

Manchmal sind vielversprechende Geschäftsideen zum Scheitern verurteilt. So wie die eines deutschen Onlinespielerverkäufers, der seine Produkte in der Türkei feilbieten wollte. „Jede Art von Glücksspiel und Lotterie ist dort verboten“, erfuhr er von Sofie Quast von der Frankfurter Sparkasse – und verzichtete auf sein Vorhaben. So wie diesem Unternehmer ergehe es vielen, die sich auf neue Märkte wagten, berichtet Quast. Die Relationship Managerin des S-CountryDesk der Sparkassen begleitet Mittelständler aus ganz Deutschland bei Engagements in der Türkei, Rumänien oder Italien.

„Kleinere Mittelständler verfügen über keine Research-Abteilung, die sich um Rechtsfragen, Zoll, Zertifizierung oder Finanzierung im Ausland kümmert“, weiß Quast, die seit 1987 für die Frankfurter Sparkasse im Auslandsgeschäft tätig ist. „Die Firmen sollten zunächst einen Geschäftsplan aufstellen und sich dann zuverlässige Partner suchen, um Fehlschläge und Kostenfallen zu vermeiden.“

Information ist alles

Ohne kompetente Auskünfte geht es nicht. Etwa im Fall von Rumänien, wo ein deutsches Unternehmen 2013 bei Siebenbürgen einen Anteil an einem Steinbruch kaufen wollte. Obwohl Rumänien bereits 2007 der EU beigetreten war, durfte der Kunde dort keinen Grundbesitz erwerben. Das, so Quast, sei Ausländern erst seit Beginn dieses Jahres gestattet. Den möglichen Umweg über die Gründung einer lokalen Tochtergesellschaft wollte die Firma nicht gehen. Jetzt stehen die Türen in Rumänien für Investitionen in Grund und Boden offen. Nachfragen liegen schon vor.

Bereits in der Startphase stehen dem Gang ins Ausland oft Hemmnisse entgegen. Das gilt für den Export ebenso wie für die Errichtung von Niederlassungen. Zwar ist der Gründungsakt in vielen Ländern einfacher geworden – so hat etwa die Türkei ihr Gesellschaftsrecht 2012 modernisiert –, doch ohne bewährte Kooperationspartner sind Sprachbarrieren und kulturelle Hürden hoch. Dazu kommt in vielen Fällen Unkennt-

nis über lokale Vorschriften, Gepflogenheiten und besonders über rechtliche sowie steuerliche Gesetze. Die Probleme begannen häufig schon mit der Einrichtung eines Geschäftskontos, so Quast.

„In Italien benötigt man für die Anmietung einer Wohnung, den Abschluss eines Handyvertrags oder zur Einrichtung einer Bankverbindung den Codice Fiscale, eine Art persönliche Steuernummer“, erklärt die Expertin. Des-

Ein Quäntchen Mut

Süden. Wer in Italien, Rumänien oder der Türkei geschäftlich bestehen will, braucht einen guten Plan. Wie der S-CountryDesk der Sparkassen dabei hilft.





„Zunächst einen guten Geschäftsplan aufstellen“

Sofie Quast, Relationship Managerin des S-CountryDesk

halb müssten ausländische Zeichnungsberechtigte und juristische Personen schon vor Beginn ihrer Geschäftstätigkeit eine ID-Nummer beantragen. Wer das nicht vor Ort erledigen möchte, könne auf den S-CountryDesk zurückgreifen und die Formalitäten in Deutschland erledigen.

Ebenfalls ratsam: die Einholung von Firmenauskünften. Denn ist ein Geschäftspartner zahlungsunwillig, können sich Gerichtsverfahren zur Forderungseintreibung schwierig gestalten. Diese sind oft zeitintensiv, und manch erworbener Titel lässt sich im Ausland nur mit großer Anstrengung oder gar nicht vollstrecken. „Man sollte den Gang ins Ausland niemals blauäugig angehen“, warnt Quast. So sei ein detaillierter Businessplan unverzichtbar. Und auf jeden Fall sollten sich Unternehmer nach Zertifizierungen, Normvorschriften und technischen Zulassungsvorgaben erkundigen.

Etwas Risikobereitschaft, Flexibilität und die Inkaufnahme von kleineren Fehlentscheidungen gehörten aber zu einer Expansion dazu, ergänzt sie. Denn Italien, Rumänien und die Türkei sind attraktive Märkte. So hat etwa die Türkei in den vergangenen Jahren als Handelspartner an Relevanz gewonnen. Das Land lag 2013 im Ranking der wichtigsten deutschen Exportmärkte an 14. Stelle. Der Grund: Die Mittelschicht in Metropolen wie Istanbul, Ankara und Izmir wächst und kauft ver-

mehrt hochwertige Möbel, Haushaltsgeräte oder Genussmittel.

Deutsche Firmen aus den Branchen Bau, Automotive, Anlagenbau und Haushaltstechnik sind schon länger am Bosphorus engagiert. Jetzt interessieren sich zunehmend auch Anbieter von Lösungen für erneuerbare Energien für das prosperierende 76-Millionen-Einwohner-Land. Der Grund: Die Regierung in Ankara fördert den Ausbau solcher Projekte.

In Rumänien schien der Boom der grünen Energie dagegen seinen Höhepunkt bereits überschritten zu haben. Vor zwei Jahren reduzierte Bukarest kurzerhand

Italien schwach, Rumänien boomt

Divers. Der Süden Europas entwickelt sich unterschiedlich.

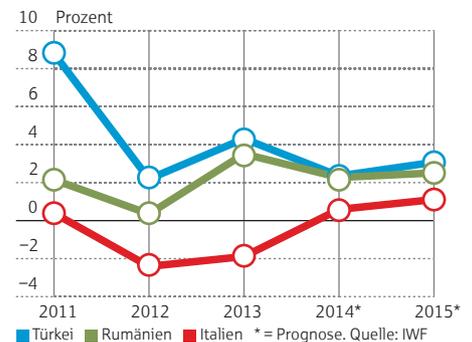
■ **Italien** ist nach Deutschland das zweitwichtigste Industrieland der EU. Kleinbetriebe dominieren das Bild. 2008 geriet das Land massiv in den Sog der Finanzkrise. Die Arbeitslosigkeit ist nach wie vor hoch. Auch in den vergangenen beiden Jahren sank das Bruttoinlandsprodukt, es erholt sich nur langsam.

■ **Die Türkei** galt hingegen lange Zeit als Wachstumstreiber Europas. Trotz einer Abschwächung des Booms entwickelt sich das Land weiter rasant.

■ **Rumäniens** Wirtschaft hat sich 2013 besser entwickelt als erwartet. Das Bruttoinlandsprodukt stieg um 3,5 Prozent. Zu den wichtigsten Vorhaben der Regierung gehört die Modernisierung der Infrastruktur und des Energiesektors.

Leichte Erholung in Sicht

Die BIP-Entwicklung in Italien, Rumänien und der Türkei zeigt nach oben.



die Einspeiserückvergütung – zur Überraschung der Investoren in Solaranlagen und Windkraft auch für bestehende Projekte. Doch das Blatt wendet sich mit der Möglichkeit zur Investition in Agrarland. Land- und Forstwirtschaft in Verbindung mit Green Tech und erneuerbaren Energien wie Biogas sind aktuelle Themen für den rumänischen Markt. Des Weiteren sind Unternehmen aus Maschinenbau und Bauwirtschaft sehr aktiv. Die Modernisierung der Infrastruktur bleibt für Rumänien ein wichtiges Thema.

Italien, das zwischenzeitlich bei deutschen Mittelständlern als Exportland weniger gefragt war, rückt laut Sofie Quast wieder stärker in das Visier der Sparkassen-Kunden. Unter anderem ziehe das deutsche Interesse an Investitionen in hochwertigen Wohn- und Gewerbeimmobilien an. Nach Wirtschaftsproblemen und mehreren Regierungswechseln in Rom fassten die deutschen Mittelständler offenbar neues Vertrauen, sagt die S-CountryDesk-Mitarbeiterin.

Setzt sich der Trend fort, wäre das erfreulich. Immerhin war Italien 2013 der siebtgrößte Markt für deutsche Exporte. Birga Teske **A**

www.countrydesk.de