

Herr Dr. Bruno H a k e war Anfang 1975 mehrere Monate in Indien in der Eigenschaft als Berater für Exportförderung. Seine dort gemachten Erfahrungen bringen wir im folgenden Beitrag.

### WORAN KRANKT INDIENS EXPORT?

#### Bilanz einer utopischen Wirtschaftspolitik

Schon in 1914 zählte das Land zu den 4 größten Textilproduzenten der Welt, seit 1907 verfügt es über eine eigene Stahlproduktion. Indien ist führend in der Erzeugung von Baumwolle und Leder, verfügt über umfangreiche Bodenschätze, einen großen Binnenmarkt, industriell geschulte Arbeitskräfte und niedrige Lohnkosten. Gibt es bessere Voraussetzungen, um zu einem der führenden Exportländer zu werden?

Die Erfolge von Hongkong, Südkorea, Taiwan und Malaysia beweisen: die Welt hat einen milliarden schweren Importbedarf für Konsumwaren wie Bekleidung, Lederwaren, Spielzeug, Phono- und Photoartikel. Aber die 600 Millionen Inder exportieren weniger als die 4 Millionen Einwohner des "nackten Felsen" Hongkong. Dafür wächst die Lücke in Indiens Handelsbilanz ständig. Wenn das Land seinen wachsenden Bedarf für Maschinen, Erdöl und Lebensmittel decken will, muß es mehr exportieren.

Aber hieran wird es durch wirtschaftspolitische Fehlentscheidungen und bürokratische Hemmnisse gehindert. Seit 27 Jahren wird die Industrie völlig vom in- und ausländischen Wettbewerb abgekapselt. Neue Betriebe dürfen, wenn sie überhaupt genehmigt werden, nur für eine bestimmte Kapazität erstellt werden. Ist die Firma erfolgreich, und wächst daher ihr Umsatz, dann ist sie nicht sicher, daß ihr eine Kapazitätsausweitung genehmigt wird. Hierdurch entfällt ein wichtiger Impuls für Wachstum, Produktivität und Wettbewerb. Resultat: die Industrie wächst langsamer als in anderen jungen Flächenstaaten. Die Produktivität ist gering. Trotz Lohnkosten von nur DM 2.--/Stunde kosten z. B. indische Werkzeugmaschinen oft doppelt soviel wie vergleichbare Maschinen in Deutschland oder USA, und europäische Fahrradfabriken können billiger nach USA exportieren als ihre indischen Konkurrenten.

Ein weiteres Merkmal indischer Wirtschaftspolitik: Über 150 Produktgruppen, und zwar nicht nur Konsumgüter, sondern auch Zulieferprodukte für den Maschinenbau, für Textil- und Lederindustrie, sind den s. g. "small Industries" vorbehalten: Firmen mit bis zu DM 250.000. -- Aktiva. In diesem "Naturschutzpark" für Betriebe mit meist weniger als 50 Beschäftigten mangelt es an Produktivität, rentablen Losgrößen, technischen Entwicklungsarbeiten und Managererfahrung, um am Weltmarkt konkurrieren zu können. Beispiel: Der indische Jahresbedarf für knapp 100.000 Fernseher wurde auf 68 "small firms" aufgeteilt, deren Jahresproduktion im Durchschnitt kaum den Tagesausstoß ihrer internationalen Wettbewerber wie Grundig oder Toshiba erreicht. Ähnlich verhält es sich auf vielen Gebieten der Elektro-, EBM-, Spielzeug- und Maschinenbauindustrie. Diese durch eine sozialistisch-utopische Wirtschaftspolitik ("mehr Chancengleichheit" lautet das offiziöse Ziel) erzeugten Strukturprobleme können auch nicht durch die behördlich geförderten "Export Houses" gelöst werden. Denn diese haben keinen Einfluß auf Produktivität, Qualitätskontrolle oder Termintreue der Produzenten. Weder die "Kleinindustrie" noch die als Koordinierungsstelle arbeitenden "Exporthäuser" sind daher ernst zu nehmende Geschäftspartner für Großabnehmer wie Versand- oder Kaufhäuser.

Da als Folge der Wirtschaftspolitik Indien einen typischen Verkäufermarkt hat, auf dem auch minderwertige Ware zu hohen Preisen abgenommen wird, fehlt den Produzenten die Motivation, sich dem harten Wettbewerb im Exportmarkt zu stellen. In manchen Fällen werden Exportaufträge nur hereingeholt, um Importlizenzen für Rohstoffe zu erhalten und diese dann auf dem Schwarzmarkt gewinnbringend zu verkaufen. Der Ruf indischer Lieferanten für termin- und qualitätsgerechte Vertragserfüllung hat daher bei den Einkäufern der Industrieländer seit Jahren einen Tiefpunkt erreicht. Und die indische Regierung war bisher nicht imstande, praktisch wirksame Exportanreize für ihre Produzenten zu schaffen.

Auch in jenen Branchen, in denen große Betriebseinheiten nicht erfolgsentscheidend sind, wie z. B. bei Bekleidung und Lederwaren, hindern bürokratische Hemmnisse die Exportchancen. Zum Export müssen oft ausländische Zubehörteile wie Kragenhalter für Hemden, Reißverschlüsse für Hosen, Bügel für Handtaschen oder Synthetikfasern für Gewebe verwendet werden, weil diese in Indien nicht in ausreichender Qualität produziert werden. Diese werden meist vom deutschen Importeur kostenlos beigegeben. Produzenten in Taiwan oder Südkorea wickeln diesen Veredelungs-

verkehr reibungslos ab. Der indische Fabrikant benötigt jedoch eine Einfuhrlizenz. Da die für Europäer fast unvorstellbare Bürokratie das Land wie ein bösartiges Krebsgeschwür überwuchert, dauert es nicht selten mehrere Monate, bis diese Lizenz vorliegt. Für die meist saisonabhängigen Aufträge ist es dann zu spät. Daher müssen Indiens Produzenten auf einen großen Teil des lukrativeren Exportgeschäftes mit Waren des gehobenen Genres verzichten und sich auf "100% Indian-made" Artikel beschränken. Das sind meist vom Volumen und Preisniveau her uninteressante Artikel der unteren Preisklasse. Resultat: Indien exportierte in 1974 nur 600.000 Oberhemden nach Deutschland, Hongkong dagegen 22 Millionen.

Die Förderung indischer Exporte in Hartwährungsländer liegt im deutschen Interesse, weil der Devisenmangel die Verkaufschancen für dringend benötigte deutsche Investitionsgüter behindert. Aber solange Indiens Politiker nicht die Voraussetzungen für eine dynamische Exportproduktion ihrer eigenen Industrie schaffen, haben auch gut gemeinte und richtig konzipierte Hilfsprojekte keine Erfolgchancen. Daher blieb das vor einigen Jahren mit viel Aufwand an Kosten, gutem Willen und Arbeit unternommene "Projekt Vollrath" zur Ankurbelung indischer Industrieexporte erfolglos. Und auch die jetzige mit erheblichen Entwicklungshilfe-Geldern finanzierte Unterstützung indischer Exportbehörden wird kaum zum Erfolg führen. Zumal da diese sich auf "Prestige-Produkte" aus Maschinenbau und Elektrotechnik konzentrieren: Märkte, deren Erfolgspotential wesentlich geringer ist als bei "weichen" Konsumgütern. Dazu kommt, daß auch die deutsche Entwicklungshilfe derzeit viel ideologischen Ballast trägt: "Leute aus der Industrie sind für Entwicklungshilfe ungeeignet"; "unsere Importeure nützen die Entwicklungsländer nur aus"; "wir Deutschen sollten den Indern keine Ratschläge für eine wirksame Exportpolitik aufdrängen" - all das gehört zum Zitatenschatz deutscher Entwicklungshilfe-Bürokraten.

Wille und Kraft, Hilfsleistungen auf Projekte mit echten Erfolgsaussichten zu beschränken und die Einhaltung von zum Erfolg notwendigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen zur Vertragsvoraussetzung zu machen, fehlen. Entwicklungshilfe als finanzieller Selbstbedienungsladen? Jährlich versickern DM 700 Millionen deutscher Entwicklungshilfe in Indiens Sand, dabei wird die Außenhandelsbilanz des Landes immer prekärer.

Hilfe nur für die, die sich selber helfen wollen? Diese Maxime könnte und sollte schon bald zur Kernfrage deutscher Entwicklungshilfe werden. Warum eigentlich nicht?