

Acht notwendige Voraussetzung für die Entwicklung eines nachhaltigen Exportmarktes für die ländliche Elektrifizierung für deutsche KMU

1. Personelle Präsenz in internationalen Organisationen und Ministriern/Regierungen der Zielländer

Um bessere Marktzugangschancen zu erreichen, muss die Zahl der deutschen Experten und Beamten in Organisationen wie der Weltbank, der EU aber auch den Regierungen bzw. Ministriern der Zielländer finanziert durch staatliche deutsche Stellen erheblich verstärkt werden. Hier muss auf der mittleren Ebene der Projektarbeiter eine starke Präsenz hergestellt werden, um die deutschen Interessen und das vorhandene Know-how bereits bei der Ausarbeitung der Programme und der Festlegung der anzuwendenden Normen und Ausschreibungsrichtlinien einzubringen. Nicht in den staatlichen Apparat integrierte deutsche Experten (Angehörige der Botschaften, Außenhandelskammern, ITUT, gtz, ...) sind hierfür nur von begrenztem Nutzen.

2. Schaffung geeigneter Strukturen für Kapitalbereitstellung und Bürgschaften

In Deutschland wird der Export für die ländliche Elektrifizierung stark von KMU geprägt. Diesen fehlt oftmals die Kapitaldecke für lange Projektvorlaufzeiten und sie können gegenüber Geldgebern wie der Weltbank nicht die notwendigen Bürgschaften aufweisen. Daher sind mit Hilfe von staatlichen Banken Risikoabsicherungen, Streckfinanzierungen und Bürgschaften unbürokratisch und auch für die bei ländlicher Elektrifizierung üblichen relativ kleinen Summen bereitzustellen. Dies gilt vor allem auch vor dem Hintergrund, dass ländliche Elektrifizierung vornehmlich in Entwicklungs- und Schwellenländern mit hohem politischen Risiko stattfindet.

3. Angebotsorientierte Ausrichtung deutscher Entwicklungszusammenarbeit und Lieferbindungen deutscher Gelder

Die in den Zielländern größtenteils sehr geschätzte Arbeit des BMZ durch die gtz und anderer Durchführungsorganisationen, muss mehr dazu genutzt werden, deutschen Firmen auch Exporte in diese Märkte zu ermöglichen. Dazu müssen die Aktivitäten des BMZ eine stärker angebotsorientierte Komponente erhalten. Bei der Entwicklung der Infrastruktur muss die Zusammenarbeit zwischen gtz und Firmen abgestimmt und dadurch auch für beide Interessen (Entwicklungszusammenarbeit & betriebswirtschaftliche Firmenziele) zum Vorteil eingesetzt werden. PPP-Projekte haben sich aus Sicht der Firmen bisher als wenig attraktiv und effizient erwiesen. In von der KfW oder indirekt über die Weltbank finanzierten Beschaffungsprojekten muss ein Lieferbindungsanteil festgeschrieben werden, wie dies die meisten anderen Staaten praktizieren.

4. Konzertierte Aktion für Demonstration im großen Stil

Der „deutsche Ansatz“ (Technologie und nachhaltige Entwicklung) muss in einem großen Projekt demonstriert werden. Alle Komponenten (Infrastruktur,

Ausbildung, Joint Ventures mit lokalen Unternehmen, Installation von Systemen vom Solar Home Systeme über Dorfstromversorgungen bis zu lokalen Netzen, Einsatz diverser Technologien wie Photovoltaik, Wind (klein und groß), Biomasse, Kleinwasserkraft, Sozio-ökonomische Einführung, Finanzierungskonzepte) müssen in einem großen Projekt realisiert und öffentlichkeitswirksam dargestellt werden. Dazu muss ein breit angelegtes Konsortium deutscher Unternehmen eine Konzession z. B. in Südafrika oder Argentinien für die ländliche Stromversorgung erlangen. BMZ (inkl. Durchführungsorganisationen), BMWi, BMFT und BMU müssen die Unternehmung mit flankierenden Maßnahmen als großes Feldlabor unterstützen (Infrastruktur, Ausbildung, Forschung & Entwicklung, Monitoring, Analyse und Auswertung). Die im BMZ für Energie bereitstehenden Gelder sollen hier gezielt eingesetzt werden. Auf politischer Ebene muss der Rahmen sowohl national als auch in den Zielländern geschaffen werden.

5. F&E für den Systemtechnikbereich

In den Exportmärkten müssen in den meisten Fällen komplette Systemlösungen angeboten werden. Dafür ist eine ausgefeilte und kosteneffiziente Systemtechnik notwendig. Die F&E-Förderung muss hier verstärkt werden, um die technologischen Vorteile bei der Systemtechnik nicht zu verlieren und neue Innovationen auf den Markt bringen zu können.

6. Zufinanzierung Studien

Im Vorfeld aller großen Projekte (EU, Weltbankausschreibungen) aber auch begleitend dazu werden Studien ausgeschrieben. Die Studien geben den notwendigen Einblicke in die Projekte und sind für die produktliefernden Unternehmen eine wichtige Informationsquelle für deren Angebote. Die Consultants haben auf Ausschreibungen und Begleitung der Programme oftmals großen Einfluss. Deutsche Bieter haben hier bei Vollkosten einen schweren Stand gegen staatliche direkt oder indirekt unterstützte Konkurrenz aus anderen Ländern. Eine Zufinanzierung der internationalen Studien mit mindestens 25% verbessert die Wettbewerbsfähigkeit erheblich.

7. Unterstützung von technischen Seminaren zur Ausbildung von Ingenieuren, Technikern und Entscheidungsträgern in den Zielländern

Eine erfolgreiche Langzeitstrategie für die Bekanntmachung und Pflege des Labels „Made in Germany“ ist die Durchführung von Fachseminaren und Workshops (keine Produktveranstaltungen) in den Zielländern. Diese können/sollen unabhängig von konkreten Projekten sein und von Teams aus Firmenvertretern und Experten aus dem wissenschaftlich-technischen Bereich durchgeführt werden. Die Vorbereitung muss mit einer lokalen Forschungseinrichtung oder Universität durchgeführt werden. Besucher der Seminare werden oftmals erst Jahre später in verantwortliche Positionen kommen, kommen dann aber gerne wegen der Seminare zurück auf deutsche Firmen und Einrichtungen. Dafür muss Geld aus der wissenschaftlich-technischen Zusammenarbeit bereitgestellt werden.

8. Durchführung von Marktstudien, Anschubförderung zur Gründung lokaler Repräsentanzen, Programme zur Förderung der Zusammenarbeit deutscher Firmen

Zur Evaluierung der Marktpotenzials werden branchenspezifische Marktstudien in ausgewählten Zielländern benötigt.

Die Gründung lokaler Repräsentanzen für die Projektierung, Installation, Wartung und Kundenpflege in den Zielländern ist für den Markteintritt von großer Bedeutung. Eine Gründungsunterstützung ist hier sehr hilfreich, um sekundär Arbeitsplätze in Deutschland zu schaffen.

Anreizprogramme für die Zusammenarbeit und Kooperation deutscher Unternehmen sind notwendig, um der traditionell durch Konkurrenzgedanken begrenzten Zusammenarbeit bei Forschung & Entwicklung und bei der Markterschließung zu begegnen (siehe Beispiel Japan).