



# **Wirtschaftlich kraftvoll. Als Multiplikator unverzichtbar. Die Erfolgsgeschichte Türkei.**

Mustafa Erkan MdL

**Oktober 2013**

**Mustafa Erkan**

Abgeordneter des Niedersächsischen Landtags

Wahlkreisbüro Neustadt | Schloßstraße 3 | 31535 Neustadt

Tel: 05032- 96 76 110 | Fax: 05032- 96 76 112

E-Mail: [info@mustafa-erkan.de](mailto:info@mustafa-erkan.de) | Internet: [www.mustafa-erkan.de](http://www.mustafa-erkan.de)

## Erfolgsgeschichte Türkei

***Analysten überschlagen sich in ihrem Lob. Die Entwicklung der Türkei in den letzten Jahren war eine absolute Erfolgsgeschichte. Und nichts weniger als die Fortsetzung dieser Erfolgsgeschichte wird auch für die kommenden Jahre prognostiziert.***

***Europa: 1 Prozent Wachstum. Türkei: 5 Prozent Wachstum.***

***Die Türkei, dieser riesige Markt über zwei Kontinente, dieser Türöffner in den Nahen Osten, dieser Transmissionsriemen in Sachen wirtschaftlichem Erfolg, hat noch viel vor. Deutsche Unternehmen wollen, deutsche Unternehmen sollten auch in Zukunft dabei sein. Während bislang vor allem andere Märkte profitieren, ist nun Deutschland dran. Das Land, zu dem die Türkei besonders freundschaftliche Beziehungen pflegt. Deutschland, Made in Germany, ist noch immer die klare Nummer eins. Wann der richtige Zeitpunkt zum Investieren sein wird? Jetzt!***

Die türkische Wirtschaft wächst rasant – weitaus schneller als die der Europäischen Union (EU). Für 2013 rechnen Fachleute mit stabilen 4 Prozent Wachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP); für die Europäische Union werden gerade einmal 1,1 Prozent prognostiziert. Die OECD geht davon aus, dass die Türkei bis 2017 auf mit einem durchschnittlichen Wachstum von 5,2 Prozent die am schnellsten wachsende Volkswirtschaft der OECD sein wird.<sup>1</sup> Seit 2002 hat die Türkei eine Entwicklung erlebt, die europaweit jedem Vergleich Stand hält. Im letzten Jahrzehnt sei kaum etwas so wichtig und zugleich so wenig beachtet worden, wie diese Erfolgsgeschichte, schreibt der britische „Economist“, von „Europas China“ ist die Rede. Die Geschichte der Türkei in den letzten etwa zehn Jahren ist eine Erfolgsgeschichte. Es ist die Geschichte einer innovativen Türkei, in der Unternehmen etwas aufbauen und gleichzeitig ausbauen können.

Im ganzen Land, vom Bosphorus bis nach Anatolien, wurden wichtige Weichen für eine wirtschaftsfreundliche Ausrichtung der Türkei gestellt. Politische Reformen gingen dabei einher mit einem Umbau des Wirtschaftssystems.

Kein Wunder, dass Fachleute für diese vielversprechende Wirtschaft glänzende Zukunftsaussichten prognostizieren. Qualifizierten Erwartungen zufolge wird die Türkei in den kommenden fünf Jahren mehr als 110 Milliarden US-Dollar an Investitionen anziehen. Dafür spricht auch eine junge und dynamische Bevölkerung.

Demografie-Problem? Fehlanzeige!

Im Vergleich zur EU hat die Türkei die größte junge Bevölkerung, allein die Hälfte ist jünger als 30 Jahre. 26 Millionen Türken sind gut ausgebildet und motiviert. Die Arbeitsproduktivität steigt seit Jahren kontinuierlich an. Zu Buche schlagen auch die längsten Arbeitszeiten und die geringste Krankheitsrate in ganz Europa. Jährlich verlassen 500.000 Absolventen einer der mehr als 170 Hochschulen. Mehr als 700.000 Schüler haben Sekundarabschlüsse, davon etwa die Hälfte von Berufs-, Technik- und anderen Fachschulen. Ein solches demografisches Problem wünscht sich der Rest der EU.

---

<sup>1</sup> OECD Economic Outlook Nr. 91, Juni 2012

Das türkische Umfeld ist mehr als unternehmensfreundlich. Während es im gesamten OECD-Raum durchschnittlich mehr als 12 Tage dauert, ein Unternehmen aufzustellen, benötigt man hierfür in der Türkei maximal nur 6 Tage. Eine ausgeprägt starke Industrie- und Dienstleistungskultur tut ihr Übriges. Für optimales operatives Geschäft sorgt eine neue und technisch fortschrittliche Infrastruktur für Transport, Telekommunikation und Energie. Überall in der Türkei wird gebaut. In Istanbul entsteht gerade der weltgrößte Flughafen, Häfen, Straßen ... die Türkei wird jeden Tag noch moderner und erfüllt dabei längst die allerhöchsten internationalen Standards. Man merkt, dass dies ein auf allen Ebenen relevantes Querschnittsthema ist. Kommunale, Regionale und Bundespolitiker ziehen hier an einem Strang in die gleiche Richtung. Die Türkei wächst in alle Richtungen.

Ebenfalls ein wichtiges Argument für die Standortwahl sind niedrige Steuern und weitere finanzielle Anreize. Die Körperschaftssteuer wurde von 33 auf 20 Prozent gesenkt, die persönliche Einkommenssteuer liegt zwischen 15 und 35 Prozent. In Technologieentwicklungszonen, Industriezonen und Freihandelszonen werden zudem weitere Steuervergünstigungen und Anreize geboten. Ebenfalls wichtig: Die Zollunion mit der EU.

Die türkische Republik taugt als wirtschaftliche Lokomotive und Transmissionsriemen für Geschäfte in die ganze Region. Und sie ist ein wichtiger, ein immer wichtiger werdender Multiplikator in allen wirtschaftlichen und politischen Bereichen. In der Türkei wurden viele wichtige Reformen angestoßen, aber noch sind nicht alle beendet. Es wurden wichtige Weichen gestellt, die Richtung stimmt.

Deutschland, Made in Germany, ist übrigens für die die Türken immer noch die klare Nummer eins. Würde man Türken drei verschiedene Produkte, nur gekennzeichnet durch die Nationalsymbole des Produktionslandes, zur Auswahl geben – würden sie sich immer nur für „Made in Germany“ entscheiden. Auf türkischen Straßen fahren vor allem deutsche Autos. Nahezu jeder Türke hat freundschaftliche oder sogar familiäre Verbindungen nach Deutschland. Der enge Austausch beider Länder ist deshalb eine wichtige gesellschaftspolitische Aufgabe hier wie dort. Auch unsere über Jahre gewachsene Freundschaft sollten wir unbedingt weiter ausbauen. Auch wirtschaftlich.

Natürlich gibt es gute Verbindungen und viele wertvolle Ansätze. Allerdings: Was den Außenhandel angeht, steckt hier noch viel Potential. Länder wie Großbritannien, die Niederlande, Frankreich, Japan, Italien und vor allem Spanien liegen bislang vor den Deutschen, die nur einen Mittelfeldplatz einnehmen. Dabei drängen türkische Unternehmen auf den deutschen Markt. 229 Aussteller suchen den Weg auf die Hannover Messe (187 in 2012), 135 kamen zur IAA in Hannover, 243 zur Automechanika, 67 zur Agritechnica, 63 zur Euroblech, 170 zur Heimtextil, 131 zur Domotex, 74 zur ISM in Köln und 122 zur Bauma nach München.

Auf beiden Seiten begleiten hoch professionelle Strukturen die wirtschaftlichen Verbindungen beider Länder. Und doch: Die überragende Wirtschaftsentwicklung der Türkei hat bislang vor allem mit anderen Ländern zu tun. Nach meinem Empfinden werden die Chancen, die die strategisch optimale Lage der Türkei bietet, noch nicht durchgängig optimal genutzt. Hier kann Politik, hier kann auch Landespolitik, noch viel vermitteln und bewirken.

Als Fokusbranchen bieten sich dabei die Bau-, Automobilwirtschaft und die Logistik an. Vor allem die Baubranche wächst stetig, vor allem eben auch, weil die Türkei sehr in die eigene Infrastruktur investiert. Das hat eine hervorragend aufgestellte, technisch optimal ausgestattete, flexible und kraftvolle Branche etabliert, die diese Vorteile auch im Ausland ausspielen wollen. In den Jahren 1972 bis 2013 hat die Türkei in 100 Ländern mehr als 7.000 Projekte mit einem Gesamtvolumen von 249,7 Milliarden Dollar fertiggestellt. Die Aufträge konzentrieren sich allerdings vor allem auf den zentralasiatischen Raum – nicht zuletzt aufgrund gesetzlicher Regelung zu Ausschreibungsverfahren im EU-Raum. Hier ist noch viel Steigerungspotenzial erreichbar.

Die zahlreichen innertürkischen Projekte und mehr und mehr Outsourcing haben auch die Logistikbranche enorm entwickelt. Sie bewegt inzwischen ein Marktvolumen von 6,5 Milliarden Dollar und beschäftigt ca. 400.000 Menschen. Mehr als 1.400 Logistikfirmen und 45.000 Fahrzeuge sind in der Lage, enorme Mengen an Wirtschaftsgütern zu transportieren.

Aufgrund der freundschaftlichen Verbindungen beider Staaten haben es auch deutsche Unternehmen im Vergleich viel einfacher, am Standort Türkei eine erfolgreiche Performance zu entwickeln. Wie das funktioniert, beweisen die türkischen Unternehmer selbst. Ihr Ziel bzw. das Ihrer Unternehmen: einfach deutscher werden. Deutsche Qualitätsstandards in allen Bereichen sind ihre Motivation, und sie erreichen sie Stück für Stück.

Nachsatz:

*Grundsätzlich steht es mir nicht zu, als Niedersächsischer Landtagsabgeordneter innenpolitische Entwicklung eines anderen Staates zu kommentieren und zu bewerten. Ich gebe hier meine Eindrücke und Erfahrungen aus vielen Gesprächen und Treffen in Deutschland und der Türkei, gerade während meiner Reise im Juli 2013 wieder.*

*Ich stehe mit meinem Know-how als Politiker und Kenner der deutsch-türkischen Handelsbeziehungen sehr gerne zur Verfügung, die Türkei auf ihrem weiteren Weg zu begleiten und Prozesse bzw. Reformen zu flankieren.*