



BUNDESVERBAND DES DEUTSCHEN GROSS- UND AUSSENHANDELS E.V.

Politikkongress 2005

Panel 3: Podiumsdiskussion „Dein Freund, der Staat – Außenwirtschaftsförderung richtig nutzen“

Impulsreferat von BGA-Präsident Anton F. Börner

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch in diesem Jahr wird Deutschland auf der WTO-Rangliste voraussichtlich den Spitzenplatz bei den Warenexporten verteidigen, wonach wir also „Exportweltmeister“ werden. Angesichts dieser starken Stellung Deutschlands auf den Weltmärkten klingt es merkwürdig, die Effizienz der deutschen Außenwirtschaftsförderung auf den Prüfstand zu stellen.

Dennoch muss die Frage erlaubt sein: Erzielen wir einen Außenhandelsüberschuss von 150 Milliarden Euro aufgrund unserer Außenwirtschaftsförderung? Wie können die existierenden Instrumente noch effektiver eingesetzt werden? Und wo steht unsere Außenwirtschaftsförderung im internationalen Vergleich?

Die klassischen Stärken in der Außenwirtschaftsförderung liegen zunächst in den deutschen Auslandshandelskammern und Delegiertenbüros vor Ort begründet, die zusammen mit der Auslandsmesseförderung ein wichtiges Instrument für die Anbahnung von Erstkontakten gerade für KMU darstellen. Weitere wichtige Elemente sind das Instrumentarium der Exportkreditversicherung und die Bundesagentur für Außenwirtschaft (Bfai) mit ihren Marktberichten und Datenbanken sowie die Wirtschaftsabteilungen der Botschaften. Letztere leisten gerade in politisch schwierigen Märkten oftmals wertvolle Unterstützung.

Hieraus ergibt sich ein Netzwerk von Fördermöglichkeiten, das sich im internationalen Vergleich sehr gut behauptet. Diese Elemente sind die Kernbereiche der deutschen Außenwirtschaftsförderung, und sie müssen finanziell ausreichend unterlegt sein. Es sind diese Kernbereiche, um die uns andere Nationen mit Exportambitionen immer wieder beneiden.

Ein Zwischenfazit: Ich kenne weltweit kein besseres System als das deutsche Außenwirtschaftsförderungssystem. Zwar hat man gelegentlich den Eindruck, dass gerade bei Großprojekten in anderen Staaten die führenden Politiker stärker an die



Front geschickt werden – dennoch ist in den letzten Jahren eine klare Tendenz zu erkennen, dass internationale Anliegen der Wirtschaft gerade in schwierigen Märkten mit hohem Staatseinfluss von der deutschen Politik immer stärker berücksichtigt und flankiert werden.

Die auf Langfristigkeit der Förderung in der Außenwirtschaft, insbesondere für mittelständische Unternehmen angelegte deutsche Politik, braucht den Vergleich nicht zu scheuen und hat ja auch im Ergebnis mit der starken Export- und Importwirtschaft Deutschlands, einem wesentlichen Wachstumsträger mit Beschäftigungswirkung in Deutschland, letztendlich ein gutes Ergebnis zu verzeichnen.

Die deutschen Erfahrungen mit der Außenwirtschaftsförderung können jedoch hinterfragt werden bezüglich der Allokation der Mittel, der Zuständigkeiten und des Erscheinungsbildes.

Festzustellen ist: Die Außenwirtschaftsförderung wächst nicht mehr in ihren zentralen Feldern, sondern in der Hinzufügung einzelner Exportförderungsmaßnahmen für erneuerbare Energien und für Invest in Germany. Beides sind Einzelmaßnahmen, die zur Zersplitterung beitragen, einen meines Erachtens problematischen Einstieg in eine Einzelförderung (wie im Falle der erneuerbaren Energien) schaffen und im Volumen wie bei „Invest in Germany“ noch nicht schlüssig konzeptionell untermauert sind.

Zuständigkeiten und Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit der Außenwirtschaftsförderung leiden sowohl aus verbandlicher Sicht wie auch unternehmerischer Beurteilung unter Zersplitterung. EU, Bund, Länder und zum Teil Gemeinden verfügen über Kompetenzen in der Außenwirtschaftsförderung, die sie zumindest zum Teil unabgestimmt nach außen deutlich machen wollen, ohne dass die Wahrnehmbarkeit der Einzelmaßnahmen der deutschen Außenwirtschaft insgesamt nützt, diese sogar vielfach konterkariert. Insofern lässt sich auch sagen, dass wir einer zusätzlichen europäischen Außenwirtschaftsförderung, die ja neben die anderen Fördermaßnahmen von Bund, Ländern und zum Teil Gemeinden treten würden, sehr kritisch gegenüber stehen.

Verschiedene lobenswerte Ansätze sind gemacht worden, ein einheitlicheres Auftreten der deutschen Außenwirtschaftsförderung zu machen. Ich nenne in diesem Zusammenhang das Außenwirtschaftsportal IXPOS des BMWA, wo aktuelle Maßnahmen transparent und gebündelt dargestellt werden – im Sinne der Handhabbarkeit gerade für den Mittelständler, dessen Erfolg auf den Auslandsmärkten ja der primäre Sinn und Zweck unser aller Bemühungen ist. Wie diese Instrumente effizient genutzt werden können, werden wir im Laufe der heutigen Diskussion herausarbeiten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!