

Auslandsgeschäfte von Handwerksbetrieben (I)

Nicht zuletzt mit der EU-Osterweiterung sieht sich das deutsche Zahntechnik-Handwerk einem internationalen Wettbewerb ausgesetzt, dem es scheinbar unterliegt. Billiger Zahnersatz aus dem Ausland kursiert auf dem Markt, angeboten von EU-Wettbewerbern oder kooperierenden inländischen Labors, im Internet und in der Praxis, schön verpackt als Busreise all inclusive und von den Kassen beworben: Egal wie das Angebot aussieht, die Verbraucher greifen gerne zu. Hinzu kommen Wettbewerbsnachteile und Umsatzeinbußen dank Festzuschuss-System. Der deutsche Zahntechnik-Meisterbetrieb steht vor der unausweichlichen Frage, wie es weitergeht, wie er sein Überleben sichern kann. In Deutschland weiterproduzieren, lohnt sich das? Gibt es woanders Absatzchancen und wie kann ich diese wahrnehmen?

Die Notwendigkeit, sich mit den Fragen rund um Geschäftsmöglichkeiten in Auslandsmärkten zu befassen, liegt klar auf der Hand. Trotzdem stößt das Thema in der Branche auf Missgefallen. Das

musste nicht zuletzt die Zahntechnik-Innung im Regierungsbezirk Arnberg feststellen, nachdem sie einen Unternehmer-Workshop veranstaltete, der Chancen und Risiken eines Auslandsengagements in Osteuropa beleuchtete und anschließend zur Diskussion stellte. Es ging in der Veranstaltung, auf der neben Wirtschaftsexperten auch Vertreter des ZT-Handwerks referierten, „um eine Versachlichung des Themas und eine Aussprache“, erklärte Obermeister Josef Wagner. Trotzdem hagelte es Kritik, auch solche, die jeder Kenntnis über Workshopinhalte und -ziele entbehrte. Das zeigt einmal mehr, dass es sich hier bis dato um ein Tabuthema handelt, das nun offizielle Vertreter des Handwerks „gewagt“ hatten, offen anzusprechen.

Doch auch wir meinen, dass das komplexe Thema zur Diskussion gestellt werden muss, es enthält zudem vielfältige Aspekte, deren sich jeder Betrieb einmal widmen sollte. Angefangen von der Frage, wie sich das deutsche ZT-Handwerk gegenüber der

Konkurrenz vor der eigenen Haustür behaupten kann, über die Frage, welche Risiken, aber auch welche Chancen es gibt und welche Formen von Auslandsgeschäften in Frage kommen, bis hin zu detaillierten Überlegungen bezüglich der dortigen Rahmenbedingungen.

Diese Fragen möchten wir in einzelnen, lose aufeinanderfolgenden Teilen einer Serie „Auslandsgeschäfte von Handwerksbetrieben“ beleuchten, wobei wir uns auf Osteuropa konzentrieren.

In dem heutigen 1. Teil wird es eine, das allgemeine Handwerk betreffende Einführung geben. Dazu haben wir zwei Experten zum Thema Auslandsgeschäfte von Handwerksbetrieben gebeten, die Chancen und Risiken zu erläutern und einen Einblick in die wettbewerbspolitischen Rahmenbedingungen sowohl für eine Behauptung gegenüber der ausländischen Konkurrenz im Inland zu geben als auch für die Aufnahme einer Geschäftsbeziehung im Ausland. ZT

Chancen und Risiken richtig abwägen

Während immer mehr Handwerksbetriebe aus anderen Branchen das Auslandsgeschäft entdecken, befassen sich nur wenige Zahntechniker mit dem Thema, sagt Andreas Gfall, Geschäftsführer von Bayern Handwerk International. Im Folgenden gibt der Experte einen Überblick über die Besonderheiten, Chancen und Risiken eines Auslandsengagements von Handwerksbetrieben.

Deutsche Handwerksbetriebe, die Auslandsgeschäfte tätigen wollen, stehen grundsätzlich



Andreas Gfall, Geschäftsführer von Bayern Handwerk International (BHI).

vor der Situation, dass es in fast allen Ländern ein dichtes Netz von Handwerks- bzw. Klein- und Mittelbetrieben gibt, die die Grundversorgung mit handwerklichen Gütern und Dienstleistungen sicherstellen. Die relativ hohen Lohnkosten verbunden mit der Arbeits-

intensität des Handwerks bedingen Preisnachteile für das deutsche Handwerk gegenüber der ausländischen Konkurrenz. Und dennoch arbeiten zunehmend Handwerksbetriebe mit Erfolg im Ausland. Dies hat folgende Gründe:

- Das deutsche Angebot hebt sich durch Qualität, Flexibilität, Innovationskraft, Zuverlässigkeit, Termintreue und Anpassung an die Kundenwünsche von der Konkurrenz im Ausland deutlich ab. Meisterqualität verbunden mit der Wertschätzung für „made in Germany“ im Ausland sind hier entscheidende Wettbewerbsvorteile.

- Handwerksbetriebe erzeugen Güter und Leistungen, die im Ausland häufig nicht erhältlich sind. Das sind insbesondere hochspezialisierte Nischenproduzenten mit technologisch anspruchsvollen Produkten wie Maschi-

nen, Werkzeugen oder erneuerbaren Energien.

- Handwerksbetriebe gehen mit deutschen Industriebetrieben ins Ausland oder werden von deutschen Privatpersonen beauftragt, die im Ausland über Immobilienbesitz verfügen.

Die wichtigsten Formen des Auslandsengagements sind:

- Herstellung von speziellen Investitionsgütern und Zulieferungen zum Beispiel für die Automobilindustrie

- Herstellung von Spezialitäten im Konsumgüterbereich z. B. Musikinstrumenten

- Arbeiten im grenznahen Ausland, insbesondere im Bau/Ausbau

- Montagearbeiten im Ausland, insbesondere für Niederlassungen deutscher Industriebetriebe

- Einschaltung eines Vertreters oder Händlers als Absatzmittler im Ausland

- Eingehen einer Kooperation mit einem ausländischen Betrieb

- Gründung einer Niederlassung im Ausland

Die Probleme für ein Auslandsengagement eines Handwerksbetriebs im Ausland liegen zum einen in begrenzten personellen Ressourcen. Ein Handwerksbetrieb hat keine eigene Auslandsabteilung, der „Chef“ muss sich um vieles selbst kümmern. Hierzu fehlt oft die Zeit. Zum anderen stellen Sprachbarrieren und Mentalitätsunterschiede ein Problem bei dem Gang ins Ausland dar. Die Beratungstätigkeit von Bayern Handwerk International (BHI) zeigt, dass die meisten deutschen Exportstarter in den angrenzenden Nachbarländern beginnen.

Geografische Nähe und damit Erreichbarkeit des Kunden, deutsche Sprache als ge-

meinsame Geschäftssprache und hohe Kaufkraft dieser Märkte, insbesondere im Süden und Westen von Deutschland, sind ein gutes Argument, hier Auslandsaktivitäten zu starten. Die meisten exportorientierten Betriebe kommen aus den Branchen Bau/Ausbau, Metall und Holz. Trotz gemeinsamer Währung und offener Grenzen in Europa gibt es insbesondere, wenn Handwerker vorübergehend im Ausland arbeiten, noch genügend rechtliche und bürokratische Hemmnisse, die eine freie Ausübung der Arbeit nicht zulassen. Denn Handwerker produzieren nicht nur Güter, sondern erbringen vielfach Dienstleistungen, montieren, reparieren oder erneuern ein Produkt. Bayern Handwerk International (BHI) und die Handwerkskammern unterstützen die Betriebe, wenn es darum geht, diese Hindernisse zu überwinden.

Noch ein Hinweis zu Zahntechnikern: Nach unserem Kenntnisstand haben sich bis jetzt nur wenige Zahntechniker mit einem Auslandsen-

gagement befasst. Die meisten Fälle betreffen die Suche nach einem ausländischen Kooperationspartner, der Teile für den deutschen Auftraggeber kostengünstig fertigt und somit zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens in Deutschland beiträgt. Erst einige wenige haben bisher das Ausland als Absatzmarkt erkannt und bewerben dort zahlungskräftige Privatpatienten. Unter dem Aspekt der Veränderungen im deutschen Gesundheitswesen und des Zusammenwachsens Europas eröffnen sich im Ausland auch für Zahntechniker gute Chancen. ZT

ZT Info

Bayern Handwerk International (BHI) GmbH ist die Exportförderungsgesellschaft des bayerischen Handwerks. Sie wird von den sechs bayerischen Handwerkskammern getragen und vom bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie gefördert. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Nürnberg unterstützt bayerische Handwerksbetriebe bei der Erschließung und Bearbeitung von Absatzmärkten im Ausland und organisiert Gemeinschaftsstände auf Auslandsmessen. Derzeit sind rund 3.000 Betriebe Kunden bei BHI. Mehr Infos unter: www.bh-international.de

„Nachfrage nach höherwertigen Produkten wird steigen“

Wie Handwerksbetriebe trotz Konkurrenz aus dem europäischen Ausland dennoch in Deutschland punkten können und warum sich für diese wiederum auch Chancen im Ausland eröffnen, darüber sprach die ZT mit Holger Schwannecke, Geschäftsführer des Unternehmensverbandes Deutsches Handwerk (UDH).

ZT Billiger Zahnersatz aus dem Ausland ist für deutsche Labore schon längst Wirklichkeit. Damit konfrontiert, sehen sich insbesondere die kleinen Meisterlabore ungleichen Wettbewerbsbedingungen ausgesetzt. Unter welchen Voraussetzungen bzw. politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen hätten Ihrer Meinung nach kleinere Handwerksbetriebe trotz eines EU-Binnenmarktes auch in Deutschland gute Geschäftschancen?

Die Handwerksbetriebe sind in Folge der fortschreitenden europäischen Integration, der weitgehend weggefallenen Grenzen und Zölle sowie der gestiegenen weltwirtschaft-

bewerbsdruck ausgesetzt. Mit dem Fall des eisernen Vorhangs und der Osterweiterung der Europäischen Union ist dieser Wettbewerbsdruck noch erheblich gestiegen: Da die Lohn- und Lohnzusatzkosten in den Beitrittsländern gerade mal ein Viertel der Kosten in Deutschland betragen und die Standorte in unmittelbarer räumlicher Nähe liegen, ist die EU-Erweiterung eine große Herausforderung. Dies gilt nicht zuletzt für das besonders arbeitsintensive Zahntechnik-Handwerk. Dabei zeigt die Erweiterung der Europäischen Union schonungslos auf, dass die Kostenstrukturen und die Rahmenbedingungen am Standort Deutschland nicht mehr stimmen und dringend überarbeitet werden müssen, um die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Der ZDH hat die dazu erforderlichen Schritte in seinen Prüfsteinen zur Bundestagswahl formuliert. Dringend notwendig ist eine dauerhafte Entlastung des Faktors Arbeit und eine Reduzierung der Steuerlast in den Betrieben. Darüber hinaus sind alle Möglichkeiten auszuschöpfen, die Stundenverrechnungssätze über die Kostenseite weiter zu reduzieren, so z. B. durch eine maßvolle

Tarifpolitik und erweiterte Arbeitszeiten. Noch mehr als bislang müssen die Handwerksbetriebe allerdings auch ihre ureigensten Wettbewerbsvorteile ausschöpfen, indem sie höchste Qualität mit entsprechendem Service anbieten. Gerade im Bereich des Zahntechnik-Handwerks, bei dem fast jedes Produkt maßgefertigt wird, werden sich dadurch auch für kleine Betriebe weiterhin gute Geschäftschancen in Deutschland ergeben. Eine konsequente Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten ist dafür unerlässlich.

Qualität kann aber nur von leistungsfähigen Betrieben geboten werden. Diesbezüglich ist das Zahntechnik-Handwerk in den vergangenen Jahren allerdings durch die Gesundheitspolitik im Vergleich zu anderen Leistungserbringern über Gebühr belastet worden und musste in Folge der Preisabsenkung um 5 Prozent ab 2003 sowie der Festzuschussregelung ab Januar 2005 drastisch gesunkene Umsätze hinnehmen und massiv Beschäftigung abbauen. Um weitere Verwerfungen im Zahntechnik-Handwerk zu vermeiden, fordert der ZDH deshalb kurzfristige Anstrengungen aller Beteiligten, um das neue Fest-

zuschuss-System schnellstens funktionsfähig zu machen und die Preisabsenkung von 2003 zurückzunehmen. Außerdem ist bei Zahnärzten eine trennscharfe Abgrenzung zwischen ärztlicher und gewerblicher Tätigkeit notwendig. Mit immer neuen Formen von „Praxislabors“ machen Zahnärzte zusätzliche Umsätze zu Lasten der Zahntechniker. Und schließlich ist nicht hinnehmbar, dass Krankenkassen ihren Versicherten empfehlen, zwecks Kostenersparnis Zahnersatz im Ausland nachzuzufügen. Denn zum einen schädigt dies den Standort Deutschland, zum anderen können ausländische Anbieter vielfach nicht die hohen deutschen Sicherheits- und Umweltstandards einhalten.

ZT Als Handwerksbetrieb ein Auslandsgeschäft aufnehmen und Produkte/Dienstleistungen im Ausland absetzen: Wo sehen Sie die derzeit größten wettbewerbspolitischen Probleme für kleine und mittlere Handwerksbetriebe hinsichtlich eines Auslandsengagements?

Mit der Osterweiterung der Europäischen Union sind die Möglichkeiten, vom europäischen Binnenmarkt zu profitie-

ren, auch für das Handwerk erheblich gestiegen. Denn in den Beitrittsländern besteht noch ein großer Nachholbedarf nach Handwerksprodukten. Zudem wird mit wachsendem Einkommen auch die Nachfrage nach höherwertigen Produkten und Dienstleistungen ansteigen. Auch bieten sich die Beitrittsländer als Beschaffungsmärkte an, um mit günstigeren Vorprodukten und Rohstoffen die eigene Leistungspalette zu verbessern. Viele Betriebe haben dies erkannt und sind bereits auf den neuen Märkten aktiv, andere wollen aktiv werden: Seit der Erweiterung hat das Interesse der Betriebe nach Geschäftskontakten und insbesondere nach Kooperationen sprunghaft zugenommen.

Allerdings ist festzustellen, dass gerade für kleine und mittlere Handwerksbetriebe ein Auslandsengagement mit besonderen Problemen verbunden ist. So reichen die Managementkapazitäten zumeist nicht aus, zielgerichtete Informationen über die relevanten Teilmärkte in den Zielländern zu beschaffen, die Auslandsmärkte zu erkunden und eine Aktivität vor Ort durchzusetzen. Zudem werden viele Betriebe bei geplanten Auslands-

aktivitäten auch durch Finanzierungsprobleme gebremst: Denn ein Auslandsengagement erfordert in der Regel langen Atem und somit eine er-



Holger Schwannecke, Geschäftsführer des Unternehmensverbandes Deutsches Handwerk (UDH).

hebliche Vorfinanzierungsleistung. Bei diesen, aber auch weiteren Problemen bieten viele Handwerkskammern über ihre Außenwirtschaftsberatung fachkundige Unterstützung an.

Vielfach verhindern aber auch die noch verkrusteten bürokratischen Strukturen in Osteuropa eine reibungslose Umsetzung des Wunsches nach Tätigwerden, Kooperation und Investition vor Ort (Bearbei-

Fortsetzung auf Seite 6

ANZEIGE



lichen Arbeitsteilung bereits seit Jahrzehnten einem kontinuierlich zunehmenden Wett-