

Die Mitteleuropäische Union



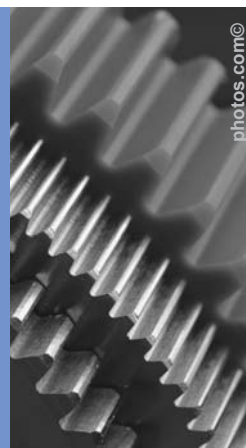
Wirtschaftspolitische Diskussionen von Michael Derrer

Heute würde ein Bürger des österreichisch-ungarischen Kaiserreichs einen tschechischen Skoda fahren, Kleider der polnischen Labels Reserved oder Top Secret tragen, Fruchtsaft der polnischen Firma Maspex und ungarischen Wein aus Tokaj trinken, sich mit Medikamenten der kroat-

der grösste Zuwachs des polnischen Handelsumsatzes nicht etwa mit Deutschland, Frankreich oder Italien. Der polnische Export nach Estland ist im Vergleich zum Vorjahr um 66.2%, in die Slowakei um 36%, nach Ungarn um 35%, in die Tschechische Republik um 23.7 gestiegen. Es gibt keinen Bereich, in dem der internationale Handel der mitteleuropäischen Länder in letzter Zeit nicht gewachsen ist.

Auf den Strassen von Riga, Ostrawa, Kosice, Bukarest und Budapest fahren polnische Solaris-Busse, die die lokalen Ausschreibungen gewonnen haben, die Billigairlines Wizz Air und SkyEurope haben auf den Flugplätzen der Nachbarländer Fuss gefasst. Die regionale Expansion betrifft aber nicht nur den Handel, sondern auch die Direktinvestitionen.

“Westliche Unternehmen, die in diese Länder expandieren, sollten sich nicht auf länderspezifische Strategien fokussieren, sondern können sie als einen immer enger zusammenwachsenden Wirtschaftsraum betrachten.”



schen Firma Pliva oder der slowenischen Krk, die er in der litauischen EuroApotheken-Kette erwirbt, heilen, Musiktonträger auf der polnischen Site Allegro bestellen und mit der ungarischen Billigfluglinie Wizz Air oder der slowakischen SkyEurope nach Kroatien in die Ferien fliegen.

Nach dem Beitritt zur EU vor einem Jahr haben sich die Unternehmer der mitteleuropäischen Länder an ihre unmittelbaren Nachbarn erinnert. Seit der EU-Erweiterung, dem Abschluss der Beitrittsverhandlungen mit Rumänien und Bulgarien und den Vorbereitungen der Verhandlungen mit Kroatien hat der intraregionale Handelsverkehr eine Wiedergeburt erlebt.

Denn am 1. Mai 2004 sind auch zwischen den neuen EU-Mitgliedstaaten die Zölle und administrativen Barrieren gefallen, und der Handel mit den Ländern im 'europäischen Wartesaal' wurde erleichtert. Die Folge ist ein sprunghafter Anstieg des Handels zwischen diesen Ländern. So erfolgte

Bis heute betragen die Investitionen tschechischer Unternehmen in Polen etwa 400 Mio. EUR, und diejenige der ungarischen etwa 250 Mio. EUR. Umgekehrt haben die polnischen Unternehmen in diesen Ländern noch mehr investiert: Polnische Fruchtsaftproduzenten kaufen tschechische und ungarische Betriebe auf, polnische Internetportale expandieren nach Tschechien, usw.

Firmen beginnen, Vertreter der Nachbarländer in ihr Management aufzunehmen. An die Warschauer Börse streben heute auch Firmen aus den anderen mitteleuropäischen Ländern. So entsteht das Fundament der ersten aus den neuen Mitgliedsländern stammenden paneuropäischen Konzerne.

In der intraregionalen Expansion kommen den Unternehmen nicht nur ihre geographische Nähe, sondern auch die gemeinsamen Traditionen und Geschichte zu Gute. Die EU-Erweiterung bedeutete daher auch die Wiedergeburt des

Wirtschaftsraums auf dem Gebiet des ehemaligen Habsburgerreiches.

Westliche Unternehmen, die in diese Länder expandieren, sollten sich nicht auf länderspezifische Strategien fokussieren, sondern können sie als einen immer enger zusammenwachsenden Wirtschaftsraum betrachten.



Bemerkenswert ist ferner, dass sich die russische Wirtschaftspresse in letzter Zeit für die Entwicklung in den mitteleuropäischen Ländern interessiert, insbesondere für die Tatsache, dass sich Unternehmen aus diesen Ländern dank qualitativ guten Produkten, aggressiven Unternehmensstrategien und dem Aufbau eigener Marken und

eines soliden Firmenimages, nicht nur auf dem Heimmarkt durchsetzen, sondern vermehrt auch den Weg auf die westlichen Märkte finden.

Michael Derrer ist auf Mittelosteuropa und Russland spezialisierter Berater und Übersetzer. Er leitet die Firma Ascent Swiss Business Management AG, die Schweizer Unternehmen in der Expansion auf diese Märkte unterstützt.

www.ascent-ag.ch m.derrer@ascent-ag.ch