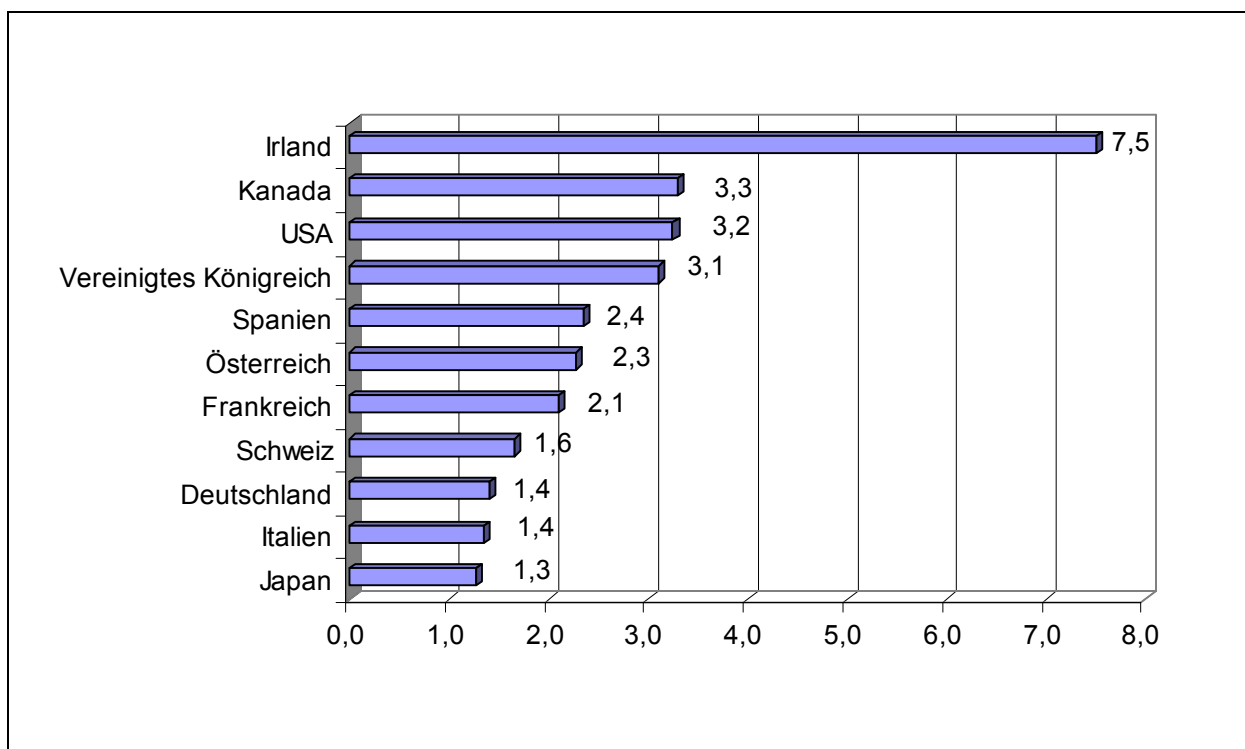
Inhalt

1. Wachstumsschwäche und Arbeitsmarktprobleme durch das Offshoring?
 2. Internationalisierung der Produktion
 3. Deutsche Investitionstätigkeit in Mittel- und Osteuropa
 - 3.1 Empirische Bestandsaufnahme
 - 3.2 Zur Theorie der ausländischen Direktinvestition
 - 3.3 Motive der Direktinvestition
 - 3.4 Beschäftigungswirkungen
 4. Mittelstand und Offshoring
 5. Zusammenfassung
- Literaturverzeichnis

1. Wachstumsschwäche und Arbeitsmarktprobleme durch das Offshoring?

Die reale Wachstumsrate der Weltwirtschaft bewegt sich seit Jahren an der 5-Prozent-Marke. Entgegen der äußerst robusten weltwirtschaftlichen Entwicklung leidet Deutschland dagegen seit Jahren an einer enormen Wachstumsschwäche (Abbildung 1). Andere Industrieländer wie die USA oder auch Kanada konnten im längerfristigen Vergleich Wachstumsraten erzielen, die um etwa 2 Prozentpunkte über der deutschen Zuwachsrate lagen. Dass die Europäische Union nicht als weltwirtschaftliche Wachstumslokomotive aufwarten kann, liegt vor allem an dem hohen Gewicht, das Deutschland in der EU hat, und nicht an der mangelnden Performance der anderen Staaten. So haben Länder wie Irland, Luxemburg oder Spanien in den letzten zehn Jahren Wachstumsraten erzielt, die um mindestens 2 Prozentpunkte über der deutschen lagen.

Abb. 1: **Bruttoinlandsprodukt in ausgewählten Industrieländern**
Jahresdurchschnittliche Veränderung des realen BIP 1995-2006, in Prozent



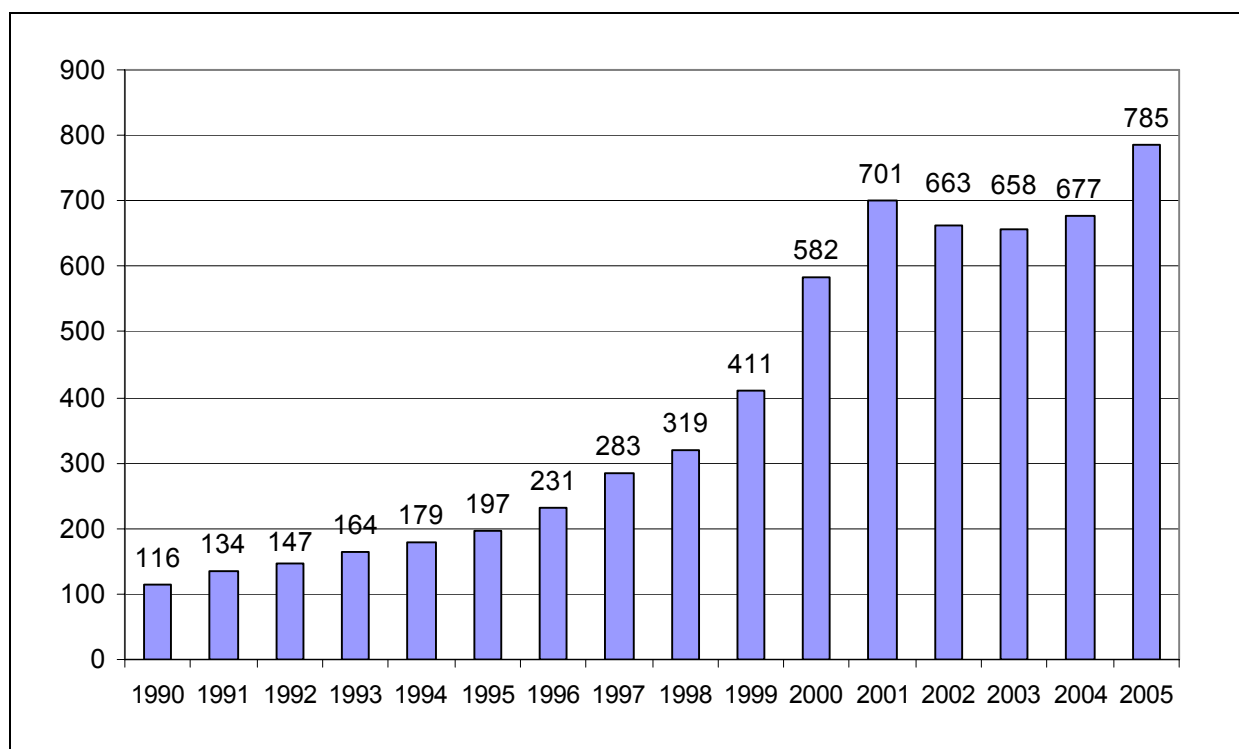
Quelle: IWF, eigenen Berechnungen

Gleichzeitig beobachten Wirtschaftsforscher in Deutschland ein fundamentales Arbeitsmarktproblem. Denn mit 8,1 % war die standardisierte Arbeitslosenquote im Jahr 2006 höher als in vielen anderen Ländern der Europäischen Union. Und der Vergleich mit den anderen führenden Industrienationen fällt deutlich aus: In den USA lag die Arbeitslosenquote im Jahr 2006 bei lediglich 4,6 %, in Japan betrug sie 4,1 %.

Parallel zu diesen Problemen floriert jedoch die Exporttätigkeit der deutschen Unternehmen und die weltweite Nachfrage nach deutschen Produkten ist äußerst robust. Ebenso investieren deutsche Firmen zunehmend im Ausland. Die starke Präsenz auf den Auslandsmärkten äußert sich dabei seit Beginn der 90er Jahre nicht nur in einer steigenden Exporttätigkeit, sondern vor allem im starken Anstieg der Direktinvestitionen. Abbildung 2 zeigt die Bestände deutscher Direktinvestitionen im Ausland von 1990 bis 2005. Diese sind im genannten Zeitraum von 116 Mrd. Euro auf 785 Mrd. Euro angestiegen. Im Jahr 2005 hatten die deutschen Unternehmen im Ausland somit 785 Mrd. Euro an Beteiligungskapital investiert und waren insgesamt an über 20.000 Unternehmen beteiligt. Diese beschäftigten etwa 4,4 Mio. Mitarbeiter und erzielten einen Umsatz von 1,4 Billionen Euro.

Abb. 2: **Deutsche Direktinvestitionen im Ausland 1990–2005**

Direktinvestitionsbestände¹⁾ in Mrd. Euro



¹⁾ Unmittelbare und mittelbare Direktinvestitionsbestände

Quelle: Deutsche Bundesbank

Folgt man Presseberichten oder auch dem breiten Meinungsbild, so kann man den Eindruck gewinnen, dass das Offshoring der deutschen Unternehmen – also die Verlagerung von Unternehmensprozessen ins Ausland - vor allem in die Länder Mittel- und Osteuropas, die mit günstigen Standortvorteilen locken, Schuld sei an der Misere auf dem deutschen Arbeitsmarkt. Der breiten Öffentlichkeit leuchtet der Gedankengang ein: Deutsche Unternehmen verlagern die Produktion nach Mittel- und Osteuropa und bauen die Arbeitsplätze im Heimatland ab. Dadurch entsteht Arbeitslosigkeit. Die Wissenschaft andererseits hat ein Informationsproblem: Sie kann

nicht mit eindeutigen Aussagen antworten, was die Anzahl der potenziell verlagerten Arbeitsplätze anbelangt. Denn eine offizielle Statistik hierzu gibt es nicht. Somit bleiben die Diskussionen um die "Flucht" deutscher Unternehmen ins Ausland sowie um die Auswirkungen der Direktinvestitionen weiter bestehen (ifo, 2005; Nunnenkamp, 2006; Clement/Natrop, 2004).

Die vorliegende Analyse soll daher einen Beitrag zu der hier vorgestellten Problematik liefern. Im Wesentlichen soll der Frage nachgegangen werden, ob das Ausmaß der Investitionstätigkeit deutscher Unternehmen in zehn mittel- und osteuropäischen Ländern (MOE-10) tatsächlich sehr hoch ist und in welcher Größenordnung sich die Zahl der aus Kostengründen verlagerten Arbeitsplätze bewegt. Insofern soll geklärt werden, ob das Offshoring einer der wesentlichen Gründe für die hohe Arbeitslosigkeit in Deutschland sein kann. Nach einem kurzen Blick auf die Internationalisierung der Produktion soll die Investitionstätigkeit der deutschen Unternehmen in Mittel- und Osteuropa näher untersucht werden, bevor dann daraus mögliche Arbeitsplatzeffekte abgeleitet werden. Eine kurze Zusammenfassung schließt den Beitrag ab.

2. Internationalisierung der Produktion

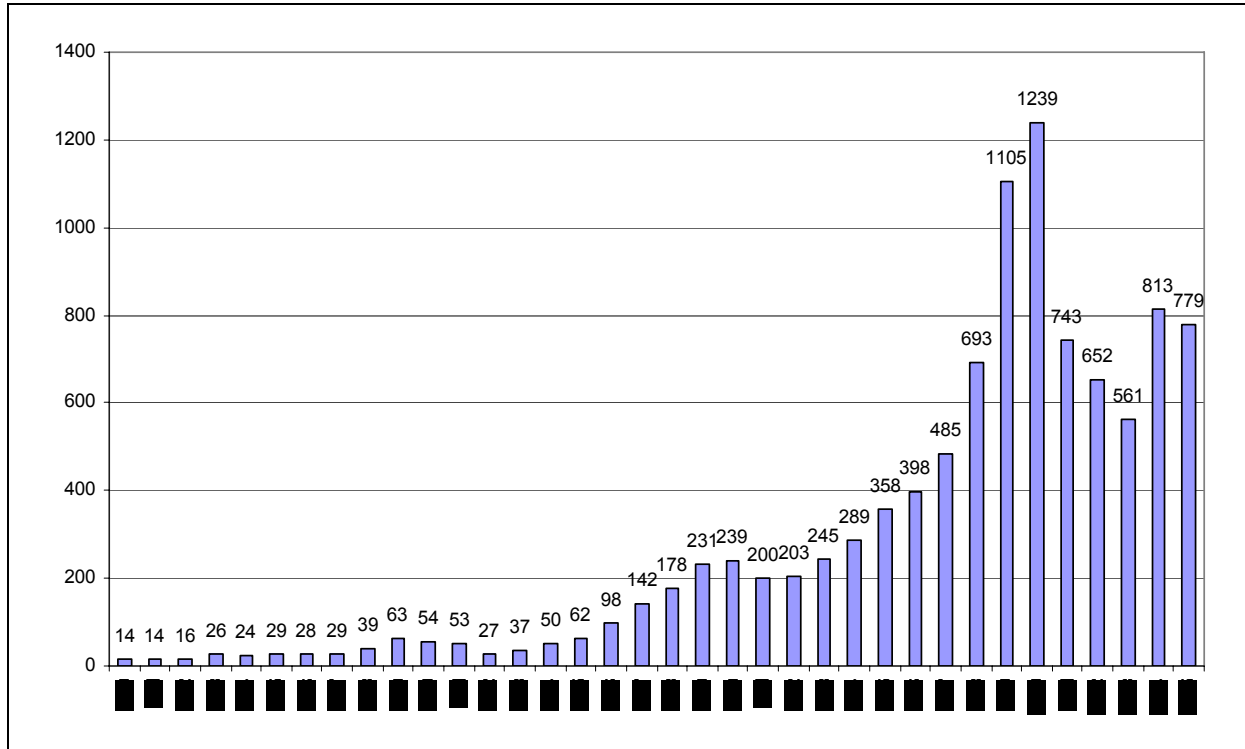
Im Verlauf der Jahrzehnte haben sich verschiedene Stufen der Globalisierung herausgebildet. Zunächst erlaubten Erfindungen und der Einsatz von Instrumenten wie etwa des Fließbands die Produktion größerer Stückzahlen und die Verwirklichung von Skaleneffekten. Doch meist war die Produktion auf das Heimatland begrenzt. Erst nach dem Zweiten Weltkrieg stieg der internationale Handel stark an und ausländische Vertriebsstandorte wurden verstärkt genutzt. Mit dazu beigetragen haben vor allem die zahlreichen Zollsenskrundungen im Rahmen des Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommens (GATT), die den internationalen Handel stark forciert haben.

Seit Anfang der 80er Jahre hat sich die Globalisierung verstärkt und bekam in den 90er Jahren einen zusätzlichen Schub. Während in früheren Jahrzehnten die Globalisierung fast ausschließlich durch den Export gespeist wurde, produzieren heute vor allem die großen Unternehmen multinational und sind über ihre Tochtergesellschaften stark vernetzt. Die Direktinvestitionen sind damit wesentlicher Treiber der Globalisierung. Beigetragen haben dazu vor allem makroökonomische und politische Stabilität sowie ein geeigneter institutioneller Rahmen, da diese als wichtige Bestimmungsfaktoren gelten (Agarwal, 2000).

In Abbildung 3 werden die weltweiten Abflüsse an Direktinvestitionen zwischen 1970 und 2005 abgetragen. Es ist deutlich zu erkennen, dass Investitionstätigkeiten im Ausland zwar bereits in einer frühen Phase stattgefunden haben. So wurden zwischen 1970 und 1980 jahresdurchschnittlich 28 Mrd. Dollar im Ausland investiert. Dies ist mit Sicherheit keine zu vernachlässigende Größe. Doch schon im Zeitraum von 1980 bis 1990 wurden jahresdurchschnittlich 93 Mrd. Dollar investiert. Der große Ansturm auf ausländische Beteiligungen begann aber tatsächlich erst zu Beginn der 90er Jahre. Zwischen 1990 und dem Jahr 2000 wurden im Jahresschnitt rund 350

Mrd. US-Dollar an Direktinvestitionen im Ausland getätigt. Dies ist mehr als das Zehnfache der jahresdurchschnittlichen Summe zwischen 1970 und 1980.

Abb. 3: **Weltweite Direktinvestitionen 1970–2005** (in Mrd. US Dollar)



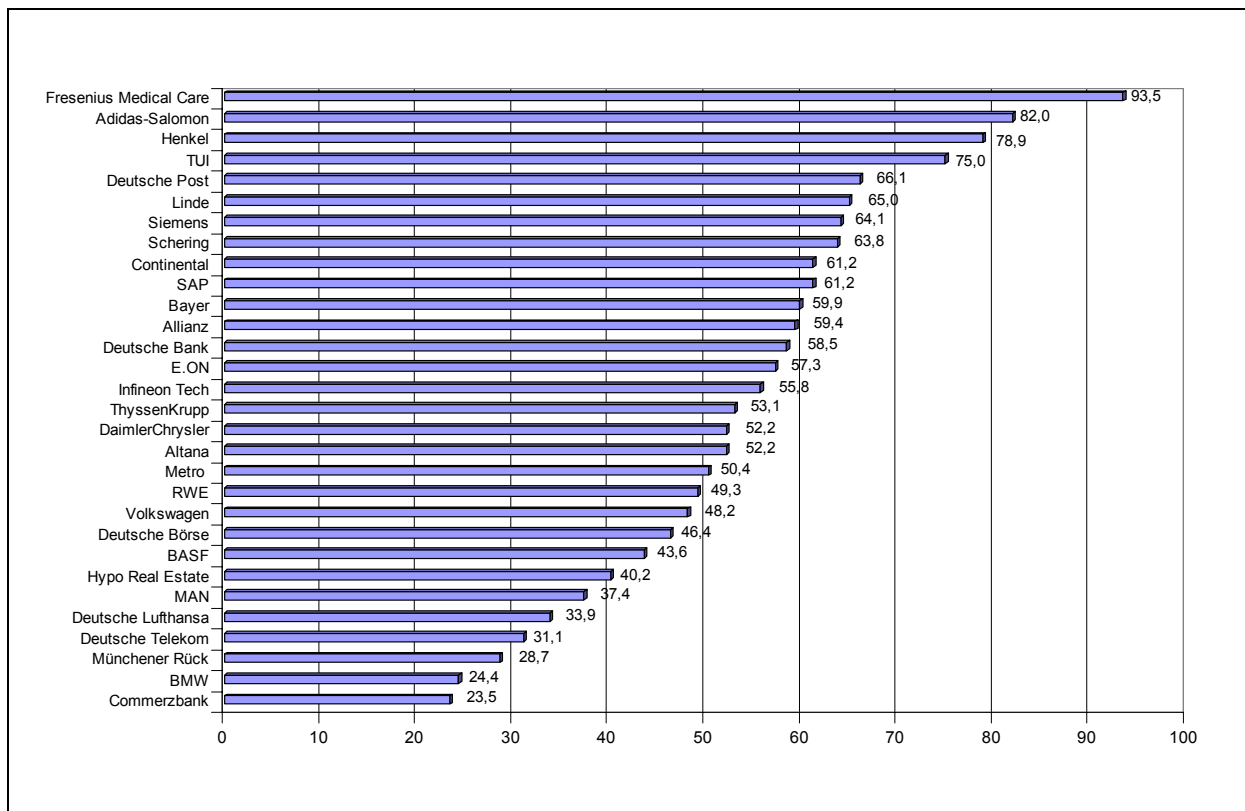
Quelle: UNCTAD

Aber selbst in Deutschland ist die Internationalisierung vor allem der großen Konzerne weiter vorangeschritten, als intuitiv vermutet werden kann. Abbildung 4 zeigt den Anteil der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter der DAX-Unternehmen. Der Aktienindex DAX beinhaltet die 30 größten Unternehmen in Deutschland. Zweifellos kann und soll dies keine repräsentative Darstellung sein für die Auslandsaktivitäten der gesamten deutschen Wirtschaft. Dennoch erzeugt es ein Bild davon, wie stark die großen Konzerne mittlerweile internationalisiert sind. Bei 18 der 30 Unternehmen liegt der Anteil der Auslandsbeschäftigten im Jahr 2005 bei über 50 %, bei neun der 30 Unternehmen bei über 60 % und bei Fresenius Medical Care sogar bei fast 94 %.

Die Produktion von Gütern und ihrer Bestandteile ist heute nicht mehr auf ein Unternehmen oder auf einen räumlichen Cluster beschränkt. Vielmehr werden Einzelteile von verschiedensten internationalen Firmen zugeliefert und dann zusammengebaut. Als Beispiel für eine vernetzte Produktion soll das Beispiel des Porsche Cayenne aufgezeigt werden. Die Produktbestandteile werden zunehmend im Ausland eingekauft und dann in Deutschland komplettiert und zu Fahrzeugen zusammenmontiert.

Abb. 4: Internationalisierung der DAX-Unternehmen

Anteil der Auslandsbeschäftigten der DAX-Unternehmen im Jahr 2005 in Prozent der Gesamtbeschäftigten



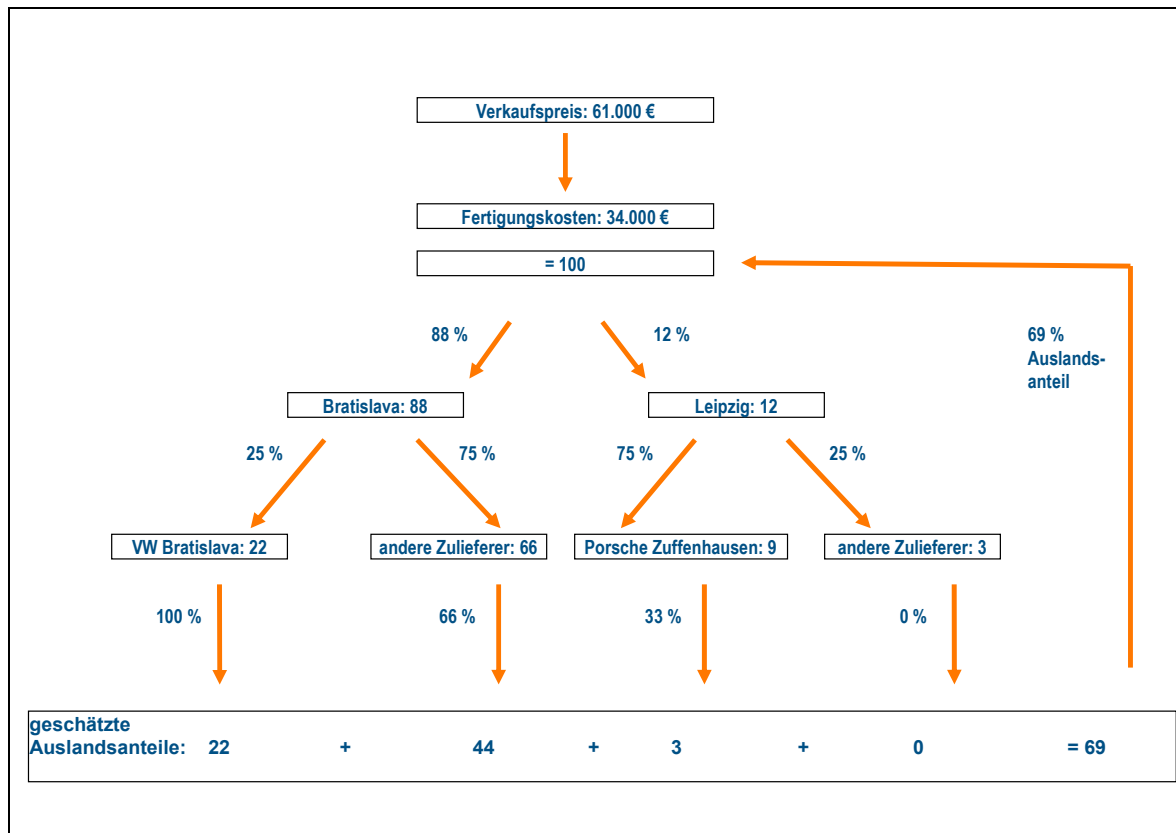
Mitarbeiterzahl: entweder zum Jahresende oder jahresdurchschnittlich

Henkel: Angaben für 2004

Quelle: Geschäftsberichte der DAX-Unternehmen.

Die Beispielrechnung in Abbildung 5 zeigt, wie viel Auslandsanteil in der modernen Produktion steckt. Im Ergebnis fallen über zwei Drittel der Fertigungskosten des Cayennes im Ausland an. Wie kommt dieses Ergebnis zustande? Das Baumdiagramm der Abbildung schlüsselt die Zusammensetzung auf. Bei einem durchschnittlichen Verkaufspreis von 61.000 Euro betragen die Fertigungskosten 34.000 Euro. Diese werden in der Abbildung gleich 100 gesetzt. Von diesen Kosten entstehen 88 % in Bratislava und lediglich 12 % in Leipzig. Die Fertigungskosten in Bratislava wiederum setzen sich wie folgt zusammen: 25 % der Summe fallen bei VW Bratislava an und sind damit volle Auslandsproduktion. Die anderen 75 % entstehen bei Zulieferern – und hiervon wiederum geschätzte 66 % bei nicht-deutschen Zulieferern. Die Fertigungskosten in Leipzig setzen sich wie folgt zusammen: 75 % der Fertigungskosten fallen (offiziell) bei Porsche Zuffenhausen an. Allerdings schlummern darin wiederum 33 % Zulieferanteil aus dem Ausland. Die restlichen 25 % der Fertigungskosten in Leipzig fallen auf rein deutsche Zulieferer, wodurch der Auslandsanteil hier Null ist. In der Summe beträgt der geschätzte Anteil der Auslandsproduktion an einem Porsche Cayenne 69 %, das heißt über zwei Drittel (Dudenhöffer, 2005).

Abb. 5: Internationale Produktion am Beispiel des Porsche Cayenne



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Dudenhöffer (2005)

3. Deutsche Investitionstätigkeit in Mittel- und Osteuropa

3.1 Empirische Bestandsaufnahme

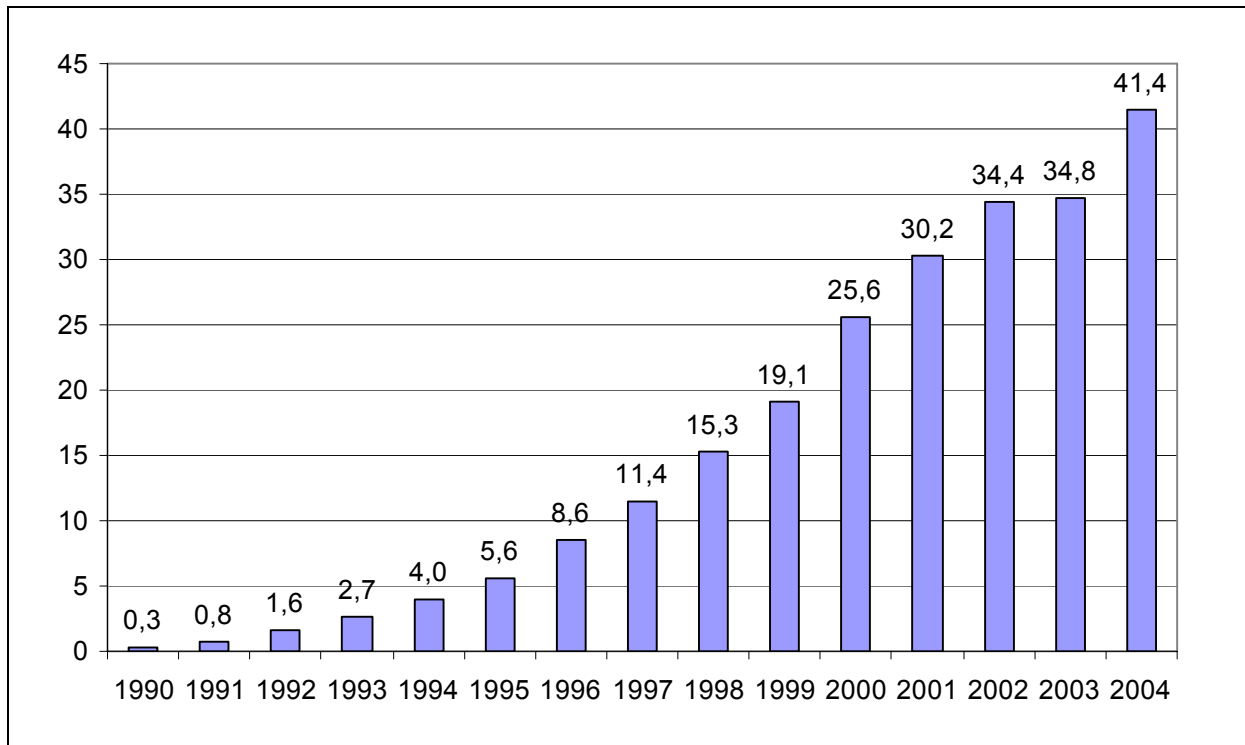
Wie bereits erwähnt, wurde in den letzten Jahren sowohl in der breiten Öffentlichkeit als auch in der Wissenschaft verstärkt über die Investitionstätigkeit deutscher Unternehmen im Ausland insbesondere in den mittel- und osteuropäischen Beitrittsstaaten berichtet. Anlass der wissenschaftlichen Diskussion war vor allem der EU-Beitritt dieser Staaten zum Jahresbeginn 2004 bzw. 2007 und die damit verbundenen ökonomischen Auswirkungen (Buch, 2003; Heijdra et al., 2002; Europäische Kommission, 2001). Darüber hinaus wurde speziell diskutiert, wie sich die deutschen Direktinvestitionen in diesen Ländern auf Deutschland auswirken werden und mit welchen Anpassungslasten zu rechnen ist (Nunnenkamp, 2002).

Ein Blick auf die Fakten verdeutlicht, dass die deutschen Unternehmen schon früh begonnen haben, die Internationalisierung ernst zu nehmen und in wachstumsstarken und kostengünstigen Märkten zu produzieren. Abbildung 6 zeigt die Bestände an Direktinvestitionen in den zehn hier untersuchten Ländern Mittel- und Osteuropas

(MOE-10) von 1990 bis 2004. In diesem Zeitraum sind diese von 0,3 Mrd. Euro auf über 41 Mrd. Euro angewachsen. Die MOE-10-Länder (Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn) bilden in diesem Beitrag den zentralen Untersuchungsgegenstand.

Abb. 6: Direktinvestitionen deutscher Unternehmen in Mittel- und Osteuropa

Direktinvestitionsbestände deutscher Unternehmen in den MOE-10-Ländern in Mrd. Euro



MOE-10: Polen, Tschechien, Ungarn, Slowakei, Bulgarien, Rumänien, Estland, Lettland, Litauen

Quelle: Deutsche Bundesbank, eigene Berechnungen

Branchen: Das Verarbeitende Gewerbe stellt die mit Abstand wichtigste Zielbranche deutscher Investoren dar. Im Jahr 2004 waren in den MOE-10 in der Teilbranche des Fahrzeugbaus insgesamt über 21 Mrd. Euro investiert. Die Unternehmen mit deutscher Beteiligung beschäftigten 466.000 Mitarbeiter und erwirtschafteten einen Umsatz von 55 Mrd. Euro. An zweiter Stelle der wichtigsten Zielbranchen folgt mit deutlichem Abstand der Energiesektor knapp vor den Handelsunternehmen. Die Produktion deutscher Unternehmen in Mittel- und Osteuropa ist damit stark produktionsorientiert.

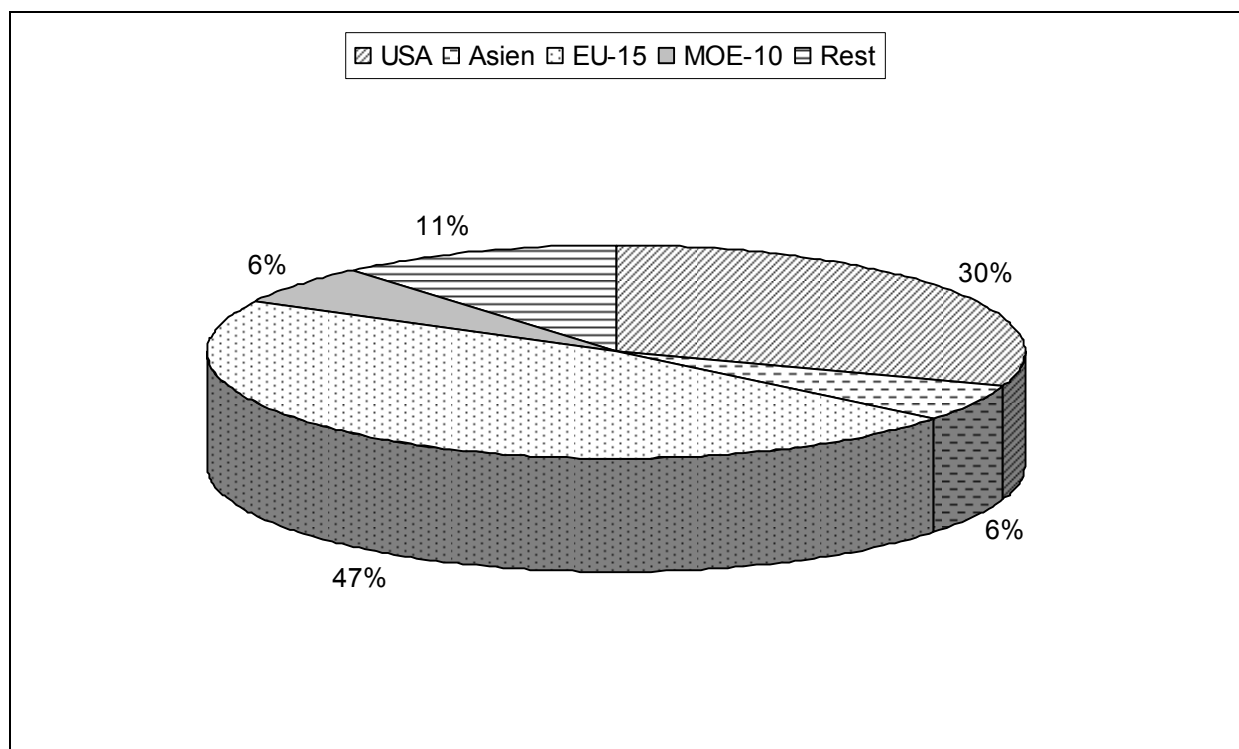
Länder: Eine nähere Betrachtung der Investitionsvolumina zeigt, dass sich diese vor allem auf drei Länder beziehen: Tschechien, Ungarn und Polen. So hatten deutsche Unternehmen zum Ende des Jahres 2004 in Tschechien fast 12,4 Mrd. Euro investiert, in Ungarn 12,2 Mrd. Euro und in Polen 10 Mrd. Euro. Somit entfallen auf diese

drei Länder fast 84 % des gesamten deutschen Investitionsvolumens in den MOE-10. Auf dem vierten Platz im Länder-Ranking erscheint die Slowakei mit einem Investitionsbestand von 3,8 Mrd. Euro. Die anderen Länder stehen etwas außen vor, was ihre Bedeutung für deutsche Unternehmer anbelangt.

Die deutschen Investitionen in den MOE-10 sind damit stark produktionsorientiert und konzentrieren sich vor allem auf die drei Länder Tschechien, Ungarn und Polen. Dies zeigen der hohe Anteil des Verarbeitenden Gewerbes und der hohe Anteil dieser Ländergruppe an dem gesamten in den MOE-10 investierten Beteiligungskapital. Finanz- und Bankenbeteiligungen sowie andere Dienstleistungsunternehmen sind in diesen Ländern für deutsche Unternehmen offensichtlich weniger interessant.

Abb. 7: Deutsche Direktinvestitionsbestände im Ausland nach Regionen

Deutsche Direktinvestitionsbestände im Ausland im Jahr 2004 nach Regionen, Anteile in Prozent



Asien: Südostasiatische Schwellenländer, Japan, China, Indien.

Südostasiatische Schwellenländer: Hongkong, Indonesien, Korea, Malaysia, Philippinen, Singapur, Taiwan, Thailand.

MOE-10: Polen, Tschechien, Ungarn, Slowakei, Slowenien, Bulgarien, Rumänien, Estland, Lettland, Litauen

Quelle: Deutsche Bundesbank, eigene Berechnungen

Trotz des starken Anstiegs der Investitionstätigkeit deutscher Unternehmen in den Ländern Mittel- und Osteuropas muss der Bestand an Direktinvestitionen in ein entsprechendes Gesamtbild gerückt werden. Dadurch lässt sich zeigen, in welcher Größenordnung sich die MOE-Investitionen im Vergleich zu den gesamten deut-

schen Direktinvestitionen bewegen. Abbildung 7 zeigt daher die Anteile der Bestände an Direktinvestitionen deutscher Unternehmen zum Jahresende 2004 nach Regionen. Aus der Abbildung geht hervor, dass sich die Investitionen deutscher Unternehmen im Ausland vor allem auf zwei große Wirtschaftsböcke beziehen. Die wichtigste Zielregion für deutsche Direktinvestitionen sind die Länder der EU-15. Diese hatten im Jahr 2004 einen Anteil von 47 % am gesamten Direktinvestitionsbestand. Zweitwichtigste Region waren die USA mit einem Anteil von gut 30 %. Der vermeintliche Wachstumsmarkt Asien hatte zu diesem Zeitpunkt nur einen Anteil von 5,5 %. Die MOE-10 hatten zum Ende des Jahres 2004 lediglich einen Anteil von rund 6 % an den gesamten deutschen Direktinvestitionsbeständen im Ausland.

In Tabelle 1 werden darüber hinaus wichtige Kennzahlen der Auslandsaktivitäten deutscher Unternehmen zusammengefasst, um ein Bild von der Bedeutung der MOE-10 zu schaffen. So ist aus der Tabelle zu ersehen, dass die deutschen Unternehmen im Jahr 2004 Beteiligungen an rund 2.700 Unternehmen in den MOE-10 hielten, die wiederum 757.000 Mitarbeiter beschäftigten und einen Jahresumsatz von knapp 108 Mrd. Euro erwirtschafteten. In der Zeitreihen-Betrachtung wird klar, dass die Investitionen in den MOE-10 über die vergangene Dekade überproportional angestiegen sind und somit ein deutlich höheres Gewicht erreicht haben. Der Anteil der MOE-10 an den gesamten deutschen Direktinvestitionsbeständen im Ausland betrug im Jahr 1990 erst 0,3 % und ist bis zum Jahr 2004 auf 6,1 % angestiegen. Dabei muss erwähnt werden, dass zu Beginn der 90er Jahre noch keine Daten über die Auslandsaktivitäten der deutschen Unternehmen in einigen osteuropäischen Ländern vorlagen. Trotzdem lässt dieser recht starke Anstieg eine Debatte über die Auswirkungen dieser Aktivitäten als gerechtfertigt erscheinen.

Tabelle 1: **Wichtige Kennzahlen der deutschen Auslandsaktivitäten in den MOE-10**

	2004	Anteil 2004, in Prozent von Gesamt	Anteil 1995, in Prozent von Gesamt
Direktinvestitionen in Milliarden Euro	41,4	6,1	2,8
Anzahl der Unternehmen	2.707	11,9	7,7
Beschäftigte in 1.000	757	16,5	9,5
Umsatz in Milliarden Euro	107,9	7,7	2,8

MOE-10: Bulgarien, Estland, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn.

Quellen: Deutsche Bundesbank; eigene Berechnungen

Die favorisierten Zielregionen der deutschen Unternehmen haben sich im Zeitverlauf stark verändert. Diese Präferenzänderung läuft dabei parallel mit der Öffnung und Entwicklung neuer Märkte. Zu Ende der 80er Jahre wurden noch die USA sowie die Länder der EG (Frankreich, Spanien) als bevorzugte Zielländer für deutsche Direktinvestitionen genannt (Beyfuß/Kitterer, 1990). Die MOE-Länder wurden damals noch nicht berücksichtigt. Sie hatten Ende der 80er Jahre lediglich einen Anteil von 0,05 % am Gesamtbestand deutscher Direktinvestitionen im Ausland. Bereits in den 90er Jahren zeichnete sich ein Wandel in Richtung der MOE-Länder ab. Diese waren nach Westeuropa die zweitwichtigste Zielregion deutscher Unternehmensinvestitionen (Beyfuß/Eggert, 2000). Für die mittelständischen Unternehmen avancierten die Länder Mittel- und Osteuropas gar zur Zielregion Nummer eins. In den letzten Jahren bestätigte sich dieser Trend zunehmend. Die Umfragen des DIHK zeigen, dass die im Jahr 2004 der EU beigetretenen Länder zur bevorzugten Zielregion für die deutschen Unternehmen geworden sind. Mit einem Anteil von 42 % lagen sie im Jahr 2006 an der Spitze (DIHK, 2006). Auf dem zweiten Platz landen die Länder der EU-15. Auch diese genießen bei den Investoren nach wie vor hohe Priorität. China landet als Investitionsziel lediglich auf dem dritten Platz. Im Gegensatz zu den neuen EU-Beitrittsländern haben in China vor allem die rechtlichen Rahmenbedingungen noch nicht die gleichen Standards erreicht, was vor allem für kleinere Unternehmen eine Hemmschwelle bedeuten dürfte. Diese Ergebnisse werden auch von anderen Umfragen bestätigt (etwa Kinkel et al., 2004).

Bei den Zielregionen wird oft nicht unterschieden nach der jeweiligen Höhe der Investitionen, sondern nur nach ihrer Anzahl. Das heißt: In Umfragen kann bei der Frage nach dem wichtigsten Zielland "MOE" an erster Stelle auftauchen, obwohl diese Investments der Investitionssumme nach deutlich geringer eingestuft werden sollten als Investitionen etwa in den USA.

Daraus erklärt sich auch, warum diese neueren Entwicklungen bei den Umfragen nicht übereinstimmen mit der Regionalverteilung nach der amtlichen Statistik, nach der die USA sowie die EU-15 vor allem die bevorzugten Zielregionen sind. Die amtliche Statistik misst die Höhe der Investition, während ein Fragebogen gewöhnlich nur nach der Zielregion und eben nicht nach der Höhe der Investition fragt. Damit ergibt sich zwangsläufig eine Diskrepanz. Denn gerade in den Reformländern wird mit vielen kleinen Engagements gearbeitet.

3.2 Zur Theorie der ausländischen Direktinvestitionen

Durch eine Investition der Unternehmen vor Ort, sei es durch eine Neugründung oder auch durch eine Übernahme oder Beteiligung, können strukturelle Entwicklungen in der heimischen oder auch ausländischen Volkswirtschaft mit geprägt werden.

In der Literatur existiert eine Vielzahl von Theorien, die sich sowohl ergänzen als auch in Konkurrenzbeziehung untereinander stehen können, und welche die Existenz von multinationalen Unternehmen erklären (etwa Dunning, 1988, 1993; Barba Nava-

retti/Venables, 2004; Markusen, 1995, 2002; Kleinert, 2004; Brewer et al., 2003; Caves, 1996).

Die Theorie der Direktinvestitionen umfasst etwa Modelle mit vollkommenen und unvollkommenen Märkten oder Determinanten wie etwa Marktgröße, Arbeitskostenvorteile, politische Stabilität und Währungsprobleme. Einen Überblick über Theorie und Determinanten von Direktinvestitionen geben etwa Agarwal (1980), Dunning (1988), Braun (1988) oder Moosa (2002). An dieser Stelle sollen drei wesentliche Determinanten genannt werden. Die theoretische Fundierung schafft dabei die Basis für die Ableitung der Arbeitsplatzeffekte.

- Marktorientierte Motive:

Die Absatz- oder auch Marktorientierung ist das (vermeintlich) wichtigste Motiv für die Errichtung ausländischer Unternehmensstützpunkte. Meist sollen bestehende Absatzmärkte gesichert und direkt vor Ort versorgt werden. Weiterhin dient eine Direktinvestitionen natürlich auch zur Erweiterung oder Eroberung neuer Märkte. Vor allem die stetig größer werdende Produktdifferenzierung sowie die unterschiedlichen Konsumentenpräferenzen erfordern oftmals eine Produktion vor Ort und verstärkte Investitionen in den Bereichen Marketing und Serviceleistungen.

- Kostenorientierte Motive:

Ebenso offensichtlich ist, dass die Unternehmen bei ihren Entscheidungen auch die relativen Kosten alternativer Standorte in ihr Entscheidungskalkül einbeziehen. Die wichtigsten Kosten sind die Arbeitskosten.

- Länderrisiko:

Ebenso trivial wie wichtig ist die Erkenntnis, dass das Länderrisiko bei Direktinvestitionen eine große Rolle spielt. Unternehmen investieren demnach vor allem an Standorten, an denen sie Risikovariablen wie wirtschaftliches oder politisches Risiko geringer einstufen als an alternativen Standorten (Jost/Rottmann, 2004).

In den 80er Jahren haben Ökonomen wie James R. Markusen die Theorie der Direktinvestitionen erweitert, indem sie in die Außenhandelstheorie eingebettet wurde. Im Wesentlichen können dabei zwei Ansätze unterschieden werden (Markusen, 1995, 2002; Barba Navaretti/Venables, 2004). Diese unterscheiden zwischen horizontalen und vertikalen Direktinvestitionen (siehe Abbildung 8).

- Im Rahmen der horizontalen Direktinvestitionen streben Unternehmen ins Ausland, um einen besseren Zugang zu den ausländischen Märkten zu erhalten. Die Direktinvestitionen werden hier überwiegend aus marktorientierten Motiven durchgeführt. Die Unternehmen produzieren in diesem Fall im Ausland die gleichen Güter wie im Inland. Wegen der unterschiedlichen Konsumentenpräferenzen oder unterschiedlicher Bedarfe an Services vor Ort macht es allerdings Sinn, die Produktion im Ausland vorzunehmen. Ebenso kann es von Vorteil sein, Konkurrenzunternehmen im Ausland aufzukaufen, um damit Zugang zum ausländischen Markt zu erhalten oder die dort erlangte Marktstellung noch weiter auszubauen. Die Modelltheorie geht hier davon aus, dass sich die Länder in ihren ab-

soluten wie relativen Faktorausstattungen nicht unterscheiden. In der Folge finden diese Direktinvestitionen vor allem zwischen Industrieländern statt. Der Ansatz bettet sich damit in den Rahmen der Neuen Außenhandelstheorie, die Handel zwischen Industrieländern zu erklären versucht. Was die Beschäftigungseffekte anbelangt, kann davon ausgegangen werden, dass diese nicht substitutiv, sondern komplementär zur Auslandsinvestition sind. Denn durch die Eroberung und Ausweitung der Absatzmärkte wird die Umsatz- und Gewinnsituation des Unternehmens nachhaltig gestärkt, wodurch auch die Investitionstätigkeit im Inland gestärkt wird.

- Die zweite Modellgruppe der vertikalen Direktinvestitionen zielt auf die Reduzierung der Produktionskosten ab. Die Direktinvestitionen werden hier aus Kostengründen durchgeführt. An erster Stelle steht hier die Höhe der Arbeitskosten. Modelltheoretisch formuliert, sind die Unterschiede in den absoluten und relativen Faktorkosten zentraler Treiber der Direktinvestition (Helpman, 1984; Helpman/Krugman, 1985). Die Produktionszerlegung bzw. eine Produktionsverlagerung findet demnach nur dann statt, wenn die relativen Faktorausstattungen zwischen den einzelnen Ländern unterschiedlich sind. Die Direktinvestitionen gehen darüber hinaus unter diesen Modellannahmen nur in eine Richtung: Der Kapitalexport findet hier statt von dem relativ reichlich mit Kapital ausgestatteten Land (Industrieland) in das relativ reichlich mit Arbeit ausgestattete Land (Entwicklungsland) - nicht jedoch umgekehrt.

Abb. 8: **Übersicht der potentiellen Beschäftigungseffekte**

	Richtung	Motiv	Arbeitsplatzeffekte
horizontale Direktinvestitionen	„Industrieland“ ↓ „Industrieland“	Marktmotiv	eher komplementär
vertikale Direktinvestitionen	„Industrieland“ ↓ „Entwicklungsland“	Kostenmotiv	eher substitutiv

Quelle: eigene Darstellung

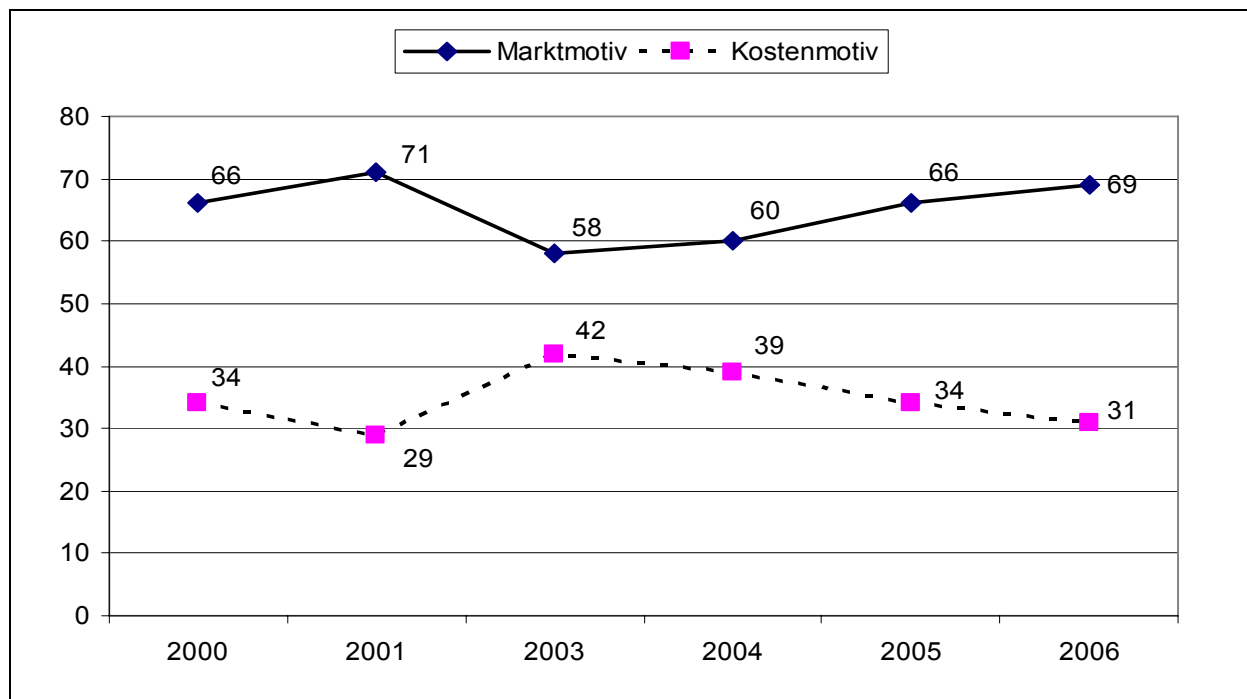
3.3 Motive der Direktinvestition

Die empirische Motivforschung unterscheidet zahlreiche Motive, die für eine Auslandsinvestition den Ausschlag geben können. Neben den zwei wichtigsten – Marktmotiv und Kostenmotiv – können auch Vertriebs- oder Beschaffungsmotive, Wechselkursmotive, Bürokratiemotive oder vieles mehr abgefragt werden. In diesem Abschnitt soll der Blick vor allem auf Markt- und Kostenmotive gerichtet werden.

Die Ergebnisse der Umfragen zeigen, dass die kosten- beziehungsweise standort-relevanten Motive seit Ende der 90er Jahre deutlich an Bedeutung gewinnen (DIHT, 1999; DIHK, 2003; Beyfuß/Eggert, 2000). Entscheidend sind in diesem Zusammenhang die deutschen Arbeitskosten sowie die Abgabenlast – vor allem die Arbeitskosten spielen nach wie vor die dominante Rolle.

Abbildung 9 zeigt, wie sich die Nennungen von Markt- und Kostenmotiven bei den Unternehmensbefragungen des DIHK im Zeitablauf entwickelt haben. Die Umfragen des DIHK wurden deshalb ausgewählt, weil sie erstens seit über einer Dekade durchgeführt werden und zweitens mit mehreren tausend Unternehmensantworten die wohl repräsentativste Umfrage im deutschsprachigen Raum darstellen. Die Angaben über den Anteil von Markt- und Kostenmotiven sind für den folgenden Abschnitt sehr wichtig, da sie zur Abschätzung der Beschäftigungseffekte beitragen werden.

Abb. 9: **Motive deutscher Unternehmen für Auslandsinvestitionen**
Anteil der Nennungen in Prozent



Anmerkung: Im Jahr 2002 fand keine Unternehmensbefragung statt.

Quelle: in Anlehnung an DIHK (2006)

Aus Abbildung 9 wird ersichtlich, dass das Marktmotiv bei Auslandsinvestitionen das dominante Ziel darstellt. Obwohl die Angaben im Zeitablauf kleineren Schwankungen unterliegen, bewegt sich der Anteil des Marktmotivs im Schnitt bei 65 %. Das Kostenmotiv liegt im Schnitt bei knapp 35 und hatte lediglich im Jahr 2003 einen (bisherigen) Höchstwert von 42 % der Nennungen erreicht.

Für die Ableitung der Beschäftigungseffekte wird von der Annahme ausgegangen, dass etwa 30 % der Auslandsinvestitionen rein aus Kostengründen getroffen werden und 70 % dem Marktmotiv folgen. Diese Anteilswerte werden auch für die MOE-10 zugrunde gelegt.

3.4 Beschäftigungswirkungen

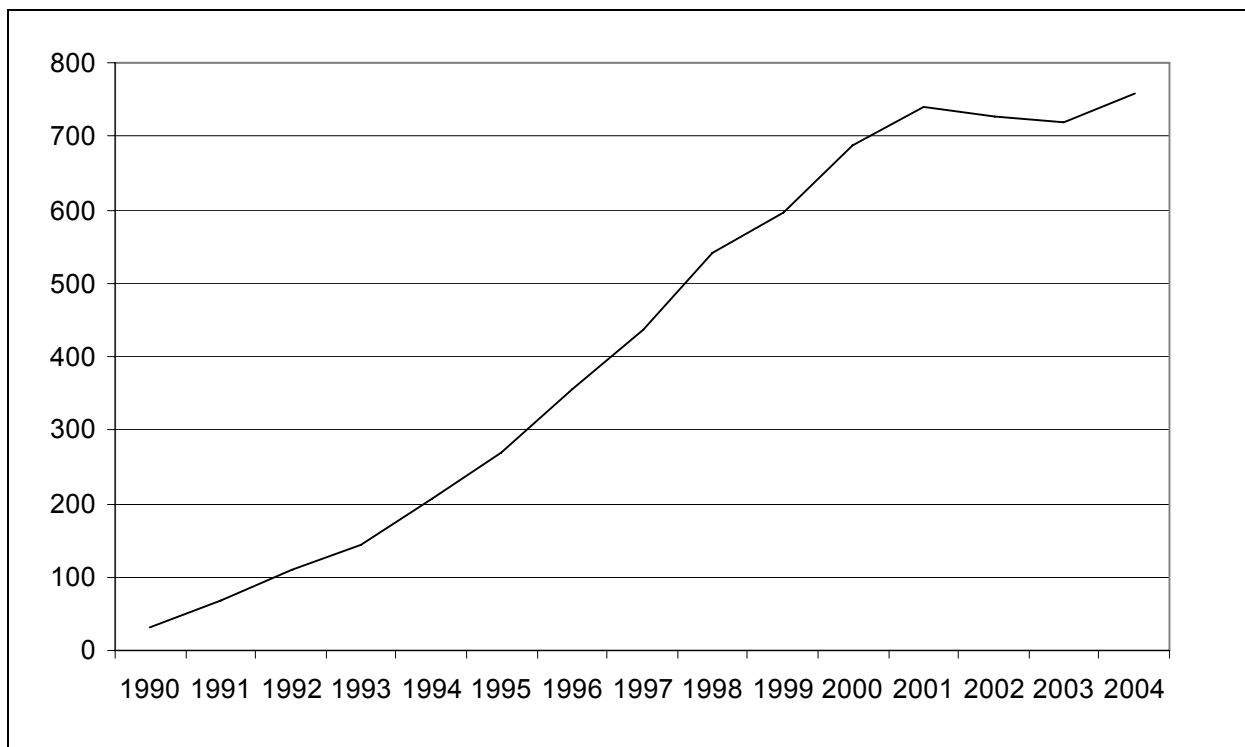
Die theoretischen Erläuterungen zeigen vor allem eine notwendige und sinnvolle Unterscheidung zwischen horizontalen und vertikalen Direktinvestitionen. Wichtig ist dies, wenn man sich auf die Ableitung potentieller Beschäftigungseffekte bezieht. Dies wird aus Abbildung 8 klar, die noch einmal die wesentlichen Unterschiede mit Bezug auf die Beschäftigungseffekte darstellt. So fließen die Direktinvestitionsströme bei den horizontalen Direktinvestitionen vor allem von Industrieland zu Industrieland, und das Marktmotiv ist hier entscheidend. Bei dieser Art der Auslandsinvestitionen sind die Arbeitsplatzeffekte eher komplementär, d.h. vor allem mittel- bis langfristig dürfte die unternehmerische Basis im Heimatland gestärkt werden, was in der Folge einen positiven Beschäftigungssaldo bewirken sollte. Im Ergebnis entstehen hier per Saldo neue Arbeitsplätze (Deutsche Bundesbank, 2006a). Bei vertikalen Direktinvestitionen kann eher von substitutiven Effekten ausgegangen werden. Hier würde eine Direktinvestition zur Folge haben, dass im Ausland neue Beschäftigung aufgebaut wird (zum Beispiel wegen niedrigerer Arbeitskosten), während im Zuge dessen die Beschäftigung im Inland abgebaut wird. Per Saldo dürften die Arbeitsplatzeffekte negativ sein. Im Folgenden soll nur auf die potentiell substitutiven Arbeitsplatzeffekte abgezielt werden.

In den letzten Jahren haben sich eine Reihe von Studien mit der Frage beschäftigt, inwieweit und warum deutsche Unternehmen Auslandsinvestitionen tätigen und welche Arbeitsplatzeffekte damit verbunden sind (Marin, 2004; Knogler/Vincentz, 2005; Becker et al., 2005; Kinkel et. al., 2004; Konings/Murphy, 2006) Hierbei standen vor allem die neuen EU-Beitrittsländer in Mittel- und Osteuropa im Vordergrund. Die Studien lassen zwei wesentliche Schlussfolgerungen zu. Zum einen sind sie sich im Ergebnis darüber einig, dass die Arbeitsplatzverlagerungen bei Weitem nicht die Größenordnung erreichen wie in der Öffentlichkeit oft befürchtet. Zum anderen ist wichtig, dass die Produktionsverlagerungen oftmals positive Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt haben: Einerseits, weil durch die so gewonnene Wettbewerbsfähigkeit Arbeitsplätze in Deutschland erhalten werden können, die ohne Verlagerung dem Wettbewerb zum Opfer gefallen wären. Andererseits, weil durch Mischkalkulation

neue Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen werden können, die sich aber meist in anderen Unternehmensteilen als den verlagerten etablieren.

Abbildung 10 zeigt die Beschäftigtenzahl der deutschen Auslandstöchter in den MOE-10 von 1990 bis 2004. Die Beschäftigten haben dabei ähnlich stetig zugenommen wie die Direktinvestitionsbestände und erreichten im Jahr 2004 eine Größenordnung von fast 760.000 Mitarbeitern.

Abb. 10: **Beschäftigte deutscher Tochterunternehmen in den MOE-10**
(in Tausend)



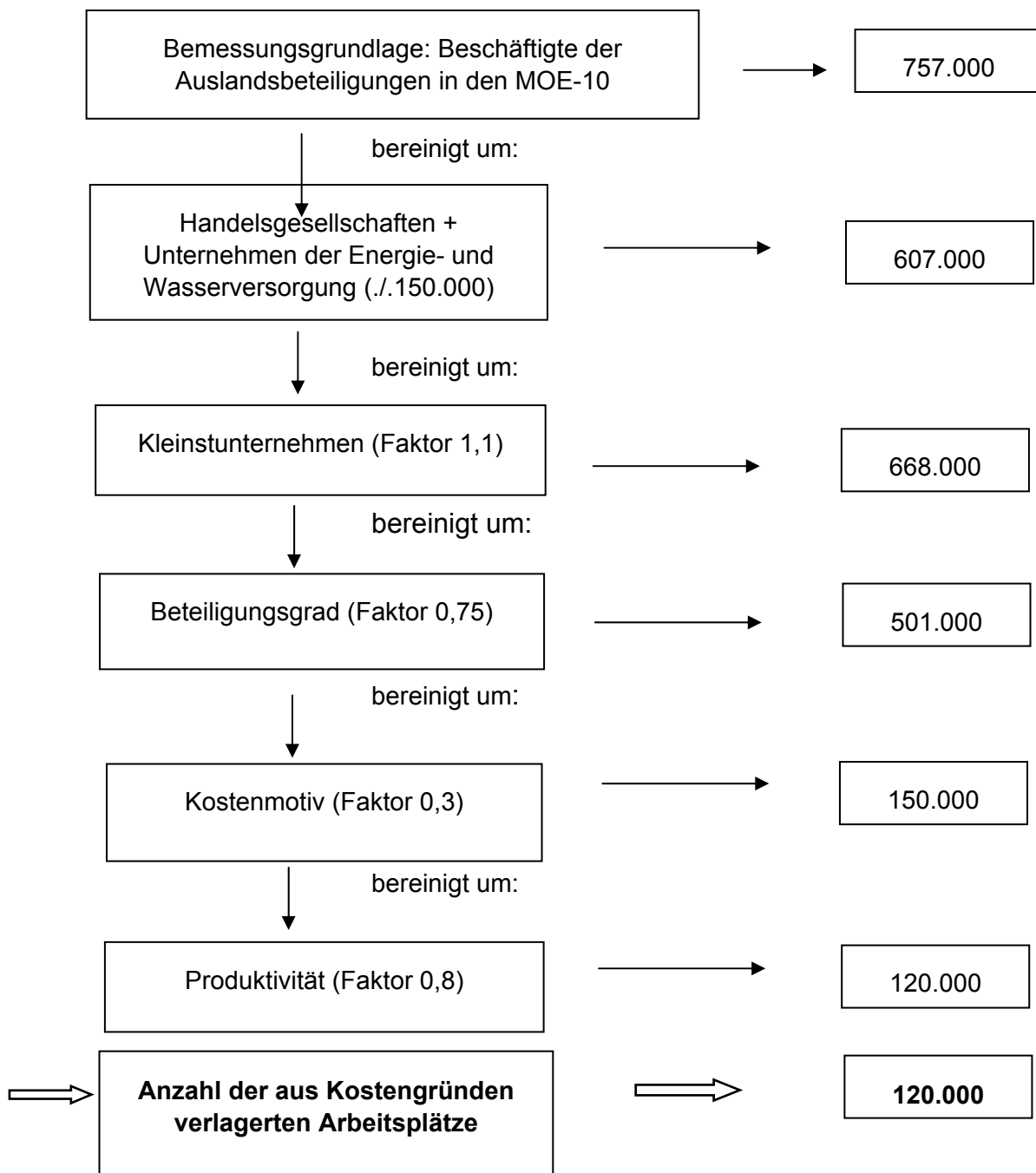
Quelle: Deutsche Bundesbank, eigene Berechnungen

Im Folgenden werden mögliche Arbeitsplatzverlagerungen in Deutschland quantifiziert. Einen ähnlichen Ansatz wie den hier verfolgten haben auch Knogler/Vincenz (2005) in ihrem Beitrag vorgestellt, der sich auf den Datensatz der Deutschen Bundesbank bezieht.

Die knapp 760.000 Mitarbeiter, die im Jahr 2004 in mittel- und osteuropäischen Unternehmen mit deutscher Beteiligung arbeiteten, können nicht eins zu eins als "verlagerte" Mitarbeiter betrachtet werden. Um daher grobe Fehler auszumerzen und die Fehlerquellen so gering wie möglich zu halten, müssen einige Schätzanpassungen vorgenommen werden. Die daraus folgende "Bemessungsgrundlage" sowie das Ausmaß der Arbeitsplatzverlagerungen wurden in Abbildung 11 dargestellt (Römer, 2007).

1. Aus der Annahme, dass die vorgestellten Funktionsschwerpunkte Vertrieb, Handel und Kundendienst dem Marktmotiv zugerechnet werden und nicht dem Kostenmotiv, folgt, dass die Mitarbeiter der Handelsgesellschaften genau diesen Funktionsschwerpunkten zugeordnet werden und damit aus der Bemessungsgrundlage herausfallen. Ebenso werden die meist hoch kapitalintensiven Arbeitsplätze der Energie- und Wasserversorgung nicht in die Berechnung mit einbezogen, da auch hier davon ausgegangen werden muss, dass diese Arbeitsplätze nicht aus Kostengründen verlagert wurden.
2. Da die Statistik Direktinvestitionen erst ab einer Bilanzsumme von drei Millionen Euro erfasst, werden kleine Investments nicht berücksichtigt. Wir gehen in Anlehnung an Knogler/Vincentz (2005) davon aus, dass die Bemessungsgrundlage wiederum um etwa 10 Prozent erhöht werden muss, um die zahlreichen kleinen Investments und die dadurch geschaffenen Arbeitsplätze in die Berechnung einzubeziehen.
3. Fraglich ist zudem, wie viele ausländische Unternehmen tatsächlich 100-prozentige Tochtergesellschaften deutscher Unternehmen sind. Aus den Unternehmensbefragungen lassen sich hierzu nur wenige Informationen beziehen. Lediglich Beyfuß/Kitterer (1990) kamen im Jahr 1990 zu dem Ergebnis, dass nur 17 % der Unternehmen eine 100-prozentige Tochtergesellschaft im Ausland gründen wollten. Knogler/Vincentz (2005) geben an, dass der mittlere Beteiligungsgrad für das Verarbeitende Gewerbe bei etwa 80 bis 90 % liegt. Wir setzen für die Gesamtwirtschaft per Annahme einen Beteiligungsgrad von 75 % für die MOE-10 an, da davon auszugehen ist, dass der Beteiligungsgrad im Verarbeitenden Gewerbe überdurchschnittlich ist. Die Bemessungsgrundlage wird damit um 25 % reduziert.
4. Da die Arbeitsplatzverlagerungen abgeschätzt werden sollen, die aus Kostengründen getätigt wurden, können jene Auslandsinvestitionen nicht mitgerechnet werden, die dem Marktmotiv folgen. Aufgrund der Analyse der Unternehmensbefragungen in Abschnitt 3.3 gehen wir daher davon aus, dass höchstens 30 % der Auslandsinvestitionen kosteninduzierte Produktionsverlagerungen sind.
5. Zuletzt wird eine weitere Korrektur vorgenommen. Denn die Arbeitsproduktivität in den MOE-10 liegt deutlich niedriger als in Deutschland. Wir gehen von einem Produktivitätsrückstand von 20 % aus. Dies bedeutet: Um in Deutschland 100 Arbeitsplätze abbauen zu können, müssen in den MOE-10 im Gegenzug 120 Arbeitsplätze geschaffen werden, um dieselbe Produktionsmenge erzielen zu können. Damit muss die Bemessungsgrundlage noch einmal um 20 % reduziert werden.

Abb. 11: **Ausmaß der Arbeitsplatzverlagerungen**



Quelle: Römer (2007)

Durch die mit den Punkten 1 bis 5 getätigten Annahmen und Korrekturen ergibt sich ein Revisionsbedarf für die Anzahl der in deutschen Tochterunternehmen Beschäftigten. Aus Abbildung 11 geht somit ein verändertes Maß für die Anzahl der aus Kostengründen verlagerten Arbeitsplätze hervor. Die offiziell ausgewiesene Beschäftigtenzahl in deutschen Tochterunternehmen von 757.000 im Jahr 2004 muss zunächst um 150.000 Arbeitsplätze verringert werden. Denn diese Beschäftigten fallen unter die Handelsgesellschaften sowie die Energieunternehmen, die per Annahme aus der Berechnung ausgeschlossen wurden. Hinzuzufügen sind die Beschäftigten der Kleinstunternehmen, die unter die Meldeschwelle fallen und damit nicht in der Statistik auftauchen. Das Ergebnis wird mit dem Faktor 0,75 multipliziert, der den mittleren Beteiligungsgrad in den MOE-10 berücksichtigen soll. Die daraus resultierende Größe von gut 500.000 Beschäftigten bildet die um Sonderfaktoren bereinigte Bemessungsgrundlage. Diese reduziert sich nochmals um insgesamt fast 380.000 Beschäftigte, weil einerseits laut Annahme nur 30 % der "verlagerten" Arbeitsplätze aus Kostengründen entstehen und sich andererseits ein niedrigeres Ergebnis durch die in den MOE-10-Ländern niedrigere Produktivität ergibt. In der Summe erhält man etwa 120.000 Arbeitsplätze, die seit der Öffnung der mittel- und osteuropäischen Märkte von den deutschen Unternehmen in diese Länder verlagert wurden. Das Gros dürfte dabei auf das Verarbeitende Gewerbe fallen. Dieser Wert bezieht sich ausschließlich auf rein kosteninduzierte Verlagerungen von Arbeitsplätzen. Der Nettoeffekt der Beschäftigungswirkungen kann leider nicht errechnet werden. So ist es wahrscheinlich, dass zahlreiche Unternehmen zwar vor allem arbeitsintensive Produktion hierzulande abbauen, an anderer Stelle allerdings wieder neue Arbeitsplätze aufbauen. Ein solches Szenario kann sich in Fällen entwickeln, in denen durch Investitionen in den MOE-10 eine Kostenersparnis erreicht wird und dadurch die Marktposition gefestigt wird.

4. Mittelstand und Offshoring

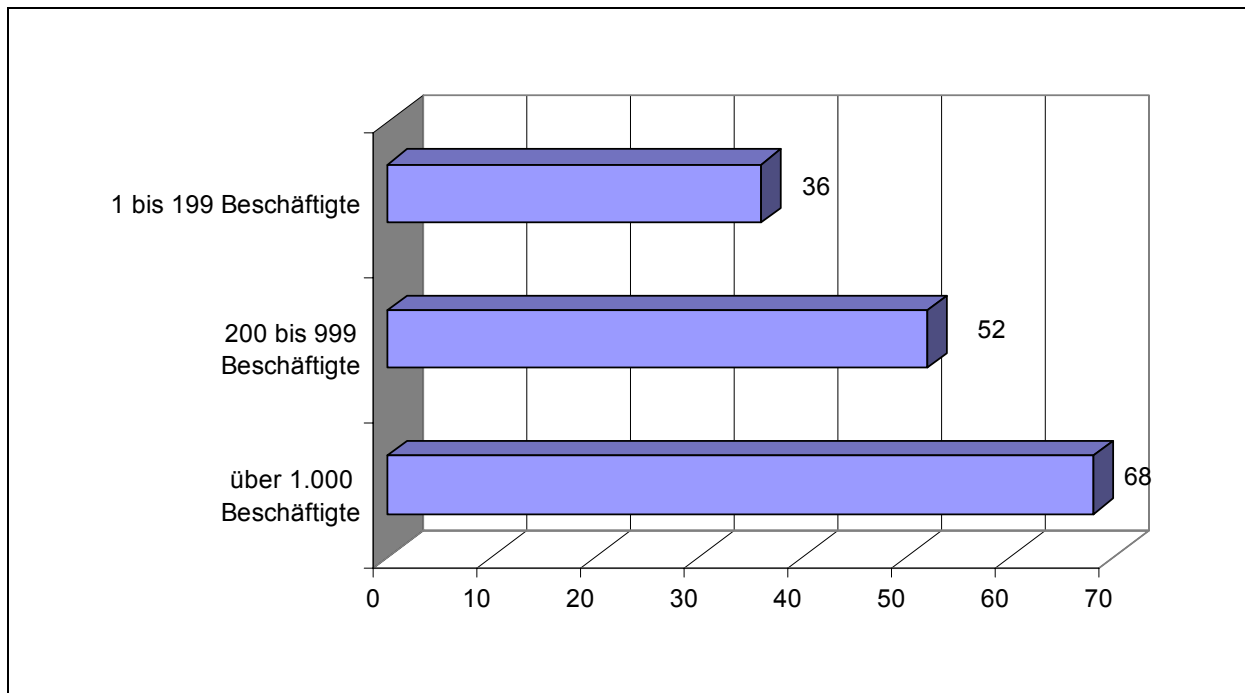
Die Globalisierungswelle trifft nicht nur die Großunternehmen, sondern auch die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) mit bis zu 500 Mitarbeitern. Hierbei handelt es sich zunächst nicht um Direktinvestitionen, sondern hauptsächlich um eine Exporttätigkeit, wenn man einen Vorlauf der Exporttätigkeit vor der Auslandsinvestition unterstellt. Hier zeigt eine neuere Studie der Deutschen Bundesbank allerdings, dass vor allem die Kleinstunternehmen mit einem Umsatzvolumen von weniger als einer Million Euro kaum auf den Auslandsmärkten aktiv sind (Deutsche Bundesbank, 2006b). So erwirtschaften die Kleinstfirmen lediglich 2,7 % ihres Umsatzes im Ausland, die Kleinstfirmen des Verarbeitendes Gewerbes kommen hier auf einen Anteilswert von 3,5 %. Während das Exportgeschäft in der Bauwirtschaft und in abgeschwächter Form auch im Einzelhandel eine eher untergeordnete Rolle spielt, hat es im Verarbeitenden Gewerbe, im Großhandel und im Verkehrssektor ein relativ hohes Gewicht. Darüber hinaus ist auffällig, dass große Unternehmen deutlich stärker im Ausland präsent sind als der Mittelstand. So beträgt der Anteil des Auslandsumsatzes bei mittelständischen Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 1 Mio. und 50

Mio. Euro im Verarbeitenden Gewerbe 21 %. Großunternehmen im Verarbeitenden Gewerbe mit einem Umsatz von über 50 Mio. Euro erwirtschaften dagegen bereits 38 % ihrer Umsätze im Ausland (Deutsche Bundesbank, 2006b). Insofern liegt die Vermutung nahe, dass bei geringer Exporttätigkeit auch die Auslandsinvestitionen recht gering sein sollten. Starker Wettbewerbsdruck, technologische Veränderungen, Abwanderung eines Großkunden und Ähnliches zwingen aber auch die Kleinunternehmen zu einer Investition im Ausland.

Durch zahlreiche Umfragen bestätigt und somit unbestritten ist es, dass Großunternehmen eher zu Auslandsinvestitionen neigen als kleine und mittlere Unternehmen (DIHK, 2006). So signalisieren lediglich 36 % der befragten kleinen Unternehmen mit bis zu 199 Mitarbeitern eine Investitionsbereitschaft im Ausland (Abbildung 12). Dagegen sind dies bei Großunternehmen fast 70 %. Ein wichtiges Ergebnis der Umfragen ist allerdings auch die Erkenntnis, dass das Kostenmotiv bei Auslandsinvestitionen umso entscheidender wird, je kleiner das Unternehmen ist (DIHK, 2005; DIHK, 2006). So wurde bei den Kleinbetrieben das Motiv der Kostenersparnis (35 Prozent) am häufigsten genannt. Die kleinen Unternehmen sind dem Wettbewerbsdruck und den Standortproblemen deutlich stärker ausgesetzt als die Großunternehmen. Eine neuere Studie kommt dagegen zu dem Ergebnis, dass das Marktmotiv über alle Unternehmensgrößen hinweg die zentrale Rolle einnimmt, und dass die Bedeutung des Kostenmotivs bei kleineren Unternehmen sogar noch abnimmt (Buch et al., 2007).

Abb. 12: **Auslandsinvestitionen nach Größe der Unternehmen**

Anteil der Nennungen auslandsinvestitionsbereiter Industrieunternehmen, in Prozent

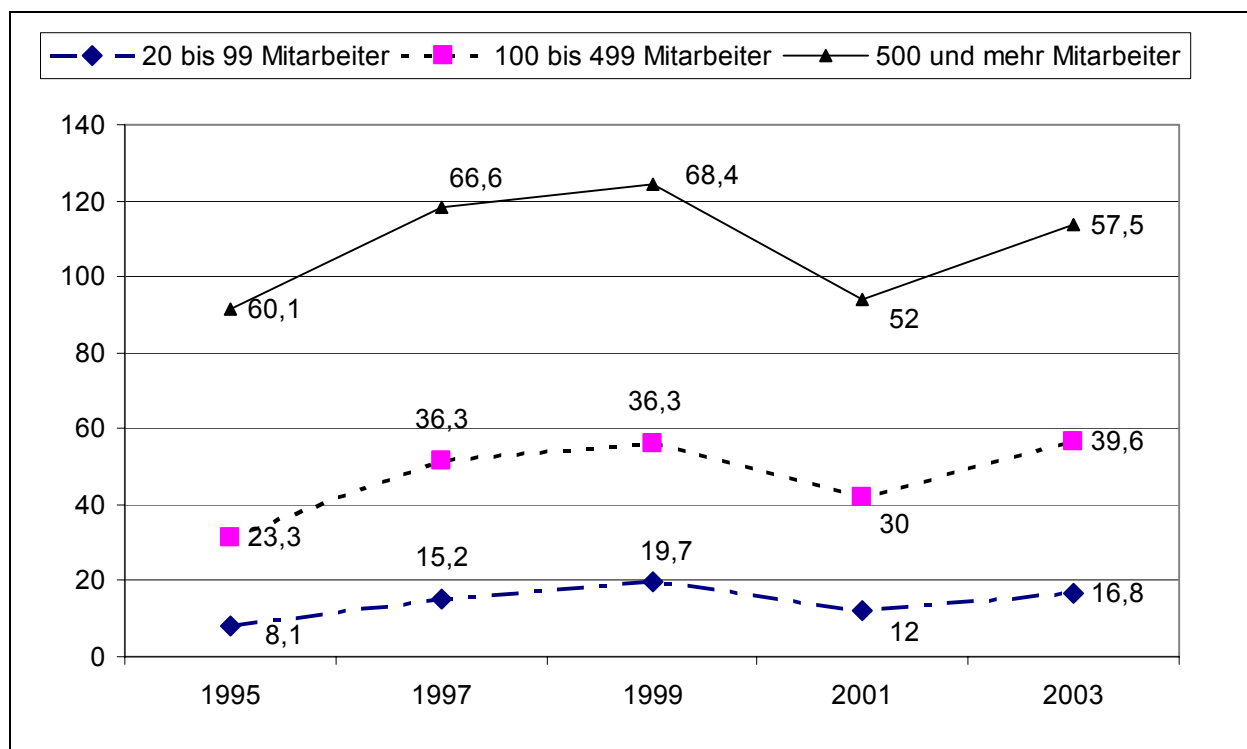


Quelle: DIHK (2006)

Nach einer Umfrage des ISI Fraunhofer Instituts gaben bei der Größenklasse bis 99 Mitarbeiter im Jahr 1995 erst 8,1 % der Unternehmen der Metall- und Elektroindustrie (M+E) an, Produktion ins Ausland verlagert zu haben (Abbildung 13). Im Jahr 2003 gaben dies bereits fast 17 % der Unternehmen an. Noch deutlicher ist das Ergebnis bei den M+E-Betrieben mit einer Mitarbeiterzahl von 100 bis 499. Hier gaben im Jahr 2003 bereits knapp 40 % der befragten Unternehmen an, Produktion ins Ausland verlagert zu haben – gegenüber rund 23 % im Jahr 1995 (Kinkel et al., 2004). Nach einer Unternehmensbefragung der IW Consult, die mehr als 5.000 Unternehmensantworten umfasst, sind die KMU vor allem im Bereich Vertrieb und weniger im Bereich der Produktion im Ausland tätig (IW Consult, 2006). In der Klasse bis 50 Mio. Euro Umsatz verfügten demnach nur 10 % der befragten Unternehmen über Produktionsstätten im Ausland. Bei Unternehmen, die einen Umsatz zwischen 50 Mio. und 250 Mio. Euro erzielen, lag dieser Anteil bei rund 19 %. Die entsprechenden Anteile beim Funktionsschwerpunkt Vertrieb lagen dagegen bei 36 beziehungsweise 48 %. Demnach hatte fast jedes zweite Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 50 und 250 Mio. Euro Vertriebsschwerpunkte im Ausland.

Abb. 13: **Deutscher Mittelstand: Investitionsbereitschaft im Ausland**

Anteil von Betrieben der M+E-Industrie, die Teile der Produktion ins Ausland verlagert haben, nach Betriebsgröße



Quelle: Kinkel et al. (2004)

Welche Schlussfolgerungen können nun gezogen werden? Die amtliche Statistik hilft bei der Frage, ob der deutsche Mittelstand sehr stark in Mittel- und Osteuropa investiert, leider nicht viel weiter. Denn viele kleine Investments werden in der Statistik

nicht erfasst. Die Umfragen sollten ebenso vorsichtig interpretiert werden. Denn erstens sind die Ergebnisse abhängig von den (geplanten) wirtschaftspolitischen Vorhaben innerhalb des betreffenden Jahres. Zweitens können auch Sonderfaktoren – wie zum Beispiel der EU-Beitritt der zehn mittel- und osteuropäischen Länder – auf das Umfrageergebnis Einfluss genommen haben. Drittens kann die Zuliefer-Rolle vieler Mittelständler ein großes Problem für die Bewertung des Auslandsengagements des Mittelstands darstellen. Verlagert der Großkunde, müssen meist auch die kleineren Zulieferer mitziehen. So verlieren sie nicht ihren Großkunden und können andererseits auch dem Margendruck standhalten. Insofern kann ein Umfrageergebnis lediglich eine Tendenzaussage treffen, nicht aber ein exaktes Ergebnis liefern. Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch grundsätzlich, dass der Investitionsgrad der Mittelständler im Ausland im Zeitablauf zunimmt, vor allem über die letzten zehn Jahre gesehen. Insofern trifft die Globalisierung zunehmend auch die kleinen und mittleren Unternehmen. Die KMU schalten sich damit zunehmend in den Internationalisierungsprozess ein. Allerdings erscheint es unwahrscheinlich, dass KMU hohe Auslandsinvestitionen vornehmen, wenn der Anteil des Auslandsumsatzes gering ist. Aufgrund der relativ geringen Anteile der Auslandsumsätze bei KMU, die von der Deutschen Bundesbank ausgewiesen wurden, sollte nicht davon ausgegangen werden, dass durch Auslandsinvestitionen ein Exodus des deutschen Mittelstands zu erwarten ist.

5. Zusammenfassung

Über einen längeren Zeitraum betrachtet, schneidet Deutschland in einem internationalen Wachstumsvergleich nur unterdurchschnittlich ab. Zudem ist die Arbeitslosigkeit im internationalen Vergleich – vor allem mit den USA und Japan – nach wie vor hoch, und die deutschen Unternehmen investieren zunehmend im Ausland. Daher tauchte in Deutschland über die letzten Jahre in der breiten Öffentlichkeit zunehmend der Verdacht auf, die Auslandsaktivitäten der deutschen Unternehmen, insbesondere in den neuen Mitgliedsstaaten der EU, könnten mitverantwortlich sein für die deutschen Arbeitsmarktprobleme.

Der vorliegende Artikel gibt einen Beitrag zur Debatte und eine Antwort auf die aufgeworfene Problematik. Zwar haben sich die deutschen Direktinvestitionen im Ausland seit dem Jahr 1990 deutlich erhöht. Gleiches gilt auch für Investitionen in potenzielle Offshore-Länder Mittel- und Osteuropas, die nach wie vor mit günstigen Arbeitskostenvorteilen locken. Doch der Anteil der zehn hier untersuchten Länder Mittel- und Osteuropas an dem gesamten deutschen Direktinvestitionsbestand im Ausland lag im Jahr 2004 nur bei etwa 6 %. Eine empirische Bestandsaufnahme zeigt zudem, dass der überwiegende Teil der Direktinvestitionen in andere Industrieländer fließt, und damit der größte Teil der Investitionstätigkeit auf marktorientierte Motive zurückzuführen ist. Als Faustregel kann gelten, dass deutsche Unternehmen Auslandsinvestitionen zu 70 % aus Marktmotiven heraus tätigen und nur zu 30 % aus Kostengründen. Eine Ableitung der Arbeitsplatzeffekte kommt zu dem Ergebnis, dass

bis zum Jahr 2004 etwa 120.000 Arbeitsplätze aus Kostengründen von Deutschland in die zehn untersuchten mittel- und osteuropäischen Länder verlagert wurden. Diese Größenordnung ist zu klein, um Arbeitsmarktprobleme in Deutschland in größerem Ausmaß auf Produktionsverlagerungen nach Mittel- und Osteuropa zurückführen zu können. Darüber hinaus liegt der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit vor allem bei Großunternehmen. Dagegen ist der Grad der Internationalisierung bei kleinen und mittleren Unternehmen noch nicht so stark ausgeprägt. Gleichwohl nimmt aber auch hier die Bedeutung des Auslands als Investitionsstandort und Absatzmarkt zu.

Literaturverzeichnis

- Agarwal**, Jamuna P., 1980, Determinants of Foreign Direct Investment: A Survey, in: Weltwirtschaftliches Archiv, Vol. 116, S. 739–773
- Agarwal**, Jamuna P., 2000, EU-Direktinvestitionen im Integrationsprozess: Perspektiven für die Osterweiterung, in: Die Weltwirtschaft, Heft 3, S. 331–354
- Barba Navaretti**, Giorgio / **Venables**, Anthony J., 2004, Multinational firms in the world economy, Princeton
- Becker**, Sascha O. / **Jäckle**, Robert / **Mündler**, Marc-Andreas, 2005, Kehren deutsche Firmen ihrer Heimat den Rücken?, in: ifo Schnelldienst, 58. Jg., Nr. 1, S. 23–33
- Beyfuß**, Jörg / **Eggert**, Jan, 2000, Auslandsinvestitionen der deutschen Wirtschaft und ihre Arbeitsplatzeffekte: Aktuelle Trends, Ergebnisse einer Unternehmensbefragung und die Bedeutung der staatlichen Förderung, Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialpolitik, Nr. 258, Köln
- Beyfuß**, Jörg / **Kitterer**, Bernd H.-J., 1990, Deutsche Direktinvestitionen im Ausland, Bestandsaufnahme und Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialpolitik, Nr. 181, Köln
- Braun**, Gerhard, 1988, Die Theorie der Direktinvestition, Köln
- Brewer**, Thomas L. / **Young**, Stephen / **Guisinger**, Stephen E., (Ed.), 2003, The new economic analysis of multinationals: An agenda for management, policy and research, Cheltenham
- Buch**, Claudia M., 2003, Die Osterweiterung der EU aus ökonomischer Sicht, in: Die Weltwirtschaft, Heft 2, S. 180–195
- Buch**, Claudia M. / **Schnitzler**, Monika / **Arndt**, Christian / **Kesternich**, Iris / **Mattes**, Anselm / **Mugele**, Christian / **Strotmann**, Harald, 2007, Analyse der Beweggründe, der Ursachen und der Auswirkungen des so genannten Offshoring auf Arbeitsplätze und Wirtschaftsstruktur in Deutschland, IAW Tübingen
- Caves**, Richard E., 1996, Multinational enterprises and economic analysis, Cambridge
- Clement**, Reiner / **Natrop**, Johannes, 2004, Offshoring – Chance oder Bedrohung für den Standort Deutschland?, in: Wirtschaftsdienst, 84. Jg., Nr. 8, S. 519–528
- DekaBank**, 2007, Belastungstest für die Emerging Markets, Nr. 3, Frankfurt

- Deutsche Bank Research**, 2007, Die Stunde der Multilatinas, Aktuelle Themen, Nr. 392, vom 19. Juli 2007, Frankfurt
- Deutsche Bundesbank**, 2006a, Die deutschen Direktinvestitionsbeziehungen mit dem Ausland: neuere Entwicklungstendenzen und makroökonomische Auswirkungen, in: Monatsberichte, 58. Jg., Nr. 9, S. 45–62
- Deutsche Bundesbank**, 2006b, Zur wirtschaftlichen Situation kleiner und mittlerer Unternehmen in Deutschland seit 1997, in: Monatsberichte, 58. Jg., Nr. 12, S. 37–68
- DIHK** – Deutscher Industrie- und Handelskammertag, 2003, Produktionsverlagerungen als Element der Globalisierungsstrategie von Unternehmen, Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, Mai 2003, Berlin
- DIHK**, 2005, Investitionen im Ausland, Ergebnisse einer DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2005, Berlin
- DIHK**, 2006, Investitionen im Ausland, Ergebnisse einer DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern, Frühjahr 2006, Berlin
- DIHT** – Deutscher Industrie- und Handelstag, 1999, Produktionsverlagerungen ins Ausland – eine Antwort auf Standortprobleme in Deutschland?, Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, Berlin
- Dudenhöffer**, Ferdinand, 2005, Wie viel Deutschland steckt im Porsche?, in: ifo Schnelldienst, 58. Jg., Nr. 24, S. 3–5
- Dunning**, John H., 1988, Explaining International Production, London
- Dunning**, John H., 1993, Multinational enterprises and the global economy, Wokingham
- Europäische Kommission**, 2001, The economic impact of enlargement, Enlargement Papers, Nr. 4, Brüssel
- Frankfurter Allgemeine Zeitung**, 2007, 50 Jahre Deutsche Bundesbank, Die Bundesbank ist mehr als Geldpolitik, Nr. 176, vom 1. August 2007, S. 13
- Handelsblatt**, 2007, Die Top 50 der Welt, Nr. 144, vom 30. Juli 2007, S. 14
- Heijdra**, Ben J. / **Keuschnigg**, Christian / **Kohler**, Wilhelm, 2002, Eastern Enlargement of the EU: Jobs, Investment and Welfare in Present Member Countries, CESifo Working Paper, Nr. 718 (7), München
- Helpman**, E., 1984, A simple theory of international trade with multinational corporations, in: Journal of Political Economy, Vol. 92, No. 3, S.451–471
- Helpman**, Elhanan / **Krugman**, Paul R., 1985, Market Structure and Foreign Trade, Cambridge/Mass.
- ifo** – Institut für Wirtschaftsforschung, 2005, Flucht aus Deutschland? Unternehmen zwischen wirtschaftlicher Logik und sozialer Verantwortung, in: ifo Schnelldienst, 58. Jg., Nr. 13, S. 3–12
- IW Consult**, 2006, Sonderauswertung des IW-Zukunftspanels, Köln
- IW Köln** – Institut der deutschen Wirtschaft Köln, 2007, Wie bezahle ich mein Haus?, Thema Wirtschaft, Nr. 105

- Jost**, Thomas / **Rottmann**, Horst, 2004, Umfang und Motivation deutscher Direktinvestitionen in den Industrieländern, in: List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, Band 30, Heft 2, S. 153–166
- Kinkel**, Steffen / **Lay**, Gunter / **Maloca**, Spomenka, 2004, Produktionsverlagerungen ins Ausland und Rückverlagerungen, Ergebnisse aus einer Erhebung „Innovationen und Produktion“ des Fraunhofer Instituts für Systemtechnik und Innovationsforschung, Nr. 8, Karlsruhe
- Kleinert**, Jörn, 2004, The Role of Multinational Enterprises in Globalization, Kieler Studien, Nr. 326, Berlin u. a. O.
- Knogler**, Michael / **Vincenz**, Volkhart, 2005, Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf die Arbeitsmärkte der neuen Mitgliedsstaaten und der EU-15, insbesondere Deutschland, Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums der Finanzen, Working Paper, Nr. 257, Osteuropa-Institut, München
- Konings**, Jozef / **Murphy**, Alan Patrick, 2006, Do Multinational Enterprises Relocate Employment to Low-Wage Regions? Evidence from European Multinationals, in: Review of world economics, Vol. 142, No. 2, S. 267–286
- Marin**, Dalia, 2004, A Nation of Poets and Thinkers – Less so with Eastern Enlargement? Austria and Germany, Volkswirtschaftliche Fakultät Ludwig-Maximilians-Universität München, Discussion Paper 2004-06, München
- Markusen**, James R., 1995, The boundaries of multinational enterprises and the theory of international trade, in: Journal of Economic Perspectives, Vol. 9, No. 2, S. 169–189
- Markusen**, James R., 2002, Multinationals and the Theory of International Trade, MIT press, Cambridge
- Moosa**, Imad A., 2002, Foreign Direct Investment: Theory, Evidence and Practice, Hampshire
- Nunnenkamp**, Peter, 2002, Die Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf die Direktinvestitionen und deren Rückwirkungen, in: ifo Schnelldienst, 55. Jg., Heft 11, S. 13–19
- Nunnenkamp**, Peter, 2006, Was von ausländischen Direktinvestitionen zu erwarten ist: Unbegründete Ängste in den Heimatländern, übertriebene Hoffnungen in den Gastländern?, in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 55. Jg., Heft 1, S. 20–44
- Römer**, Christof, 2007, Offshoring - Wie viele Jobs gehen ins Ausland? Auslandsinvestitionen, Produktionsverlagerungen und Arbeitsplatzeffekte, IW-Analysen Nr. 26, Köln

Hermann Schmidberger*

**Handwerksrelevante Märkte
in der Tschechischen Republik**

* *Dipl.-Kfm. Hermann Schmidberger war Leiter der Repräsentanz Pilsen von Bayern Handwerk International GmbH, Exportförderungsgesellschaft des Bayerischen Handwerks*

Gliederung

1. Einleitung
2. Metallhandwerk
 - 2.1 Unternehmensstruktur – Gliederung nach Sektoren
 - 2.2 Unternehmensstruktur – Gliederung nach Regionen
 - 2.3 Die Metallhandwerke
 - 2.4 Unternehmenscharakteristika
3. Gesundheitshandwerk
 - 3.1 Das Gesundheitswesen im Transformationsprozess
 - 3.2 Unternehmensstruktur
 - 3.3 Die einzelnen Gesundheitshandwerke
 - 3.4 Die Struktur der Krankenkassen
4. Nahrungsmittelhandwerk
5. Kraftfahrzeughandwerk
 - 5.1 Die Fahrzeugproduktion
 - 5.2 Standorte der PKW-Produktion in Tschechien
 - 5.3 Fahrzeughandwerk und -handel
6. Bau
 - 6.1 Betriebsstruktur
 - 6.2 Struktur der Bauleistungen
 - 6.3 Struktur der Bauleistungen nach Sektoren
 - 6.4 Kundenstruktur und Finanzierung

1. Einleitung

Die Märkte in den mittel- und osteuropäischen Beitrittsländern haben in den letzten Jahren für die deutschen Handwerksbetriebe an Bedeutung gewonnen. Jedoch stehen einem Erfolg dieser Märkte immer noch erhebliche Probleme entgegen. In erster Linie sind genaue Informationen über die handwerksrelevanten Märkte einschließlich der Anbieter- und Nachfragestrukturen notwendig. Hier setzt der vorliegende Beitrag an, in dem aus der Vielzahl der Handwerke nachstehend einige typische exemplarisch dargestellt werden, deren Charakter mehr produktionsorientiert ist, wie z.B. das Metallhandwerk als auch die Dienstleistungshandwerke aus den Bereichen Gesundheit, Nahrungsmittel, Kfz und das Bau- und Ausbauhandwerk.¹

Die Dienstleistungshandwerke und dabei besonders das Bau- und Ausbauhandwerk gelten als der sensibelste Sektor im Anpassungsprozess nach dem EU-Beitritt Tschechiens. Die Erwartungsstruktur ist breit gefächert. Während gerade kleinere Handwerker argwöhnen, dass die Öffnung zu Verwerfungen auf den einheimischen Märkten führen wird, sehen die Mittelständler, dass sie durchaus auch Chancen auf dem nun wesentlich größeren Marktraum haben und diese nutzen wollen.

Im Folgenden werden wichtige handwerksrelevante Märkte ausführlich dargestellt:

- Metallhandwerk,
- Gesundheitshandwerk,
- Nahrungsmittelhandwerk,
- Kfz-Handwerk,
- Bau- und Ausbaugewerbe.

2. Metallhandwerk

Die Metallbearbeitung hat in Tschechien eine hohe Bedeutung und vor allem eine langjährige Tradition. In der Betrachtung des Metallsektors wird das Hauptaugenmerk auf die Struktur der Unternehmen gerichtet: Welche Sektoren sind in besonderer Weise ausgeprägt und wie sind die Strukturen im Handelsbereich?

¹ Die vorgestellten handwerksrelevanten Märkte stellen nur in einer kurzen und komprimierten Form die Situation der Handwerksbereiche dar. Für das Bau- und das Kraftfahrzeughandwerk wurde dazu von Bayern Handwerk International GmbH im Auftrag der Handwerkskammer für Oberfranken und der Handwerkskammer Niederbayern.Oberpfalz ausführliche Marktstudien erstellt. Für das Gesundheitshandwerk hat die Firma WebTrade CZ s.r.o. im Auftrag der Handwerkskammer für Oberfranken eine Studie erstellt.

Ein weiterer interessanter Gesichtspunkt ist vor dem Hintergrund von grenzüberschreitenden Kooperationen die Kooperationsfähigkeit bzw. die Kooperationsbereitschaft kleinerer, mittlerer und großer Betriebe.

Als Abschluss dazu ist ein Blick auf die regionale Struktur gerichtet, die ebenfalls eine nicht geringe Aussagekraft für zukünftige Kooperationen und Niederlassungsgründungen beinhaltet, insbesondere dabei die vorhandene Infrastruktur mit baulichen Anlagen und dem Potenzial an Facharbeitern.

2.1 Unternehmensstruktur – Gliederung nach Sektoren

Die Be- oder Verarbeitung von Metall, ob Industrie oder Handwerk, hat in Tschechien einen hohen Stellenwert. Zur Metallindustrie gehören weitgehend Unternehmen aus dem Maschinen- und Werkzeugbau und zunehmend Zulieferbetriebe für die rasant wachsende Fahrzeugindustrie (sh. Branchenspezial Fahrzeugmarkt Tschechien).

Tabelle 1: **Metallbetriebe in der Tschechischen Republik**

	Anzahl		%
Rohstoffbearbeitung	109		2,7%
Produzierende Betriebe	2226		55,7%
davon			
Metallbearbeitung		407	10,2%
Maschinen- und		936	23,4%
Rohstoffbearbeitung		53	1,3%
Hersteller und		828	20,7%
Veredelungsbetriebe			
Dienstleistungsbetriebe	655		16,4%
Großhandel	274		6,9%
davon			
Nichteisenmetalle		8	0,2%
Stahl		17	0,4%
Metalleisenteile		20	0,5%
Maschinen und Werkzeuge		79	2,0%
Sonstige Metallprodukte		150	3,8%
Einzelhandel	729		18,3%
davon			
Metalleinterteile		57	1,4%
Maschinen und Werkzeuge		100	2,5%
Rohstoffe		140	3,5%
Sonstige Metallprodukte		332	8,3%
SUMME	3993		100,0%

Das Metallhandwerk dagegen ist eher auf die regionale Versorgung ausgerichtet. Nach einer vorsichtigen Schätzung haben ca. 30.000 Personen einen Gewerbeschein für ein Metallhandwerk. Davon ist aber nur ein geringer Teil wirklich selbstständig tätig. Nach einer von Bayern Handwerk International GmbH auf der Grundlage des Verzeichnisses "Seznam" durchgeführten Recherche sind etwa 3.000 Betriebe (Industrie und Handwerk) sowie ca. 1.000 Handelsunternehmen dem Metallsektor zugehörig. Der Großteil der Unternehmen gehört zum produzierenden Sektor, hauptsächlich aus dem Maschinen- und Werkzeugbau und Veredelungsbetriebe.

2.2 Unternehmensstruktur – Gliederung nach Regionen

Die Metallbearbeitung ist flächendeckend in der ganzen Region vertreten. Schwerpunkte sind dabei die Stadt Prag mit Mittelböhmen und die ehemaligen Industrieregionen in Mähren.

2.3 Die Metallhandwerke

Nach dem tschechischen Gewerbegesetz gehören den "handwerklichen Gewerben" an:

- Schmiedehandwerk,
- Schlosserei,
- Werkzeugbau,
- Metallbearbeitung,
- Galvanisieren,
- Emaillieren,
- Gießereien,
- Modellbau.

Eine klare Trennung nach der Gewerbeart ist mit Ausnahme der "Spezialberufe", wie Galvaniseure, Emaillierer, Gießer oder Modellbauer aber nicht nachvollziehbar. Für den Außenstehenden transparenter ist die Firmierung der Betriebe unter folgenden Begriffen:

- Kovoabrebeni (Metallbearbeitung)

Unter diesem Begriff firmieren im weitesten Sinne Unternehmen mit spanabhebender Bearbeitung, wie Drehen, Fräsen, Bohren etc. Im Wesentlichen sind dies der Maschinen- und Werkzeugbau sowie Veredelungsbetriebe.

- Kovovyroba (Metallverarbeitung)

Hierunter versteht man allgemeine Tätigkeiten der Verarbeitung von Metallen, von einfachen Biegearbeiten bis hin zu Schlosser- und Schweißarbeiten sowie auch einfacher Werkzeugbau.

Der Begriff "Kovovyroba" ist kein Handwerk im gewerberechtlchen Sinn, eher eine Ansammlung handwerklicher Leistungen des Metallsektors und entstammt noch der „Vorwendezeit“, in der diese Unternehmen einen höheren Stellenwert hatten als eine einfache Schlosserwerkstatt (Zamecnictvy).

- Zamecnictvy (Schlosserei)

Unter diesem Begriff firmieren kleine Schlossereien, die der regionalen Versorgung dienen. Die größeren Unternehmen dieser Branche sehen sich mehr der oben genannten Metallbearbeitung zugehörig.

- Kovomontage (Stahlbau)

Die Kovomontage ist gewerberechtlich Bestandteil des Schlosserhandwerks, also kein eigenständiges Handwerk und, wie der Name bereits aussagt, mehr auf den konstruktiven Metallbau ausgerichtet.

Das Unternehmensspektrum ist geprägt von einer Vielzahl von Klein- und Kleinstbetrieben als regionale Versorger, von deutlich wenigeren, aber qualitativ hochwertigeren Mittelstandsbetrieben und einigen wenigen Großunternehmen.

2.4 Unternehmenscharakteristika

Klein- und Kleinstbetriebe

Die Klein- und Kleinstbetriebe sind "Mädchen für alles". Sie sind Schmied, Schlosser und Reparatere für alle Bereiche von der Heizung bis zum Blechdach, ihr großer Vorteil ist ihr umfassendes handwerkliches Können, mit dem sie häufig ihre in der Regel veraltete Betriebsausstattung kompensieren. Neuinvestitionen sind meist nicht finanzierbar, bei den Banken und Kreditinstituten sind die Klein- und Kleinstbetriebe weitgehend unbekannte Größen.

Auf der Basis dieser Charakteristik sind sie für Auslandsaufträge nur in bedingtem Umfang geeignet, und wenn, dann werden sie in erster Linie nur für einfache handwerkliche Arbeiten eingesetzt. Dabei spricht für diese Betriebe, dass sich größere tschechische Unternehmen für solche Arbeiten nicht interessieren und in diesem Bereich auch das Preis-Leistungsverhältnis stimmt. Für 300 bis 400 Kronen/Stunde, also ca. 10 bis 13 EUR, kann kein gut ausgerüstetes Unternehmen wirtschaftlich arbeiten. Zur erfolgreichen Abwicklung solcher Aufträge stellen häufig die Auftraggeber Ausrüstungsgegenstände bereit und finanzieren die Aufträge zum Teil vor.

Mittelstandsbetriebe

Die Mittelstandsbetriebe sind hauptsächlich Unternehmen aus den Bereichen Maschinen- und Werkzeugbau, spanabhebende Metallbearbeitung und Schweißkonstruktionen. Ihre Ausrüstung ist professioneller, von konventioneller Technik bis hin zu CNC-gesteuerten Maschinen.

Die bestausgestatteten Unternehmen sind häufig Unternehmen mit ausländischem Kapital (Joint Venture) oder Unternehmen, die im Rahmen von Kooperationsvereinbarungen mit ausländischen Partnern finanziell unterstützt werden.

Als Kooperationspartner sind diese Unternehmen gut geeignet. Ein weiterer Vorteil ist auch deren bessere Kommunikationsfähigkeit. Durch ihr Wissen und ihre Ausstattung sind sie jederzeit fähig, qualitativ für gleich geartete ausländische Unternehmen Exportaufträge abzuwickeln.

Das Preis-Leistungsverhältnis ist entsprechend der Betriebsausstattung auf einem wesentlich höheren Niveau als bei Kleinbetrieben angesiedelt und bewegt sich zwischen 15 EUR/Stunde für mehr manuelle Tätigkeiten, z.B. Erstellung von Schweißkonstruktionen, und 60 EUR und mehr bei Einsatz von CNC-Technik.

Großbetriebe

Großunternehmen sind hauptsächlich Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau. Ein Problem ist die Kommunikation mit diesen Betrieben. Der Verwaltungsapparat erinnert manchmal noch an sozialistische Zeiten; an wirklich kompetente Ansprechpartner ist nur schwerlich heranzukommen. Die Entscheidungskompetenz ist häufig sehr nebulös. Dazu kommt, dass der Apparat viel Geld kostet und sich dies auf das Preis-Leistungsverhältnis negativ auswirkt. Gesamtwirtschaftlich betrachtet sind diese Unternehmen auf dem absteigenden Ast. Ohne staatliche Unterstützung wären viele von ihnen mehr oder weniger konkursreif.

Groß- und Einzelhandel

Die Struktur des Groß- und Einzelhandels ist gekennzeichnet von einem ständigen Schwund von Einzelhändlern und einer wachsenden Konzentration des Marktes.

3. Gesundheitshandwerk

3.1 Das Gesundheitswesen im Transformationsprozess

Bis zur Wende im Jahr 1989 war das Gesundheitswesen² in Tschechien ausnahmslos staatlich organisiert. Es gab nur eine staatliche Krankenkasse, die "Zdravotni pojistovna", die ärztliche Versorgung, die Bereitstellung der Hilfsmittel und die handwerklichen Dienstleistungen wurden zentral in staatlichen Kliniken vereinigt. Dazu gab es praktische Ärzte, die in jedem Ort, jeder Stadt bzw. in größeren Städten in jedem Stadtteil unselbstständige Ordinationen im Auftrag des Staates geführt haben. Jeder Bürger musste diesen praktischen Arzt in seinem Stadtteil aufsuchen; eine freie Arztwahl war nicht möglich. Die Fachärzte waren in Polikliniken angestellt.

Das alles hat sich nach dem Zusammenbruch des sozialistischen Systems grundlegend geändert. Viele praktische Ärzte und Fachärzte sind heute selbstständig, dergleichen die Anbieter von Hilfsmitteln und auch die Gesundheitshandwerker. Die freie Arztwahl ist nur noch insoweit eingeschränkt, dass sie nur periodisch jährlich möglich ist und beim Arztwechsel die jeweils zuständige Krankenkasse informiert werden muss.

Auch das Kassenwesen hat sich verändert, jedoch in einem weit geringerem Umfang. Aus der einzigen Krankenkasse "Zdravotni pojistovna" hat sich die "vseobecna zdravotni pojistovna", vergleichbar der AOK in Deutschland, entwickelt. Mit einem Anteil von fast 7 Mio. und damit zwei Drittel aller Versicherten dominiert sie mit weitem Abstand das Kassenwesen. Daneben sind noch weitere acht Krankenkassen zugelassen, die jedoch weitgehend berufsständisch organisiert sind. Der Zutritt zu diesen Kassen ist jedem Bürger gestattet, auch wenn er der jeweiligen Berufsgruppe nicht angehört. Die Mindestmitgliedschaft ist auf ein Jahr begrenzt, die Kündigung nur zu einem Quartalsende möglich.

Gegenüber dem deutschen Gesundheitssystem ist als wesentlicher Unterschied nur noch zu erkennen, dass die tschechischen Krankenkassen an chronischer Finanzknappheit leiden und die Zuzahlungen insbesondere für Hilfsmittel nur den absoluten Mindeststandard abdecken. Die Besserverdienenden verzichten auf diese "Almosen"; sie kaufen das, was sie für richtig und notwendig erachten und zahlen aus der eigenen Tasche. Das Angebot ist da. Es reicht von der Armanibrille bis zur computergesteuerten Beinprothese "C-Leg" vom deutschen Unternehmen Otto Bock. Dies gilt aber nur für vorwiegend industriell hergestellte Hilfsmittel, handwerklich herge-

² Einen detaillierten Überblick über das Gesundheitswesen mit allen Marktzugangsbestimmungen und Analysen gibt die Marktstudie "Handwerkliche Gesundheitsdienstleistungen in Tschechien", die im Auftrag der Handwerkskammer für Oberfranken erstellt wurde (vgl. den Beitrag von R. Beck in diesem Band).

stellte hochwertige Erzeugnisse, z.B. orthopädische Maßschuhe nach deutschen Qualitätsmaßstäben, sind dort nicht oder nur selten zu erhalten.

3.2 Unternehmensstruktur

In einer statistischen Betrachtung des gesamten tschechischen Gesundheitswesens nach Branchen und Regionen wird deutlich, dass der Gesundheitsbereich weitgehend von Praxen (Ordinationen) dominiert wird. Nahezu die Hälfte aller registrierten "Unternehmen" und Institutionen sind Arztpraxen. Sehr stark vertreten sind auch Einzelhandelsgeschäfte. Dies sind in der Mehrzahl Apotheken, aber auch viele Handelsgeschäfte mit medizinischen Hilfsmitteln.

Handwerker oder Produzenten stellen nur einen Anteil von ca. 2 % am Gesundheitsmarkt dar. Schließt man auch einen Teil der als "Sonstige Dienstleistungen" bezeichneten Unternehmen ein, wie z.B. die freien Gewerbe im Gesundheitswesen, und andere im weitesten Sinne dem Handwerk verwandte Tätigkeiten, wird der Anteil sicher höher einzuschätzen sein.

Tabelle 2: **Gesundheitswesen**

Gesundheitswesen	
Produzenten und Handwerke	156
Ordinationen	4.006
Sonstige Dienstleistungen	1.801
Einzelhandel	2.709
	<hr/>
	8.672

3.3 Die einzelnen Gesundheitshandwerke

Im Gegensatz zu den in Deutschland dem Handwerk zugehörigen Gesundheitsberufen, wie Augenoptik, Hörgeräteakustik, Zahntechnik, Orthopädiemechanik und Orthopädienschuhmacher sind die Gesundheitsberufe in Tschechien nach dem Gewerbegesetz in handwerkliche, in gebundene Gewerbe und in freie Berufe gegliedert.

Handwerkliche Gewerbe:

- *Orthopädieschuhmacher*

Allein der Orthopädieschuhmacher mit der tschechischen Bezeichnung "Applikation, Herstellung und Reparaturen von orthopädischen Schuhen" ist im Sinne des Gewerbegesetzes ein "handwerkliches Gewerbe". Zum Betreiben dieses Handwerks ist lediglich eine abgeschlossene Berufsausbildung und eine dreijährige Fachpraxis erforderlich.

EU-Bürger, die dieses Handwerk in Tschechien ausüben wollen, müssen eine der folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- 6 Jahre unabhängige oder leitende Funktion oder
- 3 Jahre unabhängige Tätigkeit oder leitende Funktion und Fachausbildung oder
- 3 Jahre unabhängige Tätigkeit (Unternehmereigenschaft) und 5 Jahre Beschäftigung oder
- 5 Jahre leitende Funktion und Fachausbildung

Eine unabhängige Tätigkeit ist die *Unternehmereigenschaft*; eine leitende Funktion entspricht dem Betriebsleiterprinzip. Die Beschäftigung muss zwingend in einem Orthopädieschuhmacherbetrieb nachgewiesen werden.

Gebundene Gewerbe:

- *Augenoptik (ocni optik)*

Das Augenoptikerhandwerk ist nach tschechischem Gewerberecht ein sog. "gebundenes Gewerbe". Zur Ausübung eines gebundenen Gewerbes ist eine höhere Qualifikation als beim handwerklichen Gewerbe nachzuweisen. Im Bereich Augenoptik das

- Fachabitur oder ein Studium im Fach Optiker – Optimetrist.

EU-Bürger, die dieses Handwerk in Tschechien ausüben wollen, brauchen dafür eine Anerkennung der im Heimatland erworbenen Qualifikation durch das Industrie- und Handelsministerium in Prag.

- *Orthopädiemechaniker (protektik)*

Das Orthopädiemechanikerhandwerk mit der tschechischen Bezeichnung "Applikation, Herstellung und Reparaturen von Prothesen, Rumpforthesen, Gliederorthesen und weichen Bandagen" ist ebenfalls ein sog. "gebundenes Gewerbe". Zur Ausübung ist vorgeschrieben:

- Fachabitur und 3 Jahre Fachpraxis

EU-Bürger müssen dafür eine der folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- 6 Jahre unabhängige Tätigkeit oder leitende Funktion oder
- 3 Jahre unabhängige Tätigkeit oder leitende Funktion und Fachausbildung oder
- 3 Jahre unabhängige Tätigkeit und 5 Jahre Beschäftigung oder
- 5 Jahre leitende Tätigkeit und Fachausbildung

Freie Gewerbe im Gesundheitswesen:

Neben den Gesundheitshandwerkern nach dem Gewerbegesetz existieren in Tschechien auch sog. "freie Gewerbe" im Gesundheitswesen. Sie sind gesetzlich als "nichtärztliche Gesundheitsberufe" geregelt. Diese Tätigkeiten können in einer nicht-staatlich errichteten gesundheitlichen Einrichtung ausgeübt werden. Zu diesen freien Gewerben gehören:

- *Zahntechniker (zubni technik)*

Das Zahntechnikerhandwerk ist in Tschechien ein freier Beruf im Gesundheitswesen mit staatlicher Lizenz. Zur Ausübung ist folgende Qualifikation vorgeschrieben:

- Fachabitur als Zahntechniker oder Zahnlaborant und 3 Jahre Fachpraxis oder
- Studium im Fach Zahntechnik

EU-Bürger, die dieses Handwerk in Tschechien ausüben wollen, brauchen dafür eine Anerkennung der im Heimatland erworbenen Qualifikation durch das Industrie- und Handelsministerium in Prag.

Dieses Handwerk wird in Tschechien von Zahntechniklabors wie auch von Zahnärzten selbst ausgeführt.

- *Hörgeräteakustiker (foniatr)*

Auch der Hörgeräteakustiker ist ein freier Beruf im Gesundheitswesen mit staatlicher Lizenz. In der Regel wird diese Tätigkeit direkt von HNO-Ärzten in seiner Gesamtheit diagnostiziert und auch ausgeführt. Eine Ausnahme stellt die Herstellung von Hilfsmitteln und Apparaten dar, die als freies Gewerbe betrieben werden kann. Dies ist aber nur in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Hörgeräteakustik-Handwerk zu sehen. Neben diesen in Deutschland klassischen Handwerken gibt es noch eine Anzahl weiterer freier Berufe.

3.4 Die Struktur der Krankenkassen

In Tschechien sind neun Krankenkassen zugelassen. Die mit Abstand größte Kasse ist die "Vseobecna zdravotni pojistovna", daneben die acht weitgehend berufsständisch ausgerichteten Kassen, die aber für jedermann zugänglich sind.

Wenn ein Gesundheitshandwerker seine Leistungen mit einer Krankenkasse abrechnen will, muss er eine Zulassung beantragen bzw. einen Vertrag schließen. Die Kasse unterliegt aber keiner Verpflichtung, diese Zulassung zu erteilen. Dazu existiert keine gesetzliche Grundlage. Für Ausländer ist die Zulassung problematisch. Nach Aussage von Verantwortlichen der "Vseobecna zdravotni pojistovna" gibt es sogar eine Empfehlung des Gesundheitsministeriums, dass keine neuen Verträge abgeschlossen werden sollen, dass genug Anbieter auf dem Markt seien und derzeit auch kein Interesse an neuen Lieferanten bestehe. Dies ist zweifelsfrei eine diskriminierende Maßnahme gegenüber ausländischen Anbietern.

Den Hauptanteil der Kosten der tschechischen Krankenkassen bilden die Ausgaben für Krankenhäuser und Pflegeheime mit ca. 48 % sowie die Ausgaben für Arzneimittel mit ca. 25 % des gesamten Budgets. Alle anderen Bereiche verursachen dagegen nur einen relativ geringen Anteil.

4. Nahrungsmittelhandwerke

Der Nahrungsmittelmarkt in Tschechien ist anders strukturiert als in Deutschland. Die vor 1989 in Tschechien marktführenden Großunternehmen (Kombinate) beherrschen auch heute noch die Branche. Die Preise der landwirtschaftlichen Erzeugerbetriebe sind den Preisen in Deutschland vergleichbar, zum Teil sogar höher. Dagegen liegen die Verkaufspreise durch die viel rationellere Produktion der Großerzeuger aber auf so niedrigem Niveau, dass die meisten neu gegründeten Handwerksbetriebe wieder aufgegeben haben.

Nur einige wenige davon haben es geschafft zu überleben, wie das Beispiel Schneider-group a.s zeigt: Der Betrieb hat sich in knapp 15 Jahren von einem kleinen Handwerksbetrieb zum zweitgrößten Fleischerzeuger Tschechiens mit einem Umsatz von über 1,7 Mrd. CZK (ca. 55 Mio. EUR) entwickelt.

Schneider ist aber ein absoluter Ausnahmefall. Der Rest der Nahrungsmittelhandwerker arbeitet heute als Filialleiter in den unzähligen Filialen der Groß-Fleisch- und Backwarenunternehmen auf der Basis eines Gewerbescheines. Allein die Schneider-group a.s. hat im ganzen Land ein Netz von über 120 Filialen. So erklärt sich auch die Zahl von über 5.000 Handwerksbetrieben.

Tabelle 3: **Nahrungsmittel**

Nahrungsmittel - Gliederung nach Branchen	
Rohmaterial	68
Produktion	3.828
Gaststätten	10.605
Handwerke	5.358
Großhandel	403
Einzelhandel	1.059
	21.321

Insgesamt sind nach Datenerhebung der BHI etwas über 21.000 Betriebe in Tschechien angesiedelt, die im weitesten Sinn mit Nahrungsmitteln zu tun haben. Davon sind allein über 10.000 Gaststätten (Bier- und Weinstuben) und über 3.800 so genannte Produktionsbetriebe, die aber mehr der Landwirtschaft zuzurechnen sind. Dazu kommen noch ca. 1.500 Groß- und Einzelhandelsbetriebe.

Regional betrachtet sind in jeder Großregion einige wenige Großerzeuger, z.B. in der Fleischerzeugung so genannte Masokombinate, angesiedelt. Den regionalen Markt bedienen flächendeckend die Filial- und Einzelhandelsbetriebe. Die Handwerker wurden dabei systematisch vom Markt gedrängt.

5. Kraftfahrzeughandwerk

Wie in kaum einem anderen Wirtschaftsbereich hat sich in Tschechien im Fahrzeugsektor ein gravierender Wandel vollzogen. In nur 16 Jahren nach dem Fall des "Eisernen Vorhangs" ist dort mit dem Automobilbau und der Autozulieferindustrie eine Unternehmenskonzentration entstanden, die ihresgleichen nur in den hoch entwickelten Industriestaaten sucht. Daneben hat sich in gleichem Maße ein Netz von Kraftfahrzeug-Werkstätten und Händlern gebildet.³

³ Um eine umfassende Information über den tschechischen Fahrzeugmarkt zu erhalten, hat die Handwerkskammer Niederbayern.Oberpfalz im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie eine Marktstudie ausgeschrieben. Den Zuschlag hat Bayern Handwerk International GmbH erhalten und die Studie erstellt.

Der Wandel betrifft aber auch in zunehmendem Maße das Kfz-Gewerbe in Deutschland und stellt für diese eine besondere Herausforderung dar. Mit der Öffnung nach Osten erfuhr zunächst der PKW-Handel im unteren Preissegment einen deutlichen Aufschwung. Der Nachholbedarf bei den tschechischen Nachbarn wurde zu großen Teilen mit Verkäufen aus Deutschland abgedeckt.

In den Folgejahren wurden die tschechischen Nachbarregionen zunehmend als Reparaturmarkt attraktiv. Insbesondere arbeitszeitintensive und damit lohnintensive Reparaturarbeiten verlagerten sich immer mehr auf tschechische Betriebe. Zunächst betraf dies vor allem einfache Instandsetzungsarbeiten; inzwischen verringern sich aber die Qualitätsunterschiede. Die tschechischen Betriebe haben kräftig aufgeholt und sind in vielen Bereichen den deutschen ebenbürtig. Neue Strategien bei Handel und Reparaturen sind also notwendig.

Die nachstehende Branchenanalyse gibt in komprimierter Form einen Überblick über die Inhalte, insbesondere dabei über:

- das Fahrzeuggewerbe – Fahrzeugproduktion, Handwerk, Handel und Industrie und
- den Fahrzeugmarkt – Bestand, Altersstruktur, Hersteller, Importe, Modelle und Fahrzeugklassen.

5.1 Die Fahrzeugproduktion

Die Tschechische Republik hat sich zusammen mit der angrenzenden Westslowakei zu einem überragenden Zentrum des Automobilbaus in Europa entwickelt.

Mit der Privatisierung der Skoda-Werke in Mlada Boleslav und dem damit erfolgten Einstieg der VW AG wurde dazu der Grundstein gelegt. Seit dem Jahr 2005 ist mit dem Konsortium TPCA (Toyota-Peugeot-Citroen-Automobile) in Kolin östlich von Prag ein weiterer Großanbieter auf dem Markt. Zudem wird Hyundai ein Werk in der Nähe von Ostrava (Ostrau) errichten. Die voraussichtliche Kapazität dieser Werke dürfte bis 2009 über 1 Mio. Fahrzeuge erreichen. Inklusive der in der Westslowakei bereits errichteten und geplanten Produktion werden zukünftig jährlich 2 Mio. Fahrzeuge aus der Region vom Band laufen.

Auf die Einwohnerzahl umgerechnet dürften dann in Tschechien 104 PKW je 1000 Einwohner, in der Slowakei sogar 152 PKW je 1000 Einwohner produziert werden. Zum Vergleich: Im Autoland Deutschland sind dies "nur" 63.

Tabelle 4: **Entwicklung der Automobilproduktion in Tschechien in Mrd. EUR**

Jahr	Wert		Zuwachs
	Mrd. KC	Mrd. EUR	
1997	160	5,52	41,0%
1998	187	6,45	17,0%
1999	219	7,55	17,4%
2000	272	9,38	24,4%
2001	305	10,52	11,7%
2002	326	11,24	7,1%
2003	384	13,24	6,7%
2004	385	13,28	10,7%

5.2 Standorte der PKW-Produktion in Tschechien

Die Skoda-Werke in Mlada Boleslav

Nicht in den Pilsner Skoda-Werken werden die Skoda-Autos produziert, sondern im etwa 50 km nordöstlich von Prag gelegenen Mlada Boleslav. Der Name Skoda entstammt der Fusion beider Werke 1925, die jedoch bereits 1930 wieder getrennt wurden.

Mit der 1990 erfolgten Kooperation mit dem deutschen VW-Konzern und der später erfolgten kompletten Übernahme ist mit den Skoda-Werken Tschechiens größter Industriekonzern entstanden.

Die Skoda-Automobile haben sich zu einem weltweit angesehenen Produkt entwickelt. Im Jahr 2005 wurden erstmals 520.000 Fahrzeuge gebaut, dazu rollte seit dem Einstieg von VW am 01. November 2005 das fünfmillionste Fahrzeug, ein Octavia, vom Band.

Projekt TPCA in Kolin

Seit dem Jahr 2001 hat Toyota gemeinsam mit dem französischen PSA-Konzern das Projekt TPCA in Kolin entwickelt. Beide Unternehmen sind jeweils zu 50 % daran beteiligt.

Produktionsbeginn der "flotten 3" (Toyota Aygo, Peugeot 107, Citroen C1) in Kolin war Anfang Februar 2005. Insgesamt sollen pro Jahr 300.000 Fahrzeuge vom Band rollen, allesamt dem Kleinwagensegment, in der Preisklasse unter 10.000 EUR zugehörig. 92 % der Teile der drei Fahrzeuge sind baugleich, Unterschiede sind nur im Design erkennbar. Die Fertigung leitet Toyota. PSA hat die Verantwortung für den Einkauf. Die Investitionen von ca. 1,5 Mio. EUR für die Entwicklung und den Bau wurden paritätisch geteilt.

Projekt Hyundai in Ostrava

Nach langwierigen Schwierigkeiten beim Grundstückserwerb scheint das Vorhaben nun realisiert werden zu können.

Hyundai wird ein Automobilwerk mit einer geplanten Kapazität von ca. 300.000 Fahrzeugen errichten. Über die dort produzierten Modelle gibt es derzeit noch keine Angaben.

5.3 Fahrzeughandwerk und -handel

Fahrzeughändler (Autobazar)

Es gibt nur eine grobe Schätzung, wie viele Anbieter sich auf dem tschechischen Markt befinden. Zur Anmeldung eines Fahrzeughandels genügt ein Gewerbeschein ohne besondere Qualitätsanforderung. Eine Vielzahl dieser Gewerbescheininhaber betreibt das Gewerbe nur sporadisch und im Nebenerwerb.

Etwas konkreter ist die Zahl derer, die ein offizielles Betriebsgelände hat, einen sog. "Autobazar". Man schätzt ihre Zahl auf 7.000 in der ganzen Republik – ihr Geschäft ist der Verkauf von Gebrauchtfahrzeugen.

Der größte von allen ist die Autohandelsaktiengesellschaft "AAA Auto a.s". mit Hauptsitz in Prag-Cimice und flächendeckend in der ganzen Republik vertreten. Mit 50.000 verkauften Fahrzeugen pro Jahr, 1.700 Mitarbeitern, 25.000 Kunden und einer Gesamtverkaufsfläche von über 67.000 m² gehört diese Handelsgesellschaft zu den größten in Europa.

Charakteristisch für den Gebrauchtwagenmarkt sind aber die vielen kleinen Anbieter, auf den Durchgangsstraßen in jedem größeren Dorf schon von weitem an den "Fähnchen" um ihren Fahrzeugpark zu erkennen. Bestückt ist dieser Fahrzeugpark

hauptsächlich mit Kommissionsware, sowohl von Privatpersonen als auch von Werkstattbetrieben, die auf diese Weise ihre Fahrzeuge in der Region streuen.

Reparaturwerkstätten (Autoservis)

Die tschechischen Reparaturwerkstätten sind zum Teil recht gut ausgestattet. Ein erheblicher Anteil von ihnen importiert auch Fahrzeuge (in der Regel gebrauchte) aus dem Ausland oder führt im Auftrag ausländischer Kooperationspartner Reparaturen durch. Der Schwerpunkt der Reparaturleistungen liegt in der Karosserie-Spenglerei für stark verunfallte Fahrzeuge, deren Reparatur in Deutschland oder anderen westlichen Ländern aus Kostengründen nicht mehr möglich ist.

Die größeren Markenwerkstätten sind mehr auf das Neuwagengeschäft und die daraus resultierenden Reparaturaufträge und Gebrauchtwagen im Inland ausgerichtet. Ihr Vorteil ist, dass sie über ihre "Fahrzeugmarke" bereits über ein übersichtliches, landweites und länderübergreifendes Netz verfügen.

Markenhändler und Markenwerkstätten

Neben den Reparaturwerkstätten ist in Tschechien flächendeckend der gesamte internationale Fahrzeugsektor mit Markenhändlern und Markenreparaturwerkstätten als autorisierte und nicht autorisierte Unternehmen vertreten.

Nach der in der Kfz-Studie durchgeführten Recherche gibt es in Tschechien ca. 500 autorisierte Betriebe. Den größten Anteil davon stellen Skoda-Werkstätten. Überdurchschnittlich stark vertreten sind die französischen Hersteller, die in ihrer Gesamtheit ebenfalls über 100 Mal auf dem tschechischen Markt präsent sind. Deutsche Hersteller sind entsprechend ihrer Verkaufszahlen in den gehobenen Marktsegmenten nur gering vertreten.

Neben diesen ca. 500 autorisierten Unternehmen existieren dazu noch eine ähnliche Anzahl nicht autorisierter Unternehmen, die verschiedene Marken anbieten und reparieren.

Tabelle 5: **Entwicklung des Fahrzeugbestands**

Kategorie	Anzahl
PKW	4.083.812
Nutzfahrzeuge	528.684
Busse	20.856
Krafträder	782.269
Sonstige	947.342
Gesamt	6.362.963

In Tschechien waren im Jahr 1960 nur 238.000 PKW zugelassen. Bis 1970 steig diese Zahl bereits auf 685.000, und 15 Jahre danach waren es schon 2 Millionen. Nach einem weiteren kräftigen Anstieg bis Ende der 90er stagnierte der Markt. Seit Anfang 2000 ist wieder ein moderates Wachstum zu verzeichnen.

Der Zuwachs beschränkt sich jedoch weitgehend auf Gebrauchtfahrzeuge. Im Neuwagensektor gibt es kaum positive Impulse. Dies wirkt sich auch negativ auf die Altersstruktur aus.

Tabelle 6: **Altersstruktur**

PKW/Alter	Anzahl	Prozent
bis 2 J.	273.814	7%
2-5 J.	453.883	12%
5-10 J.	1.047.994	27%
10-15 J.	734.338	19%
über 15 J.	1.396.023	36%
Gesamt	3.906.052	100%

5.4 Fahrzeugimporte und inländische Produktion

Tabelle 7 zeigt in eindrucksvoller Weise, welchen Stellenwert Importfahrzeuge, und dabei in erster Linie Gebrauchtfahrzeuge, einnehmen.

Tabelle 7: **Importfahrzeuge / Gebrauchtfahrzeuge**

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Inländische Produktion:	94.151 31%	78.462 30%	78.723 26%	92.243 38%	88.452 34%	75.465 27%	74.306 24%
Import: Neue	77.559 26%	62.848 24%	73.724 25%	69.995 29%	69.440 27%	78.190 28%	88.847 29%
Import: Gebrauchte	129.926 43%	118.555 46%	145.398 49%	82.490 34%	99.138 39%	130.660 46%	142.883 47%
Summe Import:	207.485 69%	181.403 70%	219.122 74%	152.485 62%	168.578 66%	208.850 73%	231.730 76%
Gesamt	301.636	259.865	297.845	244.728	257.030	284.315	306.036

5.5 Marktanteile - PKW

Skoda-Automobile sind der unangefochtene Marktführer bei PKW-Neufahrzeugen, wenngleich ihr Anteil am Gesamtmarkt kontinuierlich abnimmt. Waren bis zum Jahr 2002 noch über die Hälfte der Fahrzeuge Skoda-Autos, sind es im Jahr 2005 "nur" noch 45 %.

Tabelle 8: **Fahrzeugmodelle**

	Modell	2004	2005
1	Skoda Fabia	43.589	36.258
2	Skoda Octavia	18.322	17.500
3	Renault Thalia	1.976	3.738
4	Hyundai Getz	2.545	2.901
5	Peugeot 206	3.690	2.862
6	Dacia Logan		2.542
7	Skoda Superb	2.589	2.476
8	Volkswagen Polo	1.908	2.012
9	Volkswagen Golf	3.866	1.937
10	Opel Astra	1.861	1.917
11	Toyota Yaris	2.098	1.879
12	Citroen C3	1.722	1.827
13	Ford Fiesta	2.254	1.602
14	Ford Focus	1.882	1.561
15	Volkswagen Passat	1.574	1.689

Eine spiegelbildliche Situation wie der Herstellersektor zeigt die Aufstellung der TOP-Modelle. Die Skoda-Fahrzeuge verlieren Marktanteile. Insgesamt betrachtet liegen jedoch die ausländischen Neufahrzeuge noch weit hinter den Skoda-Autos Fabia, Octavia und Superb zurück.

Tabelle 9: **Fahrzeugklassen**

Klasse	Anteil
Minis	3,99%
Kleinwagen	48,43%
Untere Mittelklasse	15,99%
Mittelklasse	19,12%
Obere Mittelklasse	3,26%
Geländefahrzeuge	0,59%
Luxusautos	0,31%
Sportwagen	1,92%
Vans	4,54%
Sonstige	1,85%

6. Bau

6.1 Betriebsstruktur

Das Bau- und Ausbaugewerbe hat sich in Tschechien neben der Fahrzeugindustrie zum zweitgrößten Wirtschaftszweig entwickelt. Nach anfänglicher Zurückhaltung wird dieser Sektor zunehmend auch für das deutsche Bau- und Ausbauhandwerk attraktiv. Insbesondere deutsche Industrieunternehmen, Banken und Versicherungen zeigen Interesse, auch deutsche Handwerksunternehmen, die ihre Qualitätsstandards und Terminvorgaben erfüllen, mit ins Ausland zu nehmen.⁴

In Tschechien sind insgesamt 2247 Baubetriebe mit einer Zahl von 20 und mehr Beschäftigten registriert, Betriebe unter 20 Beschäftigte werden in Tschechien statistisch nicht erfasst. Der Großteil der Unternehmen hat seinen Sitz in der Hauptstadt Prag und im Umland von Prag (Mittelböhmen). Insgesamt sind dort 22 % aller Betriebe niedergelassen. Auffällig wenig Bauunternehmen sind in den Regionen Karlsbad, Pilsen und Budweis mit insgesamt nur 15 %. Noch größer wird der Unterschied, wenn man die Umsatzanteile dieser Region betrachtet. Während im Großraum Prag 42 % des gesamten Bauvolumens Tschechiens erwirtschaftet wird, sind es in den

⁴ Im Auftrag der Handwerkskammer für Oberfranken wurde von BHI zur Markteinstiegsinformation eine Marktstudie "Chancen für Bau- und Ausbauunternehmen aus den bayerischen Grenzregionen in Tschechien" erstellt.

Regionen Karlsbad, Pilsen und Budweis nur knapp 10%. Minimal ist in diesen Regionen auch der Auslandsumsatz mit nur ca. 3,5 Mio. EUR gegenüber 31 Mio. EUR im Raum Prag.

Tabelle 10: **Regionalstruktur**

	Anzahl Unternehmen	%	Umsatz Mio. EUR	%
Gesamt:	2.247	100 %	7.553	100 %
davon Bezirke:				
Prag- Stadt	310	13,8%	2.802	37,1 %
Prag- Land (Mittelböhmen)	184	8,2 %	370	4,9 %
Karlsbad	59	2,6 %	98	1,3 %
Pilsen	134	6 %	287	3,8 %
Budweis	144	6,4 %	340	4,5 %
Übrige	1.282	37 %	1.706	22,6 %

Umsatzentwicklung

Der Umsatz im Bau- und Ausbaugewerbe hat sich seit 2000 kontinuierlich erhöht. Besonders groß war die Steigerung in den letzten Jahren. Zuvor war im Jahr 1999 ein leichter Rückgang zu verzeichnen.

Tabelle 11: **Umsatz gesamt**

Jahr	Mrd. KC	Mrd. EUR	Zuwachs in %
1998	250	8,9	
1999	237	8,5	-5,2%
2000	259	9,3	9,3%
2001	296	10,6	14,3%
2002	311	11,1	5,1%
2003	346	12,4	11,3%
2004	394	14,1	13,9%
2005	425	15,2	7,9%

Der größte Teil des Umsatzes, nämlich fast ein Drittel, wird von den Kleinbetrieben bis 20 Beschäftigte erwirtschaftet. Aber auch die Großbetriebe mit mehr als 500 Beschäftigten tragen mit fast 27 % in starkem Ausmaß zum Umsatz im Baugewerbe bei.

Tabelle 12: Umsatzanteile nach Betriebsgröße

Unternehmensgröße	Anteil in %
0 - 19	31,3%
20 - 49	13,3%
50 - 99	10,5%
100 - 249	9,9%
250 - 499	8,1%
500 und mehr	26,9%

Über die Zahl der Beschäftigten und die Lohnstruktur sind nur Daten bis 2003 erhältlich, da danach diese Statistik nicht mehr weitergeführt worden ist. Es ist aber anhand eines langjährigen Trends anzunehmen, dass die Anzahl der Beschäftigten viel geringer wächst als das Umsatzvolumen. Dies ist ein klarer Hinweis auf die steigende Produktivität der tschechischen Bauunternehmen.

Tabelle 13:

	Tschechien		
	2003	2002	Veränderung
Anzahl Beschäftigte gesamt, davon:	153.804	151.999	+ 1,2 %
Arbeitnehmer produktiv	102.126	101.815	+ 0,3 %
Arbeitnehmer unproduktiv	51.678	50.184	+ 3,0 %
Arbeitslöhne gesamt in Mio. EUR, davon:	950	885	+ 7,3 %
Arbeitnehmer produktiv	519	492	+ 5,5 %
Arbeitnehmer unproduktiv	431	393	+9,7 %
Geleistete Arbeitsstunden gesamt, davon	267,4 Mio.	264,2 Mio.	+ 1,2 %
Arbeitnehmer produktiv	175,3 Mio.	174,3 Mio.	+ 0,6 %
Arbeitnehmer unproduktiv	92,1 Mio.	89,9 Mio.	+ 2,4 %
Durchschnittslöhne brutto pro Monat, davon	514 EUR	485 EUR	+ 6 %
Arbeitnehmer produktiv	423 EUR	402,5 EUR	+ 5,2 %

6.2 Struktur der Bauleistungen

Auf das gesamte Bauvolumen Tschechiens von über 15 Mrd. EUR im Jahr 2005 entfallen etwa ein Drittel auf sog. Joint Venture, also Baumaßnahmen von Unternehmen mit ausländischer Kapitalbeteiligung. Ein weiteres Drittel entfällt auf Baumaßnahmen der öffentlichen Hand, dabei in erster Linie Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur, wie der Ausbau der Straßen- und Schienennetze, Umweltschutzmaßnahmen sowie die Modernisierung und Erweiterung von Bildungseinrichtungen, wie Schulen oder Universitäten. Diese Maßnahmen sind erheblich mit Fördergeldern der EU unterstützt worden.

Nur ein Drittel des Bauvolumens ist auf die private inländische Nachfrage zurückzuführen, wobei sich hier seit dem Jahr 2003 eine deutliche Trendwende abgezeichnet hat. In den Jahren 2000 bis 2002 hatte dieser Sektor nur ein geringfügiges Wachstum bzw. eine stagnierende Entwicklung. In den letzten Jahren zeigten sich dabei erstmalig deutliche Wachstumstendenzen.

Tabelle 14: **Umsatzaufteilung nach Sektoren**

Neubau, Modernisierung und Rekonstruktion	72,7%
Reparatur und Instandhaltung	24,8%
Sonstige	1,1%
Ausland	1,4%

Den Hauptanteil am Bauvolumen beansprucht der Sektor **Neubau, Rekonstruktion und Modernisierung**, wobei dabei der Hochbausektor mit 60 % den etwas höheren Umsatzanteil gegenüber dem Tiefbausektor bildet.

Der Hochbau ist weitgehend bestimmt durch den Gewerbe- und Industriebau sowie den Wohnungsbau, während der Tiefbau stark durch Baumaßnahmen der öffentlichen Hand gestützt wird.

Weit weniger Impulse gehen vom Sektor **Reparaturen und Instandhaltung** aus. Besonders die Sanierung von Plattenbauten ist in den vergangenen Jahren noch nicht entscheidend in die Gänge gekommen.

Besonders auffällig ist der stetige Rückgang von Auslandsaufträgen, deren Anteil Mitte der 90er Jahre noch im zweistelligen Bereich angesiedelt war und die derzeit nur noch 1,4 % des Gesamtvolumens ausmachen. Dabei ist anzumerken, dass diese wenigen Auslandsumsätze durch Bauunternehmen aus dem Raum Prag erbracht wurden.

6.3 Struktur der Bauleistungen nach Sektoren

Die Marktstudie richtet das Hauptmerkmal auf folgende vier Sektoren:

- Gewerbe- und Industriebau,
- Sanierung und Rekonstruktion von Wohnhäusern und Plattenbauten,
- Baumaßnahmen der öffentlichen Hand,
- Wohnungsneu- und Siedlungsbau.

Der Gewerbe- und Industriebau

Dieser Sektor hat sich in den vergangenen 10 Jahren zu einem der bedeutendsten Wachstumsmotoren in Tschechien entwickelt. Einen erheblichen Anteil daran hatten in den vergangenen 10 Jahren Industrieunternehmen, Finanzdienstleister und große Handelsunternehmen, die weitgehend mit ausländischem Kapital ausgestattet sind. Der Anteil des Gewerbe- und Industriebaus wird auf knapp 40 % des gesamten Bauvolumens geschätzt und kann auch zukünftig eine ähnlich stabile Funktion einnehmen.

Gewerbegebiete

Die Bereitstellung und Entwicklung von Gewerbegebieten wird in Tschechien konsequent mit Direktzahlungen (für Straßen- und Kanalanbindungen) oder Übernahme von Kreditzinsen bis zu 10 Jahren gefördert.

Bisher sind in Tschechien 71 solcher Gebiete gefördert worden, davon sind mehr als 60 % bereits belegt. Das Investitionsvolumen betrug dabei über 60 Mrd. CZK (knapp 2 Mrd. EUR), die Zahl der entstandenen Arbeitsplätze liegt nach vorsichtigen Schätzungen bei über 30.000. Mit dieser Bilanz ist Tschechien das erfolgreichste Land in Mittel-Ost-Europa.

Die erfolgreichsten Industriezonen sind in Pilsen (Borska Pole), Pardubice, Olmütz und Brünn angesiedelt. Für die zukünftige Entwicklung werden derzeit in Ostrau, Koprivnice, Budweis, Lovosice, Neratovice und Nesovice weitere Zonen gebaut und die Gebiete in Pardubice, Pilsen und Brünn erheblich erweitert.

Neben diesen Großgewerbegebieten werden überall in der ganzen Republik auch kleinere Gewerbebezonen geplant oder sind bereits in Angriff genommen.

Sanierung und Rekonstruktion von Wohnhäusern und Plattenbauten

Dieser Sektor beinhaltet ein hohes Wachstumspotenzial. Ein Drittel der Bevölkerung lebt hier in sehr einfachen Verhältnissen. Die Gebäude sind in der großen Mehrheit in einem desolaten Zustand. Unwirtschaftliche Versorgungseinrichtungen, wie alte Hei-

zungen, Elektroanlagen und miserable Wärmedämmungen, verschlingen Unsummen von Geld.

In den vergangenen Jahren ist die Sanierung nur zögerlich in die Gänge gekommen. Das lag einerseits an den Eigentumsverhältnissen (Kommunen und Genossenschaften als Großeigentümer), andererseits an den staatlich regulierten Mieten, die zum Teil 50,00 EUR im Monat für eine Wohnung nicht übersteigen und damit keinen Anreiz zu Investitionen gaben.

Im Gegensatz zum Gewerbe- und Industriebau werden hier nicht überwiegend Generalunternehmen, sondern große, aber auch viele kleinere Handwerksbetriebe direkt eingesetzt.

Baumaßnahmen der öffentlichen Hand

Dieser Sektor zeigt eine starke Ähnlichkeit mit dem Gewerbe- und Industriebau. Auch hier sind weitgehend Generalunternehmen die Auftragnehmer. Kleine und mittlere Handwerksbetriebe treten dabei in der Regel nur als Subunternehmer auf.

Trotzdem wird dieser Sektor wie bereits in der Vergangenheit einen bedeutenden Faktor für die Bauwirtschaft darstellen. Insbesondere durch den Beitritt zur EU werden Fördergelder nach Tschechien fließen und diese Maßnahmen unterstützen.

Die größte Maßnahme ist mit 44 Mrd. CZK (1,33 Mrd. EUR) allein im Jahr 2004 der Ausbau und die Instandhaltung der Verkehrswege. Im Jahr 2001 wurde ein auf 10 Jahre ausgelegter Verkehrswegeplan mit 2000 km Straßen und Autobahnen und noch einmal 1000 km Schienennetz vorgelegt. Priorität haben dabei die sog. Transitstrecken "Nord-Süd" und "Ost-West".

Mittlerweile wurde der Planungshorizont wegen Finanzierungslücken sowie Problemen mit Umweltschützern erheblich, bis voraussichtlich 2020 verlängert. Das heißt, erst etwa 1/3 der Bauprojekte sind derzeit realisiert. Die restlichen zwei Drittel garantieren ein weiteres hohes Nachfragepotenzial, besonders im Tiefbausektor.

Wohnungsneu- und Siedlungsbau

Ein weiterer stark expandierender Sektor ist der private Wohnungsneu- und Siedlungsbau. Dieser Bereich passt sich langsam dem tatsächlichen Bedarf von ca. 50.000 Wohnungen im Jahr an, nachdem in den Jahren zuvor ein weit höherer Bedarf als das Bauvolumen zu verzeichnen war.

Die Preise sind regional sehr unterschiedlich. So kosten Neubauwohnungen im Großraum Prag zwischen 1.250,00 und 2.000,00 EUR pro m². In ländlichen Gebieten dagegen ist ein Preis von 1.000,00 bis 1.250,00 EUR pro m² realistisch. Das größte Interesse besteht an Wohnungen zwischen 40 und 70 m².

Bei den Besserverdienenden geht die Entwicklung in Richtung Ein- und Mehrfamilienhäuser sowie aufgrund der niedrigeren Baukosten in Richtung Reihenhäuser. Betrachtet man die Gürtel rund um die größeren Städte, sieht man die Siedlungen wie die Pilze im Böhmerwald wachsen. Die Preise dieser Häuser liegen bei 1.000,00 bis 1.500,00 EUR je Quadratmeter Wohnfläche, im Durchschnitt ca. 120.000,00 EUR für ein Reihenhaus mit Garage und Gärtchen.

Die einzige Hemmschwelle bei der Erschließung von neuen Baugebieten ist die schwache Kapitalausstattung von Bauunternehmen und Gemeinden, welche die finanziellen Vorleistungen nicht erbringen können, und die mangelnde Bereitschaft der Kreditinstitute, diese Vorleistungen zu finanzieren. Auch die staatlichen Hilfestellungen können diesen Mangel nur reduzieren.

Baugenehmigungen

Die Zahl der Baugenehmigungen hält sich annähernd konstant. Der Höchststand war Mitte bis Ende der 90er Jahre. Dem entgegen entwickelt sich der Wert des Bauvolumens kontinuierlich nach oben (von 100 Mrd. KC im Jahr 1993 auf 345 Mrd. KC im Jahr 2005).

Tabelle 15: **Zahl der Baugenehmigungen**

Jahr	Anzahl	Wert Mrd. KC
1993	120.000	100
1994	145.000	125
1995	165.000	155
1996	174.000	195
1997	180.000	200
1998	170.000	215
1999	163.000	240
2000	165.000	230
2001	150.000	240
2002	137.500	245
2003	150.000	290
2004	155.000	325
2005	138.500	345

Die Baugenehmigungen verteilen sich sektoral seit Jahren gleichmäßig. Den größten Anteil mit fast 48.000 (davon 41.600 Neubauten) hat der Wohnungsbau. Wertmäßig ist der größte Sektor der Gewerbe- und Industriebau mit einem Volumen von rund 108 Mrd. KC im Jahr 2005.

Tabelle 16: **Gewerbe- und Industriebau**

	Anzahl	%	Wert Mrd. KC	%
Wohnungsbau	47.974	34%	97,3	30%
Gewerbe- und Industriebau	25.668	18%	108,6	33%
Umweltschutzmaßnahmen	33.691	24%	28,4	9%
Sonstige Bauwerke	35.608	25%	91,6	28%

Wohnungsbau

Mehr als die Hälfte der neu erstellten Wohnungen werden im "Speckgürtel" der Großstädte Prag mit Mittelböhmen und Brünn (Südmähren) gebaut.

Tabelle 17: **Regionale Verteilung 2005**

Region	Anzahl
Prag	8.324
Mittelböhmen	9.203
Südböhmen	2.379
Pilsen	2.329
Karlsbad	698
Usti/Aussig	1.661
Liberec	1.044
Königgrätz	1.796
Pardubitz	1.993
Vysocina	1.487
Südmähren	5.088
Olmütz	1.745
Zlin	1.793
Mährisch-Schlesien	2.088

Tabelle 18: **Hergestellte Bauwerke (Wohnungsbau)**

Jahr	Gesamt	Wohnungs- und Siedlungsbau			Sonstige
		EFH	Wohnungen	Aus- und Umbaumaßnahmen	
2001	24.758	10.693	5.912	4.822	3.331
2002	27.291	11.716	6.393	4.694	4.488
2003	27.127	11.397	7.720	3.940	4.070
2004	32.268	13.302	10.722	4.523	3.721

Durchschnittsgröße von Einfamilienhäusern und Wohnungen

Die Durchschnittsgröße und –preise von Wohnungen und Einfamilienhäusern sind in der nachstehenden Statistik grob dargestellt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Einheiten mit 60 bis 100 m² weitgehend nur Wohnungen betreffen. Einfamilienhäuser unter 100 m² werden selten gebaut.

Tabelle 19: **Durchschnittsgröße**

Wohnfläche m ²	Anteil in %
60 - 80	20
80 - 100	20
100 - 120	30
120 - 140	30
	100

Verkäufer- und Anbieterstruktur im Wohnungs- und Siedlungsbau

Die Mehrzahl der Häuser wird durch Immobilienbüros verkauft (65 %). Einen erstaunlich geringen Anteil haben private Anbieter (15 %). Auch die Bedeutung der Gemeinden ist vergleichsweise gering (20 %). Sowohl Gemeinden wie auch Privateigentümer übertragen den Verkauf in der Gesamtheit vorzugsweise an Immobilienbüros.

Im Wohnungs- und Siedlungsbau sind in der Mehrzahl relativ kleine Unternehmen aktiv. Die Großunternehmen sind dabei weitgehend nur in großen Wohnbauprojekten als Anbieter auf dem Markt.

Tabelle 20: **Unternehmensgröße**

Unternehmensgröße (Beschäftigte)	Anteil in %
1 - 10	15
11 - 25	40
26 - 50	30
51 - 100	10
über 100	5
	100

6.4 Kundenstruktur und Finanzierung

Die "Besserverdienenden" in den Wirtschaftszentren wie Pilsen prägen den Käuferkreis (60%). Nur etwa 20 % der Käufer sind Normalverdiener. Ein ebenso großer Anteil kommt aus der Oberschicht. Dieser Anteil bezieht sich dabei fast ausschließlich auf den Wohnungskauf und nicht auf Familienhäuser.

Die **Finanzierung** erfolgt in der Regel durch Hypothekenkredite und Bausparverträge. Der Anteil dieser Kredite an der Gesamtfinanzierung beträgt durchschnittlich 75 bis 85 %. Der Einsatz von Eigenmitteln ist gering; weit mehr von Bedeutung sind Eigenleistungen der Bauherren. Das sog. "Ausbauhaus" wird auch zukünftig der marktbeherrschende Typ sein.

Erschreckend schwach ist die Finanzierung von Baumaßnahmen durch Kreditinstitute. Die Maßnahmen werden mehrheitlich durch eigenes Geld, durch regelmäßige Abschlagszahlungen und nur in kleinem Umfang durch Bankkredite finanziert.

Rainer Beck*

**Handwerkliche Gesundheitsdienstleistungen
in Tschechien**

* *Dipl.-Geogr. Rainer Beck ist Außenwirtschaftsberater der Handwerkskammer für Oberfranken*

Gliederung

1. Einführung
2. Struktur des tschechischen Gesundheitswesens
 - 2.1 Ausgaben im Gesundheitswesen
 - 2.2 Das System der Krankenversicherung
 - 2.3 Anteil der Privatpatienten und deren Zahlungsbereitschaft
3. Markt mit medizinischen Hilfsmitteln
 - 3.1 Charakteristik des Marktes
 - 3.2 Branchenanteil - Akustik
 - 3.3 Branchenanteil - Zahntechnik
 - 3.4 Branchenanteil – Orthopädie
 - 3.5 Branchenanteil - Augenoptik
4. Zusammenfassung

1. Einführung

Ziel der Marktstudie¹ ist es, Absatzchancen für deutsche Gesundheitshandwerker in Tschechien zu analysieren. Im Vorfeld der Branchenbetrachtungen werden die verschiedenen Bedingungen für den Markteintritt in Tschechien untersucht und dann branchenspezifisch vertieft. Neben Hintergrundinformationen enthält die Studie auch Daten über Anbieter, Preise und Zuzahlungen für typische Leistungen. Die Marktstudie beschäftigt sich mit folgenden Handwerksbranchen: Augenoptik, Hörgeräteakustik, Orthopädieschuhe und Orthopädietechnik und Zahntechnik.

Die Studie besteht aus zwei Teilen. Der erste allgemeine Teil befasst sich vorwiegend mit allgemeinen Fragen der wirtschaftlichen und demografischen Lage in der Tschechischen Republik, mit der Struktur des tschechischen Gesundheitswesens und der Krankenversicherung, mit den allgemeinen Vorschriften im Bereich medizinischer Hilfsmittel, mit der Gewerbetätigkeit in ausgewählten Branchen und Möglichkeiten der Wirtschaftsförderung, jedoch immer mit dem Schwerpunkt auf die ausgewählten Branchen (d.h. für Akustik, Zahntechnik, Orthopädie und Augenoptik). Ebenso wurden die allgemeinen Fragen der Marketingkommunikation und der Marktordnung analysiert. Die in diesem Teil bearbeiteten Themen betreffen also alle Produzenten und Lieferanten von medizinischen Hilfsmitteln in bzw. nach Tschechien.

Im zweiten Teil wurden konkrete Informationen für die ausgewählten Branchen recherchiert. Jedes Kapitel in diesem Teil hat eine ähnliche Struktur – in jeder Branche wurden rechtliche Bedingungen, Produkte und Leistungen, Geräteausstattung, Mitarbeiter, Löhne und Marktinformationen untersucht. Jedes Kapitel enthält konkrete Handlungsempfehlungen für die deutschen Firmen, die auf dem tschechischen Markt unternehmerisch tätig sein wollen.

Im Laufe der Bearbeitung wurde eine Reihe statistischer Berichte und Gesetze analysiert wie auch Informationen von zahlreichen Krankenkassen und anderen Institutionen. Auch wurden mehrere Expertenbefragungen durchgeführt. Wir besuchten die internationale Messe Pragomedica in Prag, wo einige detaillierte Besprechungen durchgeführt wurden. Eine Reihe von Interviews fanden auch mit Produzenten, Lieferanten und Großhändlern statt, zum überwiegenden Teil im Kreis Pilsen.

¹ Die Marktstudie „Handwerkliche Gesundheitsdienstleistungen in Tschechien“, 284 S. mit Anhang, kann als CD-ROM zum Selbstkostenpreis von 20,- € zzgl. 5,- € Versandpauschale von der Handwerkskammer für Oberfranken erworben werden.

2. Struktur des tschechischen Gesundheitswesens

Die Grundprinzipien der Gesundheitspflege in der Tschechischen Republik sind: (1) Solidarität, (2) hoher Anteil der Selbstverwaltung, (3) Finanzierung aus mehreren Quellen mit überwiegendem Anteil der öffentlichen Krankenversicherung, (4) freie Wahl des Arztes, der Gesundheitseinrichtung, (5) freie Wahl der Krankenkasse im Rahmen des Systems der öffentlichen Krankenversicherung und (6) gleiche Zugänglichkeit der Dienstleistungen für alle Versicherungsnehmer. Das tschechische System der Gesundheitspflege geht also von der europäischen Tradition aus, basiert auf öffentlichen Dienstleistungen und wird überwiegend aus öffentlichen Mitteln finanziert.

Die Beziehungen zwischen der Staatsverwaltung, den Krankenkassen und den Anbietern der Gesundheitsdienstleistungen sind geprägt durch einen hohen Grad der Ungenauigkeit und durch ein ungenügendes Niveau des institutionellen Rahmens für die Definition der nötigen Regeln und Parameter für die Lösung der Widersprüche zwischen den Haushaltsgrenzen der finanziellen Quellen, der Entwicklung der medizinischen Technologien und der Erwartung der Patienten. Aus der Sicht der Gesellschaft ist es nicht akzeptabel, dass es zu unstabilen Umständen kommt, in denen die Patienten unter einen gesetzwidrigen Druck der Ärzte geraten, indem sie zur direkten Zahlung oder anderer Vergütung der Dienstleistungen gezwungen werden. Damit wird das wichtigste Prinzip des Systems verletzt, und zwar das Prinzip der kostenfreien Heilsorge.

Der Staat trägt vor allem die Verpflichtung der Gewährleistung der Gesundheitspflege. Diese Verpflichtung übt er durch das Gesundheitsministerium und die Referate der Kreisverwaltungen aus. Die Gewährleistung der Gesundheitspflege in einzelnen Kreisen wird auf die Kreisverwaltungen bzw. auf die Gemeinden delegiert. Der Staat ist für das Netz der Gesundheitseinrichtungen verantwortlich (gem. Gesetz Nr. 20/1966).

Der Staat beeinflusst das Gesundheitswesen auch durch seine Entscheidungen über die Versicherungspläne und über die Transferzahlungen aus dem Staatshaushalt in die Fonds der Krankenkassen.

Ähnliche Kontrollrechte, die der Staat bei den Krankenkassen hat, übt er auch bei den Anbietern von Gesundheitsdienstleistungen aus. Einige Kontrollrechte bei der Gesundheitspflege werden durch das Gesetz Nr. 220/1991 über die Tschechische Ärztekammer, Tschechische Zahnärztekammer und Tschechische Apothekerkammer auf die Fachkammern als Qualität- und Ethikgaranten übertragen. Im Laufe der Entwicklung der Fachkammern im Gesundheitswesen gab es auch Tendenzen einiger Staatsvertreter, die erteilten Kontrollrechte wieder zurückzunehmen.

In der Beziehung zu den Anbietern von Gesundheitsdienstleistungen spielen die Krankenkassen eine wichtige Regulierungsrolle. Die Regulierungsmechanismen wurden durch das Gesetz Nr. 48/1997 Slg. über die öffentliche Krankenversicherung ins Leben gerufen. Sehr wichtig für den Start der Regulierungsmechanismen war der

Artikel 17, Absatz 8 dieses Gesetzes. Dieser Artikel ermöglicht, dass die Krankenkassen die Vergütung der Leistungen an die Gesundheitseinrichtungen begrenzen können, wenn es auf der Basis des bestätigten Gesundheitsversicherungsplanes oder auf der Vertragsbasis geschieht. Eine Begrenzung der Vergütung der durch die Gesundheitseinrichtung ausgewiesenen Heilpflege kann seitens der Krankenkasse angewendet werden, wenn sie feststellt, dass die Gesundheitseinrichtung die im bestätigten Gesundheitsversicherungsplan oder im Vertrag festgesetzten durchschnittlichen Kosten der Heilpflege pro Versicherungsnehmer oder die im bestätigten Gesundheitsversicherungsplan oder im Vertrag festgesetzten Umfang der Gesundheitspflege überschreitet.

Faktenübersicht:

- Die **Grundlegende Norm** für das Gesundheitswesen ist Gesetz Nr. 48/1997 Slg. über öffentliche Krankenversicherung.
- Der **Anteil der Ausgaben** an Gesundheitswesen am BIP steigt ständig und erreichte 7,57 % im Jahr 2004.
- Der **Versicherungsbeitrag beträgt 13,5 % des Einkommens** des Versicherten.
- Die wichtigste Rolle im System spielen die **Krankenkassen** und besonders die **Allgemeine Krankenkasse Tschechiens (VZP)**, die 66 % der gesamten Bevölkerung versichert.
- Die Preise im Gesundheitswesen unterliegen der **Preisregulierung** des Finanzministeriums.
- Es gibt **weder Privatpatienten** im wahren Sinne des Wortes noch **private Krankenkassen**.
- Niederlassungszahl relevanter Fachärzte: Augenärzte/Ophthalmologen (1.156), Orthopädieärzte (961), HNO-Ärzte (963), Zahnärzte/Stomatologen (6.737).

2.1 Ausgaben im Gesundheitswesen

Die Gesamtausgaben im Gesundheitswesen in der Tschechischen Republik verzeichnen ein ständiges Wachstum. Ihr Anteil am BIP blieb in den Jahren 1993 bis 2005 nahezu unverändert mit einer leicht steigenden Tendenz nach dem Jahr 2000. Die Gesundheitsausgaben haben damit eine ähnliche Dynamik wie das BIP.

Entwicklung der Ausgaben im Gesundheitswesen (Gesamtausgaben in Mio. CZK):

Jahr	1995	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Öffentliche Ausgaben	93.309	119.267	123.453	129.626	145.096	154.066	170.367
Private Ausgaben	7.366	10.640	11.475	12.245	13.629	14.454	16.057
Anteil am BIP in %	6,86	6,62	6,61	6,60	6,86	7,00	7,57

Quelle: Tschechisches Amt für Statistik: Statistisches Jahrbuch der Tschechischen Republik 2004, Kurswert: ca. 30 CZK = 1 EUR

Beitragspflicht besteht laut dem Gesetz Nr.48/1997 Slg. über die öffentliche Krankenversicherung für:

- Arbeitnehmer,
- Arbeitgeber,
- Staat,
- Selbstständige.

Der Versicherungsbeitrag beträgt 13,5 % des Einkommens des Versicherten. Bei Arbeitnehmern wird die Versicherung folgendermaßen vergütet:

- 4,5 % vom Bruttolohn in Form eines Lohnabzuges,
- 9 % vom Bruttolohn wird von dem Arbeitgeber abgeführt.

2.2 Das System der Krankenversicherung

Im Jahre 2003 gab es in der Tschechischen Republik die durch das Gesetz Nr. 551/1991 Slg. errichtete Krankenkasse Všeobecná zdravotní pojišťovna ČR (VZP-Allgemeine Krankenkasse der Tschechischen Republik) und acht Arbeitnehmerkrankenkassen (AKK), die durch das Gesetz Nr. 280/1992 Slg. errichtet wurden. Das System der öffentlichen Krankenversicherung, finanziert durch gesetzlich festgesetzte Beiträge der Arbeitgeber, der Arbeitnehmer, der Selbstständigen und des Staates deckte im Jahre 2003 durchschnittlich 10.313.943 Versicherungsnehmer ab. Die Gesamteinnahmen und Gesamtausgaben im System der öffentlichen Krankenversicherung beliefen sich auf ca. 147,8 Mrd. CZK. Das Gleichgewicht des Gesundheitshaushaltes konnte durch eine außerordentliche Anzahlung von 2061 Millionen CZK von der Tschechischen Konsolidierungsagentur (Česká konsolidační agentura - ČKA) für die Übernahme eines Teils der Forderungen der Krankenkassen gegen die

Nichtzahler der Versicherungsbeiträge erreicht werden (Quelle: das Gesundheitsministerium).

2.3 Anteil der Privatpatienten und deren Zahlungsbereitschaft

Im tschechischen Gesundheitswesen gibt es im Gegenteil zu Deutschland **keine Privatpatienten** im wahren Sinne des Wortes. Jeder Bürger der Tschechischen Republik ist gesetzlich verpflichtet, an der öffentlichen Krankenversicherung teilzunehmen. Er kann jedoch zwischen neun Krankenkassen wählen, von denen keine einzige eine private Krankenkasse ist. Einen privaten Bereich der Krankenversicherung gibt es im Gegensatz zu den entwickelten westeuropäischen Staaten in der Tschechischen Republik nicht. Wir gehen davon aus, dass sich dieser Zustand in der Zukunft im Rahmen der Gesundheitsreform ändern wird.

In der Tschechischen Republik gibt es **private – nichtstaatliche Gesundheitseinrichtungen**. Ihre Patienten bezahlen für die Gesundheitspflege aus eigenen Mitteln je nachdem ob die Einrichtung einen Vertrag mit der Krankenkasse hat oder nicht. Falls es einen Vertrag zwischen der Einrichtung und der Krankenkasse gibt, vergüten die Krankenkassen die Gesundheitspflege im vertraglich vereinbarten Umfang, die nötige und akute Pflege müssen sie laut Gesetz in allen Fällen vergüten. **Falls die Gesundheitseinrichtung keinen Vertrag mit den Krankenkassen hat, müssen die Patienten die Gesundheitspflege in vollem Umfang selber bezahlen.** In Prag gibt es ausländische Prestigekliniken, wie z.B. GHc aus den USA, die keine Verträge mit den Krankenkassen haben und zu deren Klienten natürlich nur Angehörige der wohlhabenden Gesellschaftsschichten gehören. In Brno gibt es z.B. die tschechische Firma Evropské centrum zdraví a krásy (Das Europäische Zentrum der Gesundheit und Schönheit), das sich unter anderen auch mit zahnmedizinischer Prothetik beschäftigt. Die wichtigsten Bereiche auf diesem Markt sind: Lasertherapie, ästhetische Zahnmedizin und Schönheitschirurgie.

Zu den weiteren Selbstzahlern gehören Menschen aus dem privatwirtschaftlichen Bereich, die es sich aus Zeitgründen nicht leisten können, langfristig in der Behandlung einer Gesundheitseinrichtung zu bleiben. Deshalb wählen sie solche Privateinrichtungen, weil sie Extragesundheitsdienstleistungen gewährleisten, z.B. im Bereich der Eintageschirurgie. Dieser Trend wird weiter zunehmen, die Leute werden immer mehr bereit sein, für die Extragesundheitspflege mehr zu bezahlen, falls es ihnen ihre finanzielle Lage ermöglicht. Nach einer direkten Anfrage auf dem Gesundheitsministerium wurde uns mitgeteilt, dass es weder ein staatliches, noch ein privates Unternehmen gibt, das die Angaben über die Privatpatienten systematisch beobachtet. Ihr Marktanteil ist also nur schwierig abzuschätzen.

3. Markt mit medizinischen Hilfsmitteln

3.1 Charakteristik des Marktes

Der Markt mit medizinischen Hilfsmitteln in der Tschechischen Republik ist stark internationalisiert, die bedeutendsten Konkurrenten sind also vor allem große multinationale Gesellschaften. Das betrifft vor allem serienmäßig hergestellte medizinische Hilfsmittel, die für den Bedarf von Krankenhäusern und Endverbrauchern (Patienten) bestimmt sind.

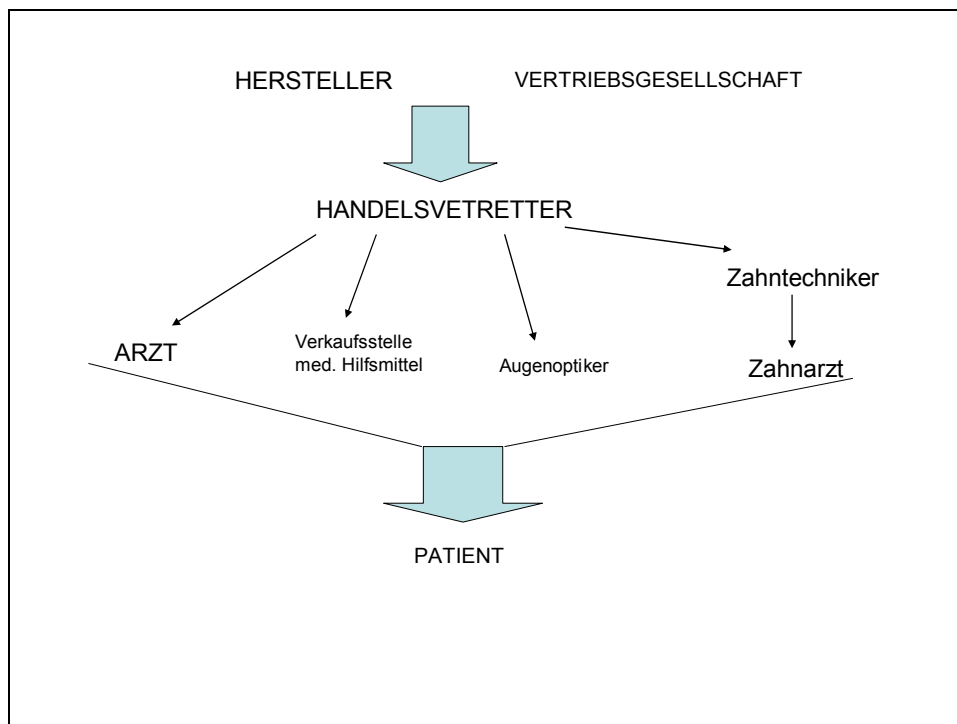
Der Markt mit medizinischen Hilfsmitteln, die nach Maß gemäß dem Bedarf eines konkreten Patienten (individuell gefertigt) hergestellt werden, ist bereits weniger stark internationalisiert, und auf ihn haben auch Firmen mit rein lokalem Wirkungsbereich bedeutenden Einfluss. Diese vervollständigen das medizinische Hilfsmittel jedoch teilweise auch aus importierten Bestandteilen.

Eine bedeutende Rolle auf dem Markt medizinischer Hilfsmittel spielen auch **Krankenversicherungen**, insbesondere die Všeobecná zdravotní pojišťovna – VZP [Allgemeine Krankenkasse]. Diese gibt die Produktliste der medizinischen Hilfsmittel heraus, die auch von den anderen Versicherungen übernommen wird und die im Prinzip bestimmt, welche medizinischen Hilfsmittel von einer öffentlichen Krankenversicherung erstattet werden können. Sie beeinflusst dadurch in starkem Maß auch die Marktsituation.

Der **Vertrieb** medizinischer Hilfsmittel über die Verkaufsstelle des Endverbrauchers (Patienten) erfolgt in der Regel durch das Netz der Handelsvertreter, die den Kontakt zwischen der Verkaufsstelle (Krankenhaus, Arzt, Verkaufsstelle medizinischer Hilfsmittel, Augenoptiker usw.) und der tschechischen Vertriebsgesellschaft herstellen. Die Arten des Vertriebs an den Endkunden unterscheiden sich in den einzelnen analysierten Bereichen markant. Im Bereich der Augenoptik wird der Vertrieb der Produkte durch das Netz der Augenoptiker sichergestellt. Es handelt sich um selbstständige Betriebsstellen mit überregionalem oder regionalem Wirkungsbereich. Im Bereich der Hörgeräteakustik wird der Vertrieb direkt durch die entsprechenden Ärzte sichergestellt, da es sich in der Mehrheit um individuell angefertigte medizinische Hilfsmittel handelt. Im Bereich des Vertriebs orthopädischer Mittel wird der Vertrieb einerseits von spezialisierten Verkaufsstellen orthopädischen Schuhwerks, andererseits durch Verkaufsstellen medizinischer Hilfsmittel sichergestellt, in denen auch andere Arten medizinischer Hilfsmittel vertrieben werden. Diese Verkaufsstellen sind in der Regel Bestandteil größerer Krankenhäuser und Polikliniken. Das wahrscheinlich bedeutendste Netz von Verkaufsstellen medizinischer Hilfsmittel ist das Netz "Zelená hvězda [Grüner Stern]" das auf dem Prinzip des Franchisings durch die Gesellschaft B. Braun Medical s.r.o. errichtet wurde. Dieses Netz umfasst gegenwärtig 19 Verkaufsstellen in der gesamten Tschechischen Republik. Im Bereich Zahntechnik wird der direkte Vertrieb an die Endpatienten durch den Zahnarzt sichergestellt, der sich den entsprechenden Zahntechniker auswählt.

In der letzten Zeit ist dank der wachsenden Konkurrenz auf dem Markt ein Trend zur **Konzentration** auch im Vertriebsgebiet von Bereichen zu erkennen, wo der Charakter der angebotenen Produkte diese Konzentration erlaubt. Es entstehen so die bereits oben erwähnten Netze von Verkaufsstellen medizinischer Hilfsmittel und Augentoptiker. Auch kommt es zur Errichtung eigener Einzelhandelsnetze von Seiten der Hersteller (z.B. die Firma Dioptra im Bereich der Augentoptik). Das geschäftliche Zwischenglied des Handelsvertreters fällt dann logischerweise aus der Vertriebskette weg.

Übersicht: Die Organisation des Marktes mit medizinischen Hilfsmitteln



Faktenübersicht:

- Unter Hersteller versteht man nach dem Gesetz in Tschechien sowohl industrielle Hersteller als auch Handwerker im Gesundheitswesen.
- Die wichtigsten Fachorganisationen in der Branche sind: Tschechische Vereinigung der Lieferanten medizinischer Hilfsmittel- CZECHMED und die Assoziation der Hersteller und Lieferanten medizinischer Hilfsmittel.
- Der Gesamtumsatz auf dem Markt medizinischer Hilfsmittel betrug im Jahre 2004 ca. 6,5 Mrd. CZK (217 Mio. EUR).
- Die wichtigsten Marketingkommunikationsinstrumente sind: Gelbe Seiten, Messen und Ausstellungen und persönlicher Verkauf.

3.2 Branchenanteil – Akustik

Der tschechische Hörgerätemarkt und der Zubehörmakrt können als sehr spezifisch bezeichnet werden. Es gibt keine tschechische Firma, die selbst komplette Hörgeräte einschließlich der Elektronik herstellen würde, da für die Entwicklung, Forschung und die Produktion einer derart komplizierten Elektronik weder das tschechische Gesundheitswesen noch der Staat über genügend Geld verfügen. Daher wird auf den tschechischen Markt die Elektronik von weltweit renommierten Firmen importiert.

Diese weltweit bekannten Firmen suchen sich die entsprechenden tschechischen Hersteller von Hörgeräten, mit denen sie zusammenarbeiten – und zwar entweder in der Form exklusiver Vertretungen, d.h. dass die entsprechende tschechische Firma die exklusive Lizenz für den Verkauf der entsprechenden Produkte in der ganzen Tschechischen Republik hat, sie aber nicht in andere Länder ausführen darf, oder dass sie an die tschechischen Firmen ihre Produkte ohne weitere Bedingungen liefern. Hauptkunden der Produzenten sind die Ärzte, mit denen sie Verträge geschlossen haben. In minimalem Maße handelt es sich auch um Patienten, die direkt zu den Produzenten gehen, um sich ein Hörgerät auszuwählen. Der Arzt erfüllt somit die Rolle einer Vertriebsfirma.

Die medizinischen Einrichtungen (Krankenhäuser, Ärzte) sind verpflichtet, ein Hörgerät aus jeder Kategorie zur Verfügung zu haben, das der Patient ohne Zuzahlung erhalten kann. Falls ein Hörgerät mit Zuzahlung verschrieben wird, darf dies lediglich nach Absprache mit dem Versicherten geschehen.

Die **Zahlungsabwicklung** zwischen den beteiligten Parteien erfolgt wie folgt:

- Der ausländische Hersteller liefert dem tschechischen Importeur oder Hersteller auf Grund eines Vertrags das fertige Hörgerät oder die Elektronik für das Im-Ohr-Gerät.
- Der tschechische Importeur/Hersteller bezahlt ihm die Lieferung und liefert dann die Hörgeräte. Der tschechische Importeur/Hersteller stellt dann die standardisierten Hörgeräte oder kundenspezifische Hörgeräte her.
- Der tschechische Importeur/Hersteller hat Verträge mit Ärzten geschlossen, die dessen Hörgeräte den Patienten verschreiben. Der Arzt nimmt also die eigentliche Vertriebsaufgabe wahr. Hierfür bekommen die Ärzte von den Herstellern ein Zwischenlager in der Praxis eingerichtet, das die standardisierten Hörgeräte umfasst.
- Sobald ein Arzt einem Patienten ein Hörgerät verschreibt, das kein konkretes Auftrags Hörgerät ist, stellt er für die entsprechende Krankenkasse eine Rechnung aus und diese zahlt ihm den Betrag nach der Produktliste. Der Rest bis zum vollen Preis des Hörgeräts wird, sofern dieser nicht vollständig von der Versicherung übernommen wird, vom Patienten an den Arzt bezahlt. Der Arzt rechnet dann mit dem tschechischen Importeur/Hersteller ab. Vom Gesamtbetrag (Leistung der

Krankenversicherung und evtl. Patientenzuzahlung) behält der Arzt eine Provision ein. Die Provision ist eine ungeschriebene Regel, damit der Arzt bereit ist, die Hörgeräte eines bestimmten Herstellers zu verschreiben, da er dem Patienten max. drei verschiedene Arten von Produkten zur Auswahl vorstellen muss, es aber eine Vielzahl von Herstellern gibt. Falls es sich um ein konkretes Auftragshörgerät handelt, das für einen konkreten Patienten hergestellt werden muss, bestellt der Arzt das Hörgerät bei einem tschechischen Hersteller.

Stärken und Schwächen der Branche in Tschechien	
Stärken	Schwächen:
<ul style="list-style-type: none"> • Niedrige Preise, dies gilt sowohl für Produkte, als auch für die Produktion (niedrige Lohnkosten) • Langjährige persönliche Kontakte zu den Ärzten, die den Markt stark beeinflussen • Starke Lobbyarbeit der Phoniatischen Kammer und deren enge Zusammenarbeit mit der Allgemeinen Krankenkasse Tschechiens (VZP). Es besteht kein Interesse, mit neuen Produzenten Verträge abzuschließen. • Der kleine Markt für Hörgeräteakustik wurde durch informelle Abkommen an die schon bestehenden Firmen verteilt • Der Markteintritt ist nur über Ärzte möglich, die Verträge mit den Krankenkassen haben 	<ul style="list-style-type: none"> • Preisregulierung seitens des Gesundheitsministeriums und der Allgemeinen Krankenkasse Tschechiens (VZP) • Keine Marketingmaßnahmen der am Markt auftretenden Firmen • Veraltete Geräte und Produktionsstätten • Mangel an qualifizierten Mitarbeitern; in Tschechien existiert kein nichtärztlicher medizinischer Beruf "Hörgeräteakustiker" • Es besteht kein Ausbildungskonzept für die Branche; jede Firma muss die Ausbildung ihrer Mitarbeiter selbst organisieren und durchführen.

Für Mitarbeiter im Bereich Akustik existiert in Tschechien keine fachspezifische nichtmedizinische **Berufsausbildung**, wie dies z.B. für Zahntechniker und Hörgeräteakustiker in Deutschland der Fall ist. Sie sind also keine Mitarbeiter des Gesundheitswesens. Daher haben die Hersteller von Hörgeräten auch nicht den Status einer medizinischen Einrichtung und somit kann ihnen die Krankenkasse die Zahlungen nicht direkt aus der öffentlichen Krankenversicherung begleichen. Die Unternehmen beschäftigen Mitarbeiter mit unterschiedlicher Ausbildung, so zum Beispiel Elektrotechniker von Mittel- oder Hochschulen oder auch Zahntechniker, die dann im Bereich Otoplastik tätig sind. Unternehmen bilden in der Praxis ihre eigenen Mitarbeiter aus, sie weisen sie ein und schicken diese zur Ausbildung auf Fachschulungen, am häufigsten in die Schweiz oder nach Deutschland. Jeder Importeur

von Hörgeräteelektronik sichert regelmäßige Schulungen und Fortbildungen zu. Die Angestellten arbeiten zumeist zu einem Stundenlohn, dessen Höhe statistisch nicht erfasst wird. Im Rahmen der Studie wurde festgestellt, dass der monatliche Durchschnittslohn ca. 467,- EUR beträgt.

Zusammenfassung der wichtigsten Fakten:

- Die Branche Hörgeräteakustik stellt eine Branche mit einem großem Zukunftspotenzial dar.
- Durchschnittlich werden in Tschechien jährlich 24.000 Hörgeräte verkauft; genauere Zahlen sind nicht bekannt, weil es keine offizielle Statistik gibt. Im Vergleich zu der Patientenzahl die unter Hörprobleme leidet ist diese Zahl jedoch sehr niedrig.
- Die Branche ist durch starke Konkurrenz geprägt. Es gibt wenige tschechische Hersteller von Hörgeräten. Der tschechische Markt wird von ausländischen Importeuren beherrscht.
- Es gibt keinen Hersteller in Tschechien, der elektronische Teile für Hörgeräte herstellt.
- Auf dem Markt sind zur Zeit ca. 15 Firmen tätig. Alle sind mittelständische Firmen (GmbHs mit maximal 25 Mitarbeitern).
- Die wichtigsten Anbieter sind folgende Firmen: Anticer, Audiocentrum TV und AudioNIKA, (wahrscheinlich die größten Wettbewerber für die deutschen Handwerker).
- Die Krankenkassen spielen auf dem Markt eine wichtige Rolle. Ohne Vertragsbeziehungen zu den Krankenkassen ist der Markteinstieg nicht möglich.
- Der Durchschnittspreis eines hochwertigen Hörgerätes beträgt ca. 8.000,- CZK (267,- EUR).
- Der Durchschnittslohn eines qualifizierten Mitarbeiters mit Praxis beträgt ca. 14.000,-CZK (467,- EUR) monatlich.

3.3 Branchenanteil – Zahntechnik

Laut Angaben des Institutes für Gesundheitsinformationen und Statistiken (ÚZIS) waren in der Tschechischen Republik Ende 2004 5.943 praktische Zahnärzte registriert. Von diesen waren fast 40 % 50 Jahre alt oder älter. Auf einen Zahnarzt kommen durchschnittlich 1.700 registrierte Patienten. Auf einen registrierten Patienten entfallen durchschnittlich weniger als zwei Arztbesuche pro Jahr. Durchschnittlich behandelt der Arzt 15 Patienten pro Tag. Das entspricht ungefähr 30 Minuten pro Patient.

Da ÚZIS keine Angaben über Zahntechniker führt, mussten im Rahmen der Marktstudie die "Gelben Seiten" und das "Internet" als Informationsquellen dienen. Dort sind fast alle Zahntechniker angeführt. In den "Gelben Seiten" befinden sich in der ganzen Tschechischen Republik insgesamt 4.245 Zahnärzte und 826 Zahnlabors

(Sektion Zahntechniker existiert in den "Gelben Seiten" nicht). Auch diese Quelle hat bestätigt, dass ein Zahntechniker ungefähr mit fünf Zahnärzten zusammenarbeitet. Weiter kann man aus diesen Angaben entnehmen, dass auf einen Zahntechniker in der Tschechischen Republik ca. 8.500 Patienten entfallen.

Die Situation auf dem Markt für Dentalprodukte wird weitgehend durch die Situation der **Zahnärzte** beeinflusst. Die Zahl der Zahnärzte in der Tschechischen Republik verringert sich und das Durchschnittsalter der Ärzte steigt an. Die angeführten Tatsachen führen zu einem Überschuss an Zahnlabors (und Zahntechnikern) auf dem tschechischen Markt. Die rasch steigende Anzahl der Labors in den 90er Jahren übersteigt schon jetzt die Nachfrage der Zahnärzte und auf dem Markt setzt ein harter Konkurrenzkampf ein. Einige Zahnlabors arbeiten mit Zahnärzten zusammen die bis zu 100 km entfernt liegen. Dabei wird eine kostenlose Lieferung der Produkte angeboten.

Stärken und Schwächen der Branche in Tschechien	
Stärken	Schwächen:
<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche langjährige Kontakte zu den Zahnärzten (auch wegen bestehender Provisionsverträge), • die Allgemeine Krankenkasse in Tschechien hat kein Interesse, Verträge mit neuen Anbietern abzuschließen. • Die Werbung spielt auf dem Markt fast keine Rolle. Der Patient kann nicht entscheiden, welchen Zahntechniker er nimmt. Deshalb ist es für neue Firmen extrem schwierig, neue Kunden zu gewinnen. • Niedrige Lohnkosten, • relativ moderne Ausstattung der Zahnlabors. 	<ul style="list-style-type: none"> • Überangebot an Zahnlabors in Tschechien, • starke Konkurrenz, • Bürokratie, • unübersichtliche rechtliche Regelungen.

Die entscheidende Person auf dem Markt ist der Arzt, der dem Zahntechniker die Arbeit vergibt und diese auch bezahlt. Der Zahntechniker kommt bis auf Ausnahmefälle mit dem Patienten nicht in den Kontakt, keinesfalls erhält er Geld von ihm. Zwischen dem Arzt und dem Zahntechniker besteht eine Geschäftsbeziehung, meistens handelt es sich um ein Vertragsverhältnis auf Grund des Werkvertrages nach dem Handelsgesetzbuch. Daraus geht hervor, dass die **Garantiefrist für Dentalprodukte**

6 Monate beträgt (es handelt sich um eine Beziehung zwischen zwei Unternehmern, nicht um Beziehung Unternehmer – Verbraucher, wo die Garantiefrist 2 Jahre beträgt).

Obwohl statistisch auf einen Zahntechniker etwa fünf Zahnärzte entfallen, ist die Situation in der Praxis viel komplizierter. Die Ärzte in den Dörfern und kleinen Städten sind sehr oft schon im Ruhestandsalter und spezialisieren sich auf einfache stomatologische Eingriffe. Dazu kommt, dass die Bewohner dieser Gebiete meistens nicht zahlungskräftig genug sind, um komplizierte Dentalprodukte bezahlen (Patientenanteil) zu können. Viele Aufträge bekommen die Zahnlabors von Ärzten aus größeren Städten, vor allem aus Prag und Brünn. Einige Zahntechniker haben deshalb nur einen Zahnarzt und arbeiten ausschließlich für ihn, einige führen bis zu 12 Ärzte an. Es gibt auch Zahnärzte, die für ihren Bedarf ein eigenes Zahnlabor gegründet haben. So ein Labor arbeitet nur in Ausnahmefällen für andere Ärzte.

In den 90er Jahren gab es viel weniger Zahnlabore und der Zahnarzt versuchte, ein hochwertiges Labor zu finden bzw. diesem entgegenzukommen. Zurzeit ist die Situation umgekehrt. Die Zahl der Zahnärzte nimmt ab, die Zahl der Zahnlabors hat im Gegenteil zugenommen. Größere Zahnlabore bieten heute die Lieferung der Produkte bis zum Arzt, manchmal auch auf größere Entfernungen an.

Es ist auch der Arzt, der dem Zahntechniker die Ware (Dentalprodukt) erstattet. Der Arzt schickt die Rechnung der Krankenkasse und sie bezahlt das Produkt ungefähr mit einer dreimonatigen Verspätung. Die Zahntechniker bekommen also das Produkt erst ca. binnen 4 bis 5 Monate, nachdem sie das Produkt dem Arzt übergeben hatten, bezahlt.

Falls der direkte Kontakt zwischen dem Patienten und dem Zahntechniker nicht notwendig ist, teilt der Arzt dem Patienten auch nicht mit, bei welchem Zahntechniker er das Dentalprodukt anfertigen lässt. Der Zahntechniker hat also keinen Grund dazu, die Patienten direkt anzusprechen. Sein Interesse liegt darin, eng mit dem Arzt zusammenzuarbeiten. Die meisten Zahntechniker halten den persönlichen Kontakt mit dem Zahnarzt für den entscheidenden Faktor bei der Gewinnung neuer Aufträge. Einige Zahnlabore geben an, dass sie den Ärzten auch entsprechenden Provisionen für Aufträge anbieten oder bei Zahlungsverzögerungen sehr tolerant sind.

In jedem Zahnlabor arbeitet mindestens ein Zahntechniker, der für die ordnungsgemäße Ausführung der Leistungen zuständig ist. Falls es sich bei dem Labor um eine juristische Person handelt (zum Beispiel einer GmbH), darf diese Person nicht der Gesellschafter oder Geschäftsführer der Gesellschaft sein. Zwischen der zuständigen Person und der Gesellschaft muss zumindest eine Vertragsbeziehung existieren, falls diese Person kein direkter Angestellter der Gesellschaft ist.

Es kann vorkommen, und diese Fälle überwiegen in der Praxis, dass in einem Zahnlabor mehrere Zahntechniker und ihre Assistenten im Angestelltenverhältnis sind, beziehungsweise auf Werkvertrag arbeiten. Die meisten Zahnlabors nutzen den sog. Auftragslohn. Jeder Angestellter weiß, wie viel Arbeitslohn für das von ihm bearbeitete Produkt erhält, und er bekommt 30 % davon. Es gibt auch Labors, die den Stundenlohn nutzen, beziehungsweise diese beiden Formen kombinieren. Der Auftragslohn überwiegt jedoch. Der Durchschnittslohn in der Branche ist auf dem Niveau des Durchschnittslohnes der Tschechischen Republik, das heißt in der 1. Hälfte des Jahres 2005 etwa 17.000 CZK brutto.

Die Herstellung von Dentalprodukten in der Tschechischen Republik erreicht nach und nach das durchschnittliche europäische Niveau. Es werden Materialien und Präparate von Weltherstellern benutzt. Die meisten Labors sind mit modernen ausländischen Geräten, vor allem von deutschen Herstellern, ausgestattet. Viele tschechische Zahntechniker haben in Zahnlabors im Ausland gearbeitet, meistens in Deutschland.

Aus Gesprächen mit Experten unter den Zahntechnikern geht hervor, dass sie die Zukunft fürchten und Interesse an einer Zusammenarbeit mit ausländischen Zahnlabors haben. Deutschland bietet sich nicht nur wegen der geographischen Nähe an, sondern auch deshalb, weil dort viele tschechische Zahntechniker gearbeitet haben.

Gleichzeitig befürchten aber die tschechischen Zahntechniker nicht den Markteintritt deutscher Zahntechniker auf den tschechischen Markt. Auch die Möglichkeit, dass deutsche Zahntechniker ganz neue Technologien und Materialien anbieten werden, ruft keine Befürchtungen hervor, denn ihre Produkte wären relativ teuer und in der Tschechischen Republik ist die Anzahl reicher Kunden gering.

Angesichts der oben angeführten Eigenheiten des tschechischen Marktes mit Dentalprodukten ist es sehr kompliziert, dass Unternehmen aus Deutschland den tschechischen Markt ohne Partner bearbeiten können.

Man kann jedoch nicht die Möglichkeit ausschließen, dass deutsche Zahntechniker, die modernste Technologien beherrschen und in der Lage sind, Luxusprodukte herzustellen, Erfolg auf dem tschechischen Markt haben werden. Deutsche Unternehmen könnten in Karlsbad, das oft von reichen russischen Unternehmern besucht und praktisch von ihnen beherrscht wird, erfolgreich werden. Aber auch diese Zahntechniker sollten den tschechischen Markt in Zusammenarbeit mit einem schon bestehenden tschechischen Unternehmen betreten.

Zusammenfassung der wichtigsten Fakten:

- Es gibt **5.943 praktische Zahnärzte** in Tschechien.
- Auf einem Zahnarzt entfallen ungefähr 1.700 Patienten.
- Es gibt **826 Zahnlabors** in Tschechien.
- Ein Zahntechniker arbeitet im Durchschnitt mit 5 Zahnärzten zusammen.
- Die entscheidende Person für den Marktzugang ist der Zahnarzt.
- Der **Durchschnittslohn in der Branche beträgt ca. 17.000 CZK (567 EUR)** monatlich.
- Es überwiegt jedoch der Auftragslohn, der ca. 30 % des Produktpreises beträgt.
- Es bestehen **sehr lange Zahlungsfristen** (ca. 4 bis 5 Monaten nach der Fertigung des Produktes).

3.4 Branchenanteil – Orthopädie

Im Segment der orthopädisch-prothetischen Hilfsmittel, in dem die Serienprodukte (Bandagen, Orthesen, Überzüge, medizinisches Textil, Binden usw.) vertreten sind, ist das Verhältnis von tschechischen und ausländischen Unternehmen in etwa ausgeglichen. Von den ausländischen Unternehmen sind hier Firmen aus Deutschland, Österreich, Frankreich, Spanien, Schweden usw. vertreten, von denen die Mehrheit in der Tschechischen Republik kein Unternehmen gegründet, hier jedoch ihren Importeur oder Vertreter hat.

Im Segment der individuellen orthopädisch-prothetischen Hilfsmittel überwiegen tschechische Unternehmen, wobei jedoch unter ihnen auch Tochtergesellschaften von bedeutenden ausländischen Firmen (Otto Bock ČR s.r.o.), tschechisch-deutsche Joint-Venture-Unternehmen (SANOMED s.r.o.) und tschechisch-französische Joint-Venture-Unternehmen (T.O.Ostrava - Proteor spol. s r.o.) u.ä. sind. Im Segment des individuellen orthopädischen Schuhwerks dominieren tschechische Unternehmen.

Die **zentrale Figur** auf dem Markt mit orthopädischem Schuhwerk und Prothetik ist der **Arzt**. Dieser wird von den Krankenkassen zwei Mal im Jahr darüber informiert, welche Produkte in der Produktliste eingeordnet sind und welche die Krankenkasse deckt. Der Arzt muss dem Patienten mindestens drei geeignete Produkte aus dieser Produktliste zur Auswahl anbieten, eventuell empfiehlt er dem Patienten das am besten geeignete Produkt. Die Ärzte werden zudem direkt durch den Hersteller von medizinischen Hilfsmitteln angesprochen und über Neuheiten informiert. Keiner der Hersteller nutzt umfangreiche, auf die Patienten (Nutzer) ausgerichtete Werbekampagnen. Ziel des Herstellers ist es, den eigenen Bekanntheitsgrad bei den Ärzten zu erhöhen. Diese informieren über die eigenen Neuheiten auf regelmäßigen ärztlichen

Seminaren und Konferenzen, die von den Herstellern medizinischer Technik oft gesponsert werden. Von größter Bedeutung ist jedoch der persönliche Kontakt mit den Ärzten. Einige der befragten Hersteller schließen nicht aus, dass es Vereinbarungen zwischen Herstellern und Ärzten über (Sach-)provisionen für jedes verschriebene orthopädische Hilfsmittel gibt, die für die Umsatzhöhe des Herstellers eine wesentliche Rolle in der Branche spielen. Ärzte kommentieren oder dementieren dies nicht.

Zahlungen für angefertigte Produkte gehen von den Abnehmern (ihren Krankenkassen) direkt an die Hersteller. Die Krankenkasse deckt die Zahlungen mit einer etwa dreimonatigen Verspätung, so dass zum Beispiel der Hersteller von der Krankenkasse die Zahlung für in Auftrag gegebenes orthopädisches Schuhwerk ab Arbeitsbeginn innerhalb von ca. 5 bis 6 Monaten erhält.

Stärken und Schwächen der Branche in Tschechien	
Stärken	Schwächen:
<ul style="list-style-type: none"> • Geräteausstattung, angewandte Komponenten und Materialien entsprechen mindestens dem üblichen europäischen Niveau. • Niedrige Lohnkosten (der Durchschnittslohn beträgt ca. 18.000 CZK (600 EUR) monatlich). • Der Markt ist geschlossen, die wichtigste Rolle spielen die Ärzte, die schon über langjährig aufgebaute Kontakte zu den Produzenten verfügen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zahlungsmoral der Krankenkassen (die Krankenkassen zahlen normalerweise ca. 150 Tagen nach Zahlungsziel), • unzureichende Finanzierungsquellen bei den meisten tschechischen Produzenten. • Unklare rechtliche Bedingungen. Nach dem EU-Beitritt Tschechiens wurden viele Vorschriften geändert. • Besonders die kleinen Hersteller haben Schwierigkeiten, sich an den neuen Vorschriften zu orientieren.

Nach Angaben von Experten aus den Branchen gibt es genügend gute und zuverlässige **Mitarbeiter** in diesen Berufen, in denen Erfindungsgeist, ein schöpferischer Ansatz und eine relative Selbstständigkeit gewünscht wird. Bei routinemäßigen, eintönigen und sich immer wiederholenden Tätigkeiten gibt es eine beträchtliche Fluktuation von Arbeitnehmern. Besonders bei diesen Berufen, zum Beispiel Schuster bzw. Hilfsarbeiter, besteht das Problem, neue qualifizierte Arbeitnehmer zu finden.

Die **Löhne** unterscheiden sich in der Branche nicht nur nach den Fachrichtungen der Arbeitnehmer und ihrer Stellung in den Firmen, sondern sind auch standortabhängig. Traditionell werden die höchsten Löhne in Prag und im Zentralböhmischen Bezirk

bezahlt. Die Höhe des durchschnittlichen nominellen Bruttomonatslohns betrug Ende des 1. Vierteljahres 2005 in der Tschechischen Republik 17.678 CZK. Dies entspricht auch ungefähr dem Durchschnittslohn in den Branchen.

Alle befragten Experten nehmen an, dass der Markt in diesen Segmenten bereits genügend gesättigt ist und im Hinblick auf die Beteiligung führender, weltweit unternehmerisch tätiger Hersteller auf dem tschechischen Markt (sei es, dass sie hier ihre Filialen eröffnet haben oder lediglich den hiesigen Markt beliefern) nicht mehr viel Raum für neue Unternehmen übrig bleibt.

Gegenwärtig hat jedoch keiner der befragten Experten eine Befürchtung dahingehend geäußert, dass deutsche handwerkliche Hersteller in der Branche der orthopädischen Prothetik bzw. des orthopädischen Schuhwerks auf dem tschechischen Markt aktiv werden wollen. Möglichkeiten werden eher bei der Zusammenarbeit und keineswegs beim Wettbewerb gesehen.

Zusammenfassung der wichtigsten Fakten:

- Die Produktion orthopädischer Schuhe hat in Tschechien langjährige Tradition, es überwiegen tschechische Produzenten.
- Die Branche Orthetik- Prothetik ist historisch mit deutschen und anderen ausländischen Produzenten verbunden (besonders mit der Firma Otto Bock) und ist deshalb in Tschechien stark internationalisiert.
- Der Markt ist in beiden Branchen saturiert, der Wettbewerb ist sehr stark.
- Die meisten orthopädischen Hilfsmittel werden von den Krankenkassen bezahlt.
- Von Patienten bezahlte Produkte spielen auf dem Markt eine geringe Rolle.
- Eine wichtige Rolle auf dem Markt spielen die Ärzte, welche die Meinungsbildung des Patienten stark beeinflussen.
- Die Gesamtausgaben der Allgemeinen Krankenkasse Tschechiens (VZP) für orthopädische Hilfsmittel betragen im Jahre 2004 534 Mio. CZK (17,8 Mio. EUR) und sind im Vergleich zum vorherigen Jahr um ca. 5 % gewachsen.
- Der Marktumsatz ist statistisch nicht erfasst.
- Es gibt kein offizielles Verzeichnis der Hersteller in dieser Branche.
- Die meisten tschechischen Hersteller befürchten keine deutsche Konkurrenz und sind zur beidseitig vorteilhaften Zusammenarbeit bereit.
- Der Spielraum für die Markteinführung neuer Produkte ohne Kontakte zu Ärzten und Patientenverbänden ist relativ klein.

3.5 Branchenanteil – Augenoptik

Im Rahmen des tschechischen Gesundheitswesens stellt die Augenoptik einen Bereich mit einem großen Potenzial für das künftige Wachstum dar. Ungefähr zwei Drittel der tschechischen Bevölkerung benötigen ein Hilfsmittel für die Korrektur des Sehvermögens, d.h. 6 Mio. Tschechen, also fast 60 % der Bevölkerung tragen eine Brille. Pro Jahr werden in den tschechischen medizinischen Einrichtungen bis zu 5 Mio. Fachuntersuchungen bei Beschwerden bezüglich des Sehvermögens durchgeführt. Es ist ein Trend in Richtung Erhöhung der Patientenzahl ersichtlich, die eine Brille tragen, der sich höchstwahrscheinlich auch in Zukunft fortsetzen wird. Schuld daran ist nicht etwa der sich verschlechternde Gesundheitszustand der Bevölkerung, sondern eher eine immer höhere Lebenserwartung der Bevölkerung und ebenfalls das zunehmende Interesse der Patienten an der eigenen Gesundheit, die heute schneller als in der Vergangenheit sofort eine Lösung ihres Gesundheitsproblems suchen. Ein Teil des Marktwachstums kann auch den sich ausweitenden diagnostischen Möglichkeiten zugeschrieben werden, die auch früher nicht diagnostizierbare Augendefekte aufdecken und heilen können.

Das Altern der Bevölkerung stellt höchstwahrscheinlich den Schlüsselfaktor für das Marktwachstum dar. Laut den aktuellen Informationen benutzt fast jeder Tscheche, der älter als 42 Jahre ist, eine Lesebrille.

Aus der Sicht der Finanzierung handelt es sich um einen Fachbereich, in dem das öffentliche System der Krankenkassen eine relativ kleine Rolle spielt, da die Zuschüsse der Krankenkassen für die gewöhnlichen Produkte recht gering ausfallen. Die befragten Personen schätzten im Rahmen unserer Erhebung den Anteil der Krankenkassen an der Finanzierung dieses Fachbereichs auf einen Wert von ca. 10 bis 25 % der erhaltenen Zahlungen. Aus diesem Umstand ergibt sich die relativ hohe Selbstbeteiligung der Patienten an der Finanzierung. In der Kategorie Selbstzahler (Privatpatienten) befinden sich somit praktisch alle Kunden, ohne Berücksichtigung ihrer sozialen Stellung oder der ihnen zur Verfügung stehenden finanziellen Quellen.

Im Fachbereich Augenoptik ist der Markt ähnlich wie in den anderen Fachbereichen organisiert, die in dieser Studie analysiert worden sind. Es handelt sich um einen Markt, der durch

- eine hohe Konkurrenz,
- ein beträchtliches Maß an Internationalisierung und
- einen geringeren Einfluss der Krankenkassen

gekennzeichnet ist, als dies bei anderen Gesundheitsgewerken der Fall ist.

Stärken und Schwächen der Branche in Tschechien	
Stärken	Schwächen:
<ul style="list-style-type: none"> • Relativ niedrige Lohnkosten, • Markteintritt ist finanziell sehr aufwändig. • Fast alle Augenoptiker haben eine Reihe von Stammkunden (Augenärzte), die bei der Auswahl der konkreten Verkaufsstelle auch neue Kunden beeinflussen können. • Bestehende langjährige Kontakte zu den Augenärzten (diese Kontakte sind ein wichtiger Zugang zu Neukunden). • Bestehende langjährige Kontakte zu Großhändlern und Kollegen, • relativ moderne technische Ausstattung von Betriebsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> • Starke und manchmal auch unfaire Konkurrenz seitens der großen Optikketten, • Preiskrieg ausgehend von den Optikketten, • relativ geringe Erfahrungen im Bereich Marketingkommunikation, • unzureichende finanzielle Quellen für die Marketingkommunikation und für die Ausweitung der Tätigkeit (z.B. Gründung weiterer Filialen), • keine konzeptionelle Marketingkommunikation, • unklare rechtliche Bedingungen in der Branche aufgrund mehrerer Gesetzesänderungen in den letzten Jahren

Die Rolle der **Krankenkassen** in diesem Markt ist relativ gering, was insbesondere auf das geringe Maß an Zuzahlungen für die medizinischen Mittel im Bereich der Augenoptik zurückzuführen ist. Gemäß verschiedener Schätzungen der im Rahmen unserer Erhebung befragten Personen bewegt sich der Anteil der Krankenkassen an der Finanzierung von Augenoptik ca. zwischen 10 % bis 25 %. Die Bedingung für die Erstattung seitens der Krankenkasse ist ein Vertrag zwischen dem Augenoptikbetrieb und der Krankenkasse, der u.a. auch die Art des Nachweises der herausgegebenen medizinischen Mittel, die Termine und die Zahlungsmethoden festlegt.

Im Bereich der Brillengestelle ist die Position der tschechischen **Hersteller** auf dem Markt relativ schwach. Den Schätzungen der Gesellschaft der Tschechischen Optiker und Optometristen zufolge stammten im Jahre 2004 bis zu 90 % der verkauften Brillengestelle aus dem Import. Trotzdem sind auf dem Markt immer noch traditionelle Hersteller tätig, die erfolgreich mit den ausländischen Gesellschaften konkurrieren.

Die **Augenärzte** sind im wahren Sinn des Wortes derzeit keine Beteiligten des Augenoptikmarktes in der Tschechischen Republik, da über sie kein Vertrieb von Produkten stattfindet. Deren Rolle im gesamten System ist jedoch grundlegend. Gemäß Gesetz können sie Rezepte für Brillen und optische Hilfsmittel ausstellen, die von der Krankenkasse erstattet werden sollen.

Es besteht auch ein Trend zur engeren Zusammenarbeit zwischen Augenärzten und Optikern. In großen Optikerbetrieben und praktisch in allen Betriebsstätten der Optikketten steht wenigstens während eines Teils der Öffnungszeiten eine Praxis eines Augenarztes zur Verfügung. Dort führt er eine Untersuchung des Sehvermögens durch, stellt das entsprechende Rezept aus und nimmt eventuell auch den Einsatz von Kontaktlinsen vor. Eine Neuheit ist der Versuch einiger Augenärzte, für ihre Patienten auch eine Betriebsstätte für Augenoptik zu errichten. Das Motiv für diese Anstrengung besteht unseren Feststellungen zufolge insbesondere in der höheren Gewinnquote der Augenoptikbetriebsstätten im Vergleich zu den Augenarztpraxen. Es handelt sich jedoch bislang um einen neuen Trend, denn den im Rahmen unserer Erhebung durchgeführten Schätzungen zufolge sind in der gesamten Tschechischen Republik ungefähr zehn Ärzte tätig, die auch eine eigene Betriebsstätte für Augenoptik haben. Auf bedeutsame Art und Weise beeinflussen die Augenärzte auch die Meinungsbildung der Patienten über den Besuch einer konkreten Augenoptikbetriebsstätte. Der Arzt empfiehlt dem Patienten fast immer einen Augenoptiker und dieser richtet sich auch in den meisten Fällen nach diesem Ratschlag. Wie wir im Verlaufe der Markterhebung feststellen konnten, reagierten die Augenoptiker auf diese Situation derart, dass sie mit den Ärzten informelle Abkommen über Provisionen für die Patienten schließen, die der Augenarzt zu ihnen schickt.

Nach der Anerkennung der Qualifikation des **Optometristen** aufgrund des Gesetzes Nr. 96/2004 Slg. könnten die Optometristen in Zukunft einen wesentlichen Teil der Arbeit der Augenärzte übernehmen, auch in ihren Betriebsstätten Rezepte für Brillen und optische Hilfsmittel ausstellen und gleichzeitig auf Grund dieser Rezepte sofort die entsprechenden Produkte herausgeben und abschließend fertigen.

Der Markt ist in diesem Segment derzeit im Wesen gesättigt, den letzten Schätzungen zufolge sind in der gesamten Tschechischen Republik mehr als 700 Betriebsstätten für Augenoptik tätig. Das gesamte Segment wird somit durch ein hohes Konkurrenzmaß gekennzeichnet, das sich insbesondere in den Großstädten und in deren Umgebung mit großem Nachfragepotenzial konzentriert. So sind zum Beispiel in Pilsen derzeit nach den Schätzungen der im Rahmen unserer Erhebung befragten Personen zufolge zirka 25 Augenoptikbetriebe tätig. Einer starken Konkurrenz sind auch die Augenoptiker in den kleineren Städten ausgesetzt, die sich in der Nähe von Großstädten befinden. Bestandteil der Einkaufsgebiete am Rande der Großstädte sind nämlich i.d.R. auch Betriebsstätten für Augenoptik, und so räumen die Kunden aus kleineren Städten einer Verbindung des Einkaufs anderer Waren (i.d.R. während des Wochenendes) mit dem Einkauf einer Brille und weiter optischer Hilfsmittel den Vorzug ein.

Aus den Ergebnissen der vorgenommenen Markterhebung ergab sich, dass die Optiker die größte Schwachstelle der **Optikketten** im unpersönlichen Umgang mit den Kunden sehen. Daher bemühen sie sich, den eigenen Konkurrenzvorteil gerade auf den persönlichen Beratungsdienstleistungen für den Kunden aufzubauen. Es kommt jedoch auch zu einer Anpassung des Angebotes an das Angebot der Ketten, z.B.

Verlängerung der Öffnungszeiten bis in die späten Abendstunden und über das Wochenende und Einführung neuer Dienstleistungen – wie zum Beispiel Fertigstellung von Brillen binnen einer Stunde usw.

Die starke Konkurrenz von Seiten der Optikketten führt auch dazu, dass es zu Bestrebungen kommt, die eigenständigen kleineren Augenoptikbetriebe in größere Verbände insbesondere zum Zwecke des gemeinsamen Einkaufs von Produkten und gemeinsamer Werbebudgets oder weiterer Instrumente der Marketingkommunikation zusammenzuschließen. Einige Optiker versuchen durch die Gründung mehrere Betriebsstätten i.d.R. in der gleichen Stadt oder in der nahen Umgebung, Synergieeffekte zu erzielen.

Eine gewisse Konkurrenz für die Augenoptiker sind auch die serienmäßig hergestellten **Dioptriebrillen**, die in Supermärkten und Hypermärkten ohne fachliche Beratungsdienstleistungen und zu Preisen verkauft werden, die um ein Vielfaches geringer sind als in den gewöhnlichen Augenoptikgeschäften. Die meisten befragten Personen warnen jedoch davor, dass die angeführten Produkte nicht die Charakteristik von medizinischen Mitteln erfüllen und daher keine bedeutsame Konkurrenz darstellen.

Das letzte Glied der Verkaufskette und des gesamten Marktes sind die **Kunden** (Patienten), welche die Endverbraucher aller Produkte sind, die auf dem Augenoptikmarkt eingeführt werden. Ebenso wie in anderen Bereichen gilt auch in der Augenoptik der Tschechischen Republik derzeit, dass der Kunde außerordentlich empfänglich für den Preis der angebotenen Produkte ist und dass der Preis somit das wichtigste Kriterium für die Warenauswahl ist. Aus der durchgeführten Erhebung ergab sich, dass die Rolle des Augenarztes als auf die abschließende Entscheidung des Kunden Einfluss nehmende Person insbesondere in der Empfehlung eines Optikerbetriebs besteht, wo der entsprechende Kunde das empfohlene medizinische Mittel käuflich erwerben soll. Die ausschlaggebende Rolle beim Einkauf des konkreten Produkts spielt insbesondere die Person, mit der der Kunde in der Verkaufsstelle in Kontakt kommt, also insbesondere der Augenoptiker, der Optometrist oder der Mitarbeiter des Augenoptikbetriebs. Den Angaben der Gesellschaft der Tschechischen Optiker und Optometristen zufolge betrug jedoch im Jahre 2004 der durchschnittliche Verkaufspreis der Brillengestelle auf dem tschechischen Markt ca. 2.000,- CZK. Diese Schlussfolgerung wurde auch von der durchgeführten Erhebung bestätigt, wobei festgestellt wurde, dass von Seiten der Kunden das größte Interesse an den Brillengestellen in der Preisklasse 1.000 bis 2.000 CZK besteht. Daraus ergibt sich also die relativ hohe Selbstbeteiligung der Patienten beim Einkauf von Brillengestellen. Die Obergrenze beim Preis für Brillengestelle ist nicht festgelegt - aus der Sicht des Marktes wird jedoch die Obergrenze für die Verkäuflichkeit auf ca. 10.000,- CZK geschätzt.

Aus den Gesprächen ergab sich des Weiteren, dass die Situation auf dem **Arbeitsmarkt** im Bereich der Augenoptik relativ gut ist. Derzeit gibt es auf dem Markt hinreichend qualifizierte Mitarbeiter. Viele Befragte machten jedoch darauf aufmerksam, dass die Qualität der Mitarbeiter recht unterschiedlich ist, so dass es mitunter ein Problem sein kann, einen qualifizierten und fähigen Augenoptiker oder Optometristen zu finden, insbesondere in den Regionen, in denen die entsprechenden Bildungseinrichtungen nicht zur Verfügung stehen. Die Befragten verwiesen auch darauf, dass derzeit das Bildungssystem nicht hinreichend mit der Praxis verzahnt ist, insbesondere was die angebotenen Bildungskapazitäten betrifft. Daher geht man im Zusammenhang mit dem Anstieg der Absolventenanzahl von einer Verschlechterung der Situation dieser Absolventen auf dem Arbeitsmarkt aus. Offizielle Statistiken stehen für den analysierten Fachbereich nicht zur Verfügung. Nach den Ergebnissen der vorgenommenen Erhebung bewegt sich der gewöhnliche Lohn eines qualifizierten Mitarbeiters - Augenoptikers - in der Nähe des republikweiten Durchschnittslohns (ca. 18.000,- CZK).

Der Augenoptikmarkt in der Tschechischen Republik kann derzeit als ein Markt mit hoher Konkurrenz und als ein relativ gesättigter Markt angesehen werden. Das Netzwerk der Augenoptikbetriebe ist hinreichend engmaschig. Von Seiten der Augenoptiker und Optometristen wird dieses Netz oftmals als zu dicht bewertet. Gleichzeitig ist es möglich, diesen Markt als relativ geschlossen zu betrachten, auf dem - vielen Quellen zufolge - das "Handwerk vom Vater an den Sohn weiter vererbt wird". Der Zugang zu diesem Markt ist also sehr anspruchsvoll und setzt fachliche Kenntnisse und hinreichende finanzielle Quellen voraus. Andererseits handelt es sich um einen Markt mit beträchtlichem Wachstumspotenzial, insbesondere dank der Bevölkerungsalterung und dem größeren Interesse an der eigenen Gesundheit bei den meisten Einwohnern der Tschechischen Republik.

Die meisten Beteiligten der Erhebung verliehen ihrer Befürchtung betreffs eines Vordringens **ausländischer Konkurrenz**, insbesondere aus Deutschland, auf den tschechischen Markt Ausdruck.

Im Allgemeinen kann festgestellt werden, dass es auf dem Markt beträchtliche Befürchtungen vor einem Vordringen dieser Konkurrenz gibt, weil diese Konkurrenz auf den Markteintritt gut vorbereitet sei und hinreichende Finanzquellen zur Durchführung von Marketingaktivitäten zur Verfügung habe. Niemand der Befragten konnte sich eine Zusammenarbeit mit ausländischen Unternehmen konkret vorstellen.

Faktenüberblick über die Branche in Tschechien:

- Fast 60 % der tschechischen Bevölkerung tragen eine Brille (d.h. 6 Mio. Menschen).
- Augenoptik stellt einen Markt mit großem Wachstumspotenzial dar.
- Die Branche ist durch starke Konkurrenz geprägt.
- Auf dem Markt sind mehr als 700 Augenoptikbetriebe tätig.
- Der wichtigste Spieler auf dem Markt ist die tschechische Kette FOKUS Optik mit 75 Verkaufsstellen und mit einem Umsatz von fast 9 Mio. EUR.
- Krankenkassen spielen eine geringe Rolle auf dem Markt (ca. 10 bis 25 % der Finanzierungsquellen).
- 90 % der verkauften Brillen stammen aus dem Import.
- Der durchschnittliche Verkaufspreis für Brillengestelle beträgt ca. 2.000,- CZK (67,- EUR).
- Der durchschnittliche Verkaufspreis für Eintageskontaktlinsen beträgt ca. 46,- CZK (1,50 EUR).
- Der Durchschnittslohn eines Facharbeiters beträgt ca. 18.000 CZK (600,- EUR)

4. Zusammenfassung

- Die Ausgaben im tschechischen Gesundheitswesen wachsen seit einigen Jahren sowohl absolut als auch prozentual.
- Eine dominierende Rolle im Versicherungssystem nimmt die Allgemeine Krankenkasse Tschechien (VZP) bei Vertragsabschlüssen mit Gesundheitshandwerkern ein.
- In Tschechien gibt es weder Privatpatienten noch private Krankenkassen.
- Der Markt für handwerkliche Gesundheitsdienstleistungen in Tschechien ist ein Käufermarkt, obgleich persönliche Kontakte zu den Fachärzten vor allem für die Branchen Hörgeräteakustik, Orthopädie und Zahntechnik von herausragender Bedeutung sind.
- Empfehlenswert ist der Markteinstieg in Tschechien über einen Kooperationspartner oder eine Unternehmensbeteiligung.
- Preisvergleiche bei Standardprodukten lohnen sich.
- Deutsche Augenoptiker dürfen in Tschechien keine Sehstärkenmessung ohne fachliche Aufsicht vornehmen.

- Die Gesamtausgaben für orthopädische Hilfsmittel im Jahr 2004 stiegen um 5 %.
- Die Branche Hörgeräteakustik in Tschechien birgt ein großes Wachstumspotenzial.
- Deutsche Zahntechniker haben in Tschechien grundsätzlich Marktchancen mit Spezialleistungen im hochpreisigen Marktsegment.

Anhang

Wirtschaftswissenschaftliches Seminar 2007

Zwischenbilanz handwerksbezogene Effekte der EU-Osterweiterung

Ort: Bayreuth

Termin: 17. bis 19. Oktober 2007

Organisation: Deutscher Handwerkskammertag (DHKT)

Fachliche Leitung: Dr. Klaus Müller, Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen e.V.

Programm

Mi. 17.10.07

- 14.00 Uhr Begrüßung HWK Oberfranken
- 14.15 Uhr Einführung in den Programmablauf
(Dr. Klaus Müller, Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen)
- 14.30 Uhr Auswirkungen der EU-Erweiterung auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland
(Elmar Hönekopp, Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Nürnberg)
- 16.15 Uhr Investitionstätigkeit deutscher Firmen in Mittel- und Osteuropa – Wie viele Jobs gehen ins Ausland?
(Christof Römer, Institut der Deutschen Wirtschaft, Köln)

Do. 18.10.07

- 9.00 Uhr Grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten in den Grenzregionen Bayerns und der Tschechischen Republik
(Dr. Patricia Schläger-Zirlik, Universität Bayreuth)
- 10.30 Uhr Chancen des Handwerks in Bulgarien
(Dr. Evelina Parvanova, HWK Koblenz)
- 11:30 Uhr Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf Österreich am Beispiel Wiens
(Dr. Roald Steiner, KMU Forschung Austria, Wien)

- 13.00 Uhr Mittagspause
- 14.30 Uhr Studien von Bayern Handwerk International über handwerksnahe Märkte in den Beitrittsstaaten
(Hermann Schmidberger, Günter Wagner, Bayern Handwerk International)
- 16.00 Uhr Erfahrungsbericht eines Handwerksunternehmers aus Oberfranken über sein Engagement in der Tschechischen Republik
(Rudi Völkel von der Uhren Optik Kurz GmbH, Marktredwitz, Rainer Beck, Handwerkskammer für Oberfranken)
- 17.30 Uhr Stadtrundgang

Fr. 19.10.07

- 9.00 Uhr Länderleitfäden für das Handwerk- Vorstellung und Diskussion der Pilotleitfäden Tschechien und Rumänien
(Ludwig Rechenmacher, HWK Niederbayern.Oberpfalz)
- 10.00 Uhr Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf die grenzübergreifende Region Niederbayern-Oberpfalz-Südböhmen-Pilsen-Westböhmen
(Ludwig Rechenmacher, HWK Niederbayern.Oberpfalz)
- 11:00 Uhr Beiträge einzelner Außenwirtschaftsberater über Auslandsaktivitäten des Handwerks in den neuen Mitgliedsstaaten
- 12:30 Uhr Diskussionsrunde:
Wie kann das Engagement deutscher Handwerksbetriebe in den neuen Mitgliedsstaaten besser gefördert werden?
- 13:00 Uhr Zusammenfassung der Seminarergebnisse
(Dr. Klaus Müller, Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk an der Universität Göttingen)
- 13:30 Uhr Seminarende

Literaturliste: Neue Beitrittsländer der EU (seit 2004)

Baas, Timo, Brücker, Herbert u. Elmar Hönekopp [2007]: Beachtliche Gewinne für die deutsche Volkswirtschaft, in: IAB Kurzbericht Nr. 6, S. 1-2

Bass, H.H u. Gostomski, E. (Hrsg.) [2006]: Kleine und mittelgroße Unternehmen in Polen und Deutschland. Finanzierung, Internationalisierung, Strukturwandel. Deutsch-Polnisches Jahr 2005/2006 (Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdanskiego, Band 2),

Belke, Ansgar u. Spies, Julia [2007]: Enlarging the EMU to the east – What effects on trade?, in: RWI News 3/2007, S. 9

Berthold, Norbert [2006]: Sollte an den Übergangsbestimmungen zur Arbeitnehmerfreizügigkeit festgehalten werden?, in: ifo-Schnelldienst 5/2006, 59. Jg., hrsg. v. Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, S. 3-6

BMWI (Hrsg.) [2007]: Auswirkungen der EU-Erweiterung auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland, in: Monatsbericht 01-2007, S. 14-23

Boving, D. [2004]: Übergangsfristen nach der EU-Erweiterung, hrsg. vom Deutsche Industrie- und Handelskammertag, Berlin

Brenke, K. u. Zimmermann, K.F. [2007]: Zuwanderungen aus Mittel- und Osteuropa trotz Arbeitsmarktbarrieren deutlich gestiegen, in: DIW Wochenbericht Nr. 44/2007, 74. Jg., hrsg. v. Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung Berlin, S. 645-653

Brenken, A., Bretz, M., Engel, D. u. Lagemann, B. [2005]: Effekte der Osterweiterung für die alten Mitgliedsländer, in: Wirtschaftsdienst – Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 82. Jg., Nr. 10, S. 646-652

Buttler, F, Hönekopp, E. u. Straubhaar, Th. [2006]: Part II and III: International migration and border regions. Labour markets after enlargement: The political context. Special Issue: Europeanisation of the Labour markets in an enlarged European Union. Zeitschrift für ArbeitsmarktForschung (ZAF), Journal for Labour Market Research, hrsg. v. Allmendinger, J. u.a., Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit, Stuttgart

Deiss, M. u. Mendius, H.G. [2004]: Erfolgsfaktoren mittelständischer Unternehmen – Ein Beitrag zur Erfolgsfaktorenforschung, Stuttgart

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.) [2007]: Rumänien, Daten und Fakten, Berlin

Dresdner Bank (Hrsg.) [2006]: Investieren in Mittel- und Osteuropa, September 2006, Frankfurt a. Main

Dresdner Bank (Hrsg.) [2007]: Investieren in Mittel- und Osteuropa, August 2007, Frankfurt a. Main

Entwicklung der Preise für Wohnimmobilien in Ländern Mittel- und Osteuropas [2007]: in: EZB Monatsbericht 9/2007, hrsg. v. Europäische Zentralbank, Frankfurt a. Main, S. 12-15

EU-Kommission (Hrsg.) [2006]: Die wirtschafts- und finanzpolitische Lage der neuen Mitgliedstaaten sowie der Beitritts- und Kandidatenländer der EU Ende 2005/Anfang 2006, in: Frühjahrsprognose 8. Mai 2006

Forster, B.A. [2007]: Anpassungsdruck und Anpassungsstrategien des grenznahen Handwerks angesichts veränderter Wettbewerbsbedingungen im Zuge der EU-Erweiterung 2004, hrsg. v. H.-D. Haas, Reihe: Wirtschaft und Raum der Münchener Universitätschriften, Band 15

Handwerkskammer für Oberfranken u.a. [2006]: Grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten in den Grenzregionen Bayerns und der Tschechischen Republik. Status Quo - Potenzial – Barrieren, Bayreuth

Hoffmann, N. [2007]: Arbeitnehmerfreizügigkeit in der erweiterten EU – die zweite Phase des 2+3+2-Modells hat begonnen, in: ifo Schnelldienst 15/2006, 59. Jg., hrsg. v. Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, S. 35-38

Holz, D.-U. [2007]: Mittel- und Osteuropa: Aufschwung hält an, neues Machtbewusstsein in Russland, in: Außenwirtschaft Jahrbuch 2008. Expertenwissen zu Partnern, Märkten, Recht, Steuern und Finanzierung, hrsg. v. F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH, Frankfurt a. Main, S. 26-30

Houwerzijl, Mijke [2006]: Arbeitskräftemobilität in der EU nach der Osterweiterung, in: WSI Mitteilungen 10/2006, S. 553-559 (Übersetzung aus dem Niederländischen: Gerd Busse)

Höffner, E. u. Schubert, H. [2007]: Handbuch Osteuropa. Finanzierungs- und Förderprogramme für die neuen Mitgliedstaaten, 4. Auflage, München

Huber, P., Mayerhofer, P., Nowotny, K. u. Palme, G. [2007]: Labour Market Monitoring II – Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt im Zuge der EU-Erweiterung. Handlungsorientierter Zwischenbericht, Wien: Wifo

Hudler-Seitzberger, M., Bittner, M. [2007]: Labourmarket Monitoring II. Monitoring der Veränderungen am Arbeitsmarkt im Zuge der EU-Erweiterung, Wien

Jandl, M. (2007): Migration und irregulärer Arbeitsmarkt. in: H. Fassmann (Hg.): 2. Österreichischer Migrations- und Integrationsbericht. Wien, 284-289

Kaufmann, L. u. Panhans, D. (Hrsg.) [2006]: Managementhandbuch für Mittel- und Osteuropa. Wie deutsche Unternehmen Ungarn und Tschechien für ihre globale Strategien nutzen, Wiesbaden

Kohler, Wilhelm [2007]: Die neuen Mitglieder: Motor oder Bremse der europäischen Integration?, in: ifo-Schnelldienst 14/2007, 60. Jg., hrsg. v. Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, S. 3-20

Laaser, C.-F. u. Schrader, K. [2007]: Handelspartner Polen: In der EU angekommen?, Sonderdruck aus: Die Weltwirtschaft, Heft 2 2005, hrsg. v. Institut für Weltwirtschaft Kiel, Heidelberg, S. 197-221

Lammers, K. [2007]: Effekte der Osterweiterung für die alten Mitgliedsländer, in: Wirtschaftsdienst – Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 84. Jg., Nr. 5, S. 275-278

Landesgewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (Hrsg.) [2007]: Arbeiten in Polen

Landesgewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (Hrsg.) [2007]: Arbeiten in Tschechien

Maier, J. Universität Bayreuth - Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung (Hrsg.) [2005]: Erwartungen und erste Ergebnisse der EU-Erweiterung. Tagung des Forschungssechsecks der Universitäten Bayreuth, Bratislava, Graz, Maribor, Pecs und Pilsen im Schloss Thurnau am 22. April 2005. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, Heft 238, Bayreuth

Mayerhofer, P. [2006]: Wien in einer erweiterten Union. Ökonomische Effekte der Ostintegration auf die Wiener Stadtwirtschaft, Wien

Neeser, A.; Lau, A.; Perau, R. u.a. [2007]: 1x1 für den Binnenmarkt, hrsg. v. Deutschen Industrie- und Handelskammertag, Berlin

Niebuhr, A. [2005]: The Impact of Enlargement on European Border Regions, HWWA Discussion Paper, Nr. 330, Hamburg

Ochel, W. [2007]: Zur Niederlassung von Selbständigen aus den neuen EU-Mitgliedsländern in Deutschland, in: ifo Schnelldienst 10/2007, 60. Jg., hrsg. v. Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, S.43-46

Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft u.a. [2007]: Mittel- und Osteuropa - Jahrbuch 2007. Marktanalysen, Fakten & Trends. Jahresbericht 2006/2007 und Mitgliederverzeichnis des Ost-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft, Berlin

Osteuropa-Agentur bei der Vereinigung der Handwerkskammern Niedersachsen (Hrsg.) [2005]: Mittel- und osteuropäische Märkte für das Handwerk, Hannover

Pechstein, M. u. Kubicki, Ph. [2004]: Dienstleistungsfreiheit im Baugewerbe für polnische Handwerker, in: Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht, München, Heft 6/2004, S. 167-172

Ragnitz, J. [2007]: Beschleunigter Strukturwandel durch EU-Osterweiterung, in: Wirtschaftsdienst – Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 84. Jg., Nr. 5, S. 283-286

Römer, Christof [2007]: Offhoring – Wie viele Jobs gehen ins Ausland? Forschungsberichte aus dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln Nr. 26

Schläger-Zirlik, Patricia [2007]: Grenzüberschreitende Unternehmensaktivitäten in den Grenzregionen Bayerns und der Tschechischen Republik, hrsg. v. RRV-Gesellschaft für Raumanalysen, Regionalpolitik und Verwaltungspraxis mbH und der Universität Bayreuth

Steiner, R. u. Bleicher, A. [2005]: Szenarien wirtschaftlicher Entwicklung im sächsisch-polnischen Grenzraum – Verdrängungskonkurrenz oder Win-Win-Situation? in: Neumann, I. (Hrsg.): Die Zukunft des deutsch-polnischen Grenzraums gestalten. Szenarien für die Euro-pastadt Görlitz/Zgorzelec im Zuge der EU-Erweiterung, Dresden, S. 33 – 55

Steiner, R., Enichlmaier, C., Gavac, K. u. Hölzl, K. [2008]: Grenzregionsmonitoring zur Beobachtung der Konvergenz von Wirtschaftsräumen. Endbericht eines Forschungsprojektes, gefördert durch Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Wirtschaftskammer Niederösterreich, Wirtschaftskammer Wien und die Gemeinschaftsinitiative Interreg IIIA, Wien

Steiner, R., Gavac, K. [2007]: Wien und drei Jahre EU-Erweiterung. Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien, Wien

Svetlicic, M.; Jaklic, A. u. Burger, A. [2007]: Internationalization of Small and Medium-Size Enterprises from Selected Central European Economies, in: Eastern European Economics, hrsg. v. M.E. Sharpe, Vol. 45, No. 4, S. 36-65

Untiedt, Gerhard u.a. [2007]: Auswirkung der EU-Erweiterung auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und ausgewählten EU-Mitgliedsstaaten (Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Projekt 33/05)

Wilkiewicz, Z. [2006]: Polen – nach einem Jahr in der EU, in: Osteuropa-Wirtschaft, 50 Jg., 1/2005, hrsg. v. Deutsche Gesellschaft für Osteuropakunde e.V., Berlin, S. 23-36

Zschiedrich, H. [2006]: Ausländische Direktinvestitionen und regionale Industriecluster in Mittel- und Osteuropa, Schriften zum internationalen Management, Bd. 14, München, Mering

o.V. [2007]: Polen. Licht und Schatten, in: iwd Nr. 42, 33. Jg., hrsg. v. Institut der deutschen Wirtschaft Köln, Köln, S. 7

Marktstudien von BHI

Böhm, Mario [2006]: Maschinenbauteile Tschechien – Sondermaschinenbau und Werkzeugbau in Tschechien und Slowakei, hrsg. von der Handwerkskammer für Oberfranken

Gesellschaft für Web Trade CZ [2005]: Gesundheitsstudie Tschechien – Handwerkliche Gesundheitsdienstleistungen in Tschechien (CD-Rom), hrsg. von der Handwerkskammer für Oberfranken

Maillmann, Marcos Maximo, Scalas, Davide und Klein, Cl. Hans Georg [2006]: Bauwesen Italien – Handbuch für das Bauwesen in Italien, hrsg. vom BHI

Raab, Walter [2006]: Baustudie Ungarn – Chancen für Bau- und Ausbauunternehmen aus Bayern in Ungarn, hrsg. von der Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz

Schmidberger, Hermann / BHI [2004]: Baustudie Tschechien – Chancen für Bau- und Ausbauunternehmen aus den bayerischen Grenzregionen in Tschechien, hrsg. von der Handwerkskammer für Oberfranken / BHI

Schmidberger, Hermann / BHI [2006]: Kfz-Studie Tschechien – Das Kraftfahrzeuggewerbe in der Tschechischen Republik, hrsg. von der Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz / BHI

Schmidberger, Hermann [2006]: Wirtschaftspartner Tschechien – Marktanalyse für Handwerksunternehmen, hrsg. vom BHI

Tóth-Hennig, Mariann und Hennig, Bernhard [2005]: Handwerksmarktstudie – Tourismusmarkt in Ungarn, hrsg. von der Handwerkskammer Dortmund