



Liebe Mitglieder, sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Sie halten mit diesem Exemplar des neuen ahv nrw magazins die inzwischen sechste Ausgabe in Händen. Im Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) sind wir als Außenhändler vereint und freuen uns darüber, in Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnern, wieder ein hochwertiges und informatives ahv nrw magazin zu präsentieren. Herzlichen Dank allen Beteiligten, die dazu beigetragen haben.

Deutschland übernimmt in einer entscheidenden Phase die EU-Ratspräsidentschaft. Daher haben wir uns in diesem Jahr bewusst dem Schwerpunktthema Wir! – die Außenhändler im Herzen Europas gewidmet. Europa liegt uns nicht nur am Herzen. Der Staatenbund in Gestalt der Europäischen Union ist seit den Römischen Verträgen von 1957 Garant für Frieden, Wohlstand und Freiheit. Der Außenhandel leistet zur Schaffung von Wohlstand einen erheblichen Beitrag.



Gerade jetzt, wo wir uns mit den Herausforderungen und den Spätfolgen der Corona-Pandemie konfrontiert sehen, brauchen wir die richtigen wirtschaftspolitischen Weichenstellungen und Impulse, die uns als Außenhändler sowie als Bürgerinnen und Bürger zu Gute kommen. Der daraus resultierende Mehrwert wird u.a. dazu führen, dass wir die Vorteile des Binnenmarktes stärker wertschätzen werden. Eine politische Entscheidungsfindung bei 27 verschiedenen Nationalstaaten ist ein langatmiges und schwieriges Unterfangen - nicht alles ist perfekt. Dennoch lohnt es sich für Europa mit Engagement und Leidenschaft zu kämpfen. Der AHV NRW setzt sich hierfür mit aller Kraft ein

Wir, die Außenhändler im AHV NRW e.V., setzen uns seit 1946 für einen freien und regelbasierten Welthandel ein. Als kompetenter Partner im Wettbewerb unterstützen wir unsere Mitgliedsunternehmen aus Industrie und Handel sowie die damit verbundenen Dienstleister in allen Außenhandelsfragen. Mit dem bei uns gebündelten Fachwissen und länderspezifischen Know-how bieten wir eine

Plattform an, auf der sich unsere Mitgliedsunternehmen unterschiedlicher Branchen austauschen können. Wir begleiten sie bei der Erschließung von neuen Absatz- und Beschaffungsmärkten.

Werden auch Sie ein Teil unseres internationalen Unternehmer- und Verbandsnetzwerks. Sie sind herzlich eingeladen, mit uns in Kontakt zu treten.

Mit einem breiten Spektrum an Fachbeiträgen, nicht nur zu Europa, wünschen wir Ihnen mit dem ahv nrw magazin eine aufschlussreiche Lektüre.

Ihr .

Theo-Heinz Nientimp

Vorsitzender,

Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V. (AHV NRW)



ahv nrw magazin 2020

Theo herry levenbury

INHALTSANGABE

1	Editorial - Theo-Heinz Nientimp Vorsitzender des AHV NRW	54	Große Risiken für die Wertschöpfungskette
	VOISILZEHUEL UES ALTV INKW		Interview mit Eric Heymann (Deutsche Bank)
5	Grußwort – Dr. Stephan Holthoff-Pförtner Minister des MBEI NRW	57	Nachwuchsförderung im Außenhandel Andreas Mühlberg (AHV NRW)
7	Grußwort - Jan Krückemeyer Vizepräsident des BGA / Vorsitzender BGA- Europaausschuss	58	ATC Goes Company – zu Gast bei Contargo Fotoreportage
9	Grußwort - Arndt G. Kirchhoff Präsident der unternehmer.nrw	64	Homeoffice in Frankreich Dr. Christophe Kühl (Qivive)
10	"Entscheidend ist, dass unseren Mitgliedsunter- nehmen geholfen wird"	67	Der zollrechtliche und außenwirtschaftliche Ausführer Rima Hannemann-Kacik & Nathalie Harksen (AWB)
	Interview mit Andreas Mühlberg	70	Chancen für Anlagenbauer in Afrika
18	Next Generation EU		Interview mit Ralf Pepmöller (MAVEG)
	Karl-Alois Bläser (MWIDE NRW)	78	ATC Gänseessen & Textilmuseumsbesichtigung
20	BGA – Partner im europäischen Wettbewerb	10	Fotoreportage – siehe auch Seite 130
20	Jan Krückemeyer	02	Wir "impfen" Ihre Mülltonnen gegen Bakterien
		82	Sebastian Wimmer (WiSTO)
22	No-Deal Stefanie Eich & Karl Martin Fischer (GTAI)		
	Stefanie Elen & Ran Marchi Tischer (GTAI)	84	Die Heilige Dreifaltigkeit
24	Was Europa braucht: Bürger in Bewegung		Raphael Dubiel (Fortaco)
	Interview mit Reinhard Burdinski (EUD)	86	Don't believe the hype!
28	Die neue Handelsstrategie der EU		CREATIVE.NRW
20	Marcus Schwenke (BGA)	90	"Wir brauchen soziale Orte zum Austausch unserer
20	7:uludina Wantashiinfina	90	Menschlichkeit"
30	Zirkuläre Wertschöpfung Michael Nolden (ZENIT)		Interview mit Aat Vos
		02	Außenhandel erfordert Sprachen
32	EU-Handelspolitik: Perspektiven und Umsetzung	92	Interview mit H-J. Nientimp & M-T. Nientimp (thenex)
	Sam Pieters (EU-Kommission)		
34	Die Anti-Covid-19 Maßnahmen der EU-Länder Michael Andergassen (HK Bozen)	94	Gezielt Sprachkenntnisse erweitern Alf Buddenberg (Regina Coeli)
26	Textilkultur in Bewegung	96	U.S. Commercial Service
36	Katharina Stockmann (LWL)		Interview mit Ken Walsh
40	Mit Initiative aus der Krise	98	Für Arbeitnehmermobilität und gegen Protektionismus Isabelle Oster (unternehmer.nrw)
	Interview mit H-J. Nientimp (themed)		
44	Lehren aus Corona	100	Drehscheibe für weltweiten Außenhandel
77	Alexander Pawellek (Commerzbank)		Ingo Egloff (Hamburg Hafen)
	Continto Listania tan	102	Ein kleiner Sprung mit großen Chancen
46	Gestörte Lieferketten Dr. Fabian Breckheimer (tradeo)		Axel Hebmüller & Harry Flint (Hebmüller / NETVRIDA)
	Diriabian bicementer (tidaco)	104	Wandel als Chance
52	COVID-19: Krise in der Bildung? Matthias Merz (AWA)	104	Michael Johnson (KGH)

AHV NRW Magazin 2020

- **Chancen und Herausforderungen in Europa** Hanns Dahm (SI-RR)
- 108 Fotografen im Herzen Europas Interview mit Ansgar & Sabine van Treeck
- 118 Exportfinanzierung mit ECA in Krisenzeiten Christopher Stein (Dt. Leasing)
- **120** Made in China 2020? Jonas Polfuß (EBC)
- 122 Niederlande Technologiepartnerschaften im Fokus Jürgen Steinmetz (IHK MN)
- 124 Die schwere Leichtigkeit der Kommunikation Petra von der Heyde (DSGNRUP)
- 126 Mehr Wissen. Mehr Chancen. Björn Bosch u.a. (WEBK)
- 136 Technologietransfer "Sahnehäubchen" der **Exportkontrolle** Dr. Talke Ovie (HLW)
- 138 Wachstumschance Afrika Stephan Kunz (GiZ)
- 140 Fachmesse DIAM vor dem 5. Jubiläum Malte Theuerkauf (MT-Messe&Event)
- 142 Trimodal, digital und klimaneutral Contargo
- 1 14 Multimediale Lehr- und Lernkonzepte Gerhard Friese (Hübner IT)
- 148 Effektives Azubi-Marketing Lisa Marie Schelig (Unternehmerschaft Düsseldorf)
- 150 Impressum
- Liste der Autoren





WIR! die Außenhändler

unabhängig international kompetent erfahren engagiert

Mehr Info?

Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e. V. Andreas Mühlberg (Geschäftsführer) Achenbachstraße 28 40237 Düsseldorf

andreas.muehlberg@ahv.nrw

Telefon: +49 (0)211 - 66 908 28

tradeo

WIR HOLEN DIE WELT NACH DÜSSELDORF.



Wir sind an über 100 Orten für unsere Mandanten aktiv. Unsere Arbeitsweise jederzeit und überall: reaktionsschnell, global, transparent, zielgerichtet, unternehmerisch.

Ab sofort hier: Karl-Arnold-Platz 1 40474 Düsseldorf

tradeo.legal



Das neue Jahrzehnt hat mit einer globalen Gesundheitskrise begonnen, deren Folgen wir noch Jahre spüren werden. Schon zuvor haben uns Klimawandel, zunehmender Protektionismus, Brexit sowie wachsende Spannungen zwischen China und den USA herausgefordert. In diesen Monaten steht die deutsche EU-Ratspräsidentschaft vor der enormen Aufgabe, die strategischen Weichen für Europa zu stellen.



Auf den pandemischen Schock für die Wirtschaft haben EU, Bundes- und Landesregierung schnell reagiert und finanzielle Hilfen in Milliardenhöhe bereitgestellt. Klar ist: Die europäische Wirtschaft muss wieder Fahrt aufnehmen. In der strukturellen Unterstützung betroffener Volkswirtschaften liegt die Chance, richtungsweisende Innovationen voranzutreiben und dringend notwendige Investitionen in die Zukunft vorzunehmen. Gleichzeitig darf die Pandemie nicht für die Unterwanderung und Abschaffung rechtsstaatlicher Prinzipien genutzt werden. Die Achtung des Rechtsstaats bildet das Fundament Europas und ist unerlässliche Voraussetzung für vertrauensvolle Handelsund Investitionspartnerschaften.

Als Exportland hat ein florierender EU-Binnenmarkt für Nordrhein-Westfalen höchste Priorität. Zuletzt machten Exporte in die EU mehr als die Hälfte der nordrhein-westfälischen Warenausfuhr aus. Offene Grenzen innerhalb der EU sind für die wirtschaftlichen Beziehungen und das grenzüberschreitende Zusammenleben von besonderer Bedeutung. Daher hat sich die Landesregierung in der Krise erfolgreich dafür eingesetzt, die Grenzen zu den Niederlanden und Belgien offen zu halten.

Die mehr als 20.000 ausländischen Unternehmen in Nordrhein-Westfalen zeugen von der Attraktivität des Landes als dynamische und innovative Wirtschaftsregion. Im

EU-Standortvergleich der Financial Times Group belegt Nordrhein-Westfalen in der diesjährigen Erhebung den dritten Platz.

Die Landesregierung setzt sich mehr denn je für ein wirtschaftsstarkes und innovatives Europa ein, das den Willen zur gemeinsamen Zukunftsgestaltung zeigt.

Dr. Stephan Holthoff-Pförtner

western protect

Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie Internationales



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Unternehmerkolleginnen und Unternehmerkollegen,

die durch die Verbreitung des Corona-Virus verursachte Krise trifft Europa und den Rest der Welt in einem bisher nicht gekannten Ausmaß. Auch der sehr große Teil der Außenhändler in NRW ist massiv betroffen. Störungen in globalen Lieferketten, dramatische Auftragseinbrüche, Arbeitsausfälle und Einschränkungen betrieblicher Tätigkeiten durch behördliche Maßnahmen stellen unsere Unternehmen vor enorme Herausforderungen.

Gerade in schwierigen Zeiten ist es besonders wichtig, dass die EU grenzüberschreitende Lösungen findet und die EU-Institutionen ihre Handlungsfähigkeit unter Beweis stellen. Ein funktionierender Binnenmarkt ist entscheidend für die Schadensbegrenzung und somit auch für einen raschen Ausweg aus der Krise. Nationale Alleingänge und Einschränkungen der vier Grundfreiheiten schaden nachhaltig dem Binnenmarkt und somit der Wirtschaft und den EU-Bürgern.

Dass Grenzkontrollen innerhalb Europas und Einschränkungen der Personenfreizügigkeit Teil des Problems und nicht der Lösung sind, wurde hinlänglich deutlich. Für Nordrhein-Westfalen, bedingt durch seine geographische Lage, der logistische Dreh- und Angelpunkt im Herzen von Europa, spürt das in besonderem Maße. Nationalstaatliche Bestimmungen verschärfen die Krise zusätzlich, anstatt die Lage zu entspannen. Mehrtägige Wartezeiten bei der Güterabfertigung führen zu erheblichen Störungen der ohnehin belasteten Lieferketten. Gerade jetzt kann ein funktionierender Binnenmarkt dazu beitragen, die Auswirkungen der Corona-Krise abzufedern.

Nicht nur wir in NRW, sondern auch die EU-Institutionen in Brüssel, mussten in den Krisenmodus umschalten. Die ersten Erfahrungen mit der neuen Realität zeigen: Unsere deutsche

EU-Ratspräsidentschaft von Juli bis Dezember 2020 wird unter neuen Vorzeichen stattfinden. In den Mittelpunkt rücken die Handlungsfähigkeit der europäischen Institutionen, das Krisenmanagement, der Exit und der Wiederaufbau – womöglich auch die Aufrechterhaltung der EU-Integration an sich. Das bedeutet gleichzeitig, dass Themen, die gestern noch hohe Priorität hatten, überlagert werden und in den Hintergrund rücken. Nach dem Chaos der letzten Monate, teils durch unabgestimmte Handlungen, benötigt unsere Wirtschaft dringend wieder eine klare Orientierung. Es bedarf neuer Impulse, um die Zukunft der Europäischen Union zu gestalten. Die Vollendung eines funktionierenden und regelbasierten Binnenmarktes muss ein wichtiges, erstrebenswertes Ziel sein. Die deutsche EU-Ratspräsidentschaft bietet, in dieser herausfordernden Zeit, eine einmalige Gelegenheit unsere Ideen einzubringen.



Jan Krückemeyer

Vizepräsident Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V. Vorsitzender BGA-Europaausschuss





HARNISCHMACHER LÖER WENSING Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB



Wir sind eine vom *JUVE-Handbuch* empfohlene Wirtschaftskanzlei, die unter anderem auf das Zoll-, Exportkontroll- und Transportrecht spezialisiert ist. Zu unseren Mandanten gehören sowohl mittelständische Unternehmen als auch internationale Konzerne. Wir vertreten unsere Mandanten vor Gerichten sowie Behörden und verteidigen in Straf- und Ordnungswidrigkeitenverfahren. Unser Leistungsspektrum umfasst auch die Compliance-Beratung und die Durchführung von individuellen Inhouse-Schulungen.

Sprechen Sie uns an! Gerne stellen wir uns persönlich vor:



Dr. Nils Harnischmacher Rechtsanwalt T: +49 (0) 251 686860-426 F: +49 (0) 251 686860-429 Nils.Harnischmacher@ hlw-muenster.de



Dr. Talke Ovie Rechtsanwältin T: +49 (0) 251 686860-426 F: +49 (0) 251 686860-429 Talke.Ovie@ hlw-muenster.de

empfohlen von





Harnischmacher Löer Wensing Rechtsanwälte PartG mbB Hafenweg 8 48155 Münster T: +49 (0) 251 686860-0 F: +49 (0) 251 686860-100 info@hlw-muenster.de www.hlw-muenster.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit seiner Lage im Herzen Europas profitiert kaum ein anderes Bundesland so stark von der EU wie NRW. Allein im Jahr 2019 exportierten NRW-Unternehmen Waren im Wert von 128 Milliarden Euro in die EU-Mitgliedstaaten. Fast zwei Drittel der nordrhein-westfälischen Exporte gingen in einen Staat in der EU. Der Binnenmarkt, das Herzstück der EU, sichert mit der Freizügigkeit von Personen, Dienstleistungen, Waren und Kapital Wohlstand und Arbeitsplätze in unserem Land.

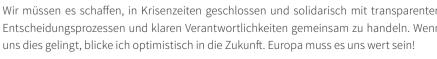
So sehr Nordrhein-Westfalen von seiner enormen Verflechtung mit Europa profitiert, so sehr hat die Corona-Pandemie auch deshalb unser Land wirtschaftlich getroffen. Tagelange LKW-Staus. Binnengrenzkontrollen. Einreiseverbote und Ouarantäne-Vorschriften: Szenarien, die wir uns in Europa nicht mehr vorstellen wollten. In einem ersten Reflex

haben die EU-Mitgliedstaaten mit nationalen Maßnahmen versucht, der Pandemie Herr zu werden. Dies hat sich zunächst massiv auf Liefer- und Wertschöpfungsketten ausgewirkt. Umso wichtiger ist es, dass die Europäische Union zuletzt wieder zu gemeinsamen Anstrengungen zurückgefunden hat.

Mit der EU-Ratspräsidentschaft steht Deutschland nun vor einer Phase mit besonderer Verantwortung für unseren Kontinent. Es geht um nicht weniger als die Aufgabe, Europa aus der schwersten Wirtschaftskrise nach dem 2. Weltkrieg zu führen. Nun kommt es entscheidend darauf an, dass wir uns wieder europaweit abstimmen und gemeinsam handeln. Alle Maßnahmen der kommenden Monate müssen auf die innere und äußere Stärkung Europas ausgerichtet sein. Die Arbeitsteilung – hierzulande und international – muss wieder funktionieren. Die EU muss schnellstens alle Elemente des Binnenmarkts wieder herstellen und vertiefen. Ebenso wichtig sind die Umsetzung der Industrie- und Digitalstrategie, die wachstumsfördernde Ausrichtung des GreenDeal sowie eine entschlossene Außen- und Handelspolitik. Deutschland muss hierzu in seiner EU-Ratspräsidentschaft

klare politische und wirtschaftliche Impulse setzen. Gerade für NRW ist eine erfolgreiche EU-Politik existenziell, damit die großen Absatzmärkte in Frankreich, Italien oder Spanien wieder funktionieren

Wir müssen es schaffen, in Krisenzeiten geschlossen und solidarisch mit transparenten Entscheidungsprozessen und klaren Verantwortlichkeiten gemeinsam zu handeln. Wenn



Arndt G. Kirchhoff Präsident, unternehmer nrw



unternehmer nrw

"Entscheidend ist, dass unseren Mitgliedsunternehmen geholfen wird"

Text und Fotos: Joop van Reeken



AHV NRW Geschäftsführer Andreas Mühlberg

Der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) ist der Fachverband, in dem Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größenordnungen weltweit Außenhandel betreiben. Hierzu zählen Importeure und Exporteure aus Industrie und Handel sowie Dienstleister aus den Bereichen Logistik, Versicherung, Finanzierung, IT, Kommunikation sowie Rechts- und Steuerberatung. Anlässlich der sechsten Herausgabe des ahv nrw magazins freuen wir uns auf ein Interview mit dem langjährigen Geschäftsführer, Herrn Andreas Mühlberg.

Joop van Reeken: Was hat den AHV NRW dazu bewogen, auch in diesem Jahr ein ahv nrw magazin herauszugeben?

Andreas Mühlberg: 2015 haben wir erstmals ein ahv nrw magazin herausgegeben, um unseren Mitgliedsunternehmen eine zusätzliche Plattform anzubieten, mit der sie ihre jeweilige Kompetenz gegenüber einer breiten Leserschaft kommunizieren können. Gleichzeitig bestand der Wunsch, das Interesse an unserer Verbandsarbeit in der Unternehmerschaft und darüber

hinaus bekannter zu machen und zu festigen.

Die Resonanz auf die Erstausgabe war so gut, dass wir uns dazu entschlossen haben, im Folgejahr erneut eine Ausgabe herauszubringen. Danach hat sich eine Eigendynamik entwickelt, die wir zum Anlass genommen haben, einmal im Jahr ein ahv nrw magazin herauszugeben.

Wie in den Vorjahren, reflektiert auch die diesjährige Ausgabe unsere praxisorientierte Verbandsarbeit. Sie illustriert die Vernetzung, mit der der AHV NRW die Herausforderungen im Außenhandel meistert und als Navigator mit Rat und Tat seinen Mitgliedsunternehmen und der Politik zur Seite steht.



Mit dem ahv nrw magazin geben wir dem Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) ein Gesicht und unterstreichen somit sowohl unsere Kompetenz, als auch unsere Verbundenheit zum Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen

JvR: Warum haben Sie sich in dieser Ausgabe für das Schwerpunktthema Europa und nicht für das Thema Überwindung der Corona-Pandemie entschieden?

AM: Das eine schließt das andere nicht aus. Ausschlaggebend für das diesjährige Schwerpunktthema "WIR! – die Außenhändler im Herzen Europas" ist der EU-Ratsvorsitz Deutschlands im zweiten Halbjahr 2020. Die deutsche Agenda wird maßgeblich von der Überwindung der Covid-19 Pandemie bestimmt. Daher ist es gerade jetzt eine gute Gelegenheit, sich dem Thema Europa in besonderem Maße zu widmen.

JvR: Wie hat der AHV NRW seinen Mitgliedsunternehmen in dieser Situation konkret helfen können?

AM: Der Ausbruch der Covid-19 Pandemie und dem damit einhergehenden Lockdown im März 2020 hat natürlich auch unsere Verbandsarbeit auf den Kopf gestellt. Das persönliche Gespräch und der Austausch sowie unsere traditionellen Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) waren von jetzt auf gleich nicht mehr möglich. Für uns Außenhändler, die den persönlichen Kontakt zu Kunden und zu Lieferanten pflegen, ist die Corona-Pandemie eine außergewöhnliche und in vielerlei Hinsicht schmerzhafte Erfahrung. Die Betroffenheit war bzw. ist bei den Unternehmen mit Auslandsbezug – klammert man das innerdeutsche Geschäft einmal aus – sehr unterschiedlich.

Zunächst einmal haben wir unsere Mitgliedsunternehmen umfassend über die neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen informiert und sind mit ihnen in einen offenen Dialog getreten. Die Aufrechterhaltung der Kommunikationskanäle zu unseren Mitgliedsunternehmen stand dabei an erster Stelle. So konnten wir in Echtzeit erfahren, wo gerade Probleme und Fragestellungen im Außenwirtschaftsverkehr auftraten.

Wir können uns gut für die Belange unserer Mitgliedsunternehmen einsetzen, da wir den Input direkt aus der Praxis bekommen. Hierzu dienen auch unsere Arbeitskreise Außenhandelsfinanzierung, Exportkontrolle und Zoll, bei denen sich Außenhändler unterschiedlicher Branchen auf Fachebene austauschen können.

Mit dem gewonnenen Input haben wir sehr schnell, gerade auch durch die sehr gute Zusammenarbeit mit unseren Spitzenverbänden – Bundesverband Großhandel Außenhandel Dienstleistungen (BGA) / Bundesverband des Deutschen Exporthandels (BDEx) auf Bundesebene-in Telefonkonferenzen▶



GLOBAL TRADE PROZESSE OPTIMIEREN MIT LÖSUNGEN VON dbh.

Beschleunigte Prozesse, effizienter Ressourceneinsatz, größere Transparenz, Risikominimierung - mit Software und Beratung von dbh schöpfen Sie das Potenzial aus, das in der Digitalisierung der Logistikketten steckt!

ZOLLABWICKLUNG

- Für alle Zollverfahren von A wie Ausfuhr bis Z wie Zolllager
- EU-Warenvorabanmeldung

PRÄFERENZMANAGEMENT

- Lieferantenerklärungen
- Dokumentation des Warenursprungs
- Präferenzkalkulation

TRADE COMPLIANCE

- Sanktionslistenprüfung
- Exportkontrolle
- US-Re-Exportkontrolle
- Tarifierung

STEUERN & VERSAND

- Mehrwertsteuer-ID-Prüfung
- Gelangensbestätigung
- Versandsystem
- EMCS Versand



Profitieren Sie von unseren Anbindungen an Warenwirtschafts- und ERP-Systeme. Speziell für SAP bieten wir unsere Produkte auch als einfach integrierbare Plug-Ins an.



WWW.DBH.DE

oder mittels virtuell einberufener Sondersitzungen der Bundesministerien unsere Erkenntnisse weitergeben können, damit Maßnahmen eingeleitet werden konnten, um die negativen Auswirkungen der Pandemie auf den Außenwirtschaftsverkehr abzufedern.

Mit der Ausweitung der staatlichen Absicherungsmöglichkeiten von wirtschaftlichen und politischen Risiken durch die Exportkreditgarantien des Bundes auf weltweit alle Staaten ist uns gleich zu Beginn der Corona-Krise ein großer verbandspolitischer Erfolg gelungen.

Grundsätzlich dürfen staatliche Exportkreditgarantien im Kurzfristbereich nur dann angeboten werden, wenn kein ausreichendes privatwirtschaftliches Kreditversicherungsangebot zur Verfügung steht. Und dies ist prinzipiell richtig. Leider befinden wir uns derzeit mit der COVID-19-Pandemie in einer absoluten Ausnahmesituation. So erhielten wir aus dem Mitgliederkreis vermehrt die Nachricht, dass im Rahmen der Absicherung von Exportaufträgen die jeweiligen privaten Versicherer die Limite reduziert hatten. Das Risiko eines Zahlungsausfalls ausländischer Kunden über das Limit hinaus wollten viele Unternehmen nicht eingehen und so blieben Exportgeschäfte auf der Strecke.

Eine Kommissionsmitteilung der EU regelt dabei die Grenzen zwischen sogenannten "marktfähigen Risiken" und "nicht marktfähigen Risiken". Sehr früh in der Krise hat sich die Europäische Kommission diesem Thema angenommen und sich mittels eines Konsultationsverfahrens Ende März einen Überblick verschafft.

Hier ist es gelungen, innerhalb von 48 Stunden unsere Position einzureichen. Unser Bundesverband, BDEx, aber auch der BGA und unser Europäischer Dachverband EuroCommerce hatten sich hierbei eindeutig für eine entsprechende Öffnung, wie verabschiedet, ausgesprochen, um die Möglichkeit zu schaffen, dass der Bund dann einspringen kann, wenn der private Kreditversicherungsmarkt keine ausreichenden Deckungen mehr zur Verfügung stellen kann. Angesichts der wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Bonitäten der Unternehmen, insbesondere in Südeuropa, gab es einen dringenden Handlungsbedarf.

Am 27.03.2020 hatte die EU-Kommission dann entschieden, dass Exportgeschäfte mit kurzfristigen Zahlungszielen auch in die 27 EU-Mitgliedsstaaten und in ausgewählte OECD-Länder (Australien, Island, Japan, Kanada, Neuseeland, Norwegen, die Schweiz, die USA sowie das Vereinigte Königreich) mit staatlichen Exportkreditgarantien abgesichert werden können. Die erweiterten Deckungsmöglichkeiten sind zunächst bis zum 31.12.2020 befristet.

Der Bund wiederum schaffte am 30.03.2020 umgehend die Möglichkeit, diese Regelung auch mit Euler Hermes umzusetzen. Die getroffene Ausnahmeregelung stellt vor allem im Bereich

der Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung (APG) eine wirksame Unterstützung für unsere Mitgliedsunternehmen dar. Die zur Absicherung beantragten Geschäfte werden nach Mitteilung des Mandatars einzeln geprüft und bei ausreichender Bonität des ausländischen Kunden in den Vertrag einbezogen. Für die oben genannten Länder entfällt zudem die Anbietungspflicht.

Konkret helfen konnten wir auch im Rahmen der weltweiten Rückholaktion der Bundesregierung von gestrandetem Personal unserer Mitgliedsunternehmen. Durch den Lockdown waren nicht nur Touristen betroffen, sondern auch eine Vielzahl von Geschäftsreisenden. Hier haben wir uns über unsere Bundesverbände BGA und BDEx beim Auswärtigen Amt stark gemacht, um die Rückholaktion in konkreten Fallkonstellationen zu beschleunigen.

Für einige unserer Mitgliedsunternehmen kam das Kerngeschäft zwar zum Erliegen, jedoch gab es viele Initiativen systemrelevante Produkte, vorrangig persönliche Schutzgüter wie Masken, Handschuhe, Schutzschilde etc., weltweit zu beschaffen und innerhalb Deutschlands zu vertreiben. Hier haben unsere Außenhändler sehr gute Arbeit geleistet und dank ihrer weltweiten Verbindungen, in relativ kurzer Zeit Ware beschaffen können.

Es war sehr aufschlussreich zu beobachten, wie gut unser Unternehmernetzwerk in dieser Phase funktioniert hat und sich die Mitgliedsunternehmen unterschiedlicher Branchen und internationaler Ausrichtungen gegenseitig unterstützt haben. Der AHV NRW hat hier seine Stärke eindrucksvoll unter Beweis stellen können. Auch das Zusammenspiel mit Mitgliedsunternehmen ausländischer Herkunft hat besonders viel Input geliefert.

Derzeit behindern Einreiseverbote und Quarantänebestimmungen in zahlreichen Ländern noch deutsche Unternehmen, gerade wenn es um die Entsendung von Monteuren geht. Das Potenzial einer Wartung mittels der Digitalisierung wurde verstärkt genutzt. Einzelne Wartungsarbeiten an Maschinen und Anlagen im Ausland konnten mit Hilfe von Videokonferenzen durchgeführt werden. Natürlich hängt dies immer von der Komplexität der Maschinen und Anlagen ab. Es wird in Zukunft sicherlich dazu führen, Auslandseinsätze besser zu planen oder gar unnötig zu machen. Das gilt für Geschäftsreisen im Allgemeinen.

Kurzum, unser branchenübergreifendes Unternehmer- und Verbandsnetzwerk funktioniert. Durch persönliche Kontakte und einem Grundvertrauen unter den Mitgliedsunternehmen konnten und werden weiterhin Erfahrungen, Hinweise und Tipps ausgetauscht werden, um Rückschlüsse auf das eigene Außenhandelsgeschäft zu ziehen und vom Wissen anderer zu profitieren.

JvR: Das machen doch andere Verbände auch so?

AM: Ja klar, die Bewältigung der derzeitigen Corona-Pandemie ist für alle Wirtschaftsverbände eine Bewährungsprobe. ▶



Gerade jetzt ist der Schulterschluss mit anderen Wirtschaftsverbänden so wichtig, um vereint in der Sache das Bestmögliche für die Unternehmen herausrauszuholen. Ohne diesen Schulterschluss wären die Folgen für die Wirtschaft insgesamt schlimmer geworden.

Ich habe auch die Erfahrung gemacht, dass – bedingt durch den wirtschaftlichen Einbruch – sich neue Kooperationen entwickeln können. Beispielsweise arbeiten wir seit Ausbruch der



Andreas Mühlberg zu Gast bei Contargo in Neuss - ATC Goes Company am 12.09.2019

Pandemie mit der Handelskammer in Bozen zusammen und informieren unsere Mitgliedsunternehmen regelmäßig über die Entwicklungen im grenzüberschreitenden Warenverkehr bezüglich der Abfertigungszeiten und nationalstaatlicher Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie. Der Informationsfluss wird im Mitgliederkreis sehr positiv wahrgenommen.

Wer den AHV NRW kennt, der weiß, dass er keine Berührungsängste zu anderen Wirtschaftsverbänden oder anderen Akteuren der Außenwirtschaft hat. Untereinander steht man im Austausch und profitiert vom Wissenstand und von aktuellen Erfahrungen anderer. Entscheidend ist, dass den Mitgliedsunternehmen geholfen wird. Das gilt für den AHV NRW in besonderem Maße.

JvR: Wie geht es weiter?

AM: Plötzliche Grenz- und Werksschließungen haben die Fragilität von Lieferketten sichtbar werden lassen. Die Unternehmen werden auf jeden Fall ihre Lieferketten neu durchdenken und stärker ausdifferenzieren. Letztendlich geht es darum, schneller und flexibler bei externen Störungen reagieren zu können. Mittelfristig wird es einen Paradigmenwechsel geben, weg von "Just-In-Time" hin zu "Just-In-Case". Denn die derzeitige Corona-Pandemie zeigt auch, welche bedeutende Rolle der Großhandel und die Lagerwirtschaft haben. Von wenigen Branchen einmal abgesehen, gab es zwar hier und dort einen Lieferengpass, jedoch nie einen Versorgungsengpass. Der Großhandel war während des Lockdowns jederzeit funktionsfähig.

Die Digitalisierung bekommt einen enormen Wachstumsschub. Das wird u.a. zur Folge haben, dass vermehrt Videokonferenzen durchgeführt und die Anzahl der Geschäftsreisen deutlich zurückgehen werden. Während des Lockdowns haben viele von uns die Erfahrung gemacht, dass Homeoffice eine Alternative zum klassischen Büroarbeitsplatz sein kann.

Die Sehnsucht nach Präsenzveranstaltungen und nach persönlichen Begegnungen ist in den vergangenen Wochen deutlich angestiegen. Nicht alle Fragen und Fallkonstellationen können telefonisch in aller Offenheit und im Detail geklärt oder erörtert werden. Der persönliche Kontakt wird auch zukünftig ein wichtiger Bestandteil bleiben, denn weder ein Algorithmus, noch eine Videokonferenz ersetzen die Vertraulichkeit eines Gespräches.

Wir hoffen darauf, dass baldmöglichst alle unsere Präsenzveranstaltungen, mit besonderem Augenmerk auf die Fit For Trade Seminarreihe, die eigens für Nachwuchskräfte in den Unternehmen entwickelt wurde, ebenso wieder stattfinden können, wie unsere regelmäßigen Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC).

JvR: Welche weiteren Themen bestimmen derzeit den Alltag beim AHV NRW noch?

AM: Das Themenspektrum bleibt groß. Exemplarisch seien hier die bestehenden Wirtschaftssanktionen erwähnt. Seit Langem besteht der Wunsch einen Einstieg in den Ausstieg der bestehenden Russlandsanktionen zu finden. Das Abkommen von Minsk muss umgesetzt werden. Es kann nicht im Interesse der beteiligten Konfliktparteien sein, am Status Quo festzuhalten. Hier muss jede Seite über ihren eigenen Schatten springen und vertrauensbildende Maßnahmen ergreifen.

Ungemach droht jedoch auch aus den USA. Die U.S.-Wirtschaftssanktionen gegenüber Russland, die durch ihre Extraterritorialität weltweite Geltung entfalten, werden das Geschäft einzelner Branchen zusätzlich erschweren. Exemplarisch seien hier die Sanktionen gegenüber Nord Stream 2 genannt. ▶





Werden Sie Teil des Erfolgs – kommen Sie zu uns nach Nordrhein-Westfalen | NRW.

Die landeseigene Wirtschaftsförderungsgesellschaft NRW.INVEST unterstützt Sie bei Ihren Projekten an Deutschlands Investitionsstandort Nr. 1. Nutzen Sie unseren Service, um in Europa zu wachsen. Wir begleiten Sie dabei vom ersten Schritt bis zum erfolgreichen Abschluss – und darüber hinaus. **Sprechen Sie uns an!**



Afrika wird für uns Außenhändler ein immer wichtiger werdender Beschaffungs- und Absatzmarkt. Der politische Wille und zahlreiche Informationsveranstaltungen, die im vergangenen Jahr mit vielen Unternehmensvertretern bundesweit stattgefunden haben, unterstreichen das Interesse europäischer Unternehmen an Afrika. Auch das ins Leben gerufene Afrika-Wirtschaftsnetzwerk der Germany Trade & Invest (GTAI) begrüßen wir sehr.

In der Umsetzbarkeit der Afrika-Politik wünschen wir uns jedoch eine Nachjustierung, gerade bei Fragen der Finanzierung. So sollten afrikanische Transaktionen förderungswürdig gestellt werden. Afrikanische Kunden unserer Mitgliedsunternehmen werden nämlich in der gleichen Intensität geprüft wie Kunden in Schwellenländern. Die Voraussetzungen für eine Absicherung seitens Euler Hermes sollten den lokalen Gegebenheiten angepasst werden. Außerdem wünschen wir uns eine stärkere Unterstützung bei der persönlichen Ansprache von Kunden unserer Mitgliedsunternehmen. Der Großteil der zu finanzierenden Projekte in Afrika haben eine starke Nachhaltigkeitskomponente. Auch hier sollte eine stärkere Synchronisation zwischen dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie sowie dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung erfolgen.

JvR: Welche Impulse erwarten Sie von der deutschen EU-Ratspräsidentschaft?

AM: Wir erwarten, dass aus den bisherigen Erfahrungen mit der Covid-19-Pandemie die richtigen Schlussfolgerungen gezogen werden. Wir müssen auf vielen Gebieten besser werden. Nationalstaatliche Alleingänge, so wie wir das bei den Grenzschließungen erlebt haben, darf es nicht mehr geben. Das gilt übrigens auch für uns in Deutschland. Das temporäre Exportverbot von Schutzausrüstung hat viele unserer europäischen Partner zu Recht verstimmt. Nur gemeinsam lassen sich Krisen dieser Dimension erfolgreich meistern. Wir müssen in Europa weiter an der Einheit in der Vielfalt arbeiten.

Man muss auf allen Ebenen mehr miteinander als übereinander sprechen. Die Zusammenarbeit auf lokaler Ebene funktioniert oftmals einfacher als auf Staatsebene, wo es nur darum geht, nationalstaatliche Wirtschaftsinteressen durchzusetzen.

NRW und die Niederlande z.B. sind inzwischen sowohl auf der wirtschaftlichen, als auch auf der kulturellen Seite, so eng miteinander vernetzt, dass ein Auseinanderbrechen Europas fatale Folgen für uns alle hätte. Für uns Außenhändler in Nordrhein-Westfalen ist das Nachbarland mit seiner 395 km langen Grenze sowohl Absatz- als auch Beschaffungsmarkt Nummer eins. Die Niederlande und Belgien sind für die Logistik von besonders hoher Bedeutung. Die Anbindung an die ZARA-Häfen (Zeebrügge, Antwerpen, Rotterdam und Amsterdam) bilden innerhalb Europas einen wichtigen Verkehrskorridor.

JvR: Ist Entbürokratisierung ein Thema?

AM: Auch hier gibt es viele Möglichkeiten, den Außenhandel durch den Abbau von Handelshemmnissen zu stärken. Die Umsetzbarkeit und auch die Verhältnismäßigkeit neuer Gesetze und Durchführungsbestimmungen in der Praxis werden von der Politik oftmals nicht genügend berücksichtigt.

Zu den Grundfreiheiten der Europäischen Union zählen, neben dem freien Waren- und Kapitalverkehr und der Dienstleistungsfreiheit auch die Arbeitnehmerfreizügigkeit. In den vergangenen Jahren wurden die arbeits- und sozialversicherungsrechtlichen Vorgaben für die Entsendung von Beschäftigten in andere EU-Staaten so verschärft, dass der Aufwand – insbesondere für klein und mittelständische Unternehmen – in keinem vertretbaren Verhältnis zum Nutzen mehr steht. Die gesetzliche Pflicht bei Dienstreisen ins europäische Ausland eine sog. A1-Bescheinigung mitzuführen, um den Sozialversicherungsstatus nachweisen zu können, ist ein Hemmschuh.

Nicht nur im Rahmen der grenzüberschreitenden Dienstleistungserbringung gibt es Handlungsbedarf. Auch die Zersplitterung auf anderen Rechtsgebieten, wie z.B. dem Verbraucherschutzrecht, beschleunigen den Wunsch nach einheitlichen Regelungen. Nationale Umsetzungen von EU-Richtlinien führen zu erheblichen Unterschieden in den EU-Staaten. Sie gewähren Mitgliedstaaten zu große Gestaltungsspielräume, mit der Konsequenz, dass die erhoffte Rechtsvereinheitlichung nicht eintritt. Eine Wettbewerbsverzerrung ist die Folge.

Kernaussage ist die, dass jeder EU-Mitgliedstaat von den Erfahrungen der anderen auf bestimmten Gebieten profitieren kann. Dabei ist stets darauf zu achten, dass die Unternehmen innerhalb des Binnenmarktes ihre Freiräume für die Entfaltung von Geschäften auch nutzen können.

JvR: Wie steht der AHV NRW zum BREXIT?

AM: Für uns Außenhändler, insbesondere in Nordrhein-Westfalen, ist der BREXIT eine große Herausforderung und Enttäuschung zugleich. Bis heute sind die Gründe für den politisch gewollten Austritt Großbritanniens aus der EU aus rein wirtschaftlicher Sicht nicht nachvollziehbar.

Vieles wird davon abhängen, wie Großbritannien und die verbliebenen EU-Staaten ihre Zusammenarbeit in ein Vertragswerk gießen werden. Unabhängig vom Zeitpunkt, in dem Großbritannien die Zollunion ohne Abkommen verlassen wird, wird für jede Warenlieferung eine Zollanmeldung erforderlich sein; und zwar unabhängig davon wie hoch die Zollsätze sind. Alleine der damit verbundene administrative Aufwand wird allen Beteiligten Zeit und Geld kosten. Die Verteuerung durch die Transaktionskosten, auch für etwaige neue Zertifizierungserfordernisse, werden

dazu führen, dass bestimmte Lieferketten betriebswirtschaftlich nicht mehr rentabel sein werden

Hinzu kommt der drohende Bedeutungsverlust der EU als Wirtschaftsblock. Europa verliert mit Großbritannien auf der Weltbühne deutlich an Bedeutung.

JvR: Zum Abschluss noch die Frage, was macht den AHV NRW einzigartig?

AM: Die Kombination von Erfahrung, Kompetenz, Austausch und persönlicher Verbindung, die in unserem Mitgliederkreis nicht nur vorhanden ist, sondern auch gelebt wird und das über die Jahre hinweg entwickelte Unternehmer- und Verbandsnetzwerk ist letztendlich die DNA des Außenhandelsverbandes Nordrhein-Westfalen.

Unternehmen aus allen Bereichen des Außenhandels, die noch nicht Mitglied bei uns sind, sind herzlich eingeladen, sich uns anzuschließen und hieran erfolgreich und langfristig zu partizipieren.

JvR: Wir bedanken uns für das Gespräch. ◀



Dipl.-Betriebswirt Andreas Mühlberg Geschäftsführer

40237 Düsseldorf

Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V.Achenbachstraße 28

T +49 211 66 908 28 F +49 211 66 908 40 andreas.muehlberg@ahv.nrw www.ahv.nrw



Ihre Anwälte für Europarecht

Das Unternehmensrecht wird geprägt durch den Einfluss europäischer Grundfreiheiten und die Rechtsharmonisierung aufgrund europäischer Gesetzgebung. Fundierte Kenntnisse im Europarecht sind daher unabdingbare Voraussetzung für das grenzüberschreitende Geschäft.

Als internationale Wirtschaftskanzlei beraten wir Sie bei Ihren Geschäftstransaktionen und führen Sie sicher durch die komplexen Systeme nationaler und europäischer Rechtsvorschriften, Gesetze, Verordnungen, Richtlinien etc.

Unsere Berater sind erfahrene und ausgewiesene Europarechtsexperten, u.a. Herausgeber und Autoren verschiedener Kommentare, z.B. zur Charta der Grundrechte der Europäischen Union.

Beratungsschwerpunkte:

- Internationales Wirtschaftsrecht (Schwerpunktländer Italien und Polen)
- Handels- und Gesellschaftsrecht
- Vertriebs- und Handelsvertreterrecht
- Arbeitsrecht
- Datenschutz
- Sanierungsberatung



Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte PartGmbB Immermannstraße 15 40210 Düsseldorf

Tel.: 0211/17520660 Fax: 0211/17520666 dmp@derra-d.de www.derra.eu

Ihre Ansprechpartner in Düsseldorf:



Karl-Heinz Lauser



Stefan Eßer



Dr. Jens Eckhardt



Ruth Witten-Violetti

Next Generation EU

Engagement für Europa lohnt sich

Text: Karl-Alois Bläser



Karl-Alois Bläser Referatsleiter VIII A 3 Grundsatzfragen des Europarechts, EU-Koordinierung, Europäisches Beihilfenrecht, Länderreferat Nord-, Mittelund Osteuropa, Russland, Beziehungen zum Vereinigten

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen Berger Allee 25 40213 Düsseldorf

Königreich)

T +49 211 61772 415 F +49 211 61772 92 415 karl-alois.blaeser@ mwide.nrw.de

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen



Das Jahr 2020 hat Europa (und andere Teile der Welt) mit der Corona-Pandemie vor die größte Herausforderung seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs vor 75 Jahren gestellt. Die Krise hat offenkundig gemacht, dass nur Zusammenhalt und solidarisches Handeln die Zukunftsfähigkeit der EU garantieren können. In der zweiten Jahreshälfte werden weiterhin die Weichen für die Überwindung der Corona-Krise gestellt - unter deutscher Präsidentschaft. Klimaschutz und die Förderung grünen Wachstums, Digitalisierung und Aufbau sicherer Datenstrukturen sowie die Übernahme von mehr globaler Verantwortung – in diesem Dreiklang setzt sich Deutschland als "ehrlicher Makler" für mehr Mit- und Füreinander der EU-27 ein. Dies ist fürwahr keine leichte Aufgabe, denn Europa befindet sich seit vielen Jahren im Krisenmodus.

Staatsschulden, Migration, Brexit, sind neben der Corona-Pandemie nur einige der Stichworte, welche die großen Herausforderungen beschreiben, die Europa zu bewältigen hat. Hinzu kommen die Risiken, die sich durch die Globalisierung ergeben, insbesondere der Verlust geopolitischer Stabilität: China erhebt den Anspruch, die Weltordnung nach seinen Vorstellungen neu zu gestalten. Die westliche Führungsmacht USA unter Präsident Trump wendet sich mit ihrer Strategie des "America First" von seinen wichtigsten Verbündeten in Europa ab und kehrt dem Multilateralismus den Rücken zu. Russland versucht, mit seinen gewaltigen Energieressourcen Einfluss im Westen zu nehmen und die EU zu schwächen.

Phönix

Seit Bestehen der Europäischen Union gab es laute Kassandrarufe, die das Ende dieser einmaligen Friedens- und Wertegemeinschaft heraufbeschworen haben. Jedes Mal ist Europa am Ende der kritischen Phasen wie ein Phönix aus der Asche auferstanden und gestärkt aus seinen Krisen hervorgegangen. Das sollte auch diesmal zu erwarten sein. Die Bereitschaft, die EU zukunftsfähiger und krisenfester zu machen und gleichzeitig dabei mehr globale Verantwortung zu übernehmen, steigt angesichts der Erkenntnis, dass zur Bekämpfung der Pandemie zunächst kaum gemeinsame paneuropäische Wege gegangen wurden. Vielmehr zog Europa sich reflexartig in seine nationalen Schneckenhäuser zurück.

Die COVID-19-Pandemie hat unsere Augen geöffnet, wie volatil die EU-27-Staatengemeinschaft in Wahrheit ist. "Alle Schotten hoch!" lautete die Devise der Mitgliedstaaten zu Beginn des Corona-Ausbruchs, und schneller als sich die Pro-Europäer die Augen reiben konnten, wurden die nationalen Grenzen geschlossen. Der Nationalstaat hatte das Sagen, als es um die innereuropäischen Grenzen ging. Wie hilflos mutete da das Bild der neuen EU-Kommissionspräsidentin von der Leyen an, die in einem Videoclip ihrer mächtigen EU-Behörde erklärte, wie man sich in Corona-Zeiten richtig die Hände wäscht. Wir brauchen künftig mehr EU-Souveränität!

Nach einer Phase der Schockstarre und unterstützt vom deutsch-französischen Freundschaftstandem, hat die EU-Kommission inzwischen wieder die Initiative ergriffen und beachtenswerte Vorschläge unterbreitet, damit wir Europäer aus der Krise finden. Der MFR-Vorschlag (mehrjähriger Finanzrahmen) für die Jahre 2021 bis 2027 und der Aufbauplan mit seinem zukunftsweisenden Titel "Next Generation EU" hat einen Umfang von 1,85 Billionen Euro. Es handelt sich um das bisher größte EU-Budget. Mit dem Recovery-Instrument in Höhe von 750 Milliarden Euro – einem Mix aus Zuschüssen und Krediten, rückzahlbar bis spätestens 2058 - übertrifft Kommissionspräsidentin von der Leven noch den deutsch-französischen Vorschlag von Bundeskanzlerin Merkel und Staatspräsident Macron. "Nicht kleckern, sondern klotzen", lautet nun scheinbar die Devise. Ein Grundkonsens scheint zu sein, dass nun die Zeit gekommen ist, mit befristeten staatlichen Ausgaben die europäischen Volkswirtschaften zu stützen. Dass die EU-Kommission erstmals Schulden aufnehmen, sich neue Einnahmequellen für ihren Haushalt genehmigen – und sich damit nebenbei mehr zentralistische Macht aneignen will - ist freilich nicht verborgen geblieben und wird heftig diskutiert. Zwei Mammutaufgaben hat die deutsche Ratspräsidentschaft bis zum Ende des Jahres zu erledigen: Die Verabschiedung des mehrjährigen Finanzrahmens (MFR) und der BREXIT, der zum Jahresende, in welcher Form auch immer, abgeschlossen sein muss.

Nordrhein-Westfalen wird sich mit konstruktiven, lösungsorientierten und in die Zukunft gerichteten Beiträgen einbringen. Das gilt auch für den Umgang mit Grenzen, denn das Land ist wegen der Vielzahl seiner exportorientierten Wirtschaftsakteure dringend auf offene Grenzen angewiesen, ebenso auf ungestört funktionierende Lieferketten. Gerade letztere fielen weitgehend aus und führten dadurch zu Versorgungsengpässen und sogar – ausfällen.

Europäische Binnennachfrage

Corona hat die europäische Wirtschaft stärker geschädigt, als bislang erwartet. Die deutschen Exporte sind bei vielen wichtigen Handelspartnern drastisch eingebrochen. Im Vergleich zum April des letzten Jahres lag der Rückgang bei den Exporten bei 31,1 Prozent. Auch die Importe waren laut Statistikamt um 16,5 Prozent niedriger als im März des Vorjahres. Der deutsche Exportüberschuss sank auf 3,5 Milliarden Euro (2019: 17,8 Milliarden Euro).

Aus NRW-Sicht ist es daher besonders wichtig, alles zu tun, um die europäische Binnennachfrage nachhaltig zu fördern. Dies kommt auch insgesamt der deutschen, stark mittelständisch geprägten Wirtschaft zugute: Europa ist bekanntlich der größte Absatzmarkt für die deutschen und nordrhein-westfälischen Exporteure.

Auch die Vorschläge der Europäischen Kommission zum EU-Haushalt 2021-2027 sowie dem Aufbauplan "Next Generation EU" tragen nach Auffassung der meisten nordrhein-westfälischen Industrieverbände und -vereinigungen dazu bei, die deutsche und die europäische Wirtschaft zu stützen und insgesamt resilienter zu machen. Daher ist der Vorstoß der EU-Kommission zu begrüßen, im Rahmen des überarbeiteten mehrjährigen Finanzrahmens 2021-2027 auch einen Aufbauplan vorzulegen. Allerdings lassen die Vorschläge der EU-Kommission die Frage offen, wofür Kredite und Zuschüsse vergeben werden sollen. Der Vorschlag, die Mittelvergabe an das Europäische Semester und damit an die (bisher wenig beachteten) Länderberichte der Kommission und die darin enthaltenen Empfehlungen zu binden, sind vage und lassen ein klares Konzept vermissen. Auch muss darauf geachtet werden, dass die außerordentlichen Maßnahmen unbedingt befristet bleiben; eine dauerhafte Vergemeinschaftung von Schulden in der EU kann nicht das Ziel sein.

Interessenkonflikt

Die Europäische Kommission hat vor, für die Rückzahlung der Anleihen neue eigene Einnahmequellen (z. B. Digitalsteuer, Plastiksteuer, CO2-Grenzausgleichssystem/border tax) zu erschließen, bzw. ihre Eigenmittel zu erhöhen. Mit den neuen Eigenmitteln könnte laut Kommission die Rückzahlung der 750 Milliarden Euro samt Zinsen über einen Zeitraum von 30 Jahren finanziert werden. Wenn die Mitgliedstaaten der Kommission diese neuen Einnahmen nicht bewilligen, dann werden entsprechende Ausgabenkürzungen in den zukünftigen EU-Haushalten fällig. Hier liegt ein zentraler Interessenkonflikt vor.

Die Bekämpfung der Corona-Krise ist auch aus konjunkturund wirtschaftspolitischer Sicht eine gesamteuropäische Aufgabe. Es bedarf daher, neben den nationalen Programmen, auch eines kraftvollen Programms seitens der EU. In ihrem 10-Impulse-Papier hat die Landesregierung bereits auf die Bedeutung einer Wiederbelebung des Binnenmarktes und eines Wiederaufbaufonds hingewiesen. Daher ist es auch aus Sicht des Landes sinnvoll, dass der Wiederaufbauplan verbindlich vorgibt, die Investitionen zu stärken sowie Strukturreformen und Bürokratieabbau umzusetzen.

Auch langfristig tragfähige Staatsfinanzen und die Einhaltung der Fiskalregeln dürfen nicht außer Acht gelassen werden. Es ist zu hoffen, dass das Europäische Parlament und der Rat der EU trotz des engen Zeitplans zu schnellen Entschlüssen kommen, denn schon im Januar 2021 soll der neue MFR gelten.

Die europäische Integration ist als demokratisches Friedensprojekt auf der Basis gemeinsamer Werte entstanden und muss handeln sowie das "große Ganze" im Auge behalten. Europa darf sich daher nicht nur mit sich selbst beschäftigen, denn nur, wer sich nicht einschließt, gewinnt die Zukunft. ◀

ahv nrw magazin 2020 19

BGA – Partner im europäischen Wettbewerb

Einsatz für einen funktionierenden Großund Außenhandel in Europa

Text: Jan Krückemeyer



Europaausschussvorsitzender Jan Krückemeyer mit MdEP Sven Giegold (Foto: BGA)

Das Coronavirus hat einen Großteil der Weltwirtschaft geschwächt und wird deutliche Spuren hinterlassen. Die Situation bleibt solange fragil, bis ein wirksamer Impfstoff gefunden wird. Gerade in der derzeitigen weltpolitischen Lage brauchen wir ein starkes Europa, nach innen und auch nach außen. Das im Mai 2019 gewählte EU-Parlament und die bestätigte EU-Kommission müssen Antworten auf die Herausforderungen definieren und dabei als Einheit handeln.

Für eine erfolgreiche Zukunft des Wirtschaftsstandortes Deutschland, im Besonderen Nordrhein-Westfalens, ist die weitere Liberalisierung des Welthandels von entscheidender Bedeutung. Bestrebungen einzelner Mitgliedstaaten auf Renationalisierung gerichtete und dem weltweiten Handel kritisch gegenüberstehende Positionen einzunehmen, sorgen für massive Verunsicherung in vielen Unternehmen.

Offene Märkte für Handel und Investitionen sind nun mehr denn je von größter Bedeutung. Das gilt vor allem für die exund importierende NRW-Wirtschaft. Wachsendes Handelsvo-

lumen, zahlreiche Standorte nordrhein-westfälischer Unternehmen im Ausland, sowie erhebliche ausländische Direktinvestitionen in NRW, unterstreichen die enge internationale Verflechtung. Unter dem wachsenden Druck ist der deutsche Außenhandel dringend auf neue Impulse angewiesen.

Der Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) vertritt als Dachverband ca.150.000 Unternehmen des Groß- und Außenhandels, sowie unternehmensnahe Dienstleister. Das BGA-Netzwerk bündelt das Know-how von 43 Branchen- und 22 Landes- sowie Regionalverbänden. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die europapolitische Arbeit des BGA, die zu einem großen Teil in Brüssel stattfindet. Hier werden enge, persönliche Kontakte mit den EU-Institutionen und den europäischen Fachverbänden gepflegt. Zu den regelmäßigen Aktivitäten gehören Besuche im Europäischen Parlament in Brüssel und Straßburg, um die Prioritäten des Groß- und Außenhandels mit Europaabgeordneten



Der britische Botschafter in Deutschland Sir Sebastian Wood mit Jan Krückemeyer während der Sitzung des Europaausschusses in der Botschaft des Vereinigten Königreichs (Foto: BGA)



Jan Krückemeyer stellt den Groß- und Außenhandel am Wholesale Day 2020 in Brüssel vor (Foto: BGA)



Über die Vorstellung von "Wholesale - At the Centre of Europe's Economy" und feierliche Übergabe an die EU-Kommission freuen sich in Brüssel (v.l.n.r.) Jan Krückemeyer, Christian Verschueren (Generaldirektor Euro-Commerce) und Régis Degelcke (Präsident EuroCommerce) (Foto: BGA)

zu diskutieren. Dieser enge Austausch auf europäischer Ebene ermöglicht es uns, im EU-Parlament frühzeitig das Bewusstsein für unseren Sektor zu schärfen sowie unsere Kernbotschaften zu vermitteln.

Der BGA-Europaausschuss tagt, abwechselnd in Berlin und Brüssel, zu relevanten aktuellen europapolitischen Themen des Groß- und Außenhandels. Ob zu den Entwicklungen der Post-Brexit-Verhandlungen oder dem Mercosur-Abkommen stets wird angeregt mit den ausgewiesenen Fachexperten debattiert und kommuniziert. Dabei bietet sich immer die Möglichkeit neue Kontakte zu knüpfen, sowie bereits bestehende weiter zu vertiefen.

Bei Veranstaltungen der europäischen Fachverbände bringt sich der BGA aktiv ein. Im Vordergrund steht dabei häufig die weitere Sensibilisierung für die große Relevanz unserer Branche.

In Zeiten von Corona wird die europapolitische Arbeit des BGA besonders relevant bleiben. Wir machen uns stark für eine ex-

portorientierte, international ausgerichtete Volkswirtschaft. Renationalisierung von Produktion, der Aufbau von Handelsbeschränkungen, die massiven Einschränkung der vier Grundfreiheiten, sowie die Schließung der eu-Grenzen ropäischen müssen endlich aufgehoben werden. Hierfür steht der BGA auf europäischer Ebene – denn die anstehende Krisenbewältigung wird nur europäisch gelingen. <

Weitere Infos zum Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V.: www.bga.de



Jan Krückemeyer
Vizepräsident des BGA,
Vorsitzender
BGA-Europaausschuss
und Geschäftsführer der
Krückemeyer GmbH

Krückemeyer GmbHDortmunder Straße 4 57234 Wilnsdorf

T +49 2739 801 0 F +49 2739 801 12 info@krueckemeyer.de www.krueckemeyer.de



ahv nrw magazin 2020 21

Deal oder No-Deal

Das ist immer noch die Frage

Text: Stefanie Eich und Karl Martin Fischer



(Foto: Pixabay: Reimund Bertrams)

Seit dem 1. Februar 2020 ist das Vereinigte Königreich kein Mitglied der Europäischen Union mehr. Bis Ende des Jahres gilt die Übergangsphase. Damit hat der Brexit zwar stattgefunden, aber niemand hat es so richtig bemerkt. Denn obwohl die Briten keine Mitglieder mehr sind, wird weiterhin so getan als ob. Der Warenverkehr fließt reibungslos. Dienstleistungen können erbracht werden. Wer möchte, kann eine neue Arbeitsstelle in London antreten, ohne sich um britisches Einwanderungsrecht kümmern zu müssen.

All das wird sich zum 1. Januar 2021 ändern. Denn die Übergangsphase soll nicht verlängert werden. Das hat die britische Regierung bekräftigt und die Frist zur Verlängerung verstreichen lassen. Damit wird das Vereinigte Königreich Anfang 2021 endgültig zum Drittland. Auf Unternehmen kommen damit unzählige Änderungen zu – unabhängig davon, ob sich beide Seiten auf ein Freihandelsabkommen einigen können oder nicht. Es entstehen in jedem Fall neue Handelshürden. Damit wäre das Freihandelsabkommen zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich das erste Abkommen, das den Handel nicht erleichtern, sondern erschweren wird.

Eine neue Zollgrenze entsteht

Mittlerweile ist sicher, dass die Briten den Binnenmarkt und die Zollunion verlassen. Für den Warenverkehr werden neue Regeln gelten. Ob mit oder ohne Abkommen, wer Waren auf die Insel exportiert, muss die gleichen Zollvorschriften einhalten wie bei Ausfuhren in andere Drittländer, etwa Australien oder die USA.

Die Vorbereitungen hierfür laufen auf Hochtouren, vor allem auf britischer Seite. Unternehmen sind auf der Suche nach Fachkräften, die sich mit Zollformalitäten auskennen.



Die britische Zollverwaltung plant die neuen Prozesse an den Grenzen. Zollkontrollen sollen stufenweise eingeführt werden. Die britische Regierung kündigte an, zunächst für die meisten Waren auf vollständige Zollanmeldungen zu verzichten. Unternehmen können sie innerhalb von sechs Monaten nachholen. Auch physische Kontrollen von Hochrisikowaren werden erst nach und nach eingeführt. Ab 1. Juli 2021 ist es mit den Erleichterungen vorbei. Ab dann werden Waren aus der EU behandelt wie Einfuhren aus anderen Drittstaaten.

Die EU ihrerseits plant keine Vereinfachungen. Der Warenverkehr aus und ins Vereinigte Königreich unterliegt ab Tag eins nach Ende der Übergangsphase dem EU-Zollrecht. Ob dabei Zölle anfallen, hängt vom Ausgang der Verhandlungen über das Freihandelsabkommen ab. Eine gute Nachricht gibt es aber für deutsche Exporteure: der neue britische Zolltarif sieht kaum hohe Zölle vor, viele Zollsätze betragen sogar null Prozent. Umgekehrt gilt der EU-Zolltarif.

Dienstleistungen

Weniger gut sind die Nachrichten hingegen für Dienstleistungserbringer, die im Vereinigten Königreich arbeiten. Hier gibt es zwar keine Zölle, aber jede Menge regulatorischer Hürden. Besonders betroffen sind Dienstleistungen, die im Rahmen einer Dienstreise erbracht werden. Eine Visumspflicht für Dienstreisen wird es zwar wahrscheinlich nicht geben. Absolut möglich, jedenfalls für einige Dienstleistungen, sind hingegen wirtschaftliche Bedarfsprüfungen im Vorfeld. Denkbar ist auch, dass bestimmte Qualifikationen oder Genehmigungen nicht mehr gegenseitig anerkannt werden.

Auch die Funktion des "Einheitlichen Ansprechpartners", die durch die Dienstleistungsrichtlinie ins Leben gerufen wurde, wird wegfallen. Dieser hat die Aufgabe, dem Dienstleister die ersten Schritte in ein anderes Land zu erleichtern, zum Beispiel, indem er Verfahrensabläufe erklärt oder sogar bündelt. Der Brexit wird genau die gegenteilige Auswirkung haben: die ersten Schritte in das Vereinigte Königreich werden deutlich schwerer werden.

Die Verhandlungen gestalten sich schwierig

Auch wenn beide Seiten das gleiche Ziel haben – ein umfassendes Freihandelsabkommen abzuschließen – scheint eine Einigung noch in weiter Ferne. Selbst wenn es eine Einigung geben sollte: kein Freihandelsabkommen kann die Mitgliedschaft im Binnenmarkt und der Zollunion auch nur annähernd ersetzen.



Stefanie Eich Zoll

T +49 0228 24 993 344 stefanie.eich@gtai.de



Karl Martin Fischer

Ausländisches Wirtschaftsrecht

T +49 228 24 993 372 karl-martin.fischer@gtai.de

GERMANY TRADE & INVEST

Villemombler Straße 76 53123 Bonn

T +49 228 24 993 0 www.gtai.de

ahv nrw magazin 2020 23

Was Europa braucht: Bürger in Bewegung

Im Gespräch mit einem Europäer

Text: Anne Kietzmann

Reinhard Burdinski ist 1973 der Europa-Union Deutschland (EUD) beigetreten. Zu dieser Zeit gab es weder den Euro noch die europäische Freizügigkeit. Aus tiefer Überzeugung, dass nur ein einiges Europa die Antwort auf die Herausforderungen der Zukunft sein kann, begann er sich auf der untersten Ebene - der Bürgerebene - dafür zu engagieren. Ehrenamtlich und nebenberuflich.



Europa ist nicht das Problem sondern die Lösung. Europa ist die Zukunft. (© A. Kietzmann)

"Die EU ist ein Friedensmodell, für das es sich zu kämpfen lohnt - gewaltlos und tolerant. Gleichzeitig ist die EU ein unfertiges Projekt, was kontinuierlich nachgebessert und angepasst werden muss. Stillstand wäre der Untergang. Das zu vermeiden ist mein Antrieb."

"Einer meiner besten Momente war 2012 die Verleihung des Friedensnobelpreises an die Europäische Union."

Anne Kietzmann: Herr Burdinski, viele Bürger glauben, in europäischen Fragen kein Mitspracherecht zu haben? Welche Möglichkeiten hat der "Otto-Normal-Verbraucher" in Europa Einfluss zu nehmen?

Reinhard Burdinski: Wir Bürger haben Mitsprache-

rechte, davon müssen wir Gebrauch machen. Das erste Mittel in einer Demokratie ist natürlich die Teilnahme an Wahlen. Nach der letzten Europa-Wahl gab es einen deutlichen Anstieg der Wahlteilnahme im Vergleich zu den Vorjahren. Das ist gut und wichtig. Darüber hinaus werden regelmäßig Kundgebungen und Demonstrationen organisiert, selbst in kleineren Städten. Man muss nur rausgehen, zuhören und im besten Fall mitmachen. Der nächste Schritt ist das Engagement in politisch relevanten Gruppen. Ich habe mich diesbezüglich für die Europa-Union Deutschland entschieden, weil sie überparteilich aufgestellt ist und seit Ende des 2. Weltkriegs stetig gewachsen ist - als Friedensprojekt.

Grundsätzlich finde ich, dass die Bürger ihre Zustimmung zu Europa deutlicher zeigen und die Vorteile des Binnenmarktes und der Werteunion anerkennen sollten. Viele sind aber nicht ausreichend informiert. Es ist, wie so oft, eine Bildungsfrage. Hier setzen wir an.

AK: Wie erreichen Sie die Mitbürger?

RB: Wir organisieren vielerorts umfassende Infoveranstaltungen und versuchen den Menschen den europäischen Gedanken, die europäischen Institutionen und Nachbarn



näherzubringen, durch:

- Kampagnen, Aktionen und Informationsstände
- Vortragsveranstaltungen, Diskussionsforen, Seminare
- Studienfahrten und Begegnungsreisen
- Schüler- und Studentenaustausch

Infos findet man auf www.europa-union.de.

AK: Wieviel Einfluss kann eine Organisation wie die EUD tatsächlich auf die politischen Alltagsthemen nehmen, die uns alle betreffen?

RB: Die EUD will in Brüssel mitreden. Sie will bei den aktuellen Themen, wie z.B. Binnenmarkt, Gesundheitspolitik, Verbraucherschutz, Arbeitsrecht mitgestalten. Durch ihre Mitglieder in



(© L. Kietzmann

Artikel 2 des Vertrages über die Europäische Union (EUV):

"Die Werte, auf die sich die Union gründet, sind die Achtung der Menschenwürde, Freiheit, Demokratie, Gleichheit, Rechtsstaatlichkeit und die Wahrung der Menschenrechte einschließlich der Rechte der Personen, die Minderheiten angehören. Diese Werte sind allen Mitgliedstaaten in einer Gesellschaft gemeinsam, die sich durch Pluralismuss, Nichtdiskriminierung, Toleranz, Gerechtigkeit, Solidarität und die Gleichheit von Frauen und Männern auszeichnet."

Quelle: Vertrag über die Europäische Union

den Landtagen, dem Bundestag und dem Europäischen Parlament nimmt die EUD Einfluss auf aktuelle Debatten und fördert den Dialog zwischen Politikern und Bürgern.

AK: Hat die politische Arbeit der Europa Union auch wirtschaftliche Aspekte?

RB: Der europäische Binnenmarkt läuft schon seit über 25 Jahren für alle Beteiligten sehr erfolgreich. Die EU ist der wichtigste Absatzmarkt der deutschen Unternehmen. Deutschland ist dadurch einer der Exportweltmeister geworden. Die für Deutschland sehr wichtigen Investitionsgüterindustrien sind auf die Absatzmärkte in Europa existenziell angewiesen.

Dieses Umfeld muss auch politisch gepflegt werden. Hierauf und auf die weitere Ausgestaltung der Sozial - und Werteunion sind die politischen Bestrebungen der Europa Union ausgerichtet. Es ist im Eigeninteresse unseres Landes, dass es unseren europäischen Nachbarn wirtschaftlich gut geht und dass der freie Handel bestehen bleibt.



"Am Brandenburger Tor war ich mit meinem Enkel auf einer Kundgebung zur letzten Europawahl. Schön, so viele Europafreunde zu treffen", erzählt Reinhard Burdinski. (© L. Kietzmann)

AK: Europa war der Kontinent der Denker und Erfinder. Wie sicher ist dieser Status?

RB: Diese Eigenschaft droht uns verloren zu gehen. Die neuen Zentren der Wirtschaft liegen in Nordamerika und Ostasien. Wenn wir nicht in vielleicht einer Generation auf das "Niveau" einer amerikanischen Kolonie absinken wollen, die allenfalls als Museum und Tourismusdestination dienen kann, müssen die Europäer lernen, gemeinschaftlich und nicht mit Kleinstaaterei gegen diese Entwicklung anzugehen.

Nationalistisches Getrommel hilft uns nicht weiter. Die Europäer müssen Ihre Bindungen vertiefen und erweitern.

Nicht die Ein-Parteien-Autokratie in Ostasien und nicht die fragwürdigen Strategien der US-Regierungen dürfen allein über die Zukunft des Planeten Erde entscheiden. Die europäische Wertegemeinschaft für Frieden, Freiheit, Sicherheit und Humanität muss an den Leitlinien der Weltentwicklung mitgestalten. Bis dahin ist es noch ein weiter Weg. Aber ein anderer, besserer bietet sich meiner Meinung nach nicht an. ▶

ahv nrw magazin 2020 25

AK: Was ist die Europa-Union Deutschland?

RB: Der Verband Europa-Union Deutschland (EUD) ist eine der größten Bürgerbewegungen in Deutschland für Europa. Sie existiert inzwischen seit über 70 Jahren und besteht aus über 17.000 Mitgliedern jeden Alters, jeder Berufszugehörigkeit und jeder parteipolitischer Orientierung.

Die Überparteilichkeit ist uns besonders wichtig, da der Verband so unabhängig von Parteiprogrammen und politischen Machtgefügen ist. Die EUD agiert auf lokaler, regionaler und europäischer Ebene. Sie unterteilt sich in 16 Landesverbände mit rund 300 Kreis-, Orts- und Stadtverbänden. Die Europa-Union ist der deutsche Zweig der Union Europäischer Föderalisten und gemeinsam mit ihrem Jugendverband Junge Europäische Föderalisten Mitglied im Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland. ◀



www.europa-union.de

Reinhard Burdinski über die Europa-Union: "Die EUD weist bei ihren Aktionen auf aktuelle Tendenzen hin, entwickelt nachhaltige Lösungsvorschläge und trägt diese an die Politiker in Brüssel und Straßburg heran. Gleichzeitig wirbt sie in der Bevölkerung für eine positive Einstellung zu Europa und informiert unermüdlich über Hintergründe, Ziel und Möglichkeiten der Europäischen Integration."

Ein Beispiel aus der Arbeit der EUD

Die Europa-Union Deutschland fordert in einem Beschluss des Präsidiums an die Europäische Kommission vom 15.05.2020: Mehr Kompetenzen für die EU in der Gesundheitspolitik

" ... Die überparteiliche Europa-Union Deutschland spricht sich für mehr Kompetenzen der EU in der Gesundheitspolitik aus. Bei aller Anerkennung des Subsidiaritätsprinzips, durch das die Mitgliedstaaten Verantwortung für die Organisation ihres Gesundheitswesens tragen, habe die Corona-Pandemie gezeigt, dass eine europäische Kooperation nicht ausreiche, um Defizite in der Gesundheitsversorgung auszugleichen. Die Europa-Union fordert daher unter anderem ein europäisches Seuchenschutzgesetz, die Ausweitung des Mandats der Europäischen Arzneimittel-Agentur zur Sicherstellung der Versorgung mit wichtigen Medikamenten und medizinischem Bedarf sowie eine europäische Datenbank mit anonymisierten Gesundheitsdaten.

Weitere geforderte Maßnahmen sind zudem eine EU-weite Koordinierung von freien intensivmedizinischen Kapazitäten, die Sicherung grenzüberschreitender Pflegedienstleistungen, eine umfangreiche Förderung medizinischer und pharmazeutischer Forschung sowie eine europäische Infektionsschutz-App mit anonymisierten Daten, die den EU-Datenschutzstandards entspricht..."

Quelle: https://www.europa-union.de/ueber-uns/meldungen/aktuelles/mehr-kompetenzen-fuer-die-eu-in-der-gesundheitspolitik



Europakarte: © Andras Barta/Pixa

Dipl.-Ing.agr. Reinhard Burdinski

Studiendirektor a.D.
Stellvertretender Landesvorsitzender der Europa-Union
Niedersachsen (1994 - 2018)
Landesgeschäftsführer
Europa-Union Niedersachsen (2010 - 2018)
1. Vorsitzender der Euro-

1 . Vorsitzender der Europa-Union Hameln (seit 2012)

Europa-Union Deutschland e.V.

Sophienstr. 28 / 29 10178 Berlin

T+49 30 303620130 F+49 30 303620139 info@europa-union.de www.europa-union.de

www.formularverlag.de

Zoll und Export

Alles Nötige gibt's beim Formularverlag





Formularverlag CW Niemeyer GmbH & Co. KG

Die neue Handelsstrategie der Europäischen Union – eine Quadratur des Kreises?

Text: Marcus Schwenke

Die Europäische Kommission hat Mitte Juni mit einer Konsultation den Prozess angestoßen, die Handelsstrategie der Europäischen Union zu überarbeiten. Ziel ist es, mittelfristig Einigkeit bezüglich einer neuen Richtung in der europäischen Handelspolitik herzustellen und damit neuen, globalen Herausforderungen und den Lehren aus der Corona-Krise gerecht zu werden. Der EU-Handelskommissar Phil Hogan folgt mit der Überarbeitung auch den Leitlinien, die er von der in Form eines "Missionsbriefs" von der frisch gewählten Kommissionspräsidentin von der Leyen erhalten hatte. Die Leitlinien legen, unter anderem, fest, dass Europa seinen Einfluss als Handelsgroßmacht besser nutzen und diese Macht zu einem "strategischen Vermögenswert" machen solle.

Die neue Handelsstrategie soll als Schwerpunkte Themen beinhalten, die direkt zur Förderung und Sicherung der Außenhandelsaktivitäten europäischer Unternehmen beitragen sollen, wie z.B. die Reform der Welthandelsorganisation, die seit den Attacken der Trump-Administration und des Scheiterns der Doha-Runde einer Überarbeitung bedarf. Zudem soll sich die EU weiterhin für die Schaffung globaler Handelsmöglichkeiten für Unternehmen und insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen sowie die Stärkung der Handels- und Investitionsbeziehungen mit wichtigen Handelspartnern einsetzen.

Allerdings finden sich in der Themenliste der Konsultation auch Bereiche, die neben der Handelsförderung eher andere strategische Interessen der EU wiederspiegeln. Da geht es zum einen um den "Aufbau einer widerstandsfähigen und nachhaltigen EU-Wirtschaft nach dem Coronavirus". Hier muss vor allem darauf geachtet werden, dass die Corona-Pandemie nicht zum Anlass genutzt wird, dem Protektionismus weiter Vorschub zu leisten. Gerade Deutschland hat in den letzten Jahrzehnten enorm von der Globalisierung profitiert. Eine partielle Renationalisierung der Wirtschaftsabläufe könnte unter dem Strich zu erhöhten Kosten und zu erheblichen Wohlfahrtsverlusten führen.

Des Weiteren soll die Handelspolitik eine noch größere Rolle dabei spielen, zentrale globale Herausforderungen wie Klimawandel und nachhaltige Entwicklung zu bewältigen. In den letzten Handelsabkommen der EU wurden diese Themen schon über sog. Nachhaltigkeitskapitel transportiert. Es ist zu befürchten, dass eine weitere Verschärfung dieses Ansatzes, wie beispielsweise die Einrichtung von Sanktionsmechanismen bei Verstößen gegen die Nachhaltigkeitsvereinbarungen, handfeste Nachteile für den Austausch von Waren und Dienstleistungen mit sich bringen wird. Je nach Ausgestaltung der Sanktionen könnten dabei Unternehmen in Mitleidenschaft gezogen werden, die mit dem jeweils eigentlichen Verstoß nichts zu tun haben.



Marcus Schwenke Abteilungsleiter Import Handelspolitik & Zollrecht

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V. Am Weidendamm 1A 10117 Berlin

T +49 30 59 00 99 594 F +49 30 59 00 99 494 marcus.schwenke@bga.de www.bga.de



Aus Handelsperspektive sollte auch der letzte Themenkomplex "Verbesserung der gleichen Wettbewerbsbedingungen und Schutz von EU-Unternehmen und Bürgern" mit Argwohn betrachtet werden. Schon dem Missionsbrief an Phil Hogan konnte man entnehmen, dass es eine Aufgabe des neuen Handelskommissars sein solle, die EU-Handelspolitik "wehrhafter" zu machen. Das beinhaltet die oben genannte bessere Durchsetzung der Nachhaltigkeitskapitel in Freihandelsabkommen mit einem "Chief Trade Enforcement Officer" sowie verbesserte Möglichkeiten der EU auf ungerechtfertigte Handelssanktionen anderer Länder reagieren zu können. Hinter dem Ziel der Verbesserung der gleichen Wettbewerbsbedingungen stecken allerdings auch Bestrebungen, eine maßgebliche Verschärfung

der EU-Handelsschutzinstrumente herbeizuführen. Einer Diskussion darüber wird man kaum aus dem Weg gehen können, vor allem auch, weil mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit in einer geschwächten post-Corona Wirtschaft der Ruf einiger EU-Industriebranchen nach stärkerem Schutz vor Wettbewerb aus Drittstaaten laut werden wird.

Eine neue Handelsstrategie solle aus Sicht der Kommission auf dem Konzept einer "offenen strategischen Autonomie" aufbauen. Es bleibt abzuwarten, ob die Begriffe "offen" und "Autonomie" sich wirklich sinnvoll verbinden lassen werden oder ob sich dahinter in Wirklichkeit eine Quadratur des Kreises verbirgt. \blacktriangleleft

Rhein-Ruhr



Ihren persönlichen Ansprechpartner finden Sie auf unseren Internetseiten: www.si-rr.de

Zirkuläre Wertschöpfung

Mit Projekten den Green Deal in Europa umsetzen

Text: Michael Nolden

ZENIT-Projekte und -Beratung stoßen innovative Entwicklungen an



© Adobe Stock

Das Thema Zirkuläre Wertschöpfung ist ein Zukunfts- und Querschnittsthema und gehört deshalb zu den Kompetenzfeldern der ZENIT GmbH, der Innovations- und Europaagentur des Mittelstands und des Landes NRW. Im Rahmen verschiedener, auch international angelegter Projekte und Beratungen, leistet sie einen wichtigen Beitrag, um dem EU-Ziel für eine nachhaltige Wirtschaft, die auch bei Land und Bund oberste Priorität hat, näher zu kommen. Auf Unternehmen, die sich an diesem Prozess beteiligen wollen, warten diverse, oft kostenfreie Angebote.

Das Ziel der EU im Kampf gegen Klimawandel und Umweltzerstörung hat einen Namen: Mit dem European Green Deal hat sie einen Fahrplan

entwickelt, mit dem eine neue nachhaltige Wachstumsstrategie geschaffen werden soll, um den Übergang zu einer modernen, ressourceneffizienten und wettbewerbsfähigen Wirtschaft zu schaffen. Davon werden zahlreiche Programme wie das neue Forschungs- und Innovationsprogramm Horizon Europe oder die Ausrichtung diverser Förderangebote, wie die des Enterprise Europe Network, geprägt sein. Als dessen für NRW zuständigem Beratungsknotenpunkt NRW.Europa berät ZENIT kleine und mittlere Unternehmen und unterstützt bei der Projektentwicklung und -umsetzung.

Wertschöpfungsketten sind gemeinhin nicht nur regional, sondern i.d.R. international organisiert, weshalb es notwendig ist, entsprechend zu agieren.

Internationale Kooperationen

So fand das NRW.Europa-Team für ein kleines Unternehmen, das vor allem als Entwicklungsdienstleister im Bereich der grünen Biotechnologie, also unter anderem bei Saatgut

und Pflanzenzüchtung, aktiv ist, einen Lizenzpartner. Im Rahmen eines Projektes der Deutschen Bundesstiftung Umwelt konnte das Unternehmen einen innovativen Aromastoff herstellen, der im Gegensatz zu den auf dem Markt verfügbaren Produkten nicht auf chemischer, sondern natürlicher Basis hergestellt und jetzt in der Slowakei produziert wird.

Auch einem westfälischen Fleischwarenunternehmen, das Lebensmittel verarbeitet, die aufgrund ihrer Beschaffenheit vorgegebenen Größen- oder Formvorschriften nicht entsprechen und damit eigentlich vernichtet werden müssten, konnte das ZENIT-Internationalisierungsteam bei der Suche nach Handelsund Vertriebspartnern sowie Lieferanten helfen. Fündig wurde man bei einem niederländischen Unternehmen. Beide Seiten kamen mit der Kooperation dem Wunsch näher, Produkte mit guter Qualität vor der Verschwendung zu sichern und damit nachhaltig und effizient zu handeln. Handlungsbedarf besteht aber auch in anderen Bereichen.

Internationales ZIM-Netzwerkprojekt im Bereich faserbasierter Produkte

Studien und Entwicklungen der letzten Jahre zeigen, dass es Lösungen für die sich rasant entwickelnde Problematik textiler Abfälle nur durch dezentrale Netzwerke mit Nähe zum Verbraucher gibt. Moderne Produkte sind meist auf Faserbasis basierende, komplexe Verbundprodukte, in denen unterschiedliche Materialien vereint werden, um die vom Kunden gewünschte Funktion zu erfüllen. Bisher wurden sie nicht so designt, dass an ihrem Lebensende eine Materialtrennung stand. Ausgegangen wurde einfach von einer kostengünstigen Entsorgung durch Verbrennung.

Im ZIM-Netzwerkprojekt ReNewTex werden jetzt neue Ansätze am Beispiel textiler Fußbodenbeläge diskutiert und weiterentwickelt. Ziel ist eine exemplarisch auf industriellem Maßstab umgesetzte Anwendung nachhaltiger Kreislaufprodukte bis zum Jahr 2025. Das Netzwerk umfasst internationale Akteure aus Nord-West-Europa, um bestehende Kompetenzen der verschiedenen Regionen zu vereinen und neue Möglichkeiten für die nachhaltige Kreislaufwirtschaft von Ressourcen zu initiieren. Da Kreislaufwirtschaft immer auch im Einklang mit politischen Rahmenbedingungen agieren muss, ist das Netzwerk mit der ZENIT GmbH als Public Private Partnership mit internationaler Einbindung bestens aufgestellt.

Die im Projekt entwickelten Technologien und Lösungen werden so konzipiert, dass sie auch auf andere Produktbereiche wie Bekleidung und Heimtextilien anwendbar sind.

Regionales Bündnis für digitale zirkuläre Wertschöpfung

Zwar ist eine Welt ohne Abfälle, in der schadstofffreie Materialien und Stoffe in Kreisläufen geführt werden, bislang noch Illusion, daran gearbeitet wird trotzdem. Zum Beispiel durch das "reWIR-Bündnis", das für die Entwicklung des Konzepts "reWIR: Regionaler Wandel durch Innovationen für digitale zirkuläre

Wertschöpfung im Ruhrgebiet" Anfang Mai eine Förderzusage des Bundesministeriums für Bildung und Forschung erhielt. Zu den Bündnispartnern gehören neben der ZENIT GmbH 45 weitere kompetente Partner*Innen aus Forschung, Gesellschaft und Wirtschaft, die sich mit unterschiedlichen Schwerpunkten mit den Themen Digitalisierung, zirkuläre Wertschöpfung und/oder Nachhaltigkeit beschäftigen. Es greift die Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf und zielt darauf ab, das westliche Ruhrgebiet zu einer Leitregion für digitale zirkuläre Wertschöpfung zu entwickeln. Koordiniert wird es von der Hochschule Ruhr West.

Gerne entwickeln die ZENIT-Innovationsexperten gemeinsam mit Ihnen innovative, den Marktanforderungen entsprechende Projekte, integrieren darin das Wissen und die Möglichkeiten der Zirkulären Wertschöpfung und beraten über Fördermöglichkeiten. ◀

Dipl.-Ing. Michael Nolden ist auch Projektleiter und Vertreter am Runden Tisch Circular Economy NRW des Wirtschaftsministeriums.

Weitere Informationen: www.zenit.de www.nrweuropa.de



NRW.Europa



Dipl.-Ing. Michael NoldenZENIT Technologieberater

ZENIT GmbH

Bismarckstraße 28 45470 Mülheim an der Ruhr

T +49 208 300 04 67 F +49 208 300 04 60 no@zenit.de www.zenit.de



ahv nrw magazin 2020 31

EU-Handelspolitik: Perspektiven und Umsetzung

Text: Sam Pieters



Sam Pieters

Berater für Handelsfragen Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland

Europäische Kommission Vertretung in Deutschland

Unter den Linden 78 10117 Berlin

T +49 30 2280 2275 M +49 152 091 928 14 sam.pieters@ec.europa.eu www.ec.europa.eu



Vertretung in Deutschland

Die Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland ist das Bindeglied zwischen der EU-Kommission in Brüssel und der Bundesregierung und dem Bundestag, den Ländern und Kommunen. Genauso wichtig sind uns der Kontakt zu Unternehmen, Verbänden, Sozialpartnern, Zivilgesellschaft und Medien, insbesondere aber der direkte Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern. Durch unsere Arbeit sind wir Katalysator bei wichtigen europapolitischen Entscheidungen.

Am 1. Juli hat Deutschland die EU-Ratspräsidentschaft übernommen

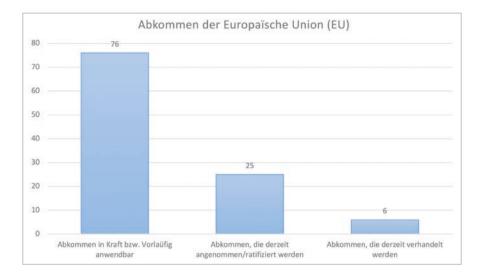
Im Vorfeld des deutschen EU-Ratsvorsitzes erklärte Bundesminister Peter Altmaier, dass "das übergeordnete Ziel des deutschen EU-Ratsvorsitzes darin bestehen wird, die Covid-19-Krise zu überwinden", und zwar in enger Zusammenarbeit mit allen beteiligten Akteuren sowohl auf deutscher als auch auf europäischer Ebene.

Die Aufrechterhaltung eines offenen Handels und die Vermeidung unnötiger Störungen der Lieferketten werden eine wichtige Triebkraft für ein erfolgreiches Konjunkturprogramm für Europa sein.

Die Welt nach COVID 19 hat sich verändert: die Schwächen, die in den globalen Wertschöpfungsketten zutage getreten sind, müssen angegangen werden. Durch den Aufbau strategischer Vorräte an lebenswichtiger medizinischer Ausrüstung und Schutzausrüstung werden die Regionen besser auf künftige Pandemien vorbereitet.

Die Diversifizierung und größere Stabilität der Lieferketten wird dazu führen, dass unsere Volkswirtschaften widerstandsfähiger werden, und die Stärkung der Instrumente zum Schutz vor unlauteren Praktiken durch andere Handelspartner (zum Beispiel durch ausländische Subventionen) werden gleiche Wettbewerbsbedingungen gewährleisten und unsere Volkswirtschaften schützen.

Allerdings sollte keiner dieser sinnvollen Schritte zu einer Störung von Lieferketten oder einer Einschränkung des internationalen Handels gehen. Vielmehr werden dieser Handel und das regelbasierte internationale Handelssystem, in dessen Mittelpunkt eine funktionierende WTO steht, entscheidend dazu beitragen, die wirtschaftliche Erholung nach der Krise zu erreichen und wettbewerbsfähigere, dynamischere und nachhaltigere Volkswirtschaften aufzubauen.



Freihandelsabkommen der EU tragen zur Stärkung unserer Wirtschaft und zur Schaffung von Arbeitsplätzen bei. Sie fördern Exporte aus der EU und Deutschland, stellen aber auch sicher, dass unsere Unternehmen und Verbraucher Zugang zu den Waren und Dienstleistungen haben, die sie zu wettbewerbsfähigen Preisen benötigen.

Schätzungen zufolge werden pro 1 Mrd. EUR an Exporten etwa 14.000 hochwertige Arbeitsplätze in Europa geschaffen. Allein in Deutschland sind 6,8 Millionen Arbeitsplätze mit dem internationalen Handel verbunden

Die EU hat inzwischen Handelsabkommen mit 77 Ländern – das größte Handelsnetz der Welt

In den letzten Jahren haben wir Abkommen mit Kanada, Mexiko, Singapur und Japan unterzeichnet, um nur einige zu nennen. Es gibt erste Anzeichen dafür, dass diese Abkommen die Exportchancen für unsere Unternehmen erhöhen.

Und das Freihandelsabkommen zwischen der EU und Vietnam ist am 1. August in Kraft getreten. Das Abkommen zwischen der EU und dem Mercosur wird derzeit rechtlich überarbeitet und übersetzt, und es wird dem Rat und dem Europäischen Parlament vorgelegt, sobald es abgeschlossen ist.

Die Handelspolitik der EU ist aber auch ein Instrument zur Förderung unserer Werte und Standards in der ganzen Welt. Auf dieser Grundlage ist das Netz der Freihandelsabkommen der EU ein Hebel zur Verbesserung der Standards weltweit.

Unsere jüngsten Handelsabkommen, wie beispielsweise das kürzlich ausgehandelte Abkommen zwischen der EU und dem Mercosur, enthalten ein Kapitel über nachhaltige Entwicklung, das rechtsverbindliche Bestimmungen zur Unterstützung der Arbeitnehmerrechte, des Umweltschutzes und unserer ehrgeizigen Klimaschutzagenda enthält, wie im Europäischen Grünen Deal dargelegt. Sie enthalten auch eine rechtsverbindliche Verpflichtung zur wirksamen Umsetzung des Übereinkommens von Paris.

Die Handels- und Investitionspolitik muss die wichtigsten globalen Herausforderungen angehen, von denen viele schon vor der Krise aufgetreten sind (Klimawandel, Digitalisierung usw.). Und die Europäische Kommission setzt sich für ein Höchstmaß an Transparenz, Kommunikation und Zusammenarbeit bei der Frage ein, wie diese Herausforderungen am besten bewältigt werden können.

Deshalb hatte der EU-Handelskommissar Phil Hogan im Juni eine umfassende Überprüfung der Handelspolitik der Europäischen Union eingeleitet, einschließlich einer öffentlichen Konsultation.

Ziel ist es, gegen Ende des Jahres eine neue Mitteilung zum Handel zu verabschieden, die alle für die EU-Handelspolitik relevanten Themen abdecken wird, mit besonderem Schwerpunkt auf den folgenden:

- Aufbau einer widerstandsfähigen und nachhaltigen EU-Wirtschaft nach der COVID-19-Krise
- Reform der Welthandelsorganisation
- Schaffung globaler Handelsmöglichkeiten für Unternehmen und insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen.
- Maximierung des Beitrags der Handelspolitik zur Bewältigung zentraler globaler Herausforderungen wie Klimawandel, nachhaltige Entwicklung oder digitaler Übergang
- Stärkung der Handels- und Investitionsbeziehungen mit wichtigen Handelspartnern
- Verbesserung der gleichen Wettbewerbsbedingungen und Schutz von EU-Unternehmen und Bürgern

Das langfristige politische Ziel der EU bleibt ein regelbasiertes multilaterales Handelssystem, das einen freien, fairen und regelbasierten Handel gewährleistet. ◀

ahv nrw magazin 2020 33

Die Anti-Covid-19 Maßnahmen der EU-Länder

deren Auswirkungen auf den Warenverkehr sowie den Handel und die Antwort des italienischen Handelskammersystems

Text: Michael Andergassen

In der akutesten Phase der Corona-Krise, die durch einen starken Produktionsausfall gekennzeichnet war und zu einem extrem starken Rückgang der Transport-



(@Shutterstock / Canetti)

nachfrage (-70 Prozent) führte, bestand eine Priorität der italienischen Wirtschaftsvertreter darin, den Warenverkehr und die Grundversorgung sicherzustellen. Es war in den ersten Wochen des Ausnahmezustands zu beobachten, wie die einzelnen Mitgliedsstaaten der EU sich abschotteten, Lockdowns einführten und unkoordinierte Grenzschließungen vornahmen. Was diese Maßnahmen bedeuten, wurde am Brennerpass zwischen Italien und Österreich rasch klar, am 12. März kam es hier zu Staus in Richtung Österreich von bis zu 90 Kilometern. An vielen anderen europäischen Grenzen bot sich dasselbe Bild. Auf der informellen Ratstagung der EU-Verkehrsminister

am 18. März brachten die Mitgliedstaaten zum Ausdruck, dass Transparenz über die ergriffenen nationalen Maßnahmen und deren Koordination auf EU-Ebene erforderlich ist. Leider blieben diese guten Vorsätze vorerst nur leere Worte und die Mitgliedsstaaten verfolgten weiterhin ihre eigenständigen Maßnahmen.

Flickenteppich

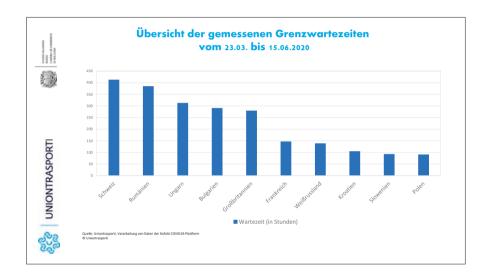
Der Flickenteppich an verschiedenen nationalen Maßnahmen hat zu großer Unsicherheit und operativen Problemen bei vielen Betrieben geführt, diese waren plötzlich massiv in ihrer Handelstätigkeit eingeschränkt. Um den Firmen in dieser Situation das Arbeiten zu erleichtern, hat das italienische Handelskammersystem, insbesondere Uniontrasporti und die Handelskammer Bozen, ab dem 16. März damit begonnen die Maßnahmen an den europäischen Grenzen zu dokumentieren und in einem einheitlichen Dokument zusammenzufassen. Die Informationen, die in der akutesten Phase der Krise zwei- bis dreimal



wöchentlich auf Deutsch, Italienisch und Englisch aktualisiert und veröffentlicht wurden, sind mit Hilfe der italienischen Botschaften und Außenhandels-Büros in den verschiedenen betroffenen Ländern zusammengetragen und mit Informationen und Daten der EU, IRU (World Road Transport Organisation) und OECD ergänzt worden.

AHV NRW

Während die Informationen anfänglich nur an die italienischen Handelskammern und Unternehmen weitergeleitet wurden, hat sich rasch ein Netzwerk mit verschiedenen Verbänden in Österreich und Deutschland gebildet. So hat sich auch die Zusammenarbeit und der Informationsfluss zwischen dem AHV NRW und der Handelskammer Bozen ergeben. Für den Außenhandel ist ein funktionierender europäischer Binnenmarkt von entscheidender Bedeutung. Es ist in dieser beispiellosen Situation offensichtlich geworden, wie sehr die Liefer- und Wertschöpfungsketten europaweit miteinander verwoben sind. Gesundheits-



maßnahmen an den Grenzen dürfen den Warentransport weder direkt noch indirekt behindern. Zu diesem Schluss ist auch die europäische Kommission gekommen und hat daher ihr Konzept der "green lanes", der grünen Vorzugsspuren für den Warenverkehr, vorgestellt. Leider wurden die "green lanes" in den einzelnen Mitgliedsstaaten nur sehr schleppend umgesetzt. Die Situation wurde zusätzlich verkompliziert, da nur einzelne Mitgliedsstaaten die Lenk- und Ruhezeiten-Regelung gelockert haben, auch bei der Wiedereinführung der ursprünglichen Regelung gab es kein einheitliches Vorgehen der Staaten. Dasselbe Bild ergibt sich bei der Anerkennung von verfallenen Dokumenten, wie z.B. Führerscheinen, die aufgrund der Covid-19 Pandemie nicht verlängert werden konnten. Die EU hat hier versucht, einheitliche Regeln zu schaffen, allerdings ist dies wiederum durch verschiedene "opt-outs" von 21 Mitgliedsstaaten nicht gelungen.

Einheitliche Regeln

Die Handelskammer Bozen hat, gemeinsam mit Uniontrasporti, durch die ganze Krise hindurch Unternehmen und Verbände mit den wichtigsten Informationen zum Warenverkehr in Europa versorgt. Das Fazit nach mehreren Monaten ist ganz klar, dass es in Zukunft im Bereich der Verkehrspolitik einheitliche Regeln und mehr Europa braucht. Die Corona Krise hat deutlich die Schwächen eines Binnenmarktes aufgezeigt, der Großteils durch nationale Maßnahmen geregelt wird. Die Krise hat aber auch gezeigt, wie sehr Europa bereits Realität ist: italienische, österreichische und deutsche Handelskammern und Wirtschaftsverbände haben in den letzten Monaten eng zusammengearbeitet, um ihre Mitgliedsunternehmen bestmöglich zu unterstützen. ◀



35

Textilkultur in Bewegung

Technik, Mode und Kulturgeschichte im TextilWerk Bocholt

Text: Katharina Stockmann

1984 – mitten in der Strukturkrise – beschloss die Landschaftsversammlung des Landschaftsverbands Westfalen-Lippe (LWL) die Einrichtung eines westfälischen Textilmuseums. Die Ortswahl fiel auf Bocholt, wo das Spinnen und Verweben von Baumwolle eine fast 500-jährige Tradition hat. Während der Industrialisierung erlebte die Textilbranche hier einen wahren Boom: Bocholt zählte bis zu 80 Textilbetriebe, in denen zeitweise bis zu 10.000 Menschen arbeiteten.



Dr. Hermann Stenkamp, der Leiter vom TextilWerk Bocholt, steht hier vor einer Ringspinnmaschine in der Dauerausstellung der Spinnerei des TextilWerks. (Foto: LWL)

Heute können Besucherinnen und Besucher des LWL-Industriemuseums TextilWerk Bocholt den Arbeits- und Lebensalltag der Textilarbeiterinnen und -arbeiter mit allen Sinnen erleben: Im Nachbau einer typischen Weberei um 1900 riecht es nach Öl und Arbeit. Unter den Sheddächern des Websaals setzen Transmissionsriemen und lange Antriebswellen über 30 historische Maschinen in Bewegung. Gelernte Weber produzieren hier täglich Textilien nach historischen Vorbildern, die im Museumsshop erhältlich sind. Direkt neben der Museumsfabrik gackern Hühner im bewirtschafteten Arbeitergarten nebst komplett eingerichtetem Arbeiterhaus.

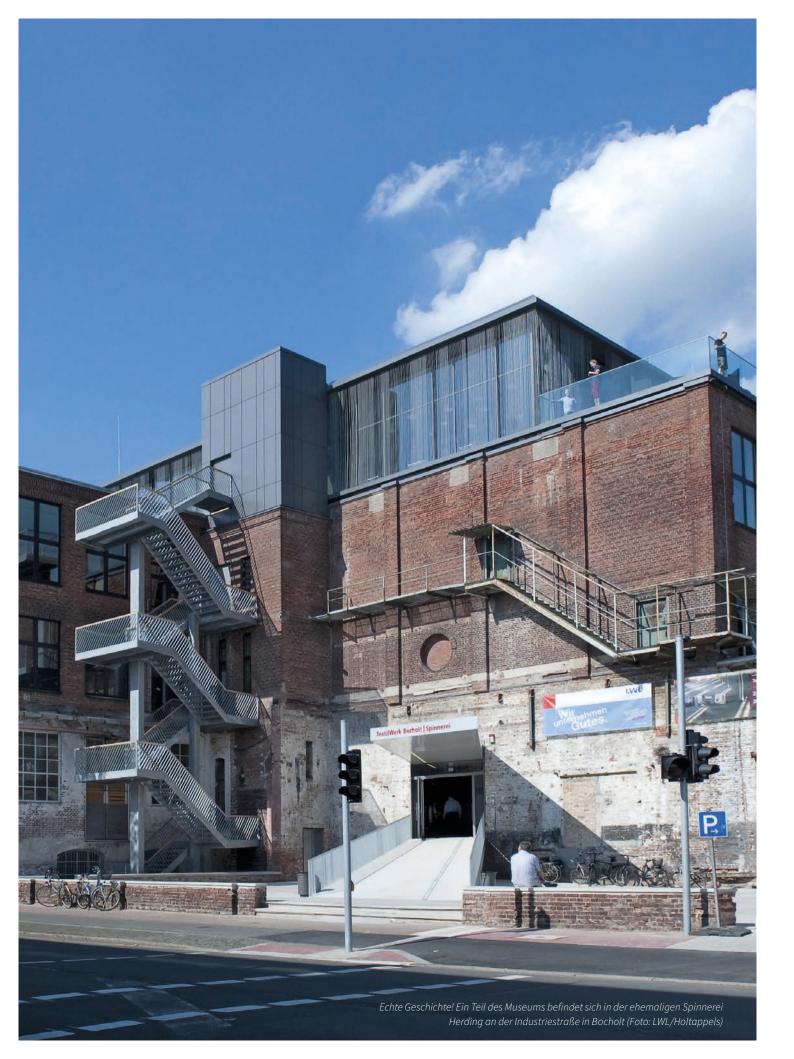
Über die Podiumsbrücke im Herzen des "kubaai" (Kulturquartier Bocholter Aa und Industriestraße) gelangen

Besucherinnen und Besucher zur Spinnerei Herding, die seit 2011 Teil des Museums ist. Hier macht die Ausstellung "Die Macher und die Spinnerei" ein Stück Textilgeschichte der Region lebendig: Persönlichkeiten der westfälischen Textilindustrie, ihre Lebenswelt und ihre Handlungsfelder werden auf 1.300 Quadratmetern vorgestellt. Jährlich wechselnde Sonderausstellungen widmen sich der Geschichte von Mode und Textil und auch aktuellen Fragestellungen wie Nachhaltigkeit und Ökologie.

Aktuell beleuchtet das Museum mit der Sonderschau "Mythos Neue Frau" die "Mode zwischen Kaiserreich, Weltkrieg und Republik". Mit mehr als 130 Originalkostümen vom Autofahrerinnenmantel bis zum Charlestonkleid, historischen Alltagsgegenständen und zeitgenössischem Filmmaterial hinterfragt die Ausstellung die Rolle der Frau in der Zeit zwischen 1900 und 1930.

Weder die Geschichte der Mode noch die der westfälischen Textilindustrie können losgelöst vom europäischen Kontext betrachtet werden. Heute agiert das TextilWerk als "Forum ▶

RITIK AN DER RBEITSKLEIDUNG n den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg immer mehr en erwerbstätig wurden, geriet ihre Kleidung zunehmend e Kritik. Sie galt als nicht mehr zweckmäßig für die An-Jerungen, die das Arbeitsleben in der Industrie, im Handel sin der Vorgalis er stillt. overen oder am eing geschnürten Korsett festhielten. Allen voran entwickelte der "Deutsche Verband zur Verbesserung der Frauenkleidung" zahlreiche Modelle einer Arbeitsklei-dung für unterschiedliche Berufe. Sie lehnten sich an die Reformkleidung an, durften aber als solche nicht auffallen, da sowohl die Frauen als auch viele Arbeitgeber sie als unmodisch ablehnten. Die aktuelle Sonderausstellung "Mythos Neue Frau" zeigt: Statt eines glitzernden Charlestonkleids trugen die Frauen in den 1920er Jahren praktische Kleidung am Arbeitsplatz (Foto: LWL/Betz)



für Textilkultur" in verschiedenen europäischen Netzwerken. Seit 2012 ist das Museum ein Ankerpunkt in der Europäischen Route der Industriekultur, einem Netzwerk bedeutender Stätten der Industriekultur in mittlerweile über 40 Ländern. Im Herbst 2019 wurde im TextilWerk das deutsch-niederländische Euregionetzwerk Industriekultur gegründet, dass es sich zum Ziel gemacht hat, die Orte der Industriekultur in der EUREGIO zu verbinden und zu stärken.

Noch mehr Anknüpfungspunkte soll das derzeit neu entstehende FamilyLab bieten. Neben Experimentierstationen rund um Textilien und Bekleidung sollen junge Textildesignerinnen und –designer hier mit historischen Musterbüchern und Textilien forschen und neue Ideen entwickeln können. Ebenfalls im Bau sind die Museumshöfe – aus Hinterhöfen im Industrieareal werden attraktive Aufenthaltsorte im neuen Kulturquartier.

Mit einem umfassenden Hygienekonzept ist das TextilWerk seit dem 5. Mai wieder geöffnet. Täglich sind die Gästeführerinnen des Hauses ab 14 Uhr für Fragen und Erläuterungen vor Ort. ◀

Infos zum LWL-Industriemuseum TextilWerk Bocholt:

Weberei: Uhlandstraße 50 (Parkplatz für beide Museen) - Ganzjährig geöffnet **Spinnerei:** Industriestraße 5 - Saisonbetrieb von April bis Oktober Geöffnet Di – Fr, 10-18 Uhr

www.textilwerk-bocholt.de

Dr. Hermann Stenkamp

Leiter TextilWerk Bocholt

TextilWerk Bocholt

_WL-Industriemuseum Nestfälisches Landesmuseum für Industriekultur

Uhlandstraße 50 46397 Bocholt

T +49 2871 219110 textilwerk@lwl.org www.textilwerk-bocholt.de





Weberei: Leben und Arbeiten – die Arbeiterhäuser mit dem Garten neben der Museumsfabrik zeigen den Alltag vor 100 Jahren (Foto: LWL/Engels)

ahv nrw magazin 2020 39

Mit Initiative aus der Krise

themed - thenex medical equipment

Text & Fotos: Joop van Reeken

Die thenex GmbH ist als traditionelles Außenhandelsunternehmen bekannt und vermag sich auch in der Krise mit Spontanität und Schnelligkeit zu zeigen. In kürzester Zeit haben Henry-Johann Nientimp und Theodor-Marten Nientimp zusam-

BEITLING C 112

In Bocholt spendete die thenex GmbH rund 65.000 Einwegmasken, die von Stadt und Feuerwehr entsprechend verteilt wurden

men mit dem thenex-Team eine neue Abteilung, thenex medical equipment (themed), ins Leben gerufen, die damit zu einem verlässlichen Partner bei der Beschaffung von Einwegmasken, Einmalhandschuhen, Kitteln und Desinfektionsmitteln geworden ist. Das Sortiment konnte von Tag zu Tag erweitert werden und bediente Gewerbetreibende (B2B) sowie Praxen, Apotheken, Pflegedienste, Einzelhandel und Gastronomie.

Joop van Reeken: Corona kam. Die thenex-Mitarbeiter durften nicht mehr reisen. Ist das für das Unternehmen ein großer Finbruch?

Henry-Johann Nientimp: Als Corona im Ausland, in Asien, ausgebrochen ist und sich schnell verbreitet hatte, machte ich mir natürlich Sorgen. Was mag wohl auf

uns zukommen? So sagten wir sofort alle unsere Reisen ab, die für die kommenden Wochen und Monate geplant waren. Ich selbst war zu dieser Zeit noch in den USA. Außerdem haben wir, im Vergleich zu anderen Firmen, bereits innerhalb einer Woche vor dem Lockdown damit begonnen, uns auf die mögliche und dann schnell kommende Home Office Situation vorzubereiten. Rund um den 20. März waren bereits alle im Team - bis auf drei Mitarbeiter, die wegen bestimmter Arbeitsprozesse in der Firma anwesend sein mussten - im Home Office. Zeitgleich haben wir durch Kontakte im Bekanntenkreis und in Asien Informationen über Mund-Nasen-Masken erhalten. Wir überlegten zusammen, wie wir damit umgehen und ob wir ein Kontingent kaufen sollten.

JvR: Wie war dieser Kontakt entstanden? Denn überall haben Leute versucht, an Mund-Nasen-Masken heran zu kommen.

H-JN: Ein Freund von einem unserer Mitarbeiter hat viel Erfahrung mit dem Warenimport



aus Asien. Wir haben dann das Masken-Portfolio, das uns von diesem Kontakt geschickt wurde, hiesigen Krankenhäusern und Rettungsdiensten angeboten. Innerhalb weniger Tage erhielten wir bereits die ersten Aufträge. Dann ging alles sehr schnell. Wir kauften die Masken bei diesem Händler, aber auch bei anderen Anbietern. Aufgrund des guten Netzwerkes im AHV NRW und Kontakten, die uns von Mitgliedern zur Verfügung gestellt worden waren, konnten wir auch selbst direkt aus Asien importieren. So bauten wir ein nennenswertes Masken-Portfolio auf und waren in der Lage, Mund-Nasen-Masken innerhalb von Deutschland bundesweit anzubieten. Das wiederum führte zu vielen neuen Anfragen, sehr oft auch für kleine Mengen von 100 oder 500 Masken. Wir überlegten, wie können auch kleinere Aufträge abgewickelt werden? Und wie hält man zugleich den Prozess möglichst schlank? So entstand die Idee, einen Webshop zu bauen. Den thenex medical equipment shop: themed.

Käufer zahlen und spielen ihre Daten selber ins System. Wir müssen die bestellte Ware nur noch verpacken und versenden. Damit haben wir für den Einzelhandel, für Arztpraxen, Physiotherapeuten etc. die Möglichkeit geschaffen, auch kleinere Mengen bestellen zu können, und gerade diese Kleinmengen waren für unsere Kunden schwer zu beschaffen.

JvR: War das eine komplett neue Welt für thenex?

H-JN: Komplett neu. Zuvor hatten wir mit E-Commerce überhaupt keine Berührungspunkte. Mit themed konnten wir aber

einen neuen Kundenstamm aufbauen und gute Kontakte knüpfen. Da auch viele Privatleute an Mund-Nasen-Masken und Desinfektionsmitteln interessiert waren, gerade in der Hochphase Ende April, bauten wir zusätzlich den Shop Henry's Masken für Privatleute auf, wo man kleinere Mengen für den "Haushalt" bestellen kann.

JvR: Das neue Geschäftsmodell war ein Erfolg?

H-JN: Ja, es war erfolgreich. Das Geschäft mit den Masken hat uns als Unternehmen die Möglichkeit gegeben, die Krise im ersten Step und mit Bezug auf unser Tagesgeschäft ganz gut abfedern zu können. Wir haben Umsätze gemacht mit Erträgen, die uns helfen, einige Monate eine solche Krise zu überstehen. Außerdem konnten wir Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter sichern. Wir mussten keine Kurzarbeit anmelden und konnten unsere Leute weiterhin beschäftigen. In der Hochphase stellten wir sogar kurzfristig mehr Leute ein, um alles perfekt abwickeln zu können. Das Ziel, die Verluste einzudämmen, haben wir damit zunächst einmal erreicht. Natürlich besteht die Idee, die Shops in irgendeiner Form weiter zu führen und das Gelernte sowie die gemachten Erfahrungen zu verwerten. Und die Systeme, die wir eigens dafür entwickelt haben, auch künftig für thenex einzusetzen.

JvR: Sehr viele haben sich auf diesen Markt gestürzt. Leider gab es dabei auch unseriöse Anbieter. Wie sind Sie damit umgegangen? >







EUROPÄISCHE WIRTSCHAFTS- UND SICHERHEITSAKADEMIE GMBH

Stüvestraße 41 I 31785 Hameln Fon +49 5151 9893-90 I kontakt@euwisa.com I www.euwisa.com PRÄSENZSCHULUNGEN

INHOUSE-SCHULUNGEN

DURCH BEHÖRDLICH ZUGELASSENE AUSBILDER

ONLINESCHULUNGEN - WBTS 11.2.7 UND 11.2.3.9 – VOM LBA ZUGELASSEN H-JN: Wir als Unternehmerfamilie haben rechtzeitig beschlossen, sollten wir damit Gewinne erzielen, werden wir diese zum Teil spenden. Und das haben wir bereits zu Beginn der Krise gemacht. So haben wir im Nachgang mehrere Spendenaktionen an Einrichtungen, wie zum Beispiel Pflegeheime, in Bocholt und Umgebung durchgeführt. Auch der Stadt Bocholt selbst spendeten wir ein großes Kontingent an Mund-Nasen-Masken.



JvR: Welche Rückwirkung hat themed speziell auf thenex als industrielle Procurement-Firma gehabt?

H-JN: Wir haben viel gelernt. Da ist die Home-Office-Situation, durch die wir gesehen haben, was technisch alles möglich ist, auch was unsere Ressourcen angeht. In Bezug auf das Maskengeschäft haben uns die Shops gezeigt, dass wir ganz andere Medien und Arbeitsmittel nutzen können, um Handel zu betreiben. Völlig neue und sehr schlanke Verfahren und IT-Systeme wurden eingesetzt.

JvR: Auch ganz andere Marketingstrategien?

H-JN: Richtig. IT-gestützte Marketingtechnik. Instagram. FB. Google.

JvR: Wie geht es jetzt weiter?

H-JN: Der Shop läuft nach wie vor. Wir verkaufen. Jetzt müssen wir uns Gedanken machen, in welcher Form wir den Shop in Zukunft weiter betreiben und das Produktportfolio erweitern wollen. Unser Prokurist und langjähriger Mitarbeiter Peter Schulte sagt oft, wie einst der griechische Philosoph Heraklit: "Die einzige Konstante ist die Veränderung." Das gilt auch für unsere Geschäftsphilosophie. (Lacht.)

JvR: Wir danken für das Gespräch.



Henry-Johann Nientimp & Marten-Theodor Nientimp bilden als vierte Generation der Unternehmerfamilie die Geschäftsführung der thenex GmbH

thenex GmbH Am Annenhof 6 46397 Bocholt

T +49 2871 271 30 info@thenex-medical.com

ahv nrw magazin 2020 43

Lehren aus Corona: Neben Liquidität gilt stabilen Lieferketten oberste Priorität

Ganzheitliche Lösungen rund um Supply Chain Finance legen den Grundstein

Text: Alexander Pawellek

Nach den gravierenden Umsatzeinbußen des deutschen Mittelstands im Zuge der Corona-Pandemie genießt Liquidität im unternehmerischen Treasury oberste Priorität. Doch die Betrachtung weitet sich vom Unternehmen selbst auf die gesamte Lieferkette aus. Denn was nützt die eigene Liquidität, wenn der strategische Supplier mangels flüssiger Mittel ausfällt? Nicht überraschend also, dass Supply Chain Finance (SCF) seine seit Jahren hohen Wachstumsraten noch einmal steigert. Dabei ist SCF ein wichtiger, aber nicht der einzige Stellhebel, um Liquiditätsreserven zu heben. Die Commerzbank stellt daher ganzheitliche Lösungen in den Mittelpunkt ihres Leistungsangebots.

Der Käufer wünscht sich möglichst lange Zahlungsziele, der Lieferant braucht möglichst kurze. Während sich früher in der Regel schlicht der Stärkere durchsetzte, achten Unternehmen heute zunehmend auf die Stabilität ihrer Lieferketten, ohne dabei ihre Rentabilitätsziele aufzugeben. Bei SCF kommen beide Seiten zu ihrem Recht. Der Käufer nutzt sein im Vergleich mit dem Lieferanten meist besseres Rating für eine Finanzierung. Daraus kann der Lieferant vor Ablauf des Zahlungsziels den abgezinsten Kaufpreis und damit einen wichtigen Liquiditätsschub erhalten. Der Käufer wiederum profitiert von den gewünschten langen Zahlungszielen und führt an deren Ende die Finanzierung über den vereinbarten Kaufpreis zurück. So verbessert er nicht nur seine eigenen Finanzkennzahlen, sondern sichert sich auch den strategisch wichtigen Lieferanten für die Zukunft. Aufgesetzt und strukturiert wird SCF bei der Commerzbank in Kooperation mit bankenunabhängigen Plattformen unterschiedlicher FinTechs.

Hat der Käufer überschüssige Liquidität, bietet ihm – in Zeiten von Negativzinsen für hohe Einlagen – eine Sonderform von SCF besondere Vorteile: Beim Dynamic Discounting erreicht er durch den vorzeitigen Ausgleich von Lieferantenrechnungen aus eigenen Mitteln deutliche Abschläge und damit attraktive Renditen.

Darüber hinaus eröffnet SCF auch Möglichkeiten zur Förderung von Nachhaltigkeit. Beispielsweise können die Konditionen der Lieferantenfinanzierung an bestimmte



Alexander Pawellek
Leiter Produktentwicklung
Supply Chain Finance &
Innovation

Commerzbank AG

60261 Frankfurt

T +49 69 136 51127 alexander.pawellek@ commerzbank.com https://www.firmenkunden. commerzbank.de/



Compliance-Richtlinien gekoppelt werden – vom Käufer überprüft durch ein Scoring oder Rating.

Kein Inseldenken in einem analogen Umfeld

Damit SCF mit seinem hohen Digitalisierungsgrad keine Insel in einem analogen Umfeld bleibt, sollten Digitalisierungsinitiativen im Finanzbereich genauso ganzheitlich angegangen werden, wie das in der Produktion schon geschieht. Gerade angesichts des Bestrebens vieler Unternehmen, "sich stärker auf das Kerngeschäft" zu konzentrieren, erscheint es paradox, dass sie viel Zeit und Kosten aufwenden für Tätigkeiten, die eher nicht zum originären Kerngeschäft gehören: die Kreditgewährung an Kunden über lange Zahlungsziele, die Rechnungsbearbeitung oder das Mahnwesen. Abhilfe schaffen digitale Lösungen wie das E-Invoicing, das strukturierte Rechnungsdaten produziert und nutzt: Wenn sie im firmeninternen Enterprise Resource Planning System (z. B. SAP) eingehen, können sie maschinell geprüft und automatisiert weiterverarbeitet werden. Die Effekte: Kosteneinsparungen von bis zu 80 Prozent, schnellere Durchlaufzeiten, bessere Skontomöglichkeiten, weniger Erfassungsfehler.

Von der Beschaffung bis zum Mahnwesen

Ähnlich viel Potenzial steckt im E-Procurement. Wenn Einkaufsprozesse etwa über eine einheitliche Plattform laufen, lässt sich beispielsweise der eigene Aufwand in der Pflege von Stammdaten reduzieren, weil Lieferanten diese Daten selbst aktualisieren können. Auch das Mahnwesen erweist sich in vielen Unternehmen als digitaler Nachzügler, weil die Möglichkeiten des automatischen Abgleichs von Forderungen, Fristen und Zahlungseingängen nicht konsequent genutzt werden. Ähnlich die Lage im Risikomanagement: Die Einhaltung vorgegebener Limits für Exposures in kritischen Märkten ist bei manuellen Vorgehensweisen immer mit einem Time lag verbunden, Überschreitungen werden teilweise zu spät bemerkt.

Kooperation mit dem Fraunhofer-Institut

Um die Digitalisierung im Finanzbereich weiter voranzutreiben, kooperiert die Commerzbank seit Jahren mit dem Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML in Dortmund. Anwendungsorientierte Wissenschaftler des Fraunhofer IML arbeiten eng mit Trade-Finance-Spezialisten der Commerzbank zusammen.

Digitalisierung, Automatisierung und Schnelligkeit sind entscheidende Kriterien für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Den Weg dorthin eröffnen eine ganzheitliche Sichtweise und einzelproduktübergreifende Lösungen. Entsprechende Technologien sind bereits verfügbar und bewährt. Sie müssen nur genutzt werden – erst recht in der Nach-Corona-Zeit.







GENERIEREN SIE MIT UNS IHR AUSLANDSGESCHÄFT

Maßgeschneiderte Lösungen ►

Finanz-Expertise ►

Länderkenntnis ►

Know-how ►

Exporterfahrung ►

Kontakte und Strukturen



- **◄ optimale Kostenkontrolle**
 - - **◄ rundum Sicherheit**
 - **◄ ohne Investitionsrisiko**
- **◄ individuell, wie Ihr Unternehmen**

Gestörte Lieferketten

Ausgewählte vertriebsrechtliche Überlegungen anlässlich der Corona-Krise

Text: Dr. Fabian Breckheimer

Schon Ende März stand fest: Das Jahr 2020 ist ein historisches Jahr und droht mit zahlreichen negativen Superlativen in die Geschichte einzugehen. Soeben mussten sich deutsche Unternehmen noch mit dem Handelskrieg zwischen den USA und der VR China befassen, mit dem Brexit, mit Sanktionen und Embargos, da drängte sich das neuartige SARS-CoV-2 oder "Coronavirus" ins Bewusstsein der gesamten Welt. Die vorgenannten Krisen und Probleme bleiben derweil ungelöst, wohlgemerkt! Die negativen wirtschaftlichen Folgen der Coronavirus-Pandemie sind heute noch nicht absehbar, sie werden aber immens sein.

Deutsche Unternehmen standen fast jeden Tag u.a. vor der schwierigen Frage, welche rechtlichen Konsequenzen Disruptionen in der globalen Lieferkette für sie haben und ob sich die daraus resultierenden wirtschaftlichen Risiken ggf. vertraglich reduzieren lassen. Nicht wenige Geschäftsführer und andere Unternehmensverantwortliche blätterten hilfesuchend in bestehenden Lieferverträgen oder mussten entscheiden, auf welcher vertraglichen Basis man noch Lieferzusagen für die Zukunft abgeben konnte.

Weder das deutsche Recht noch andere nationale Rechtsordnungen halten für derartige Fragen die eine allgemeingültige Antwort bereit. Es müssen vielmehr eine Vielzahl von Überlegungen im Einzelfall angestellt werden, um "die Lösung" für das jeweilige Problem zu finden.

Dieser Beitrag zeigt beispielhaft und ohne Anspruch auf Vollständigkeit auf, welche Rechtsfragen sich für deutsche Unternehmen im Zusammenhang mit Störungen der Lieferkette stellen.

Ausgangssituation

Von größter praktischer Relevanz ist sicherlich die Verpflichtung von Unternehmen innerhalb einer bestehenden Lieferkette gegenüber ihren jeweiligen Abnehmern, verbindlich bestellte Ware zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort zu liefern. Kann ein Lieferant diese vertraglich übernommene Pflicht nicht oder nicht wie geschuldet (also etwa verspätet) erfüllen, drohen Schadensersatzforderungen und gegebenenfalls die Erklärung des Rücktritts oder der Vertragsaufhebung durch den Käufer. Erschwerend kommt hinzu, dass sich diese Disruptionen wellenartig entlang der häufig eng verzahnten Lieferkette ausbreiten, es kommt zu Dominoeffekten. Deutsche Unternehmen sind dabei regelmäßig beides, Abnehmer und Lieferant. Sie stehen also vor der Frage, welchen Ansprüchen sie seitens ihrer Abnehmer ausgesetzt sind und welche Forderungen sie gegenüber ihren eigenen Lieferanten geltend machen können.



Wer trägt das Beschaffungsrisiko?

Kann der Lieferant trotz entsprechender Vertragspflicht nicht liefern, ist er zum Ersatz des entstehenden Schadens verpflichtet, wenn er die Nichtlieferung zu vertreten hat.

Handelt es sich bei dem Liefergegenstand um sog. Gattungsschulden, wird nach deutschem Recht vermutet, dass der Ver-

vorhersehbares Ereignis an der rechtzeitigen Erfüllung gehindert wurde. (Zur Relevanz von Force Majeure sogleich unten).

Hinsichtlich des Beschaffungsrisikos lohnt ein Blick in die eigenen allgemeinen Verkaufsbedingungen: Durch entsprechende Klauseln kann der Verkäufer, falls diese Klauseln im Einklang mit aktueller AGB-Rechtsprechung und damit wirksam verein-



© Shutterstock

käufer das Beschaffungsrisiko übernommen hat. Er verspricht mit Abschluss des Kaufvertrages also nicht nur die Verschaffung der Sache oder Leistung überhaupt, sondern auch deren fristgemäße Verschaffung.

Nichts anderes gilt nach dem UN-Kaufrecht, welches bei Exportgeschäften deutscher Unternehmen bekanntlich stets zu berücksichtigen ist. Beim marktbezogenen Gattungskauf, der im internationalen Handel die Regel darstellt, trägt der Verkäufer das Risiko, dass ihm die Beschaffung der Ware gelingt. Er wird grundsätzlich nicht dadurch entlastet, dass ihn sein Lieferant im Stich lässt. Solange noch Ersatzware auf dem Markt erhältlich ist, muss der Verkäufer bis zu einer "äußersten Opfergrenze" alle Möglichkeiten einer Ersatzbeschaffung ausschöpfen. Gelingt eine Ersatzbeschaffung nur mit Verspätung, kann sich der Verkäufer hinsichtlich der Verspätung nur dann entlasten, sofern er nachweist, dass er durch ein nicht beherrschbares und nicht

bart sind, das Beschaffungsrisiko von sich weisen. Das ist im Übrigen ein praktischer Beleg für die Relevanz von Allgemeinen Geschäftsbedingungen und weshalb jedes Unternehmen im eigenen Interesse darauf achten muss, seine AGB stets aktuell zu halten und wirksam in seine Lieferverträge einzubeziehen (an beidem krankt es in der Praxis noch zu oft, an der wirksamen Klauselgestaltung und an der wirksamen Einbeziehung der AGB in den Vertrag).

Schon anhand dieser Feststellungen wird deutlich, dass in Sachen Risikoverteilung das Pendel mal so, mal anders ausschlagen kann. Wohl demjenigen, der seine Rechtsposition durch sorgfältige Vertragsgestaltung gestärkt und gesichert hat.

Man stelle sich nun etwa den Beispielsfall vor, dass der deutsche Lieferant zwingend auf Zulieferteile aus China oder Norditalien angewiesen ist, diese aber nicht rechtzeitig bekommen wird. ►

Er selbst ist aber vertraglich verpflichtet, seinen Kunden in der Schweiz zum vertraglich festgelegten Zeitpunkt mit dem Endprodukt zu beliefern. Beharrt der schweizerische Käufer nun auf Vertragserfüllung "wie geschuldet", droht der deutsche Lieferant bei verspäteter Lieferung oder Nichtlieferung vertragsbrüchig zu werden.

Welche rechtlichen Instrumente können dem deutschen Lieferanten in dieser Situation helfen?

Unmöglichkeit

Jedenfalls im allgemeinen Sprachgebrauch käme man rasch zu dem Begriff der Unmöglichkeit: Der Lieferant wird einwenden, ihm sei die Erfüllung seiner Lieferpflicht gegenüber dem Käufer "unmöglich" geworden. Juristisch ist das Rechtsinstitut der Unmöglichkeit jedoch an enge Voraussetzungen geknüpft.

Da sich der eigentlich zur Leistung verpflichtete Vertragspartner im Falle von Unmöglichkeit einseitig von seiner Verpflichtung lösen könnte, sind deren Voraussetzungen kritisch zu prüfen: Handelt es sich um echte Unmöglichkeit oder bloß um eine Erschwerung der Leistung? Liegt ein dauerhaftes oder ein vorübergehendes Hindernis vor? Geht es um subjektive oder objektive Unmöglichkeit? Ist rechtliche Unmöglichkeit (z. B. als Folge eines Embargos) gleichbedeutend mit tatsächlicher Unmöglichkeit?

In der Praxis stellt das, was laienhaft als Unmöglichkeit angesehen werden könnte, lediglich eine – wenn auch u.U. erhebliche – Erschwerung der Leistung dar. Etwas salopp formuliert: Dass es für den Lieferanten nun teurer und schwieriger geworden ist, die benötigten Teile andernorts zu beschaffen, ist nicht gleichbedeutend mit "unmöglich". Und so wird der Lieferant häufig unter Inkaufnahme finanzieller Nachteile eine alternative Lieferroute wählen, einen alternativen Zulieferer ausfinden machen müssen, o.ä.

Rechtlich wird erst bei der so genannten wirtschaftlichen Unmöglichkeit eine Grenze gezogen. Denn unmöglich ist nach der Rechtsprechung nicht nur eine "denkgesetzlich unausführbare" oder infolge von rechtlichen Hindernissen auf keine Weise zu erbringende Leistung, sondern auch eine solche, deren Erfüllung erhebliche praktische Schwierigkeiten entgegenstehen, so dass jeder vernünftige Mensch von einem Erfüllungsversuch Abstand nehmen würde.

Selbst wenn der Lieferant aber bei Vorliegen aller Voraussetzungen von seiner Leistungspflicht (ggf. vorübergehend) befreit würde, so hilft ihm das häufig nur bedingt. Denn auch der Käufer wird dann von seiner Pflicht befreit, den vereinbarten Kaufpreis zu zahlen, und kann sogar – bei Vorliegen der weiteren gesetzlichen Voraussetzungen – Schadensersatz vom Lieferanten verlangen. An dieser Stelle kommt dann erneut das oben erwähnte Beschaffungsrisiko zum Tragen.

Wie liegen die Dinge nun im Falle eines Corona-bedingten Stillstands der italienischen Zulieferbetriebe? Beruht dieser Stillstand auf hoheitlichen Zwangsmaßnahmen, ist es grundsätzlich denkbar, dass sich der italienische Zulieferer auf einen Fall der (subjektiven) Unmöglichkeit berufen kann. Es kommt aber naturgemäß auf den konkreten Einzelfall an, auf die tatsächlichen Umstände und auf die vertraglichen Vereinbarungen. Trotz Produktionsstillstands wird der eine italienische Zulieferer wegen ausreichender Lagerbestände noch lieferfähig sein, andere hingegen nicht. Und der eine deutsche Lieferant, der um seine Abhängigkeit von ausländischen Zulieferern weiß, wird entsprechend benötigte Teile ausreichend bevorratet haben, während der andere dies nicht getan hat.

Auch andere nationale Rechtsordnungen kennen die Rechtsfigur der Unmöglichkeit ("frustration" im englischen Recht, "impossibilità" im italienischen Recht, etc.). Wie nach deutschem Recht sind die Hürden aber hoch und der praktische Anwendungsbereich häufig überschaubar.

Störung der Geschäftsgrundlage

Auch an die so genannte Störung der Geschäftsgrundlage ließe sich im Beispielsfall denken. Deren Voraussetzungen sind jedoch gesetzlich eng normiert und die Rechtsprechung wendet dieses Instrument restriktiv an. So setzt eine Störung der Geschäftsgrundlage voraus, dass sich die Umstände, die zur Geschäftsgrundlage geworden sind, schwerwiegend verändert haben, die Parteien den Vertrag bei Voraussehen dieser Veränderung nicht oder nur mit anderem Inhalt geschlossen hätten, und dass einem Vertragsteil unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der vertraglichen oder gesetzlichen Risikoverteilung, das Festhalten am unveränderten Vertrag nicht zugemutet werden kann. Zentraler Beurteilungsmaßstab ist die vertragliche oder gesetzliche Risikoverteilung. Es ist daher in jedem Einzelfall zu ermitteln, in wessen Sphäre das eingetretene Risiko nach der vertraglichen oder gesetzlichen Regelung fallen soll. Nur wenn das störende Ereignis weder in die Risikosphäre der einen noch der anderen Partei fällt, kommt eine Vertragsanpassung (oder Vertragsaufhebung als ultima ratio) in Betracht.

Dabei besteht wiederum Einigkeit, dass der bloße Umstand der Leistungserschwerung typischerweise in den Risikobereich des Schuldners fällt; dieser trägt in aller Regel, wie oben gezeigt, das Beschaffungsrisiko. Bis zur Grenze der so genannten wirtschaftlichen Unmöglichkeit (teilweise wird auch von Opfergrenze gesprochen; diese liegt i.Ü. hoch) muss somit der zur Lieferung verpflichtete Verkäufer das Risiko einer bei Vertragsschluss noch nicht vorhersehbaren Leistungserschwerung tragen.

Zieht man obigen Beispielsfall heran, wo nach Vertragsschluss der italienische Zulieferbetrieb aufgrund der Corona-Krise ausfällt, so dass der deutsche Abnehmer seinerseits nicht (oder

nicht rechtzeitig) gegenüber seinem schweizerischen Abnehmer leisten kann, so käme es erneut stark auf die tatsächlichen Umstände und die vertraglichen Vereinbarungen entlang der Kette Italien – Deutschland – Schweiz an. Eine pauschale Aussage, ob hier eine Störung der Geschäftsgrundlage vorliegt, kann kaum getroffen werden.

Eines dürfte jedoch feststehen: Wir haben es mit einer Krise von historischem Ausmaß zu tun. Es ist somit durchaus möglich, dass die Gerichte in absehbarer Zukunft eine Vielzahl solcher Fallkonstellationen zu beurteilen haben werden und hieraus letztlich eine Weiterentwicklung der bestehenden Rechtsprechung zur Störung der Geschäftsgrundlage folgt.

Force Majeure bzw. Hardship

Falls also festgestellt werden muss, dass die gesetzlichen Anforderungen an eine Störung der Geschäftsgrundlage vorliegend nicht erfüllt sind, so ist sodann zu überlegen, ob betroffene Unternehmen nicht vielleicht aufgrund vertraglicher Vereinbarungen eine Vertragsanpassung etwa im Hinblick auf die Lieferzeit – oder gar eine Vertragsaufhebung verlangen können.

Betroffene müssen also wiederum einen kritischen Blick in die von ihnen geschlossenen Verträge werfen. Was sagen die Verträge zur Risikoverteilung, in wessen Verantwortungsbereich fällt das störende Ereignis?

In Lieferverträgen finden sich häufig so genannte Force Majeure-Klauseln bzw. Hardship-Klauseln, mit denen die Parteien für Fälle höherer Gewalt bereits im Vorfeld vertragliche Vorkehrungen treffen.

Dabei ist zwischen beiden Klauselarten grundsätzlich nochmals zu unterscheiden, wobei es auch Überschneidungen geben kann:

Force Majeure-Klausel sind für Konstellationen gedacht, in denen die Erfüllung vertraglicher Pflichten (ggf. vorübergehend) unmöglich wird. Zu denken ist an Fälle, in denen die zu liefernde Ware zerstört wird durch Erdbeben, Flut oder einen Sprengstoffanschlag.

Demgegenüber sind Hardship-Klauseln für Fälle gedacht, in denen die Erfüllung grundsätzlich weiterhin möglich ist, aber nur unter erschwerten (wirtschaftlichen) Bedingungen, etwa weil Transportwege abgeschnitten sind.

Es leuchtet jedem Unternehmer unmittelbar ein, dass angesichts der gegenwärtig gravierenden Unwägbarkeiten beide Klauseln nicht bloßes "Beiwerk" sind, die man im Rahmen der Vertragserstellung eher lieblos auflistet. Sie sind vielmehr elementar wichtig, da sie prophylaktische Regelungen treffen, etwa um den Verzugseintritt und dessen Folgen im Krisenfall aufzuschieben bzw. zu verhindern. Sie müssen dabei selbstverständlich umsichtig und sorgfältig formuliert werden, um im Ernstfall von Nutzen sein zu können.

> Zwei Dinge seien der guten Ordnung halber an dieser Stelle nochmals hervorgehoben: Bei der Beurteilung, ob tatsächlich "höhere Gewalt" vorliegt, ist ein strenger Maßstab anzulegen. Deutsche Gerichte nehmen höhere Gewalt an, wenn ein von außen kommendes Ereignis vorliegt, das außerhalb des Einflussbereichs der Parteien liegt und das auch durch äußerste vernünftigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht abzuwenden war. Der im

> > "Act of God" mag illustrieren, wie hoch diese Schwelle liegt.

Zudem hat der Eintritt eines - als höhere Gewalt qualifizierten - Leistungshindernisses keine automatische Vertragsbeendigung zur Folge, sondern bewirkt lediglich ein Ruhen der Leistungspflichten für die Dauer des Ereignisses.

Eine Störung oder gar ein Wegfall der Geschäftsgrundlage ist in derartigen Fällen gerade nicht gegeben, es kommt also nicht "automatisch" zu einer Anpassung der vertraglichen Pflichten an die

veränderten Umstände. Die Leistungspflichten werden lediglich für einen bestimmten Zeitraum ausgesetzt. Bei der Formulierung von Force Majeure- oder Hardship-Klauseln muss daher nicht nur auf die klare Regelung der Voraussetzungen Wert gelegt (Wann soll aus Sicht der Vertragsparteien höhere Gewalt vorliegen?), sondern stets auch die beabsichtigte konkrete Folge festgelegt werden. Die Aussetzung der vertraglichen Pflichten gilt in aller Regel nur für einen vorab klar definierten Zeitraum.



Die Vertragsparteien müssen daher vorab entscheiden, wie lange dieser Zeitraum sein soll und was gelten soll, wenn dieser Zeitraum überschritten wird.

Unternehmen sollte bewusst sein, dass sie den Begriff und die Definition der "höheren Gewalt" im Rahmen ihrer Vertragsfreiheit selbst mit Inhalt und Leben füllen können und sogar müssen. So erklärt sich auch, weshalb gut gemachte Force Majeure-Klauseln über die Jahre hinweg stetig umfangreicher und detaillierter werden (ein gutes Beispiel: Früher wurde häufig schlicht "war" (engl. Krieg) angeführt wurde, wohingegen man heute liest: "war (declared or not), riot, civil unrest, [...]"). Spätestens jetzt sollte eine gut gemachte Force Majeure-Klausel (d.h. eine Klausel, die korrekt mit Regel-/Ausnahmeverhältnissen und Beispielen arbeitet) also auch Fälle von Epidemien, Pandemien, Quarantäne auflisten und ebenso sorgfältig die in Frage kommenden behördlichen oder hoheitlichen Maßnahmen und Eingriffe beschreiben. Selbstverständlich muss all das stets vor dem Hintergrund des auf die Vertragsbeziehung anwendbaren Rechts geprüft und umgesetzt werden.

Ob sich der italienische Zulieferer, der seinen deutschen Kunden wegen eines epidemie-bedingten, behördlich verordneten "Lock-down" (vorübergehend) nicht beliefern kann, erfolgreich auf einen Fall von Force Majeure berufen kann, ist damit durchaus denkbar – allerdings im Einzelfall noch anhand der Vertragsund Gesetzeslage zu prüfen. Wenn hingegen große deutsche Automobilhersteller "freiwillig" die Produktion unterbrechen und sich gegenüber ihren lieferbereiten Zulieferbetrieben auf höhere Gewalt berufen, so erscheint es zweifelhaft, ob sie rechtlich damit durchdringen (was wegen der Besonderheiten in der Automobilbranche in der Regel aber noch nichts über die Pflicht der Zulieferer aussagt, dennoch lieferbereit zu bleiben).

Informationspflichten

In jedem Fall zu beachten ist, dass Unternehmen, die nicht rechtzeitig liefern können, prüfen sollten, ob sie nach den bestehenden Verträgen ihren Abnehmern gegenüber verpflichtet sind, diese aktiv und frühzeitig über die Verzögerung und deren Dauer zu informieren. Schlimmstenfalls stellt eine unterbliebene Information eine Verletzung von vertraglichen Informationspflichten dar, die Schadensersatzpflichten auslösen können. Solche ausdrücklichen vertraglichen Informations- und Warnpflichten sind eher die Regel als die Ausnahme, können sich aber ggf. auch als vertragliche Nebenpflicht aus dem Grundsatz von Treu und Glauben ergeben.

Lieferverzug und Deckungskauf

Abschließend soll ein kurzer Blick auf die sich häufig stellende Frage geworfen werden, welche Schadenspositionen im Verzugsfalle des Verkäufers ersatzfähig sind und welche nicht. In unserem Beispielsfall wird der deutsche Unternehmer regelmäßig entscheiden müssen, ob und zu welchem Zeitpunkt er ggf.

einen Deckungskauf tätigt, um eine Haftung gegenüber seinem Abnehmer zu vermeiden.

Juristisch ist hierbei u.a. der ursprüngliche Erfüllungsanspruch des Käufers (auf Lieferung) abzugrenzen von seinem sekundären Anspruch auf Schadenersatz, der u.U. an die Stelle des Erfüllungsanspruchs tritt.

Grundsätzlich besteht neben dem Anspruch auf Vertragserfüllung (Lieferung) des Käufers ein Anspruch auf Ersatz von Verzögerungsschäden, die kausal darauf zurückzuführen sind, dass der Verkäufer als Schuldner die Ware nicht zu einem bestimmten vereinbarten Zeitpunkt, sondern verspätet liefert.

Nach einer älteren Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BGH) kann der Käufer von dem Verkäufer, der verspätet liefert, neben der Vertragserfüllung diejenigen Kosten als Verspätungsschaden verlangen, die dadurch entstanden sind, dass der Käufer infolge des Lieferverzugs des Verkäufers selbst gegenüber seinem Abnehmer in Verzug kommt, der Abnehmer sodann einen Deckungskauf tätigt und den Käufer mit diesen Mehrkosten belastet. Wenn also der deutsche Lieferant zwingend erforderliche Zulieferteile aus Norditalien nicht rechtzeitig erhält und aufgrund dessen seinen Kunden in der Schweiz nicht zum vertraglich festgelegten Zeitpunkt beliefern kann und der schweizerische Kunde sodann einen Deckungskauf vornimmt und den deutschen Lieferanten mit den Kosten dieses Deckungskaufs belastet, kann der deutsche Lieferant diese Mehrkosten von seinem säumigen italienischen Lieferanten als Schadensersatz neben der Leistung ersetzt verlangen.

Für Uneinigkeit zwischen BGH und weiten Teilen der juristischen Literatur sorgte eine vielbeachtete BGH-Entscheidung aus dem Jahr 2013, der jedoch ein eher spezieller Sachverhalt zugrunde lag. Damals hatte der Kläger (Käufer) seinen Lieferanten zuerst erfolgreich auf Lieferung und dann noch zusätzlich auf Ersatz der Mehrkosten eines getätigten Deckungskaufes verklagt. Hierzu entschied der BGH – verkürzt –, der Kläger (Käufer) dürfe die Leistung jedenfalls nicht zweimal fordern und lehnte die Ersatzfähigkeit des Deckungskaufes als Verzögerungsschaden ab – und ein Anspruch auf Schadensersatz statt der Leistung sei durch die (wenn auch verspätete) Erfüllung entfallen.

In der Praxis spielen die bis heute umstrittenen rechtlichen Detailfragen v.a. dann eine Rolle, wenn der Käufer den Deckungskauf vor Ablauf der Nachfrist, die er dem säumigen Verkäufer gesetzt hat, tätigt. Grundsätzlich muss der Käufer seinem Verkäufer nämlich zunächst eine angemessene Nachfrist einräumen, bevor er einen Deckungskauf tätigt.

Allerdings gibt es Ausnahmen von diesem Grundsatz. Das Gesetz selbst bestimmt, dass eine solche Nachfristsetzung ausnahmsweise entbehrlich sein kann, wenn die Umstände des Einzelfalls dies rechtfertigen. Hier lässt sich im Einzelfall also durchaus

argumentieren, etwa mit dem Vorliegen eines relativen Fixgeschäftes, wonach die Leistung zu einem bestimmten vertraglich festgelegten Termin zu erbringen war, weshalb eine verzögerte Leistung nicht mehr als vollständige Vertragserfüllung angesehen wird.

In der Praxis hindert den Käufer jedenfalls nichts daran, einen Deckungskauf bereits vor Ablauf einer Nachfrist vorzunehmen. Er kann unter dem Gesichtspunkt einer ihn treffenden allgemeinen Schadensminderungspflicht sogar gehalten sein, einen Deckungskauf zu tätigen. Das hat auch der BGH in einem früheren Urteil grundsätzlich so gesehen.

Der Käufer läuft in derartigen Fällen eines vorzeitigen Deckungskaufs allerdings Gefahr, die Ware doppelt abnehmen zu müssen, ohne Schadensersatz in Höhe der Mehrkosten des Deckungskaufs verlangen zu können.

Im Ernstfall bleibt Unternehmern daher nur, die drohenden wirtschaftlichen Risiken der ihnen zur Verfügung stehenden Alternativen abzuwägen und kurzfristig profunden Rechtsrat einzuholen, um eine ohnehin ärgerliche Situation nicht weiter zu verschlimmern. ◀



Dr. Fabian BreckheimerRechtsanwalt / Fachanwalt für Internationales
Wirtschaftsrecht

tradeo LLP Rechtsanwälte Karl-Arnold-Platz

Karl-Arnold-Platz 1 40474 Düsseldorf

T+49 211 2479 10 20 breckheimer@tradeo.legal www.tradeo.legal







- Außenwirtschaft
- Exportkontrolle
- Zoll



Lernen ist das halbe Leben - mach ein Viertel draus!

Mit flexiblen und zeitsparenden WBTs

COVID-19: Krise in der Bildung?

Wie Corona die Exportwirtschaft und einen Seminaranbieter vor neue Herausforderungen stellt

Text: Matthias Merz

Als Seminaranbieter zu außenwirtschaftlichen Themen spürten auch wir von einem Tag auf den anderen die Folgen von COVID-19. Wir berichten von unseren Erfahrungen. Außerdem versuchen wir einzuschätzen, vor welche Herausforderungen die Corona-Pandemie Exporteure stellt (Stand Juni 2020).



Mit Technik durch die Krise: Dank eigenem TV-Studio konnte die AWA ein erweitertes Webinarangebot anstelle von Präsenzseminaren schnell auf die Beine stellen. (Foto: AWA)

Es kam uns vor wie in einem Katastrophenfilm: Die Newsticker der Nachrichtensender liefen über unsere Monitore und verkündeten im Minutentakt die Ausbreitung des Coronavirus. Dass COVID-19 auch Deutschland heimsuchen würde, war abzusehen, die rasend schnelle Verbreitung allerdings überraschte sicherlich nicht nur uns. Das Kerngeschäft der AWA, die Schulungen vor Ort, wurde plötzlich mit COVID-19 konfrontiert. Das stellte uns vor Herausforderungen.

Händeschütteln verboten

Ein Schild mit dem Hinweis, das Händeschütteln aus gegebenem Anlass zu unterlas-

sen, war schnell erstellt. Hinzu kamen weitere Maßnahmen: Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer wurden an Einzeltische gesetzt, die Sitzpläne dokumentiert und das Einhalten der Hygieneregeln sorgfältig kontrolliert. Die Situation spitzte sich weiter zu, als die Behörden ein offizielles Veranstaltungsverbot erließen und wir somit gezwungen waren, unseren Seminarbetrieb einzustellen. Und nun?

Kommunikation in der Krise

Seminarorganisation, Buchhaltung, Inhouse-Seminare und Marketing – bis auf wenige Ausnahmen wechselte das komplette Team umgehend ins Homeoffice. Meetings organisierten wir per Telefonkonferenz und Team-Messenger. Flexible Arbeitszeitmodelle ergänzten unsere Maßnahmen im Umgang mit der Corona-Krise. Das Rückgrat der AWA funktionierte. So weit, so gut, aber als Seminaranbieter zu außenwirtschaftlichen Themen



ist das Seminargeschäft unser Hauptstandbein. Unsere Kunden kommen aus den unterschiedlichsten Branchen und reisen aus ganz Deutschland zu unseren Seminarstandorten in Münster oder München und nehmen an Schulungen in unseren Partnerhotels in den verschiedensten Bundesländern teil.

COVID-19 trotzen mit Green Screen, Studio-LED-Beleuchtung und Teleprompter

Seit 2014 führt die AWA Webinare zu außenwirtschaftlichen Themen durch. Was anfänglich in einem kleinen Seminarraum mit einfacher Kamera und Standardmikrofon begann, entwickelte sich schnell zu einem regelmäßigen Format, das wir bisher vor allem genutzt haben, um kurzfristige Entwicklungen im Zoll-und Außenwirtschaftsrecht kompakt darzustellen, zum Beispiel Sanktionsänderungen. Inzwischen verfügen wir über ein eigenes TV-Studio mit 4K-Videokamera, Green Screen, Studio-LED-Beleuchtung und Teleprompter. Mit diesem professionellen Equipment sind wir dazu in der Lage, Live-Webinare in hoher Qualität durchzuführen. Dieses innovative Instrument kam uns in der Corona-Krise zugute.

E-Learning vs. Präsenzseminare

Die zweite Woche unseres Grundlagenseminars Exportkontrolle findet normalerweise in unserem Partnerhotel in Frankfurt am Main statt. Das Veranstaltungsverbot in Hessen machte uns jedoch einen Strich durch die Rechnung. Es galt, kreative Lösungen zu finden, und so konzipierten wir den zweiten Teil des Seminars als Webinar. Einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer zeigten sich anfangs skeptisch gegenüber dem alternativen Format, ließen sich aber schnell überzeugen. Das "Beispiel Frankfurt" machte uns Mut, die Webinare in Zeiten von Kontakt- und Veranstaltungsverbot als Alternative zu den Präsenzseminaren auszubauen.

Als Übergangslösung boten wir also ausgewählte Präsenzseminare als Webinare an. Durch regelmäßige Abfragen in unserem Newsletter berücksichtigten wir weitere Themenwünsche unserer Kunden. So war es uns innerhalb kürzester Zeit möglich, unser Wissen zu Zoll- und Exportkontrollthemen auf dem digitalen Wege zu vermitteln.

Ist E-Learning die Zukunft? Aus meiner Sicht sind E-Learning-Angebote ein geeignetes Instrument, um Wissen in komprimierter Form darzustellen. Ein weiterer Vorteil liegt für uns als Schulungsanbieter in der relativ schnellen Organisation eines Webinars. Der Stellenwert von Webinaren und Fernlehrgängen wird bei uns weiter zunehmen, nicht zuletzt aufgrund der positiven Erfahrungen der vergangenen Zeit.

In meinen Augen kann ein Webinar allerdings kein Vor-Ort-Seminar ersetzen. Der Austausch zwischen den Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmern untereinander sowie mit dem Dozenten ist in einem Seminar intensiver als online. Vor allem der Dialog während der Kaffeepause, dem Mittagessen und beim

Get-Together fehlt. "Live" an der Kaffeemaschine oder abends beim Bier in einer traditionellen Münsteraner Brauerei kommt man ganz anders ins Gespräch als virtuell in einem Forum oder Chatraum. Das Seminarerlebnis fehlt ganz einfach. Und mal ehrlich: Manchmal ist man doch über einen Tag Auszeit vom Schreibtisch und einen Tapetenwechsel froh.

Und die Außenwirtschaft?

Die deutsche Exportwirtschaft leidet unter der Corona-Krise. Als Folge der Corona-Pandemie sind die deutschen Exporte im April so stark zurückgegangenen wie noch nie seit Beginn der Außenhandelsstatistik im Jahr 1950. Wie das Statistische Bundesamt mitteilte, sank der Wert der Warenausfuhren gegenüber dem Vorjahresmonat um 31,1 Prozent auf 75,7 Milliarden Euro. Verglichen mit März 2020 verringerten sich die Exporte um 24,0 Prozent.

Der Ausbruch von COVID-19 beweist eindrucksvoll, wie essentiell es ist, Arbeitsabläufe zu digitalisieren. Das Thema Digitalisierung wird auch nach der Krise verstärkt auf der Agenda von Exporteuren stehen. Außerdem werden international agierende Unternehmen nun die Risiken in ihren Lieferketten neu bewer-

ten. Wie gestalte ich meine Exporte unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden Handelserleichterungen und Exportvereinfachungen so widerstandsfähig wie möglich?

Im Moment zeichnet sich ein düsteres Bild für den Außenhandel, aber ich bin zuversichtlich, dass der Export die Corona-Krise mit einem blauen Auge überstehen und danach zu alter Stärke zurückfinden wird.



Matthias Merz Geschäftsführender Gesellschafter der AWB Steuerberatungsgesellschaft mbH Geschäftsführer der AWA AUSSENWIRTSCHAFTSAKADEMIE GmbH

AWA AUSSENWIRTSCHAFTSAKADEMIE GmbH

Königsstraße 46 48143 Münster

T +49 251 83 275 60 F +49 251 83 275 61 info@awa-seminare.de www.awa-seminare.com

ahv nrw magazin 2020 53

Große Risiken für die Wertschöpfungskette

Interview mit Eric Heymann

Angesichts der Corona-Pandemie überlegen Mittelständler, Teile ihrer Produktion aus Ländern wie China wieder nach Europa zu holen. Kommt jetzt die große Rückkehr? Und welche Faktoren sollten Unternehmer bei ihrer Entscheidung über das sogenannte Reshoring im Blick haben? Eric Heymann, Senior Economist bei Deutsche Bank Research, über die Abhängigkeit von Zulieferern, staatliche Regulierung und die Effekte gestiegener Lohnkosten in Fernost.

Redaktion: Herr Heymann, die Corona-Krise hat die globalen Handelsströme unterbrochen, Produktionsstätten lagen still. Hat die Pandemie das Potential, einen größeren Reshoring-Effekt auszulösen – also die Rückkehr der Produktion deutscher Firmen aus dem Ausland, etwa aus China?

Eric Heymann: Das lässt sich noch nicht endgültig sagen, die Krise liegt ja noch nicht hinter uns. Sicher ist aber: Corona dürfte für viele Unternehmen ein Anlass sein, die Aufteilung ihrer Produktionsstandorte neu zu bewerten. Dies gilt besonders für die Betriebe, bei denen die Abhängigkeit von zugelieferten Teilen aus nur einem Land – beispielsweise China – hoch ist. Einige könnten sich dann durchaus entschließen, in der Produktion wieder stärker auf Europa zu setzen.

R: Der Trend zum Reshoring wird bereits seit einigen Jahren ausgerufen – oft werden bekannte Unternehmen wie Stihl oder der Stofftierhersteller Steiff als Beispiele genannt.

EH: Das dürfte vor allem auf anekdotischen Evidenzen beruhen, denn in den Statistiken sehen wir keine starke Entwicklung in diese Richtung: Die deutschen Importe etwa sind in den vergangenen zehn Jahren recht stetig gestiegen. Dies spricht dafür, dass eine Rückkehr von Produktion bisher noch nicht in großem Umfang stattgefunden hat.

Ein Grund für die bislang eher geringe Bedeutung von Reshoring ist, dass wir in Europa gar nicht genügend Arbeitskräfte hätten, um eine Rückverlagerung größerer Dimension zu stemmen. Aber natürlich kann es für einzelne Betriebe immer gute Gründe geben, ihre Produktionen zurückzuholen.

Übrigens bedeutet Reshoring selten, dass ein Betrieb im Ausland komplett ab- und in Europa wieder aufgebaut wird. In den allermeisten Fällen wird es so sein, dass sich die Schwerpunkte verlagern und beispielsweise die Produktion in Europa stärker ausgebaut wird, während sie in China nicht mehr so schnell wächst.



Eric Heymann Senior Economist Automobil, Industrien, Klimapolitik, Verkehr

Deutsche Bank AG Deutsche Bank Research Mainzer Landstraße 11-17

60329 Frankfurt am Main

T+49 69 910 317 30 Eric.heymann@db.com www.deutsche-bank.de/fk





R: Was hat sich durch Corona verändert, dass mittelständische Unternehmen jetzt verstärkt über Reshoring nachdenken?

EH: Die Krise löste, gerade zu Beginn, einen starken Angebotsschock aus: Lieferketten wurden unterbrochen, dringend notwendige Teile fehlten. Für die meisten Firmen war es nicht möglich, an anderen Standorten die Produktion schnell genug hochzufahren. Diese Anfälligkeit für Störungen könnte jetzt den Anstoß zur Neubewertung geben – mit dem Ziel, die Lieferketten sicherer zu machen und die eigene Produktion zu schützen.

R: Ein Grund für die ursprüngliche Verlagerung der Produktion ins Ausland waren die niedrigeren Lohnkosten dort. Wie haben sich diese entwickelt, etwa in China?

EH: Lohnkosten sind nach wie vor für einige Sektoren ein wich-

tiger Treiber. Vorreiter war ja vor allem die Textil- und Bekleidungsindustrie. Gerade hier wird aber auch die Entwicklung der vergangenen Jahre deutlich: China ist zwar noch immer der größte Textilproduzent weltweit – doch zumindest in den Küstenregionen sind die Lohnkosten mittlerweile so hoch, dass Bekleidungsfirmen in Länder wie Bangladesch ausweichen.

Hohe Lohnkosten können grundsätzlich durch eine hohe Produktivität, flexible Arbeitszeitmodelle oder eine Konzentration auf hochwertige Produkte ausgeglichen werden. Wichtig ist dabei, wie sich Löhne über die Zeit entwickeln:

2013 lagen die Arbeitskosten in der Industrie in China bei 4,44 Euro pro Stunde, 2018 bei 7 Euro – das ist ein Anstieg um 60 Prozent binnen fünf Jahren. Im gleichen Zeitraum ist dieser Wert für Deutschland von 37 Euro auf 41 Euro gestiegen – also nur um elf Prozent. Auch künftig werden die Löhne in China stärker steigen als in Deutschland. Das heißt: Zumindest was die Lohnkosten betrifft, verringern sich im Laufe der Zeit für viele Unternehmen aus Deutschland die relativen Vorteile Chinas.

R: Auch, weil zunehmend Roboter eingesetzt werden, um die Arbeitskosten zu verringern?

EH: In der Tat wachsen Automatisierung und Robotik stark. Laut einer Studie der International Federation of Robotics (IFR) ist die Zahl der weltweit jährlich installierten Industrieroboter von 2013 bis 2018 um fast 140% gewachsen. Die Corona-Krise wird

diese Dynamik nur kurzzeitig bremsen. Bezogen auf die Roboterdichte in der produzierenden Industrie lag Deutschland 2018 auf dem dritten Platz – hinter Singapur und Südkorea, aber deutlich etwa vor den USA oder Kanada. China übrigens holt hier seit Jahren schnell auf und liegt inzwischen über dem weltweiten Durchschnitt.

Für Reshoring spielt das eine wichtige Rolle – denn mit mehr Automatisierung verlieren Lohnkosten an Bedeutung, und die Anreize zur Rückverlagerung steigen. Das konnten wir bereits in der Finanzkrise 2008 beobachten: Da die Zinsen im Vergleich zu den Löhnen stärker sanken, wurde es für Firmen lukrativer, den Einsatz von Robotern zu erhöhen und ihre Produktion teilweise wieder ins eigene Land zu holen.

R: Welche Auswirkungen wird die Nachhaltigkeitsdebatte

haben, etwa mit Blick auf höhere Transportpreise?

EH: Die Logistik wird sich durch klimapolitische Regulierung verteuern. Dies gilt vor allem für Europa. Relevant ist der Wert der transportierten Güter im Verhältnis zu den Transportkosten. Wenn etwa ein Schiff mit 20.000 Containern voller Notebooks aus China kommt, sind die Transportkosten pro einzelnem Teil zu vernachlässigen - anders als etwa bei Mineralwasser, das aus Frankreich importiert wird.

R: Welche Branchen könnten am ehesten von Reshoring profitieren – und in welchen Industrien ist eine Rückkehr mittel-

Die Logistik wird sich durch klimapolitische Regulierung verteuern. Dies gilt vor allem für Europa. Relevant ist der Wert der transportierten Güter im Verhältnis zu den Transportkosten.

fristig eher unwahrscheinlich?

EH: Reshoring dürfte vor Allem in Branchen in Betracht gezogen werden, in denen man die Lieferkette stärker differenzieren möchte, weil aktuell eine hohe Abhängigkeit von nur einem Lieferland besteht. Beispielsweise die Elektroindustrie: Aus China kommen viele elektronische Bauelemente und andere Vorprodukte, die dann im Maschinenbau oder der Autobranche verwendet werden. Fehlen diese Vorprodukte, steht die Produktion still. Hier liegen Risiken für die Wertschöpfungskette – und durch die Coronakrise sind sie deutlich zu Tage getreten. Man könnte also sagen: Je kompletter ein Produkt bereits aus China – oder einem anderen Land – nach Deutschland kommt, umso geringer ist der Anreiz zum Reshoring. Ich sehe beispielsweise nicht, dass wir in Deutschland wieder in großem Stil Fernseher fertigen oder gar T-Shirts nähen.

ahv nrw magazin 2020 55

R: Wie wird sich die während der Corona-Pandemie entstandene Diskussion über medizintechnische Produkte auswirken?

EH: Diese Branche nimmt eine Sonderrolle ein, da hier nicht ausschließlich marktwirtschaftliche Faktoren ausschlaggebend sind, sondern auch staatliches Interesse. Wir stehen noch am Anfang der Debatte, aber sicher ist: Die Politik möchte einen

höheren heimischen Fertigungsanteil bei Medizintechnik, Schutzausrüstung oder Medikamenten. Wenn das wirtschaftlich nicht darstellbar ist, könnte sie die Produktion im Inland fördern.

R: Werden Unternehmen, die China den Rücken kehren, in Deutschland produzieren – oder in anderen europäischen Ländern?

EH: Tatsächlich dürfte für die wenigsten Betriebe Deutschland im Fokus stehen, sondern beispielsweise Länder in Osteuropa. Rumänien etwa lag bereits 2018 mit 5,80 Euro pro Stunde bei den Arbeitskosten in der Industrie unter den Löhnen in China. Die Unterneh-

men betrachten Europa als einen Markt mit unterschiedlichen Standortfaktoren in den jeweiligen Ländern. Jedes Land in der EU bietet jedoch Vorteile gegenüber China: keine Zölle, wenig Probleme mit Produktpiraterie oder der Sicherheit von geistigem Eigentum, relativ geringe staatliche Regulierung, Nähe zum europäischen Absatzmarkt. Letztlich kommt es aber immer auf den Einzelfall an.

R: Welche Gründe könnten gegen eine Rückverlagerung der Produktion sprechen?

EH: Das könnten etwa hohe Zölle in den ausländischen

Absatzmärkten sein, fehlende Arbeitskräfte in der Heimat, geringe Transportkosten oder begrenzte Möglichkeiten zur Automatisierung. Aber auch, wie im Fall Chinas, sogenannte "Local Content"-Anforderungen – also die Vorgabe, Produkte im Land herzustellen, wenn man sie dort verkaufen will. In der Automobilindustrie ist das ein wichtiger Faktor. Hinzu kommt: Ebenso wie Unternehmen haben auch Länder in gewisser Weise Ge-

Je kompletter ein Produkt bereits aus China – oder einem anderen Land – nach Deutschland kommt, umso geringer ist der Anreiz zum Reshoring. Ich sehe beispielsweise nicht, dass wir in Deutschland wieder in großem Stil Fernseher fertigen oder gar T-Shirts nähen.

schäftsmodelle, die sich über Jahrzehnte entwickelt haben. Deutschland zum Beispiel ist sehr gut in der Entwicklung und Produktion hochwertiger Investitionsgüter wie Autos oder Maschinen. Hier sind eine höchst effiziente Wertschöpfungskette sowie eine Struktur aus Forschungsinstituten und Ingenieurbüros gewachsen, die andere Länder nicht einfach mal eben kopieren können - ein immenser Standortvorteil. Das gilt in anderen Branchen umgekehrt auch für China. Kurz: Reshoring ist kein Prozess, wo wir innerhalb eines halben Jahres eine riesige Welle sehen.

R: Die Entscheidung über ein mögliches Reshoring muss

jede Firma individuell abwägen. Welche Fragen sollten sich Unternehmer dabei stellen?

EH: Es geht um die klassischen Standortfaktoren: Wie hoch sind Lohnkosten, Steuern und Zölle? Wie teuer ist Bauland? Sind genügend Arbeitskräfte verfügbar und sind sie gut qualifiziert? Können Größenvorteile in der Produktion erzielt werden? Wie sieht es mit Korruption, Regulierung und Rechtssicherheit aus? Welche politischen Risiken gibt es? Wie wichtig ist der Standort, um den jeweiligen Markt zu erschließen? All diese Aspekte müssen je nach Branche und Unternehmen unterschiedlich bewertet werden. Das Gesamtpaket muss dann passen.

Nachwuchsförderung im Außenhandel

AHV NRW "Fit for Trade" Seminarreihe

Der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen AHV NRW e. V. bietet seit gut einem Jahr qualifizierten Nachwuchskräften und Seiteneinsteigern in international tätigen Industrie- und Handelsunternehmen ein zielgerichtetes Weiterbildungsangebot an. Im Fokus steht dabei die Vermittlung von Grundlagenwissen im Außenhandel.



Seminar im Industrie-Club Gelsenkirchen (Foto: Andreas Mühlberg)

Zielgruppe sind Jungkaufleute nach vollendeter Berufsausbildung, Studierende mit Praxiserfahrung und Auszubildende im letzten Ausbildungsjahr, Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter mit neuem Aufgabengebiet und Techniker mit internationalem Bezug.

Der Teilnehmerkreis setzt sich aus Vertretern unterschiedlicher Industrie- und Handelsunternehmen, wie z.B. aus den Bereichen Chemie, Stahl, Maschinen- und Anlagenbau, Metallverarbeitung, Elektrotechnik, Lebensmittelverarbeitung, Kreditinstitute u.v.a., zusammen.

Mit der Teilnahme an den Seminaren werden neue Kenntnisse und Fertigkeiten vermittelt, die im Alltagsgeschäft zielgerichtet und für die Unternehmen gewinnbringend eingesetzt werden können. Der AHV NRW arbeitet dabei mit qualifizierten und erfahrenen Dozenten aus der Außenhandelspraxis zusammen.

Themen (Auszug)

Juristisches Grundwissen für Kaufleute und Techniker mit internationalem Bezug

Referent: Rechtsanwalt Dr. Michael Schmidt, tradeo LLP Rechtsanwälte

Grundlagen der Exportkontrolle

Referentin: Frau Rechtsanwältin Dr. Talke Ovie, HARNISCHMACHER LÖER WENSING Rechtsanwälte PartG mbB

Einführung in das Zollrecht

Referent: Herr Bernhard Morawetz, MAB Morawetz Außenhandelsberatung

Von der Finanzierung über das Akkreditiv bis zur klassischen ECA-gedeckten Außenhandelsfinanzierung

Referent: Andreas Weissler, Direktor, Trade Finance, Commerzbank AG

Für Mitgliedsunternehmen ist die Teilnahme kostenfrei.





ATC Goes Company

Außenhändler zu Gast bei CONTARGO

Text: Andreas Mühlberg

Fotos: Joop van Reeken und Verena Winter

Mit großer Beteiligung aus dem Mitgliederkreis fand am 12.09.19 ein weiterer ATC Goes Company statt. Diesmal waren die Außenhändler zu Gast bei CONTARGO in Neuss im Industriehafen.

Der CONTARGO-Hafenterminal ist durch seine zentrale geographische Lage im Herzen Europas einer der wichtigen Logistikstandorte für die Hinterland-Verkehre in Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus. Über den Rhein und dessen Nebenflüsse bestehen optimale Anbindungen an die Seehäfen Rotterdam, Amsterdam und Antwerpen. Durch die geschickte Kombination der Verkehrsträger Binnenschiff, LKW und Bahn werden Transportketten im weltweiten Containerverkehr effizient genutzt.

Neben der Vorstellung des CONTARGO Netzwerkes erläuterte Herr Christoph Terveer, Regional Sales Manager, anhand von Beispielen die Einsparungsmöglichkeiten von CO² bei der trimodalen Logistik gegenüber der einseitigen Nutzung des LKW als Verkehrsträger.

Bei einem Rundgang auf dem Hafenterminal haben die Mitgliedsunternehmen Einblick bekommen, mit welcher Präzision und Geschwindigkeit Container umgeschlagen werden. Das Anlegen und das anschließende Entladen eines Binnenschiffes konnte ebenso live miterlebt werden, wie der hohe Digitalisierungsgrad beim Umschlag der Container.

Neben dem trimodalen Transport von Containern, einschließlich Gefahrgut, bietet CONTARGO ferner die Reparatur und Wartung der Transportbehälter an. Weitere Informationen zu CONTARGO einschließlich einer Unternehmenspräsentation finden Sie unter: https://www.contargo.net/de/terminals/neuss/

Herr Theo-Heinz Nientimp, Vorsitzender des AHV NRW e. V., dankte Herrn Terveer und der Belegschaft der CONTARGO für die Gastfreundschaft und den Einblick hinter die Kulissen.

Für die Außenhändler war es, nach der Flughafenbesichtigung im Mai 2019 in Düsseldorf, ein weiterer perfekter Perspektivwechsel. Was hinter dem Anspruch einer schnellen Verfügbarkeit von Produkten steckt und das unabhängig davon, ob ein Außenhandelsunternehmen Waren importiert oder exportiert, war für die Teilnehmer des ATC Goes Company eine interessante Erfahrung. Die gewonnenen Eindrücke wurden beim anschließenden Imbiss in vielen Gesprächen vertieft. ◀









AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

ATC Goes Company

Außenhändler zu Gast bei CONTARGO Neuss 12.09.19





















AHV-NRW

WIR! - die Außenhändler

ATC Goes Company

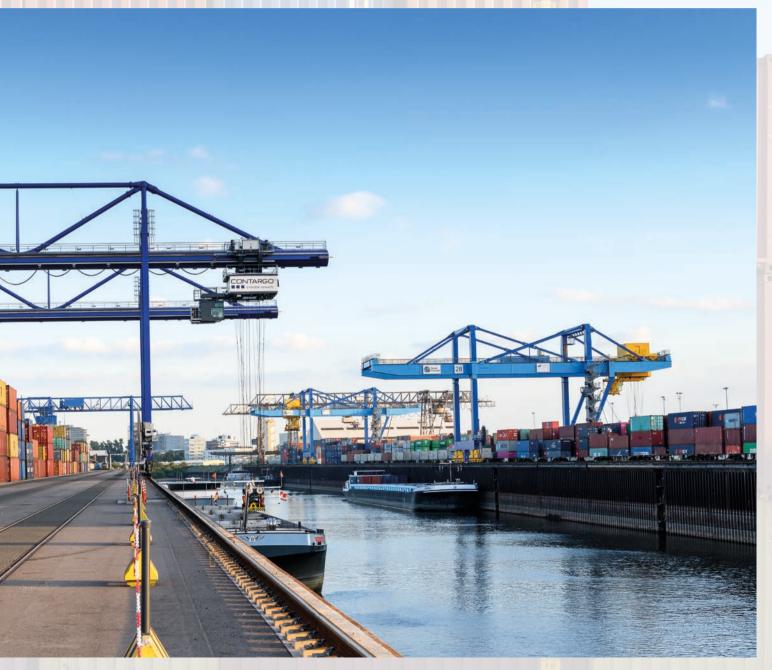
Außenhändler zu Gast bei CONTARGO Neuss 12.09.19











HOMEOFFICE IN FRANKREICH

Text: Dr. Christophe Kühl

1. Wie ist Arbeit im Homeoffice in der aktuellen Krise umzusetzen?

Seit Erreichen der Stufe 3 der Corona-Pandemie ist die Einführung der Arbeit im Homeoffice für den Arbeitgeber in Frankreich quasi zur Pflicht geworden, soweit der Arbeitsplatz eine distanzierte Arbeit ermöglicht. Laut Artikel L. 1222-11 des französischen Arbeitsge-



Dr. Christophe Kühl (Foto: Rui Camilo)

setzbuches gehört das Risiko einer Epidemie zu den außergewöhnlichen Umständen, bei welchen die Einführung von Homeoffice als notwendige Maßnahme betrachtet wird, um die Fortführung der Geschäftstätigkeit ermöglichen und den Schutz der Arbeitnehmer zu gewährleisten. Die Notwendigkeit einer solchen Maßnahme ergibt sich aus der allgemeinen Pflicht des Arbeitgebers zur Gewähr-

Arbeit im Homeoffice kann in diesem Fall ohne

leistung der Sicherheit der Arbeitnehmer.

vorherige Einholung der Zustimmung des Arbeitnehmers eingeführt werden. Anders als in Deutschland muss somit keine Vereinbarung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer zuvor abgeschlossen werden. Allerdings muss der Arbeitgeber bestimmte Informationspflichten erfüllen.

2. Wo ist Arbeit im Homeoffice in Frankreich geregelt?

Arbeit im Homeoffice ist in Frankreich in den Artikeln L. 1222-9 ff. des französischen Arbeitsgesetzbuches und im nationalen branchenübergreifenden Tarifvertrag ("accord national interprofessionnel") vom 19. Juli 2005 über Homeoffice geregelt, solange keine Betriebsvereinbarung im Unternehmen gilt.

Darüber hinaus sind die gesetzlichen Regelungen zu den Verpflichtungen des Arbeitgebers zu berücksichtigen, unter anderem bezüglich Gesundheitsschutz der Arbeitnehmer, die Übernahme der Spesen usw.

3. Ist der Betriebsrat vor der Umsetzung anzuhören?

Bei Bestehen eines Comité social et économique (CSE) soll dieses gemäß Artikel L. 2312-8 des französischen Arbeitsgesetzbuches vor Einführung der Arbeit im Homeoffice grundsätzlich informiert und angehört werden. Hat der Arbeitgeber aufgrund der Gesundheitskrise schnell reagieren müssen und den CSE aus diesem Grund nicht konsultieren können, sollte er ihn nachträglich unbedingt darüber zumindest informieren und mit ihm spätestens zum Ende der Krise eine Bilanz über die Situation der Arbeitnehmer im Homeoffice ziehen. Er sollte dabei die Stellungnahme des CSE zu wesentlichen Themen wie Gesundheitsschutz der Mitarbeiter im Homeoffice und Absicherung der personenbezogenen Daten einholen.

4. Darf der Arbeitgeber seine Mitarbeiter dazu verpflichten, im Homeoffice zu arbeiten?

Das Risiko einer Epidemie begründet die Einführung von Arbeit im Homeoffice ohne vorherige Zustimmung des Mitarbeiters. Dennoch bleibt die Pflicht des Arbeitgebers bestehen, mit dem Arbeitnehmer zu prüfen, ob sich das häusliche Umfeld für die Homeoffice-Tätigkeit grundsätzlich eignet und was ggf. geändert werden muss, sowie ob der Mitarbeiter für die Fortführung seiner Tätigkeit im Homeoffice über die entsprechenden Arbeitsmittel verfügt. Aus diesem Grund wird bei fehlender Betriebsvereinbarung oder Homeoffice-Charta dringend geraten, eine Informationsnotiz einzureichen, um jegliche Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden.

5. Darf der Arbeitgeber einen Homeoffice-Arbeitsplatz verweigern?

In folgenden Situationen hat der Arbeitgeber in der aktuellen Gesundheitskrise die Arbeit im Homeoffice zu ermöglichen:

- bei Vorliegen einer Betriebsvereinbarung oder einer Homeoffice-Charta, wenn der Mitarbeiter die darin vorgesehenen Voraussetzungen erfüllt;
- wenn der Arbeitnehmer ein Kind, das jünger als 16 Jahre alt oder behindert ist, zu Hause aufgrund der Schließung der Schule / Betreuungsstruktur betreuen oder pflegen muss, solange die Arbeit im Homeoffice möglich ist (anderenfalls ist Kurzarbeit einzuführen);
- wenn der Arbeitnehmer schutzbedürftig ist, solange die Arbeit im Homeoffice möglich ist (anderenfalls ist Kurzarbeit einzuführen).

6. Kann der Arbeitgeber für Arbeitnehmer im Homeoffice Kurzarbeit anordnen?

Der Arbeitgeber ist berechtigt, auch für Arbeitnehmer im Homeoffice Maßnahmen zur Kurzarbeit zu ergreifen, wenn die Voraussetzungen hierfür vorliegen, d.h. wenn deren Tätigkeit reduziert oder sogar eingestellt wird.

7. Welchen Inhalt soll das Dokument über die Einführung von Homeoffice (Informationsnotiz / Betriebsvereinbarung / Charta / Einzelvereinbarung) haben?

Es sind u. a. folgende Punkte schriftlich zu regeln:

- das grundsätzliche Einverständnis des Mitarbeiters (welches im Fall des Risikos einer Epidemie nicht einzuholen ist);
- die Bedingungen für die Homeoffice-Tätigkeit (Arbeitsmittel, Kosten, Versicherung, usw.);
- die Bedingungen für die Rückkehr zur Erfüllung des Arbeitsvertrags ohne Homeoffice;
- die Methoden zur Kontrolle der Arbeitszeit und zur Regelung der Arbeitsbelastung;
- die Festlegung der Zeitfenster, in denen der Arbeitgeber in der Regel den Homeoffice-Mitarbeiter kontaktieren kann.

8. Hat der Arbeitgeber bestimmte Leistungen für die Homeoffice-Tätigkeit zu erbringen?

Liegt eine Betriebsvereinbarung oder Homeoffice-Charta vor, sind die darin enthaltenen Regelungen einzuhalten.

In allen Fällen sind unter anderem folgende Leistungen zu erbringen:

- Zurverfügungstellung der nötigen Arbeitsmittel (z. B.: Laptop, Bildschirme, Telefon, Handy, usw.) und die notwendigen Unterweisungen
- Bewertung und Rückerstattung der gesamten Ausgaben für die Tätigkeit im Homeoffice
- Entschädigung für die Nutzung der privaten Wohnung des Arbeitnehmers für berufliche Zwecke (sog. indemnité d'occupation)

9. Wie kann der Arbeitgeber die Arbeitszeit kontrollieren?

Die Kontrolle der Arbeitszeit gehört zu den Pflichten des Arbeitgebers. Der Arbeitgeber hat die Bedingungen dieser Kontrolle schriftlich (in der Informationsnotiz, Charta oder Betriebsvereinbarung) festzulegen. Hierfür kann ein elektronisches Zeiterfassungs- oder Stempelsystem (z. B. über eine App) eingeführt werden. Der Arbeitgeber trägt die Beweislast für die Anzahl der geleisteten Stunden, aber auch für die Einhaltung der Pausenzeiten, der täglichen und wöchentlichen Ruhezeiten sowie der maximalen Arbeitszeiten. Bei Verstoß gegen die gesetzlichen Vorschriften macht er sich ggf. strafbar.

10.Worauf ist sonst zu achten?

Datenschutz

Arbeitnehmer, die bei ihrer Homeoffice-Tätigkeit mit personenbezogenen Daten umgehen, müssen auch die Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung Nr. 2016/679 (DSGVO) berücksichtigen. Diese Mitarbeiter sollen – wie alle anderen – über die Art der personenbezogenen Daten und die Weise des Umgangs hiermit entsprechend ausführlich informiert worden sein. Wenn diese Mitarbeiter ebenso Informations- und Kommunikationstechnologien nutzen, müssen sie sich an die internen Richtlinien halten, die ihre Nutzung regeln, insbesondere an die ▶

ahv nrw magazin 2020 65

IT-Charta. Arbeitgeber sollten sich daher vergewissern, dass sie über eine solche Charta verfügen und diese auch für die Mitarbeiter im Homeoffice gilt.

Dabei sollte sichergestellt werden, dass die technische Ausstattung nur für berufliche Zwecke genutzt und Dritten (wie zum Beispiel Familienangehörigen) kein Zugang zu den Geräten gewährt wird.

Ferner hat die französische Datenschutzbehörde CNIL auf Ihrer Internetseite Empfehlungen (https://www.cnil.fr/fr/les-conseils-de-la-cnil-pour-mettre-en-place-du-teletravail) veröffentlicht, die dazu beitragen sollen, die Sicherheit personenbezogener Daten während dieser Zeitspanne zu gewährleisten. Zu diesen Empfehlungen gehören u. a. die Einrichtung einer Firewall, einer VPN-Verbindung sowie die Ausgabe einer Liste von Kommunikationsmitteln und Werkzeugen für die Zusammenarbeit, die für das Homeoffice geeignet sind und die die Vertraulichkeit der Austausche und der gemeinsam genutzten Daten garantieren wie z. B. Jitsi.

Sicherheitspflicht des Arbeitgebers

Sicherheitsmaßnahmen für den Homeoffice-Arbeitsplatz

Zur Sicherheitspflicht des Arbeitgebers gehört auch die Prüfung der technischen und elektrischen Ausstattung der "Heimarbeitsräume". Da der Arbeitgeber die Konformität von elektrischen und technischen Anlagen am Wohnsitz des Mitarbeiters momentan nicht immer prüfen lassen kann, wird empfohlen, ggfs. eine Konformitätsbescheinigung vom Arbeitnehmer zu verlangen. Damit diese gültig wird, ist es jedoch notwendig, den Mitarbeiter über die Risiken einer nicht konformen Installation zu informieren. Es muss sichergestellt sein, dass sich der Mitarbeiter der Notwendigkeit der Einhaltung von Sicherheitsvorschriften bewusst ist.

Aktualisierung des sog. « Document unique de l'évaluation des risques »

In Frankreich hat der Arbeitgeber die Gefahren, die sich aus der Natur und der Tätigkeit seines Betriebes ergeben, in einem sogenannten "Document unique d'évaluation des risques" zusammenzufassen und abzuschätzen.

Sofern dies noch nicht bereits geschehen ist, muss dieses Dokument erstellt bzw. aktualisiert werden, um die Gefährdungen aufgrund der Coronavirus-Epidemie zu beurteilen. Konkret muss der Arbeitgeber die Umstände prüfen, unter denen die Beschäftigten dem Virus ausgesetzt sein können, und die erforderlichen Maßnahmen ergreifen, um die Gefährdung zu vermeiden bzw. andernfalls weitestgehend zu verringern.

Sicherstellung des sozialen Austausches

Arbeit im Homeoffice kann zu sozialer Vereinsamung führen. Insbesondere für Arbeitnehmer, die sich bislang auch deswegen nicht für einen solchen Arbeitsplatz interessiert haben, kann dies zu einem ernsthaften Problem werden. Hier können soziale Netzwerke, wie geschlossene Facebook-Gruppen oder Gruppen in MS-Teams, Abhilfe schaffen. Regelmäßige Telefonate und Videokonferenzen sollten für eine Anbindung sorgen. Unabhängig davon sollte der Arbeitgeber durch regelmäßige E-Mails motivierend präsent sein.

Eine Bilanz für die Zukunft ziehen und Verbesserungen vornehmen!

Um die Arbeit im Homeoffice dauerhaft erfolgreich im Unternehmen anzuwenden, empfehlt die Anact (französische nationale Anstalt für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen) in ihrem Kit "Verbessern Sie Ihre Homeoffice-Praktiken" verschiedene Lösungen, die Sie auf https://www.anact.fr/demande-dacces-au-kit-associer-teletravail-et-qvt finden. ◀

Dr. Christophe Kühl

Avocat à la Cour de Paris

Qivive Avocats & Rechtsanwälte

Konrad-Adenauer-Ufer 71 50668 Köln

T +49 221 139 96 96 0 F +49 221 1 39 96 96 69 kuehl@qivive.com www.qivive.com



Der zollrechtliche und außenwirtschaftsrechtliche Ausführer

ein Dauerthema!

Text: Rima Hannemann-Kacik und Nathalie Harksen

"Mühsam ernährt sich das Eichhörnchen". Dieses Sprichwort könnte man durchaus auch auf die Entwicklung des Ausführerbegriffs beziehen – zumindest sofern es den zollrechtlichen Ausführer angeht. Kaum ein anderes so wesentliches Institut aus dem Zollrecht hat in der letzten Zeit so viel Kritik in der Praxis erfahren (müssen). Zwar bemühen sich die EU-Kommission und die deutsche Zollverwaltung um Erleichterungen bei der Bestimmung des richtigen Ausführers. Allerdings gelingt dies – wie die nachfolgenden Ausführungen zeigen – nur bedingt. Als Trostpflaster mag man dabei hinnehmen, dass die Situation in den übrigen Mitgliedstaaten der Union hinsichtlich des genauen Verständnisses zum zollrechtlichen Ausführer ebenfalls schwierig ist.

Der zollrechtliche Ausführer

Der zollrechtliche Ausführer wird – nach Änderung der Definition am 30.07.2018 – gem. Art. 1 Nr. 19 UZK-DelVO (Delegierte Verordnung (EU) 2015/2446 der Kommission vom 28. Juli 2015 zur Ergänzung der Verordnung (EU) Nr. 952/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates mit Einzelheiten zur Präzisierung von Bestimmungen des Zollkodex der Union, ABIEU Nr. L 343 v. 29.12.2015, S. 1 ff.) seit dem 31.7.2018 wie folgt definiert:

"Ausführer" ist

- a. eine Privatperson, die Waren aus dem Zollgebiet der Union befördert, wenn sich diese Waren im persönlichen Gepäck der Privatperson befinden;
- b. in anderen Fällen, in denen Buchstabe a nicht gilt:
 - i. eine im Zollgebiet der Union ansässige Person, die befugt ist, über das Verbringen der Waren aus dem Zollgebiet der Union zu bestimmen, und dies bestimmt hat:
 - ii. wenn i) keine Anwendung findet, eine im Zollgebiet der Union ansässige Person, die Partei des Vertrags über das Verbringen von Waren aus diesem Zollgebiet ist."

Maßgeblich für die Bestimmung des Ausführers aus der Sicht von Unternehmen im Bereich der gewerblichen Ausfuhr ist Buchstabe b), wobei die beiden Alternativen i) und ii) (zwingend) nacheinander zu prüfen sind.

Mit dieser neuen Definition ist insoweit eine Erleichterung geschaffen worden, als dass die Voraussetzung in der ursprünglichen, vom 1.5.2016 bis 30.7.2018 gültigen Fassung, wonach über die Unionsansässigkeit und das Bestimmen hinaus die Person auch Vertragspartei des Empfängers im Drittland sein musste, weggefallen ist. Damit sollte die neue Bestimmung weniger restriktiv sein - allerdings ergeben sich aus der neuen Ausführerdefinition nunmehr weitere Fragestellungen. Allein die Anforderung der zwingenden Unionsansässigkeit ist zwar rechtlich deutlich, aber stellt drittländische Ausfuhrwillige vor praktische



ahv nrw magazin 2020 67

Schwierigkeiten. Bei der Prüfung der "Verbringungsbefugnis" und des "tatsächlichen Bestimmens" (1. Alternative) gibt es unterschiedliche Interpretationsansätze. Gleiches gilt für das Merkmal der "Partei des Vertrags über das Verbringen" (2. Alternative). Bedauerlicherweise definieren weder der UZK noch die dazugehörigen EU-Verordnungen, wie diese Tatbestandsmerkmale zu verstehen sind, so dass Auslegung geboten ist. Zum einen kann den Erwägungsgründen zu Art. 1 Nr. 19 UZK-DelVO eine Erläuterung entnommen werden. Zum anderen hat die EU-Kommission rechtlich unverbindliche Leitlinien veröffentlicht. Schließlich hat die deutsche Zollverwaltung ihre eigene Auffassung in Absatz 117 der deutschen Dienstvorschrift über die Ausfuhr und Wiederausfuhr (E-VSF A 06 10) dargestellt, die durch Beispiele für Anwendungsfälle auf der Internetseite des deutschen Zolls konkretisiert werden. Auch hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Dienstvorschrift nur Bindungswirkung für die Verwaltung selbst und keine Außenwirkung gegenüber dem Wirtschaftsbeteiligten hat. Die deutsche Zollverwaltung verlangt für das Vorliegen und die Ausübung der Verbringungsbefugnis jedenfalls das Steuern des grenzüberschreitenden Transportvorgangs sowie die Abgabe der Ausfuhranmeldung bzw. das Beauftragen dieser. In der subsidiären Alternative ii) der zollrechtlichen Ausführerdefinition sucht die deutsche Zollverwaltung vorrangig nach einem Ausfuhrvertrag, nachrangig könne aber auch ein Speditions- oder Frachtvertrag als Vertrag über das Verbringen in Betracht kommen.

Der außenwirtschaftsrechtliche Ausführer

Die Tatbestandsmerkmale zur Bestimmung des außenwirtschaftsrechtlichen Ausführers finden sich in Art. 2 Nr. 3 EG-Dual-Use-VO (Verordnung (EG) Nr. 428/2009 des Rates vom 5. Mai 2009 in der aktuellen Fassung der Delegierten Verordnung (EU) 2018/1922 vom 10. Oktober 2018 über eine Gemeinschaftsregelung für die Kontrolle der Ausfuhr, der Verbringung, der Vermittlung und der Durchfuhr von Gütern mit doppeltem Verwendungszweck) bzw. in § 2 Abs. 2 AWG (Außenwirtschaftsgesetz). Ohne auf die Merkmale im Detail eingehen zu wollen, kann an dieser Stelle der Hinweis erteilt werden, dass die Bestimmung des außenwirtschaftsrechtlichen Ausführers ebenfalls nicht leicht vorzunehmen ist, sondern auch Raum für Auslegung schafft. Da die Tatbestandsmerkmale nicht identisch sind, kann sich der zollrechtliche durchaus vom außenwirtschaftsrechtlichen Ausführer unterscheiden. In diesem Fall sind Wirtschaftsbeteiligte zu besonderer Sorgfalt aufgefordert, insbesondere vor dem Hintergrund, dass sich aufgrund einer Anpassung der Außenwirtschaftsverordnung durch Einschub eines neuen § 12 Abs. 3 S. 3 nunmehr auch eine entsprechende Rechtsgrundlage hierfür findet. In Fällen des Auseinanderfallens des zollrechtlichen vom außenwirtschaftsrechtlichen Ausführer muss dies in der Zollanmeldung deutlich gemacht werden. Dies geschieht seit Inbetriebnahme des ATLAS-Ausfuhr Release 2.4.4 – als Übergangslösung – durch die Unterlagencodierung "3LLK". Darüber hinaus ist es regelmäßig erforderlich, in dem Datenfeld "Referenz" die EORI-Nummer des außenwirtschaftsrechtlichen Ausführers anzugeben. Weitere Informationen enthalten die ATLAS-Infos 3077/2019, 3188/2019 und 3795/19. In der Praxis betrifft diese Vorgabe jeden Wirtschaftsbeteiligten, unabhängig davon, ob er genehmigungspflichtige oder genehmigungsfreie Waren exportieren möchte.

Der umsatzsteuerrechtliche Ausführer

Völlig losgelöst vom zoll- oder außenwirtschaftsrechtlichen Ausführer ist der sog. umsatzsteuerrechtliche Ausführer, der unter diesem Namen auch gar nicht existiert. Man kann darunter denjenigen verstehen, der berechtigt ist, Waren unter Inanspruchnahme der Steuerbefreiung für Ausfuhrlieferungen aus dem Inland in ein Drittland zu liefern. Gem. §§ 4 Nr. 1 Buchst. a, 6 Abs. 1 UStG ist die Inanspruchnahme der Steuerbefreiung für Ausfuhrlieferungen dann möglich, wenn 1. der Unternehmer (Lieferant) die Waren in ein Drittland mit Ausnahme der deutschen Freihäfen Bremerhaven oder Cuxhaven verbringt oder 2. der Abnehmer die Waren abholen kommt und es sich bei dem Abnehmer um einen solchen mit Sitz im Ausland, also übrige EU und Drittland, handelt oder 3. wenn die Waren in u.a. das Freihafengebiet Bremerhaven oder Cuxhaven gelangen.



Dr. Rima Hannemann-Kacik



Dr. Nathalie Harksen Rechtsanwältin

AWB Rechtsanwaltsgesellschaft mbH Königsstraße 46 48143 Münster

T +49 251 620 30 69 0 F +49 251 620 30 69 1 info@awb-international.de www.awb-international.de

Zu beachten ist, dass die Frage nach der Inanspruchnahme der Steuerbefreiung als Ausfuhrlieferungen völlig autark von der Frage nach zoll- und außenwirtschaftsrechtlichen Auswirkungen zu würdigen ist. So wird bei Verkauf eines deutschen Lieferanten an einen deutschen Abnehmer nach Kanada und Abholung der Ware durch den deutschen Abnehmer selbst dann die Inanspruchnahme der Steuerbefreiung nicht möglich sein, wenn der deutsche Lieferant über einen Ausgangsvermerk verfügt, der den Ausgang der Waren aus dem Zollgebiet der Union bescheinigt, da ganz einfach die gesetzlichen Bedingungen der Steuerbefreiung aufgrund der Abholung durch einen inländischen und nicht ausländischen Abnehmer nicht gegeben sind.

Fazit

Inwieweit in der Praxis tatsächlich der zollrechtliche von dem außenwirtschaftsrechtlichen Ausführer auseinanderfallen wird, bleibt abzuwarten. Es liegt jedoch auf der Hand, dass die Definition des neuen zollrechtlichen Ausführers Interpretations- und Diskussionsspielraum eröffnet. Eine Auslegung nach deutschem Verständnis muss zudem nicht im Einklang mit der Auffassung anderer Mitgliedstaaten stehen. Die Praxis wird zeigen, ob die EU-Kommission an der Definition noch einmal Hand anlegen muss. Der sog. "umsatzsteuerliche Ausführer" lebt ein absolutes Eigenleben und richtet sich streng an den Anforderungen der umsatzsteuerlichen Regelungen aus, die einen Rückgriff auf zoll- bzw. außenwirtschaftsrechtliche Regelungen nicht vorsehen. \blacktriangleleft



GEGEN DEN SPRUNG INS UNGEWISSE: KREDITMANAGEMENT VON COFACE.

vielmehralsversichern.de



Chancen für Anlagenbauer in Afrika:

"Wir haben bewusst eine kleine Betriebseinheit aus lokalen Kräften angestrebt"

Interview mit Ralf Pepmöller

2019 gründet die MAVEG Industrieausrüstungen GmbH mit Sitz in Ratingen eine Tochtergesellschaft im Senegal. Ein auf den ersten Blick ungewöhnlicher Schritt in das französisch geprägte Afrika, aus dem sich deutsche Unternehmen bislang überwiegend fernhalten. MAVEG-Geschäftsführer Ralf Pepmöller erklärt, warum das Unternehmen diesen Schritt gemacht hat, mit welchem Team er Westafrika erschließen will und wie er das Potenzial des Kontinents einschätzt. Das unabhängige Handelshaus aus Nordrhein-Westfalen ist als Generalunternehmer mit langjähriger Erfahrung in verschiedenen Industriesegmenten (u.a. im Anlagenbau für die Energie-, Nahrungs- und Chemieindustrie) tätig.

blog:subsahara-afrika: Herr Pepmöller, Sie sind gerade erst auf Ihrer jüngsten Dienstreise nach Afrika dort mitten in die beginnende Corona-Krise geraten. Wie sind Sie zurückgekommen?

Ralf Pepmöller: Mit dem Rückholflieger der Bundesregierung aus Kamerun, nachdem wir dort rund zwei Wochen festgesetzt waren. Meine Reise zu unserer Niederlassung in Dakar, Senegal, war in der ersten Märzhälfte noch planmäßig verlaufen und sollte in Douala, Kamerun, mit einigen Kundenbesuchen enden. Dort wurde dann jedoch einen Tag vor unserem gebuchten Rückflug der Flughafen geschlossen. Mit einem noch kurzfristig erhaltenen Mietwagen konnten wir in die Hauptstadt Jaunde fahren, von wo die zukünftig avisierten Evakuierungsflüge starten sollten.

blog:subsahara-afrika: Wie müssen wir uns Corona-Maßnahmen in einem Land wie Kamerun vorstellen?

Pepmöller: Im ganzen Land wurden Ausgangsbeschränkungen und ein weitgehender Lockdown der Wirtschaft angeordnet. Als Besucher saßen wir während der rund zwei Wochen bis zum Rückflug im Hotel fest, konnten uns aber Lebensmittel in Geschäften kaufen. Was mich beeindruckt hat: Es waren überall zum Beispiel Desinfektionsmittel erhältlich, und zwar reichhaltiger als bei uns in Deutschland. Und auch im Hotel wurde bei allen Besuchern routinemäßig Fieber gemessen. Die Restaurants mussten um 18:00 Uhr schließen, öffneten jedoch morgens bereits um 6:00 Uhr. Dazu ist anzumerken, dass etliche Länder in Westafrika, darunter auch Kamerun, Erfahrungen im Umgang mit Seuchen aus der Ebola-Epidemie vor einigen Jahren haben.

blog:subsahara-afrika: Wie ist es zum Engagement Ihres Unternehmens MAVEG Industrieanlagen in Afrika gekommen?



Pepmöller: Der Geschäftsaufbau in Afrika dient dazu, den bis dahin auf Russland und die Länder der ehemaligen Sowjetunion liegenden Fokus des Unternehmens zu diversifizieren. Mein erstes Projekt in dieser Richtung war ein Krankenhaus in Nigeria, das jedoch durch staatliche Vorgaben – Erzielung von Deviseneinnahmen und Fokus auf den Energiesektor – nicht zustande kam. In der Folge kochten dann die Geschäfte in Nigeria "auf kleiner Flamme". Im Dezember 2017 ergab sich dann ein

freundlich und tolerant gegenüber Fremden – während die Geschäftskultur in Nigeria doch eher provokativ und recht gewöhnungsbedürftig ist – zumindest für Newcomer aus Deutschland oder Europa.

blog:subsahara-afrika: Dennoch ist die Schwellenangst deutscher Investoren vor frankophonen Ländern wie dem Senegal generell noch immer hoch.



Panorama von Dakar, der Hauptstadt des Senegal (© Adobe Stock)

erstes Projekt in Senegal – eine Unternehmung zur Produktion von Kreditkarten für Banken in Westafrika, das bereits im ersten Halbjahr 2018 abgeschlossen wurde. 2019 erfolgte dann die Gründung einer Tochtergesellschaft im Senegal.

blog:subsahara-afrika: Damit ist Ihr Unternehmen eines der wenigen deutschen Unternehmen im frankophonen Afrika und insbesondere im Senegal. Wie würden Sie die senegalesische Geschäftskultur beschreiben?

Pepmöller: Auch hier ist es für eine deutsche Firma nicht einfach, einen Fuß in die Tür zu bekommen, doch empfand ich die Geschäftskultur gerade im Senegal als einen wohltuenden Gegensatz zu Nigeria: Senegal ist ein ausgesprochen friedliches Land, überwiegend moslemisch und dabei aufgeschlossen,

Pepmöller: Als deutsche Firma Geschäfte in der Region zu tätigen erfordert vor allem Geduld und den Aufbau persönlicher Beziehungen. Wichtig ist hierbei nicht zuletzt die Überwindung der alten "Kolonialistenrolle": Vor allem die ehemaligen Kolonialmächte behandeln Geschäftspartner in ihren alten Einflussregionen auch heutzutage noch nicht als gleichwertige Partner. Ich dagegen finde es wichtig, den Menschen dort auf einem "Partnerschaftslevel" entgegenzutreten, und habe damit die besten Erfahrungen gemacht. Ein weiterer Punkt, der häufig nicht beachtet wird und zum Scheitern führen kann: Bei dem Markteintritt in Afrika ist es für Firmen unbedingt wichtig, Alternativen zu haben – das heißt, nicht vom Afrikageschäft abhängig zu sein. Nur dann kann man es finanziell verkraften, sich genügend Zeit zu nehmen, bis das neue Geschäft profitabel wird.

blog:subsahara-afrika: Was sollte man noch beherzigen?

Pepmöller: Der Zeitfaktor in der Geschäftskultur könnte nicht unterschiedlicher sein im Vergleich zu Deutschland. Eine kleine Anekdote aus meiner Anfangszeit in Westafrika: Nach einem ausführlichen Meeting mit lokalen Geschäftspartnern, das sich mit Abendessen usw. noch lange in die Nacht hineinzog, wurde verabredet, sich am nächsten Morgen um acht Uhr wieder in der Firma zu treffen. Ich war natürlich pünktlich da – meine Gesprächspartner trafen um 14.00 Uhr ein. In solchen Situationen ist von uns als Westeuropäer natürlich viel Toleranz und Verständnis für die ganz andere Mentalität der Afrikaner gefragt. Die Grundlage von Geschäftsbeziehungen muss immer eine starke gegenseitige Vertrauensbasis sein. Wichtig ist: Auch in schwierigen Fragen müssen wir uns immer darum bemühen, Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

blog:subsahara-afrika: Ungewöhnlich erscheint Ihr Schritt, von vornherein auf eine eigene Niederlassung vor Ort zu setzen.

Pepmöller: Eine eigene Tochtergesellschaft in Senegal zu errichten, statt zunächst nur eine Vertretung anzustreben, ergab sich aus unserem Vorhaben, von dort aus auch die umliegende Region im frankophonen Westafrika abzudecken. Unsere Zielländer sind neben Senegal vor allem auch die Elfenbeinküste, Benin, Ghana, Burkina-Faso und Niger, die ja alle auch Mitgliedstaaten der westafrikanischen Wirtschaftsgemeinschaft ECOWAS sind. Im Hinblick auf die zukünftigen Aktivitäten unserer Tochtergesellschaft werden wir hier auch Direktgeschäft zwischen den afrikanischen Ländern forcieren und dabei die Handelserleichterungen nutzen. In dieser Region haben wir momentan bereits fünf Transaktionen bei Hermes zur Indeckungnahme beantragt, im Volumen von insgesamt 150 Mio. Euro.

blog:subsahara-afrika: Wie haben Sie sich vor Ort personell aufgestellt?

Pepmöller: Ich habe bewusst eine kleine Betriebseinheit angestrebt, und zwar nicht mit Expatriates, sondern mit gut ausgesuchten lokalen Fachkräften. Bei der Suche nach geeigneten Personen für mein Team kam mir auf meinen Reisen auch der Zufall zu Hilfe: So kam ich im Hotel mit einer Mitarbeiterin des Hotels ins Gespräch, die neben fließend Französisch, Englisch und Wolof (lokale senegalesische Sprache) auch noch im Finanzierungsbereich fachlich vorbelastet war. Ebenso konnte ich eine langjährige Bekannte aus Mali akquirieren, die neben Französisch und Englisch auch noch der polnischen Sprache mächtig war. Und bei einem Aufenthalt in der Elfenbeinküste lernte ich eine Jurastudentin aus Abidjan kennen, die ich für eine duale Ausbildung gewinnen konnte und die nun zwischen der Universität in Abidjan und unserer Firma in Dakar pendelt.

blog:subsahara-afrika: Auf was ist beim Managen eines Teams aus lokalen Angestellten zu achten?

Pepmöller: Damit ein Team aus lokalen Mitarbeitern auch funktioniert, muss man natürlich auf bestimmte kulturelle Gegebenheiten achten, die anders als in unserer westeuropäischen Kultur ablaufen. So habe ich bei der Zusammenstellung meines Teams das Senioritätsprinzip angewandt: Leiterin ist die Malierin, die über 50 ist und damit für die jüngeren Mitarbeiter eine Art "Mutterrolle" ausübt. Dieses heterogene Team ist gleichzeitig gut für den wechselnden Einsatz in verschiedenen Ländern mit unterschiedlichen kulturellen Gegebenheiten: Ich muss mir immer überlegen, wo ich wen hinschicken kann. So sende ich etwa die weiblichen Kollegen zu Geschäftseinsätzen nach Gambia, Mauretanien und die Elfenbeinküste.

blog:subsahara-afrika: Sie haben Berichten zufolge Ihre Fühler auch schon nach Ostafrika ausgestreckt?

Pepmöller: Ja, wir haben bisher bereits Kunden in Uganda, Tansania und Kenia. Es handelt sich um privatwirtschaftliche Unternehmen aus allen möglichen Sektoren, wie unter anderem Nahrungsmittelindustrie oder auch erneuerbare Energien wie etwa Photovoltaik. In Uganda stammt unsere größte Klientel aus der indisch-stämmigen Bevölkerungsgruppe. Dort würden wir auch, falls wir uns dazu entschließen sollten, evtl. eine Tochtergesellschaft zur Bearbeitung des ostafrikanischen Marktes ins Auge fassen. Wir halten für uns Uganda eher geeignet als das größere Kenia, wo die Konkurrenz durch die vielen eingesessenen Unternehmen erheblich stärker ist.

blog:subsahara-afrika: Welche Unterschiede in der geschäftlichen Praxis müssen Sie nach Ihrer Erfahrung zwischen den Ländern des westlichen und östlichen Afrikas berücksichtigen?

Pepmöller: Die wichtigsten Unterschiede betreffen die Grundlagen und Rahmenbedingungen der Geschäftstätigkeit, die von den früheren Kolonialmächten geprägt wurden. Das heißt, Geschäftssprache Französisch im frankophonen Westafrika und Englisch in Ostafrika. Entsprechend gilt in Westafrika das französische Recht, das etwa bei Verträgen zu berücksichtigen ist, und in Ostafrika angelsächsisches Common Law. Zum angelsächsischen Kulturraum gehören auch die beiden Länder Ghana und Nigeria als ehemalige britische Kolonien in Westafrika.

blog:subsahara-afrika: Wie genau finden Sie Ihre Agenten bzw. Partner oder industrielle Großkunden in den verschiedenen Ländern der Region?

Pepmöller: Hierbei sind meine regelmäßigen Reisen in die Region nützlich – ich halte mich jeden Monat mindestens eine Woche in Senegal auf, wobei ich häufig auch Gambia besuche, das vom zwanzigfach größeren Senegal umschlossen wird. Auf

Projekte werden wir von unseren lokalen Partnern als auch von Banken angesprochen. Hier kommt mir ebenfalls die 26jährige Erfahrung im Bankenbereich zugute. Wichtig ist mir bei allen Kontakten und Projekten vor Ort, dass sie auf einem partnerschaftlichen Konzept basieren. Dementsprechend sind wir in allen Ländern grundsätzlich offen für Partnerschaften mit lokalen Unternehmen.

blog:subsahara-afrika: Wie sieht es bei Ihrem Geschäft generell mit der internationalen Konkurrenz aus, zum Einen wie schon erwähnt aus den europäischen Ländern und zum Anderen aus USA sowie China und Indien? Und wie gehen Sie damit um?

Pepmöller: In Westafrika sind ja, wie schon erwähnt, aus Europa vor allem die Franzosen stark vertreten, außerdem die Belgier, die führend im Logistiksektor sind. Wir haben sowohl Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Franzosen als auch mit Belgiern und sind daher immer auch bereit, bei Projekten eng partnerschaftlich mit diesen zusammenzuarbeiten. Das Gleiche gilt für Wettbewerber aus anderen Ländern und Regionen, wie etwa Asien und den USA.

blog:subsahara-afrika: Und wie sieht es mit der Preiskonkurrenz aus, etwa mit Billigkonkurrenz aus China oder Indien?

Pepmöller: Vielfach können die chinesischen und indischen Wettbewerber günstiger anbieten, dafür fehlt es aber meist an einer attraktiven Finanzierung (falls es nicht strategische Mittel der chinesischen Regierung sind). Somit können wir uns besser bei "Package-Deals" positionieren.

blog:subsahara-afrika: Ein neuralgischer Punkt in Afrika beim Verkauf von Industrieanlagen ist das Problem fehlender Wartung bzw. mangelhaften Wartungsmanagements. Wie treffen Sie hierfür Vorsorge bei Ihren Kunden?

Pepmöller: Hier bieten wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Produzenten auch den Wartungs-/Servicebereich an. Vielfach verfügen unsere internationalen Produzenten über lokale Servicebüros, was bei der Auftragsabwicklung vom Vorteil ist.

blog:subsahara-afrika: Die Zahlungsmoral in afrikanischen Ländern hat ja generell nicht den besten Ruf. Welche Methoden zur Absicherung Ihrer Forderungen verwenden Sie in den afrikanischen Ländern an? Wie sind Ihre Erfahrungen mit der Zahlungsmoral vor Ort, welche Unterschiede beobachten Sie eventuell zwischen privaten und staatlichen Kunden?

Pepmöller: Alle unsere Exportgeschäfte sind abgesichert, wenn möglich über die staatliche Exportkreditversicherung Euler Hermes oder private Exportversicherungsinstitute (political risk insurance). Auch bei Geschäften mit staatlichen Bestellern nehmen wir, soweit die sogenannten Länderbeschlusslagen dies zulassen, Hermesdeckungen in Anspruch. Generell sind bei Geschäften mit staatlichen Institutionen, die ja an die Haushalte gebunden sind, lange "Verhandlungsmarathons" üblich und von vornherein einzuplanen. Die Finanzierungsprobleme bei vielen afrikanischen Firmen im Privatsektor sind vor allem zurückzuführen auf einen Mangel an Eigenkapital sowie gleichzeitig wenig praktische Erfahrung mit der Aufnahme von Bankkrediten. Hier leisten wir oft Unterstützung, indem wir zum Beispiel zusammen mit dem Kunden zu dem vor Ort zuständigen Mikrofinanzinstitut gehen, um eine Finanzierung zu vereinbaren.

blog:subsahara-afrika: Wie pflegen Sie Ihre Netzwerke vor Ort in den einzelnen Ländern, in denen Sie in Afrika aktiv sind?

Pepmöller: Für uns steht an erster Stelle der regelmäßige Kontakt zum Kunden, denn Aufbau und Pflege einer persönlichen Beziehung sind in Afrika ausschlaggebend für den langfristigen Geschäftserfolg. Allerdings muss man in meiner Position als verantwortlicher Geschäftsführer aus Deutschland auch bereit sein, diese wichtige Aufgabe der Kontaktpflege zu delegieren an hierfür entsprechend geschultes und zuverlässiges Personal bzw. einen Vertreter. Darüber hinaus stehen wir in regelmäßigem Kontakt zu den anderen deutschen Institutionen vor Ort, wie etwa der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), sowie natürlich der deutschen Botschaften und – wo vorhanden – den deutschen Auslandshandelskammern bzw. Delegiertenbüros der Deutschen Wirtschaft. Daneben helfen auch unsere Mitgliedschaft im Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW) e. V. und meine Funktion als Beirat im Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW) e. V., um robuste Kontakte anzubahnen.

blog:subsahara-afrika: Wie schätzen Sie die zukünftigen Aussichten in der Region ein, welche Trends und Entwicklungen beobachten Sie, auch im Zusammenhang mit der Coronakrise, die ja inzwischen die meisten afrikanischen Länder erreicht hat?

Pepmöller: Für unser Unternehmen wird Afrika auf jeden Fall der Markt der Zukunft sein, zumal auch der innerafrikanische Handel eine zunehmende Bedeutung bekommen wird. Wir wollen bei unseren geschäftlichen Aktivitäten vor allem auch mit Ausbildungs- und Schulungsmaßnahmen dazu beitragen, dass junge Afrikaner sich für eine Beschäftigung qualifizieren und im Land bleiben, statt ihr Glück anderswo − etwa in Europa − zu suchen. So werden zum Beispiel bei dem Projekt einer Ananasfabrik, bei dem wir in Kamerun engagiert sind, rund 4.000 Mitarbeiter beschäftigt. Es gibt eine ganze Reihe solcher Vorhaben in der Region, die arbeitsintensiv sind, also viele Menschen beschäftigen, und dabei auch zu der allmählich wachsenden ▶

Industrialisierung des afrikanischen Kontinents beitragen. Was die Auswirkungen der Coronakrise betrifft, so lässt sich vor allem in Westafrika beobachten, dass die schon mit der Ebola-Seuche erfahrenen Länder auch mit dieser neuen gesundheitspolitischen Herausforderung gut umgehen können. Dazu zählen etwa Kamerun, Guinea, Nigeria, Niger, Sierra Leone und weitere Länder. Was mir allerdings Sorge bereitet, sind die kompletten Lockdown-Maßnahmen, die in den afrikanischen Ländern – mit Blick auf die Vorbilder in Europa – von heute auf morgen erlassen wurden. Damit werden den Menschen, die ohnehin größtenteils von der Hand in den Mund leben, von einem Tag auf den anderen jegliche Erwerbsgrundlage genommen und damit die Möglichkeit, sich und ihre Familien zu ernähren. Dies treibt Millionen Afrikaner in den Hunger und könnte im "worst case" zu dramatischen, wenn nicht bürgerkriegsähnlichen Entwicklungen führen, zwischen dem Heer der Besitzlosen und den wohlhabenden Schichten.

blog:subsahara-afrika: Noch eine letzte Frage: Welche Empfehlungen können Sie aus Ihrer Erfahrung deutschen Newcomern im Afrika-Geschäft geben?

Pepmöller: Zunächst einmal sollte man nur dann in Afrika investieren, wenn man anderswo ein Standbein hat – und damit nicht finanziell abhängig vom Afrika-Geschäft ist. Denn es braucht immer eine längere Anlaufzeit, bis ein Geschäft einen Ertrag abwirft – und es kann auch dauern, bis man mit den lokalen Gepflogenheiten und Geschäftsgebaren umgehen kann, ohne sich "über den Tisch ziehen zu lassen". Gerade bei noch unerfahrenen Geschäftsleuten aus Europa versuchen Afrikaner gerne, sich in allen möglichen Situationen finanziellen Vorteil zu verschaffen – nach dem Motto "bezahl mir dies – bezahl mir das" – und am Ende kommt doch nichts dabei raus und man ist nur sein Geld los. Das heißt aber nicht, dass man nicht flexibel sein sollte als europäischer Partner bei finanziellen Engpässen auf der afrikanischen Seite. Es gibt eine breite Klaviatur von Finanzierungsinstrumentarien, deren Inanspruchnahme man gemeinsam mit dem afrikanischen Partner oder Kunden in die Wege leiten kann. Es ist jedoch wichtig, immer die finanzielle Kontrolle bei Geschäften zu behalten.

blog:subsahara-afrika: Herr Pepmöller, wir bedanken uns für das Gespräch. ◀

Ralf Pepmöller ist Geschäftsführer der MAVEG Industrieausrüstungen GmbH mit Sitz in Ratingen, die 1977 mit dem Schwerpunkt Handel von Industriegütern mit der Sowjetunion und den späteren Nachfolgestaaten gegründet wurde. Pepmöller hat 26 Jahre Erfahrung in der Exportfinanzierung im Bankensektor – Berliner Bank, ABN AMRO, RBS – und ist seit 2013 bei der MAVEG für eine Diversifizierung in Richtung Afrika zuständig.

Dieses Interview wurde von Dr. Inge Hackenbroch im Auftrag der IHK Mittlerer Niederrhein geführt und als Artikel erstmals auf www.subsahara-afrika-ihk.de/blog veröffentlicht.

Direkter Link zum Eintrag: https://www.subsahara-afrika-ihk.de/blog/?p=17225

Verantwortlich für den Inhalt: IHK Mittlerer Niederrhein – International Friedrichstraße 40 41460 Neuss

Ansprechpartner: Stefan Enders enders@mnr.ihk.de



Ralf Pepmöller Geschäftsführer

MAVEG Industrieausrüstungen GmbH

Bahnstraße 72 40878 Ratinger

T +49 2102 929 930 F +49 2102 929 9310 pepmoeller@ maveg-gmbh.de www.maveg-gmbh.de







Mit einer Kreditversicherung sind Sie als Exporteur zuverlässig über die Bonität Ihrer Kunden im Bilde und können so Zahlungsschwierigkeiten frühzeitig erkennen. Sollte es unvorhergesehen zu einem Forderungsausfall kommen, sorgen wir für schnelle Entschädigung und sichern damit Ihre Liquidität.

Mit unserer strategischen Präsenz in mehr als 50 Ländern sind unsere Forderungsmanagementexperten weltweit vertreten. Wir verfügen über mehr als 90 Jahre Erfahrung in Sachen Forderungsabsicherung. Möchten auch Sie mit einem guten Gefühl exportieren? Dann melden Sie sich bei: Jan Nolting, Leiter der Vertriebsniederlassung Köln Tel.: 0221 2044-4411 jan.nolting@atradius.com www.atradius.de

Folgen Sie uns auf:











// UNSERE SEMINARE SIND ISO-ZERTIFIZIERT!

QUALITÄT schreiben wir bei der AWA groß. Der Kunde ist König! Bei uns erwarten Sie eine hohe Schulungsqualität und exzellenter Service. Diese Ansprüche möchten wir natürlich auch nach außen belegen.

Zertifizierte Lerndienstleistungen

Jede AWA-Lerndienstleistung trägt das Prüfsiegel "DIN ISO 29993:2017". Der TÜV Nord hat z.B. unsere Seminare und Webinare genau unter die Lupe genommen. Nach welchen Kriterien konzi-

piert die AWA eine Lerndienstleistung? Mit welchen Medien und Methoden vermitteln Dozenten Wissen an AWA-Kunden? Diese Fragen stellten wir uns im Rahmen der Zertifizierung.

Q-Siegel – Exzellenter Service

Als Seminaranbieter verstehen wir uns auch als guter Gastgeber: Unsere Gäste sollen sich rundum wohlfühlen. Das "Q-Siegel" der ServiceQualität Deutschland bescheinigt der AWA ein hohes Serviceniveau.



EU-Gütesiegel für AWA-Studiengänge Die Europäische Kommission hat den Master of Customs Administration (MCA) mit einem Gütesiegel ausgezeichnet. Studierende unserer Masterprogramme können darauf zählen, dass sie sich fundiertes Fachwissen zum Zollrecht auf höchstem Niveau aneignen.

AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH

Königsstraße 46 48143 Münster www.awa-seminare.com info@awa-seminare.de



AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE







ATC Gänseessen

& Textilmuseumsbesichtigung
Bocholt 14.11.19

Text: Andreas Mühlberg Fotos: Joop van Reeken

Am 14.11.19 fand im Museumsrestaurant Schiffchen in festlicher Atmosphäre das traditionelle Gänseessen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) statt. Der Wohlfühlfaktor unter den Teilnehmern war auch diesmal wieder sehr hoch.

Vor dem ATC fand am späten Nachmittag für die Mitgliedsunternehmen auf Einladung des AHV NRW eine exklusive Führung durch das LWL-Industriemuseum TextilWerk in Bocholt statt. Im Jahr 1989 wurde die Weberei in eine voll funktionstüchtige Museumsfabrik umgebaut und eröffnet. Hier kann man Industriekultur erleben. Unsere Gäste konnten sich einen Einblick in die Arbeitsabläufe eines typischen Textilbetriebs aus der Zeit zwischen 1900 und 1960 machen. Besonders beeindruckend war das Funktionieren von über 30 Webstühlen verschiedener Bauarten aus mehr als 100 Jahren Entwicklungsgeschichte.

Die gewonnenen Eindrücke der außergewöhnlichen Industrieatmosphäre wurden beim anschließenden Gänseessen im Museumsrestaurant "Schiffchen" in vielen Gesprächen vertieft. Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichen Branchen und Regionen haben sich näher kennengelernt und konnten sich über ein breites Themenspektrum austauschen.

Um den Erfahrungsaustausch sowohl auf Ebene der Unternehmensleitung als auch auf der Fach- und Führungsebene zu fördern, wurde 2011 durch Initiative einzelner Mitgliedsunternehmen der After Trade Club (ATC) ins Leben gerufen. Seitdem finden regelmäßige Mitgliedertreffen an wechselnden Standorten statt. Der Teilnehmerkreis ist bei jeder Zusammenkunft ein anderer, so dass man in ungezwungener Atmosphäre sein eigenes Kontaktnetzwerk erweitern und pflegen kann. Der ATC hat sich für unsere Mitgliedsunternehmen zu einem Forum der Aussprache entwickelt. Interessierte Unternehmen aus Industrie und Handel sind herzlich willkommen, Kontakt mit der Geschäftsstelle aufzunehmen: andreas.muehlberg@ahv.nrw , Telefon: 0211/66908-28. ◀













ATC Gänseessen

& Textilmuseumsbesichtigung
Bocholt 14.11.19

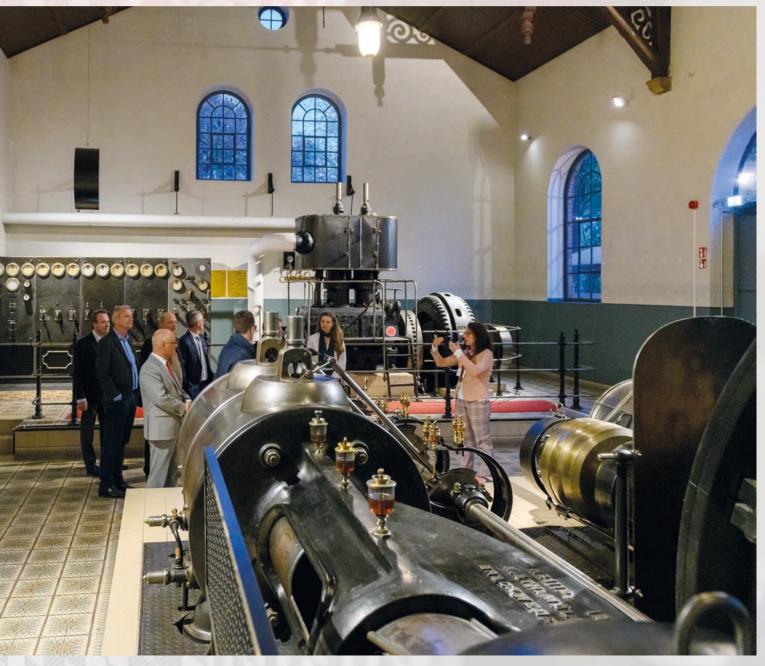












Wir "impfen" Ihre Mülltonnen und -container gegen Bakterien

WiSTO Service GmbH Oberhausen

Text: Sebastian Wimmer

Bakterien können große gesundheitliche Probleme auslösen. Deshalb haben Ulrich Wimmer, Sebastian Wimmer und Markus Storch die WiSTO Service GmbH (Wimmer-STOrch) gegründet. Sie reinigen Mülltonnen und -container in einem geschlossenen System mit vollautomatischen Spezialfahrzeugen. So bekämpfen sie das Problem des bakterienbeladenen Mülls professionell neu.

"Innovativ. Besser. Sauberer!"

"Wir haben gewissermaßen einen "Impfstoff" gegen die Bakterien an und in den Mülltonnen und -container gefunden. Das Serum trägt den Namen Sauberkeit und Desinfektion und ist überall einsetzbar", erklärt Gesellschafter Ulrich Wimmer. Er verfügt über nachhaltige Kompetenz in Management, Immobilien und öffentlicher Hand und kann seine weitreichenden Kontakte nutzen, um ein engmaschiges und wirkungsvolles Netz aufzubauen. Sein Sohn Sebastian Wimmer wurde als geschäftsführender Gesellschafter eingesetzt. Er bringt langjährige Erfahrung im Facility Management und in der Abwicklung von Großprojekten mit. Markus Storch rundet die allgemeine Kompetenz mit einem jahrzehntelangen technischen Know-how im Müllbehälter-Reinigungsservice durch ständige Produktinnovationen ab.

Bereits vor mehr als 30 Jahren wurde das Müllbehälterproblem von Klaus Storch erkannt und er entwickelte die ersten autarken Systeme zur Reinigung von Mülltonnen. Er hat im Verlauf der vergangenen drei Jahrzehnte mit seinem Sohn Markus, der mittlerweile die Storch Müllbehälter-Reinigung-Service GmbH in Rosenheim führt, dafür gesorgt, dass es in Bayern und Baden-Württemberg gereinigte und damit saubere Müllbehälter gibt. Parallel zu der Verschärfung des Problems durch die mit viel zusätzlichem Müll beladene Corona-Krise, bringt die WiSTO Service GmbH nun das Thema in den übrigen Bundesländern sowie den benachbarten Beneluxstaaten Belgien, Luxemburg und Niederlande auf den Tisch.

Spezialfahrzeuge

2013 wurde das europäische Patent für Spezialfahrzeuge erteilt und mit den selbstkonstruierten LKW's ist eine Waschung der Behälter in einem geschlossenen System möglich und das überall. Von selbstgereinigten Mülltonnen vor allem im Privathaushalt rät Ulrich Wimmer ab: "Das ist für die Umwelt schädlich und genauso wie Autowaschen vor der eigenen



Sebastian WimmerGeschäftsführender
Gesellschafter

WiSTO Service GmbHSchwartzstr. 60
D-46045 Oberbausen

T +49 208 620 312 12 info@wisto-service.com



Haustür nach dem Wasserhaushaltsgesetz verboten." Deshalb ist eine Entsorgung an Deponien und Kläranlagen unerlässlich: "Wir sind ein zertifiziertes Unternehmen, systemrelevant eingestuft und führen korrekt Nachweis über die jeweilige Entsorgung. Unsere Mitarbeiter sind festangestellt, mit professioneller Berufskleidung ausgestattet und erhalten Schulungen. Das übernehme ich persönlich, vermittle den Mitarbeitern, wie sie sich vorstellen und in den unterschiedlichen Situationen verhalten sollen", erklärt Ulrich Wimmer und informiert gleichzeitig, dass das Team um 20 bis 25 neue Mitarbeiter aufgestockt werden soll.



Spezialfahrzeug zum Reinigen von Mülltonnen (© WiSTO)

Zeitbombe

Der Service der WiSTO GmbH umfasst die mobile und stationäre Reinigung von Wertstoffbehältern vollautomatisch mit Spezialfahrzeugen mit Frischwasser in Trinkwasserqualität. Dazu gehören Restmüll-, Bio-, Wertstoff- und Papiertonnen, Container, Depotcontainern und Wertstoffinseln. "Das Resultat sind stets hygienisch saubere Behälter, auf Wunsch auch desinfiziert", so Sebastian Wimmer. Er weiß um die Probleme, die im privaten Haushalt entstehen können, vor allem um die Biotonne - "sie tickt wie eine Zeitbombe" - und die wesentlich größeren Konflikte, die sich auftun, wenn das Abfallsystem bzw. die Reinigung unter anderem in Gewerbegebieten, Kliniken, Universitäten, dicht besiedelten Innenstädten oder den Standorten der Lebensmittelkonzerne nicht funktioniert: "Auch die Außenreinigung von Wertstoffcontainern – dafür gibt es bei uns spezielle Reinigungsfahrzeuge – ist enorm wichtig. Dort befinden sich häufig Erreger, die schwere gesundheitliche Schäden verursachen können."

Die Vorteile liegen klar auf der Hand. Das WiSTO Service-Team setzt die 30-jährige Erfahrung ein, um die Verantwortlichen in allen Bereichen und Branchen von dem innovativen System und dem Muss gereinigter, keimfreier und vor allem desinfizierter Abfallbehälter zu überzeugen.

Das Interesse ist groß, das bestätigen die zahlreichen Anfragen, die zunehmend auch aus dem Ausland kommen. "Ich bin sicher, wir werden WiSTO Service GmbH auch vom Standort Oberhausen aus zum Erfolg führen und bald weitere Standorte in ganz Europa aufmachen", ist Ulrich Wimmer sicher.



Container vor und nach der Reinigung (© WiSTO)



Die Heilige Dreifaltigkeit

Restwertbestimmung einer Maschine

Text: Raphael Dubiel

Die Fortaco Group ist der führende, markenunabhängige und strategische Partner im Bereich Baumaschinen, Förder- und Hebezeuge, Sondermaschinen, Kommunalfahrzeuge, Landmaschinen und Schiffsindustrie. Fortaco entwickelt, in Zusammenarbeit mit seinen Kunden, anwendungsspezifische Lösungen, um so deren Wertschöpfungskette zukunftsorientiert zu gestalten.



Foto: Fortaco / Jan Lonnberg

"Betriebsstunden, Art der Nutzung und Wartungsaufzeichnungen, dies sind die drei Dinge, die bei der Berechnung des Restwertes eine entscheidende Rolle spielen"; gibt ein Geschäftsführer eines großen Originalausrüstungsherstellers (Original Equipment Manufacturer (OEM)) zu verstehen.

Grundsätzliche stellen sich bei der Ermittlung des Restwertes viele Fragen, z.B. ob der Bulldozer oder der Tieflöffelbagger ordnungsgemäß sowie nach den empfohlenen Vorgaben des Herstellers gewartet worden ist. Gibt es über etwaige Reparaturen Nachweise, Rechnungen oder Prüfprotokolle? Wie hoch ist die Laufleistung? Wurden die Off-Highway Fahrzeuge zweckentfremdet? Waren die Fahrzeugführer geschult? Gegenwärtig scheint die vorherrschende Weisheit zu sein, dass Betriebsstunden, Art der Nutzung und Wartungsaufzeichnungen - die Heilige Dreifaltigkeit

des Restwertes – dem Zweck der Industrie angemessen dienen.

Ein Gebrauchtwagenmodell

Dr. Rafał Sornek, Senior Vice President of Technology der Fortaco Group, plädiert für eine Dokumentation mittels umfangreicher Datenanalyse, die Rückschlüsse auf den Restwert erlauben.

"Nehmen Sie Daten die OEMs bereits sammeln. Speichern Sie diese an einem zentralen Ort. Authentifizieren Sie die Daten mit Blockchain und erlauben Sie den Fachleuten der Industrie den Zugang." Sorneks Vorschlag; für die Off-Highway-Industrie das zu tun, was in Europa bereits für Gebrauchtwagen getan wird. "Ich kann eine Vehicle Identification Number (VIN) verwenden, um die gesamte Historie eines Fahrzeugs nach vollziehen zu können. Warum nicht dasselbe für einen gebrauchten Kran tun?"

Sorneks Visionen sind riesige Datenmengen, die zu einem genaueren Restwert beitragen, das wiederum zu niedrigeren Gesamtbetriebskosten führt. "Selbst auf einem ehrlichen Markt wissen die Verkäufer manchmal nicht, was sie verkaufen".



Eine neue Art von Finanzgesellschaft

Michael Rohmeder ist CEO von Equippo, einer virtuellen Online-Marktplatzplattform, mit Sitz in der Schweiz. Er charakterisiert sein Telematikprojekt als "einen Full-Service-Marktplatz für Baumaschinen". Equippo könnte man sich als Amazon für Bagger vorstellen, das den Online-Verkauf von gebrauchten, geprüften und sofort lieferbaren Geräten anbietet. Je nachdem, wie man es zählt, liegt das jährliche globale Transaktionsvolumen von gebrauchtem, schweren Gerät zwischen 100 und 300 Milliarden U.S.\$-Dollar. Das Ziel von Equippo ist es, für seine Kunden den höchstmöglichen Preis für die Ausrüstung, mit einem hohen Restwert und den geringstmöglichen Gesamtbetriebskosten zu erzielen. "Die Komponenten der TCO (Total Cost of Ownership) sind der Neupreis, die Wartungskosten und der Wiederverkaufswert", sagt Rohmeder, "wobei die Daten diese stark beeinflussen können".

Rohmeder sagt, dass die Banken einen Sieben-Jahres-Vertrag mit einer Restwertkurve schreiben, damit sie kein Geld verlieren, wenn sich der Wert ändert. Er sieht Raum für eine neue Art von Finanzgesellschaft, die aus den verbundenen Daten Nutzen zieht und die dank intelligenter Datenmodelle, Wissen über die künftige Nutzung und Wartung einen höheren Restwert bieten könnte, so dass der Finanzierer intensiver auf den Restwert eingehen und somit Geld verdienen könnte.

"Ein Ansatzpunkt könnte in der Finanzierung von extrem hochwertigen Geräten wie Kränen liegen", die für über eine Million Euro neu verkauft werden können" sagt er. Wenn gebraucht gekauft wird, stellt er fest: "vermitteln die Kranstunden nicht, wie viel der Kran tatsächlich gehoben hat. Es ist ein Indiz, aber manchmal bewegt sich der Kran ohne Last auf und ab. Was wäre, wenn wir mit Telematikdaten nachweisen könnten, dass nur 20 Prozent der Zeit zum Heben verwendet wurde?"

Da die Zinssätze 30 bis 50 Prozent der Gesamtbesitzkosten ausmachen können, ist es nur eine Frage der Zeit, bis sich die Dinge zu ändern beginnen. Chris Domagala, CBDO (Chief-Business-Development-Officer) von Lectura, einem in Deutschland und Tschechien ansässigen Unternehmen, das Transaktionsdaten über Großmaschinen sammelt und verkauft, sagt, dass ein richtiges Konsortium aufgebaut werden muss. "Wir brauchen Lieferanten wie Fortaco mit fundierten Kenntnissen über Stahlkonstruktionen. Zudem brauchen wir einen OEM mit Telematikdaten - ein Datenunternehmen wie unseres – und einen technischen Anbieter, der sichere Wege der Datenübertragung aufbauen kann".

"Banker kann man überzeugen", sagt er. Der Risikokäufer kann beeinflusst werden, aber ein CEO denkt anders. Die Banker werden letztendlich dafür sein und sie haben Einfluss auf die OEMs. Es könnte bereits in einem Jahr vollzogen werden, wenn ein OEM bereit ist, historische Daten zu teilen".

Schließen Sie sich der Sache an

Eine Gruppe wurde von Herrn Dr. Rafał Sornek noch nicht benannt, aber er spricht mit jedem, der zuhören möchte. Er hat Rohmeder und Domagala überzeugt. Und kann und wird auch Sie überzeugen.

"Ich möchte an die Menschen appellieren, Teil dieses Projekts zu werden", sagt Domagala. "Je mehr Leute am Tisch sitzen, desto besser sind die Ergebnisse und desto besser können wir Vertrauen aufbauen. Denken Sie an die abnehmende Restwertkurve einer Maschine und die nach Oben gerichtete Kostenentwicklung. Wo sich die beiden Kurven schneiden, ist der perfekte Moment zum Verkaufen. Dies führt zu einer besseren Kreislaufwirtschaft und letztendlich zu geringeren Emissionen. Das ist besser für uns alle."



Raphael Dubiel Sales Director Central Europe & Benelux

Fortaco Group Oy Plaza Business Park Äyritie 24 01510 Vantaa Finland

M +49 172 40 41 483 raphael.dubiel@ fortacogroup.com www.fortacogroup.com

Don't believe the hype!

CREATIVE.NRW – Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen

Text: CREATIVE.NRW

Nordrhein-Westfalen hat als eines der ersten Länder verstanden, dass Kultur- und Kreativwirtschaft institutionalisiert werden muss, um das Innovationspotenzial kreativer Leistungen sichtbar und vor allem nutzbar zu machen. Und genau das ist die Aufgabe des Teams von CREATIVE.NRW, das als Institution vom NRW-Wirtschaftsministerium bereits 2009 ins Leben gerufen wurde. Die Aufgabe bestand und besteht darin, darauf aufmerksam zu machen, dass kreative Leistung mehr als "nice to have" ist – und das aktuell mehr denn je.

Es gab eine Zeit, da war die Kultur- und Kreativwirtschaft in aller Munde – verbunden mit vielen Hoffnungen, aber auch unrealistischen Heilserwartungen. Dieser Hype ist mittlerweile etwas abgeklungen. Im Sprint hat die "Digitalwirtschaft … die Kultur- und Kreativwirtschaft ab den 2010er Jahren in ihrer Wahrnehmung überholt", schreibt der Stadt- und



CREATIVE.Spaces: Auszeichnung für kreative Netzwerke in NRW (Foto: Bozica Babic)

Wirtschaftsgeograph Dr. Bastian Lange im von CREATIVE.NRW und dem NRW- Wirtschaftsministerium herausgegebenen CREATIVE.Report 2019¹. Das kann auch als eine gute Nachricht verstanden werden: Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist "normal" geworden, von übertriebenen Erwartungen befreit. Kreative sind keine bestaunten "Exoten" oder "Spinner" mehr, aber eben auch keine Superhelden mit Hipsterbart. An vielen Orten ist die Kultur- und Kreativwirtschaft heute fest in Gesellschaft und Wirtschaft verankert und beweist tagtäglich zuverlässig ihr Potenzial und ihre Relevanz. Das gilt ganz besonders in und für Nordrhein-Westfalen.

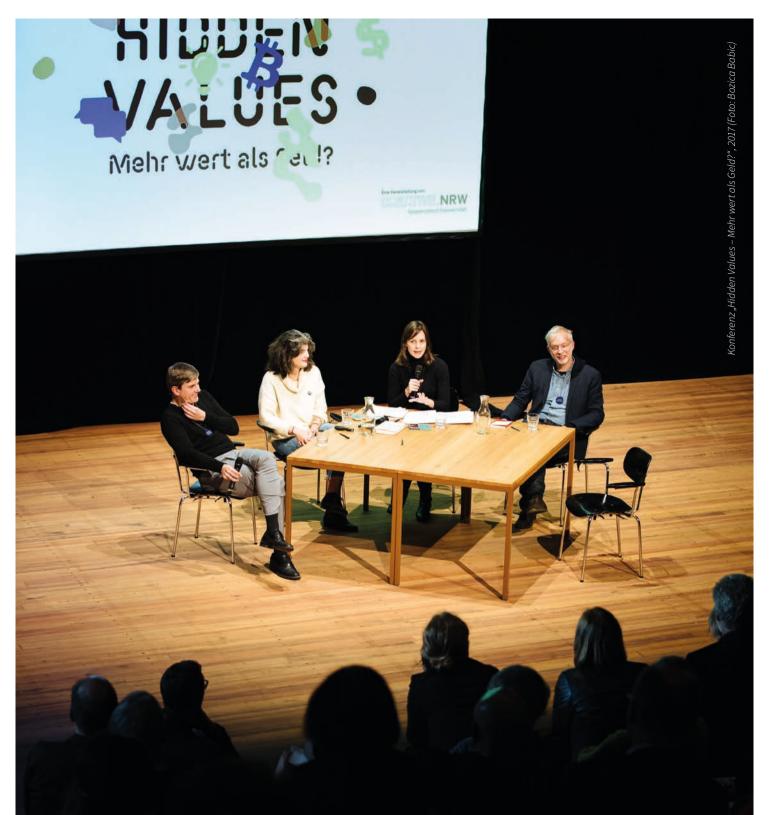
CREATIVE.NRW

Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft c/o Startplatz Im Mediapark 5 50670 Köln

T +49 221 1773335 0 info@creative.nrw.de www.creative.nrw.de

CREATIVE.NRW Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft

¹ CREATIVE.REPORT Kreative, Netzwerke und Diskurs – mit Zahlen und Fakten zur Kultur- und Kreativwirtschaft Nordrhein-Westfalen 2019, www.creative.nrw.de/mediathek



Gerade in der Corona-Krise wird deutlich, wie wichtig die Kultur- und Kreativwirtschaft für das soziale Leben und den kulturellen Zusammenhalt ist, und insbesondere auch, welche Bedeutung sie für die Schaffung von Innovationen hat. Es sind vor allem die Kreativen, die in Zeiten des Umbruchs innovative Lösungen und Geschäftsmodelle entwickeln. Gleichzeitig wird aktuell auch offenbar, wie zerbrechlich die Branche ist, die stark von zahlreichen Kleinunternehmen und Soloselbstständigen getragen wird.

Die Arbeit dieser kreativen Akteur*innen sichtbar zu machen, ihre Wertschätzung und gleichzeitige Wertschöpfung zu fördern, daran arbeitet

CREATIVE.NRW. "Wir sind täglich mit kreativen Unternehmer*innen in Kontakt, planen gemeinsam Projekte oder versuchen, sie in ihren Vorhaben bestmöglich zu unterstützen. Dabei begegnet uns stets eine enorme Ideenvielfalt, Innovationslust und, selbst in Zeiten der Krise, ein unbändiger Kampfgeist für die eigene Sache. Das motiviert uns in unserem Tun und macht viel Freude bei der Arbeit", so Geschäftsstellenleiterin Claudia Jericho.

Als Kompetenzzentrum des Landes ist CREATIVE.NRW Ansprechpartner für Beschäftigte, Unternehmen, Selbstständige, Institutionen und Kommunen. Das Team baut Brücken zwischen Kreativwirtschaft und ▶



Flora & Fauna (F&F) ist Plattform und Community aus Akteur*innen unterschiedlicher Kreativgewerke. Heimat von F&F ist eine alte Druckerei in Düsseldorf, die nach Kriterien für neues Arbeiten, Nachhaltigkeit und Kollaboration umgebaut wurde und weiträumig mit zeitgenössischer Kunst bespielt wird – ein Creative Habitat.

Der Verein Freischwimmer hat es sich zur Aufgabe gemacht, mittels bürgerschaftlichen Engagements das Areal des historischen Stadtbads Neusser Straße in Krefeld zu entwickeln und mit neuen Inhalten zu füllen. Es soll eine Schnittstelle für eine neue soziale, kulturelle und wirtschaftliche Mischnutzung werden.

In Haldern, einem Dorf mit 5.800 Einwohner*innen am Niederrhein, organisiert das Haldern Pop Haus im Jahr über 80 Veranstaltungen auf internationalem Niveau von der Klassik zum Punk, vom Dorffest zur politischen Konferenz. Das

2009 gegründete Haus ist Treffpunkt für Künstler*innen, Designer*innen, Fotograf*innen, Filmemacher*innen, Musiker*innen, Geisteswissenschaftler*innen, Tischler*innen, Bäcker*innen & Bäuer*innen.

Der Impact Hub Ruhr ist Teil des weltweiten Impact-Hub-Netzwerks, das sich für soziales Unternehmertum und die Erreichung der UN-Nachhaltigkeitsziele einsetzt. Mit dem Kreativ- und Coworking Space in Essen ist er eine Anlaufstelle für Social Start-ups und Macher*innen, die sich für eine bessere Gesellschaft und nachhaltiges Unternehmertum engagieren. ◀

Weitere Informationen finden Sie unter www.creative.nrw.de



"Wir brauchen soziale Orte zum Austausch unserer Menschlichkeit."

CREATIVE. Talk mit Aat Vos (aatvos BV)

Im Laufe seiner mehr als 30-jährigen Erfahrung im Bereich Bibliotheksdesign hat der Creative Guide und Architekt Aat Vos eine einzigartige Sicht auf öffentliche



Aat Vos (Foto: Marco Heyda)

Räume entwickelt. Der Niederländer engagiert sich europaweit als kreativer Berater für die Umgestaltung von Bibliotheken, Theatern, Kulturhäusern und anderen öffentlichen Einrichtungen. In Zusammenarbeit mit Anwohner*innen und Mitarbeiter*innen hebt er diese Orte auf ein ganz neues Level und transformiert sie in "Dritte Orte für jedermann", die lokale Communities aktivieren und fördern. In seinen Workshops und Vorträgen bringt Vos Licht ins urbane Dunkel, bietet innovative Lösungen für den öffentlichen Raum und vermittelt die Gestaltung Dritter Orte als praktischen Lösungsansatz für reale gesell-

schaftliche Herausforderungen. Zu seinen inspirierendsten Projekten gehört u.a. die Stadtteilbibliothek in Köln-Kalk. Im Interview spricht er über die Bedeutung von Dritten Orten – vor und nach der Corona-Krise – und den Wert von interdisziplinärer Netzwerkarbeit.

Herr Vos, die Gestaltung von öffentlichen Räumen, sogenannten "Dritten Orten", steht im Mittelpunkt Ihrer Arbeit. Wodurch zeichnet sich ein solcher Dritter Ort aus und warum ist er so wichtig?

Nach der Definition des amerikanischen Stadtsoziologen Ray Oldenburg sind Dritte Orte – nach dem eigenen Zuhause als "Erstem Ort" und dem Arbeitsplatz als "Zweitem Ort" – öffentliche Orte, Räume der Gesellschaft. Sie sind offen, für jedermann zugänglich, gratis zu nutzen, Orte, wo man alleine hingehen kann, wo man sich auskennt, wo man deinen Namen kennt und wo man selber eine Rolle spielen kann. Orte, die man für sich in Besitz nehmen kann. Sie sind wichtig, weil wir – in den Worten des deutschen Philosophen Jürgen Habermas – die Öffentlichkeit für die öffentliche Debatte über öffentliche Angelegenheiten



brauchen. Sie formen unsere Meinung und sind damit eine Medizin der Demokratie.

Bei der Gestaltung werden Menschen verschiedenster Disziplinen und vor allem auch die jeweiligen lokalen Akteure mit einbezogen. Wie wichtig sind solche Netzwerke für diese kreative Arbeit?

Unglaublich wichtig. Wir arbeiten am liebsten mit lokalen Akteur*innen, lokalen Fachleuten, Künstler*innen und Handwerker*innen zusammen. Nur so kann ein Ort wirklich ein lokaler Ort werden, mit einer eigenständigen, einzigartigen Identität. Nur ein lokaler Akteur kennt sich richtig aus, kennt die lokale Geschichte und den Hintergrund eines Ortes, fügt diesen Lokalkolorit oft unbewusst seiner Arbeit hinzu – und macht den Ort damit nur stärker. Und natürlich aktivieren sie weitere Akteur*innen, die sich dann ebenfalls engagieren. Leider macht das Ausschreibungsverfahren es oft unmöglich, gezielt mit lokalen Akteur*innen zu arbeiten, aber wir versuchen es jedes Mal.

Zurzeit befinden wir uns in der besonderen Situation, dass gerade diese öffentlichen Gemeinschaftsräume nicht zugänglich sind und sich die Menschen zwangsläufig in ihre eigene Lebensblase zurückziehen müssen. Was bedeutet das für das soziale Miteinander?

Wir sind Menschen, und Menschen sind wie Wasser. Wir werden Wege finden, einander zu treffen, uns auszutauschen. Das sehen wir jetzt auch in der Corona-Krise. Leute spielen Balkon-Bingo, singen gemeinsam aus dem Fenster, machen gemeinsam Musik und treffen uns natürlich digital. Wir sind eine unglaublich widerstandsfähige Spezies. Ich glaube, dass wir genau in dieser Zeit, durch die Notwendigkeit von Einschränkungen, bemerken, wie wichtig es ist, uns live zu treffen: Zusammen zu sein, einander berühren zu können, eine Veranstaltung gemeinsam zu genießen. Ich denke, wenn diese Krise eines klar macht, ist es, dass wir wirklich soziale Orte zum Austausch unserer Menschlichkeit brauchen.

Glauben Sie, dass physische Dritte Orte und die zwischenmenschliche Interaktion nach der Krise mehr Wertschätzung erlangen?

Ja. Wir werden sie – wenn die Krise hinter uns liegt – mehr denn je umarmen. Und wir werden feststellen, dass wir neue Netzwerke entwickelt haben, mit Leuten, die sich bereits digital kennengelernt, aber noch nicht live getroffen haben. Ich erwarte emotionale Szenen, die an die wiedergewonnene Freiheit nach einem Krieg erinnern. Aber nicht nur das: Wir müssen uns bewusst machen, dass soziale Orte außerhalb des Hauses für einige von uns

auch ein Zufluchtsort sind und dass diese Orte eine Sicherheit bieten, die das eigene Zuhause nicht bieten kann. Das sind die beunruhigenden Fälle in dieser Krise.

Das Digitale erhält in der Corona-Krise einen besonders hohen Stellenwert. Kann man auch digitale Räume gestalten? Und wie kann das aussehen?

Das Interessante an dieser Zeit ist, dass wir gezwungen sind, unseren ersten Ort (unser Haus), unseren zweiten Ort (unseren Arbeitsplatz) und den dritten Ort (den sozialen Treffpunkt) miteinander zu kombinieren. Jeder von uns hat jetzt einen Crashkurs in Zoom, Webex, Jitsi, Skype oder Teams absolviert. Dies gibt uns einen wunderbaren Einblick in die häusliche Situation des anderen, was seltsamerweise trotz des Abstands zu einer neuen, niedrigschwelligen Art von Verbindung führt. Dies bringt uns näher zusammen, als man vielleicht denken würde. Mir fällt auf, dass ich bestimmte Orte im Haus lieber für Geschäftsgespräche nutze und andere lieber für den digitalen Biermoment mit meiner Band. Es erinnert mich an das Nomadenbüro von Ettore Sottsass, wo er für jedes seiner Projekte in einem separaten Raum einen Arbeitstisch mit einer eigenen Identität erstellt hat. Dies schafft digital-analoge Orte mit ihrem eigenen Gebrauch, ihrer eigenen Identität, ihrer eigenen Intimität und ihrer eigenen Interaktion.

(Kreativ)Netzwerke wie die von CREATIVE.NRW ausgezeichneten CREATIVE.Spaces agieren in physischen wie auch digitalen Räumen und vernetzen unterschiedliche Branchen, auch über die Kreativwirtschaft hinaus, miteinander. Welche Tipps haben Sie für diese Akteure – während und nach der Krise?

Wenn ich an meine eigene Ausbildung denke, an den Kokon, in dem Architektur als "Mutter aller Künste" bezeichnet wurde, und an die Art und Weise, wie ich 25 Jahre lang damit umgegangen bin, wünschte ich, dass ich verstanden hätte, dass Architektur nur ein Kommunikationsmittel ist, ein Teil in einem Kaleidoskop aus Wort, Musik, Logik, Raum, Bild, Zeit, Bewegung und innerund zwischenmenschlicher Interaktion. Alles gehört zusammen, und Designer brauchen Bescheidenheit und gute Ohren. Wir dürfen niemals vergessen, für wen wir arbeiten. Und wir sollten niemals glauben, dass wir es wissen. Lassen Sie mich mit den Worten von Steward Brand schließen, dem amerikanischen Freidenker, Visionär und Autor, der auf der letzten Seite des letzten Whole-Earth-Katalogs das in Auftrag gab, was Steve Jobs später erkannte: "Stay Hungry, Stay Foolish". ◀

Quelle: CREATIVE.NRW, April 2020

Außenhandel erfordert Sprachen

Text: Joop van Reeken

Fotos: Language Institute Regina Coeli

Die Firma thenex ist seit Generationen im Außenhandel tätig. Außenhandel bedeutet Menschen verbinden - bedeutet Sprachen kennen. Geschäftsführer Henry-Johann Nientimp ist viel in der arabischen Welt unterwegs. Prokurist Marten-Theodor Nientimp ist für Verwaltung und Finanzen zuständig. Im Unternehmen

sind viele Fremdsprachen zu Hause: Englisch, Spanisch, Russisch, Polnisch, Türkisch und Persisch.

Joop van Reeken: Ist die Unternehmer-Familie Nientimp immer mit Sprachtalenten gesegnet gewesen?

Marten-Theodor Nientimp: Unser Vater, Theo-Heinz Nientimp, hat Englisch als erste Fremdsprache in der Schule gelernt. Als Außenhändler konnte er aber sein Englisch besonders durch Learning by Doing und durch seine Auslandsreisen perfektionieren. So ist es mit uns Junioren auch gegangen.

Henry-Johann Nientimp: Viele unserer Kunden sind auch keine English Native Speaker und haben Englisch nur in der Schule oder im Beruf gelernt.



JvR: Sie können also weltweit mit Englisch operieren?

H-JN: Englisch ist die offizielle Sprache vieler internationaler Organisationen und ist dort in der Regel auch die Amtssprache. Die englische Sprache gilt außerdem in sehr vielen Ländern als die Handels- und Geschäftssprache. In den meisten Zentral-Amerikanischen Ländern ist Englisch ebenso die Amtssprache. In Südamerika ist es oft besser, auf Spanisch zu kommunizieren bzw. einen Native Speaker zu haben. In der arabischen Welt, im Mittleren Osten, in Asien, in Afrika und natürlich in Europa komme ich überall sehr gut mit Englisch aus.

JvR: Spielt das Beherrschen von Sprachen auch eine wichtige Rolle bei der Suche nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern?

M-TN: Englisch-Grundkenntnisse sind sicher ein Muss.

H-JN: Trotzdem kann jeder, der noch kein perfektes Englisch spricht, bei uns in wenigen Wochen recht sicher werden im Gebrauch der englischen Sprache.



JvR: Wie funktioniert das?

M-TN: Schlichtweg durch intensives Learning by Doing.

H-JN: Unsere Mitarbeiter lesen den ganzen Tag in Englisch geschriebene Anfragen, Informationen und E-Mails. Die gesamte Kommunikation läuft eigentlich auf Englisch. Und auf diese Weise ist man relativ schnell in der Sprache drin.

JvR: thenex beschäftigt Mitarbeiter, die aus unterschiedlichen Ländern kommen. Steckt dahinter ein besonderer Gedanke?

H-JN: Unsere Unternehmenskultur ist multikulturell ausgerichtet, weil wir als Außenhändler immer mit verschiedenen Kulturen, Religionen und Sprachen zu tun haben. thenex und unser Team können sich auf verschiedene Kulturen einstellen. Sprachen transportieren, kulturelle und soziale Konzepte verstehen. Daher ist es für einen Kunden, der z.B. aus Südamerika kommt, einfacher, mit unserem Spanisch sprechenden, aus Venezuela kommenden Mitarbeiter zu kommunizieren, als mit jemanden, der nur Englisch spricht. Es geht dabei nicht nur um Sprache, sondern auch um kulturelle Empfindlichkeiten.

JvR: Aus welchen Ländern kommen Ihre Mitarbeiter?

H-JN: thenex beschäftigt ein Team aus Mitarbeitern aus sechs verschiedenen Ländern. Eine Mitarbeiterin kommt aus Spanien. Wir haben Kolleginnen und Kollegen aus Afghanistan, Venezuela, Polen und Russland sowie mit türkischem Hintergrund.

JvR: Falls neue Mitarbeiter Deutsch oder Englisch ungenügend beherrschen, auf welche Maßnahmen setzen Sie?

M-TN: Wir versuchen, den Mitarbeiter bzw. die Mitarbeiterin zu motivieren, sich Deutsch bzw. Englisch mit unserer Unterstützung im Büro und durch Learning by Doing anzueignen. Untereinander sind alle angehalten, sich auf Deutsch oder Englisch zu unterhalten, wenn jemand Trainings-Bedarf hat. Außerdem setzen wir auch auf Sprachschulen.

JvR: Gibt es Sprachschulen, die Sie besonders für Außenhändler für geeignet halten?

M-TN: Wir arbeiten vor allem mit dem Language Institute Regina Coeli in Vught in den Niederlanden zusammen. Ich persönlich war dort, um mein Englisch zu verbessern. Es war eine sehr positive Erfahrung. Das Training wird auf jeden Teilnehmer speziell abgestimmt, ob Außenhändler oder Techniker. Das heißt, bevor man nach Vught reist, wird über einen Telefon- oder Videotermin ein Trainingsplan passgenau erstellt: Auf welchem Sprachniveau steht man, welchen Level möchte man gerne in einer Woche oder zwei Wochen erreichen. Das Training beginnt daher mit einer individuell ausgearbeiteten Sprachschulung – und diese wird sukzessive abgearbeitet. Dadurch auch dieser massive Wissenstransfer

Als wir Jerly Rojas, unseren Mitarbeiter aus Venezuela, bei thenex eingestellt haben, schickten wir ihn zu Regina Coeli, damit er dort Deutsch über zwei Trainingseinheiten erlernen konnte. Im ►



Gezielt Sprachkenntnisse erweitern:

Das Language Institute Regina Coeli im Profil

Text: Alf Buddenberg

Ein Ort mit Geschichte

Das Language Institute Regina Coeli im niederländischen Vught wurde 1963 gegründet. Seine Wurzeln reichen bis ins 16. Jahrhundert zurück, in dem der Schwesternorden entstand, auf den das Sprachinstitut zurück geht. Im Jahr 1903 gründeten die Chorschwestern des Heiligen Augustinus, die ursprünglich aus Frankreich stammen, ein Kloster mit Mädcheninternat, das den Namen "Regina Coeli" bekam. Als eine der ersten niederländischen Schulen erhielt das Internat auf Initiative der Nonnen 1962 ein Sprachlabor – damals noch ein sehr ungewöhnliches Experiment. 1982 wurde auf dem Gelände das neue Institutsgebäude errichtet. Das Sprachinstitut ist eine B.V., was in etwa einer deutzu 100 Prozent im Besitz der Stiftung St. Pierre Fourier. Die erzielten Gewinne werden in das Institut investiert oder an die Stiftung ausgeschüttet, die es für wohltätige Zwecke zur Verfügung stellt. Dabei liegt ein Schwerpunkt – ganz in der Tradition der Schwestern – auf der Bildung von Mädchen.

"Erste Adresse" fürs Lernen und Vertiefen von Fremdsprachen

Das Institut steht für jeden offen, die/der eine Sprache erlernen möchte. Insgesamt kommen jährlich ca. 4.000 Sprachschüler aus aller Welt in das Institut nach Vught, um ihre Sprachkenntnisse gezielt zu erweitern – viele davon auch aus Deutschland. In den Niederlanden gilt das Language Institute Regina Coeli als "erste Adresse", wenn es um das Lernen von Fremdsprachen geht.

Angeboten werden die Sprachen Englisch, Französisch, Niederländisch, Italienisch, Spanisch, Portugiesisch, Russisch, Arabisch, Chinesisch und Deutsch.

Intensives individuelles Sprachtraining

Das Sprachtraining wird konsequent auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten und gilt als sehr intensiv. Um den Bedürfnissen der künftigen Sprachschüler entsprechen zu können, ist ein "InTake"-Gespräch obligatorisch, in dessen Rahmen etwaig vorhandene Vorkenntnisse ermittelt und gemeinsam Lernziele definiert werden. Auch Fachsprache verschiedener Disziplinen gehört zum Angebot. Das Sprachtraining setzt sich aus Einzelunterricht und persönlichen Lernphasen zusammen. Vught. Auch online wird trainiert. Um die Sprachschüler kümmern sich vor Ort mehr als 200 Mitarbeiter. Die Sprachtrainer sind Muttersprachler der jeweiligen Zielsprache. Zur Unterbringung der Kursteilnehmer stehen im Institut 50 Hotelbetten zur Verfügung. Auch für das leibliche Wohl der Kursteilnehmer ist bestens gesorgt. Sie profitieren von einer ansprechenden, ruhigen und fokussierten Lernumgebung, die es ihnen erlaubt, sich vollständig auf den Erwerb der von ihnen gewünschten Sprachkenntnisse zu konzentrieren. Von Düsseldorf nach Vught beträgt die Entfernung nur rund 150 Kilometer. ◀



Language Institute Regina Coeli BV

Martinilaan 12 5262 BR Vught Niederlande

T +31 73 68 487 90 hello@reginacoeli.nl www.reginacoeli.de



Moment planen wir, auch für einen ehemaligen Auszubildenden eine Trainingswoche im Spracheninstitut Regina Coeli zu buchen, damit er seine Englischkenntnisse optimieren kann.



JvR: Warum lernt man im Language Institute Regina Coeli eine Sprache besser?

M-TN: Diese Schule funktioniert wie ein Internat. Während der Woche, die man dort verbringt, wohnt und isst man in der Schule. Den ganzen Tag redet man wirklich nur in der Sprache, die man lernen will. So sitzt man abends beim Essen in Gruppen zusammen, die auch nur diese eine Sprache lernen wollen. Aus Erfahrung weiß ich, dass man nach der Woche sogar in der Sprache träumt. Das Training ist einfach sehr intensiv. Ich habe dort den ganzen Tag Englisch gesprochen und ich glaube, ich habe viel mehr gelernt als wäre ich für eine Zeit nach England gefahren, um dort meine Englischkenntnisse zu vertiefen. Vor allem in so kurzer Zeit.

JvR: Eine anstrengende Woche also?

M-TN: Ja. Aber für das Resultat, nach einer Woche bereits in Englisch zu denken, nimmt man einen solchen Einsatz gerne in Kauf.

JvR: Es ist doch etwas ungewöhnlich, dass ein Venezolaner von einem deutschen Unternehmen in die Niederlande geschickt wird, um Deutsch zu lernen. Ist das Sprachenangebot so umfangreich?

M-TN: Es werden die Sprachen Englisch, Französisch, Niederländisch, Italienisch, Spanisch, Portugiesisch, Russisch, Arabisch, Chinesisch und Deutsch angeboten. Die Sprachtrainer jeder Zielsprache sind Muttersprachler. Daher kann auch jemand aus Venezuela bei Regina Coeli Deutsch lernen. Und wie gesagt, ich war selbst so begeistert von der Schule, dass wir überzeugt sind, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Training dort anzumelden. Herr Rojas setzt nun sein Training an der Volkshochschule hier in Bocholt fort, um einfach das Erlernte noch weiter zu festigen und in der Sprache zu bleiben. Und natürlich haben wir alle im Büro gebeten, so viel als möglich mit ihm in Deutsch zu sprechen ◀



Henry-Johann Nientimp & Marten-Theodor Nientimp bilden als vierte Generation der Unternehmerfamilie die Geschäftsführung der thenex GmbH

thenex GmbH Am Annenhof 6 46397 Bocholt

T +49 2871 271 30 info@thenex.com www.thenex.com



U.S. Commercial Service

Partner der NRW-Wirtschaft

Text: Verena Winter

Ken Walsh ist der Hauptverantwortliche für Handelsfragen im US-Konsulat in Düsseldorf. Er arbeitet für den U.S. Commercial Service, eine Abteilung des US-Handelsministeriums, und ist verantwortlich für die Förderung des Exports von in den USA hergestellten Produkten und Dienstleistungen sowie für die Unterstützung ausländischer Unternehmen bei Investitionen in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Verena Winter: Sie haben 5 Jahre lang in Deutschland gearbeitet. Was denken Sie über die amerikanisch-deutsche Handelsbeziehung?

Ken Walsh: Als ich im Juli 2015 ankam, waren wir gerade dabei, uns für die Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (Transatlantic Trade and Investment Partnership, T-TIP) einzusetzen. Damals dachten wir, dass eine erweiterte Beziehung gut für Unternehmen und Verbraucher sowohl in traditionellen als auch in zukunftsorientierten, datengesteuerten Branchen wäre. Leider haben wir diese Debatte verloren.

VW: Die derzeitige Regierung hat sich in eine andere Richtung bewegt und sich auf handelspolitische Abhilfemaßnahmen, einschließlich Zölle, konzentriert, um das Handelsdefizit der USA gegenüber Deutschland und der Europäischen Union zu verringern. Sowohl die Obama- als auch die Trump-Regierung wollten eine Lösung für das Handelsungleichgewicht finden, nutzten aber unterschiedliche Instrumente, um dieses Problem anzugehen.

KW: Ich denke, das Ungleichgewicht wird ein Knackpunkt für künftige US-Regierungen bleiben, und beide Seiten, die deutsche und die amerikanische, müssen bei der Entwicklung einer Lösung kreativer sein. Obwohl wir dazu neigen, uns auf die Herausforderungen zu konzentrieren, erkennen die USA die wichtige Rolle an, die Deutschland in der US-Wirtschaft spielt.

VW: Wie wird diese wichtige Rolle anerkannt?

KW: Obwohl ich für die US-Bundesregierung arbeite, verbringe ich auch viel Zeit damit, mit unseren 50 staatlichen Wirtschaftsförderagenturen und den Tausenden von lokalen und regionalen Behörden zusammenzuarbeiten. Sie sind laserfokussiert auf die Schaffung von Arbeitsplätzen und wissen, dass deutsche Investitionen in den USA 773.800 Arbeitsplätze unterstützen. Darüber hinaus kauft Deutschland US-Produkte im Wert von 60 Milliarden Dollar, das ist weltweit der sechsthöchste Wert.

In letzter Zeit waren wir Gastgeber großer US-Delegationen in Deutschland aus Nebraska, Minnesota, Pennsylvania und Wisconsin, die daran interessiert sind, mit Deutschland,



insbesondere in Nordrhein-Westfalen, Geschäfte zu machen. Wir haben uns auch mit Delegationen von Vizegouverneuren, Staatssekretären für Wirtschaft, Bürgermeistern und anderen getroffen. Bei jedem dieser Treffen diskutieren wir darüber, wie wichtig NRW für die deutsche und die Weltwirtschaft ist - und sie sind beeindruckt von der Vielfalt und Kraft von NRW.

VW: Was sind neben dem Handelsdefizit einige der größten Herausforderungen in unserer Beziehung?

KW: Die Handelspolitik ist nur ein Teil der gesamten Außenpolitik, zu der auch die Sicherheitspolitik gehört. Die Vereinigten Staaten sind nach wie vor mit der allgemeinen Lastenteilung im Verteidigungsbereich befasst, insbesondere mit den zu geringen Investitionen in die Verteidigungshaushalte einiger unserer europäischen Partner. Darüber hinaus sehen wir die Einbeziehung unzuverlässiger Partner in die Entwicklung der 5G-Technologie und der europäischen Energieversorgung als besonders problematisch an.

VW: Das sind wichtige Fragen, gibt es noch Raum für Zusammenarbeit?

KW: Auf jeden Fall. Ja, das sind wichtige Fragen, bei denen wir den Dialog fortsetzen müssen, aber sie sind nicht unüberwindbar. Nehmen wir die NAFTA als Beispiel. Das nordamerikanische Freihandelsabkommen war über 25 Jahre lang in Kraft und führte zu einer bedeutenden wirtschaftlichen Expansion. Als Präsident Trump jedoch seine Absicht signalisierte, sich aus dem Abkommen zurückzuziehen, dachten viele, dass die Freihandelszone enden würde. Das geschah nicht. Da so viele Menschen große Vorteile aus dem Abkommen sahen, trafen alle Seiten harte Entscheidungen, um das neue Abkommen zwischen den Vereinigten Staaten und Mexiko bzw. Kanada (USMCA) auszuhandeln und zu ratifizieren, das am 1. Juli in Kraft trat.

Ich denke, dass zwischen den USA und Deutschland/EU die gleichen Bedingungen herrschen und harte Entscheidungen nach zähen Verhandlungen getroffen werden. Die Handelsbeziehungen sind zu wichtig für zu viele, als dass sie aufgegeben werden könnten.

VW: Ich freue mich, dass Sie einen positiven Ausblick haben. Wie sieht Ihre Zukunft aus?

KW: Nach fünf Jahren in Deutschland bin ich zum US-Handelsgesandten in der US-Botschaft in Daressalam, Tansania, ernannt worden. Es wird eine ganz andere und herausfordernde Aufgabe sein, aber ich freue mich sehr darauf, in Afrika zu arbeiten.

Ich werde Deutschland und insbesondere Nordrhein-Westfalen sehr vermissen. Die Menschen hier sind fantastisch. Wir hatten unsere freundschaftlichen Auseinandersetzungen über Handel und Politik, aber wir haben immer Respekt vor den Meinungen des anderen. Meine deutschen Kollegen und Freunde waren sehr gastfreundlich und offen. Ich werde es vermissen, jeden Tag mit dem Fahrrad zur Arbeit zu fahren, durch das Siebengebirge zu wandern, mit der Seilbahn zum Schloss Burg zu fahren, den Münsteraner Weihnachtsmarkt zu genießen, meinem Sohn beim Baseballspielen in Paderborn zuzuschauen, an der Ruhr im Stehen zu paddeln und so vieles mehr.

Wir haben unsere Arbeit zu tun, um weiterhin für unsere gemeinsamen Werte zu kämpfen und sicherzustellen, dass unsere starke Nachkriegsbeziehung weitere 75 Jahre andauert. Das ist alles unsere Verantwortung.

VW: Für Ihre neue berufliche Herausforderung wünschen wir Ihnen viel Glück und Erfolg. ◀



Ken WalshU.S. Handelskonsul

American Consulate General U.S. Commercial Service Düsseldorf

Willi-Becker-Allee 10 40227 Düsseldorf

T +49 211 737 767 0 F + 49 211 737 767 67 Office.Dusseldorf@ trade.gov www.trade.gov

Für Arbeitnehmermobilität und gegen Protektionismus

Text: Isabelle Oster

"Einfacher nach Peking als nach Paris!?" Wer in den vergangenen Jahren die Entwicklung der arbeits- und sozialversicherungsrechtlichen Vorgaben für die Entsendung von Beschäftigten in einen anderen EU-Mitgliedstaat verfolgt hat, weiß, dass der Aufwand inzwischen in keinem vernünftigen wirtschaftlichen Verhältnis mehr steht. Besonders unverhältnismäßig sind die Entsendevorgaben bei Dienst- und Geschäftsreisen. Die EU muss anfangen, unbürokratische und europaweit einheitliche Lösungen zu entwickeln, um das hohe Gut der Arbeitnehmerfreizügigkeit zu bewahren.

Corona: Stresstest für den Binnenmarkt

Der Europäische Binnenmarkt ist eine der größten Errungenschaften der EU und Heimatmarkt der NRW-Wirtschaft. Waren, Güter, Dienstleistungen und Arbeitnehmer bewegen sich über staatliche Grenzen hinweg. Tagtäglich sind tausende europäische Beschäftigte im grenzüberschreitenden Einsatz – sei es längerfristig oder auch nur kurzzeitig für Verkaufs- oder Beratungsgespräche, für Montage-, Wartungs- oder Reparaturarbeiten beim Kunden oder aber zur Teilnahme an Messen, Sitzungen oder Konferenzen.

Die Corona-Krise war ein ungeplanter Stresstest für den Binnenmarkt und hat gezeigt, wie schnell vermeintlich Selbstverständliches enden kann. Obwohl die EU-Kommission die Mitgliedstaaten aufforderte, Grenzgängern, Entsandten oder Saisonarbeitskräften in systemrelevanten Funktionen den Grenzübertritt zu gewähren, dominierten häufig nationale Alleingänge. Nun gilt es, den Binnenmarkt wiederherzustellen und Hindernisse in der EU-Arbeitskräftemobilität abzubauen.

Von Passierscheinen und Flickenteppichen

Arbeitnehmerfreizügigkeit und Dienstleistungsfreiheit sind für unsere exportorientierte NRW-Wirtschaft unverzichtbare Bedingung für ihren Erfolg. Doch mit der Revision der Entsende-Richtlinie und protektionistischen Alleingängen einiger Mitgliedstaaten wurde die Arbeitnehmerfreizügigkeit in der EU in den letzten Jahren erheblich geschwächt.

Schon die Durchsetzungs-Richtlinie zur Entsende-Richtlinie hat seit 2016 für den Arbeitgeber im Vorfeld eines Auslandseinsatzes zu einem wahren Flickenteppich an unterschiedlichen nationalen Melde- und Dokumentationspflichten geführt. Die revidierte Entsende-Richtlinie, die bis Ende Juli 2020 in den Mitgliedstaaten umgesetzt sein sollte, wird Auslandseinsätze weiter komplizieren, überdies für große Rechtsunsicherheit und durch viele bürokratische Hürden für einen weiter fragmentierten Binnenmarkt sorgen.



Isabelle Oster Rechtsanwältin Internationale Sozialpolitik, Europa Leitung Büro Brüssel

unternehmer nrw

Uerdinger Str. 58-62 40474 Düsseldorf

Rue Marie de Bourgogne 58 B-1000 Brüssel Belgien

T +49 211 4573 238 F +49 211 4573 258 oster@unternehmer.nrw www.unternehmer.nrw



Insbesondere hinsichtlich der anzuwendenden Entgeltbestimmungen werden die Unternehmen vor nahezu unlösbare Herausforderungen gestellt.

Über die melde- und arbeitsrechtlichen Pflichten hinaus muss jeder EU-Arbeitnehmer bei Ausübung einer Tätigkeit in einem anderen Mitgliedstaat mit der "A1-Bescheinigung" dokumentieren, dass er für die Zeit der Entsendung im heimischen System sozialversichert bleibt. In aller Munde ist dieses Erfordernis, seitdem das Vorliegen der A1-Bescheinigung von nationalen Kontrollbehörden selbst bei Grenzüberschreitungen für nur wenige Stunden verstärkt überprüft wird.

Grundlegender Neustart der Arbeitnehmerfreizügigkeit

Gerade vor dem Hintergrund unserer Erfahrungen aus der Corona-Krise darf die Arbeitnehmerfreizügigkeit auf dem Binnenmarkt nicht noch weiter in Frage gestellt werden. Das bestehende Entsendesystem in der EU braucht dringend eine Neuaufstellung und Vereinfachung auf Basis der geltenden Arbeitnehmerfreizügigkeit und Dienstleistungsfreiheit. Insbesondere brauchen

wir für alle Dienst- und Geschäftsreisen – mit und ohne Dienstleistungsbezug – Erleichterungen und Ausnahmen bei den arbeits- und sozialrechtlichen Vorgaben, die in den Mitgliedstaaten einheitlich umzusetzen sind. Nur digitale Tools wie etwa eine europäische Datenbank für nationale Entgelt- und Arbeitsrechtsbestimmungen und pauschalisierende, nationale Entgeltrechner können es den Unternehmen ermöglichen, die neuen Vorgaben der Entsende-Richtlinie mit vertretbarem Aufwand zu erfüllen. Auf die A1-Bescheinigung sollte bei kurzen Auslandseinsätzen von bis zu einer Woche verzichtet werden.

Gemeinsam mit dem Brüsseler-Verbändenetzwerk macht sich unternehmer nrw dafür stark, dass unser Binnenmarkt für Arbeitnehmer und Dienstleistungen weiter zusammenwächst. Die Unternehmen müssen sich auf ihr Kerngeschäft und die pandemiebedingten existenziellen Herausforderungen konzentrieren können, statt mit steigendem Personaleinsatz einen immer größer werdenden finanziellen Aufwand zu betreiben, damit bürokratische Anforderungen insbesondere im Vorfeld einer Auslandsentsendung erfüllt werden können. ◀



BE **EFFECTIVE**IN ANOTHER LANGUAGE



+49 0176 - 56 56 87 16 - mobil -

ERFOLGREICH SPRACHEN SPRECHEN

Sprachtraining nach Maß

Ob in Englisch, Französisch, Niederländisch oder in sechs weiteren Sprachen – mit unserem individuellen Intensivtraining erreichen Sie Ihre persönlichen Ziele. Im renommiertesten Sprachinstitut der Niederlande überwinden Führungskräfte Grenzen und gewinnen an kommunikativer Stärke. Effektiv und für jedes Terrain. Lassen Sie sich jetzt persönlich beraten.

www.reginacoeli.de/erfolgsfaktor-sprache

Hamburgs Hafen

Drehscheibe für den weltweiten Außenhandel

Text: Ingo Egloff

Der Hamburger Hafen ist als Drehkreuz in Nordeuropa wichtig für die Versorgung der Wirtschaft und Konsumenten mit Im- und Exportwaren, auch in Nordrhein-Westfalen. NRW ist per Eisenbahn, Lkw und Binnenschiff gut an den Hamburger Hafen angebunden. Mit 500.000 TEU ist NRW für den Hamburger Hafen der zweitwichtigste innerdeutsche Markt nach Bayern. Und Hamburg ist im Containerverkehr der zweitwichtigste Hafen in NRW nach Rotterdam



Hafenbahn (© HHM)

Wenn man sich das Außenhandelsvolumen von NRW anschaut, stellt man fest, dass NRW auf Basis Tonnen sowohl beim Stückgut als auch beim Massengut mit einem Anteil von rund 23 Prozent im Jahr 2019 den größten Anteil am deutschen Außenhandel unter den Bundesländern erreicht. Im Stückgutbereich sind die wichtigsten Exportgüter Chemische Erzeugnisse (33%), Metalle (18%), Nahrungsmittel und Futtermittel (9%), Maschinen (7%) sowie Fahrzeuge und Fahrzeugteile (5%). Im Import sind es vor allem Metalle (21%), Chemische Erzeugnisse (16%), Nahrungsmittel und Futtermittel (9%) sowie Papier, Pappe und Waren daraus (4%).

Hamburg und NRW versuchen gemeinsam die Verkehrsverbindungen ständig zu verbessern und z.B. die Zugverbindungen signifikant zu erhöhen.



Insbesondere in Zeiten wie der Corona-Pandemie ist es wichtig, dass die Transportketten funktionieren. In Hamburg haben Umschlagterminals und Hafenverkehre sich sofort auf die Situation eingestellt und tadellos rund um die Uhr funktioniert.

Natürlich haben wir auch in Hamburg die Folgen der Pandemie gespürt und weniger Ladung umgeschlagen. Insgesamt sank der Umschlag im 1. Quartal 2020 um 7,9 Prozent und bei den Containern um 6,5 Prozent. Bei uns kommen manche Entwicklungen aber durch die langen Laufzeiten der Schiffe erst zeitverzögert an. Wir rechnen auch im zweiten Quartal mit einem weiteren Umschlagrückgang. Allerdings hatten wir 2019 im Hafen ein sehr gutes Jahr. Mit rund 136 Millionen Tonnen war Hamburg in 2019 weiterhin mit Abstand Deutschlands größter Seehafen. Umgeschlagen werden im Universalhafen alle Güter in den Bereichen Stückgut und Massengut. Der Anteil des Hamburger Hafens allein am seeseitigen Außenhandel Deutschlands über deutsche Seehäfen beträgt etwa 34 Prozent. Hamburg bietet Verbindungen in die ganze Welt und ist im Hinterlandverkehr bestens an das Binnenland angeschlossen. Von Europas größtem Eisenbahnhafen mit 1300 Zugverbindungen wöchentlich profitieren Unternehmen in Deutschland, aber auch im europäischen Ausland. Schnelle, pünktliche und sichere Verbindungen wurden auch in Corona-Zeiten jederzeit garantiert.

Wahrscheinlich wird es als Folge der Einschränkungen durch Corona auch Veränderungen in den weltweiten Versorgungs- und Transportketten geben. Wir können uns vorstellen, dass zum Beispiel Medikamente und medizinische Ausstattung künftig wieder vermehrt in Deutschland produziert werden, um Lieferengpässe zu vermeiden. Aber es wird kein Ende der Globalisierung geben.

Die Märkte sind einem stetigen Wandel unterworfen. China ist inzwischen nicht mehr der billigste Produktionsstandort. Die Herstellung von Gütern hat sich unter anderem nach Vietnam, Indonesien, die Philippinen und Myanmar verlagert. Niedrige Arbeitslöhne machen die Produktion dort noch günstiger. Darauf reagiert der Hamburger Hafen mit neuen Verbindungen.

Für einen zusätzlichen Schub im Außenhandel und beim Umschlag im Hafen sorgen auch Freihandelsabkommen der EU mit Drittländern, wie z.B. Singapur und Vietnam. Die EU und Singapur haben im Oktober 2018 auf dem ASEM-Gipfel ein Freihandels- und ein Investitionsschutzabkommen unterzeichnet. Das EU-Parlament hat im Februar 2019 zugestimmt und im November 2019 ist das Abkommen in Kraft getreten. Singapur ist trotz der geringen Größe einer der wichtigsten Handelspartner für Deutschland im ASEAN-Raum.

Auch mit Vietnam wurde im Juni 2019 ein Freihandels- und ein Investitionsschutzabkommen unterzeichnet. Als Vietnams größter Handelspartner innerhalb der EU begrüßt Deutschland die Unterzeichnung. Durch das Freihandelsabkommen wird der Zugang für deutsche Produkte zu dem immer wichtiger werdenden vietnamesischen Markt verbessert. Das bilaterale Handelsvolumen zwischen Deutschland und Vietnam betrug 2018 circa 14 Milliarden Euro. Der Bestand deutscher Direktinvestitionen in Vietnam betrug 2017 rund 820 Millionen Euro. Derzeit sind mehr als 300 deutsche Unternehmen auf dem vietnamesischen Markt präsent. Auch für Unternehmen aus NRW wird dadurch der Marktzugang erleichtert und der Hamburger Hafen hilft beim sicheren Transport. ◀



Ingo Egloff Vorstand

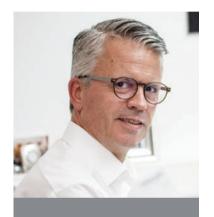
Hafen Hamburg Marketing e.V.

Pickhuben 6 20457 Hamburg

T +49 40 377 09 101 egloff@hafen-hamburg.de www.hafen-hamburg.de

Ein kleiner Sprung mit großen Chancen

Text: Axel Hebmüller und Harry Flint



Axel HebmüllerFuropean Representative

NETVRIDA

Northeast Tennessee Valley Regional Industrial Development Association

p.a. Hebmüller Verwaltung GmbH

Broicherseite 17 41564 Kaarst / Germany

T+49-2131-591195 M+49-163-5911955 nfo@netvrida.eu axel@hebmueller.de www.netvrida.eu www.hebmueller.de



Die Potenziale für deutsche Unternehmen kleiner und mittlerer Größe liegen gerade jetzt auf der Hand. Die USA boomen, wenn man als "local Supplier" seinen Standort in "America First" unterhält.

Es ist strategisch nur ein kleiner Sprung, ebnet aber Chancen eines großen Sprungs für Wachstum. Die Abschottungspolitik der amerikanischen Regierung fordert und fördert gerade jetzt die Firmen, die sich vor Ort engagieren.

Johnson City, Tennessee

"Der US-amerikanische Markt wird trotz der aktuellen politischen und wirtschaftlichen Reibungen für europäische Unternehmen einer der wichtigsten Märkte bleiben, aber auch umgekehrt", so CDU-Bundestagsabgeordneter Ansgar Heveling. Ähnlich sieht es auch Jürgen Beesen, Geschäftsführer der SSP Krefeld, der gerade in diesen Zeiten über das Netzwerk der NETVRIDA seine US-amerikanische Niederlassung in Johnson City im US Bundesstaat Tennessee gegründet hat. Gerade in Johnson City mit seinem Soft Landing Programm des Innovation Lab, wird es kleineren Unternehmen einfach gemacht, in den USA Fuß zu fassen, berichten immer wieder Unternehmer, die den Schritt über den großen Teich anfangs verhaltend, im Nachhinein jedoch erfolgreich gegangen sind.

NETVRIDA

Vor über einem Jahr hat sich um die NETVRIDA und deren Geschäftsführer Alan Bridwell ein dynamisches, engagiertes Team gebildet, das kleinen und mittelständischen Unternehmen aus Deutschland hilft, den US-amerikanischen Marktzugang leichter zu bewältigen.

Im Soft Landing Programm werden Interessierte sowohl vom amerikanischen Wirtschaftsförderungsspezialisten NETVRIDA als auch von markterfahrenen Unternehmern und Branchenkennern Ryan Lilly und Axel Hebmüller umfassend unterstützt. Das unterstützt im Prozess der Ansiedlung einer Niederlassung wesentlich und vereinfacht die Abwicklung. Beide können aus langjährigen, umfassenden wirtschaftlichen Aktivitäten Erfahrungen einbringen, die während des Markteintritts- also "Onboarding" Prozesses, so wichtig sind.

Netzwerke

Die bestehenden, strategisch gewachsenen Netzwerke sind es, die schnelle, belastbare Kontakte für die Abwägung einer Ansiedlung mit sich bringen. Alle handelnden Personen sind ausgewiesene Fachleute Ihrer Industrien und haben sich bewusst selbst für die Niederlassung in diesem Hotspot der amerikanischen Wirtschaft entschieden. Das effiziente Kosten-Nutzenverhältnis in der Wirtschaftsregion Johnson City ist im Vergleich



Johnson City, Tennessee (Foto Wikipedia / Mrgriffter)

zu anderen Orten der USA alternativlos. Die Wege sind kurz, die gebotenen Support-Services beeindrucken durch ihre unternehmerischen Denk- und Handlungsansätze.

"Gerade jetzt ist es wichtig, auf einem der größten und dynamischsten Märkte der Welt, sein eigenes Verkaufspotential zu entwickeln", so Axel Hebmüller. Der aus Europas größter Metropolregion Rheinland, mit 8,5+ Millionen Einwohnern und einem pro Kopf Inlandsprodukt von 75.000+ EUR / Jahr, stammende Unternehmer, hat sich weltweit mit Präzisionsventilen in der Luftfahrt-, Pharma- und Biotechnologie einen Namen gemacht. Schon seit 2018 ist er selbst mit einer Niederlassung in den USA ansässig.

"Unter dem Eindruck der durch die Corona Pandemie in vielen Bereichen entstandenen Verkaufsrückgänge" müsse, den Worten des umtriebigen Managers nach, international aktiv bleiben. "Ein so großer Markt wie der US-amerikanische darf auf keinen Fall vernachlässigt werden, denn durch die "America First" Maßnahmen in den USA ist die Investitionstätigkeit durch die Ansiedlung von Produktionsstätten weiterhin hoch." America First - Wenn ein kleiner Sprung große Wirkung erzielen kann. ◀



Alan BridwellExecutive Director

NETVRIDA

Northeast Tennessee Valley Regional Industrial Development Association 3211 North Roan St. Johnson City, TN 37601 USA

T +1 423 928 1203 abridwell@netvaly.org www.netvrida.org



Wandel als Chance

Change Management für Zolloptimierung nutzen

Text: Michael Johnson

Mit Ansätzen aus dem Change Management die interne Zollorganisation optimieren und von den Vorteilen profitieren. Was bedeutet das im Detail? Es geht dabei sicherlich nicht nur um die passende Organisationsform, das Definieren von Ver-



Client Workshop bei KGH (©KGH)

antwortungsbereichen, Funktionen, Aufgaben und Arbeitsabläufen. Bei allen operativen und administrativen Tätigkeiten sowie Fachkenntnissen rund um das Thema Zoll, ist die persönliche Entwicklung – gerade auch als Führungskraft – als Schlüssel zum Erfolg nicht zu vernachlässigen. Hier geht es um Soft-Skills, die helfen, beim angestrebten Veränderungsprozess die Akzeptanz der Mitarbeiter zu gewinnen und einen positiven Einfluss auf deren Engagement zu erwirken. Nur so kann auch die Unternehmensperformance nachweislich verbessert werden.

Optimierte Zollorganisation - warum? "Warum unsere zollrelevanten Abläufe verändern, haben wir doch schon immer so gemacht."

Als Zollabteilung kommuniziert man in der Regel mit fast allen Abteilungen im Unternehmen oder ist auf Informationen aus diesen Abteilungen angewiesen. Sei es die Logistik-, Rechts-, Steuer-, Einkaufs-, Sicherheits-, Controlling-, Finanz-, Verkaufsabteilung – Lokal oder gar global! Wie gut diese Abteilungen miteinander kommunizieren und Informationen austauschen hängt oft von den festgelegten und gelebten Abläufen ab. Wenn es zollseitig zu Problemen beim Import oder Export von Waren kommt, liegt das häufig an einer suboptimalen Organisation dieser Abläufe, die meist aus der Historie gewachsen und evtl. – auch durch verpasste Anpassung an IT-Entwicklungen oder neue Zollvorschriften! – nicht mehr zeitgemäß sind.

Fehlt eine gute interne Zollorganisation im Unternehmen in Form von klaren und zollkonformen Arbeits- und Organisationsanweisungen, die auch entsprechend gelebt werden, kann das zu einem erheblichen Mehraufwand führen:

- Redundantes Eingeben von Daten oder schlechte Datenqualität
- Hohe Fehlerquote bei Zollanmeldungen kann zu Verzögerungen in der Abfertigung/



Warenverfügbarkeit führen sowie das Risiko von Zollstrafen erhöhen

- Mangelnde Kapazitäten
- Unternehmenseigene Digitalisierungsprojekte berücksichtigen evtl. nicht den Zollund Außenwirtschaftsbereich, so dass dieser evtl. nicht von einer erhöhten Automatisierung profitieren kann

Mit gut strukturierten und umgesetzten Prozessabläufen für alle Außenhandelstätigkeiten lassen sich diese Risiken minimieren.

Voraussetzung im Unternehmen für eine erfolgreiche Zoll(re-)organisation "Zoll benötigt intern ein besseres Image als Voraussetzung für die Einsicht der Mitarbeiter zur Notwendigkeit des Veränderungsprozesses"

Um zu überprüfen, wie gut die Zollabläufe im Unternehmen schon organisiert sind und welche Veränderungen überhaupt notwendig sind, haben wir hier einen Fragenkatalog zusammengestellt, der eine Übersicht gibt:

- · Wie ist die Geschäftsführung eingestellt?
- Wie setzen sich die Berührungspunkte zusammen? Wie verläuft die Kommunikation?
- Gibt es gemeinsame ERP-Systeme? Können Daten automatisiert aufbereitet werden? So aufbereitet, dass sie allen Bedarfsträgern gerecht werden? Wie hoch ist der Automatisierungsgrad? Wie ist die gesamtheitliche IT/Digitalisierungsstrategie?
- Wie ist die die allgemeine Einstellung des Unternehmens zu zoll- und außenwirtschaftsrechtlichen Themen? Sind Fronten aufgebaut? Sensibilisierungsmaßnahmen? Qualifizierungsmaßnahmen?
- Sind die beauftragten Personen befähigt, qualifiziert? Wie wird die Leistung gemessen? Gibt es Zoll KPIs? Sind sie sinnvoll?
- Gibt es bereits vorhandene Systeme im Unternehmen, denen man sich anschließen kann? ICP – Internal Compliance Program? Skill-Matrix über die Personalabteilung? KPI Score Card – Sales/Purchasing? Faktor "Zoll" im Reporting sichtbar machen?
- Gibt es ggf. Optimierungspotenzial in Bezug auf die Kosten, um nicht nur als dauerhafter Kostenfaktor wahrgenommen zu werden? Effizienzsteigerung? Nutzung von Freihandelsabkommen? Supply-Chain Analyse und Bewertung?

Welche Rolle spielen Change Management-Ansätze bei der Umsetzung neuer Strukturen?

"Mitarbeiter aus den Abteilungen Zoll/Compliance werden von anderen Abteilungen im Unternehmen häufig als "Geschäfts-Verhinderer" gesehen."

Doch sie sind wichtige Schaltstellen im Unternehmen, die durch ihr Wissen Kosten für das Unternehmen sparen und Strafen/Bußgelder durch vorausschauende Planung und präventives Handeln vermeiden. Die globalen und komplexen Handelsketten erfordern hier ein dringendes Umdenken und Imagewechsel für die Zoll-/Compliance-Abteilung - von der missverstandenen Administration zum wohlwollenden Partner. Ein wichtiger Schritt für diese Entwicklung ist es, klarzustellen, dass Compliance nicht nur den Zollbereich betrifft, sondern ins "Große Ganze" einzufügen ist. Dies führt zu mehr Sichtbarkeit im Unternehmen und erhöht die Transparenz für vorschriftsmäßiges Handeln.

Bei der Einführung neuer Prozessstrukturen ist deshalb vor allem auf das Zusammenspiel der Menschen zu achten, die die neuen Prozesse erfolgreich umsetzen und leben müssen. Erfolgsentscheidendisthäufig, wie konstant und ergebnisorientiert auch die abteilung sübergreifende Kooperation funktioniert. Denn oft scheitern Restrukturierungsmaßnahmen an der unzulänglichen Zusammenarbeit der Teams untereinander.

Hier kommt das Change-Management ins Spiel. Zunächst muss bei den Mitarbeitern genügend Veränderungsenergie geweckt werden. Das setzt zum einen voraus, dass es einen gewissen Unzufriedenheitsgrad mit den bestehenden Prozessen gibt und zum anderen muss eine klare Vorstellung der Veränderung aufgezeigt werden, damit deren Vorteile verstanden werden. Gut strukturierte Prozesse geben z.B. dem einzelnen Mitarbeiter mehr Sicherheit, die richtigen Entscheidungen im Arbeitsalltag zu treffen, ohne ständig Vorgesetzte fragen zu müssen. Trotz aller offensichtlichen Vorteile muss man bei Veränderungen mit Widerständen bei den Mitarbeitern rechnen. Widerstand kann aber durchaus positiv gesehen werden, denn er signalisiert, dass sich die Mitarbeiter mit dem Prozess auseinandersetzen. Die Kunst ist es, die Widerstandsenergie in Veränderungsenergie umzuwandeln, indem man die Widerstände ernst nimmt und angemessen aufarbeitet und somit produktiv für den Veränderungsprozess nutzt. Bei verhärteten Fronten kann es auch durchaus sinnvoll sein, bei der Umsetzung die Unterstützung eines externen Partners hinzuzuziehen.

Vorteile gut organisierter Zollabläufe - Vorbereitung auf den Außenhandel von morgen

Es gibt einige praktische Vorteile für das Unternehmen, wenn die Zollorganisation optimiert ist und alle Abläufe klar in Arbeits- und Organisationsanweisungen dokumentiert sind, wie z.B. erhöhte Transparenz, mildere Betrachtung der Zollverwaltung bei Verstößen, ein zu erwartendes höheres Mitarbeiterengagement und daraus resultierende gesteigerte Produktivität.

Der Weg zur Optimierung geht über die Veränderung. Es gilt "Change" als Mindset anzunehmen und als Firmenphilosophie zu implementieren. Diese ist nur wirksam und authentisch, wenn sie von der Führungsriege vorgelebt wird. Nur so kann man die Belegschaft mitreißen und überzeugen.

Warum ist agiles Change-Mangement gerade im Außenhandel so wichtig? Wir erleben derzeit massive Veränderungen im Welthandel - von der Globalisierung weg, hin zu mehr länderspezifischem Protektionismus. Hinzu kommen Änderungen in den Zollvorschriften, neue Freihandelsabkommen, außerdem große Themen wie Brexit, Incoterms, Handelskriege und nicht zuletzt die Herausforderungen durch die weltweite Corona-Pandemie.

Dies alles erfordert Veränderungen wahrzunehmen und anzunehmen, um den Wandel nicht zu verschlafen. Denn wer sich in einer verändernden Welt statisch verhält, bleibt irgendwann auf der Strecke. Jede neue Situation erfordert Anpassung und ist zugleich eine Chance Dinge zu verbessern.

Michael Johnson

ist Betriebswirtschaftler mit Schwerpunkt Marketing und International Trade. Seine langjährige Erfahrung als Zollverantwortlicher im Automobil-, Konsumgüter- und Chemiesektor sowie Dozent und Berater für Zollthemen umfassen das organisatorische, zoll- und handelsrelevante Change Management, Lieferkettenlösungen, AEO-Implementierung, C-TPAT-Neubewertung, Koordination und Optimierung von Zoll- und Ursprungsprozessen sowie globale Audits und Überprüfungen.



Michael J. Johnson
Director TCC – Trade &
Customs Consulting Germany

KGH Customs Services GmbH

Niederlassung Soest Kurze Str. 19-21 59494 Soest

T +49 2921 70437 23 tcc.de@kghcustoms.com www. kghcustoms.com

Chancen und Heraus- forderungen in Europa

Text: Hanns Dahm

OnLevel GmbH, Emmerich am Rhein

Seit dem Frühjahr 2020 agiert die S-International Rhein-Ruhr als Auslandsabteilung der Sparkasse Rhein-Maas im nördlichsten Winkel des Niederrheins in direkter Grenzlage zu den Niederlanden. Und seit diesem Zeitpunkt begleitet die S-International Rhein-Ruhr auch die internationalen Aktivitäten der OnLevel GmbH, einem Fertigungsbetrieb für Ganzglasgeländer und Befestigungssysteme.



Die Produkte der OnLevel GmbH entsprechen dem gegenwärtigen Zeitgeist der Architektur. Klare Linien, vielfältige Formen und pfiffige Befestigungsideen zeichnen die Produkte dieses innovativen Unternehmens aus. Seinen Markt findet das Unternehmen vorwiegend innerhalb der EU und auch in Großbritannien, was in diesen Zeiten sowohl Chancen als auch Herausforderungen miteinander verbindet.

In England und Frankreich unterhält das Unternehmen Vertriebseinheiten. Über den S-CountryDesk der Sparkassen-Finanzgruppe konnten in diesem Jahr für beide Einheiten - ohne aufwändigen Reiseaufwand - Kontoverbindungen in den beiden Ländern errichtet werden. Über die örtliche Sparkasse erfolgten sämtliche Beratungsleistungen und Legitimationsnachweise für die Konten bei der Crédit Industriel et Commercial (CIC) in Nancy, und der Landesbank Hessen-Thüringen (Helaba) in London. Während die Kollegin der CIC sogar persönlich vor Ort die Kontoeröffnung vornahm, wurde das Konto bei der Helaba - mit telefonischer Unterstützung der Londoner Kollegen - durch die S-International Rhein-Ruhr initiiert.

Mit der lokalen Bankverbindung in den beiden Ländern stärkt das Unternehmen seine dortige Präsenz und – auch angesichts der Herausforderungen des bevorstehenden Brexits - honoriert die Unternehmensgruppe damit die Mentalität des jeweiligen Zahlungsverhaltens der Kunden in diesen Märkten.

Eine besondere Chance tat sich aktuell auf, als es um eine Anfrage aus Algerien ging. Angesichts der aktuell herausfordernden Situation in Algerien bot sich eine Akkreditivabwicklung über die französische Bank CIC an, die direkt bereit war, ein solches Akkreditiv zu begleiten und zu bestätigen, was zugegebenermaßen in Deutschland nur bedingt möglich ist.

Eine kompetente Begleitung vor Ort durch das Tandem Sparkasse und S-International Rhein-Ruhr, ergänzt um die ausländischen Bankbeziehungen, sichern die Zukunft und das Wachstumsstreben dieses Familienunternehmens – und ist zur Nachahmung empfohlen. ◀





Fotografen im Herzen Europas

Ansgar & Sabine van Treeck

Text: Verena Winter

Fotos: Ansgar & Sabine van Treeck

Ansgar van Treeck, ein gebürtiger Ratinger, der in Düsseldorf aufwuchs, und Sabine van Treeck, eine echte Düsseldorferin, arbeiten nicht nur als freie, professionelle Fotografen in Düsseldorf, sondern sind auch Künstler und Ausstellungskuratoren. Seit 1984 selbstständig haben sie sich in Düsseldorf niedergelassen und arbeiten seither als Fotografen-Team.

Zu Ansgar van Treecks Hauptthemen zählen Architektur- und Baudokumentationen, Kunst- und Dokumentationsfotografie sowie die People-Fotografie "Ein Moment ist für mich". Schon sehr früh begann er mit Großformaten und Foto-Installationen zu experimentieren. Seine künstlerischen Werke waren nicht nur in Düsseldorf und Köln zu sehen, sondern auch in New York und Moskau.

Zu Sabine van Treecks Spezialgebieten zählen Städtedokumentation und Landschaftsfotografie, die in vielen Zeitschriften publiziert wurden. Speziell für den WDR macht sie fotografische Bestandsaufnahmen über die Stadt Düsseldorf.

In 2021 finden auch wieder neue Ausstellungen statt. Die Retrospektive über den deutschen Werbefachmann, Künstler, Fotografen und Regisseur Charles Paul Wilp - wobei sie auch eigene Fotowerke präsentieren – musste wegen der Corona-Krise auf 2021 verschoben werden. Außerdem planen sie eine Ausstellung über ihre gemeinsame Fotoserie "Alibaba auf Reisen".

Seit einigen Jahren dokumentieren sie auch die Werke und Kunstprojekte des deutschen Künstlers HA Schult, wie zum Beispiel dessen monumentales Kunstprojekt "Trash People". HA Schult (Parchim, 1939) wurde vor allem durch seine Objekt- und Aktionskunst bekannt. Er kam schon früh nach Düsseldorf, wo auch Künstler wie Gerd Richter und Joseph Beuys zu seinen Weggefährten wurden. Zu seinen bekanntesten Werken gehören die weltweit ausgestellten "Trash People". Seit über 20 Jahren touren seine 1000 "Müllmenschen" aus verrotteten Blechdosen um die Welt und waren u.a. zu sehen in der Arktis, auf der Chinesischen Mauer, vor den Gizeh-Pyramiden in Kairo, Paris, New York, Rom, Barcelona, Moskau, Peking, Zermatt, Brüssel, Düsseldorf, Köln, Luxemburg, Tel Aviv, Lhasa und zuletzt auch in Matera in Italien.

Ansgar van Treeck: "Wir sind HA Schult mehrmals begegnet, aber erst viel später entstand eine Zusammenarbeit. In 2007 hatten wir die künstlerische Leitung und konzeptionelle Ausführung der Ausstellung "Eine Republik rollt den Teppich aus", die auf Schloss Augustusburg in Brühl in 2008 gezeigt wurde. Im Rahmen eines Festes mit Prominenz aus NRW lernten wir HA Schult, der zu den geladenen Gästen zählte, näher kennen. Eine lustige ▶



Ansgar und Sabine van Treeck

Fotografen

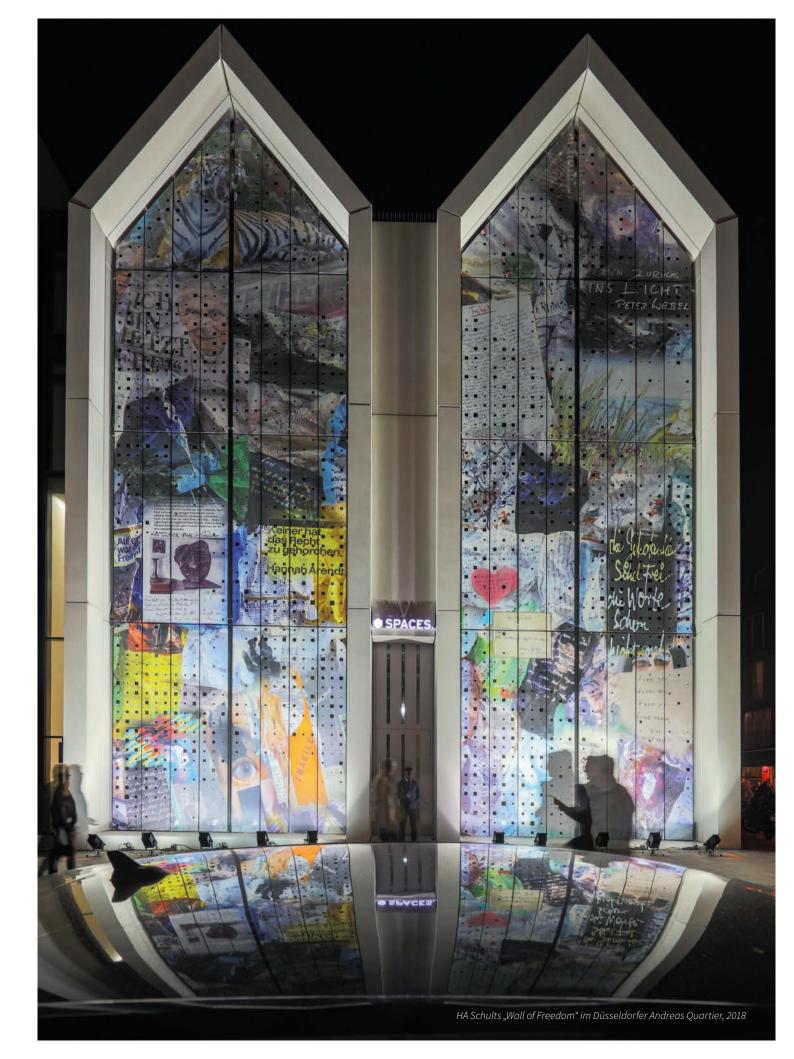
Atelier van Treeck

Dorotheenstraße 32 40235 Düsseldorf

T +49 211 685 496

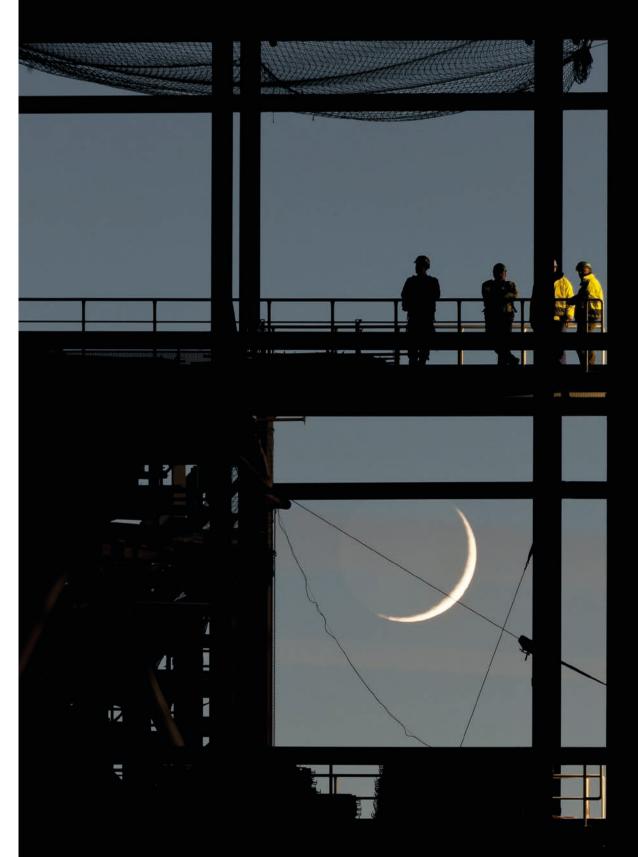
www.am-vantreeck.de www.baudoku-vantreeck.de www.instagram.com/ ansgarvantreeck











BAUDOKUMENTATION "Häuser in Bewegung":

Ansgar van Treeck: "Seit Anfang der neunziger Jahre befasse ich mich mit der fotografischen Dokumentation von Bauvorhaben. Sie läuft unter dem Titel "Häuser in Bewegung".

Es ist eine intensive Auseinandersetzung mit der individuellen Architektur und dem engen Kontakt zu Bauherr und Architekt – sie sind die Basis einer qualitativ hochwertigen Dokumentation. Die konzeptionelle Arbeit umfasst dabei die Erstellung fotografischer Aufnahmen in kurzen Intervallen. Zum Einsatz kommt digitales High-End-Equipment. Gearbeitet wird außerdem mit großformatigen analogen Architekturkameras."







Newcomer in der Außenwirtschaft aufgepasst!

Reguvis engagiert sich für Neu- und Quereinsteiger im Bereich "Zoll | Außenwirtschaft | Exportkontrolle". Damit die Einarbeitung in die oft schwierige Thematik leichter fällt, bieten wir praxisgerechte Arbeitsmittel unter der neuen Marke NEXT an.

All das werden wir künftig für Sie auf www.aw-next.de bündeln, um Einsteigern eine gute Arbeitsgrundlage zu bieten und eine schnelle Identifikation mit dem spannenden Arbeitsfeld zu ermöglichen.

Das alles erwartet Sie im **N**≡XT KOSMOS:

Kennen Sie Neu- oder Quereinsteiger im Export, Import, Zoll oder Exportkontrolle? Unterstützen auch Sie die Fachkräfte von morgen und empfehlen Sie ♠ N≡XT gerne weiter!

Sichern Sie sich jetzt Ihr
KOSTENFREIES Probemagazin!
AHV-Mitglieder lesen die erste Ausgabe kostenfrei

→ aw-next.de/ahv











Seite 114-115 Ansgar van Treeck: "Der riesige Raum im Andreas Quartier, in der sich die Installation befand, war leider sehr schlecht beleuchtet. Also musste ich eine schnelle, optimale Lösung finden. Daher besorgte ich mir die größte 360° Reflektor-Kugel und hängte sie inmitten des Raums auf. Zum Glück hatte ich gerade die neue Canon 5DSR mit 50,6 Megapixel Auflösung und dazu das ebenso nagelneue, unglaublich scharfe 11-24 Objektiv gekauft. Das Bild war gut geworden. Und HA Schult war begeistert. Ab diesem Moment wollte HA Schult, dass ich für ihn fotografiere. Eigentlich muss ich sagen, dass wir fotografieren, denn Sabine hat auch mit ihrer Kamera Bilder geschossen und sich vor allem mit den Details beschäftigt."

Foto links oben Sabine van Treeck: "Unsere erste echte gemeinsame Ausstellung hatten wir im GrenzBlickAtelier an der Deutsch-Niederländischen Grenze in 2019. Wir haben sprichwörtlich unsere Sichtweisen verbunden: Denn jedes Bild besteht aus einem Teil Bogota und einem Teil Berlin – aus einem Teil Sabine und einem Teil Ansgar. Wir ließen unsere Arbeiten verschmelzen – und zwei Hauptstädte, zwei Länder und zwei Kontinente. Die Bilderserie "Bogota + Berlin" soll in Zukunft auch in diesen beiden Städten zu sehen sein."

Foto links mitte Ansgar van Treeck: "Für das Projekt "Ein Moment ist für mich" fotografiere ich Menschen, die etwas in der Welt bewegt haben. Wie zum Beispiel Queen Elisabeth II, Barack Obama, Neil Armstrong, Charles Wilp. Dabei versuche ich, den historischen Moment zu fotografieren und diesen zugleich so weiter zu geben, wie die Gegebenheit gerade ist. Ich mache nicht das Porträt von jemanden, sondern zeige den Menschen in der Situation. Diese Bilder sehe ich vor allem als künstlerische Fotografie." ◀



HA Schults "Flügelauto" über Köln:

Ansgar van Treeck: "Das erste HA Schult Museum für Aktionskunst in Köln befand sich in der Marzellenstraße 43a. Als das Museum an das Konrad-Adenauer-Ufer umzog, musste das als "Flügelauto" bekannte Kunstobjekt aus dem Gebäude heraus geholt werden: Ein tonnenschweres Unternehmen – denn das Außenkleid des Ford Fiesta bestand aus Beton."





Modernste Ventil-Lösungen von Hebmüller für den Einsatz in Luftfahrt und Pharma Biotech. Für mehr Qualität, Beratung und Effizienz. Lernen Sie uns kennen. Wir freuen uns auf Sie.

Hebmüller SRS Technik GmbH Hebmüller Handel GmbH Broicherseite 17 • D-41564 Kaarst Tel.: 02131 59 11 95 info@hebmueller.de hebmueller.de





Exportfinanzierung mit ECA in Krisenzeiten auch in und für Europa

Text: Christopher Stein

ECA steht für Export Credit Agency (= Exportkreditagentur) und bezeichnet eine Institution, die im Auftrag eines Staates wie der Bundesrepublik Deutschland die Förderung von Exportgeschäften speziell in Schwellen- und Entwicklungsländer forciert. Dies wird durch die Übernahme von Kreditrisiken über Kreditausfallversicherungen ermöglicht. Eine Kreditausfallversicherung schützt im Wesentlichen vor dem Ausfall von Forderungen, und sorgt für sichere Zahlungsströme. Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie, die von Unsicherheiten im nationalen wie inter-

nationalen Geschäft geprägt sind, bietet diese Art der Exportfinanzierung mittelständischen Unternehmen eine gute Möglichkeit, weiterhin Exportgeschäfte zu betreiben und abzusichern.

Die ECA kann privatrechtlich oder öffentlich-rechtlich organisiert sein. In Deutschland ist die Euler Hermes Aktiengesellschaft der Mandatar des Staates (bekannt auch unter "Euler Hermes Bund"), und mit der Durchführung des Deckungsinstrumentariums beauftragt. Abgesichert werden vor allem politische Schadenstatbestände wie z. B. kriegerische Ereignisse oder die Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Zahlungsverkehrs, und wirtschaftliche Schadenstatbestände wie die Nichtzahlung oder Insolvenz des Kunden. Die Entschädigungssumme setzt sich aus den ausstehenden Geldforderungen des Kreditbetrages und den Finanzierungsnebenkosten (z. B. Hermes-Prämie) zusammen. Grundsätzlich trägt die ECA dabei 95% der Risiken, sofern alle Voraussetzungen für die ECA-Deckung erfüllt sind

dabei 95% der Risken, solern alle Voraussetzungen für die ECA-Deckung erfüllt sind.

Das ECA-Angebot richtet sich an deutsche bzw. in Deutschland produzierende Hersteller aus Industrie und Handel und deren Kunden im Ausland. Die Grundvoraussetzung für eine Finanzierung ist der Liefervertrag: Der Exporteur schließt mit seinem ausländischen Importeur einen Liefervertrag ab – gegebenenfalls inklusive Serviceleistungen. Darüber hinaus vereinbaren Importeur und Exporteur, dass ein Teil des Auftragswertes finanziert werden soll.

Bereits in der Angebotsphase bietet es sich an, dass der Exporteur mit der Sparkasse Kontakt aufnimmt und ein ECA-Finanzierungsangebot anfragt. Die Sparkasse nutzt hierfür die Deutsche Leasing. Innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe ist die Deutsche Leasing das Kompetenzcenter für Leasing und Factoring sowie weitere mittelstandsorientierte Asset-Finance-Lösungen und ergänzende Services im In- und Ausland.



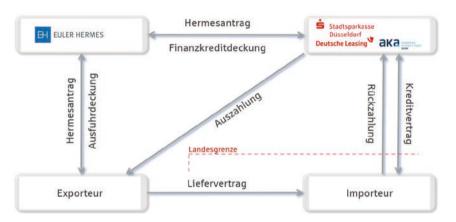
Die Deutsche Leasing AG in Bad Homburg v. d. Höhe (© Deutsche Leasing)

Ein Gastbeitrag der:



Zur Ausweitung des internationalen Geschäfts im Bereich der Exportfinanzierung hat sich die Deutsche Leasing kürzlich an der AKA Ausfuhrkredit-Gesellschaft mbH (AKA) beteiligt. Die AKA ist seit mehr als 65 Jahren Spezialanbieter für Exportfinanzierungen. Gemeinsam mit AKA, Deutsche Leasing und den Sparkassen können ECA gedeckte Geschäfte bereits ab 1 Million Euro langfristig finanziert als sog. "Bestellerkredit" angeboten werden. Gerade mittelständische Produzenten/Lieferanten profitieren hiervon, da ECA-Geschäfte häufig erst ab deutlich größeren Volumen angeboten werden. Dabei setzt die AKA verstärkt auch auf schnelle, digitalisierte Prozesse für kleinvolumige ECA-Finanzierungen (sogenannte "small tickets") mit einem eigens dafür entwickelten Online-Portal.

Grundsätzlich wird für einen ECA-gedeckten Bestellerkredit folgende Struktur gewählt:



Die Voraussetzungen für eine ECA-gedeckte Finanzierung sind unter anderem:

- Konformität mit OECD-Konsensus (z. B. Finanzierung von maximal 85 Prozent des Auftragswertes)
- · Allgemeine Anforderungen der landesspezifischen ECA
- · Ausreichende Bonität des Kreditnehmers und Qualität der Bonitätsunterlagen

Bei der ECA-gedeckten Finanzierung ist insbesondere ihre Langfristigkeit – wir sprechen von Finanzierungszeiträumen von mehreren Jahren - ein hochattraktiver Vorteil. Die maximale Laufzeit ist dabei durch den staatlichen Kreditversicherer vorgegeben. Die Rückzahlung erfolgt üblicherweise in Halbjahresraten. Dabei hängt der Tilgungsbeginn von dem im Exportvertrag vereinbarten Liefer- und/oder Leistungszeitraum ab. Er setzt in der Regel sechs Monate nach dem im Kreditvertrag definierten Startpunkt ein, somit in den meisten Fällen erst deutlich nach Beginn der Produktion mit der neuen Maschine. Die Auszahlung erfolgt in aller Regel an den Exporteur, nachdem dieser Auszahlungsabrufe eingereicht hat, die erfolgte Lieferungen beziehungsweise erbrachte Leistungen dokumentieren.

Während in der Vergangenheit vor allem Schwellen- und Entwicklungsländer im Fokus von ECA-Anfragen standen, in denen der private Versicherungsmarkt teilweise keine Absicherung übernimmt, erleben die Anbieter nun vermehrt auch Nachfragen nach europäischen Ländern wie Italien, Spanien oder Portugal. Es ist ebenso möglich, Exportgeschäfte in Europa mit ECA-Deckungen zu generieren. Gerade in der aktuellen Situation kann dies durchaus ein sinnvolles Instrument sein, Risiken auch in europäischen Ländern zu minimieren und Geschäfte zu ermöglichen.

Bei einer Gestaltung der Finanzierung und Deckung steht Ihnen Ihre Sparkasse in enger Kooperation mit der Deutschen Leasing und AKA gerne zur Verfügung. ◀



Andrea Kühn Leiterin Internationales Geschäft

Stadtsparkasse DüsseldorfBerliner Allee 33 40212 Düsseldorf

T +49 211 878 2399 andrea.kuehn@ sskduesseldorf.de www.sskduesseldorf.de



Made in China 2020?

Chinas Image und die deutschchinesische Zusammenarbeit

Text und Foto: Jonas Polfuß

China polarisiert in Europa – und das schonseit Jahrhunderten. Auch in Deutschland finden sich ganz unterschiedliche Perspektiven auf das Reich der Mitte. Das haben die Diskussionen und die Berichterstattung über den Ausbruch von Covid-19 erneut gezeigt. Wie hat sich das Image von "Made in China" bis heute entwickelt und wie

schauen deutsche Wirtschaftsakteure auf die Zusammenarbeit mit China?

Deutschland gehört im internationalen Produktvergleich zu den beliebtesten Herkunftsländern. Ursprünglich wurde das Label "Made in Germany" jedoch in England eingeführt, um vor schlechter Qualität aus Deutschland zu warnen. Eine ähnliche Entwicklung haben einige asiatische Ländermarken hinter sich. So galten Produkte aus Japan und Korea im Westen viele Jahre als minderwertig, konnten sich jedoch in einigen Bereichen wie Automobil und Elektronik langfristig durchsetzen. Die Herkunftsbezeichnung "Made in China" befindet sich ebenfalls im Wandel. Einerseits haftet China noch immer das Image des Billigproduzenten an, andererseits zählen zahlreiche chinesische Marken längst zu internationalen

Marktführern. Hier lohnt ein Blick auf die verschiedenen Chinabilder in Deutschland – auch um zu verstehen, wie künftig mit China als Partner und Konkurrent umzugehen ist.



Chinas Image als Land und Wirtschaftsmacht

Die Firma Huawei hat in den Jahren 2012, 2014 und 2016 Studien mit Bevölkerungsbefragungen in Deutschland und China veröffentlicht, um die gegenseitige Wahrnehmung der Länder festzuhalten. Während der chinesische Blick auf Deutschland sehr positiv ausfiel, gab es von deutscher Seite kritischere Rückmeldungen. Als Spontanassoziation zu China fielen den Befragten neben der Wirtschaftsstärke des Landes unter anderem die Punkte "Kopieren/Diebstahl von Ideen" und "Billigprodukte von minderer Qualität" ein. Diese Ergebnisse hängen auch mit den Chinabildern in deutschen Medien zusammen, die seit Jahrzehnten teils wenig differenziert und häufig eher ablehnend ausfallen, wie unterschiedliche Untersuchungen gezeigt haben.



Imagewandel bei Produkten "made in China"

Während China in Deutschlands Medien und Öffentlichkeit nach wie vor kritisch gesehen wird, haben deutsche Verbraucher mittlerweile ein besseres Image von chinesischen Produkten und Marken. In der erwähnten Huawei-Studie aus 2016 beschrieben noch über die Hälfte der Befragten Produkte aus China als minderwertig. Verschiedene Umfragen aus den Folgejahren haben hingegen gezeigt, dass sowohl die Verwendung als auch die Attraktivität chinesischer Waren in Deutschland stetig angestiegen sind. Marken wie Huawei und Xiaomi, die viele deutsche Konsumenten aufgrund des Namens richtig als chinesisch identifizieren, werden immer beliebter. Laut einer DGQ-Studie aus dem Jahr 2017 standen 70% der Befragten dem Kauf chinesischer Verbrauchelektronik positiv gegenüber. Eine Studie der EBC Hochschule in 2019 fand heraus, dass selbst unter Apple-affinen Deutschen nur ein sehr geringer Teil (8,6%) chinesische Elektronikmarken negativ ansieht. Dabei könnte das stärker verbreitete Wissen darüber, dass viele US-Firmen in China (teil-)produzieren, eine Rolle spielen. Gerade bei jungen Menschen, die mit Marken wie Huawei und dem Trendmedium TikTok aufwachsen, scheint die Offenheit gegenüber Produkten aus China weiter zuzunehmen.

Chinas Image als Wirtschaftspartner

Wie gestaltet sich die Haltung deutscher Wirtschaftsakteure gegenüber China? China und Deutschland sind wichtige Handelspartner wie auch internationale Konkurrenten. Beeinflusst durch die Präsidentschaft Donald Trumps, ist die Bedeutung Chinas als globaler Verbündeter aus deutscher Sicht nochmals angestiegen. In 2019 stellte eine Umfrage der Atlantik-Brücke heraus, dass knapp die Hälfte der deutschen Befragten China für einen verlässlicheren Partner als die USA hält. Im gleichen Jahr kam eine Commerzbank-Studie zu dem Ergebnis, dass deutsche Manager aus dem Mittelstand den Handelspartner China mittlerweile als deutlich vertrauenswürdiger ansehen als die USA oder Großbritannien. Obwohl wiederholt wirtschaftliche Einschränkungen für deutsche Akteure in China beklagt wurden, scheint sich China generell als verlässlicher Wirtschaftspartner etabliert zu haben.

Ausblick: "Made in China" nach Covid-19

Der Ausbruch des neuartigen Coronavirus in Wuhan hat Chinas globale Position verändert – die Imagefolgen lassen sich noch nicht vollständig überblicken. Medienanalysen haben ergeben, dass Covid-19 zunächst zu einem massiven Anstieg der negativen Berichterstattung über China geführt hat. Mittel- und langfristig könnte China in der öffentlichen Diskussion aber von der Pandemie profitieren. Eine repräsentative Umfrage der Körber-Stiftung im Mai 2020 fand beispielsweise heraus, dass rund drei Viertel der befragten Deutschen die USA durch die Pandemie kritischer sehen. Demgegenüber erklärte ein Viertel der Befragten, dass sich ihr Chinabild zuletzt sogar verbessert habe. Insgesamt spiegelt Chinas verbessertes Image in Deutschland den hohen Stellenwert des Landes als Qualitätsproduzent und Wirtschaftspartner wider. Das lässt sich als gute Nachricht für die deutsch-chinesischen Beziehungen interpretieren. Zugleich steigt mit der chinesischen Wettbewerbsfähigkeit der Konkurrenzdruck auf "Made in Germany" im internationalen Vergleich. ◄

Prof. Dr. Jonas Polfuß ist Professor für Brand Management & Marketing mit einem Forschungsschwerpunkt auf China.



Prof. Dr. Jonas Polfuß Professur für Brand Management & Marketing

EBC Hochschule

Campus Düsseldorf Grafenberger Allee 87 40237 Düsseldorf

T +49 211 179 255 0 F +49 211 179 255 22 polfuss.jonas@ ebc-hochschule.de www.ebc-hochschule.de

Niederlande

Technologiepartnerschaften rücken in den Fokus

Text: Jürgen Steinmetz

Daran werden auch die wirtschaftlichen Verwerfungen durch die Corona-Krise nichts ändern: Die Niederlande werden für die Unternehmen am Mittleren Niederrhein auch in Zukunft zu den wichtigsten Wirtschaftspartnern gehören. Vielmehr kann eine durch die Krise getriebene Digitalisierung dazu führen, dass das Interesse am technologieaffinen Nachbarmarkt vor der Haustür weiter wächst. Doch egal wie die zukünftigen wirtschaftlichen Absichten und Möglichkeiten sich entwickeln werden: Voraussetzungen für florierenden Austausch und Zusammenarbeit bleiben offene Grenzen, eine verbesserte Infrastruktur sowie kulturelle Kompetenzen.

Handelbeziehungen dominieren – Niederlande Top-Investor am Mittleren Niederrhein

Die wirtschaftlichen Beziehungen der Unternehmen am Mittleren Niederrhein mit den Niederlanden sind in erster Linie Handelsbeziehungen. Ob Bekleidung- und Textil, chemische Erzeugnisse, Maschinen, Metalle, Metallerzeugnisse, Nahrungs- und Futtermittel –Holland ist für nahezu alle Schwerpunktbranchen des Niederrheins Absatzmarkt Nummer eins oder zwei. Und so machen Unternehmen wie der Leuchtenhersteller Ernst Rademacher (Neuss), der Gartenbaubetrieb Bongartz (Korschenbroich) und das Systemhaus für Mobilitätstechnologie Scheidt & Bachmann (Mönchengladbach) ebenso gute Geschäfte im Nachbarmarkt, wie der Rasenspezialist Gebr. Pfeiffer (Willich) und der Heimtierbedarfhändler Fressnapf (Krefeld).

Doch auch im Bereich des Projekt- und Kooperationsgeschäfts gibt es interessante Konstellationen: Windtest Grevenbroich GmbH beispielsweise errichtet unter anderem mit niederländischen Partnern Windenergieanlagen. Der Krefelder Flüssiggasversorger Primagas unterhält ein Joint-Venture mit der SHV Energy aus Utrecht, dem weltweit größten Vertreiber von Flüssiggas.

Vielversprechende Kooperationsansätze bestehen aber nicht nur zwischen Unternehmen. Mit dem INTERREG-Projekt "D-NL-HIT" setzt die Hochschule Niederrhein ein großes Forschungsprojekt um, das mit Partnern aus der Grenzregion Rhein-Maas grenzübergreifend angelegt ist. Im Oberflächeninstitut HIT der Hochschule sollen neue innovative Farben, Lacke, Kleb- und Werkstoffe sowie ressourceneffiziente Beschichtungsmethoden entwickelt werden. Und zwar zusammen mit kleinen und mittelständischen Unternehmen, die oft nicht in der Lage sind, einen derartigen Hightech-Apparat selbst zu finanzieren.



Des Weiteren hat sich die Fontys Hochschule aus Venlo im Technologie- und Gründerzentrum Kempen eingemietet, um sich so noch stärker mit den deutschen Unternehmen in der Region zu vernetzen. Die "Fontys" folgt damit vielen niederländischen Unternehmen, die sich am Mittleren Niederrhein niedergelassen haben, um nahe am deutschen und europäischen Kunden zu sein - mit mehr als 480 Niederlassungen ist Holland der ausländische Top-Investor in der Region.

Niederländische Hightech-Industrie legt Deutschland-Plan vor

Insbesondere die niederländische Hightech-Industrie sucht die Nähe zu Deutschland und positioniert sich als Kooperationspartner bei den Themen Energiewende und Digitalisierung. Zu diesem Zweck haben verschiedene niederländische Branchenverbände in einem gemeinsamen, Anfang 2020 veröffentlichten Deutschland-Plan Technologien identifiziert, in denen Holland Vorreiter ist.

Genannt werden unter anderem intelligente Ladesäulen, die Einspeisung von Energie ins Stromnetz und Leichtbauwerkstoffe, die für die Automobil- und Luftfahrtindustrie wichtig sind. Angesichts komplementärer Stärken stehen die Chancen gut, dass zukünftig mehr Innovationspartnerschaften die Wirtschaftsbeziehungen zwischen beiden Ländern gestalten. Einen Schritt weiter ist man bereits beim Thema Wasserstoff: Der Wirtschaftsminister Nordrhein-Westfalens, der Regionalminister der Provinz Süd-Holland und Vertreter diverser Rhein-Häfen, unter ihnen die Neuss-Düsseldorfer Häfen, unterzeichneten Anfang des Jahres eine Absichtserklärung mit der Zielsetzung, eine Infrastruktur zur Wasserstoffversorgung in den Häfen aufzubauen.

Europäische Wirtschafts- und Arbeitsräume müssen weiter zusammenwachsen

Grenzüberschreitende Partnerschaften und Handelsbeziehungen florieren aber nur, wenn die europäische Integration weiter fortschreitet und nicht, wie zuletzt an vielen Stellen Europas zu verzeichnen, protektionistische Tendenzen entgegenwirken. Für das Zusammenwachsen kommt der Funktionsfähigkeit der Wirtschafts- und Arbeitsräume in den Grenzregionen eine zentrale Bedeutung zu. In dieser Hinsicht steht die niederländische-nordrhein-westfälische Grenzregion vor Herausforderungen: Die grenzüberschreitende Arbeitsmobilität muss deutlich ausgebaut werden, vor allem durch die Förderung von Sprachkompetenzen, die Verbesserung des ÖPNV, der Entwicklung grenzüberschreitender Ausbildungsmodule sowie durch eine bessere Sichtbarkeit des euregionalen Ausbildungs- und Arbeitsmarktes.

Grundlegend für das stärkere Zusammenwachsen im Grenzraum bleibt der Ausbau der heute teils überlasteten Infrastrukturen im Personen- und Güterverkehr sowie die Versorgung mit schnellem Internet. Schließlich muss auch die Verwirklichung der europäischen Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit weiter vorangetrieben werden. ◀

Die IHK Mittlerer Niederrhein fördert durch unterschiedliche Unterstützungsangebote wie das Deutsch-Niederländische Wirtschaftsforum, der Netzwerk-Veranstaltung Open Coffee Niederrhein und den Deutsch-Niederländischen Beratertagen die grenzüberschreitenden Wirtschaftsbeziehungen. Weitere Informationen wie die Praxisleitfäden "Erfolgreiche Marktkommunikation in den Niederlanden" und "Interkulturell kompetent unterwegs in den Niederlanden" sind zu finden unter: www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/6603



Jürgen Steinmetz Hauptgeschäftsführer

IHK Mittlerer Niederrhein Nordwall 39 47798 Krefeld

T +49 2151 635 300 steinmetz@mittlererniederrhein.ihk.de www.mittlerer-niederrhein. ihk.de

Die schwere Leichtigkeit der Kommunikation

Text: Petra von der Heyde



(Foto: @Miravision)

Im Grunde genommen ist es ganz leicht – und ziemlich schwer. Ein Unternehmen will wahrgenommen werden: Möglichst positiv und möglichst breit. Ist das einfach? Muss man nur sagen, was man kann oder was man glaubt, dass die Zielpersonen hören wollen? Oder ist es ziemlich tricky? Denken wir an neue Kommunikationskanäle, an andere gesellschaftliche Grundhaltungen, an Änderungen, die immer schneller ablaufen. Und manche Änderungen geschehen einfach so – zack – ohne Ankündigung.

Ist Nicht-Kommunizieren schon Kommunikation?

Aber von vorn: Eine funktionierende Kommunikation besteht aus Sender und Empfänger. Einer sagt etwas, sein Gegenüber versteht es, fertig. One cannot not communicate, postulierte der Philosoph Paul Watzlawick in den 60ern. Selbst wenn wir zeigen nicht kommunizieren zu wollen, ist das bereits Kommunikation. Es kann eine Geste sein, ein Wort, ein Bild, ein Signal. Man stelle sich eine lampenähnliche Vorrichtung mit drei vertikal angeordneten farbigen Lichtern vor. Oben rot, darunter gelb, unten grün. Wenn rot leuchtet, wissen wir sofort, dass wir nun nicht weiterfahren sollten. Diese Kommunikation funktioniert bestens ohne ein Wort, und das weltweit. Und es gibt die Kommunikationsversuche, die an einer



Flut von Worten und Erklärungen scheitern. Oder daran, dass man nicht vermag, über den Tellerrand zu schauen: Jederzeit und überall auf der Welt kommt es darauf an, was verstanden wird – und nicht darauf, was gesagt wird.

Mausgrau ist alle Theorie

Praktisch gesehen: Jeder kommuniziert und jedes Unternehmen, das auf sich aufmerksam machen möchte, ebenso. Das Ziel der Unternehmenskommunikation ist es, die Kommunikation zu lenken und zu gestalten. Wichtig: Unternehmensziele müssen zuvor definiert sein. Und das geht weit über das übliche "Wir möchten mehr Umsatz machen" hinaus: Wo stehen wir im Vergleich zu Mitbewerbern? Sind wir zukunftstauglich? Was unterscheidet uns? Wo können wir uns verbessern? Verstehen wir unsere Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner? Verstehen sie uns? Werden wir als sympathisch verstanden?

Kommunikation zielt also in viele Richtungen – intern und extern. Für jede einzelne Zielgruppe gilt: Die Kommunikation muss auf den Empfänger ausgerichtet sein. Man muss die feinsten Antennen erreichen. Die Sprache sollte auch und gerade bei komplizierten Sachverhalten einfach sein und ohne branchenüblichen Jargon auskommen. Lassen Sie alles unwichtige weg: Kurz und knapp ist die richtige Wahl. Digitalisierung und KI werden den Trend zu mehr Ehrlichkeit, Empathie und Menschlichkeit weiter verstärken. Es wird Stück für Stück wichtiger, sich bei zunehmender Künstlichkeit als menschlich positionieren.

Kommunikation und Krise

Dem entsprechend sehen Trendforscher Vertrauen und Zutrauen als das große Zukunftsthema. Ein kleines Virus hat der Entwicklung ordentlich Antrieb gegeben: Viele Unternehmen haben es in den vergangenen Monaten verstanden, ihre Anliegen menschlich zu kommunizieren, und ein Gefühl der Gemeinsamkeit entstehen zu lassen. Andere beließen es bei der Ankündigung, für ihre Kunden da zu sein oder haben überfordert abgewartet. Darüber, wie glaubhaft Aussagen ankommen, entscheiden Nuancen – das berühmte Fingerspitzengefühl ist gefragt. Was hat uns Corona gelehrt? Was gerade noch richtig war, ist eine Woche später überholt; so schnell haben sich Inhalt und Stil noch nie geändert. Wichtig ist jederzeit: offen, transparent und schnell kommunizieren, auf Konsistenz achten und in der ernsten Lage Zuversicht vermitteln.

Die Unternehmenskommunikation ist neben Corporate Design, Corporate Behaviour, Corporate Culture und Philosophie ein Teil der Corporate Identity und ist üblicherweise direkt der Geschäftsleitung unterstellt. ◀



Petra von der HeydeDiplom-Designer

dsgnrup Unternehmenskommunikation Corporate Design

Monforts Quartier 1 Schwalmstraße 301 41238 Mönchengladbach

M +49 170 959 76 48 info@petravonderheyde.de www.dsgnrup.com www.petravonderheyde.de

Mehr Wissen. Mehr Chancen.

Text: Björn Bosch, Ursula Berlin-Hörle, Bettina Seyer und Patricia Cole

So lautet das Motto des Walter-Eucken-Berufskollegs aus Düsseldorf. Neben der klassischen Vermittlung von Lerninhalten für Ausbildungsberufe wie dem Kaufmann für Außenhandelsmanagement, dem Kaufmann im E-Commerce oder dem Kaufmann für Spedition und Logistikdienstleistung gilt dies für die Kolleginnen und Kollegen des Europa-Teams auch in puncto Auslandserfahrung. Seit vielen Jahren ist die Durchführung europäischer und internationaler Projekte mit Auszubildenden daher ein zentrales Anliegen.

Globalisierung und Internationalisierung prägen zunehmend die Arbeitsprozesse in der Wirtschaft. Um sich auf internationalem Parkett sicher bewegen zu können, setzt es verschiedene Kompetenzen und Qualifikationen voraus. Neben dem fachlichen Wissen bedarf es eines sehr ausgeprägten interkulturellen Verständnisses sowie eines sicheren Umgangs mit Fremdsprachen. Fach- und Personalkompetenz gerade mit Blick auf internationale Beschäftigungsfähigkeit zu schulen und dadurch die Ausbildungsqualität zu verbessern, hat sich das Walter-Eucken-Berufskolleg seit Jahren auf die Fahne geschrieben.

Durch gezielte Angebote wie Fremdsprachenzertifikate, Sprachkurse im Ausland, Praktika im europäischen Ausland und Kooperationen mit europäischen Schulen und Fachhochschulen ist ein breites Spektrum an Angeboten entstanden, das den Auszubildenden ermöglicht, erweiterte Fremdsprachenkompetenz in Kombination mit interkulturellem und fachspezifischem Lernzuwachs zu erwerben.

Fremdsprachenkompetenz als Fundament

Das Konzept europäischer und auch internationaler Projekte setzt hierbei auf drei zentrale Bausteine. Der erste ist die sichere Kommunikation in der Fremdsprache. Nur wer eine Sprache sicher beherrscht, kann selbstbewusst auf Kunden zugehen und sich sowohl im Geschäftlichen als auch Networking-Umfeld sicher bewegen. Um dies sicherzustellen, bietet das Walter-Eucken-Berufskolleg neben Englisch auch Spanisch oder Französisch als zweite Fremdsprache an. Durch das KMK Zertifikat Englisch bekommen die Auszubildenden neben einer Zeugnisnote in Englisch nach erfolgreich absolvierter Prüfung ein Zusatzzertifikat, welches die Vertiefung fachlicher Sprachausbildung gesondert bescheinigt. Wen es in die Ferne treibt, der hat die Möglichkeit, seinen englischen und spanischen Wortschatz, aber auch sein Wissen über das Land und die Leute, vor Ort zu vertiefen. In Zusammenarbeit mit der ECBM Business School London erhalten die Auszubildenden drei Wochen lang intensiven Sprachunterricht, wobei der Schwerpunkt dabei auf der Vermittlung von fachspezifischem Wortschatz liegt. Neben dem Unterricht werden den Teilnehmern unter anderem durch verschiedene kulturelle Programme und Ausflüge das Land und die Leute nähergebracht. Am Ende des Seminars und nach erfolgreicher schriftlicher



Dipl.- Kfm. Björn Bosch Oberstudienrat / Bildungsgangleiter Außenhandel

Walter-Eucken-Berufskolleg

Suitbertusstraße 163/165 40223 Düsseldorf

T +49 211 892 73 00 T +49 211 892 73 01 F +49 211 892 9160 M +49 172 2558264 bjoern.bosch@ schule.duesseldorf.de www.walter-eucken-bk.de



und mündlicher Prüfung erhalten die Teilnehmer ein Sprachzertifikat. In Kooperation mit dem International Formation Center in Madrid bietet das Walter-Eucken-Berufskolleg ein spanisches Sprachprogramm an, bei dem die Auszubildenden drei Wochen lang in Madrid sowohl durch Schule als auch durch Freizeitprogramme und Unterbringung in Gastfamilien die spanische Sprache und die spanische Kultur näher kennenlernen. Am Ende wird dieser Kurs durch das Zertifikat "Kaufmann International Spanien" abgeschlossen.

Weiterentwicklung durch Auslandserfahrung

Die Durchführung von Praktika im Ausland ist der zweite Baustein, um Auszubildenden adäquat auf die Tätigkeit im internationalen Umfeld vorzubereiten. Neben dem Verständnis für unterschiedliche Arbeitsabläufe in verschiedenen Ländern ist auch das Verständnis der Arbeitskultur ein zentraler Baustein für eine effiziente Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern. Hierzu bieten das Walter-Eucken-Berufskolleg Auszubildenden die Möglichkeit, während ihrer Ausbildung für drei Wochen in europäischen Unternehmen Erfahrungen zu sammeln. Die

Auswahl der Unternehmen reicht hierbei von Zweigniederlassungen des eigenen Ausbildungsbetriebs über verbundene Unternehmen bis hin zu komplett unbekannten Unternehmen, die entweder durch Kontakte der Lehrer des Walter-Eucken-Berufskollegs vermittelt werden oder durch eigenes Engagement gesucht werden. So waren Auszubildende beispielsweise in Finnland, Frankreich, den

in Finnland, Frankreich, den Niederlanden oder Spanien. Die Erfahrungen, die vor Ort gesammelt wurden, waren durchweg sehr positiv und auch die Rückmeldung der aufnehmenden Unternehmen zeigte, dass sich die Auszubildenden schnell in die Unternehmen eingebracht haben und durch ihre duale Ausbildung viele Aufgaben übernehmen konnten, die durch heimische Auszubildende, welche insbesondere schulisch und durch Simulation auf das Arbeitsleben vorbereitet werden, nicht geleistet werden können.

Schulung der Teamfähigkeit durch internationale Projekte

Den dritten Baustein stellen Projekte mit europäischen und internationalen Partnern dar. Entscheidend bei der Auswahl ist für das Europateam des Walter-Eucken-Berufskollegs immer das fachlich-inhaltliche Format der europäischen Projekte, die stets einen qualitativen Zugewinn für die Auszubildenden im Blick haben. Zwei Beispiele sollen aufzeigen, wie diese Partnerschaften aufgestellt sind. Da wäre zum einen die Ler(n)ende Euregio. Hierbei geht es um die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von deutschen und niederländischen Auszubildenden, z.B. der Kaufleute für Spedition und Logistikdienstleistung an Projekten. Innerhalb von zumeist auf zwei Tage ausgelegten

Projekttreffen, die einmal in den Niederlanden und einmal in Deutschland stattfinden, arbeiten die Schüler in gemischten Gruppen an einer berufsbezogenen Lernsituation und präsentieren die Ergebnisse in Englisch, was auch die vorwiegende Projektsprache ist. Zusätzlich wird vom jeweiligen Gastgeber ein sozio-kulturelles Begleitprogramm gestaltet, das in der Regel auch eine Betriebsbesichtigung beinhaltet. Darüber hinaus haben die Auszubildenden die Möglichkeit, an deutsch-niederländischen Wettbewerben teilzunehmen, bei denen ebenfalls in deutsch-niederländischen Teams an praxisorientierten Lernsituation gearbeitet wird. Das Ergebnis wird vor einer fachkundigen Jury, die durch Lehrer und Praktiker besetzt ist, präsentiert und die Gewinner anschließend ausgezeichnet. Um den Bezug zur Praxis noch zu erweitern, finden diese Wettbewerbe, soweit möglich, im Rahmen einer Fachmesse (z.B. der Logistikmesse in Kalkar) statt, was zusätzlich den Bezug zur Praxis fördert.

Ein weiteres Projekt ist die Summer School in Steyr, Oberösterreich. Auszubildende aus den Bereichen Spedition und Logistik sowie Außenhandel arbeiten zwei Wochen lang mit Studenten

der Fachhochschule Steyr und der National University of Singapore an vier Fallstudien, die sich mit dem Bereich Supply Chain Managebeschäftigen. ment Auch wenn der Fokus auf der Logistik liegt, profitieren die Kaufleute im Außenhandel sehr von dem Angebot, denn es werden anhand von Fallstudien teilnehmenden von



Summer School 2018: Logistik live – Arbeiten mit dem Lego-Simulator in Steyr (©WEBK)

Unternehmen reale Szenarien besprochen, die sich neben der Abwicklung auch mit Aspekten wie Incoterms®, Akkreditiven, Vorlaufmanagement und Last-Mile-Delivery beschäftigen.

"Ich konnte nicht nur sehr viel Erfahrung mitnehmen aus der Bearbeitung der Fallstudien, sondern vor allem auch aus vielen Gesprächen mit den Masterstudenten aus Österreich und Singapur. Das war sehr spannend und richtig informativ. Zudem war es auch sehr wichtig für mich, die verschiedenen Arbeitsweisen kennen zu lernen. Das wird mir noch lange Zeit in Erinnerung bleiben."

Alle Fallstudien sind komplett auf Englisch, die Projektsprache dieser zwei Wochen ist Englisch. Durch ein sehr kurzes Zeitfenster pro Fallstudie und sehr komplexe Inhalte werden alle Teilnehmer immens gefordert. Am Ende werden die Ergebnisse in Präsentationen von einer Jury bewertet.

"I have learned, that a good mixture between theory and practice works best and that in a group of people from around the world you have make comprises instead of thinking of your own way as the best." ▶

Interview mit Frau Alyssia Emundts, die 2017 ein Praktikum bei Akema in Colombes (Großraum Paris) absolviert hat



Björn Bosch: Frau Emundts, mit welcher Erwartung sind Sie in das Erasmus Programm gegangen?

Alyssia Emundts: Ich wollte vor allem meine Französischkenntnisse verbessern, da ich in einem französischen Unternehmen arbeite. Zudem wollte ich gerne unseren Mutterkonzern in Frank-

reich kennenlernen und die Kollegen, mit denen man täglich Kontakt hat, persönlich treffen.

BB: Haben sich Ihre Erwartungen vor Ort erfüllt und was war für Sie besonders bedeutend?

AE: Meine Erwartungen wurden sogar noch übertroffen. Mein Französisch hat sich innerhalb der drei Wochen sehr verbessert und es fiel mir immer leichter in der Sprache zu kommunizieren. Das lag wohl vor allem auch daran, dass ich auch in meiner Unterkunft immer Französisch sprechen musste, da die Dame kein Englisch oder Deutsch sprach. Auch die Hauptverwaltung zu sehen und dort zu arbeiten war sehr spannend. Ich konnte dort in einer Abteilung arbeiten, die wir in unserer Niederlassung in Düsseldorf nicht anbieten. So wurde die Ausbildung noch etwas erweitert. Besonders toll fand ich, dass unsere Zentrale so nah bei Paris liegt und ich am Wochenende viel Sightseeing machen und die Stadt erkunden konnte.

BB: Konnten Sie Ihre im Ausland gesammelten Erfahrungen in Ihren beruflichen Alltag einfließen lassen?

AE: Da die Abteilung, in der ich in Frankreich gearbeitet habe, in Düsseldorf nicht existiert, konnte ich fachlich leider nichts anwenden. Ich habe aber viele Eindrücke aus Frankreich mitgenommen und eine Verbesserung in Französisch ist für meine Arbeit immer von Vorteil.

BB: Würden Sie anderen Auszubildenden und Ausbildungsunternehmen zu einer Teilnahme an einem Erasmus+ Austausch raten?

AE: Ja, unbedingt. Man lernt viele neue Leute kennen, kann eventuell in einer Abteilung arbeiten, die so im Ausbildungsunternehmen nicht angeboten wird und man lernt in kurzer Zeit viel Neues."

Aber auch der interkulturelle Teil kommt nicht zu kurz. So haben die Teilnehmer insbesondere vom Walter-Eucken-Berufskolleg und der National University of Singapore die Freizeit miteinander verbracht und beispielsweise zusammen die Fußball-EM gesehen oder gemeinsam gekocht.

"Ich konnte in den 2 Wochen unglaubliche Erfahrungen sammeln, vor allem in Bezug auf den interkulturellen Austausch. Das Zusammenarbeiten mit Masterstudenten aus Österreich und Singapur war unglaublich und es hat mir sehr viel Spaß gemacht."

Abgerundet wird die Summer School durch Beiträge von Professoren aus Singapur und den USA, die eigens zur Summer School nach Steyr reisen, um mit den Teilnehmern Themen zu behandeln, die nicht mit den Fallstudien zusammenhängen. So spielen die Teilnehmer mit Professor Stan Fawcett von der Weber State University Arizona Supply Chain Volleyball. Hier geht es um Teamplay und Koordination von Abläufen, was den Teilnehmern viel abverlangt, die Gruppe aber auch nochmal zusammenschweißt. Professor Robert de Souza vom Logistic Institute Asia-Pacific Singapore vermittelt den Teilnehmern sehr anschaulich und lebensnah, wie wichtig Networking und Netzwerkmanagement für den zukünftigen Berufsweg sind, aber auch wie

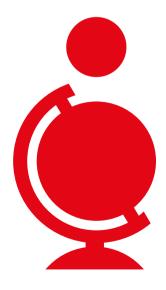


Gruppenbild Summer School 2019 (©Yao Ki Tat)

dynamisch solche Netzwerke ablaufen. Am Ende erhalten alle Teilnehmer in einer feierlichen Zeremonie ein Teilnahmezertifikat der beiden Hochschulen aus Steyr und Singapur. Die aus der Zusammenarbeit entstandenen Kontakte habe immer noch Bestand. So waren in 2019 Teilnehmer aus Singapur zu Besuch in Düsseldorf, um sich dort mit den Düsseldorfer Teilnehmern zu treffen und Urlaub zu machen.

Finanziert wird ein Großteil der Projekte durch das Förderprogramm Erasmus+ der Europäischen Union. Eine Voraussetzung für die Teilnahme an den Programmen ist, dass die Auszubildenden hierfür vom Betrieb freigestellt werden. Im Ergebnis ist die Teilnahme für alle Beteiligten, also auch für die Betriebe, eine Win-Win-Situation, denn neue Eindrücke und Arbeitsweisen werden von den Auszubildenden in den Betrieb gebracht. Auch für Ausbilder besteht die Möglichkeit, an Erasmus+ Programmen teilzunehmen.





#gemeinsamdadurch sskduesseldorf.de/ausland

Wir sind weiterhin für Sie da – persönlich und digital. In Düsseldorf, an 64 Standorten im Ausland und überall mit der App S-weltweit.

Jetzt kostenlos downloaden!









ATC Gänseessen

& Textilmuseumsbesichtigung
Bocholt 14.11.19



Als außenwirtschaftspolitischer Fachverband fördert der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) die Interessen des exportierenden und importierenden Handels. Hierzu zählen auch Dienstleistungsunternehmen aus Logistik, Finanzen, Versicherung, Steuer- und Rechtsberatung. Zum Mitgliederkreis zählen auch Unternehmen ausländischen Ursprungs, die von Nordrhein-Westfalen aus den europäischen Markt und darüber hinaus erfolgreich erschließen.

Kern der praxisorientierten Verbandsarbeit ist der branchenübergreifende und persönliche Austausch unter den Mitgliedsunternehmen, sowohl auf Ebene der Unternehmensleitung als auch auf der Fach- und Führungsebene. Um dem Rechnung zu tragen, wurde 2011 auf Initiative einzelner Mitgliedsunternehmen der After Trade Club (ATC) ins Leben gerufen. Der Wunsch nach einem ungezwungenen sowie persönlichen Erfahrungsaustausch über Fachthemen stand dabei im Vordergrund der Gründung.

Seit 2011 finden regelmäßige Mitgliedertreffen im Rahmen des ATC an wechselnden Orten in Nordrhein-Westfalen statt. Der Teilnehmerkreis ist bei jeder Zusammenkunft ein anderer, so dass man bei jeder Gelegenheit sein eigenes Kontaktnetzwerk erweitern und pflegen kann. Zuletzt lag der durchschnittliche Teilnehmerkreis 2019 bei 15 Personen. Eine gute Größe, um mit möglichst vielen ins Gespräch zu kommen. Der AHV ATC dient ausschließlich den Mitgliedsunternehmen. Sie haben jedoch die Möglichkeit auf Empfehlung Gäste im beschränkten Umfang mit einzuladen. Dies ist eine gute Gelegenheit, die Netzwerkkultur des AHV NRW kennenzulernen. ◀













ATC Gänseessen

& Textilmuseumsbesichtigung
Bocholt 14.11.19















ATC Gänseessen

& Textilmuseumsbesichtigung
Bocholt 14.11.19













Technologietransfer

"Sahnehäubchen" der Exportkontrolle

Text: Dr. Talke Ovie

Dass die "Exportkontrolle" kein Schattendasein mehr fristet, ist uns allen hinlänglich bekannt. Dass die "Exportkontrolle" nicht in Stein gemeißelt ist und stets einer Reflektion mit den unternehmensspezifischen Vorgängen auf der einen sowie sich regelmäßig aktualisierenden gesetzlichen Vorgaben auf der anderen Seite zu unterziehen ist auch. Ebenfalls ist bei jedem angekommen, dass die Organisation der Exportkontrolle in einem "Internal Compliance Program" (ICP) zu implementieren ist.

Aber dies sind nur die "Basics". Als "Sahnehäubchen" der Exportkontrolle hat sich der "Technologietransfer" herauskristallisiert. Nicht zuletzt angestoßen durch die zahlreichen Veranstaltungen des BAFA, die herausgegebenen / aktualisierten BAFA-Merkblätter zu dem Thema sowie die Ansprache diverser Forschungs- und Universitätseinrichtungen ist der "Technologietransfer" in den Fokus nicht nur der Konzerne, sondern auch der Mittelständler geraten. Aber was bedeutet nun "Technologietransfer?"

Zunächst einmal ist, wie so oft, zu berücksichtigen, dass zwar hinlänglich von "Exportkontrolle" gesprochen wird, es aber korrekterweise "Exportkontrollrecht" heißen muss. Definitionen und Anforderungen ergeben sich folglich aus dem Gesetz. Dies darf nicht vernachlässigt / übersehen werden. Denn nur, weil ich mit Kunden / Interessenten ins Gespräch komme, eine Konferenz besuche, an einem Projekt mitarbeite, Vorlesungen halte, bedeutet dies noch lange nicht, dass es sich um einen exportkontrollrelevanten Technologietransfer handelt. Dies ist nur dann der Fall, wenn die Weitergabe von Wissen / Know-How / Informationen / Daten die Anforderungen an einen exportkontrollierten Technologietransfer erfüllt.

Bei dem "Technologietransfer" in Form der Ausfuhr / Verbringung mag diese Beurteilung noch aus dem Stehgreif möglich sein. Kommt es dabei doch im Wesentlichen darauf an, ob gelistete Technologie mittels elektronischer Medien übertragen oder bereitgestellt wird. Aber das Erbringen "technischer Unterstützung"? Dies ist nur durch eine saubere Prüfung anhand der gesetzlichen Vorgaben erfassbar. Insbesondere die Mitarbeiter/-innen, die nicht derart täglich mit der Exportkontrolle befasst sind, dass diese sie "im Schlaf" beherrschen, müssen sich immer wieder von neuem mit den gesetzlichen Vorgaben auseinandersetzen. Also muss ein Prüfprogramm her, das abgearbeitet werden kann. Zwar existieren diese teilweise, auch frei zugänglich. Unsere Erfahrung ist jedoch, dass diese nicht vollständig sind - und damit als Überblick, nicht aber systematische Darstellung herangezogen werden können.

Gerade bei der "Technischen Unterstützung", also jeder technischen Dienstleistung in Form von Unterweisung, Ausbildung, Weitergabe praktischer Kenntnisse und Fähigkeiten oder in Form von Beratungsleistungen, kommt es bei der Beurteilung im Einzelfall auf die detaillierten gesetzlichen Vorgaben und Ausnahmen an (allgemein zugängliche Informationen, Grundlagenforschung etc.). Als Hilfestellung für die Praxis haben wir eine "Matrix" entworfen, die die "Technische Unterstützung" in ihrer Vollständigkeit erfassen soll. Dies soll zugleich dem Auffinden des "Knackpunktes" in einer Einzelfallprüfung, aber auch der Risikoanalyse an sich dienen und kann ganz leicht in das ICP integriert werden. ◀



Dr. Talke OvieRechtsanwältin

HARNISCHMACHER LÖER WENSING

Rechtsanwälte PartGmbB Hafenweg 8 48155 Münster

T +49 251 68 68 60 426 F +49 251 68 68 60 429 talke.ovie@hlw-muenster.de www.hlw-muenster.de

HARNISCHMACHER LÖER WENSING

Matrix Technische Unterstützung (TU) nach der Außenwirtschaftsverordnung (AWV)

			,		,	•
Unterrichtung durch BAFA oder positive Kenntnis einer kritischen Verwendung im Zusammenhang mit	Leistender der TU	Ort der Erbringung der TU	Empfänger der TU (gegenüber wem)	Ausnahme (keine Genehmigungspflicht)	Vorschrift	Befreiung von Genehmigungspflicht nach § 53 AWV
ABC-Waffen, Flugkörper	Deutscher oder Inländer (§ 2 Abs. 15 AWG)	Drittland (= Land außerhalb des Unionsgebiets)	Jedermann	 Drittland = EU001-Land Weitergabe von Informationen, die allgemein zugänglich oder Teil der Grundlagenforschung sind TU mündlich und in Bezug auf keine in Teil I Abschnitt A Nummer 0022 oder Teil I Abschnitt B Nummern der Gattung E der Ausführliste oder Nummern der Gattung E des Anhangs I der EG-Dual-Use-VO gelistete Technologie 	§ 49 AWV	
	Inländer (§ 2 Abs. 15 AWG)	Inland (BRD)	Ausländer aus Drittland, außer EU001-Land. BEACHTE: § 2 Abs. 5 AWG / § 51 Abs. 5 AWV	 Weitergabe von Informationen, die allgemein zugänglich oder Teil der Grundlagenforschung sind TU in Bezug auf keine in Teil I Abschnitt A Nummer 0022 oder Teil I Abschnitt B Nummern der Gattung E der Ausfuhrliste oder Nummern der Gattung E des Anhangs I der EG-Dual-Use-VO gelistete Technologie 	§ 51 AWV	TU durch Behörden und Dienststellen der BRD im Rahmen ihrer dienstlichen Aufgaben TU für die Bundeswehr auf Grund der von ihr erteilten Aufträge
Militärische	Deutscher oder Inländer (§ 2 Abs. 15 AWG)	Waffenembargoland	Jedermann	Weitergabe von Informationen, allgemein zugänglich oder Teil der Grundlagenforschung sind TU mündlich und in Bezug auf keine in Teil I Abschnitt A Nummer 0022 oder Teil I Abschnitt B Nummern der Gattung E der Ausf	§ 50 AWV	TU für Ausnahmen für MTCR- Technologie (Anhang IV EG-Dual-Use-VO) TU für das unbedingt notwendige Minium für Aufbau. Betrieb.
Endverwendung	Inländer (§ 2 Abs. 15 AWG)	Inland	Ausländer aus Waffenembargoland BEACHTE: § 2 Abs. 5 AWG / § 51 Abs. 5 AWV	 Weitergabe von Informationen, die allgemein zugänglich oder Teil der Grundlagenforschung sind TU in Bezug auf keine in Teil I Abschnitt A Nummer 0022 oder Teil I Abschnitt B Nummern der Gattung E der Ausfuhrliste oder Nummern der Gattung E des Anhangs I der EG-Dual-Use-VO gelistete Technologie 	§ 51 AWV	Wartung und Reparatur von Gütern, für die eine Ausfuhrgenehmigung erteilt wurde (Minimaltechnologie)
Kemtechnische Anlage i.S.d. Kategorie 0 Anhang I Dual-Use-VO in 9 Ländem (vgl. § 9 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 AWV)	Deutscher oder Inländer (§ 2 Abs. 15 AWG)	Überall	Jedermann	 Weitergabe von Informationen, die allgemein zugänglich oder Teil der Grundlagenforschung sind TU betrifft keine Technologie, die in Nummern der Gattung E in der Kategorie 0 des Anhangs I der EG-Dual-Use-VO gelistet ist 	§ 52 AWV	
Gelistete Güter der Kommunikationsüber- wachung (4A005, 4D004, 4E001 c, 5A001 f, 5A001 j / 5A902, 5D902, 5E902)	Deutscher oder Inländer (§ 2 Abs. 15 AWG)	Drittland	Jedermann	 Drittland = EU001-Land Weitergabe von Informationen, die allgemein zugänglich oder Teil der Grundlagenforschung sind 	§§ 52a, 52b AWV	ord C
						Onne Gewanr



Wachstumschance Afrika

Text: Stephan Kunz

Wirtschaftsreformen und verbesserte Wettbewerbsfähigkeit haben auf unserem Nachbarkontinent vielerorts dynamische Wachstumsmärkte entstehen lassen. Afrikanische Staaten bieten zunehmend attraktive Perspektiven für Unternehmen und Investoren. Gleichzeitig strömen durch das starke Bevölkerungswachstum immer mehr junge Menschen auf den Arbeitsmarkt. Der Bedarf an neuen Arbeitsplätzen liegt auf dem Kontinent bei rund 20 Millionen pro Jahr. Obwohl Beschäftigung durch aufstrebende afrikanische Unternehmen und die Investitionen aus-

Qualitätsprüfung für Biobaumwolle (© S.Kunz)

ländischer Unternehmen geschaffen werden kann, schränken bestehende Investitionshemmnisse die Aktivitäten der Privatwirtschaft in Afrika noch ein.

Hier setzt die Sonderinitiative Ausbildung und Beschäftigung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) an: Die Sonderinitiative, die unter der Marke Invest for Jobs agiert, zielt darauf ab, Investitionshemmnisse abzubauen und Investitionen mit hoher Beschäftigungswirkung in Afrika zu fördern. Damit werden echte Win-win-Situationen geschaffen: Geschäftschancen für Unternehmen und gute Jobs in den Partnerländern der Sonderinitiative. Zu diesen gehören derzeit

Ägypten (in Vorbereitung), Äthiopien, Côte d'Ivoire, Ghana, Marokko, Ruanda, Senegal und Tunesien. In der aktuellen Corona-Krise unterstützt Invest for Jobs zudem Unternehmen vor Ort durch wirtschaftliche Stabilisierungsmaßnahmen, die Geschäftskontinuität sichern und Arbeitsplätze erhalten.

Erfolgsversprechende Wachstumsbranchen in Senegal

Als ein Partnerland der Sonderinitiative werden in Senegal attraktive und langfristig erfolgversprechende Wirtschaftsstandorte und Wachstumsbranchen gefördert; dies wird vor Ort von der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH umgesetzt. "Der Senegal bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich neue afrikanische Märkte unter politisch stabilen Bedingungen zu erschließen", erklärt Stephan Kunz, Komponentenleiter Business und Invest des GIZ Ländervorhabens der Sonderinitiative in Senegal. Als zukunftsweisende Sektoren empfiehlt er den Metallbau, (erneuerbare) Energien, die Wasserwirtschaft.



Digitalisierung und Agrarwirtschaft sowie die Nahrungsmittelverarbeitung

Im Metallbau finden deutsche Produkte immer mehr Anklang. Doch wie in fast allen Sektoren herrscht hier Fachkräftemangel. Es fehlt an Wissen um die Funktionalität, Wartung und Instandsetzung der Maschinen. Die GIZ unterstützt vor Ort kleine und mittelständische Unternehmen verstärkt durch Beratungsangebote und Qualifizierungsmaßnahmen. Bis 2021 sollen so 350 Fachkräfte allein im Metallbau geschult werden.

Senegals Nähe zu Europa birgt ein großes Potenzial für vermehrte Exportaktivitäten. Die deutsche Hansen Korbwaren GmbH hat hier Pioniergeist gezeigt und will Arbeitsplätze von Asien nach Afrika verlagern. Insbesondere im Rahmen der Nachhaltigkeitsdebatte gewinnen auch industrielle senegalesische Korbwaren stetig an Nachfrage. Innerhalb eines maßgeschneiderten Investitionsprojekts werden demnach senegalesische Ausbilder geschult, um auf diese Entwicklungen zu reagieren. Zudem baut das Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen mit einem lokalen Partner eine Manufaktur auf, um exportfähige Korbwaren in eigener Wertschöpfung in Senegal zu produzieren. Ziel ist es, bis 2022 so rund 1.000 Arbeitsplätze zu schaffen.

Maßgeschneiderte Unterstützung vor Ort

Ein Fokus der Sonderinitiative liegt auf der Förderung von afrikanischen mittelständischen Unternehmen. Um die Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen in Afrika zu verbessern, unterstützt Invest for Jobs diese bei der Erschließung neuer Märkte. Parallel dazu wird die Zusammenarbeit zwischen dem deutschen und afrikanischen Mittelstand gefördert, um etwa Kooperations- und Zulieferungsstrukturen zu stärken und die Wertschöpfungsketten zu internationalisieren.

Deutsche und europäische Unternehmen profitierten dabei von der Erfahrung, der Expertise und den etablierten Strukturen der deutschen Entwicklungszusammenarbeit: "Als vor Ort tätiger Servicedienstleister organisieren wir Markterkundungen, unterstützen dabei Netzwerke aufzubauen und zu unterhalten und bilden komplementäre Industrie- und Unternehmenskonsortien für ausgewählte Märkte, mit Expertise und Engagement", erläutert Stephan Kunz. Ein besonderes Augenmerk wird darauf gelegt, Instrumente speziell auf die Bedürfnisse der Unternehmen anzupassen.

Seit rund einem Jahr begleitet Invest for Jobs die MAVEG Industrieausrüstungen GmbH bei ihrer Aktivität in Senegal. Das deutsche Unternehmen fördert zusammen mit der Association for Sustainable Industrial Development in Africa e.V. regelmäßig Industrialisierungsprozesse in Afrika. In Kooperation mit dem senegalesischen Unternehmen Sewacard wurden rund 25 Millionen Euro in den Produktionsaufbau elektronischer Bankkarten investiert. Zudem wurde ein Kartenlesegerät entwickelt, das lokal produziert und in Kooperation mit der senegalesischen Zentralbank landesweit eingesetzt werden soll. Invest for Jobs unterstützt durch Schulungsmaßnahmen, um rund 15.000 Arbeitsplätze im senegalesischen Finanzwesen zu schaffen. Durch diesen Ansatz soll das nationale Finanzwesen auch für ländliche Randgruppen zugänglich gemacht werden, was insbesondere das senegalesische Kleinunternehmertum fördern soll.

Sie haben Interesse an einer Zusammenarbeit und möchten eine Projektidee verwirklichen? Dann schreiben Sie uns eine E-Mail an info@invest-for-jobs.com. Gerne helfen wir Ihnen kostenfrei und unverbindlich weiter. Mehr Informationen finden Sie unter: www.invest-for-jobs.com













Dr. Stephan KunzChef de Composante Business & Invest

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Point E Rue 9 x F Immeuble Mame Tické Ndiaye en face BICIS Point E Dakar Senegal Afrika

T +49 221 33 889 96 00 T +49 221 77332 39 07 stephan.kunz@giz.de www.giz.de

Fachmesse für Industriearmaturen und Dichtungstechnik steht vor dem 5. Jubiläum in Bochum

Text: Malte Theuerkauf

Die DIAM setzt als Fachmesse für Industriearmaturen, Antriebe, Zubehör und Anlagentechnik mit einem modernen Konzept ein Ausrufezeichen in der Branche. Gemeinsam mit der DDM – Die Fachmesse für Dichtungstechnik wird die DIAM im Jahr 2021 wieder nach Bochum zurückkehren. Bereits zum 5. Mal findet die DIAM in Bochum statt. Seit 2017 wird die DIAM durch die DDM begleitet. Das Zusammenführen der Armaturen- und Dichtungsbranche zeigt sich als perfekte Symbiose für Aussteller und Besucher. Die Veranstaltung findet auf einer Fläche statt, sodass DIAM & DDM Firmen in der Halle gemischt untereinander agieren.



Außenansicht der Jahrhunderthalle in Bochum (©MT - Messe & Event)

Zum nun mehr 9. Mal veranstaltet die MT – Messe & Event GmbH ihre Fachmesse für Industriearmaturen, Antriebe, Zubehör, Anlagen- und Dichtungstechnik. Die nächste zweitägige Veranstaltung findet am 06./07. Oktober 2021 in der Jahrhunderthalle in Bochum statt und bietet an diesem geschichtsträchtigen Ort mit magischer Ausstrahlung Ausstellern und Besuchern die Gelegenheit, miteinander in Kontakt zu kommen.

Dieser Netzwerkgedanke beinhaltet sowohl die Präsentation innovativer Hightechprodukte der Armaturen- und Dichtungsbranche als auch den Austausch von Ideen, Knowhow und Kontakten. Dazu kommen an beiden Messetagen hochinteressante Fachvorträge und zahlreiche Workshops am Produkt. Und das alles nicht in einer der üblichen anonymen Messehallen, sondern in einem ehrwürdigen Industriedenkmal im pulsierenden Herzen des Ruhrgebiets. Die majestätische Industriekathedrale "Jahrhunderthalle Bochum"



ist nicht nur aufgrund ihrer Geschichte der ideale Standort für die DIAM & DDM sondern auch wegen der hohen Anzahl von Herstellern, Anlagenbauern, Industrieausrüstern und Endabnehmern in ihrer Umgebung.



Messegespräche in der Jahrhunderthalle (©MT - Messe & Event)

Die DIAM & DDM hebt sich mit ihrem Konzept von anderen Messeveranstaltern ab. Wie die Namensgebung der Messe bereits verrät, handelt es sich bei den Ausstellern um nationale Aussteller, die mindestens eine Niederlassung innerhalb Deutschlands haben. Nicht nur die Ausstellerzielgruppe ist national orientiert, sondern auch die Besucherzielgruppe. So werden Anwender, Entscheider sowie Fach- und Führungskräfte aus folgenden Branchen angesprochen: Chemische Industrie, Kraftwerke, Fernwärme, Wasser-/Abwasserwirtschaft, Maschinen- und Anlagenbau, Ingenieurbüros, Dichtungstechnik sowie Technischen Hochschulen & Universitäten.

Die in die Messe integrierten praxisnahen Highlights (Fachvorträge und Workshops) runden gemeinsam mit dem All-Inclusive-Catering für Besucher und Aussteller das Messekonzept der DIAM & DDM ab. ◀

Wenn Sie an der DIAM & DDM interessiert sind, können Sie sich jederzeit beim Veranstalter-Team unter folgenden Kontaktdaten melden: Kevin Hildach, Telefon +49 39421 6926 11, E-Mails kh@diam.de & kh@ddm-messe.de. Weitere Infos: www.diam.de & www.ddm-messe.de.



Malte Theuerkauf

MT - Messe & Event GmbH Ernst-Thälmann-Straße 35a 38835 Osterwieck

T +49 39421 6926 10 F +49 39421 6926 20 M +49 151 52515033 mt@diam.de www.diam.de



Trimodal, digital und klimaneutral

Wie kommt der Container nachhaltig ins Hinterland?

Text: Contargo



Contargo Container Terminal Neuss (Foto: Joop van Reeken)

Für einen funktionierenden Warenaustausch zwischen Europa und Übersee haben Container oft noch eine beträchtliche Strecke vom oder zum Seehafen zurückzulegen. Das Hinterlandlogistik-Netzwerk Contargo transportiert Container aus dem europäischen Hinterland zu und von den westlichen und nördlichen Seehäfen mit Binnenschiff, Bahn und Lkw. Dabei legt das Unternehmen Wert darauf, nicht nur wirtschaftlich, sondern auch ökologisch und sozial zu handeln. Selbst entwickelte Apps helfen, die gesteckten Ziele zu erreichen.

Contargo transportiert Container von A nach B. Aber was unterscheidet uns eigentlich von anderen Unternehmen? Unser Konzept umfasst eigene Terminals als Knotenpunkte der trimodalen Verkehre, Service Organisationen zur zentralen und dezentralen Auftragsabwicklung sowie intermodale Transportlinien in eigener Hand. Gleichzeitig ist Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Unser Ziel: Dekarbonisierung bis 2050.

Binnenschiff, Zug und Lkw gut kombiniert

Zum Erreichen dieses Ziels trägt der Kombinierte Verkehr bei. Das heißt, wir transportieren große Mengen im Hauptlauf der Transportkette mit Binnenschiff oder Zug. Lkw setzen wir fast ausschließlich für die letzte Meile ein. Das hat viele Vorteile: neben den niedrigeren Kosten, entstehen auch weniger Emissionen und wir können im Bedarfsfall Container von einem Verkehrsträger auf einen anderen umdisponieren. Außerdem können wir die systembedingten Vorteile der drei Verkehrsträger optimal vernetzen: Das Binnenschiff



ist zuverlässig, kostengünstig und umweltfreundlich und spielt seine Vorteile auf der Rhein-Strecke aus. Mit dem Zug verbinden wir die Contargo-Terminals mit den Häfen Hamburg, Bremerhaven, Rotterdam und Antwerpen sowie im europäischen Verkehr. Der Lkw bedient als flexibler, schneller Partner die Fläche im Nahverkehr. Jährlich schlagen unsere Terminals über zwei Millionen Standardcontainer um. Die Terminals sind die intelligenten Drehscheiben für unsere Transporte. Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Prozesse dort weiter zu verbessern.

Eigene Apps optimieren die Prozesse

Um die Abläufe an den Terminals effizienter zu gestalten, schaffen unsere IT-Entwickler seit einigen Jahren eine ganze Landschaft eigener Applikationen, die Contargo Open Logistics Apps. Sie reichen von der Angebotserstellung über Transportmitteldisposition bis zur Abrechnung. Rund die Hälfte der etwa 30 geplanten Apps ist bisher an verschiedenen Standorten im täglichen Einsatz.

Am Containerterminal in Neuss nutzen wir bereits STAR, eine App zur Online-Terminvergabe für Lkw, das Gate Operating System, das die Anmeldung am Terminal automatisiert sowie ERIS eine Anwendung für Kunden, mit welcher aktuelle Freistellungsreferenzen am Terminal abgefragt werden können.

Die Vorteile der digitalisierten Prozesse: Sinkende Fehlerquote, leichtere Umplanung bei unerwarteten Ereignissen, Entlastung unserer Mitarbeiter und Erhöhung der Umschlagskapazität. Durch die STAR-App für Lkw-Fahrer, wurden die Durchlaufzeiten der Lkw von 30-45 min auf unter 20 min reduziert.

Nachhaltigkeit als Grundprinzip

Neben den wirtschaftlichen berücksichtigen wir auch soziale und ökologische Aspekte. Dazu trägt die Abteilung "Sustainable Solutions" bei, die unter anderem Maßnahmen begleitet und Mitarbeiter für diese Themen sensibilisiert.

Besonders stolz sind wir darauf, dass Contargo häufig eine Vorreiterrolle einnimmt, zum Beispiel mit den diesel-elektrisch betriebenen Reachstackern, die seit 2017 in Duisburg und Emmelsum eingesetzt werden. Außerdem ist Contargo seit Juni 2020 in Hessen Testpartner für Oberleitungs-Hybrid-Lkw. 2019 hat Contargo am DIT Duisburg Intermodal Terminal als erstes Unternehmen in Deutschland zwei schwere Lkw mit E-Motor und Batterie für den Containertransport im Nahverkehr in Betrieb genommen. Vier weitere sollen im zweiten Halbjahr 2020 folgen. Zwei davon werden wir bei uns in Neuss einsetzen. Da E-Mobilität nur wirklich ressourcenschonend ist, wenn Ökostrom genutzt wird, beziehen wir diesen seit Anfang 2020 an allen deutschen Terminalstandorten. ◀



Volker Boveland Managing Director

Contargo Neuss GmbH Floßhafenstraße 37

Floßhatenstraße 37 41460 Neuss

+ 49 2131 1557 111 + 49 151 240 677 18

vboveland@contargo.net www.contargo.net

ahv nrw magazin 2020 143

Multimediale Lehr- und Lernkonzepte im Rahmen von unternehmensspezifischen Schulungen zur Sicherheit der Internationalen Lieferkette als integrativer Bestandteil des unternehmensinternen Qualitätsmanagements

Text: Gerhard Friese



Lieferkettensicherheit – eine unlösbare Herausforderung für den Zoll - ohne internationale Sicherheits-Zertifizierungen auf der Seite der Unternehmen (© HübnerIT)

AUSGANGSSITUATION

Zunehmende kriminelle Bedrohung des internationalen Handels

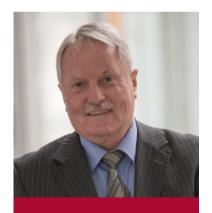
Mit der zunehmenden Globalisierung von Lieferketten steigt auch das Risiko, dass der grenzüberschreitende Warenverkehr für kriminelle und terroristische Absichten missbraucht wird. Dabei nutzen Kriminelle die Sicherheitslücken im internationalen Warenverkehr immer öfter. Unter anderem für den illegalen Handel von detailgetreu gefälschten Produkten, die den Wirtschaftskreislauf empfindlich beeinträchtigen.

Die Entschlossenheit und der Umfang krimineller Elemente, die den Welthandel durch interne Verschwörungen angreifen wollen, macht es für Unternehmen und vor allem für Hersteller mit globalen Geschäftsaktivitäten unbedingt erforderlich, ihre Risikoprofile und Sicherheitspraktiken zu verbessern.

Internationale Hersteller müssen einen dokumentierten und verifizierbaren Prozess zur Bestimmung von Risiken in ihren Lieferketten implementiert haben, der auf ihrem Geschäftsmodell (d.h. Umsatz, Herkunftsland, internationale Handelspartner, Lieferplan, Sicherheits-Zertifizierungen, potenzielle terroristische Bedrohung laut offenen Informationsquellen, unzureichende Sicherheit, sicherheitsrelevante Zwischenfälle in der Vergangenheit, etc.) basiert, und entsprechende Informations- und Schulungskonzepte für alle betroffenen Abteilungen und zur Sensibilisierung der Mitarbeiter entwickeln und umsetzen.

Internationale Sicherheitsinitiativen

Die zunehmende Globalisierung und die veränderte internationale Sicherheitslage haben



Gerhard Friese

Senior Consultant und Berater

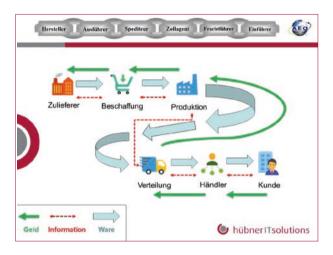
Hübner IT Solutions GmbH

Völlesbruchstraße 6 52152 Simmerath

T +49 2473 931370 info@huebner-aachen.de www. huebner-aachen.de



die Weltzollorganisation (WZO) veranlasst, mit einem "Framework of Standards to Secure and Facilitate Global Trade" (SAFE - Beteiligung von zur Zeit 169 Mitgliedsstaaten) weltweite Rahmenbedingungen für ein modernes und effektives Risikomanagement in den Zollverwaltungen zu schaffen. Ziel ist es, globale Lieferketten vom Hersteller einer Ware bis zum Endverbraucher, insbesondere beim grenzüberschreitenden Warenverkehr, effektiv zu schützen. Die Europäische Union hat diese sicherheitspolitischen Aspekte mit der Änderung des Zollkodex in europäisches Recht umgesetzt und mit der Veröffentlichung der Durchführungsvorschriften (VO (EG) Nr. 1875/2006) im Dezember 2006 konkretisiert.



EU - Sicherheitskonzept

Die Einführung des Status des "Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten (AEO)", die Sicherheitsrisikoanalyse auf Basis von zollrechtlichen Vorabanmeldungen ("Pre-Arrival/Departure-Informationen") oder das gemeinsame Risikomanagement machen einen Teil der zollrelevanten Maßnahmen bezüglich bestehender Sicherheitsrisiken im grenzüberschreitenden Warenverkehr aus. Ziel ist, neben dem Identifizieren von Sicherheitsrisiken, die Absicherung der durchgängigen internationalen Lieferkette vom Hersteller einer Ware bis zum Endverbraucher. Hierzu ist eine weltweite Anerkennung des AEO-Status notwendig.

Im Rahmen der Weltzollorganisation bestehen zurzeit 77 vergleichbare AEO-Zertifizierungsprogramme und 60 gegenseitige Länder-Sicherheits-Anerkennungen von Sicherheitsprogrammen (MRAs / The Mutual Recognition Arrangements/ Agreements).

Bisher wurden in der Europäischen Union Abkommen mit der Schweiz, Norwegen, Japan, den USA und China unterzeichnet. Weitere Verhandlungen mit Drittländern (z.B. Kanada) laufen derzeit.

Der Status des Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten ist in allen EU-Mitgliedstaaten gültig und zeitlich nicht befristet. Der Status kann in drei Varianten erteilt werden:

- AEO-Bewilligung "Zollrechtliche Vereinfachungen" (AEOC)
- AEO-Bewilligung "Sicherheit" (AEOS)
- AEO-Bewilligung "Zollrechtliche Vereinfachungen und Sicherheit" (AEOC und AEOS, sogenannte kombinierte Bewilligung) früher AEO-F. Aktuell sind 2020 in der EU ca. 9000 AEO-F-Zertifizierte Unternehmen!



Der AEO als Schnittstelle zwischen Zoll- und Außenwirtschaftsrecht

AEO-Vorteile/Benefits - International

Die Zollverwaltung überwacht die Einhaltung aller Vorschriften im Rahmen des grenzüberschreitenden Warenverkehrs der EU. Dabei ist ein elektronisches Risikomanagement installiert worden, um sensitive Exporte rechtzeitig zu erkennen, Ausfuhrgenehmigungspflichten zu identifizieren und Verstöße gegen Beschränkungen frühzeitig zu erkennen. Spätestens seit "9/11" ist das Zollrecht auch Gefahrenabwehrrecht und soll die Sicherheit in der internationalen Lieferkette sicherstellen. Letztlich geht es um ein Compliance Management im Rahmen des grenzüberschreitenden Warenverkehrs.

Wie beim AEO ist auch im Außenwirtschaftsrecht ein internes Kontrollprogramm (BAFA-ICP/Internal Compliance Program) vorgeschrieben, damit sensible Güter nicht unkontrolliert und rechtswidrig in den internationalen Handel gelangen. Wie beim AEO sind damit Vergünstigungen verbunden.

Für ein funktionsfähiges ICP sind auch, wie beim AEO, unternehmensspezifische Schulungskonzepte und Sensibilisierungen umzusetzen:

Betriebliche Verfahren und allgemeine Sensibilisierung: Dieses Kernstück des ICP soll betriebliche und organisatorische Exportkontrollverfahren durch schriftliche Anleitungen und Leitfäden fixieren. Dies beinhaltet auch die Sensibilisierung, Schulung und Information der Mitarbeiter.

EU-Sicherheitskonzepte im Rahmen der Luftsicherheit

Mit den Zertifizierungen von Unternehmen zu bekannten Versendern und von Logistik-Unternehmen zu reglementierten Beauftragten ist ergänzend auch ein spezielles Sicherheitskonzept in der internationalen Lieferkette zur Luftsicherheit in der Europäischen Union realisiert. ▶

ahv nrw magazin 2020 145

AEO-S - LEHR- UND LERNKONZEPTE (Schulungs-Inhalte)

• Terrorismus / Recht



- Äußere Sicherheit:
- · Innere Sicherheit:



- Sicherheitsanforderungen an internationale Geschäftspartner und Dienstleister
- · Besucherregelung
- Umgang mit Drittlands-Importen
- Überwachte und gesicherte Abläufe, insbesondere bei Drittlands-Exporten!!: Wareneingang, Lagerung, Fertigung, Versand
- Manipulations- und Diebstahlprävention
- Sensibilisierung, Sicherheitstraining / Bedrohungsbewusstsein und Personalbezogene Sicherheitsaspekte
- Interne Unternehmens-Kommunikation im Licht der Sicherheit der internationalen Lieferkette
- Meldung und Umgang mit Unregelmäßigkeiten und Notfallpläne

Daneben stehen als Hilfsmittel zur Entwicklung und Umsetzung von Schulungskonzepten die Leitlinien für "Zugelassene Wirtschaftsbeteiligte" der EU/TAXUD aus 2016 zur Verfügung. Diese enthalten Erläuterungen zu den einzelnen Bewilligungsvoraussetzungen.

Aufgaben des AEO-S-Sicherheitsbeauftragten

(ZOLL-Fragenkatalog – 6.1.4 / ISO 28001:2007, Abschnitt A.3 ISO 9001:2015, Abschnitt 5 ISPS-Code)

Sicherheitsmanagement und interne Organisation

Risiko:

- Unzureichende Koordinierung von Sicherheitsmaßnahmen im Unternehmen des Antragstellers.
- Benennung eines Mitarbeiters mit hinreichender Autorität, der für die Koordinierung und Umsetzung angemessener Sicherheitsmaßnahmen in allen Abteilungen des Unternehmens zuständig ist.
- Anwendung förmlicher Verfahren für die Leitung/Nachverfolgung aller Logistikprozesse unter Sicherheitsaspekten.
- Anwendung von Verfahren zur Gewährleistung der Sicherheit der Waren für den Fall der Abwesenheit der zuständigen Mitarbeiter wegen Urlaubs oder aus anderen Gründen.

Schulungen zur Sicherheit der internationalen Lieferkette

(ZOLL-Fragenkatalog – 6.11.3 / ISO 28001:2007, Abschnitt A.3)

Risiko:

- Fehlende Systeme für die Schulung der Mitarbeiter in den Sicherheitsanforderungen und folglich unzureichendes Sicherheitsbewusstsein.
- Benennung einer zuständigen Person für die Ermittlung des Schulungsbedarfs, die Deckung dieses Bedarfs und die Anfertigung von Aufzeichnungen über die Schulungen.
- Schulung der Mitarbeiter im Hinblick auf die Erkennung potenzieller interner Sicherheitsgefährdungen.

Die Feststellung von Eindringen/Manipulationen und die Verhinderung unbefugten Zugangs zu gesicherten Räumlichkeiten, Waren, Fahrzeugen, automatisierten Systemen, Siegeln und Registern. Durchführung von Tests mit "unsicheren" Waren und Situationen; die Sicherheitsschulungen können Bestandteil einer allgemeinen Arbeitssicherheitsschulung sein, an der alle Mitarbeiter teilnehmen; Sicherheitsschulungen müssen dokumentiert und regelmäßig (z. B. jährlich) unter Berücksichtigung im Unternehmen tatsächlich eingetretener Vorfälle aktualisiert werden.

Neue Mitarbeiter sollten eine Intensivschulung erhalten, da sie noch über keinerlei Kenntnisse verfügen und in keiner Weise sensibilisiert sind.

Multimediale Anforderungen an Lehr- und Lernkonzepte.

Um den skizzierten Anforderungen einer Schulung zur Sicherheit



146 ahv nrw magazin 2020

der internationalen Lieferkette mit Beteiligung aller relevanten Unternehmensbereiche und einer Adressatengerechten Information und Schulung (vom Geschäftsführer über die Abteilungsleiter bis hin zu Facharbeitern und Lageristen) gerecht zu werden, ist ein multimediales Lehr- und Lernkonzept zu realisieren:

KONZEPT-ELEMENTE

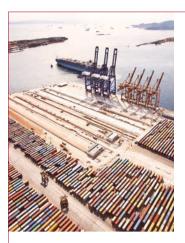
- Power Point Präsentation
- E-Learning mit Bild- und Textlektionen sowie Lektionen bezogenen Testsequenzen
- Hand-Outs für Mitarbeiterschulungen der Abteilungsleiter
- Sicherheitsbezogene unternehmensspezifische Praxis-Rundgänge unter Sicherheitsaspekten (äußere und innere Sicherheit)
- Integration der Informations- und Lernelemente in das Unternehmens-Intra-Net

FAZIT

Ein wesentlicher Baustein zur Abwehr terroristischer und krimineller Angriffe im Rahmen des globalen Handels und damit zur Sicherheit der internationalen Lieferkette mit länderübergreifenden Sicherheitsinitiativen ist die unternehmensinterne, abteilungsübergreifende Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter.

Die besondere Bedeutung von sicheren und zuverlässigen internationalen Handelsbeziehungen und Lieferketten:

Beispielsweise Zahlungs- und Lieferzuverlässigkeit ist gerade in diesen Zeiten der Corona-Pandemie offensichtlich geworden (Stichwort: unterwegs verschwundene oder umgeleitete Schutz-Masken-Lieferungen, Betrug mit Beatmungsgeräten, etc.). ◀



Unser Produktportfolio:

- + SAP GTS Remote Support & Beratung
- + AEO/ZWB Beratung
- + ATLAS Export/Import
- + EMCS
- + Intrahandelsstatistik
- + Präferenzabwicklung & Langzeitlieferantenerklärung

Hübner IT Solutions GmbH – Die Zollspezialisten!

Seit 1983 haben wir uns auf die Optimierung von Verzollungsprozessen spezialisiert und entwickeln für Sie Zoll-Softwarelösungen. Wir unterstützen Sie in Zollberatungsthemen wie z. B. der AEO Zertifizierung oder Ihrer anstehenden Zoll- und Außenwirtschaftsprüfung. Ihre Anforderungen im Bereich SAP GTS (Global Trade Services) betreut unser projekterfahrenes Service-Team gerne.

Hübner SAP GTS Remote Support – Auch aus der Ferne für Sie da!

Hübner IT Solutions unterstützt als Beratungsunternehmen Kunden im Bereich SAP GTS und greift auf eine Erfahrung aus mehr als 40 Einführungsprojekten zurück. Unser Know-how stellen wir Ihnen nicht nur inhouse, sondern auch als Service via Remote Support zur Verfügung.

- + Umfassendes Know-how erfahrener Spezialisten im Bereich GTS und Zoll.
- + Kurze Reaktionszeiten und direkte Verfügbarkeit bei Problemen und Fragestellungen.
- + Automatische Updates für eine gesetzlich konforme GTS Version.
- + Transparente Kostenstruktur durch individuelle Abnahmevolumen.

Sie haben Fragen zum Hübner SAP GTS Remote Support oder anderen Services aus unserem Produktportfolio? Wir informieren Sie gerne.



So funktioniert effektives Azubi-Marketing!

Text: Lisa Marie Schelig

Leider müssen Unternehmen heutzutage immer wieder feststellen, wie schwer es ist, freie Lehrstellen zu besetzen. Die meisten Unternehmen sind mit ihren Bewerbungsprozessen zufrieden, andere hinterfragen jedoch ihre Strategien zur Gewinnung von Nachwuchskräften. Das Angebot der Ausbildungswege auf dem Markt jedoch ist vielseitig und gut.

Eine gute Möglichkeit, dem drohenden Fachkräftemangel und unbesetzten Lehrstellen entgegenzuwirken, liegt im Ausbildungsmarketing. Das Ausbildungsmarketing, auch Azubi-Marketing genannt, ist eine spezielle Form des Personalmarketings und umfasst alle Maßnahmen, die ein Unternehmen betreffen, um bei potenziellen Nachwuchskräften als attraktiver Arbeitgeber gesehen zu werden. Selbstverständlich geht es auch darum, talentierte Auszubildende, langfristig, also über die Ausbildung hinaus, an das Unternehmen zu binden.

Effektives Azubi-Marketing ist allerdings nicht nur eine Recruiting-Strategie für große Unternehmen und Unternehmenskonzerne. Auch kleine und kleinste Betriebe sollten sich ausgiebig damit befassen und können von der richtigen Umsetzung profitieren. Eine Grundlage für alle Unternehmensformen ist die Einsicht, dass sich die Verhaltensweisen, Mediennutzung und Ansprüche der jungen Menschen erheblich verändert haben. Sie gibt den Start für die Konzeption einer zielgruppengerechten Kommunikationsstrategie vor und strebt damit den Erfolg des Azubi-Marketings an.

Nichts desto trotz gilt es, die potenziellen Auszubildenden dort abzuholen, wo sie bis dato noch zu finden sind – in der Schule. Zahlreiche Unternehmen setzen daher gezielt auf eine gute Kombinationsstrategie aus Schul- und Azubi-Marketing. Beim Schulmarketing geht es darum, Orientierungsangebote in Zusammenarbeit mit Schulen zu schaffen, die authentische Einblicke in den Ausbildungsalltag geben.

Hier setzen wir als Unternehmerschaft Düsseldorf und Umgebung e.V., als Sprachrohr der Arbeitgeberverbände im Rheinland und der Emscher-Lippe Region, mit unseren Personal- und Ausbildungsverantwortlichen der Mitgliedsunternehmen, an. Wir konzipieren gemeinschaftlich innovative Konzepte, um bei der Nachwuchsgewinnung zu unterstützen. Um eine Kommunikation auf Augenhöhe zu gewährleisten, sind engagierte Auszubildende unsere Hauptakteure, mit denen wir uns nach ausgiebigen Schulungen, auf die Suche nach talentierten Nachwuchskräften begeben. Teilnehmende Auszubildende sprechen im direkten Austausch mit den Schülerinnen und Schülern über ihren Berufsalltag, beantworten Fragen, die auf Du-Ebene leichter gestellt werden können, spielen Bewerbungsprozesse durch und erzählen von den zahlreichen Möglichkeiten, Herausforderungen und Weiterbildungschancen der jeweiligen Unternehmenswelt. Allerdings haben die letzten

UNTERNEHMERSCHAFT DÜSSELDORF UND UMGEBUNG E.V.

148 ahv nrw magazin 2020

Monate deutlich gezeigt, dass Unternehmen nicht nur auf Schülerinnern und Schüler schauen sollten. Schul- und Studienabbrecher, die nach neuen Perspektiven suchen, zählen ebenso zur Zielgruppe. Zahlreiche Studien belegen auch, dass Eltern und Lehrkräfte ebenfalls wichtige Multiplikatoren sind, die bei der Entscheidung für eine Ausbildung/ein Unternehmen eine wichtige Rolle spielen.

Ein effektives und erfolgreiches Azubi-Marketing sollte aus einem Strategiemix bestehen, der potenzielle Bewerberinnen und Bewerber frühzeitig anspricht und das Interesse an einer Ausbildung weckt. Alle Maßnahmen sollten mit den eigenen Ressourcen des Unternehmens abgeglichen werden. Das Wichtigste ist und bleibt die Vermittlung von authentischen Einblicken in den Berufsalltag der Auszubildenden und der Unternehmenswelt, um den interessierten Schülerinnen und Schülern einen realistischen Eindruck zu vermitteln. Egal ob analog oder digital!

Vier Tipps zur Optimierung Ihrer Strategien:

1. Stärken Sie die Bekanntheit Ihrer Marke und die lokalen Aktivitäten!

Die Mehrheit der Schülerinnen und Schüler informieren sich immer noch gerne auf Messen oder in lokalen Medien.

2. Suchen Sie dort, wo Ihre Zielgruppe ist!

Präsentieren Sie sich auf lokalen Events, die Ihren "Typ von Mensch" ansprechen. Nicht jeder Ausbildungsbetrieb sucht nach den gleichen Eigenschaften. Melden Sie sich auch auf zielgruppengerechten Plattformen, in Foren oder Blogs zu Wort.

3. Setzen Sie Ihre Auszubildenden ein!

... und zwar dort, wo potenzielle Bewerberinnen und Bewerber zu finden sind: In der Schule. Stellen Sie die Ausbildungsberufe vor, lassen Sie Fragen zu Ihrem Unternehmen auf Du-Ebene beantworten und geben Sie authentische Einblicke des Berufsalltages.

4. Sprechen Sie weitere Multiplikatoren an!

Eltern und Lehrkräfte spielen eine große Rolle im Entscheidungsprozess der jungen Menschen. Beziehen Sie sie immer in Ihre Konzepte mit ein. Klären Sie als Unternehmen auf, informieren Sie über Inhalte, die Eltern und Lehrkräfte interessieren und schaffen Sie für soziale Aspekte einen Raum. ◀

Autorin:

Lisa Marie Schelig ist die Projektleiterin des Azubi-Marketing der Unternehmerschaft Düsseldorf und Umgebung e.V..

2011 – 2014 Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau

2014 – 2017 FOM Hochschule, Studiengang: Marketing-Kommunikation

2017 – bis heute Projektreferentin Unternehmerschaft Düsseldorf, u.a. verantwortlich für das Azubi-Marketing

Lisa Marie Schelig absolviert zurzeit die Vorbereitungs- und Prüfungsphase zur Ausbilderin (AdA Ausbildung der Ausbilder).

Azubi-Marketing der Unternehmerschaft Düsseldorf: "Wir bieten rund 50 Seminare für Auszubildende an, beispielsweise zu den Themen Lerntechniken, Telefontraining, Prüfungsvorbereitung, Zeitmanagement, Selbstorganisation, erfolgreiches Präsentieren und Kundenkontaktschulungen. Sehr erfolgreich sind auch unsere beliebten Azubi-Tage."



Lisa Marie Schelig Projektleitung Azubi-Marketing

Unternehmerschaft Düsseldorf und Umgebung e.V.

Achenbachstraße 28 40237 Düsseldorf

T +49 211 205 756 01 l.schelig@ unternehmerschaft.de www. unternehmerschaft.de

ahv nrw magazin 2020 149



EnergieAgentur.NRW

Ihr Partner bei der Erschließung internationaler Märkte

Das Netzwerk Internationale Beziehungen und Außenwirtschaft der EnergieAgentur.NRW unterstützt die Internationalisierung insbesondere von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) im Energiebereich. Ziel des Netzwerks ist es, das Wachstum und die Produktivität nordrhein-westfälischer KMU sowie deren Teilnahme am Welthandel zu steigern, Angebote, Lösungen und Unternehmen zu vernetzen und Fachinformationen aus den Märkten bereitzustellen. Dabei arbeitet der Bereich mit vielen nationalen und internationalen Netzwerkpartnern aus der Wirtschaft, der Finanzierung, der Forschung und der Politik zusammen. Das Netzwerk umfasst etwa 3.000 Kontakte im Inund Ausland.

Ziele und Aufgaben des Netzwerks "Internationale Beziehungen und Außenwirtschaftsaktivitäten":

Neben Fachveranstaltungen und Kontaktvermittlung werden regelmäßig Unternehmerreisen und Messeauftritte angeboten. Vorbereitend zu den Reisen informiert das Netzwerk regelmäßig auf eigenen Veranstaltungen zu internationalen Energiemärkten, gesetzlichen Rahmenbedingungen, Förderund Finanzierungsmöglichkeiten für die Umsetzung von Projekten sowie den Ausbau der erneuerbaren Energien in den Zielmärkten. Darüber hinaus begrüßt die EnergieAgentur.NRW jährlich etwa 30 internationale Delegationen, um aktuelle Energiefragen zu diskutieren und innovative Leuchtturmprojekte aus der Region vorzustellen.

Die Arbeiten des Netzwerks fokussieren sich daher auf

- die Unterstützung und fachliche Begleitung internationaler Unternehmerreisen
- die Vermittlung von Kontakten
- die erfolgreiche Planung und Durchführung von Veranstaltungen im In- und Ausland unter Einbeziehung von NRW-Unternehmen, Fachorganisationen, Institutionen und Forschungseinrichtungen
- den aktiven Informationsaustausch zu den Zielen, Maßnahmen und zu Projekten in NRW im internationalen Fokus und
- die Umsetzung der landespolitischen Ziele im Klimaschutz- und Energiebereich im internationalen Kontext.







Impressum

AHV NRW MAGAZIN

Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen Magazin

Verlag

Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V. WIR! - die Außenhändler (AHV NRW) Achenbachstrasse 28 40237 Düsseldorf

Geschäftsführer: Dipl.-Betriebsw. Andreas Mühlberg T+49 211 66 908 28 info@ahv.nrw www.ahv.nrw

Redaktion

Dipl.-Betriebsw. Andreas Mühlberg (verantwortlich für den Inhalt im Sinne des Presserechts) T +49 211 66 908 28 andreas.muehlberg@ahv.nrw

Joop van Reeken & Verena Winter Terborgseweg 10 7091 DS Dinxperlo (NL) T +49 151 22 678 191 info@grenz-blick.eu www.grenz-blick.eu

Copyright

AHV-Texte © 2020 by Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e $\,\rm V$

Das Copyright der gelieferten Beiträge liegt beim jeweiligen Autor bzw. Unternehmen. An das AHV NRW Magazin gelieferte Beiträge geben die Meinung des Autors, aber nicht unbedingt die Meinung des AHV NRW e.V. wieder.

Anzeigen

LION Handels- und Verlags GmbH Anne Kietzmann T +49 5151 98 93 51 kietzmann@verlagsmail.de Auflage: 2.000 Nachdruck nur nach Vereinbarung mit dem Verlag.

Art Direction / Design / Layout

GrenzBlickAtelier Joop van Reeken Terborgseweg 10 7091 DS Dinxperlo (NL)

Herstellung / Druck

LION Handels- und Verlags GmbH Geschäftsführer: Jürgen R. Hilscher Stüvestraße 41 31785 Hameln T+49 5151 98 93 40



Waren-Anhänger für Ihr Unternehmen gemacht.



100%

Aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern

AB - 122436

Farbe nach Wunsch

Bedruckt oder blanko - diverse Formate

Material: PVC, PET und PP

Metall lackiert oder papierkaschiert

Manila- oder Karteikarton

vielseitig

- variantenreich
 - verdammt gut

Alles für Logistik und Versand

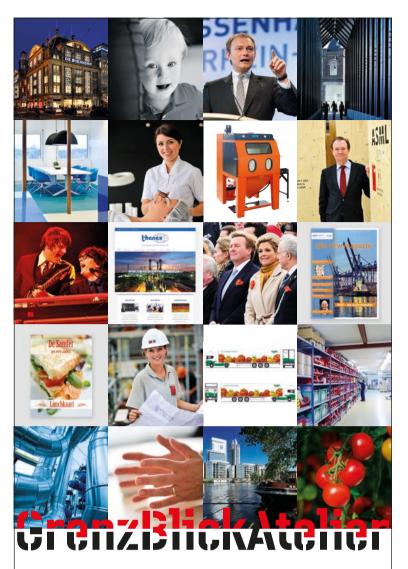
- CMR-Frachtbriefe
- Güterkraftverkehrs-Frachtbriefe
- Speditionsformulare

Haben Sie noch Fragen?

Wir beraten Sie gern:

Fon 05151 9893-40 info@lion-formularverlag.de

www.lion-formularverlag.de



Design Fotografie Galerie Event

GrenzBlickAtelier
Terborgseweg 10
7091 DS Dinxperlo
Niederlande
T 0151 22678191
info@grenz-blick.eu

www.grenz-blick.eu

Impressum - Liste der Autoren (inkl. Seitenzahl)

- 1: **Theo-Heinz Nientimp**, Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf
- 5: **Dr. Stephan Holthoff-Pförtner**, Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie Internationales. Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf
- 7, 20: **Jan Krückemeyer**, Vizepräsident Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V., Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
- 9: **Arndt G. Kirchhoff**, Präsident unternehmer.nrw, Uerdinger Straße 58, 40474 Düsseldorf
- 10, 58, 79: **Dipl.-Betriebsw. Andreas Mühlberg**, Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf
- 10, 40, 54, 92, 96, 108: **Joop van Reeken** und **Verena Winter**, Terborgseweg 10, 7091 DS Dinxperlo, Niederlande
- 18: Karl-Alois Bläser, Referatsleiter VIII A 3, Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Berger Allee 25, 40313 Düsseldorf
- 22: **Stefanie Eich**, Zoll, und **Karl Martin Fischer**, Ausländisches Wirtschaftsrecht, GERMANY TRADE & INVEST, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn
- 24: **Anne Kietzmann**, LION Handels- und Verlags GmbH, Stüvestraße 41, 31785 Hameln
- 28: Marcus Schwenke, Abteilungsleiter Import Handelspolitik & Zollrecht, Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V., Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin
- 30: **Dipl.-Ing. Michael Nolden**, ZENIT Technologieberater, ZENIT GmbH, Bismarckstraße 28, 45470 Mülheim an der Ruhr
- 32: **Sam Pieters**, Berater für Handelsfragen, Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland, Unter den Linden 78, 10117 Berlin
- 34: **Michael Andergassen**, Generalsekretariat Bereich Verkehr, Mobilität und Erreichbarkeit, Handelskammer Bozen, Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen, Italien
- 36: **Katharina Stockmann**, LWL-Industriemuseum, Textilwerk Bocholt, Uhlandstraße 50, 46397 Bocholt
- 44: Alexander Pawellek, Leiter Produktentwicklung, Supply Chain Finance & Innovation, Commerzbank AG, 60261 Frankfurt
- 46: Dr. Fabian Breckheimer, Rechtsanwalt, tradeo LLP Rechtsanwälte, Karl-Arnold-Platz 1. 40474 Düsseldorf
- 52: Matthias Merz, Geschäftsführer, AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH, Königsstraße 46, 48143 Münster
- 64: **Dr. Christophe Kühl**, Rechtsanwalt, Avocat à la Cour de Paris, Qivive Avocats & Rechtsanwälte, Konrad-Adenauer-Ufer 71, 50668 Köln
- 67: Dr. Rima Hannemann-Kacik, Rechtsanwältin, und Dr. Nathalie Harksen, Rechtsanwältin, AWB Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Königsstraße 46, 48143 Münster
- 70: **Dr. Inge Hackenbroch**, im Auftrag der IHK Mittlerer Niederrhein International, Friedrichstraße 40, 41460 Neuss
- 82: **Sebastian Wimmer**, Geschäftsführender Gesellschafter, WiSTO Service GmbH, Schwartzstr. 60, 46045 Oberhausen
- 84: **Raphael Dubiel**, Sales Director Central Europe & Benelux, Fortaco Group, Oy Plaza Business Park, Äyritie 24, 01510 Vantaa, Finland
- 86, 90: **CREATIVE.NRW**, Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft, c/o Startplatz, Im Mediapark 5, 50670 Köln
- 98: **Isabelle Oster**, Rechtsanwältin, unternehmer.nrw, Uerdinger Str. 58-62, 40474 Düsseldorf
- 100: **Ingo Egloff**, Vorstand, Hafen Hamburg Marketing e.V., Pickhuben 6, 20457 Hamburg
- 102: **Axel Hebmüller** und **Harry Flint**, Hebmüller Verwaltung GmbH, Broicherseite 17, 41564 Kaarst
- 104: **Michael J. Johnson**, Director TCC Trade & Customs Consulting Germany, KGH Customs Services GmbH, Kurze Str. 19-21 59494 Soest
- 107: $\bf Hanns\, Dahm$, Prokurist, S-International Rhein-Ruhr GmbH , Kennedyplatz 6, 45127 Essen
- 118: **Christopher Stein**, Deutsche Leasing, Gastbeitrag durch Stadtsparkasse Düsseldorf, Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf
- 120: **Prof. Dr. Jonas Polfuß**, Professur für Brand Management & Marketing, EBC Hochschule, Campus Düsseldorf, Grafenberger Allee 87, 40237 Düsseldorf
- 122: **Jürgen Steinmetz**, Hauptgeschäftsführer, IHK Mittlerer Niederrhein, Nordwall 39, 47798 Krefeld
- 124: **Petra von der Heyde**, dsgnrup Unternehmenskommunikation Corporate Design, Monforts Quartier 1, Schwalmstraße 301, 41238 Mönchengladbach
- 126: **Björn Bosch, Ursula Berlin-Hörle, Bettina Seyer** und **Patricia Cole,** Walter-Eucken-Berufskolleg, Suitbertusstraße 163/165, 40223 Düsseldorf
- 136: **Dr. Talke Ovie**, Rechtsanwältin, HARNISCHMACHER LÖER WENSING Rechtsanwälte PartGmbB, Hafenweg 8, 48155 Münster
- 138: **Dr. Stephan Kunz**, Chef de Composante Business & Invest, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Point E Rue 9 x F, Immeuble Mame Tické, Ndiaye en face BICIS Point E, Dakar, Senegal, Afrika
- 140: **Malte Theuerkauf**, Geschäftsführer, MT Messe & Event GmbH, Ernst-Thälmann-Straße 35a, 38835 Osterwieck
- 142: Contargo Neuss GmbH, Floßhafenstraße 37, 41460 Neuss
- 144: **Gerhard Friese**, Senior Consultant und Berater, Hübner IT Solutions GmbH, Völlesbruchstr. 6, 52152 Simmerath
- 148: **Lisa Marie Schelig**, Projektleitung, Azubi-Marketing, Unternehmerschaft Düsseldorf und Umgebung e.V., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf



GLOBALIZE YOUR ENTERPRISE!

Unternehmerreisen | Auslandsmessen | Kleingruppenförderung

NRW.International - Außenwirtschaftsförderung für Nordrhein-Westfalen



+ 49 211 710671-10



www.nrw-international.de



facebook.com/NRW.International

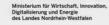


twitter.com/nrw_weltweit

Im Verbund



Gefördert von











GRENZENLOS GUT BERATEN

ZOLLRECHT

EXPORTKONTROLLE

UMSATZSTEUERRECHT

VERBRAUCHSTEUERN





Wir unterstützen Sie mit Expertenwissen und jahrelanger Erfahrung. Unsere klare Spezialisierung ist dabei Ihr entscheidender Vorteil.

Münster | München | Hamburg

www.awb-international.de