MAGAZIN WIRTSCHAFT

AUTOMOBILINDUSTRIE | INNOVATIONEN | AUSSENHANDEL | TOURISMUS | BAUWIRTSCHAFT | IT-BRANCHE | JUNI 2016



Prager Zeitung

» jede Woche
» Aktuelles aus Tschechien
» auf Deutsch

www.pragerzeitung.cz


40 Jahre „Nacht von Belgrad“: Als Hölzenbein auf Panenka traf Seite 15

Prager Zeitung

Die Wochenzeitung aus der Mitte Europas

Feiern mit Ai Weiwei

„Wir brauchen eine starke Union“

Staatssekretär Tomáš Prouza warnt vor neuen Gräben in Europa

MAGAZIN WIRTSCHAFT

Juni 2016

Ein Produkt des Verlags Prago-Media | Prager Zeitung
HERAUSGEBER Prago-Media, spol. s r. o. | Prager Zeitung | Jeseniova 1169/51 | 130 00 Praha 3
Tel. +420 222 250 125 | Fax: +420 226 216 798 | E-Mail: info@pragerzeitung.cz | www.pragerzeitung.cz
CHEF VOM DIENST Corinna Anton | **TEXTBEITRÄGE** Germany Trade & Invest, Český rozhlas 7 | **GRAFIK** Oldřich Vaněk
ANZEIGENLEITUNG Petr Hlaváč | Tel./Fax: +420 222 253 379 | E-Mail: petr.hlavac@pragerzeitung.cz
LESER-SERVICE Hana Gaitzschová | Tel. +420 222 210 959, hana.gaitzschova@pragerzeitung.cz
FOTOS Seiten 1, 5, 8–10, 13, 17 und 18 APZ | Seite 4 Das WeltAuto | Seite 6 Jakub Joachim
Seite 7 Volkswagen AG | Seite 14 Vojtěch Vlk | Seite 16 P3 | Seite 19 Oldřich Vaněk
DRUCK Tiskárna Horák | ISSN 1801-9943, MK ČR E 16825

Die PZ gibt es auch als eBook!

Infos unter
www.pragerzeitung.cz



INHALT

AUTOMOBILINDUSTRIE
Nachhaltig fahren mit alternativen Antriebsarten 5

INNOVATIONEN
Gemeinsam tüfteln beim Wettbewerb für Start-ups 8

AUSSENHANDEL
Erfolgreicher Export ins Nachbarland 9

TOURISMUS
Kaufkräftige Gäste dank internationaler Konferenzen 10

BAUWIRTSCHAFT
Aufträge durch Aufschwung 13

IT-BRANCHE
Mit Software an die Weltspitze 17

Bei den grau unterlegten und in serifenloser Schrift abgedruckten Texten handelt es sich um Veröffentlichungen zu Werbezwecken.

Das WeltAuto – Ihr Wagen für Ihr Business

Hier bekommt jeder seinen passenden Gebrauchtwagen

Bei dem Wort „Business“ stellt sich jeder von uns etwas anderes vor. Wenn man dieses Wort im Zusammenhang mit dem Bereich „Automobile“ gebraucht und einen starken Partner sucht, der praktisch alle Wünsche und Ansprüche befriedigt, dann ist ein solcher Partner, der auch die anspruchsvollsten Anforderungen erfüllen kann, der Volkswagen-Konzern.

Zum Volkswagen-Konzern gehören mittlerweile viele Automarken – vom luxuriösen Bentley über den luxus-sportlichen Bugatti, Porsche und Audi, supersportlichen Lamborghini, verschiedene Mainstream-Marken wie Volkswagen, ŠKODA und SEAT bis zu Wagen für Ihre professionellen Bedürfnisse – Volkswagen Nutzfahrzeuge.

Zum Volkswagen-Konzern gehören aber auch die Programme Das WeltAuto und ŠKODA Plus, die Ihren bisherigen Gebrauchtwagen kaufen und selbstverständlich den Verkauf von Gebrauchtwagen an Kunden ermöglichen, die aus irgendeinem Grund keinen Neuwagen kaufen möchten. Es geht dabei zum Beispiel um das sogenannte All-In-Geschäft, in dem sich der Kunde für den gewünschten Wagen entscheidet, unter einer Vielzahl von Finanzierungs- und Versicherungsmöglichkeiten von renommierten Gesellschaften auswählt, seinen bisherigen Wagen verkauft und selbstverständlich auch im Bereich Servicedienstleistungen gut beraten wird. Das alles mit dem Bestreben nach einer langfristigen Partnerschaft.

Durch die Marke Das WeltAuto sind alle obengenannten Automarken zu günstigeren Bedingungen erhältlich. Das WeltAuto spezialisiert sich primär auf den Verkauf von Gebrauchtwagen des Volkswagen-Konzerns und bietet ausschließlich Gebrauchtwagen mit Garantie an. Die Verkäufer sowie der Verkaufsprozess dieser Marke sind auf einem hohem professionellem Niveau angesiedelt, was man nur mit dem Verkauf von Neuwagen der renommierten Automarken vergleichen kann. Im Das



WeltAuto-Verkaufsnetz bedient man sowohl einen Bankangestellten (zum Beispiel mit einem Bentley) als auch einen Prominenten oder einen erfolgreichen Sportler mit der Marke Porsche oder Lamborghini. Für die Firmendirektoren steht hier die Marke Audi oder Volkswagen zur Verfügung und für Familien eignen sich vor allem die Marken ŠKODA und SEAT. Handwerker oder Firmen hingegen werden hundertprozentig mit dem Angebot der Marke Volkswagen Nutzfahrzeuge, zufrieden sein. Für Sport und Freizeit kann Das WeltAuto Automodelle quer durch das Portfolio angebotener Marken anbieten. Die Auswahl ist wirklich breit. Das komplette Angebot finden Sie unter: www.dasweltauto.cz

www.dasweltauto.cz



Das WeltAuto ist ein weltweites Programm für den Verkauf von Gebrauchtwagen der Automarken Volkswagen, SEAT und Volkswagen Nutzfahrzeuge mit zentraler Unterstützung seitens des Konzerns Volkswagen. Qualität als oberste Priorität und ein einheitlicher Garantie-Standard stehen im Fokus – und für Sie gibt es eine Auswahl aus dem breiten Angebot von mehr als tausend geprüften, hochwertigen und zuverlässigen Gebrauchtwagen.

Das WeltAuto.
Kvalitní ojeté vozy. Garantováno.

Unterstützte Marken

Partner für die Finanzierung

VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES
ÚVĚR. LEASING. POJIŠTĚNÍ. MOBILITA.

Nachhaltig fahren

Der Staat will den Marktanteil alternativer Antriebsarten stärken und bietet Förderprogramme mithilfe von EU-Fonds

Seit diesem Frühjahr sollen mehrere Förderprogramme den Kauf von Elektrofahrzeugen und anderen alternativen Antriebsformen ankurbeln. Für deren Anschaffung erhalten Unternehmen und Gemeinden Zuschüsse. Die Wachstumsraten bei Autos ohne Verbrennungsmotor sind zwar groß, ihr Anteil am Gesamtmarkt aber immer noch marginal. Darum will die tschechische Regierung nun auch in Aufklärungsprogramme investieren. Außerdem sind steuerliche Änderungen als Kaufanreiz im Gespräch.

Autos mit alternativen Antriebsarten hatten im vergangenen Jahr erstmals einen Anteil von mehr als zwei Prozent an den Neuzulassungen. Insgesamt wurden über 5.300 Pkw mit Gas-, Elektro- oder Hybridtechnologie verkauft. Dabei hat sich der Absatz von Kraftwagen, die mit komprimiertem Erdgas (CNG) fahren, sogar verdoppelt.

Bei reinen Elektrofahrzeugen wurde mit 268 Pkw ein Zuwachs von einem Drittel verzeichnet. Das entspricht einem Anteil von lediglich 0,12 Prozent an den Neuzulassungen. Auf deutsche Hersteller entfielen 71 Prozent des Absatzes von Batterieautos.

Trotz der hohen Zuwachsraten fallen die absoluten Zahlen noch sehr gering aus. Insgesamt sind in den vergangenen fünf Jahren laut Importeursverband SDA 650 Elektrofahrzeuge neu zugelassen worden. Im ersten Quartal dieses Jahres kamen nur 44 Neuwagen dazu. Der tschechische Energiekonzern ČEZ schätzt, dass zurzeit etwa 1.000 batteriebetriebene Autos im Land unterwegs sind und bis Jahresende 1.500. Um die Entwicklung zu beschleunigen, plant die Regierung daher finanzielle Unterstützung für neue Fahrzeugtechnologien. Dazu gehören vor allem Elektromobile und Erdgasautos.

Das tschechische Ministerium für Industrie und Handel will noch in diesem Jahr 80 Millionen Kronen (knapp 3 Millionen Euro) für die Anschaffung von Elektroautos bereitstellen. Das Geld kommt aus dem EU-Programm „Unternehmen und Innovationen für Konkurrenzfähigkeit“, zu dem auch die Förderung von kohlendioxidarmen Technologien gehört. Ziel ist es, tschechische Unternehmen bei Neuerungen auf dem Gebiet der Elektromobilität und Energiespeicherung zu unterstützen. Antragsteller dürfen ihren Sitz nicht in Prag haben.

Um die Zuschüsse können sich Firmen bewerben, die ihren Fuhrpark mit Elektroautos erweitern wollen. Förderfähig sollen Fahrzeuge der unteren Mittelklasse und Lieferwagen sein. Ausgenommen sind Luxus-, Gelände- und Sportwagen.

Die Mindestförderung beträgt 70.000 Kronen (rund 2.600 Euro). Maximal können pro Firmenfuhrpark drei Millionen Kronen (etwa 111.000 Euro) bewilligt werden. Kleine Unternehmen mit bis zu 50 Beschäftigten erhalten bis zu 70 Prozent Förderung, für Großbetriebe ab 250 Beschäftigten gilt eine Obergrenze von 50 Prozent. Außerdem können Unternehmen Zuschüsse für den Bau von firmeneigenen Ladesäulen beantragen (maximal 50.000 Kronen).

Öffentlicher Nahverkehr soll sauberer werden

An Städte und Gemeinden als Betreiber des öffentlichen Nahverkehrs richtet sich ein Förderprojekt, das aus dem „Integrierten Regionalen Operationellen Programm“ (IROP) der EU finanziert wird. Einer der Schwerpunkte darin ist die Entwicklung nachhaltiger Verkehrsformen. Noch bis Ende Juli läuft ein Aufruf für Projektanträge zum Kauf von CNG-, LNG-, Elektro- oder Wasserstoffautos. Für die Anschaffung gibt es eine Prämie von bis zu 150.000 Kronen (rund 5.500 Euro).

Der tschechische Bushersteller SOR Libchavy rechnet sich laut Medienberichten durch das Förderprogramm bereits neue Geschäftschancen aus. Das Unternehmen hat in den vergangenen fünf Jahren 24 Elektrobusse verkauft. Nach Firmenangaben kostet ein acht Meter langer Batteriebus mit neun Millionen Kronen (etwa 330.000 Euro) zwar mehr als doppelt so viel wie ein Dieselbus (vier Millionen Kronen). Dafür seien die Betriebskosten bei Elektroantrieb mit drei Kronen pro Kilometer (0,11 Euro) deutlich günstiger als mit Verbrennungsmotor (zwölf Kronen).

Für einen schnellen Erfolg der Elektromobilität in Tschechien ist daher vor allem Aufklärungsarbeit nötig. Für diese stellt das Umweltministerium aus dem Nationalen Umweltprogramm deshalb Millionenbeträge bereit. Anfang März wurden die Förderanträge von 16 Gemeinden, Bildungsträgern und Stiftungen gebilligt. Sie bekommen jeweils bis zu zwei Millionen Kronen (74.000 Euro), um die Öffentlichkeit von den Vorteilen sauberer Mobilitätstechnologien zu überzeugen.

Eine weitere Maßnahme wäre die sogenannte Straßensteuer (silniční daň), die bislang nur für kommerziell genutzte Autos gezahlt werden muss. Angedacht ist, diese Steuer auf alle Fahrzeuge zu erheben. Bei der Festsetzung der Steuerhöhe sollen künftig die ausgestoßenen Schadstoffmengen berücksichtigt und somit emissionsfreie Modelle begünstigt werden.

Ausbau der Infrastruktur

Der im Oktober 2015 verabschiedete nationale Aktionsplan „Saubere Mobilität“ geht davon aus, dass bis 2030 rund 250.000 Autos mit Elektroantrieb und 300.000 Autos auf CNG-Basis in Tschechien registriert sein könnten. Dafür muss die Infrastruktur ausgebaut werden. Innerhalb der nächsten vier Jahre soll das Netz der Ladestationen für Elektroautos auf 1.300 erweitert werden. In allen 14 Bezirkshauptstädten sowie entlang der Autobahnen soll künftig das Aufladen möglich sein.

Der Energiekonzern ČEZ hatte bis Ende März 2016 hierzulande 54 öffentliche Ladepunkte eingerichtet. Bis Ende 2017 will der deutsche Energieriese Eon an Tschechiens Autobahnen 15 Schnellladestationen für 36 Millionen Kronen errichten. Außerdem ist der Prager Stromversorger PRE sehr aktiv beim Aufbau der Ladeinfrastruktur und hat derzeit rund 25 Ladepunkte.

Die Zahl der öffentlichen CNG-Zapfstationen soll sich bis 2020 auf 200 verdoppeln. Aktuell sind in Tschechien rund 13.000 Fahrzeuge mit CNG-Antrieb unterwegs, darunter fast 900 Busse. Die Autos können an 112 öffentlichen Zapfstationen „aufgetankt“ werden (Stand März 2016). Eon und RWE gehören zu den führenden Anbietern von CNG. Bei Autogas (LPG) will künftig vor allem Vemex zusammen mit Gazprom Germania die Tankinfrastruktur ausbauen.

Quelle: Germany Trade & Invest



Automarkt auf Wachstumskurs

Franz Pommer, Geschäftsführer von Porsche Česká republika, über das Potenzial des tschechischen Automarktes und den historischen Erfolg seines Unternehmens

Herr Pommer, für 2015 rief ihr Unternehmen das Ziel aus, 40.000 Wagen der Marken Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi und SEAT zu verkaufen. Mit knapp über 48.000 Verkäufen haben Sie die Zielsetzung deutlich übertroffen und einen Zuwachs von 35 Prozent gegenüber 2014 erzielt. Wie erklären Sie sich das?
Auf der einen Seite ist es marktbedingt, der Markt ist 2015 wieder um rund 20 Prozent gewachsen. Auf der anderen Seite waren unsere Händler sehr erfolgreich und sehr motiviert, unsere Produkte zu verkaufen. Der dritte Grund ist, dass unsere Produkte am Markt sehr begehrt waren und wir mit den neuen Produkten einen großen Erfolg hatten.

Porsche Česká republika erzielte im Jahr 2015 nicht nur die besten Verkaufsergebnisse, sondern auch Rekorderlöse in der Geschichte des Unternehmens. Können Sie diese Zahlen erläutern?
Gott sei Dank ist das so, denn nur von den verkauften Stückzahlen kann ein Unternehmen ja nicht investieren und auch nicht überleben. Die Umsätze haben sich genauso dynamisch wie die Stückzahlen entwickelt, und zwar in allen Bereichen, bei allen Marken, im Neuwagenbereich stärker als im After-Sales-Bereich, weil natürlich auch der Umsatzanteil höher ist. Wir haben im abgelaufenen Wirtschaftsjahr 25,4 Milliarden Kronen umsetzen können, was eine Steigerung um 46 Prozent bedeutet. Auch das Teile- und Zubehörgeschäft mit einem Zuwachs von zwölf Prozent hat dazu beigetragen. Im Zubehör, das enger mit dem Neuwagengeschäft verwandt ist, haben wir etwa die gleiche Steigerung mit diesen 40 Prozent erzielen können, bei den Teilen etwas weniger. Aber trotz der rückläufigen Reparaturtiefe, die die Fahrzeuge dank kürzerer Serviceintervalle, weniger Unfälle und höherer Qualität brauchen, konnten wir doch einen positiven Trend auch im Teile- und Zubehörgeschäft verzeichnen. Wir sind sehr froh, dass wir diese wirtschaftlich guten Ergebnisse erzielt haben, weil es notwendig ist, dass wir auch in die Marke investieren, in die Markenbekanntheit, und speziell auch bei Markteinführungen in Einführungsveranstaltungen, damit unsere Produkte auch bekannt und gut angenommen werden. Das ist uns im letzten Jahr perfekt geglückt.

Historisch gesehen ist es das beste Verkaufsjahr im 25-jährigen Bestehen Ihres Unternehmens in Tschechien. Wie viele Neuwagen haben Sie in der Geschichte Ihres Unternehmens insgesamt an Kunden übergeben?
Ende April haben wir das 476.850 Fahrzeug an unsere Kunden ausgeliefert und es erfüllt uns wirklich mit Stolz, dass so viele Menschen die Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi und SEAT-Fahrzeuge schätzen und das Investment unserer Händler dementsprechend belohnt wird.

Auch das Gebrauchtwagenprogramm „Das Welt-Auto" wies 2015 eine positive Bilanz auf. Mit mehr als 17.000 verkauften Gebrauchtwagen konnte sich Roman Filips Team um 13 Prozent gegenüber 2014 verbessern. Wo liegt Ihrer Meinung nach der Grund, dass immer mehr Tschechen garantiert hochwertige Gebrauchtwagen kaufen?


Franz Pommer

Einerseits ist der Mobilitätsbedarf sehr hoch. Wir haben in Tschechien 10,5 Millionen Einwohner, fast 5,2 Millionen zugelassene Pkws und davon sind sehr viele sehr alte Autos, deren Durchschnittsalter 14,3 Jahre beträgt. Aus meiner Sicht steigt das Umweltbewusstsein; gegenüber anderen Ländern ist es zwar noch etwas schwach ausgeprägt, aber nicht alle können sich einen Neuwagen leisten. Einen Gebrauchtwagen oder vielleicht einen jungen gebrauchten Wagen, das geht schon. Die Kaufkraft steigt und hier sind Firmenautos, Leihwagen, Vorführwagen und Jungwagen eine gutes Angebot, dieses Klientel zu bedienen. Es trifft jene Kunden, die ein hohes Vertrauensbedürfnis haben. Wenn man bei uns ein Auto kauft, dann kann man sich sicher sein, dass das Auto im besten Zustand ist, dass der Tachostand stimmt und dass die notwendigen Reparatur- und Servicearbeiten durchgeführt wurden. Man hat ein geprüftes Auto mit Garantie für die nächsten Jahre zur Verfügung.

Hohen Wert legt Ihr Unternehmen auf Service-Dienstleistungen. Was bietet Ihr Unternehmen Ihren Kunden an?
Unsere Vertragsbetriebe bieten das volle Spektrum an Dienstleistungen rund ums Auto sowohl für Neuwagen als auch für Gebrauchtwagen an. Für kurzfristigen Mobilitätsbedarf haben wir im Nutzfahrzeugbereich das RentAuto, mit dem man über mehrere Tage, Wochen oder vielleicht auch Monate seinen Bedarf decken kann. Darüber hinaus bieten wir in Zusammenarbeit mit VWFS Kredite und Leasing bis hin zum operativen Leasing samt Wartungsvertrag an. Daneben haben wir natürlich auch im Kundendienst spezielle Angebote, wir legen sehr viel Wert auf Paketangebote. Damit wollen wir auch die Besitzer älterer Fahrzeuge motivieren, den Marken-Service zu nutzen. Die Werthaltigkeit der Gebrauchtwagen ist für uns ein wichtiges Argument. Wenn schon die Autos so lange fahren, sollen sie umweltbewusst und sicher sein. Da ist der Markenbetrieb die beste Anlaufstelle, insbesondere auch dann, wenn es zu Unfällen kommt. Wenn Sie sich heute ein Fahrzeug anschauen, dann ist das eine Kombination aus mannigfachen Werkstoffen, früher war das Stahl und vielleicht etwas Chrom, im Innenraum noch ein bisschen Plastik, aber heute sind die verschiedensten Metalle miteinander kombiniert, um möglichst geringes Gewicht und wenig Verbrauch zu erzielen. Im Falle eines Unfalls müssen diese Wertstoffe aber wieder ideal zusammengebaut werden. Es bedarf erstens bester Ausrüstung, bester Ausbildung und natürlich auch der Erfahrung der Mechaniker, Spengler und Lackierer, damit das Fahrzeug nach dem Unfall wieder genauso stabil, sicher und funktionell mit den vielen Assistenten ist. Das sind Dienstleistungen, die in unseren Betrieben angeboten werden. Unser Angebot geht bis hin zu Reifenhotels, wo man es dem Kunden möglichst einfach macht, damit er seine Reifen nicht zu Hause in den Keller hinuntertragen muss. Man versucht, das Leben des Autofahrers möglichst einfach und komfortabel zu machen.

Tschechien leidet unter dem Mangel an Automechanikern und anderem Fachpersonal. Außerdem werden immer weniger Lehrlinge im Land ausgebildet. Wie kann man das Ihrer Meinung nach verbessern?
Das ist ein wichtiger Punkt, der heutzutage viele Branchen betrifft. Man muss schon bei jungen Menschen anfangen und ihnen die Berufsbilder schmackhaft machen, denn ein Automechaniker von vor 20 Jahren ist nicht mehr der Mechaniker von heute. Früher hatte man schmierige Hände, heute muss man eher ein IT-Spezialist sein, damit die Reparatur funktioniert. In unserem Unternehmen haben wir eine bunte Mischung an Berufen: Mechaniker, Spengler, Lackierer, Lagerlogistik-Mitarbeiter, IT-Administratoren, Verkäufer, Serviceberater. Man hat auch gute Aufstiegsmöglichkeiten; vom Lehrling kann man es durchaus bis zum Geschäftsführer bringen. Es braucht auch von Seiten der Politik einen Schritt, um Lehrberufe attraktiver zu machen. Politiker sollten einmal über die Grenzen nach Deutschland oder nach Österreich schauen, wo die duale Ausbildungsform gut funktioniert. Der Lehrling lernt die Theorie in der Schule und schon zu Lehrbeginn wird er von einem Betrieb angestellt, in dem er die Praxisausbildung macht. Den dritten Teil dieser – eigentlich „trialen" – Ausbildung stellt die Marke dar, in den Zentren der Importeure werden Schulungen zur markenorientierten Spezialtechnik gemacht. Es liegt also an uns, für die Jugend attraktiv zu sein. Es wird nicht funktionieren, nur die Tür aufzumachen und zu waten, dass motivierte Leute hereinkommen. Die müssen wir uns selber ausbilden, das ist uns bewusst und dafür müssen wir auch viel Geld investieren. Wir sind bereit dazu, aber es ist auch ein langer Weg.

Porsche Česká republika verstärkte 2015 auch seine Aktivitäten im Bereich „Gesellschaftliches Engagement". Können Sie unseren Lesern dieses Thema näher erläutern?

Unsere wichtigste Aktivität ist „STK für Männer“, wo wir zusammen mit dem bekannten Sportler Petr Koukal das Thema Gesundheitsvorsorge bewerben. Das haben wir auch firmenintern mit den Mitarbeitern gemacht. Die Vorsorge ist in den Köpfen unserer Gesellschaft immer noch nicht so fest verankert. Wir engagieren uns auch für den Behindertensport. Zudem fördern wir „Dobrý anděl“ zur Richtung Unterstützung von Familien, die in Not geraten sind. Das sind einige Beispiele, wo wir uns engagieren und auch unsere Mitarbeiter motivieren, mitzuhelfen.

Allein in den letzten zwei Jahren konnten Sie die Verkaufszahlen um 76 Prozent steigern. Porsche Česká republika ist dementsprechend weiterhin der wichtigste Autoimporteur am tschechischen Markt. Worin sehen Sie den Grund dafür, dass sich in Tschechien die Konzernmarken so gut verkaufen?

Der erste Punkt ist die tolle Wirtschaftsentwicklung. Tschechien ist fast das Vorzeigeland, was das Wirtschaftswachstum betrifft, und damit hängen eine gute Kaufkraftsteigerung und das steigende Vertrauen in die politische und wirtschaftliche Stabilität zusammen. Das bedeutet im Wirtschaftsbereich mehr Investitionsbereitschaft, im Privatbereich mehr Konsumausgaben. Je besser es den Menschen geht, desto mehr schauen sie auch auf wertvolle Produkte, und da spielt auch das gute Image unserer Produkte eine große Rolle. Ich glaube auch, dass der Volkswagen-Konzern mit der Übernahme von ŠKODA Auto ein gutes Image in Tschechien erreicht hat, weil ŠKODA Auto uneingeschränkt der wichtigste Wirtschaftsmotor in Tschechien ist.

Sie und Vratislav Strašil sind ein gut eingespieltes Team. Er bringt eine langjährige Erfahrung auf dem tschechischen und russischen Automarkt mit und Sie Ihre Erfahrung aus Österreich. Erkennen Sie Unterschiede zwischen den beiden Verkaufsmärkten?

Es gibt Unterschiede und es gibt auch viele Gemeinsamkeiten. Eine der Gemeinsamkeiten ist die bedeutende Stellung des Volkswagen-Konzerns. In Tschechien ist sie natürlich noch ein bisschen stärker als in Österreich, aber auch in Österreich ist der Volkswagen-Konzern mit 36 Prozent Konzernmarktanteil die unangefochtene Nummer eins. Der Unterschied ist, dass in Tschechien ŠKODA Auto der Platzhirsch und in Österreich Volkswagen der Dominator ist, aber was sie gemeinsam haben, ist ein motiviertes und investitionsbereites Händlernetz. Das Auto genießt in beiden Ländern einen hohen Stellenwert und ist immer noch ein gewisses Statussymbol, aber es hat auch viel Konkurrenz bekommen, speziell bei der Jugend. Eine weitere Gemeinsamkeit ist, dass man in beiden Ländern noch immer Individualmobilität braucht, weil der öffentliche Verkehr nicht ausreicht.

Die Unterschiede liegen im Marktpotenzial. Tschechien hat 10,5 Millionen, Österreich 8,8 Millionen Einwohner, die Fahrzeugdichte liegt in Österreich bei 550 Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner, in Tschechien bei 490. In Österreich gibt es pro 1.000 Einwohner 35 Neuwagen im Jahr, in Tschechien 22. In Österreich ist der Markt gesättigt, in Tschechien ist



Der neue Volkswagen Tiguan

er sehr dynamisch und das Maximum ist hier noch lange nicht erreicht. Ein sehr großer Unterschied liegt auch im Steuersystem. In Tschechien gibt es im Prinzip nur die Mehrwertsteuer. Zudem kann sich jede Firma noch die Vorsteuer der Autos holen. Das ist in Österreich ganz anders, da gibt es die Mehrwertsteuer, für Pkw gibt es keinen Vorsteuerabzug, es gibt außerdem die Normverbrauchsabgabe und für emissionsstärkere Fahrzeuge auch noch einen CO2-Zuschlag. Und jedes Auto zahlt dann auch noch eine höhere Kraftfahrtsteuer. Wir sind hier in Tschechien also schon ein autoaffines und steuerlich privilegiertes Land.

Im Jahr 2015 wurden neue Autoschauräume in Tschechien eröffnet, etwa der SEAT-Schauraum in Prag 6–Ruzyně und der hochmoderne Audi-Schauraum in Prag 4–Kunratice. Planen Sie, im Jahr 2016 weitere Schauräume zu eröffnen?

Es wird auch in diesem Jahr wieder einige Projekte geben. An bestehenden Standorten werden die Schauräume modernisiert und erweitert, bei TOP CENTRUM car in Hodonín, bei Heller in Ostrava oder für SEAT in Sokolov. An neuen Standorten wird es auch die eine oder andere Investition geben, zum Beispiel investiert das Autocentrum Jan Šmucler in Pilsen gerade in Volkswagen. Grundsätzlich sind wir aber gut aufgestellt, was das Händlernetz betrifft, im Prinzip haben wir nur einen kleinen weißen Fleck auf der Landkarte und der ist bei unseren Konzernbrüdern in Mladá Boleslav. Durch die Stärke von ŠKODA Auto in Mladá Boleslav ist es schwer, dass sich dort ein Volkswagen-Händler etabliert.

Auf welche neuen Modelle können sich Ihre Kunden im Jahr 2016 freuen? Welche Highlights können ein Erfolg werden?

Bei Volkswagen freuen wir uns gerade auf den neuen Tiguan, der wirklich ein extrem gelungenes Auto und eine evolutionäre Weiterentwicklung eines schon guten Konzeptes ist. In Richtung E-Mobilität ist dies der Passat GTE, bei Nutzfahrzeugen kommt das Facelift von Amarok, bei Audi gehen wir mit dem neuen Audi Q2 in ein komplett neues Segment. Es wird viele Modellerweiterungen geben, wie den A4 allroad, den A4 g-tron und den S4. Auf der ökologischen Seite kann man den Q7 e-tron und auf der sportlichen den SQ7 nennen und natürlich bei SEAT den Ateca, der eine Fortführung der sehr modernen und dynamischen Modellpolitik von SEAT darstellt.

Mit welchem Ziel und welchen Aufgaben geht Porsche Česká republika das Verkaufsjahr 2016 an?

Da haben wir viele. Mit hoher Wahrscheinlichkeit wird es die tollen Wachstumsschübe mit rund 35 Prozent in dem Ausmaß nicht geben, denn die sind natürlich auch dem Aufholbedarf der letzten Jahre geschuldet. Aber die Zahlen werden weiter steigen. Wir können erwarten, dass auch das Kundendienstgeschäft steigt, weil die Fahrzeuge auch Wartung und Betreuung brauchen. Eine große Herausforderung ist zudem, dass wir mit der Serviceaktion von EA189-Dieselmotoren für unsere Kunden eine optimale Abwicklung finden, und darauf sind unsere Partner in den letzten Wochen vorbereitet worden. Ein Schwerpunkt bleibt nach wie vor die Professionalisierung des Karosseriegeschäftes, weiterhin die freiwillige Zertifizierung unserer Partner zum Unfallschäden-Spezialist und schließlich die Rekrutierung, Ausbildung und Loyalisierung der Mitarbeiter, was ein langfristiges Ziel ist, das uns über 2016 hinaus noch lange begleiten wird.

Grünes Licht für junge Unternehmer

Auslandshandelskammer startet Wettbewerb für neue Ideen

Deutsche Industrieunternehmen wollen verstärkt das Potenzial von Start-ups aus Tschechien nutzen. Die Auslandshandelskammer in Prag hat im April einen Wettbewerb ausgerufen, um konkrete Lösungen bei Energieerzeugern, Fahrzeugherstellern und Softwarebetrieben entwickeln zu lassen. Die Gründerszene in Tschechien ist sehr lebendig und bringt jedes Jahr vielversprechende Geschäftsideen hervor. Problematisch ist jedoch die Versorgung mit Risikokapital.

Einen Umsatzzuwachs von 1.500 Prozent schafft nicht jede Firma. Dem tschechischen Start-up Skypicker ist das im vorigen Jahr gelungen. Das Unternehmen aus Brünn hat eine Flugsuchmaschine entwickelt und im Vorjahr weltweit 1,7 Millionen Tickets verkauft. Innerhalb eines Jahres wuchs die Belegschaft von 30 auf 330 Personen an.

Skypicker ist mit seiner Geschäftsidee und dem starken Wachstum ein Paradebeispiel für die Start-up-Szene in Tschechien. Zufrieden erzählt Firmengründer Oliver Dlouhý, wie Airlines und Reiseveranstalter an der Umsetzung einer solchen Datenbank zweifelten. „Unser Vorteil war, dass wir keinerlei Erfahrungen hatten und mit neuem Blick von außen das Projekt angepackt haben“, sagte der junge Unternehmer vor kurzem beim Start des Wettbewerbs „Connect Visions to Solutions“ der Deutsch-Tschechischen Industrie- und Handelskammer (DTIHK) in Prag.

Das Projekt der DTIHK bringt Schlüsselunternehmen aus der Industrie mit tschechischen Start-ups zusammen. Die jungen Firmen sollen Lösungen für Problemstellungen in traditionellen Produktionsbetrieben entwickeln. „Mit dem Wettbewerb wollen wir Synergien zwischen beiden Welten schaffen“, so DTIHK-Präsident Axel Limberg.

Die beteiligten deutschen Unternehmen haben zum Teil konkrete Aufgaben gestellt. SAP hofft auf neue Software-Dienste für seine Cloud-Plattform Hana, mit denen die Digitalisierung der Unternehmen vorangebracht wird. Kfz-Teilehersteller Brose wünscht sich für seine tschechische Fabrik in Kopřivnice eine Smartphone-App, um die Produktionsmitarbeiter zu vernetzen. Die Kunden änderten ihre Abrufe heutzutage so schnell, dass die Produktionsplanung kurzfristig reagieren müsse, erläutert Timo Eichhorn, Leiter für Technische Funktionen bei Brose in Tschechien. „Mit der App sollen die Mitarbeiter schneller und einfacher über Schichtwechsel informiert werden.“

Effizientere Energienutzung gefragt

Auch die deutsche Energiewirtschaft ist mit RWE, Eon und EnBW (über die Prager Tochtergesellschaft PRE) beim Wettbewerb der DTIHK vertreten. Alle drei Unternehmen stehen vor der Aufgabe, die Dezentralisierung der Branche zu bewältigen und individuelle Lösungen für Energieverbraucher zu entwickeln.

RWE erhofft sich, die Produktionsprozesse in Unternehmen zu optimieren und so Energie, Material und damit Kosten einzusparen. Eon setzt einen Schwerpunkt auf unternehmerische Sozialverantwortung. Über Technologien wie Smartphone-Apps soll das karitative Engagement des Konzerns an die Kundengruppen vermittelt werden.

EnBW hat bereits einen Fonds für Risikokapital mit einem Volumen von 100 Millionen Euro Volumen eingerichtet. Davon sollen künftig auch tschechische Start-ups profitieren. Laut PRE-Manager Karsten Krämer werden Projekte gesucht, mit denen Unternehmen und Haushalte ihre Energieunabhängigkeit erhöhen. Möglich seien Dachsolaranlagen, kleine Kraft-Wärme-Kopplungen, Speichertechnologien oder Lösungen, mit denen Prozesse wie Installation, Reparatur oder Ablesen von Zählerständen einfacher ablaufen.



Auch Škoda Auto ist Partner für das DTIHK-Projekt „Connect Visions to Solutions“. „Wir sind an schrägen Ideen für moderne Mobilität interessiert, die uns die Augen für neue Lösungen öffnen“, erklärt Christian Cahn von Seelen, Leiter der Unternehmensstrategie beim größten Fahrzeughersteller des Landes. Der Manager denkt zum Beispiel an eine App, die bei schwindendem Tankvolumen mit nahegelegenen Zapfstationen den günstigsten Benzinpreis aushandelt.

Schlusslicht in Europa

Die Start-up-Gemeinschaft ist lebendig. Gerade in Universitätsstädten wie Prag, Brünn oder Pilsen tummelt sich eine rege Gründerszene. Viele Institutionen und Unternehmen loben Preise für neue Geschäftsideen aus. Beim Vodafone-Wettbewerb „Nápad roku“ (Idee des Jahres) haben über 1.000 Jungunternehmer ihre Vorschläge eingereicht.

Beim Portal Startupmap.cz sind derzeit knapp 1.000 Unternehmen registriert. Davon haben rund 650 ihren Sitz in Prag und 165 in Brünn. Die auf Tschechiens Internetwirtschaft spezialisierte Webseite Lupa.cz hat über 450 Start-up-Unternehmen in ihrem Katalog.

Nach Angaben von CzechInvest gibt es in Tschechien 13 Business-Inkubatoren, bei denen Firmen in der Startphase günstig Büro-, Labor- und Produktionsflächen anmieten sowie Beratung bekommen können. Als eigentliche Start-up-Hauptstadt gilt Brünn. Mit seinen rund 80.000 Studenten bietet der Messestandort die besten Voraussetzungen für junge Unternehmer.

Ein Problem für die Gründer bleibt die Anschubfinanzierung. Nach Einschätzung des Wirtschaftsministeriums gehört Tschechien bei Risikokapital zu den Schlusslichtern in Europa. Kleine Firmen hätten häufig Probleme, eine Finanzierung für ihre Geschäftsentwicklung zu bekommen, weil der Staat zu wenig Unterstützung leiste.

Das Wirtschaftsministerium will deshalb bis 2017 einen neuen Fonds mit 50 Millionen Euro Risikokapital einrichten. Weitere 32 Millionen Euro sollen private Investoren beisteuern. Das Geld können Forscher und Entwickler als Startkapital für die Kommerzialisierung ihrer Ideen bekommen. Der Nationale Innovationsfonds (NIF) zielt dabei auf die frühe Phase, die für Neugründungen als besonders schwierig gilt. Da noch kein marktreifes Produkt vorliegt, scheuen private Kapitalgeber oft eine Unterstützung. Durch die Kofinanzierung aus dem Fonds will der Staat das Risiko minimieren.

Laut der European Private Equity & Venture Capital Association (EVCA) wurden in Tschechien im Jahr 2014 außerbörslich rund 300 Millionen Euro Beteiligungskapital investiert. Das entsprach einem Anteil von 0,2 Prozent des BIP, womit das Land etwa im europäischen Mittelfeld rangierte. Der Durchschnitt lag bei 0,3 Prozent.

Quelle: Germany Trade & Invest

Tschechien bleibt Wachstumsmarkt

Deutsch-tschechisches Handelsvolumen steigt 2015 um ein Zehntel



Die deutschen Exporte nach Tschechien haben sich seit dem EU-Beitritt des Nachbarlandes nahezu verdoppelt. Auch 2015 setzte sich die Dynamik fort. Deutschland konnte Waren im Wert von fast 37 Milliarden Euro dort verkaufen. Umgekehrt sind tschechische Lieferanten immer erfolgreicher auf Europas größtem Absatzmarkt. Für das laufende Jahr wird eine Verschnaufpause erwartet, bevor die Dynamik im deutsch-tschechischen Außenhandel ab 2017 wieder anziehen soll.

Trotz des hohen Ausgangsniveaus bleibt der Warenaustausch zwischen Deutschland und Tschechien dynamisch. Allein in den vergangenen zwei Jahren ist das Volumen um mehr als zehn Milliarden Euro gewachsen. Laut Statistischem Bundesamt (Destatis) wurde 2015 mit 75,7 Milliarden Euro ein Rekord im gemeinsamen Handel erzielt. Die Tschechische Republik lag weiterhin auf dem elften Platz der wichtigsten Handelspartner der Bundesrepublik, der Abstand zu Belgien auf Rang zehn wurde aber deutlich verringert.

Die deutschen Ausfuhren nach Tschechien erreichten 2015 ein Volumen von 36,5 Milliarden Euro und lagen damit neun Prozent über dem Vorjahresniveau. Als Absatzmarkt ist das Land heute für deutsche Unternehmen wichtiger als die Türkei, Russland oder Japan.

Bei Deutschlands Einfuhren liegt Tschechien laut Destatis sogar auf dem achten Rang der wichtigsten Herkunftsländer. Das Importvolumen betrug 2015 rund 39,3 Milliarden Euro und damit elf Prozent mehr als im Vorjahr. Grund für das hohe Außenhandelsvolumen ist die Verzahnung der tschechischen und der deutschen Wirtschaft. Die zahlreichen Produktionsverlagerungen aus Deutschland und die enge Anbindung an die Mutterwerke erzeugen einen ständigen Warenfluss in beide Richtungen, der sich im Handelsvolumen niederschlägt.

Für Tschechien war Deutschland auch 2015 der mit Abstand wichtigste Handelspartner. Nach Angaben des Tschechischen Statistikamtes wurden 29 Prozent des gesamten Warenverkehrs mit dem Nachbarland abgewickelt. Die Exporte nach Deutschland stiegen laut dieser Berechnungsmethode um zehn Prozent auf 46,2 Milliarden Euro. Das entsprach einem Drittel aller tschechischen Ausfuhren. Zweitwichtigster Absatzmarkt war die Slowakei mit 12,8 Milliarden Euro vor Polen mit 8,4 Milliarden Euro.

Regierung will Außenhandel diversifizieren

Versuche, die starke Abhängigkeit vom deutschen Absatzmarkt zu verringern, sind bislang wenig erfolgreich. Im Gegenteil: Da potenzielle Wachstumsregionen wie Russland, die Türkei oder China aktuell schwächeln, steigt die Bedeutung Deutschlands für die tschechische Industrie sogar wieder. Langfristig strebt die tschechische Regierung aber eine Diversifizierung des Außenhandels an. Dafür wurden 2015 auch Büros der staatlichen Exportberatungsagentur CzechTrade in Singapur, Teheran, Bangalore und Kanton eröffnet.

Bei den tschechischen Einfuhren ist die Abhängigkeit von Deutschland etwas geringer. Nach Angaben des Statistikamtes stiegen die Importe 2015 um zehn Prozent auf ein Volumen von 127,3 Milliarden Euro. Davon entfielen 26 Prozent auf deutsche Lieferungen (33,2 Milliarden Euro). Gegenüber dem Vorjahr blieb die Position der Bundesrepublik unverändert. Höhere Zuwächse erzielten 2015 die beiden folgenden Lieferländer China und Polen. Deutliche Einbußen wurden beim Import aus Russland und aus den Niederlanden verzeichnet.

Insgesamt kommen zwei Drittel der tschechischen Importe aus den EU-Ländern, die Hälfte aus der Eurozone. China baut seine Rolle als Lieferant stetig aus. Seit 2000 hat sich sein Anteil an den Gesamtimporten mehr als versechsfacht. Wegen der sich abschwächenden Konjunktur in der Volksrepublik wurde die Entwicklung zu Jahresbeginn 2016 allerdings etwas ausgebremst.

Maschinen und Fahrzeuge dominieren Importe

Die Bedeutung von Maschinen und Fahrzeugen für den tschechischen Außenhandel ist 2015 noch einmal gestiegen. Bei den Einfuhren entfielen 45 Prozent auf die entsprechende SITC-Produktgruppe 7 (57,8 Milliarden Euro). Das waren zwei Prozentpunkte mehr als im Jahr zuvor. Allein bei Fahrzeugen und Kraftfahrzeugteilen betrug das Importvolumen 12,2 Milliarden Euro. Der Einfuhrwert von elektrischen Maschinen und Geräten (SITC 77) erreichte 12,5 Milliarden Euro und damit eine Milliarde mehr als ein Jahr zuvor. In diese Kategorie fallen auch elektromedizinische Apparate und Haushaltselektronik.

Zu den bedeutendsten Einfuhrgruppen gehören außerdem die SITC-Position 6 (Vorerzeugnisse und bearbeitete Waren wie Kautschuk, Leder, Holzprodukte) mit einem Importanteil von 17 Prozent im Jahr 2015 (21,9 Milliarden Euro) sowie Chemieprodukte (SITC 5) und industrielle Fertigwaren (SITC 8) mit jeweils elf Prozent Anteil an den Gesamteinfuhren.

Für 2016 erwartet Tschechiens Regierung eine Abschwächung der Dynamik im Außenhandel. Bei den Exporten dürfte sich das verringerte Wachstum in wichtigen Absatzländern wie Deutschland oder der Slowakei auswirken, bei den Importen die nachlassende Investitionstätigkeit im Inland. Erst für 2017 prognostiziert das Finanzministerium wieder deutlich steigende Handelsaktivitäten. Ein- und Ausfuhren sollen dann nominal jeweils um über fünf Prozent steigen. Im Jahr 2018 werden Zuwachsraten von bis zu sechs Prozent erwartet.

Quelle: Germany Trade & Invest

Mehr als Spesen

In Tschechien werden immer mehr internationale Konferenzen ausgerichtet. Davon profitieren nicht nur Hotels

Umgerechnet 2.000 Euro und mehr gibt ein durchschnittlicher Kongressteilnehmer für den Besuch einer Veranstaltung aus. Das ist in etwa das Dreifache von dem, was ein gewöhnlicher Tourist im gleichen Zeitraum für seinen Urlaub bezahlt. Hinzu kommt, dass bei Kongressteilnehmern, die dienstlich unterwegs sind, neben den eigenen Spesen auch noch Firmengelder umgesetzt werden. Das mache den Kongresstourismus auch für Tschechien so interessant, sagt Michaela Klofcová, Sprecherin von CzechTourism: „Die Tschechische Republik bietet vor allem ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bei den Dienstleistungen an. Das Land hat eine gute Infrastruktur, insbesondere in Prag und den größeren Städten."

In einem weltweiten Ranking aller Kongressnationen lag das Land 2014 auf dem 26. Platz. Unter den führenden Kongressstädten war Prag jedoch weiter vorn platziert – die Hauptstadt schaffte es auf den elften Rang. Dabei sei das Potenzial in Prag durchaus noch größer, meint der Marketing-Direktor der Dienstleistungsfirma Guarant International Ivo Miksa: „Prag lag schon einmal, etwa in der Mitte des vergangenen Jahrzehnts, auf dem siebten und später auf dem achten Platz."

Miksa ist zugleich Präsident der Europäischen Föderation der Verbände professioneller Kongressveranstalter (EFAPCO). Und er nennt auch eine Veranstaltung, von der Prag merklich profitiert hat: „Die Jahrestagung des Internationalen Währungsfonds und der Weltbank im Jahr 2000 war einer der Impulse, die Prag zu diesem siebten Platz verhalfen. Noch fünf, sechs Jahre nach dieser Tagung hatte Prag einen Boom an Kongressen und Konferenzen zu verzeichnen, weil Interessenten noch vom Weltbankgipfel beeindruckt waren."

Mittlerweile aber hat auch Prag einiges an Boden verloren im harten Konkurrenzkampf um die lukrativen Kongresse, die insbesondere von internationalen Organisationen weltweit abgehalten werden. „In den zurückliegenden zehn Jahren hat sich die Branche verändert", sagt Miksa. „Aus dem einstigen Kongresstourismus ist inzwischen eine wahre Kongressindustrie entstanden, die ihre Regeln hat und auch hohe Investitionen erfordert."

Und in diesem Punkt hat die Tschechische Republik in den vergangenen Jahren die Entwicklung verschlafen. Das ist nicht zuletzt auf die eiserne Sparpolitik der Regierung Nečas zurückzuführen. Laut Miksa ist es nämlich nicht mehr der Preis allein, der die Nachfrage bestimme. Ein weiteres Kriterium sei zum Beispiel, in welcher Weise der Staat in der Lage sei, auch etwas zum fachspezifischen Programm der jeweiligen Kongressveranstalter beizusteuern.

Miksa glaubt, dass die Kongressindustrie auch dem Staat große Chancen bietet: „Überall auf der Welt nimmt man ein Kongresszentrum und ähnliche Einrichtungen als eine vorhandene Struktur wahr. So wie Straßen, Autobahnen und Zugverbindungen errichtet werden, so steigt in den führenden Kongressnationen stets auch der Staat in diese Branche ein. Die Investitionen zahlen sich aus, und das nicht nur durch erhöhte Einnahmen der Tourismusbranche. Der Staat gewinnt dadurch zum Beispiel auch viele neue wissenschaftliche Erkenntnisse über den jeweils modernsten Stand der Technik. Zusammenfassend lässt sich daher sagen: Alle Konkurrenten aus den vor uns liegenden Top-20-Ländern investieren aktiv in die Ausrichtung internationaler Kongresse. Sie unterstützen alles, um solche Kongresse im eigenen Land zu veranstalten."

Quelle: Český rozhlas 7



AMBASSADOR GROUP

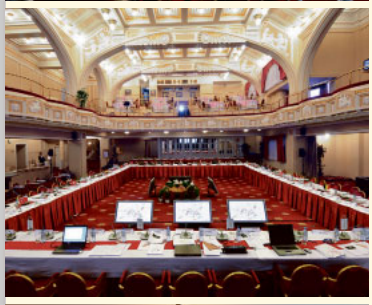
interhotel

AMBASSADOR • ZLATÁ HUSA









Historical destination

Top quality

Exclusive catering





PRAHA • PRAGUE

Best historical meetings and banqueting rooms on Wenceslas square

Excellent place for your events, high standard of service and highly qualified staff,
ideal for major conferences and VIP meetings, massages and treatments available.

● 162 ROOMS ● 320 BEDS ● 2 RESTAURANTS ● CONGRESS FACILITIES
● MULTIFUNCTIONAL TECHNICAL EQUIPMENT ● WIFI FREE OF CHARGE ● AIR CONDITIONING

interhotel AMBASSADOR ZLATÁ HUSA

Václavské náměstí 5-7, 111 24 Prague 1, CZ
Operator tel.: +420 224 193 111
e-mail: hotel@ambassador.cz
www.ambassador.cz

Hotel Esplanade Spa & Golf Resort

Karlovarská 438, 353 01 Marienbad, CZ
Operator tel.: +420 354 676 111
e-mail: hotel@esplanade-marienbad.cz
www.esplanade-marienbad.cz

Hotel Agricola Wellness Centre

Tyršova 31, 353 01 Marienbad, CZ
Operator tel.: +420 354 611 111
e-mail: hotel@hotel-agricola.cz
www.hotel-agricola.cz

Ambassador Thai & Wellness Club · Casino V.I.P. Club · Pegasus Solutions · CzechTourism · Čedok · ISO 9001 · ASTA

Akademie věd
České republiky

SSČ

Schlosshotels
und Konferenzzentren
der Akademie der Wissenschaften der Tschechischen Republik

Château hotels and conference centers of Academy of Science of Czech Republic

Konferenzen
Conferences

Hochzeiten
Weddings

Gastronomische Dienstleistungen
Gastronomy services

Feiern
Celebrations

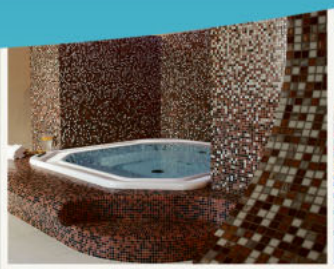
Firmenveranstaltungen
Events

Seminare
Seminars

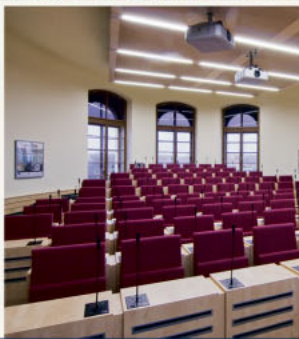
Unterkunft
Accomodation









www.zamek-liblice.cz | www.zamek-trest.cz

www.vila-lanna.cz | www.hotel-mazanka.cz

Bauwirtschaft mit starkem Wachstum

Auch deutsche Firmen profitieren vom Aufschwung in Tschechien

Dank der florierenden Binnennachfrage rückt in Tschechien die Bauwirtschaft wieder in den Fokus. Von Januar bis August 2015 kletterte das Bauvolumen um neun Prozent gegenüber der Vorjahresperiode. Für das Gesamtjahr erwarteten die Marktteilnehmer einen Zuwachs von fast sieben Prozent. Dafür spricht auch der steigende Auftragseingang. Deutsche Unternehmen haben sich für den neuen Aufschwung gut positioniert.

Tschechiens Baubranche profitierte im vergangenen Jahr von mehreren Faktoren. Zum einen hat die Regierung ihre Sparpolitik aufgeweicht und steckte mehr Geld in Infrastruktur, Schulen und Krankenhäuser. Zum anderen war die Verbraucherstimmung dank steigender Löhne und sinkender Arbeitslosigkeit positiv. Privathaushalte modernisierten ihre Wohnungen, kauften Immobilien oder bauten Eigenheime. Und dank der guten Wirtschaftsverfassung investierten auch Unternehmen wieder vermehrt in neue Fabrikhallen, Lagergebäude und Produktionsanlagen.

Beim deutschen Baustoffhersteller Xella in Hrušovany bei Brünn ist der Aufschwung der Baubranche angekommen. Ende vergangenen Jahres gab es laut Patrik Polakovič, Geschäftsführer für Mittel- und Osteuropa, sogar Schwierigkeiten, Lagerbestände aufzubauen, weil die Nachfrage so groß war. Das Unternehmen betreibt drei Werke in Tschechien und produziert rund 700.000 Kubikmeter Porenbeton pro Jahr. Der langen Rezessionsphase kann Polakovič durchaus etwas Gutes abgewinnen. „Wir mussten unsere Produktionskosten anpassen, die Effizienz der Werke steigern und die Kunden noch mehr von den Vorteilen



unserer Produkte überzeugen. Damit sind wir nun im Aufschwung bestens aufgestellt."

Xella zielt mit seinem Porenbeton in erster Linie auf den Wohnungsbau, in dem es noch viel Potenzial gibt. Erst 2014 war der Bau von Eigenheimen auf ein Mehrjahrestief gefallen. Seit 2015 geht es aufwärts. Das Statistikamt registrierte im zweiten Quartal 2015 etwa 3.900 Baustarts und damit 13 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Schwerpunkte der Aktivitäten sind Mittelböhmen und Südmähren. Mehrfamilienhäuser werden vor allem in Prag gebaut. Insgesamt wurden im ersten Halbjahr 2015 rund 11.800 Wohneinheiten fertiggestellt und damit ein Zehntel mehr als im Vorjahreszeitraum.

Doch für eine langfristige Rückkehr der Baubranche auf den Wachstumspfad sind große Infrastrukturprojekte nötig. Beim Ausbau der Schienenwege zum Beispiel sah die zuständige Behörde SŽDC 2015 eine Verdreifachung ihrer Investitionen auf über 40 Milliarden Kronen (1,5 Milliarden Euro) vor. In Prag wurde der Bau der U-Bahn-Linie D endgültig beschlossen, die mindestens zwei Milliarden Euro kosten wird. Außerdem hat das Verkehrsministerium im vergangenen Sommer eine Streckenvariante für die Bahnverbindung zwischen Hauptbahnhof und Prager Flughafen ausgewählt. Kostenpunkt: über 700 Millionen Euro.

Solche Projekte kommen ohne Tunnel und Brücken nicht aus – ein klassisches Einsatzgebiet für den Essener Baukonzern Hochtief. Erst im Frühjahr 2015 gab es einen Großauftrag zur Sanierung der Autobahn D1 südöstlich von Prag. Hochtief ist das aktivste deutsche Bauunternehmen in Tschechien. Der Konzern beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter und betreibt einen Fuhrpark aus Baggern, Planierraupen und Kränen. Auch eine Fertigteilproduktion, Betonwerke und Eisenbiegerei für Stahlbewehrungen sowie eine Schreinerei für Restaurierungsarbeiten leistet sich Hochtief. „Bei öffentlichen Aufträgen ist solch ein Fachwissen im eigenen Unternehmen ein wichtiges Argument", so Jörg Mathew, Geschäftsführer von Hochtief CZ. Häufig werde in Ausschreibungen verlangt, dass ein Teil der Arbeiten vom Unternehmen selbst zu erbringen ist.

Das Vergabeverfahren bei öffentlichen Bauprojekten ist für Mathew längst nicht optimal, „weil es einfach keine Standardausschreibungen gibt". Ob Vertragsstrafen, Zahlungsziele, vorzuweisende Sicherheiten oder Abrechnungsmodalitäten – jede öffentliche Ausschreibung habe andere Anforderungen.

Für kleinere Baufirmen wirkt sich noch eine Besonderheit negativ aus, so Václav Kokstein, Regionalmanager von ThyssenKrupp Bauservice in Prag: Auftraggeber behalten einen Teil der Auftragssumme ein und zahlen diese erst nach Ablauf einer Garantiezeit. Außerdem komme es häufig zu ungeplanten Mehrleistungen am Bau, die bei der Ausschreibung nicht absehbar waren und viele Projekte verzögerten, weil mit dem Auftragnehmer neu über die Bezahlung verhandelt werden müsse. ThyssenKrupp Bauservice vermietet und verkauft in Tschechien Grabenverbausysteme, Baustraßen, Rammen, Bohr- und Presstechnik, Rohrgreifer oder selbstkippende Container.

Gerade bei komplizierten öffentlichen Bauprojekten kommt häufig deutsche Technik zum Einsatz. So kämpfte sich seit Februar bei Pilsen ein 114 Meter langer Bohrschild der Firma Herrenknecht durch das Schiefer- und Basaltgestein. Dort entsteht bis 2017 der mit über 4.100 Metern längste Eisenbahntunnel Tschechiens. Anders als in Deutschland wird das Baugeschäft von Konzernen geprägt. Auf die zehn führenden Unternehmen entfällt fast ein Viertel der Gesamtumsätze.

Quelle: Germany Trade & Invest

Wichtige Bauunternehmen in der Tschechischen Republik

Umsätze in Mrd. CZK [1)]

Firma	2013	2014
Metrostav	20,6	20,3
Skanska	10,7	12,3
Eurovia CS	9,7	11,5
Strabag	12,5	11,2
OHL ZS	8,6	10,8
Porr [2)]	1,0	5,7
Imos Brno [3)]	5,9	5,6
Hochtief CZ	4,7	5,4
PSJ	4,0	5,3
Subterra	4,2	3,9
Swietelsky stavebni [3)]	3,6	3,9
PSG-International	2,5	k.A.

1) durchschnittlicher Wechselkurs
2013: 1 EUR = 25,974 CZK; 2014: 1 EUR = 27,533 CZK;
2) Geschäftsjahr 1.1.13 bis 30.6.13 und 1.7.13 bis 31.12.14 aufgrund der Fusion mit Stump-Geospol zum 1.7.13;
3) Geschäftsjahr April 2012 (2013) bis März 2013 (2014)

Quellen: Unternehmen (Jahresberichte), Handelsregister, Czech Top 100, Stavitel

Fachliche Kompetenz und motivierte Mitarbeiter sind in der Bauindustrie ausschlaggebend



Jörg Mathew, Vorstandsmitglied von HOCHTIEF CZ

Das Jahr 2015 war für die tschechische Wirtschaft außergewöhnlich. Hat sich das auch auf das Bauwesen ausgewirkt?
Für die tschechische Wirtschaft war 2015 tatsächlich das beste Jahr seit Langem. Das BIP ist um vier Prozent gestiegen und die Arbeitslosigkeit hat einen Tiefstand erreicht, der einzigartig in Europa ist. Auch im Bereich der Industriekunden können wir in der Bauindustrie eine erhöhte Nachfrage registrieren. Leider spiegelt sich das nicht im öffentlichen Bereich wider, der aufgrund falscher oder unzureichender Vorplanungen und fehlender Genehmigungen insbesondere im Autobahnbau eingebrochen ist.

Was sind die wichtigsten Faktoren, die über Erfolg oder Misserfolg einer Baufirma in Tschechien entscheiden?
Fachliche Kompetenz und motivierte Mitarbeiter sind wie in jedem Industriezweig auch in der Bauindustrie ausschlaggebend. Aufgrund der nach wie vor vorhandenen Überkapazitäten im Baubereich ist jedoch leider auch der Preisdruck weiterhin sehr groß und für viele Kunden der entscheidende Faktor.

Die Tschechische Republik ist attraktiv für ausländische Investoren. Welche spezifischen Dienste könnte Ihr Unternehmen anbieten?
HOCHTIEF CZ ist in der Lage, komplexe technische und logistische Aufgaben zu meistern. Aufgrund unserer langen Tradition in Tschechien haben wir einen klaren Standortvorteil, den wir zum Nutzen des Kunden einbringen können. Sei es bei der Suche nach einem Grundstück, in der Baugenehmigungsphase oder später bei der Ausführung. Aufgrund unserer hohen Fertigungstiefe können wir den Kunden in fast allen Bereichen selber unterstützen oder aber auf das Know-how der Gruppe zurückgreifen.

In den vergangenen Jahren zeigen tschechische und ausländische Investoren großes Interesse am Bau von Industrie- und Logistikparks. Was sind die wichtigsten Forderungen der Unternehmen?
In der Tat siedeln sich viele ausländische Investoren in Tschechien an. Das Land ist ein attraktiver Standort, wenngleich sich zunehmend ein Facharbeitermangel bemerkbar macht. Auch im Bereich der Verkehrsverbindungen besteht Nachholbedarf, der jedoch vom Staat erkannt worden ist und im Laufe der nächsten Jahre sicherlich behoben wird.

Man sagt, dass die Automobilindustrie über das Schicksal der Tschechischen Republik entscheide. Sehen Sie darin für eine Baufirma eher einen Vorteil oder ein Risiko?
Für HOCHTIEF CZ als tschechisches Bauunternehmen sehe ich die Automobilindustrie als innovativen und attraktiven Kundenstamm. Aufgrund des hohen Investitionsvolumens ist es auch für uns ein Schlüssel zum Erfolg, weiterhin in diesem Bereich tätig zu sein. Da mittelfristig auch Entwicklungskompetenz im Land aufgebaut wird, sehe ich aufgrund der dafür notwendigen Infrastruktur auch für die Bauindustrie entsprechende Vorteile.

Verwalten Sie Ihre Produktion und Dienstleistungen von der Tschechischen Republik aus oder arbeiten Sie mit Ihren deutschen Kollegen aus dem Konzern zusammen?
HOCHTIEF CZ hat fast alle notwendigen Kompetenzen und Fähigkeiten in ausreichendem Maß vor Ort. Die Konzernzugehörigkeit hilft allerdings bei der Auslastung von speziellen Ressourcen, wie zum Beispiel im Tunnelbau oder bei der Lösung singulärer technischer Aufgabenstellungen.

Was denken Sie, womit können Sie vor allem ausländische Investoren ansprechen?
Als HOCHTIEF CZ haben wir den großen Vorteil, lokales Know-how mit der Unternehmenskultur eines multinationalen Konzerns vor Ort anbieten zu können. Wir sind gedanklich in beiden Welten zu Hause und können unseren Kunden daher bei der Lösung der etwaigen lokalen Probleme schnell und effektiv Hilfestellung leisten.

www.hochtief.cz





Wir sind eine Baufirma mit tschechischem und internationalem Know-how. Wir realisieren technologisch anspruchsvolle Projekte im Fachbereich Hochbau und Verkehrsbau. Auf den tschechischen und slowakischen Markt bringen wir die modernsten technologischen Verfahren auf den Gebieten Bauen und Engineering sowie im Bereich neuer Vertragsmodelle. Wir konzentrieren uns insbesondere auf die Marktsegmente, in denen wir unsere Fachkenntnisse nutzen können. Deswegen schaffen wir sichere Arbeitsplätze und generieren nachhaltigen Gewinn. Wir achten auf Sicherheit am Arbeitsplatz, unterstützen die berufliche Entwicklung unserer Angestellten und ermöglichen ihnen ein zufriedenes Privatleben.

Wir bauen die Welt von morgen HOCHTIEF

Viel Platz für Wachstum an der D11

Mit 118 produzierten Autos pro 1.000 Einwohner ist Tschechien so leistungsstark wie Deutschland. 1,3 Millionen rollten im letzten Jahr vom Band. Die Prognosen sind gut. Über 800 Produktions- und Zulieferbetriebe der Automobilindustrie im Land sind auf Wachstumskurs und brauchen Platz für die Logistik.



P3 Prague D11, Halle 2

Auf diese Entwicklung setzt P3 mit einem neuen Logistik- und Industriepark im Nordosten von Prag. Direkt an der Autobahn D11 entstehen auf 130.000 Quadratmetern Entwicklungsfläche in mehreren Bauabschnitten moderne Hallen in enger Zusammenarbeit mit den Kunden. Unter dem Namen P3 Prague D11 reiht sich der Park in das Portfolio von P3 ein. Mit mehr als 150 Kunden auf rund 960.000 Quadratmetern Fläche in 14 Logistikparks gehört das Unternehmen zu den Top Drei am tschechischen Logistikimmobilienmarkt. In ganz Europa betreibt der spezialisierte Eigentümer, Entwickler und Vermieter derzeit 148 Logistikimmobilien mit drei Millionen Quadratmetern Logistikfläche und weiteren 1,3 Millionen Quadratmetern für Immobilienentwicklung in neun Ländern.

Im neuen Park P3 Prague D11 ist gut die Hälfte des ersten Logistikzentrums mit einer Höhe von zwölf Metern und 20.000 Quadratmetern Fläche an den Onlinehändler Exiteria vermietet. Der spekulativ gebaute Rest ist bezugsfertig und wird bei der hohen Nachfrage im Prager Raum nicht lange auf einen Mieter warten. Deshalb liegen auch alle Baugenehmigungen für weitere Built-to-Suit (BTS) Projekte mit Flächen von 3.000 bis 40.000 Quadratmetern bereits vor. Nach Vertragsunterzeichnung können Unternehmen innerhalb von höchstens sechs Monaten dort an den Start gehen.

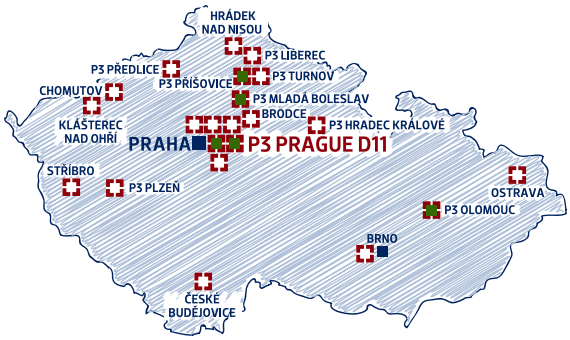
Mit zwei der drei größten tschechischen Automobilproduzenten in unmittelbarer Nähe eignet sich P3 Prague D11 vor allem für Logistikdienstleister und Zulieferbetriebe in der Automobilindustrie. Knapp 30 Autominuten entfernt hat ŠKODA AUTO an der D10 seinen Stammsitz in Mladá Boleslav. 50 Kilometer Richtung Osten liegt das Werk der Toyota Peugeot Citroën Automobile (TPCA) direkt an der D11 in Kolín. In der Automobilindustrie, die wie E-Commerce und Light Industrial zu den Kernbranchen des Unternehmens zählt, hat P3 vor Kurzem eine nachhaltig gebaute Logistikimmobilie im norddeutschen P3 Niedersachsenpark an die französische Gruppe PSA übergeben.

P3 LOGISTIC PARKS

Built to suit you!



Platz zum Wachsen – das bietet Ihnen der neue Logistikpark P3 Prague D11 auf 130.000 m² Grundstücksfläche. Moderne Hallen zwischen 3.000 und 40.000 Quadratmetern sind zur Projektentwicklung verfügbar. Sprechen Sie mit Jakub Pelikán, Head of Development CZ, um weitere Informationen zu diesem und anderen Standorten zu erhalten!



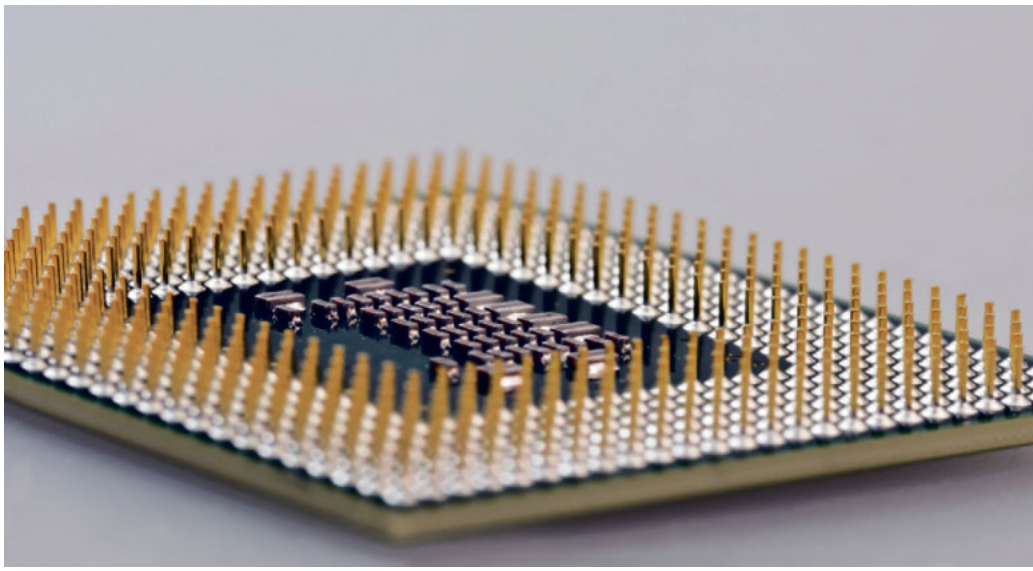
Jakub Pelikán
Head of Development Czech Republic
+420 725 436 222 | jakub.pelikan@p3parks.com



WWW.P3PARKS.COM
Twitter @P3Parks | Instagram @warehousestory

Spezialisten für Viren und Spiele

Tschechiens Softwareindustrie kann mit der Weltspitze mithalten. Das lockt weitere Investoren ins Land



Tschechien ist das einzige Land mit lateinischem Alphabet, in dem Google nicht die führende Suchmaschine ist. Die heimische Alternative Seznam.cz ist nur ein Beispiel für die leistungsfähige Softwareindustrie, die sich hierzulande in den vergangenen Jahren entwickelt hat. Besonders bei Antivirenprogrammen und Computerspielen sind Unternehmen aus Prag, Brünn und Ostrava konkurrenzfähig.

In der Branche sind hierzulande nach Angaben des Europäischen Statistikamtes Eurostat rund 20.000 Unternehmen tätig. Sie erwirtschaften jährlich fünf bis sechs Milliarden Euro Umsatz. Rund 96 Prozent der Firmen beschäftigen maximal neun Angestellte. Bei der letzten Datenerhebung 2013 ermittelte Eurostat nur knapp 30 tschechische Softwarebetriebe mit 250 und mehr Beschäftigten.

Auch deutsche Unternehmen haben in Tschechien Niederlassungen gegründet. Mit etwa 20 Softwarespezialisten ist zum Beispiel die Münchener agentes-Gruppe in České Budějovice (Budweis) und Pilsen vertreten. „Am Anfang war die gute Verfügbarkeit von technischen Fachkräften und die lange Informatiktradition in der Ausbildung der wichtigste Grund, hier eine Softwareentwicklung aufzubauen“, erklärt Geschäftsführer Vojtěch Kačírek. „Schnell haben wir aber erkannt, dass unsere tschechische Filiale nicht nur eine kostengünstige Programmierwerkstatt für Projekte in Deutschland sein kann. Viel wichtiger war es, von hier aus die mitteleuropäischen Märkte zu erschließen und Kunden in Tschechien gewinnen zu können.“ Agentes produziert Software für Kundendatenbanken (CRM-Systeme), Kauf- und Vertragsabwicklung oder für die betriebsinterne Personalverwaltung.

Zusammenarbeit mit Hochschulen

Kačírek empfiehlt Neuankömmlingen im Softwaregeschäft, die Hauptstadt zu meiden: „Die Löhne in Prag steigen schneller als die Produktivität der Mitarbeiter.“ Attraktiver seien Städte mit etwa 100.000 Einwohnern. Den Fachkräftemangel im Softwaresektor spürt auch sein Unternehmen. „Oft haben die Bewerber Probleme mit Fremdsprachen.“ Außerdem fehlten gerade jüngeren Absolventen elementare Fähigkeiten für Algorithmen und Kombinationen.“ Agentes arbeitet eng mit Hochschulen zusammen, um frühzeitig Talente an das Unternehmen zu binden.

Es gibt aber auch Argumente für die Hauptstadt. „Die drei wichtigsten Standorte sind heute Prag, Brünn und Ostrava“, sagt Matouš Kostlivý, Sector Manager bei CzechInvest für Informations- und Kommunikationstechnik. „Die Softwarefirmen wollen dahin, wo es starke Universitäten und ein großes Innovationspotenzial gibt.“ Für Prag spricht laut Kostlivý, dass es über die besten Verkehrsverbindungen verfügt. In Brün dagegen können – anders als in der Hauptstadt – Mittel aus EU-Strukturfonds genutzt werden. Ostrava bietet günstigere Standortkosten, Förderprogramme zum Strukturwandel und Forschungseinrichtungen wie „IT4Innovations“. In diesem „Nationalen Supercomputerzentrum“ stehen zwei der leistungsfähigsten Rechner Europas, die Unternehmen mieten können. Die Computer erlauben komplizierte Simulationen, etwa eines Windkanals oder von Crashtests für die Fahrzeugindustrie. Seznam hat in Ostrava zum Beispiel 3D-Karten erstellen lassen. Die Prager Softwarefirma Avast lässt dort Schulungen durchführen.

Als Spezialist für Anti-Viren-Programme kämpft Avast mit Microsoft um die globale Spitzenposition. Ende 2015 hatten nach Analysen des US-Herstellers OPSWAT beide Anbieter einen Weltmarktanteil von jeweils 15 bis 16 Prozent. Das Prager Unternehmen wächst überdurchschnittlich schnell. Für das Geschäftsjahr 2014 meldete Avast einen Anstieg der Erlöse um 50 Prozent auf 217 Millionen US-Dollar; der operative Gewinn betrug 154 Millionen Dollar.

Ähnlich erfolgreich ist Antiviren-Spezialist AVG Technologies, der seit 2012 an der New Yorker Börse gelistet ist. Er erzielt Jahresumsätze von bis zu 400 Millionen Dollar. Rund 200 Millionen Nutzer weltweit greifen auf die Antiviren-Programme aus Brünn zurück. Wegen des Know-hows bei der Abwehr von virtuellen Bedrohungen werden weitere Investoren auf Tschechien aufmerksam. Das israelische Unternehmen CyberGym plant, in diesem Frühjahr bei Prag die erste kommerzielle Ausbildungsarena für Cybersicherheit zu errichten. Dort lernen Unternehmen und Institutionen, sich gegen Angriffe aus dem Netz zu verteidigen.

Öffentliche Zuschüsse

Ein weiteres Standbein der Softwareindustrie ist laut Kostlivý die Entwicklung von Computerspielen mit bekannten Herstellern wie Bohemia Interactive, Warhorse, Madfinger Games oder 2K Czech. In Zukunft erwartet Kostlivý neue Geschäftsfelder wie Cloud Computing, Data Mining (computergestützte Verarbeitung großer Datenmengen), Bild- und Stimmenerkennung, Smart Cities oder die Kommunikation zwischen Maschinen.

Mit solchen Spezialisierungen wird Tschechien noch interessanter für ausländische Softwarehersteller. Oracle hat bereits angekündigt, seine Aktivitäten in Mittelosteuropa auszubauen. In Prag sucht der US-Softwarekonzern zurzeit 125 weitere Mitarbeiter und bezieht Ende des Jahres einen neuen Sitz. SAP ist bereits seit mehr als zwei Jahrzehnten vertreten und hat fast alle bekannten Industriebetriebe des Landes auf der Kundenliste. In Prag betreibt SAP neben seiner Tschechien-Zentrale auch sein „Business Services Centre Europe“, während Brünn zum Entwicklungs- und Lokalisierungszentrum für ganz Mittelosteuropa ausgebaut wurde.

Von Südmähren überzeugt ist auch der amerikanische Spezialist für Open Source Software Red Hat. Seit über einem Jahrzehnt sitzt die größte Entwicklungsabteilung der Firma in Brünn. Mehr als 900 Programmierer, Qualitätsmanager und Kundendienstmitarbeiter sind dort beschäftigt. In diesem Jahr soll um ein Fünftel aufgestockt werden, vor allem um Softwareentwickler und Testingenieure.

Neben den günstigen Lohnkosten lockt Tschechien Investoren auch mit öffentlichen Zuschüssen für den Aufbau einer Softwareentwicklung oder eines Datenzentrums. Besonders hoch ist die Förderung in den Industriezonen Ostrava-Mošnov, Most-Joseph und Holešov bei Zlín mit bis zu 300.000 Kronen (rund 11.000 Euro) Zuschuss je Arbeitsplatz. Zudem winkt eine ermäßigte Einkommensteuer für bis zu zehn Jahre. In Kreisen mit erhöhter Arbeitslosigkeit (aktuell sechs Kreise in Nordwestböhmen und in Mährisch-Schlesien) zahlt der Staat bis zu 200.000 Kronen pro neuem Software-Arbeitsplatz und übernimmt die Hälfte der Weiterbildungskosten.

Quelle: Germany Trade & Invest

Abgebremster Aufschwung

Hohe Lohnsteigerungen kurbeln die Binnennachfrage an. Der Mangel an Fachkräften beunruhigt Investoren

Ein solch starkes Wachstum wie im Jahr 2015 hatte Tschechien seit acht Jahren nicht erlebt. Nach ersten Berechnungen des Statistikamtes stieg das Bruttoinlandsprodukt um 4,3 Prozent. Die Volkswirtschaft ist damit mehr als doppelt so schnell gewachsen wie der BIP-Durchschnitt aller EU-Länder (1,9 Prozent). Die Wirtschaftsleistung von 4,48 Billionen Kronen entspricht einem neuen Höchststand von umgerechnet 164 Milliarden Euro.

Anders als in der Vergangenheit beruhte der Aufschwung 2015 auf der starken Binnennachfrage. Vor allem die hohe Abschöpfung von EU-Mitteln aus der abgelaufenen Förderperiode hatte für eine Sonderkonjunktur gesorgt. Das Finanzministerium schätzt den Effekt auf 0,8 Prozentpunkte des BIP-Zuwachses. Weitere 0,2 Prozentpunkte entfielen auf höhere Verbrauchsteuern für Tabakwaren.

Doch auch die Privathaushalte haben ihren Anteil am Aufschwung. Dank niedriger Arbeitslosenquote und steigender Reallöhne sind sie in bester Konsumstimmung. Die Einzelhandelsumsätze legten im vorigen Jahr um sechs Prozent zu.

Einen großen Anteil am Wirtschaftswachstum hatten außerdem die Unternehmen, die deutlich mehr Geld in den Ausbau ihrer Kapazitäten steckten. Die Bruttoanlageinvestitionen haben 2015 um acht Prozent zugelegt, so stark wie seit 2007 nicht mehr.

Im laufenden Jahr wird Tschechien nicht an das gute Vorjahr anknüpfen können. Zum einen entfallen die Sondereffekte wie die hohe Mittelabschöpfung aus EU-Fonds. Zum anderen schwächelt die Weltwirtschaft. Regierung und Wirtschaftsanalysten gehen davon aus, dass die Investitionsbereitschaft der Unternehmen nachlässt. Auch der Staat investiert verhaltener, und der Privatkonsum wird langsamer wachsen als 2015.

Die EU-Kommission traut Tschechien in diesem Jahr nur noch einen BIP-Anstieg von 2,3 Prozent zu. Die Wirtschaftsprüfer von Deloitte und der Bankenverband ČBA erwarten einen Zuwachs von 2,5 Prozent. Das Finanzministerium und die Nationalbank dagegen rechnen mit einem Plus von 2,7 Prozent.

Kaum Arbeitslose

Im Dezember 2015 hatte Tschechien nach ILO-Berechnungsmethode erstmals zusammen mit Deutschland die europaweit niedrigste Erwerbslosenquote (4,5 Prozent). In manchen Regionen wie Prag oder Pilsen herrscht praktisch Vollbeschäftigung. Unternehmen klagen immer lauter über die Schwierigkeiten, Mitarbeiter zu finden.

Das tschechische Arbeitsministerium wendet eine andere Berechnungsmethode an und bezifferte die Erwerbslosigkeit Ende Dezember 2015 auf 6,2 Prozent. Das waren 1,3 Prozentpunkte weniger als im Vorjahresmonat. Insgesamt waren zum Jahresende etwa 453.000 Menschen auf Jobsuche und damit 90.000 weniger als zwölf Monate zuvor. Die niedrigsten Arbeitslosenquoten verzeichneten der Bezirk Prag-Ost (2,6 Prozent), Rychnov nad Kněžnou bei Hradec Králové (2,9 Prozent) und Mladá Boleslav (3,5 Prozent). In den beiden letztgenannten Regionen befinden sich Produktionswerke von Škoda Auto.

Im Dezember 2015 erreichte die Zahl der offenen Stellen in Tschechien 103.000, fast doppelt so viel wie im Vorjahr. Die meisten unbesetzten Jobs gab es in den Kreisen Mittelböhmen (13.600) und Mährisch-Schlesien (10.300).

Die gute Verfassung der Wirtschaft und der vielerorts leergefegte Arbeitsmarkt sorgen für wachsende Einkommen der Arbeitnehmer. Der Durchschnittslohn stieg 2015 nominal um 3,4 Prozent auf fast 26.500 Kronen (rund 980 Euro). Für 2016 und 2017 prognostiziert die Regierung einen Anstieg der Reallöhne um 3,8 und 2,9 Prozent. Das durchschnittliche Lohnniveau würde damit in diesem Jahr 27.600 Kronen erreichen und könnte so erstmals die Grenze von 1.000 Euro durchbrechen. Für 2017 wird ein Zuwachs auf 28.800 erwartet.

Abwertung der Krone bis 2017

Nach einem kurzen Ausschlag Anfang 2015 hatte sich der Euro-Kronen-Kurs im weiteren Verlauf stabilisiert. Der durchschnittliche Jahreswechselkurs stand bei 27,28 Kronen je Euro. Inzwischen orientiert sich Tschechiens Währung eher in Richtung 27 Kronen je Euro. Auf diesem Niveau will die Nationalbank ČNB den Kurs mindestens noch bis zur ersten Jahreshälfte 2017 halten, zur Not mit weiteren Interventionen am Devisenmarkt. Seit Beginn ihrer Abwertungspolitik hat die ČNB umgerechnet schon 16 Milliarden Euro zur Kurspflege ausgegeben.

Die Nationalbank will mit der künstlichen Schwächung der Krone vor allem die Preissteigerung in Gang bringen. Zielmarke ist eine Inflation von zwei Prozent, von der Tschechien derzeit weit entfernt ist. Die Teuerungsrate lag 2015 nur bei 0,3 Prozent. Die Preise stagnierten vor allem wegen der gesunkenen Treibstoff- und Energiekosten.

Für 2016 rechnet die ČNB wieder mit einer höheren Inflation. In erster Linie wegen der anziehenden Löhne. Im Jahresverlauf sollte der preisdämpfende Effekt billiger Rohstoffe nachlassen. Das Finanzministerium erwartet in diesem Jahr eine Inflationsrate von 0,5 Prozent und 2017 von 1,6 Prozent.

Rekordüberschuss im Außenhandel

Tschechiens Exportwirtschaft eilt weiter von Rekord zu Rekord. Die Ausfuhren stiegen 2015 um neun Prozent auf 143 Milliarden Euro. Aufgrund der guten Binnenkonjunktur entwickelten sich die Einfuhren zwar noch etwas dynamischer (plus zehn Prozent auf 127 Milliarden Euro). Unterm Strich erreichte das Land aber wieder einen Bestwert in der Handelsbilanz: Der Überschuss betrug 15,7 Milliarden Euro.

Allein 13 Milliarden Euro Handelsüberschuss erzielte Tschechien im Warenaustausch mit Deutschland. Der gemeinsame Außenhandel kletterte laut einheimischem Statistikamt im vorigen Jahr auf ein Volumen von nahezu 80 Milliarden Euro. Während die tschechischen Einfuhren aus Deutschland um neun Prozent auf 33,2 Milliarden Euro gestiegen sind, legten die Ausfuhren um zehn Prozent auf 46,2 Milliarden Euro zu.

Das Statistische Bundesamt beziffert den Wert des bilateralen Warenaustauschs für 2015 auf 75,8 Milliarden Euro. Tschechien lag auf Platz acht der größten Lieferländer Deutschlands, noch vor Großbritannien, Österreich und Russland.

In Tschechien wiederum festigte die Volksrepublik China ihren zweiten Platz unter den wichtigsten Lieferländern. Die Importe aus dem Reich der Mitte stiegen 2015 um fast ein Drittel auf über 17 Milliarden Euro. Dahinter folgten Polen (10,1 Milliarden Euro) und die Slowakei (6,6 Milliarden Euro). Um starke 30 Prozent gewachsen sind die Importe aus Südkorea. Das Land rutschte damit in die Top Ten der größten Herkunftsländer für Tschechiens Einfuhren.

Quelle: Germany Trade & Invest



Mit der *Prager Zeitung* ins Theater

Bestellen Sie ein Jahresabonnement der *Prager Zeitung* und Sie erhalten zwei Eintrittskarten für eine Aufführung Ihrer Wahl im Nationaltheater in Prag *(ausgenommen Studentenabo).*

Bezugspreis: **2.050 CZK** (Tschechien), Auslands-Abo: **99 EUR** (Deutschland), **156 EUR** (Europa), **173 EUR** (Welt).

Weitere Angebote unter www.pragerzeitung.cz

☐ Ja, ich abonniere und möchte 2 Eintrittskarten für das Nationaltheater

An die Adresse:

E-Mail: Tel.:

Für Firmen aus: Tschechien » IČ: DIČ:

Deutschland » MwSt-ID-Nr: Österreich » UID-Nr:

Bestellungen an: Prago-Media, Jeseniova 1169/51, 130 00 Praha 3, ČR,
Tel.: +420 222 250 125, Fax: +420226 216 798, E-Mail: abo@pragerzeitung.cz

Das Abonnement verlängert sich automatisch um den gleichen Zeitraum, wenn es nicht spätestens 6 Wochen vor Ablauf gekündigt wird.





Der neue Tiguan. Leben ohne Grenzen.

Der neue Tiguan ist eine perfekte Verkörperung des SUV-Wesens. Die aufrechte Haltung und die beeindruckenden Kurven strahlen männliche Kraft aus und rufen Respekt hervor. Bei näherer Betrachtung werden Sie durch die präzise ausgeführten Details und die Design-Elemente, wie z. B. die 3D LED Frontscheinwerfer und Rückleuchten, den neuen Gussräder-Satz oder die ausdrucksvollen Schwellenlinien, bezaubert. Das souveräne Erscheinungsbild des neuen Tiguan-Modells verrät manches über die Leistung, die Sie nach dem Hinsetzen auf den Fahrersitz beherrschen können.

www.novytiguan.cz

seeMore

1. Laden Sie die Volkswagen seeMore Applikation gratis herunter.
2. Öffnen Sie „Skener obrázků/QR kódů“ und scannen Sie die Insertion ein.
3. Entdecken Sie den speziellen interaktiven 3D Inhalt.

Volkswagen

Kombinierter Verbrauch und CO_2 -Abgaswerte: 4,7–7,4 l/100 km, 123–170 g/km.
Das abgebildete Modell kann Ausstattungen gegen Mehrpreis enthalten.

Wir laden Sie zu einer Fahrt ohne Grenzen ein.
Folgen Sie den Städteentdeckern auf Ihren Wegen in alle neuen Richtungen.
www.newintown.cz

New in Town