

Workshop: Türkei – Transformation zum Europäer

Şenol Koçdemir, RDM Turkey, Hellmann Worldwide Logistics GmbH & Co. KG

Hera Kohnert, WP StB, Head of Turkish Business Group, PricewaterhouseCoopers AG

Franz-Josef Murr, Representative for Turkey, Commerzbank AG

Ahmet Yilmaz, CEO, exTim GmbH und Deutschland-Repräsentant TAYSAD

Moderation:

Christian Himmighoffen, Stellv. Chefredakteur, Ost-West-Contact

„Die Türkei mausert sich zu einem wichtigen globalen Wirtschaftsstandort und steigt in die Riege der führenden Emerging Markets auf. Dabei beeindruckt vor allem das Tempo des Wandels angesichts der noch vor zehn Jahren sehr krisenanfälligen Wirtschaft.“ Mit diesen einleitenden Worten stellte Christian Himmighoffen die wesentlichen Elemente der gegenwärtigen „Türkeieuphorie“ dar, wozu u.a. die hohe Wachstumsdynamik und die politische Stabilisierung nach dem Verfassungsreferendum im Herbst 2010 zählten. Himmighoffen fragte die Referenten, ob die aktuelle „Türkeieuphorie“ berechtigt sei, und eröffnete die Diskussion über den Realitätsgehalt dieser Thesen.

Hera Kohnert bestätigte die beeindruckende Entwicklung der türkischen Wirtschaft in den vergangenen zehn Jahren, die sehr breit angelegt sei und alle Sektoren betreffe. Das Wachstumspotential sei noch lange nicht ausgeschöpft, und es gebe viele Investitionschancen. Das hohe Wachstum sei allerdings auch von einigen negativen Effekten begleitet, um deren Eindämmung sich die türkische Regierung bemühe.

Auch für Franz-Joseph Murr ist der „Türkeihype“ gerechtfertigt. Das BIP sei 2010 um 8,9% gewachsen

– für 2011 würden 5,5% bis 6% vorausgesagt. Die Inflation befinde sich mit 4% auf einem Rekordtief und die Arbeitslosigkeit sinke kontinuierlich. Die Staatsverschuldung sei mit 40% des BIP im internationalen Vergleich extrem niedrig.

Murr nannte vier Gründe für den Wirtschaftsboom in der Türkei: 1. Der insgesamt stabile Bankensektor wachse und sei bereit, ausreichend Kredite auszuliegen. 2. Die Zinsen seien niedrig – der Leitzins wurde seit der Krise um über 10 Prozentpunkte gesenkt. 3. Die demographische Struktur – 40% der Bevölkerung sind jünger als 30 Jahre – fördere zudem den Konsum. 4. Das stabile politische Umfeld begünstige langfristiges Planen und sei förderlich für Investitionen.

Şenol Koçdemir gab zu bedenken, dass der Begriff „Türkeihype“ nicht angemessen sei, weil er auf eine kurzfristige Modeerscheinung abziele. Die Türkei habe aber seit 2001 mit der Reform des Bankensystems und der politischen Stabilisierung eine wichtige Grundlage für eine kontinuierliche Wirtschaftsentwicklung gelegt. Die Logistiker profitierten von dem enormen Geschäftszuwachs, hätten aber auch mit Engpässen hinsichtlich des Angebots von Lkw-Transportleistungen zu kämpfen, da die Fuhrunternehmen



Şenol Koçdemir, Franz-Josef Murr, Christian Himmighoffen, Hera Kohnert und Ahmet Yilmaz (von links)

2009 ihre Kapazitäten heruntergefahren hätten. Die Entscheidung von Hellmann Logistics, im Krisenjahr 2009 antizyklisch die Lager- und Logistikkapazitäten in der Türkei auszubauen, sei richtig gewesen. Man habe vor allem auch auf das große Potential der Türkei als Drehscheibe in der Region gesetzt.

Ahmet Yilmaz wies darauf hin, dass die Türkei zwischen 2008 und 2010 in die Riege der 15 attraktivsten Länder für Auslandsinvestoren vorgedrungen sei. Innerhalb von acht Jahren flossen 80 Mrd US\$ an ausländischen Direktinvestitionen in das Land. Neben den sehr erfolgreichen Textil-, Bekleidungs- und Nahrungsmittelindustrien sei die Automobil- und Zulieferindustrie als dynamischste Wachstumsbranche hervorzuheben – mit derzeit 15 ausländischen OEMs vor Ort. Nur im Bereich landwirtschaftliche Maschinen würden türkische Unternehmen selbständig eigene Marken herstellen. Bis zu 60% der Automobilprodukte seien für den Export nach Europa bestimmt. Die Automobilbranche rangiere derzeit auf Platz 12 weltweit, die Türkei strebe aber mit einer Produktionskapazität von 2 Millionen Fahrzeugen Platz 10 an. Es gebe Überlegungen, eine eigene Automobilmarke zu gründen. An einer Beteiligung seien sowohl europäische als auch chinesische Investoren interessiert.

Hera Kohnert gab einen Überblick über die wichtigsten Wachstumsbranchen. Die in Europa führende Textil- und Bekleidungsindustrie habe den Übergang von billiger Massenproduktion zu hochwertiger Qualitätsproduktion gut gemeistert. Dazu habe u.a. beigetragen, dass mittelständische Familienunternehmen Gemeinschaftsunternehmen gegründet hätten, um im globalen Wettbewerb besser bestehen zu können. Die Nahrungsmittelindustrie sei mit neuen Produkten (z.B. Fruchtsäften) und mit Investoren aus Brasilien und Indien stark im Kommen. Im Zusammenspiel mit diesen Branchen wüchsen auch die Branchen Transport, Logistik sowie Verpackung. Beim Ausbau der Infrastruktur gebe es immer noch einen hohen Investitionsbedarf. Zudem sei die Türkei sehr stark an Hochtechnologie interessiert, die im Rahmen von Technologieparks gefördert würden. So entstehe z.B. zurzeit in Istanbul ein Technopark für Forschung und Entwicklung mit Aktivitäten im Bereich der Nanotechnologie.

Kohnert erläuterte, dass der enorme Energiebedarf der wesentliche Grund für das wachsende außenwirtschaftliche Ungleichgewicht der Türkei sei. Um das Handelsbilanzdefizit in Grenzen zu halten, müsse die Türkei mehr in die eigene Energieproduktion investieren. Anfang 2011 sei ein neues Energie-

gesetz verabschiedet worden mit neuen Regelungen für den Bereich erneuerbare Energien, und es gebe auch eine Reihe von Fördermaßnahmen für Investitionen im Energiesektor. Doch erneuerbare Energien würden bislang mit einigen Windparkprojekten und Wasserkraftwerken noch sehr wenig zur Deckung des Energiebedarfs beitragen. In diesen Nischen sehe sie große Geschäftschancen für deutsche Investoren.

Yilmaz stellte die Automobilbranche als den zukunftssträchigsten Sektor für die deutsch-türkische Zusammenarbeit heraus. Die türkische Regierung versuche noch mehr deutsche Unternehmen zu gewinnen, die in Forschung und Entwicklung, z.B. im Rahmen der Technoparks, investierten. Sie arbeite derzeit an einem Strategiepapier mit neuen Fördermöglichkeiten für die Industrie. Heute seien bereits 17 deutsche Automobilzulieferer in der Türkei tätig, es sei aber noch viel Potential für weitere KMUs in dem Bereich vorhanden. Es bestehe auch großes Interesse an E-Mobility. Renault komme schon im Juni mit einem ersten Modell auf den Markt. Da die Türkei deutsche Industrienormen übernommen habe, könnten deutsche und türkische Partner in Joint-Ventures ideal zusammenarbeiten. Türkische Unternehmen im Automobilzulieferbereich seien nach internationalen Standards zertifiziert. Zudem seien türkische Unternehmen auf der Suche nach Partnern in Deutschland.

Koçdemir bewertete die Verkehrsinfrastruktur in der Türkei als sehr gut, insbesondere in den Wirtschaftszentren im Westen des Landes. Richtung Osten werde der Infrastrukturausbau mit staatlichen Förderprojekten vorangetrieben. Der wichtigste Verkehrsweg von Deutschland in die Türkei sei der Landweg. Seefracht sei im Vergleich dazu weniger wettbewerbsfähig. Der Transport in beide Richtungen sei dominiert von Produkten der Branchen Textil, Automobil, Maschinenbau, Nahrungsmittel, Eisen und Stahl. Insbesondere im Textil- und Automobilbereich profitiere der Standort Türkei im Vergleich zu Fernost von den schnellen Transportwegen. Ein Manko im Transportsystem sei die Kühlkette, ein Bereich, in den Hellmann zunehmend investiere.

Kohnert erläuterte die Möglichkeiten des Markteinstiegs – das türkische Gesellschaftsrecht ermögliche die gesamte Palette der rechtlichen Betriebsformen. Zudem sei nun auch die Gründung der Ein-Mann-GmbH möglich. Positiv zu bewerten sei das neue Handelsgesetz, das Anfang 2012 in Kraft trete. Hiermit würden die türkischen Unternehmen transparenter, da sie bei ihren Jahresabschlüssen internationale Standards anwenden müssten.

Ungeachtet der positiven wirtschaftlichen Entwicklung in der Türkei – Ratingagenturen überlegten, die Türkei hinsichtlich des Länderrisikos demnächst in die Kategorie Investmentgrade heraufzustufen – seien nicht zu unterschätzende Risiken zu beachten, so Franz-Josef Murr. Er sehe Risiken in Verbindung mit dem hohen Leistungsbilanzdefizit und der Abhängigkeit von ausländischer Liquidität sowie den politischen Umbrüchen in Nordafrika und Nahost. Der Fluss ausländischer Direktinvestitionen – sie erreichten 2007 mit über 20 Mrd US\$ Rekordhöhe – drohe zu versiegen. Der Devisenbedarf werde zurzeit stark durch kurzfristige Portfolioinvestitionen („hot money“) gedeckt, die durch das relativ hohe Zinsniveau angezogen würden. Im arabischen Raum, insbesondere in Libyen und Syrien, seien den türkischen Unternehmen, z.B. den Bauunternehmen, wichtige Absatzmärkte weggebrochen. Zudem bestünde eine große Abhängigkeit von Ölimporten aus der Region, steigende Ölpreise belasteten zusätzlich die Leistungsbilanz.

Die türkische Zentralbank versuche mit unkonventionellen Maßnahmen, die Inlandsnachfrage zu bremsen. Zum einen habe sie den Leitzins gesenkt, um spekulative Kapitalflüsse einzudämmen. Zum anderen wurde die Mindestreserve erhöht, um die Kreditvergabe der Banken zu kontrollieren. Banken könnten nur noch 85% ihrer Einlagen als Kredite herausgeben. 15% müssten bei der Zentralbank unverzinst hinterlegt werden. Die Erfolge der geldpolitischen Maßnahmen müssten in den nächsten Monaten genau beobachtet werden.