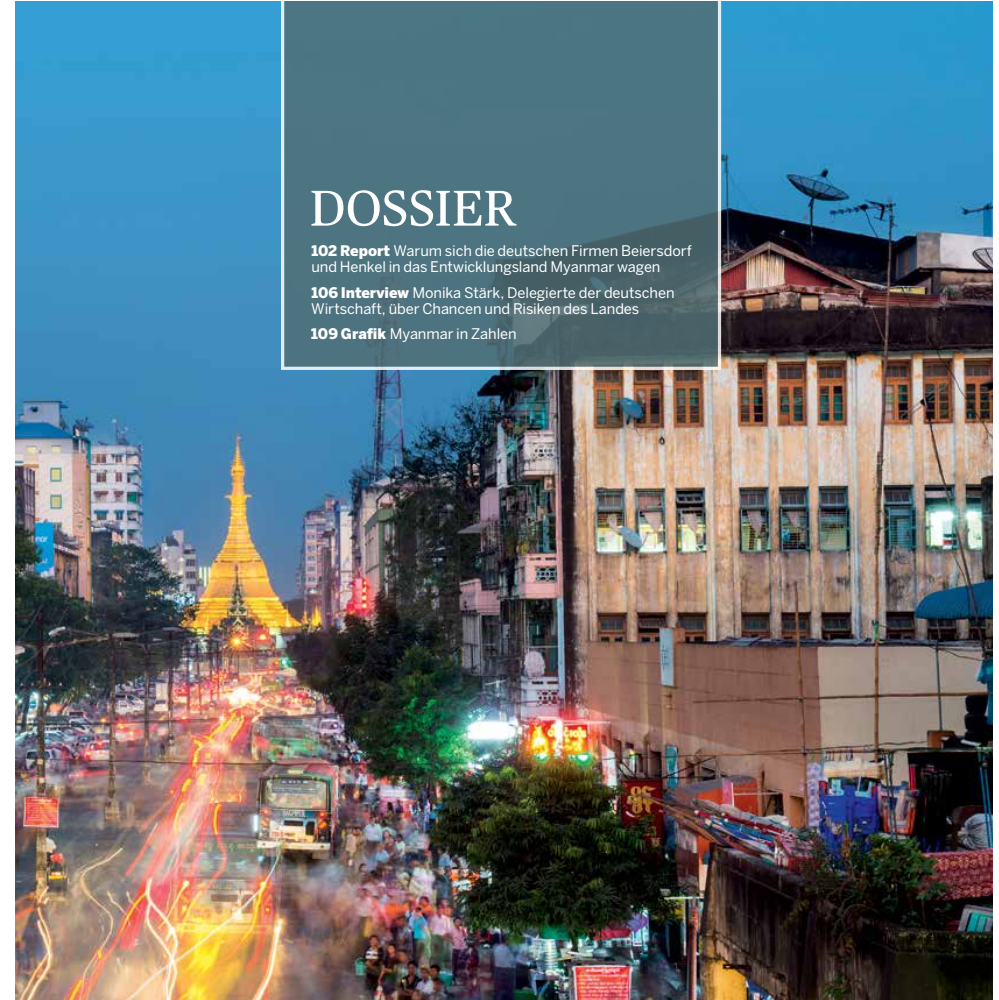




Dämmerung in Yangon, dem früheren Rangun: Im Feierabendverkehr rund um die berühmte goldene Sule-Pagode im Zentrum

Der Plan der Generäle

Im November sollen **in Myanmar die ersten freien Wahlen** seit Ende der Militärdiktatur stattfinden. Wie deutsche Unternehmen von der Öffnung profitieren VON SABINE GUSBETH



DOSSIER

102 Report Warum sich die deutschen Firmen Beiersdorf und Henkel in das Entwicklungsland Myanmar wagen

106 Interview Monika Stärk, Delegierte der deutschen Wirtschaft, über Chancen und Risiken des Landes

109 Grafik Myanmar in Zahlen

der südostasiatischen Wirtschaftsmetropole ist die Aufbruchstimmung spürbar

BILD: MARIO WESTY/ANZENBERGER WENN DAS HANDY VON JENS KNOKE KLINGELT, steckt darin ein Stück von Myanmars Vergangenheit. Die SIM-Karte, mit der er telefoniert, hat der 44-Jährige vor zwei Jahren für 250 Dollar auf dem Schwarzmarkt erstanden. „Vor vier Jahren kosteten Handykarten sogar noch 3000 Dollar“, erinnert er sich. Denn die einst abgeschottete südostasiatische Militärdiktatur

wollte verhindern, dass sich Informationen ungefiltert verbreiten. In der heutigen Hauptstadt Naypyidaw waren Handys lange sogar ganz verboten. Inzwischen kann man an jeder Ecke für 1500 Kyat, umgerechnet einen Euro, eine SIM-Karte kaufen – ganz legal. Seit einem Jahr dürfen die Mobilfunkkonzerne Telenor aus Norwegen und Ooredoo aus Katar ihre Dienste →



**11. Jahrhundert
Königreich Bagan**
Erstes vereintes Reich im heutigen Myanmar. Es folgen Zerfall, Besatzungen und britisch-birmanische Kriege



**1885
Britische Besatzung**
Bis 1948 ist Birma Teil von Britisch-Indien. Es folgt eine kurze demokratische Phase



**1962
Militärputsch**
General Ne Win übernimmt die Regierung



**1988
Volksaufstand**
Nach dem Sturz von General Ne Win kehrt Aung San Suu Kyi nach Birma zurück und gründet die Oppositionspartei NLD. Der Volksaufstand unter Führung von Studenten „8888 Uprising“ wird blutig niedergeschlagen



**1990
Annullierte Wahl**
Das Militär erkennt den Wahlsieg der NLD nicht an; Suu Kyi steht unter Hausarrest. Ab 1992 führt General Than Shwe das Land, das nun Myanmar heißt

**2007
Safran-Revolution**
Der Volksaufstand, angeführt von Mönchen und Nonnen, wird blutig niedergeschlagen



**2008
Wirbelsturm Nargis**
Der Sturm fordert bis zu 100.000 Todesopfer in Myanmar. Die Junta blockiert zunächst internationale Hilfe



**2010
Wahlboykott**
Die NLD boykottiert die Wahl, weil Suu Kyi per Gesetz davon ausgeschlossen wurde. General Thein Sein wird Staatspräsident. Es folgt eine Öffnung des Landes. Über die Gründe wird spekuliert

**2015
Erste freie Wahl**
Am 8. November soll die erste freie Wahl in Myanmar stattfinden

in Myanmar anbieten. „In der Telekommunikation ist der Fortschritt am deutlichsten zu spüren“, sagt Knoke. Er ist seit Januar 2014 für den Konsumgüterhersteller Henkel in Myanmar, um dort das Geschäft mit Waschmitteln aufzubauen.

Henkel ist nicht der einzige westliche Konzern, der hier Fuß fassen will. Seit die Militärjunta, genannt Tatmadaw, 2011 formell eine Zivilregierung einsetzte und die wirtschaftliche Öffnung verordnete, drängen internationale Unternehmen in das Land, das einst Birma hieß. Am 8. November sollen die ersten freien Wahlen seit dem Militärputsch 1962 stattfinden. „Myanmar ist der letzte nennenswerte asiatische Markt, der sich öffnet“, erklärt Monika Stärk, Delegierte der deutschen Wirtschaft (siehe Interview auf Seite 106). Das Land bietet neben 51,4 Millionen potenziellen Konsumenten eine spannende geografische Lage zwischen den Zukunftsmärkten China und Indien.

Im Zentrum von Yangon, der ehemaligen Hauptstadt und größten Metropole des Landes, lässt sich der Glanz früherer Tage nur noch erahnen. Die einst prachtvollen Kolonialbauten sind heruntergekommen, die Farbe des Anstrichs ist kaum erkennbar. Sie erinnern an eine Zeit, als das rohstoffreiche Birma eines der wohlhabendsten Länder Asiens war. Die zweisprachigen Straßenschilder in Birmanisch und Englisch verraten die Herkunft der einstigen Kolonialherren. Über den Gassen entspannt sich ein wildes Netz aus Elektrokabeln. Aus vielen Wohnungen in den oberen Etagen hängt eine Schnur auf dem Gehweg. Daran kann der Briefträger Post befestigen. Straßenhändler verkaufen frische Bananen, neue und alte Bücher, bunte Feuerzeuge, frittierte Häppchen - und moderne Smartphones.

Aus der Sackgasse

Die Handys mit großen Bildschirmen sind nicht die einzigen Zeichen, die von einer Zeitenwende zeugen. In jedem noch so kleinen Kiosk blitzen die roten Coca-Cola-Dosen fast wie Ikonen der neuen wirtschaftlichen Freiheit aus dem Regal. Der US-Getränkekonzernt ist nach 25 Jahren Abwesenheit 2013 nach Myanmar zurückgekehrt. Vor zwei Jahren hatten die USA und die EU die Wirtschaftssanktionen, die gegen die brutale Militärdiktatur verhängt worden waren, weitgehend aufgehoben. Vor allem westliche Konzerne drängen seither wieder nach Myanmar. Neben Coca-Cola sind auch die Brauereien Carlsberg und Heineken sowie Konsumgüterhersteller wie Henkel, Unilever und Procter & Gamble (P & G) vor Ort. Vor Kurzem hat in der Wirtschaftsmetropole Yangon, dem früheren Rangun, die erste Filiale der US-Fast-Food-Kette Kentucky Fried Chicken (KFC) eröffnet. McDonald's gibt es (noch) nicht.

Viele Beobachter vermuten, dass die Machthaber mit der Öffnung Myanmar gegenüber dem Westen vor allem die Abhängigkeit vom Nachbarland China verringern wollten. „Die Generäle hatten verstanden, dass sie in einer Sackgasse gelandet waren“, sagt Monika Stärk. Die Strategie scheint aufzugehen: Zwischen April 2014 und März 2015 flossen umgerechnet über sieben Milliarden Euro in das Land, drei Milliarden →



Land im Wandel: Geschäftiges Treiben am Fährterminal in Yangon. Die traditionelle Kleidung der Einheimischen besteht aus einem Wickelrock (Longyi) und Flipflops (1). Ein typischer „Tante-Emma-Laden“ in der Hauptstadt Naypyidaw. Produkte aus dem Westen, wie hier Waschmittel, gibt es häufig in kleinen Packungen, damit mehr Leute sie sich leisten können (2); Jens Knoke baut in Myanmar das Waschmittelgeschäft für Henkel auf (3); Werbung für Hansaplast über einem Kiosk in Mandalay (4); Junge buddhistische Nonnen warten auf die Essensspende eines Ladenbesitzers in Yangon. Fast 90 Prozent der Bevölkerung sind Buddhisten. Über dem Shop prangen Werbetafeln für Pepsi und 7Up (5).



BILD: SHANEIGUSHE/THUR/ROD; DUNN/ANNE WALKER/ISTOCKPHOTO; ZUMA/PEKSTON/IMAGO STOCK&PEOPLE; JONATHAN KARP/REUTERS; CP/MEDIA/PICTURE ALLIANCE; SPA/PESS; LOBO HANAU/REUTERS; PETERCHANEL/SPORTS ILLUSTRATED/GETTY IMAGES

mehr als von der Regierung erwartet. Das ist viel Geld für einen Staat, der 2014 ein Bruttoinlandsprodukt von gerade einmal 49 Milliarden Euro erreichte. In Deutschland ist die Wirtschaftsleistung fast 60 Mal so hoch. In diesem Jahr soll die myanmarische Wirtschaft um über acht Prozent zulegen. „Wir müssen noch schneller wachsen“, sagt Ko Ko Lay, Direktor im Handelsministerium. Dazu brauche das Land finanzielle und technische Unterstützung aus dem Ausland, um die landwirtschaftlich geprägte Volkswirtschaft weiterzuentwickeln.

Noch immer kommt knapp die Hälfte der Investitionen aus China und Hongkong. Und nach wie vor fließt ein Großteil davon in die Erdgasförderung und den Abbau von Bodenschätzen. Grund dafür sei auch die zögerliche Haltung vieler Investoren aus dem Westen. „Die Chinesen kommen, sehen und investieren. Das geht alles sehr schnell“, sagt Maung Maung, Generalsekretär der Industrie- und Handelskammer der Region Mandalay (MRCCI), des zweiten großen Wirtschaftszentrums neben Yangon. Die Europäer dagegen „kommen, machen Untersuchungen, gehen zurück, diskutieren. Das dauert sehr lange.“ Ursache für das Zaudern sei die Unsicherheit über die weitere politische Entwicklung.

Die Generäle hatten die Bevölkerung 1990 schon einmal an die Wahlurnen gerufen. Doch mit dem Ergebnis, einem Erdratschiesieger der Oppositionspartei Nationale Liga für Demokra-

tie (NLD) von Aung San Suu Kyi, hatten sie offenbar nicht gerechnet. Die Wahl wurde annulliert, die prominente Politikerin unter Hausarrest gestellt, viele andere Oppositionelle verhaftet. Maung Maung ist sich sicher, „sobald sich die politische Situation stabilisiert, kommen die ausländischen Investoren“. An Myanmar als Produktionsstandort zeigen westliche Konzerne aufgrund der mangelnden Investitionssicherheit bislang nur geringes Interesse. Dagegen rückt das Land als Absatzmarkt zunehmend in ihren Fokus.

Nivea kennt jedes Kind

Globale Großkonzerne buhlen um die Gunst der neuen Mittelschicht. Wie hart der Kampf um Marktanteile ist, zeigt das Beispiel Waschmittel. Ende 2013 kamen innerhalb von nur zweieinhalb Monaten die Waschpulver Omo (Unilever), Dixan und Xtra (Henkel) sowie Ariel (P & G) auf den Markt. In Deutschland sind Dixan und Xtra als Persil und Spee bekannt. Für Henkel war Myanmar so interessant, weil das Land „aufgrund der jahrelangen Abschottung sehr unterentwickelt war“, insbesondere in Bezug auf die Präsenz internationaler Marken, erklärt Jens Knoke. Die Düsseldorfer sind im Bereich Wasch- und Reinigungsmittel in Asien verglichen mit anderen Regionen unterrepräsentiert. Ein Markt wie Myanmar, wo sich auch die inter-

nationalen Konkurrenten noch keinen Namen machen konnten, sei deshalb besonders attraktiv. Dass aber alle gleichzeitig auf den Markt gehen, „damit haben wir nicht gerechnet“, gibt er zu. Und weil nun alle ihre Marke bekannt machen wollen, sind die Preise für Werbung dramatisch gestiegen.

Diese Probleme hat Beiersdorf-Manager Kai Boris Bendix nicht. „Nivea kennt in Myanmar jedes Kind“, sagt der 46-Jährige, der seit Juni das Südostasien-Geschäft des DAX-Konzerns von Bangkok aus verantwortet. Er selbst war zwar im August zum ersten Mal im Land, die Hautpflegemarke gibt es dort jedoch schon seit 1997. Die internationale Konkurrenz sei durch die Öffnung zwar gestiegen, trotzdem sei Nivea in vielen Segmenten immer noch mit Abstand Marktführer, etwa bei Deos oder Gesichtereinigung für Männer.

Aufgebaut hat Beiersdorf das Geschäft in Myanmar gemeinsam mit dem Schweizer Unternehmen DKSH. Der Dienstleister ist spezialisiert auf Marktexpansionen nach Asien. In Myanmar ist das Unternehmen seit 20 Jahren präsent. Die Eidgenossen halfen Haribo, Bayer, Roche, Wacker Chemie und auch Henkel, vor Ort Fuß zu fassen. Durch das flächendeckende Distributionsnetzwerk „erreichen wir auch den abgelegensten Tante-Emma-Laden“, sagt DKSH-Geschäftsführer Jörg Wolle stolz.

Das ist wichtig, denn es gibt keinen modernen Einzelhandel. Selbst in den Großstädten lassen sich kaum große Super-

märkte finden. Die meisten Burmesen kaufen bei kleinen Händlern, die verschiedenste Waren auf engstem Raum anbieten. Schon früh habe Beiersdorf entschieden, sich nicht nur auf große Städte zu fokussieren, sondern auch auf die ländlichen Regionen zu setzen. Dort leben noch 70 Prozent der Bevölkerung. Der Erfolg sei beachtlich: „Nivea hat heute einen Marktanteil von über 50 Prozent in Myanmar, und Hansaplast ist praktisch ein Synonym für Pflaster“, sagt Wolle. Von den Sanktionen war Beiersdorf nie betroffen.

Noch können sich nur wenige Burmesen die teuren westlichen Produkte leisten. Denn Myanmar ist eines der ärmsten Länder der Welt. Trotz seiner Bodenschätze lebt knapp ein Viertel seiner Bevölkerung in absoluter Armut. Das Pro-Kopf-Einkommen beträgt im Schnitt nur 950 Euro im Jahr – und das, obwohl die Wirtschaft in den vergangenen drei Jahren durchschnittlich um fast acht Prozent jährlich gewachsen ist. Im Zentrum dieses Wachstums steht eine aufstrebende Mittelschicht. Diese habe einen immensen Nachholbedarf und verfüge erstmals über Ersparnisse, sagt DKSH-Chef Wolle. „Das sind aber keine Besserverdiener wie bei uns, die sich einen 5er-BMW leisten, sondern Leute, die zum ersten Mal in ihrem Leben Zehn-pasta, Cornflakes oder Nivea-Creme kaufen.“

Um für diese Zielgruppe erschwinglich zu sein, bieten viele Unternehmen kleinere und damit günstigere Packungen. →

Interview **Monika Stärk**, Delegierte der deutschen Wirtschaft in Myanmar

„Coca-Cola tapeziert Yangon rot“



Seit 2013 vertritt Monika Stärk die Interessen der deutschen Wirtschaft in Myanmar. Zuvor war sie Geschäftsführerin des Ostasiatischen Vereins (OAV), der die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und dem Asien-Pazifik-Raum fördert

€uro: Frau Stärk, am 8. November finden die ersten freien Wahlen seit dem Ende der Militärdiktatur statt. Was erwarten Sie?

Monika Stärk: Ich bin zuversichtlich, dass die Wahl geordnet und fair abläuft. Es wäre naiv zu erwarten, dass Myanmar innerhalb kürzester Zeit den Sprung zu einer perfekten Demokratie schafft. Aber wir können davon ausgehen, dass das Bekenntnis aller Beteiligten zum Reformprozess Bestand hat. Sicher wird es nach der Wahl noch eine Weile dauern, bis die neue Regierung steht.

Wie sind seit zwei Jahren in Myanmar. Was hat sich am stärksten verändert? Den greifbarsten Fortschritt gibt es in der Telekommunikation. Vor einem Jahr sind die internationalen Anbieter Telenor und Ooredoo an den Start gegangen. Seitdem haben sich Telefon- und Internetverbindungen spürbar verbessert. Auch außerhalb der Metropo-

len sprießen an allen Ecken Mobilfunkmasten aus dem Boden.

Warum ist das Land für ausländische Investoren attraktiv?

Myanmar ist der letzte nennenswerte asiatische Markt, der sich öffnet. Interessant ist vor allem die schiere Marktgröße mit fast 52 Millionen potenziellen Konsumenten. Aber auch die geografische Lage zwischen China, Indien und Thailand ist hoch spannend für Zulieferaktivitäten – sobald die Infrastruktur im Land steht.

Welche Konzerne gehören in Myanmar zu den Vorreitern?

Viele internationale Unternehmen versuchen, Marktanteile zu sichern. Hier geht es nicht um kurzfristige Profite, sondern darum, die Marke zu positionieren. Coca-Cola tapeziert gerade

Yangon rot. Übrigens durchaus zum Leidwesen der lokalen Hersteller, die finanziell nicht mithalten können.

Und die deutschen Unternehmen?

Im Moment sind etwa 40 deutsche Unternehmen in Myanmar registriert. Die Zahl der Firmen, die hier Geschäfte machen, ist aber deutlich höher. Insgesamt sehen wir einen deutlich Zuwachs an Unternehmen, die in Myanmar gründen. Allerdings fehlen noch große schlagzeilentragende Investitionen.

Waran liegt das?

Das liegt vor allem daran, dass es in Bereichen, in denen momentan stark investiert wird, keine großen deutschen Akteure gibt. Es gibt kein großes deutsches Unternehmen im Bereich Öl- und Gas wie etwa Shell, BP oder Total. Auch bei Konsumgütern, die im Moment den Schwerpunkt westlicher Investitionen ausmachen, dominieren internationale Konzerne wie Coca-Cola, Unilever oder

Heineken. Allerdings sind die deutschen Zulieferer sehr aktiv. Die neue Carlsberg-Brauerei hier in Yangon wurde schlüsselfertig von einem deutschen Spezialisten gebaut. Nur ist das von außen nicht immer sichtbar.

Die Konsumgüterhersteller interessieren sich für Myanmar als Absatzmarkt. Aber wie ist das Interesse an Myanmar als Produktionsstandort?

Wir bekommen reihenweise Anfragen von Unternehmen etwa aus der Bekleidungsindustrie, die noch in China einkaufen. Hier gibt es massiven Verlagerungsdruck, weil China einfach zu teuer wird. Allerdings muss man in Myanmar einige Zeit investieren, um die Zulieferer technologisch und bei den Arbeitsstandards auf den aktuellen Stand zu bringen. Hier sind die Folgen der Sanktionen immer noch spürbar – und die Konkurrenz durch Länder wie Vietnam und Bangladesch ist groß.

In Yangon und Mandalay gibt es viele japanische und chinesische Firmen. Sind die risikoreicher als deutsche Unternehmen?

Nicht unbedingt. In Deutschland glauben viele, dass Myanmar sich erst 2011 der Welt geöffnet hat. Das stimmt nicht. Chinesen, Inder, Thailänder und Koreaner waren schon im vergangenen Jahrzehnt vor Ort und haben Geschäfte gemacht. Die haben natürlich einen Vorsprung. Seit 2008 sind auch die Japaner wieder vor Ort. Vor allem Letztere sind in vielen Bereichen direkte Konkurrenten deutscher Unternehmen.

Worin sehen Sie das größte Risiko?

Die Situation für lokale Firmen ist nicht leicht. Wir müssen darauf achten, dass sie Anteil an der wirtschaftlichen Entwicklung haben. Wenn sich die einheimischen Unternehmen am Ende als Verlierer des Reformprozesses sehen, wäre das ein großes Risiko.

größen an. Ein Deo-Roller von Nivea hat in Myanmar 25 Milliliter Inhalt – das entspricht der in Deutschland verfügbaren Reisegröße – und kostet umgerechnet einen Euro. Gesichtscreme gibt es in Minipackungen mit Drehverschluss à zehn Milliliter für etwa 50 Cent. Das reiche ein bis zwei Wochen, sagt Bendix von Beiersdorf. „Für viele ist das ein kleiner Luxus.“ Denn traditionell wird in Myanmar Thanaka, eine Paste aus Baumrinde, zur Gesichtspflege verwendet. Viele Frauen verwenden das Naturprodukt auch als Schminke und malen sich damit auffällige weiße Kreise oder Muster ins Gesicht.

Kein fließendes Wasser

Auch Henkel bietet wegen der geringen Kaufkraft kleinere Packungen an. Seit September gilt in Myanmar ein Mindestlohn von rund 2,50 Euro pro Tag. In Städten wie Yangon verdienen Arbeiter zwar mehr. Berücksichtigt man jedoch die enormen Preissteigerungen für Mieten, bleibt davon nicht viel übrig. Am besten verkauft sich das Wuschpulver von Xtra in der 200-Gramm-Packung. Diese kostet 25 Cent. Auch noch kleinere Päckchen zu 25 oder 40 Gramm für 3,5 beziehungsweise sieben Cent hat Knoke „als Einstiegsgröße“ im Angebot. Die meisten Burmesen waschen ihre Wäsche allerdings noch immer mit Kernseife – und per Hand. Selbst in Millionenstädten wie Yangon und Mandalay besitzen nur rund 15 Prozent der Haushalte eine Waschmaschine. „Das überrascht auch nicht“, sagt Knoke, „denn schon in den Vororten von Yangon haben die Häuser häufig weder Stromzugang noch fließendes Wasser.“ Viele müssen ihr Wasser noch von Brunnen holen.

Als Knoke im Dezember 2012 zum ersten Mal nach Yangon kam, führen auf den Straßen kaum Autos. Inzwischen stauen sich Toyotas aus zweiter Hand an jeder Kreuzung der Stadt. Je weiter man ins Landesinnere fährt, desto tiefer werden die Schlaglöcher. Irgendwo hinter Naypyidaw gehen die Straßen in Schotterwege über. „Die Infrastruktur ist ein Riesenproblem“, weiß Knoke. Auch Stromausfälle seien an der Tagesordnung. Ende Mai, wenn es sehr heiß und zugleich feucht ist, bekomme die Industrie im Extremfall nur eine Stunde Strom, denn private Haushalte werden vorrangig versorgt. Unternehmen müssen dagegen auf Generatoren zurückgreifen.

Trotz aller Herausforderungen sei Henkel auf gutem Weg. Und das, obwohl der Markt kleiner ist als ursprünglich gedacht. Nach der Volkszählung 2014 wurde die Einwohnerzahl überraschend von 60 Millionen auf 51,4 Millionen nach unten korrigiert. Das sind rund zwei Millionen Haushalte weniger, die die Produkte der Düsseldorfer nutzen können.

Während die Konkurrenten ihre Erzeugnisse aus den entwickelteren Märkten in Thailand und Vietnam importieren, lässt Henkel direkt von einem Auftragsfertiger in Yangon produzieren. Der aber musste erst einmal auf die Henkel-Standards hochgerüstet werden. „Ein langer und aufwendiger Prozess für beide Seiten“, erinnert sich Knoke. So seien vor der Zusammenarbeit mit Henkel die Arbeiter des Auftragsfertigers

barfuß oder mit Flipflops in der Produktion herumgelaufen. Doch bei der Waschmittelproduktion wird mit chemischen Grundstoffen und hohem Energieeinsatz gearbeitet. Ganzkörperschutzanzüge und Arbeitsschuhe mit Stahlkappen seien daher unumgänglich. Doch bei schwül-heißen Temperaturen von 40 Grad im Sommer sei der Unmut über die neuen Sicherheitsvorschriften anfangs groß gewesen.

Der Aufwand, um lokale Firmen bei Technologie und Arbeitsstandards auf ein Niveau zu heben, das westlichen Unternehmen genügt, ist hoch. Doch Wirtschaftsvertreterin Stärk ist optimistisch: Die Bevölkerung sei handwerklich geschickt. Gern beobachte sie Frauen, die an Straßensständen kleine Betonspakete falten. „Das ist Präzisionsarbeit in Hochgeschwindigkeit“, meint sie. „Wenn ich mir diese Leute in einer Montagelinie vorstelle – da kann nichts anbrennen.“ Von einem deutschen Unternehmer wisse sie, dass die Produktivität in seiner Montage in Myanmar höher ist als die der bestehenden in China. Natürlich müsse man immer die Gesamtkosten betrachten: „Wir haben in Myanmar einerseits Effizienzdefizite und höhere Logistikkosten, andererseits aber niedrige Lohnkosten und Nullzölle bei der Einfuhr in die EU“, weiß Stärk.

DKSH-Chef Wollé hält die Aussichten für Branchen, die von der schnell wachsenden Mittelschicht profitieren – also Konsumgüter, Kosmetik, aber auch Pharmaprodukte –, für besonders gut. Erhebliches Potenzial sieht er jedoch auch „für Firmen, die Lösungen für den Infrastrukturaufbau anbieten, wie deutsche Maschinenbauer oder Werkzeughersteller“.

Die weitere Entwicklung Myanmars hängt stark davon ab, wie das Militär im Fall einer erneuten Wahl Niederlage reagiert. Wie schon 1990 kämpft die inzwischen 70-jährige Friedensnobelpreisträgerin Aung San Suu Kyi für einen Wahlsieg der NLD. Präsidentin kann „die Lady“ allerdings nicht werden. Das verbietet die Verfassung. Dort ist auch festgeschrieben, dass die armeenahere Partei USDP unabhängig vom Wahlausgang eine Sperrminorität von 25 Prozent hat. „Deshalb kann die Wahl gar nicht fair sein“, sagt Journalist Kyaw Zwa Moe von der regierungskritischen Zeitschrift „The Irrawaddy“. Ihm gehen die Reformen zu langsam voran: Noch immer seien die Generäle an der Macht, klagt er. „Sie haben nur ihre Uniformen ausgetauscht und werden nun von internationalen Organisationen und Unternehmen mit Geld beworfen.“ Die Günstlinge des Militärs, sogenannte Crownies, sitzen an allen wichtigen Schaltstellen des Landes und profitieren überdurchschnittlich von der Öffnung. Korruption ist weitverbreitet.

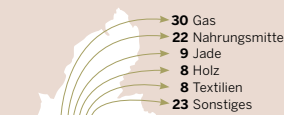
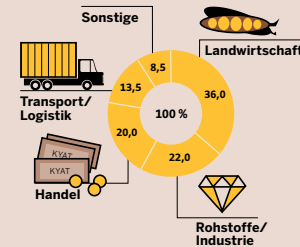
Monika Stärk ist da optimistischer. Grundsätzlich entwickle sich das Land in die richtige Richtung, „wenn auch mit einigen Rückschritten und Bremspunkten“. Bestimmte Seilschaften müssten nach und nach zurückgedrängt werden. Ein kluger Beobachter des Landes habe 2006 gesagt: Eine Veränderung Myanmars in Richtung Demokratie wird nur möglich sein, wenn sie vom Militär angeschoben und begleitet wird. „Das gilt nach wie vor, auch wenn das nicht unsere Idealvorstellung ist“, sagt Stärk. Sie ist überzeugt: „Dieses Land braucht Zeit.“

Republik der Union Myanmar

Das südostasiatische Land grenzt an Indien und China. Es ist reich an Bodenschätzen, die bislang einen Großteil der Wirtschaftsleistung ausmachen. Der Vielvölkerstaat ist Heimat von über 100 verschiedenen Ethnien

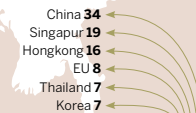
Wichtigste Wirtschaftssektoren

Anteil am Bruttoinlandsprodukt in %



Wichtigste Exportgüter

in % der Ausfuhren

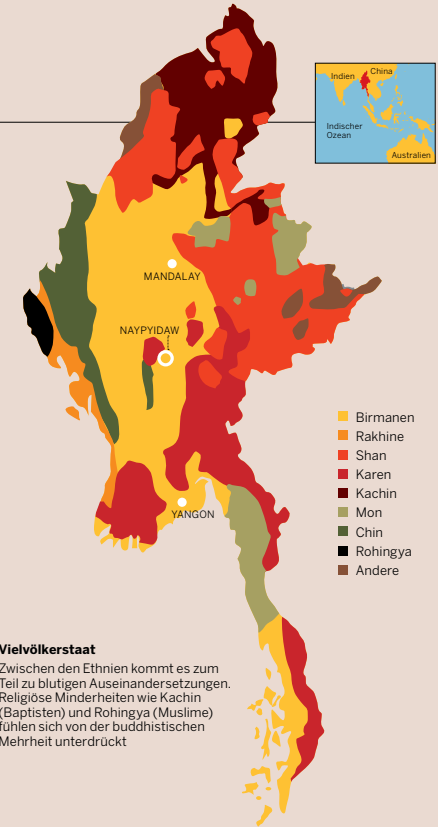


Wichtigste Investoren

in % der Gesamtinvestitionen



Quelle: CIA, Destatis, gta, Transparency International, UNDP, Weltbank



Vielvölkerstaat

Zwischen den Ethnien kommt es zum Teil zu blutigen Auseinandersetzungen. Religiöse Minderheiten wie Kachin (Baptisten) und Rohingya (Muslime) fühlen sich von der buddhistischen Mehrheit unterdrückt

	Deutschland	Myanmar
Einwohner	81,1 Millionen	51,4 Millionen
Bruttoinlandsprodukt 2014	2916 Mrd. €	49 Mrd. €
Bruttoinlandsprodukt pro Kopf 2014	36 000 €	950 €
Ø Wirtschaftswachstum 2012–2014 pro Jahr	0,8 %	7,8 %
Exporte Deutschland → Myanmar; M → D	127 Mio. €	56 Mio. €
Human Development Index (Entwicklungsstand)	Rang 6 von 187	Rang 150 von 187
Korruptionsindex von Transparency International	Rang 12 von 175	Rang 156 von 175