

Deutschland hat internationalen Nachholbedarf

Deutschland gilt als ‚Exportweltmeister‘ - allerdings steckt hinter den Zahlen selten der Mittelstand (KMU). Um für Deutschland aber wirklich eine breitere Wirtschaftsbasis zu schaffen - und damit auch die dringend benötigten Arbeitsplätze - müssen die ‚echten‘ KMU (EU-Definition: bis 250 Beschäftigte und/oder bis EUR 50 Mio. Umsatz) noch erheblich aktiver werden.

Die schiere Gesamtgröße wird relativiert wenn man unsere Nachbarländer etwas genauer betrachtet: Export pro Einwohner, vorläufig, lt. CIA-Worldfactbook 2005: Deutschland ca. US\$ 12.330, Österreich ca. US\$ 14.900, Schweiz ca. US\$ 19.800 und Belgien sogar ca. US\$ 25.900.

Es gibt also durchaus noch Nachholbedarf, insbesondere als die industrielle Basis in unseren Nachbarländern kaum mit unserer Industrie vergleichbar ist.

Das Zauberwort ‚Made in Germany‘ alleine reicht heute aber bei weitem nicht mehr aus.

Im Gegensatz: Während der Fussballweltmeisterschaft haben wir gezeigt, dass wir als Individuen aufgeschlossen und gastfreundlich sein können - dies sollte auch durch eine erhöhte Präsenz in den Weltmärkten gezeigt und untermauert werden.

Bedenkt man, dass die Auslandsgeschäfte ca. 30 % zum Bruttoinlandsprodukt beitragen, müsste der durchschnittliche Exportanteil eines deutschen Unternehmens in etwa diesen Prozentsatz erreichen. Da aber z. B. Bäcker, Schuster, viele Handelsunternehmen, usw., gar nicht exportieren, liegt ein ‚gesunder Schnitt‘ für die verbleibenden Unternehmen bei sicherlich ca. 50 - 60 %.

Damit werden nicht nur Arbeitsplätze geschaffen, sondern das jeweilige Unternehmen wird auch unabhängiger von der deutschen Wirtschaftsentwicklung und somit insgesamt gesünder/resistenter gegen Konjunkturschwankungen.

Einige Bundesländer - wie z. B. Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen aber auch andere, sind sich dieser Notwendigkeit bewusst und auch die Bundesstelle für Aussenhandelsinformation <http://www.bfai.de/> oder <http://www.e-trade-center.com/> > tut viel.

Was sie aber nicht tun können, ist die Unternehmen praktisch auf die Märkte begleiten und diesen - angepasst an die jeweiligen finanziellen Möglichkeiten - einen möglichst zügigen Erfolg zu verschaffen. Sie werden also oft mit sehr guten Informationen versehen, wissen aber dann nicht wie sie damit - und auch mit den entsprechenden fremden Mentalitäten - umzugehen haben.

Diese fehlende Unterstützung bietet seit 1991 die ‚Internationale Marketing- und Vertriebsberatung Michael Richter, Daugendorf/Baden-Württemberg. Herr Richter sammelte vor Beginn seiner Selbständigkeit Erfahrungen in über 50 Ländern der Welt - und hält diese seit mehr als 15 Jahren durch tägliche weltweite Kontakte, Diskussionsgruppen und so weiter auf dem neuesten Stand. Zusätzlich zur theoretischen Beratung mit begleitender praktischer Umsetzung hält er - basierend auf seinen vielfältigen Erfahrungen als leitender Angestellter in der Industrie - firmeninterne Vorträge oder fertigt Analysen. Neben seiner Akkreditierung bei der EU und verschiedenen Entwicklungsbanken ist er Mitglied der ‚Christen in der Wirtschaft‘ und arbeitete als Gastdozent bei verschiedenen Berufsakademien bzw. Redner und Mitautor.

Diese Seite kommt von

<http://www.firmenpresse.de>

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo22122.html>