

Deutsche und französische Wirtschaft im Osten

Kein vergleichbares Engagement

THIBAUT DE CHAMPRIS*

Ein Vergleich der wirtschaftlichen Präsenz der Deutschen und der Franzosen in den mittel- und osteuropäischen Beitrittsländern ist ein sehr unfaires Unternehmen. Zu groß sind die geschichtlichen und kulturellen Unterschiede, zu verschieden die Rahmenbedingungen und die statistischen Größenordnungen. Zwar hätte die NS-Zeit jeden deutschen Einfluss im europäischen Osten definitiv vernichten können und den Franzosen eine historisch einmalige Chance in der Region geben sollen, diese Chance hat Frankreich im Grunde aber schon 1938 beim Münchner Abkommen über die Tschechoslowakei verpasst. Und die Bundesrepublik hat ihre Beziehungen zu den östlichen Nachbarn so meisterhaft aufgebaut, dass sie seit 1989/90 die Früchte dieser Politik im großen Stil erntet.

Französische Schwergewichte in der ersten Reihe

Zwar ist Frankreich in den neuen EU-Mitgliedstaaten kein Zwerg. Fast überall ist das Land dritter oder vierter Investor, in Polen kann es sogar den Titel des größten Auslandsinvestors für sich beanspruchen. Große französische Projekte schießen aus dem Bo-

den, wie die künftigen Peugeot-Werke in Trnava (Tyrnau) in der Slowakei und in Kolin (hier mit Toyota) in Böhmen. Strategisch erstrangige Coups wurden in Polen mit der Quasi-Übernahme der nationalen Telekom TPSA durch France Télécom, in Tschechien mit der Übernahme der zweitwichtigsten Bank (Komerční banka) durch die Gruppe Société Générale gelandet. Das Prager Leitungswasser fließt nun französisch, und fast überall sind die Schwergewichte der französischen Wirtschaft in der ersten Reihe präsent: Veolia und Suez (Wasser), Dalkia (Heizkraft), Danone (Milch- und Süßwaren), Accor (Hotels), Carrefour und E.Leclerc (Handel), Michelin und Faurecia (Automotive), EDF und GDF (Energie), L'Oréal (Kosmetik), Saint-Gobain (Glas und Keramik), Alcatel (Telekomausrüstungen), Bouygues, Vinci und Lafarge (Bauwirtschaft) und natürlich die Automobilkonzerne wie Renault, der mit seinen Stützpunkten aus kommunistischen Zeiten (Revoz in Slowenien, Dacia in Rumänien) wuchern kann. Die Aufstellung dieser Liste ist recht einfach, denn es treten immer wieder dieselben Akteure auf. Aber so massiv dieser Einsatz erscheint und so beliebt er auch manchmal sein mag – so hört man zum Beispiel oft in Ungarn, dass die Franzosen

* *Thibaut de Champris* ist Herausgeber und Chefredakteur der Mittel- und Osteuropa-Informationen centreurope.info (Online) und *CentreuropeNews* (Print) in französischer Sprache.

mehr Verständnis für die Belange der Zulieferer vor Ort haben als die Deutschen und nicht so kramphaft auf Lohn- und Kostenvorteile pochen –, so ist er mit dem deutschen Engagement im Osten nicht wirklich zu vergleichen. Die französische Wirtschaft hat sich im Osten nämlich sehr spät, oftmals zu spät engagiert. Aus Angst vor der großen Unbekannten haben die meisten Konzerne erst wenige Jahre vor der EU-Osterweiterung mit Investitionen begonnen. Die meisten Privatisierungssperlen waren aber schon längst vergeben. Es stellt sich daher die Frage, wie langfristig ein solches Engagement sein kann. Denn dieses ist bisher oft konjunkturrell, als Begleitung des Aufbauprozesses im Osten bedingt – nach dem Motto: Solange es dort überdurchschnittliches Wachstum gibt, bleiben wir. Bleiben also nur diejenigen Franzosen dauerhaft im Osten, die „strukturell“ engagiert sind, zum Beispiel in der Energieversorgung?

Erweiterte deutsche Heimatmärkte

Das deutsche Engagement ist anders. Die deutsche Wirtschaft betrachtet Osteuropa als erweiterten Heimatmarkt, als direkten Nachbarn wo man jahrhundertlang (und beileibe nicht immer unglücklich) präsent war und nun einfach wieder angekommen ist. Nicht als Kolonisten in Diensten *Maria Theresias* und bloß nicht als Agressoren in Namen des Lebensraums, sondern mit dem (fast) gleichen Auftrag wie die meisten Deutschen in der 1 000-jährigen Geschichte Osteuropas: als Kaufleute und in gewisser Hinsicht als Träger der europäisch-abendländischen Werte. Eine neue Hanse wird da aufgebaut, untermauert durch ein dichtes Netzwerk von Partnerschaften auf politischer, unternehmerischer, körperschaftlicher, technologischer oder einfacher, aber sehr effizienter Vereinsebene.

Siehe das Beispiel Polen: Frankreich hat zwar seine klassischen Institutionen vor Ort: Botschaft, Konsulate, Schule, Wirtschafts- und Handelsdelegation („*mission économique*“) und eine Handelskammer. Die Deutschen haben aber vieles mehr, unter anderem die neuen Regionalvereine als Selbsthilfeeinrichtungen der niedergelassenen Wirtschaft vor Ort. Es gibt zum Beispiel das Deutsch-Polnische Forum Südpolen (DPFS) mit Vertretungen in Krakau, Kattowitz und Oppeln sowie das Europa-Forum in Breslau. Hier sind deutsche wie polnische Firmen zugelassen. So organisiert man sich untereinander, schafft Querverbindungen, sammelt Informationen. Die Vereine fungieren auch als zentrale Ansprechpartner für regionale und kommunale Entscheidungsträger. Das DPFS führt auch das duale Ausbildungssystem in Südpolen ein. Damit trägt es dazu bei, zumindest regional eine wichtige Lücke im polnischen System zu füllen. Darüber hinaus ist eine interessante und erfolgsversprechende Regionalisierung der deutsch-polnischen Handelskammer in Warschau eingeleitet worden, mit dem Ziel, fünf Büros zu eröffnen – in Kattowitz, Breslau, Danzig, Posen und Stettin. Die deutschen Unternehmen, die sich in Polen niederlassen möchten, können auch mit der Unterstützung der Deutsch-Polnischen Wirtschaftsförderung AG in Gorzow sowie der Vertretungen der Bundesländer rechnen, die sich selbst untereinander unterstützen, indem sie sich die Arbeit nach Sektoren (Werften, Automobil, Stahl, usw.) teilen.

Siehe das Beispiel Ungarn: Das Land ist ein hervorragendes Exempel für die langjährige Arbeit, die Deutschland politisch, sozial und kulturell leistet und die den deutsch-ungarischen Wirtschaftsbeziehungen so prächtig dient. So hat das Transform-Programm der Bundesregierung für Ungarn seit 1989/90 Hunderte Projekte mit circa 260 Millionen Euro finanziert. Es ging dabei um Beihilfe für die Privatisierung der Wirtschaft, die Verstärkung der Wettbewerbsfähigkeit des ungarischen

schen Mittelstandes, die Beamtenausbildung in Vorbereitung auf den EU-Beitritt oder zum Beispiel um die Koordinierung der internationalen Finanzhilfen im Büro des Ministerpräsidenten. Zudem wurde in der Hauptstadt die erste deutschsprachige Universität im Osten seit dem Krieg, die Andrassy-Universität, gegründet, ebenso wie das Collegium Budapest im wissenschaftlichen Bereich. In Ungarn wie in Polen oder in Rumänien spielt auch die deutsche Minderheit eine Rolle: 62 000 Ungarn deutscher Abstammung, Sprache und Kultur sind selbstverständlich ein fantastisches Reservoir an Mitarbeitern für die deutschen Unternehmen vor Ort. Das kann man ebenso von den 300 000 Polen sagen, die sich der deutschen Volksgruppe zurechnen und oft die doppelte Staatsbürgerschaft besitzen. Diese Minderheiten haben nun weniger Probleme, ihre Schulen zu unterhalten oder zumindest deutsche Abteilungen in den vorhandenen Schulen zu eröffnen. Das sind alles entscheidende Elemente in der Standortauswahl eines deutschen Investors. Nicht zufällig wählen besonders viele deutsche Unternehmen Timisoara oder Siebenbürgen, wenn sie in Rumänien Fuß fassen wollen: In der Gegend sind deutschsprachige Mitarbeiter einfacher zu finden als zum Beispiel in Bukarest.

Zwar können französische Unternehmen in Polen und Rumänien auf schöne Reste von alter französischer Sprach- und Kulturherrschaft stoßen. Die englische Sprache verdrängt sie aber immer mehr, und als zweite Sprache – wenn nicht als altneue *lingua franca* – wird nun wieder gerne Deutsch gelernt statt Französisch (wie vor dem Krieg) oder Russisch (wie nach dem Krieg). Frankreich könnte versucht sein, sich hinter diesen Rahmenbedingungen zu verstecken, um seinen Rückstand im Osten – auch gegenüber viel kleineren Ländern – zu rechtfertigen. Das wäre aber zu wenig. Der größte Unterschied zwischen beiden Ländern liegt darin, dass die deutsche Wirtschaft mit einem viel breiteren

Standbein im Osten präsent ist. Zwar haben auch die großen deutschen Konzerne an vorderster Stelle investiert: Die Deutsche Telekom ist Hauptaktionär der ungarischen Telekom (Matav), der kroatischen Telekom oder des größten Mobilfunkbetreibers in Polen (PTC). Allianz ist zum größten ausländischen Versicherer im Osten aufgestiegen. Volkswagen hat mit Skoda die Nr. 1 in der gesamten Region in der Schatulle. Die Wolfsburger sind von Anfang an der größte Investor in der Slowakei gewesen, Audi einer der größten in Ungarn. Eon und RWE liefern EDF und GDF einen erbitterten Kampf um die vorderen Plätze, oft mit Erfolg. Im Handelsbereich ist Metro in den meisten Ländern vor den anderen.

Fehlender französischer Mittelstand

Das Gros der deutschen Präsenz bilden jedoch mittelständische Unternehmen, hier sind die Franzosen stark im Rückstand. Vor kurzem nannte der ungarische Handelsdelegierte in Paris Zahlen, die für sich sprechen: Seit 1990 haben 300 französische Unternehmen drei Milliarden Euro in Ungarn investiert, während 3 000 deutsche Unternehmen sich mit sechs Milliarden einsetzten. Das hat wenig mit Rahmenbedingungen vor Ort zu tun, viel aber mit den Strukturen und Gewohnheiten der jeweiligen Volkswirtschaften. In dieser Hinsicht spiegeln die Engagements im Osten die Situation auf den heimischen Märkten wider. Mit dem starken Mittelstand der Deutschen und Italiener können die Franzosen, seit Jahrhunderten auf große, monopolartige Einheiten getrimmt, schwer konkurrieren. Und wo französische Mittelständler durchaus in der Lage wären, dies zu tun, zögern sie lange, allzulange mit Auslandseinsätzen. Die Aluminiumschmelze Le Bélier in Bordeaux zählt zu den wenigen leistungsstarken französischen Mittelstandsfirmen, die frühzeitig (und daher sehr erfolg-

reich) eine Produktionsstätte im Osten (in dem Fall in Ungarn) übernommen und ausgebaut haben.

So relativiert sich auch der erste Platz Frankreichs unter den Investoren in Polen, denn in der Statistik erscheinen die 7 000 deutschen Mittelständler nicht, die im Land pro Firma weniger als 1 Million US-Dollar investiert haben. Demgegenüber ist die Zahl der französischen Unternehmen in Polen wahrscheinlich nicht viel größer als die der Mitglieder der Handelskammer, nämlich 260. In Ungarn sind nicht weniger als 7 500 deutsche Firmen anwesend, die deutsch-ungarische Handelskammer zählt mehr als 1 000 Mitglieder, die französisch-ungarische 170. In Tschechien sollen circa 1 100 deutsche Firmen vor Ort sein, – diese Liste scheint jedoch veraltet, denn unheimlich lang ist schon allein die Liste der mittelständischen deutschen Automobilzulieferer, die in diesem Land eine Produktionsstätte eröffnet haben. Tatsache ist, dass Frankreich zwar dritt-wichtigster Auslandsinvestor in Tschechien ist, aber weit hinter Deutschland, das seit 1993 ein Drittel aller Auslandsinvestitionen im Lande getätigt hat. Im Baltikum kommen die Deutschen an 2. Stelle hinter den Schweden, während die Franzosen in der Liste der zehn wichtigsten Auslandsinvestoren gar nicht auftreten. Insgesamt sollen circa 800 000 Osteuropäer ihren Arbeitsplatz einer deutschen Beteiligung oder Investition verdanken.

Ungleichgewicht der Handelsströme

Der quantitative und qualitative Unterschied zwischen den deutschen und französischen Positionen lässt sich aber noch deutlicher anhand der Handelsströme darstellen. Beim Export nach Polen kommt Frankreich zwar an 4. Stelle und beim Import aus Polen an 2. Stelle, aber der Rückstand zu Deutschland, dem ersten Handelspartner Polens, ist gewal-

tig: Die polnischen Importe kamen 2002 zu 24 Prozent aus Deutschland und zu 7 Prozent aus Frankreich, bei den Exporten ist das Verhältnis 32 zu 6 Prozent. Nach Ungarn exportiert Frankreich weniger als fernere oder kleinere Länder wie China, Russland, Italien oder Österreich: Hier ist das Land mit 4,8 Prozent Marktanteil an 6. Stelle gegenüber 25 Prozent für die Bundesrepublik, dem wichtigsten Handelspartner. Das gleiche lässt sich auch für die Slowakei feststellen (25 Prozent der Importe und 28 Prozent der Exporte kommen aus beziehungsweise gehen nach Deutschland, nur 4 Prozent aus Frankreich). Im Falle Tschechiens ist der Graben zwischen Deutschland und Frankreich noch größer: Vor 80 Jahren war Frankreich bevorzugter Partner der tschechischen Industrie. Heute ist Deutschland der übergroße Zulieferer des Landes (32,6 Prozent aller tschechischen Importe 2003), vor Italien, China und der Slowakei. Frankreich kommt danach mit 4,9 Prozent Marktanteil. Als Kunde steht Frankreich an 6. Stelle mit 4,7 Prozent der tschechischen Exporte gegenüber 37 Prozent nach Deutschland.

Zu den Gründen für den deutschen Erfolg im Osten spricht auch die noch weitgehend industriegetragene Wirtschaft der neuen Mitgliedstaaten. Hier gibt es keine allzu interessanten Perspektiven für die französische Wirtschaft, die in den letzten 30 Jahren der Versuchung erlegen ist, ganze Teile ihres verarbeitenden Gewerbes der Illusion einer angeblichen rein dienstleistungsorientierten Zukunft zu opfern. Im Osten aber spielt die klassische Industrie eine übergeordnete Rolle, was auch Auswirkungen auf die künftige EU-Politik haben wird. Die neuen EU-Staaten haben nicht vor, diese Industrie zu beseitigen. Vielmehr haben sie schon längst mutige Restrukturierungen eingeleitet, die heute vielversprechend klingen. Da eröffnen sich der deutschen Wirtschaft insgesamt, nicht nur dem bekannten Maschinenbausektor, enorme Wachstumsperspektiven, als Han-

dels- ebenso wie als Produktionspartner. Im Vergleich dazu kann Frankreich wenig bieten. Frankreich ist zwar mit seinen weltbekannten Dienstleistungs- und Handelskonzernen im Osten präsent, aber diese müssen hier zum ersten Mal im unerbittlichen Wettbewerb mit den anderen westlichen Konkurrenten leben und kämpfen: Im Handelssektor mit dem britischen Tesco, dem niederländischen Ahold, den deutschen Rewe, Metro und Lidl, ja sogar mit lokalen Supermarktketten wie die mit deutscher Hilfe großgewordene, ungarische CBA, die überall im Osten die mittelständischen Händler zum Widerstand gegen die ausländischen Giganten aufruft und sie im Netzwerk stark macht. Im kommunalen und regionalen Konzessionsbereich (Wasser, Abfallwirtschaft) stoßen die großen Franzosen plötzlich auf deutsche, oft mittelständische Konkurrenten, die erst im Osten ihre neuen internationalen Fähigkeiten unter Beweis stellen. So viel Konkurrenz sind die Oligopolisten aus Frankreich nicht gewöhnt. Sie hatten zunächst den Heimatmarkt unter sich aufgeteilt und dann die Regionen der Welt erobert, wo sie als erste ankamen. Im Osten ist die Lage anders. Für die Handelsgruppen ist dort Wachstum um so schwieriger, als dass sich nun die deutschen Discounter, die allmählich selbst in Frankreich zum Alptraum werden, auch im Osten im großen Stil engagieren.

Deutsch-österreichische Kooperation

Ein anderer Schwachpunkt Frankreichs im Osten ist sein geringes Engagement im Finanzsektor. Als einzige Großbank hat zwar die Société Générale wichtige Stellungen erobert, insbesondere in Tschechien und Slowenien. Das ist aber wenig im Vergleich zu den Belgiern (KBC), den Italienern (Unicredito) und vor allem den Österreichern, die, wie so oft im Osten, enge und zugleich selbständige Partner der Deutschen sind. So

agiert die bayerische HypoVereinsbank (HVB) im Osten durch die Bank Austria (BACA), und zwar sehr erfolgreich. Die Bank Austria ist dabei, die erste Stelle in ganz Mittel- und Osteuropa zu erobern. Dort erntet sie den Großteil der Gewinne der Muttergesellschaft in München. Allgemein zeitigt nun in Osteuropa die jahrzehntealte Verflechtung der deutschen und der österreichischen Wirtschaft ungemein starke Effekte, von denen Frankreich nur träumen kann. Als sich die Dresdner Bank vor wenigen Wochen aus dem Osten zurückgezogen hat, wurden die Filialen an die österreichische Bawag P.S.K, selbst Partner der Bayern LB, verkauft. So haben die deutschen Unternehmen im Osten zahlreiche Finanzpartner, mit denen sie sich prima verständigen können: Wenn nicht deutsche Partner wie die Commerzbank (die sehr stark in Polen vertreten ist), dann kulturell nahe Banken wie die Erste Bank, die Raiffeisen Zentralbank (RZB) oder eben die Bank Austria, – alles Wiener Institute, die zusammen zielstrebig das weitaus größte Bankennetz im Osten aufgebaut haben

Auch in anderen Sektoren sind die Österreicher für die Deutschen die idealen Partner im Ostgeschäft. Als Beispiel kann man die Supermarkt-Kette Billa nennen, die sehr erfolgreich die neuen EU-Märkte für die Kölner Rewe-Gruppe erobert. Selbst wenn Billa an Selbständigkeit gewinnen sollte, werden die Geschäftsbeziehungen zu den deutschen Zulieferern nicht abreißen. Das gilt auch für die Bank Austria, wenn diese in Zukunft ohne die HVB im Rücken weiter wachsen sollte. So lassen sich klug und dauerhaft Vertriebskanäle sichern. Als Vertreter eines kleinen Landes mit großer geschichtlicher und kultureller Erfahrung in den ehemaligen habsburgischen Kronländern haben die Österreicher gegenüber den Deutschen den großen Vorteil, beim östlichen Nachbarn keine Angst vor einem allzu großen Geschäftspartner hervorzurufen und einfühlsamer mit ihnen umzugehen. Wenn Deutsche im Osten inves-

tieren, dann nicht selten durch österreichische Tochtergesellschaften, so dass im Falle eines Rückzuges der Nachfolger in den meisten Fällen der österreichische Partner ist, der es auch dann langfristig bleibt und so indirekt das deutsche Geschäftsvolumen im Osten sichert und weiterentwickelt. Die Zahl solcher Kooperationen ist groß. Es wird auch immer wahrscheinlicher, dass die Österreichische Post, für die die Deutsche Post AG als künftiger Hauptaktionär im Gespräch ist, als Partner der mächtigen Bonner Gruppe im Ostgeschäft fungieren wird.

Die deutschen Geschäftsbeziehungen in Mittel- und Osteuropa stützen sich also auf ganz besondere Parameter. Sie sind weitgehend anders als diejenigen aller anderen im Osten anwesenden Länder, abgesehen vom

eben mit der deutschen Wirtschaft eng verknüpften Österreich. Etwas scheint hier abseits der politischen Grenzen zusammenzuwachsen. Die französischen Beziehungen zum Osten entwickeln sich nicht nach diesem Muster des Mit-, ja Ineinanderwachsens, sondern eher nach den Opportunitäten des Marktes. So ist Deutschland bereit, Handelsbilanzdefiziten mit den Ostländern auch dauerhaft Rechnung zu tragen. Denn hier liegt eine Bedingung für ein überdurchschnittliches Wachstum der Handelsströme und allgemein der Geschäftsbeziehungen mit den neuen EU-Mitgliedsländern. Mit erweiterten Heimatmärkten wiegen Handelsdefizite sowieso wenig, zumal sie durch die gigantischen Handelsüberschüsse mit anderen Weltregionen mehr als kompensiert werden.