



## BAGDAD-BAHN TEIL 1

### EINE ZWEITE BAGDAD-BAHN IN SICHT? WIE DIE DEUTSCHEN WIEDER ANSCHLUSS AN DIE ARABISCHE WELT FINDEN

Die Chinesen sind in der arabischen Welt allgegenwärtig, auch die Westeuropäer haben noch so manchen „Koffer“ im Wüstensand. Hundert Jahre nach dem Bau der Bagdad-Bahn sucht Deutschland nach erneuten Mitwirkungsmöglichkeiten mit Signalwirkung. Dr. Mai Thewes, eine in NRW als interkultureller Couch arbeitende Syrerin, sieht für deutsches Know-how in Sachen Umwelt, Energie und Logistik gute Chancen, wenn ...



Dr.-Ing. Mai Thewes

gen, politisch bestimmt. In der Folge hatte ein Konsortium unter Führung der Deutschen Bank vor allem auch an solche Großunternehmen wie Holzmann, Krupp oder Borsig Aufträge vergeben. Jetzt konnten deutsche Ingenieure Leistung zeigen, von denen so mancher Araber noch heute schwärmt.

Damals wie heute gilt: Die Erfolgsfaktoren in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit hängen nach wie vor vom technischen Know-how,

Als Bauingenieurin werde ich von Unternehmern oft gefragt, was deutsche Firmen anders machen sollten, um an die Zeiten und Erfolge der legendären Bagdad-Bahn (Baubeginn:1903) anknüpfen zu können.

Seinerzeit war die Entscheidung im Osmanischen Reich, die Deutschen mit dem 1.600 km langen Bahnprojekt zu beauftra-

gen, vor allem von der Politik ab. Mit anderen Worten: Ohne strategische, politisch klare und langfristige Rahmenpolitik wird die deutsche Wirtschaft international geschwächt.

Die deutsche Technik hat nach wie vor das Potenzial, solche „Wunder“ wie die Bagdad-Bahn zu bauen. Gerade in den Ländern des Orients weiß man: Die Deutschen sind in vielen Industriebereichen weltweit führend – in der Automobilindustrie, bei der erneuerbaren Energie, in der chemischen Industrie, im Klimaschutz und nicht zuletzt in der Medizintechnik.

Man kann mit „Made in Germany“-Qualität nach wie vor punkten.

Deshalb war nicht verwunderlich, dass die Deutsche Bahn AG ein zweistelliges Milliarden-Abkommen im November 2010 für den Bau eines Eisenbahnnetzes in der Golfregion und innerhalb der arabischen Halbinsel unterschrieben hat.

Mehr als hundert Jahre nach der Fertigstellung der Bagdad-Bahn können wir sagen, dass die Deutschen wieder eine große Eisenbahnstrecke, dies Mal in der arabischen Golfregion, mit bauen.



Die Zeiten der unanfechtbaren Marke „Made in Germany“ werden aber langfristig gesehen schwieriger, weil die technischen Qualitätsanforderungen weltweit gleich gezogen haben.

Die Leistungsfähigkeit von konkurrierenden Firmen aus Billiglohnländern hat ebenfalls zugenommen, kann aber die geforderten Qualitätsansprüche noch nicht umsetzen. Außerdem lehrt uns die Geschichte, dass viele jetzt preiswerte Anbieter in einigen Jahren sich qualitativ so hoch arbeiten und dass sie sich zu einer hochwertigen Marke aufmausern könnten. Die Koreaner haben es vorgemacht. Diesen Weg werden die ehrgeizigen Chinesen mit ähnlicher Strategie auch gehen.

Schon 1977 klagt Rolf Bollinger, damals Auslandsbeobachter im Wiesbadener Bau-Verband: *„Inzwischen treffen sich die Baufirmen aus ganz Asien am Golf“*.

Der Spiegel (36/1977) dokumentierte den Aufstieg der südkoreanischen Bauindustrie am arabischen Golf in den 70er Jahren so:

*„Die komplette Konkurrenz fühlt sich von den Südkoreanern bedrängt, die mit niedrigen Löhnen und harter Arbeitsdisziplin antreten. Erst letzte Woche eroberte Koreas Baugigant gegen japanische und bundesdeutsche Mitbewerber den Auftrag für die größte Zementfabrik des Nahen Ostens, in Saudi-Arabien“*. Seit dem haben die Südkoreaner eine beeindruckende Entwicklung vollzogen.

Bei (Bau-)Projekten und Großanlagen nach Kundenwunsch ist das schon anders. Da sollte das Markenbewusstsein „Made in Germany“

als Garant für höchstes Qualitätsniveau, für genial konzipiertes und technisch brillant umgesetztes Know-how und termingerechte Fertigstellung aufrechterhalten werden.

Dies ist gar nicht so einfach, weil viele Entscheidungen letztlich eine Frage des Preises sind, denn aufsteigende Schwellenländer, z.B. die Türkei, wie auch chinesische Firmen machen den deutschen Unternehmen im Nahen Osten ziemliche Konkurrenz. Es ist eine Kunst, technische Qualität und Preisgestaltung so flexibel gestalten zu können, dass auf diese Weise mehr verkauft wird. Ergo: zweiseitig fahren – sowohl als auch.

Die Chance für deutsche Unternehmen könnte darin liegen, ein nachhaltiges Gesamtkonzept zu liefern von der Planung bis hin zur Durchführung und nachpflegendem Betrieb inkl. Instandhaltung – gepaart mit der typisch „deutschen Perfektion“. Ökologisch und auf lange Sicht wirtschaftlich sind nur Projekte, die auch Jahrzehnte nach ihrer Fertigstellung noch immer ihre volle Leistung erbringen.

Weitere Infos unter: [www.arabian-expat-coach.de](http://www.arabian-expat-coach.de)

Teil 2 lesen Sie im nächsten Heft.