

Antrag

der Abgeordneten Günter Nooke, Dr. Michael Luther, Dr. Angela Merkel, Vera Lengsfeld, Michael Stübgen, Ulrich Adam, Manfred Kolbe, Hartmut Büttner (Schönebeck), Manfred Grund, Dr. Paul Krüger und der Fraktion der CDU/CSU

Exportchancen im Ausland nutzen – Absatzförderung Ost intensivieren

Der Bundestag wolle beschließen:

Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Die anziehende Weltkonjunktur, die derzeit begleitet wird von einem niedrigen Außenwert des Euro insbesondere gegenüber dem Dollar, eröffnet sehr günstige Exportchancen für deutsche Produkte. Hiervon profitieren allerdings in erster Linie Unternehmen in Westdeutschland, die traditionell eine hohe Exportquote aufweisen. Unternehmen aus den neuen Ländern dagegen sind weiterhin eher binnenmarktorientiert. Ihr Anteil am gesamtdeutschen Export ist mit ca. 6 % immer noch viel zu gering. Sie profitieren daher wenig von den aktuellen Exportmöglichkeiten und laufen dadurch Gefahr, auf Dauer im internationalen Wettbewerb abgehängt zu werden.

Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung deshalb auf,

1. die Förderung des Absatzes ostdeutscher Produkte auf dem europäischen und Weltmarkt unter Berücksichtigung der Möglichkeiten neuer Medien nochmals zu intensivieren,
2. dabei zu prüfen, wie das Sonderprogramm zugunsten der neuen Länder und die allgemeinen Instrumente des Bundes zur Exportförderung verstärkt koordiniert werden können,
3. das Sonderprogramm zugunsten der neuen Länder erstmals auch zugunsten immaterieller Produkte und Dienstleistungen aus den neuen Ländern zu öffnen und über das Jahr 2000 hinaus fortzuführen.

Berlin, den 14. März 2000

**Günter Nooke
Dr. Michael Luther
Dr. Angela Merkel
Vera Lengsfeld
Michael Stübgen
Ulrich Adam**

**Manfred Kolbe
Hartmut Büttner (Schönebeck)
Manfred Grund
Dr. Paul Krüger
Friedrich Merz
Michael Glos und Fraktion**

Begründung

Der Außenhandel kommt zunehmend wieder in Schwung. Im Monat November 1999 legten die deutschen Exporte um 14,5 % auf 94,8 Mrd. DM gegenüber dem Vorjahreswert zu. Maßgeblich beeinflusst durch den derzeit schwachen Außenwert des Euro ist mit einem neuen Spitzenwert im deutschen Exportgeschäft zu rechnen. Gleichzeitig werden aber ostdeutsche Firmen hieran kaum partizipieren. Die Absatzförderung Ost und die damit verbundenen Hilfen des Bundes sind zwar von den Unternehmen in den letzten Jahren angenommen worden und haben maßgeblich zu einem Zuwachs im Export beigetragen. Viele auch mittelständische Unternehmen in den neuen Ländern konnten beim Absatz ihrer Produkte wesentliche Fortschritte erzielen: 1998 erhöhte sich die Ausfuhr gegenüber dem Vorjahr um insgesamt knapp 10 % auf über 56 Mrd. DM. Gleichwohl ist der Anteil der neuen Länder am gesamtdeutschen Außenhandelsumsatz mit ca. 6 % weiterhin viel zu niedrig. Der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz der Betriebe im verarbeitenden Gewerbe beträgt knapp 18 %. Diese Exportquote liegt damit immer noch um die Hälfte niedriger als die vergleichbare Exportquote westdeutscher Unternehmen.

Hinzu kommt: Der Export aus den neuen Ländern wird maßgeblich vor allem von wenigen, großen Unternehmen wie beispielsweise VW oder Siemens/Infineon in Sachsen getragen. Sie zeichnen verantwortlich für ostdeutsche Exportsteigerungen im Jahr 1999. Viele kleine und mittlere Unternehmen weisen dagegen im Auslandsgeschäft gravierende Schwächen auf: Fehlende Marktkenntnisse, Probleme bei der Vorfinanzierung von Auslandsgeschäften und eine teilweise unzureichende Pflege von Firmenkontakten erschweren eine weitere Steigerung.

Der Bund darf deshalb nicht nachlassen, die neuen Länder im Rahmen seiner allgemeinen gesamtdeutschen Absatzfördermaßnahmen wie beispielsweise die Auslandsmesseförderung, die Hermes-Ausfuhrleistungen und die Kooperationsförderung weiter zu unterstützen. Daneben darf aber auch das befristete Sonderprogramm „Förderung des Absatzes ostdeutscher Produkte“ im Haushalt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie nicht auslaufen. Für diese spezielle Absatzförderung standen bisher 20 Mio. DM jährlich zur Verfügung. Das Sonderprogramm „Förderung des Absatzes ostdeutscher Produkte“ muss auch über das Jahr 2000 hinaus mit konkreter Perspektive verlängert werden.

Im Rahmen einer fortlaufenden Bilanz müssen dabei gleichzeitig neue Wege und Schwerpunkte bei der Absatzförderung geprüft und umgesetzt werden: Die Inlandsmesseförderung hat sich in der Vergangenheit als Sprungbrett für internationale Märkte bewährt. Viele Unternehmen konnten hier bereits Tritt fassen. Insofern ist mittelfristig der entsprechende Bedarf für eine weitere Inlandsmesseförderung zu überprüfen. Hingegen sollten die zur Verfügung stehenden Mittel verstärkt bei Vermarktungsprojekten im Ausland und auf ausgewählten Auslandsmärkten sowohl im Westen wie auch in Mittel- und Osteuropäischen Staaten (MOE-Staaten) eingesetzt werden. Die Auslandshandelskammern sind verstärkt in eine Koordination einzubinden. Aber auch der Industrial Investment Council, der bisher ausländische Ansiedlungen speziell in den neuen Ländern unterstützt hat, verfügt über entsprechende Erfahrungen sowohl im In- wie auch Ausland und sollte deshalb mit eingebunden werden.

Besondere Bedeutung wird künftig den neuen Medien zukommen: Das so genannte business to business im elektronischen Geschäftsverkehr nimmt rasant zu. Die professionelle Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken zur Produktpäsentation auch im Ausland wird langfristig über den Geschäftserfolg vieler Unternehmen entscheiden. Eine künftige Förderung

muss auch deshalb auf den Einsatz dieser neuen Medien noch mehr als bisher einen besonderen Schwerpunkt legen.

Gleichzeitig gebietet sich auch eine inhaltliche Öffnung bei den zu fördernden Projekten: Die Produkte des verarbeitenden Gewerbes und die Industrie sind zwar auch in Zukunft die wesentlichen Ziele weiterer Absatzförderung. Mit Blick auf den Wandel in eine Medien- und Dienstleistungsgesellschaft wird es aber zunehmend notwendig, Impulse zur Absatzsteigerung immaterieller Güter von Dienstleistungsunternehmen zu bieten. In vielen Fällen wird es möglich sein, beispielsweise im Bereich der Ingenieur-Dienstleistungen heute den Grundstein zu legen für einen künftigen Know-how-Transfer und künftige Absatzstrategien. Dies gilt gerade auch für die gewachsenen Beziehungen des Ostens zu den MOE-Staaten. Eine Öffnung des Programmes für immaterielle Güter und Dienstleistungen würde damit eindrucksvoll den immer stärker werdenden Wandel von einer Industrie- hin zu einer Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft manifestieren.

