

Dannenberg, Peter; Suwala, Lech

Research Report

Entwicklung von konsumorientierten Handel und Dienstleistungen im deutsch-polnischen Grenzraum am Beispiel von Frankfurt (Oder) / Słubice

Arbeitsberichte Geographisches Institut, Humboldt-Universität zu Berlin, No. 153

Suggested Citation: Dannenberg, Peter; Suwala, Lech (2009) : Entwicklung von konsumorientierten Handel und Dienstleistungen im deutsch-polnischen Grenzraum am Beispiel von Frankfurt (Oder) / Słubice, Arbeitsberichte Geographisches Institut, Humboldt-Universität zu Berlin, No. 153, Geographisches Institut, Humboldt-Universität zu Berlin, Berlin

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/221959>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

ARBEITSBERICHTE



Geographisches Institut, Humboldt-Universität zu Berlin



Peter Dannenberg, Lech Suwala (Hrsg.):

Entwicklung von konsumorientierten Handel und Dienstleistungen im deutsch-polnischen Grenzraum am Beispiel von Frankfurt (Oder) / Słubice

Heft 153

Berlin 2009

Arbeitsberichte
Geographisches Institut
Humboldt-Universität zu Berlin
Heft 153

Peter Dannenberg, Lech Suwala (Hrsg.):

**Entwicklung von konsumorientierten Handel und
Dienstleistungen im deutsch-polnischen Grenzraum
am Beispiel von Frankfurt (Oder) / Slubice**

Berlin 2009
ISSN 0947 - 0360

Geographisches Institut
Humboldt-Universität zu Berlin
Sitz: Rudower Chaussee 16
Unter den Linden 6
10099 Berlin
(<http://www.geographie.hu-berlin.de>)

Inhaltsverzeichnis

Peter Dannenberg & Lech Suwala

**Zur Entwicklung von konsumentenorientierten Handel und
Dienstleistungen im deutsch-polnischen Grenzraum
- Das Beispiel der Doppelstadt Słubice und Frankfurt Oder**

7-10

Sabine Freigang & Martin Mnich

**Theoretische Zugänge zum Thema „Chancen und Risiken für
Dienstleister und Einzelhändler im deutschen und polnischen
Grenzgebiet“**

11-23

Frank Baumann & Ulrich Dilger

**Doppelstadt Słubice und Frankfurt (Oder) –Geschichte,
Kooperationsbestrebungen und strukturelle Daten und Wandel**

24-44

Sandra Hoffmann & Matthias Böttcher

**Entwicklung von grenzübergreifenden Handels- und
Dienstleistungsaktivitäten in Frankfurt /Oder**

45-65

Kay Gade, Kris Machewsky & Pierre Karohs

**Entwicklung von grenzübergreifenden Handels- und
Dienstleistungsaktivitäten in Słubice**

66-79

Juana Schulze & Mareike Forstbohm

**Erkenntnisse, Entwicklungstendenzen und
Handlungsempfehlungen**

80-88

2009	<i>Dannenberg, P.; Simala, L. (Hrsg.)</i>	<i>Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153</i>	<i>S.6</i>
------	---	--	------------

Zur Entwicklung von konsumentenorientierten Handel und Dienstleistungen im deutsch-polnischen Grenzraum - Das Beispiel der Doppelstadt Słubice und Frankfurt Oder

Peter Dannenberg & Lech Sumala

1.1 Idee & Ausgangspunkt

Seit dem Niedergang der sozialistischen Systeme in Osteuropa vor rund 20 Jahren ist der deutsch-polnische Grenzraum immer wieder ein Schauplatz grundlegender Veränderungen im politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Transformationsprozess und dem damit verbundenen Strukturwandel (Stryjakiewicz 2002).

Im Bereich von konsumentenorientierten Handel und Dienstleistungen führte die Einführung der Marktwirtschaft im deutsch-polnischen Grenzraum sehr rasch zu einem regen Handel, bei dem vor allem Deutsche Konsumenten seit Beginn der 1990er Jahre auf den boomenden „Polenmärkten“¹ unmittelbar in Nähe zur deutschen Grenze einkauften. Neben preiswerter Kleidung und Zigaretten an den offenen Ständen dieser Märkte boten deutlich günstigere Benzinpreise an polnischen Tankstellen einen weiteren Anreiz für die Konsumreise nach Polen. Hinzu kamen verschiedene Dienstleistungen, wie Friseure, Zahnärzte und auch Prostitution. Seit dieser Pionierphase in den 1990er Jahren fand jedoch eine Vielzahl weiterer politischer und sozioökonomischer Veränderungen statt. Hierbei zu nennen sind insbesondere folgende Punkte:

- Politisch hervorzuheben lässt sich der Beitritt Polens in die EU 2004 und in den Schengenraum 2008. Hinzukommen wird in den nächsten Jahren aller Voraussicht nach der Beitritt Polens in die Eurozone.
- Zeitgleich mit der politischen Integration Polens, der Etablierung der Marktwirtschaft und dem seit 1990 stark vorangeschrittenen Strukturwandel der Betriebe (z.B. im Bereich der Betriebs- und Arbeitsorganisation und der Besitzverhältnisse) kam es zu einem Anstieg der Löhne und der Kaufkraft polnischer Konsumenten.
- Gleichzeitig mit dieser Entwicklung stiegen auch die Preise für Konsumgüter und Dienstleistungen deutlich an und näherten sich dabei dem deutschen Niveau.
- Auch die Kaufkraft der deutschen Konsumenten hat seit 1990 zugenommen und ihr Konsumverhalten geändert.
- Im Grenzraum direkt führte der steigende Grenzverkehr und Grenzhandel zu einer zumindest teilweisen Anpassung der Handels- und Dienstleistungseinrichtungen an die Konsumenten des jeweiligen Nachbarlandes.

(Kaczmarek and Stryjakiewicz 2006; Graefe and Reitel 2006; Becher, Borodziej, and Maier 2001; Kaczmarek 2006)

1.2 Theoretischer Hintergrund

Zur Erklärung dieser Entwicklungen lassen sich eine Reihe von theoretischen Konzepten heranziehen, die sich mit der räumlichen Verteilung und dem Strukturwandel im konsumentenorientierten Dienstleistungsbereich beschäftigen. Hierzu gehören Walter Christallers

¹ So besaß der größte Markt Słubices Anfang der 1990er Jahre rund 1000 Stände.

Theorie der zentralen Orte; Ansätze aus der neuen ökonomischen Geographie oder die Theorie der Spiralbewegung (Heinritz, Klein, and Popp 2003; Kulke 2008; Krugman 1998). Insbesondere letztere erscheint zur Erklärung der Veränderungen konsumentenorientierter Dienstleistungsstrukturen in von politischer und wirtschaftlicher Transformation gekennzeichneten Grenzräumen besonders geeignet zu sein. So gibt sie z.B. eine Erklärung sowohl für den Rückgang der Nachfrage nach Bekleidung auf polnischer Seite, als auch für die steigende Attraktivität von spezialisierten Geschäften. Ausgehend von diesen theoretischen Überlegungen und den oben geschilderten empirischen Befunden, die in Kapitel 2 dieses Berichts ausgeführt werden, leiteten sich für das Projekt verschiedene Fragestellungen ab.

1.3 Fragestellung und Ziele

Angesichts der Kürze der Zeit seit den beschriebenen Entwicklungen gibt es derzeit nur wenige Erkenntnisse darüber, wie die beschriebenen Veränderungen der letzten Jahre den Handel und den Dienstleistungsverkehr zwischen Polen und Deutschen im Grenzraum verändert haben. Das vorgesehene Projekt hat zum Ziel diese Forschungslücke zumindest teilweise zu schließen. Entsprechend lauteten die übergeordneten Fragestellungen des Seminars:

- Welche Veränderungen prägen den Strukturwandel von konsumentenorientierten Handel und Dienstleistungen in Słubice und Frankfurt Oder und worin sind diese begründet?
- Welche Rolle spielen die grenzübergreifenden Handels- und Dienstleistungsaktivitäten?
- Welche Probleme und Chancen ergeben sich daraus in Zukunft für Handel und Dienstleistungen und die Region insgesamt und wo ergeben sich Handlungsmöglichkeiten?

1.4 Methodik

1.4.1 Konzeptionalisierung

Die Konzeptionalisierung des Projekts fand im Wesentlichen im Rahmen eines deutsch-polnischen Workshops mit Studenten und Dozenten der Humboldt-Universität Berlin (Leitung P. Dannenberg und L. Suwala) und der Adam Mickiewicz Universität Poznan (Leitung T. Kaczmarek und A. Tölle) statt. In diesem Workshop diskutierten die Studenten anhand fachliteraturbasierter Vorträge die wesentlichen Veränderungen im deutsch-polnischen Grenzraum seit der politischen und wirtschaftlichen Transformation, besichtigten in Stettin und Schwedt jeweils polnische und deutsche Gebiete mit starker Konzentration konsumentenorientierten Dienstleistungen und entwickelten darauf aufbauend das Forschungsdesign des Projektseminars.

1.4.2 Auswahl der Untersuchungsregion Słubice und Frankfurt Oder

Die Doppelstadt Słubice und Frankfurt Oder bietet sich aus verschiedenen Gründen als Untersuchungsregion an. Zunächst befinden sich die Städte aufgrund ihrer gemeinsamen Vergangenheit² in unmittelbarer Nähe, so dass die Voraussetzungen für eine gegenseitige Nachfrage nach konsumentenorientierten Dienstleistungen gut sind. So erfreute sich gerade Słubice Anfang der 1990er Jahre einer großen Nachfrage aus Deutschland nach „typischen Basargütern“, wie z.B. Zigaretten, Kleidung und Spirituosen. Gleiches galt für die Tankstellen mit ihrem preiswerten Benzin und auch günstige Dienstleister wie Frisöre, Gaststätten und zum Teil auch Prostitution wurden rege nachgefragt. Da sich seit der Boomzeit dieses Grenzverkehrs in den

² Bis 1945 gehörte das heutige Stadtgebiet als Dammvorstadt bzw. Gartenstadt zu Frankfurt Oder.

1990er Jahren das Einkommen und die Preise in Polen jedoch denen der Bundesrepublik angenähert haben, zeigte sich schon 2003 eine Veränderung der Nachfrage auf der polnischen Seite (Kaczmarek and Stryjakiewicz 2006). Zum anderen ist aber auch davon auszugehen, dass auch die räumliche Nähe der Frankfurter Betriebe zumindest in bestimmten Bereichen für die polnischen Konsumenten im Zuge steigender Kaufkraft attraktiver geworden ist. Für die Doppelstadt ist daher mit deutlichen Veränderungen im Bereich von konsumentenorientierten Handel und Dienstleistungen zu rechnen, die die Region als Fallbeispiel attraktiv machen. Des Weiteren bietet die Doppelstadt den Vorteil, dass bereits 2003³ eine vergleichbare Studie vorgenommen wurde, so dass sich besonders gute Möglichkeiten für einen Vergleich der unterschiedlichen Zeiträume ergeben (Kaczmarek and Stryjakiewicz 2006).

1.4.3 Befragung

Die gewählte Fragestellung erfordert einen Methodenmix aus qualitativer und quantitativer Herangehensweise. Ausgehend von der übergeordneten Zielstellung fanden im Sommer und im Herbst 2008 zwei standardisierte Befragungswellen (jeweils ein Tag) mit Fragebogen statt. In dieser Befragung wurde im Rahmen einer Totalerhebung versucht möglichst alle konsumentenorientierten Handels- und Dienstleistungseinrichtungen in den Hauptgeschäftsstraßen, Fußgängerzonen⁴ der beiden Städte (ausgewählt nach Angaben der Stadtverwaltung von Frankfurt Oder; [www. Frankfurt-Oder.de](http://www.Frankfurt-Oder.de)) zu erfassen. Dabei ging es vor allem darum einen Überblick über die derzeitige Struktur und die Veränderungen bei den heute existierenden Betrieben seit dem EU Beitritt 2004 zu bekommen. Zentrale Aspekte waren dabei grundsätzliche Charakteristika der Betriebe (Beschäftigtenzahlen, Umsatz), die Entwicklungen von Angebot und Nachfrage (mit speziellem Fokus auf grenzüberschreitende Strukturen) sowie Einschätzungen der Betriebsleiter zur Wettbewerbsfähigkeit ihrer Betriebe.

Während die Befragung auf deutscher Seite einzig von den Studenten des geographischen Instituts durchgeführt wurde, erfolgte die Erhebung auf polnischer Seite durch Unterstützung von Studenten der Adam Mickiewicz Universität Poznan. Dabei wurden die Befragungen in gemischten Gruppen vorgenommen, so dass die polnischen Studenten bei Verständigungsproblemen einzelne Fragen oder auch den gesamten Bogen auf polnisch erläuterten. Insgesamt ließen sich durch die Totalerhebung 148 Betriebe befragen. Dies beinhaltete 76 Betriebe auf deutscher Seite (40% im Einzelhandel und 60% bei weiteren konsumentenorientierten Dienstleistungen) und 72 befragte Betriebe in Polen (46% im Einzelhandel und 54% bei weiteren konsumentenorientierten Dienstleistungen). Während der standardisierten Befragung konnten zudem oft begleitende Interviews mit den Betriebsleitern geführt werden, die als wertvolle Grundlagen zur Interpretation der quantitativen Ergebnisse dienten. Neben diesen Interviews wurden aber auch gezielt Experten aus Wirtschaft und Politik befragt (z.B. Verbraucherzentrale Frankfurt Oder, IHK Ost-Brandenburg), sowie Sekundärstudien und Materialien herangezogen um somit ein abgerundetes Bild des Forschungsgegenstandes zu erzielen.

³ D.h. vor dem EU Beitritt und zu einer Zeit als der beschriebene Grenzverkehr zwar bereits rückläufig, aber noch relativ stark ausgeprägt war.

⁴ Bei der Totalerhebung wurde der innerstädtische Basar (Chopina Straße) ausgenommen, hier wurde nur eine Stichprobe (jeder 15. Betrieb) erhoben, da er sonst die deutliche Mehrheit der Betriebe gestellt hätte und so die Aussagekraft über die Geschäftsstraßen der Innenstadt verloren gegangen wäre. Ganz ausgelassen wurde ein weiterer Basar außerhalb der Stadt, da er sich mehrere Kilometer von Frankfurt Oder entfernt befindet und somit nicht mehr zum engeren Nahbereich gehört.

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.10
------	------------------------------------	---	------

1.5 Gliederung der Arbeit

Insgesamt lässt sich die Projektarbeit in sechs Kapiteln (einschließlich der Einleitung) zusammenfassen:

Kapitel 2 beschäftigt sich zunächst mit den ausgewählten theoretischen Ansätzen zu Strukturen und Veränderungen konsumentenorientierter Dienstleistungen und stellt diese in den Kontext der derzeitigen Situation und den derzeitigen Herausforderungen der Betriebe im deutsch-polnischen Grenzgebiet. Dabei wird deutlich inwiefern die jeweiligen Konzepte auf die heutige Situation im deutsch-polnischen Grenzraum anwendbar sind und welche möglichen Entwicklungen es sowohl für die Untersuchung als auch für die Ableitung zukünftiger Handlungsempfehlungen zu berücksichtigen gibt.

Kapitel 3 widmet sich den konkreten Entwicklungen in der Untersuchungsregion und stellt diese in einen geschichtlichen und politischen Kontext. Hierbei werden neben dem erfolgten politischen und wirtschaftlichen Wandel bisherige grenzüberschreitenden Kooperationsbemühungen sowie der strukturelle Wandel im Hinblick auf Demographie, Arbeitsmarkt und Betriebe dargestellt.

Den Hauptteil der empirischen Analyse bilden die Kapitel 4 und 5, in denen die Entwicklung der grenzübergreifenden Handels- und Dienstleistungsaktivitäten und deren Auswirkungen auf die jeweiligen Betriebe gezeigt werden. Im Kern dieser Analyse stehen dabei die Auswertung der erhobenen Primärdaten sowie die Ableitung bestehender Entwicklungsmuster auf Grundlage der oben dargestellten Fragestellung.

In Kapitel 6 werden schließlich die Ergebnisse und Erkenntnisse des Projekts zusammengefasst und Entwicklungstendenzen durch den Abgleich mit den behandelten Theorien, aufgeworfenen Fragestellungen und vertretenen Thesen dargelegt. Dies beinhaltet auch die Betrachtung potentieller Handlungsempfehlungen für die politische und regionalplanerische Ebene und bereits bestehende Projekte. Abschließend erfolgt eine Darstellung von Feldern in denen unseres Erachtens zusätzlicher Forschungsbedarf besteht.

Literatur:

- BECHER, U., W. BORODZIEJ, R. MAIER (2001)** Deutschland und Polen im 20. Jahrhundert - Analysen - Quellen - didaktische Hinweise. Braunschweig: bpb.
- GRAEFE, O., B. REITEL (2006)** Europas Grenzstädte und städtische Grenzen im Wandel - Einführung. Europa Regional 14 (2):2-3.
- HEINRITZ, G., K. KLEIN, M. POPP. (2003)** Geographische Handelsforschung. Stuttgart.
- KACZMAREK, T. (2006)** Nachbar Polen. Grundinformationen über Geographie, Bevölkerung, Staatsaufbau, Politik und Wirtschaft. Kaczmarek, T. / Edin-Kroll, M. (Hrsg.): In Polen und Deutschland - Von Nachbarschaft zur Partnerschaft, Poznan: Adam-Mickiewicz-Universität Poznan Georg-von-Vollmar-Akademie München.
- KACZMAREK, T., T. STRYKIEWICZ. (2006)** Grenzüberschreitende Entwicklung und Kooperation im deutsch-polnischen Grenzraum aus polnischer Sicht. Europa Regional 14 :61-70.
- KRUGMAN, P. (1998)** Space: The Final Frontier. Journal of Economic Perspectives 12 :161-174.
- KULKE, E. (2008)** Wirtschaftsgeographie. Paderborn: Schöningh UTB.
- STADTVERWALTUNG FRANKFURT (ODER) (2008)** Internetpräsenz der Stadt Frankfurt (Oder). Im Internet: www.Frankfurt-Oder.de (letzter Zugriff: 22.04.2008)
- STRYKIEWICZ, T. (2002)** Das polnisch-deutsche Grenzgebiet - eine Herausforderung für den europäischen Integrationsprozess. Stöber, G. (Hrsg.): In Polen, Deutschland und die Osterweiterung der EU aus geographischen Perspektiven, Hannover: Verlag Hahnsche Buchhandlung.

Theoretische Zugänge zum Thema „Chancen und Risiken für Dienstleister und Einzelhändler im deutschen und polnischen Grenzgebiet“

Sabine Freigang & Martin Mnich

Der deutsch-polnische Grenzraum ist ein Schauplatz ständiger gesellschaftlicher, politischer und vor allem auch wirtschaftlicher Veränderungen seit dem Untergang des sozialistischen Systems vor ca. 20 Jahren. So stieg in Polen z.B. der Marktanteil des Einzelhandels, der 1989 weniger als 5% des Gesamtumsatzes ausmachte, innerhalb von drei Jahren auf 90% im Jahr 1992 (vgl. Pütz 1998, S. 95f.). Welche Auswirkungen dieser Wandel im Dienstleistungsbereich hat, nicht nur auf polnischer Seite, sondern auch auf deutscher Seite, gilt es, im nachfolgenden Beitrag zu klären.

Im zweiten Abschnitt werden einzelne klassische und auch neuere Theorien zum Einzelhandel aufgegriffen und kurz erläutert. Dabei wird es vor allem darum gehen, inwiefern die jeweiligen Konzepte auf die heutige Situation im deutsch-polnischen Grenzraum anwendbar sind, bzw. welche Entwicklungen zukünftig in diesem Gebiet zu erwarten wären. Vorerst wird dabei weder auf die jeweiligen Vorannahmen eingegangen, noch auf die Kritikpunkte, die es bei der jeweiligen Theorie zu erwähnen gäbe. Anschließend daran erfolgt ein Zwischenfazit, das beurteilt, welche der drei vorgestellten Theorien am ehesten die Entwicklung der Dienstleistungen und des Handels im deutsch-polnischen Grenzraum beschreibt.

Der letzte Teil des Kapitels greift die politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen im Grenzraum auf und wird sich der eigentlichen Frage nach den Chancen und Risiken für Dienstleister und Einzelhändler im deutschen und polnischen Grenzgebiet widmen. Hierbei wird zuerst die deutsche Seite betrachtet, ehe sich der Blick über die Oder wendet und die polnische Seite genauer in Augenschein nimmt.

2.1 Theorien zum Einzelhandel

2.1.1 Walter Christaller – Die Theorie der zentralen Orte

Wenn man sich mit Theorien beschäftigt, welche versuchen, die Entwicklung von Dienstleistungen zu erklären, begegnet man zwangsläufig dem Namen Christaller. Seine Theorie der zentralen Orte dient noch heute zur Erklärung der räumlichen Verteilung bestimmter Dienstleistungen und wurde seit ihrer ersten Erscheinung im Jahre 1933 als Grundlage theoretischer Weiterentwicklungen genutzt, so z.B. von Lösch (1940) oder von Isard (1956) (vgl. Kulke 2006, S.136).

Eine der Kernaussagen von Christallers Theorie ist die Erkenntnis, dass es eine regelmäßige Verteilung von Angebotsstandorten für ein Gut gibt, die eine flächendeckende Versorgung mit eben jenem Gut gewährleisten. Dabei wird jedoch vorausgesetzt, dass die Anbieter eine totale räumliche Konkurrenzvermeidung vornehmen und auch die Nachfrager stets an dem Standort einkaufen, der für sie am nächsten ist. Des Weiteren weist Christaller darauf hin, dass verschiedene Güter eine unterschiedlich hohe Zentralität haben und somit die Standorte, an denen sie angeboten werden auch einen verschieden großen Einzugsbereich. So haben Güter des täglichen Bedarfs oder kurzfristige Dienstleistungen (z.B. Friseur) nur ein geringes Marktgebiet und befinden sich demzufolge an zahlreichen Standorten. Im Gegenteil dazu verfügen hochwertige Dienstleistungen (z.B. Unternehmensberatung) über ein großes Einzugsgebiet und kommen deshalb nur an einer begrenzten Anzahl von Orten mit hoher Zentralität vor (vgl. Kulke 2006, S.131ff.).

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.12
------	------------------------------------	---	------

Kritik an der Theorie von Christaller richtet sich vor allem gegen seine realitätsfernen Annahmen eines homogenen Raumes sowie gegen das statische Verhalten, dass er Anbietern und Nachfragern unterstellt. So war z.B. Anfang der 1990er Jahre zu beobachten, dass viele Deutsche lieber auf dem polnischen Großmarkt einkaufen gingen, als im Supermarkt um die Ecke, obwohl sie dort das gleiche Angebot an täglichen Lebensmitteln erhielten. Nun könnte man einwenden, dass all die Deutschen lieber frische Produkte vom Markt kaufen wollten, anstatt des abgepackten Obstes im Supermarkt. Viel wahrscheinlicher ist jedoch, dass die günstigen Preise auf polnischen Märkten die deutschen Konsumenten dazu bewogen, einen größeren Anfahrtsweg in Kauf zu nehmen. Dies wiederum führte zu Umsatzeinbußen bei den ansässigen Verkäufern, die entweder ihr bisheriges Konzept umstellen oder ihr Geschäft schließen mussten. Als weiteres Beispiel könnte man den Friseur anführen, der in Polen ebenfalls preisgünstiger war als in Deutschland und dies auch immer noch ist.

2.1.2 Theorie der Spiralbewegung

Die von Agergard et al. im Jahre 1970 veröffentlichte Theorie geht von einer positiven Einkommensentwicklung und einer zunehmenden Motorisierung aus, wodurch es zu einem Wachstum der Betriebsgrößen sowie zu einer Konzentration der Betriebe kommt (vgl. Heinritz, Klein und Popp 2003, S.58f.).

Die daraus resultierende Einzelhandelsentwicklung vollzieht sich folgendermaßen: Der Markteintritt eines Betriebes gelingt diesem hauptsächlich durch Preise, die niedriger als die der bestehenden Konkurrenz sind. Im Laufe der Entwicklung expandiert der Betrieb und weitet sein Sortiment sowohl quantitativ als auch qualitativ aus, was zu einem höheren Flächenbedarf führt. Irgendwann erreicht das Betrieb einen Punkt, an dem es seine Attraktivität nicht mehr steigern kann, weder durch eine größere Vielfalt des Angebotes, noch durch eine höhere Qualität der angebotenen Ware. An diesem Punkt beginnt der Betrieb Marktanteile einzubüßen und öffnet so den Weg für neue, innovativere Unternehmen, die die entstandenen Nischen ausfüllen. Diese neuen Betriebe beginnen auf einem höheren, der Einkommensentwicklung angepassten, Niveau (vgl. Heinritz, Klein und Popp 2003, S.59).

Die großen polnischen Märkte von einst sind ein gutes Beispiel für eine „Betriebsform“, die heutzutage kaum noch zeitgemäß ist. Anfang der 1990er Jahre war das Einkommensniveau der ostdeutschen noch sehr viel geringer als heute. Der preiswerte Großmarkt in Polen war also eine ideale Gelegenheit um sich günstig mit Gütern des täglichen Bedarfs, wie Lebensmitteln, aber auch mit Gütern des mittelfristigen Bedarfs, wie Kleidung, zu versorgen. Im Laufe der vergangenen Jahre stiegen die Einkommen der Deutschen, was dazu führte, dass sie zwar noch immer (einfache) Güter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs konsumierten, nun aber auch verstärkt höherwertige Güter nachfragten. Diese konnten die polnischen Märkte jedoch nicht bieten. Zusätzlich wurden die angebotenen Waren teurer, was zu einem weiteren Attraktivitätsverlust der Großmärkte führte. Als Folge dessen sank die Anzahl der Stände an diesen Märkten kontinuierlich.

Im gleichen Zeitraum stieg auch das Einkommensniveau der polnischen Bevölkerung, wodurch diese mittlerweile vermehrt in Deutschland einkaufen gehen, um von der tatsächlichen oder nur vermeintlich besseren Qualität der Waren zu profitieren.

Die Theorie der Spiralbewegung⁵ weist darauf hin, dass an Standorten, die nicht mehr durch die existierenden Betriebe versorgt werden können, da das Versorgungsnetz zu grobmaschig geworden ist, neue Geschäfte entstehen. So gibt es heute bereits in einigen Gebieten wieder die klassischen, und aus den Zentren verdrängten „Tante Emma-Läden“. Diese sind zwar in der Regel teurer als die SB-Supermärkte oder gar die Discounter, können diesen Nachteil jedoch dank ihrer

⁵ Und ebenso der verdrängungstheoretische Ansatz, auf dem die Theorie der Spiralbewegung unter anderem beruht.

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 13
------	------------------------------------	---	-------

räumlichen Nähe kompensieren. Diese „Tante Emma-Läden“ werden vorrangig von der nur gering mobilen Bevölkerung aufgesucht und von denen, die feststellen, dass sie „eine einzige Sache“ vergessen haben zu kaufen und ein weiter Weg zum Supermarkt nicht lohnt⁶.

2.1.3 Neue Ökonomische Geographie

Die Neue Ökonomische Geographie ist noch ein recht junger Zweig der Geographie, der versucht, anhand von Nachfrage- und Angebotsvorteilen die Entstehung von Agglomerationen zu erklären (vgl. Pflüger und Südekum 2004, S.3). Als Begründer, oder zumindest Pionier, dieser Richtung gilt Paul Krugman, der 1991 sein Standard-Kern-Peripherie-Modell veröffentlichte (vgl. Krugman 1991). Dieses besagt, dass sowohl Firmen als auch Arbeitskräfte (mobil) aus Gründen des Gewinnstrebens bzw. der Lohnsteigerung in die Nähe großer Absatzmärkte ziehen. Dies setzt einen sich selbst verstärkender Prozess in Gang, denn je mehr Firmen und auch Arbeitskräfte sich an einem bestimmten Standort ansiedeln, desto größer und attraktiver wird dieser. Entscheidend bei Krugmans Theorie ist nun, dass es bei zwei anfangs identischen Regionen nur eines geringen Vorteils bedarf, um eine Region attraktiver zu machen als die andere und somit den oben beschriebenen Prozess anzustoßen (vgl. Pflüger 2007 S.3). Am Ende wird dann eine Region zum „Kern“ des Gebietes, während die andere zur „Peripherie“ verkommt (vgl. Krugman 1998a, S.168). Die Frage, ob sich die Wirtschaft in zwei benachbarten Regionen gleichmäßig verteilt, oder ob es zu einer Kern-Peripherie-Verteilung kommt, hängt bei Krugman hauptsächlich von der Höhe der Transportkosten ab. Herrschen hohe Transportkosten, so werden sich die wirtschaftlichen Aktivitäten nahezu 50:50 in beiden Regionen verteilen, da es sich für die Unternehmen nicht lohnen würde, ihre Produkte in der jeweils anderen Region zu verkaufen. Sinken die Transportkosten jedoch unter einen kritischen Punkt, kommt es zur Agglomeration der Wirtschaft in eine der beiden Regionen (vgl. Krugman 1998b, S.201ff.).

Im deutsch-polnischen Grenzraum herrschen aufgrund der engen wirtschaftlichen Verflechtungen⁷ verhältnismäßig geringe Transportkosten. Trotzdem lässt sich nicht behaupten, dass die gesamte Wirtschaft sich auf eine der beiden Seiten konzentrieren würde. Vielmehr scheint es, als gäbe es in einzelnen Bereichen des Handels und der Dienstleistungen eine gewisse Konzentration. So ist z.B. zu beobachten, dass Dienstleistungen wie Friseur, Zahnarzt oder Optiker von den Deutschen verstärkt auf der polnischen Seite nachgefragt werden, währenddessen Polinnen zum Entbinden lieber deutsche Krankenhäuser aufsuchen.

In den kommenden Jahren werden sich die Lebens- und Einkommenssituationen im Grenzraum vermutlich weiter angleichen, so dass sich die Frage stellt, ob der aktuelle Trend⁸ anhält bzw. sich noch verstärkt, oder ob es zu einer Redispersion der Dienstleistungen kommen wird. Im Rahmen der Neuen Ökonomischen Geographie erscheint die erneute Streuung der Dienstleistungen wahrscheinlicher, da es bei zwei (dann wieder relativ) „identischen“ Regionen unerheblich wäre, wo sich das Unternehmen im Raum befindet (vgl. Pflüger und Südekum 2004).

2.1.4 Einordnung der Theorien im Hinblick auf den Untersuchungsraum

Es gibt unterschiedliche Theorien und Ansätze, die die Entwicklung von Dienstleistungsstandorten oder Betriebsformen beschreiben. Drei davon wurden in diesem Beitrag näher betrachtet und versucht auf die momentane Situation im deutsch-polnischen

⁶ Diese Behauptungen beruhen hauptsächlich auf eigenen Beobachtungen, die die Verfasserin des Textes in polnischen Kleinstädten gemacht hat.

⁷ Beide Länder sind beispielsweise Mitglieder der EU und des Schengenraumes. Hinzu kommt die unmittelbare räumliche Nähe der Länder, welche die Transportkosten gering hält.

⁸ Gemeint ist hier der bereits oben erwähnte Trend, dass Deutsche zu den günstigeren polnischen Friseuren oder Zahnärzten gehen, während z.B. Polinnen zum Entbinden lieber in deutsche Krankenhäuser gehen (wegen der vermeintlichen oder tatsächlichen besseren Qualität der deutschen Einrichtungen).

Grenzraum anzuwenden. Dabei konnten stets nur Teile der einzelnen Theorien zur Geltung kommen. Vergleicht man nun die drei Ansätze, so lässt sich feststellen, dass die Theorie der Spiralbewegung am ehesten geeignet scheint, die momentane Entwicklung des Handels und der Dienstleistungen zu beschreiben. So gelingt es, anhand des Theorieansatzes sowohl den Rückgang der Nachfrage nach Bekleidung auf polnischer Seite als auch die steigende Attraktivität von spezialisierten Geschäften zu erklären. Ersteres kann damit begründet werden, dass Betriebe nicht mehr allein durch Preisvorteile Kunden gewinnen, sondern auch Qualitätsstandards eine Rolle spielen. Die verstärkte Spezialisierung einzelner Geschäfte kann auf das gestiegene Einkommen zurückgeführt werden, welches den Wunsch nach einer größeren Lebensqualität mit sich zieht. Dieses erreicht man am ehesten durch den Konsum so genannter Luxusgüter, was wiederum das Entstehen von Geschäften für kulinarische Spezialitäten oder Weinhandlungen begünstigt.

Es gibt ebenfalls Teile der Theorie der zentralen Orte und der Neuen Ökonomischen Geographie, die Beiträge zur Erklärung der Entwicklungen des Handels und der Dienstleistungen leisten (s. nachfolgende Tabelle). Jedoch ist es die Theorie der Spiralbewegung, die am ehesten die beobachteten Erscheinungen im deutsch-polnischen Grenzraum begründet.

Tabelle 2.1: Übersicht zu den drei vorgestellten Theorien

Theorie	Zusammenfassung der jeweiligen Theorie	Aspekte der Theorien, die auf den deutsch-polnischen Grenzraum zutreffen
Die Theorie der zentralen Orte	<ul style="list-style-type: none"> - Annahmen: * Mensch ist Optimizer * Homogenität des Raums * totale Konkurrenzmeidung - unter diesen Annahmen entsteht für ein Gut ein Muster von Angebotsstandorten, die alle ein gleich großes Marktgebiet versorgen und die gleichen Erlöse erzielen - je höher die Qualität des Gutes, desto größer sein Marktgebiet/ desto höher seine Zentralität - Kritik: die Annahme eines homogenen Raumes ist unrealistisch, ebenso wie das statische Verhalten von Anbietern und Nachfragern 	<ul style="list-style-type: none"> - Annahme der Konkurrenzmeidung ist obsolet; vielmehr ist zu beobachten, dass gewisse Dienstleister die Nähe zur Konkurrenz suchen - ebenfalls ist zu beobachten, dass sich gewisse Dienstleistungen auf den deutschen/ polnischen Raum konzentrieren, anstatt sich auf beiden Seiten der ehemaligen Grenze anzusiedeln
Die Theorie der Spiralbewegung	<ul style="list-style-type: none"> - Annahmen: * positive Einkommensentwicklung * Betriebe und deren räumliche Konzentration wachsen * die Betriebe durchlaufen folgende Phasen: Einstieg in den Markt, Expansionsphase, Reifephase, Phase der sinkenden Marktanteile (= Verdrängungs-Theorie) → Entstehung neuer Betriebe - da das Einkommensniveau steigt und somit die Nachfrage nach höherwertigen Konsumgütern haben die neu entstandenen Geschäfte ein höheres Ausstattungsniveau als die alten Geschäfte - Kritik: Realität ist zu vielfältig → Theorie 	<ul style="list-style-type: none"> - Entstehung von Nischengeschäften, die sich auf eine ganz bestimmte Kundenklientel eingestellt hat; z.B. Geschäfte mit regionalen, kulinarischen Spezialitäten; Eröffnung von Boutiquen - „Tante Emma – Läden“, die aufgrund einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes durch Supermärkte, entstehen bzw. überleben können

	trifft in manchen Gebieten zu, in anderen nicht	
Die Neue Ökonomische Geographie	<ul style="list-style-type: none"> - Annahmen: * zwei anfangs identische Regionen * es gibt mobile und immobile Arbeitskräfte * Firmen und mobile Arbeitskräfte bevorzugen Agglomerationen und fördern diese durch ihre Ansiedlung * bei hohen Handelskosten verteilt sich die Wirtschaft 50:50 auf beide Regionen, bei niedrigen Transportkosten kommt es zu einer Verteilung von 100:0 - Kritik: in der Realität verteilen sich die Agglomerationen ungleichmäßig stark auf beide Regionen (z.B. 80:20 oder 70:30) 	<ul style="list-style-type: none"> - es ist eine teilweise Konzentration von Dienstleistungen zu beobachten (z.B. Deutsche besuchen einen Zahnarzt in Polen, und Polinnen entbinden in Deutschland) - das steigende Einkommensniveau in Polen hat zu einem Preisanstieg des dortigen Angebots (z.B. bei Kleidung) geführt, weshalb die Deutschen nicht mehr bereit sind für diese Produkte nach Polen zum einkaufen zu fahren

2.2 Politische und ökonomische Rahmenbedingungen

Im deutsch-polnischen Grenzraum hat sich in den vergangenen Jahren viel geändert. Dass man seit dem Beitritt Polens zum Schengener Abkommen am 21. Dezember 2007 ohne Passkontrolle die Grenze passieren kann, ist das deutlichste Zeichen der Annäherung. Auch die Euphorie auf polnischer Seite anlässlich des Eintritts in die Europäische Union am 1. Mai 2004 ist noch in guter Erinnerung. Die Beziehungen zwischen Deutschland und Polen waren jedoch schon seit der politischen und ökonomischen Transformation in beiden Ländern enorm gewachsen; der individuelle Grenzverkehr und der berufsbedingte LKW-Verkehr sorgten oft für stundenlanges Warten an den Schlagbäumen der EU-Außengrenze. Dies gehört nun der Vergangenheit an.

Die ökonomischen Veränderungen beiderseits der Oder und der Neiße hatten natürlich auch einen großen Einfluss auf Handel und Dienstleistungen in beiden Ländern. Die Kaufkraft wuchs, dies führte zu mehr Nachfrage auf beiden Seiten der Grenze, gleichzeitig verringerten sich die ökonomischen Disparitäten zwischen Deutschland und Polen.

Nichtsdestotrotz sind Bruttoinlandsprodukt (BIP) und Kaufkraft in Polen noch immer signifikant niedriger als in Deutschland. Während 2007 das BIP Pro-Kopf in Kaufkraftstandards ausgedrückt in Deutschland 28.100 € betrug, waren es in Polen nur 13.300 € (vgl. EUROSTAT 2008). Auch die Kaufkraft ist in Deutschland höher. Diesseits der Oder betrug sie 2005 16.207 €, während sie in Polen bei nur 6.949 € lag (vgl. GfK-Studie zu Kaufkraft in Europa 2005).

Andererseits grenzt das wirtschaftlich vermeintlich starke Westpolen an das wirtschaftlich schwache Gebiet in Ost-Brandenburg und Vorpommern, sodass zu vermuten ist, dass Disparitäten innerhalb dieser Region weniger stark ausgeprägt sind. Leider bietet die Statistik und Datenlage keine regional eindeutigen und vergleichbaren Zahlen um dies belegen zu können. Allerdings kann man die verstärkte Angleichung der Kaufkraft an der Tatsache erkennen, dass es sich inzwischen viele Polen problemlos leisten können, eine Wohnung auf deutscher Seite zu beziehen. So wohnen im Landkreis Uecker-Randow fast 1.000 polnische Staatsbürger, welche die günstigeren Mieten und Grundstückspreise in Deutschland nutzen und gleichzeitig in der Boom-Region Szczecin arbeiten (vgl. Ziegert 2008). Auch die privaten Pkw, die auf Polens Straßen fahren, zeugen von einem ungefähr gleich hohen Lebensstandard.

Mit dem Beitritt der Republik Polen zur Europäischen Union 2004 und zum Schengener Abkommen 2007 schuf die Politik Grundlagen für ein engeres Zusammenwachsen des Grenzraums. Damit der deutsch-polnische Grenzraum ähnlich starke Verflechtungen erfährt wie

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.16
------	------------------------------------	---	------

beispielsweise die deutsch-niederländische Grenzregion, bedarf es jedoch weiterer politischer Maßnahmen: Polnische Arbeitnehmer genießen in der BRD beispielsweise keine Freizügigkeit. Im seit 2004 geltenden Gesetz über die allgemeine Freizügigkeit von Unionsbürgern besagt § 13, dass Bürger der Republik Polen (und aller anderen neuen EU-Mitgliedsstaaten) ihre Beschäftigung bei der Bundesagentur für Arbeit beantragen und genehmigen lassen müssen (BGBI. 2004 I, S. 1950ff.). Näheres regelt das Sozialgesetzbuch III unter § 284: So muss der Arbeitnehmer die Genehmigung z.B. vor Antritt der Arbeit einholen; der Arbeitgeber muss der Bundesagentur für Arbeit Auskünfte über Art, Umfang und Entlohnung der Tätigkeit erteilen (SGB III, § 284). Diese rechtlichen Hürden können jedoch legal umgangen werden, wenn der polnische Arbeiter eine grenzüberschreitende Dienstleistung erbringt. Dies erfolgt, wenn ein deutscher Auftraggeber z.B. eine in Polen ansässige Firma engagiert, die den Auftrag dann in Deutschland ausführt. In diesem Fall gilt nämlich Artikel 49 des EG-Vertrags: „Die Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs innerhalb der Gemeinschaft für Angehörige der Mitgliedstaaten, die in einem anderen Staat der Gemeinschaft als demjenigen des Leistungsempfängers ansässig sind, sind nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen verboten“ (EGV, Art. 49). Analog gilt die Niederlassungsfreiheit für Polen – sie können sich überall selbstständig machen und sei es als Ein-Mann-Unternehmen (vgl. EGV, Art. 43-48). Polnische Staatsbürger können also in Deutschland arbeiten, wenn sie die Bürokratie nicht scheuen. So gibt es z.B. allein in Berlin bereits 4.000 bei der IHK angemeldete polnische Unternehmen, insgesamt leben und arbeiten hier bereits 130.000 polnische Staatsbürger (vgl. IHK Berlin 2008).

Ein weiteres Hindernis für eine engere wirtschaftliche Verflechtung im Grenzraum besteht in den unterschiedlichen Währungen Euro und Zloty. Dies erhöht bei grenzüberschreitenden Geschäften die allgemeinen Transaktionskosten, da z.B. Umtauschgebühren anfallen. Außerdem sind Kursschwankungen langfristig kaum vorhersehbar. Nach Aussage des amtierenden polnischen Ministerpräsidenten Donald Tusk vom 15. 09. 2008 strebt die Republik Polen an, den Euro am 1. 1. 2012 als offizielles Zahlungsmittel einzuführen, nachdem er zwei Tage zuvor noch 2011 als Ziel nannte (rp-online 2008). Der Vorsitzende der Europäischen Zentralbank Jean-Claude Trichet antwortete in einer Pressekonferenz am 2. Oktober 2008 auf die Frage, wie realistisch das sei: „Ich halte das für eine sehr wichtige strategische Aussage... Die eigentlichen Daten müssen noch begutachtet werden, aber was zählt, ist die strategische Aussage“ (EZB 2008). Nach einer sicheren Bekräftigung klingt dies nicht. Ob 2012 der Euro tatsächlich eingeführt wird, mag auch vor dem Hintergrund der innenpolitischen Verwerfungen in Polen und eines möglichen Referendums über dieses Thema niemand prognostizieren (MOZ 2008).

Auf diesen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen fußend sollen im weiteren Verlauf der Arbeit Überlegungen angestellt werden, wie sich deutsche und polnische Händler und Dienstleister theoretisch verhalten könnten, um aus der Grenzlage Vorteile zu gewinnen. Ob und in welchem Umfang dies geschieht, soll der empirische Teil der Arbeit belegen.

2.2.1 Chancen und Risiken für Handel und Dienstleistungen auf deutscher Seite

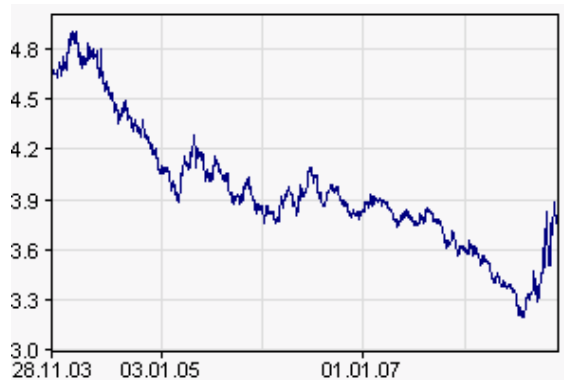
Auf ökonomischem Gebiet gibt es selten nur Gewinner oder nur Verlierer, in gegebenen jeweiligen Situationen profitieren einige Akteure stärker, während andere das Nachsehen haben: „Das Problem liegt in der diffusen Verteilung von Vor- und Nachteilen innerhalb eines Landes, in dem es sowohl Gruppen von Gewinnern als auch gleichzeitig von Verlierern geben kann“ (Brasche 2003, S. 210). Daher muss man sich den Handel und die Dienstleistungen nach Branchen und Betriebsformen ansehen, um herauszufinden, ob die geöffnete Grenze eher eine Chance oder ein Risiko für das unternehmerische Handeln darstellt (vgl. Kapitel 4 und 5).

Da das polnische Lohnniveau immer noch deutlich unter dem deutschen liegt, ist ein Wettbewerb nur über den Preis für deutsche Unternehmer schwer (doch nicht unmöglich) zu gewinnen. Sie müssen durch Qualität überzeugen oder spezialisierte Nischenprodukte anbieten.

Zigaretten sind in Deutschland aufgrund der Steuern sehr teuer. In Polen kosten sie nur halb so viel. In diesem Segment kann kein deutscher Händler konkurrenzfähig sein, er muss das Sortiment wohl erweitern. Dies geschieht bereits, wie man an den vielen Tabak-Läden sieht, die u.a. auch Presseerzeugnisse und Angebote der deutschen Klassenlotterie vertreiben.

Ähnlich verhält es sich mit dem Benzin, auch wenn der Preisunterschied nicht so gravierend wie bei Zigaretten ist. Allerdings sorgt die enorme Aufwertung des Zloty (bei entsprechender relativer Abwertung des Euro)⁹ in den letzten Jahren dafür, dass die Preisdifferenz bei Kraftstoffen niedriger geworden ist, sodass es sich weniger lohnt, weite Umwege zum Tanken zu fahren. Den relativen Verfall des Euro verdeutlicht die folgende Abbildung:

Abb. 2.1 Wechselkurs Euro-Złoty (28. 11. 2003 – 28. 11. 2008)



Quelle: finanzen.net 2008

Nicht wenige Produkte sind in Deutschland aber auch aufgrund des starken Zloty günstiger als in Polen. Dies gilt vor allen Dingen für Elektronik-Artikel, die aus Polen stark nachgefragt werden. Der Grund liegt in niedrigen Preisen aufgrund des verschärften Wettbewerbs in Deutschland.

Auch die Discounter und der großflächige Einzelhandel werden von vielen Polen angesteuert. Mitglieder der Unternehmervereinigung Uckermark berichteten auf der INKONTAKT 2008, dass der große Marktkauf in Prenzlau ca. 20% seines Umsatzes mit polnischen Kunden generiert und ohne diese kaum überlebensfähig wäre. In Deutschland sind vor allem Schokolade, Pralinen, Olivenöl, Bier, Whiskey, Wein, Cola und Saft günstiger zu erstehen als im Nachbarland (vgl. Arbeitsgruppe Statistik der Euroregion Neisse-Nisa-Nysa 2008).

Eine Erhebung aus dem Jahre 2003 ergab, dass für Polen der Deutschland-Besuch zu 95% auch dem Zwecke des Einkaufs diene, während es umgekehrt nur 89% sind (vgl. Kaczmarek und Strykiewicz 2006, S. 67). Für viele Gubiner Mädchen ist es ganz normal, ihre Kosmetikartikel in Deutschland zu kaufen (vgl. Galasinska 2005, S. 526). Darauf könnten deutsche Einzelhändler aufbauen und den polnischen Kunden entgegen kommen, indem z.B. auch polnische Beschriftungen oder Auspreisungen angeboten werden.

Eine weitere Möglichkeit zur Umsatzsteigerung besteht in der Eröffnung neuer Filialen im Ausland. So generierte im Jahr 2004 Metro 47,7% seiner Umsätze im Ausland, Rewe 28,4% und Aldi 40% (vgl. Hahn und Popp 2006, S. 141). Genaue Zahlen für Polen liegen leider nicht vor. Auch LIDL und Plus sind in polnischen Städten keine Seltenheit mehr. Allerdings profitieren die Kommunen des deutschen Grenzraums von dieser Entwicklung nicht direkt, da die Firmenzentralen dieser großen Ketten in Westdeutschland liegen und dort ihre Steuern bezahlen. Andererseits führt jede neue Investition, welche Arbeitsplätze schafft, zu einem Anwachsen der Kaufkraft. Durch steigenden Konsum profitiert wiederum die gesamte Region.

⁹ Die aktuelle Finanzkrise stoppt diesen Trend momentan, da viele Anleger ihr Kapital in den als sicher geltenden Euro anlegen. Der allgemeinen Tendenz widerspricht dies jedoch nicht.

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.18
------	------------------------------------	---	------

Die ostdeutsche Grenzregion ist bezüglich Investitionen in Polen stark unterrepräsentiert: Nur 6% der 980 in Polen tätigen deutschen Unternehmen haben ihren Sitz in Ostdeutschland, von diesen 6% entfällt der Großteil auf Berlin (vgl. Krätke und Borst 2004, S. 97). Die Grenzregion wird in der wirtschaftlichen Entwicklung übersprungen. Krätke und Borst weisen darauf hin, dass Wettbewerb heutzutage größtenteils zwischen den Regionen und nicht zwischen Staaten stattfindet (vgl. Krätke und Borst 2004, S. 94). In dieser Hinsicht ist die strukturschwache deutsche Grenzregion stark benachteiligt. Sie kann nur im Zuge der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung prosperieren. Berlin auf deutscher und Szczecin, Wroclaw und Poznan auf polnischer Seite müssen die Entwicklung in der Grenzregion ankurbeln.

Die größte Konkurrenz für viele kleine und mittlere Einzelhändler in den Innenstädten ist nicht hauptsächlich in Polen zu suchen. Es sind Discounter und der großflächige Einzelhandel auf der grünen Wiese, die die Kaufkraft aufsaugen (vgl. Meyer und Pütz 1997, S. 493; vgl. Maier und Obermaier 1999, S. 20f.). Dieses Problem ist jedoch kein ortsspezifisches sondern ein generelles.

Viele Handwerker der Grenzregion können von der polnischen Nachfrage profitieren. Da die westpolnische Region boomt und außerdem viele Handwerker und Facharbeiter in Großbritannien und Irland arbeiten, konstatieren viele Medien in Polen einen Fachkräftemangel (z.B. rbb-online 2008). So kommen auch deutsche Unternehmen an Aufträge. Vor allem kleinere Aufträge sind für weit entfernt liegende Unternehmen wenig lukrativ, sodass grenznahe Handwerker zum Zuge kommen.

Im Zuge der Vorbereitungen auf die Fußball-Europameisterschaft 2012 in Polen und der Ukraine müssen auf polnischer Seite 3.000 km Autobahnen und Schnellstraßen und 1.500 km Eisenbahnstrecke neu gebaut werden; außerdem werden acht Flughäfen und sechs Stadien modernisiert beziehungsweise neu errichtet (vgl. Zdziechowska 2008). Bei diesen Projekten werden auch deutsche Unternehmer Aufträge erhalten. Die Industrie- und Handelskammern und Unternehmerverbände bieten Kurse an, damit deutsche Unternehmen lernen, wie sie Aufträge auf dem polnischen Markt erhalten können (z.B. gruender-mv.de 2008). Deutsche Arbeiter sind teilweise sogar billiger als ihre polnischen Kollegen, außerdem wird die hohe Qualifikation und Präzision der deutschen Handwerker im Ausland geschätzt (vgl. Zdziechowska 2008). Dass sowohl deutsche als auch polnische Handwerker im jeweiligen Nachbarland Aufträge ausführen, zeigt, dass sich im Widerspruch zur Neuen Ökonomischen Geographie die Wirtschaft nicht einseitig konzentriert, obwohl in Polen Wachstumskerne vorhanden (Szczecin, Poznan, Wroclaw) und die Transportkosten gering sind.

Ein anderer Fall für grenzüberschreitende Dienstleistungen sorgt für bürokratischen Streit: Polinnen, die das hohe medizinische Niveau der Schwedter Klinik für ihre Entbindung nutzen möchten, verursachen Kosten, die zunächst von deutschen Krankenkassen vorgeschossen werden, um später vom polnischen nationalen Gesundheitsfonds (NFZ) erstattet zu werden. Letzterer sträubt sich aber aufgrund der deutlich höheren Kosten in Deutschland (vgl. Sonnabend 2007). Der NFZ bestreitet, dass es sich bei allen Fällen um Not-Entbindungen handelt, denn nur diese seien gestattet. Dieses Beispiel für mangelnde Zusammenarbeit im Gesundheitswesen darf aber über gelungene Formen der Kooperation nicht hinwegtäuschen.

Wenn polnische Ärzte und Krankenschwestern in Deutschland tätig sind, um hiesige Versorgungslücken zu schließen, heißen sie die deutschen Krankenkassen willkommen und bieten günstige Konditionen. Brandenburgs Gesundheitsministerin Dagmar Ziegler spricht diesbezüglich von „guten Erfahrungen“ (AOK 2008).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass deutsche Händler und Dienstleister aus der Nachbarschaft zu Polen Profite schlagen können, wenn sie mit Service und Qualität überzeugen können. Einige Produkte können in Deutschland auch preisgünstiger sein. Teilweise geäußerte Furcht über massenhaften Arbeitsplatzverlust und Lohndumping aufgrund der polnischen Arbeiter bestätigte sich nicht.

2.2.2 Chancen und Risiken für Handel und Dienstleistungen auf polnischer Seite

Die klassischen „Polenmärkte“ der 90er Jahre existieren zwar immer noch an der deutschen Grenze, sie spielen aber nicht mehr eine herausragende Rolle. Die Basare waren und sind ein beliebter Ort, an dem sich hauptsächlich deutsche Kunden mit billigen Textilien, Lebensmitteln und illegal kopierten Unterhaltungsmedien (Kassetten, Videos, CDs) versorgen können (vgl. Schott 1994, S. 14). Auch für viele polnische Vertragsarbeiter, die nach dem Zusammenbruch der DDR-Industrie als erste ihren Arbeitsplatz verloren, boten diese Märkte ein Ein- und Auskommen (vgl. Schott 1994, S. 15-17). Außerdem deckten die illegalen Märkte die Nachfrage nach allen lebenswichtigen Gütern (vgl. Pütz 1997, S. 518f.). Zigaretten und Alkohol waren auch damals schon beliebte Mitbringsel, da sie deutlich billiger als in Deutschland waren. Dies ist immer noch der Fall. Hinter jedem Grenzübergang besteht die Möglichkeit, Zigaretten zu erwerben, welche üblicherweise gleich stangenweise verkauft werden.

Allerdings hat die Attraktivität der Polenmärkte etwas abgenommen. Raubkopien werden zwar immer noch angeboten (vgl. Scheibe 2006), allerdings bietet das schnelle Internet im Verbund mit Flatrates eine bequemere Möglichkeit, sich illegal mit Musik, Spielen und Filmen einzudecken. Außerdem gibt es billige Kleidung auch bei KIK und anderen Discountern. Durch den aktuell hohen Zloty-Kurs lohnt sich auch das Tanken nicht mehr so stark wie früher. Nichtsdestotrotz sind vor allem Obst und Gemüse und Fleischwaren in Polen immer noch deutlich günstiger als in Deutschland (vgl. Arbeitsgruppe Statistik der Euroregion Neisse-Nisa-Nysa 2008). Auch Gänse werden in der Vorweihnachtszeit gern gekauft. Diese Lebensmittelangebote sind aber nicht mehr attraktiv genug, um Einkaufstouristen aus weiter entfernten Gebieten wie Berlin anzuziehen. Sie werden vor allem von grenznah wohnenden Kunden z.B. aus Frankfurt oder von Touristen auf der Heimreise aufgesucht.

Die Einzugsbereiche solcher Basare wurden anhand der vergleichbaren „Tschechenmärkte“ an der deutschen Grenze untersucht: Fast alle Kunden kamen aus an der Grenze liegenden Kreisen oder waren Touristen auf der Heimreise (vgl. Köppen 2000, S. 20f., S. 24).

Trotzdem gibt es die Polenmärkte immer noch und es wird sie wohl auch in absehbarer Zeit noch geben. Zum einen kann man bestimmte Waren immer noch günstig erstehen. Gleichzeitig haben die Basare auch ein eigenes Flair, das ein ganz anderes Einkaufserlebnis bietet als ein standardisiertes Einkaufszentrum. Offensichtlich schätzen viele Kunden dieses Ambiente, sonst würden nicht so viele Menschen diese Märkte besuchen.

Auch das Eintreten kapitalstarker Ketten in den inzwischen aufgrund seiner Größe und Kaufkraft sehr lukrativen polnischen Markt kann für einzelne Läden eine Konkurrenz werden. Noch schützt sie aber die polnische Mentalität, lieber beim benachbarten Händler zu kaufen, der einen noch beim Namen kennt, anstatt einen der vielen Hypermärkte oder Discounter aufzusuchen (Schaller 2004, S. 5). Dies erklärt auch die große Beliebtheit der kleinen Kioske, in denen man alles kaufen kann (vgl. Björkmann und Dallwitz et al. 2007, S. 273). Solche Mentalitäten werden jedoch in keiner gängigen Theorie in Betracht gezogen.

Trotz des starken Wirtschaftswachstums in Polen und der Aufwertung des Zloty sind die Lohnkosten in Polen immer noch deutlich niedriger als in Deutschland. Der Wirtschaftsberater Stöcker beschreibt das Niveau der Arbeitskosten in Polen auf 30 bis 50% des deutschen Wertes, was auch die Steigerungen der letzten Jahre relativiert (vgl. Stöcker 2008, S. 3). Daher sind viele arbeitsintensive Dienstleistungen in Polen preisgünstiger als in Deutschland. So gibt es viele Kfz-Reparatur-Werkstätten im grenznahen Bereich (vgl. Kaczmarek und Strykiewicz 2006, S. 66). Auch Friseursalons und Kosmetikstudios warten auf deutsche Kundschaft. Inwieweit dieses Engagement der deutschen Konkurrenz Kundschaft abwirbt, muss untersucht werden. Des Weiteren werden Holzarbeiten von deutschen Kunden nachgefragt. Handwerker beiderseits der Grenze nehmen Aufträge beiderseits der Grenze an. So soll es im freien Wettbewerb auch sein. Ob davon beide Seiten profitieren, eine Seite übermäßig gewinnt und die andere verliert oder kein Effekt feststellbar ist, wird sich zeigen.

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.20
------	------------------------------------	---	------

Eine klassische win-win-Situation lässt sich im Bereich der Gesundheitsdienstleistungen postulieren: Seitdem die Krankenkassen immer weniger Kosten für Kuraufenthalte und Zahnarztleistungen übernehmen, werden diese gerne in Polen in Anspruch genommen – der deutsche Patient und die deutschen Krankenkassen sparen, während die polnischen Gesundheitseinrichtungen Geld verdienen. Kaczmarek und Stryjakiewicz weisen für Slubice 2004 z.B. 17 Zahnarztpraxen und Dentallabore nach, während 1989 nur zwei und es 1995 12 waren (vgl. Kaczmarek und Stryjakiewicz 2006, S. 66). Man kann davon ausgehen, dass ein großer Teil dieser neu entstandenen Einrichtungen versucht deutsche Patienten zu gewinnen. Dabei hat man aber deutsche Ärzte noch nie über mangelnde Patientenzahlen klagen hören. Das polnische Angebot lindert so die teilweise vorhandene ärztliche Unterversorgung in Ostdeutschland. Gleichzeitig nutzen aber auch polnische Bürger z.B. zur Entbindung deutsche Kliniken, die tatsächlich finanzielle Probleme und eine mangelnde Auslastung haben. In diesem Segment behindert jedoch noch die Bürokratie eine volle Entfaltung der grenzüberschreitenden Kooperation. Dass unterschiedliche normative Regelungen unternehmerisches Handeln erschweren, erkennt zwar jede Theorie an, aufgrund der Fülle an Bestimmungen kann jedoch kein Erklärungsansatz alle Eventualitäten in Erwägung ziehen. Somit sind die vorgeschlagenen Theorien am wenigsten dort anwendbar, wo staatliche Eingriffe¹⁰ erheblich wirken sind.

Der Tourismus ist das Feld, der im Bereich von Handel und Dienstleistungen die größten Wachstumschancen bietet. Vor allem die polnische Ostseeküste wird bei deutschen und polnischen Reisenden immer beliebter. Die deutsch-polnische Zusammenarbeit verläuft in dieser Branche jedoch nicht immer optimal: So baute die Usedomer Bäderbahn mit Fördergeldern der EU als erste europäische Bahngesellschaft überhaupt im Ausland eine Strecke, um das polnische Świnoujście ans Streckennetz anzubinden. Die Inbetriebnahme verzögert sich jedoch, da die polnische Seite der Inbetriebnahme noch nicht zugestimmt hat (vgl. Usedomer Bäderbahn). Auch die Fähre, die das deutsche Güstebieser Loose mit Gozdowice verbindet, steht öfter still als sie fährt – sehr zum Ärger der Fahrradtouristen, die nicht 50 km zur nächsten Brücke radeln wollen (vgl. Bederke 2008). Dabei konkurriert die polnische Ostseeküste nicht mit der deutschen: Auf beiden Seiten können Hotels und Pensionen mehr und mehr Gäste begrüßen, während der Sommerferien sind erfahrungsgemäß beiderseits der Grenze fast alle Zimmer ausgebucht (vgl. info-mv.de).

Das starke Wachstum der Wirtschaftsleistung und Kaufkraft, das volkswirtschaftlich und politisch natürlich zu begrüßen ist, schafft aber auch neue Probleme. Durch den Anstieg des Preisniveaus in Polen geht der Anteil deutscher Kunden zurück. Geschäfte, die nur auf „billig“ gesetzt hatten, müssen unter Umständen schließen. Höherwertige Dienstleistungen, z.B. die genannten Zahnärzte, sind davon weniger betroffen.

In Polen wird sich der begonnene Wandel, der in den letzten Jahren zu beobachten war, weiter fortsetzen. Die Qualität der angebotenen Waren und Dienstleistungen wird weiter steigen, die Preise aber auch. Völlig angleichen werden sich die Preise aber in absehbarer Zeit nicht. Die Erfahrung zeigt, dass Preisunterschiede in einzelnen Segmenten zu Einkaufsverkehr führen, sei es, dass Dänen in Deutschland billigen Alkohol kaufen, Franzosen und Schweizer günstige Lebensmittel erstehen oder Deutsche in Österreich tanken.

2.2.3 Einschätzung zu Chancen und Risiken

Handel und Dienstleistungen können von der geöffneten Grenze profitieren. Das ist keine Einbahnstraße. Deutsche Händler erzielen durch polnische Kundschaft Umsätze. Wie gezeigt wurde, ist das Motiv, das Nachbarland zum Zwecke des Einkaufs zu besuchen, bei Polen sogar stärker ausgeprägt als bei Deutschen. Auch Handwerker und andere Dienstleister können im

¹⁰ Politökonomische Ansätze wurden nicht in Betracht gezogen, da staatliche Interventionen nicht den unmittelbaren Untersuchungsschwerpunkt bilden

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 21
------	------------------------------------	---	-------

Nachbarland um Aufträge konkurrieren. Dies gelingt ihnen, da einerseits deutsche Wertarbeit im Ausland einen guten Ruf genießt. Außerdem werden deutsche Arbeitsleistungen aufgrund des zunehmenden Wohlstands in Polen immer erschwinglicher.

Gleichzeitig ist die Republik Polen immer noch ein Land, in dem Deutsche gerne einkaufen und Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Während die Bedeutung der als „Polenmarkt“ bekannten Basare abgenommen hat, kamen auf polnischer Seite neue Geschäftsfelder hinzu, die deutsche Kunden anlocken. So unterziehen sich zunehmend mehr Deutsche einer zahnärztlichen Behandlung jenseits der Oder. Auch arbeitsintensive Dienstleistungen wie Kfz-Reparaturen oder ein Haarschnitt, die in Deutschland recht teuer sind, werden in Polen stark nachgefragt.

Die Regionen beiderseits der Grenze stehen nicht in Konkurrenz zueinander. Sie müssen versuchen, vom wirtschaftlichen Wachstum anderer Regionen – in Polen, in Deutschland, in der ganzen EU – zu profitieren. Dies kann am besten gelingen, wenn man sich auf die Situation der geöffneten Grenzen einstellt und unnötige administrative und infrastrukturelle Barrieren abbaut. Die Integration in die europäische Union hat schon viel für das Zusammenwachsen Deutschlands und Polens getan. Weitere Schritte der Integration – wie komplette Freizügigkeit auch für Polen oder die Einführung des Euro als offizielles Zahlungsmittel – werden zum Wohl beider Staaten gewiss noch folgen.

Literatur

- AOK (2008)** http://www.aok-v.de/imperia/md/content/aokbundesverband/dokumente/pdf/service/gug_eu_ziegler_0405.pdf, letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- ARBEITSGRUPPE STATISTIK DER EUROREGION NEISSE-NISA-NYSA(2008)** <http://www.neisse-nisa-nysa.com/download/de/Statistik2007/lebensmittel2007.pdf?sid=039650300121655236548831dad63eab> letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- BEDERKE, J. (2008)** Der grenzüberschreitende Schiffsverkehr von einem Oder-Ufer zum anderen ist pure Glückssache. In: Märkische Allgemeine Zeitung vom 30.06.2008.
- BJÖRKMANN, J., M. DALLWITZ, A. FRÜHINSFELD, B. KÄSTNER, K. LEHMANN UND S. MARTENS (2007)** Der Einzelhandel in polnischen Städten. In: Arbeitberichte. Geographisches Institut, Humboldt-Universität zu Berlin, H. 134, S. 273-283.
- BRASCHE, U., (2003)** Europäische Integration. Wirtschaft, Erweiterung und regionale Effekte. München, Wien.
- BUNDESGESETZBLATT (2004)**, Teil I, Nr. 41, S. 1950-2012, Bonn.
- EUROSTAT(2008)** http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=detailref&language=de&product=Yearlies_new_economy&root=Yearlies_new_economy/B/B1/B11/daa10000, letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- EZB(2008)** <http://www.ecb.int/press/pressconf/2008/html/is081002.en.html>, letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- FINANZEN.NET(2008)** <http://www.finanzen.net/devisen/euro-zloty-kurs>, letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- GALASINSKA, A. (2005)** Shopping for a New Identity. Constructions of the Polish-German Border in a Polish Border Community, In: ethnicities, 2005, n. 4, S. 510-530.
- GEIGER, R. (2004)** EUV, EGV : Vertrag über die Europäische Union und Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, München.
- GRUENDER-MV.DE (2008)** <http://www.gruendermv.de/news/gruendernews/2008/Oktober/2310.html?listurl=%2Fnews%2Fgruendernews%2Findex.html%3FcurrPage%3D9>, letzter Zugriff am 28. 11. 2008

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.22
------	------------------------------------	---	------

- HAHN, B. UND M. POPP (2006)** Handel ohne Grenzen. Die Internationalisierung im Einzelhandel. Entwicklung und Stand der Forschung. In: Berichte zur deutschen Landeskunde (80), H. 2, S. 135-157.
- HEINRITZ, G., K. KLEIN UND M. POPP (2003)** Geographische Handelsforschung. Stuttgart.
- IHK BERLIN (2008)** http://www.berlin.ihk24.de/servicemarken/veranstaltungen/Berichte_und_Reportagen/WellkammerPolen_.jsp, letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- INFO-MV.DE (2008)** <http://www.info-mv.de/blog/category/fakten-und-zahlen-mv-urlaub/>, letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- KACZMAREK, T. UND T. STRYJAKIEWICZ (2006)** Grenzüberschreitende Entwicklung und Kooperation im deutsch-polnischen Grenzraum aus polnischer Sicht. In: Europa Regional (14), Heft 2, S. 61-71.
- KÖPPEN, B. (2000)** Auswirkungen des Einkaufstourismus im nordböhmischen Grenzraum-Beispiele zu Sonderformen des tertiären Sektors. In: Europa Regional (8), H. 2, S. 19-32.
- KRÄTKE, S. UND R. BORST (2004)** Chancen der EU-Osterweiterung: Perspektiven der deutsch-polnischen Unternehmensbeziehungen am Beispiel der Region Berlin-Brandenburg. In: Geographische Zeitschrift (92), Heft 1/2, S. 93-116.
- KRUGMAN, P. (1991)** Increasing Returns and Economic Geography. In: Journal of Political Economy, 99, S. 483-499.
- KRUGMAN, P. (1998a)** Space: The Final Frontier. In: Journal of Economic Perspectives. Volume 12, H. 2, S. 161-174.
- KRUGMAN, P. (1998b)** What's new about the new economic geography? In: Economic Geography. Critical Concepts in the Social Sciences. New York.
- KULKE, E. (2006)** Wirtschaftsgeographie. Paderborn.
- MAIER, J. UND F. OBERMAIER (1999)** Der Grenzraum als Experimentierfeld. Regionale Entwicklungskonzepte für Sonneberg-Neustadt bei Coburg als Grundlage für regionale Wirtschaftsimpulse und als Hilfe zu einem besseren Verständnis. In: Europa Regional (7), H. 3, S. 16-23.
- MEYER, G. UND R. PÜTZ (1997)** Transformation der Einzelhandelsstandorte in ostdeutschen Großstädten. In: Geographische Rundschau, H. 9, S. 492-498.
- MOZ (2008)** <http://www.moz.de/index.php/Moz/Article/category/Nachrichten/id/252382>, letzter Zugriff am 28. 11. 2008
- PFLÜGER, M. (2007):** Die Neue Ökonomische Geographie: Ein Überblick. Universität Passau. Im Internet: http://www.wivi.uni-passau.de/lehrstuehle/pflueger/homepage/upload/ws_0708/son/NeueOekonomischeGeographie.pdf
- PFLÜGER, M. UND J. SÜDEKUM (2005)** Die Neue Ökonomische Geographie und Effizienzgründe für Regionalpolitik. DIW Berlin (Hrsg.): Europäische Regionalpolitik. Im Internet: http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.43257.de/diw_vjh_05-1-3.pdf
- PÜTZ, R. (1997)** Einzelhandel in Polen. In: Geographische Rundschau, H. 9, S. 516-523.
- PÜTZ, R. (1998)** Einzelhandel im Transformationsprozeß. Das Spannungsfeld von lokaler Regulierung und Internationalisierung am Beispiel Polen. Passau.
- RP-ONLINE (2008)** <http://www.rp-online.de/public/article/politik/ausland/615805/Polen-will-Euro-doch-erst-2012-einfuehren.html>, letzter Zugriff am 28.11.2008
- SOZIALGESETZBUCH III (2008)** Baden-Baden.
- SCHALLER, J. (2004)** Polen - Entwicklung multifunktionaler Handels- und Dienstleistungszentren. Im Internet: <http://www.stalys.de/data/pl2.htm#4>. Letzter Zugriff: 21. 07. 2008.
- SCHOTT, G. (1994)** Auf dem Basar in Slubice. Feldarbeit auf einem Polenmarkt. In: geographie heute, H. 121, S. 14-18.

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 23
------	------------------------------------	---	-------

SCHEIBE, K. (2006) Auf dem Polenmarkt. In: Stern vom 11. 08. 2006

SONNABEND, L. (2007) Wehklagen über Geburtstourismus. In: Spiegel vom 14. 11. 2007

USEDOMER BÄDERBAHN (2008) <http://www.ubb-online.com/de/aktuelles.html>, letzter
Zugriff am 28.11.2008

ZDZIECHOWSKA M. (2008) Deutsche Gastarbeit. In: Die Zeit vom 29. 05. 2008

ZIEGERT, S. (2008) Polen auf Einkaufstour im Westen. In: Die Welt vom 11. 7. 2008

Doppelstadt Słubice und Frankfurt (Oder) –Geschichte, Kooperationsbestrebungen und strukturelle Daten und Wandel

Frank Baumann & Ulrich Dilger

Mit dem Ende des Zweiten Weltkrieges und der damit verbundenen Trennung der Stadt Frankfurt (Oder) von ihrer Dammvorstadt gerieten Frankfurt (Oder) auf deutscher und die neu entstandene Stadt Słubice auf polnischer Seite in eine Grenzlage. Die Funktion der Grenze hat sich seither mehrfach gewandelt. Nachdem sie bis 1990 die beiden Staaten DDR und Polen trennte, wurde sie nach der deutschen Wiedervereinigung EU-Außengrenze.

Durch den einsetzenden Transformationsprozess in Polen Anfang der 90er Jahre und dem damit verbundenen Annäherungsprozess an die EU erhöhte sich die Durchlässigkeit der Grenze. Mit dem Beitritt Polens zur EU 2004 war sie plötzlich EU-Binnengrenze, doch hatte nach wie vor eine trennende Wirkung. Erst seit Dezember 2007, mit der Aufnahme Polens in das Schengener Abkommen und der damit verbundenen Abschaffung der Passkontrollen stellt die Grenze kaum noch ein Hindernis dar. Die Trennungswirkung der Grenze ist formal aufgelöst. Dies erlaubt grenzüberschreitende Kooperationen, wie sie vorher durch verschiedene Hindernisse nur schwer möglich waren.

Das folgende Kapitel beschäftigt sich auf politischer, wirtschaftlicher und sozialer Ebene mit den Grenzstädten Frankfurt (Oder) und Słubice, die in ihrer Geschichte vielen Veränderungen unterworfen waren. Dabei wird die Problematik der grenzüberschreitenden Kooperation beleuchtet. Daneben soll auf unterschiedliche Phasen eingegangen werden, die sich nach den verschiedenen politischen wie wirtschaftlichen Systemen richten.

Zuvor erfolgt noch ein geschichtlicher Abriss, der auch auf die Thematik Doppelstadt-Grenzstadt eingeht und dabei klären soll, was auf Słubice - Frankfurt (Oder) zutrifft.

In einem weiteren Teil soll die wirtschaftliche und strukturelle Entwicklung beider Städte dargestellt werden. Beide Städte hatten und haben mit unterschiedlichen Problemen zu kämpfen, auf der einen Seite Frankfurt (Oder) mit einem dramatischen Bevölkerungsrückgang sowie der Abwanderung von Unternehmen, und auf der anderen Seite Słubice, das sich nach wie vor in einem wirtschaftlichen und strukturellen Anpassungsprozess befindet.

Dieser sekundärstatistische Teil hat das Ziel, dem Empirieteil eine Grundlage zu geben, um die heutige Situation erklären zu können und weitere Entwicklungstrends zu prognostizieren.

3.1 Die Doppelstadt Frankfurt (Oder)- Słubice

Zunächst soll nach der Definition von Doppelstadt und Grenzstadt ein historischer Abriss gegeben werden, der in die Problematik der grenzüberschreitenden Kooperation und Integration einführt.

3.1.1 Definition Doppelstadt- Grenzstadt

Im Hinblick auf die Konstellation der beiden benachbarten Städte Frankfurt (Oder) und Słubice wird in einer Vielzahl von Publikationen der Begriff Grenzstadt verwendet. Die Bezeichnung „geteilte Grenzstadt“ dient der weiteren Differenzierung und verweist auf die historische Entstehung der benachbarten Städte (vgl. IBA 2001, ISW 2002 et al.).

Ebenfalls findet der Terminus der Doppelstadt Verwendung (vgl. Waack 2000, BMVBW 2005 et al.). Dieser Begriff impliziert, dass sich die Städte in unmittelbarer räumlicher Nähe zueinander befinden und daher ein Beziehungsgeflecht zwischen beiden Agglomerationen besteht.

Die überwiegende Anzahl der Doppelstädte liegt an Flüssen. Das hatte zunächst etwas mit der europäischen Stadtgründung im Mittelalter zu tun. Die Lage an Flüssen, als bedeutende

Verkehrswege, war zur damaligen Zeit ein Standortvorteil. Im Zeitalter des Nationalismus dienten Flussläufe als natürliche Barrieren oftmals der Abgrenzung von Staatsgebieten. Die Flussstädte wurden demnach zu Grenzstädten. Da Doppelstädte jedoch nicht zwingend aufgrund einer Trennung im Zuge einer Grenzziehung entstanden sein müssen (es wäre auch eine Neugründung auf der anderen Grenzseite vorstellbar), ist die Bezeichnung „geteilte Grenzstadt“ grundsätzlich zweckmäßiger. Gerade im Fall von Städten, welche sich entlang der deutsch-polnischen Grenze befinden, trifft diese Begrifflichkeit am besten zu. Dort sind ausnahmslos alle Doppelstädte durch eine Teilung, basierend auf der Grenzziehung nach 1945 entstanden. Da sich jedoch seit dem Beitritt Polens zur europäischen Union die Außen- zur einer Binnengrenze entwickelt und damit einhergehend die funktionale Verflechtung zwischen den benachbarten Städten zugenommen hat, kann vom Begriff der geteilten Grenzstadt Abstand genommen werden und durch den der Doppelstadt ersetzt werden. Im Folgenden soll daher der Begriff der Doppelstadt Frankfurt (Oder) – Słubice verwendet werden (Waack 2000, IBA 2001).

3.1.2 Historischer Abriss

Frankfurt an der Oder wurde im 13. Jh. als Kaufmannssiedlung gegründet. Bereits zu dieser Zeit existierte am östlichen Oderufer eine slawische Siedlung mit dem Namen *Zlince*. Der Ortsname *Słubice* ist von diesem älteren, slawischen Namen abgeleitet. Im Jahr 1430 wird Frankfurt (Oder) Mitglied der Hanse, aus der sie jedoch bereits im Jahr 1518 wieder austritt. Um 1500 erfolgt auch die Gründung der Viadrina Universität, welche die Stadt über 300 Jahre lang prägte, bevor sie im Jahr 1811 nach Breslau verlegt wurde (Kilian 2003).

Abbildung 3.1: Stadtansicht Frankfurt (Oder) (vgl. VIADRINA 2008)



Die älteste Stadtansicht von Frankfurt (Oder); Holzschnitt von 1548 aus Sebastian Münsters „Cosmographia“ aus Frankfurt an der Oder, Herausgegeben vom städtischen Verkehrsamt, Frankfurt an der Oder 1936 Quelle: Behringer, Wolfgang; Roeck, Bernd (Hg.) 1999

Bis 1919 entwickelt sich Frankfurt (Oder) zum regionalen Verwaltungszentrum und Regierungssitz der Neumark. Das Ende des Ersten Weltkriegs führte zu einschneidenden Veränderungen in der Region. Der Verlust der deutschen Ostgebiete durch die Gründung Polens bedeutete für die Wirtschaft Frankfurts den Wegfall von Absatzmärkten. So ging der Getreide- und Viehhandel um über 60% zurück. Auch die Bezugsmärkte brachen weg. Vor dem Krieg waren zum Beispiel 60-70% der Kartoffeln für die Industrie aus den nun polnischen Gebieten bezogen worden. Die Gebietsverluste im Osten wirkten sich auch auf den Personenverkehr aus. Im Vergleich, von 1913 zu 1928 waren 40% weniger Personentransporte auf der Bahnstrecke

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.26
------	------------------------------------	---	------

Frankfurt-Posen zu verzeichnen (vgl. Schieck 1994, S.18). Des Weiteren musste die Stadt Flüchtlingsströme aus den an Polen gefallen Gebieten aufnehmen.

Nach dem Verlust des Hinterlands im Ersten Weltkrieg wird Frankfurt (Oder) nach Ende des Zweiten Weltkriegs schließlich zur Grenzstadt. Am 16. April 1945 begann mit dem Angriff der Roten Armee auf Frankfurt die Großoffensive gegen Berlin. Bis dahin weitgehend verschont, da kaum wichtige Industrie- oder Militäranlagen beherbergend, wurde die Innenstadt gegen Ende des Krieges größtenteils zerstört. Die Oderbrücke wurde von der Wehrmacht gesprengt und damit auch Telefon-, Gas- und Wasserleitungen in die Dammvorstadt durchtrennt. Am 2. August 1945 wurde auf der Potsdamer Konferenz die Teilung der Stadt in ein deutsches Frankfurt links und ein polnisches Slubice rechts der Oder offiziell besiegelt (Kilian 2003).

Dies widersprach dem Wunsch Polens, nachdem die gesamte Stadt Frankfurt (Oder) polnisch werden sollte, da man eine Teilung der Stadt für unsinnig hielt. Infolge der Teilung der Stadt wurden bis zu 3.640 Deutsche vertrieben (vgl.: Reiß 2003, S.36). Die neuen Bewohner auf der polnischen Seite setzten sich aus Umsiedlern aus Zentralpolen, ehemaligen Zwangsarbeitern sowie Flüchtlingen aus den ehemaligen polnischen Ostgebieten zusammen.

Wie sich die Kooperation der beiden Grenzstädte/Doppelstädte entwickelte, ist Inhalt der folgenden Ausführungen, welche sich in drei Phasen gliedert. Die Einteilung in drei Zeiträume erfolgt anhand der wechselnden Funktion der deutsch-polnischen Grenze, welche auf die jeweilige politische Lage zurückzuführen ist. Die erste Phase beinhaltet den Zeitraum von 1945 bis 1989: die direkte Nachkriegszeit bis zum Zusammenbruch des Rates für gegenseitige Wirtschaftshilfe (RgW). Die zweite Phase bezieht sich auf die Übergangszeit von 1990 bis 2004, welche mit dem Beitritt Polens zur europäischen Union endet. In diesem Zeitraum befand sich Frankfurt (Oder) - Slubice direkt an der Außengrenze der europäischen Union. Die letzte Phase beginnt schließlich 2004 und dauert bis in die Gegenwart an (Kilian 2003).

3.1.3 Problematik der grenzüberschreitenden Kooperation nach 1945

Im Zusammenhang mit dem Begriff der grenzüberschreitenden Kooperation ist die Bezeichnung der „räumliche Integration“ zu klären. Die räumliche Integration ist generell als das Ziel der Kooperationsbestrebungen anzunehmen.

Dabei kann die räumliche Integration, welche der funktionalen Ergänzung von Doppelstädten dient, in vier Dimensionen untergliedert werden: nach physischen, organisatorischen und politisch-administrativen Gesichtspunkten (vgl. Buursink 1994). Außerdem kann die Dimension des Wahrnehmungsraums zu Rate gezogen werden, unter der eine Annäherung an das Alltagsleben der Stadtbevölkerung zu verstehen ist. Im Folgenden soll diese thematische Gliederung verwendet werden um die Entwicklung der grenzüberschreitenden Kooperation darzustellen.

Grenzüberschreitende Kooperation im Zeitraum von 1945 bis 1989

Nach dem Krieg verfügte die Doppelstadt Frankfurt-Slubice, wie aus dem historischen Abriss deutlich wird, weder über einen grenzüberschreitenden Wirtschaftsraum noch eine regionale Identität. Jenseits der Grenze lebten Menschen unterschiedlicher Herkunft in neuer Nachbarschaft.

Physische Integration

In Bezug auf die physische Integration stellt der Wiederaufbau der Oderbrücke nach 1950 einen ersten und bis 1989 auch den einzigen Meilenstein dar. Weitere städtebauliche Aktivitäten mit dem Ziel einer Zusammenfügung der beiden Stadtkörper fanden bis 1989 nicht statt. Eine gegenseitige Annäherung war von den jeweiligen Staatsführungen durchaus gewollt, aber aufgrund der zentralen Verwaltungsstrukturen nicht zu erreichen (vgl. Jajesniak und Stoklosa 2000, S.132).

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 27
------	------------------------------------	---	-------

Integration des Wahrnehmungsraums

Die Integration bezüglich der Zusammenführung des Alltagslebens blieb ebenfalls weitestgehend aus. Die neu geschaffene Grenze war nur im Besitz spezieller Genehmigungen und nach Kontrollen passierbar. Eine Nachbarschaft war dadurch quasi unmöglich (vgl. Jajesniak und Stoklosa 2000, S.14). Erst 1968 wurde der pass- und visafreie Verkehr zwischen Polen und der DDR ermöglicht. Damit einhergehend gewannen der Grenztourismus und der Tauschhandel unter der Stadtbevölkerung von Frankfurt (Oder) und Slubice an Bedeutung.

Während der 70er Jahre erreichte der Kulturaustausch zwischen Polen und DDR-Bürgern einen Höhepunkt. Zusätzlich kam es zu einer Annäherung der Bevölkerung durch Arbeitsmigration. Polnische Arbeiter waren in deutschen Großbetrieben beschäftigt. In Frankfurt (Oder) betraf dies vor allem das Halbleiterwerk. Doch schon 1980 wurde aus Gründen der Machterhaltung und aus Angst vor der Solidarność-Bewegung und deren Forderung nach einer Öffnung zum Westen hin der pass- und visafreie Grenzverkehr von Seiten der DDR wieder aufgekündigt (vgl. Jajesniak und Stoklosa 2000, S.97). Die ersten zaghaften kulturellen und gesellschaftlichen Kontakte zwischen den Einwohnern beider Städte kamen damit zum Erliegen. Danach war bis zur Auflösung der DDR ein freier Reiseverkehr nicht mehr möglich. Aus diesem Grund kann keinesfalls von einer Kontinuität des Zusammenlebens der beiden Bevölkerungsteile westlich und östlich der Oder gesprochen werden.

Organisatorische Integration

Die organisatorische Integration in der Phase bis 1989 fokussierte sich auf die gemeinsame Nutzung von Wasser- und Gaswerken (technischer Infrastruktur) (vgl. Jajesniak und Stoklosa 2000, S.13). Im Rahmen der Kooperation mit dem sozialistischen Bruderstaat der Volksrepublik Polen wurden zwischen den beiden Magistraten Frankfurt und Slubice die hierfür notwendigen Kontakte auf Grundlage des Görlitzer Vertrages vom 6. Juli 1950 geknüpft. Frankfurt (Oder) wurde 1952 Bezirksstadt und damit Verwaltungszentrum eines der fünfzehn Bezirke der DDR. Auf polnischer Seite wurde die Zusammenarbeit anfangs auf der nächst höheren Ebene durch die Woiwodschaft koordiniert. (vgl. Jajesniak und Stoklosa 2000, S.64).

Politisch- administrative Integration

Grenzüberschreitende Kooperationen auf der lokalen politischen Ebene wurden von staatlicher Ebene forciert. Bereits 1950 erfolgte durch die DDR die Anerkennung der deutsch-polnischen Grenze. 1967 wurde zwischen der Volksrepublik Polen und der Deutschen Demokratischen Republik der Vertrag über Freundschaft, Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung geschlossen. In Folge dessen entwickelten sich auch offizielle Kontakte zwischen den Bürgermeistern und Parteidelegationen von Frankfurt (Oder) und Slubice. Besonders nach 1972 wurden diese Kontakte ausgebaut, nach 1980 jedoch wieder zurückgefahren. (vgl. Jajesniak und Stoklosa 2000, S.15).

Grenzüberschreitende Kooperation im Zeitraum von 1990 bis 2004

Physische Integration

Erste Ansätze einer stadträumlichen Integration zwischen Frankfurt (Oder) und Slubice erfolgten wenige Jahre nach der politischen Wende. Hierbei nahmen die beiden Städte eine Vorreiterrolle ein. Slubice und Frankfurt waren die ersten polnisch-deutschen Grenzstädte, die eine gemeinsame Raumplanung realisierten. (vgl. Jajesniak und Stoklosa 2000, S.132).

Die Stadtentwicklungskonzeptionen beiderseits der Oder thematisierten die Förderung der „Zwillingsstadt“ bzw. die Herausbildung einer grenzübergreifenden Stadtregion. Dabei standen sie vor der Herausforderung extrem unterschiedliche, städtebauliche Entwicklungen miteinander zu

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.28
------	------------------------------------	---	------

vereinbaren. So erforderte auf der Frankfurter Seite ein anhaltender Bevölkerungsverlust von ca. 18 % zwischen 1990 und 2004 einen umfassenden Stadtumbau, wohingegen Slubice im gleichen Zeitraum eine stabile demographische Entwicklung aufwies. (vgl. BMVBM 2005, S.13). Mit dem Beitritt der Republik Polen zur europäischen Rahmenkonvention über grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen territorialen Selbstverwaltungsorganen und staatlichen Institutionen im Jahr 1993 konnten die politischen Voraussetzungen für eine grenzüberschreitende Planung deutlich verbessert werden.

Im Jahr 2000 begann man mit der Realisierung eines "Integrierten Konzeptes Strategie Frankfurt (Oder) - Slubice 2003". Dies hatte die Zusammenführung und räumliche Vernetzung des Stadtraums beider Städte zum Ziel (vgl. DPDMZ 2008).

Integration des Wahrnehmungsraumes

Die Integration des Alltagslebens der benachbarten Stadtbevölkerung änderte sich nach der Wende keineswegs schlagartig. Nach der Abschaffung der Visapflicht 1991 standen sich die Menschen auf beiden Seiten zunächst reserviert gegenüber (vgl. Schröder 2003).

Wie Wojciechowski feststellt, vollzog sich die Integration zunächst zwischen den jeweiligen Enden der Gesellschaft (sowohl den unteren sozialen Schichten, als auch zwischen den Führungsschichten) (vgl. Wojciechowski 1996, S. 326). Ein wichtiger Schritt zur Integration stellte die Eröffnung der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder) im Jahr 1992 dar, auf die 1998 die Einweihung des Collegium Polonicum folgte. Zumindest der Austausch von polnischen und deutschen Studenten konnte so gefördert werden. Von einem gemeinsamen Alltagsleben der polnischen und deutschen Stadtbevölkerung konnte jedoch auch Jahre nach der politischen Wende nicht gesprochen werden. Nach einer Zwischenevaluierungsstudie des Interreg-II-Programms aus dem Jahr 1998 sahen 29 Prozent der Befragten auf deutscher Seite in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit ein Gefahrenpotential (Witt 2004).

Organisatorische Integration

Kommunale Kooperationen fanden bereits zwischen 1990 und 1993 statt, allerdings informell und abhängig von den Aktivitäten einzelner, engagierter Personen in den Stadtverwaltungen. Wie bereits erwähnt, erfuhr die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen territorialen Selbstverwaltungsorganen mit der Institutionalisierung im Jahr 1993 einen erheblichen Bedeutungsgewinn. Seit 2000 konnte für Projekte der integrierten Regionalentwicklung auch auf Fördermittel der INTERREG-III-A-Programme zurückgegriffen werden. (vgl. HWWA 2006, S. 18). Dennoch konnten praktische Erfolge wie etwa die Einrichtung eines polnisch-deutschen Kooperationszentrums der Wohnungswirtschaft nur selten realisiert werden. Der Anschluss der Stadt Slubice an das Frankfurter Klärwerk hingegen, das nach der Wende grundlegend saniert wurde, scheiterte an zu hohen Gebühren. Der zunächst von beiden Seiten verfolgte Bau einer Nordbrücke sowie eine geplante ÖPNV-Verbindung über die bestehende Stadtbrücke blieben in der Planungsphase stecken.

Politisch-administrative Integration

Auf lokalpolitischer Ebene wurden nach 1990 regelmäßige operative Treffen der Bürgermeister von Frankfurt (Oder) und Slubice eingeführt, ebenso wie jährliche gemeinsame Stadtverordnetenversammlungen. Darüber hinaus wurden gemeinsame Ausschüsse zu Wirtschaft, Umwelt, Kultur und Sport gegründet (vgl. MIR Brandenburg, 2008).

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 29
------	------------------------------------	---	-------

Grenzüberschreitende Kooperation im Zeitraum von 2004 bis 2008

Physische Integration

Mit der Erweiterung der Europäischen Union zum 1. Mai 2004 haben sich die Rahmenbedingungen für eine gemeinsame Stadtentwicklung von Frankfurt (Oder) und Slubice deutlich verändert. Dies betrifft besonders den gesamtstädtischen Verkehr. Die seit rund 60 Jahren getrennten Verkehrssysteme sollten nach Vorstellung der lokalen Verwaltungen wieder zu einem integrierten Gesamtverkehrssystem entwickelt werden (vgl. BMVBW 2005, S.4). Im Februar 2005 wurde daher von den Verantwortlichen der Stadt Frankfurt (Oder) die planerische Vorbereitung für die Revitalisierung der Straßenbahnlinie nach Slubice beschlossen. Da die anfänglich geschätzten Kosten deutlich überschritten worden wären, wurde das Projekt aufgegeben, nachdem eine Bürgerbefragung mit einem deutlichen Votum dagegen stattfand.

Integration des Wahrnehmungsraums

Im Hinblick auf die Integration des Alltagslebens zwischen den Bürgern von Frankfurt (Oder) und Slubice lautet die Parole optimistisch: „Das große Europa ist vielfach noch Wunsch, in Frankfurt (Oder) und in Slubice ist es bereits Wirklichkeit und Alltag. Menschen zweier Nationen leben miteinander, arbeiten zusammen an ihrer gemeinsamen und freien Zukunft“ (Stadt Frankfurt (Oder) 2008). Empirische Untersuchungen zur Doppelstadt Frankfurt-Slubice scheinen dies zu widerlegen. Nach Jurczek entsteht eine gemeinsame Identifizierung nur sehr langsam und wird noch Jahre benötigen. Als Hauptgründe hierfür sieht er die bisherige Isolierung und den damit verbundenen gegenseitigen Argwohn der Bevölkerung (vgl. Jurczek 2007).

Organisatorische Integration

Betrachtet man die organisatorische Integration fällt auf, dass auf der Ebene der städtischen Organisatoren eine breite Bereitschaft zur Zusammenarbeit existiert. Im Jahr 2004 wurde dies durch die Ausarbeitung eines Programms für die gemeinsame Entwicklung und Zusammenarbeit der Städte Frankfurt (Oder) und Slubice als Europastadt zum Ausdruck gebracht. Praktisch zeigt sich die funktionierende Kooperation vor allem in gemeinsamen kulturellen Veranstaltungen und bei Aktivitäten im Bereich Umweltschutz. (vgl. DPDMZ 2008). Aktuell billigte die Europäische Kommission am 25. März 2008 das operationelle Programm für die grenzübergreifende europäische Zusammenarbeit zwischen der polnischen Woiwodschaft Lubuskie und dem Bundesland Brandenburg für den Zeitraum 2007 bis 2013 mit einem Gesamtetat von rund 146 Mio. Euro (vgl. EU 2008, S.1). Es bleibt abzuwarten wie und ob sich gemeinsame Organisationsstrukturen innerhalb dieser Förderperiode etablieren können.

Politisch-administrative Integration

Die bereits seit 1990 bestehenden politisch-administrativen Strukturen der Doppelstadt wurden auch nach 2004 weiter ausgebaut, so z.B. die Einrichtung eines gemeinsamen europäischen Integrationsausschusses Frankfurt (Oder) - Slubice (vgl. Stadt Frankfurt Oder 2008).

3.2 Strukturelle Verteilung und wirtschaftliche Entwicklung

Der folgende Abschnitt setzt sich zunächst mit der Bevölkerungsentwicklung beider Städte auseinander. Weiterhin wird die Arbeitsmarktsituation und -entwicklung beleuchtet, wobei es auch um die Funktion von Frankfurt (Oder) als Oberzentrum und Slubice als Kreishauptstadt die besonderen Verhältnisse geht. Dies führt abschließend zur Wirtschaftsstruktur und zum Strukturwandel, wo Referenzwerte anderer Regionen eine adäquate Einordnung des Untersuchungsraumes erlauben werden.

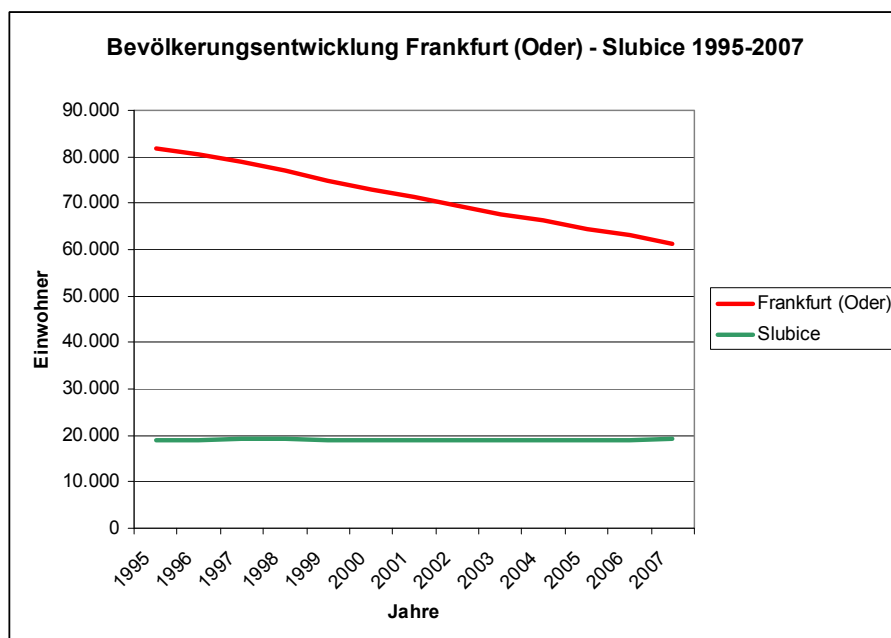
3.2.1 Bevölkerung

Die zuvor beschriebenen Kooperationen sowie die Integration sind ein entscheidender Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung der Region und die strukturelle Entwicklung beider Städte.

Bevor auf die Entwicklung näher eingegangen wird, werden zunächst einige Kennzahlen vorgestellt. Ende 2007 zählte die Stadt Frankfurt (Oder) 61.288 Einwohner auf einer Fläche von ca. 148 km² (Stadt Frankfurt (Oder) 2008). Das entspricht einer Einwohnerdichte von 414 Einwohnern pro km² (eigene Berechnung). Dagegen waren es Ende 2004 noch 441 Einwohner pro km². Im Vergleich weisen die meisten kreisfreien Städte, wie z.B. Potsdam mit 805 Einwohnern pro km² und Cottbus mit 626 Einwohnern pro km² deutlich höhere Werte auf.

Slubice hatte Ende 2007 19.416 Einwohner, was bei einer Fläche von 19,2 km² einer Einwohnerdichte von 1011 Einwohnern pro km² entspricht. Das ist mehr als doppelt so hoch wie die flächenmäßig größere Stadt Frankfurt (Oder).

Abbildung 3.2: Bevölkerungsentwicklung



Quelle: eigene Darstellung nach Regionalstatistik 2008 und Statistisches Amt Polen 2008

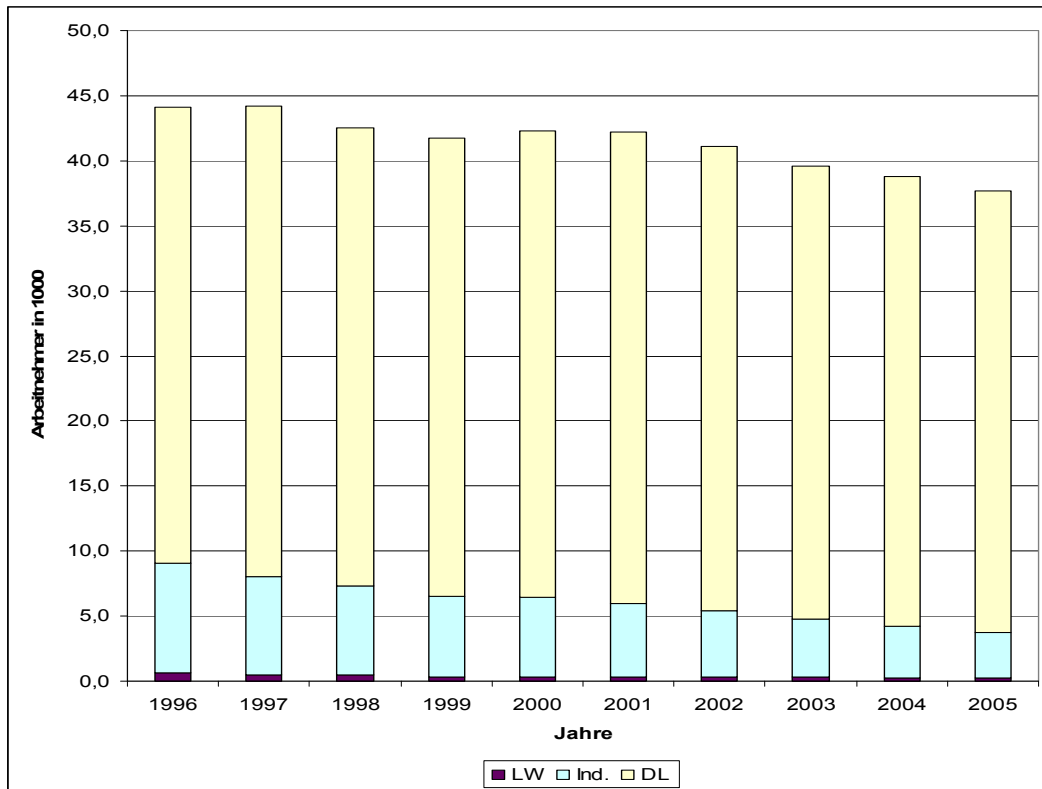
Betrachtet man nun die Einwohnerentwicklung, fällt auf, dass die Bevölkerung in Slubice seit 1995 relativ stabil geblieben ist, wohingegen Frankfurt einen deutlichen Bevölkerungsverlust zu verzeichnen hat. Lebten in Frankfurt 1995 über 81.000 Einwohner, so waren es 2001 nur noch ca. 71.000 und heute weitere 10.000 Einwohner weniger. Über den gleichen Zeitraum stagnierte die Bevölkerung in Slubice. Im Jahre 2001 hatte Slubice mit 18.804 Einwohnern rund 200 Einwohner weniger als 1995, 2007 zählte die Stadt rund 19.500 Einwohner. In den Jahren dazwischen war das Wanderungssaldo ausgeglichen (siehe Abb. 3.2).

3.2.2 Arbeitsmarkt

Die Zahl der Arbeitnehmer ist in Frankfurt (Oder) von 44.100 im Jahr 1996 auf 37.700 im Jahr 2005 gesunken, was einem Rückgang um insgesamt 16,1% entspricht. Während 1996 im Bereich der Dienstleistungen 35.000 Erwerbstätige beschäftigt waren, so verblieben im Jahr 2005 immerhin noch 34.000. Dieser Rückgang fiel im Vergleich zum Industriesektor sehr gering aus. Der verarbeitende Sektor verlor im gleichen Zeitraum mehr als die Hälfte seiner Beschäftigten und pendelte sich aufgrund der Strukturkrisen 2005 in etwa auf 3500 Arbeiter – von ehemals 8500 im

Jahre 1996 – ein. In der Landwirtschaft war der Beschäftigtenrückgang noch drastischerer; hier belief sich der prozentuale Rückgang auf knapp 67% von ehemals 600 Erwerbstätigen im Jahr 1996 auf 200 im Jahr 2005 (Abb. 3.3, eigene Berechnung nach Regionalstatistik 2008).

Abbildung 3.3: Arbeitnehmer nach Wirtschaftszweigen in Frankfurt (Oder)-Jahresdurchschnitt zwischen 1996 und 2005



Quelle: eigene Darstellung nach Regionalstatistik 2008

Auch für Slubice ist ein deutlicher Rückgang der Arbeitnehmer erkennbar. Gab es 1995 noch 6.467 Erwerbstätige, so waren es 2003 nur noch 4.637 Beschäftigte (Abb. 4), was einem Rückgang um 28,3% entspricht. Dabei ist der Industriesektor am stärksten betroffen. 1995 waren mit 1.698 Personen noch ca. ein Viertel aller Erwerbstätigen in diesem Bereich beschäftigt, im Jahr 2003 nur noch 758, was ca. 16% aller Erwerbstätigen entspricht (Abb. 5). Für die Anzahl der Erwerbstätigen in Slubice lässt sich zudem eine Abnahme der Erwerbstätigen im Bereich der Landwirtschaft feststellen. Von 298 Erwerbstätigen im Jahr 1995 fiel die Zahl auf 169 im Jahr 2003 ab. Mit 4,6% 1995 und immer noch 3,6% 2003 ist dieser Sektor überrepräsentiert im Vergleich zu Frankfurt (Oder), wo er 2003 bei ca. 0,8% lag (eigene Berechnung nach Regionalstatistik 2008 und Statistisches Amt Polen 2008).

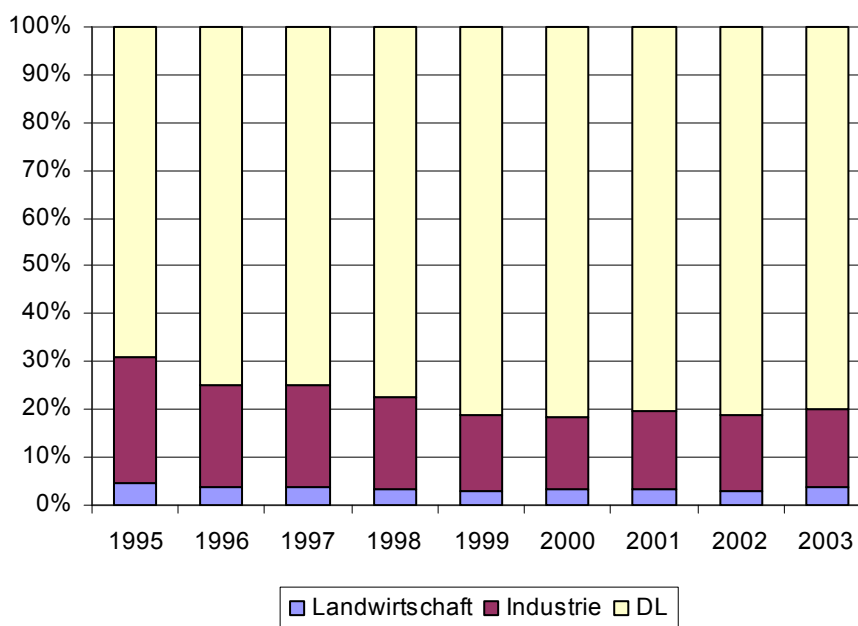
Auch im Dienstleistungsbereich ging die Zahl der erwerbstätigen Personen zurück. 1995 gab es hier 4.471 Beschäftigte. Innerhalb von 8 Jahren sank die Anzahl um 761 Personen. Jedoch stieg, gemessen am Anteil aller Erwerbstätigen (und allein aufgrund des statistischen Effekts), der Anteil des Dienstleistungssektors von 69 Prozent im Jahr 1995 auf 80 Prozent im Jahr 2003, was darauf zurückzuführen ist, dass im Vergleich zu allen Sektoren in diesem Bereich mit 17 Prozent der geringste Rückgang zu verzeichnen ist (bei einem durchschnittlichen Rückgang von 28,3 Prozent über alle Bereiche) (eigene Berechnung nach Regionalstatistik 2008).

Abbildung 3.4: Anzahl der Erwerbstätigen in Słubice nach Wirtschaftssektoren

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Landwirtschaft	298	257	239	216	164	160	160	147	169
Industrie	1.698	1.411	1.423	1.252	922	705	824	759	758
DL	4.471	4.936	4.914	4.986	4.707	3.808	4.067	3.921	3.710
Summe	6.467	6.604	6.576	6.454	5.793	4.673	5.051	4.827	4.637

eigene Darstellung nach Statistisches Amt Polen 2008

Abbildung 3.5: Anteile der Erwerbstätigen in Słubice nach Wirtschaftssektoren



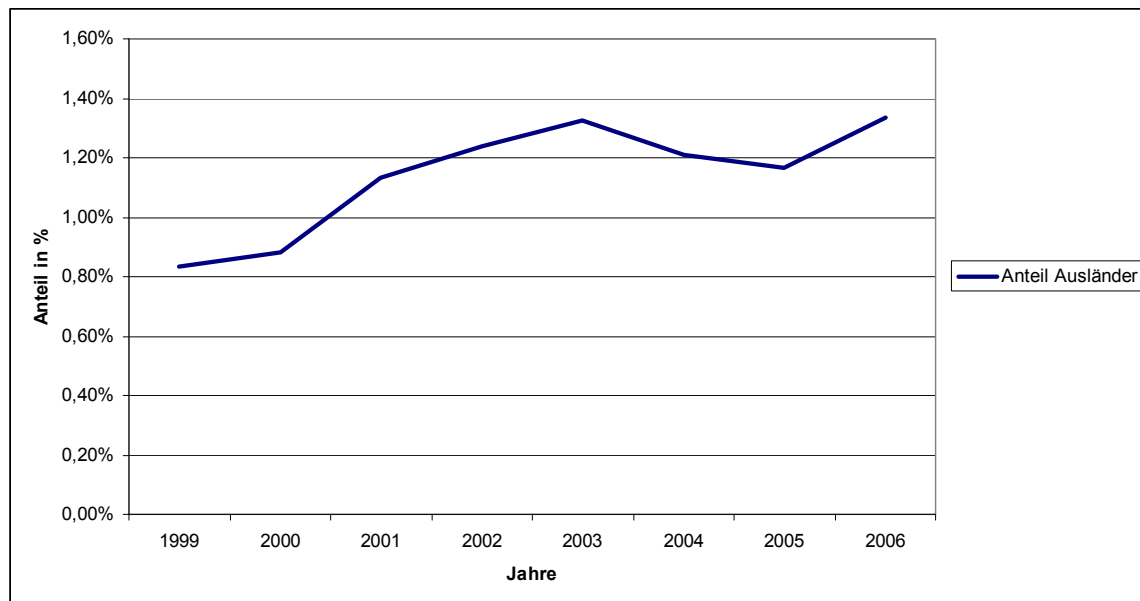
eigene Darstellung nach Statistisches Amt Polen 2008

Vergleicht man nun Frankfurt (Oder) und Słubice, so lässt sich für beide Städte ein Erwerbstätigenrückgang verzeichnen, der für Słubice mit 28% wesentlich stärker ausfällt als für Frankfurt (Oder) mit 14%. Dabei ist die Doppelstadt vor allem vom starken Rückgang im Industriesektor betroffen.

Im Folgenden soll kurz auf den Anteil ausländischer Beschäftigter in Frankfurt (Oder) eingegangen werden. Hierzu lassen sich Aussagen für die Zeit von 1999 bis 2006 treffen (Abb. 3.6).

Der Anteil sozialversicherungspflichtig beschäftigter Ausländer hat seit 1999, mit Ausnahme von 2004 bis 2005, wo er leicht abnahm, von ca. 0,8% im Jahr 1999 auf fast 1,4% im Jahr 2006 stetig zugenommen. Nichtsdestotrotz können keine Aussagen darüber gemacht werden, ob es sich bei den Ausländern um, die für die Studie interessanten, polnischen Staatsbürger handelt. Ob die Empirie diesen Trend auch für Polen bestätigen kann, folgt in späteren Kapiteln.

Abbildung 3.6: Anteil der Ausländer an der Gesamtzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten



Quelle: eigene Darstellung nach Regionalstatistik 2008

Gemäß dem Landesentwicklungsplan von Brandenburg (1995) hat Frankfurt (Oder) neben Potsdam, Cottbus und Brandenburg an der Havel den Status eines Oberzentrums.

Oberzentren haben als hochrangige Kommunikationszentren Einrichtungen zur Deckung des spezialisierten höheren Bedarfs für einen größeren Verflechtungsbereich bereitzustellen. Zugleich haben sie Versorgungsaufgaben von zentralen Orten mittlerer und unterer Stufe zu erfüllen und sollen des Weiteren über ein entsprechendes Angebot an Einrichtungen verfügen (vgl. LEP 1995). Dazu gehören neben Landesbehörden und öffentlichen Einrichtungen, wie dem Oberverwaltungsgericht für das Land Brandenburg und der Landesversicherungsanstalt auch das Krankenhaus oder die Europa-Universität VIADRINA.

Demnach ist Frankfurt (Oder) ein regionales Arbeitsplatzzentrum, für das eine hohe Einpendlerquote und ein Pendlerüberschuss charakteristisch ist. Im Jahr 2006 lag die Einpendlerquote bei 47,7 Prozent, wobei 6.894 mehr Ein- als Auspendler gezählt wurden. Betrachtet man die Entwicklung dieser Quote, so ist eine stetige Zunahme von 35,6 Prozent im Jahr 1998 über 44,8 Prozent im Jahr 2002 auf 47,7 Prozent im Jahr 2006 erkennbar. Faktisch hat sich die Anzahl der Einpendler jedoch kaum verändert (eigene Berechnung nach Regionalstatistik 2008). Die gestiegene Einpendlerquote ist vielmehr an der Abnahme der Anzahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter insgesamt zurückzuführen. Während die Anzahl der Einpendler über diesen Zeitraum immer zwischen 12.000 und 14.000 lag, nahm die Anzahl der Beschäftigten derweil um fast 10.000 ab.

Im Vergleich dazu hat Slubice als zehntgrößte Stadt der Woiwodschaft Lubuskie, wobei das Parlament in Gorzów Wielkopolskie liegt und der Woiwodschaftsmarschall in Zielona Góra seinen Sitz hat, keine administrativ herausragende Bedeutung. Sie ist lediglich eine von zwölf Hauptstädten auf Landkreisebene (Statistisches Amt Polen 2008)

3.2.3 Wirtschaftsstruktur und Strukturwandel

Zusammenbruch des Realsozialismus (Transformationsphase)

Mit dem Zusammenbruch des Realsozialismus und der als Transformationsphase bezeichneten Umwälzung der gesellschaftlichen Organisation von Ökonomie, Politik und

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.34
------	------------------------------------	---	------

gebauter Umwelt in den Staaten des ehemaligen Ostblocks ab 1989/1990 ging auch ein umfassender Strukturwandel des Einzelhandels und der konsumentenorientierten Dienstleistungen einher. War dieser im Realsozialismus davon geprägt, dass durch staatliche Planung und teilweise auch durch staatliche Monopolbetriebe die Versorgung der Bevölkerung mit lebensnotwendigen Waren sichergestellt werden sollte, wurde diese nach 1990 zunehmend dem freien Spiel der Marktkräfte überlassen. Die Entstaatlichung, Privatisierung und Liberalisierung des Handels führte zunächst zu einem Gründerboom privatwirtschaftlicher Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen, sowie zu einem reziproken Niedergang der ehemaligen Staatsbetriebe. Dieser Prozess drückt sich im Datensatz (z.B. polnische Seite) dergestalt aus, dass nur 10% der erfassten Unternehmen Slubices vor 1990 gegründet wurden (vgl. Kapitel 5, Abb. 5.5).

Strukturwandel der Wirtschaft im Untersuchungsraum

Nach 1990 entstand in den grenznahen Regionen Polens, so auch in Slubice, zunächst eine „Basarökonomie“, die auf der Nutzung der Kaufkraftunterschiede zwischen Deutschland und Polen basierte. Kaczmarek/Stryjakiewicz halten fest, dass: „der grenznahe Raum insbesondere in der ersten Hälfte der 1990er Jahre zu einer Zone [wurde], wo Kleinhandel und preiswerte Dienstleistungen aufblühten, ausgerichtet auf die Kunden aus dem benachbarten Deutschland. Das sich nach der Wende in Polen rasch ausweitende private Unternehmertum wusste vortrefflich die ökonomischen Diskrepanzen zu nutzen und von komparativen Vorteilen sowie von unterschiedlicher Kaufkraft der Bevölkerung zu profitieren.“ (Kaczmarek/Stryjakiewicz 2006, S. 62)

Unter Basarökonomie ist in diesem Sinne eine regionale ökonomische Struktur zu verstehen, die sich vornehmlich auf die Preisunterschiede beiderseits der Grenze stützt und mittels relativ billiger Preise für Waren und Dienstleistungen in Polen Kaufkraft aus Deutschland abzieht und zur Entstehung handelszentrierter Exportaktivitäten aus Polen nach Deutschland führt. Diese basieren zum Teil auch auf dem illegalen oder halblegalen Grenzhandel, d.h. vornehmlich auf der Umgehung von Zollgebühren. Prägend für die Basarökonomie ist zudem, dass der Oligopolisierungsprozess der Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen noch kaum vorangeschritten ist. Vielmehr sind eine Vielzahl von häufig inhabergeführten Kleinbetrieben mit sehr geringem Kapitaleinsatz entstanden, die sich oft noch keine festen Ladengeschäfte leisten können – wesentlicher Grund für das Erscheinungsbild der Einzelhandelsbranche als „Flohmarkt“ oder Basar (Krätke 1998).

Auf diesen Exportaktivitäten aufbauend kann die Basarökonomie davon geprägt sein, dass sich in ihr ein Bereich zumeist informell zuliefernder Kleinproduzenten entwickelt. Ihre Fähigkeit zur „[...] Formierung neuer ‚industrieller Distrikte‘ mit Netzwerken kleiner Unternehmen [mit] hoher technologischer Kompetenz und innovativen Produktionssystemen [...]“ wird aber als gering eingeschätzt (Krätke 1998, S. 125). Das heißt, dass von der Basarökonomie zumindest im deutsch-polnischen Grenzraum kaum Impulse für eine nachhaltige exportorientierte regionale Industrieentwicklung auszugehen scheinen, bzw. ausgegangen sind¹¹. Die Existenz der Basarökonomie hängt daher davon ab, dass es zu keiner relevanten Preiskonvergenz beiderseits der Grenze kommt.

Sowohl Kaczmarek/Stryjakiewicz (2006) wie Krätke (1998) konstatieren, dass sich diese Basarökonomie bereits gegen Ende der 1990er Jahre im Niedergang befand. Bemerkenswert ist diese Datierung, da sie signifikant vor dem EU-Beitritt Polens liegt. Mehrere Gründe für diese Entwicklung sind anzunehmen. So fand die Homogenisierung von Normen, Steuern, Gesetzen

¹¹ Aus Entwicklungsländern wird berichtet, dass dort die Basarökonomie durchaus einen wichtigen Impuls für die Entwicklung einer regionalen Kleinindustrie darstellen kann, im Gegensatz zu dem hier betrachteten Industrieländer-Fall.

und Verordnungen zwischen Polen und der EU (z.B. Pre-Accession Programme (wie PHARE etc.)) zum Teil schon im Zuge der Beitrittsverhandlungen statt, wie auch die zwischenstaatlichen Handelsbeschränkungen schon vor 2004 sukzessive gelockert wurden. Die politischen Rahmenbedingungen für die Privatwirtschaft in beiden Staaten gleichen sich damit nicht erst seit dem EU-Beitritt Polens einander an, womit es aber auch zum Verlust komparativer Kostenvorteile von polnischen Waren kommt.

Wesentlich für den Niedergang der Basarökonomie ist sicherlich, dass in den grenznahen Regionen Ostdeutschlands im Zuge der „unkreativen Zerstörung“ der realsozialistischen Industriestruktur die Arbeitslosigkeit und mit ihr die Armut in einem Ausmaße stiegen, die einem Florieren der grenznahen Basarökonomie klare Schranken setzten. Da die Kaufkraft der Bevölkerung in Ostbrandenburg relativ gering war – und immer noch ist – ist das Entwicklungspotential der grenznahen Basarökonomie, die zu einem wesentlichen Teil vom grenzüberschreitenden Einkaufstourismus lebt, begrenzt.

So hält Krätke fest, dass in Frankfurt (Oder) zwischen 1990 und 1994 86% der Arbeitsplätze



Abbildung 3.7: Kreisstruktur von Brandenburg

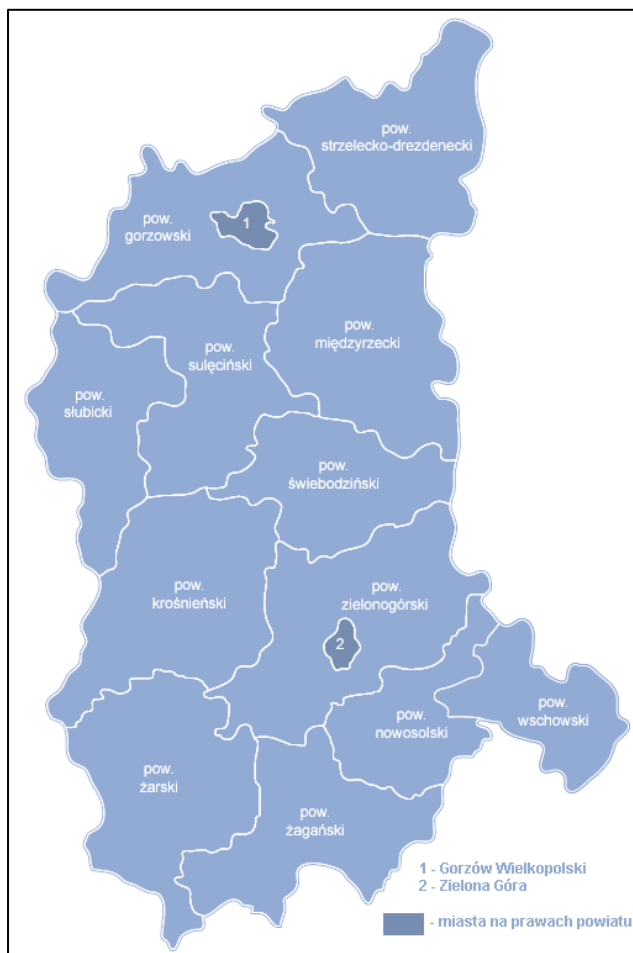


Abbildung 3.8 Powiate in der Woiwodschaft Lubuskie

im verarbeitenden Gewerbe verloren gingen und ihr Verlust nicht annähernd durch einen Arbeitsplatzaufbau im tertiären Sektor ausgeglichen werden konnte. In ganz Brandenburg gingen zwischen 1990 und 1995 rund 300.000 von ehemals 400.000 Industriearbeitsplätzen verloren (Krätke 1998, S. 120). Dieser Trend konnte auch bis 2002 auch in Bezug auf die Betriebsgröße nicht durchbrochen werden, wobei die Anzahl der kleinen Betriebe mit unter 50 Beschäftigten im Zeitraum zwischen 1995 bis 2002 von 10 auf 16 Betriebe anstieg, gleichzeitig ist jedoch ein Verlust der größeren Betriebe zu verzeichnen war. Die Wirtschaftsstruktur des verarbeitenden Gewerbes wird von vielen kleinen und mittleren Unternehmen bestimmt Dies ist einer der Gründe für den Beschäftigtenrückgang. So wirkt sich die Betriebsgrößenstruktur besonders negativ auf die wirtschaftliche Entwicklung aus, da große Betriebe fehlen, die eine Wachstums- und Agglomerationswirkung hervorrufen könnten. (vgl. Abb. 3.9).

D.h., die deutsch-polnische Grenze stellte schon Mitte der 1990er Jahre kaum

mehr eine Wohlstandsgrenze dar, zumindest nicht im Vergleich Westpolens oder Ostbrandenburgs mit beispielsweise Berlin, vor allem aber den wohlhabenden Regionen Westdeutschlands (Krätke 1998, S. 119f).

Abbildung 3.9: Betriebe im verarbeitenden Gewerbe

Betriebsgröße	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe
unter 50 Beschäftigte	10	8	11	13	13	17	15	16
50-99 Beschäftigte	4	2	1	1	0	0	0	1
100-199 Beschäftigte	1	2	2	2	2	2	2	1
200-499 Beschäftigte	2	2	0	0	0	0	1	1
500-999 Beschäftigte	1	1	1	1	1	1	0	0
über 1000 Beschäftigte	0	0	0	0	0	0	0	0

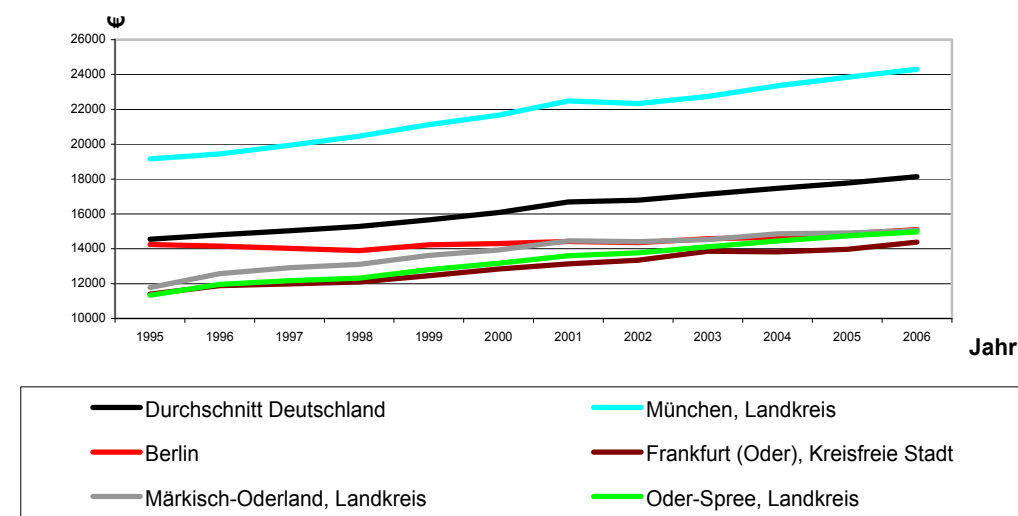
Quelle: eigene Darstellung nach Regionalstatistik 2008

Die Beschränkung des Potentials für eine auf dem grenzüberschreitenden Einkaufstourismus basierende Einzelhandelsentwicklung in Frankfurt (Oder) / Słubice durch eine fehlende Nachfragekraft der potentiellen Kunden im deutschen / polnischen Marktgebiet der Städte und Berlins wird durch eine Untersuchung der Einkommensentwicklung in den grenznahen Kreisen Brandenburgs und der grenznahen Powiate (kreisäquivalente Verwaltungseinheit in Polen) in der Wojwodschaft Lubuskie in Relation zu Referenzregionen beider Länder deutlich (für die jeweilige interne Verwaltungsgliederungen (vgl. Abbildungen 3.7 und 3.8).

Regionale Einkommensbedingungen

So lag das verfügbare Haushaltseinkommen pro Kopf 2006 in Frankfurt (Oder) beispielsweise nur bei 14.376 €/Jahr, während es im deutschen Durchschnitt mit 18.135 €/Jahr fast 4000 € höher lag. Zum Vergleich: in München lag es mit 24.294 €/Jahr rund 10.000 € höher als in Frankfurt (Oder), während es in Berlin nur 15.099 €/Jahr betrug (vgl. Abb. 3.10).

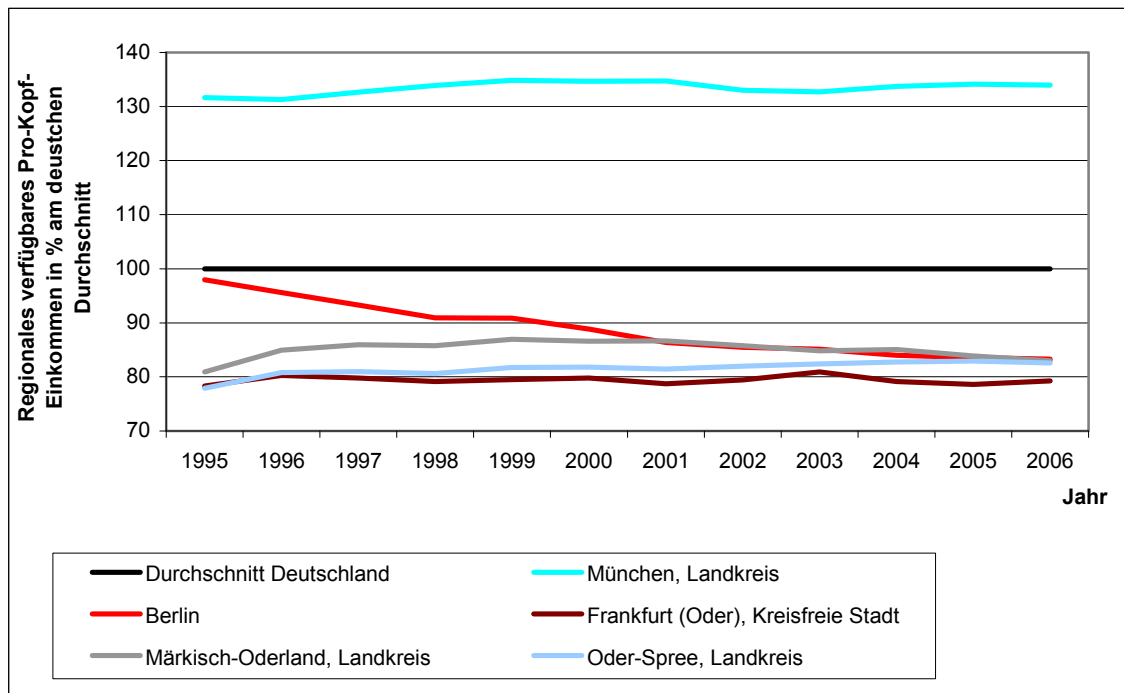
Abbildung 3.10: Verfügbares Pro-Kopf-Jahreseinkommen in den deutschen Kreisen des grenznahen potentiellen Marktgebietes von Słubice und zum Vergleich in ausgewählten deutschen Metropolen. Verfügbares Einkommen ist das Netto-Einkommen inklusive Sozialtransfers



Quelle: Regionalstatistik 2008

Wird das regional verfügbare Pro-Kopf-Nettoeinkommen ins Verhältnis zum Durchschnittseinkommen in Deutschland gesetzt, wird noch deutlicher, dass die brandenburgische Grenzregion und Berlin seit 1996 einen Stagnationsprozess der Einkommensentwicklung erleiden bzw., vor allem im Falle Berlins, die Rate der Einkommensentwicklung sogar rückläufig ist (vgl.: Abb. 3.11). In Berlin fielen die durchschnittlichen Einkommen zwischen 1996 und 2006 von 98% des bundesdeutschen Durchschnittseinkommens 1995 auf nur noch 83% im Jahre 2006. Während den Berlinern 1996 im Durchschnitt rund 650 € pro Jahr weniger zur Verfügung standen, als im bundesdeutschen Durchschnitt, waren es im Jahre 2006 schon mehr als 3000 € weniger. In den an der Grenze gelegenen vier brandenburgischen Kreisen und der kreisfreien Stadt Frankfurt/Oder stagnierten die Einkommen auf rund 80-85% des deutschen Durchschnitts, mit leicht sinkender Tendenz. Dabei liegt Frankfurt/Oder mit Werten zwischen 78% und 81% noch einmal einige Prozentpunkte unter den ostbrandenburgischen Landkreisen, ist also besonders arm. Es ist allerdings anzunehmen, dass in dieser Diskrepanz vornehmlich der Effekt des Berliner Speckgürtels zum Ausdruck kommt, in dem sich die einkommensstärkere Bevölkerung der ostbrandenburgischen Landkreise konzentriert.

Abbildung 3.11 Regionale Einkommensentwicklung im Verhältnis zum deutschen Durchschnittseinkommen



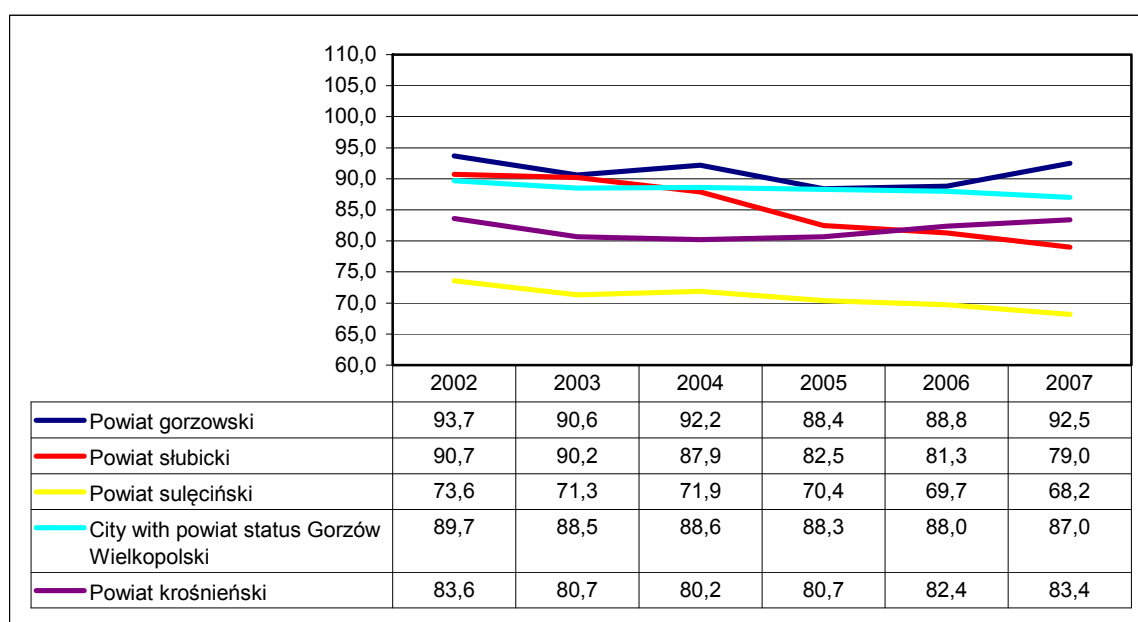
Quelle: eigene Berechnung aus den Daten der Regionaldatenbank Deutschland, Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2009)

Diese Zahlen verdeutlichen, dass Ostbrandenburg und Berlin in den letzten 13 Jahren keinen nachhaltigen ökonomischen Aufschwung erlebt haben, sondern eher gegenüber dem bundesdeutschen Durchschnitt zurückgefallen sind. Es ist also zu einer Einkommensdivergenz zwischen Ostbrandenburg und Berlin einerseits und dem deutschen Durchschnitt, wie den wohlhabenden westdeutschen Regionen gekommen, die generell eine nachhaltige und dynamische Entwicklung der Nachfrage nach Konsumgütern und konsumentenorientierten Dienstleistungen verunmöglicht hat.

Die grenznahen Powiate der Wojwodschaft Lubuskie haben sich ebenfalls alle unterdurchschnittlich entwickelt (vgl. Abb. 3.12). Obwohl die verfügbaren Daten nur bis in das

Jahr 2002 zurückreichen, wird doch erkennbar, dass auch diese Powiate nicht zu den wirtschaftlich dynamischen Regionen Polens zählen, zumindest in Hinsicht auf einen Trickle-Down-Effekt ökonomischer Entwicklung im Sinne eines wachsenden Wohlstands der Bevölkerung. Die Durchschnittseinkommen sind in sämtlichen untersuchten Powiaten gegenüber dem polnischen Durchschnitt rückläufig gewesen. So lagen die Durchschnittseinkommen in Slubice 2002 noch bei rund 91% der polnischen Durchschnittseinkommen, waren im Jahr 2007 aber schon auf 79% gefallen. Slubice hat von den untersuchten Powiaten damit den stärksten Rückgang der Durchschnittseinkommen zu verzeichnen, was nicht zuletzt auf den Niedergang der grenznahen Basarökonomie zurückzuführen sein könnte (Polnisches Statistisches Amt 2008).

Abbildung 3.12: Einkommensentwicklung in den grenznahen Powiaten der Woiwodschaft Lubuskie in Polen in Prozent des Nationalen Durchschnittseinkommens



Quelle: Polnisches Statistisches Amt 2008

Allerdings muss hier einschränkend angemerkt werden, dass das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen in Polen im Zeitraum 1999-2007 nominal um rund 65% gestiegen ist, d.h. die Einkommen sind derart gestiegen, dass wesentlich mehr Geld für den privaten Konsum zur Verfügung steht (vgl. Tabelle 3.1).

Tabelle 3.1: Entwicklung des durchschnittlich frei verkonsumierbaren („disposable“) Pro-Kopf-Einkommens in Polen und eigene Berechnung des nicht inflationsbereinigten Wachstumsindexes

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Durchschnittliches disponibles monatliches Pro-Kopf-Einkommen in PLN	560,43	610,51	644,48	664,21	711,96	735,40	761,46	834,68	928,87
Wachstums-Index (1999 = 100)	100	109	115	119	127	131	136	149	166

Quelle: eigene Berechnung nach Polnisches Statistisches Amt 2008

Die hier vorgelegte Analyse der Einkommensentwicklung beiderseits der deutsch-polnischen Grenze zeigt, dass die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für eine dynamische Entwicklung des Einzelhandels und der konsumentenorientierten Dienstleistungen im Sinne einer die Preisdivergenzen zwischen Deutschland und Polen nutzenden Basarökonomie äußerst beschränkend wirken. Zwar kam es zu einer Angleichung des Wohlstandes beiderseits der Grenze, jedoch ist diese nicht nur auf einem Wohlstandsanstieg der polnischen Seite zurückzuführen, sondern auch auf den relativen Wohlstandsverlust in Ostbrandenburg und Berlin. Der dynamischen Entwicklung von Einzelhandel und konsumentenorientierten Dienstleistungen stehen daher starke Nachfragerestriktionen entgegen. Zum anderen zeichnen sich die Regionen beiderseits der Grenze dadurch aus, dass sie in Bezug auf das Masseneinkommen der Bevölkerung gegenüber den nationalen Durchschnitts auf niedrigem Niveau stagnieren oder sogar zurückfallen. Für Wirtschaftsbranchen die vom Massenkonsum abhängig sind, wie das beim Einzelhandel und den konsumentenorientierten Dienstleistungen der Fall ist, sind die sozial-ökonomischen Rahmenbedingungen in Slubice also relativ schlecht. Im Sinne Christian Zellers, der der „regionalen Brille“ der Wirtschaftsgeographie vorwirft, dass sie die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für die regionale Wirtschaftsentwicklung entweder kaum noch für beachtenswert hält oder unkritisch reifiziert (Zeller 2003), ist hier gezeigt worden, dass diese Rahmenbedingungen eine umfassende und dynamische Entwicklung des auf der grenzüberschreitenden Einkaufstourismus basierenden Einzelhandels- und Dienstleistungsentwicklung in Slubice entgegen standen und stehen. Wenn Zeller bemerkt, dass in der Wirtschaftsgeographie: „Erstaunlicherweise Rezessionen, Konjunkturzyklen und Krisen überhaupt kein Thema [sind ... und die Wirtschaftsgeographie] brennende Herausforderungen, wie die sozialen und ökonomischen Ungleichheiten, die räumlich differenzierten Veränderungen des Verhältnisses zwischen Kapital und Arbeit sowie die Bedeutung national- und supranationalstaatlicher Macht bei der Gestaltung des Raumes nur am Rande [untersucht]“ (Zeller 2003), so muss dieser Position hier zugestimmt werden, da die relative Armut beiderseits der deutsch-polnischen Grenze als wesentlicher Grund für den Niedergang der Basarökonomie und die relativ undynamische Entwicklung Slubices verstanden werden muss.

Das potenzielle Marktgebiet von Frankfurt an der Oder / Slubice ist also durch starke Kaufkraftrestriktionen geprägt. Da das relativ reichere Westdeutschland /Westmittelpolen (z.B. Posen, Warschau) für die Etablierung eines umfassenden Einkaufstourismus in die Grenzregion zudem zu weit entfernt liegt und der westdeutsche Einkaufstourismus in Polen daher die Grenzregion wahrscheinlich ähnlich überspringen dürfte (vgl. auch Kapitel 4 Abb. 4.15) , wie Krätke/Borst das für die Industrieentwicklung nachgewiesen haben (vgl. Krätke/Borst 2004) und eher in den touristisch attraktiven Regionen Polens /Deutschlands stattfinden dürfte, wären das relativ verarmende Berlin und sein Speckgürtel der einzige grenznahe Raum, in dem genügend Kaufkraft konzentriert ist, um eine grenznahe Basarökonomie auf polnischer Seite zu ermöglichen. Da die polnische Grenzregion aber zugleich auf dem Export preiswerter Waren basierte, wurde das polnische Warenangebot einerseits aus den grenznahen Basaren direkt in die kaufkraftstärkeren Regionen Deutschlands geliefert, wie z.B. der Augenschein auf westdeutschen und Berliner Flohmärkten in den frühen 1990er Jahren offenbart, wo preiswerte polnische Werkzeuge, Nahrungsmittel und Sozialismus-Merchandising-Artikel zu kaufen waren. Zum anderen hat der globale Trend der Verlagerung von Industrieaktivitäten vor allem im Bereich der niedrigwertigen Konsumgüterindustrie in die Niedriglohnländer Asiens, allen voran Chinas, zu einer Ersetzung der zu Beginn der 1990er Jahre relativ preiswerten polnischen und osteuropäischen Industrieprodukte, die auf den grenznahen Märkten wesentlich gehandelt wurden, durch Waren aus Asien geführt. Diese werden aber nicht bevorzugt über Polen nach Ostdeutschland importiert, sondern zumeist über den Seeweg.

Die hier untersuchten Prozesse machen den von Kaczmarek/Strykiewicz (2006) sowie Krätke (1998) Ende der 1990er Jahre beobachteten Niedergang der grenznahen polnischen

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.40
------	------------------------------------	---	------

Basarökonomie nachvollziehbar und zeigen zugleich Hemmnisse einer dynamischen Entwicklung von Slubice zum Standort von Anbietern von Konsumgütern. Für die Auswertung der Daten lässt sich damit aber festhalten, dass nach Indikatoren für den Niedergang der grenznahen Basarökonomie zu suchen ist. Dieser Niedergang dürfte einen starken Einfluss auf die Einzelhandels- und konsumentenorientierte Dienstleistungsstruktur von Slubice und entsprechend auf diejenige von Frankfurt (Oder) haben.

Wandel der Rentabilitätsbedingungen für Dienstleistungen im grenznahen Raum

Mit dem Niedergang der grenznahen Basarökonomie in Slubice ist die ökonomische Entwicklung dort nicht zum Stillstand gekommen. Aber die Rentabilitätskriterien für Einzelhandels- und Dienstleistungsaktivitäten beiderseits der Grenze haben sich verändert. Während die tendenzielle Ersetzung preiswerter polnischer und osteuropäischer Konsumwaren durch global vermarktete preiswertere asiatische Konsumwaren, der EU-Beitritt Polens und die in seinem Zuge statthabende generelle Öffnung des deutschen Marktes für polnische Waren und die Homogenisierung von Steuern und Zöllen in beiden Staaten zu einer Tendenz der Preiskonvergenz von Konsumwaren beiderseits der Grenze führte, ist dies im Bereich der konsumentenorientierten Dienstleistungen bisher nicht im selben Ausmaß der Fall. Während komparative Kostenvorteile nur noch für ausgewählte und zudem teilweise mit zusätzlichem symbolischen Wert aufgeladene polnische Produkte bestehen (Wodka, einige Nahrungsmittelgruppen, vornehmlich solche, die arbeitsintensiv hergestellt oder geerntet werden müssen, beispielsweise Erdbeeren und Pilze) und sich die Überbleibsel der Basarökonomie tendenziell auf den Handel dieser Warengruppen verengen, scheinen andere Branchen verbesserte Rentabilitätsbedingungen zu haben. Die Lohndivergenzen zwischen Polen und Ostbrandenburg/Berlin scheinen der Entstehung einer auf konsumentenorientierte Dienstleistungen spezialisierten regionalen, bzw. städtischen Wirtschaftsstruktur in Slubice Vorschub zu leisten. Diese basiert auf den Lohnunterschieden zwischen Deutschland und Polen bei eher höherwertigen personenbezogenen Dienstleistungen.

Die sich in den letzten Jahren häufenden Medienberichte darüber, dass deutsche Bürger medizinische und pflegerische Dienstleistungen im vornehmlich osteuropäischen Ausland in Anspruch nehmen, weil diese dort preiswerter sind, verweisen auf den von veränderten Rentabilitätsbedingungen ausgehenden Strukturwandel der Dienstleistungen im grenznahen Raum. Angetrieben von einer Vielzahl von Gesundheits-, Sozial- und Pflegereformen in Deutschland, die im Wesentlichen eine Entlastung der Krankenversicherungen, Pflegeversicherung und Arbeitgeber und eine reziproke Abwälzung der Kosten für die Gesundheitsversorgung auf die Bevölkerung zum Ziel hatten, scheinen sich diese Branchen in Slubice relativ dynamisch zu entwickeln, da sie höherwertige personenbezogene Dienstleistungen vergleichsweise preiswert anbieten können. Andererseits werden auch bestimmte deutsche Dienste (z.B. Entbindung) von polnischen Staatsbürgern in Anspruch genommen.

Die Untersuchung zu Slubice von Kaczmarek/Stryjankiewicz (2006) zeigt diesen Trend für die polnische Seite bis 2004 relativ deutlich (vgl. Tab. 3.2). So erhöhte sich etwa die Anzahl der Zahnarztpraxen und Dentallabors in Slubice von 2 im Jahre 1989 auf 17 im Jahre 2004. Für eine Stadt mit nur rund 17.000 Einwohnern ist das eine Überversorgung, die darauf hindeutet, dass die zahnmedizinische Branche in Slubice nicht nur den regionalen Markt versorgt, sondern zahnmedizinische Dienstleistungen an ein überregionales Klientel verkauft, wahrscheinlich aus Deutschland. Gleiches gilt wahrscheinlich für die Prostitutionsbranche und die Autowerkstätten, die Übersetzungsdienste und Friseur- und Kosmetikstudios. Auch der Augenschein scheint diesen Trend zu bestätigen. So liegt z.B. in der Mickiewicza-Straße in Slubice ein medizinisches Zentrum, das vornehmlich auf deutsche Kunden ausgerichtet zu sein scheint.

Tabelle 3.2: Anzahl der Dienstleistungsbetriebe in Słubice zwischen 1989 und 2004

Art der Dienstleistungen	1989	1995	2004
Friseur- und Kosmetikstudios	2	18	29
„Sexclubs“ (Prostitution)	0	3	7
Zahnarztpraxen und Dentallabors	2	12	17
Fitnessstudios	0	1	2
Übersetzungsdienste	1	5	10
Personentransportunternehmen	53	550	155
Autowerkstätten	3	8	19
Schuhmacherbetriebe	1	2	3
Blumenläden	1	8	17

Quelle: Stadtamt Słubice 2004, zitiert nach Kaczmarek/Strykiewicz (2006)

Obwohl die von Kaczmarek/Strykiewicz ermittelte Entwicklung der Anzahl der Dienstleistungsunternehmen in Słubice keine abschließenden Aussagen über die Entwicklungstrends der Branche zulässt, da sie nicht unbedingt proportional etwa zur Umsatzentwicklung oder Mitarbeiteranzahl der Branche stehen muss – hingewiesen sei hier nur auf die bekannten Prozesse des Out-Sourcing von ehemals unternehmensintern erbrachten Dienstleistungen im Zuge der Flexibilisierungsstrategien vieler Industrieunternehmen in den letzten 20-30 Jahren, die zu einem statistischen Anstieg der Anzahl von zumeist kleinen Dienstleistungsunternehmen führte sowie auf die Ersetzung ehemaliger Staatsbetriebe durch private Unternehmer auch im Dienstleistungssektor (etwa den denkbaren Konkurs/die Zerschlagung von Polikliniken und ihre Ersetzung durch private Ärzte) – ist doch anzunehmen, dass ihre Zahlen einen Trend hin zur Konzentration personenbezogener Dienstleistungen in Słubice mit Ausrichtung auf den deutschen Markt abbilden.

Betriebsformenwandel

Als letzter Prozess hinter dem Strukturwandel von Einzelhandel und konsumentenorientierten Dienstleistungen in Frankfurt (Oder) / Słubice soll hier auf den generellen Betriebsformenwandel und die Situation in den Transformationsländern im Besonderen eingegangen werden. Wie im Zuge der Besprechung der Basarökonomie schon angedeutet, kam es im Gründerboom nach 1990 zur Entstehung einer Vielzahl von kleinen, meist inhabergeführten Unternehmen. Im kapitalistischen Normalverlauf kommt es unter Bedingungen der Konkurrenz meistens zu Konzentrationsprozessen unter diesen Kleinunternehmen, zumal in einem gesamtwirtschaftlichen Umfeld, in dem Nachfragerrestriktionen herrschen. Eine Handelsstruktur, die durch viele Kleinunternehmen geprägt ist, verwandelt sich sukzessive in eine, die durch wenige größere Unternehmen dominiert wird, die über vergrößerte interne Skaleneffekte profitabler wirtschaften können. Letzterer Konzentrationsvorgang trifft stellenweise in Bereich des Einzelhandels auf Frankfurt (Oder) zu (vgl. Kapitel 4). Mit Marx lässt sich dieser Zentralisierungsprozess auch als Akkumulationsprozess der Kapitalien begreifen. Zwar ist diese Tendenz zur Mono- oder Oligopolisierung der Unternehmensstruktur im Zuge der Krise des Fordismus empirisch abgeschwächt worden und sie wird in der Wirtschaftsgeographie seit mehr als 20 Jahren in den Debatten um Industriedistrikte, regionale Wirtschaftsräume, externe Skaleneffekte flexibilisierter Industriedistrikte, innovative Milieus etc. untersucht. In großen Teilen der Einzelhandelsbranchen scheint die Steigerung interner Skaleneffekte aber weiterhin maßgeblich für die Konkurrenzfähigkeit von Unternehmen zu sein (detailliert vgl. Kapitel 4 / 5).

So teilen sich etwa in Deutschland drei Nahrungsmittelhändler große Teile des Nahrungsmittel Einzelhandels auf, für inhabergeführte Unternehmen ist vornehmlich noch in Marktnischen Platz (türkischer Gemüsehändler, Bioladen, der nicht bereits einer Bio-Kette angehört etc.). Auch die sich globalisierende Uniformierung städtischer Einkaufsregionen durch

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.42
------	------------------------------------	---	------

die Dominanz von Einzelhandelsketten und Franchise-Unternehmen ist in der Stadtgeographie und -Soziologie vielfach beschrieben worden. Kulke hat diesen Prozess als Lebenszyklus von Betriebsformen im Einzelhandel begriffen (Kulke 2004, S. 150ff).

In denjenigen Transformationsländern, die sich im Zuge der Integration in die Europäische Union westeuropäischen Kapitalien geöffnet haben, wird diese allgemeine Dynamik des Lebenszyklus von Betriebsformen und der Oligopolisierung in wesentlichen Segmenten noch von einer weiteren Dynamik überlagert. Die osteuropäischen Märkte sind von meist westeuropäischen Unternehmen „überrannt“ worden. Die relativ kleinen und jungen Unternehmen aus der Boomphase in den Transformationsländern konnten mit den sich seit langem akkumulierenden, etablierten Einzelhandelskapitalien aus Westeuropa nicht effektiv konkurrieren, viele von ihnen gingen bankrott, als Großunternehmen wie Lidl, Tesco und Carrefour im Zuge der Beitrittsverhandlungen Polens mit der EU und der damit einhergehenden Öffnung des polnischen Marktes für westeuropäische Kapitalien auf die osteuropäischen Märkte drängten.

Im innerstädtischen Erhebungsgebiet zumindest in der Nähe des Grenzübergang waren (zumindest auf polnischer Seite) aber bisher kaum bekannte Ketten zu sehen. Allerdings soll zum Weihnachtsgeschäft 2008 eine kleine Shopping-Mall mit 40 Geschäften in Slubice eröffnet worden sein (BBV-Net 2008). Shopping-Malls sind häufig die von Ketten präferierten Orte. Es ist also denkbar, dass auch in Slubice in Zukunft international aufgestellte Einzelhandelskonzerne wesentliche Teile des Einzelhandelsgeschäftes an sich ziehen könnten und es dadurch bei stagnierender oder sinkender Nachfrage zu Verdrängungen kleinerer Geschäfte kommen könnte. Es ist aber auch denkbar, dass die Filialen, welche bereits in Frankfurt (Oder) in innerstädtischen (z.B. Oderturm) oder randstädtischen Einkaufszentren (z.B. Spitzkrug Multicenter) vorhanden sind hier als ausreichend erachtet werden, um die vorhandene Nachfrage beiderseits der Grenzen zu befriedigen.

Literatur

- BEHRINGER, W.; ROECK, B. (HG.) (1999)** Das Bild der Stadt in der Neuzeit. 1400-1800. München: C.H. Beck Verlag.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU- UND WOHNUNGSWESEN (2005)** Entwicklung grenzübergreifender integrierter Gesamtverkehrssysteme (GIG) am Beispiel der Städte Görlitz / Zgorzelec und Frankfurt (Oder) / Slubice. Potsdam
- BUURSINK, J. (1994)** Double Cities: Identity and Marketing of a new Urban Product. In: Gerhard O. Braun (Hrsg.): Managing and Marketing of Urban Development and Urban Life. Berlin: Reimer, 483-496.
- DPDMZ - DEUTSCH POLNISCHES DOKUMENTATIONS- UND MEDIENZENTRUM (2008)**
http://www.ewz.euw-frankfurt-o.de/DPDMZ/html_d/g_slub.html (letzter Zugriff 18.07.2008)
- EUROPÄISCHE UNION (2008)** MEMO/08/295.Brüssel
- HWWA (2006)** Der deutsch-polnische Grenzraum im Jahre 2020 – Entwicklungsszenario und Handlungsempfehlungen. Hamburg
- IABregional (2006)** Nr. 05/2006: <http://www.iab.de/de/publikationen/regional/berlin-brandenburg.aspx> (letzter Zugriff 22.07.2008)
- INSTITUT FÜR STADTENTWICKLUNG UND WOHNEN (2002)** Grenzstädte – ein Vergleich. Frankfurt Oder
- INTERNATIONALE BAUAUSSTELLUNG – IBA (2001)** Deutsch-Polnische und andere Grenzstädte – die Grenze als Chance. Dokumentation zur Konferenz. Zwickau
- JAJENIAK, D.; SOKLOSA, K. (2000)** Geteilte Städte an Oder und Neiße. Berlin
- JURCZEK, P. (2007)** Grenzräume in Deutschland. Grenzüberschreitende Entwicklung und grenzübergreifende Kooperation. In: Europa Regional, H. 2, S. 50-60.
- KILIAN, M. (2003)** Frankfurt Oder Slubice: sieben Spaziergänge durch die Stadtgeschichte Scripvaz-Verlag

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 43
------	------------------------------------	---	-------

- LANDESENTWICKLUNGSPLAN I, BRANDENBURG (1995)** http://www.mir.brandenburg.de/cms/detail.php?id=5lbn1.c.183869.de&_siteid=92 (letzter Zugriff 22.07.2008)
- MÄRKISCHE ODERZEITUNG (2006) 14.02.2006:** <http://www.moz.de/index.php/Moz/Article/category/Frankfurt+%2528Oder%2529/id/100448> (letzter Zugriff 28.07.2008)
- MINISTERIUM FÜR INFRASTRUKTUR UND RAUMORDNUNG BRANDENBURG (2008):** http://www.mir.brandenburg.de/sixcms/detail.php?id=80951&_siteid, Zugriff am 18.07.2008
- REGIONALSTATISTIK (2008)** www.regionalstatistik.de (letzter Zugriff 22.07.2008)
- STAATSKANZLEI BRANDENBURG (2008):** www.stk.brandenburg.de, Platzeck in Frankfurt (Oder) vom 12.10.2007 (letzter Zugriff 28.07.2008)
- SCHIECK, M. (1994)** Mitteilungen Historischer Verein zu Frankfurt (Oder) e.V. H.2, 1994
- SCHRÖDER, H. (2003)** Interkulturelle Kommunikation in der deutsch-polnischen Grenzregion Frankfurt (Oder)/Slubice.“ In: Wolfram Wilss (Hrsg.), Die Zukunft der internationalen Kommunikation im 21. Jahrhundert (2001-2020). Annäherungen an einen komplexen kommunikationspraktischen Begriff. Tübingen: Gunter Narr Verlag. S. 154-164
- SCHULZ, M. (1999)** Probleme der deutsch-polnischen Zusammenarbeit in der Euroregion Pro Europa Viadrina aus deutscher Sicht: In: Georg Stöber und Robert Maier (Hrsg.): Grenzen und Grenzräume in der deutschen und polnischen Geschichte, S. 247-266.
- STADT FRANKFURT (ODER) (2008)** <http://www.frankfurt-oder.de/ffo/appmanager/portal/default/> (letzter Zugriff am 28.07.2008)
- STATISTISCHES AMT POLEN (2008):** www.stat.gov.pl (letzter Zugriff 22.07.2008)
- VIADRINA (2008)** Stadtgeschichte Frankfurt (Oder). Im Internet: <http://www.viadrina.de/geschichte.shtml> (letzter Zugriff 29.07.2008)
- WAACK, C. (2000)** Stadträume und Staatsgrenzen. Geteilte Grenzstädte des mittleren und östlichen Europa im Kontext lokaler Alltagswelten, nationaler Politik und supranationaler Anforderungen. Leipzig: Institut für Länderkunde.
- WITT, A. (2004)** Die deutsch-polnische und die US-mexikanische Grenze – Grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen regionaler Identität, nationaler Priorität und transkontinentaler Integration. Dissertation. Humboldt-Universität zu Berlin
- WOJCIECHOWSKI, K. (1996)** Diskriminierung an der Grenze. Axiologische Topographie eines Tatortes. In: Jan C. Joerden (Hrsg.): Diskriminierung – Antidiskriminierung. Springer-Verlag. Berlin. S. 319- 328.
- BBV-NET (2008)**, Weihnachtsshoppen in Polen, <http://www.bbv-net.de/public/article/reise/berichte/648158/Billige-Zigaretten-billiges-Benzin.html>, Zugriff am 20.6.2009.
- KACZMAREK, STRYJAKIEWICZ (2006)**, Grenzüberschreitende Entwicklung und Kooperation im deutsch-polnischen Grenzraum aus polnischer Sicht. In: Europa Regional 14 (2006) H. 2, S. 61-70.
- KRÄTKE, S. (1998)**, Regionale Integration oder fragmentierte Entwicklung? Die deutsch-polnische Grenzregion im Transformationsprozeß, Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 42 (1998) H. 2, S. 117-130.
- KRÄTKE, S., BORST, R. (2004)**, EU-Osterweiterung als Chance. Perspektiven für Metropolräume und Grenzgebiete am Beispiel Berlin-Brandenburg, Münster.
- KULKE, E. (2004)**, Wirtschaftsgeographie, Paderborn / München / Wien / Zürich.
- ZELLER, C. (2003)**, Bausteine zu einer Geographie des Kapitalismus, in: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 47 (2003) H. 3-4, S. 215-230.

Entwicklung von grenzübergreifenden Handels- und Dienstleistungsaktivitäten in Frankfurt /Oder

Sandra Hoffmann & Matthias Böttcher

Der EU-Beitritt Polens hat spürbare Effekte auf der deutschen Seite der Oder zur Folge. Schon vor dem Beitritt Polens zur Europäischen Union ist es zu erhitzten Debatten gekommen, dass es durch die polnische EU-Mitgliedschaft in Deutschland zu Arbeitsplatzverlusten und sinkenden Einkommen kommen würde. Weiterhin wurde auch die Niederlassungsfreiheit für polnische Selbstständige kritisiert, weil diese angeblich durch Dumpinglöhne deutsche Unternehmen in den Ruin treiben würden. Auch aufgrund dieser Vorbehalte wurden beim Arbeitsmarktzugang von deutscher Seite aus Regelungen getroffen, die diesen voraussichtlich erst im Jahr 2011 (vgl. auch Kapitel 2) zulassen. Doch welche Effekte hat der polnische EU-Beitritt für die deutsche Seite wirklich gehabt? Haben sich vielleicht die Vorbehalte, die vor der EU-Osterweiterung bestanden, mittlerweile schon geändert und werden stattdessen auch Chancen für die deutsche Seite des Grenzraumes gesehen? Dieses wurde anhand einer Einzelhandelsuntersuchung in Frankfurt an der Oder überprüft. Dazu wurden Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen an fünf innerstädtischen Standorten befragt. Insgesamt nahmen 76 Unternehmen an der Befragung teil. In der Befragung wurden die thematischen Schwerpunkte Beschäftigung, Umsatz, Konkurrenz und Strategie abgefragt. Die Erhebung von Daten zur Entwicklungstendenz geschah anhand der Zeiträume 1) Situation vor dem EU-Beitritt, 2) Zeitraum zwischen 2004 und 2007, 3) Zeitraum nach 2007 und 4) Prognose für die Zukunft.

Der Ausgangspunkt bei der Untersuchung der Einzelhandelsstruktur auf der deutschen Seite des Grenzraumes in Frankfurt/Oder waren einige Hypothesen zur möglichen Konvergenz des deutschen und des polnischen Wirtschaftsraumes seit dem EU-Beitritt Polens.

So stellt sich die Frage, ob nicht auf der deutschen Seite der Grenze in der Region Frankfurt/Oder von der gestiegenen Kaufkraft der Polen profitiert werden kann. Dieses ist vor allem vor dem Hintergrund zu sehen, weil sich die Preise in Polen für Konsumgüter und Dienstleistungen in den letzten Jahren vermutlich stark erhöht haben. Demnach könnten die Waren und Dienstleistungen in deutschen Geschäften auch für polnische Konsumenten erschwinglich geworden sein. Weiterhin könnte das Warenangebot auf deutscher Seite vielfältiger sein, so dass die deutschen Einzelhandelsunternehmen im Vergleich zu den polnischen Einzelhändlern attraktiver erscheinen.

Eine weitere Hypothese ist auch, dass die Anpassung der deutschen Einzelhändler auf die polnischen Kunden geringer ist als die Anpassung der polnischen Einzelhändler an die deutschen Kunden. Es könnte argumentiert werden, dass angesichts der ausgeprägten Deutsch- und Englischkenntnisse polnischer Konsumenten sowie des verbreiteten Umgangs mit dem Euro eine Anpassung der deutschen Handels- und Dienstleistungseinrichtungen an die Konsumenten weniger wichtig ist als in Polen.

Doch auch die möglichen Gründe für den Einkauf auf deutscher Seite sollten untersucht werden. So lautet eine Hypothese, dass eventuell gerade ausgewählte Markenartikel, z.B. aus Angst vor Fälschungen, in Deutschland gekauft werden. Dieses könnte damit in Zusammenhang stehen, dass viele internationale Filialbetriebe noch nicht auf den polnischen Markt vertreten sind.

Auch die unterschiedlichen politischen Kooperationsbemühungen könnten sich positiv auf den Einzelhandel in Frankfurt/Oder ausgewirkt haben. Infolge der politischen Integrationsbemühungen wurden zahlreiche infrastrukturelle Maßnahmen angestoßen. Zu nennen sind hier der Bau der Oderbrücke, die Etablierung der grenzüberschreitenden Euroregionen oder die Errichtung der Viadrina Universität. So hat die Viadrina Universität einen Anteil von 23 % polnischer Studenten an der Gesamtanzahl der Studenten. So könnte es durch diese verschiedenen

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 45
------	------------------------------------	---	-------

Maßnahmen auch zu einem verstärkten Einkauf auf der deutschen Seite der Grenze gekommen sein.

Um die genannten Hypothesen überprüfen zu können, sollen nachfolgend die Ergebnisse der Datenauswertung der empirischen Untersuchung vom 12.06.2008 zusammengefasst werden. Im Anschluss werden diese Daten mit gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen auf beiden Seiten der Grenze verglichen. Abschließend wird versucht diese Entwicklungen im Rahmen des Fazits vor dem Hintergrund des europäischen Integrationsprozesses in den Kontext einer möglichen Konvergenz oder Divergenz der beiden Grenzräume einzuordnen.

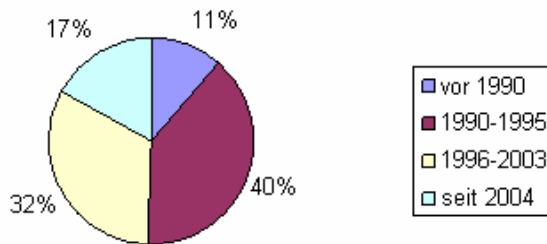
4.1 Datenanalyse –Frankfurt (Oder)

4.1.1 Allgemeine Einzelhandelsstrukturen

In den untersuchten innerstädtischen Gebieten von Frankfurt (Oder) haben 76 Unternehmen an der Umfrage teilgenommen. Dabei sind etwa 40% dem Unternehmenssegment Dienstleistungen und etwa 60% dem Segment des Handels zuzuordnen. Im Segment Handel waren Bekleidungsgeschäfte (7 Unternehmen) am häufigsten vertreten. Weiterhin einige Blumenläden und Geschäfte mit Elektronik und Haushaltsgeräten (jeweils 3). Die drei häufigsten Dienstleistungen waren Friseure (5 Geschäfte) Gastronomiebetriebe (4 Geschäfte), Versicherungen und Apotheken (jeweils 3). Untersucht wurden sowohl Geschäfte an Einkaufsstraßen als auch Geschäfte, die sich innerhalb von Einkaufszentren befinden. Es sind überwiegend kleinere Geschäfte in den Untersuchungsgebieten vorhanden. Die meisten befragten Unternehmen (75%), sowohl im Handel als auch im Dienstleistungsbereich, haben zwischen einem und drei Mitarbeitern. Der Mittelwert der Beschäftigtenanzahl beträgt dabei 3,6. Es ist auffällig, dass in fast 90% aller Unternehmen keine polnischen Mitarbeiter beschäftigt sind. Auch in den zehn Prozent der Unternehmen, die polnische Mitarbeiter beschäftigen, sind maximal zwei Polen angestellt. Diese Mitarbeiter sind zum größten Teil fest angestellt. Allgemein sind in 60% der Unternehmen keine Teilzeitbeschäftigten beschäftigt. Noch geringer ist die Zahl der Unternehmen, die freie Mitarbeiter haben (knapp 15%). Insgesamt ist die Beschäftigtenzahl in allen vier befragten Zeiträumen relativ konstant (in allen Zeiträumen ist die Beschäftigtenzahl in 90% aller Unternehmen gleich) geblieben. Die Prognose der Beschäftigtenzahl in den Betrieben wird insgesamt auf einem konstanten Niveau angesehen, wobei im Dienstleistungssektor ein etwas stärkeres Beschäftigtenwachstum als im Handelssegment erwartet wird. Diese Beschäftigtendaten sprechen für eine geringe Flexibilisierung der Unternehmen.

Auffällig ist, dass nur eine sehr geringe Zahl der Unternehmen seit längerer Zeit besteht. Nur ca. 11% aller Geschäfte wurden vor 1990 gegründet. Dies ist damit zu begründen, dass unternehmerische Aktivitäten vor 1990 in der ehemaligen DDR stark eingeschränkt waren. Unmittelbar nach der Wende wurden hingegen zahlreiche Unternehmen gegründet. Allein im Zeitraum zwischen 1990 und 1995 wurden 39,3% aller Unternehmen eröffnet. Abbildung 4.1 veranschaulicht diese Entwicklung. Der Gründungsboom in dieser Zeit wird auch von Meyer & Pütz (1997, S. 496) für ostdeutsche Städte bestätigt. Im Zeitraum zwischen 1996 und 2003 sind 32,4% aller Unternehmen im Untersuchungsgebiet entstanden. Nur 16,9% aller Unternehmen wurden seit 2004 eröffnet. Insgesamt lässt sich festhalten, dass die meisten untersuchten Geschäfte noch relativ jung sind.

Abbildung 4.1: Unternehmensgründungen vor 1990 bis heute



Quelle: Empirische Erhebung in Frankfurt/Oder vom 12.06.2008

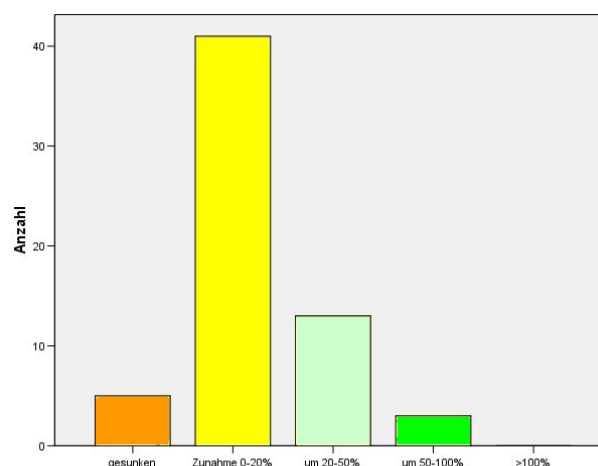
Die Standortpersistenz der Unternehmen ist relativ gering. Insgesamt haben 36% aller befragten Unternehmen ihren Standort innerhalb von Frankfurt/Oder geändert. Dies geschah überwiegend deshalb, weil mehr Fläche für das Geschäft (7 Nennungen) gebraucht wurde. Doch auch ein zentralerer Standort war ein wichtiger Grund für die Umsiedlung (5 Nennungen). Weiterhin spielten aber auch externe Faktoren wie etwa das Auslaufen von Mietverträgen oder auch Gebäudeabriss eine Rolle.

Die Umsatzentwicklung ist generell in allen befragten Zeiträumen als leicht negativ anzusehen. Negative Umsatzentwicklungen existieren vor allem in der Zeit zwischen 2004 und 2007, aber auch nach 2007. Es stellt sich die Frage, ob dieses mit Veränderungen im deutsch-polnischen Verhältnis zusammenhängt oder aber auf die generelle Konjunktorentwicklung in Deutschland oder andere Faktoren zurückzuführen ist.

Die Entwicklung des Preisniveaus in den letzten fünf Jahren in den Unternehmen wird von 66% aller Befragten mit einer Steigerung von 0 bis 20% beziffert (Abb. 4.2). Diese recht geringe Preissteigerung kann auf die schwierige Wirtschaftssituation zurückzuführen sein. Demnach können es sich die Geschäfte nicht erlauben gegenüber den Kunden höhere Preissteigerungen durchzusetzen um diese nicht zu verlieren.

Insgesamt lässt sich sowohl anhand der geringen Bestandszeit der Geschäfte, der geringen Standortpersistenz, der generell negativen Umsatzentwicklung und der geringen Steigerung des Preisniveaus schließen, dass die Unternehmen mit einem schwierigen Marktumfeld zu kämpfen haben.

Abbildung .4.2: Veränderung des Preisniveaus in den letzten 5 Jahren.



Quelle: Eigene Erhebung am 14.6.2008

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 47
------	------------------------------------	---	-------

Hypothese der geringen Anpassung an polnische Kunden

In unserer Befragung mussten wir feststellen, dass die Anpassung an polnische Konsumenten generell sehr gering ist. So passen sich etwa 75% aller Unternehmen den polnischen Kunden nach eigenen Angaben nicht an. Die häufigsten Anpassungen erfolgen über polnischsprachige Bedienung mit 11% und über polnischsprachige Auszeichnung der Waren. Die Möglichkeit in Zloty zu bezahlen, wird von den deutschen Geschäften kaum angeboten (nur in 4 von 75 Unternehmen).

Investitionen in Polen sind überhaupt kein Thema für die deutschen Unternehmen (96%). Berücksichtigen muss man dabei allerdings auch die meist geringe Größe der deutschen Geschäfte für die der Aufbau eines Zweigbetriebes in Polen sicherlich eine enorme Investition darstellen würde.

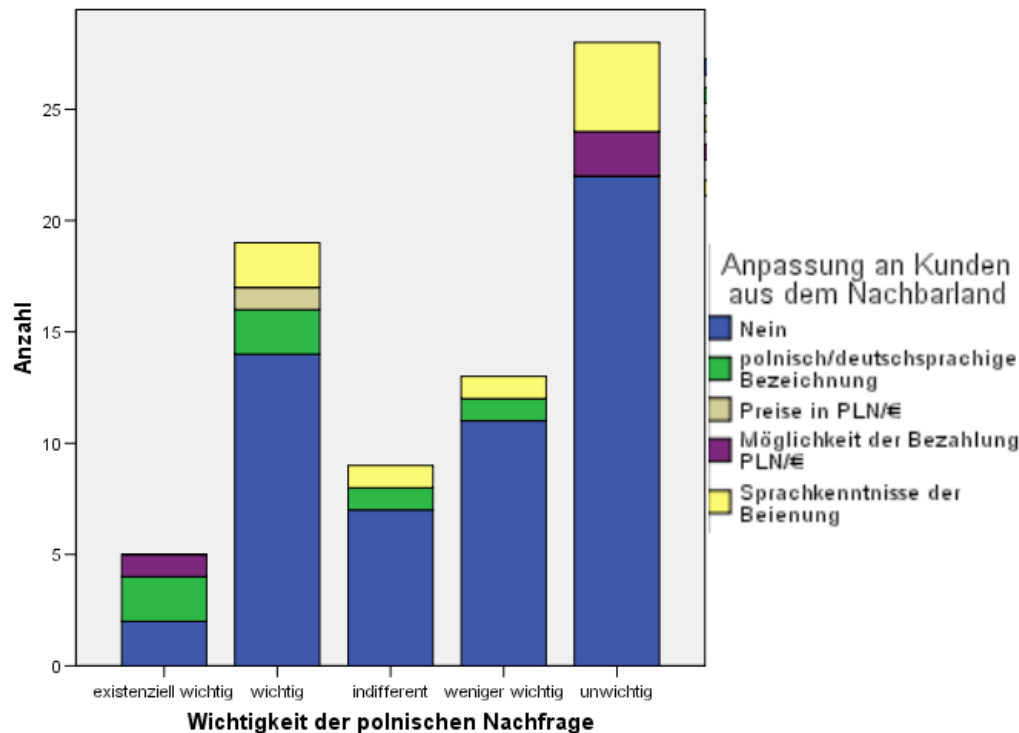
Weiterhin zeigt sich, dass sich die Anzahl der polnischen Belegschaft in allen Befragungszeiträumen kaum verändert hat. So geben je nach Zeitraum zwischen 94% und 98% aller befragten Unternehmen an, dass der Anteil der polnischen Belegschaft konstant sei.

Der geringe Anteil der Unternehmen, die polnische Mitarbeiter eingestellt haben, kann auch damit erklärt werden, dass es für polnische Bürger nicht sehr attraktiv ist in den grenznahen Städten zu arbeiten. Stattdessen gibt es eher einen Zustrom in strukturstarke Regionen mit einem besseren Arbeitsmarkt. Wie die Auswertung der Variablen „Veränderung der Belegschaftszusammensetzung“ zeigt, haben anscheinend weder der EU-Beitritt Polens, noch der Wegfall der Grenzkontrollen einen Einfluss gehabt. Bei der Auswertung, ob die Anzahl polnischer Mitarbeiter und die Entwicklung des Umsatzes in irgendeiner Weise in Beziehung stehen, ist es zu keinen Übereinstimmungen gekommen. So ist die leicht positive Korrelation zwischen Anzahl polnischer Mitarbeiter und positiver Umsatzentwicklung in den Zeiträumen vor 2004 und in der Prognose für die Zukunft nicht signifikant. Für die Zeiträume 2004-2007 und nach 2007 ist sogar eine negative Korrelation zwischen polnischer Mitarbeiterzahl und Umsatzentwicklung auszumachen.

Anhand der Abbildung 4.3 kann man hingegen erkennen, dass sich mit zunehmender Wichtigkeit der polnischen Nachfrage auch die Anpassungsbereitschaft der Geschäfte gegenüber polnischen Kunden verbessert.¹²

¹² Bei der Anpassungsbereitschaft wird nur unterschieden zwischen keiner Art von Anpassung und einfacher Anpassung. Die Anpassung über mehrere Möglichkeiten wird in der Abbildung nicht dargestellt.

Abbildung 4.3: Zusammenhang zwischen Wichtigkeit der polnischen Nachfrage und Anpassungsprozessen



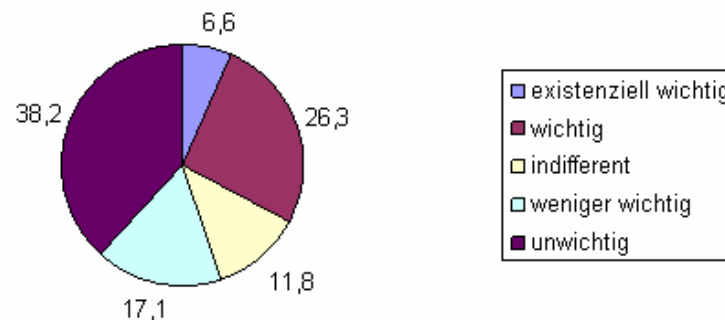
Quelle: Empirische Erhebung in Frankfurt/Oder vom 12.06.2008

Alle untersuchten Indizes sprechen für die These des geringeren Anpassungsdruckes seitens der deutschen Unternehmen. Allerdings ist auffällig, dass wenn es Anpassungen gibt, dann die Sprache eine wichtige Rolle spielt. Man kann diese Aussage unterschiedlich interpretieren. Auf der einen Seite würde dieses der Hypothese widersprechen, dass die Anpassung geringer ist aufgrund der guten Fremdsprachenkenntnisse der Polen. Andererseits ist es eventuell mit einer Beschäftigung von polnischen Mitarbeitern zu erklären und kann nur zum Teil als Anpassung gewertet werden. Im weiteren Verlauf dieses Berichtes soll geklärt werden, welche Gründe für die geringe Anpassung möglicherweise sonst noch in Betracht zu ziehen sind.

Hypothese der verstärkten polnischen Nachfrage

Inwiefern die polnischen Kunden einen positiven Effekt auf den deutschen Einzelhandel haben, sollte mithilfe der Variablen „Wichtigkeit der polnischen Nachfrage“ und „Anteil polnischer Kunden am Umsatz“ herausgefunden werden. Bei der Auswertung kam heraus, dass immerhin 33% aller Unternehmen beschreiben, dass die polnische Nachfrage für ihr Geschäft wichtig oder sogar existenziell wichtig ist (Abb. 4.4). Allerdings ist dieses etwas widersprüchlich mit der Aussage, dass 78% aller Unternehmen den Anteil polnischer Kunden am Umsatz auf unter sechs Prozent schätzen. Nur 8% aller deutschen Betriebe schätzen den Anteil polnischer Konsumenten auf über 20%.

Abbildung 4.4: Wichtigkeit der polnischen Nachfrage in Prozent



Daten: eigene Erhebung am 14.6.2008

Die Veränderung des Anteils polnischer Kunden wird insgesamt als leicht positiv eingeschätzt. So haben immerhin 16% aller Geschäfte angegeben, dass es vor allem im Zeitraum zwischen 2004 und 2007 einen zumindest leichten Anstieg des Anteils polnischer Kunden gegeben hat. Auch für die Zukunft rechnen etwa ein Viertel aller Geschäfte mit einem leichten oder starken Anstieg des Anteils polnischer Kunden, wohingegen nur 8,6% aller Unternehmen mit einem leichten oder starken Rückgang des Anteils polnischer Kunden rechnen. Dies spricht für die These, dass es zu Konvergenzprozessen im deutsch-polnischen Grenzraum kommt. Diese Entwicklung ist vor allem deshalb interessant, weil nach Kaczmarek & Strykiewicz der Einkaufstourismus nach dem 1. Mai 2004 etwas zurückgegangen ist. Dies wird damit begründet, dass die Möglichkeit zur Rückerstattung der Mehrwertsteuer entfallen ist (vgl. Kaczmarek & Strykiewicz 2006, S. 66). Somit hätte die Entwicklung ohne einen solchen Sondereffekt noch positiver ausfallen können.

Auch wenn sich der Anteil polnischer Kunden in allen Zeiträumen nicht stark verändert hat, so ist auffällig, dass es vor allem im Zeitraum 2004-2007 einen leichten Anstieg polnischer Kunden gab. Auch für die Zukunft wird insgesamt für einen leichten Anstieg des Anteils polnischer Kunden gerechnet. Weiterhin ergab die Auswertung, dass es hinsichtlich des Einzugsgebietes der Kundschaft keine Veränderung gegeben hat. So gaben 83% der Befragten an, dass das Einzugsgebiet gleich geblieben sei.

Insgesamt lässt sich ein zweigeteiltes Bild bei der Wettbewerbssituation erkennen. Während die Wettbewerbssituation im Zeitraum vor 2004 von fast 72% aller Unternehmen auf einem konstanten Niveau gesehen wurde, rechnen für die Zukunft nur noch ca. 57% mit einer konstanten Wettbewerbssituation. Seit 2004 ist eine Spaltung der Unternehmen zu erkennen in solche, die die Konkurrenzsituation als günstig oder sehr günstig empfinden und in jene, die die Konkurrenzsituation als ungünstig oder sehr ungünstig wahrnehmen. Dies spricht dafür, dass es einigen Unternehmen gelingt sich zu spezialisieren, wohingegen ein anderer Teil der Unternehmen verdrängt werden könnte.

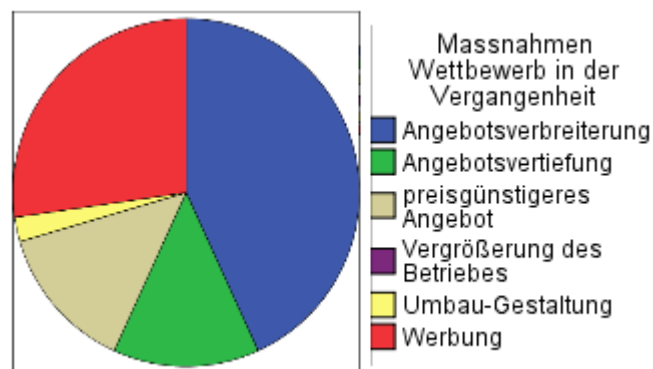
Es ist zu vermuten, dass die polnische Nachfrage zumindest eine geringe Bedeutung für die Geschäfte hat. Allerdings trifft dieses nicht auf alle Geschäfte im gleichen Maße zu. Die Prognose der polnischen Nachfragebedeutung kann man so verstehen, dass sich Hoffnungen seitens der deutschen Geschäfte für die Zukunft auf eine verstärkte polnische Nachfrage gemacht werden.

Hypothese der Nachfrage von spezifischen Markenprodukten

Als Reaktion auf den Wettbewerb werden von den Unternehmen verschiedene Strategien verfolgt. Vor allem die Angebotsverbreiterung und die Durchführung von Werbemaßnahmen spielen eine sehr wichtige Rolle. So entfielen 40 der insgesamt 87 Nennungen auf die Strategie der

Verbreiterung des Sortiments¹³. Werbung war mit 39 Nennungen in etwa genauso wichtig. Ein preisgünstigeres Angebot wurde nur 16-mal genannt. Abbildung 4.5 zeigt die Fokussierung auf diese zwei Maßnahmen sehr deutlich.

Abbildung 4.5: Strategiemeasures in der Vergangenheit



Daten: eigene Erhebung am 14.6.2008

Somit steht für die Unternehmen im Vordergrund den Kunden ein möglichst breites Angebot bieten zu können und die eigene Bekanntheit in der Umgebung zu steigern.

Für die Zukunft wird für die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit vor allem auf Werbemaßnahmen gesetzt (29 von 56 Nennungen). Ansonsten soll versucht werden ein preisgünstigeres Angebot zu bieten (8 Nennungen). Auch die Strategie der Angebotsvertiefung und der Angebotsverbreiterung werden mit jeweils 7 Nennungen für die Zukunft von einigen Geschäften in Erwägung gezogen. Die starke Orientierung auf Werbung für die Zukunft kann so interpretiert werden, dass die meisten anderen Strategien schon durchgeführt wurden. Es kann aber auch nur anhand der relativ einfachen Durchführbarkeit dieser Maßnahme liegen.

Die Leitprodukte der Unternehmen waren sehr unterschiedlich und variieren je nachdem in welchem Segment das Geschäft tätig ist. Die drei häufigsten Produkte sind in den Bereichen Gastronomie, Bekleidung und Elektroartikel zu finden. Der Anteil der Unternehmen die landestypische Produkte führen ist relativ gering. Als typisch deutsche Produkte wurden in den Geschäften vor allem Elektrogeräte und Markenwaren verkauft (je 3 Nennungen). Auch typische deutsche Dienstleistungen wurden kaum erwähnt, wobei jedoch immerhin 5 Nennungen auf den Bereich „spezielle Vertragswerkstätten für Autos“ entfielen. Noch geringer ist verständlicherweise der Anteil der Geschäfte, die polnische Produkte oder Dienstleistungen in Frankfurt/Oder anbieten. Von den insgesamt nur 4 Nennungen entfielen 2 auf polnische Fleischprodukte und jeweils 1 Nennung auf Spirituosen und Zigaretten.

Insgesamt kann aus dieser nur sehr geringen Anzahl von Nennungen hinsichtlich spezifischer Produkte keine verlässliche Aussage getroffen werden. Auch auf Grundlage der Unternehmensstrategien ist es schwierig zu einer Vermutung hinsichtlich der Hypothese der Nachfrage von spezifischen Markenprodukten zu kommen. Jedoch ist die häufig gewählte Strategie der Sortimentsverbreiterung interessant. Man könnte vermuten, dass deutsche Einzelhändler vor allem durch ein breites, differenziertes Angebotssortiment Vorteile gegenüber polnischen Händlern realisieren können. Aufgrund der nur unzureichenden Überprüfung der Hypothese anhand der ausgewerteten Daten soll im nächsten Abschnitt auch kurz auf Änderungen in der allgemeinen polnischen Einzelhandelsstruktur eingegangen werden.

¹³ Mehrfachnennungen bei der Durchführung von Maßnahmen waren möglich

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 51
------	------------------------------------	---	-------

Hypothese der „Bedeutung der politischen Kooperationsbemühungen“

Inwiefern sich die politischen Integrationsbemühungen auch auf die wirtschaftliche Situation der Unternehmen in Frankfurt (Oder) ausgewirkt haben, sollte anhand der Frage „Welche Integrationsbemühungen haben sich positiv auf das Geschäft ausgewirkt“ überprüft werden.

Nur sehr wenige Befragte beurteilten EU-Maßnahmen hinsichtlich der Auswirkungen auf das eigene Geschäft als einflussreich. Allerdings scheint die Gründung der Viadrina Universität doch einen Einfluss auf die wirtschaftlichen Aktivitäten in Frankfurt (Oder) zu haben. In der Befragung wurde fast ausnahmslos die Gründung der Viadrina Universität und mit ihr die Nachfrage seitens der Studenten als positiv für die Geschäftsentwicklung genannt. Immerhin wurde der positive Einfluss der Universität auf die Geschäftsentwicklung von 13 der insgesamt 75 Befragten herausgehoben.

Dennoch ist aufgrund des hohen Anteils der Befragten, die von den Integrationsbemühungen keine positiven Einflüsse auf die Geschäftsentwicklung bemerkt haben, die Hypothese nach einer stärkeren Nachfrage aufgrund von Integrationsfördernden Infrastrukturmaßnahmen eher abzulehnen. Es soll allerdings im weiteren Verlauf noch näher auf die Bedeutung der Integrationsbemühungen eingegangen werden.

4.1.2 Lokale Unterschiede in Frankfurt (Oder)

In der Untersuchung über den Einzelhandel in Frankfurt (Oder) wurden unterschiedliche Standorte innerhalb der Stadt analysiert. Drei Untersuchungsstandorte waren im Bereich des Oderturmes unweit des deutsch-polnischen Grenzüberganges und zwei Untersuchungsstandorte befanden sich in der Nähe der Bahnhofstraße, welche etwas weiter entfernt vom Grenzübergang liegt. Es stellt sich nun die Frage, ob es eventuell zu regionalen Unterschieden hinsichtlich der Bedeutung der polnischen Nachfrage kommt.

Festzustellen ist, dass mit der Zunahme der Entfernung vom Grenzübergang auch die polnische Nachfrage abnimmt¹⁴. Im Gebiet des Bahnhofs beziffern etwa 19% der dort ansässigen Unternehmen den Anteil polnischer Kunden am Umsatz mit zehn Prozent oder mehr. Demgegenüber ist der Anteil der Unternehmen mit dieser Einschätzung in der grenznahen Stadtmitte mit 24% geringfügig höher. Etwas deutlicher ist diese Situation bei der Befragung nach der Wichtigkeit der polnischen Nachfrage. So schätzen im Bereich des Bahnhofs ca. 63% die polnische Nachfrage als weniger wichtig/ unwichtig ein. Im Bereich der Stadtmitte liegt dieser Anteil nur bei 50%.

Allerdings sind die Unterschiede der beiden Standorte noch wesentlich ausgeprägter bei dem Thema der Anpassung. Die Anpassung gegenüber polnischen Kunden nimmt mit der Entfernung zur Grenze sehr stark ab. Im Bahnhofsbereich passen sich nur zwei Geschäfte (6,7%) an die polnische Kundschaft an. Die Anpassungsbereitschaft im Bereich der Stadtmitte ist mit 36% zwar nicht sehr hoch, aber im Vergleich zum Bahnhofsbereich ist sie dennoch wesentlich höher. In die gleiche Richtung weist auch die Betrachtung der Anzahl polnischer Mitarbeiter. Im Bereich des Bahnhofs gibt es nur einen Betrieb der polnische Arbeiter angestellt hat (3%). Hingegen sind im Bereich Stadtmitte immerhin sechs Geschäfte mit polnischen Beschäftigten zu finden (13%).

Als weiterer wichtiger Unterschied lässt sich auch die Bedeutung der Viadrina Universität feststellen. Es ist zu erkennen, dass auch mit zunehmender Entfernung von der Universität den Befragten die Kooperationsmaßnahmen zunehmend unwichtiger erscheinen. Im Bereich Stadtmitte gaben 24% der Befragten an, dass die Universität sich positiv auf das Geschäft auswirkt. Im Bereich des Bahnhofs gaben nur ca. 6% der Befragten an, dass die Universität positive Effekte mit sich bringt. Auch wenn im weiteren Verlauf der Arbeit noch näher auf die Bedeutung der Universität eingegangen werden soll, so lässt sich an dieser Stelle schon mal ein Bezug zum Interview mit Herrn Schulz von der IHK Ostbrandenburg herstellen. Dieser schätzt

¹⁴ Die Entfernung zum Grenzübergang wurde anhand der Zuordnung der Befragter-ID bestimmt.

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.52
------	------------------------------------	---	------

die Bedeutung der Universität für Handel und Dienstleistungen eher gering ein. Das läge daran, dass die polnischen Studenten in Slubice wohnen und die deutschen Studenten den Metropolraum Berlin vorziehen. Anhand der Datenauswertung kann man feststellen, dass nur Geschäfte in unmittelbarer Nähe zur Universität von der studentischen Nachfrage profitieren. Dies würde sich mit der Aussage von Herrn Schulz decken.

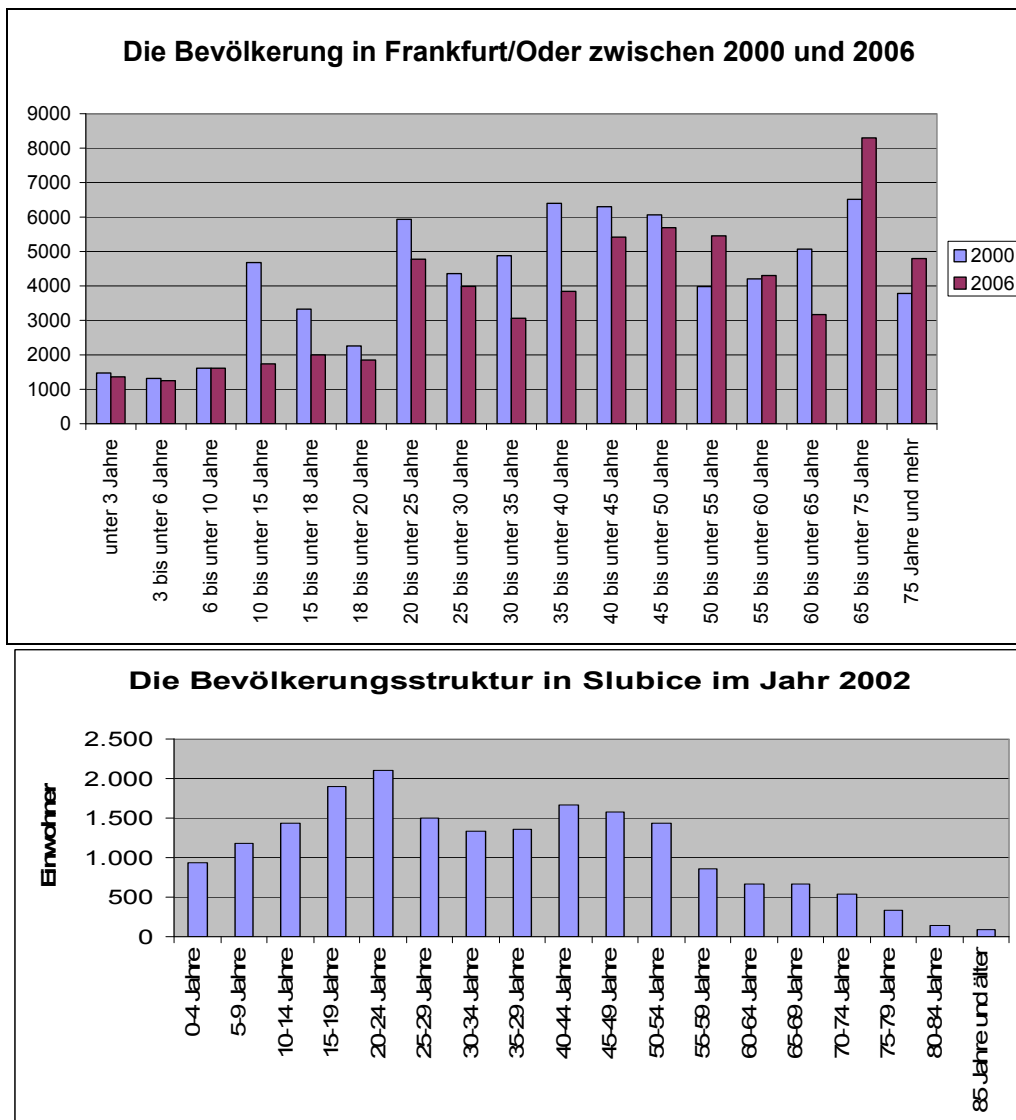
Es ist weiterhin interessant festzustellen, dass sich die beiden Standorte unterschiedlich entwickeln. Bei der Auswertung der Variable „Umsatzentwicklung“ in den verschiedenen Zeiträumen ergab sich eine divergierende Entwicklung. Während im Bereich des Bahnhofsgebiets je nach Zeitraum durchschnittlich 48% aller Befragten mit einer leicht/stark abnehmenden Umsatzentwicklung rechneten, so ist dieser Anteil im Bereich der Stadtmitte wesentlich niedriger. Hier sind je nach Zeitraum nur ca. 25% der Befragten der Meinung, dass sich die Umsatzentwicklung leicht bzw. stark negativ verändern wird.

Einen besonders hohen Wert beim Anteil polnischer Kunden am Umsatz hatte ein Betrieb, der den Anteil auf ca. 90% bezifferte. Dabei handelt es sich um einen polnischen Fleischwarenverkauf in Frankfurt (Oder) für den die polnische Nachfrage existenziell wichtig ist. Interessanterweise war dieser Betrieb auch noch relativ weit entfernt von der Grenze im Bahnhofsgebiet gelegen. Somit könnte sich der hohe Anteil polnischer Kunden daraus ergeben, dass diese in Frankfurt (Oder) beschäftigt sind oder eventuell auch in Frankfurt (Oder) wohnen.

4.2 Einordnung der empirischen Ergebnisse

Die Stadt Frankfurt hat eine stark schrumpfende Bevölkerung. In den vergangenen zehn Jahren hat die Stadt etwa 20 000 Einwohner verloren. Damit ist die Stadt um etwa ein Viertel der ursprünglichen Bevölkerung geschrumpft und hat einige zentralörtliche Funktionen eingebüßt. Weiterhin hat sich auch die Altersstruktur stark verändert. Es sind überproportional ältere Menschen in der Stadt verblieben. Die Bevölkerungsgruppen zwischen 18 und 65 und die unter 18-Jährigen sind hingegen stark unterrepräsentiert (Destatis 2008).

Abbildungen 4.6 & 4.7: Entwicklung der Einwohnerzahl nach Altersgruppen Frankfurt/Oder und Słubice

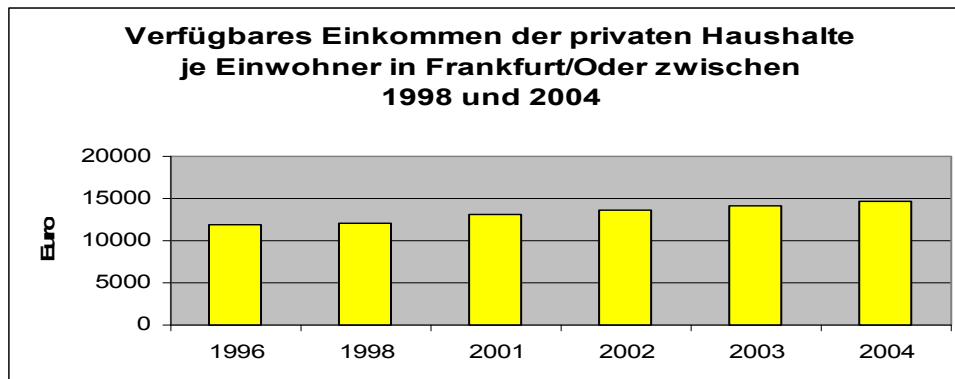


Daten: GUS und Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2008)

Diese Entwicklung hat auch deutliche Auswirkungen auf die Kaufkraft der Einwohner, weil besonders die potenziell erwerbstätige Bevölkerung verstärkt weggezogen ist. Die in Frankfurt verbliebene ältere Bevölkerung hat eine unterdurchschnittliche Kaufkraft und wahrscheinlich andere Nachfragepräferenzen als andere Bevölkerungsgruppen. Man könnte beispielsweise annehmen, dass besonders Gesundheitsdienstleistungen angeboten werden. Jedoch sind wahrscheinlich nur wenige hochwertige Dienstleistungen in Frankfurt (Oder) zu finden. Im Untersuchungsgebiet ist die Anzahl von Gastronomieeinrichtungen oder anderer Freizeiteinrichtungen mit insgesamt fünf Geschäften sicherlich recht gering. Allerdings kann mit drei Apotheken und vier sonstigen Gesundheitsdienstleistungen auch nicht von einer extrem überdurchschnittlichen altersspezifischen Infrastruktur gesprochen werden. Der überalterten Bevölkerung von Frankfurt (Oder) steht auf der anderen Seite der Grenze in Słubice eine relativ junge Bevölkerungsstruktur gegenüber. Die Unterschiede der Alterstruktur zwischen Frankfurt (Oder) und Słubice sind in den Abbildungen 4.6 und 4.7 gegenübergestellt.

Die Gründung der Viadrina Universität hat einen stabilisierenden Effekt auf die Bevölkerungsentwicklung. Während Frankfurt (Oder) bei fast allen Jahrgängen unter 60 Jahren starke Einbußen an Bevölkerung zu verzeichnen hat, sind diese Einbußen bei den Jahrgängen 18 bis 20 Jahren und 20-25 Jahren nicht so stark ausgeprägt (Destatis 2008). Dieses ist auf die Entwicklung der Studentenzahlen an der Viadrina Universität zurück zuführen. Waren im Jahr 1992 nur knapp 500 Studenten eingeschrieben, so ist diese Zahl auf 5100 Studenten bis zum Jahr 2006 gestiegen (Viadrina Universität 2008). Auch wenn viele Studenten aus anderen Orten zur Universität pendeln, so kann doch ein bedeutender Effekt der Universität festgestellt werden.

Abbildung 4.8: Verfügbares Einkommen in Frankfurt/Oder



Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2008

Auch wenn das verfügbare Einkommen je Einwohner in Frankfurt (Oder) unter dem durchschnittlichen verfügbaren Einkommen des Landes Brandenburgs liegt und weit unter dem bundesdeutschen Einkommen, so ist dennoch etwa sechsmal so hoch als das durchschnittliche polnische Einkommen (vgl. dazu Kapitel 3.2.3). Das verfügbare Pro-Kopf Einkommen in Frankfurt (Oder) betrug im Jahr 2004 etwa 14.500 Euro. Wie man anhand der Abbildung 4.9 erkennen kann, ist dieses seit 1996 um ungefähr 2.700 Euro gestiegen. Das verfügbare Einkommen hat sich in Frankfurt (Oder) im Zeitraum 2001-2004 um 11% erhöht, gegenüber dem Land Brandenburg mit nur 5% Erhöhung im gleichen Zeitraum. Während das Primäreinkommen je Einwohner in Brandenburg (15.000 Euro) und insbesondere Gesamtdeutschland (20.000 Euro) sehr viel höher ist als das in Frankfurt (Oder) (13.000 Euro) so ist dieser Abstand mit einer Differenz von ca. 1.500 Euro zu Brandenburg und 4.000 Euro zu Gesamtdeutschland beim verfügbaren Einkommen sehr viel geringer (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2008). Das verfügbare Einkommen spielt dabei für den Einzelhandel die entscheidende Größe, weil nur dieser Teil des Einkommens auch zum Konsum beitragen kann. Die starken Unterschiede zwischen Primäreinkommen und verfügbarem Einkommen sind u.a. mit den Steuer- und Sozialabgaben sowie den Sozialtransfers zu erklären.

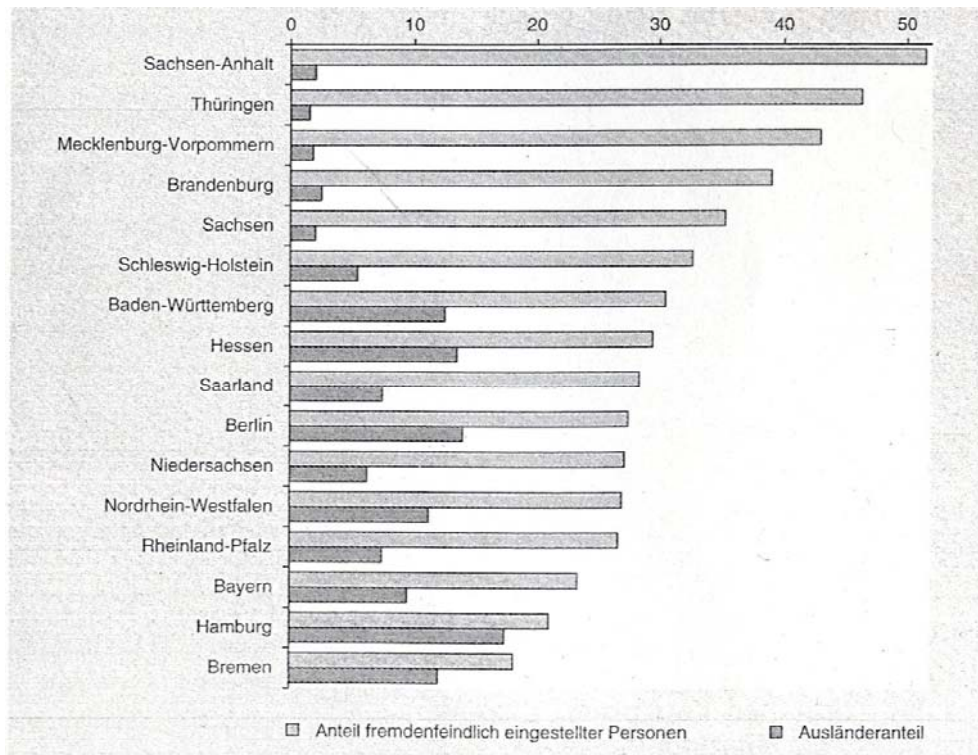
Doch neben der Bevölkerungsentwicklung und der Einkommensentwicklung müssen auch interne Einzelhandelsstrukturen betrachtet werden. So hat Achen (1996, S. 16) allgemein in den ostdeutschen Ländern, den im Untersuchungsgebiet festgestellten Gründungsboom kurz nach der Wende bestätigt. Demnach sind viele ehemalige volkseigene Einzelhandelsunternehmen von Privatpersonen übernommen worden. Ein wesentliches Element dieses Gründungsboom war auch die staatliche Förderung über das ERP-Gründungsförderungsprogramm. Das Ziel dieses Programms war es Privatpersonen zu ermöglichen Unternehmen zu gründen oder zu übernehmen. Demnach konnten für Existenzgründungen günstige Kredite in Anspruch genommen werden (vgl. Achen 1996, S. 16). Allerdings hat sich mit dem Markteintritt westdeutscher Unternehmen seit 1990 die Konkurrenz für kleinere Unternehmensgründer extrem verschärft. Als Gründe für die schlechte Situation inhabergeführter Geschäfte führt Achen (1996,

S.21) neben endogenen Problemen der mittelständischen Einzelhandelsunternehmen (mangelnde betriebswirtschaftliche Erfahrung) vor allem exogene Entwicklungen an. So hat sich der Umsatzanteil von Einkaufszentren und großflächigen Verbrauchermärkten massiv erhöht. Auch Meyer & Pütz (1997, S. 494) führen an, dass es seit 1990 zu einem starken Wachstum der großflächigen Einzelhandelsunternehmen in nicht-integrierten Lagen gekommen ist. Somit kann auch erklärt werden, dass es nach dem anfänglichen Gründungsboom zu einem deutlichen Abflachen dieser Entwicklung kam. Schon im Jahr 1996 wurde die Lage für mittelständische Unternehmen als schwierig bewertet. Dieser Trend dürfte sich bis heute noch stark verstärkt haben. Aus dem erwähnten Schrumpfungseffekt der Stadt und der verschärften Konkurrenzsituation ergibt sich, dass der Einzelhandel trotz der Erhöhung des verfügbaren Einkommens der Bevölkerung mit enormen wirtschaftlichen Problemen konfrontiert ist.

Überprüfung der Hypothese der geringeren Anpassung an polnische Kunden

Integrationsbemühungen verlaufen nach Krätke (2001, S. 776) vor allem auf politischer Ebene. In diesem Zusammenhang lassen sich auch die Eröffnung der Viadrina Universität oder der Bau der Oderbrücke sehen. Mit dem Beitritt Polens zur EU sind auch die Grenzkontrollen weitestgehend weggefallen. Wie Krätke (2001, S. 769) argumentiert, ergeben sich durch die EU-Osterweiterung weit reichende Kooperationsbeziehungen zwischen den einzelnen deutschen und polnischen Regionen. Hingegen weist Krätke auch darauf hin, dass vor allem strukturstarke westdeutsche Regionen von dem EU-Beitritt Polens profitieren und das Beitrittsland Polen allgemein. Dagegen ergeben sich für die strukturschwachen ostdeutschen Regionen nur wenige Wachstumspotenziale aus dem Integrationsprozess. Dies könnte Grund für eine Abschottung gegenüber der polnischen Seite sein und für Befürchtungen von der polnischen Konkurrenz dominiert zu werden (vgl. Krätke 2001, S. 775).

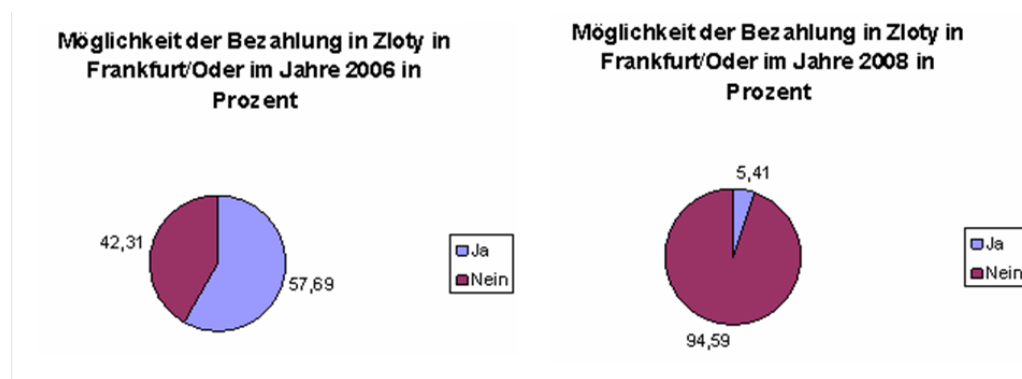
Als mögliche Gründe einer geringen Anpassungsbereitschaft gegenüber der polnischen Bevölkerung ist eine Reihe von Faktoren zu beleuchten. Wie Krätke (2001, S. 776) ausführt, besteht auf Seiten der brandenburgischen Bevölkerung eine starke Ablehnung gegenüber ausländischer Bevölkerung. So ist der Anteil der Bevölkerung mit einer fremdenfeindlichen Einstellung überdurchschnittlich hoch (Abb. 4.10). Dies könnte sich auch in der Anpassungsbereitschaft seitens der deutschen Unternehmen gegenüber polnischen Kunden niederschlagen. Dieses Phänomen kann auch deshalb so ausgeprägt sein, weil auf der deutschen Seite der Grenze nur wenige grenzübergreifende Bekanntschafts- oder Verwandtschaftsbeziehungen bestehen (Kaczmarek & Stryjakiewicz 2006, S. 67). Weiterhin kann auch die geringe Kenntnis der Nachbarsprache seitens der deutschen Bevölkerung ein wichtiger Grund für eine geringe Anpassungsbereitschaft sein. Wie in der Umfrage von Kaczmarek und Stryjakiewicz (2006, S. 67) ausgeführt wird, haben 75% der Einwohner von Frankfurt (Oder) keine Kenntnisse über die polnische Sprache. Auch das restliche Viertel der deutschen Befragten schätzen ihre Fremdsprachenkenntnisse als größtenteils schlecht ein. Demgegenüber ist der Anteil polnischer Bürger mit Nachbarschafts- oder Verwandtschaftsbeziehungen auf der deutschen Seite wesentlich höher. Beim Kenntnisstand über die deutsche Sprache schätzen immerhin ein knappes Viertel der Befragten ihre Kenntnisse als gut ein. Nur 9% der polnischen Befragten haben überhaupt keine Kenntnisse über die Nachbarsprache.

Abb. 4.9: Verbreitung fremdenfeindlicher Einstellung in den Bundesländern 1996

Quelle: Krätke 2001 S. 776

Im Unterschied zu der Untersuchung von Kaczmarek und Stryjakiewicz hat die Datenauswertung ergeben, dass sich im Untersuchungsgebiet wesentlich weniger Unternehmen an polnische Kunden anpassen. Während in der Untersuchung von Kaczmarek & Stryjakiewicz (2006, S. 65) von den insgesamt 26 Geschäften immerhin 15 Unternehmen die Möglichkeit boten in Zloty zu bezahlen, so war dieser Anteil in unserer Untersuchung wesentlich geringer. Nur 4 von insgesamt 74 Geschäften boten die Möglichkeit zur Bezahlung in polnischer Währung (Abbildung 4.10 u. 4.11). Damit wäre das Niveau der Anpassung auf einem ähnlichen Stand wie Ende der 90er Jahre, wo in nur 3% der Geschäfte mit polnischer Währung bezahlt werden konnte (vgl. Krätke 2004b, S. 155).

Abbildung 4.10 & 4.11: Möglichkeit der Bezahlung in Zloty in Frankfurt/Oder im Jahre 2006 und 2008:



Quelle: KACZMAREK & STRYJAKIEWICZ 2006, 65.; Empirische Erhebung in Frankfurt/Oder vom 12.06.2008

Dies könnte damit zusammenhängen, dass ein großer Teil der Polen schon Euro besitzt und somit neben der polnischen Währung zumindest im Grenzraum eine Zweitwährung existiert. Dieses ist gerade vor dem Hintergrund zu sehen, dass sich die polnische Regierung bemüht den Euro in Polen vsl. bis zum Jahr 2012 einzuführen.

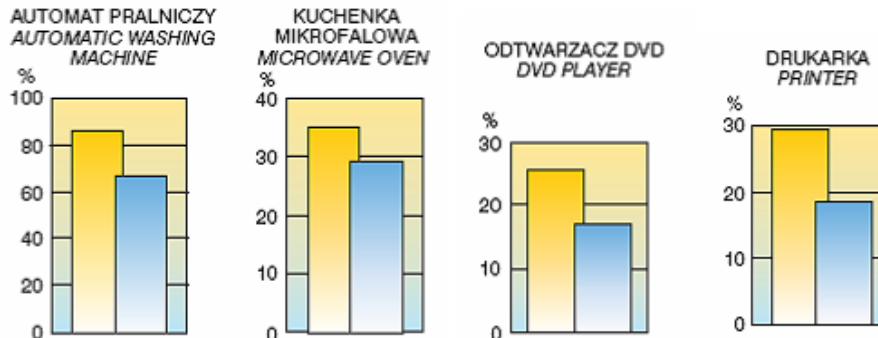
Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Anpassung gegenüber der polnischen Bevölkerung auf der deutschen Seite geringer geworden ist. Somit kann man nicht von einer zunehmenden Konvergenz sprechen, sondern muss realisieren, dass die Entwicklung in Richtung einer Divergenz geht. Somit bestätigt sich die Hypothese der geringeren Anpassung. Dieses deckt sich mit der Aussage von Herrn Schulz, der ausführt, dass polnische Unternehmen viel eher bereit sind sich anzupassen als deutsche Unternehmer (Interview IHK Ostbrandenburg).

Überprüfung der Hypothese der verstärkten polnischen Nachfrage

In Polen hat es in den vergangenen 18 Jahren vielfältigste Umstrukturierungsprozesse seit der Transformation hin zu einer funktionierenden Marktwirtschaft gegeben. In den letzten Jahren kam es dabei zu erheblichen Verbesserungen in der polnischen Wirtschaft. So ist das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner in Polen verglichen mit dem BIP/Kopf anderer westeuropäischer Länder zwar immer noch sehr niedrig. Dennoch kam es zu einem kontinuierlich starken Anstieg des BIP/Kopf von durchschnittlich 5% pro Jahr in den vergangenen Jahren (GUS 2008). Für den Einzelhandel in Frankfurt an der Oder spielt vor allem der Verflechtungsraum der Region Lubelskie eine wichtige Rolle. In dieser Region liegen die durchschnittlichen monatlichen Bruttolöhne mit 87% etwas unter dem Niveau der allgemeinen polnischen Bruttolöhne. So betragen die Bruttolöhne im Jahr 2006 etwa 2.300 Zloty (GUS 2008). Doch nicht nur die Bruttolöhne sind gestiegen, auch das monatlich verfügbare Einkommen ist allgemein in Polen von 2000 bis 2006 von 610 Zloty auf 842 Zloty gestiegen. Dieses entspricht einer Erhöhung um 38% im Zeitraum von 2000 bis 2006. Auch Herr Schulz von der IHK Ostbrandenburg bestätigt die stark gestiegene Kaufkraft der Polen, weist aber gleichzeitig daraufhin, dass Slubice strukturschwach sei (Interview IHK Ostbrandenburg). Dennoch ergibt sich aus den Entwicklungen, dass die polnischen Konsumenten mehr Einkommen zur Verfügung haben um kurz-, mittel- und langfristige Konsumgüter zu kaufen. Dies ist besonders deshalb von Bedeutung, weil in den polnischen Haushalten die Versorgung mit langlebigen Konsumgütern zum Teil noch nicht auf dem Niveau anderer westeuropäischer Länder ist. Abb. 4.12 zeigt die Versorgung mit einigen ausgewählten Gütern (GUS 2008).

Abbildung 4.12: Versorgung polnischer Haushalte mit langlebigen Konsumgütern

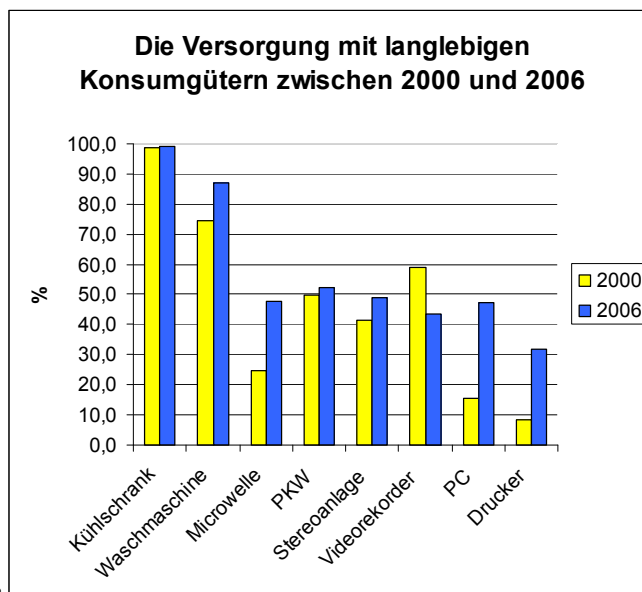
GOSPODARSTWA DOMOWE W MIASTACH I NA WSI WYPOSAŻONE
W NIEKTÓRE PRZEDMIOTY TRWAŁEGO UŻYTKOWANIA W 2005 R.
RURAL AND URBAN HOUSEHOLDS EQUIPPED WITH SELECTED DURABLE GOODS IN 2005



Quelle: GUS: Statistical Yearbook 2007, S.201.

Allerdings ist auch zu erkennen, dass sich die Versorgung mit langlebigen Konsumgütern bei den meisten Produkten im Zeitraum zwischen 2000 und 2006 stark verbessert hat (Abb. 4.13). Diese Tatsache könnte auch für deutsche Unternehmen eine Möglichkeit sein davon zu profitieren.

Abbildung 4.13: Versorgung mit langlebigen Konsumgütern in Polen



Quelle: GUS 2008

Die Preisentwicklung ist in Polen je nach Produkt sehr unterschiedlich. So ist es im Zeitraum zwischen 2000 und 2006 vor allem bei Produkten des einfachen Bedarfs zu Preissteigerungen gekommen (Daten GUS 2008). So sind Nahrungsmittel im Durchschnitt etwas teurer geworden und auch die kommunalen Abgaben haben sich etwa bei Elektrizität oder Wasser verteuert. Hingegen ist es bei den Konsumgütern zu einem zum Teil erheblichen Preisverfall gekommen (z.B. Kühlschrank). Wie schon erwähnt hat sich auch in der Datenanalyse eine leicht positive Entwicklung für den Anteil der polnischen Kunden am Umsatz gezeigt. Herr Wilschke vom deutsch-polnischen Verbraucherinformationszentrum führt aus, dass der Wegfall der Grenzkontrollen diese positive Entwicklung begleitet hat (Interview Verbraucherzentrale).

Dennoch kann die Hypothese, dass mit der steigenden Kaufkraft der Polen auch die innerstädtischen Geschäfte in Frankfurt (Oder) profitieren können, nicht bestätigt werden. Es ist

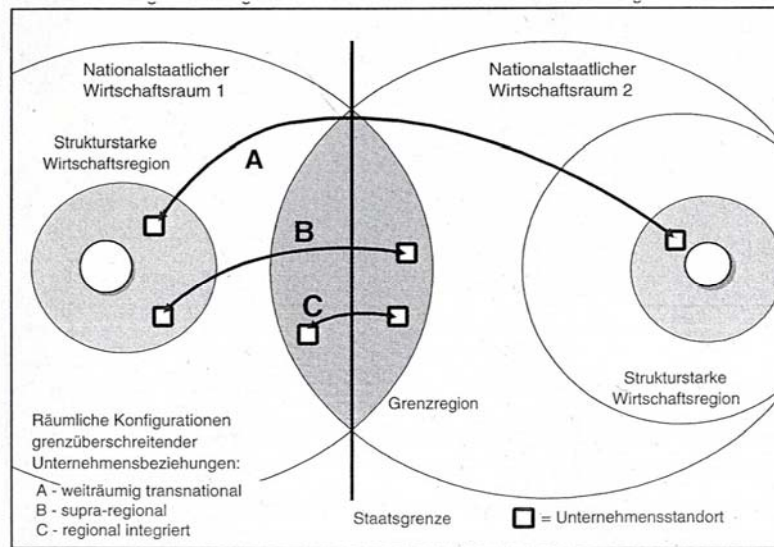
in den letzten Jahren zu erheblichen Kaufkraftgewinnen in der polnischen Bevölkerung gekommen. Besonders das verfügbare Einkommen, welches für den Konsum eine entscheidende Rolle spielt, ist stark gestiegen. Nichtsdestotrotz hat sich durch die Befragung der deutschen Unternehmen herausgestellt, dass es nur wenige positive Effekte für die innerstädtischen Geschäftsstraßen gegeben hat. Weiterhin kann der leichte Zuwachs der polnischen Nachfrage nicht die Nachfrageverluste kompensieren, die aus dem Bevölkerungsverlust der Stadt und der Konkurrenz durch großflächige Einzelhandelsbetriebe entstehen. Dieses ist auch auf die Veränderung der Nachfragestruktur nach der Wende zurückzuführen. So kam es in Ostdeutschland zu einer Zunahme an Ein- und Zwei-Personenhaushalten mit spezifischen Konsumgewohnheiten. So kommt es vermehrt zu einer Abkehr vom einfachen Versorgungseinkauf hin zu einem Erlebniseinkauf (vgl. Kaiser & Friedrich 2000, S. 103). Diesen Erlebniseinkauf können die einzelnen kleinen Geschäfte nicht bieten. Dementsprechend können größere Einheiten wie etwa Shopping-Center auch von den geänderten Konsumgewohnheiten profitieren. Allerdings kann dieser Wandel auch ein Potenzial für die innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe sein, wenn es gelingt, durch Kooperationen zwischen den verschiedenen Betrieben Festivals in der Stadt zu initiieren.

Überprüfung der Hypothese der Nachfrage von spezifischen Markenprodukten

Krätke (2004a, S. 80) stellt die These auf, dass Grenzregionen beim Integrationsprozess übersprungen werden. So sind die Treiber der Integration nicht im Grenzgebiet zu finden, sondern in den zentralen Regionen auf beiden Seiten der Grenze. Aufgrund der besseren Ausstattung mit Kapital, Wissen und Entscheidungskompetenzen können sich westdeutsche Firmen stärker in Polen engagieren. Viele ostdeutsche Firmen hingegen haben weiterhin mit einem schwierigen Wirtschaftsumfeld zu kämpfen und können so kaum weitsichtige Initiativen im Bereich der grenzüberschreitenden Kooperationen realisieren. Somit sind die Verflechtungen zwischen westdeutschen Metropolregionen und zentral gelegenen polnischen Zentren wesentlich stärker ausgeprägt als zwischen den Grenzregionen (Krätke 2001, S. 774; Krätke & Borst 2004c, S. 97). Dies macht Krätke anhand von Unternehmensverflechtungen deutlich, demnach der Großteil der Firmen, die in Polen Niederlassungen besitzen, aus den alten Bundesländern stammt. Nur ein marginaler Anteil kommt aus den neuen Bundesländern. Auch die polnischen Regionen profitieren von diesen Auslandsverflechtungen sehr unterschiedlich. So wird größtenteils in polnischen Agglomerationsräumen investiert, während die grenznahen Regionen nur sehr geringen Anteil an diesen Investitionen haben.

Im produzierenden Gewerbe sind brandenburgische Firmen nur sehr schwach regional verflochten im Vergleich zu westdeutschen Regionen. Brandenburg wird nur als ein Produktionsstandort mit niedrigen Löhnen genutzt (Krätke 2004a, S. 87). Daher haben die ansässigen Firmen auch weniger Entscheidungsspielraum für grenzüberschreitende Kooperationen. Dieses könnte sich daraus ergeben, dass es in bestimmten Bereichen zu Abhängigkeit der ostdeutschen Betriebe von westdeutschen Mutterunternehmen kommt. Auch in unserem Fragebogen wird die Thematik der Investitionen in Polen aufgegriffen. Entsprechend der geringen Verflechtungen zwischen den beiden Grenzräumen wurde auch in unserer Befragung deutlich, dass Investitionen kein Thema sind. Auch wenn man berücksichtigen muss, dass es für Einbetriebsunternehmen schwierig ist umfassende Investitionen zu tätigen, so wird doch der allgemeine Trend bestätigt. In Abbildung 4.14 wird versucht dieses Beziehungsgeflecht zu verdeutlichen. Dabei sind dementsprechend die Unternehmensbeziehungen der Typen B und C schwächer ausgeprägt. Wohingegen vor allem Beziehungen vom Typ A vorherrschen.

Abbildung 4.14: Räumliche Konfiguration grenzüberschreitender Unternehmensbeziehungen



Quelle: Krätke 2001, S. 774

Während die polnische Einzelhandelsstruktur kurz nach 1990 noch sehr stark von kleinen Einzelhändlern dominiert wurde und westeuropäische Markenprodukte nicht erhältlich waren (Pütz 1997, S. 517), so hat sich diese Situation drastisch geändert. Es ist es in den vergangenen Jahren zu einer zunehmenden Internationalisierung des polnischen Einzelhandels und zur Verbreitung von großflächigen Betriebsformen gekommen, auf die mittlerweile fast die Hälfte des Einzelhandelsumsatzes entfällt (Bfai 2006). Daher dürfte die Auswahl an ausländischen Markenprodukten auch in Polen zugenommen haben und weiterhin zunehmen. Dieser Fakt würde die Notwendigkeit entfallen lassen für den Kauf von Markenartikeln nach Deutschland zu fahren. So sind im Einzelhandel führende europäische Handelskonzerne präsent wie etwa: Carrefour, Metro (Real, Media Markt, Saturn), Tesco, Ahold (Albert, Hypernova), Schwarz Gruppe (Kaufland, Lidl), Rewe (MiniMal), Intermarche, Auchan, E.Leclerc, Tengelmann (Plus, OBI), Casino (Geant, Lider Price), Karstadt/Quelle (Versandhandel), PPR Group (Conforama, Gucci, Yves Saint Laurent, Sergio Rossi), Ikea, Marks&Spencer und Kingfisher (Castorama) (Bfai 2006).

Die starke und weiterhin zunehmende Präsenz sowie Entstehung von Shopping-Centern in den Großstädten Polens lässt die Vermutung zu, dass die steigende polnische Kaufkraft direkt im Land durch international tätige Filialunternehmen mit dem Hauptsitz in strukturstarken, westeuropäischen Regionen genutzt wird. Dementsprechend kann der deutsch-polnische Grenzraum nicht von der steigenden Kaufkraft profitieren. In der Theorie wird von einer doppelten Benachteiligung von Grenzstädten gesprochen. Einerseits sind diese an der nationalstaatlichen Peripherie gelegen und haben somit keine zentralörtlichen Funktionen zu erfüllen, andererseits haben Grenzregionen mit kulturellen und sprachlichen Barrieren sowie mit unterschiedlichen Wirtschafts- und Rechtssystemen jeweils auf der anderen Seite zu kämpfen (vgl. Krätke 1998, S. 117).

Die Hypothese, dass vor allem Markenware die polnische Bevölkerung zum Einkauf nach Deutschland lockt, kann so nicht bestätigt werden. Einerseits wird nur von einem sehr geringen Anteil der Befragten benannt, dass in ihrem Sortiment hauptsächlich Markenartikel geführt werden. Andererseits sind mittlerweile zahlreiche international tätige Markenhersteller auf dem polnischen Markt aktiv. Gründe für den Einkauf auf der deutschen Seite der Grenze könnten ein vielfältigeres Angebot der deutschen Einzelhändler sein. Weiterhin kann die Nachfrage auch durch die in Deutschland arbeitenden Polen getragen werden. Für langlebige Konsumgüter könnte

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 61
------	------------------------------------	---	-------

zudem auch die etwas geringere Mehrwertsteuer (19% in Deutschland im Vergleich zu 22% in Polen) in Deutschland ein Grund sein in Frankfurt (Oder) einzukaufen.

Überprüfung der Hypothese „Bedeutung der politischen Kooperationsbemühungen“

Die zahlreichen Kooperationsbemühungen, die auf politischer Ebene initiiert wurden, haben sich anscheinend nicht sehr stark auf den Einzelhandel in Frankfurt (Oder) ausgewirkt. Der Großteil der Befragten kann keine positiven Effekte auf die Situation des eigenen Geschäftes durch die Infrastrukturmaßnahmen feststellen. Somit scheint die Integration politisch schon wesentlich weiter vorangeschritten zu sein als sich dieses im Alltag der Bevölkerung ausdrückt. Dafür spricht auch die sehr deutliche Ablehnung der deutschen Bürger gegen das Vorhaben eine Straßenbahnlinie bis nach Slubice zu erweitern (Kaczmarek & Strykiewicz 2006, S. 64ff).

Wie schon angedeutet, wurde von den befragten Personen nur die Eröffnung der Viadrina Universität im Rahmen von integrationsfördernden Maßnahmen als positiv erachtet. Doch es gibt auch zahlreiche weniger bekannte Unterstützung von den grenzüberschreitenden Verbindungen zu profitieren. So führen Krätke & Borst vor allem das institutionelle Umfeld an, welches es Unternehmen erleichtern soll mit anderen Unternehmen in Kontakt zu treten. Für die Region Frankfurt (Oder) halten etwa die Industrie- und Handelskammer, die Zukunftsagentur Brandenburg (ZAB), das Investor-Center Ostbrandenburg und die Deutsch-Polnische Wirtschaftsförderungsgesellschaft vielfältige Angebote bereit. Diese Institutionen haben vor allem die Aufgabenfelder der Kontakthanbahnung, der Bereitstellung von Informationen zu Steuern und Gesetzen in Polen und der Veranstaltung von Kooperationsbörsen. Weiterhin wird auch der Markteintritt in Polen durch Beratungstätigkeiten unterstützt (vgl. Krätke & Borst 2004b, S. 123-126).

Auch wenn es zahlreiche Möglichkeiten für deutsche Unternehmer gibt, sich aktiv in den Integrationsprozess einzubringen, so werden diese Chancen kaum wahrgenommen. So führt die passive Reaktion auf die Veränderung des Marktumfeldes zu geringerer Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Einzelhändler.

4.3 Schlussfolgerung für Frankfurt (Oder)

Als wichtigstes Ergebnis unserer Untersuchung über die Einzelhandelsentwicklung in Frankfurt (Oder) lässt sich sagen, dass die innerstädtischen Einkaufsstraßen kaum von der EU-Osterweiterung profitieren konnten. Doch auch die Befürchtungen, dass der polnische Integrationsprozess zu einem Niedergang des grenznahen deutschen Einzelhandels führt, kann so nicht bestätigt werden. Vielmehr haben die innerstädtischen Einzelhandelsunternehmen mit einer schwierigen Wirtschaftssituation zu kämpfen. Doch dieses muss nicht unbedingt auf Entwicklungen im deutsch-polnischen Grenzraum zurückgeführt werden, sondern kann mit einem allgemeinen Rückgang der Bedeutung innerstädtischer Einkaufsstraßen in Klein- und Mittelstädten in Ostdeutschland begründet werden. Diese Entwicklung wird auch in zahlreichen anderen Städten in Ostdeutschland in der Studie von Kaiser & Friedrich (2000, S. 100) angedeutet. Von diesem Wandel ist natürlich nicht nur der Einzelhandel betroffen, sondern es bestehen auch für nicht-mobile Bevölkerungsschichten Nachteile aufgrund der schlechteren Versorgungssituation. Die Entwicklung in den Untersuchungsgebieten korrespondiert auch mit der allgemeinen Entwicklung der Einzelhandelsbetriebe in Frankfurt (Oder). So hat sich die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von unter 700m² zwischen 2001 bis 2007 von 695 Geschäften auf nur noch 580 Geschäfte verringert (IHK Ostbrandenburg 2008). Demgegenüber hat sich die gesamte Verkaufsfläche leicht erhöht. Dies ist auf den steigenden Anteil von Betrieben mit über 700m² und dem Auftauchen von Einkaufszentren zu erklären. So haben sich mittlerweile sieben Shopping-Center (z.B. das randstädtische Spitzkrug Multi Center) mit einer gesamten Verkaufsfläche von ca. 100.000m² in der Region Frankfurt (Oder) angesiedelt.

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.62
------	------------------------------------	---	------

Interessant ist weiterhin, dass die Verkaufsfläche je Einwohner in Polen bei 0,82m² liegt (RegioData Research GmbH 2008, Datenstand 2007), wohingegen die Verkaufsfläche je Einwohner in Frankfurt (Oder) mittlerweile schon 1,7m² beträgt (IHK Ostbrandenburg 2008). Hieraus ergibt sich, dass auf der deutschen Seite vermutlich ein breiteres Sortiment angeboten werden kann. Weiterhin ist ersichtlich, welches Potenzial in der vergleichsweise niedrigen Verkaufsfläche je Einwohner im polnischen Einzelhandel noch steckt. Dieses ist vor dem Hintergrund des Nachholbedarfs bei den Konsumgütern und der zunehmenden Filialisierung und Internationalisierung des polnischen Einzelhandels zu sehen.

Auch Kaczmarek & Strykiewicz (2006, S. 66) deuten an, dass in erster Linie die Einkaufszentren von der polnischen Nachfrage profitieren. So trägt in den beliebtesten Shopping Centern der deutschen Grenzstädte die polnische Kundschaft bis zu 20% des Umsatzes bei. Dieses wird mit dem wettbewerbsfähigen Angebot insbesondere in der Bekleidungs- und Elektroindustrie begründet. Dieses würde sich auch mit der Theorie von Krätke (2001) decken, dass vor allem strukturstarke Regionen in Westdeutschland von dem EU-Beitritt profitieren, etwa über Filialen in Polen oder aber auch über Filialen in Ostdeutschland. Einzelne Eigentümer, die für ein endogenes Wachstumspotenzial in Ostdeutschland wichtig wären, haben hingegen wenig von der Osterweiterung der EU. Somit ist der strukturschwache Raum in Ostdeutschland kein Gewinner des polnischen EU-Beitritts. Es muss dabei auch berücksichtigt werden, dass es keine größeren Geschäfte in unserem Untersuchungsgebiet gab. Die überwiegend negative Einschätzung der EU-Osterweiterung lässt sich somit eventuell auch auf die Unternehmensgröße zurückführen. So führen Krätke & Borst (2004b, S. 120) aus, dass unter kleineren Firmen vor allem Risikobefürchtungen vorherrschen während große Betriebe vor allem Geschäftschancen betonen.

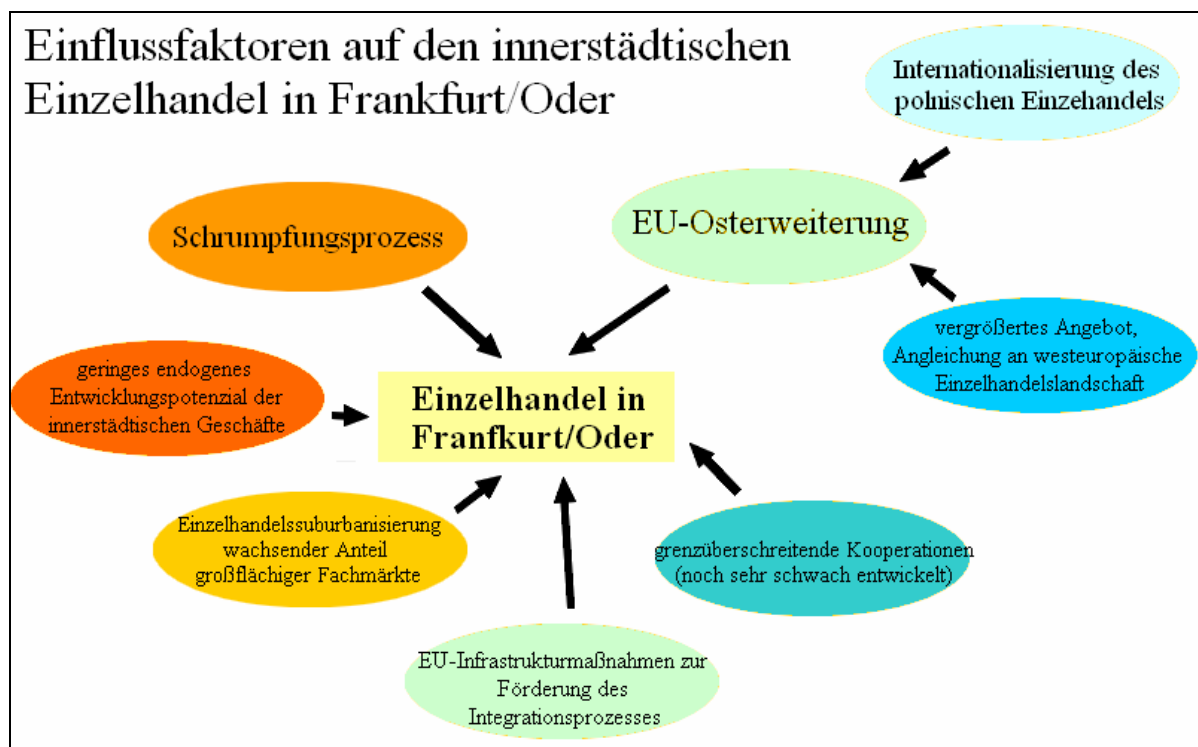
Die Situation des innerstädtischen Einzelhandels kann somit vielleicht eher mit der generellen Tendenz zur Suburbanisierung des Einzelhandels sowohl in Ostdeutschland als auch in Polen erklärt werden. Für weitere Untersuchungen wäre es wichtig Befragungen mit dem Schwerpunkt der Bedeutung von polnischen/deutschen Konsumenten im suburbanen Raum auf deutscher/polnischer Seite durchzuführen. Weiterhin wäre es auch interessant, ob es eventuell eine Verschiebung zugunsten von Metropolregionen im Zuge einer Kopplung von touristischen Aktivitäten und gleichzeitigem Shopping gegeben hat. Es könnte mit der EU-Osterweiterung auch das gegenseitige Interesse am jeweils anderen Nachbarn zugenommen haben. So liegen beiderseits der Grenze Städte mit einer langen historischen Vergangenheit, architektonischen Besonderheiten oder bedeutenden kulturellen Veranstaltungen. Auf deutscher Seite wäre hier vor allem die Metropole Berlin in nur 80km Entfernung von der polnischen Grenze zu nennen. Auf polnischer Seite sind insbesondere die Großstädte Stettin mit 150km Entfernung oder Posen mit 180km Entfernung von Bedeutung. Auch Herr Schulz deutet an, dass Berlin als Einkaufsstandort eine zunehmend größere Bedeutung für polnische Konsumenten hat (Interview IHK Ostbrandenburg).

In Abbildung 4.15 sind noch einmal die hauptsächlichen Einflussfaktoren für die Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels in Frankfurt (Oder) zusammengefasst. Wie anhand dieser Graphik zu erkennen ist, spielen viele unterschiedliche Faktoren eine Rolle für die gegenwärtige Situation der Geschäfte. Auch wenn grenzüberschreitende Beziehungen in Zukunft wichtiger werden sollten, so ist es dennoch zwingend notwendig auch die Rahmenbedingungen zu betrachten welche auf die Geschäfte in der Region einwirken.

Wie Kaczmarek & Strykiewicz (2006, S. 68) ausführen, so ist es trotz räumlicher Nähe, institutionellen Kontakten und Zusammentreffen bei Einkäufen nicht zu stabilen, sozialen Beziehungen gekommen. Die Erwartung auf beiden Seiten der Grenze liegt vielmehr in den ökonomischen Vorteilen. Wie die Untersuchung in Frankfurt (Oder) zeigt, sind diese allerdings auf deutscher Seite kaum gegeben. Somit besteht die Gefahr, dass die Bereitschaft der Bevölkerung sinkt sich aktiv für die transnationale Annäherung einzusetzen. Dies könnte schon in

der geringen Anpassungsbereitschaft der deutschen Betriebe zum Ausdruck gekommen sein. Für die Zukunft ist zu hoffen, dass auch die innerstädtischen Geschäfte in stärkerem Maße von der polnischen Nachfrage profitieren. Nur durch einen gegenseitigen Kooperations- und Interaktionsprozess lassen sich auf beiden Seiten der Grenze Potenziale realisieren und ökonomisch nutzen.

Abbildung 4.15: Darstellung verschiedener Einflussfaktoren auf den innenstädtischen Einzelhandel Frankfurt/Oder



Quelle: Eigene Darstellung

Literatur:

- ACHEN, M. (1996)** Entwicklung des mittelständischen Einzelhandels in den neuen Ländern. In: Informationen zur Raumentwicklung, Heft Nr. 1, S. 15-27.
- AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG (2008)** Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte im Land Brandenburg 2001 bis 2003 nach Verwaltungsbezirken. <http://www.statistik.brandenburg.de/sixcms/detail.php/lbm1.c.224018.de> (Zugriff am 17.07.08)
- BUNDESAMT FÜR AUßENWIRTSCHAFT (BFAI 2006)** Polens Einzelhandel zieht ausländisches Kapital an. <http://www.bfai.de/DE/Navigation/home> (Zugriff am 17.07.08)
- DESTATIS (STATISTISCHES BUNDESAMT DEUTSCHLAND) (2008)** Bevölkerung nach Kreisen und Altersgruppen für Frankfurt/Oder, 2007. <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/> (Zugriff am 17.07.08)
- EUROPA-UNIVERSITÄT VIADRINA FRANKFURT/ODER (2008)** Studierende an der Viadrina Frankfurt(Oder) seit 1992. http://www.euv-frankfurt-o.de/de/struktur/zse/pressestelle/studierendenstatistik/studierendenstatistik_alt/index.html (Zugriff am 17.07.08)
- GUS (CENTRAL STATISTICAL OFFICE OF POLAND) (2008)** Labour, income and population. Data on Voivodship Lubuskie. 2008. http://www.stat.gov.pl/g/69_527_ENG_HTML.htm (Zugriff am 17.07.08)

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.64
------	------------------------------------	---	------

- IHK OSTBRANDENBURG (2007)** Handelsatlas. <http://www.ihk-ostbrandenburg.de/es.php?id=4111> (Zugriff am 23.07.2008)
- KACZMAREK, T. & STRYJAKIEWICZ, T. (2006)** Grenzüberschreitende Entwicklung und Kooperation im deutsch-polnischen Grenzraum aus polnischer Sicht. In: Europa Regional, Band 14, Heft Nr. 2, S. 61-70.
- KAISER, C. & FRIEDRICH, K. (2000)** Chancen und Probleme ostdeutscher Stadtzentren in Konkurrenz zu peripheren Einzelhandelsstandorten. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Band 44, Heft Nr. 2, S. 100-112.
- KRÄTKE, S. (2004)** Perspektiven der EU-Osterweiterung für regionale Wirtschaftszentren und Grenzregionen. In: Strukturwandel in Ostdeutschland und Westpolen. Arbeitsmaterial der ARL Nr. 311. Hannover, S. 78-90.
- KRÄTKE, S. & BORST, R. (2004a)** EU-Osterweiterung als Chance. Perspektiven für Metropolräume und Grenzgebiete am Beispiel Berlin-Brandenburg. Münster, Hamburg, London: LIT-Verlag
- KRÄTKE, S. & BORST, R. (2004b)** Chancen der EU-Osterweiterung: Perspektiven der deutsch-polnischen Unternehmensbeziehungen am Beispiel der Region Berlin-Brandenburg. In: Geographische Zeitschrift, Band 92, Heft Nr. 1/2, S. 93-127.
- KRÄTKE, S. (2001)** Regionale Wirkungen der EU-Osterweiterung. In: Informationen zur Raumentwicklung, Nr. 11/12.2001.
- KRÄTKE, S. (1998)** Die deutsch-polnische Grenzregion im Transformationsprozess. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Band 42, Heft Nr. 2, S. 117-130.
- MEYER, G. & PÜTZ, R. (1997)** Transformation der Einzelhandelsstandorte in ostdeutschen Großstädten. In: Geographische Rundschau, Band 49, Heft Nr. 9, S. 492-498.
- PÜTZ, R. (1997)** Einzelhandel in Polen - Interne Restrukturierung und Internationalisierung am Beispiel von Wroclaw. In: Geographische Rundschau, Band 49, Heft Nr. 9, S. 516-522.
- REGIO DATA RESEARCH GMBH (2008)** Standorte im Einzelhandel- weniger ist mehr? http://portal.wko.at/wk/dok_detail_file.wk?AngID=1&DocID=873196&ConID=326600 (Zugriff am 29.07.2008)

Interviews:

Interview mit Herrn Schulz (IHK Brandenburg) am 12.6.08

Interview mit Herrn Wilschke (Verbraucherzentrale Brandenburg) am 12.06.08

Entwicklung von grenzübergreifenden Handels- und Dienstleistungsaktivitäten in Słubice

Kay Gade, Kris Machemsky & Pierre Karobs

Die grenzübergreifenden Handels- und Dienstleistungsaktivitäten in der Doppelstadt Frankfurt (Oder) - Słubice blicken auf eine mehr oder weniger wechselvolle Geschichte zurück. Waren es in den 1970er und 1980er Jahren vornehmlich polnische Bürger die aufgrund des besseren Warenangebotes auf der deutschen Seite einkauften, so sind es seit den 1990er Jahren vornehmlich deutsche Bürger, die die preiswerteren Produkte und Dienstleistungen auf der polnischen Seite der Grenzregion nachfragen. Im Zuge des Transformations- und Konvergenzprozesses sowie der begleitenden politischen Rahmenbedingungen, ist eine Veränderung der Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen im grenznahen Raum der deutsch-polnischen Grenze anzunehmen.

Analog zur Untersuchung in Frankfurt (Oder) wurden Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen im Stadtgebiet von Słubice hinsichtlich ihrer Angebots-, Personal- und Kundenstrukturen sowie ihrer wirtschaftlichen Entwicklung mittels einer Befragung untersucht. Insgesamt nahmen 72 Unternehmen an der Erhebung teil, die, um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit denen in Frankfurt (Oder) zu ermöglichen, sich ebenfalls auf folgende vier Zeiträume bezogen:

- vor dem Beitritt Polens zur Europäischen Union,
- zwischen 2004 und 2007,
- seit dem Wegfall der Grenzkontrollen sowie
- auf eine Prognose für die Zukunft.

Basierend auf den Erkenntnissen über die Grenzregion Deutschland-Polen sind der Erhebung folgende Hypothesen zugrunde gelegt.

Eine erste Hypothese ergibt sich aus dem Anspruch Polens, seine Grenzregionen mit dem Beitritt zur EU von Billiglohnindustrien zu Wirtschaftsstandorten mit innovativen und zukunftsorientierten Unternehmen zu entwickeln. Ein solcher Transformationsprozess wirkt sich ebenfalls auf die Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen der Region aus. Annahme ist, dass eine mit dem Transformationsprozess einhergehende Steigerung der Kaufkraft der polnischen Bevölkerung den Einzelhandel von einer „Basarökonomie des Grenzhandels“ hin zu einem, auf die lokalen Bedürfnisse angepassten Einzelhandel führt. Daher ist zu prüfen, inwieweit sich die Angebotsstrukturen sowie der Einzugsbereich des Einzelhandels von Słubice im zeitlichen Kontext geändert haben.

Ziel des Transformations- und Konvergenzprozesses der polnischen Wirtschaft ist der Abbau der Disparitäten im Grenzraum. Infolge der Disparitäten existiert ein ausgeprägtes Lohn- und Kaufkraftgefälle zwischen dem deutschen und polnischen Teil der Euroregion Viadrina, welches erst langsam konvergiert. Begünstigt wurde dieser Prozess durch eine Aufwertung der polnischen Währung gegenüber dem Euro, die jedoch infolge der Wirtschaftskrise zum Erliegen gekommen ist. Da Lohnkosten im Dienstleistungssektor das bestimmende Element hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit sind, wird angenommen, dass basierend auf dem vorhandenen Lohngefälle – zwischen Frankfurt (Oder) und Słubice – der Dienstleistungssektor in Słubice einen Großteil der Nachfrage aus dem grenznahen, deutschen Raum generiert. Ebenfalls wird davon ausgegangen, dass mit zunehmender Konvergenz der Lohnstrukturen eine Diversifizierung des

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.66
------	------------------------------------	---	------

Angebotes sowie eine Abnahme der Fokussierung auf preiswerte Dienstleistungen des täglichen Bedarfs einhergehen.

Eine Möglichkeit, die wirtschaftliche Transformation des polnischen Grenzraumes und die daraus erhoffte schnelle wirtschaftliche Konvergenz zu erreichen, stellt die Integration der deutschen und polnischen Grenzregion dar. Speziell in den Städten entlang der Grenze, die aufgrund der Grenzziehung nun in zwei administrativ selbständige Einheiten aufgeteilt sind, sind die politischen Kooperationsbemühungen auf dieses Ziel fokussiert. Wie in Kapitel 3 bereits dargelegt, sind die politischen Integrationsbemühungen unter anderem durch infrastrukturelle Maßnahmen wie dem Bau der Oderbrücke oder universitärer Einrichtungen sowohl auf deutscher als auch auf polnischer Seite unterlegt worden. Ziel solcher Maßnahmen ist die verbesserte Erreichbarkeit und Akzeptanz des Grenzraumes mit möglichen Auswirkungen auf die wirtschaftlichen Strukturen. Es ist daher zu prüfen, ob und wenn ja, welche Maßnahmen sich positiv auf die Einzelhandelsentwicklung in Slubice auswirken.

Im Gegensatz zum deutschen Arbeitsmarkt ist der polnische Arbeitsmarkt für deutsche Arbeitskräfte frei zugänglich (vgl. Kapitel 2). Neben den infrastrukturellen Maßnahmen sind es politische Rahmenbedingungen wie diese, die eine Integration der Grenzräume fördern und direkte Auswirkungen auf Einzelhandelsstrukturen haben können. Ein hoher Anteil an Arbeitskräften aus dem jeweils anderen Teil eines Grenzraumes ist ein möglicher Indikator für eine erfolgreiche Integration der Grenzregionen. Es ist daher zu prüfen, inwieweit eine Beschäftigung deutscher Arbeitskräfte im Einzelhandel von Slubice bereits erfolgt.

Eine Prüfung der Hypothesen erfolgt anhand der im Rahmen der Erhebung gewonnenen Primärdaten.

5.1 Datenanalyse - Slubice

Analog zur Untersuchung in Frankfurt (Oder) fand am 19. November 2008 auf der polnischen Oderseite in der Stadt Slubice eine Befragung von Einzelhändlern und Dienstleistern statt. Das Untersuchungsgebiet umfasste im Wesentlichen den innerstädtischen Haupteinzugsbereich zwischen den Straßenzügen Nadodrzanska im Westen, der südlich gelegenen 1 Maja sowie der von Norden nach Osten verlaufenden Hauptstraße aleja Młodzieży Polskiej (Abbildung 5.1).

Da dieses Gebiet städtebaulich recht kompakt strukturiert ist, empfahl es sich auch hier eine Totalerhebung aller Gewerbebetreibenden vorzunehmen. Die Datenerhebung erfolgte mit in polnischer Sprache übersetzten Fragebögen direkt vor Ort, in persönlichem Kontakt.

Um die ökonomische Entwicklung dieses Grenzraumes korrekt skizzieren zu können, werden die während der Befragung erhobenen Daten im nachfolgendem Abschnitt einer generellen Analyse unterzogen um sie dann im Anschluss einordnen zu können.

Abbildung 5.1: Untersuchungsgebiet in Słubice



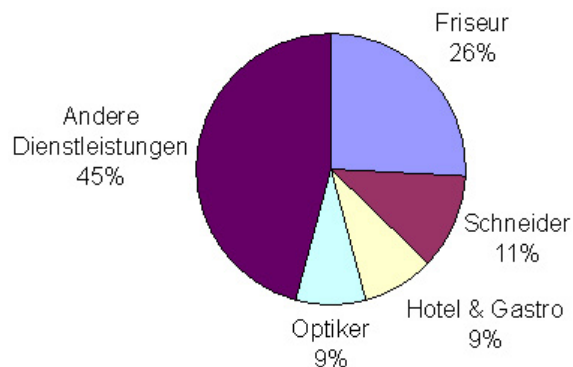
Quelle: Eigene Darstellung nach Google Maps

5.1.1 Allgemeine Einzelhandelsstrukturen

Insgesamt nahmen 72 Gewerbetreibende an der Befragung teil. Hiervon sind 45,8% dem Dienstleistungssektor und 54,2% dem Handel zuzuordnen.

Im Dienstleistungssegment stellt die Branche der Friseur mit einem Anteil von 28% die am häufigsten vertretende Gruppe dar. Ihnen folgen die Schneider mit 13% und die Gruppe der Hoteliers und Gastronomen sowie der Optiker mit einem Branchenanteil von je 9%. Die übrigen 45% der Dienstleister sind in ihren Branchenzuordnungen stark diversifiziert. Unter ihnen befinden sich u.a. Baudienstleister, Geldwechseinrichtungen, Fotogeschäfte oder Anwälte und Ärzte (Abbildung 5.2)

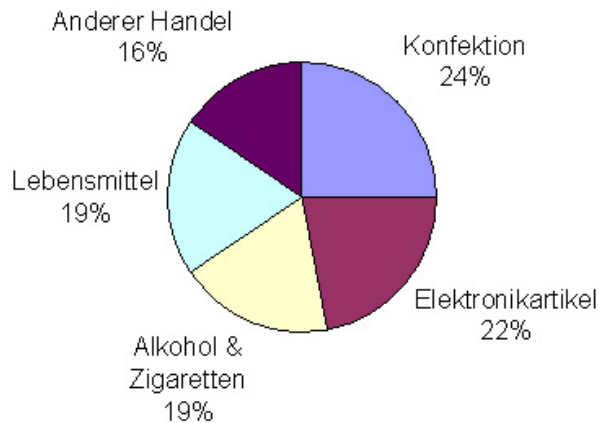
Abbildung 5.2: Branchenverteilung im Dienstleistungssektor



Quelle: Empirische Erhebung in Słubice vom 19.11.2008

Im Bereich des Handels stellt sich die Verteilung der einzelnen Branchen weitaus homogener dar. Die vier stärksten Branchen nehmen hier einen Anteil von 84% am gesamten Handelssektor ein. Die am stärksten vorkommende Gruppe stellen hierbei die Bekleidungsgeschäfte (Konfektion) mit einem Anteil von 24% dar. Ihnen folgen in dichtem Abstand die Anbieter von Elektronikartikeln (22%) sowie Lebensmittelhändler (19%) und Anbieter von Zigaretten und Alkohol (19%). Auf die übrigen 16% der Händler entfallen Apotheken, Blumenläden oder Geschäfte für Bürobedarf (Abbildung 5.3).

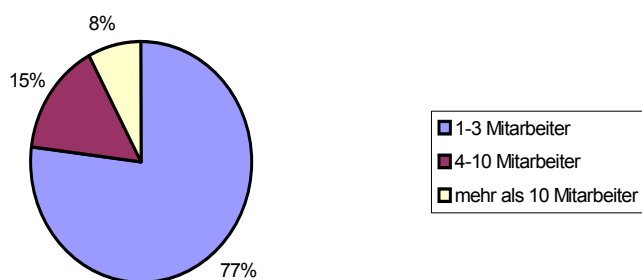
Abbildung 5.3: Branchenverteilung im Handelssektor



Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Die Untersuchung zeigt, dass die Mehrheit aller befragten Unternehmen lediglich über 1 bis 3 Mitarbeiter verfügen (Abbildung 5.4). Die mittlere Beschäftigtenanzahl liegt bei 3,6 Mitarbeitern. Die überwiegende Anzahl der Mitarbeiter sind fest angestellt (83%) und in Vollzeit beschäftigt (81,5%). Da zudem 46% der befragten Personen angaben Inhaber des jeweiligen Betriebes zu sein, kann man davon ausgehen, dass es sich bei dem Großteil der im Befragungsgebiet Slubice angesiedelten Händler und Dienstleister um kleine, selbstständig geführte Unternehmen handelt.

Abbildung 5.4: Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen



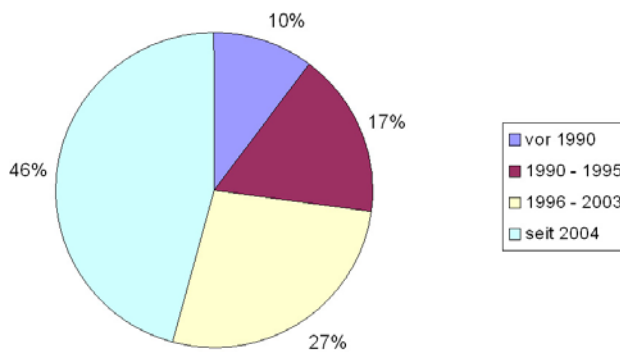
Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Schaut man sich die Entwicklung der Belegschaftszahlen an, so zeigt sich hier ein recht konstantes Bild. Circa 40% aller Befragten gaben an in vergangenen Zeiten, momentan und auch zukünftig Zuwächse bei den Mitarbeiterzahlen gehabt zu haben bzw. zu erwarten. Bei ebenso vielen Befragten gab es diesbezüglich keine Veränderungen bzw. sind keine zu erwarten. Die restlichen Befragten (ca. 18%) hatten oder haben Rückläufe im Mitarbeiterpool zu verzeichnen.

Sehr interessant ist die Tatsache, dass nahezu die Hälfte aller befragten Unternehmen erst seit 2004 bestehen. Weitere 27% haben sich im Zeitraum zwischen 1996 und 2003 gegründet und nur 10% existierten schon vor 1990 (Abbildung 5.5.5).

Anhand dieser Zahlen zeigt sich, welchen großen Einfluss der Beitritt Polens in die EU auf die Unternehmensstruktur im grenznahen Raum hat. Alteingesessene Betriebe wie Haushaltswarenläden oder Geschäfte des kurzfristigen, täglichen Bedarfs weichen modernen Discountern und dem Konglomerat aus Zigarettenläden und spezifischen Dienstleistern wie Friseuren, Schneidern und Handwerkern, welche von deutscher Seite nachgefragt werden.

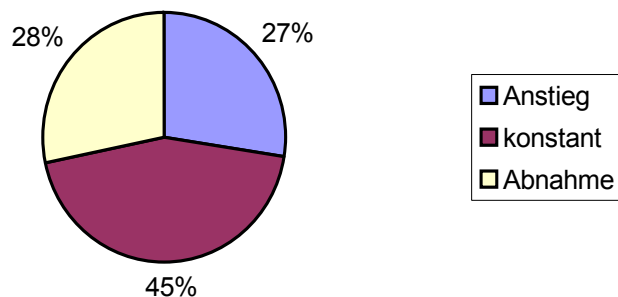
Abbildung 5.5: Unternehmungsgründungen vor 1990 bis heute



Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Die Frage nach der Umsatzentwicklung wird für alle vier Zeiträume (vor 2004, 2004-2007, nach 2007, Zukunft) sehr konstant beantwortet. Demnach verzeichneten gut ein Viertel aller Befragten in den letzten Jahren/ Jahrzehnten ein Umsatzplus und erwarteten diese Tendenz auch zukünftig. Der größte Teil (45%) konnte keine Umsatzveränderungen feststellen und rechnet auch hier mit einer gleich bleibenden Entwicklung. Ein knappes Drittel der Befragten musste Umsatzeinbußen hinnehmen (Abbildung 5.6).

Abbildung 5.6: Entwicklung des Umsatzes vor 2004 bis heute (inklusive der zu erwartenden Umsatzentwicklung)

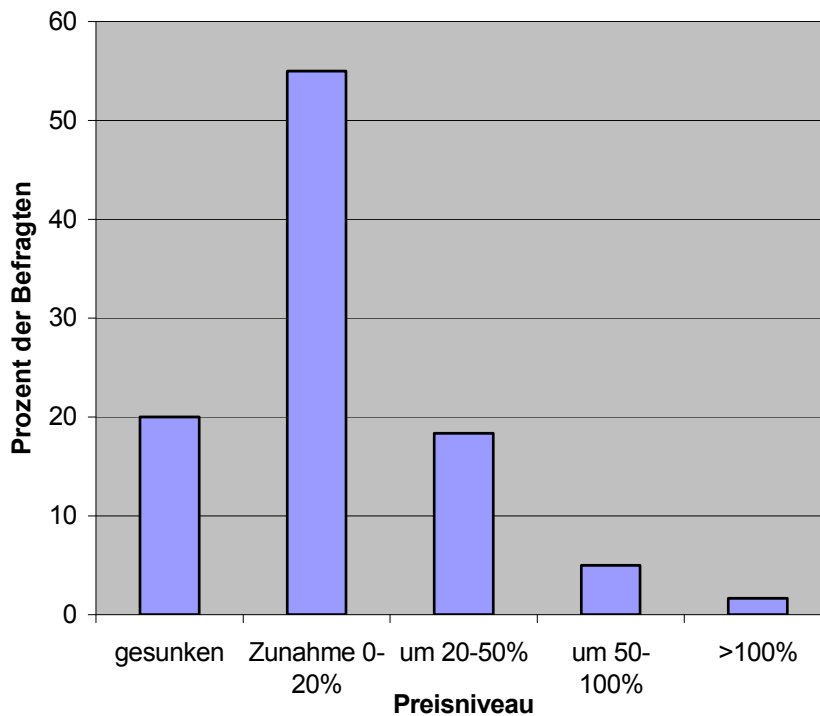


Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Das Preisniveau ist entgegen aller Annahmen in den letzten 5 Jahren nur geringfügig gestiegen. Die Mehrheit der Befragten gab an, die Preise nur um 0-20% angehoben zu haben. Lediglich 6,7% haben eine Preissteigerung ihrer Waren oder Dienstleistungen um mehr als 50% vorgenommen (Abbildung 5.7). Diese doch relativ geringen Preissteigerungen könnten auf den recht starken Zloty zurückzuführen sein, welcher die Kaufkraft auf deutscher Seite deutlich senkt

und bei einer zusätzlichen Erhöhung der Preise zu einem Nachfrageeinbruch führen könnte. Die grenznahen Betriebe schienen daher sehr bewusst auf starke Preiserhöhungen verzichtet zu haben. Allerdings könnte sich diese Entwicklung bald ändern, da der Zloty bereits seit einigen Monaten im Zuge der Weltwirtschaftskrise rapide an Wert verliert (Goyax 2009).

Abbildung 5.7: Veränderung des Preisniveaus in den letzten 5 Jahren



Quelle: Empirische Erhebung in Słubice vom 19.11.2008

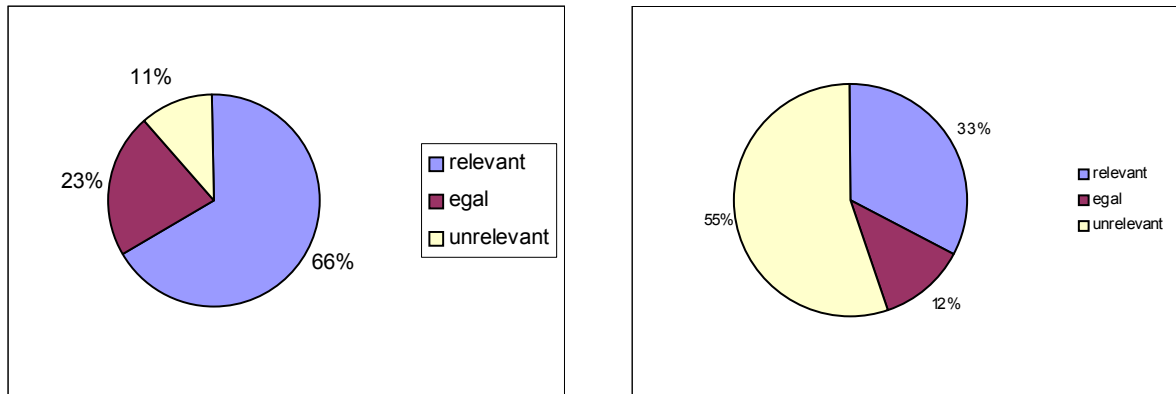
5.1.2 Lokale Spezifika in Słubice

Die in Kapitel 4 für die deutsche Seite evaluierte geringe Anpassung an die polnische Kundschaft kann im Umkehrschluss für die polnischen Unternehmen nicht bestätigt werden.

Ein Blick auf die Abbildungen 5.8 und 5.9 zeigt, dass die deutsche Nachfrage von zwei Dritteln aller Befragten als sehr wichtig eingestuft wird. Bei den deutschen Unternehmern war dies nur ein Drittel. Lediglich 11% aller befragten polnischen Händler und Dienstleister sagten aus, dass die Nachfrage von deutscher Seite aus keine Rolle für sie spiele. Bei den deutschen Betrieben ist diese Zahl mit 55% um ein 5-faches höher.

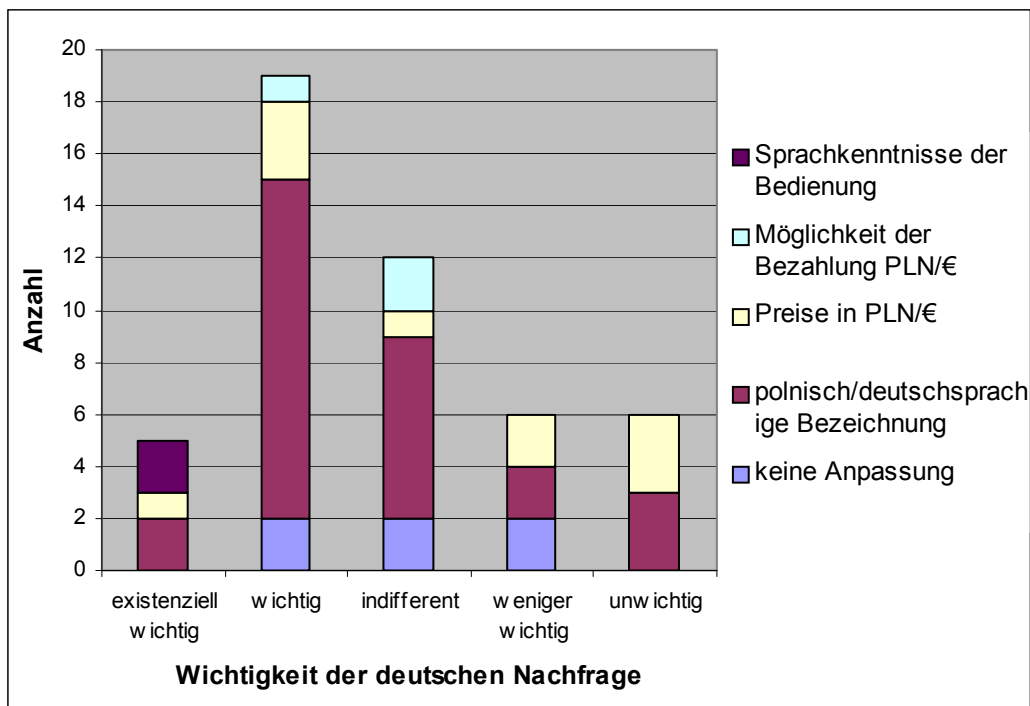
Korreliert man die beiden Variablen „Nachfragerrelevanz“ und „Anpassungsmechanismen“ miteinander, so entsteht ein sehr aufschlussreiches Bild (vgl. Abb. 5.10). Es zeigt sich, dass mit zunehmender Einschätzung der Wichtigkeit der deutschen Nachfrage von polnischen Gütern und Dienstleistungen seitens der polnischen Unternehmer die Vielfalt der Anpassungsstrategien dieser Unternehmer steigt. Nur ein verschwindend geringer Anteil der Befragten, welche aussagten dass ihnen die deutsche Nachfrage sehr wichtig bis wichtig ist, verzichtet gänzlich auf eine Anpassung an deutsche Kunden. Die überwiegende Mehrheit dieser Gruppe bietet der deutschen Kundschaft mit Hilfe mehrsprachiger Etiketten und Preisschilder, der Möglichkeit in Euro und Zloty zu zahlen sowie deutschsprachiger Angestellten eine sehr hohe Dienstleistungsqualität.

Abbildungen 5.8 und 5.9: Relevanz der deutschen (links) und polnischen (rechts) Nachfrage



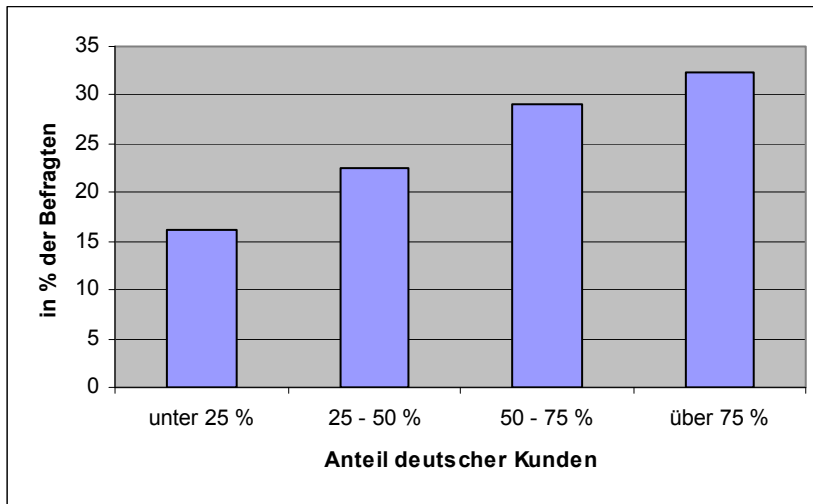
Quelle: Empirische Erhebung in Frankfurt (Oder) am 14.06.2008 und in Slubice vom 19.11.2008

Abbildung 5.10: Zusammenhang zwischen Nachfragerrelevanz & Anpassungsstrategien



Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Die große Bedeutung, welche polnische Unternehmer der deutschen Nachfrage beimessen, bestätigt sich, wenn man den Anteil der deutschen Kunden an der Gesamtkundschaft betrachtet (Abbildung 5.11 5.11). Demnach verfügen nach eigener Aussage über 60% aller Befragten über einen deutschen Kundenanteil von mindestens 50%. Lediglich 16% haben einen eher geringen deutschen Kundenanteil von unter 25%.

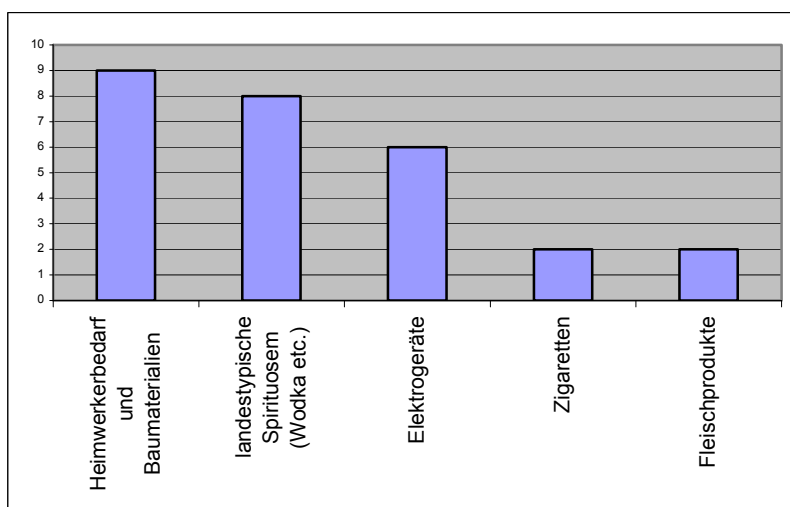
Abbildung 5.11: Anteil deutscher Kunden an der Gesamtkundschaft

Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008)

Angebotspalette und Wettbewerbsstrategien

Um einen fundierten Überblick über die Angebotsbreite und -tiefe der Unternehmen in Slubice zu erhalten, wurden die Befragten unter anderem gebeten ihre drei wichtigsten Produkte zu nennen. Demnach rangiert die Gruppe der Lebensmittel mit 12 Nennungen auf dem ersten Platz, gefolgt von jeweils 9 Nennungen für Zigaretten sowie Friseurartikel- und Dienstleistungen auf Platz zwei und Alkohol auf dem dritten Platz (7 Nennungen). Die starke Häufung an friseurspezifischen Angeboten kommt jedoch nur dadurch zustande, dass 28% der Befragten aus dem Dienstleistungsbereich dieser Zunft angehören und somit das Abbild der Produktpalette zu ihren Gunsten verzerren.

Ein etwas anderes Bild entsteht, wenn man den Befragten eine Liste von Produkten und Dienstleistungen vorlegt und ermittelt, ob sie diese anbieten (5.12). Zigaretten wurden hier lediglich zweimal genannt, wohingegen Elektrogeräte das dritthäufigste vertriebene Produkt, Spirituosen das zweithäufigste und Heimwerkerbedarf das am häufigsten vertriebene Produkt bilden.

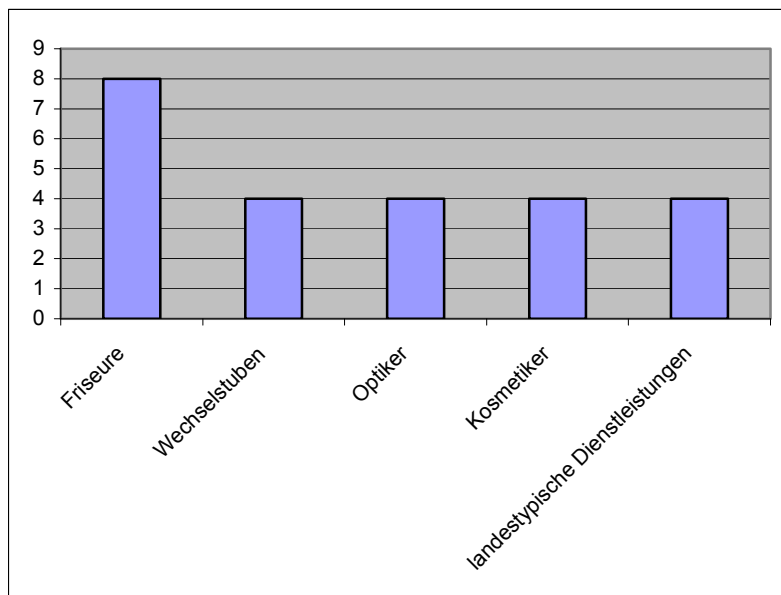
Abbildung 5.12: Übersicht der fünf meistvertriebenen Produkte

Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Im Dienstleistungsbereich bestätigt sich die zuvor erwähnte Dominanz der Friseurprodukte mit 8 Nennungen. Auf den weiteren Plätzen folgen Wechselstuben, Optiker, Kosmetiker sowie landestypische Dienstleistungen mit je 4 Nennungen.

Das Waren- und Dienstleistungsangebot wie es sich hier darstellt, ist wenig überraschend und wurde im Vorfeld auch in dieser Form prognostiziert. Es zeigt sich, dass vorrangig originäre, immaterielle Dienstleistungen (Friseur, Kosmetiker, Wechselstube) angeboten werden, welche nicht in der Lage sind eine hohe volkswirtschaftliche Wertschöpfung zu erzeugen (Abbildung 5.13). Ebenso verhält es sich mit den angebotenen Produkten. Sie stellen zu einem großen Teil Waren des kurzfristigen Bedarfs dar (Spirituosen, Zigaretten, Lebensmittel).

Abbildung 5.13: Übersicht der fünf häufigsten Dienstleistungsangebote



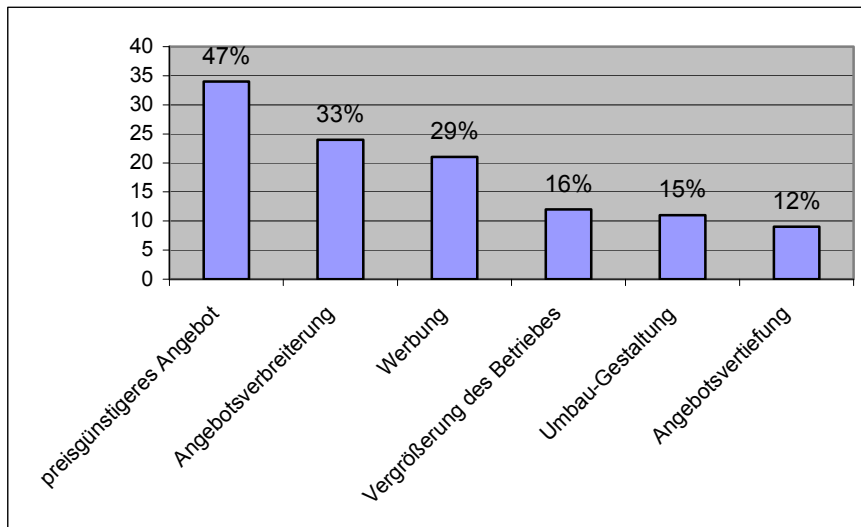
Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Die mangelnde Angebotsbreite und die damit einhergehende Spezialisierung vieler Betriebe auf einige wenige Branchen sowie die konjunkturell bedingt schlechte wirtschaftliche Situation scheinen in Slubice zu einem zunehmend hohen Konkurrenzdruck zu führen. So gaben 31% der Befragten Unternehmer für den Zeitraum von 2004 bis 2007 an, ihre momentane Wettbewerbsposition als ungünstig bis sehr ungünstig zu empfinden. Im Zeitraum von 2007 bis heute wurde die Wettbewerbssituation schon von 38% als ungünstig bis sehr ungünstig angesehen und für die Zukunft sehen bereits 47% aller Befragten eine negative Entwicklung voraus.

Zusätzlich gab nahezu die Hälfte aller Befragten an, ihre Preise in den letzten Jahren gesenkt zu haben (Abb. 4). Ein weiteres, sehr klares Indiz für erhöhten Wettbewerbsdruck im Untersuchungsgebiet.

5.2 Einordnung der empirischen Ergebnisse

Im Folgenden soll nun versucht werden, Indizien für Trends des Strukturwandels des Einzelhandels und der konsumentenorientierten Dienstleistungen in Slubice im erhobenen Datensatz ausfindig zu machen. Ziel ist es, die Hypothese vom Wandel der Profitabilitätsbedingungen für den Handel im Grenzgebiet zu überprüfen.

Abb. 5.14: In der Vergangenheit getätigte Maßnahmen zur Wettbewerbssteigerung

Quelle: Empirische Erhebung in Slubice vom 19.11.2008

Untersuchung von Unternehmen mit positiver Umsatzentwicklung

Von den 72 untersuchten Unternehmen und Geschäften berichteten 7 Unternehmen von einem „starken Anstieg“ der Umsätze und weitere 8 von einem „leichten Anstieg“. Damit schätzen insgesamt 21% der Unternehmen ihre jüngste Umsatzentwicklung als positiv ein.

Unter den 15 Unternehmen, die ihre Umsatzentwicklung positiv einschätzen sind sieben Dienstleistungsunternehmen (unter diesen noch einmal vier Friseure). Friseure sind in dieser Kategorie damit klar überrepräsentiert

Die Mehrheit dieser Unternehmen berichtet von moderaten Umsatzsteigerungen oder zumindest konstanten Umsätzen in der Vergangenheit und schätzt die Zukunft ebenfalls positiv ein. Bei allen Unternehmen korrespondiert die Entwicklung der Mitarbeiterzahl, die bei keinem gesunken sein ist und bei etwa der Hälfte in der Vergangenheit gestiegen ist, mit der nicht-negativen Umsatzentwicklung. Zudem schätzte die überwiegende Mehrheit dieser Unternehmen die Relevanz der deutschen Kunden für ihr Geschäft als „existenziell wichtig“ oder „wichtig“ ein.

Obwohl die geringe Fallzahl eine Verallgemeinerung der ablesbaren Trends nicht erlaubt, lässt sich hier doch festhalten, dass 80 % der antwortenden Unternehmen die deutsche Kundschaft mindestens für wichtig halten. Es scheint sich also ein positiver Zusammenhang zwischen Geschäftserfolg und Anteil der deutschen Kundschaft abzuzeichnen. Dienstleistungsunternehmen sind unter den erfolgreichen Unternehmen klar überrepräsentiert.

Untersuchung von Unternehmen mit negativer Umsatzentwicklung

Von den 72 untersuchten Unternehmen und Geschäften berichteten 13 Unternehmen von einer negativen Umsatzentwicklung seit 2007 und drei weitere sogar von einer sehr negativen Entwicklung. Damit schätzen insgesamt 22% der Unternehmen ihre jüngste Umsatzentwicklung als negativ ein. Für die Zukunft sieht kein Unternehmen einen Umsatzanstieg voraus. Unter diesen 16 Unternehmen sind nur 4 Dienstleistungsunternehmen, was einer starken Unterrepräsentation im Verhältnis zur Gesamtstichprobe entspricht. Einzelhandelsunternehmen sind mit somit klar überrepräsentiert. Unter ihnen sind Geschäfte mit eindeutiger Ausrichtung auf den vor der Aufnahme Polen in die EU und in den Schengener Raum beliebten deutschen Einkaufstourismus (Zigaretten/Alkohol/Geldwechsel), aber auch Betriebe des mittelfristigen Bedarfs, die Textilien und Modeartikel vertrieben.

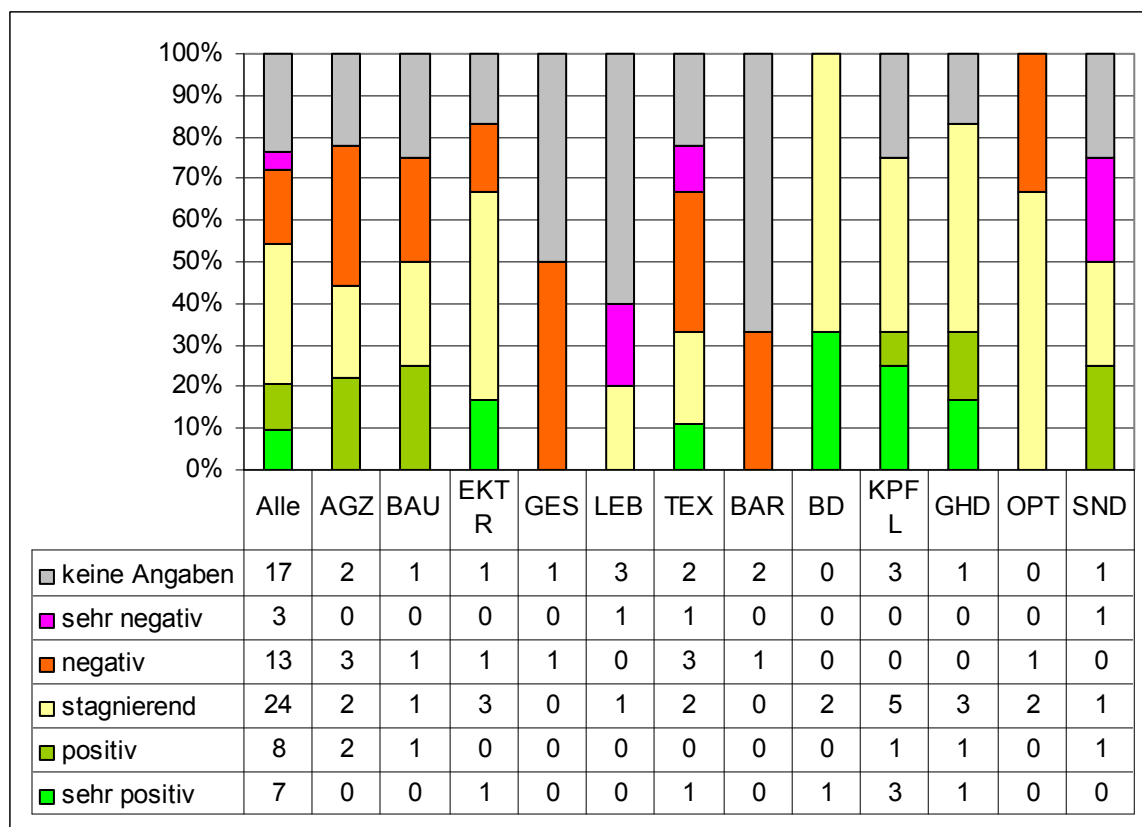
Obwohl immerhin knapp über die Hälfte der Unternehmen mit negativer Umsatzentwicklung die deutsche Nachfrage für „wichtig“ oder „existenziell wichtig“ halten, spricht sich jedes fünfte Geschäft gegen diese Nachfrage aus.

Die Überrepräsentation der Zigaretten- und Alkoholgeschäfte, sowie der Textilgeschäfte, die beide relativ sicher den Branchen der auf deutsche Einkaufstouristen ausgerichteten Basarökonomie zugerechnet werden können, sowie die generelle Unterrepräsentation von Dienstleistern im Segment der offensichtlichen „Verlierer“-Unternehmen scheint zum einen die Hypothese vom Niedergang der Basarökonomie (vgl. Kapitel 3.2.3) zu bestätigen und unterstützt auch die Hypothese von einem Bedeutungszuwachs der Dienstleister im grenzüberschreitenden Kampf um Kaufkraft. Die Hypothese vom Strukturwandel der Rentabilitätsbedingungen im Grenzraum hin zu konsumentenorientierten Dienstleistungen (vgl. Kapitel 3.2.3) scheint sich damit zu bestätigen.

Untersuchung nach Branchen

Um die sich abzeichnenden Trends nochmals bildhaft vorzuführen, wurden die befragten Unternehmen in Branchengruppen eingeteilt mit dem Ziel die Hypothese des Strukturwandels von der Basarökonomie hin zu einer auf deutsche Kundschaft ausgerichteten Dienstleistungsökonomie zu testen.

Abbildung 5.15: Umsatzentwicklung seit 2007 in Einzelhandel und konsumentenorientierten Dienstleistungsunternehmen Słubices nach Branchen



Quelle: eigene Darstellung

Die folgenden Branchen-Kategorien wurden gebildet:

Einzelhändler		Dienstleister	
AGZ	Alkohol, Geldwechsel, Zigaretten	BAR	Gastronomie
BAU	Baustoffgeschäfte, Möbelhändler	BD	Baudienstleistungen
EKTR	Elektronik-, IT-, Mobilfunk- und ähnliche Geschäfte	KPFL	Körperpflege, Friseure, Solarium, Kosmetik
GES	Apotheken (Gesundheit)	GHD	Gehobene Dienstleistungen (z.B. Anwalt, Tierarzt, Handelsdienstleistungen, Vermittlungsdienstleistungen)
LEB	Lebensmittelhändler	OPT	Optiker
TEX	Textil- und Modegeschäfte, Schmuck.	SND	Schneider

Dabei lassen sich die Kategorien (AGZ, LEB; TEX) im Bereich der Einzelhändler und (BAR) im Bereich der Dienstleister zur klassischen Basarökonomie hinzurechnen, während die Kategorien (GES, Einzelhandel) bzw. (OPT, KPFL, GHD) als ein Spektrum an verschiedenwertigen Dienstleistungen für eine auf deutsche Kundschaft ausgerichtete Dienstleistungsökonomie (grenzüberschreitende Nutzung komparativer Lohnkostenvorteile in Polen) zu interpretieren ist.

Die übrigen Kategorien lassen sich im Hinblick auf die Hypothese nicht eindeutig zuordnen.

Trotz gebotener Vorsicht bei der Ableitung von Trends aus der Umsatzentwicklung der einzelnen Branchen auf Grund der gemachten Annahmen, lässt doch der erste Blick auf Abbildung 5.15 erkennen, dass zunächst bei Dienstleistungen generell die stagnierende oder positive Umsatzentwicklung vorherrscht, während bei den Einzelhandelsunternehmen eine stagnierende oder sinkende Umsatzentwicklung dominiert. Bei den Einzelhändlern fällt zudem auf, dass dort die Polarisierung zwischen erfolgreichen und unerfolgreichen Unternehmen relativ stark erscheint, was auf einen harten Auslesekampf unter den Einzelhändlern hindeuten könnte.

Im Bereich des Einzelhandels lässt sich im Bereich der AGZ-Kategorie, als diejenige Kategorie, welche neben der TEX-Branche als klassisches Betätigungsfeld der grenznahen Basarökonomie zu begreifen ist, eine Tendenz zu einer relativ schlechten Umsatzentwicklung erkennen. Rund 30 % der Unternehmen schätzen ihre Umsatzentwicklung negativ ein, gegenüber rund 20 % in der Gesamtstichprobe. Dem stehen aber auch 20 % der Unternehmen gegenüber. Dies deutet darauf hin, dass die grenznahe Basarökonomie wahrscheinlich entsprechend der Hypothese eine betriebliche und räumliche Konzentration erfährt wird, aber nicht ganz verschwinden wird.

Die Textil- und Mode-Branche (TEX), ebenfalls eher eine klassische Basarökonomie-Branche, zeichnet sich bereits durch 45 % der Unternehmen aus, die sinkende Umsätze verzeichnen. Sie gehört damit zu den großen „Verlierer“-Branchen innerhalb unserer Erhebung. Da der Masse der Unternehmen mit sinkenden Umsätzen aber eine kleine Minderheit (10 %) gegenüber steht, die von stark steigenden Umsätzen geprägt sind, könnte es sein, dass hier die - weiter oben als Prozesse des Betriebsformenwandels und der Oligopolisierung - beschriebenen Wirkungszusammenhänge sichtbar werden¹⁵.

Die Dienstleistungsbranchen zeichnen sich zunächst grundsätzlich durch eine positivere Umsatzentwicklung aus. Eine deutlich negative Umsatzentwicklung liegt nur in der Gastronomie vor (BAR). Gehobene Dienstleistungen (GHD) und die Körperpflege-Kategorie (KPFL) zeichnen sich durch eine positive oder stagnierende Umsatzentwicklung aus. Es zeigt sich also als deutlicher Trend, dass die Dienstleistungen die relativen Gewinnerbranchen in einem generell stagnierenden Umfeld sind. Von diesen ist aber nur die KPFL-Kategorie auf deutsche Kundschaft ausgerichtet. Die KPFL-Kategorie umfasst überwiegend Friseure. Sie ist damit durch niedrigwertige konsumentenorientierte Dienstleistungen geprägt, die im weitesten Sinne mit einfachen Körperpflege zu tun haben. Eventuell wird hier aber auch ein genereller

¹⁵ Die niedrigen Fallzahlen erlauben hierzu aber keine konkreten Aussagen.

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 77
------	------------------------------------	---	-------

gesellschaftlicher Trend sichtbar, welcher das relativ starke Wachstum der Wellness-Branche in der letzten Dekade beschreibt. Dennoch deutet das verhältnismäßig starke Wachstum der KPFL-Branche die Hypothese von der Entstehung einer konsumentenorientierten Dienstleistungsökonomie – wenn auch im Bereich der einfachen Dienstleistungen - in Slubice an. Klarheit über diesen Trend könnte aber nur eine umfassendere qualitative Untersuchung dieser Branche in Slubice bringen, die vor allem auch die medizinischen und pflegerischen Dienstleistung mit erfassen müsste, bei denen sich ebenfalls ein starkes Wachstum vermuten lässt. Der Bereich der GHD-Kategorie ist überwiegend auf polnische Kundschaft zugeschnitten, hier spielen wegen sprachlichen und systemischen Unterschieden zwischen den Ländern sicherlich Vertrauensaspekte (z.B. Tierarzt) eine Rolle.

5.3 Schlussfolgerungen für Slubice

Die vorgelegte Untersuchung des Strukturwandels im Dienstleistungs- und Einzelhandelssektor von Slubice in ihrem Zusammenhang mit gesamtgesellschaftlichen Trends hat ambivalente Ergebnisse zu Tage gefördert. Zunächst ließ sich ein Trend herausarbeiten, der davon geprägt ist, dass die auf dem grenzüberschreitendem Handel von Konsumwaren basierende Basarökonomie weitgehend ihre zu Beginn der 1990er Jahre dominante Position im Branchenmix (im Sinne der Quantität der Betriebe) von Slubice eingebüßt hat. Dennoch ist ein vollständiges Verschwinden dieser Betriebe nicht in Sicht, so lange zwischen Deutschland und Polen noch keine einheitliche Besteuerung von bestimmten Waren (Zigaretten und Alkohol etc.) besteht. Auch Berlin, als grenznahe Großstadt, aus der theoretisch Kaufkraft für diesen Bereich nach Slubice abgezogen werden könnte, ist relativ zum deutschen Durchschnitt von sinkender Kaufkraft geprägt. Für die Überbleibsel der Basarökonomie dürften sich kaum Chancen zur Expansion bieten. Es wird sich also zeigen, ob sich die derzeitigen Investitionen in einen Neubau des Slubicer Basares rentieren werden (BBV-Net 2008).

Die hier als Gegensatz zur Basarökonomie angenommene Entstehung einer auf der Ansiedlung konsumentenorientierter Dienstleistungen basierenden Wirtschaft, die nationale Lohnkostenunterschiede vor allem für körperbezogene, arbeitsintensive und qualifizierte Arbeiten nutzt, konnte nur teils verifiziert werden. So ist diese Dienstleistungsökonomie in Bezug auf deutsche Kundschaft eher durch niedrig qualifizierte und entlohnte Arbeitsplätze geprägt, die auf Dauer keinen wirklichen Wohlstand oder gar Reichtum für die Bevölkerung von Slubice hervorbringen dürften. Zudem ist unklar, ob sich hier eventuell nur der generelle, relative Boom der Wellness-Branche zeigt, die Bestätigung der Hypothese also nur auf einem Verzerrungseffekt basiert.

Für die Zukunft lässt sich ein weiteres Wachstum der Dienstleistungsbranche in Slubice denken, obwohl der Trend keinesfalls sicher ist. Zum einen beschränkt das Arbeitnehmer-Entsendegesetz die Ansiedlung von auf den deutschen Markt ausgerichteten Dienstleistungsbetrieben in Slubice, zum anderen hängt die zukünftige Entwicklung unter anderem an politischen Entwicklungen in Deutschland, etwa der beständigen Reformierungen der Krankenversorgung und Altenpflege und an der weiteren gesellschaftlichen Entwicklung im Zusammenhang der Weltwirtschaftskrise. Dennoch ist es interessant sein, die Entwicklung im grenznahen Raum an der deutsch-polnischen Grenze weiter zu beobachten.

Literatur

BBV-NET (2008), Weihnachtsshoppen in Polen, <http://www.bbv-net.de/public/article/reise/berichte/648158/Billige-Zigaretten-billiges-Benzin.html>, Zugriff am 20.6.2009.

KACZMAREK, T. / STRYJAKIEWICZ, T (2006) Grenzüberschreitende Entwicklung und Kooperation im deutsch-polnischen Grenzraum aus polnischer Sicht. In: *Europa Regional* 14 (2006) H. 2, S. 61-70.

2009	Dannenberg, P.; Sinvala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.78
------	-------------------------------------	---	------

KRÄTKE, S. (1998), Regionale Integration oder fragmentierte Entwicklung? Die deutsch-polnische Grenzregion im Transformationsprozeß, Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 42 (1998) H. 2, S. 117-130.

KRÄTKE, S., BORST, R. (2004), EU-Osterweiterung als Chance. Perspektiven für Metropolräume und Grenzgebiete am Beispiel Berlin-Brandenburg, Münster.

KULKE, E. (2004), Wirtschaftsgeographie, Paderborn / München / Wien / Zürich.

ZELLER, C. (2003), Bausteine zu einer Geographie des Kapitalismus, in: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 47 (2003) H. 3-4, S. 215-230.

Erkenntnisse, Entwicklungstendenzen und Handlungsempfehlungen

Juana Schulze & Mareike Forßbohm

In diesem abschließenden Abschnitt werden Entwicklungstendenzen durch den Abgleich mit den behandelten Theorien (vgl. Kapitel 2) dargelegt. Im weiteren Verlauf sollen zunächst die wichtigsten Erkenntnisse der durchgeführten Untersuchungen in Frankfurt (Oder) und Slubice zusammengefasst werden (vgl. Kapitel 4 & 5), um anschließend die im Vorfeld aufgestellten Ausgangsthesen zu überprüfen. Die Analyse des Grenzgebietes soll vorrangig dazu dienen Handlungsempfehlungen für die politische und regionalplanerische Ebene und bereits bestehende Projekte abzuleiten. Abschließend werden Felder, in denen zusätzlicher Forschungsbedarf besteht, aufgezeigt.

6.1 Einordnung der Theorien

Bei Betrachtung der theoretischen Ebene stellt sich der Ansatz der Spiralbewegung von Agergard als am ehesten in Bezug auf den Untersuchungsgegenstand anwendbar heraus. Wie bereits im zweiten Kapitel erläutert sind die Effekte einer positiven Einkommensentwicklung in Bezug auf die Struktur des konsumorientierten Handels und der Dienstleistungen, wie sie in den vergangenen Jahren in Deutschland bzw. Polen stattgefunden haben, mit den Grundannahmen der Theorie der Spiralbewegung vereinbar. Diese positive Einkommensentwicklung führte zu einer verstärkten Nachfrage nach höherwertigen Konsumgütern und hatte die Entstehung von stark spezialisierten Geschäften auf der deutschen Seite zur Folge. Auf der polnischen Seite hingegen führte es zum Rückgang der Basarökonomie, die dieses neue Klientel nicht mehr bedienen konnten, da ihre Ausrichtung sich eher auf die Quantität der Waren (günstigeres Preisniveau) als auf Qualität stützt. Der Niedergang der Basarökonomie bzw. die möglicherweise in Ansätzen neu entstehende Dienstleistungsökonomie wiederum sind ein gutes Beispiel, um die einzelnen Phasen der Theorie der Spiralbewegung (gleichzeitig verlaufende Wachstums-, Stagnations- und Schrumpfungprozesse der Zentren im Hinblick auf den Einzelhandel) nachzuvollziehen. So lässt sich seit den 1990er Jahren insbesondere im Hinblick auf die Basarökonomie ein durch die fortlaufende politische Angleichung beschleunigter Lebenszyklus der Betriebsformen (Einführung, Expansion, Stagnation und Schrumpfung) attestieren. (vgl. Kapitel 2).

Die Ansätze der Zentralen Orte von Walter Christaller bzw. der Neuen Ökonomische Geographie hingegen erweisen sich als weniger zutreffend, da sie in Ihrer reinen Form die Spezifika und besondere Komplexität von ehemaligen Grenz- und Transiträumen nicht gerecht werden können. Dennoch ist im Hinblick auf die Zukunft eine Neuordnung des Einzelhandels und der konsumorientierten Dienstleistungen im Sinne des Versorgungsprinzip nach Christaller möglicherweise sinnvoll, wenn man die Doppelstadt Frankfurt (Oder – Slubice) als ein zusammenhängendes Zentrum betrachtet. In Bezug auf die Neue Ökonomische Geographie ist durch den Wegfall protektionistischer Maßnahmen (Grenzübergang, Wartezeiten, Zölle etc.) und der somit niedrigen Transport –und Transaktionskosten ebenfalls von einer relativen Gleichverteilung der Einzelhandelsstandorte und der Dienstleistungsökonomie beiderseits der ehemaligen Grenze auszugehen. Allerdings lassen sich durch diese Theorien nur statische (zeitpunktbezogene) Schnappschüsse interpretieren.

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.80
------	------------------------------------	---	------

6.2 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

6.2.1 Erkenntnisse über wirtschaftliche Entwicklungen auf der deutschen Seite

Die Untersuchung der 76 Unternehmen auf der deutschen Seite der Doppelstadt Frankfurt (Oder) -Slubice, wovon 40% im Handel und 60% im Dienstleistungsbereich tätig waren, bezog sich auf die Schwerpunkte Beschäftigung, Umsatz, Nachfrage und Anpassungsstrategie. Im Folgenden sollen diese Punkte aus den vorigen Kapiteln (vgl. Kapitel 3-5) kurz zusammengefasst werden.

So ist bei der Beschäftigung vor allem auffällig, dass kaum polnische Mitarbeiter in den deutschen Geschäften angestellt sind, welches eventuell mit den kleinen Geschäftsgrößen – Im Rahmen der Untersuchung - im Zusammenhang steht. Ebenfalls charakteristisch ist die, entgegen allgemeiner Prognosen, über Jahre hinweg konstante Beschäftigungszahl. Betrachtet man hingegen die Umsatzentwicklung der Betriebe in den letzten Jahren, so ist diese leicht negativ, besonders in der Zeit von 2004 bis Heute. Damit im Zusammenhang stehende mögliche Preiserhöhungen erwiesen sich auf Grund der Angst der Inhaber Kunden zu verlieren als gering.

Gleichzeitig spielt nur für ein Drittel der Unternehmen die polnische Nachfrage eine wichtige Rolle, so liegt der Umsatz durch polnische Konsumenten bei den meisten Geschäften bei rund 6%, ist jedoch seit 2004 mit leicht steigender Tendenz und ist in der Zukunft mit weiterem Bedeutungsgewinn beschrieben worden (Erwartungshaltung der Betriebe). Eine wirkliche Anpassungsstrategie an polnische Konsumenten gibt es derzeit jedoch kaum. Nur vereinzelte Betriebe haben Angestellte mit polnischen Sprachkenntnissen und nur sehr wenige haben polnische Angestellte. Die Möglichkeit in Zloty zu zahlen besteht sehr selten. Die Nachfrage der und auch die Anpassung gegenüber polnischen Konsumenten nimmt mit zunehmender Entfernung zum Grenzübergang zudem ab. Für die geringe Anpassung deutscher Unternehmen im Allgemeinen gibt es diverse Beweggründe, entscheidend sind wohl Vorurteile gegenüber Polen sowie geringe Sprachkenntnisse der Deutschen.

In der Vergangenheit stattgefundene Integrationsbemühungen seitens der Politik scheinen keine bis sehr geringe Auswirkung auf die wirtschaftliche Lage der Geschäfte zu haben (vgl. Kapitel 3). So wurde als einzige positive Maßnahme die Viadrina Universität in der Umfrage genannt, da diese durch die Studentenschaft zu einem geringen Anstieg der Nachfrage führte.

Betrachtet man die Konkurrenzsituation (Einschätzung der Geschäftsumwelt durch die Betriebe in Frankfurt (Oder)) so wurde diese vor 2004 als sehr statisch angesehen. Nach 2004 gibt es jedoch eine Aufspaltung der Befragten, bei der eine Teilmenge der Befragten die Wettbewerbssituation als ungünstig bis sehr ungünstig ansieht, während eine andere Teilgruppe gegensätzlicher Meinung ist. Für die Zukunft erwartet die Mehrzahl der Unternehmen jedoch wieder eine konstante Wettbewerbssituation. Um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, nutzen die befragten Unternehmen gegenwärtig vor allem Sortimentsverbreiterungen und Werbemaßnahmen. In der Zukunft wollen die meisten Unternehmen hauptsächlich auf Werbung setzen.

Eine weitere Erkenntnis der Untersuchung in Frankfurt (Oder) ist, dass nicht wie vermutet viele Polen in der Region Markenprodukte einkaufen. Dies mag vorrangig daran liegen, dass im Untersuchungsgebiet erstens nur wenige Unternehmen mit einer Spezialisierung auf Markenprodukte zu finden waren, und zweitens auch die Präsenz von internationalen Markenherstellern auf dem polnischen Markt in der Vergangenheit zugenommen hat.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es nur eine geringe Verflechtung in Bezug auf Nachfrage, Anpassung und Angebot zwischen deutschen Geschäftsinhabern und polnischen Nachfragern gibt. Somit kam es in der Vergangenheit auch nicht zu ökonomischen Vorteilen. Dies ist zu einem damit zu begründen, dass viele polnische Konsumenten den Einkauf in Shopping Centern (meist in randstädtischen Lagen – Spitzkrug Multi Center) vorzuziehen scheinen. Eine andere Begründung wäre die zunehmende Bedeutung Berlins als Einkaufszentrum, die auch einer

2009	Dannenberg, P.; Sumala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S. 81
------	------------------------------------	---	-------

der Experten von der IHK Ostbrandenburgs angedeutet hat. Diese Aussage wird auch von Krätkes These (vgl. Kapitel 4.2) bestätigt, welche besagt, dass Grenzregionen bei dem Integrationsprozess übersprungen werden und sich Verflechtungen hauptsächlich zwischen westdeutschen Metropolregionen und zentral gelegenen polnischen Zentren ausprägen.

6.2.2 Erkenntnisse über wirtschaftliche Entwicklungen auf der polnischen Seite

Auf der polnischen Seite der Doppelstadt Frankfurt (Oder) - Slubice wurden ebenfalls Befragungen zu den Themen Angebots-, Personal- und Kundenstruktur durchgeführt. Von den 72 befragten Einzelhandelsunternehmen ist der überwiegende Teil (55,8%) dem Bereich Handel, vor allem dem Bekleidungssektor einzuordnen. Die restlichen 45,8% sind dem Dienstleistungssektor, mit einer breit gefächerten Angebotsstruktur, zuzuordnen. Die meisten Unternehmen haben 1-3 Mitarbeiter (Kleinstbetriebe), welche überwiegend Festangestellte sind. Daraus ist zu schließen, dass es sich bei dem Großteil um kleine Unternehmen handelt, welche meistens Inhaber geführt sind. Aufgrund der kleinen Unternehmensgröße hat sich die Mitarbeiterzahl in den letzten Jahren kaum verändert, lediglich bei ca. 18% konnte ein leichter Rückgang vermerkt werden.

Die Untersuchung ist ebenfalls zu dem Ergebnis gekommen, dass sich fast die Hälfte aller Unternehmen erst seit dem Beitritt Polens zur EU 2004 gegründet hat. Lediglich 10% existierten bereits vor 1990. Durch den Beitritt zur EU hat sich für ungefähr ein Viertel der Einzelhandelsunternehmen der Umsatz positiv entwickelt, der Großteil gab jedoch eine konstante Umsatzentwicklung seit 2004 an. Auf der anderen Seite registrierten ein Drittel der Befragten einen Umsatzrückgang. Diese Entwicklung wird auch als Prognose für die nächsten Jahre angegeben. Das Preisniveau ist in den letzten fünf Jahren dagegen kaum angestiegen.

Der deutsche Kundenstamm ist für die einzelnen Unternehmen ein sehr wichtiger Bestandteil. Rund zwei Drittel aller Befragten gaben an, dass die deutsche Nachfrage sehr wichtig für sie ist. Um die Kundschaft weiter zu behalten, verfolgen viele Unternehmen gewisse Anpassungsstrategien. Vor allem bei den Befragten, welche angaben, dass die deutsche Nachfrage sehr wichtig für sie ist, findet man folgendes Entgegenkommen an die deutsche Kundschaft:

- mehrsprachige Etiketten und Preisschilder,
- Möglichkeit in Euro zu bezahlen,
- deutschsprachige Angestellte.

Diese Anpassungsmechanismen zeigen ebenfalls, dass eine entsprechende Kundschaft auch vorhanden ist. Mehr als 60% der Befragten weisen einen deutschen Kundenanteil von 50% und mehr, bezogen auf die Gesamtkundschaft, auf.

In Bezug auf die Angebotsstruktur übernimmt der Bereich der Lebensmittel eine Vorreiterstellung. Ebenfalls wichtige Produkte der Händler sind Zigaretten, Produkte zur Körperpflege und Alkohol –auch wenn diese Betriebe deutliche Umsatzeinbußen verzeichnen mussten. Des Weiteren sind Elektrogeräte und Heimwerkerprodukte öfters angegeben worden. Im Dienstleistungssektor sind vor allem Friseure, Wechselstuben, Optiker und Kosmetiker ansässig. Aufgrund des geringen Angebotes und der Spezialisierung vieler Händler auf wenige ausgesuchte Branchen kam es in den letzten Jahren zu einem zunehmenden Konkurrenzdruck. Dieser nahm vor allem seit dem Beitritt Polens zur EU 2004 zu. Auch in Hinblick auf die Zukunft nehmen viele Unternehmen einen weiter steigenden Konkurrenzdruck an. Der zunehmende Wettbewerbsdruck veranlasste fast die Hälfte aller Befragten dazu die Preise in den letzten Jahren zu senken. Im folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse der Einzelhandelsbefragung auf der deutschen und der polnischen Seite miteinander verglichen.

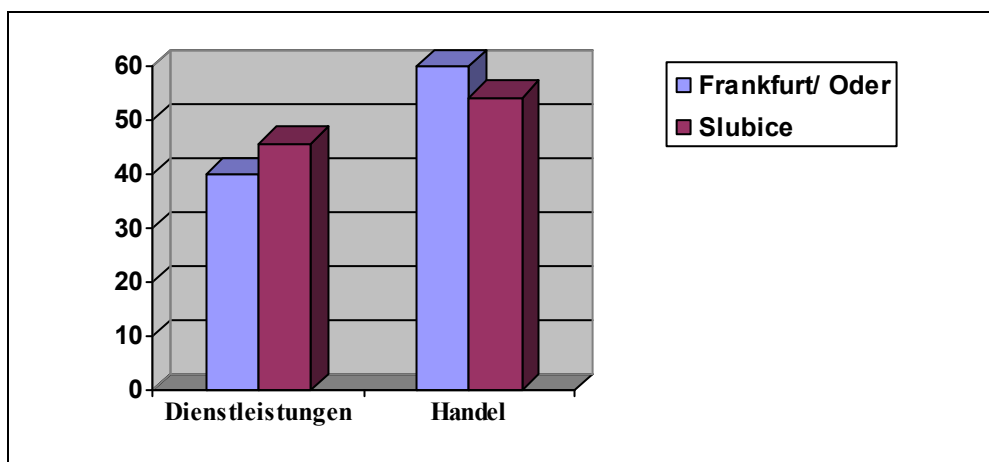
6.2.3 Gegenüberstellung der deutschen und polnischen Entwicklungen beim Handel und bei Dienstleistungen

Im Folgenden werden die Entwicklungen beiderseits der Grenze im Handel und bei Dienstleistungen mit Hilfe der Kriterien: Beschäftigung, Umsatz, Nachfrage und Anpassungsstrategie, miteinander verglichen.

Vergleicht man die Aufteilung der Betriebe nach ihrer Zugehörigkeit zum Handel bzw. Dienstleistung, so lässt sich feststellen, dass sowohl in Frankfurt (Oder), als auch in Slubice Handelsbetriebe überrepräsentiert (vgl. Abb. 6.1) sind.

Die untersuchten Unternehmen wurden auf deutscher Seite hauptsächlich nach der Wende gegründet, wohingegen auf polnischer Seite die meisten Unternehmungsgründungen jüngerer Natur sind. So entstanden fast die Hälfte der Betriebe erst nach 2004. In Bezug auf die Betriebsgröße waren in beiden Städten Kleinstbetriebe (1-3 Mitarbeiter) dominierend. Die Beschäftigungszahl ist im Allgemeinen konstant geblieben. Bei den deutschen Betrieben / Dienstleistern wurde keine deutliche Angebotsspezialisierung sichtbar, wohingegen in Slubice der Einzelhandel mit speziellen Produkten und Dienstleistungen (Lebensmittelgeschäfte, Elektroartikelfachgeschäfte, Tabakläden und Friseursalons) charakteristisch war.

Abbildung 6.1: Anteil der Dienstleistungen und des Handels in Frankfurt (Oder) und Slubice



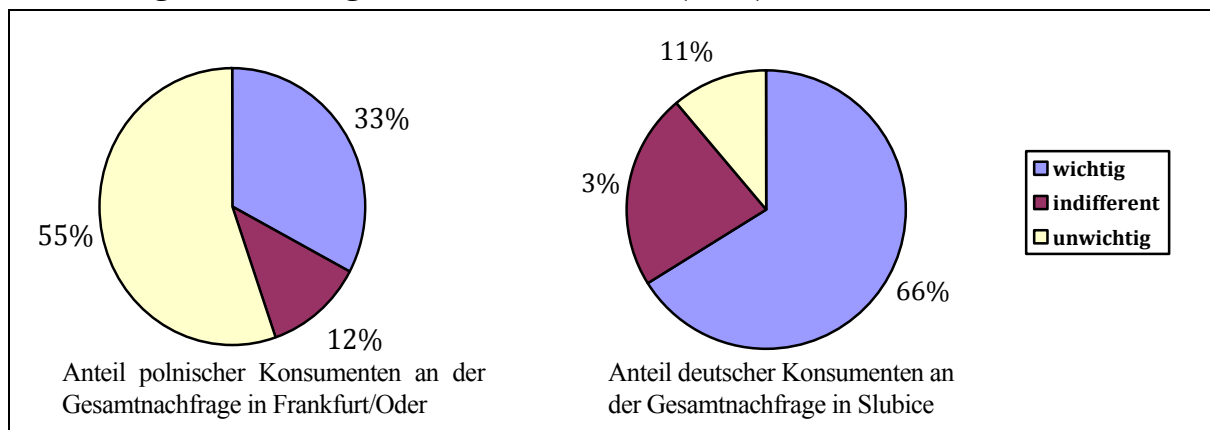
Quelle: eigene Erhebung vom 12.06.08 und 19.11.08

Die Umsatzentwicklung der Betriebe in Slubice differiert je nach Art und Weise des Betriebs. Während Betriebe die der Basarökonomie zugeordnet werden (Zigaretten, Alkohol, landestypische Lebensmittel) mittlere bis starke Umsatzeinbußen verzeichnen mussten, haben sich die Umsätze bei einfachen Dienstleistung (z.B. Friseure) positiv entwickelt. In Frankfurt (Oder) lässt sich hingegen in der Zeit nach dem EU-Beitritt Polens von einer leicht negativen Tendenz bei Umsätzen sprechen. Betrachtet man die Entwicklung des Preisniveaus kam es in Frankfurt (Oder) und in Slubice in den letzten Jahren bei mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen zu keinen oder nur geringen Preisanstiegen. Letzteres ist auf die geringe Kaufkraft der Ortsansässigen Bevölkerung und die den gestiegenen Wettbewerbsdruck im Bereich der Betriebsumfeldes zurückzuführen. Die Thesen bezüglich der konvergierenden Preisniveaus für beide Regionen können – wenn auch mit geringen Raten - bestätigt werden. Hier gab es bis Oktober 2008 zusätzlich einen überlagernden positiven Effekt durch den starken Zloty und den Anstieg des Anteils an verfügbarem Einkommen der polnischen Bevölkerung. Letzteres deckt sich auch mit den Aussagen der Experten (Schulz, Wilschke). Nichtsdestotrotz sorgen weiterhin Unterschiede beim Lohnkostenniveau und bei der Besteuerung zwischen Polen und Deutschland als auch die Bereitschaft für die Aufrechterhaltung der Betriebe durch mithelfende Familienangehörige in

Slubice, dass bestimmte Produkte und Dienstleistungen (die im Endeffekt auch größtenteils die existierende Struktur der Betriebe in Slubice abbilden) auf der polnischen Seite im Verhältnis zu den deutschen Angeboten günstiger sind.

Eine weitere These bezog sich auf die Verflechtungswirkungen des deutsch-polnischen Nachfrageverhaltens. Im Hinblick auf die allgemeine Nachfrage empfinden doppelt so viele der Befragten auf polnischer Seite Konsumenten aus dem Nachbarland als wichtig an (vgl. Abb. 6.2). In Bezug auf eine zielgruppenspezifische und räumlich begrenzte Nachfrage kam die Untersuchung zu dem Ergebnis, dass eine Nachfragessteigerung durch polnische Studenten auf deutscher Seite durch die Integrationsmaßnahme der Viadrina Universität in der Nähe der Universität begünstigt wurde.

Abbildung 6.2: Nachfragesituation in Frankfurt (Oder) und Slubice



Quelle: eigene Erhebungen von 14.06.08 und 19.11.08

Im Einklang mit diesen Beobachtungen stehen auch die Anpassungsstrategien. So lässt sich festhalten, dass mit zunehmendem Anteil der Kunden aus dem Nachbarland, eine stärkere und vielfältigere Anpassung an deren Bedürfnisse erfolgt. Das Zitat eines Experten unterstreicht die Feststellung, dass es in Slubice: „eine starke Anpassung gegeben [hat]. Alle sprechen Deutsch, man kann überall in Euro bezahlen.“ Für Frankfurt (Oder) sagt er in Bezug auf die Sprachkenntnisse der polnischen Konsumenten: „[...], seit Mitte der 1990er Jahre können die meisten Polen, die hier rüberkommen Englisch.“ Damit begründet sich die geringe Bereitschaft deutscher Angestellter und Geschäftsführer zum Erlernen der polnischen Sprache. Somit lassen sich auch hier die Beobachtungen hinsichtlich der Anpassungsmaßnahmen bestätigen (Wilschke 12.06.08).

Die Konkurrenzsituation wird seit 2004 in Slubice als zunehmend ungünstig eingestuft, in Frankfurt (Oder) hingegen wird sie im gleichen Zeitraum von den Befragten ambivalent eingeschätzt (vgl. Kapitel 4.2). Um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, setzen beide Seiten neben Werbung auf Angebotsverbreiterung; polnischen Geschäfte gar auf preisgünstigere Angebote als wichtige Strategie.

Eine weitere These, die es auf deutscher Seite im Hinblick auf polnische Konsumenten zu überprüfen galt, war die, dass polnische Nachfrager aufgrund von Markenprodukten (Goodwill, Reputation etc.) deutsche Betriebe aufsuchen. In der Untersuchung stellte sich heraus, dass diese These für Frankfurt (Oder) nur auf bestimmte Produkte zutreffend ist. Einer der Experten betonte, dass dies für die Bekleidungsindustrie eher umgekehrt ist. So fahren viele Deutsche nach Polen, um dort bei offiziellen Markenläden Kleidung einzukaufen. In Bezug auf die Elektroindustrie die These jedoch bestätigt und mit einem besseren Preis-Leistungsverhältnis begründet (Wilschke 12.06.08).

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.84
------	------------------------------------	---	------

6.3 Handlungsempfehlungen für die Politik

Um einen Erkenntnisgewinn aus der Befragung zu ziehen und die Struktur von konsumorientierten Handel und Dienstleistungen in der Grenzregion Frankfurt (Oder) und Slubice besser zu verstehen und zu stärken, sollen an dieser Stelle einige Handlungsempfehlungen für die Regionalpolitik begutachtet und analysiert werden. Die folgenden Handlungsempfehlungen sind aus verschiedenen Quellen, welche wiederum aus unterschiedlichen Zeiträumen stammen, entnommen. Sie werden in Verbindung mit den durchgeführten Befragungen und Interviews geprüft.

Fehlender Anpassungswille und das Bild der Polen seitens der Deutschen

Um die Gründe des fehlenden Anpassungswillens der Deutschen gegenüber den Polen, sowie die fehlende Kommunikation zwischen Deutschen und Polen zu verstehen, ist es dienlich das Bild der Polen seitens der Deutschen zu betrachten und umgekehrt.

Das Missverhältnis der Deutschen gegenüber den Polen begann bereits Mitte des 19. Jahrhunderts, als sich der Begriff „polnische Wirtschaft“ als Synonym für Chaos, Unordnung und Verschwendungssucht im Volksmund etablierte. Vor allem in der Hitlerzeit wurde dieser Begriff gebraucht und dazu noch um eine rassistische Komponente erweitert. Auf Grund des Ost-West-Konfliktes spitzte sich die Ablehnung gegenüber Polen weiter zu. Aus westlicher Sicht wurde das Bild geprägt, dass sich hinter der Mauer das feindliche Gebiet befand. In Ostdeutschland gab es die gleiche Abneigung, denn auch hier hielt man sich für die besseren, ordentlicheren und disziplinierteren Wirtschaftler. Nach der Wende kam es durch den Wegfall der Visumpflicht 1991 zu ersten persönlichen Begegnungen, welche ermöglichten die entstandenen Vorurteile zu korrigieren (Jäger-Dabek 2003, S. 132 ff.). Doch auch in den letzten Jahren prägten die Medien das Bild der Polen weiterhin negativ. So schrieb die Bild z.B. 1995: „Kaum gestohlen, schon in Polen“ und stellte damit überspitzt die Autokriminalität in Polen dar. Dieses Vorurteil hat sich bis heute hartnäckig gehalten, obwohl der Autodiebstahl stark zurückgegangen ist. Der Grund hierfür ist die anhaltende gleichgültige Einstellung der Deutschen gegenüber den Polen und resultiert aus deren Unkenntnis. Im Vergleich dazu empfinden 72% der Deutschen die Schweden als angenehmes und freundliches Volk (Jäger-Dabek 2003, S. 136). So negativ das Bild der Polen seitens der Deutschen auch sein mag, gibt es auch einige positive Assoziationen: so werden die Polen als herzlich und gastfreundlich empfunden.

Unter Berücksichtigung dieser Entwicklungen ist es kaum verwunderlich, dass bei vielen Unternehmern ein Desinteresse bei der Anpassung an polnische Kunden existiert. Die IHK Ostbrandenburg bemüht sich jedoch deutschen Unternehmern die Anpassung zu erleichtern und somit den kulturellen Austausch zu fördern. Hierfür bietet sie verschiedene Kurse zum Umgang mit den Nachbarn und Infobroschüren, wie z.B. den „Polenknigge“ an. Insgesamt ist die Nachfrage für solche Angebote noch gering, doch laut einem Experten nahm in den letzten Jahren die Nachfrage langsam zu (vgl. Interview Schulz 11.06.08). Um diese weiter zu steigern wäre es sicherlich sinnvoll, solche Maßnahmen weiter zu fördern und vor allem unter den Unternehmern publik zu machen.

Infrastruktur

Um eine grenzüberschreitende Kooperation zwischen den Einzelhändlern voranzutreiben, ist ein einheitliches Verkehrsinfrastrukturnetz sinnvoll. In Frankfurt (Oder) und Slubice besteht seit Anfang 2000 das Projekt zum Ausbau der intraregionalen Straßenbahntrasse. Dieses Projekt sollte von der Europäischen Union gefördert werden, jedoch müssten die restlichen Kosten anteilig von den Städten Frankfurt (Oder) und Slubice getragen werden. Da der größte Teil der Trasse in Slubice liegt, müsste die einwohnerschwächere Stadt auch einen größeren Teil der Kosten tragen. Dennoch kam eine starke Indignation gegen dieses Projekt von der deutschen Seite. So sprachen sich in einer Umfrage vom 23.01.2006 83% der Frankfurter gegen den Netzausbau aus. Hierbei zu

erwähnen ist jedoch auch das die Beteiligung nur bei 30% lag. Daraufhin wurde der Ausbau der Straßenbahntrasse auf unbestimmte Zeit aufgeschoben (Kaczmarek 2006, S.64f.). Weiter zu untersuchen wären die genauen Gründe der Ablehnung dieses Projektes, um somit Alternativen aufzudecken oder eventuell bestehende Befürchtungen zu beseitigen, denn eine gemeinsame Verkehrsinfrastruktur ist potenziell wichtig für einen funktionierenden konsumorientierten Handel bzw. Dienstleistungsgewerbe.

Viadrina Universität

In der durchgeführten Untersuchung konnte festgestellt werden, dass im Umfeld der Viadrina Universität (auf der deutschen Seite) die Nachfrage durch polnische Konsumenten etwas höher ist, als auf anderen der Flächen in Frankfurt (Oder). Somit kann die Viadrina Universität als eine geglückte Integrationsmaßnahme gesehen werden, die sich indirekt positiv auf den Einzelhandel auswirkt. Folglich wäre es sinnvoll Projekte, welche den Grenzübergang möglicher Konsumenten begünstigen, weiter zu fördern. Ein Ansatz hierzu leistet auch ein reichhaltiges Kulturangebot, welches speziell auf polnisches Publikum zugeschnitten ist, z.B. erhalten Polen in der Frankfurter Philharmonie vergünstigte Eintrittskarten (Kaczmarek 2006, S.66). In den folgenden Abbildungen sind das Hauptgebäude und das Gräfin Dönhoff Gebäude der Viadrina Universität zu sehen.

Abbildung 6.3 & 6.4: Hauptgebäude und Gräfin Dönhoff Gebäude der Viadrina



Quelle: MWFK 2009



Quelle: HdL 2009

Öffnungszeiten und sektorübergreifende Zusammenarbeit

In den Strategiewerkstätten der IHK Ostbrandenburg treffen Händler und Kommunalpolitiker aufeinander und diskutieren über die Handelssituation. Dabei stellten sie in der Vergangenheit fest, dass vor allem die unterschiedlichen Öffnungszeiten auf beiden Seiten der Grenze ein großes Problem darstellen. Uta Häusler, Teamleiterin Starthilfe und Unternehmensförderung bei der IHK Ostbrandenburg, äußert sich dazu folgendermaßen: „Wenn in einer Stadt jeder Laden zu einer anderen Zeit öffnet oder schließt und nur an drei Stunden eines Tages alle Geschäfte gleichzeitig geöffnet sind, werden die Kunden verwirrt und letztendlich auch vertrieben.“ Um solche Probleme anzugehen ist es wichtig, dass die Händler der Innenstädte die Abgeordneten und Stadtverwaltungen mehr in ihre Belange mit einbeziehen. Die Strategiewerkstätten sind ein Ansatz dazu und konnten in der Vergangenheit schon einige Erfolge verzeichnen. So zum Beispiel in Wriezen einer Stadt am Oderbruch, wo ein Supermarkt in der Innenstadt wiedereröffnet wurde nachdem seitens der Kommunalpolitiker und Händler erkannt

2009	Dannenberg, P.; Szwala, L. (Hrsg.)	Arbeitsberichte des Geogr. Instituts der HU Berlin Heft 153	S.86
------	------------------------------------	---	------

wurde, dass die Schließung einen negativen Effekt auf die Anzahl der Kunden in einer innerstädtischen Lage hatte (Döll 2008).

Kulturelle Unterschiede

Nur indirekt in Zusammenhang mit dem Einzelhandel und konsumorientierten Dienstleistungen stehend, jedoch entscheidend für das Knüpfen von Unternehmensnetzwerken, sind die kulturellen Unterschiede der Deutschen und Polen in Bezug auf die Art der Kontaktaufnahme zwischen potenziellen Geschäftspartnern. So bevorzugen deutsche Geschäftsleute generell Kontakte über formale Briefe zu initiieren, wohingegen polnische Kaufleute Geschäftskontakte gerne auf der Basis persönlicher Bekanntschaften oder Seilschaften knüpfen. So gibt es in Polen ein feingliedriges geschäftliches Beziehungsnetz. Der Grund des Scheiterns vieler interkultureller Geschäftskontakte zwischen Polen und Deutsche kommt daher von einem einfachen sozialen Verständnisproblem auf kultureller Ebene, welches durch Aufklärungsmaßnahmen zukünftig leicht gelöst werden könnte. Wie zuvor erwähnt gibt es hierzu bereits Informationsmaterial, dennoch bedarf es weiterer Anstrengungen und einer breiteren Öffentlichkeitsarbeit, um die Publikumswirksamkeit zu erhöhen. Auf der Einzelhandelsebene ist dies wichtig, zum Beispiel für die Schaffung von Zweigstellen auf polnischer Seite, beziehungsweise für das Gewinnen von polnischen Investitionspartnern auf deutscher Seite (Jäger-Dabek 2003, S. 231 ff.).

6.4 Fazit

Zusammenfassend ist zu sagen, dass der konsumorientierte Handel und Dienstleistungen in den letzten Jahren in beiden Teilen seitens der Oder interessante Entwicklungspfade beschritten haben. Im Sinne einer Theorie der Preiskonvergenz (in ehemaligen Grenzräumen) kam es aber weder kam zu einem prognostizierten Umsatzrückgang in Frankfurt (Oder) noch zu nennenswerten Nachfragesteigerung auf dem polnischen Markt. Ferner ist im Bereich der Innenstädte ein Niedergang der Basarökonomie sowie eine positive Entwicklung im Bereich der einfachen Dienstleistungsökonomie in Slubice festzustellen, während die Situation des innerstädtischen Einzelhandels und der konsumorientierten Dienstleistungen in Frankfurt (Oder) eher mit der generellen Tendenz zur Suburbanisierung des Einzelhandels in Ostdeutschland und somit des Bedeutungsverlustes der Innenstädte gekennzeichnet ist.

Fünf Jahre nach der Grenzöffnung und dem EU-Beitritt Polens sind die angesprochenen Veränderungen nicht eingetroffen, welche man im Vorfeld vorausgesagt hatte. Dies mag vor allem an der mangelnden Bereitschaft zur Anpassung deutscher Unternehmen an polnische Konsumenten liegen. Des Weiteren spielen auch andere Faktoren, wie die mangelnde grenzüberschreitende Verkehrsinfrastruktur, fehlende Integration und kulturelle Unterschiede, eine wichtige Rolle in der kaum vorhandenen Kooperation im Grenzgebiet. Regionale und politische Institutionen bieten diverse Angebote an, welche allerdings von den deutschen Unternehmen nur geringfügig genutzt werden. Dies stellte bereits Kaczmarek (2006) in einer ähnlichen Studie fest und begründete dies auf folgende Weise: „Die Bewohner des Grenzgebietes erwarten von der Integration und Kooperation vor allem nachvollziehbare ökonomische Vorteile. Treten solche nicht auf, so sinkt bei der Bevölkerung die Bereitschaft, sich aktiv für die Annäherung und die transnationale Zusammenarbeit einzusetzen.“ Um die ökonomische Situation und die Kooperation im Grenzgebiet voranzutreiben und zu stärken erscheint es nennenswert Angebote, wie die der IHK Ostbrandenburg, weiter zu fördern und zu popularisieren. In Zukunft sind große wirtschaftliche Boomphasen aber auch eher unwahrscheinlich, da Grenzregionen wie Frankfurt (Oder) und Slubice in Konkurrenz zu größeren wirtschaftlichen Ballungszentren wie z.B. Berlin, Posen stehen und durch wirtschaftliche Verflechtungen dieses übergeordneten Städtensystems einfach „übersprungen“ werden.

Auch auf polnischer Seite wurden die Befürchtungen und Erwartungen nur teilweise erfüllt. So kam es in den letzten Jahren zu einer geringfügigen Anpassung der Preissituation einiger polnischer Produkte, jedoch weitaus nicht so stark wie von einigen Unternehmern erwartet. Ausgeschlossen sind hiervon einige Bereiche, wie z.B. Benzin, dort ist in den letzten Jahren ein starker Preisanstieg zu verzeichnen. Gründe für das steigende Preisniveau sind neben der Anpassung durch die Grenzöffnung Polens auch der steigende Zlotykurs. In den nächsten Jahren mag es eventuell zu einer weiteren Anpassung kommen, glaubt man der Theorie. Was jedoch sicher scheint ist, dass in naher Zukunft Deutsche weiterhin in Polen Güter des täglichen Bedarfs einkaufen werden und Polen den deutschen Einzelhandel für Güter des mittelfristigen Bedarfs nutzen werden.

Klassische Förderprogramme, wie z.B. INTERREG, waren in der Vergangenheit „kaum grenzüberschreitend orientiert, denn sie wurden nicht selten ohne den gegenseitigen Bezug „nebeneinander“ realisiert“ (Kaczmarek 2006). Um weitere spezifische und politische Handlungsempfehlungen für die Region Słubice und Frankfurt (Oder) aussprechen zu können und um Förderprogramme weiter zu optimieren, sind zukünftige Untersuchungen und Vergleiche mit anderen europäischen Grenzregionen, welche sich im fortgeschrittenen Stadium der Integration befinden, unumgänglich.

Literatur:

- DÖLL, W. (2008)** Blickpunkt: Neue Tendenzen im Einzelhandel in der Grenzregion In: <http://www.wirtschaftsmagazin-ostbrandenburg.de/content/artikel/1130.html> (letzter Zugriff: 24.06.09, 10:48 Uhr)
- KACZMAREK, T.; / STRYJAKIEWICZ, T. (2006)** Grenzüberschreitende Entwicklung und Kooperation im deutsch-polnischen Grenzraum aus polnischer Sicht. In: Europa Regional 14 (2006) Heft 2, S. 61-70
- HDL [HOCHSCHULINITIATIVE DER LÄNDER] (2009)** Internetauftritt. <http://www.hochschulinitiative.de/dms/untitled0/4Viadrina/4Viadrina.jpg> (letzter Zugriff: 24.06.09)
- IHK OSTBRANDENBURG (2009)** Internetpräsenz. <http://www.ihk-ostbrandenburg.de/> (letzter Zugriff: 24.06.09)
- JÄGER-DABEK, BRIGITTE (2003)** Polen. Eine Nachbarschaftskunde, Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung
- MWFK [MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KULTUR DES LANDES BRANDENBURG] (2009)** Portal Wissenschaft <http://www.mwfk.brandenburg.de/sixcms/detail.php?id=bb2.c.406758.de> (letzter Zugriff: 24.06.09)

Interviews:

- Schulz (Gespräch vom 12.06.2008)**, IHK Ostbrandenburg (<http://www.ihk-ostbrandenburg.de/>)
- Wilschke (Gespräch vom 12.06.2008)**, Deutsch-polnisches Verbraucherinformationszentrum der Verbraucherzentrale Brandenburg (<http://www.vzb.de>)

ARBEITSBERICHTE
Geographisches Institut, Humboldt-Universität zu Berlin
 ISSN 0947-0360

- Heft 140 Ludwig **Ellenberg** (Hrsg.) & Ecuador. Bericht zur Hauptexkursion 2007. Berlin
 Stefan **Grambow** (Red.): 2008
- Heft 141 M. **Makki**, M. **Safai** und N. Sozial-ökologische Probleme der schnell wachsenden
Borchard (Hrsg.): Städte im Iran am Beispiel der Stadt Arak.
 Tagungsbericht. Berlin 2008
- Heft 142 Elmar **Kulke** und Karin Tag der Geographie 2008. Tagungsband: Innovatives
Wessel (Hrsg.): Milieu Adlershof. Berlin 2008
- Heft 143 Reinhard **Kleßen** (Hrsg.): Aussichtspunkte im Geopark Harz. Berlin 2008
- Heft 144 Karin **Wessel** (Hrsg.): Türkische Ökonomie in der Karl-Marx-Straße in
 Neukölln/ Berlin. Berlin 2008
- Heft 145 Olaf **Schnur**: Neighborhood Trek: Vom Chicago Loop nach
 Bochum-Hamme – Quartiersforschungskonzepte im
 Überblick. Berlin 2008
- Heft 146 Katja **Adelhof** (Hrsg.): Kreativität und Stadt. Ergebnisse des Oberseminars im
 Sommersemester 2008. Berlin 2008
- Heft 147 Hans-Dietrich **Schultz** Beiträge zur Geschichte des Geographieunterrichts
 (Hrsg.): (Denzin: Kolonien, Steib: Berlin, Tschirner: Werte-
 erziehung in der DDR). Berlin 2008
- Heft 148 Maria **Brückner**: Untersuchung zur räumlichen Korrelation von
 Straßenlärm und Sozialstruktur in Berliner
 Verkehrszellen.
 -Ein Beitrag zur Debatte um „Umweltgerechtigkeit“-.
 Berlin 2008
- Heft 149 Patricia **Bernhardt**: Der Wohneigentumserwerb von Türken in Berlin -
 ein Zeichen ihrer räumlichen Integration? Berlin 2008
- Heft 150 Matthias **Baumann**, Jan Landschaftsökologie des Hochgebirges
Lentschke, Henry **Munack** (Zailijskij Alatau, Tian Shan, Kasachstan).
 & Hilmar Schröder (Hrsg.): Arbeitsmethoden der Physischen Geographie.
 Arbeitsband: Methoden und Ergebnisse. Berlin 2009
- Heft 151 Lech **Suwala**, Elmar **Kulke** Vietnam / Kambodscha
 (Hrsg.): - Bericht zur Hauptexkursion 2008 -
 Berlin 2009
- Heft 152 Hilmar **Schröder** (Hrsg.): Chileexkursion 2008
 Berlin 2009
- Heft 153 Peter **Dannenber**g, Entwicklung von konsumorientierten Handel und
 Lech **Suwala** (Hrsg.): Dienstleistungen im deutsch-polnischen Grenzraum
 am Beispiel von Frankfurt (Oder) / Slubice
 Berlin 2009