

Sein und Bewusstsein

Konsumwende an der Oder-Neiße-Grenze: Der starke Zloty versetzt die Polen in einen Kaufrausch – und die Deutschen profitieren.



Polin beim Einkaufsbummel in Sachsen*: Teure französische Parfums und 585er Gold

Es ist seine neueste Marketingidee. Roman Hubatsch, 43, sitzt an seinem Schreibtisch, klappt den Laptop auf und startet ein Video. Eine junge Polin wirbt in dem Zwei-Minuten-Spot um „Vertrauen“, sie lobt das „super geschulte Personal“, das selbstverständlich Deutsch und Polnisch spreche. Hubatschs erster polnischer Werbespot wurde gerade im polnischen Fernsehen ausgestrahlt, und das schwarzhaarige Model gehört zu den drei polnischen Mitarbeitern, die Hubatsch vor kurzem eingestellt hat.

Der Mann ist BMW-Autohändler in der sächsischen Stadt Görlitz. Die Arbeitslosigkeit liegt bei 20,1 Prozent in der Region. Es gibt zweifellos bessere Standorte, um Autos der Oberklasse zu verkaufen.

Doch Hubatsch könnte zufriedener kaum sein. Es gibt ja die Polen. Sein Autohaus steht strategisch günstig, wenige Meter von der deutsch-polnischen Grenze entfernt. „Unsere Käufer kommen aus Danzig, Krakau oder Kattowitz, manchmal bis zu 500 Kilometer weit angereist“, sagt er. Sie schätzen die Qualität der Be-

ratung und den guten Service. Seine Cabrios, 3er- und 5er-Limousinen finden jedenfalls genügend Absatz.

Polen und Autos, das war lange ein heikles Thema in der Grenzregion. Die Zeiten sind vorbei. An der Oder-Neiße-Grenze vollzieht sich eine erstaunliche Konsumwende, der eine mentale folgen könnte. Waren es in den vergangenen Jahren die Deutschen, die mit ihrem starken Euro in Polen einkauften, hat sich die Richtung der Völkerwanderung diametral geändert. Der Wirtschaftsaufschwung Polens in den vergangenen Monaten und die damit verbun-

Hinweis in polnischer Sprache: „Jeder Laddendiebstahl wird angezeigt.“

Das hat sich längst geändert. Große Ketten haben in ihren Filialen in Görlitz, Schwedt und Frankfurt (Oder) polnische Verkäuferinnen angeheuert. Zum Oder-Center in Schwedt fährt mehrmals täglich ein Bus aus Szczecin (Stettin). Deutsche Geschäfte inserieren in der „Gazeta“ und auf polnischen Internet-Seiten. In manchen Läden sind Pullover und Hosen schon in Zloty ausgezeichnet. Hertie in Görlitz etwa lässt seine Mitarbeiter Polnisch büffeln, und Porta hat sein Möbelhaus zweisprachig aus-

geschildert. Die Besucher begrüßt über dem Eingang ein freundliches „Serdecznie witamy“ – herzlich willkommen.

Der Kaufrausch von drüben ist ein Segen für Regionen mit über 20 Prozent Arbeitslosigkeit, der starke Zloty sichert deutsche Arbeitsplätze. „Wenn sich der Markt nicht nach Osten geöffnet hätte, hätten wir es wesentlich schwerer“, sagt Autohändler Hubatsch. Manche Läden haben bereits heute etwa 70 Prozent polnische Kunden.

Neben Autos suchen die Nachbarn aus dem Osten vor allem nach französischen Parfums, hochwertigen Uhren von Fossil bis Rado, guten Weinen, Flachbildfernsehern und Markenklamotten von Esprit oder Adidas. „Die Polinnen

kaufen vor allem die teuren Marken“, sagt eine Verkäuferin bei Miss Sixty in Görlitz. „Beim Schmuck muss es immer 585er Gold sein, groß und auffällig“, hat Ivonne Wilke vom Juwelier Witt im brandenburgischen Schwedt beobachtet. „Es ist schick geworden, in Deutschland einzukaufen“, sagt Jürgen Heid, Geschäftsführer vom Aktionsring Görlitz e.V.

Die Polen mögen das Ambiente, die größere Vielfalt und die vielen Markengeschäfte. Sogar für Margarine, Milch und Eier lohnt sich mittlerweile die Reise über die Neiße. Allein Sprit und Zigaretten sind wegen der geringeren polnischen Steuern noch billiger.

Doch auch diese Medaille hat eine Kehrseite. Der Konsumboom auf deutscher Seite geht einher mit einer Flaute im Osten. Während die Polen die Geschäfte in den deutschen Städten stürmen, stehen im größten Polenmarkt in Osinów Dolny nun die ersten Geschäfte leer. „In spätestens zwei Jahren“, jammert ein Händler für Bonbons, Körbe und Filzslatschen frustriert, „ist hier Schluss.“ CHRISTIAN FUCHS



dene Aufwertung des Zloty machen eine Shoppingtour in den Westen finanziell attraktiv: Mussten Polen 2004 noch fast 5 Zloty für einen Euro hinlegen, so sind es mittlerweile nur noch 3,5 Zloty. Etliche Waren können Polen in Deutschland heute billiger kaufen als in ihrer Heimat.

Und das Sein scheint auch in diesem Fall das Bewusstsein zu verändern. „Jetzt nimmt das Wunder der neuen Normalität zwischen Deutschen und Polen Gestalt an“, jubelt Brandenburgs Ministerpräsident Matthias Platzeck (SPD). „Seit dem Schengen-Beitritt Polens wandelt sich die Mentalität auf beiden Seiten der Grenze“, hat auch der Oberbürgermeister von Frankfurt (Oder), Martin Patzelt, festgestellt. „Die Polen werden jetzt als ganz normale Kunden wahrgenommen, die gar nicht mehr auffallen – das baut unbewusst Vorurteile ab.“

Tatsächlich spiegelte sich das Klischee vom klauenden Polen früher in vielen Geschäften westlich der Oder wider. In Warenhäusern fand sich oft nur ein einziger

* In einem Kaufhaus in der Grenzstadt Görlitz.