

Universität Pardubice  
Philosophische Fakultät

Firmen in Oberfranken

Kateřina Šandová

Abschlussarbeit

2009

Univerzita Pardubice  
Fakulta filozofická  
Katedra cizích jazyků  
Akademický rok: 2008/2009

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina ŠANDOVÁ**  
Studijní program: **B7310 Filologie**  
Studijní obor: **Německý jazyk pro hospodářskou praxi**  
  
Název tématu: **Firmy v Horních Francích**

### Zásady pro vypracování:

Studentka se ve své bakalářské práci bude zabývat česko-německými obchodními vztahy se zaměřením na region Horní Franky. Dále se zaměří na interkulturní komunikaci a její vliv na česko-německou spolupráci a hospodářský vývoj v regionu Horní Franky. Po vymezení důležitých pojmů bude následovat praktická část, v které bude proveden empirický průzkum, v němž budou sledovány zkušenosti německých firem s českým trhem. Na závěr se vysvětlí problémy a rozdíly v česko-německých vztazích a shrnou možnosti spolupráce v budoucnu.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Verzeichnis der Mitglieder 2007, Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer, Prag 2007 Deutsche Unternehmen in Tschechien - Gemeinschaftsunternehmen, Beteiligungen, Niederlassungen, Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer, Prag 2005/2006 WIERLACHER, A.: Handbuch interkulturelle Germanistik, Metzler Verlag, Stuttgart 2003 PSCHORR, P./ RÖHLE, H./ WASSERMEYER, W.: Investitionen und Steuern in Tschechien, Verl. Neue Wirtschafts-Briefe, Herne und Berlin 2004 KAUFMANN, L.: Managementhandbuch Mittel- und Osteuropa - wie deutsche Unternehmen Ungarn und Tschechien für ihre globale Strategie nutzen, Tablet Verlag, Wiesbaden 2006 SCHROLLMACHL S., NOVÝ, I.: Perfekt geplant oder genial improvisiert? Kulturelle Unterschiede in der deutsch-tschechischen Zusammenarbeit, Rainer Hampp Verlag, München und Mering 2005 STICHT, T.: Die oberfränkische Wirtschaft im Zuge der EU-Osterweiterung ? Historischer Überblick, Chancen und Risiken, Bayreuth, Oktober 2004 REINHARD SPREE, Geschichte der deutschen Wirtschaft im 20. Jahrhundert, C. H. Beck Verlag, München 2001

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Lenka Matušková**  
Katedra cizích jazyků


Datum zadání bakalářské práce: **30. dubna 2008**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2009**

  
prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.

děkan

L.S.

  
PhDr. Jan Čapek, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2008

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 17. 1. 2009

Šandová Kateřina

## **DANKSAGUNG:**

Ich möchte allen danken, die mich beim schreiben meiner Arbeit unterstütz haben. Großer Dank gilt vor allem Frau Mgr. Lenka Matušková, Ph.D. für die Konsultationen und ihre Unterstützung beim Schreiben meiner Arbeit. Mein Dank gilt auch allen Teilnehmern der empirischen Untersuchung und den Firmen, ohne deren Hilfe die Arbeit nicht zustande gekommen wäre. Nicht zuletzt möchte ich Herr PhDr. Josef Čapek, Ph.D. danken, da ich aufgrund des Programms GIP (Germanistische interkulturelle Partnerschaft) meine Bachelor-Arbeit in Bayreuth schreiben konnte. So standen mir nicht nur verschiedene Materialien aus den Universitätsbibliotheken in Bayreuth zur Verfügung sondern ich konnte auch fachliche Unterstützung von Lektoren war für meine Arbeit nutzen.

## **ANNOTATION**

Die Abschlussarbeit befasst sich mit der Region Oberfranken und den deutsch-tschechischen Handelsbeziehungen. Im theoretischen Teil werden die Hauptinformationen über die Entwicklung der deutsch-tschechischen Zusammenarbeit beschrieben. Nachfolgend werden die charakteristischen Eigenschaften der Deutschen und Tschechen in Bezug auf das Geschäftsleben näher erläutert und die Wirtschaft in Oberfranken vorgestellt. Der praktische Teil enthält eine empirische Untersuchung, die praxisorientiert ist und dokumentiert auch die Erfahrungen der oberfränkischen Unternehmen bezüglich der Zusammenarbeit mit tschechischen Firmen. Anschließend werden die Untersuchungsergebnisse zusammengefasst und die Möglichkeiten für eine zukünftige erfolgreiche deutsch-tschechische Zusammenarbeit beschrieben.

## **SCHLAGWÖRTER**

Handelsbeziehungen, interkulturelle Unterschiede, Wirtschaft, Firmen, Oberfranken, Deutschland, Tschechien

## **NÁZEV**

Firmy v Horních Francích.

## **SOUHRN**

Závěrečná práce se zabývá regionem Horní Franky a česko-německými obchodními vztahy. V teoretické části jsou popsány hlavní informace o vývoji německo-české spolupráce. Následuje charakteristika typických vlastností Němců a Čechů v obchodním prostředí a představení ekonomiky Horních Franků. Praktická část obsahuje empirický výzkum, v kterém jsou zdokumentovány praktické zkušenosti firem z Horních Franků s firmami v České republice. Na závěr práce jsou shrnuty výsledky výzkumu a popsány možnosti budoucí úspěšné česko-německé spolupráce.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Obchodní vztahy, interkulturní rozdíly, hospodářství, firmy, Horní Franky, Německo, Česko

## **TITLE**

Companies in Upper Franconia

## **ABSTRACT**

The final paper deals with the area of Upper Franconia and the German- Czech trade relations. The theoretical part contains the main informations about the development of the German – Czech cooperation followed by the characteristics of the stereotype German and Czech concerning their business life and behavior. It also gives attention to the economy in Upper Franconia.

The practical part comprehends the empirical study about the experiences of companies situated in Upper Franconia and their cooperation with Czech companies. The results and opportunities for a successful relationship between German and Czech companies complete the paper.

## **KEYWORDS**

Trade relations, intercultural differences, economy, companies, Germany, Czech Republic

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 Einleitung</b>	10
<b>THEORETISCHER TEIL</b>	12
<b>2. Entwicklung der deutsch-tschechischen Handelsbeziehungen</b>	12
2.1 Geschichte	12
2.2 Gegenwart	14
2.3 Zukunft	17
<b>3. Interkulturelle Beziehungen – Tschechen und Deutschen als Handelspartnern</b>	17
3.1 Investitionsbarrieren	19
3.1.1. Korruption	19
3.1.2 Belastungen durch Bürokratie und Regierungsaktivitäten	20
3.1.3 Informationsasymmetrien zwischen Mutter- und Tochtergesellschaften	20
3.2. Handelsbarrieren	21
3.2.1 Sprachbarrieren	21
3.2.2 Kulturelle Unterschiede	24
3.2.2.1 Personenbezug versus Sachbezug	24
3.2.2.2 Konfliktvermeidung versus Konfliktkonfrontation	25
3.2.2.3 Abwertung von Strukturen versus Aufwertung von Strukturen	25
3.2.2.4 Simultanität versus Konsekutivität	26
3.2.2.5 Schwankende Selbstsicherheit versus stabile Selbstsicherheit	26
3.2.2.6 Diffusion von Persönlichkeits- und Lebensbereichen versus Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen	26
3.2.2.7 Personenorientierte Kontrolle versus regelorientierte Kontrolle	27
3.2.2.8 Starker Kontext versus schwacher Kontext	28
3.3 Wechselkursrisiken	28
<b>4. Wirtschaft in Oberfranken</b>	29
4.1 Die Oberfränkische Wirtschaft – Entwicklung	31
4.2 Handwerk in Oberfranken	33
<b>PRAKTISCHER TEIL</b>	37
<b>5. Empirische Untersuchung</b>	37
5.1 Möglichkeiten der Partnersuche	
in der Tschechischen Republik und in Oberfranken	37
5.1.1 DTIHK – Deutsch-tschechische Industrie und Handelskammer	38



5.1.2 Marktstudie, Partnersuchen und Anforderungen deutscher Firmen	38
5.1.3 IHK für Oberfranken Bayreuth	40
5.1.4 Handwerkskammer für Oberfranken	42
5.2 Ziel der empirischen Untersuchung	43
5.3 Konzeption der Datenermittlung	44
5.4 Verlauf der empirischen Untersuchung	44
5.5 Ergebnisse der empirischen Untersuchung	45
<b>6. Schluss: Zusammenfassung</b>	<b>51</b>
Resümee	
Literaturverzeichnis	
Internetquellenverzeichnis	
Anlagenverzeichnis	

## 1. Einleitung

*„Ein Hund sieht eine Katze, die mit dem Schwanz wedelt. Freudig erwidert er den vermeintlichen Gruß, nicht wissend, dass die Katze dieses Signal als Warnung versteht: „Stopp, nicht, sonst zeig ich dir die Krallen!“*

*Das Ende der Geschichte kennt jeder: die Katze kratzt, der Hund beißt...  
und die alte Feindschaft nimmt ihren Lauf.“<sup>1</sup>*

Dieses Zitat von Schroll-Machl und Nový, enthält eine alte Lebensweisheit, welches für deutsch-tschechische Handelsbeziehungen sehr wichtig ist. Im Geschäftsleben geraten die Leute häufig genug in Situationen, die sichere interkulturelle Kenntnisse erfordern. Derjenige, der weiß, wie man sich im Kontakt mit anderen Kulturen verhält, hat dann einen Vorteil. Nur eine Handbewegung kann ausländische Handelspartnern beeinflussen und über Erfolg oder Misserfolg des Handelsgeschäftsverlaufs entscheiden.

In der vorliegenden Arbeit, die sich mit dem Thema: „Firmen in Oberfranken“ befasst, werden deshalb nicht nur die Aspekte der oberfränkischen Wirtschaft und Informationen über deutsch-tschechischen Handelsbeziehungen beschrieben, sondern auch die deutsch-tschechischen interkulturellen Beziehungen näher betrachtet. Die Abschlussarbeit hat das Ziel mittels der empirischen Untersuchung festzustellen, welche Aspekte für oberfränkische Firmen, die in Tschechien tätig sind, von Bedeutung sind. Es sollen die Bedeutungen von den interkulturellen Unterschieden, sowie Investitions- oder Sprachbarrieren in der Praxis betrachtet werden.

Die Abschlussarbeit ist in einen theoretischen und einen praktischen Teil gegliedert. Im theoretischen Teil wird im ersten Kapitel die Entwicklung der deutsch-tschechischen Handelsbeziehungen beschrieben. Im Anschluss daran werden die wichtigsten kulturellen Unterschieden genannt. Das bedeutet, welche Eigenschaften im Berufsleben für Tschechen und Deutschen typisch sind und wie die Kulturprobleme geklärt werden können. Anschließend werden die Hauptinformationen zu der oberfränkischen Wirtschaft erläutert.

---

<sup>1</sup> Schrol-Machl, Nový, S. 9.

Im praktischen Teil werden die methodischen Grundlagen zum Erstellen und Auswerten der durchgeführten empirischen Untersuchung sowie die Untersuchungsergebnisse dargestellt. Anschließend werden die Handelskammern, die in der Tschechischen Republik und Oberfranken tätig sind vorgestellt. Zum Schluss werden die bedeutsamsten Informationen, die in der Abschlussarbeit festgestellt wurden, zusammengefasst und die Voraussetzungen für erfolgreiche zukünftige Unternehmensbeziehungen beschrieben.

Für die Abschlussarbeit wurden sowohl wissenschaftliche Literatur aus dem Fachgebiet interkultureller Kommunikation und Wirtschaftsbeziehungen, als auch Artikel aus den Fachzeitschriften und themenorientierte Internetquellen verwendet.

# THEORETISCHER TEIL

## 2. Entwicklung der Deutsch- Tschechischen Handelsbeziehungen

In diesem Kapitel werden die wirtschaftlichen Entwicklungen der Tschechischen Republik und Deutschland von dem zweiten Weltkrieg bis zum EU-Beitritt Tschechiens beschrieben. In dieser Zeit kam es zu wichtigen Änderungen, die die weitere Zusammenarbeit zwischen Tschechien und Deutschland stark beeinflusst haben.

### 2.1 Geschichte

Nach dem zweiten Weltkrieg verbot die Sowjetunion (UdSSR) den MOE-Ländern<sup>2</sup> am Marschallplan, der von USA angeboten wurde, teilzunehmen. Deshalb gründete sie am 25. Januar 1949 mit Polen, Rumänien, Bulgarien, Ungarn und der Tschechoslowakei den Rat für Gegenseitige Wirtschaftshilfe (RGW). Später wurde auch die Deutsche Demokratische Republik (DDR) Mitglied.

Das größte Problem in der Nachkriegszeit stellte die Planwirtschaft der UdSSR dar. Moskau bestimmte allein die Produktions- und Liefermengen. Der Außenhandel war dadurch blockiert. Viele Regionen in Deutschland wurden durch diese Situation negativ beeinflusst. Oberfranken beispielsweise grenzte als einzige Region 40 Jahre lang an zwei Ostblockstaaten an. Durch diese ungünstige Grenzlage waren die Wirtschaftsbeziehungen und Verkehrsverbindungen nach Norden und Osten negativ betroffen. Vor allem die grenznahen regionalen Arbeitsmärkte litten unter dieser schlechten Situation.<sup>3</sup>

Die Nachkriegszeit in DDR beschreibt Reinhard Spree in seinem Buch „Geschichte des Deutschen Wirtschaft im 20. Jahrhundert“:

*„Das Schicksal der DDR-Außenwirtschaft war über 40 Jahre hinweg von ihrem Sonderstatus innerhalb des RGW bestimmt. Gemessen an dem Volumen der Einfuhren und Ausfuhren, wies die DDR das höchste Maß an außenwirtschaftlicher Verflechtung aller Ostblockländer auf, gemessen an der Bundesrepublik war die Außenhandelsquote (10 Prozent 1960, 20 Prozent um 1975) deutlich niedriger.“*

---

<sup>2</sup> MOE-Länder: Mittel und Osteuropa Länder

<sup>3</sup> KAUFMANN, S.31.

*Die Versuche, außenwirtschaftliche Spezialisierung durch „internationale sozialistische Arbeitsteilung“ zu befördern, blieben zumeist in den Ankündigungen stecken, da zum einen die Industrialisierungsstrategien wenig Raum für Arbeitsteilung boten, zum anderen jeweiligen planwirtschaftlichen Leitbilder sich vorrangig an der autarken Genügsamkeit des eigenen Wirtschaftsraumes orientierten. ‘‘<sup>4</sup>*

Diese Situation hat sich erst nach dem Ende der Planwirtschaft in den Jahren 1989/1990 leicht verbessert. Die MOE-Staaten hatten aber schwere Position und es dauerte lang bis sie sich in europäische Wirtschaft integrieren konnten.

Die Länder der sogenannten Visegrad-Gruppe - Polen, Tschechoslowakei und Ungarn haben am 15. Februar 1991 Assoziierungsverträge mit der EU unterzeichnet, um nach dem Ende des Ostblocks und des Kalten Krieg die gemeinsamen Probleme möglichst kooperativ lösen zu können. Der wichtigste von diesen Verträgen wurde das Zentraleuropäische Freihandelsabkommen (CEFTA), welches 1992 begründet wurde. Das CEFTA sollte vor allem die Handelsbarrieren abbauen um so den Handel weiter zu entwickeln.<sup>5</sup> Die Zeit der Wende beschreibt auch Kaufmann L. in folgendem Zitat. Seiner Meinung nach kam es nach der Wende zu großen und wichtigen Änderungen:

*„Die Region Mittel- und Osteuropa (MOE) erlebte nach der Wende der frühen 90er Jahre einen wirtschaftlichen und politischen Strukturwandel, der in seiner Art einmalig ist. Inzwischen hat sich MOE zu einer attraktiven Zielregion für ausländische Investoren entwickelt. Die deutsche Wirtschaft erkannte frühzeitig das Potenzial und nutzte die Chancen einer sich internationalisierenden Wirtschaft.‘‘<sup>6</sup>*

Sehr gute Handelsbeziehungen entwickelten sich in dieser Zeit auch zwischen der Tschechischen Republik und Deutschland. Dies bestätigt auch dieses weitere Zitat von Kaufmann L.:

*„Besonders lebhaft Beziehungen entwickelten sich zwischen der Tschechischen Republik und Deutschland. Rund ein Drittel seines Außenhandels wickelt Tschechien mit Deutschland ab, Deutschland ist seit Jahren der wichtigste Handelspartner. Mit mehr als 26 Prozent der kumulierten ausländischen Direktinvestitionen in Tschechien seit 1993 liegt Deutschland an erster Stelle.‘‘<sup>7</sup>*

---

<sup>4</sup> REINHARD SPREE, S.115-116.

<sup>5</sup> Vgl.: KAUFMANN, S.31-32.

<sup>6</sup> KAUFMANN, S.5.

<sup>7</sup> ebenda

Vor dem EU- Beitritt am 1.Mai 2004 wurden sogar verschiedene Arbeitsgruppen und Organisationen gegründet, um die Zusammenarbeit weiterzuentwickeln. Unter anderen waren es „ARGE28“, die „Euregio Egrensis“ (Gruppierung zur Förderung der grenzüberschreitenden Kontaktaufnahme und Zusammenarbeit) und die „EU-gemeinschaftsinitiative IN-TERREG“ (Partnerschaft zwischen Bayern und Tschechien zur Förderung grenzübergreifenden Zusammenarbeit).

Durch die Mitgliedschaft in der Europäischen Union haben sich die deutsch-tschechische Handelsbeziehungen noch verbessert. Alle Unternehmen, die in Tschechien investieren, könnten sich sicher sein, dass die Wirtschaft in der Tschechischen Republik weiter wächst. Potenzielle Investoren benötigen aber Partner, die die Bedingungen vor Ort kennen. Deshalb wurden Auslandshandelskammern (AHKs) gegründet. AHKs verfügen über ausgezeichnete Kenntnisse der lokalen Märkte und können so mit diesen Erfahrungen deutsche Unternehmen unterstützen.<sup>8</sup>

## 2.2 Gegenwart

Heutzutage ist die Tschechische Republik für deutsche Unternehmen ein attraktiver Arbeitsmarkt mit vielen Investitionsmöglichkeiten. Dank dieser Situation befinden sich in Tschechien viele deutsche Gemeinschaftsunternehmen, Beteiligungen, Niederlassungen usw., die aus verschiedenen Gebieten Deutschlands kommen und in verschiedenen Branchen tätig sind. Diese guten Handelsbeziehungen bestätigt auch die Umfrage der DTIHK, die etwa 4 Jahren nach dem Beitritt der Tschechischen Republik in die EU gemacht wurde. 60 % von Auslandsinvestoren in Tschechien haben die eigene ökonomische Situation positiv bewertet und nur 2 % von Befragten waren unzufrieden.<sup>9</sup>

Ferner ist es für deutsche und auch andere ausländische Investoren wichtig, dass die Tschechische Republik Mitglied folgender Organisationen ist:

- 1) UNO
- 2) Weltbank
- 3) OECD
- 4) GATT/WTO
- 5) CEFTA (Central European Trade Association)

---

<sup>8</sup> Vgl.: KAUFMANN, S.6.

<sup>9</sup> siehe Anlage Nr.1

## 6) Europäische Union ( von 01.05. 2004) <sup>10</sup>

Die deutschen Unternehmen haben aber auch andere Gründe für Investitionen in der Tschechischen Republik. Wie im Folgenden gezeigt wird, handelt es sich vor allem um Standortfaktoren.

### **1) Zentrale Lage in Europa und sich ständig verbessernde Transportverbindungen**

Die Tschechische Republik hat in Mitteleuropa eine strategisch zentrale Lage und gehört deshalb zu den wichtigsten Transitländern Europas. Das Autobahnnetz soll immer größer sein und im Jahr 2008 begannen bereits zahlreiche Bahnmodernisierungen.<sup>11</sup>

### **2) EU-Beitritt**

Nach dem EU- Beitritt zum 01.05 2004 hat sich die Tschechische Republik mehr geöffnet und die Zusammenarbeit zwischen EU-Länder konnte ohne Barrieren weiterentwickelt werden. Der tschechische Markt wurde vergrößert und ausländische, vor allem deutsche, Lieferanten haben viel in Tschechien investiert.<sup>12</sup> Durch den Einschluss des Landes ins Schengenabkommen am 21.Dezember 2007 gehören Grenzschraken und Passkontrollen in zwischen der Vergangenheit an. Das Reisen durch den europäischen Raum ist dadurch viel einfacher.

### **3) Ausgebildete und qualifizierte Arbeitskräfte**

Die Tschechische Republik verfügt über flexible und qualifizierte Arbeiter. Außerdem zeichnet sie sich durch hochwertige Produktion ab, die für deutsche Unternehmen sehr wichtig ist. Die Verfügbarkeit von Facharbeitskräften ist trotz steigender Arbeitslosigkeit regional unterschiedlich.<sup>13</sup> Vor allem im Oktober 2008 kam es wegen der Weltwirtschaftskrise, die in den USA begann, zu vielen Problemen. Viele Leute mussten sich umqualifizieren oder waren zum pendeln gezwungen.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> Vgl.: PSCHORR, P./ RÖHLE H./WASSEMAYER,W., S.15.

<sup>11</sup> Vgl.: PSCHORR, P./ RÖHLE H./WASSEMAYER,W., S 17.

<sup>12</sup> Vgl.: ebenda, S.18.

<sup>13</sup> Vgl.: ebenda

<sup>14</sup> Vgl.: ebenda

#### **4) Gut entwickelte inländische Lieferantenbasis**

Nach der Meinung der Autoren der Publikation „Investition und Steuern in Tschechien“ ist in der Tschechischen Republik trotz der kommunistischen Regierung, die bis Jahr 1989 im Land geherrscht hat, ein hoher Qualitätsstandard, der mit der langen industriellen Tradition verbunden ist.<sup>15</sup>

*„Die Tschechische Republik hat eine lange industrielle Tradition. Im Zeitraum zwischen den Weltkriegen zählte sie zu den sieben Ländern der Welt mit den höchsten BIP. Die Führungsposition ging leider in der Nachkriegszeit unter der kommunistischen Regierung verloren. Es hat sich jedoch ein hoher Qualitätsstandart erhalten.“<sup>16</sup>*

#### **5) Forschungs- und Entwicklungstätigkeit**

Das Niveau der Forschungs- und Entwicklungstätigkeit ist in der Tschechischen Republik schon lange sehr hoch. Vor allem im Medizin- oder Automobilbereich. Viele Unternehmen und multinationale Konzerne führen Forschungs- und Entwicklungsprojekte durch.<sup>17</sup>

#### **6) Investitionsförderung**

Für die wirtschaftliche Entwicklung des Landes haben Investitionsförderungen große Bedeutung. Die Unternehmen können sich dank Investitionen und verschiedenen Unterstützungen schneller und effektiver entwickeln und dann mehr Arbeitsplätze anbieten. Die Unternehmen können vor allem aus zwei Hauptquellen schöpfen. Es handelt sich um Finanzmittel der Tschechischen Republik und Finanzmittel, die im Rahmen der EU-Fonds angeboten werden.

Die Literatur bewertet die Möglichkeiten der finanziellen Unterstützung in der Tschechischen Republik folgendermaßen:

*„Die Tschechische Republik bietet Investitionsförderungen und weitere Unterstützungsmaßnahmen sowohl für neu gegründete auch als für bereits tätige Unternehmen an. Ob die investierende Gesellschaft von einem inländischen oder ausländischen Investor gegründet wurde, ist da nicht von Bedeutung.“<sup>18</sup>*

---

<sup>15</sup> Vgl.: PSCHORR, P./ RÖHLE H./WASSEMAYER,W., S.18.

<sup>16</sup> ebenda, S.18.

<sup>17</sup> Vgl.: ebenda

<sup>18</sup> ebenda, S.19.



## 2.3 Zukunft

Wie wird die Zukunft aussehen, ist nicht leicht zu sagen. In ihren Veröffentlichungen schätzen Pschorr, Röhle und Wassemeyer die zukünftige Situation wie folgt ein:

*„Während heute 28 primär exportierte Unternehmen 24 global integrierten gegenüberstehen, wird sich dieser Verhältnis in fünf Jahren (2007-2012) deutlich verschoben haben. Während dann nur noch 26 Unternehmen in erster Linie exportiert sein werden, werden 27 des Status global integrierter Tochter Gesellschaft erreicht haben. Die Anzahl des Geschäftstransfers wird voraussichtlich von drei auf dann zwei Unternehmen sinken. Dies spricht für eine deutliche Aufwertung der Aktivitäten in Tschechien. Auch Unternehmen, für sie die Tschechien bislang nur als Absatzmarkt eine Rolle spielt, scheinen also Standortvorteile des kleinen Nachbarlandes erkannt haben, und planen, höherwertige Wertschöpfungsstufen nach Tschechien zu verlangen. Tschechien wird im internationalen Unternehmensverbund also eine zunehmend wichtige Stellung einnehmen.“<sup>19</sup>*

Wie aus diesem Zitat hervorgeht, sollte die Marktsituation für tschechische Firmen in der Zukunft immer besser werden. Die Tschechische Republik wird für ausländische Investoren größere Bedeutung haben und nicht nur als Absatzmarkt dienen. Die Zukunft hängt aber heutzutage mit der Weltwirtschaftskrise zusammen und die Situation kann durch viele Faktoren, wie z.B. Wechselkursrisiken beeinflusst werden. Die Marktanalysen sind so niemals 100% sicher.

## 3. Interkulturelle Beziehungen – Tschechen und Deutschen als Handelspartner

In folgenden Kapitel werden deutsch-tschechische interkulturelle Beziehungen näher erläutert, da sie große Bedeutung für die Handelsbeziehungen haben. Es ist nämlich sehr wichtig nicht nur zu wissen, welche Gründe deutsche Unternehmen für Aktivitäten in der Tschechischen Republik haben, sondern auch was die größten Hindernisse sind, mit denen sich deutsche Firmen in Tschechien auseinandersetzen müssen.

---

<sup>19</sup> PSCHORR, P./ RÖHLE H./ WASSEMEYER, W., S.19.

Nach dem Unternehmerinterviews von Kaufmann L. sind für deutsche Unternehmer Verbundvorteile einer der wichtigste Aspekt, warum sie auf dem tschechischen Markt tätig sind. Auf dem zweiten Platz stehen Marktchancen, die dritte und vierte Position haben Standortvorteile und Skalenvorteile besetzt. Das wichtigste für deutsche Unternehmen waren die geringeren Lohnkosten, die zum Aspekt Standortvorteile gehören.<sup>20</sup>

Die Verbundvorteile haben also die größte Bedeutung für deutsche Unternehmen, was bedeutet, dass die Tschechische Tochtergesellschaften im internationalen Unternehmensverbund wichtige Rolle spielen.

*„Tschechien wird nicht als isolierter Standort betrachten, der durch das eigene Marktpotenzial besticht, sondern nimmt in vielen Fällen eine Voreiterrolle innerhalb der zunehmend lukrativer werdenden mittel- und osteuropäischen Region ein. In der Tat wurden und werden in vielen Fällen osteuropäische Märkte über das tschechische Sprungbrett erschlossen oder die gesamte Region von Tschechien aus koordiniert.“<sup>21</sup>*

Was bedeutet das aber konkret? Als wichtigster Verbundaspekt wird die Möglichkeit genannt, im Unternehmensverbund von anderen Tochtergesellschaften zu lernen. Knapp 75 % der befragten Unternehmen halten diesen Aspekt für sehr wichtig.<sup>22</sup> Von den Tschechen lernen bedeutet nämlich, nicht nur die Barrieren schneller und effizienter zu überwidmen, sondern auch Marktwissen und Erfahrungen zu erwerben. Deswegen veranstalten die Tochtergesellschaften regelmäßige Meetings und Veranstaltungen. Wissensaustausch gehört zu den wichtigsten Dingen, die über Erfolg auf dem ausländischen Markt entscheiden.<sup>23</sup>

Welche Barrieren müssen deutsche Unternehmen überwidmen, ist in den folgenden Kapiteln näher erläutert. Den Untersuchungen zufolge stellen für die deutschen Firmen vor allem Investitionsbarrieren und Handelsbarrieren die größten Probleme dar.

---

<sup>20</sup> siehe Anlagen Nr.2 und Nr.3

<sup>21</sup> KAUFMANN, S. 232.

<sup>22</sup> siehe Anlage Nr.2

<sup>23</sup> KAUFMANN, S.233.

### 3.1 Investitionsbarrieren

Nach dem Interview von Kaufmann L. existiert eine ganze Reihe von Investitionshindernissen, die die deutschen Unternehmen in Tschechien überwinden mussten oder noch müssen. In dem Interview wurden vor allem die Probleme untersucht, die mit der Diskriminierung ausländischer Firmen in Tschechien, Nachteile im tschechischen Geschäftsumfeld, interne Kontrollprobleme zusammenhängen. Die wichtigsten Investitionsprobleme, die die Unternehmen erwähnt haben, sind Korruption, Belastungen durch Bürokratie und Regierungsaktivitäten, Informationsasymmetrien zwischen Mutter- und Tochtergesellschaften.<sup>24</sup>

#### 3.1.1 Korruption

Die Korruption wird als wichtigstes Problem angesehen und die Tschechische Republik ist für Schmiergelder sehr bekannt. Laut dem Korruptionsindex von Transparency International liegt Tschechien auf dem Rang 51. Diese Position teilt sich mit Trinidad und Tobago und El Salvador. Deutschland befindet sich auf dem Rang 15.<sup>25</sup>

Kaufmann L. führt folgendes Beispiel für Korruption in Tschechien an:

*„Als der Geschäftsführer eines deutschen Medizingerätsherstellers bei einer Ausschreibung für Monitoringausrüstung für ein tschechisches Krankenhaus feststellte, dass sein Gebot nicht nur das günstigste war, sondern bei vergleichbaren Geräten ganze 6 Millionen Kronen unter dem zweitniedrigsten Gebot lag, wusste er sofort, dass seine Firma in dieser Ausschreibung chancenlos sein würde. Der Grund: In den übrigen Geboten war das Schmiergeld für die Entscheidungsträger bereits einkalkuliert. Den offiziellen Kaufpreis würde sich also der Anbieter mit dem Einkäufer teilen. . Solche Anekdoten sind leider keine Ausnahme in tschechischen Geschäftsleben.“<sup>26</sup>*

Solche Anekdoten sind für Geschäftsumfeld in Tschechien leider sehr typisch. Es hängt möglich mit der kommunistischen Zeit zusammen, in der jeder als Held galt, der den Staat bestahl.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Siehe Anlage Nr.4

<sup>25</sup> Siehe Anlage Nr.5

<sup>26</sup> KAUFMANN, S.242.

<sup>27</sup> ebenda, S.242.

Was die deutschen Firmen gegen Korruption machen, ist in den folgenden Zeilen geschrieben:

*„Prinzipiell haben die Töchter deutscher Unternehmen klare Anweisungen, jegliche Praxis zu unterlassen, die negativ das Image der Mutter abstrahlen könnte. Selbst in Vergleich mit anderen ausländischen Investoren gelten die Deutschen in Tschechien als „Konservativsten“. Beispielweise hat Bayern für seine Tochterunternehmen einen strengen Moralkodex aufgestellt, in dem exakt definiert ist, wo sich der fließende Übergang zwischen Werbegeschenken und Bestechung befindet oder welche Restaurants für Geschäftsessen mit Kunden angemessen sind.“<sup>28</sup>*

### **3.1.2 Belastungen durch Bürokratie und Regierungsaktivitäten**

Vorschriften, Gesetze und andere Belastungen durch die Regierung stellen für deutsche Firmen ein großes Problem dar. Sie klagen vor allem über langwierige Bearbeitungszeiten durch die zuständigen Behörden und unzureichende Verfolgung von Insolvenzverschleppung. Die Probleme entstehen auch in den Wettbewerb, weil die öffentlichen Ausschreibungen nicht immer korrekt sind.

### **3.1.3 Informationsasymmetrien zwischen Mutter- und Tochtergesellschaften**

Unterschiedliche Informationsstände finden die befragten Unternehmen auch als Korruption, die Zusammenarbeit zwischen Mutter- und Tochtergesellschaften beschwert.

Laut Kaufmann sieht die Situation so aus:

*„Ein häufig genanntes Problem besteht darin, dass Strategievorhaben aus der zentrale oftmals auf einem unzureichenden Marktverständnis basieren und somit zu wenig auf lokale Charakteristiken des Marktes abgestimmt sind. Die Ursachen liegen meist an einem stockenden Informationsfluss zwischen Tochter und Mutter oder an mangelndem Wissensmanagement.“<sup>29</sup>*

---

<sup>28</sup> KAUFMANN, S. 243, 244.

<sup>29</sup> ebenda, S.244.

## 3.2 Handelsbarrieren

Mit dem EU-Beitritt Tschechiens 2004 stellen die wichtigsten Handelsbarrieren wie Zölle und Quoten kein Problem mehr vor. Zu den wichtigsten Handelsbarrieren kann man heutzutage Sprachbarrieren, kulturelle Unterschiede und Wechselkursschwankungen zählen. Weitere Handelsbarrieren wie z.B. Koordinationskosten, Produktkosten oder Transportkosten haben nicht so große Bedeutung.<sup>30</sup>

### 3.2.1 Sprachbarrieren

Die Sprachbarrieren haben im internationalen Handeln große Bedeutung und nur die Leute, die fremde Sprachen auf sehr gutem Niveau beherrschen, können erfolgreich mit den Ausländern zusammenarbeiten. Die Nachfrage nach den Leuten, die vor allem englisch, deutsch, französisch oder russisch sprechen, ist deshalb heutzutage sehr hoch. Kaufmann beschäftigt sich auch mit Sprachbarrieren, die durch die Zusammenarbeit zwischen Deutschen und Tschechen entstanden. Er beschreibt die Situation folgendermaßen:

*„Als Deutscher in der tschechischen Sprache ein für die Herausforderungen des Geschäftslebens ausreichendes Niveau zu erreichen, ist nur mit sehr Mühe und Zeit möglich. Daher überrascht es nicht, dass die Kommunikation zwischen deutscher Zentrale und tschechischer Tochtergesellschaft in erster Linie auf Deutsch oder Englisch abläuft. Genau darin sehen die befragten Unternehmen die größten Hindernisse bei den Beziehungen mit der tschechischen Dependence.“<sup>31</sup>*

### Tschechisch-Unterricht in Deutschland

In Deutschland sprechen nur wenige Leute Tschechisch. Aber diese Situation kann sich in der Zukunft ändern, weil nicht nur an den Universitäten in Deutschland sehr oft Tschechisch unterrichtet wird, sondern auch verschiedene Seminare, Kurse für Deutsche veranstaltet werden. Die Anfrage nach Tschechisch-Unterricht in Deutschland wird immer größer, was durch folgendes Zitat bestätigt wird:

---

<sup>30</sup> Siehe Anlage Nr.6

<sup>31</sup> KAUFMANN, S.247.

*„Das Interesse an der tschechischen Sprache wächst. Seit einiger Zeit häufen sich bei Tandem – Koordinierungszentrum Deutsch-Tschechischer Jugendaustausch die Anfragen nach Tschechisch-Unterricht. Auch das Bohemicum/Institut für Slavistik der Universität Regensburg spürt ein steigendes Interesse an der tschechischen Sprache. Da jedoch Tschechisch im bayerischen Grenzraum noch um seinen Platz kämpfen muss, luden Tandem und das Bohemicum am Freitag, 22. Februar 2008, Vertreter/innen aus Schulen, Kultusministerien und der Wirtschaft zu der Tagung „Tschechisch an bayerischen und sächsischen Schulen“ ein. Ziel war, den Bedarf an Tschechisch-Unterricht an bayerischen und sächsischen Schulen zu eruieren, Einrichtungen, die Tschechisch-Unterricht anbieten (wollen), zu vernetzen, sowie die Einführung eines international anerkannten Sprachenzertifikats anzustoßen“.*<sup>32</sup>

Über dieser Problematik hat auf der Tagung „Tschechisch an bayerischen und sächsischen Schulen“ auch Rainer Beck, Leiter Außenwirtschaft /Kooperationsberatung bei der Handwerkskammer Oberfranken gesprochen. Er beschrieb die deutsch-tschechische Handelsbeziehungen und damit zusammenhängenden Problemen folgendermaßen:

*„Erster internationaler Zielmarkt von ostbayerischen Unternehmen ist Tschechien, gefolgt von Österreich und der Schweiz. Das Hauptmotiv für den Gang ins Ausland ist die Markterschließung. Vielen deutschen Wirtschaftsunternehmen, die mit tschechischen Firmen eine Kooperation eingehen oder im Nachbarland eine Niederlassung gründen, entstehen jedoch aufgrund von Verständigungsschwierigkeiten erhebliche Kosten. Rainer Beck, Leiter Außenwirtschaft /Kooperationsberatung bei der Handwerkskammer Oberfranken, beleuchtete in seinem Referat die Probleme und Schwierigkeiten, mit denen sich kleine und mittelständische (Handwerks-)Unternehmen konfrontiert sehen, wenn sie ihre geschäftliche Tätigkeit auf Tschechien ausweiten: „Die Hauptschwierigkeiten sind sprachliche Barrieren, Mentalitätsunterschiede und das Nichtvorhandensein von Ansprechpartnern im Nachbarland.“ Das Erlernen der tschechischen Sprache ist also nicht nur eine Geste der Höflichkeit, sondern eine wichtige Grundlage für erfolgreiche deutsch-tschechische Wirtschaftsbeziehungen. Nach Ansicht von Rainer Beck wäre es vor allen Dingen im grenznahen Raum von großer Dringlichkeit, den Tschechisch-Unterricht als festen Bestandteil im Stundenplan mit aufzunehmen. „Kinder und Jugendliche sind die Arbeitnehmer/innen von morgen. All diejenigen, die sich in ihrer Kindheit und Jugend mit Tschechien und der tschechischen Sprache auseinandergesetzt haben, haben auf dem Arbeitsmarkt von morgen bessere Chancen“, so sein Fazit.“*<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> <[http://www.tandem-org.de/seite\\_750.html](http://www.tandem-org.de/seite_750.html)> 12.2.2009.

<sup>33</sup> <[http://www.tandem-org.de/seite\\_750.html](http://www.tandem-org.de/seite_750.html)>[zit. 12.2.2009].

Auf tschechischen Markt orientieren sich vor allem Ostbayerische Unternehmen und deshalb hat z.B. SPD Oberfranken in der Vision für Oberfranken unter anderen das Ziel mehr Tschechisch- Unterricht an den Schulen durchzusetzen.<sup>34</sup> Die Interesse der ostbayerischen Schulen an Tschechisch-Unterricht bestätigt auch Artikel von Christoph Wenzel.<sup>35</sup> Mit der Entwicklung des tschechisch- Unterrichtes in Deutschland beschäftigt sich nicht nur Tandem<sup>36</sup>, sondern auch die Organisation EUREGIO EGRENSIS<sup>37</sup>, die schon in der Kapitel 1.2 erwähnt wurde.

EUREGIO EGRENSIS erstreckt sich auf dem Gesamtgebiet rund 17.000 km<sup>2</sup><sup>38</sup> und ihre Ziele sind nicht nur bestehende Beziehungen und Verflechtungen zu unterstützen sondern auch neue Beziehungen zu beleben. Für weitere Schwerpunkte der EUREGIO kann man Abbau von mentalen und sprachlichen Barrieren und Hilfe bei Integration Tschechiens in die EU zählen.

EUREGIO startete im November 2005 eine Sprachoffensive, die aus drei Schwerpunkten besteht:

1. *„Bewusstsein erzeugen, Überzeugungsarbeit leisten, Nachfrage wecken Vorrangig ist es notwendig, in der Öffentlichkeit ein Bewusstsein für die Wichtigkeit der Sprache des Nachbarlandes im Hinblick auf den entstehenden gemeinsamen Wirtschaftsraum zu erzeugen. Durch intensive Zusammenarbeit mit den Medien sowie durch Gewinnung von Multiplikatoren soll der Stellenwert der Sprache des Nachbarn erhöht werden (Lobbyarbeit).*

2. *Gute Beispiele aufzeigen, dokumentieren und vernetzen, Erfahrungsaustausch intensivieren*  
*Die zahlreichen Initiativen, Angebote und Projekte, die bereits im Bereich der Sprachvermittlung existieren, sollen dokumentiert und vernetzt werden. Somit erhalten einerseits die Lernwilligen einen Gesamtüberblick über die vorhandenen Möglichkeiten, Sprachkenntnisse zu erwerben und zu vertiefen. Andererseits dient der Erfahrungsaustausch unter Lehrenden der Verbesserung der Lehrangebote (Vernetzung).*

3. *Angebot erhöhen und fachlich unterstützen*  
*Die EUREGIO EGRENSIS trägt dazu bei, das Angebot an Sprachkursen zu erhöhen bzw. zu stabilisieren. Für Schulen, Kindergärten, Behörden oder Betriebe, die entsprechende Angebote planen, sollen Informationen,*

---

<sup>34</sup> <<http://www.archiv.spd-oberfranken.de/kat21.php?c=preise/b20080720221501.1>> 12.2.2009.

<sup>35</sup> Siehe Anlage Nr.7

<sup>36</sup> Koordinierungszentrum Deutsch-Tschechischer Jugendaustausch

<sup>37</sup> Kurzform für Europäische Region

<sup>38</sup> Vgl.: <<http://www.euregio-egrensis.de/euregio/zielsetzung.php>>18.2.2009.

4. *Lehrmaterialien und Medien bereitgestellt werden (Lehrmaterialien für den Sprachunterricht).''<sup>39</sup>*

### **Deutsch-Unterricht in Tschechien**

Wie sieht es mit dem Sprachenunterricht in Tschechien wird in den folgenden Zeilen beschrieben. Die Sprachenausbildung in der Tschechischen Republik liegt heutzutage auf westeuropäischem Niveau und die Regierung möchte diese Situation noch verbessern. Wie in Anlage<sup>40</sup> gezeigt wird, steigen die Sprachkenntnisse an. Dies hängt vielleicht mit den allgemeinen Bildungsstand bei Studenten zusammen. Von ihnen sprechen mindestens 76 % mindestens eine Fremdsprache.<sup>41</sup>

Wie sieht es mit dem Sprachenunterricht in tschechischem Grenzgebiet, ist in den nächsten Zeilen beschrieben:

*„Im böhmischen Teil der EUREGIO EGRENSIS ist Deutsch – entgegen dem nationalen Trend – noch immer die an Schulen, Hochschulen und anderen Bildungseinrichtungen am häufigsten gelehrt Fremdsprache. Wie im Rest der Tschechischen Republik ist aber das Englische auch im Karlsbader Bezirk und dem ehemaligen Landkreis Tachau auf dem Vormarsch. Hält die derzeitige Entwicklung an, werden 2008 erstmals mehr Schüler im tschechischen Teil der EUREGIO EGRENSIS Englisch lernen als Deutsch.“<sup>42</sup>*

## **3.2.2 Kulturelle Unterschiede**

Neben den Sprachbarrieren haben die deutsch-tschechischen Mitarbeiter ganz oft Probleme, die mit den kulturellen Unterschieden zusammenhängen. Der typische Tscheche existiert genauso wenig wie der stereotypische Deutsche. Die Erfahrungen deutscher Manager im Umgang mit den tschechischen Fachleuten sind unterschiedlich von Unternehmen und Branche.

Die Ursachen dieser Probleme sind in den folgenden Unterkapiteln beschrieben.

### **3.2.2.1 Personenbezug versus Sachbezug**

---

<sup>39</sup> <<http://www.euregio-egrensis.de/sprachoffensive/sprachoffensive.php>>18.2.2009.

<sup>40</sup> Siehe Anlage Nr.8

<sup>41</sup> Vgl.: KAUFMANN, S.247.

<sup>42</sup><<http://www.euregio-egrensis.de/sprachoffensive/sprachoffensive.php>> 12.2.09.



Erste Ursache ist für die Tschechen typische Personenorientierung, die gegenüber deutschen Sachorientierung sehr verschieden ist. Für tschechische Mitarbeiter steht die persönliche Beziehung an erster Stelle. Das kann dazu führen, dass nicht ausreichend qualifizierten Leute einen wichtigen Arbeitsplatz vertreten.

Die Probleme, die durch dem Unterschied zwischen Personenbezug und Sachbezug entstehen, erklärt die Literatur folgendermaßen:<sup>43</sup>

*„Das Verständnis für die sachliche Notwendigkeit einer Aufgabe hält sich daher oftmals in Grenzen. Viele deutsche Manager berichteten in unseren Gesprächen von ihrer Erfahrung, dass die Erfüllung von Aufträgen viel eher davon abgehängt, für wen sie ausgeführt werden, als davon, ob auf der Sachebene Sinn und Zweck der Maßnahme erläutert wurden. An diesem Punkt klagen Tschechen nicht selten über mangelnde Empathie deutscher Vorgesetzter, die Entscheidungen lieber mit eindrucksvollen Zahlenwerken begründen, als auf die Persönlichkeit der Mitarbeiter einzugehen.“<sup>44</sup>*

### **3.2.2.2 Konfliktvermeidung versus Konfliktkonfrontation**

Die zweite Ursache ist, dass die Tschechen offene Kritik oder konstruktive Feedbacks nicht gebrauchen. Die Tschechen möchten nämlich in der Harmonie arbeiten, was mit Konfliktvermeidung zusammen hängt. Die Erklärungen für dieses Phänomen lassen sich im Kommunismus finden.

Der Geschäftsführer eines Pharmaunternehmens berichtet etwa davon, dass allein durch die Einführung eines Vertriebscontrolling-System zwei seiner Außendienstmitarbeiter das Unternehmen verließen, da sie bereits die Messung ihrer Leistungen als persönliche Kritik auffassten.<sup>45</sup>

### **3.2.2.3 Abwertung von Strukturen versus Aufwertung von Strukturen**

Das dritte Problem ist die Improvisationsfreudigkeit der Tschechen. Die Deutschen planen lieber alles gründlich und lassen sich nicht gern auf spontane Ideen ein.

Tschechen stehen Strukturen skeptisch gegenüber. Stattdessen lieben die es, zu improvisieren. Sie halten es für ihre typischen Eigenschaften flexibel, geschmeidig und findig zu sein. Diese Eigenschaften erfüllen sie mit Stolz: kreativ sein, gestalten, spielen – das bevorzugen sie allemal.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> Vgl.: Schroll-Machl, Nový, S.28.

<sup>44</sup> KAUFMANN, S.248.

<sup>45</sup> Vgl.: Schroll-Machl, Nový, S.117.

<sup>46</sup> Schroll-Machl, Nový, S.41.

#### **3.2.2.4 Simultanität versus Konsekutivität**

Simultanität beschreibt die Tatsache, die für Tschechen typisch ist. Sie sind in der Lage mehrere Sachen parallel zu erledigen. Sie konzentrieren sich nicht lediglich auf eine einzige Tätigkeit, sondern sie lieben vieles gleichzeitig zu tun. Falls sie nicht unter Druck stehen, spielt für sie Zielstrebigkeit keine besonders bedeutungsvolle Rolle. Wenn sie aber unter Zeitdruck stehen, sind sie fähig Effektive Ergebnisse zu erzielen. Dagegen ist es für Deutsche typisch, dass man Zeitpläne erstellt, denen man auch konsekutiv, d. h. Schritt für Schritt, nachgeht. Dabei werden Termine nicht nur im Berufsleben vereinbart und zuverlässig eingehalten. Die Zuverlässigkeit wird als effektive Zeitnutzung angesehen.<sup>47</sup>

#### **3.2.2.5 Schwankende Selbstsicherheit versus stabile Selbstsicherheit**

Wenn es um Selbstsicherheit geht, schwanken Tschechen zwischen zwei Polen, die je nach der Situation unterschiedlich sind. Einerseits ist es möglich sie als bescheidene, sich unterschätzende oder sogar unterwürfige Personen bezeichnen, andererseits werden sie aber aufgrund ihres Auftretens als sich überschätzende Personen wahrgenommen.<sup>48</sup>

Für die Deutschen ist im Berufsleben Selbstsicherheit auf allen Ebenen sehr typisch. Sie wollen nicht nur die Fachkompetenz präsentieren, sondern auch auf Fehler hinzuweisen oder sie korrigieren. Außerdem wirkt Ihre mündliche Ausdruckweise sehr souverän, was für Tschechen manchmal unangenehm sein kann.<sup>49</sup>

#### **3.2.2.6 Diffusion von Persönlichkeits- und Lebensbereichen versus Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen**

Bei den Tschechen ist eine deutliche Vermischung vom beruflichen und privaten Bereich, von der emotionalen und rationalen sowie von der formellen und informellen Ebene zu beobachten.

---

<sup>47</sup> Vgl.: Schroll-Machl, Nový, S.55.

<sup>48</sup> Vgl. Schroll-Machl, Nový, S.129.

<sup>49</sup> Vgl.: ebenda, S.147 f.

Im Berufsleben spielen deshalb Gefühle und Empfindungen größere Rolle als die Rationalität. Unterschiedlich von Deutschen pflegen die Tschechen Kontakte, die im Rahmen des Arbeitslebens entstanden sind.

Die typische Eigenschaft für Tschechen ist ferner, dass sie viel Zeit der Kontaktpflege aufbringen. Sie sprechen aber nicht nur über beruflichen Themen sondern vor allem über alles was mit der Person zusammenhängt. Sie interessieren sich sowohl Positives als auch Negatives.

Darüber hinaus wird informellen Mitteilungen größere Bedeutung gegeben als den formellen Informationen. In offiziellen Besprechungen werden die vorher informell vereinbarten Entscheidungen auf der bestimmten Hierarchieebene entschieden. Dieser Situation zufolge haben offizielle Beratungen nicht den kontroversen Charakter, weil eventuelle Streitpunkte informell vor der eigentlichen Beratung besprochen werden.<sup>50</sup>

### **3.2.2.7 Personenorientierte Kontrolle versus regelorientierte Kontrolle**

Es ist weltweit bekannt, dass die Deutschen an Gesetzen, Regeln und Normen orientiert sind. Sie nehmen ihren Beruf sehr ernst und wollen immer gute Leistung bringen.

Deshalb erwarten Deutschen von anderen vor allem Zuverlässigkeit, Verantwortung und Verpflichtung. Diese Eigenschaften sind aber manchmal für die Tschechen nicht so typisch und deshalb kommt es im Berufsleben zwischen Deutschen und Tschechen auch auf dieser Ebene zu den Unverständnissen und verschiedenen Problemen.

Kaufmann beschreibt personenorientierte Kontrolle und regelorientierte Kontrolle folgendermaßen:

*„Die Begriffe „regelorientierte Kontrolle“ und „personenorientierte Kontrolle“ beschreiben, dass Deutsche eher dazu neigen, allgemein gültige Regeln und Gesetze zu befolgen, während Tschechen dazu tendieren, zugunsten persönlicher Interessen oder Beziehungen auch dagegen zu verstoßen. Während das deutsche Verhalten sehr stark an Regelungen aller Art orientiert ist und davon ausgeht, dass Normen und Vereinbarungen eingehalten werden müssen, legen Tschechen mehr Wert auf menschliche Beziehungen und auf subjektives Wohlbefinden. Bei ihnen verpflichtet Freundschaft und hat Priorität vor abstrakten regeln.“<sup>51</sup>*

---

<sup>50</sup> Vgl.: ebenda, S.83 ff.

<sup>51</sup> Schroll-Machl, Nový, S. 62.

### 3.2.2.8 Starker Kontext<sup>52</sup> versus schwacher Kontext

Im Kontrast zu Deutschen zeichnet sich der tschechische Kommunikationsstil durch seine indirekte und implizite Weise aus. Das Indirekte ist dadurch gekennzeichnet, dass die Tschechen nicht nur eine ganze Reihe von Andeutungen und Anspielungen benutzen sondern auch Humor und Argumentationsstil mit vielen Fragen sehr beliebt sind. Durch viele Fragen wird von Tschechen versucht auf Schwächen einer Argumentation hinzuweisen und den Handelspartner auf die eigene Seite zu ziehen. Das Implizite zeichnet sich dadurch aus, dass nicht nur Worte für Tschechen wichtig sind, sondern dass auch außersprachliche Mittel wie Mimik, Gestik, Sprachmelodie usw. benutzt werden. Diese Signale sind sehr wichtig und werden sehr aufmerksam beobachtet.<sup>53</sup>

In diesem Kapitel wurde die Bedeutung der wichtigsten kulturellen Unterschiede näher betrachtet. Man kann an diesen Beispielen sehen, dass die persönlichen Eigenschaften der Deutschen und Tschechen eine wichtige Rolle im Geschäftsleben spielen.

### 3.3 Wechselkursrisiken

Im globalen Kontext kann die tschechische Krone wohl als relativ stabil bezeichnet werden. Die Ergebnisse können aber sehr relevant sein und deshalb zählt man Wechselkursrisiken zu den drei wichtigsten Handelsbarrieren.

Diese Risiken sind am Anfang des Jahres 2008 aufgekommen. Die tschechische Krone ist viel zu schnell gestiegen, was für die tschechische Unternehmen, die im Ausland tätig sind sehr ungünstig war.

---

<sup>52</sup> Schroll-Machl definiert den Ausdruck folgendermaßen:

*„Der Fachbegriff »Kontext« beschreibt das Phänomen, daß (sic!) nie alle Informationen, die zur Orientierung in einer Situation erforderlich sind, mit Worten gesagt werden, sondern daß (sic!) stets ein bestimmter Anteil unausgesprochen bleibt. Der Anteil des explizit und eindeutig Gesagten im Verhältnis zur Gesamtinformation, die in einer Situation vorhanden ist, variiert. Ist der Anteil der nicht-sprachlichen Botschaften hoch, dann handelt es sich um einen »starken« oder »Hoch-Kontext«. Ist der Anteil des verbal formulierten und nicht-interpretationsbedürftigen hoch und damit der Kontextanteil gering, dann spricht man von einem »schwachen« oder »Niedrig-Kontext«“ (Schroll-Machl, Nový, S.104).*

<sup>53</sup> Vgl.: Schroll-Machl; Nový, S.105 ff.

Der tschechische Markt war deshalb auch für ausländische Investoren nicht so interessant wie früher. Das größte Problem kam aber im September 2008 auf, als die Weltwirtschaftskrise kam. Diese Krise hat in den USA begonnen und sich dann auf alle Finanzmärkte der Welt aus gebreitet und diese stark getroffen. Aus diesen Gründen mussten viele Unternehmen eine große Anzahl von Beschäftigten entlassen und die Herstellung einschränken. Manche Firmen sind sogar in den Bankrott gegangen. Die Auswirkungen dieser weltweiten Probleme sind nicht leicht einzuschätzen. In der tschechischen Republik kam es aber schon z.B. zur Hypothekenkrise, weil immer mehr Leute arbeitslos sind und sie deshalb davor zurückschrecken ihre Hypotheken abzubezahlen. Darüber hinaus kam es am Ende des Jahres 2008 wieder zum höheren Wechselkurs der tschechischen Krone, der im Gegenteil zum Anfang des Jahres geschwächt war. Die Firmen, verschiedene Investoren, Lieferanten usw. mussten sich diesen Bedingungen wieder schnell anpassen. Alle Märkte sind zurzeit also instabil und nur die Zeit zeigt, ob diese Situation besser sein wird.

## **5. Wirtschaft in Oberfranken**

Der Regierungsbezirk Oberfranken gliedert sich in 4 kreisfreie Städte und 9 Landkreise<sup>54</sup> und gilt zurzeit als der industriedichteste Raum in Bayern. In Oberfranken hat sich also die Wirtschaft gut entwickelt, wozu auch die strategische Lage beigetragen hat:

*„Seit der Öffnung der Grenzen nach Osteuropa hat sich Oberfranken zusehends zu einem Schnittpunkt des West-Ost-Verkehrs entwickelt, begünstigt durch die gute Verkehrserschließung. Schließlich liegt die Region auf halben Weg zwischen München und Berlin sowie zwischen Frankfurt und Prag. 1,1 Millionen Einwohner hat die Region, 450.000 Menschen sind hier erwerbstätig. Der engere Einzugsbereich der Region umfasst über sechs Millionen Einwohner.“<sup>55</sup>*

Vor der Öffnung der Grenze war es aber gerade die Lage des Oberfrankens, die die Wirtschaft gebremst hat. Die Oberfranken grenzten, wie schon in der Kapitel 2.1 genannt wurde, 40 Jahre lang an zwei Ostblockstaaten. Deshalb wurden die Wirtschaftsbeziehungen stark betroffen. Die stark vertretene Branchen in Oberfranken vor der Wende waren sowohl Textil und Bekleidungsgewebe, Glas und Keramik, Holz- (insbes. Möbel) als auch Papier- und Druckgewerbe.

---

<sup>54</sup> Siehe Anlage Nr.9

<sup>55</sup> <[http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Region-Oberfranken\\_id\\_293\\_.htm](http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Region-Oberfranken_id_293_.htm)> 20.10.2008.

Im Textilgewerbe hat im Jahr 1950 größte Anzahl von Beschäftigten gearbeitet. Es handelte sich sogar um 31,1 %.<sup>56</sup> Im Jahr 2006 wurde im diesem Tätigkeitsbereich nur noch 7,6 % von den Beschäftigten tätig. Die erste Position haben in diesem Jahr mit 13,7 % Beschäftigten Kunststoffwaren besetzt.<sup>57</sup>

Die Bedeutung der Industriestandortes Oberfranken bestätigt auch die Anlage<sup>58</sup> „Anteil der Beschäftigte an Deutschland“. Aus dieser Anlage geht hervor, welche Branchen die höchsten Beschäftigtenzahlen haben.

Oberfranken zählt man außerdem zu den ersten bayerischen Regionen, in denen die Industrialisierung kam und es besitzt die dritthöchste Industriedichte Europas.

Landschaftlich hat Oberfranken auch einige sehenswerte Gebiete wie die Fränkische Schweiz, das Fichtelgebirge und das Maintal.

Die Kultur in Oberfranken hat auch eine sehr alte Tradition. Vor allem Bayreuth ist durch die weltbekannte Veranstaltung der Bayreuther Richard-Wagner-Festspiele sehr beliebt. In anderen Städten Oberfrankens ist Kultur auch stark entwickelt. Unter anderen sind die Bamberger Symphoniker, die Hofer Filmtagen oder das Internationale Samba Festival in Coburg sehr bekannt.<sup>59</sup>

Was man alles in Oberfranken zu sehen ist, kann man mit folgenden Zeilen kurz fassen:

*„Traditionelle Branchen wie die Porzellan-, Polstermöbel- und Textilindustrie sind in Oberfranken genauso vertreten wie eine hochmoderne Nahrungsmittel-, Kunststoff- oder Kfz-Zulieferindustrie, darunter etwa 600 „hidden leaders“, die eine führende Position auf dem Weltmarkt einnehmen.“<sup>60</sup>*

Laut Prof. Dr. Dr. H.c. MAIER. J. kann man „hidden leaders“ folgendermaßen charakterisieren:

„Als „hidden leaders“ wurden hier Unternehmen identifiziert, die in Ihrer Branche oder Marktnische zu den fünf größten Unternehmen Deutschland zählen.“<sup>61</sup>

---

<sup>56</sup> Siehe Anlage Nr.10

<sup>57</sup> ebenda

<sup>58</sup> Siehe Anlage Nr.11

<sup>59</sup> Dr. Dr. H.c. MAIER. J., S.III.

<sup>60</sup> Prof. Dr. Dr. H.c. MAIER. J.: S.III.

<sup>61</sup> Ebenda, S.86.

Zu den „hidden leaders“ zählt man<sup>62</sup> laut der Publikation Prof. Dr. Dr. H.c. MAIER. J in Oberfranken z.B. die folgenden Firmen: Die Pass Stanztechnik AG in Creußen. Diese Firma hat 100 Mitarbeiter und gehört zu den größten Unternehmen für die Entwicklung und Fertigung von Präzisions-, Stanz- und Nibbelwerkzeugen. Weiter gibt es die Firma Wagner AG& Co. KG in Münchberg, die im Bereich Sondermaschinenbau tätig ist. Zu „hidden leaders“ gehört auch die Firma Stahl- und Drahtwerk Röslau GmbH, die Marktführer bei Musiksaiten für Flügel und Klaviere mit einem Marktanteil von 90 in Deutschland bzw. 85 in Europa. Man kann auch andere Firmen wie z.B. aus dem Bereich der Kfz-Zulieferer die Firma Helsa automotive GmbH aus Gefrees oder die Firma Vitrolan Textilglas GmbH, die mit technischen Textilien arbeitet, nennen. Nicht zuletzt muss man auch die Firmen V Fraas AG& Co. KG in Helmbrechts/Wünstenselbitz (Accessoires)<sup>63</sup> und die Wieland Holding GmbH in Bamberg, die Elektroinstallationssysteme herstellt, erwähnen. Nennenswert sind auch die Firmen die Backwaren und Backmittel herstellen. Es handelt sich um PEMA Brot- und Backwaren GmbH aus Weißenstadt und die Ireks GmbH aus Kulmbach. Die Firma, die weltweit mit der Herstellung von Gewürzen bekannt ist, heißt Raps GmbH& Co KG ebenfalls aus Kulmbach. Zum Schluss sind noch die Firmen, die zu „hidden leaders“ des Oberfrankens gehören, vorstellen. Es geht um die Heiz Holding in Tettau (Parfum- und Kosmetikglas), KeramikTec Innovative Keramik Engineering AG aus Marktredwitz (künstliche Hüftgelenken), Medi GmbH & Co. KG aus Bayreuth (Kompressionsstrümpfen) und SiLi Trassl GmbH & Co. KG aus Warmensteinach (Glaskugeln). Man kann noch weitere Unternehmen, die man zu hidden leaders zählen nennen, aber diese sind die wichtigsten.<sup>64</sup> Außerdem kann man die größten gewerblichen Unternehmen in Oberfranken in der Anlage<sup>65</sup> zu finden.

#### **4.1 Die Oberfränkische Wirtschaft – Entwicklung**

“Die Entwicklung der oberfränkischen Wirtschaft lässt sich in fünf Phasen einteilen. Sie ist – aufgrund der Zugehörigkeit Oberfrankens zum Freistaat Bayern – eng mit der bayerischen Wirtschaft verbunden.”<sup>66</sup>

---

<sup>62</sup> Prof. Dr. Dr. H.c. MAIER. J.: S.86ff.

<sup>63</sup> 50% von weltweit verkauften Accessoires stammen von Frass (Prof. Dr. Dr. H.c. MAIER. J., S.86).

<sup>64</sup> Prof. Dr. Dr. H.c. MAIER. J.: S.86,87.

<sup>65</sup> Siehe Anlage Nr.12

<sup>66</sup> STICHT, S.8.

Die oberfränkische Wirtschaft hatte bis zum Ende des 2. Weltkriegs eine starke Ausrichtung auf die Wirtschaftsregionen Sachsen und Böhmen. Hier bestanden zum Teil intensive Zulieferer- und Abnehmerbeziehungen.<sup>67</sup>

Die erste Phase begann im frühen 19. Jahrhundert. In dem Zeitraum 1819-25 kam es zum Ausbau von Eisenbahn und zur Modernisierung des Postwesens. Am 7. Dezember 1835 wurde unter Beteiligung der oberfränkischen Wirtschaft zwischen Nürnberg und Fürth die erste deutsche Eisenbahn eröffnet.<sup>68</sup>

In der zweiten Phase – ab Mitte des 19. Jahrhunderts stand die Landwirtschaft an erster Stelle. Fast jeder zweite Erwerbstätige in Bayern (43,8 %) arbeitete damals in diesem Bereich.<sup>69</sup>

In der dritten Phase – den letzten Jahren des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts - hat sich die Industrie in Oberfranken vor allem aufgrund der Textilfabriken entwickelt. Ihre Zentren waren Bamberg, Bayreuth, Erlangen, Forchheim, Hof und Kulmbach. Weiterentwickelte sich auch die Herstellung von Porzellan, außerdem florierten die Holz- und Erzgewinnung sowie deren Weiterverarbeitung (Möbel, Maschinenbau) und das Fremdenverkehrsgewerbe (Fränkische Schweiz, Fichtelgebirge).<sup>70</sup>

In der vierten Phase (bis Mitte des 20. Jahrhunderts) erlangten einige Produkte aus Oberfranken große Popularität – Porzellan war sogar weltweit bekannt.<sup>71</sup>

Sticht hat die fünfte Phase folgendermaßen beschrieben:

*„Die fünfte Phase der Geschichte der oberfränkischen Wirtschaft reicht vom Ende des zweiten Weltkrieges bis heute. Nach dem krieg lag die Wirtschaft auch in Oberfranken darnieder. Viele Menschen waren obdachlos. Zunächst mussten die Städte und Wohnungen wieder aufgebaut werden. Durch das von Ludwig Erhard bewirkte Wirtschaftswunder ging es jedoch auch in Oberfranken aufwärts. Man konzentrierte sich im Aufschwung wieder auf die traditionellen Bereiche Textilien, Glas, Keramik und Maschinenbau. Durch die Teilung Deutschlands in Bundesrepublik und DDR lag Oberfranken jedoch durch das fehlende Hinter- und Umland in einem „toten Winkel“. Da die bayerische Regierung viel mehr im Münchner Raum investierte, verstärkte sich die Süd-Nord Gefälle erheblich.“<sup>72</sup>*

---

<sup>67</sup> Vgl.: STICHT, S.8.

<sup>68</sup> Vgl.: ebenda

<sup>69</sup> Vgl.: ebenda

<sup>70</sup> Vgl. ebenda, S. 8,9.

<sup>71</sup> Vgl. ebenda, S.9.

<sup>72</sup> STICHT, S.9.



1974 wurde in Bayreuth die Universität gegründet, was die Zukunft Oberfrankens sehr positiv beeinflusste. Nach der Wiedervereinigung und dem Ende des „kalten Krieges“ sind viele Unternehmen „gestorben“, weil die EU- Subventionen vor allen in die neuen Bundesländer flossen sind. Ganz schwer war vor allem Baubranche betroffen. Heutzutage liegt oberfränkische BIP 10 % über dem EU-Durchschnitt.<sup>73</sup>

## 4.2 Handwerk in Oberfranken

Handwerk in Oberfranken hat eine langjährige Tradition und ist einer der größten Arbeitgeber Oberfrankens, was auch folgendes Zitat bestätigt:

*Mit 92.800 Beschäftigten spielt Handwerk eine wichtige Rolle in der Wirtschaft Oberfrankens. In dieser Branche werden knapp 45% aller Lehrlinge ausgebildet (10.000 Ausbildungsplätze im Jahr. In den Jahren von 1977 bis 1995 nahmen die Arbeitsplätze um insgesamt 20% auf 17.500 zu. Diese enorme Zunahme ist das Ergebnis eines tief greifenden Strukturwandels, den das Handwerk bewältigt hat. Jährlich werden in Oberfranken über 1.000 Betriebe neu gegründet.*<sup>74</sup>

Das Oberfränkische Handwerk entwickelt sich zurzeit sehr schnell, es kommt aber auch zu Problemen: Illegale Beschäftigung und Schwarzarbeit sind die größten Risiken. Eine Übersicht dazu findet man in der Anlage<sup>75</sup> den Umsatz der Schwarzarbeit im Jahr 2003 in Deutschland. In Oberfranken gilt eine ähnliche Tendenz.

Der Boom der Schwarzarbeit, hängt mit der Osterweiterung eng zusammen. Die ganz niedrigen Lohnkosten in Ost- und Mitteleuropa bedrohen das oberfränkische Handwerk.<sup>76</sup> Sticht erklärt diese Situation folgendermaßen:

*„Je näher die Grenze und je höher die Arbeitsintensität, desto stärker wird die Konkurrenz aus den Beitrittsländern, desto mehr illegale Beschäftigte und Schwarzarbeit wird es gerade im Handwerk und Dienstleistungsgewerbe geben.*

*Aufträge aus Tschechien wird das Handwerk wohl nur in Nischen gewinnen können, also zum Beispiel im Bereich hochwertige Planungsarbeiten und hohe (Termin-) Präzision verlangen.“*<sup>77</sup>

---

<sup>73</sup> Vgl.: STICHT, S.9.

<sup>74</sup> ebenda, S.24.

<sup>75</sup> Siehe Anlage Nr.13

<sup>76</sup> Vgl. STICHT, S.24.

<sup>77</sup> ebenda, S.25.

Es könnte also einerseits zu einem Überangebot an Arbeitskräften, vor allem aus Tschechien kommen, andererseits wird das Problem mit dem Mangel an Arbeitskräften gelöst.

Welche Maßnahmen stehen eigentlich zur Verfügung zur Abwendung dieser Risiken? In Deutschland beschäftigte man sich seit Jahr 1998 mit den Gefahren und Chancen der Ost-Erweiterung, vor allem die Handwerkskammer, Industrie- und Handelskammer und andere Wirtschaftskammer. Insgesamt schlossen sich 28 Kammern zu einer Arbeitsgemeinschaft zusammen.<sup>78</sup>

Handwerks-, Industrie- und Handelskammer wollten von Anfang an die Ost-Erweiterung der Tschechischen Republik in mehreren Schritten vollziehen, um die Folgen für die Grenzregionen zu mildern. Deshalb wurde für die Aufnahme der tschechischen Republik in die EU der so genannte „Stufenplan zur Integration Tschechiens“ entwickelt.<sup>79</sup>

*„Die erste Stufe begann bereits 1995 mit den europäischen Assoziierungsabkommen: Durch das Aufheben die Zölle und Quoten für den Warenverkehr wurde der weitgehend freie Warenhandel zwischen der EU und Tschechien ermöglicht. Bereits damit entstand eine neue Wettbewerbssituation, in der sich die oberfränkische Wirtschaft behaupten musste.*

*Mit der zweiten Stufe beginnt nach dem offiziellen Beitritt im Mai 2004 eine Übergangszeit, während der EU- Recht nach und nach in Kraft tritt. Fristen für die Freizügigkeit der Arbeitnehmer und die Dienstleistungsfreiheit gelten beispielsweise sieben Jahre, andere reichen bis in das Jahr 2013.*

*Diese Fristen bedeuten für Oberfranken, „[...]den dringend notwendigen Puffer und Schutz unseres Arbeitsmarktes und unseres Handwerk.“<sup>80</sup>*

Die zweite Stufe begann mit dem offiziellen Beitritt der Tschechischen Republik in die Europäische Union. In dieser Zeit tritt auch das EU-Recht in Kraft.

Der Europäische Rat behält sich zudem zum Schutz gegen Wettbewerbsverzerrungen vor, Handel und Dienstleistungen einseitig einzuschränken.

Damit entgegnet man der Gefahr, dass europäische Regeln in den Beitrittsländern nicht eingehalten werden. Aufgrund der noch ungenügenden Entwicklung von öffentlicher Verwaltung und Justiz kann ein Verstoß gegen das EU-Recht nicht ausgeschlossen werden.<sup>81</sup>

Die dritte Stufe ist von Sticht in den folgenden Zeilen näher erklärt:

---

<sup>78</sup> Vgl.: STICHT, S.27.

<sup>79</sup> Vgl.: ebenda

<sup>80</sup> STICHT, S.4.

<sup>81</sup> Vgl.: STICHT, S.27.

*„Im Jahr 2013 beginnt die dritte Stufe, die ein Auslaufen aller Übergangsregelungen vorsieht. Die Wettbewerbssituation wird sich bis dahin jedoch voraussichtlich völlig anders dargestellt: Durch die Anpassung der Rahmenbedingungen werden die Beitrittsländer einige der wesentlichsten Vorteile verlieren (wie z.B. Billigloherproduktion, Vorteile durch Nicht-Verpflichtung auf EU-Normen, geringe Mehrwertsteuer etc.), so dass die oberfränkische Wirtschaft dann gute Chancen haben sollte.“<sup>82</sup>*

Das Handwerk der Oberfranken wurde im Jahr 2008 von 11. bis 19. Oktober auf der 68. Oberfränkischen Ausstellung in Bayreuth vorgestellt. Auf dieser Ausstellung präsentierten sich über 500 Unternehmen aus der Region. Der Geschäftsführer der Handwerkskammer für Oberfranken Horst Eggers hat die Ausstellung mit folgenden Wörtern beschrieben:

*„Das Handwerk ist mit mehr als 200 Ausstellern traditionell sehr gut auf der Oberfranken-Ausstellung vertreten. Vom Kunsthandwerk über den großen Bereich des Bauen und Wohnens, von Renovierung, Sanierung und Modernisierung über die Kommunikationstechnik hin zu den Themen Gesundheit und Wellness, Haus- und Küchentechnik, Heizungs-, Sanitär-, und Elektrotechnik sowie Auto und Zweirad.“<sup>83</sup>*

Insgesamt waren auf der Oberfränkischen Ausstellung 15 Hallen zu sehen. Pavillons 1-2 waren vor allem für Männer interessant, weil hier neue schöne Wagen ausgestellt wurden. Ferner konnte man hier viele Informationen zum Erd- und Autogas finden. In Raum 3 konnten sich alle erholen und etwas Gutes für die eigene Gesundheit tun. Diese Halle war nämlich über Wellness, Gesundheit und Medizin.

In den Gebäuden 4,5,6,9 und teilweise auch 15 waren Allgemeine Wirtschaftsthemen zu sehen.

---

<sup>82</sup> STICHT, S.27-28.

<sup>83</sup> EGGERS,Horst: Messe Magazin- 68. Oberfranken-Ausstellung 2008, Messe Bayreuth 2008, Hervorragende Präsentationsmöglichkeit, S.2.

In der Halle 15 fand sich auch die große Modellbau-Schau statt. In Teilbereich 13 war es möglich die Fachschau der Handwerkskammer zu besuchen und nützliche Informationen zu den modernen Bauen, Renovieren und Wohnen zubekommen. Sehr interessant, vor allem für die Kinder, waren auch die Hallen Nummer 8 und 16. Die Halle 8 beschäftigte sich mit dem Thema Sport. Alle könnten hier tanzen, Golf spielen, mit dem Bogen schießen usw. In Pavillon 16 war die Landwirtschaft- und Tierschau. Mann konnte hier nicht nur Haustiere wie z.B. Schweine, Kühe oder Pferde sehen, sondern auch die exotische Tiere, wie die Kamerunziege. Räumen der Region hatten die Nummer 10-11. In diesen Hallen hat die IHK für Oberfranken Bayreuth über Unternehmensgründung und Innovationen aus Oberfranken informiert. In der Halle 12 wurden verschiedene Kleidungsstücke verkauft und schöne Möbel gezeigt. Am Ende muss auch die der 7. Ausstellungsbereich erwähnt werden, wo oberfränkische kulinarische Spezialitäten angeboten wurden und auf der Hauptbühne ein interessantes Programm zu sehen war.

# **PRAKTISCHER TEIL**

## **5 Empirische Untersuchung**

Im anschließenden Kapitel wird die vom theoretischen Teil ausgehende empirische Untersuchung vorgestellt. Als ein Ansatzpunkt für die empirische Untersuchung werden hier zuerst die Informationen über die oberfränkische und deutsch-tschechische Industrie und Handelskammer und die oberfränkische Handwerkskammer genannt. Diese Kammern sind für deutsch-tschechische Handelsbeziehungen sehr wichtig, weil sie den Firmen einen Handelspartner in Tschechien oder in Oberfranken zu finden helfen und damit das Marktwachstum positiv beeinflussen. Anknüpfend wird das eigene Ziel der Untersuchung erläutert. Im Anschluss daran werden die verwendete Forschungsmethode sowie der Verlauf der empirischen Untersuchung beschrieben. Anschließend werden gewonnene Ergebnisse im Einzelnen dargestellt.

### **5.1 Möglichkeiten der Partnersuche in der Tschechischen Republik und in Oberfranken**

Im kommenden Abschnitt werden die oberfränkischen und tschechischen Kammern vorgestellt, die sich mit deutsch-tschechischen Wirtschaftsbeziehungen beschäftigen. Diese Kammern helfen die Zusammenarbeit zwischen tschechischen und deutschen Firmen weiterzuentwickeln und zu verbessern.

Die drei wichtigsten Institutionen, die sich mit deutsch-tschechischen Handelsbeziehungen beschäftigen sind in Tschechien die Deutsch-tschechische Industrie und die Handelskammer in Prag. In Oberfranken handelt es sich um die Industrie und Handelskammer für Oberfranken sowie Handwerkskammer für Oberfranken.

Zuerst wird die Tätigkeit der Deutsch-tschechischen Industrie und der Handelskammern in Prag näher erläutert.

#### **5.1.1 DTIHK – Deutsch-tschechische Industrie und Handelskammer**

Die Deutsch-tschechische Industrie und Handelskammer (weiter nur DTIHK genannt) wurde im Jahr 1993 gegründet. Schon am Anfang ihrer Gründung wurde sie zu einer der bedeutendsten Gesellschaften, die sich mit der Problematik, der Verbesserung und der Entwicklung der Deutsch-Tschechischen Handels- und Wirtschaftsbeziehungen befasste. DTIHK ist ein Mitglied des Verbunds von Auslandshandelskammern (AHK). Diese Auslandshandelskammern stellen die Analogie von Industrie- und Handelskammern in Deutschland (IHK) vor. Außer der Handelskammern ist die deutsche Wirtschaft im Ausland auch mit seinen Delegationen und Repräsentationen vertreten. Insgesamt handelt es sich um 113 Kanzleien in 76 Weltstaaten.

DTIHK hatte im Jahr 2007 über 550 Mitgliedern, die aus Deutschland und Tschechien kommen. Diese Firmen sind in verschiedenen Bereichen tätig. Sie unterstützen die deutsch-tschechische Zusammenarbeit und beeinflussen damit den Wirtschaftsmarkt. Die DTIHK gibt außerdem regelmäßig das Wirtschaftsmagazin „PLUS“ und die Zeitschrift "MOE - Wirtschaft in Mittel- und Osteuropa" heraus. In diesen Veröffentlichungen ist es möglich verschiedene Informationen über Unternehmen, rechtliche und wirtschaftliche Neuerungen, aktuelle Veranstaltungen und vieles mehr finden.<sup>84</sup>

### **5.1.2 Marktstudie, Partnersuche und Anforderungen deutscher Firmen**

Zu den Haupttätigkeiten der DTIHK gehören Durchführung von Marktstudien und die Handelspartnersuche in der Tschechischen Republik für deutsche Firmen. Wie diese Partnersuche stattfindet, wird in den folgenden Zeilen beschreiben.

Am Anfang ist eine deutsche Firma, die auf den tschechischen Markt auftreten möchte. Diese Firma arbeitet zuerst mit der IHK oder der Handwerkskammer für Oberfranken zusammen. Diese Kammern treten dann mit der DTIHK in Kontakt und schicken ihr die Anforderungen der deutschen Firma. Die DTIHK übernimmt diesen Auftrag und muss zuerst eine Marktstudie erstellen. Diese Studie besteht meistens aus 7-8 Teilen, die ausgearbeitet werden müssen. Es handelt sich vor allem um:

- 1) Einleitung – Informationen zu den ausgewählten Industrie- oder Wirtschaftszweigen in Tschechien
- 2) Spezifischer Markt – Entwicklung und Trends

---

<sup>84</sup> Vgl.: < <http://tschechien.ahk.de/de/publikat/>>19.3.2009.

- 3) Konkurrenz – inländische und ausländische Firmen (Hersteller, Vertreter, bzw. Verkäufer)
- 4) Analyse der Märkte, für die die Produkte oder Dienstleistungen geplant sind.
- 5) Technische Vorschriften, Normen usw.
- 6) Finanzmittel ( Förderungsprogramme, Finanzmittel der Tschechischen Republik und der europäischen Union)
- 7) Verbände, Messen, Fachzeitschriften
- 8) Geschäftspartnersuche

Die DTIHK muss auch wissen, welche Vorhaben die deutsche Firma in Tschechien hat. Deshalb steht der DTIHK eine Zusammenfassung des Vorhabens der Firma XY als Unterlage zur Verfügung, die folgende Teile hat:

1) Informationen über die Firma XY

In diesem Teil ist geschrieben, wann die Firma gegründet wurde, wie viele Mitarbeiter sie hat und wie groß ihr Umsatz ist. Dann sind hier die Produkte oder Dienstleistungen der Firma beschrieben.

2) Vorhaben der Firma XY in der Tschechischen Republik

Im Vorhaben ist näher erläutert, wie die Firma in Tschechien tätig sein möchte.

Die Unternehmen haben z.B. folgende Vorhaben: Vertrieb ihrer Produkte, oder Partner für gemeinsame Projekte und Beratung der tschechischen Kunden zu finden.

3) Was sucht die Firma XY in der Tschechischen Republik:

Die Firmen suchen meistens einen Handelsvertreter, Kooperationspartner und Kunden für Direktaufträge.

Die Ausarbeitung der Marktstudie ist dann der nächste Schritt, der durchgeführt werden muss. Die Marktstudie sollte im durchschnitt 25-30 Seiten haben, in denen auch verschiedene Tabellen, Grafiken und andere Abbildungen zu finden sind. Diese Informationen, die die Firma benötigt, werden dann nicht nur auf verschiedenen Internetseiten herausgesucht, sondern auch per Telefon von den Fachleuten festgestellt. Die Internetseiten, die genutzt werden, müssen seriöse Informationen beinhalten.

Deshalb sucht man vor allem auf den Seiten des Finanzministeriums der Tschechischen Republik<sup>85</sup>, Ministerium für Umwelt<sup>86</sup>, Wirtschafts- und Handelsministerien<sup>87</sup> usw. Viele Informationen kann man auch auf den Seiten des tschechischen Statistikamtes finden. Hier stehen interessante Informationen über Export- und Importbilanzen, Herstellungen aus verschiedenen Bereichen und viel Weiteres zur Verfügung. Die Wirtschaftsinformationen über die Firmen sind auf der Internetseite [www.hbi.cz](http://www.hbi.cz) erhältlich. Hier kann man nicht nur die Kontaktdaten der Firma, Mitarbeiteranzahlen oder Tätigkeitsbereiche finden, sondern auch Informationen über den Eigentümer und den Absatz der Firma feststellen. Diese genauen Informationen sind aber nur der registrierten Firmen und Benutzer zugänglich, die eine Registrierungsgebühr bezahlt haben.

Wenn man aber eine Marktstudie macht, die für einen sehr fachlichen Tätigkeitsbereich bestimmt ist, müssen die Fachleute kontaktiert werden. Man muss vor der Ausarbeitung der Marktstudie imstande sein z.B. komplizierte Herstellungsverfahren zu erklären und genau wissen worüber man schreibt. Manchmal ist es deshalb nötig auch mit den Hochschulprofessoren im Kontakt treten und sich die Problematik erklären lassen. Die Fachleute aus verschiedenen Firmen werden aber nicht nur aus diesen Gründen kontaktiert. Sie können auch nützliche Informationen über der Marktsituation leisten, die in der Marktstudie dann berücksichtigt werden können.

### **5.1.3 IHK für Oberfranken Bayreuth**

Am Anfang dieses Kapitels wird die Gliederung der deutschen Institutionen, die sich mit Handel und Industrie beschäftigen genannt. Es handelt sich um IHKs, DIHK und AHKs.

Die Industrie- und Handelskammern für Oberfranken ist Mitglied der IHKs in ganz Deutschland. Die Dachorganisation der 80 deutschen IHKs ist DIHK.

---

<sup>85</sup> [www.mfcr.cz](http://www.mfcr.cz)

<sup>86</sup> [www.mzp.cz](http://www.mzp.cz)

<sup>87</sup> [www.mpo.cz](http://www.mpo.cz)



Die außenwirtschaftlichen Beziehungen der deutschen Wirtschaft fördern an 120 Standorten in 80 Ländern weltweit die Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen der deutschen Wirtschaft (AHKs).

Im Unterschied zu anderen Organisationen der Wirtschaft, besonders den Branchenverbänden, repräsentiert die IHK-Organisation das wirtschaftliche Gesamtinteresse auf der Grundlage einer breiten Unternehmerschaft: 3,6 Millionen gewerbliche Unternehmen sind gesetzliche Mitglieder der IHKs. Das macht die IHK-Organisation unabhängig von Einzelinteressen und schafft ein besonderes Gewicht gegenüber politischen Instanzen. Es zwingt alle Entscheider der IHK-Organisation zum Ausgleich der Interessen.<sup>88</sup>

Die IHK für Oberfranken Bayreuth ist Bestandteil des Netzwerkes der 80 deutschen Industrie- und Handelskammern. Weitere Informationen über IHK für Oberfranken Bayreuth kann man in dem folgenden Zitat finden:

*„Die Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth ist als Selbstverwaltung der Wirtschaft im Regierungsbezirk Oberfranken (ausgenommen Stadt und Landkreis Coburg) eine Körperschaft öffentlichen Rechts. Als „Sprachrohr“ der regionalen Wirtschaft nimmt sie die Gesamtinteressen ihrer derzeit ca. 44.000 Mitgliedsunternehmen wahr. Ihr Hauptsitz befindet sich in Bayreuth, regionale Geschäftsstellen stehen in Bamberg und Hof zur Verfügung.“<sup>89</sup>*

Die IHK für Oberfranken Bayreuth informiert nicht nur über die Märkte weltweit sondern widmet sich auch der Regionalpolitik, veranstalten verschiedene Seminare, Workshops und Veranstaltungen. Die IHK gibt den Unternehmen auch Beratung bei der Erschließung von Auslandsmärkten, bei der Fördermittelrecherche (Bund, Land und EU) und Antragstellung, bei der Optimierung des Innovationspotenzials, bei der Einführung eines Umweltmanagements und bei der Existenzgründung.

Die IHK für Oberfranken vermittelt auch Geschäftskontakte. Möglichkeiten, wie man Kontakte knüpfen kann, sind in den folgenden Punkten genannt:

*1) „durch Organisation und Durchführung von Unternehmer- und Messereisen und B2B-Kooperationstreffen, vorzugsweise mit unseren langjährigen Partner.“*

---

<sup>88</sup> <<http://tschechien.ahk.de/ueber-uns/>> 19.2.2009.

<sup>89</sup> <[http://www.een-bayern.net/een/foren/een/Partner/IHK\\_fuer\\_Oberfranken\\_Bayreuth.html](http://www.een-bayern.net/een/foren/een/Partner/IHK_fuer_Oberfranken_Bayreuth.html)> 18.2.2009.

- 2) Einrichtungen in Tschechien, der Slowakei, Litauen, der Ukraine und China und dem Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern
- 3) durch Datenbankrecherchen und internetbasierte Kooperationsbörsen weltweit
- 4) durch die Anregung und fachliche Betreuung von Unternehmernetzwerken
- 5) durch vom Freistaat Bayern und der EU geförderte Projekte zur Unterstützung von KMU in den Grenzregionen
- 6) mit Hilfe der ARGE28, dem Netzwerk der Wirtschaftskammern entlang der Grenze zu den neuen EU-Mitgliedstaaten. <sup>90</sup>

Die IHK für Oberfranken gibt auch die Zeitschrift „Oberfränkische Wirtschaft“ heraus. Diese Zeitschrift erscheint 10x in Jahr und hat eine monatliche Auflage von 19 000 Exemplaren. In dieser Zeitschrift ist es möglich alle interessanten Informationen nicht nur über Wirtschaft in Oberfranken, sondern auch über die Tätigkeit der IHK für Oberfranken in Ausland, zu finden. Alle Unternehmen der Region können verschiedene Fotos oder Berichte an die Redaktion schicken um sich in der Zeitschrift zu präsentieren. Die Preisliste für Anzeigen steht auf der Internetseite der IHK für Oberfranken zur Verfügung.<sup>91</sup>

#### **5.1.4 Handwerkskammer für Oberfranken**

Die HWK für Oberfranken ist eine Selbstverwaltungseinrichtung des Handwerks. Sie hat das Ziel die Interessen der Mitglieder vor allem im politischen und wirtschaftlichen Bereich zu vertreten. Die wichtige Aufgabe der HWK ist außerdem die Sicherung der beruflichen Aus- und Fortbildung, um in der Zukunft mit qualifizierten Arbeitskräften zu bestechen. Die HWK beschäftigt sich des weitern mit de Entwicklung von neuen Technologien.<sup>92</sup>

Zurzeit gibt es in Oberfranken mehr als 15.000 Betriebe, die vor allem in dem Handwerkzweigen Metall/Elektro, Bau- und Ausbau und Gesundheit/Körperpflege tätig sind.<sup>93</sup> Die höchsten Anzahlen der Betriebe in den Stadt- und Landkreisen sind in

---

<sup>90</sup> <[http://www.een-bayern.net/een/foren/een/Partner/IHK\\_fuer\\_Oberfranken\\_Bayreuth.html](http://www.een-bayern.net/een/foren/een/Partner/IHK_fuer_Oberfranken_Bayreuth.html)> 18.2.2009.

<sup>91</sup> Vgl.: <[http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Oberfraenkische-Wirtschaft\\_id\\_533\\_.htm](http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Oberfraenkische-Wirtschaft_id_533_.htm)> 18.2.2009.

<sup>92</sup> Vgl.: <<http://www.hwk-oberfranken.de/abteilung.php?abt=74>> 18.2.2009.

<sup>93</sup> Siehe Anlage Nr.14

Bamberg und Bayreuth.<sup>94</sup> Die Bedeutung des Handwerks in Oberfranken kann man am Beispiel der Stadt und des Landkreises Bayreuth zeigen:

Das Handwerksgewerbe ist einer der größten Arbeitgeber im Raum Bayreuth. Ende des Jahres 2007 gab es in der Stadt und im Landkreis Bayreuth 2.546 selbständige Handwerksbetriebe mit knapp 12.400 Beschäftigten, davon 1.236 Lehrlingen. Sie haben einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro erwirtschaftet.<sup>95</sup>

Weitere Informationen zu den Tätigkeiten der HWK sind in folgenden Zeilen genannt:

*„Oberfranken liegt im Nordosten Bayerns an der Grenze zu Tschechien, Thüringen und Sachsen. Früher war es die Zonenrandlage, die die Ausrichtung der HWK geprägt hat, heute ist es die EU- Osterweiterung. Deswegen war und ist es der HWK besonders wichtig, ihre Betriebe für die Zukunft fit zu machen. Neben der politischen Interessenvertretung auf regionaler, aber auch auf nationaler und europäischer Ebene liegt seit den 70er Jahren ein besonderer Arbeitsschwerpunkt der HWK im Dienstleistungs- und Servicebereich, insbesondere in der beruflichen Aus- und Fortbildung und der integrierten Unternehmensberatung (jährlich > 3.000 Firmenberatungen, jährlich > 1.200 Lehrgänge mit ca. 20.000 Kursteilnehmern). Die Handwerkskammer ist mit ihrem dezentralen Netz an Beratungsstellen und Schulungseinrichtungen flächendeckend in Oberfranken präsent.“<sup>96</sup>*

## **5.2 Ziel der empirischen Untersuchung**

Das Ziel der empirischen Untersuchung ist es, die theoretischen Informationen über die deutsch-tschechischen Zusammenarbeit und Handelsbeziehung in der Praxis zu überprüfen. Es werden auch Informationen darüber ermittelt, welche Bedeutung die interkulturellen Beziehungen, vor alle die Sprach- und Handelsbarrieren in der deutsch-tschechischen Zusammenarbeit haben.

Die empirische Untersuchung hat somit die Aufgabe, den zukünftigen Trend in den deutsch-tschechischen Handelsbeziehungen einzuschätzen, d. h. ob die Tschechische Republik auch in der Zukunft für Deutsche, bzw. oberfränkische Firmen ein interessanter Absatzmarkt wird sein. Es wird auch der Art der Kommunikation und das Interesse der oberfränkischen Unternehmen für Tschechisch-Unterricht näher betrachtet.

---

<sup>94</sup> Siehe Anlage Nr.15

<sup>95</sup> Siehe Anlage Nr.15

<sup>96</sup>< <http://www.hwk-oberfranken.de/abteilung.php?abt=74>> 6.11.08.

Bisherige Forschungen befassten sich vor allem über den ganzen bayerischen Freistaat. Über die tschechisch-oberfränkische Zusammenarbeit stehen nur wenige Statistiken zur Verfügung. Die Tatsache, dass an diesem Fragebogen nicht nur oberfränkische Unternehmer teilgenommen haben, kann die Ergebnisse beeinflussen und die Statistik kann dann unterschiedlich sein.

### **5.3 Konzeption der Datenermittlung**

Als Forschungsmethode für die Untersuchung wurde der Fragebogen gewählt.<sup>97</sup> Diese Methode kann in kurzer Zeit durchgeführt werden und ist für die Befragten nicht aufdringlich und zeitaufwendig. Durch diese Forschungsmethode, ist es außerdem möglich, prägnante Informationen und Daten zu gewinnen, die in Grafiken einfach dargestellt werden können. Darüber hinaus kann man nicht nur die Fragen gegenüber der offenen Antwort stellen, sondern auch mehrere Möglichkeiten von Antworten bereitstellen.

Außerdem wurde in der Vorbereitungsphase ein Begleitbrief erstellt, in denen zuerst der Initiator vorgestellt wurde, im Anschluss daran erhielten die Befragten Auskünfte über das Ziel und den Sinn des Fragebogens und um Ausfüllung der Fragebogen gebeten. Die Befragten wurden sowohl über Anonymität der Fragebogen informiert, als auch darüber, für wen der Fragebogen bestimmt ist. Eine Danksagung schließt den Begleitbrief ab.

### **5.4 Verlauf der empirischen Untersuchung**

Einleitend stellte die IHK für Oberfranken fest, wie viele Auslandsunternehmen sich in Oberfranken befinden. Es handelte sich um 596 Unternehmen und davon sind 186 Unternehmen<sup>98</sup> in der Tschechischen Republik tätig. Die Kontakte an diese Firmen vermittelte nicht nur von IHK für Oberfranken, sondern auch in der Ausgabe der DTIHK „Deutsche Unternehmen in Tschechien“ herausgesucht.

Nach Erhalt der Informationen wurde die Untersuchung hauptsächlich im Oktober und November 2008 intensiv durchgeführt. Das Verteilen der Fragebögen erfolgte per Email. Leider konnte nicht bei allen Kontakten eine E-Mail Adresse ermittelt werden. Infolgedessen konnten nicht alle Firmen, die aus Oberfranken kommen und in

---

<sup>97</sup> Siehe Anlage Nr.16

<sup>98</sup> Siehe Anlage Nr.17

Tschechien tätig sind, kontaktiert werden. Ein anderes Problem war, dass nicht alle sendete E-Mails erfolgreich empfangen wurden. Die E-Mail Adressen waren teilweise veraltet oder existierten nicht. Von den 136 versendet Emails gelangten nur 118 zu Firmen. Davon haben 36 Unternehmen geantwortet.

Manche Firmen haben auf die E-Mail überall nicht reagiert und die anderen haben geschrieben, dass sie sich aus Zeitgründen an der Befragung nicht teilnehmen wollen.

## **5.5 Ergebnisse der empirischen Untersuchung**

Die erste Frage bezog sich darauf, warum die Firmen auf dem tschechischen Markt getreten waren.<sup>99</sup> Die häufigste Antwort war, dass sie in Tschechien tätig sein wollten, um sich auf den Ostmärkten in der Zukunft besser durchzusetzen zu können und die Tschechische Republik wäre ein guter Ausgangspunkt dafür. Andere Firmen haben die Antwort gewählt, dass sie einfach in Tschechien ein hohes Absatzpotenzial und gute Investierungsmöglichkeiten für Ihre Produkte gefunden haben. Eine Frau, die Leiterin einer Firma wurde, hat geantwortet, dass der Eintritt auf dem tschechischen Markt reiner Zufall war. Sie wurde von einem tschechischen Studenten um Hilfe gebeten, daraus ergab sich die Gelegenheit einen Teil einer tschechischen Chemiefirma zu privatisieren.

Laut der Umfrage lag die Gründung der meisten Firmen in den Jahren 1990-1999 (22 Firmen). Sie sind so in Tschechien bereits 13 bis 22 Jahre lang tätig. Diese Statistik hängt, wie die befragten bestätigt haben, mit der Geschichte zusammen. Vor der Wende war nämlich Export, Import und allgemein alle Handelsbeziehungen durch kommunistische Regierung beschränkt.

Die größte Exportentwicklung begann nach dem Jahr 1989 und damit haben sich auch neue Wirtschaftsperspektiven auf dem tschechischen Markt für deutsche Firmen geöffnet. Viel Firmen haben geschrieben, dass sie schon früher versucht haben auf die Märkte in Osteuropa zu liefern, aber meistens ohne Erfolg.

Die oberfränkischen Unternehmen haben aber trotzdem auf dem tschechischen Markt eine lange Tradition. Manche (4 Firmen) haben erklärt, dass sie sogar mehr als 30 Jahren in Tschechien tätig sind. Die übrige Firmen (10 Firmen) waren in Tschechien erst ab dem Jahr 2000 tätig.

---

<sup>99</sup> Siehe Anlage Nr.18

Auf die Frage in welcher Form die Unternehmen im Land tätig sind<sup>100</sup>, hat Mehrheit von den befragten Firmen erklärt, dass sie einfach nach Tschechien exportieren. Die Gründe dafür sind, wie schon oben genannt wurde, dass sie einen guten Absatzmarkt für ihre Produkte gefunden haben. Außerdem haben sie als Vorteil ausgeführt, dass in der Republik auf einer Seite eine große Marktdynamik herrscht und auf der anderen noch geringere Kaufkraftniveau. Die Firmen, die nur exportieren, sind hier also mit Verflechtungskapital tätig. Die zweite Position hat der Zweigbetrieb besetzt. Andere Firmen haben in Tschechien vor allem Vertriebsniederlassungen oder nur einen Vertreter, der der Absatz koordiniert. Unter den weiteren Antworten wurde sehr häufig Joint Venture als Form des Engagements genannt.

Laut der Umfrage<sup>101</sup> haben sich viele Firmen in der Tschechischen Republik ohne die Hilfe der IHK oder der anderen Institution durchgesetzt. Dieses Ergebnis zeigt, dass die deutsch-tschechische Handelsbeziehungen in Oberfranken schon eine lange Tradition haben und deshalb können sich die Firmen allein verschiedene Mitarbeiter oder Vertreter aussuchen. Nur einige Firmen haben geschrieben, dass sie die Hilfe der IHK genutzt haben. Es handelte sich vor allem um die Firmen, die nach Tschechien exportieren oder nur einen Vertreter hier haben. .

Weiterhin wurden die oberfränkischen Geschäftspartner aufgefordert zu sagen, welche Probleme sie am Anfang der Zusammenarbeit mit den Tschechen gehabt haben.<sup>102</sup> D.h. ob es sich z.B. um Sprach-, Investitionsbarrieren usw. handelte. Die Meisten von den Befragten haben die Investitionshindernisse als das größte Problem bezeichnet. Sie klagten vor allem über die Bürokratie, die in Tschechien sehr kompliziert ist und deshalb mussten sie auf verschiedene behördliche Bewilligungen lange warten. Ein anderes Problem stellen öffentliche Ausschreibungen, laut der Ergebnisse, dar, was mit der Korruption in Tschechien zusammenhängt. Viele oberfränkische Firmen sind der Meinung, dass sie bei den öffentlichen Ausschreibungen diskriminiert werden.

---

<sup>100</sup> Siehe Anlage Nr.19

<sup>101</sup> Siehe Anlage Nr.20

<sup>102</sup> Siehe Anlage Nr.21

Zwei Firmen haben geschrieben, dass sie die öffentlichen Ausschreibungen auf der Internetseite [www.centralniadresa.cz](http://www.centralniadresa.cz)<sup>103</sup> aufsuchen. Sie finden diese Seite aktuell und denken, dass hier die Wettbewerbsbedingungen für tschechische sowie ausländische Firmen die gleichen sind. Sie haben aber ein großes Problem, wenn sie ein Suchformular ausfüllen müssen. Dies Formular ist nämlich nur auf Tschechisch erhältlich.<sup>104</sup> Die Firmen müssen sich dieses Formular übersetzen lassen, was aufwendig ist. Die Sprachbarrieren halten nur wenige Firmen für ein Problem. Sie sind der Meinung, dass die Tschechen nicht so gute Fremdsprachenkenntnisse haben. Die übrigen Firmen gaben an, dass sie bei dem Eintritt auf den tschechischen Markt keine Probleme gehabt haben und sind mit der Zusammenarbeit zufrieden. Einige Betriebe haben geschrieben, dass sie keine Probleme gehabt haben, weil sie in mehreren Ländern arbeiten und deshalb gewohnt sind, die kulturellen Unterschiede zu akzeptieren.

Auf die nächste Frage<sup>105</sup>, wie hat sich der tschechische Markt in den letzten Jahren für Ihre Firma geändert, hat sich der Großteil der Befragten geäußert, dass sie die Marktsituation in Tschechien positiv oder eher positiv finden. Dazu haben sie meistens protokolliert, dass der Markt ihrer Meinung nach steigende oder leicht steigende Tendenz hat. Deshalb können sie in der Zukunft auch auf steigendem Absatz zählen und entweder neue Vertriebsniederlassungen und Zweigbetriebe begründen oder mehr exportieren. Außerdem öffnet sich nach der Ansicht der Befragten auch die verbesserte Chance die Zusammenarbeit mit der weiteren Ostmärkten zu schließen.

---

<sup>103</sup> Auf dieser Internetseite sind alle Gemeinden verpflichtet, öffentliche Wettbewerbe für einzelne Investitionen im Handelsblatt zu veröffentlichen. Die Zentraladresse wird jeden Tag aktualisiert.

<sup>104</sup> Siehe <<http://www.isvzus.cz/usisvz/usisvz01037Prepare.do>> 22.2.2009

<sup>105</sup> Siehe Anlage Nr.22

Die Frage, ob die oberfränkischen Firmen auch in Zukunft weiter mit Tschechen zusammenarbeiten wollen, hat die Befragung auch erörtert.<sup>106</sup> Die Mehrheit der befragten Unternehmen hat erwidert, dass sie in der Zukunft weiter mit den Tschechen zusammenarbeiten wollen, was für BIP Bilanz sehr positiv ist. Sie vertreten nämlich den Standpunkt, dass in Tschechien gutes Potenzial ist und die deutschen Produkte hier einen guten Ruf haben. Manche Firmen möchten sogar in Tschechien neue Niederlassungen, Tochtergesellschaften usw. gründen. Die übrigen Firmen möchten in der Zukunft auch eher weiter mit den Tschechen zusammenarbeiten. Sie beklagen nur über die Korruption oder die Bürokratie, die sie in der Republik überwinden müssen. Keine Firma denkt über die Beendigung der Zusammenarbeit in der Zukunft nach.

Auf dem nächsten Frage, wo im Berufsfeld der größte Unterschied zwischen Deutschen und Tschechen liegt<sup>107</sup>, haben überraschend ganz viele Firmen die Möglichkeit von Antworten „andere Antwort“ gewählt. Dazu haben sie geschrieben, dass sie mit Tschechen keine Probleme haben und sie haben keine großen Unterschiede zwischen Deutschen und Tschechen gefunden.

Die Mehrheit der Befragten ist der Ansicht, dass die Unterschiede in persönlichen Eigenschaften liegen. Sie finden Tschechen im Vergleich zu Deutschen unmotiviert und unflexibel. Von einer Firma wurde genau folgendes geschrieben: Tschechen sind gut ausgebildet, aber die Motivation könnte etwas euphorischer sein. Außerdem nehmen die Firmen an, dass Tschechen offene Kritik nicht annehmen können und dass sie die Termine manchmal nicht einhalten.

Es lässt sich in diesem Fall eine Übereinstimmung zwischen den in diesem Fragebogen gegebenen Antworten und den Charakteristiken der tschechischen Eigenschaften feststellen, die im Kapitel 3.2.2 „Kulturelle Unterschiede“ angeführt wurden. Die übrigen Firmen haben erklärt, dass die Tschechen nicht genug ausgebildet und qualifiziert sind. Die Firmen haben dann manchmal Probleme einen geeigneten Top-Management-Vertreter usw. für ihre Vertriebsniederlassungen, Tochtergesellschaften, Zweigbetriebe u.ä. zu finden. Deshalb führen sie strenge Bewerbungsgespräche durch, um sicher zu sein, dass qualifizierte Person die Führungsposition einnimmt.

---

<sup>106</sup> Siehe Anlage Nr.23

<sup>107</sup> Siehe Anlage Nr.24



Es folgten noch weitere Fragen, die die Sprachkenntnisse betrafen.<sup>108</sup> Die befragten Firmen sollten antworten, in welcher Sprache die Kommunikation mit Tschechen durchläuft. Meistens haben die befragten geantwortet, dass sie mit Tschechen die Gespräche auf Deutsch führen.

Eine ähnliche Anzahl von Befragten hat die Antwort ausgewählt, dass sie auf Englisch, überwiegend auf Deutsch, ausnahmsweise auf Englisch oder überwiegend auf Englisch, ausnahmsweise auf Deutsch mit Tschechen kommunizieren. Von einer Firma wurde geantwortet, dass sie mit ihren Partner nur Englisch sprechen, weil damit die Verständigung garantiert ist. Nur drei Betriebe haben geschrieben, dass sie mit tschechischen Geschäftspartnern auf Tschechisch sprechen. Es handelte sich um Leute, die früher in Tschechien gelebt haben und um eine Frau, die im Grenzgebiet lebt und in einer deutschen Firma arbeitet.

Die folgende Frage lautet, mit welcher Art und Weise die Handelskommunikation zwischen den oberfränkischen und tschechischen Firmen durchgeführt wird.<sup>109</sup> Die Antworten waren in diesem Fall sehr ausbalanciert. Etwa die Hälfte der Unternehmen hat nämlich gesagt, dass sie lieber mit Geschäftspartnern in Tschechien schriftlich kommunizieren und die zweite Hälfte hat lieber die mündliche Kommunikation. Die Firmen, die lieber schriftlich in Kontakt treten, haben folgende Argumente genannt: Die schriftliche Kommunikation sei präziser und man könne so Missverständnisse vermindern. Außerdem stehen den Unternehmen wichtige Beweise z.B. über Bestellungen zur Verfügung. Es ist dann möglich alle Dokumentation nachzuprüfen und so Probleme zu erklären. Darüber hinaus haben sich die Untersuchten geäußert, dass die schriftliche Kommunikation auch billiger ist als z.B. Telefongespräche ins Ausland. Die anderen Firmen sehen im Gegenteil die Vorteile im mündlichen oder persönlichen Kontakt. Sie sind der Meinung, dass diese Art der Kommunikation angenehmer ist. Man kann dann die Persönlichkeit des Geschäftspartners besser erleben. Bei persönlichen Treffen spielen für sie auch die Aspekte wie Gestik oder Mimik eine große Rolle. Dank dieser Aspekte, kann man nämlich die wirklichen Absichten des Handelspartners sehen. Manche Gesellschaften haben erklärt, dass sie sowohl schriftlich als auch mündlich kommunizieren. Als erstens treten sie per Telefon in Kontakt und dann bestätigen sie alles per E-Mail oder Fax.

---

<sup>108</sup> Siehe Anlage Nr.25

<sup>109</sup> Siehe Anlage Nr.26

Die letzte Frage, ob in der Firma ein Tschechisch- Unterricht angeboten wurde oder wird<sup>110</sup>, ist meistens negativ beantwortet wurden. Nur wenige Betriebe haben angegeben, dass sie die Möglichkeit hatten, in der Firma Tschechisch zu lernen. Einige haben beantwortet, dass sie aus eigener Initiative Tschechisch gelernt haben. 5 Firmen haben aber notiert, dass sie in der Zukunft Kurse zum Erlernen der tschechischen Sprache veranstalten möchten, weil sie dann die Zusammenarbeit besser direkt in Tschechien koordinieren können.

---

<sup>110</sup> Siehe Anlage Nr.27

## **Schluss: Zusammenfassung**

Das Gebiet Oberfranken hat mit der Tschechischen Republik viel Gemeinsames. Es hängt nicht nur mit der Lage Oberfrankens sondern auch mit der Geschichte der beiden Staaten zusammen. Vor der Wende war die oberfränkische und tschechische Wirtschaft durch die Regierung beschränkt und die gegenseitige Zusammenarbeit hat sich aus diesen Gründen vor allem nach dem Jahr 1990 entwickelt. Die oberfränkischen Firmen hatten dann ein steigendes Interesse daran auf die Ostmärkte zu treten und der tschechische Markt war einer von den interessantesten. Zurzeit sind in Tschechien sogar 186 oberfränkischen Unternehmen tätig, die vor allem nach Tschechien exportieren oder Vertriebniederlassungen und Zweigbetriebe haben. Die Zusammenarbeit zwischen Tschechen und Deutschen hängt aber auch mit kulturellen Unterschieden sowie Investitions- und Handelsbarrieren ab. Was die kulturellen Unterschiede betrifft, klagen die oberfränkischen Firmen am meisten über persönlichen Eigenschaften wie Unflexibilität und Unmotivation. Weiter wurde den tschechischen Mitarbeitern vorgeworfen, dass sie offene Kritik nicht akzeptieren und Termine nicht rechtzeitig füllen. Weiterhin halten die Deutschen die Investitionsbarrieren für das größte Problem, weil sie in Tschechien Bürokratiehindernisse überwinden müssen. Darüber hinaus finden sie den öffentlichen Wettbewerb nicht immer gerecht. Im Zusammenhang mit den Handelsbarrieren wurden von den oberfränkischen Firmen nur sehr selten die Sprachprobleme genannt. Die Firmen führen die Handelsgespräche mit Tschechen vor allem auf Deutsch, was für sie sehr angenehm ist. Leider sprechen aber nur wenige Deutsche Tschechisch, was sich aber dank einiger Institutionen, die Tschechisch-Unterricht in Deutschland anbieten, verändern kann. Außerdem kommunizieren die Deutschen mit Tschechen schriftlich und mündlich. Diese beiden Arten der Kommunikation sind laut der Umfrage fast gleich beliebt. Die wichtigste aber für die tschechische Wirtschaft ist, dass die Deutschen sich in Umfrage positiv über eine zukünftige weitere Zusammenarbeit mit Tschechen geäußert haben. Sie planen in weitere Standorte in Form von Tochterunternehmen und Zweiniederlassungen in der Tschechischen Republik zu investieren.

## **Resumé**

Závěrečná práce se zabývá problematikou německo-českých obchodních vztahů se zaměřením na region Horní Franky. Práce se skládá s teoretické a praktické části. Teoretická část se věnuje historii a vývoji německo- české spolupráce a hospodářství v Horních Francích. Jsou zde mimo jiné popsány interkulturní faktory ovlivňující obchodní spolupráci mezi Čechy a Němci.

Praktická část obsahuje empirický výzkum, který je zaměřen na reálné zkušenosti firem z Horních Franků se spolupráci s českými obchodními partnery. V této části jsou nejprve představeny komory podporující německo-českou obchodní spolupráci. Následuje vymezení cílu empirického výzkumu, popsání použitých metod a realizace výzkumu. V návaznosti na to jsou podrobně vyhodnoceny výsledky empirického průzkumu a shrnuty zjištěné poznatky, které potvrdily zájem německých firem o činnost na českém trhu. Mimo to byly zjištěny problémy s kterými se německé podniky v České republice musí potýkat, určeny druhy obchodní komunikace a další důležité informace spojené s obchodní česko-německou činností a mezinárodními vztahy.

## **Resümee**

Die Abschlussarbeit befasst sich mit der Problematik der deutsch-tschechischen Handelsbeziehungen mit der Spezialisierung auf Oberfranken. Die Arbeit besteht aus einem theoretischen und einem praktischen Teil. Der theoretische Teil widmet sich der Historie und der Entwicklung der deutsch-tschechischen Zusammenarbeit und der Wirtschaft in Oberfranken. Außerdem sind hier die interkulturellen Faktoren, die Handelsbeziehungen zwischen deutschen und Tschechen beeinflussen, beschrieben.

Der praktische Teil enthält eine empirische Forschung, die an den realen Erfahrungen der oberfränkischen Firmen mit der Zusammenarbeit mit den tschechischen Handelspartnern orientiert ist. In diesem Teil werden zuerst die Kammern vorgestellt, die die deutsch-tschechische Handelsbeziehungen unterstützen. Im Anschluss daran sind die Ergebnisse der empirischen Forschung ausführlich ausgewertet. Zum Schluss der Arbeit werden die aufgrund der Forschung erworbenen Erkenntnisse, die das Interesse der deutschen Firmen an die Tätigkeit auf dem tschechischen Markt bestätigt haben, zusammengefasst wieder gegeben. Außerdem wurden die größten Probleme mit denen sich die deutschen Unternehmen in der Tschechischen Republik auseinandersetzen müssen festgestellt und die Kommunikationsmöglichkeiten und andere wichtigen Informationen über deutsch-tschechischen Handelstätigkeit und interkulturelle Beziehungen beschrieben.

## Literaturverzeichnis

*Deutsche Unternehmen in Tschechien- Gemeinschaftsunternehmen, Beteiligungen, Niederlassungen*, Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer, Prag 2005/2006.

EGGERS, Horst: Messe Magazin, 68. Oberfranken-Ausstellung 2008, Messe Bayreuth, Eine Sonderbeilage der Bayerischen Kurier, Hervorragende Präsentationsmöglichkeit, S.2. Zugänglich auch aus: < [http://www.kinold.de/xist4c/web/Messe-Bayreuth-2008\\_id\\_6621\\_.htm](http://www.kinold.de/xist4c/web/Messe-Bayreuth-2008_id_6621_.htm)>.

KAUFMANN, L.: *Managementhandbuch Mittel- und Osteuropa - Wie deutsche Unternehmen Ungarn und Tschechien für ihre globale Strategie nutzen*, Tablet Verlag, Wiesbaden 2006.

Prof. DR. Dr. h.c. Maier, J.(hrsg.): *Wirtschaftsgeographie von Oberfranken- Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung*, Bayreuth, Mai 2007.

PSCHORR, P./ RÖHLE H./WASSEMAYER,W.: *Investitionen und Steuern in Tschechien*, Verl.Neue Wirtschafts.Briefe, Herne und Berlin 2004.

REINHARD SPREE, *Geschichte der deutschen Wirtschaft im 20. Jahrhundert*, C. H. Beck Verlag, München 2001.

SCHROLL-MACHL, S., NOVÝ, I.: *Perfekt geplant oder genial improvisiert? Kulturelle Unterschiede in der deutsch-tschechischen Zusammenarbeit*, Rainer Hampp Verlag, München und Mering 2005.

SCHROLL-MACHL, S., NOVÝ, I.: *Beruflich in Tschechien-Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2003.

THOLEN, J.: *Direktinvestitionen deutscher Unternehmen in Mittel- und Osteuropa - Fallstudien zu den Auswirkungen auf die Arbeitsbeziehungen in Polen, Tschechien und der Slowakei*, Hampp Verlag, München und Mering 2006.

STICHT, T.: *Die oberfränkische Wirtschaft im Zuge der EU-Osterweiterung – Historischer Überblick, Chancen und Risiken*, Bayreuth, Oktober 2004.

*Verzeichnis der Mitglieder 2007*, Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer, Prag 2007.

WIERLACHER, A.: *Handbuch interkulturelle Germanistik*, Metzler Verlag, Stuttgart 2003.

## Internetquellenverzeichnis:

Deutsch-tschechische Industrie und Handelskammer (a): „Kdo jsme“:

<<http://tschechien.ahk.de/ueber-uns>> (19.02.2009).

Deutsch-tschechische Industrie und Handelskammer (b): „Publikationsangebot“:

<<http://tschechien.ahk.de/de/publikat/>>(19.3.2009).

EUREGIO ERGENSIS Arbeitsgemeinschaft Bayern e.V. (a): „Zielsetzung“:

<<http://www.euregio-egrensis.de/euregio/zielsetzung.php>> .(18.02.2009).

EUREGIO ERGENSIS Arbeitsgemeinschaft Bayern e.V.(b): „Sprachoffensive“:

<<http://www.euregio-egrensis.de/sprachoffensive/sprachoffensive.php>>  
(18.02.2009).

Handwerkskammer für Oberfranken (a): „Über uns“:

<<http://www.hwk-oberfranken.de/abteilung.php?abt=74>> (6.11.2008).

Handwerkskammer für Oberfranken(b): „Handwerksbetriebe in Oberfranken“:

<<http://www.hwk-oberfranken.de/article.php?sid=781&mode=thread&order=0>> (12.02.2009).

Handwerkskammer für Oberfranken (c): „Handwerksbetriebe in den Stadt- und Landkreisen Oberfrankens“:

<<http://www.hwk-oberfranken.de/article.php?sid=780&mode=thread&order=0>>(12.02.2009).

IHK für Oberfranken Bayreuth (a): „Wer sind wir? “:

<[http://www.een-bayern.net/een/foren/een/Partner/IHK\\_fuer\\_Oberfranken\\_Bayreuth.html](http://www.een-bayern.net/een/foren/een/Partner/IHK_fuer_Oberfranken_Bayreuth.html)> (18.02.2009).

Industrie und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth(b):



<[http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Region-Oberfranken\\_id\\_293\\_.html](http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Region-Oberfranken_id_293_.html)>  
(20.10.2008).

Industrie und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth(c):

„Wirtschaftsbeobachtung/Statistik“:

<[http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Daten-und-Fakten\\_id\\_420\\_.htm](http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Daten-und-Fakten_id_420_.htm)>  
(20.02.2009).

Informační systém o veřejných zakázkách:

<<http://www.isvzus.cz/usisvz/usisvz01037Prepare.do>> (22.02.2009).

Regierung von Oberfranken: „Kreisfreie Städte und Landkreise im Regierungsbezirk Oberfranken“:

<<http://www.regierung.oberfranken.bayern.de>> (15.02.2009).

SPD Oberfranken: „Unsere Vision“:

<<http://www.archiv.spd-oberfranken.de/kat21.php?c=preise/b20080720221501.1>> (12.02.2009).

Tandem (a): „Tschechisch als Chance“:

<[http://www.tandem-org.de/seite\\_750.html](http://www.tandem-org.de/seite_750.html)> (12.02.2009).

Wenzel, Christoph: „Immer mehr Kinder lernen Tschechisch“:

<[http://www.welt.de/muenchen/article1920642/Immer\\_mehr\\_Kinder\\_lernen\\_Tschechisch.html](http://www.welt.de/muenchen/article1920642/Immer_mehr_Kinder_lernen_Tschechisch.html)> (18.02.2009).

WELT ONLINE: „Immer mehr Kinder lernen Tschechisch“:

<[http://www.welt.de/muenchen/article1920642/Immer\\_mehr\\_Kinder\\_lernen\\_Tschechisch.html](http://www.welt.de/muenchen/article1920642/Immer_mehr_Kinder_lernen_Tschechisch.html)>(18.02.2009).

## **Anlageverzeichnis:**

Anlage Nr. 1:

Ökonomische Situation in Tschechien in den Jahren 2006-2008

Anlage Nr.2:

Wovon profitieren die Deutschen in Tschechien? (in Abhängigkeit von Produktion in Tschechien)

Anlage Nr. 3:

Wovon profitieren die Deutschen in Tschechien?

Anlage Nr. 4:

Die wichtigsten Investitionsbarrieren in Tschechien

Anlage Nr. 5:

Korruption Perceptions Index 2004

Anlage Nr.6:

Die wichtigsten Handelsbarrieren in Tschechien

Anlage Nr.7:

Immer mehr Kinder lernen Tschechisch

Anlage Nr. 8:

Sprachkenntnisse in Tschechien nach Altersgruppen

Anlage Nr. 9:

Landkarte von Oberfranken

Anlage Nr. 10:

Wirtschaftsraum Oberfranken: Der Strukturwandel

Anlage Nr. 11:

Bedeutung des Standortes Oberfranken: Anteil Beschäftigte an Deutschland

Anlage Nr.12:

Größte gewerbliche Unternehmen in Oberfranken

Anlage Nr. 13:

Schwarzarbeit boomt

Anlage Nr. 14:

Handwerksbetriebe in Oberfranken: 2001-2008

Anlage Nr. 15:

Anzahl der Betriebe in den einzelnen Stadt- und Landkreisen in Oberfranken:2000-2008

Anlage Nr. 16:

Fragebogen

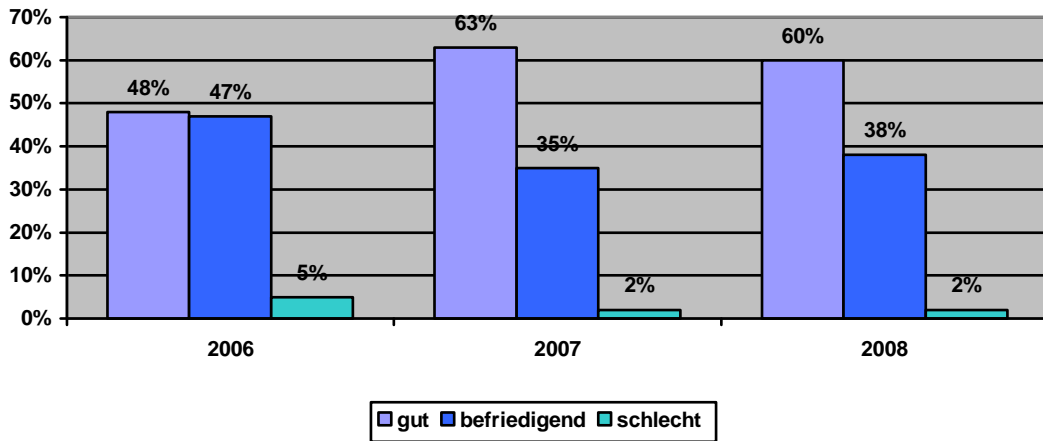
Anlage Nr. 17:

Oberfränkische Firmen, die in Tschechien tätig sind.

Anlagen Nr. 18-27:

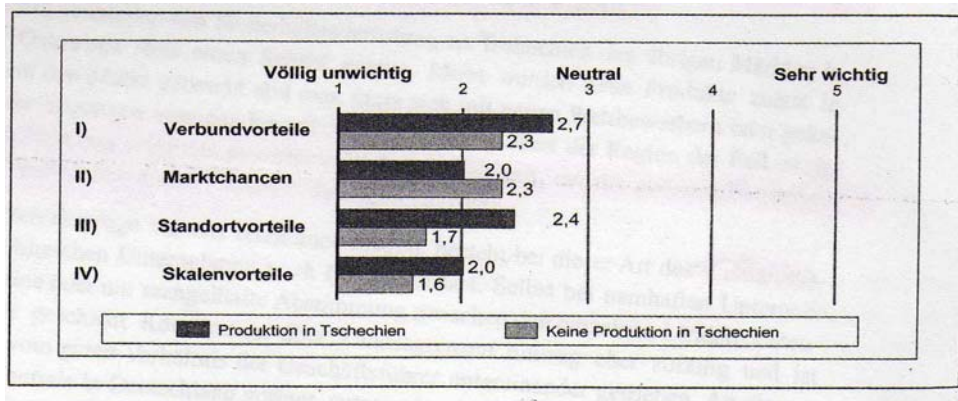
Abbildungen zum Fragebogen

## Anlage Nr.1



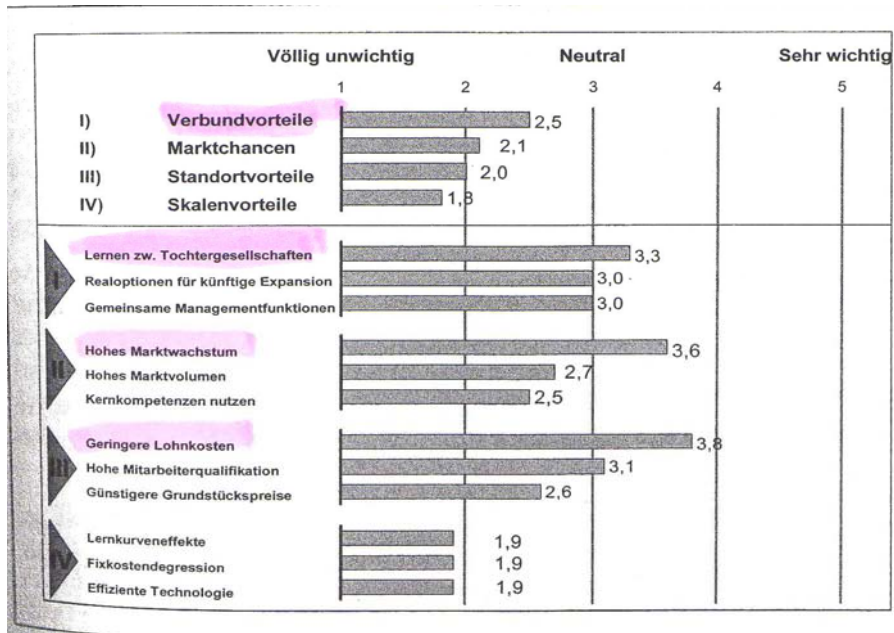
Quelle: DTIHK

## Anlage Nr.2



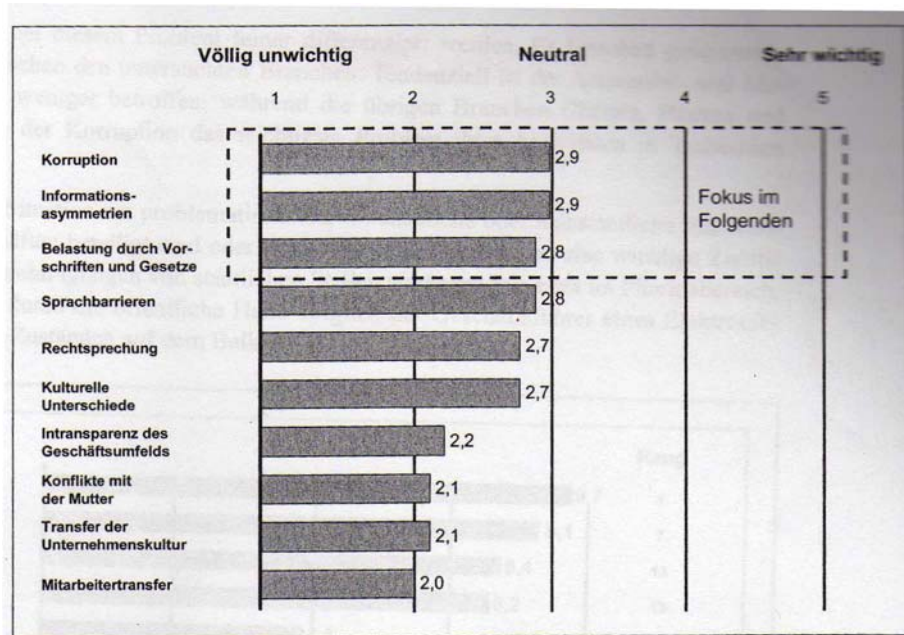
Quelle: Kaufmann, S 232.

### Anlage Nr.3



Quelle: Kaufmann, S. 243.

### Anlage Nr.4



Quelle: Kaufmann, S. 242.

## Anlage Nr. 5

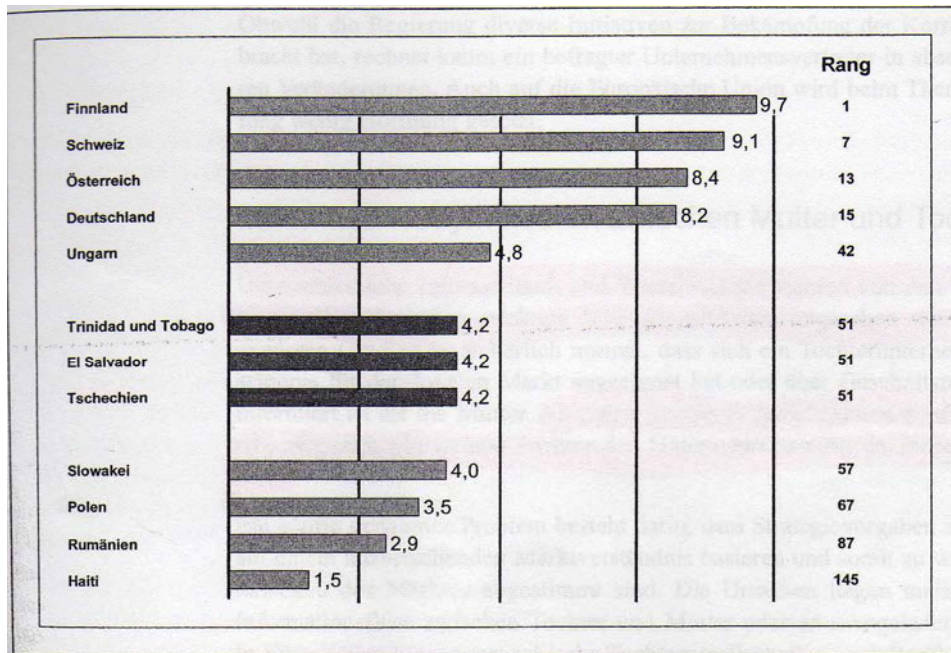


Abbildung 92: Corruption Perceptions Index 2004<sup>149</sup>

Quelle: Kaufmann, S. 243.

## Anlage Nr. 6

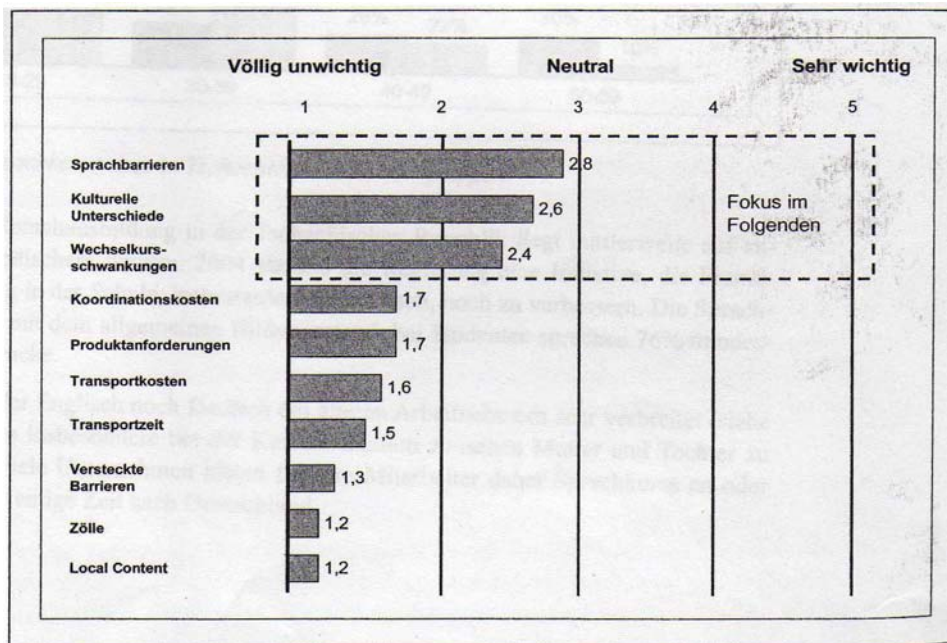


Abbildung 94: Die wichtigsten Handelsbarrieren in Tschechien

Quelle: Kaufmann, S. 246.

## Anlage Nr.7

### **Ostbayern**

## **Immer mehr Kinder lernen Tschechisch**

Von Christoph Wenzel 20. April 2008, 12:31 Uhr

Zunehmend interessieren sich Volksschulen in den drei ostbayerischen Bezirken Oberfranken, Niederbayern und vor allem in der Oberpfalz für Tschechisch. Doch der spielerische Lerneffekt ist nicht problemlos organisierbar. Einen Lehrplan für die AGs gibt es nicht, und die Finanzierung ist schwierig.

### Tschechisch-Unterricht an einer Schule in Wunsiedel

Matthias muss nicht lange überlegen, als Jana und Petr in das Klassenzimmer kommen. „Dobry den, jmenuj se Matthias“, begrüßt der Drittklässler der Grundschule Altenstadt an der Waldnaab die beiden Kinder aus dem tschechischen Kladruby in ihrer Muttersprache. Übersetzt heißt das: „Guten Tag, ich heiße Matthias.“ Der Junge lernt wie 60 andere Kinder der zweiten bis vierten Grundschulklassen an der Altenstädter Grundschule Tschechisch – freiwillig in einer Arbeitsgemeinschaft (AG).

Immer mehr Volksschulen interessieren sich in den drei ostbayerischen Bezirken Oberfranken, Niederbayern und vor allem in der Oberpfalz für die Sprache aus Bayerns Nachbarland. In der Oberpfalz etwa steigt die Zahl der Tschechisch-Stunden weiter an: Während es im Schuljahr 2006/2007 noch 34 Stunden waren, sind es in diesem Schuljahr schon 39 an insgesamt 20 Volksschulen.

Vergangene Woche endete bei den Schulämtern die Meldefrist, welche Sprachen im kommenden Schuljahr an den Grundschulen angeboten werden sollen. Bei der Bezirksregierung in Regensburg hält man einen weiteren Anstieg der Tschechisch-Stunden für realistisch. „Immer mehr Schulen wollen den Unterricht haben. Wir begrüßen das“, sagt Joseph Karl von der Bezirksregierung.

Dabei haben die Grundschüler in der dritten und vierten Klasse schon jeweils zwei Stunden Englisch als Pflichtfach. Dennoch sei Tschechisch in zusätzlichen AGs sinnvoll, erklärt der Leiter der Grundschule Altenstadt, Rainer Christoph. „Englisch wird die Sprache Europas sein. Aber es wird auch weiterhin viele Menschen geben, die Englisch nicht sprechen werden. Außerdem leben wir in einem grenznahen Raum. Da gebietet es sich einfach, mit dem Nachbarn Kontakt zu suchen.“ Dabei gilt Tschechisch wegen seiner Grammatik und Aussprache zwar als sehr schwierige Sprache – sie lässt sich aber dennoch kindgerecht lernen. Den bekannten Kanon „Bruder Jakob“ etwa gibt es auch auf Tschechisch und heißt dann „Brate Kubo“. „Die Kinder sind nicht überfordert. Sie stehen nicht unter Notendruck und lernen die Sprache daher recht spielerisch.“

## Die Finanzierung gestaltet sich schwierig

Doch der spielerische Lerneffekt sei nicht problemlos organisierbar, wie Christoph erläutert. Einen Lehrplan für die AGs gebe es nicht, und die Finanzierung sei schwierig. „Letzten Endes haben wir ein finanzielles Problem“, sagt Christoph. „Unsere Kurse werden durch eine Art Sondertopf finanziert, der vom Kultusministerium an die Regierungsbezirke zugewiesen wird.“ Die oberpfälzische Bezirksregierung stellt für „osteuropäische Sprachen“ – hauptsächlich für Tschechisch – pro Jahr zwischen 70.000 und 80.000 Euro bereit. „Das reicht einfach nicht“, sagt Christoph. „Wir brauchen Unterstützung aus München.“

Von dort kommen momentan positive Signale, dass die Anliegen ernst genommen werden. Kultusstaatssekretär Bernd Sibler (CSU) besuchte kürzlich die Gemeinde Pirk in der Oberpfalz und versprach, sich für den Tschechisch-Unterricht persönlich einzusetzen. „Tschechisch kann immer dann angeboten werden, wenn sich genügend Schüler für das Fach interessieren. Entscheidend ist also der Bedarf.“ Und der sei in den drei ostbayerischen Bezirken durchaus vorhanden, sagt Sibler.

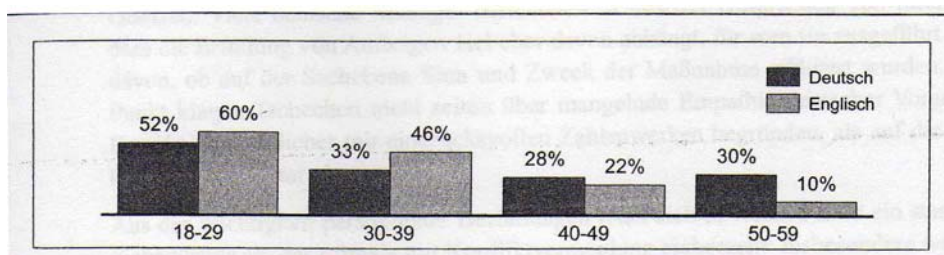
Daneben sieht der Staatssekretär vor allem den pädagogischen Nutzen. „Zahlreiche wissenschaftliche Studien zeigen, wie wichtig die sensible Phase in der Kindheit für das Lernen von Fremdsprachen ist. Deshalb wollen wir diese Phase so gut wie möglich nützen.“ Befürchtungen, dass die Förderung von Tschechisch zulasten anderer AGs gehen könnte, seien dabei „definitiv unbegründet“.

Auch der Bildungsausschuss im bayerischen Landtag stimmte jetzt einstimmig einem Antrag der Grünen zu zu prüfen, wie sich interkulturelle und Sprachkompetenz im bayerisch-tschechischen Grenzraum verbessern lassen. Die Staatsregierung soll nun bis Ende Mai einen Bericht vorlegen. „Wir hoffen, dass es jetzt zügig weitergeht und schon für nächstes Schuljahr Ergebnisse vorhanden sind“, sagt Eike Hallitzky von den Grünen.

Rainer Christoph von der Grundschule in Altenstadt indes hat für nächstes Schuljahr schon konkrete Pläne. Dann wird es auch für die Erstklässler eine Tschechisch-AG geben. Damit nicht nur die Zweitklässler wissen, dass ein Schaf „ovce“, ein Schwein „prase“ und eine Kuh „kráva“ heißen.

Quelle: [http://www.welt.de/muenchen/article1920642/Immer\\_mehr\\_Kinder\\_lernen\\_Tschechisch.html](http://www.welt.de/muenchen/article1920642/Immer_mehr_Kinder_lernen_Tschechisch.html), 18.02.09.

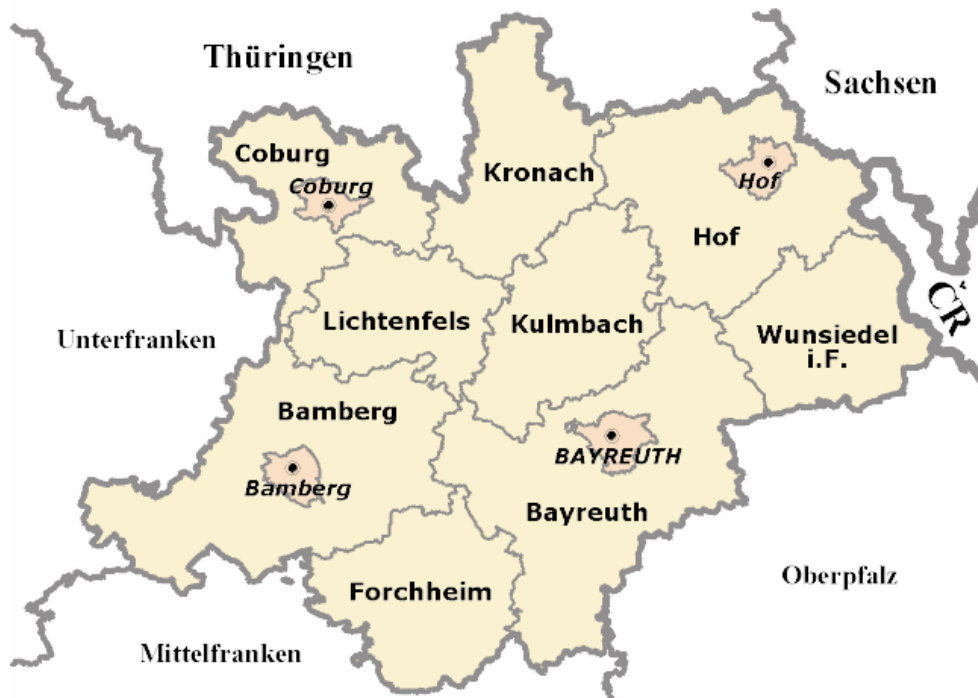
## Anlage Nr. 8



Quelle: Kaufmann, S. 247.

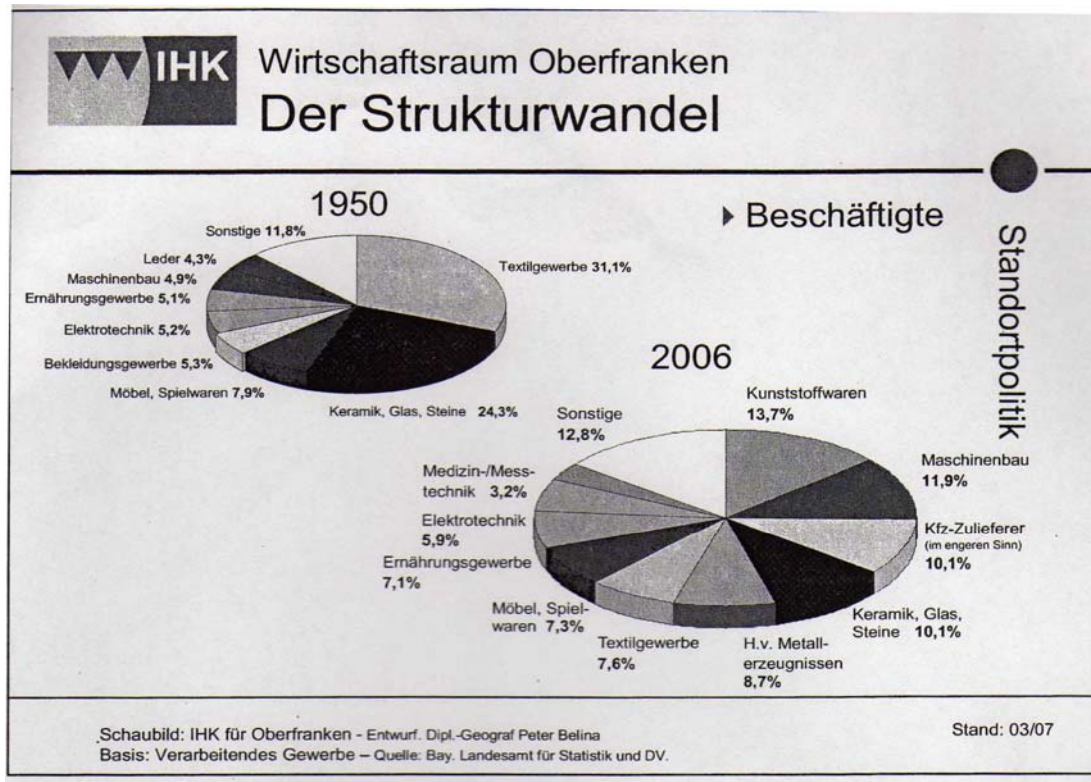


## Anlage Nr. 9



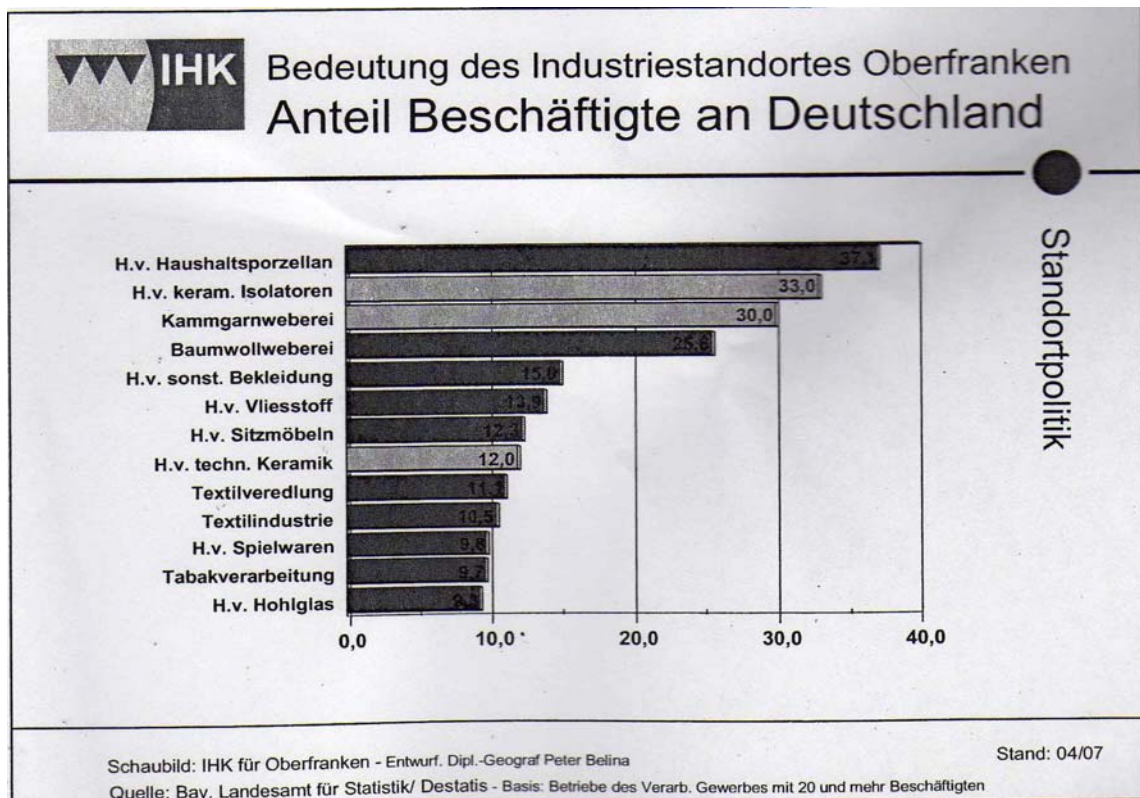
Quelle: <http://www.regierung.oberfranken.bayern.de/>, 15.02.2009.

## Anlage Nr. 10



Quelle: Prof. DR. DR. h.c. Maier, J.: S.84.

## Anlage Nr. 11



Quelle: Prof. DR. DR. h.c. J.Maier, S.84.

## Anlage Nr.12

### Größte gewerbliche Unternehmen in Oberfranken

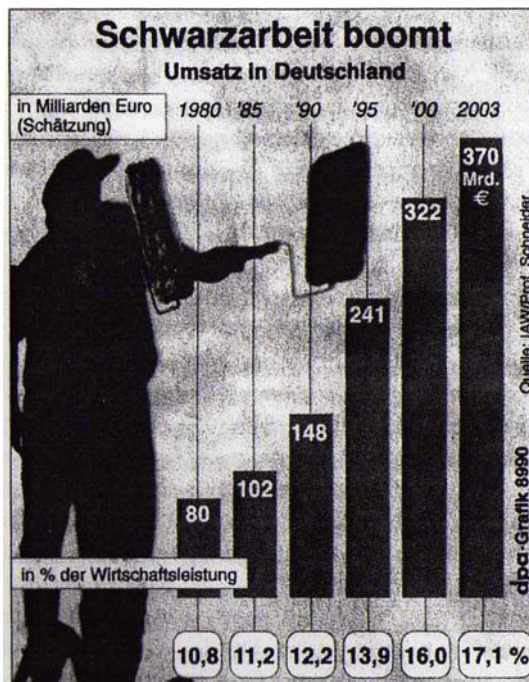
1 Rehau AG + Co.
2 Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG
3 Robert Bosch GmbH
4 HUK Coburg Versicherungsgruppe
5 LE-GO Bekleidungswerke GmbH
6 Scherdel Gruppe
7 Baur Versand GmbH & Co.
8 Kaeser Kompressoren GmbH Produktion
9 GHP Holding GmbH
10 NKD Vertriebs GmbH
11 Deutsche Telekom AG
12 Kunststoff-Technik Scherer & Trier
13 Dr. Schneider Kunststoffwerke GmbH
14 Sozialstiftung Bamberg
15 Rosenthal AG
16 Wieland Electric GmbH
17 Heinz Gruppe
18 Netzsch Gruppe
19 IREKS GmbH

20 Adolf Waldrich Coburg GmbH & Co.
21 Klinikum Bayreuth GmbH
22 Gramss Backstube (incl. BB-Rössner)
23 Ideal Automotive GmbH
24 Siemens AG
25 Textilgruppe Hof AG
26 KSB AG
27 Kommunalunternehmen Kliniken und Heime des Bezirks Oberfranken
28 BHS tabletop (Konzern)
29 E.ON AG
30 Habermaass GmbH (incl. Haba Firmenfamilie)
31 INA-Schaeffler KG
32 Greiffenberger AG
33 Argillon GmbH
34 Willi Schilling Polstermöbelwerke GmbH & Co. KG
35 Auto Scholz Gruppe
36 Kulmbacher Brauerei AG
37 medi Bayreuth GmbH & Co. KG
38 Klinikum Coburg gGmbH
39 Edeka Handelsgesellschaft Nordbayern-Sachsen-Thüringen mbH (incl. Backdie Handelsgesellschaft mbH)
40 Frankenwälder E. Held GmbH & Co. KG
41 Loewe AG
42 British American Tobacco (Germany) GmbH
43 Michelin Reifenwerke KGaA
44 Sana Kliniken GmbH & Co. KGaA
45 Metro AG
46 Kennametal GmbH & Co. KG
47 Raps GmbH & Co. KG
48 Gealan Fenster-Syteme GmbH
49 ASS Einrichtungssysteme GmbH
50 Valeo Klimasysteme GmbH
51 Zapf GmbH
52 W. Goebel Porzellanfabrik GmbH & Co. KG
53 Sparkasse Bamberg
54 Helsa-Werke Helmut Sandler GmbH & Co. KG
55 Crimpack-Gruppe
56 BI-LOG AG
57 Commerzbank AG
58 W. Markgraf GmbH & Co. KG
59 Wiegand Gruppe
60 Vishay Elektronik GmbH
61 Kapp Gruppe
62 Klinikum Fichtelgebirge gGmbH
62 Klinikum Kulmbach
64 Diakonie Hochfranken
65 Fränkischer Tag GmbH
66 SAINT-GOBAIN Ceramics & Plastics, Inc.

67 BayWa AG
68 Huhtamaki Forchheim GmbH & Co. KG
69 Sparkasse Coburg-Lichtenfels
70 Helmuth-G.-Walther-Klinikum Lichtenfels gGmbH
71 XXX Lutz (Möbel Neubert)
72 V. Fraas AG & Co. KG
73 Sparkasse Kulmbach-Kronach
74 Cebal Verpackungen GmbH
75 Sparkasse Bayreuth
76 Rauschert Industries GmbH
77 Bischoff Logistik Systeme Holding GmbH & Co. KG
78 Bäckerei Fuchs
79 Krankenhaus Forchheim der Vereinigten Pfründnerstiftungen
80 LEAR Corporation GmbH & Co. KG
80 CeramTec AG Innovative Ceramic Engineering
82 M&M-Gruppe Deutschland
83 Knoll GmbH
84 dennree GmbH
85 NICI AG
86 Deutsche Bahn AG / DB Regio AG Regio Oberfranken
87 Baier & Köppel -BEKA- Zentralschmiertechnik, GmbH +Co.
88 Veit Dennert KG
89 RZB Rudolf Zimmermann, Bamberg GmbH
90 Rupp & Hubrach Optik GmbH
91 Kreis- und Stadtparkasse Hof
92 Sauer Polymertechnik GmbH & Co. KG
93 Glen Dimplex Deutschland GbmH
95 Hofmann Innovation Group AG
94 Sandler AG
96 Zapf Creation AG
97 Frenzelit-Werke GmbH & Co. KG
98 Koinor Polstermöbel GmbH & Co. KG
99 Gaudlitz GmbH
100 GSB Security Gesellschaft für Sicherheitsdienste

Quelle: IHK Oberfranken

## Anlage Nr. 13



Quelle: Sticht, S. 24.

## Anlage Nr.14

Handwerkszweige gesamt	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bau- u. Ausbau	3.034	3.080	3.162	3.365	3.568	3.575	3.634	3.590
Metall/Elektro	4.427	4.391	4.406	4.499	4.603	4.649	4.660	4.671
Holz	1.469	1.469	1.491	1.592	1.667	1.689	1.683	1.674
Bekleidung, Textil	782	763	782	859	937	927	923	905
Nahrung	1.657	1.622	1.576	1.547	1.504	1.456	1.436	1.387
Gesundheit/Körperpflege	2.067	2.134	2.230	2.368	2.612	2.783	2.892	2.941
Glas, Papier, Keramik	506	499	486	525	559	559	561	573
<b>Gesamthandwerk:</b>	<b>13.942</b>	<b>13.958</b>	<b>14.133</b>	<b>14.755</b>	<b>15.450</b>	<b>15.638</b>	<b>15.789</b>	<b>15.741</b>

Quelle: <http://www.hwk-oberfranken.de/article.php?sid=781&mode=thread&order=0>, 12.02.2009.

## Anlage Nr. 15

Anzahl der Betriebe in den einzelnen Stadt- und Landkreisen 2000 - 2008

Stand jeweils 31.12.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<u>Stadt:</u>									
Bamberg	740	726	719	736	760	807	828	824	847
Bayreuth	723	741	748	754	771	792	795	806	830
Coburg	--	433	431	433	447	459	474	476	458

Hof	549	554	555	552	566	574	579	587	583
<u>Landkreis:</u>									
Bamberg	1.933	1.986	2.010	2.062	2.140	2.265	2.278	2.318	2.338
Bayreuth	1.445	1.467	1.482	1.501	1.583	1.684	1.727	1.740	1.716
Coburg	--	1.095	1.084	1.110	1.166	1.209	1.229	1.223	1.225
Forchheim	1.487	1.475	1.473	1.507	1.581	1.658	1.689	1.733	1.746
Hof	1.404	1.401	1.394	1.398	1.488	1.539	1.565	1.586	1.549
Kronach	1.008	1.017	1.013	1.006	1.053	1.108	1.128	1.129	1.121
Kulmbach	1.062	1.061	1.063	1.075	1.100	1.167	1.197	1.197	1.186
Lichtenfels	901	900	906	921	969	1.024	999	1.027	1.013
Wunsiedel	1.098	1.086	1.080	1.078	1.131	1.164	1.150	1.143	1.129
<b>Kammerbezirk Oberfranken</b>	<b>12.350</b>								
<b>Kammerbezirk Coburg</b>	<b>1.554</b>								
<b>Oberfranken insgesamt</b>	<b>13.904</b>	<b>13.942</b>	<b>13.958</b>	<b>14.133</b>	<b>14.755</b>	<b>15.450</b>	<b>15.638</b>	<b>15.789</b>	<b>15.741</b>

Quelle: Handwerksrolle der Handwerkskammer für Oberfranken

Quelle: [http://www.hwk-](http://www.hwk-oberfranken.de/article.php?sid=780&mode=thread&order=0)

[oberfranken.de/article.php?sid=780&mode=thread&order=0](http://www.hwk-oberfranken.de/article.php?sid=780&mode=thread&order=0), 12.02.2009.

## Anlage Nr. 16

### Fragebogen

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich möchte sie um Ausfüllen des Fragebogens bitten. Ich bin Studentin des Faches „Deutsch für den Beruf“ der Universität Pardubice in der Tschechischen Republik.

Zurzeit schreibe ich meine Bachelorarbeit auf das Thema Firmen und Oberfranken.

Deshalb brauche ich mittel der empirischen Untersuchung mehrere Informationen über oberfränkischen Firmen, die in Tschechien tätig sind, ermitteln.

Der Fragebogen ist anonym und wird nur für die Zwecke meiner Bachelorarbeit benutzt.

Vielen Dank im Voraus für Ihre Mitarbeit.

Šandová Kateřina

**1) Warum sind Sie auf den tschechischen Markt getreten?**

- a) Ostmarktstrategie
- b) Absatzpotenzial
- c) andere Antwort

**2) Wie lange sind sie in Tschechien tätig?**

**3) In welchem Form sind Sie in Tschechien tätig?**

- a) Vertriebniederlassungen
- b) Zweigbetrieb
- c) Export
- d) Tochtergesellschaften
- e) andere Antwort.....

**4) Hat Ihnen mit dem Eintritt auf den tschechischen Markt IHK für Oberfranken oder eine andere Institution geholfen?**

- a) ja
- b) nein

**5) Was war für Sie das größte Problem, wenn Sie in Tschechien arbeiten begonnen?**

- a) Sprachbarrieren
- b) Investitionsbarrieren
- d) andere Antwort

**6) Wie hat sich der tschechische Markt in den letzten Jahren für Ihre Firma geändert?**

- a) positiv
- b) eher positiv
- c) negativ
- d) eher negativ

**7) Möchten Sie in der Zukunft weiter mit den Tschechen zusammenarbeiten?**

- a) ja
- b) eher ja
- c) eher nein
- d) nein

**8) Wo liegt Ihrer Meinung nach im Berufsfeld der größte Unterschied zwischen Deutschen und Tschechen?**

- a) Ausbildung, Qualifikation
- b) persönliche Eigenschaften (nennen Sie Beispiele).....
- c) andere Antwort (nennen Sie Beispiel).....

**9) In welcher Sprache kommunizieren Sie mit Ihren tschechischen Geschäftspartnern?**

- a) auf Deutsch
- b) auf Englisch
- c) überwiegend auf Deutsch, ausnahmsweise auf Englisch
- d) überwiegend auf Englisch, ausnahmsweise auf Deutsch
- e) in einer anderen Sprache: .....

**10) Welcher Art der Kommunikation mit dem tschechischen Handelspartner bevorzugen Sie?**

- a) schriftliche Kommunikation (Email, Fax, Post)  
 b) mündliche Kommunikation (Telefon, persönliches Treffen)

Begründen Sie Ihre Antwort:  
 .....

**11) Wurde oder ist in Ihrer Firma ein Tschechisch-Unterricht angeboten?**

- a) ja  
 b) nein

**Anlage Nr. 17**

Name der Firma	Ort	Tätigkeitsbereich
Deru Glaswarenvertrieb Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Bamberg	
Quarzsandwerke Weissenbrunn Bauer & Co. Inhaberin Porzellanfabrik Tettau GmbH	Weissenbrunn	Gewinnung von Kies und Sand
LUMEN Gesellschaft mit beschränkter Haftung Nahrungsmittel- und Maschinenfabrik	Kulmbach	Herstellung von Speiseeis
Heinrich Leupoldt KG	Weissenstadt	Herstellung von Stärke und Stärkerzeugnissen
Wela-Trognitz Fritz Busch GmbH & Co. KG	Ludwigstadt	Herstellung von Nahrungsmitteln, anderweitig nicht genannt (ohne
Destillerie Dr. Gerald Rauch GmbH	Marktredwitz	Herstellung von Spirituosen
PLASSENBURG KELTEREI eG	Bad Berneck	Herstellung von Spirituosen
Kaiserdom - Privatbrauerei Bamberg Wörner GmbH & Co. KG	Bamberg	Herstellung von Bier
Bamberger Mälzerei Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Bamberg	Herstellung von Malz
Langendorf Textil GmbH & Co. KG	Marktrodach	Textilgewerbe
Nikol Weber KG	Selbitz	Spinnstoffaufbereitung und Spinnerei
I. Börner Spezialzwirne und Nähgarne GmbH	Helmbrechts	Herstellung von Nähgarn
Bamberger Kaliko GmbH	Bamberg	Weberei
C. Hohenberger Inhaber Werner Schindler e.K.	Nagel	Weberei
Frohn GmbH	Schauenstein	Weberei
Gebrüder Munzert GmbH & Co.	Naila	Weberei
Horn KG Weberei für Dekostoffe	Grafenheide	Weberei
Rohleder Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Konradseuth	Weberei
Gottlieb Stoesslein, GmbH & Co. KG	Helmbrechts	Weberei



Weber & Ott Aktiengesellschaft	Forchheim	Weberei
Georg Chr. Wirth GmbH & Co. KG	Helmbrechts	Weberei
M. Zellner GmbH	Michelau	Weberei
Ludwig Voigtländer GmbH Wirkstoff- und Gardinenfabrik	Hof	Baumwollweberei
f.a.n. frankenstolz Schlafkomfort H. Neumeyer GmbH & Co. Steppdecken- u. Matratzen-	Schlüsselfeld	Herstellung von Bettwaren (ohne Matratzen)
Garanta-Steppdeckenfabrik Christian Bayer GmbH & Co. KG	Hof	Herstellung von Bettwaren (ohne Matratzen)
Wilhelm Kneitz Aktiengesellschaft, Textilwerke	Wirsberg	Herstellung von konfektionierten textilen Artikeln für die Innena
Gittel Triagwerke GmbH	Lichtenfels	Herstellung von gewirktem und gestricktem Stoff
Kurt Kränzle KG	Kirchenlamitz	Herstellung von gewirktem und gestricktem Stoff (ohne Gardinensto
medi GmbH & Co. KG	Bayreuth	Herstellung von Strumpfwaren
Adolf Riedl GmbH & Co. KG	Bayreuth	Herstellung von Oberbekleidung (ohne Arbeits- und Berufsbekleidung
Hanns-Egon Kleemeier Kleiderfabrik GmbH & Co. KG	Hof	Herstellung von gewebter Oberbekleidung für Damen und Mädchen
suprima GmbH	Bad Berneck	Herstellung von gewebter Oberbekleidung für Damen und Mädchen
Helmut Swoboda verpass- Bekleidungsfabrikation GmbH & Co. KG	Schneckenlohe	Herstellung von gewebter Oberbekleidung für Damen und Mädchen
TONI DRESS DAMENMODEN GMBH	Forchheim	Herstellung von gewebter Oberbekleidung für Damen und Mädchen
Eduard Haag GmbH & Co. KG	Thiersheim	Herstellung von sonstigen gewirkten und gestrickten Fertigerzeugn
BOSCHAGROUP GmbH & Co. KG	Presseck	Lederverarbeitung (ohne Herstellung von Lederbekleidung und Schuh
Adolf Werner GmbH Schuhfabrik	Schwarzembach a d Saale	Herstellung von sonstigen Schuhen
GELO Holzwerke GmbH	Weißensadt	Säge-, Hobel- und Holzimprägnierwerke
Spacewall GmbH Ausstellungspaneele	Gattendorf	Herstellung von Holzwaren, anderweitig nicht genannt, sowie von K
Carl Groß GmbH & Co. KG	Hof	Herstellung von Papier, Karton und Pappe
Papierverarbeitungswerk Franz Veit Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Hirschaid	Herstellung von Papier, Karton und Pappe
H.-J. Amann GmbH & Co.	Rehau	Druckgewerbe
kepo-Siebdruck GmbH	Kirchenlamitz	Druckgewerbe
SCHOCK Druck + Papierverarbeitung GmbH	Bamberg	Druckgewerbe
Specht & Sohn Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Keramische Druckerei	Selb	Druckgewerbe
Töpfer Kulmbach GmbH	Kulmbach	Druckgewerbe
ESKA Schneider GmbH	Kulmbach	Drucken anderer Druckerzeugnisse
Voitländer GmbH & Co. KG	Kronach	Mineralölverarbeitung

Habla Chemie GmbH	Mistelbach	Herstellung von chemischen Grundstoffen
Hans Hubmann GmbH & Co.	Kulmbach	Herstellung von chemischen Grundstoffen
Nordbayerische Farben- und Mineralwerke GmbH & Co. KG	Hof	Herstellung von chemischen Grundstoffen
böhm Polytech GmbH	Tettau	Herstellung von Kunststoffen in Primärformen
Horst Müller Kunststoffe GmbH & Co. KG	Lichtenfels	Herstellung von Anstrichmitteln, Druckfarben und Kittens
Noris-Color GmbH	Kulmbach	Herstellung von Anstrichmitteln, Druckfarben und Kittens
Rottolin-Werk Julius Rotter & Co.	Bayreuth	Herstellung von Anstrichmitteln, Druckfarben und Kittens
Colfirmit Rajasil GmbH & Co. KG	Marktredwitz	H. v. Bautenschutzmitteln
Algi Seifenfabrik GmbH & Co. KG	Stockheim	Herstellung von Seifen, Wasch-, Reinigungs- und Körperpflegemitteln
GEALAN Fenster-Systeme GmbH	Oberkotzau	Herstellung von Kunststoffwaren
Erwin Großmann GmbH & Co. KG	Ludwigstadt	Herstellung von Kunststoffwaren
Rebhan GmbH & Co. KG FPS Kunststoff-Verpackungen	Stockheim	Herstellung von Kunststoffwaren
H.N. Zapf KG	Hof	Herstellung von Kunststoffwaren
Rudolf Zeitler GmbH	Thierstein	Herstellung von Kunststoffwaren
Vitrolan Textilglas GmbH	Marktschorgast	Herstellung von technischen Kunststoffteilen
Fastner & Co. GmbH Glasschmelzhafenfabrik Elisenfels-Oberfranken	Arzberg	Herstellung von Glas und Glaswaren
Sigmund Lindner GmbH	Warmensleinach	Herstellung von Glas und Glaswaren
Schöbel Kristallglas GmbH	Warmensleinach	Herstellung von Glas und Glaswaren
Arzberg - Porzellan GmbH	Schirmding	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
BHS tabletop Aktiengesellschaft	Selb	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
Kleinteich Porzellan GmbH	Schwarzenbach a d Saale	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
Rudolf Lorenz & Sohn Inh. Karin Andrea Larisch	Schwarzenbach a d Saale	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
CeramTec AG	Marktredwitz	Herstellung von keramischen Erzeugnissen für sonstige technische
Liapor GmbH & Co. KG	Hallerndorf	Herstellung von Ziegeln
Frenzelit-Werke GmbH & Co. KG	Bad Berneck	Herstellung von Faserzementwaren
Stella Keramik GmbH	Schwarzenbach a d Saale	Herstellung von Mühl-, Mahl-, Schleif-, Wetz- und Poliersteinen
Wefra-Werke Hans Ponather GmbH & Co. KG	Schwarzenbach a d Saale	Herstellung von Mühl-, Mahl-, Schleif-, Wetz- und Poliersteinen
Ludwig Künzel, Nagelfabrik Arzberg-Bayern KG	Arzberg	Metallerzeugung und -bearbeitung

Christian Eberl KG	Röslau	Herstellung von Metallerzeugnissen
Fischer + Jistel GmbH	Kulmbach	Herstellung von Metallerzeugnissen
HÜFRA GmbH & Co. Technische Federfabrik KG	Weißensadt	Herstellung von Metallerzeugnissen
Klubert + Schmidt GmbH	Pottenstein	Herstellung von Metallerzeugnissen
Messerfabrik Schmidt & Co.	Gefrees	Herstellung von Metallerzeugnissen
Neunkirchner Präzisionsfeder- Werk Schubert GmbH & Co. KG	Neunkirchen	Herstellung von Metallerzeugnissen
OEKAMETALL Oehlhorn GmbH & Co. KG	Bamberg	Herstellung von Metallerzeugnissen
Raithel & Co. Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Weißensadt	Herstellung von Metallerzeugnissen
Sommer Metallbau-Stahlbau GmbH & Co. KG	Döhlau	Stahl- und Leichtmetallbau
Stahl- und Drahtwerk Röslau, GmbH	Röslau	Stahl- und Leichtmetallbau
Sommer Fassadensysteme- Stahlbau-Sicherheitstechnik GmbH & Co. KG	Döhlau	Herstellung von Ausbauelementen aus Metall
atlas diamant Peter Büttgenbach	Wunsiedel	Herstellung von Werkzeugen
B + S Diamantwerkzeuge GmbH	Marktredwitz	Herstellung von Werkzeugen
Metalluk Bauscher GmbH & Co. KG	Bamberg	Maschinenbau
SMB SCHWEDE MASCHINENBAU GmbH	Goldkronach	Maschinenbau
WALTEC Maschinen GmbH	Wilhelmsthal	Maschinenbau
Hans Weber Maschinenfabrik GmbH	Kronach	Maschinenbau
WILO EMU GmbH	Hof	Herstellung von Pumpen und Kompressoren
KSB Aktiengesellschaft Werk Pegnitz	Pegnitz	Herstellung von Pumpen und Kompressoren
ABM Greiffenberger Antriebstechnik GmbH	Marktredwitz	Herstellung von Lagern, Getrieben, Zahnradern und Antriebselement
Künzel Maschinenbau GmbH	Mainleus	Herstellung von Maschinen für das Ernährungsgewerbe und die Tabak
Liba-Maschinenfabrik Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Naila	Herstellung von Maschinen für das Textil-, Bekleidungs- und Leder
Netzsch-Feinmahltechnik GmbH	Selb	Herstellung von Maschinen für bestimmte Wirtschaftszweige, anderw
RVT Process Equipment GmbH	Steinwiesen	Herstellung von Maschinen für bestimmte Wirtschaftszweige, anderw
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG.	Strullendorf	Herstellung von elektrischen Haushaltsgeräten
EW Hof Antriebe und Systeme GmbH	Hof	Herstellung von Elektromotoren, Generatoren und Transformatoren
SBA-TrafoTech GmbH	Heiligensandt	Herstellung von Elektromotoren, Generatoren und Transformatoren
Wieland Electric GmbH	Bamberg	Herstellung von isolierten Elektrokabeln, - leitungen und -drähten
Akkumulatorenfabrik Moll GmbH & Co. KG	Bad Staffelstein	Herstellung von Akkumulatoren und Batterien

CML Innovative Technologies GmbH & Co KG	Bamberg	Herstellung von elektrischen Lampen und Leuchten
Rausch & Pausch GmbH	Selb	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen, anderweitig nicht gena
Gebr. Waasner Elektrotechnische Fabrik GmbH	Forchheim	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen, anderweitig nicht gena
Loewe AG	Kronach	Herstellung von elektronischen Bauelementen
Loewe Opta GmbH	Kronach	Herstellung von Rundfunkgeräten sowie phono- und videotechnischen
PTL Dr. Grabenhorst GmbH	Stadtsteinach	Herstellung von Mess-, Kontroll-, Navigations- u.ä. Instrumenten
Pusch GmbH & Co. KG	Küps	Herstellung von elektrischen Mess-, Kontroll-, Navigations- u.ä.
Trench Germany GmbH	Bamberg	Herstellung von elektrischen Mess-, Kontroll-, Navigations- u.ä.
Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, Hallstadt	Hallstadt	Herstellung von Karosserien, Aufbauten und Anhängern
NOVEM Car Interior Design Kulmbach GmbH	Kulmbach	Herstellung von Teilen und Zubehör für Kraftwagen und Kraftwagenm
Sieglinde Bayer Chic 2000 GmbH	Michelau	Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten,
Heinrich Geuther Kindermöbel und -geräte GmbH & Co. KG	Mitwitz	Herstellung von Möbeln
MAJA-WERK Manfred Jarosch GmbH & Co. KG	Kasendorf	Herstellung von Möbeln
Mayer Sitzmöbel GmbH & Co. KG	Redwitz	Herstellung von Möbeln
Brühl & Sippold GmbH	Bad Steben	Herstellung von Polstermöbeln
Herbert Bauerfeind Inh. Stefan Bauerfeind e.K.	Langensendelbach	Herstellung von Musikinstrumenten
Erwin Schön Inh. Robert Scheiblich e.K.	Marktrodach	Herstellung von Spielwaren
RVN Recyclingverfahren Neuenmarkt GmbH	Neuenmarkt	Recycling
Heinrich Seeberger Kfz-Vertriebs GmbH u. Reparaturwerkstätten	Marktrewitz	EH m Kraftwagen
Peter Becker Reifen + Kfz-Teile Grosshandel	Selb	GH m Bereifungen
Carl Tänzler	Helmbrechts	HV v textilen Rohstoffen und Halbwaren, Häuten, Fel
Obst-Trautner GmbH	Gräfenberg	GH m Obst, Gemüse und Kartoffeln
Rumpler-Fruchthof Leutenbach-Fränkische Schweiz GmbH	Leutenbach	GH m Obst, Gemüse und Kartoffeln
ROWO-FOOD GmbH Rohstoffe für die Nahrungsmittelindustrie	Stadelhofen	GH m sonstigen Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren, o
Pharetra Gesellschaft für textile Kunststoffanwendung mit beschränkter Haftung & Co	Selbitz	GH m Meterware für Bekleidung und Wäsche
Schürr Schuhvertrieb Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Schwarzenbach a d Saale	GH m Schuhen
Karl Ultsch GmbH	Hochstadt	GH m Lederbekleidung
ELTRIC Karl Heckel GmbH	Bayreuth	GH m elektrischen Haushaltsgeräten und

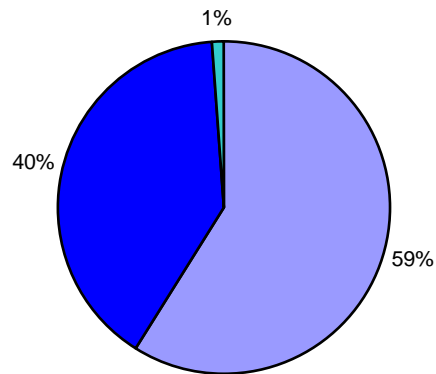
		Geräten der Unterhal
MK-Haushaltswaren GmbH	Mainleus	GH m Haushaltswaren aus Metall, keramischen Erzeugnissen, G
Zieher KG	Himmelkron	GH m Haushaltswaren aus Metall, keramischen Erzeugnissen, G
BOHEMIA-CRISTAL-Handels-gesellschaft mit beschränkter Haftung	Selb	GH m keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Medika Medizintechnik GmbH	Hof	GH m medizinischen und orthopädischen Artikeln und Laborbed
Messingschlagel GmbH & Co. KG	Baunach	GH m Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör, Sport- und Cam
Reiner Kanzewitsch	Kronach	GH m Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel)
LEKRA Ralf Krappmann GmbH	Bad Staffelstein	GH m Leder- und Täschnerwaren
Taleco-Handels-GmbH Geschenk- und Leder-Artikel	Michelau	GH m Leder- und Täschnerwaren
Andreas Schardt KG	Michelau	GH m Möbeln, Einrichtungsgegenständen, Antiquitäten und Bod
Andreas Scherer	Michelau	GH m Möbeln, Einrichtungsgegenständen, Antiquitäten und Bod
Schwab & Gick GmbH & Co. KG	Lichtenfels	GH m Möbeln, Einrichtungsgegenständen, Antiquitäten und Bod
Geweihaus Georg Fritzmann & Söhne Anlagen KG	Lichtenfels	GH m Antiquitäten, darunter antike Möbel, Teppiche, Gobelins, Büc
Carl Götz GmbH	Bamberg	GH m Roh- und Schnittholz
Franz Mandt GmbH & Co. KG	Wunsiedel	GH m Baustoffen und Bauelementen aus mineralischen Stoffen
BIS Walraven GmbH	Bayreuth	GH m Installationsbedarf für Gas, Wasser und Heizung
CFM Chemikalien - Feinchemikalien - Metallverbindungen Oskar Tropitzsch e.K.	Marktredwitz	GH m chemisch-technischen Erzeugnissen
Ziegler & Co. GmbH	Wunsiedel	GH m chemisch-technischen Erzeugnissen
Kulmbacher Spinnerei GmbH	Mainleus	GH m sonstigen Halbwaren
Jean Bilsheim Vermögensverwaltung, Inhaber Jean Bilsheim e. K.	Bayreuth	GH m Altmaterialien und Reststoffen
Complast Handels- und Vertriebsgesellschaft mbH fuer die Kunststoffverarbeitung	Pegnitz	GH m Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
Pneumolastic-GmbH, Maschinen- und Material-Vertriebsgesellschaft für Textil, Bekleidung	Selbitz	GH m Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
Rauh-Hydraulik GmbH	Bamberg	GH m Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
Sebald & Co. GmbH	Marktredwitz	GH m Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
Sieck GmbH & Co. Industriemaschinen KG	Bayreuth	GH m Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
SKE GmbH Diamant-schleifwerkzeuge	Marktredwitz	GH m Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
Rolf Weber KG	Schauenstein	GH m Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör
Seimpex Vertriebs-GmbH	Selb	GH m sonstigen Ausrüstungen und Zubehör für Maschinen sowie

Heuberger Kälte - Klima - Verpflegungsautomaten GmbH	Bayreuth	Sonstiger Großhandel
Scheruhn Industrie-Mineralien GmbH & Co.	Hof	GH m Rohstoffen und Halbwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt
Frank & Henne GmbH & Co.	Hof	GH m Fertigwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt
Luitpold Griebhammer GmbH	Selb	GH m Fertigwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt
Hans Thümlein GmbH	Weißbrunn	GH m Fertigwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt
Heinrich Zeidler II techni- scher Großhandel und Indu- striebedarf GmbH & Co. KG	Selb	GH m Fertigwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt
NKD Vertriebs GmbH	Bindlach	EH m Bekleidung, ohne ausgeprägten Schwerpunkt
Balke Nähtechnik GmbH	Mainleus	EH m Näh- und Strickmaschinen (in Verkaufsräumen)
Active Key GmbH & Co. KG	Pegnitz	EH m Elektronik u elektronischen Erzeugnissen
Musikhaus Thomann e.K.	Burgebrach	EH m Musikinstrumenten und Musikalien
eka Edelstahlkamine GmbH	Untersteinach	EH m Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren, anderweitig nic
Massiv-Holz GmbH Kümmelmann	Rattelsdorf	EH m sonstigen Waren für Heimwerkerbedarf, darunter Schnittholz,
Rudolf Zimmermann GmbH + Co. KG	Bamberg	Vermietung und Verpachtung von eigenen Grundstücken und Nichtwohn
Zitzmann GmbH & Co. KG - Werkzeugbau Tettau -	Tettau	Managementtätigkeiten von Holdinggesellschaften
SCHERDEL GmbH	Marktredwitz	Managementtätigkeiten von Holdinggesellschaften mit Schwerpunkt i
Textilgruppe Hof Aktiengesellschaft	Hof	Managementtätigkeiten von sonstigen Holdinggesellschaften (ohne g
"PEMA" Brot u. Backwaren Gesellschaft mit be- schränkter Haftung	Weißstadt	Komplementärgesellschaften
AUNDE Kulmbach GmbH	Kulmbach	Komplementärgesellschaften
GHP Holding GmbH	Bamberg	Holdinggesellschaft
Gebrüder Ritter GmbH & Co. KG	Münchberg	Modedesign
Horst Muendel e.Kfm.	Hof	Modedesign
Bayerische Weißkalkwerke Döbra-Poppengrün Krug & Hagen- müller Zweigniederlassung der	Regnitzlosau	Sonstige Vermögensberatung
Fun-Sports Freizeitanlagen und Zubehörteile GmbH	Bamberg	Betrieb von Sportanlagen
Hermos Verwaltungs GmbH	Mistelgau	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, anderweitig nicht gena

Quelle: [http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Daten-und-Fakten\\_id\\_420\\_.htm](http://www.bayreuth.ihk.de/xist4c/web/Daten-und-Fakten_id_420_.htm), 20.02.2009.

### Anlage Nr. 18

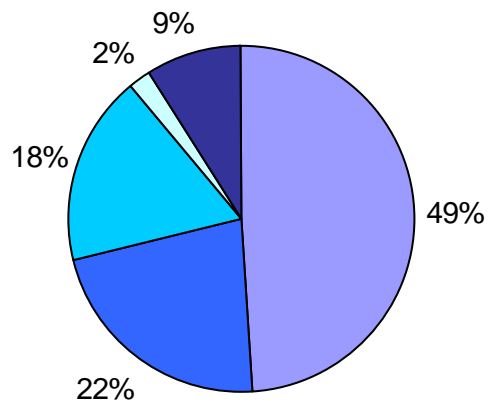
*Frage Nr. 1: Warum sind Sie auf den tschechischen Markt getreten?*



■ Oststrategie ■ Absatzpotential, Investierungsmöglichkeiten ■ andere Antwort

### Anlage Nr.19

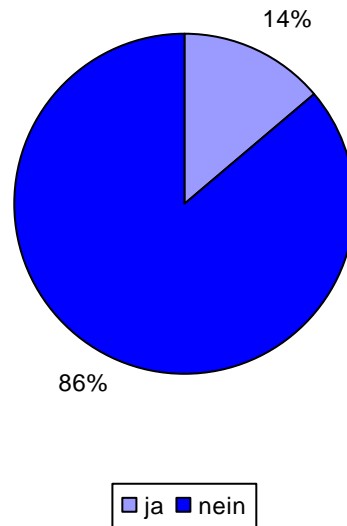
*Frage Nr. 3: In welchem Form sind Sie in Tschechien tätig?*



■ Export ■ Vertriebniederlassungen ■ Zweigbetrieb  
■ Tochtergesellschaft ■ andere Antwort

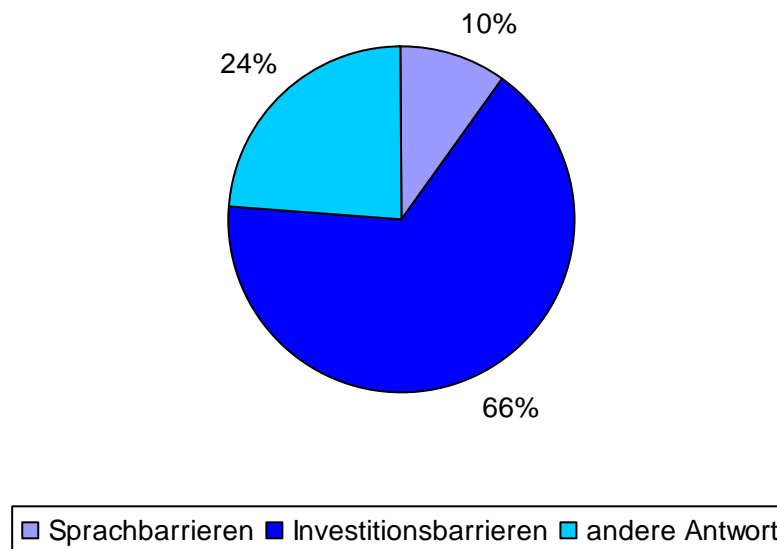
**Anlage Nr.20**

*Frage Nr.4: Hat Ihnen mit dem Eintritt auf den tschechischen Markt IHK für Oberfranken oder eine andere Institution geholfen?*



**Anlage Nr. 21**

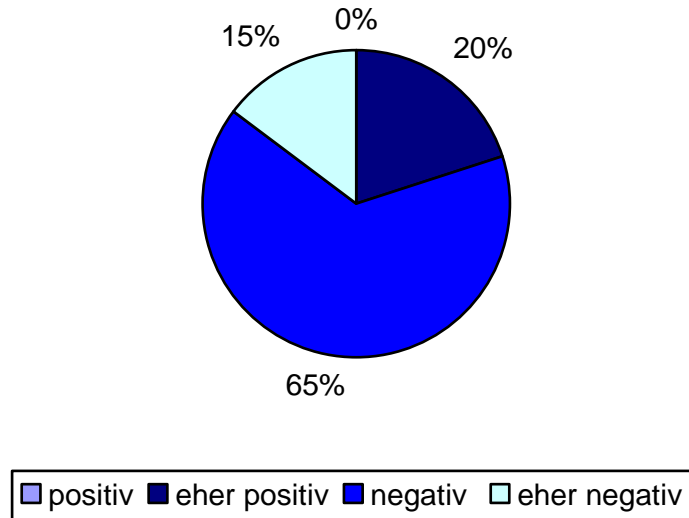
*Frage Nr.5: Was war für Sie das größte Problem, wenn Sie in Tschechien arbeiten begonnen?*





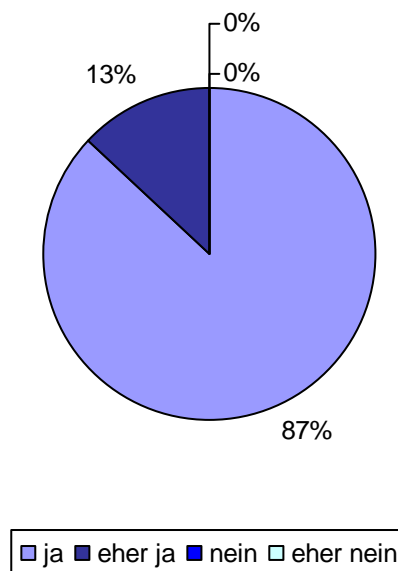
**Anlage Nr. 22**

*Frage Nr. 6: Wie hat sich der tschechische Markt in den letzten Jahren für Ihre Firma geändert?*



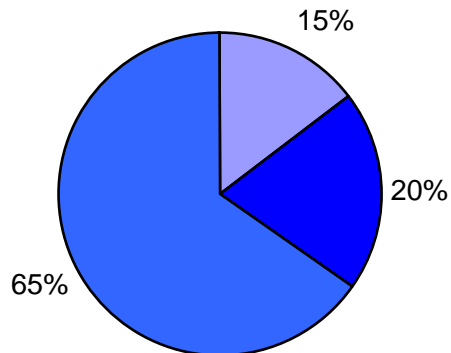
**Anlage Nr. 23**

*Frage Nr. 7: Möchten Sie in der Zukunft weiter mit den Tschechen zusammenarbeiten?*



**Anlage Nr. 24**

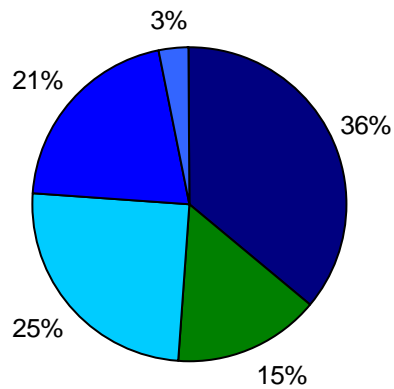
*Frage Nr. 8: Wo liegt Ihrer Meinung nach im Berufsfeld der größte Unterschied zwischen Deutschen und Tschechen?*



■ Ausbildung, Qualifikation ■ persönliche Eigenschaften ■ andere Antwort

**Anlage Nr. 25**

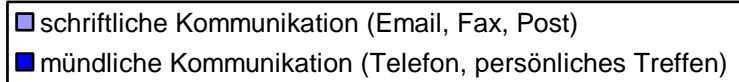
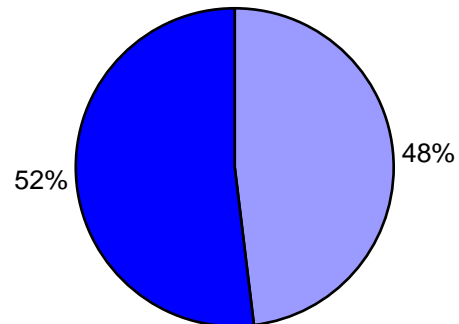
*Frage Nr. 9: In welcher Sprache kommunizieren Sie mit Ihren tschechischen Geschäftspartnern?*



■ auf Deutsch  
■ auf Englisch  
■ überwiegend auf Deutsch, ausnahmsweise auf Englisch  
■ überwiegend auf Englisch, ausnahmsweise auf Deutsch  
■ in einer anderen Sprache

**Anlage Nr.26**

*Frage Nr. 10: Welcher Art der Kommunikation mit dem tschechischen Handelspartner bevorzugen Sie?*



**Anlage Nr. 27**

*Frage Nr. 11: Wurde oder ist in Ihrer Firma einen Tschechisch-Unterricht angeboten?*

