

Exporteure suchen neue Märkte

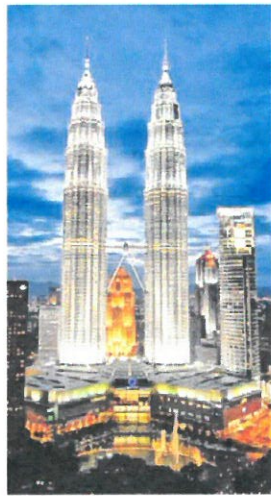
Der schwache Euro kurbelt das internationale Geschäft des Mittelstands bisher nur wenig an.

Mathias Peer

Bangkok

Die jüngsten Exporterfolge in Malaysia haben die nord-deutschen Pumpenhersteller Edur und Witte weniger dem schwachen Euro, als ihrem neuen Kollegen Allan Tan zu verdanken. Seit zwei Jahren ist er die Einmann-Vertretung der beiden befreundeten Unternehmen in Kuala Lumpur und zieht für sie neue Geschäfte an Land. „Früher wurde der Markt nur von Deutschland aus bearbeitet“, sagt Tan. Die Eröffnung des lokalen Vertriebsbüros brachte einen Schub: Die Umsätze seien um mehr als 30 Prozent gestiegen. „Gerade bei den Spezialpumpen, die wir verkaufen, legen eben viele Kunden Wert darauf, dass es auch vor Ort einen Ansprechpartner gibt.“

Dass sich mittelständische Unternehmen, die im Ausland neue Absatzmärkte erschließen möchten, nicht allein auf die Schwäche der europäischen Gemeinschaftswährung verlassen sollten, zeigt auch eine Studie des Kreditversicherers Euler Hermes. Laut der vergangenen Woche veröffentlichten Untersuchung können heimi-



Malaysias Hauptstadt Kuala Lumpur: Rasches Wachstum.

sche Unternehmen in diesem Jahr zwar mit zusätzlichen Ausfuhren im Wert von 36 Milliarden Euro rechnen - das entspricht einem Plus von 2,7 Prozent. Der Zuwachs fällt allerdings deutlich geringer

Lohnende Ziele

Die 15 attraktivsten Wachstumsmärkte
Wachstumsrate (Prognose) des BIP 2015

China	+7,1%
Indien	+6,4%
Malaysia	+5,2%
Kolumbien	+4,5%
Vereinigte Arabische Emirate	+4,5%
Südkorea	+4,0%
Taiwan	+3,8%
Mexiko	+3,5%
Hongkong	+3,3%
Polen	+3,3%
Lettland	+3,2%
Uruguay	+2,8%
Slowakei	+2,7%
Estland	+2,5%
Südafrika	+2,3%

BIP = Bruttoinlandsprodukt
Handelsblatt

Quellen: Euler Hermes, IWF

aus als im Vorjahr, als die Exportbranche noch um 45 Milliarden Euro wachsen konnte.

Der Kurssturz des Euros, der in den vergangenen zwölf Monaten im Vergleich zum Dollar rund ein Viertel seines Wertes verlor, macht sich bei den Exporteuren nur in

geringem Umfang bemerkbar: Auf rund fünf Milliarden Euro beziffert Euler Hermes das zusätzliche Geschäftsvolumen, das in diesem Jahr entsteht, weil Kunden außerhalb der Euro-Zone deutsche Produkte billiger einkaufen können. Zumindest theoretisch. Denn in der Realität haben die Währungen in vielen Auslandsmärkten ebenfalls abgewertet. Die erhoffte Nachfragesteigerung bleibt daher vielfach aus.

Für das laufende Jahr rechnen Experten auch mit Gegenwind aus politischen Gründen. Die Analysten von Euler Hermes prognostizieren stark spürbare Konsequenzen der Russland-Krise. „Durch die schwere Rezession erwarten wir dort einen Rückgang der Exporte um rund 25 Prozent“, sagt Risikovorstand Thomas Krings. Das bedeutet, dass ein Geschäftsvolumen von mehr als acht Milliarden Euro verloren gehen dürfte.

Die Experten des Versicherers raten als Ausgleich dazu, gezielt wachstumsstarke Länder zu erschließen, in denen die hiesige Wirtschaft bisher unterrepräsentiert ist. Sie haben eine Liste mit 15 Destinationen erarbeitet, die sich besonders eigenen sollen: die

Länder Kolumbien, Uruguay, Südkorea und Taiwan gehören dazu. Sie hätten ein hohes Importwachstum von über 4,5 Prozent vorzuweisen - und würden gleichzeitig nur geringe Geschäftsrisiken aufzeigen.

Auf der Liste findet sich auch Malaysia. Die Wirtschaft des südostasiatischen Schwellenlands wird mehreren Prognosen zufolge in diesem Jahr um rund fünf Prozent wachsen. Für 2016 erwartet die Asiatische Entwicklungsbank ADB einen Anstieg auf ein Plus von sechs Prozent. Malaysia ist auf dem Weg zur hochentwickelten Industrienation.

Allan Tan kann seine Heimat den Mittelständlern aus Deutschland nur empfehlen: „Wir haben keine Naturkatastrophen und eine stabile Regierung“, sagt er. Außerdem verfüge das Land über eine schlanke Verwaltung und biete gute Voraussetzungen dafür, neue Unternehmen zu gründen. Ein Problem gebe es aber: Deutsche Produkte hätten in Malaysia den Ruf, viel zu teuer zu sein, bemerkt Tan. „Man muss den Kunden erst erklären, dass sich die hohe Qualität langfristig rechnet.“