

Ist Deutschland als Exportweltmeister noch zu retten?

„China wird Exportweltmeister“ – die Jahreszahl wann genau variierte – aber diese These wurde in den letzten Jahren häufiger vermeldet. Noch ist es nicht soweit und Deutschland nennt diesen Titel sein eigen. Fakt ist: Exporte von klassischen Industriegütern stellen das Rückgrat der deutschen Volkswirtschaft dar. Trotz der bisherigen Erfolge besteht aber die Gefahr, dass Deutschland den Titel „Exportweltmeister“ im Jahr 2008 an China verliert. Deshalb müssen neue Chancen für die deutsche Exportwirtschaft genutzt werden. Diese liegen im Dienstleistungsbereich, dem größten und dynamischsten Sektor, welcher einen zentralen Wachstumstreiber darstellt. In diesem existieren schon diverse theoretische Ansätze sowie praktisch umgesetzte innovative Konzepte zum Export deutscher Dienstleistungen durch Netzwerke in den Bereichen Luftfahrt sowie Information und Kommunikation. Die sollte man sich unbedingt anschauen, denn sie haben Vorbildcharakter – und können so dazu beitragen, dass Deutschland Exportweltmeister bleibt.

Aus diesem Anlass präsentiert das siebte Innovationsforum der Veranstaltungsreihe „Innovative Dienstleistungen auf dem Weg zur Weltspitze“ unter dem Titel „Sehnsucht nach Ferne und Entdeckung: Exportweltmeister Deutschland durch Internationalisierung von Dienstleistungen“ am 8. Februar 2008 in Hamburg, welche Ansätze es in diesem Bereich gibt und zeigt auch anhand von Praxisbeispielen, was es in diesem Bereich schon für herausragende Beispiele gibt.

Welche Strategie das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) verfolgt, damit Deutschland Exportweltmeister bleibt, wird Andreas Storm, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Bildung und Forschung, in seinem Grußwort vorstellen. Das BMBF stellt sich den Herausforderungen mit der „Hightech-Strategie“. Die Hightech-Strategie zielt darauf ab, Deutschland zu einem der innovationsfreudigsten und erfolgreichsten Länder zu machen. Hierzu wird erstmals eine Innovationspolitik aus einem Guss verfolgt, die an allen Gliedern der Innovationskette ansetzt, um Ideen schneller in neue Produkte, Verfahren und Dienstleistungen umzusetzen und Deutschland an die Weltspitze der wichtigsten Zukunftsmärkte zu führen.

In seinem Vortrag „Management weltweiter Dienstleistungsnetzwerke“ erläutert Prof. Dr. Dirk Holtbrügge von der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg den wichtigen theoretischen Background zum Thema. Er erklärt dabei, dass Dienstleistungsunternehmungen, die mit Tochtergesellschaften in verschiedenen Ländern tätig sind, nicht nur spezifische Strategien für die einzelnen Auslandsmärkte entwickeln, sondern ihre in- und ausländischen Engagements auch in eine globale Unternehmensstrategie integrieren müssen, um dadurch länderübergreifende Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Der Ausschöpfung von Wettbewerbsvorteilen dienen vor allem drei Instrumente: Die länderübergreifende Konfiguration von Wertaktivitäten bildet die Entscheidungsgrundlage, wie ein Dienstleister seine Aktivitäten grenzüberschreitend auf verschiedene Standorte verteilen soll. Den Wettbewerbsvorteilen einer an den spezifischen Bedingungen der einzelnen Länder ausgerichteten länderübergreifenden Konfiguration von Wertaktivitäten steht jedoch eine hohe Komplexität gegenüber, die einen erhöhten grenzüberschreitenden Koordinationsbedarf bedingt. Die Kundenintegration als drittes Instrument stellt auf

das spezifizierende Merkmal der Dienstleistungserstellung, nämlich den Direktkontakt zwischen Dienstleistungsanbieter und Dienstleistungsobjekt ab.

Wie Internationalisierung von Dienstleistungen in der Praxis aussieht, berichtet dann Marcus Puffer. Er ist Director Network and Membership Development bei der Star Alliance Services GmbH. Die Mitgliedsgesellschaften der Star Alliance bieten ihren Kunden unter anderem Flüge zu 897 Destinationen in 160 Ländern und Zugang zu über 897 Flughafenlounges weltweit. In seiner Präsentation „Die Star Alliance als weltweites Netzwerk internationaler Fluggesellschaften“ stellt er die Vision des Allianzverbundes und das Netzwerkpotential für die Mitgliedsfluggesellschaften sowie den Wertschöpfungsprozess der Allianz vor.

Professor Dr. Florian von Wangenheim von der Technischen Universität München zeigt dann in seinem Vortrag „Remote Services als Exportstrategie entdecken“ auf, dass dieses Verfahren (über das technische Dienstleistungen mit Hilfe von Telekommunikationsnetzwerken an einem entfernten Ort erbracht werden) neue Formen der Internationalisierung von Dienstleistungen bietet, die durch den Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien heute immer mehr Unternehmen in die Lage versetzt, ihre Dienstleistungen nicht wie klassisch üblich im direkten Kontakt, sondern aus der Distanz zu erbringen.

Zudem ist noch ein weiterer Praxisvertreter zu Gast: Martin Köpke, Leiter der Business Unit Information von der Materna GmbH, einem Dienstleister der Informations- und Kommunikationstechnologie. Er stellt die Internationalisierungsstrategie seiner Unit dar, indem er neben der Vision einer wachsenden Unternehmung, die Möglichkeiten der Internationalisierung sowie deren Herausforderungen beschreibt. Diese sind ganz unterschiedlich und haben auf den ersten Blick wenig mit den angebotenen Artikeln und Lösungen zu tun. Es müssen Aspekte wie Entfernungen, die jeweilige Landessprache, die Kultur, lokale Netzwerke sowie Geschäftsgepflogenheiten beachtet werden. Außerdem muss auch in Bezug auf die interne Unternehmensstruktur das Engagement im Ausland sichtbar sein. Das heißt die Unternehmensorganisation und ihre verwendete Informationstechnologie müssen internationalen Standards entsprechen. Genauso wie die Bereiche Marketing und Human Resources. Zum Beispiel bei der Gestaltung von Arbeitsverträgen oder aber auch bezogen auf die Präsentation im Internet. Natürlich muss auch das Geschäftsmodell für die jeweiligen Länder geeignet sein. Materna hat sich diesen Herausforderungen gestellt und eine Strategie entwickelt, Dienstleistungen zu strukturieren, zusammenzufügen und als standardisierte Produkte international anzubieten.

Über einen weiteren wichtigen Aspekt berichtet Prof. Dr. Hartmut Holzmüller von der Technischen Universität Dortmund. Unter dem Titel „In der Ferne so anders – Interkulturelle Intelligenz als Voraussetzung für die Internationalisierung von Dienstleistungen“ zeigt er auf, welche Punkte in diesem Bereich wichtig sind.

Alles in allem wird bei dieser Veranstaltung mit Sicherheit deutlich, dass es in Deutschland eine Menge Potential gibt, welches dazu beitragen kann, dass Deutschland Exportweltmeister bleibt.

Kontakt: Antje Sauerland, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit; Tel.: 0341/98 51 664; E-Mail: antje.sauerland@hhl.de