

Internationalisierung von Umwelt-Dienstleistungen am Beispiel Wasserwirtschaft

Der Einstieg ins Auslandsgeschäft als Sprung ins kalte Wasser?

Für die durch kleine und mittlere Unternehmen geprägte Wasserwirtschaft ist der Einstieg ins Auslandsgeschäft besonders schwierig. Die Marktmechanismen in den Zielländern müssen genau analysiert werden, um Unternehmen effektiv bei der Internationalisierung ihres Angebotes unterstützen zu können.

Von Joachim Liesenfeld und Gerd Paul

Das Prädikat „Exportweltmeister“ kommt Deutschland nur zu, wenn es um den Export von Gütern, insbesondere von Maschinen und Anlagen geht. Die Erbringung von Dienstleistungen in Auslandsmärkten ist hingegen bisher noch hinter den Erwartungen zurückgeblieben, nicht zuletzt auch mit Blick auf Umwelt-Dienstleistungen. So haben vor dem Hintergrund der wachsenden globalen Bedeutung der Ressource Wasser darauf bezogene Dienstleistungen etwa in den Bereichen Wasseraufbereitung oder Abwasserbehandlung einen zentralen Stellenwert.

Befragung zur Exportfähigkeit

Wie kann die Exportfähigkeit serviceorientierter deutscher Unternehmen der Wasserwirtschaft gestärkt werden? Mit welchen Exporthemmnissen haben sie zu tun? Diesen Fragen wurde in einer im Sommer 2006 durchgeführten, breit angelegten Befragung bei Firmen der deutschen Wasserwirtschaft nachgegangen, deren Ergebnisse im Folgenden vorgestellt werden (1).

Mit der Befragung sollte ein detailliertes Bild der Wirklichkeit und der Probleme des Auslandsgeschäftes deutscher Unternehmen in der Wasserwirtschaft entstehen. Von den etwa 2.200 angeschriebenen Unternehmen haben 263 den Fragebogen ausgefüllt zurückgesandt. 77 Prozent davon ordnen sich selbst als Dienstleistungsunternehmen ein, sodass die Zielgruppe der Befragung erreicht werden konnte. Als weitere für den Dienstleistungsexport relevante Sektoren haben in der Wasserwirtschaft tätige Unternehmen aus Industrie und Baugewerbe geantwortet, die ihr Produktportfolio um Dienstleistungsangebote ergänzt haben.

Die Auswertung der Unternehmensangaben zu ihren Geschäftsfeldern und speziellen Dienstleistungen ermöglicht eine Konkretisierung dessen, was unter den Dienstleistungen in der Wasserwirtschaft zu verstehen ist. Es handelt sich in sehr star-

kem Maße um Ingenieurdienstleistungen. Planen, Bauen und Projektmanagement sind ausgewiesene Schwerpunkte und verweisen als Schlüsselbegriffe auf den hohen Stellenwert des Bauingenieurwesens für die Wasserwirtschaft. Ein quantitativ hoher Anteil kommt einer Gruppe zu, die als „sehr breit aufgestellte technische All-Round-Dienstleister“ bezeichnet werden könnten. Vergleichsweise klein ist der Anteil derjenigen, die sich auf Beratung, Gutachten, Analysen und Expertisen konzentrieren.

Exportausrichtung

Bezogen auf die Größe der Unternehmen kann anhand des Kriteriums Mitarbeiterzahlen festgestellt werden, dass kleine und mittlere Unternehmen unter den Befragten vorherrschen. Die Größe ist aber für die Bereitschaft zur Auslandsinvestition nicht immer ausschlaggebend.

Die Befragung belegt eine noch überwiegend auf den Binnenmarkt bezogene Ausrichtung der befragten Unternehmen. Noch ist es eine Minderheit der Unternehmen, die sich im Ausland engagieren. Nach der Befragung sind dies zurzeit besonders die Hersteller von Anlagen und Komponenten wie beispielsweise Pumpen, Ventilen, Armaturen und Messgeräten. Diese sind stark weltmarktorientiert, die Dienstleistungsunternehmen hingegen decken ein vorwiegend regionales und nationales Nachfragespektrum ab.

Rahmenbedingungen und Anlaufkosten

Die Geschäftstätigkeit im Ausland erfordert eine sorgfältige Vorbereitung und den Einsatz von beträchtlichen Ressourcen. Dieses Engagement ist von kleineren Unternehmen, zum Beispiel Ingenieurbüros mit häufig weniger als zehn Beschäftigten, nicht zwangsläufig zu erwarten. Für sie besteht bei der Schattenrechnung von Aufwand und Ertrag des Auslandsengagements ein Missverhältnis, da die Anlaufkosten erheblich sind.

Die Unternehmen mit Auslandsgeschäft sind mit dem Schritt über die Grenzen in der Regel sehr zufrieden und planen vielfach weitere Auslandstätigkeiten. Wichtig sind für sie stabile Rahmenbedingungen des jeweiligen Ziellandes. Diese sind in den unmittelbaren Nachbarländern in der Europäischen Union gegeben, weitgehend auch bereits in den neuen Mitgliedsländern. Das Engagement im Auslandsgeschäft ist zum Teil eine Folge von sich verschärfenden Wettbewerbsbedingungen im heimischen Markt. Der Schritt ins benachbarte Ausland, also beispielsweise nach Polen, Bulgarien oder Rumänien, wird

belohnt mit gut ausgebildeten und leistungsbereiten Mitarbeitern, mit einem ähnlichen soziokulturellen Umfeld und mit gut kalkulierbaren Erträgen. Hier ist die Steuerung des Geschäfts, die Kontrolle und Koordination einfacher, denn die ausländische Niederlassung im nahen oder benachbarten Ausland ist in wenigen Stunden zu erreichen.

Unwägbarkeiten in den Zielländern

Diese Transaktionskosten und weitere Unwägbarkeiten wie der rechtliche Rahmen, Sprach- und Kulturprobleme, sind bei ferneren Zielländern höher. Gleichwohl sind in wachstumsstarken Schwellenländern wie Indien oder China die Chancen nicht nur für die Hersteller von Hardware gut. Dort besteht auch eine hohe Nachfrage nach spezialisierten Ingenieurleistungen für die Planung, den Bau und den Betrieb von Anlagen sowie nach bewährten Lösungen für wassertechnische Fragen rund um die Wassergewinnung, die Wasseraufbereitung, den Transport und die Abwasserbehandlung.

Die chinesische Wasserwirtschaft hat trotz der Einführung von Qualitätsstandards und der verschärften Anwendung von Schutzgesetzen, etwa dem zur Verhütung und Kontrolle der Wasserverschmutzung und seinen Implementierungsregelungen, noch mit erheblichen Defiziten im Bereich der Wasserver- und -entsorgung zu kämpfen. Viele Trinkwasserreservoirs haben eine sehr schlechte Wassergüte. Der Bedarf an Kläranlagen ist sehr hoch. Hier stehen europäische Anbieter in starker Konkurrenz zu chinesischen Firmen. Standardhardware-Komponenten können mittlerweile von chinesischen Anbietern geliefert werden. Europäische Firmen haben eher Marktchancen mit Hightech- und Speziallösungen, etwa für Technologieparks.

Marktmechanismen in China

Sie haben auch dann Chancen, wenn internationale Geldgeber für Planung, Überwachung und Ausführung in der Ausschreibung bewährte Engineering-Firmen mit hohen professionellen Standards fordern. Ein Problem ist, dass Marktmechanismen über Gebühren und Abgaben der Verbraucher in China schwer durchzusetzen sind. Das macht Betreiberlösungen mit entsprechendem Dienstleistungsanteil über einen längeren Zeitraum für Investoren nicht sehr attraktiv. Gleichwohl ändert sich auch in dieser Hinsicht etwas, so gibt es von großen Firmen erste Joint Ventures und Public-Private-Partnerships im Abwasserbereich.

Erfahrung der Projektarbeit in einigen Ländern vor Ort ist, dass das „Made in Germany“-Image – nämlich dass deutsche Firmen zwar hochpreisige, aber qualitativ hochstehende Produkte anbieten – für Dienstleistungen bei den potenziellen Auslandskunden durchaus ambivalente Wirkungen hervorruft. Einerseits bekommt man für (nach den Maßstäben des Landes) relativ viel Geld eine gut durchdachte, funktionierende Lösung, andererseits gibt es lokale Anbieter, die auf etwas tieferem Qualitätsniveau ihre Fähigkeiten durchaus bewiesen haben. Da der

Preiswettbewerb für deutsche Unternehmen nicht durchzuhalten ist, müssen sie den Zusatznutzen stark betonen. Sie haben dann oft ihre Nische im Hochpreissegment.

Effektive Unterstützungsstrukturen

Die Firmen mit Auslandsgeschäft haben hinreichend Zugang zu speziellen Länderinformationen. Nicht immer ist deren Qualität angemessen beziehungsweise werden die Informationen für die speziellen Bedarfe des Unternehmens als praktische Unterstützung bewertet. Vertraut wird vor allem den Hilfestellungen von ausländischen Geschäftspartnern und den kollegialen Ratschlägen befreundeter deutscher Unternehmen. Dies deutet darauf hin, dass es eine Diskrepanz gibt zwischen den vielfältigen Angeboten der oft staatlichen oder halbstaatlichen Förder- und Vermittlerorganisationen und den tatsächlichen Anforderungen der Unternehmen. Diese Lücke werden auch die Verbände wie die Deutsche Vereinigung für Wasserwirtschaft, Abwasser und Abfall nur teilweise schließen können. Sie könnten aber prüfen, welche Unterstützung sie zum Aufbau von Erfahrungsaustausch und Netzwirkbildung geben können.

Von einer intensiveren Zusammenarbeit der international erfahrenen Hersteller mit den kleinbetrieblichen, oft technischen Dienstleistungsunternehmen können beide Seiten gewinnen. Der Nutzen würde gesteigert werden, wenn die deutschen Wasserversorgungs- und Abwasserentsorgungsunternehmen sich in stärkerem Maße auf den internationalen Märkten engagieren würden. Nur wenige deutsche Unternehmen mit Gelsenwasser, RWE und Berlinwasser International an der Spitze sind hier aktiv. Der Grund ist in der kommunalen Hintergrundstruktur der deutschen Wasserversorger und Abwasserentsorger zu sehen, die im internationalen Vergleich zu geringen Betriebsgrößen führt.

Anmerkungen

- (1) Die Befragung wurde gemeinsam vom Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung (RISP), dem Bildungszentrum für die Entsorgungs- und Wasserwirtschaft (BEW), dem Soziologischen Forschungsinstitut Göttingen (SOFI) und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) im Kontext der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekte ProWaDi und CHINA durchgeführt.

■ AUTOREN + KONTAKT

Joachim Liesenfeld ist Projektgruppenleiter am Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung e. V. an der Universität Duisburg-Essen (RISP).

RISP, Heinrich-Lersch-Straße 15, 47057 Duisburg.
Tel.: +49 203 28099-0, E-Mail: joachim.liesenfeld@uni-duisburg-essen.de, Internet: <http://www.risp-duisburg.de>

Dr. Gerd Paul ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Soziologischen Forschungsinstitut Göttingen (SOFI).

SOFI, Friedländer Weg 31, 37085 Göttingen.
Tel.: +49 551 522050, E-Mail: gpaul@gwdg.de,

Internet: <http://www.sofi-goettingen.de>



(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.