

„Das Potenzial der Türkei ist bei Weitem noch nicht ausgeschöpft“

Wenn es um geplante Investitionen in der Türkei geht, ist die Deutsch-Türkische Industrie- und Handelskammer, AHK, die erste Anlaufstelle für Unternehmen. Im Interview spricht der stellvertretende Geschäftsführer, Frank Kaiser, über das Potenzial deutsch-türkischer Beziehungen.

Die Deutsch-Türkische Industrie- und Handelskammer wurde 1994 in Istanbul gegründet und nahm noch im selben Jahr ihre Tätigkeit als Auslandskammer (AHK) auf. Unter der Dienstleistungsmarke „DEinternational“ betreut Frank Kaiser sowohl deutsche als auch türkische Unternehmen beim Auf- und Ausbau ihrer Geschäftsbeziehungen.

Die AHK Türkei ist bilateral aufgestellt, wie stehen Sie Unternehmen bei geplanten Investitionen zur Seite?

Als offizieller Vertreter der Deutschen Wirtschaft in der Türkei fördern wir sowohl deutsche Unternehmensansiedlungen in der Türkei als auch türkische Geschäftsinteressen in Deutschland. Als Mitgliedsorganisation unterstützt die AHK ihre Mitglieder durch vielfältige Initiativen wie etwa Workshops, Arbeitskreise und Networking-Veranstaltungen. Schließlich beraten wir Firmen über unsere Dienstleistungsgesellschaft „DEinternational“ auch ganz konkret bei der Umsetzung und Entwicklung ihrer Strategien. Wir kooperieren mit verschiedenen türkischen Industrie- und Handelskammern und mit der Agentur für Wirtschafts- und Investitionsförderung der Türkei (ISPAT). Ziel ist eine noch bessere Markterschließung Deutschlands und die Förderung spezieller Interessen in der Türkei, wie etwa von Bildungsinitiativen.

Welches Angebot bieten Sie interessierten Unternehmen?

Allein in 2016 verzeichnete die Deutsch-Türkische Industrie- und Handelskammer mehr als 50 Mitarbeiterreisen nach Deutschland und erreichte in direkten Gesprächen und Foren mindestens 3.000 Unternehmens- und Verbandsvertreter. Für 2017 sind bereits einige jährliche Großevents wie das Sommerfest, das Baviera-Fest und der AHK Human-Ressources-Summit fest eingeplant. Un-

Jahr noch mehr dafür engagieren, die Geschäftschancen unserer Kunden und Mitglieder herauszuarbeiten und sie ihnen zu vermitteln.

Wie profitieren die Unternehmen beider Länder vom Auf- und Ausbau ihrer Geschäftsbeziehungen?

Generell zeigt es sich immer wieder, dass deutsch-türkische Partnerschaften sehr erfolgreich sind. Deutsche Unternehmen können oft den Know-how-Transfer für ihre türkischen Partner bieten – dieser beschleunigt die internationale Wettbewerbsfähigkeit. Auf der anderen Seite finden deutsche Investoren in der Türkei einen enorm interessanten Wachstumsmarkt vor, den sie mit ihren türkischen Partnern mitgestalten können.

Was empfehlen Sie türkischen Unternehmen, die nach Deutschland exportieren wollen?

Im B2B-Geschäft könnte gerade die Schwäche der Lira eine Möglichkeit bieten, Preisvorteile für sich zu nutzen. Von einer reinen Preisstrategie auf dem deutschen Markt rate ich allerdings ab. Wichtiger ist, langfristig Qualitätsmarken aufzubauen

und sich in genau definierten Marktsegmenten zu positionieren. Noch wichtiger als im B2B-Bereich ist es, im Konsumgüterbereich in den Markenaufbau zu investieren. Dabei sollte man sich durch sorgfältige Marktstudien zunächst mit dem deutschen Marktumfeld vertraut machen und darauf aufbauend die Markteintrittsstrategie entwickeln. Gerade im Geschäft mit dem Endverbraucher sollte ein Budget für den systematischen Marken- und Imageaufbau eingeplant werden.

In welchen Branchen lohnt sich aktuell ein Investment?

Unsere Wirtschaftsbeziehungen sind so tief und vielfältig, dass es ehrlich gesagt schwer fällt, einzelne Bereiche besonders hervorzuheben. Die Türkei bietet viele Investitionsmöglichkeiten. Das Potenzial des Landes ist bei Weitem noch nicht ausgeschöpft, so dass sich langfristig in vielen Bereichen interessante Investitionsmöglichkeiten ergeben werden. In den vergangenen Jahren war besonders der Energiebereich ein Feld, in dem sich deutsche Unternehmen stark engagiert haben. Zudem bieten vielfältige Förderprogramme Anreize, in strategisch wichtigen Segmenten zu investieren.

Wie sind Ihre Erwartungen für die deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen im laufenden Jahr?

Die deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen bestehen seit mehr als 100 Jahren, sie sind alles andere als fragil. Gerade im letzten Jahrzehnt hat es einen starken Anstieg deutscher Investitionen in der Türkei gegeben. Vor allem investierten aber auch türkische Unternehmen vermehrt in Deutschland. Wie sich dieser Trend in diesem Jahr fortsetzen wird, hängt stark von Faktoren wie der Stabilisierung der Währung und dem Vertrauen in die politische und wirtschaftliche Stabilität ab. Mittel- und langfristig bin ich durchaus opti-

