

Antrag

der Abgeordneten Norbert Otto (Erfurt), Dr. Hermann Pohler, Gerhard Schulz (Leipzig) und der Fraktion der CDU/CSU sowie des Abgeordneten Jürgen Türk und der Fraktion der F.D.P.

Absatzförderung für Produkte aus Ostdeutschland

Der Bundestag wolle beschließen:

Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung, die Landesregierungen, die westdeutsche Industrie und den Handel auf, den ostdeutschen Unternehmen Chancengleichheit im Markt einzuräumen und die Förderung des Absatzes von Produkten aus den neuen Bundesländern auf hohem Niveau zu verstetigen:

1. Die Bundesregierung soll die Absatzförderung ostdeutscher Produkte durch z. B. Präferenzen bei der Gewährleistungsübernahme im Außenhandel und bei der Messesförderung weiterführen und damit auch den Bekanntheitsgrad ostdeutscher Produkte vor allem im Ausland nachhaltig fördern. Mit der Fortführung geeigneter Maßnahmen zur Sicherung und Stärkung von Liquidität, Investitionen, Innovationen und Kapitalbildung sollen die ostdeutschen Unternehmen außerdem bei der weiteren Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit unterstützt werden, die letztlich Grundlage für Absatzfolge ist.
2. Die Länder sollen ihrerseits mit geeigneten Maßnahmen (z. B. Förderung von Messen, Kooperationsmodellen) die Absatzanstrengungen ostdeutscher Unternehmen unterstützen.
3. Die Unternehmen der Industrie und des Handels sollen ihre in der „Gemeinsamen Initiative für mehr Arbeitsplätze in Ostdeutschland“ zugesagten Maßnahmen realisieren.

Die Industrie soll – im Vergleich zu 1995 – vor allem das Einkaufsvolumen bis zum Jahr 2000 um 50 % steigern, die Ausrüstungsinvestitionen auf hohem Niveau fortführen, Kooperationen fördern und Entscheidungskompetenzen nach Ostdeutschland verlagern und dort neue schaffen.

Die Unternehmen des Handels sollen ihr Einkaufsvolumen bis 1998 gegenüber 1995 verdoppeln, bei der Listung die meist finanzschwächeren kleinen und mittleren ostdeutschen Unternehmen nicht diskriminieren und die Vermarktung ostdeutscher Konsumgüter erleichtern.

Dabei sollen auch die in der Arbeitsgruppe beim Deutschen Industrie- und Handelstag aufgezeigten Maßnahmen, wie z. B. die Einbeziehung der Systemanbieter in Absatzstrategien, aktiv aufgegriffen werden.

Die bewährten Maßnahmen der „Einkaufsoffensive Neue Bundesländer“ wie Einkäufertage, Hausmessen der beteiligten Unternehmen für ostdeutsche Produkt- und Lieferantenforen sollen weitergeführt werden.

4. Die Selbsthilfeorganisationen der Wirtschaft, vor allem die Industrie- und Handelskammern, Auslandshandelskammern und Handwerkskammern, sollen durch qualifizierte Beratung, Schulung und andere geeignete Maßnahmen die ostdeutschen Unternehmen bei ihren Absatzanstrengungen begleiten.
5. Die ostdeutschen Betriebe sollen ihre Absatzstrategien unternehmerisch und selbstbewußt weiterentwickeln und verfolgen.
6. Öffentliche Behörden und Institutionen sowie Unternehmen, die sich mehrheitlich im bundeseigenen Besitz befinden, sollen bei ihrem Einkauf verstärkt auf Produkte und Leistungen aus den neuen Ländern zurückgreifen. Die Bundesregierung soll darauf hinwirken, daß bei von ihr organisierten und durchgeführten Veranstaltungen in den neuen Ländern soweit wie möglich ostdeutsche Betriebe mit der Betreuung und Versorgung beauftragt werden.
7. Die Sozialpartner sollen durch eine flexible und an der immer noch schwierigen Kostensituation der ostdeutschen Wirtschaft orientierten Tarifpolitik den Unternehmen die für die dauerhafte Steigerung ihrer Innovations- und Investitionskraft notwendigen Ertragsspielräume eröffnen.
8. Die Bundesregierung soll die Initiativen der überparteilichen Arbeitsgruppe „Förderung des Absatzes von Produkten aus den neuen Bundesländern“ nachhaltig unterstützen.

Bonn, den 8. Dezember 1997

Norbert Otto (Erfurt)

Dr. Hermann Pohler

Gerhard Schulz (Leipzig)

Dr. Wolfgang Schäuble, Michael Glos und Fraktion

Jürgen Türk

Dr. Hermann Otto Solms und Fraktion

Begründung

Nach der Umstellung des Wirtschaftssystems im Zuge der deutschen Einheit und den wirtschaftlichen Veränderungen in Mittel- und Osteuropa war durch den Markteintritt von Produkten aus den

alten Bundesländern und den Wegfall osteuropäischer Märkte der Absatz der ostdeutschen Industrie- und Nahrungsmittelprodukte innerhalb kurzer Zeit rapide gesunken. Trotz des erfolgreichen Umstrukturierungs- und Aufbauprozesses in den letzten Jahren sind ostdeutsche Unternehmen nach wie vor unterproportional am Markt vertreten.

Der Deutsche Bundestag führt dieses Verhältnis zuungunsten der ostdeutschen Produkte auf verschiedenartige Nachteile der Produzenten aus den neuen Ländern zurück. Beim Absatz ihrer Produkte stehen viele mittelständische Unternehmen aus den neuen Ländern noch vor hohen Hürden. Als meist neue, überregional unbekannte Unternehmen reicht es für sie nicht aus, mit modernen Anlagen qualitativ und preislich wettbewerbsfähige Produkte herzustellen, um Markterfolge zu erringen. Oft sind auf Grund einer ungenügenden Eigenkapitalausstattung die Mittel für ausreichende Markterschließungsmaßnahmen nicht vorhanden. Zudem fehlt ostdeutschen Unternehmen häufig das Know-how für einen erfolgreichen Eintritt in westliche Märkte. Ohne eine stärkere Einbindung in die nationale und internationale Arbeitsteilung wird in Ostdeutschland der Aufbau einer Wirtschaft, die genügend Beschäftigungs- und Einkommenschancen bietet, aber nicht gelingen.

Der Deutsche Bundestag begrüßt in diesem Zusammenhang, daß bereits im Juli 1997 einvernehmlich mit dem Bundesrat das Mittelfristige Förderkonzept für die neuen Länder verabschiedet werden konnte. Dadurch sind bis 2004 die Weichen für die weitere Flankierung von Investitionen und Innovationen gestellt. Der Deutsche Bundestag hält daneben weitere konkrete Maßnahmen zur Verbesserung des Absatzes ostdeutscher Produkte für erforderlich.

