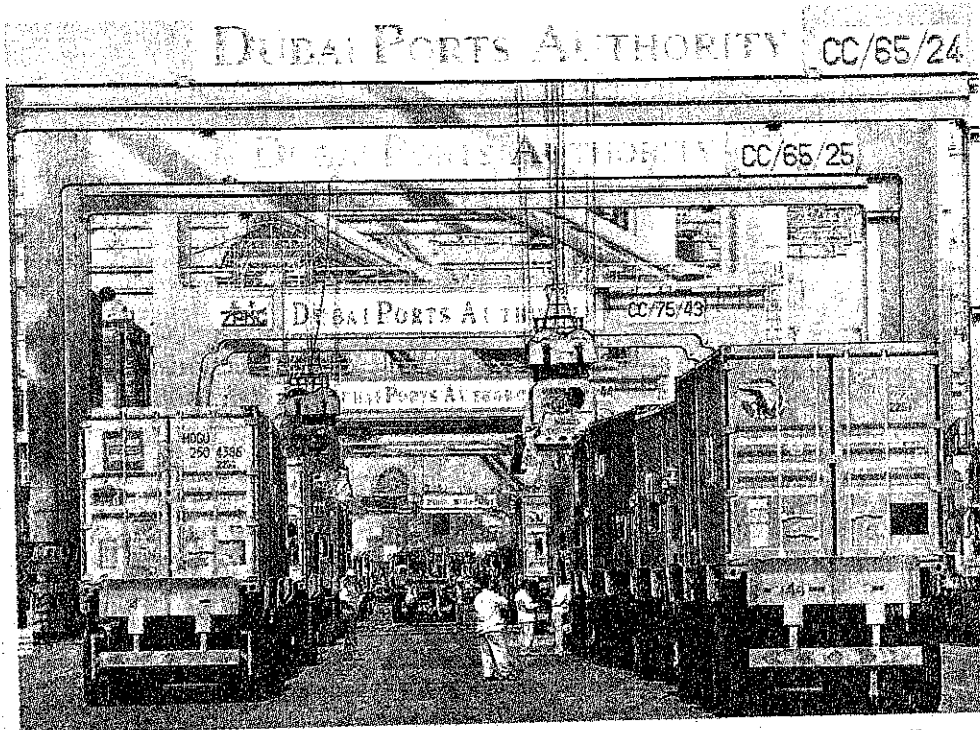


Wie 1001 Nacht: Orientgeschäft als Chance

Viele Firmen verschlafen Möglichkeiten im arabischen Raum — Wissen über Kultur wichtig



Sind in den Containern denn auch Lieferungen mittelfränkischer Unternehmen?

Foto: rtr

„Bleiben Sie hier?!“, heißt eine Veranstaltungsreihe des Wirtschaftsreferats der Stadt Nürnberg und der Unternehmensverbände der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie BayME und VBM. Damit Firmen hier bleiben und Arbeitsplätze halten, müssen sie Auslandsmärkte erschließen, erklärt der Regionalvorsitzende Klaus Probst des BayME/VBM in Nürnberg-Fürth-Erlangen. Ein Markt wird von vielen noch immer unterschätzt: Der arabischen Raum.

NÜRNBERG — „King Abdullah Economic City“ heißt das jüngste Projekt einer künstlichen neuen Megacity. Der Standort: In Saudi-Arabien am Roten Meer, 150 km nördlich von Dschidda. Umgerechnet 22 Mrd. € an Investitionen sind dort vorgesehen. Sylvia Ortlieb, Bestsellerautorin und

Geschäftsführerin der Unternehmensberatung „Orient Occident“, nannte das Projekt als eines von vielen auf der Arabischen Halbinsel. Ihr Reisebericht in die Welt von 1001 Nacht bei der jüngsten Veranstaltung sollte ein „Denkanstoß“ für Firmen aus der Metropolregion sein, erklärte Nürnbergs Wirtschaftsreferent Roland Fleck.

Satte Zuwachsraten

„Das Orientgeschäft ist kein Märchen aus 1001 Nacht, sondern bietet ungeahnte Chancen für deutsche Unternehmen“, knüpfte Ortlieb an. Tatsächlich steigen die deutschen Exporte in den arabischen Raum jedes Jahr mit satten zweistelligen Zuwachsraten. Briten und Amerikaner, neuerdings auch die Asiaten, sind aber in viel größeren Scharen vor Ort im Geschäft. Verschlafen die deut-

schen Firmen trotz Plus im Handel den Boom?

Viele Gründe, so Ortlieb, sprächen für ein Engagement im arabischen Raum. Zum einen sind das die vollen Kassen aus dem Ölgeschäft. Hinzu kommt der gestiegene Bedarf an Konsum- und Luxusgütern ebenso wie an Investitionen und einer Verbesserung der Infrastruktur. Drittens sei im Orient das „made in Germany“ weiter hoch geschätzt, quasi als ein Gütesiegel. Deutschland sei nie Kolonialmacht im Orient gewesen. Das alles verbinde sich zu einem „entscheidenden Startkapital“, meinte Ortlieb.

Aber nicht nur ein Engagement in den reichen Olländern wie am Arabischen Golf versuchte Ortlieb schmuckhaft zu machen. 22 Staaten sind unter dem Dach der Arabischen Liga, mit einem Marktpotenzial von 300 Millionen Menschen.

Jordanien und Syrien böten ebenso wie Ägypten gute Voraussetzungen, und Palästina — die „Westbank“ — bräuchte ebenfalls dringend Investitionen. Die rechtlichen und steuerlichen Voraussetzungen seien meist gegeben.

Dennoch müssten Unternehmer aufpassen, „dass kein Wüstensand ins Getriebe kommt“. Bei der Auswahl der Beraterfirmen sei Vorsicht geboten. Geduld sei bei der Geschäftsanbahnung unverzichtbar. Sie könne sich leicht über zwei Jahre hinziehen.

Schließlich sei das Wissen über die Kultur im Orient ein Schlüssel zum Erfolg. Unternehmer müssten sich in die manchmal andere Denkweise hinein versetzen. Ortlieb: „Es gibt zu viele Vorurteile über den Orient, von denen man sich verabschieden muss.“

WOLFGANG MAYER