

DER VOLKSWIRT

Der vermeintliche Handelsboykott

Wie Marken ihre Präsenz in Russland aufrechterhalten und davon üppig profitieren.

Der russische Überfall auf die Ukraine im Februar 2022 stellte viele internationale Marken vor ein Dilemma: Sollten sie den russischen Markt verlassen, um ihre Konformität zu westlichen Normen zu signalisieren und potentielle Reputationsschäden zu vermeiden, oder sollten sie bleiben, um weiterhin Gewinne auf dem russischen Markt zu erzielen? Wie die in diesem Zusammenhang vom Yale Chief Executive Leadership Institute (Celi) veröffentlichte und viel zitierte Liste von Unternehmen zeigt, entschieden sich Hunderte Marken vermeintlich für Erstes und verkündeten ihren freiwilligen Rückzug aus Russland teils lautstark. So teilte beispielsweise Puma im März 2022 auf der sozialen Medienplattform X mit, den Betrieb all seiner Geschäfte in Russland auszusetzen. Die Evidenz aus einer Reihe von neuen wissenschaftlichen Analysen zeigt jedoch, dass hinter dem vermeintlichen Rückzug die Geschäfte mancher Marken mit Russland weiterhin profitabel betrieben werden.

Parallelimporte nach Russland

Die Entscheidung zum Rückzug war nicht für alle Marken freiwillig – es wurde politisch nachgeholfen. Sanktionen zwingen Unternehmen, in bestimmten Märkten das Handeln mit ausgewählten Produkten zu unterlassen. So dürfen europäische Luxusmarken wie Hugo Boss, Prada und Chanel seit März 2022 in Russland keine Schuhe, Handtaschen oder Kleidungsstücke mehr verkaufen, wenn deren Wert 300 Euro pro Stück übersteigt. Auch Marken wie Bosch und Siemens dürfen aufgrund von EU-Sanktionen nicht mehr mit elektronischen Haushaltsgeräten wie Kühlschränken und Waschmaschinen im Wert von mehr als 750 Euro je Stück in Russland handeln. Dies sind nur einige Beispiele für ein breiteres europäisches Paket von Sanktionen hinsichtlich Luxusgütern. Ferner sind ausgewählte Softwareprodukte von Marken wie SAP von Sanktionen betroffen, sowie sogenannte Dual-Use-Güter,

Von Alexandra Avdeenko, Maximilian Kaiser, Krisztina Kis-Katos, Joep Lustenhouwer und Leonie Reher

die sowohl für militärische als auch für nichtmilitärische Zwecke verwendet werden können, wie etwa Laser, Kameras, Laptops und Drohnen. Dabei werden Waschmaschinen und Kühlschränke übrigens nicht zu der Dual-Use-Kategorie gerechnet, obwohl deren Mikrochips auch für militärische Zwecke benutzt werden.

Zur Frage, wie wirksam Sanktionen gegen Russland sind, gibt es viele neue empirische Studien. Die Autoren dieses Beitrags haben renommierte Experten im Rahmen des deutsch-ukrainischen Bildungsvereins „Freundschaft kennt keine Grenzen e.V.“ zu einer Reihe von Podiumsdiskussionen eingeladen. Ein zentraler Aspekt, der hier ausführlich diskutiert wurde, ist die Sanktionsumgehung durch sogenannte Parallelimporte. Als Beispiele lassen sich die Verkäufe von deutschen Automobilherstellern wie BMW, Audi und Mercedes-Benz anführen.

Diese Unternehmen dürfen keine Luxusautos mehr nach Russland exportieren, wobei die Definition eines Luxusautos im elften EU-Sanktionspaket (vom 23. Juni 2023) auf alle Neu- und Gebrauchtwagen mit einem Hubraum von mehr als 1900 cm³ erweitert wurde. Die genannten Hersteller dürfen solche Autos jedoch in andere Länder wie Kirgisistan, Armenien und Kasachstan exportieren. Wenn Russland dann diese deutschen Autos, die es nicht direkt einführen konnte, aus einem dieser Drittländer importiert, spricht man von einem Parallelimport. Wenn ein europäisches Unternehmen weiß, dass die Sanktionsgüter, die es nach Armenien oder Kirgisistan verkauft, eigentlich nach Russland weiterverkauft werden, ist der Handel natürlich nicht erlaubt. Dennoch gibt es zahlreiche Hinweise dafür, dass seit der Verhängung der Sanktionen Parallelimporte in großem Umfang stattgefunden haben. So stellte Robin Brooks, Senior Fellow an der Brookings Institution, bei der jüngsten Podiumsdiskussion seine Forschungsergebnisse vor, die zeigen, dass die deutschen Autoexporte in einen Ort wie Kirgisistan seit Kriegsausbruch um 5100 Prozent gestiegen sind. Und das liege nicht daran, dass die Menschen in Bischkek, der



Illustration Peter von Tresckow

Hauptstadt Kirgisistans, beschlossen hätten, dass sie Mercedes lieben. Diese Autos würden nach Russland weiterverkauft und kämen oft nicht einmal für einen Zwischenstopp in Kirgisistan an.

Die Rolle der Zwischenhändler

Bei der Umgehung von Sanktionen, aber auch bei dem weiterhin oft profitablen Handel nicht sanktionierter Güter helfen auch mittelständische Zwischenhändler, deren Verhalten die Autoren dieses Beitrags in einer Studie näher betrachten. Diese relativ neue Gruppe von Marktteilnehmern vertreibt Markenprodukte online. Obwohl sie nicht die Größe von Amazon haben, sollten sie nicht unterschätzt werden: In Polen machen sie zusammen mehr als 30 Prozent des gesamten Onlinehandels aus. Einem Onlineshop kann dabei aufgrund seiner Funktion als Zwischenhändler eine besondere Eigenschaft bei der Umgehung von offiziellen oder auch selbst auferlegten Handelsbeschränkungen zugeschrieben werden – die der fehlenden öffentlichen Sichtbarkeit. So können Produkte von Marken, die öffentlich ihren freiwilligen Rücktritt aus Russland bekundet haben, weiterhin unentdeckt nach Russland gelangen, sei es mit oder ohne Kenntnis der Marke selbst. Dies steht im engen Zusammenhang mit oben beschriebenen Parallelimporten. Im Fall von Onlineshops braucht es aber nicht einmal ein Drittland – die Marken werden von Zwischenhändlern verkauft, deren Sitz mitunter in Deutschland, Frankreich, Polen oder den USA ist.

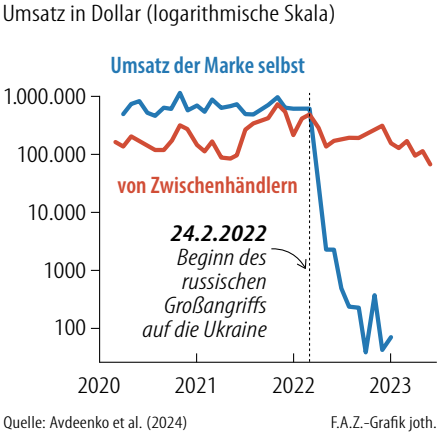
Die neuen Daten, die der Untersuchung zugrunde liegen, sind Transaktionsdaten von Kunden aus 193 Ländern, die online bei 1774 Zwischenhändlern aus 46 Ländern einkaufen. Näher betrachtet wurde der Verkauf von 95 ausgewählten globalen Marken, unter anderem vom schwedischen Haushaltsgerätehersteller Electrolux, von der US-amerikanischen Modemarke Levi's und vom französischen Kosmetikkonzern L'Oréal. Zur Verfügung gestellt wurden diese Daten von der Firma Grips Intelligence, einem deutschen Marktforschungs-Start-up, welches sich auf das internationale Verkaufsmonitoring im E-Commerce spezialisiert hat. Durch direkte Datenaustauschvereinbarungen verfügt Grips Intelligence über Zugriff auf die Verkaufsdaten seiner Partner, zum Teil auf Transaktionssebene. In Deutschland hat das Start-up Zugriff auf über viertausend E-Commerce-Händler, die Produkte verschiedener Hersteller vertreiben, und einen Umsatz von 18 Milliarden Euro im Jahr 2022 generierten.

Mithilfe dieser detaillierten Transaktionsdaten können die Forschenden vergleichen, wie sich dieser Teil des E-Commerce-Marktes nach der 2022-Invasion verändert hat. Die deutschen Statements zahlreicher Firmen lassen zunächst einen starken Einbruch in den Verkäufen nach Russland vermuten. Und tatsächlich deuten die Ergebnisse auf einen durchschnittlichen Rückgang des Onlineverkaufsvolumens nach Russland um 19 Prozent hin. Dies ist ein wesentlicher Rückgang, bedeutet aber auch, dass im ersten Jahr nach der Invasion im Februar 2022 mehr als 80 Prozent des früheren Verkaufsvolu-

mens weiterhin russische Konsumenten erreichten. Viele Shops führten ihre Geschäfte wie gewohnt weiter oder weiteten ihre Verkäufe nach Russland sogar aus. Am Beispiel einer ausgewählten Marke, für die sowohl Umsätze durch Zwischenhändler als auch durch den eigenen Onlineshop der Marke vorliegen, lässt sich die besondere Rolle der Zwischenhändler gut verdeutlichen. Die Grafik zeigt die Umsatzentwicklung von Zwischenhändlern (rote Linie) und die der Marke selbst (blaue Linie) in US-Dollar von 2020 bis 2023. Nach der Invasion der Ukraine Anfang 2022 sank der Umsatz der Marke selbst drastisch, während die Umsätze der Zwischenhändler relativ stabil blieben.

Nicht alle Onlinehändler und Marken reagierten aber gleich auf die russische Invasion. Drei mögliche Einflussfaktoren auf das Verhalten der Händler stechen besonders hervor: Erstens, die geographische Distanz. Webshops, die näher an Russland liegen, verkauften weiterhin eher an russische Kunden, und zwar ungeachtet dessen, ob ihr Standort in einem westlichen oder nichtwestlichen Land liegt. So stiegen beispielsweise die durchschnittlichen Verkäufe der 176 polnischen Onlinehändler an russische Kunden um 40 Prozent im Vergleich zu dem Jahr vor der Invasion an. Die 164 beobachteten deutschen Händler verkauften zwar weniger Produkte, aber bei weiterhin konstant bleibenden Erlösen. Zweitens, können auch die Kontrollmöglichkeiten durch den Markeninhaber das Verhalten der Händler beeinflussen. Produzenten, die sich freiwillige Selbstverpflichtungen auferlegt und versprochen hatten, den russischen Markt zu verlassen, könnten nicht in der Lage sein, den Verkauf ihrer Waren weitreichend zu kontrollieren. In der Realität können ihre tatsächlichen Verkäufe oft nur schwer überwacht werden. Die Analyse zeigt, dass die Verkäufe nach Russland nur bei Onlinehändlern zurückgingen, die im selben Land ihren Hauptsitz haben wie die Marke selbst. Anders ausgedrückt: an Orten, wo die Überwachung der Verkäufe leichterfallen sollte. Insbesondere ausländische Zwischenhändler der jeweiligen Marke scheinen hingegen ihre Russlandgeschäfte weiterhin betrieben zu haben. Drittens, das öffentliche Anprangern der Marken, die Russland nicht verlassen, scheint zu helfen, die Entscheidung zu revidieren. Die

Russlandgeschäft trotz Sanktionen



Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Zwischenhändler vor allem die Verkäufe von Marken verringerten, die in der Yale Celi Liste aufgeführt wurden, welche in der Öffentlichkeit viel diskutiert wurde. Die Verkäufe gingen dabei unabhängig davon zurück, ob die Marken ihren Rückzug kundgaben oder wegen ihrer Russlandgeschäfte angeprangert wurden. Gleichzeitig sind aber im ersten Jahr 32 Prozent höhere Einnahmen aus Verkäufen nach Russland erzielt worden, von Marken, die nicht in der Liste aufgeführt waren. Umgekehrt stiegen die Onlineverkäufe von dort nicht gelisteten Marken (immerhin 25 Marken in dem Datensatz, wie beispielsweise die Technologiemarke TCL und Produkte des Sportartikelherstellers Fila). Dies ist ein weiteres Indiz für die potentielle Tragkraft öffentlicher Bloßstellung.

Was folgt daraus?

Die Forschung ist sehr aktiv, weist jedoch weiterhin wichtige Lücken auf. Auf der einen Seite bleibt bisher unklar, inwieweit der Verkauf der Produkte ein opportunistisches Kalkül der Marken selbst ist. Sogar wenn diese glaubhaft abstreiten können, nicht mehr an Russland zu liefern, landet der Gewinn am Ende trotzdem (zumindest teilweise) mit hoher Wahrscheinlichkeit in ihrer Tasche. Auf der anderen Seite ist weiterhin unklar, wo ihre Verantwortung endet. Die öffentliche Debatte hierzu wurde schon beim Lieferkettengesetz in Bezug auf die Herkunft der von Unternehmen gekauften Zwischenprodukte geführt. Das Gesetz regelt die unternehmerische Verantwortung zur Einhaltung der Menschenrechte in globalen Lieferketten. Die aktuelle Situation wirft die Frage auf: Wer trägt die Verantwortung dafür, wenn Produkte direkt oder indirekt zum Kriegsgeschehen beitragen?

Parallelimporte über Drittländer und Handel über Zwischenhändler spielen eine große Rolle bei der Umgehung der offiziellen Politik an der Uni Göttingen. **Krisztina Kis-Katos** ist Professorin für internationale Wirtschaftspolitik an der Uni Göttingen, **Joep Lustenhouwer** ist Juniorprofessor für Makroökonomie an der Uni Heidelberg, **Leonie Reher** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Uni Göttingen. Die Forschungsergebnisse werden ausführlich in dem CEPR-Diskussionspapier 12915 „Sanctions, Sales, and Stigma: A Tale on the Performance of International Brands in Russia“ vorgestellt.

EUROPLATZ FRANKFURT

Die beste Antwort auf Trump

Von Holger Schmieding

Trump meint es ernst. Er will die Steuern senken, Regulierungen schreddern, neue Strafzölle erheben und mehr Einwanderer zurückweisen. Zunächst dürfte sein Programm der US-Konjunktur einen weiteren Schub verleihen, die Inflation anheizen und die US-Notenbank zu einer relativ straffen Geldpolitik zwingen. Das kann auch den Dollar trotz hoher Fehlbeträge im Staatshaushalt weiter stützen. Auf Dauer werden aber ein Mangel an fleißigen Einwanderern sowie die Kosten des Protektionismus die Wachstumsdynamik der USA spürbar schwächen.

Trump sieht Außenhandel als ein Nullsummenspiel, in dem das Land verliert, das mehr einführt, als es ausführt. Sein Versuch, über neue Zölle das US-Defizit in der Handelsbilanz abzubauen, dürfte aber zum Scheitern verurteilt sein. Im Sog einer künstlich angeheizten US-Konjunktur und bei einem weiterhin überbewerteten Wechselkurs des Dollars könnte der Fehlbetrag zunächst sogar noch zunehmen.

Gerade Deutschland kann dabei erhebliches Ungemach drohen. Unser hoher Überschuss im Außenhandel ist Trump ein Dorn im Auge. Auch die ökonomische Logik spricht dafür, etwas dagegen zu tun. Denn derzeit ist unser Überschuss nicht das Ergebnis einer Ausfuhrstärke, sondern der Ausdruck einer mangelnden Nachfrage nach Einfuhren als Folge einer lahmten Binnenkonjunktur. Nur wenn es Deutschland gelingt, die eigenen Wachstumskräfte zu entfesseln und mehr im Inland statt im Ausland zu investieren, werden sich auch der Einfuhrmangel und damit der Überschuss im Außenhandel auf ein vernünftiges Maß zurückbilden. Die Neuwahlen bieten die Chance für einen



Neustart. Deutschland braucht weniger Regulierungen, eine kostenbewusste Energiepolitik, bessere Anreize für mehr Arbeit sowie Reformen im Sozialsystem, um den gefährlichen Anstieg der Lohnnebenkosten zu beenden. Um den Investitionsstandort zu stärken, muss es zudem die Unternehmensteuer auf ein international wettbewerbsfähiges Niveau senken.

Das kostet zunächst Geld. Um auch den Spielraum für öffentliche Investitionen bei Bund, Ländern und Gemeinden zu erweitern und die Verteidigungsausgaben jenseits der einmaligen Sonder-schulden dauerhaft auf mindestens 2,5 Prozent der Wirtschaftsleistung anzuheben, muss Deutschland auch die allzu strikte Schulden-

bremse zielgerichtet und in begrenztem Umfang lockern.

Ohne eine Reform des Fiskalkorsetts werden private und öffentliche Investitionen sowie die Verteidigungsausgaben und die allgemeine Binnennachfrage nicht schnell genug zulegen können, um die Einfuhrschwäche zu beenden. Damit stiege die Gefahr, dass Trump Deutschland mit zusätzlichen Strafzöllen überzieht, die fast wie in einem Teufelskreis dann die inländische Investitionsschwäche verschärfen und bei schlechterer Konjunktur die Nachfrage nach Einfuhren nochmals dämpfen würden. Ein Reformprogramm, das Deutschland guttut, könnte dieses Risiko vermindern. Und wenn Deutschland mit zusätzlichem Geld auch direkt in den USA mehr Waffen für die Ukraine kaufen würde, könnte das nicht nur Trump besänftigen. Es wäre vor allem im Interesse unserer eigenen Sicherheit.

Der Autor ist Chefvolkswirt von Berenberg.

WIRTSCHAFTSBÜCHER

Ein Pionier der Industrie

Robert Bosch als Ingenieur, Erfinder und Reform

Der Schwabe Robert Bosch (1861–1942) gilt als große Gründerfigur der deutschen Industriegeschichte. Sein weltweites Imperium besteht noch heute und beschäftigt in 60 Ländern 420.000 Mitarbeiter. Der versierte Techniker setzte früh auf die Zukunft des Autos. Die Erfindung der schnellen Magnetzündung katapultierte seine Firma in die Höhe. In der Einführung des Achtstundentags und einer Betriebsrente für seine Beschäftigten war er Vorreiter.

Zu seinen Ideen und Maßnahmen hat Bosch nicht nur selbst immer wieder geschrieben. Auch viele Biographen äußerten sich dazu. Schon früh der damalige Berliner Kulturjournalist Theodor Heuss, den Bosch noch mitten im Zweiten Weltkrieg selbst beauftragt hatte. Das Heuss-Buch erschien erst 1946 und stellte vor allem auf das liberale Gedankengut des Unternehmers ab. Sieben Jahrzehnte später schilderte Peter Theiner 2017 in seiner Biographie Bosch eindrucksvoll als Opfer politischer Extreme im 20. Jahrhundert. In der neuesten Lebensbeschreibung stellt der Physiker und Technikhistoriker Hans-Erhard Lessing den Ingenieur, Erfinder und Neuerer Bosch in den Vordergrund. Die Genese der Motor-Magnetzündung und ihrer erfolgreichen wirtschaftlichen Umsetzung verpackt er dabei mit den wichtigsten Stationen von Boschs Unternehmensgeschichte, aber auch mit einer Chronologie des Privatlebens, zu dem fünf Kinder, zwei Ehen sowie die Begeisterung für die Jagd, Reformkleidung, Homöopathie und ein Musterlandgut, außerdem bereits 1914 20 Millionen Mark Vermögen und 4 Millionen Mark Jahreseinkommen gehörten. Lessings schwieriger Spagat zwischen Fachbuch und Homestory gelingt in gut lesbaren Kurzkapiteln, aufgelockert durch Bosch-Zitate, alte Fotos, Tabellen und Konstruktionszeichnungen.

Hans-Eberhard Lessings eben erschienene Bosch-Biographie mit einem Cover-Bild des 76 Jahre alten, etwas schütterten, weißbärtigen Unternehmers basiert auf der zweiten Auflage der erstmals 2007 edierten rororo Monographie des Autors, die Robert Bosch als dynamischen Mittfünfziger im „Jäger'schen Reform-Wollanzug“ auf dem Umschlag zeigte. Der ursprüngliche Text wurde um gut 70 Seiten erweitert und durch neue Quellen sowie unveröffentlichte Tagebücher, Briefe und Bilder ergänzt. Auf den letzten 18 Seiten kommt für die heutige Diskussion bedeutsam ein Kapitel über Boschs Manifest „Die Verhütung künftiger Krisen in der Weltwirtschaft“ hinzu. Es erklärt den Untertitel von Lessings Buch: „Sechs Stunden für die Rettung der Welt“. Bosch hatte nämlich in dieser Denkschrift für das Magazin „Panneuropa“ im März 1932 ausführlich seine Idee formuliert, die damals verheerende Arbeitslosigkeit durch Arbeitszeitverkürzung auf sechs Stunden täglich zu bekämpfen. Zugleich rief

er zu Freihandel und Völkerverständigung auf. Bosch hielt das Manifest für seine bedeutungsvollste Arbeit. Lessing hat den bislang wenig beachteten Text vom Wirtschaftswissenschaftler Harald Hagemann, wie er selbst emeritierter Hochschullehrer, analysieren lassen.

Der Ko-Autor vergleicht Boschs Ausführungen mit denen von John Maynard Keynes in dessen 1930 veröffentlichtem Essay zu künftigen ökonomischen Möglichkeiten bei starkem Beschäftigungsrückgang („Economic Possibilities for our Grandchildren“) und stellt Gemeinsamkeiten in der sozialliberalen Grundhaltung fest. Keynes sah offenbar wie Bosch die Gefahr technologischer Arbeitslosigkeit, aber genauso weiterhin eine Erhöhung des Lebensstandards durch den industriellen Fortschritt. Im Unterschied zu Keynes durchziehe Boschs eigene Schrift jedoch „durchgehend der Glaube an die menschheitsbeglückenden Wirkungen des technischen Fortschritts, dessen Nutzen unentwegt betont wird“, moniert Hagemann dennoch. Die Schwäche seiner Argumentation besteht seiner Meinung nach in der Vernachlässigung makroökonomischer Zusammenhänge wie der Geld- und Finanzpolitik, ebenso der Folgen von Deflation. Hagemann wundert das nicht: Boschs Vorstellungen seien „wesentlich geprägt durch die Erfahrungen, die er auf der Mikroebene des eigenen Betriebs gemacht hatte“.

Viel Stärke und Weitsicht rechnet Hagemann andererseits Boschs engagierter Plädoyer für einen freien Weltmarkt zur Überwindung der Weltwirtschaftskrise im Manifest von 1932 an. Zu Recht weise der Unternehmer darauf hin, dass Autarkie oder hohe Schutzzölle ein großes Hemmnis für die Weltwirtschaft darstellen und negative Wirkungen auf die Wohlfahrt haben. Bosch habe frühzeitig erkannt, dass die Überwindung des damals weitverbreiteten Elends in Europa nicht in einer Verschärfung der Gegensätze zwischen den Nationalstaaten, sondern nur in einer verstärkten wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Zusammenarbeit liegen könne. Hagemanns Resümee: „Mit Fug und Recht kann festgestellt werden, dass Robert Bosch ein Vordenker der Europäischen Union war, wie sie sich erst nach dem Zweiten Weltkrieg realisieren sollte.“

Mit dem Bezug zur EU kommt die Lebensgeschichte von Bosch in der Gegenwart an. Ob allerdings schon eine frühe EU-Vision die jetzige Bosch-Biographie zum Bestseller macht, sei dahingestellt. Das Heuss-Buch „Leben und Leistung“ verkaufte sich einst laut Lessing so gut, „weil es in Schwaben lange Zeit als das Konfirmationsgeschenk schlechthin galt, auf dass der Konfirmand einmal so erfolgreich werde wie Bosch“.

ULLA FÖLSING

Hans-Erhard Lessing und Harald Hagemann: Robert Bosch. Sechs Stunden für die Rettung der Welt. Kohlhammer Sachbuch, Stuttgart 2024, 234 Seiten, 29 Euro.