Jahrgang 4, September 2018

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

ahv nrw magazin

AHV NRW SOMMERFEST 2018
Ein Fest mit hoher internationaler Beteiligung

DIGITALISIERUNG WIRD ZUM WETTBEWERBSFAKTOR
Michael Lütjann

FINANCIAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT 4.0
Gerhard Schipp

AUSSENHANDEL IN ZEITEN AUFKOMMENDEN PROTEKTIONISMUS
Andreas Mühlberg

ZÖLLE & STEUERN - SZENEN EINER EHE
Talke Ovie & Benno Lange

DIGITALISIERUNG IN DER FOTOGRAFIE
Fokke Eenhoorn & Roland Icking

Münsterland e.V.
niederrhein
invest-in-niederrhein.de
OWL
OstWestfalenLippe
Eine Region. Ein Wort.
DAS BERGISCHE STÄDTEDREIECK
Unternehmerregion Remscheid Solingen Wuppertal
METROPOLE RUHR BUSINESS
Unser starker Standort Südwestfalen
ALLES ECHT!
region aachen

Standort NRW - weltweit vernetzt!

NRW INTERNATIONAL

NRW-Außenwirtschaftsförderung – Zugkraft von Haus aus.

Wer in Nordrhein-Westfalen auf die Exportschiene setzt, bringt seine Umsätze ins Rollen. Wir zeigen Ihnen Wachstumschancen in allen Absatzmärkten – dank der Messebeteiligungen, Unternehmerreisen und internationalen Kooperationsveranstaltungen des Landes Nordrhein-Westfalen. Unser Programm mit weltweiten Kontaktchancen in allen wichtigen Branchen und Ländern liegt jetzt für Sie bereit – natürlich auch online.

NRW.International GmbH
Außenwirtschaftsförderung für Nordrhein-Westfalen
Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf
Telefon: +49 211/71 06 71-10
Telefax: +49 211/71 06 71-20
E-Mail: info@nrw-international.de

www.nrw-international.de
facebook.com/NRW.International
twitter.com/nrw_weltweit

Gefördert vom:

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

Liebe Mitglieder,
sehr geehrte Leserinnen und Leser,

wir, die Außenhändler in Nordrhein-Westfalen, leben in einem Bundesland, das wie kein anderes von seiner geographischen Lage inmitten von Europa wirtschaftlich und kulturell besonders profitiert. In der industriellen Kernregion Europas sind viele international erfahrene Unternehmen zuhause.

So verschieden die einzelnen Regionen in Nordrhein-Westfalen auch sind, so vielfältig sind seine Menschen und seine Unternehmen. Eine hohe Lebensqualität, eine stark ausgeprägte Logistikkompetenz, ein dichtes Netz an Hochschulen, Universitäten und Forschungseinrichtungen prägen unseren Wirtschaftsstandort. Im Fokus unserer diesjährigen Ausgabe steht daher der Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen - weltweit vernetzt.

In unserem ahv nrw magazin finden Sie ein facettenreiches Angebot von Fachbeiträgen, aus denen Sie Handlungsempfehlungen zu außenwirtschaftsrelevanten Themen ableiten können. Unser Dank gilt allen Beteiligten die zur Realisierung dieses Gemeinschaftsprojektes beigetragen haben.

Wir, die Außenhändler, setzen uns für einen freien und regelbasierten Welthandel ein, so wie es die WTO vorgibt. Kein Bundesland in Deutschland importiert jährlich mehr Waren aus dem Ausland als Nordrhein-Westfalen, daher dürfen Gegenmaßnahmen der EU nur mit Bedacht und Augenmaß ergriffen werden. Handelskonflikte, so wie wir sie derzeit in Form von Strafzöllen und nicht-tarifären Handelshemmnissen erleben, kennt nur Verlierer. Wir lehnen eine auf Protektionismus ausgerichtete Wirtschaftspolitik ab. Der Wohlstand Europas beruht auf offenen Märkten und verlässlichen Rahmenbedingungen. Deutschland, und hier insbesondere NRW ist, wie kaum eine andere Region in globale Wertschöpfungsketten eingebunden.

Als Partner im Wettbewerb unterstützen die im AHV NRW vereinten Außenhändler die Industrie in Nordrhein-Westfalen. Mit ihrem fach- und länderspezifischen Know-how öffnen sie weltweit die Türen zu neuen Absatz- und Beschaffungsmärkten.

Der AHV NRW e. V. ist mit seinem Branchenmix, seiner Expertise und seiner Netzwerkkultur ein verlässlicher Gesprächspartner der Politik. Werden Sie ein Teil davon und profitieren auch Sie von unserem internationalen Unternehmer- und Verbandsnetzwerk. Wir laden Sie herzlich dazu ein.

Ihr

Theo-Heinz Nientimp
Vorsitzender,
Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V. (AHV NRW)

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

INHALTSANGABE

1 **Editorial - Theo-Heinz Nientimp**
Vorsitzender des AHV NRW

5 **Grußwort - Armin Laschet**
Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen

7 **Grußwort - Dr. Holger Bingmann**
Präsident des BGA

9 **Grußwort - Arndt G. Kirchhoff**
Präsident der unternehmer.nrw

11 **Grußwort – Thomas Meyer**
Präsident der IHK NRW

12 **Digitalisierung wird zum Wettbewerbsfaktor**
Michael Lütjann

16 **Financial Supply Chain Management 4.0**
Gerhard Schipp

18 **WIR! – die Außenhändler**
Andreas Mühlberg

20 **Bilderbuch mit Eselsohren**
Jan Krückemeyer

22 **Chinas konsumfreudige Mittelschicht**
Prof. Dr. Jonas Polfuß

25 **10 Jahre NRW.Europa**
Dr. Herbert Rath

26 **Technologie und Technologietransfer in der Exportkontrolle**
Matthias Merz

28 **After Trade Club (ATC) – Forum der Aussprache**
Andreas Mühlberg

32 **Chinas „Belt and Road Initiative“ bietet Chancen**
Sebastian Rohloff

34 **Bildung und Innovationskraft**
Stefan W. Dircks

36 **Niemand daheim**
Interview mit dem Fotografen Fokke Eenhoorn

42 **Von Meerbusch aus in die Welt**
Heike Reiß

45 **Natürlich voller Ideen – im Münsterland**
Sabrina Becker

niederrhein
invest-in-niederrhein.de

METROPOLE RUHR BUSINESS

AHV NRW Magazin 2018

46 **Zölle & Steuern – „Szenen einer Ehe“**
Dr. Talke Ovie und Benno Lange

49 **NRW.INVEST weltweit vernetzt**

50 **Employer Branding**
Maria Fischer

54 **Brexit – eines der letzten Abenteuer unserer Zeit?**
Marcus Hellmann

56 **Auszubildende weltweit vernetzt**
Peter Schulte

60 **„Ohne diese Räder läuft hier gar nichts“**
Joop van Reeken und Verena Winter

62 **Sommerfest 2018**
Fotoreportage – siehe auch Seite 116 und 148

66 **Lang lebe der König – Zollbegünstigungen durch den REX**
Corinna Tamminga

68 **AHV NRW Mitgliederversammlung 2018**
Andreas Mühlberg

78 **Region Aachen**
Prof. Dr. Christiane Vaeßen

80 **Export- und Zollschulungen**
Bernhard Morawetz

82 **Standort Niederrhein – Zuhause in der Welt**
Bertram Gaiser

84 **Marktchancen erfolgreich nutzen**
Andrea Kühn und Christoph Holzem

86 **Deutsch-Iranische Geschäftsbeziehungen**
Dr. Fabian Breckheimer

90 **FACadE**
Interview mit dem Fotografen Roland Icking

96 **Handelspolitische Schutzinstrumente**
Dr. Kai Henning Felderhoff

98 **Hafen Hamburg und NRW**
Ingo Egloff

100 **Optimale Exportfinanzierung aus Sicht der Exporteure**
Gabriele Romeike-Fänger

102 **Starke Unternehmen – starke Region Südwestfalen**
Marie Ting

106 **NETVRIDA und AHV**
Rainer Heumann

110 **Italien aus Sicht des deutschen Exporteurs**
Karl-Heinz Lauser

112 **Jetzt nach Afrika!**
Tom Pause

120 **Exportchancen nutzen – Risiken begrenzen**
Eva Stupp

122 **Madagaskar**
Dr. Georg Jaster

126 **Disruptive Entwicklungen im Außenhandel?**
Interview mit Frank Gessner, Gerhard Schipp & Matthias Walter

128 **Der Außenhandel – eine der ältesten Traditionen**
Anne Kietzmann

132 **Deutsch-Chinesische Automotive-Allianz**
Anette Kolkau

134 **Virginia Beach Department of Economic Development**
Michael Vossel

138 **SADC-Konferenz**
Ulrich Gunka

140 **Inmitten der blauen Banane**
Thomas Zeller

143 **NRW und Sichuan**
Anna Malis

144 **Außenwirtschaftsrunde e.V.**
Thomas Stühle

146 **Vernetzung – Lernen und Informationsvermittlung**
Carina Brachter

151 **Impressum**

Imperial™ logistics

customise • collaborate • compete

Ein neues Gesicht. Ein modernes und einprägsames neues Logo, das für Qualität und Leistung steht. Grenzenlos, weltweit.
Erfolgreiche Logistik kennt keine Grenzen – weder in interkontinentalen Supply Chains noch im Dialog mit unseren Kunden und Partnern.

Imperial Logistics International B.V. & Co. KG | www.imperiallogistics.com

Der Ministerpräsident
des Landes Nordrhein-Westfalen

Nordrhein-Westfalen ist ein starkes Exportland. Mehr als die Hälfte unserer Exporte geht in den europäischen Raum. Unsere wichtigste Basis für stabile Außenwirtschaftsbeziehungen sind deshalb die europäischen Märkte. Insofern überrascht es nicht, dass die Entscheidung Großbritanniens, die Europäische Union zu verlassen, Nordrhein-Westfalen überdurchschnittlich stark betrifft. Eine Untersuchung des Europäischen Ausschusses der Regionen geht davon aus, dass 41 von insgesamt 50 Regionen, die mit Nachteilen durch den Brexit rechnen müssen, in Deutschland liegen. Nach Hamburg und Berlin ist vor allem die Rheinschiene um Köln und Düsseldorf herausgefordert. Die Wirtschaft unseres Landes ist allerdings seit Jahrzehnten in hohem Maße international engagiert, vernetzt und global ausgerichtet, sodass sie für neue Herausforderungen gut gewappnet ist. Außerdem begleiten die Landesregierung Nordrhein-Westfalen intensiv die Verhandlungen mit Großbritannien, unterstützt von unserem Brexit-Beauftragten Friedrich Merz. Wir wollen weiterhin enge und freundschaftliche Beziehungen zu Großbritannien, und das nicht zuletzt ausdrücklich im Interesse unserer Wirtschaft.

In ihrem Interesse liegt ebenso der Aufbruch, der mit dem Antritt der neuen Landesregierung bereits im vergangenen Jahr begonnen hat und mit dem wir mehr Dynamik erreichen wollen. Unser Ziel ist eine in jeder Hinsicht bedeutende Wirtschaft in einem Land, das mit seiner starken, zunehmend digital orientierten Industrie, mit vielen Weltmarktführern, mit zahlreichen Technologie- und Gründerzentren sowie Forschungseinrichtungen bereits heute ein dynamischer Wirtschaftsstandort ist. Unsere Standortqualitäten zeigen sich auch daran, dass bisher 19.000 ausländische Unternehmen in unserem Land investiert haben. Auch deshalb sind wir für den Freihandel auf der Basis der sozialen Marktwirtschaft. Die Landesregierung setzt sich in diesem Sinn in den vor uns liegenden, sicherlich turbulenten Monaten mit aller Kraft dafür ein, dass Nordrhein-Westfalen sich als die bedeutendste Wirtschaftsregion Deutschlands weiter positiv entwickeln kann.

Armin Laschet

Deutschland
ist Mittelstand.
Wir sind die
Mittelstandsbank.
FINANCE
Das Magazin für Finanzchefs
www.commerzbank.de/mittelstandsbank
Bei einer Befragung von Finanzchefs nach den Top-3-Banken im deutschen Firmenkundengeschäft durch das Magazin FINANCE belegte die Commerzbank erneut Platz 1. FINANCE, Ausgabe 03/04 2018
COMMERZBANK
Die Bank an Ihrer Seite

Sehr geehrte Damen und Herren,

Weltweit vernetzten – das ist die DNA der Außenhändler. Sie sind es doch, die den Weg des internationalen Handels, der globalen Wertschöpfungsketten und schließlich der Globalisierung bereitet haben. Die Digitalisierung verleiht dieser Entwicklung einen ganz neuen Schwung. Dabei ist Digitalisierung als Schlagwort eigentlich nicht neu. Sie ist in unseren Köpfen schon seit langem präsent, insbesondere bei der Prozessoptimierung in unseren Unternehmen und gewinnt dort zunehmend an Dynamik. Doch stand bislang die Vereinfachung von Abläufen im Mittelpunkt, um die zur Verfügung stehenden Ressourcen in beispielsweise Lagerwirtschaft, Auftragsverwaltung oder Buchhaltung besser zu nutzen, geht es nun darum, völlig neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und diese mit den bestehenden Strukturen und auch mit neuen Partnern zu verbinden. Der Außenhandel muss sich dieser Herausforderung stellen und gerecht werden, will er auch morgen noch erfolgreich sein.

Daten sind der Rohstoff des 21. Jahrhundert. Big Data, Smart Data und Künstliche Intelligenz – die Begriffe sind in aller Mund, man liest sie allerorten. Aber wie sehr sind diese Themen schon im Unternehmen angekommen?

Der permanente technologische Wandel und die intensivere Datennutzung wird zu Umbrüchen in den Branchen führen. Zunehmend wird die Veränderung der Märkte, die mit den neuen digitalen Technologien einhergeht existenziell. Wir werden mit der digitalen Transformation keinen Status Quo erreichen, in dem wir uns gemütlich einrichten können. Sie wird uns dafür im Gegenzug aber auch neue Wachstumsmöglichkeiten bescheren.

Was mache ich als Unternehmer aber, wenn ich diesen Druck spüre? Ich suche Experten und Spezialisten. Die gibt es aber kaum oder zumindest nicht in ausreichender Zahl. Die Wenigen, die geeignet sind, gehen in die Metropolen, gründen selbst oder lassen sich von Konzernen locken. Wir brauchen aber eigene Mitarbeiter, die fit für Big Data sind: digitale Fachkräfte. Die müssen wir aus- und weiterbilden. Da ist nicht alleine die Politik gefordert sondern auch die Unternehmen selbst. Wichtig ist, dass die Unternehmen eine Kultur schaffen, in der diese neuen Fach- und Führungskräfte ankommen und bleiben können.

Anstatt ständig über die Gefahren zu spekulieren, müssen wir die Erfolgsgeschichten erzählen. Denn nichts wirkt motivierender und unmittelbarer als eine gute Geschichte. Wir brauchen Vorbilder, über die öffentlich geredet wird.

Dr. Holger Bingmann
Präsident
Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e. V.

BGA
Bundesverband
Großhandel, Außenhandel,
Dienstleistungen e.V.

Weil wir den Motor der Wirtschaft am Laufen halten. In Deutschland und an 64 Standorten weltweit.

sskduesseldorf.de

Stadtsparkasse
Düsseldorf

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Außenhandel ist eine der zentralen Säulen der Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Damit dies so bleibt und Unternehmen ihre Produkte für die Welt auch am Standort NRW herstellen können, müssen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen stimmen. Die schwarz-gelbe Landesregierung hat mit dem NRW-Koalitionsvertrag ein starkes Signal des Aufbruchs ausgesandt, das der Wirtschaftsstandort NRW auch dringend braucht. Die beiden Entfesselungspakete, mit denen etwa das Tariftreue- und Vergabegesetz entrümpelt und der Landesentwicklungsplan wirtschafts- und investitionsfreundlicher gemacht wurde, waren richtige Weichenstellungen.

Besonders wichtig für die europäische Verkehrsdrehscheibe Nordrhein-Westfalen sind die Maßnahmen in der Verkehrspolitik: Nach schweren Versäumnissen der Vorgängerregierung setzt der unlängst vorgestellte verkehrspolitische Masterplan jetzt die richtigen Schwerpunkte - etwa durch den Ausbau der Planungskapazitäten, mit schnelleren Genehmigungsverfahren und effizientem Baustellenmanagement.

Klar ist aber auch: NRW muss sich mehr anstrengen als andere Bundesländer, um im Wettbewerb um Investitionen und Arbeitsplätzen nach vorne zu kommen und zu bleiben. Hierzu müssen möglichst schnell die investitionshemmenden Regelungen des Landeswasser- und des Landesnaturschutzgesetzes beseitigt werden. Die umweltpolitischen Alleingänge Nordrhein-Westfalens müssen ein Ende haben. Der gestartete Aufholprozess darf nicht ins Stocken geraten. Wenn wir dafür alle Kräfte bündeln, bin ich sehr optimistisch für die Zukunft des Wirtschaftsstandorts NRW.

Ihr

Arndt G. Kirchhoff
Präsident,
unternehmer nrw

unternehmer nrw
Landesvereinigung der Unternehmensverbände Nordrhein-Westfalen e.V.

NRW.INVEST
GERMANY

Neue Chancen in Nordrhein-Westfalen.
Ihr Investitionsstandort Nr. 1 in Deutschland.

Erst das perfekte Zusammenspiel von Faktoren wie Wirtschaftskraft, Infrastruktur und kulturelles Leben machen eine Region zu einem starken Investitionsstandort. Nordrhein-Westfalen | NRW ist in vieler Hinsicht einzigartig. Profitieren Sie von den unzähligen Möglichkeiten und Gegebenheiten, die Ihnen das bevölkerungsreichste deutsche Bundesland bietet. Gleich für welche Branche oder welches Projekt, hier finden Sie die optimalen Voraussetzungen für neue Chancen. Über 19.000 ausländische Unternehmen haben sich bereits für die Metropolregion Nordrhein-Westfalen entschieden. Sprechen Sie mit uns, wir überzeugen auch Sie gerne. Als One-Stop-Agency unterstützen wir Sie bei Ihren Investitionsprojekten: www.nrwinvest.com

GERMANY
AT ITS
BEST
NORDRHEIN-WESTFALEN

Sehr geehrte Damen und Herren,

zur Jahresmitte 2018 sieht sich die NRW-Exportwirtschaft turbulenten Zeiten gegenüber. Bereits in den vergangenen Jahren begann eine Entwicklung, in deren Folge sicher geglaubte Wahrheiten in Frage gestellt wurden: Brexit, America First, Russlandsanktionen und Türkeikrise. Und 2018? Setzen sich die Turbulenzen im internationalen Handel mit den neuen Entwicklungen im Iran fort. Als Folge wächst in Teilen der Bevölkerung die Skepsis gegenüber einer freien Handelsordnung.

Und die Exportwirtschaft? Noch läuft sie, als sei nichts geschehen. Zwar beginnt sich die Konjunktur etwas einzutrüben, doch Nordrhein-Westfalen konnte zuletzt sogar mit einem höheren Exportwachstum aufwarten als der Rest von Deutschland. Um 6,9 Prozent stiegen die Ausfuhren der hiesigen Unternehmen 2017. Nordrhein-Westfalen erreicht einen Anteil von 15 Prozent am deutschen Export und konnten erstmalig wieder etwas Boden gutmachen. Damit bleibt der Außenhandel eine der wichtigsten Stützen für den Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen.

Angesichts der vielen kritischen Stimmen im Ausland, aber auch im Inland, bleiben stabile und faire Regeln das Fundament für den NRW-Außenhandel. Insbesondere der Mittelstand ist auf einen verlässlichen Handelsrahmen angewiesen, denn er kann nicht in der ganzen Welt eigene Produktionsstandorte unterhalten und Lieferketten nicht nach politischer Großwetterlage optimieren.

Die IHKs in NRW treten daher für Freihandel und gegen Protektionismus ein. Mit individueller Beratung, objektiven Marktinformationen und einem breiten Angebot an Zoll- und Fachveranstaltungen und dem weltweiten Netz an Außenhandelskammern unterstützen wir die NRW-Wirtschaft bei ihrem Schritt in die Welt.

Mit dem AHV NRW wissen wir hierbei einen kompetenten Partner an unserer und der Seite der Unternehmen. Gemeinsam wünsche ich den Unternehmen viel Erfolg in den turbulenten außenwirtschaftlichen Zeiten im Sinne des Exportlandes Nordrhein-Westfalen.

Ihr

Thomas Meyer
Präsident
IHK NRW

IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen

Digitalisierung wird zum Wettbewerbsfaktor

Text: Michael Lütjann

Der rasante Fortschritt in der Informationstechnologie (IT) und die daraus resultierende digitale Transformation wirken sich auf alle Bereiche eines Logistikunternehmens aus. Längst ist der Einsatz von IT zu einem Merkmal geworden, mit dem sich Logistikdienstleister vom Wettbewerber unterscheiden können. In den Wertschöpfungsnetzwerken der Zukunft werden digitale Prozesse in der Vernetzung und Kollaboration der Supply-Chain-Beteiligten immer wichtiger und einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg unseres Logistikangebots leisten. Doch geht es bei der Digitalisierung von Logistikprozessen nicht nur um stärkere Einbindung der Beteiligten, also die Vernetzung, sondern vielmehr darum, Geschäftsprozesse in IT-gesteuerten Workflows unternehmensübergreifend darzustellen. Kunden brauchen valide Daten über einzelne Logistikprozesse oder Transportschritte, aus denen sie betriebswirtschaftliche Kennzahlen ableiten können.

Digitalisierung ist viel mehr als die vor vielen Jahren begonnene Überführung analoger Daten in ein digitales Format wie zum Beispiel bei der elektronischen Akte für einzelne Sendungen und Transportvorgänge. Als Ersatz für Papierdokumente erlaubt die elektronische Akte automatisierte Qualitätskontrollen. Sie bildet Geschäftsprozesse für jede einzelne Sendung in einem Workflowsystem komplett digital ab.

Zweites Beispiel für die vorherige digitale Generation sind Apps, mit deren Hilfe alle an einem Logistikprojekt Beteiligten komplexe Prozesse steuern. Man stelle sich vor, ein Modefilialist beauftragt einen Service-Provider mit der kompletten Einrichtung einer Filiale – vom Teppichboden, der Schaufensterpuppe bis zum Regal. Der Lieferant weiß, dass er die Regale nicht vor dem Teppichboden anliefern darf. Die Einzelschritte der Beteiligten, also der Transportunternehmer, Handwerker, Lieferanten, werden mithilfe einer App synchronisiert. Beschädigte Einrichtungsgegenstände können bei Anlieferung mit dem Smartphone fotografiert und via App an den Schadensachbearbeiter gesendet werden. Das sind Beispiele, bei denen IT-Werkzeuge die Effizienz und Servicegeschwindigkeit erhöhen, Fehlerquoten senken und Kommunikation vereinfachen.

Digitalisierung in jüngster Ausprägung hat in der Logistik einen viel weiterreichenden Veränderungsprozess in Gang gesetzt als die oben erwähnte Digitalisierung ehemals analoger Prozesse. Etablierte Modelle, Prozess- und Wertschöpfungsstrukturen ändern sich grundlegend. Haupttreiber hierfür ist die immense technologische Weiterentwicklung mit spürbaren disruptiven Veränderungen. Bestes Beispiele sind eine Vielzahl neuer Plattformen für Fracht- und Lagerbörsen. Sie stellen ganze Funktionsebenen, wie zum Beispiel Makler, in Frage und schaffen gegenüber den Nutzern Transparenz. ▸

Imperial™ logistics

Michael Lütjann, CIO von Imperial Logistics, im Berliner Supply Chain Lab: „Logistikdienstleister sollten die mit der digitalen Transformation verbundenen Innovationschancen nutzen." (© Imperial Logistics)

Logistikdienstleister haben keine Alternative als sich dem digitalen Transformationsprozess proaktiv zu stellen und die damit verbundenen Innovationschancen zu nutzen. Häufigste Treiber dabei sind der Wunsch, Abläufe zu vereinfachen, zu automatisieren, Kosten zu senken, neue Geschäftsfelder zu erschließen und dank intelligenter Nutzung von Daten bessere Entscheidungsgrundlagen zu erhalten. Digitalisierung bedeutet aber auch, dass in Logistikunternehmen neue Anforderungsprofile entstehen, auf die sich unsere Branche im Personalmarketing vorbereiten muss.

Der digitale Transformationsprozess in Logistikunternehmen setzt an vier Stellen an: bei Organisation und Menschen, bei Kunden, Prozessen sowie Innovationen. Zu jedem Ansatzpunkt gehört eine Reihe von Maßnahmen. Mitarbeiter müssen auf die Verwendung von innovativen IT-Instrumenten vorbereitet werden. Das geschieht am besten, wenn wir kreative Mitarbeiter projektbezogen arbeiten lassen. Ängste und Vorbehalte gegenüber der digitalen Transformation nehmen ab, wenn wir Mitarbeitern die aus der Digitalisierung erwachsenen Möglichkeiten konkret nahebringen. Gleichzeitig müssen Mitarbeiter in Schulungen und Weiterbildungen auf die Anwendung von innovativen IT-Instrumenten vorbereitet werden.

Beim Ansatzpunkt „Kunden“ sollten Logistiker ihre strategischen Kunden dabei unterstützen, deren eigene digitale Strategie zu entwickeln und gemeinsam daran arbeiten, für die Kunden passende digitale Lösungen zu entwickeln. Das können zum Beispiel digitale Kundenplattformen oder Marktplätze sein. Bei der Gewinnung von Neukunden hilft das Social Media Marketing.

Sprechen wir vom Ansatzpunkt „Prozesse“, meinen wir die Standardisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen mit dem Ziel, Effizienz, Qualität und Servicegeschwindigkeit zu erhöhen. Besonders die eigenen Logistikanlagen bieten vielfache Möglichkeiten. Inventur mit Flugrobotern oder der Einsatz sogenannter Wearables zur Vereinfachung von Picking-Prozessen sind nur zwei Beispiele.

Beim Ansatzpunkt „Innovation“ sollten Unternehmen mit digitalen Start-ups und Informatikstudenten zusammenarbeiten. In der kreativen räumlichen Atmosphäre von Co-Working-Komplexen an den digitalen Hot Spots nahe der Gründerszene lassen sich gemeinsam mit den Kunden in Creathons und Design-Sprints innerhalb weniger Tage interaktive Prototypen für neue Dienstleistungen und Produkte entwickeln. So entstehen aus digitalisierungsadäquaten Arbeitsmethoden neue Lösungen für logistische Problemstellungen. Logistiker sollten ihre Kunden partnerschaftlich dafür sensibilisieren, über den eigenen Digitalisierungsgrad nachzudenken. Im Idealfall lässt sich daraus ein Geschäftsmodelle für den ganzen Markt entwickeln. Ob man dafür nun ein Start-up kauft, sich daran beteiligt, selber eins gründet oder Digital Natives aus dem eigenen Unternehmen „von der Leine lässt“, ist zweitrangig. Hauptsache man fängt an.

Digitalisierungsschritte sind aber nicht nur mit IT-Profis zu bewältigen. Logistikunternehmen benötigen besonders solche Mitarbeiter, die das Problem verstehen, die Supply-Chain-Verständnis und operative Erfahrung mitbringen. Ohne deren Expertise ist und bleibt die digitale Transformation nicht darstellbar. ◂

Michael Lütjann
Der 48-Jährige ist Chief Information Officer (CIO) von Imperial Logistics, der globalen Logistikeinheit der Imperial Holdings Limited, Südafrika. In dieser Position ist er für die globale IT-Strategie- und IT-Organisation von Imperial Logistics verantwortlich. Weltweit arbeiten 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die IT-Organisation von Imperial Logistics. Das Logistikunternehmen unterhält Supply Chain Labs in Berlin und Kapstadt.

Michael Lütjann
Chief Information Officer (CIO) sowie Mitglied der Geschäftsführung der Imperial Logistics International B.V. & Co. KG

Imperial Logistics International B.V. & Co. KG
Kasteelstraße 2
47119 Duisburg

www.imperiallogistics.com

Good BUY

When heart meets business. Dann geht man mit mehr, als man gekommen ist. Dann begleiten neue Kontakte und Ideen den Weg. Dann winkt die Zukunft mit vielen ungeahnten Möglichkeiten. Und wir sehen Sie wieder:
www.messe-duesseldorf.de

Basis for Business

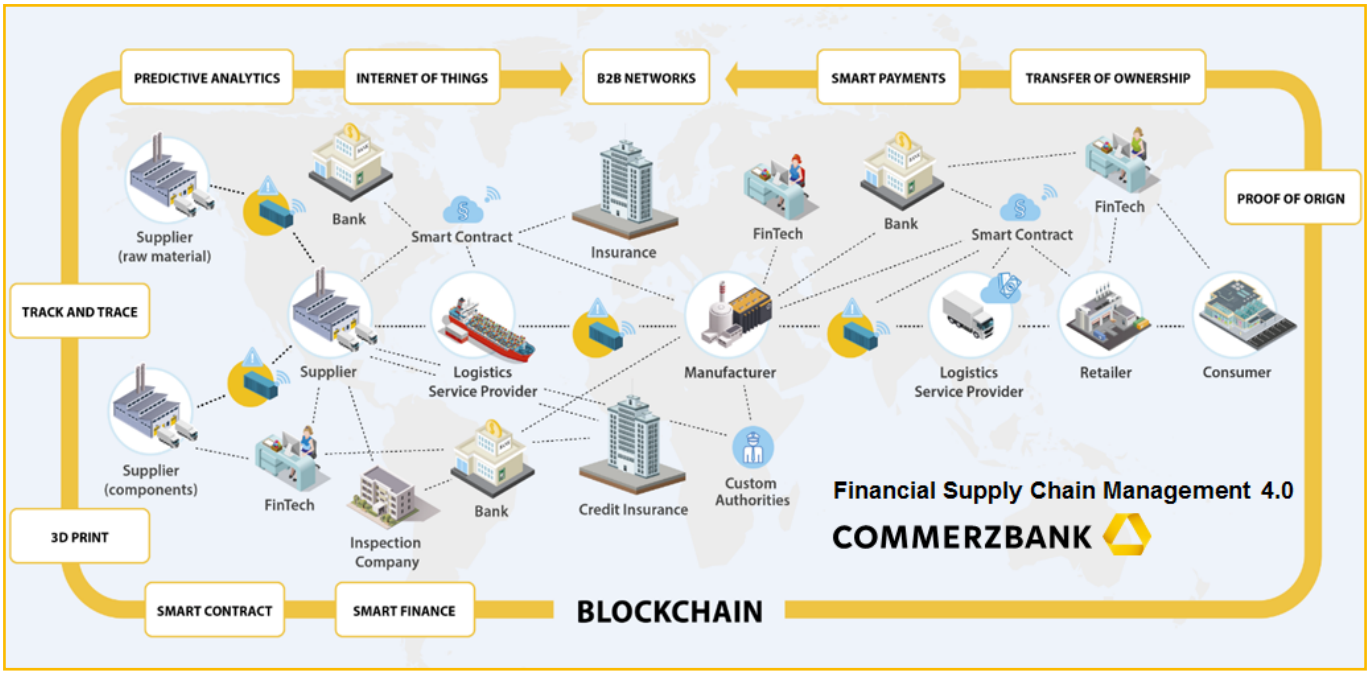
Messe Düsseldorf

Financial Supply Chain Management 4.0

Neue Technologien in physischen und finanziellen Supply Chains

Text: Gerhard Schipp

Neue Technologien wie Distributed Ledger Technologies/Blockchain, Smart Contracts, Internet of Things oder 3-D-Druck beeinflussen maßgeblich nicht nur die Physical Supply Chains, also die physischen Warenströme und Lieferketten von Unternehmen. Auch die Financial Supply Chains stehen vor teils radikalen Veränderungen. So konzentrieren sich die Digitalisierungsansätze vieler Banken, Unternehmen und wissenschaftlichen Institutionen darauf, wie Importe und Exporte finanziert, Liquiditätsströme geplant und Risiken im internationalen Handel abgesichert werden. Mit zunehmender Digitalisierung ergeben sich aus einem optimierten Management und schnellerer Verfügbarkeit von Daten zahlreiche Prozessverbesserungen und Chancen entlang von Lieferketten.



Die Commerzbank arbeitet in verschiedenen Konsortien und Arbeitsgruppen mit anderen Banken, die ebenfalls im Trade Finance aktiv sind, intensiv an zukunftsorientierten Formen der Abwicklung und Finanzierung von Handelsgeschäften. So werden z. B. auf

COMMERZBANK

Blockchain-Technologie basierende Plattformen entwickelt, über die Handelstransaktionen von der ursprünglichen Purchase Order über Produktion, Versand/Verschiffung, Rechnungsstellung und Lagerung bis hin zu Bezahlung und Finanzierung abgewickelt werden können. Prozessschritte und Warenfluss sind dann nahezu in Realtime nachzuverfolgen.

Eine Kooperation der Commerzbank und des Fraunhofer-Institutes für Materialfluss und Logistik IML in Dortmund entwickelt Szenarien für zukünftige Supply Chains und diskutiert sie in Workshops mit Unternehmen. Hier wurden beispielsweise aus der schier unüberschaubaren Zahl neuer Technologien und Anwendungsmöglichkeiten diejenigen identifiziert und priorisiert, denen die größte Relevanz für zukünftige Supply Chains und das größte „disruptive Potenzial" beigemessen werden.

„Track & Trace"-Anwendungen in Verbindung mit modernen IoT(Internet of Things)-Applikationen eröffnen neue Finanzierungsmöglichkeiten für Waren während des Transports und im Lager. Sogenannte Smart Contracts – intelligente elektronische Verträge, bei denen die automatisierte Abwicklung von Geschäftsvorfällen im Vordergrund steht – unterstützen neue Handelssysteme und Handelsfinanzierungskonzepte sowie schnellere Transaktionsverfahren und dienen letztlich neuen Lösungen im Working Capital Management. 3-D-Druck erreicht schon heute in vielen Industrien nennenswerte Anteile an der Gesamtproduktion und verzeichnet seit Jahren hohe Wachstumsraten – natürlich mit Auswirkungen auf traditionelle Rohstoff- und Warenströme.

„Die Digitalisierungsansätze im Supply Chain Management wie die Entwicklung smarter Container, die in der Lage sind, sich selbst zu routen, Logistikdienstleister zu beauftragen und diese selbstständig zu bezahlen, ermöglichen zukünftig völlig neue Geschäftsmodelle für Banken in den Geschäftsbereichen Finanzierung, Risikomanagement und Transaktion", erklärt Prof. Dr. Michael Henke, Institutsleiter des Fraunhofer-Instituts IML. „Ich bin davon überzeugt, dass Technologien wie Blockchains und Smart Contracts zentrale Enabler für die Verknüpfung physischer und finanzieller Supply Chains sind. Mit der Commerzbank als innovativem Kooperationspartner werden wir neue, sichere und schnelle Lösungen für die Supply Chain der Zukunft erarbeiten."

Geld sicher bewegen, Risiken übernehmen und Handel finanzieren: Unabhängig vom Grad der Digitalisierung haben die Kernkompetenzen einer Trade-Finance-Bank auch in zukünftigen Trade-Ökosystemen eine hohe Relevanz für Unternehmen im Außenhandel. Die Art und Weise, wie Banken diese Funktionen erfüllen, wird sich jedoch stark verändern. ◂

Gerhard Schipp
Head Product Management
Supply Chain Finance &
Innovation

Commerzbank AG
Kaiserplatz
60311 Frankfurt am Main

T +49 69 136 46384

WIR! – die Auß

Gemeinsam mehr erreic

Text: Andreas Mühlberg

Wir, die Außenhändler, sind im Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) ein starker Verbund von Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Größe und Nationalitäten. Zum Mitgliederkreis zählen sowohl kleine- und mittlere, als auch große Unternehmen, die sich als international erfahrene Exporteure und Importeure auf bestimmte Absatz- und Beschaffungsmärkte spezialisiert haben. Dienstleistungsunternehmen, die den Waren- und Dienstleistungsverkehr mit Auslandsbezug erst möglich machen, zählen ebenfalls zu unseren Mitgliedsunternehmen.

Foto: Joop van Reeken

Der AHV NRW e. V. erfüllt seit seiner Gründung im Jahr 1946 den Satzungsauftrag mit Engagement, Ausdauer und Fachexpertise. Unsere Aufgabe ist es, die Mitgliedsunternehmen in allen Fragen des Außenhandels zu beraten sowie die gemeinsamen Interessen gegenüber Dritten wahrzunehmen und zu vertreten. Der AHV NRW e.V. bietet ein breites Spektrum an Dienstleistungen an. Eine Kernaufgabe ist die Beratung und Unterstützung bei Lösungen von außenwirtschaftlichen Fragestellungen. Der AHV NRW greift dabei auf das im internationalen Unternehmer- und Verbandsnetzwerk vorhandene Know-how zurück.

Angesiedelt ist der AHV NRW e. V. unter dem Dach der Düsseldorfer Arbeitgeberverbände e. V.. Auf NRW-Ebene ist der AHV NRW wiederum eingebunden in das Netzwerk der Landesvereinigung der Unternehmensverbände Nordrhein-Westfalen (unternehmer.nrw). Auf Bundesebene ist er mit dem Bundesverband des Deutschen Exporthandels (BDEx) und dem Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) verwoben. Auf EU-Ebene engagiert sich der AHV NRW im Verbandsnetzwerk von Eurocommerce. Zum Verbandsnetzwerk zählen ferner das Kammernetzwerk der Industrie- und Handelskammern (IHK), der Auslandshandelskammern (AHK) und der Handwerkskammern (HWK).

Von den Vorteilen einer Mitgliedschaft profitiert sowohl die Unternehmensleitung als auch die Führungs- und Fachebene. Für die berufliche und persönliche Weiterbildung von Nachwuchskräften ist der AHV NRW eine gute Plattform. Innerhalb des Mitgliederkreises lernen sich Unternehmensvertreter persönlich kennen, was die Bereitschaft, Erfahrungen auf Auslandsmärkten mit anderen Mitgliedsunternehmen, in persönlichen Gesprächen zu teilen, erleichtert.

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

enhändler
chen

Für Führungs- und Fachebenen gibt es Arbeitskreise zu den Themenfeldern Exportkontrolle / Außenwirtschaftsrecht, Außenhandelsfinanzierung und Zoll.

Ein weiterer Dienstleistungsbereich umfasst die Begleitung von Marketingaktivitäten der Mitgliedsunternehmen. Hierunter zählt insbesondere die Publikation von Unternehmensnachrichten und von Messeauftritten im In- und Ausland.

Ebenso führt der AHV NRW Veranstaltungen zu aktuellen Themen durch.

Die Größe des internationalen Unternehmer- und Verbandsnetzwerk bietet die Möglichkeit einer nachhaltigen Unterstützung bei der Geschäftsanbahnung und bei der Beantwortung von außenwirtschaftlichen Problemstellungen. In Kombination mit Erfahrungswerten von Mitgliedsunternehmen und anderen korrespondierenden Fachverbänden im In- und Ausland werden erfolgreich Querverbindungen hergestellt, Ressourcen gebündelt und somit eine intensive Mitgliederbetreuung gewährleistet.

In Zeiten eines wiedererstarkenden Protektionismus und erschwerter Rahmenbedingungen ist es wichtiger denn je, das Regelwerk der WTO zu stärken. Wir, die Außenhändler setzen uns daher für einen freien und regelbasierten Welthandel bei den Verantwortlichen in der Politik ein. ◂

Wir informieren Sie gerne über unsere Leistungen im Rahmen Ihrer Mitgliedschaft im AHV NRW. Sprechen Sie uns an!

Kontakt:
Dipl.-Betriebswirt Andreas Mühlberg
Geschäftsführer

Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.)
WIR! - die Außenhändler
Achenbachstraße 28
40237 Düsseldorf
T + 49 21166 908 28
andreas.muehlberg@ahv.nrw
www.ahv.nrw

EnergieAgentur.NRW

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 mehr als 2.500 Kontakte im In- und 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, Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten für die Umsetzung von Projekten sowie den Ausbau der erneuerbaren Energien in den Zielmärkten. Darüber hinaus begrüßt die EnergieAgentur.NRW jährlich etwa 25 internationale Delegationen, um aktuelle Energiefragen zu diskutieren und innovative Leuchtturmprojekte aus der Region vorzustellen.

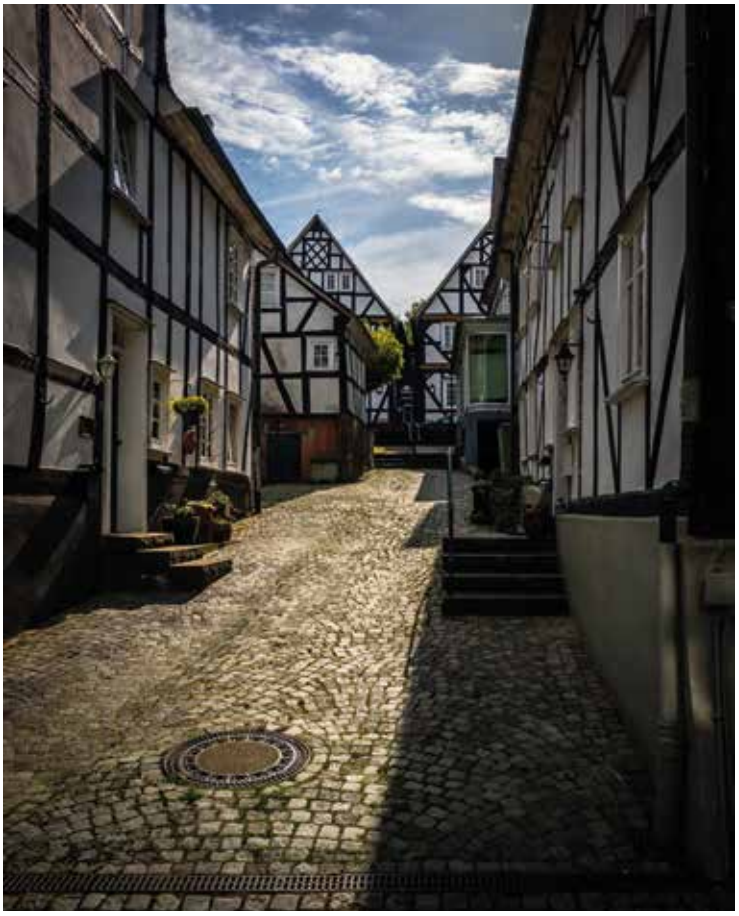
Die Arbeiten des Netzwerks fokussieren sich daher auf
- die Unterstützung und fachliche Begleitung internationaler Unternehmerreisen
- die Vermittlung von Kontakten
- die erfolgreiche Planung und Durchführung von Veranstaltungen im In- und Ausland unter Einbeziehung von NRW-Unternehmen, Fachorganisationen, 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.

EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Bilderbuch mit Eselsohren

Viel Licht und Schatten in Nordrhein-Westfalens Spitzenregion

Text: Jan Krückemeyer



Fachwerkhäuser Freudenberg (Foto: Alexander Uhr)

Besucher aus dem Ausland, die die Krückemeyer GmbH in Wilnsdorf besuchen, sind fast immer von der Landschaft begeistert. Die hübschen Fachwerkhäuser, die Wälder und die grünen Wiesen. „Es sieht so schön aus, wie in einem Bilderbuch“, schwärmte neulich ein Tunesischer Firmeninhaber. Ob Gäste aus Mexiko, Ägypten oder Zentralasien anreisen, alle können kaum fassen, dass sie sich in der Wirtschaftsregion Nummer Eins von Nordrhein-Westfalen befinden. Köln, Düsseldorf, Dortmund, diese Städte kennen sie durch Flughäfen oder aus der Bundesliga. Aber, dass das unbekannte Südwestfalen, mit den vier Sauerlandkreisen und Siegen-Wittgenstein, der drittstärkste Industriestandort in Deutschland ist, lässt sie regelmäßig staunen.

Bezeichnend für die große Mehrheit der über 2.000 Firmen sind die vielen Mittelständler und Familienunternehmen, die sich quer durch alle Branchen auf Nischen spezialisiert haben. Darunter aktuell 156 Weltmarktführer, die in Städtchen wie Halver, Erwitte oder Netphen ansässig sind. Ortsnamen, die internationale Gäste noch nie gehört haben, geschweige denn korrekt aussprechen können.

Also alles perfekt? Um in der Sprache des Industriellen aus Tunesien zu bleiben, hat das schöne Bilderbuch „Südwestfalen“ etliche Risse, Eselsohren und fehlende Seiten. Es mangelt Firmen in fast allen der schönen Ortschaften an Verkehrsinfrastruktur, zusätzlichen Gewerbeflächen, Fachkräften und Breitbandausbau.

Viele Straßen sind in einem derart schlechten Zustand, dass sie den Verkehr nicht mehr vollständig tragen können. Etliche Autobahnbrücken müssen deshalb gesprengt und neu gebaut werden. Eine Genehmigung für einen Schwertransport von Südwestfalen aus benötigt schon mal zehn Wochen. Zu wenig Personal bei den Genehmigungsbehörden, zu viele komplizierte rechtliche Vorgaben und plötzlich eingerichtete Baustellen. Das hat Folgen!

www.krueckemeyer.de
Schleifmittel und Klebebänder

Hans Peter Langer, Geschäftsführer der IHK Siegen und verantwortlich für den Geschäftsbereich „Standort/Infrastruktur“ berichtet; „Ein Rohrhersteller hat, aufgrund der miserablen Verkehrssituation, ein Werk in Norddeutschland aufgebaut. Ein Maschinenhersteller aus dem Raum Siegen musste Produktionsschritte bereits ins Ausland verlagern, da die notwendigen Schwertransporte aus dem Siegerland nicht möglich waren. Dies sind Alarmsignale, die von der Politik viel zu lange übersehen wurden.“

Vom schleppenden Breitbandausbau kann auch Krückemeyer ein Lied singen. Bis vor kurzem musste der Spezialist für Schleifmittel und Klebetechnik mit einer geradezu lächerlichen Downloadgeschwindigkeit von durchschnittlich 3 bis 4 Mbit/s auskommen.

Sprengung Talbrücke Rälsbach (Foto: IHK Siegen)

Die Ladezeit für ein PDF-Dokument mit einer Größe von 2MB benötigte etwa eine halbe Minute. Größere Datenvolumen konnten erst nach Feierabend geladen werden, weshalb des Öfteren USB-Sticks mit wichtigen Dateien auf dem Postweg verschickt werden mussten. Schneckentempo statt Datenturbo im schönen Südwestfalen.

„Zu schaffen macht den Betrieben zudem eine zum Teil aberwitzige Bürokratie, die wie ein Krake praktisch alle Bereiche wirtschaftlichen Handelns erfasst. Niedrige Ölpreise, niedrige Zinsen und ein guter Euro befeuern derzeit die Konjunktur. Fällt das weg, können die genannten Standortnachteile ungehindert durchschlagen“, fürchtet Hans Peter Langer Bei einem Neubau musste Krückemeyer sieben Monate warten, bis die Baugenehmigung erteilt wurde. Zusätzliche Brandschutzauflagen, fehlende Löschwasserreserven in der Gemeinde und eine – durch die Urlaubszeit bedingte – unterbesetze Kreisbehörde stellten das Wilnsdorfer Unternehmen auf eine harte Geduldsprobe.

Doch die südwestfälischen Firmen lassen sich nicht entmutigen. „Überschaubare Strukturen, kurze Entscheidungswege und eine große Nähe zu den eigenen Mitarbeitern bieten die Chance schnell und innovativ auf neue Markterfordernisse zu reagieren oder diese zu antizipieren“, sagt der IHK-Geschäftsführer. Wie gut würde die Wirtschaftsregion wohl dastehen, wenn Infrastruktur und Standort so perfekt wären, wie in einem Bilderbuch?

Alle Institutionen – bis hoch in die höchsten Regierungsstellen – wissen, dass die südwestfälische Industrie den Anschluss an die Spitze verlieren könnte. Insofern ist schnelles und zielgerichtetes Handeln gefragt. Layouts für das neue, schöne Bilderbuch sollen erstellt werden. Nur wann die neue Ausgabe gedruckt und erscheinen wird, steht noch nicht fest. Hoffentlich wird es keine weitere harte Geduldsprobe. ◂

Jan Krückemeyer
Geschäftsführer

Krückemeyer GmbH
Dortmunder Straße 4
57234 Wilnsdorf

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

Chinas konsumfreudige Mittelschicht

Chancen für Made in Germany und NRW

Text: Prof. Dr. Jonas Polfuß

Laut Statistischem Bundesamt war die Volksrepublik China im Jahr 2017 zum zweiten Mal in Folge der wichtigste Handelspartner für Deutschland. Nordrhein-Westfalen gilt dabei als ein Zentrum für die deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen. Inzwischen steuern mehr als 1.000 chinesische Firmen von einem NRW-Standort aus ihre Deutschland- und Europageschäfte. Für die nordrhein-westfälischen Exporte war China in 2017 das zweitwichtigste Zielland außerhalb Europas.

EBC-Studierende im Auslandssemester in China (Foto: Janina Rebs)

China-Expertise an der EBC Hochschule in Düsseldorf

Chinas Bedeutung für die deutsche Wirtschaft wird auch im Lehr- und Praxisangebot am Campus Düsseldorf der EBC Hochschule berücksichtigt. Die Studierenden lernen in verschiedenen Kursen das Reich der Mitte näher kennen – sei es die einflussreiche Alibaba Group im Fach „E-Commerce“ oder die chinesische Verhandlungskultur in Kursen über interkulturelles Management. Auch ein optionaler Chinesisch-Sprachkurs wurde in der Vergangenheit angeboten.

EBC-Studierende, die sich intensiver mit China befassen möchten, können ihr studienintegriertes Auslandssemester beispielsweise in Shanghai verbringen. Ein Praktikum in einer chinesischen Metropole ist ebenfalls eine beliebte Option. Dass derlei China-Kenntnisse und -Erfahrungen in Deutschland dringend benötigt werden, hat kürzlich das Berliner Mercator Institute for China Studies in einer Studie bestätigt.

Chinas konsumfreudige Mittelschicht – Chancen für die deutsche Wirtschaft

Im Folgenden sollen Konsum und grenzüberschreitender E-Commerce in China überblickt werden. Speziell die Möglichkeiten und Herausforderungen für ausländische Akteure stehen hierbei im Fokus.

EBC HOCHSCHULE

Chinesische Konsumenten – Besonderheiten und Potentiale

Konsumenten in China zeichnen sich durch ein hohes Maß an Heterogenität aus. Eine bedeutende Generationengrenze findet sich zwischen den Jahrgängen, die vor und nach 1990 geboren wurden. Die Post-1990er sind Digital Natives par excellence und können sich je nach Einkommen beliebig an ausländischer Konsumkultur bedienen. Sie kennen ihre Heimat als erstarkte Wirtschaftsmacht mit globalem Einfluss. Neben Altersunterschieden spielen im Reich der Mitte regionale Gegensätze eine große Rolle im Konsumverhalten. Dies fällt besonders beim Vergleich der ärmeren Westprovinzen und der ökonomisch hochentwickelten Küstenregionen auf.

Betrachtet man den chinesischen Online-Handel, beeindrucken zum einen die Quantensprünge im letzten Jahrzehnt und zum anderen das verbleibende Wachstumspotential. Während in Deutschland bereits ein Großteil der Gesamtbevölkerung online unterwegs ist, nutzt in China bisher nur eine gute Hälfte der Bevölkerung das Netz. Und obwohl die Anzahl der chinesischen Online-Shopper mittlerweile rapide angestiegen ist, auf rund 533 Mio. im Jahr 2017, werden in den nächsten Jahren weiter beträchtliche Zuwächse zu beobachten sein.

Hervorhebung der deutschen Produktherkunft in China (Foto: Jonas Polfuß)

Chancen durch Chinas Cross-Border E-Commerce

Auch in China ist der Online-Handel im Vergleich zum gesamten Einzelhandel zuletzt deutlich stärker angestiegen. Besonders kräftig wächst seit 2013 der grenzüberschreitende E-Commerce, dem die chinesische Gesetzgebung mehr und mehr Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt hat. Ein Vorteil für ausländische Händler und Hersteller besteht darin, dass die Marktkonzentration in diesem Handelsbereich noch vergleichsweise gering ist. Zugleich gibt es weiterhin kulturelle und logistische Hürden zu überwinden, um Chinas Konsumenten zu erreichen.

Für den Cross-Border-Verkauf sind vor allem wohlhabende Verbraucher in den Metropolregionen relevant. Eine Hongkonger Studie hat herausgefunden, dass die chinesische Mittel- und Oberschicht durchschnittlich ein bis zwei Mal pro Monat auf einer Plattform für ausländische Produkte einkauft. Westliche Luxuswaren werden in China nach wie vor plakativ präsentiert, doch Chinesinnen und Chinesen konsumieren zunehmend selektiver und anspruchsvoller. So fällt die Wahl vermehrt auf westliche Waren, wenn diese sich eindeutig vom inländischen Angebot unterscheiden. Bei europäischem Wein gilt zum Beispiel die Qualität als entscheidend, bei deutschem Milchpulver ist der Sicherheitsfaktor ausschlaggebend. ▸

Marketing und Kundenkommunikation in China

Generell achten chinesische Konsumenten stärker auf Markenbekanntheit, als dies in vielen anderen Ländern der Fall ist. Wenngleich die Landesherkunft alleine nicht (mehr) ausreicht, empfiehlt es sich für deutsche Verkäufer bestimmter Produktgruppen, den deutschen Ursprung im China-Marketing zu unterstreichen. „Made in Germany“ steht in China für hervorragende Qualität, dieser Ruhm kann aber auch Nachteile mit sich bringen.

Grundsätzlich erwarten Konsumenten in China einen umfassenden Service und eine ausgeprägte Kundenorientierung. Im E-Commerce sind etwa – anders als in Deutschland – äußerst ausführliche Produktinformationen mit zusätzlichen Zertifikaten, Siegeln, Urkunden etc. üblich. Das genannte Herkunftsland-Branding führt leicht zu nochmals gesteigerten Kundenerwartungen. Denn chinesische Käuferinnen und Käufer verlangen dann nicht nur nach perfekten Produkten, sondern auch nach optimalem Service. Darauf sind viele deutsche Anbieter nicht vorbereitet. Marketing und Kundenkommunikation sollten in China sorgfältig auf die lokalen Gepflogenheiten abgestimmt sein.

Perspektiven: China und NRW

China bleibt auch in Zukunft ein höchst attraktiver und gleichsam herausfordernder Markt und Wirtschaftspartner. In Nordrhein-Westfalen sind weitere Kooperationen mit chinesischer Beteiligung auf dem Weg – nicht nur im wirtschaftlichen, sondern ebenso im politischen, kulturellen und akademischen Rahmen. Die EBC Hochschule am Campus Düsseldorf wird diese Entwicklungen in Forschung und Lehre aufgreifen. Sie lädt die anderen Mitglieder im AHV NRW herzlich zum Austausch zu chinabezogenen Themen ein. ◂

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

Weltweit führender Hersteller von Stroboskopen

VEREDELUNG
Inspektionsbeleuchtung

WARTUNG
Diagnostische Inspektion

VERGNÜGEN
Spezialbeleuchtung

VIDEO
Ferninspektion

METALL
Beleuchtung zur Oberflächeninspektion

PAPIER
Inspektionsbeleuchtung

DRUCKEN
Beleuchtung zur Druckinspektion

FILM
Hochgeschwindigkeitsbeleuchtung

www.unilux.com

Unilux Europe GmbH | Seeweg 20 | 40627 Düsseldorf | Germany | (t) +49 (0)211 28071171 | europe@unilux.com

10 Jahre NRW.Europa

Das Enterprise Europe Network als weltweit größtes Netzwerk für Internationalisierung feiert Geburtstag

Text: Dr. Herbert Rath

Als die Europäische Kommission im Frühjahr 2008 ein internationales Netzwerk zur Beratung des Mittelstands ins Leben rief, gab es zwar Vorläufer, aber noch keine derart komplexe Struktur mit so vielen regionalen, dezentralen Anlaufstellen. Heute sind es über 600 Mitgliedsorganisationen mit zirka 6000 Experten, die in mehr als 60 Ländern dank EU-Förderung und regionaler Kofinanzierung zumeist kostenfreie Beratungsangebote unterbreiten.

Zuständig für Nordrhein-Westfalen ist NRW.Europa, ein Konsortium aus ZENIT GmbH, NRW.BANK und der NRW.International GmbH. Unter dem Motto `Ihr Netzwerk für Innovation, Technologie und neue Märkte´ bietet es Leistungen rund um allgemeine Informationen zum Thema Binnenmarkt, Internationalisierungsunterstützung, Kooperationspartnersuche, Fördermittel- und Finanzierungsberatung sowie Innovationsmanagement. Zielgruppen sind vor allem kleine und mittlere Unternehmen aus Industrie, Handel und Handwerk sowie Akteure aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen. „Die meisten Angebote können unsere Kunden dank der EU-Förderung, der Kofinanzierung durch das Land NRW und die Unterstützung der NRW.BANK kostenfrei nutzen. Wer Informationen über Fördermittel für sein Innovationsvorhaben braucht, passende Partner für grenzüberschreitende Projekte sucht oder sein Unternehmen fit machen möchte für die Zukunft, ist bei uns also an der richtigen Adresse" fasst Dr. Herbert Rath, Geschäftsführer der ZENIT GmbH, das umfangreiche Angebot zusammen.

Eine besondere Bedeutung im NRW.Europa-Netzwerk spielen die Stakeholder. Das sind mehr als 40 Verbände und andere Multiplikatoren, die die Netzwerkangebote gezielt für eigene Aktivitäten nutzen, Feedback ihrer Klientel zur Verbesserung der Dienstleistung nach Brüssel weiterleiten und gemeinsame Aktivitäten wie Veranstaltungen mit dem Netzwerk durchführen. Im Frühjahr trafen sich die Stakeholder in Düsseldorf, um über die Vorgaben der EU bezüglich der nächsten Förderphase zu sprechen und die inhaltliche Ausrichtung der NRW.Europa-Akteure zu diskutieren.
„Wir unterstützen NRW.Europa als Stakeholder, weil wir für unsere eigenen Mitgliedsunternehmen an der intensiven Verzahnung bestehender Dienstleistungsangebote wie Veranstaltungen und Publikationen zum Thema Europa interessiert sind" so Thomas Eulenstein, Geschäftsführer des Kunststoff-Instituts Lüdenscheid. ◂

Von 2008 bis Ende 2017 leistete das NRW.Europa-Team rund 7.000 individuelle Beratungen, stellte in eine EU-weite Datenbank 1.350 Technologieprofile mit Angeboten und Nachfragen ein, organisierte 1.260 Kooperationsgespräche, initiierte etwa 600 grenzüberschreitende Kooperationsvereinbarungen und begrüßte rund 18.500 Veranstaltungsteilnehmerinnen und -teilnehmer. Über 303.000 Unternehmen profitierten deutschlandweit bislang von den Angeboten des Enterprise Europe Network, 22.000 Teilnehmer führten rund 61.000 Gespräche auf internationalen Kooperationsbörsen.

Dr. Herbert Rath
Geschäftsführer

ZENIT GmbH
Zentrum für Innovation und Technik in NRW
Bismarckstraße 28
45470 Mülheim an der Ruhr

T +49 208 30004 0
F +49 208 30004 87
info@zenit.de
www.zenit.de
www.nrweuropa.de

Technologie und Technologietransfer in der Exportkontrolle

Text: Matthias Merz

Zukunftsweisend, anspruchsvoll, branchenübergreifend – die Bedeutung von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien ist nicht mehr von der Hand zu weisen. Unternehmen müssen sich zwangsweise mit dem Einsatz digitaler Technologien für Produkte, Prozesse oder Dienstleistungen auseinandersetzen und auf diesem Gebiet Know-how erwerben und vertiefen. Der Technologiestandort Nordrhein-Westfalen nimmt hierbei eine Vorreiterrolle ein. Zahlreiche Unternehmen oder Einrichtungen sind geschätzte Partner im Außenhandel – eben wegen dieses Know-how, das in NRW geschaffen wird.

© Shutterstock

Vorsicht beim Export von Technologien

Software und Technologie sind effiziente digitale Werkzeuge, die in vielen Wirtschaftszweigen unverzichtbar sind. Entsprechend interessant ist für Unternehmen auch der Export von Software oder Technologie. Beispielsweise, wenn auf Basis von Herstellungstechnologie aus Deutschland entsprechende Produkte im Ausland gefertigt werden sollen. Die

AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

deutschen Exportkontrollbestimmungen sind streng und gelten nicht nur für Waren. Auch Exporte von **Software oder Technologie oder die Erbringung technischer Dienstleistungen im In- und Ausland** können **genehmigungspflichtig** sein. Die deutsche Regierung blickt zum Beispiel mit großer Besorgnis auf den Export von Überwachungstechnik, denn Menschenrechtsverletzungen können nicht nur mit Waffen, sondern auch mit Technologien (Stichwort Telefonüberwachung) begangen werden. Generell kann sensible Technologie genutzt werden, um eine nicht limitierte Menge an Gütern herzustellen, die selbst den exportkontrollrechtlichen Bestimmungen unterliegen.

Dabei gilt die **Exportkontrolle** im Bereich des **Technologietransfers** nicht nur für **Unternehmen**, sondern auch für **Wissenschaftler**, die an Hochschulen und Forschungseinrichtungen tätig sind und über ein entsprechendes technisches Know-how verfügen und dieses Wissen grenzüberschreitend oder an nicht im deutschen Wirtschaftsgebiet ansässige Personen weitergeben. Dies gilt je nach Art der Technologie nicht nur dann, wenn der Empfänger kritisch, oder das Land als sensibel eingestuft ist.

Zwar informiert das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) anhand von Leitfäden und Merkblättern ausführlich und umfassend über die „elektronische Ausfuhr", aber aus meiner Erfahrung als Berater und Dozent zum Exportkontrollrecht kann ich sagen, dass sich viele Wirtschaftsbeteiligte und auch Wissenschaftler gar nicht darüber im Klaren sind, dass sie im Begriff sind, einen immateriellen Technologietransfer durchzuführen, der eigentlich genehmigungspflichtig wäre. Man nehme nur einmal den Fall, dass Mitarbeiter mit sensiblen Informationen, die etwa auf einem Laptop oder USB-Stick gespeichert sind, auf Dienstreise ins Ausland gehen, um einen Vortrag zu halten oder Produkte zu präsentieren. Im schlimmsten Fall könnte Technologie für die Entwicklung, Herstellung oder Verwendung kritischer Waren auf diesem Wege in falsche Hände geraten. Das gleiche gilt, wenn Daten zum Download beispielsweise auf Share-Points, in Clouds oder auf Servern in Deutschland bereitgestellt werden und Kollegen aus Tochter- oder Schwestergesellschaften im Ausland darauf zugreifen können sollen. Dies gilt als Ausfuhr.

Technologie im Sinne der Dual-use-Verordnung

Die Exportkontrolle von Dual-use-Gütern, sprich Güter mit doppeltem Verwendungszweck, wird durch die europäische Verordnung (EG) Nr. 428/2009 (EG-Dual-use-Verordnung) geregelt. Der exportkontrollrechtliche Güterbegriff umfasst neben physischen Waren und Software bzw. Datenverarbeitungsprogrammen auch Technologie.

Die Dual-use-VO definiert Technologie als das spezifische technische Wissen, das notwendig ist, um ein Produkt zu entwickeln, herzustellen oder zu verwenden. Die Übertragung von Technologie unterliegt ebenso wie das Bereitstellen von Technologie nur dann exportkontrollrechtlichen Beschränkungen, wenn es sich bei der jeweils betroffenen Technologie im Einzelfall um kontrollierte Technologie unter Berücksichtigung sämtlicher relevanter Begriffsbestimmungen und den Allgemeinen Anmerkungen zu Anhang I der EG-Dual-use-VO bzw. zur Ausfuhrliste sowie der jeweils maßgeblichen Listenposition handelt. Der Vorschlag der Europäischen Kommission zur Neufassung der EG-Dual-use-VO sieht u. a. Erleichterungen für die grenzüberschreitende unternehmensinterne Weitergabe von Technologie vor.

Technologietransfer im ICP berücksichtigen

Unternehmen, die am Außenwirtschaftsverkehr teilnehmen und deren Produktangebot gelistete Güter beinhaltet oder Güter, die einem kritischem Verwendungszweck zugeführt werden können, sollten über ein **innerbetriebliches Compliance-Programm (ICP) verfügen**. Dieses sollte auch den elektronischen Datenexport regeln. Vor dem Installieren eines ICPs muss genauestens erfasst werden, welche Anforderungen ein ICP erfüllen muss. In Bezug auf gelistete Software und Technologie sollte es im Rahmen eines ICPs besondere Sicherheitsmaßnahmen geben, damit kein unerlaubter Zugriff stattfinden kann. Wie ist das Unternehmen z.B. IT-technisch aufgestellt? Eine zentrale Frage, die Sie sich stellen sollten, wenn Sie mit gelisteter Software und Technologie zu tun haben. Maßnahmen, die ergriffen werden können, sind z.B. passwortgeschützte Systeme, eine Firewall sowie die Kontrolle von Speichermedien und E-Mails. Verstöße können als „nicht genehmigte Ausfuhren" nach dem Außenwirtschaftsgesetz mit Bußgeld oder Strafanzeige geahndet werden. Vor diesem Hintergrund sollte Technologie nur dann bereitgestellt oder übermittelt werden, wenn vorab überprüft wurde, ob eine Genehmigung erforderlich ist und falls ja, ob eine Genehmigung zur Durchführung der Übermittlung seitens des BAFA vorliegt. **Rechtlich verantwortlich** für die Organisation solcher Compliance-Aufgaben ist die **Geschäftsführung bzw. der Vorstand.** ◂

Quellenangabe:

BAFA: *Merkblatt zum Technologietransfer und Non-Proliferation Merkblatt Firmeninterne Exportkontrolle (ICP)*

Zoll-Profi: *Intra-Company Technologietransfer: Bringt die Neufassung der EG-Dual-use-VO Erleichterungen?, April 2017 und Mai 2017.*

Matthias Merz
Geschäftsführer

AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH
Münster
München
matthias.merz@awa-seminare.de

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

After Trade Club (ATC)

Forum der Aussprache

Text: Andreas Mühlberg
Fotos: Joop van Reeken

Am 12.09.17 fand in den Räumlichkeiten der EBC Hochschule, Campus Düsseldorf, ein gemeinsam initiierter ATC statt. Unter dem Leitgedanken „ATC Special Meets Young Professionals“ wurde die Brücke geschlagen zwischen Unternehmensvertretern und Studierenden der EBC Hochschule. Mit einem Impulsvortrag von Herrn Prof. Dr. Gehle (EBC Hochschule) zum Thema „Smart Logistics“ und von Herrn Taucke (IMPERIAL Logistics International) zum Thema „Nachwuchsförderung am Beispiel eines international tätigen Logistikdienstleisters“ konnten die Gäste wichtige Erkenntnisse gewinnen und sich beim anschließenden get together weiter austauschen. Bei dieser Gelegenheit wurde auch das ahv nrw magazin 2017 vorgestellt, welches die Nachwuchsförderung als Schwerpunkt hatte.

Das Thema Nachwuchsförderung ist für den AHV NRW sehr wichtig. Die steigende Anzahl von Studierenden an den regelmäßigen Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) macht das deutlich. Um das Engagement zu unterstreichen, wurde am 25.10.17 erstmals ein Förderpreis an die Jahrgangsbeste der EBC Hochschule verliehen.

Die regelmäßigen Mitgliedertreffen im Rahmen des ATC entwickeln sich sehr positiv. Sie haben sich in den vergangenen Jahren als Forum der Aussprache und des Austausches etabliert. Angereichert werden die Mitgliedertreffen durch eine gelegentliche Teilnahme von Vertreterinnen und Vertreter des Konsularischen Korps oder staatlicher Stellen. Die gewonnenen Kontakte und Erkenntnisse konnten gewinnbringend bei den Mitgliedsunternehmen eingesetzt werden.

EBC HOCHSCHULE

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

After Trade Club (ATC)

ATC Special Meets Young Professionals
EBC Hochschule, Campus Düsseldorf
12. September 2017

EBC
HOCHSCHULE

Chinas „Belt and Road Initiative“ bietet Chancen

Text: Sebastian Rohloff

Mit der „Belt and Road Initiative“ (BRI) möchte China seit 2013 zahlreiche Länder Asiens, Afrikas und Europas auf dem Land- („Belt“) und Seeweg („Road“) enger verbinden. Das größte Industrie- und Infrastrukturprojekt seit dem Marshallplan soll Marktzugänge und Investitionsmöglichkeiten erleichtern sowie den Handel und die Kooperation zwischen den Ländern voranbringen. Auch deutschen Exporteuren bieten sich Chancen im Rahmen der damit verbundenen Projekte.

Mazedonien, Äthiopien und Bangladesch sind Länder, an die man nicht zuerst denkt, wenn es um deutsche Exportgeschäfte geht. Bei Polen, der Tschechischen Republik und Ungarn sieht das anders aus, sind diese Länder doch unter den Top 20 der wichtigsten Märkte für deutsche Exporteure. Aber die Länder haben eine Gemeinsamkeit: Mit weiteren über 60 Ländern liegen sie im Zielgebiet des BRI-Projekts, auch bekannt unter den Bezeichnungen „Neue Seidenstraße“ oder „One Belt, One Road“ (OBOR).

Deutschland noch zurückhaltend

Wie viele andere Aktivitäten Chinas wird auch dieses 900 Mrd USD schwere Investitionsprogramm von Politik und Industrie kontrovers diskutiert. Dabei geht es um generelle Sorgen hinsichtlich der zunehmenden internationalen Einflussnahme Chinas, um Fairness bei Ausschreibungen und viele weitere Aspekte. Betrachtet man aber die Fakten, lässt sich schnell erkennen, welch große Chancen sich deutschen Unternehmen mit diesem Programm eröffnen.

Voraussetzungen sind günstig

Im Wettbewerb um Aufträge unter dem Schirm der BRI, insbesondere mit chinesischen Konkurrenten, ist die deutsche Industrie noch unterrepräsentiert. Dabei haben gerade deutsche Mittelständler und Konzerne die besten Voraussetzungen für eine hohe Wettbewerbsfähigkeit. Einige Unternehmen haben dies bereits erkannt und Vertriebsmannschaften speziell für die BRI abgestellt. Aus Gesprächen mit Mittelständlern und Konzernen hören wir immer wieder drei wesentliche Argumente, die für die deutsche Industrie sprechen, und warum man auch hierzulande von dem gigantischen Investitionsprogramm profitieren kann:

1.) Produkte und Know-how: Die offensichtlichen Wettbewerbsvorteile deutscher Unternehmen sind Qualität und Erfahrung. Diese sind zwar aufgrund der gestiegenen Wettbewerbsfähigkeit chinesischer Unternehmen in einigen Bereichen keine Selbstläufer, da vor allem auch die Kosten in den meisten Entwicklungsländern eine entscheidende Rolle spielen. Dennoch ist gerade bei Großprojekten mit hohem technischem Anteil das Label „made in Germany“ nach wie vor hoch angesehen.

Sebastian Rohloff
Senior Expert China / Renminbi

Deutsche Bank AG
sebastian.rohloff@db.com

Deutsche Bank

2.) Netzwerk: Viele der deutschen Unternehmen sind bereits über Jahre/Jahrzehnte in einigen der wichtigsten BRI- Länder vertreten und dort bestens vernetzt. Ein Vorteil, den sich chinesische Unternehmen, die im Ausland noch nicht auf einen vergleichbaren Erfahrungsschatz zurückgreifen können, erst noch erarbeiten müssen. Hier können deutsche Unternehmen davon profitieren, dass sie sehr frühzeitig von anstehenden Projekten erfahren oder ihre Beteiligung vom lokalen Auftraggeber gewünscht wird.

3.) Engagement in China: Durch ihr Investitionsengagement in China, wo zahlreiche deutsche Unternehmen in Form von Tochterunternehmen oder als Joint-Venture-Partner seit vielen Jahren bestens lokal etabliert sind, hat die deutsche Industrie direkten Zugang zu chinesischen Exportgeschäften und den großen chinesischen Generalunternehmern (Engineering, Procurement and Construction, kurz EPC).

Viele Wege führen nach China – und sie werden gerade mit großem Aufwand ausgebaut (© MicrovOne/iStock/Thinkstock/Getty)

Finanzierungskompetenz von Vorteil

Eine kürzlich veröffentlichte Studie*) sieht noch weitere Argumente, die für einen Vorteil von international gut aufgestellten Unternehmen sprechen. Dies sind die Managementerfahrungen, insbesondere bei Großprojekten, sowie der Zugang zu und die Erfahrung mit verschiedenen Finanzierungsquellen. Bei vielen Großprojekten in Entwicklungsländern stellt die Finanzierung eine besondere Herausforderung dar und erfordert häufig Alternativen zur klassischen Bankfinanzierung. Denkbar sind laut dieser Studie neben den üblichen EPC-Strukturen beispielsweise Beteiligungen, Akquisitionen, Public Private Partnerships (PPP) o.Ä. Hier können westliche Unternehmen und Banken mit ihren Erfahrungen und Kenntnissen einen Mehrwert einbringen.

„Gerade deutsche Mittelständler und Konzerne haben die besten Voraussetzungen für eine hohe Wettbewerbsfähigkeit. Einige Unternehmen haben dies bereits erkannt und Vertriebsmannschaften speziell für die BRI abgestellt."

Für Exporteure in Deutschland, die bei solchen Projekten mit ihren Produkten/ ihrer Expertise meistens ganz bestimmte Teilbereiche (Planung/Konzeption, spezifische Komponenten oder Werkzeuge o.Ä.) abdecken, spielen die obengenannten Finanzierungsformen eine eher untergeordnete Rolle. Jedoch kann ein Finanzierungsbaustein für die exportierten Leistungen oder Güter einen wichtigen Wettbewerbsvorteil oder sogar eine Zugangsvoraussetzung darstellen.

Eine übliche Form der Finanzierung stellt hier der Zahlungsaufschub (Deferred Payment) dar, welchen der Exporteur dem Importeur gewährt. Die daraus entstehenden Risiken kann der Exporteur über verschiedene Instrumente reduzieren (Exportkreditversicherer, Bankbestätigung etc.). Durch einen Verkauf seiner Forderung (Forfaitierung) erhält der Exporteur darüber hinaus die Liquidität sofort auf sein Konto. Anders als bei der klassischen Bankfinanzierung wird die Finanzierung im Wesentlichen auf das Projekt, die Lieferfähigkeit des Exporteurs sowie die Bank/das Land des Importeurs abgestellt.

Bei solchen Finanzierungen kann die Deutsche Bank für ihre Kunden auf eine bilaterale Vereinbarung mit der China Development Bank (CDB) zurückgreifen, die eine günstige zusätzliche Refinanzierungsquelle darstellt. Die beiden Finanzinstitute hatten bereits vor einem Jahr ihre Absicht erklärt, bis 2022 insgesamt Gelder in Höhe von 3 Mrd USD zur Verfügung zu stellen, um Projekte in den BRI-Ländern zu finanzieren.

Wie bei anderen Refinanzierungsquellen gibt es auch hier Kriterien, die für eine Nutzung der Gelder erfüllt werden müssen, beispielsweise Vorgaben hinsichtlich Höhe, Laufzeit oder Verwendung der Gelder. Allerdings steht für die CDB die Förderung der „Belt and Road Initiative" so deutlich im Fokus, dass neben der Exportfinanzierung sogar Gelder für Investitionsvorhaben in BRI-Ländern abgerufen werden können ◂

**) https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4406_Belt-and-road-initiative/4406_Embracing-the-BRI-ecosystem.pdf*

Dieser Beitrag ist in dem Online-Magazin ExportManager am 09.05.2018, Ausgabe 4, erstmalig erschienen.

Bildung und Innovationskraft

als Garanten für Erfolg auf den Weltmärkten

Text: Stefan W. Dircks

Deutschland lebt von der Außenwirtschaft, lebt von seiner Weltoffenheit und seiner internationalen Vernetzung. Viele Menschen fühlen sich heimatlos und haben Angst vor vermeintlich starken, fremden Mächten wie China oder den USA. Wo bleibt mein Arbeitsplatz? Wo bleibt meine persönliche Zukunft?

Dabei wurde vergessen aufzuzeigen, wo unsere Stärken sind und damit verbunden Sicherheit und Zukunft. Auch wir selbst rennen von einer Sitzung zur nächsten und haben keine Zeit mehr, uns mit den Menschen und deren Ängsten auseinanderzusetzen, deren Ängste ernst zu nehmen, ihnen Orientierung zu geben. Denn die Mehrheit unserer Bevölkerung ist viel besser ausgebildet als der Durchschnitt irgendwo auf der Welt. Unser Staat, unsere Gesellschaft ist viel leistungsfähiger als viele meinen und Europa ist unsere gemeinsame Heimat. Wir haben so viel zu bieten, was die ganze Welt haben möchte. Die weltweite Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen ist langfristig vorhanden und damit notwendige Voraussetzung für den Erhalt und die Schaffung von Arbeitsplätzen. Die Herausforderung heißt umso mehr Bildung und berufliche Ausbildung.

Die Ängste vor der Globalisierung gilt es ernst zu nehmen und abzubauen. Dazu benötigen wir die intellektuelle Auseinandersetzung, interdisziplinäre Runde Tische und Diskussionsforen. Unsere Lösungsansätze in einer verständlichen Sprache erklären. Lassen Sie uns die Diskussion suchen, seien sie physischer oder virtueller Art und die Globalisierung besser erklären. Denn nicht ein blindes Schicksal waltet in der modernen Welt. Sie ist von Menschen gemacht und kann deshalb auch von Menschen gestaltet und geordnet werden. Das geht aber nicht auf nationaler Ebene. Wir können nur verlieren, wenn wir uns abschotten und Mauern hochziehen.

Abschottung heißt Rückschritt

Nach dem zweiten Weltkrieg wurden die internationalen Strukturen für einen regelgebundenen Welthandel unter der maßgeblichen Führung der USA mühevoll gelegt. Das europäische Projekt wurde aus der Taufe gehoben. Diese Errungenschaften geraten derzeit unter Druck. Es ist an uns, alles daran zu setzen, um diesen Stabilitätsrahmen aufrecht zu erhalten. Nur die Europäische Union bietet dabei den Mitgliedsstaaten die Möglichkeit, im Wettbewerb den gemeinsamen Markt zu nutzen und neue Arbeitsplätze zu schaffen, vorausgesetzt, die Menschen werden entsprechend gebildet und ausgebildet. Wer hingegen glaubt, dass man sich nur von diesen supranationalen Systemen abkoppeln müsse, um dann die Arbeitsplätze wieder zurückzuholen und es den Leuten dann wieder besser ginge, weil neue Fabriken gebaut und Unternehmen gegründet würden, die jetzt alle in China oder anderswo sind, der irrt sich gewaltig.

BDEx
Bundesverband des
Deutschen Exporthandels e.V.
Verband für Internationalen Handel

Man bekommt eben keine neuen Fabriken und keine neuen Arbeitsplätze, da niemand in eine geschlossene Wirtschaft investiert. Man schafft also keine neuen Arbeitsplätze. Vielmehr bekommt man Inflation und schleichende Verarmung, die in jede Schicht greift. Argentinien genauso wie Griechenland sind anschauliche Beispiele. Beide Länder könnten mittlerweile zu den reichsten Ländern der Welt gehören. Es sind jedoch die offenen, investitionsfreundlichen Länder mit einer harten Währung, die ihren Bevölkerungen Wohlstand bieten.

Bildung und Ausbildung

Unsere Zukunft ist die Welt und für die haben wir eine bedeutende Angebotspalette. Wir sind wirklich attraktiv und weil wir einer enorm wachsenden Nachfrage gegenüberstehen, können wir auch einen hohen Preis für unsere hochwertigen Leistungen erzielen. Dies brauchen wir auch, um den Sozialstaat mit seinen Sicherungssystemen zu realisieren, denn die Globalisierung bringt nicht nur Gewinner hervor. Nein, und dass darf man auch nicht verschweigen, nicht alle Menschen werden automatisch mitgenommen. Es ist an uns als Gesellschaft, diese Menschen aufzufangen. Es ist aber auch Aufgabe des Staates, seinen Bürgern die Möglichkeit zu geben, die Chancen der Globalisierung zu nutzen. Grundvoraussetzung sind erneut: Bildung und Ausbildung.

Neben der Bildung gibt es einen zweiten Faktor, der für unseren zukünftigen Erfolg ausschlaggebend sein wird. Wie können wir die Innovationskräfte hier in Europa wieder stärken? Wie schaffen wir es, dass ein junger Absolvent wieder Freude am Gründen, am Risiko, am Unternehmertum bekommt? Wenn mehr als die Hälfte unserer Studenten danach streben in den sicheren Staatsdienst zu kommen, läuft etwas schief.

Kreativität

Aus meiner Sicht geht es hier in erster Linie um Motivation. Ich muss als Unternehmer motiviert sein und motiviert bleiben. Dazu brauche ich ein Team aus fähigen Mitarbeitern. Zudem braucht es verlässliche politische Rahmenbedingungen. Und zwar nicht verlässlich für das nächste Quartal oder die nächsten Bundestags- oder Landtagswahl. Nein, ich benötige Verlässlichkeit auf Jahre hinaus. Ich benötige Rahmenbedingungen, die mir und meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit lässt, gestalten zu können. Wir benötigen aber auch die Freiheit, Fehler machen zu können. Der Staat sollte mich nicht über Regulierungen, Kontrollen und Prüfungen so in die Schranken weisen, dass ich gar keinen Fehler mehr machen kann. Denn dann kann ich nicht mehr innovativ sein, wird die Kreativität versiegen und ohne Kreativität werden wir nicht weiterkommen.

An dieser Stelle möchte ich ausdrücklich darauf hinweisen, dass es mit einer neuen Gründerkultur allein nicht getan ist. Nein, jedes kleine oder mittelständische Unternehmen kämpft tagtäglich mit immer neuen gesetzlichen und bürokratischen Anforderungen. Die Intentionen hinter diesen, wie die Beachtung von Sozial-, Umwelt- oder Menschenrechtsstandards, ist natürlich richtig und wichtig. Durch eine Verlagerung der Haftung hin zu den Unternehmen und weg von unterbesetzten Behörden wie Zoll oder BAFA bremst man aber außenwirtschaftliche Aktivitäten aus.

Engagement

Die weltwirtschaftliche Ordnung ist im Umbruch. Vermeidlich sichere Stabilitätsanker wie die transatlantischen Beziehungen haben sich rasant verändert und verlangen von Deutschland und Europa Verantwortung zu übernehmen und gleichzeitig Orientierung zu geben. Dies kann eine ungeheure Chance sein, die wir nicht ungenutzt an uns vorbeiziehen lassen dürfen. Die Zugehörigkeit zu Europa in diesen Zeiten unheimlicher Veränderungen ist dabei unsere Zukunft. Ohne unser aller Engagement geht es aber nicht. Europa braucht uns und die Welt braucht Europa. Ich bin fest überzeugt, dass das europäische Zeitalter daher erst beginnt. ◄

Stefan W. Dircks
Vorsitzender

Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

T +49 30 726 257 91
contact@bdex.de
www.bdex.de

Niemand daheim

Fotograf Fokke Eenhoorn

Text: Joop van Reeken & Verena Winter

Fokke Eenhoorn (1961) fotografiert seit seinem zwölften Lebensjahr. Ernst wurde es mit der Fotografie durch das Studium an der Schule für Fotografie in Den Haag, wo er 1987 mit einem Fachdiplom den Abschluss machte. Nachdem Fokke Eenhoorn eine Zeit lang als Fotograf bei einem großen Fotostudio tätig war, entschloss er sich, als Dozent für Fotografie an einer berufsbildenden Schule zu arbeiten. Aber nach 20 Jahren im Lehrberuf verlangte er mehr und mehr danach, sich wieder voll der eigenen Fotografie zu widmen. Seither ist er als selbständiger Fotograf tätig. Neben viel Auftragsfotografie nimmt er sich jedoch auch die Zeit für eine ganz besondere Passion: Das Abbilden von unwichtig erscheinender Architektur: von Katen, Scheunen, Häuschen, Schlupfwinkeln. In seinen Fotos erhalten die zumeist nebensächlichen Bauwerke einen monumentalen Charakter. Zudem verleiht er seinen Bildern mittels „Stitching“ einen enormen Detailreichtum. Wir befragten ihn nach den Vor- und Nachteilen der digitalen Fotografie.

Joop van Reeken: Herr Eenhoorn, Sie sind in der Zeit der analogen Fotografie groß geworden. Wie haben Sie den Umstieg auf die digitale Fotografie erlebt?

Fokke Eenhoorn: Als die Digitalisierung in der Fotografie rund um 2001 einigermaßen in Gang kam, war ich sofort davon begeistert, weil man damit sehr gefühlsmäßig arbeiten kann. Man erhält sofort ein Feedback von dem, was man tut. Obwohl die ersten digitalen Kameras ziemlich primitive Biester waren, konnte man damit trotzdem wunderbar experimentieren. Ich bin nicht so geduldig, und beim Film musste ich doch immer warten, bis dieser entwickelt war oder auf den Druck, um zu wissen, was man eigentlich gemacht hat. Ehrlich gesagt, habe ich keine Träne vergossen, als es mit der analogen Fotografie vorbei war. Es gibt Fotografen, die rufen, dass früher alles besser war, aber ich gehöre nicht dazu. Auf der professionellen Ebene sowieso nicht. Der ganze Stress um das Abwarten und dazu die Unsicherheit. Jetzt fährt man nach Hause und weiß, es ist prima gelaufen. Und das ist einfach klasse.

Joop van Reeken: Also gar kein Heimweh danach?

Fokke Eenhoorn: Nun ja, ich besitze wohl eine Sammlung von analogen Kameras, mit denen ich hie und da Fotos schieße. Betrachtet man dann die Bilder, haben sie schon eine ganz besondere Qualität, die digitale Fotos so nicht besitzen. Das ähnelt ein wenig der Diskussion, ob eine LP oder eine CD besser klingt. Alle beide haben ihren eigenen Reiz. Vielleicht spielt ja beim Analogen auch die Geduld eine Rolle. Das war früher, als man tagein, tagaus fotografieren musste, oft unerquicklich. Doch jetzt hat das eine Mal Warten wieder etwas Schönes an sich.

Fokke Eenhoorn
Fotograf

EENHOORN FOTOGRAFIE
Hagemanswei 89
6843 XM Arnhem
Niederlande

M +31 6 4444 8590
info@eenhoornfotografie.nl

Joop van Reeken: Waren Fotografen in der analogen Zeit sorgfältiger?

Fokke Eenhoorn: Sagen wir so: War man früher nicht akkurat, wurde man dafür sogleich abgestraft. Hat man vergessen, etwas wegzunehmen, was nicht ins Bild gehört, war man absolut der Dämlack. Dann musste man zurück und alles wieder aufs Neue fotografieren. Heute hingegen kann ich das Versäumte in Photoshop in Ordnung bringen. Natürlich versuche ich stets mit aller Sorgfalt zu arbeiten, denn auch die Nachbearbeitungen kosten Zeit.

Es ist vielleicht schade, dass die Fotografie von heute nicht mehr das „große Geheimnis“ ist, wie sie sie früher war. Man musste damals wirklich was vom Fotografieren verstehen, um überhaupt ordentliche Bilder machen zu können. Und was wir alles mitschleppen mussten! Lampen, Lichtmesser, Farbmessgeräte, Filter, Polaroid Filme und was sonst noch alles. Die Technik ist heute viel beherrschbarer geworden, sodass auch Leute mit wenig technischem Wissen mittels „trial and error“ doch einiges zustande bringen können. Das ist an und für sich nicht schlimm, aber es hat dem Fach doch viel Magie entzogen. Nun ja, darüber kann man sich vielleicht ein wenig nostalgisch fühlen.

Joop van Reeken: Wie ist die digitale Fotografie Ihrem letzten Projekt zugutegekommen? ▸

Fokke Eenhoorn: Anholt

Fokke Eenhoorn: Veluwe

Fokke Eenhoorn: Durch Zufall bin auch auf eine Art Fotografie gestoßen, wo mehrere Bilder miteinander kombiniert werden. Ich fotografiere gerne einsame und scheinbar unbedeutende Bauobjekte. Transformatorenhäuschen, Schuppen, Buden. Vergessene Bauwerke also. Das lässt sich auf vielerlei Art fotografieren. Ich habe mich dafür entschieden, das Bild aus fast 30 Aufnahmen, die ich von ein und demselben Objekt gemacht habe, aufzubauen. Mit einem Teleobjektiv mache ich viele Einzelbilder, die sich überlappen, die in Photoshop zusammengesetzt werden und am Ende ein ganzes Einzelbild ergeben. Das nennt man in der Fachsprache „Stitchen". Am Ende hat man ein Bild, das aus zig Einzelaufnahmen aufgebaut ist. Das führt zu einer Art Verfremdung, weil der Hintergrund viel unschärfer wird, als man das erwartet.

Ein anderer Vorteil ist, dass man eine viel höhere Bildschärfe erhält, sodass sich jedes Foto in einem sehr großen Format drucken lässt und man noch immer mit der Nase davor jedes Detail sehen kann. Die irre Detaillierung trägt auch zur Verfremdung bei.

Joop van Reeken: Die Verfremdung ist schon im Thema selbst zu finden. Niemand kommt auf die Idee, derartige Bauobjekte zu fotografieren. An den meisten geht man ja einfach vorbei.

Fokke Eenhoorn: Nun, warum ich derartige Gebilde so interessant finde, kann ich auch nicht erklären. Der Stitching-Technik begegnete ich im Internet. So suchte ich nach einem Motiv, um sie auszuprobieren. Und so kam es zu den „einsamen Häuschen". Mit der Zeit wuchs das Projekt und die Bilder wurden immer spezifischer. Inzwischen schicken mir Freunde Fotos von allerlei Baugebilden mit den dazugehörigen GPS-Daten zu, mit der Frage, ob für mich nicht etwas dabei wäre. Das ist sicher gut gemeint, doch mittlerweile weiß ich ganz genau, wie so ein Objekt aussehen muss, um es überhaupt in Betracht zu ziehen. Dadurch fallen immer mehr Häuschen raus, weil sie nicht das gewisse Etwas haben.

Fokke Eenhoorn: Ijzendoorn

Joop van Reeken: Es existiert sozusagen eine Checkliste für Häuschen?

Fokke Eenhoorn: Stimmt genau! Da steht zum Beispiel ein perfektes Objekt, aber dahinter stört ein Haus. Und dann funktioniert das nicht. Oder es gibt rundherum zu viele Bäume. Oder es steht etwas davor. In der Nachbearbeitung entferne ich aus dem Bild sowieso noch viel, was ablenkt, von dem, um was es mir geht.

Joop van Reeken: Ist dies auch der Grund dafür, dass die unbedeutenden Bauobjekte in ihren Bildern so monumental wirken?

Fokke Eenhoorn: Ja. Alles im Foto dient dazu, sich auf das Häuschen fokussieren zu können. Was ablenkt, kommt weg. Klebt ein Anschlagzettel auf der Tür des Häuschens, dann nehme ich den mit Photoshop weg. Steht da ein Laternenpfahl: raus damit! Ich rupfe es kahl wie ein Huhn. Das Bild hat am Ende nicht mehr viel zu tun mit dem Häuschen so wie es ist. Es ist über sich selbst hinausgewachsen. Ich habe einmal einem Käufer, der eines von meinen Fotos erstanden hatte, mit meinem Mobiltelefon ein Foto von dem Häuschen geschickt, wie es in Wirklichkeit dasteht. Er hat es einfach nicht wiedererkannt und konnte es beinahe nicht glauben.

Joop van Reeken: Setzen Sie sich auch eine Grenze für wie weit Sie mit den Veränderungen gehen?

Fokke Eenhoorn: Ja, das Häuschen selbst und der Ort müssen eine unverwechselbare Qualität haben. Das allein verstärke ich dann. Ich gehe nicht wie ein Werbefotograf vor, der sich auf Basis von einer Skizze einzelne Elemente zusammensucht und daraus ein Bild macht. Meine Häuschen sind echt, wie auch die Umgebung. Ich arbeite darauf hin, was ich wahrnehme, wenn ich das Bauwerk zum ersten Mal sehe. Dann sehe ich nämlich allein das Häuschen und nicht das Chaos rundherum.

Joop van Reeken: Wenn ich das so höre, ist das Prozedere wohl technisch schwierig und zugleich zeitraubend?

Fokke Eenhoorn: (Lacht) Ja, das stimmt. Manchmal bin ich einen halben Tag lang mit einer Nachbearbeitung eines Bildes beschäftigt. Es kommt vor, dass ich einen ganzen Tag lang durch die Gegend fahre, um zu fotografieren und nichts finde. Dazu kommen Abwandlungen, die ich ausprobiere. Es ist tatsächlich arbeitsintensiv. Und auf das Resultat muss ich auch noch warten, bis ich es für komplett erkläre. Man kann sagen, dass ich es mir wohl schwer damit mache.

Joop van Reeken: Was wird Ihrer Meinung nach die digitale Entwicklung noch für die Zukunft bringen?

Fokke Eenhoorn: Die Entwicklung geht stets weiter. Noch viel mehr Menschen werden fotografieren, sich selbst als Fotograf bezeichnen und Fotos schießen, die man für „gut genug" haltet. Die Technik wird immer einfacher. Ob die Fotos dadurch besser ▸

werden, bezweifle ich. Die inhaltliche Qualität wird allein von der Technik nicht besser. Und das Wahrnehmungsvermögen der Menschen sicher auch nicht.

Joop van Reeken: Nicht jeder vermag es, die Häuschen wahr zu nehmen?

Als ich in der aktuellen World Press Photo Ausstellung herumlief, ist mir eine weitere Entwicklung aufgefallen: Selbst Fotos von allerärmsten Menschen irgendwo in einem fernen Land sehen so perfekt aus, dass die Geschichte, die damit erzählt wird, mich nicht mehr erreicht. Die Bilder sind fast zu schön, zu geleckt, zu perfekt, um sie für glaubwürdig halten zu können. Man kann fast sagen,

Fokke Eenhoorn: Wapenveld

Fokke Eenhoorn: Nein (lacht), das ist wohl mein ganz persönliches Ding! Das Schöne an der Fotografie aber ist, dass man Sachen zeigen kann, die anderen Menschen nicht auffallen. Vor kurzem habe ich ein Buch über den Fotografen Joel Meyerowitz bekommen: Was er alles auf der Straße entdeckt und uns alle sehen lässt. Dinge, an denen wir einfach vorbeilaufen. Das finde ich faszinierend.

dass die mit einem analogen Film geschossenen körnigen Bilder einfach glaubwürdiger waren.

Eine andere Entwicklung, die ich sehe ist, dass die Aufbewahrung von Fotos immer weniger wichtig wird. Die Menschen befassen sich damit nicht mehr. Analoge Fotos gingen in ein Album oder

in ein Archiv. Dort konnte man sie immer wieder finden, ansehen und zeigen. Doch heute wird ja so viel fotografiert! Die ganzen Fotos landen einfach auf einer Speicherplatte oder auf sonst einem Speichermedium. Aber die Festplatte kann crashen und die Speicherkarte verloren gehen. Oder das gesuchte Bild lässt sich in der Unmenge Fotos gar nicht erst finden.

Eine fast philosophische Frage ist dann: Will man die Bilder wirklich aufbewahren? Fotos haben das Merkmal des Besonderen verloren. Früher war es echt ein Ding, wenn man ein Foto machte. Die Kamera wurde hervorgeholt – und dann wurde es richtig ernst. Nun wird am laufenden Band fotografiert: „Pizza essen mit meiner Freundin", „Das neue Kleid probieren", „Der tolle Schrank bei IKEA". Das sind ja auch keine Fotos, die es wert sind, bewahrt zu werden. Es sind Momentaufnahmen, die in der digitalen Welt wieder verschwinden. Das ist nicht weiter schlimm. Ich befürchte allein, dass vielleicht dazwischen Fotos existieren, die es wohl verdienen, aufgehoben zu werden, die aber im digitalen Brei untergehen. In hundert Jahren werden wir mehr darüber wissen. ◂

Fokke Eenhoorn: Millingen

Porträtfoto Fokke Eenhoorn: © Vincent Nabbe

KGH CUSTOMS SERVICES

Get ready for tomorrow

Brexit-Symposium

20. – 21.11.2018 in Soest, NRW

- Vorträge zu Brexit-Auswirkungen auf den Handel mit Großbritannien
- Podiumsdiskussionen mit internationalen Referenten zu Zoll- und Außenhandelsthemen
- Lunch-to-Lunch-Veranstaltung mit Abendprogramm

KGH Customs Services GmbH
Kurze Straße 19 – 21, 59494 Soest
info@brexit-symposium.de, Tel.: 02921 70437-40
kghcustoms.com

Von Meerbusch aus in die Welt

Text und Fotos: Heike Reiß

Andreas Mühlberg (AHV NRW), Oliver Dellmann (Atradius Kreditversicherung), Fabiana Oscari-Bergs (LIDE Deutschland GmbH), Guarani Martins de Morais (Brasilianische Botschaft in Berlin) und Heike Reiß

Stadt im Grünen oder Stadt der meisten Einkommensmillionäre – Meerbusch heftet so manches Vorschuss-Prädikat an. Dabei hat die mitten im florierenden Rhein-Kreis Neuss und mit unmittelbarer Anbindung an die Landeshauptstadt Düsseldorf gelegene Stadt mit rund 55.000 Einwohnern in acht Ortsteilen sehr viel mehr zu bieten. Mittelständische Unternehmen mit beachtlichen Umsatzzahlen sind ebenso vertreten wie Global Player, Handwerks-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sowie ein florierender, größtenteils inhabergeführter Einzelhandel.

Auf dieser Basis unterstützte ich in meiner Funktion als Wirtschaftsförderin Unternehmen auch dabei, „über den Tellerrand zu sehen“ und damit nicht nur das europäische Ausland, sondern grundsätzlich und global den Erfolgsfaktor Auslandsgeschäft im Auge zu behalten. Veranstaltungen unter anderem mit der IHK Mittlerer Niederrhein zu diesem Thema stoßen auf großes Interesse und dort kristallisiert sich im Gespräch heraus, dass Auslandsgeschäfte im Rhein-Kreis Neuss eine wichtige Rolle spielen. Mit gut 55 Prozent Anteil liegen die Unternehmen hier über der durchschnittlichen Exportquote. Und daran haben Meerbuscher Unternehmen einen gewichtigen Anteil. Hier ist bekannt, dass Auslandsgeschäfte mit der Erschließung neuer Märkte, der Verbesserung der Wettbewerbssituation und der Auslagerung vorhandener Kapazitäten große Vorteile bringen - der Außenhandel aber auch Flexibilität und Anpassungsfähigkeit erfordert.

Auf einen Nenner gebracht bietet die Globalisierung neue Chancen. Und diese werden in Meerbuscher Unternehmen genutzt. Wie das aussehen kann, kommt beispielsweise beim Treffen von 25 aus der NRW-Region angereisten Interessenten in der ebenfalls von mir als

STADT MEERBUSCH

Wirtschaftsförderin in Zusammenarbeit mit dem Außenhandelsverband NRW (AHV) initiierten Veranstaltung „Business Breakfast Brazil“ im Restaurant Röttgenhof des Golfparks Meerbusch beeindruckend zum Ausdruck. Dass Brasilien nach einer Talfahrt kein einfacher Markt ist, ist bekannt. Andererseits nimmt der brasilianische Markt langfristig auch für deutsche Unternehmen an Bedeutung zu.

Derartige Themen finden unter anderem bei der von Unternehmern aus ganz NRW und dem europäischen Ausland gut besuchten Informationsrunde in dem mit einem Stern dekorierten Gastronomiebetrieb „Anthonys Kochschule und Restaurant“ im Meerbuscher Stadtteil Büderich Beachtung. Vom AHV und der Meerbuscher Wirtschaftsförderung ins Leben gerufen, wird hier mit Erfolg die auf beiden Seiten angesiedelte Stärke eines weit gespannten Netzwerks in die Waagschale geworfen. Ähnlich verhält es sich beim AHV-Mitgliedertreffen, dem Veranstaltungsformat After Trade Club (ATC), der sich im Juli 2017 im Golfpark Meerbusch unter anderem zum Thema „Nachwuchsförderung im Außenhandel“ zusammengefunden hatte.

Ebenfalls leistungsfähig präsentiert sich die Kaufkraft. In Meerbusch liegt die Kennziffer mit 126 über dem Durchschnitt von 100. Trotzdem arbeitet die Wirtschaftsförderung gemeinsam mit allen Verantwortlichen verstärkt an einer „vitalen Innenstadt“. Jährliche Aktionen wie „Heimat shoppen“ – Einkaufen vor der Haustür - mit übers Jahr verteilten „Ablegern“ beleben nicht nur die Einkaufsstraßen in den einzelnen Stadtteilen. Sie ziehen auch Besucher aus den umliegenden Städten an.

Um Publikum aus dem Ausland dagegen handelt es sich bei den Messebesuchern. Die Präsenz einschlägiger Fachmessen auf dem in Büderich gelegenen AREAL BÖHLER – beispielsweise „Gallery“, „Gallery Shoes“, „Platform Fashion“, Rheingolf oder ArtDüsseldorf – ziehen internationales Publikum an. Außerdem sorgt die Städtepartnerschaft Meerbusch-Fouesnant für Besucher aus Frankreich. Vor 50 Jahren gewissermaßen im Sog der neu entdeckten deutsch-französischen Freundschaft gegründet, handelt es sich hier um eine Partnerschaft, die nicht auf politischem Parkett gepflegt wird, sondern vom Austausch, von Menschlichkeit und Herzlichkeit lebt. Trotzdem bestehen auch wirtschaftliche Verbindungen, sehen sich Bretonen in Meerbuscher Unternehmen um und informieren sich Jugendliche aus Fouesnant während eines Schüleraustausches oder eines Praktikums über in Deutschland praktizierte Arbeitsmethoden. Im Vorfeld des Außenhandels-Gedanken ist dies ein beachtlicher Beitrag, um auf internationaler Basis Impulse auch an den Nachwuchs weiterzugeben.

Neben der engen freundschaftlichen Verbindung zu Fouesnant gibt es seit 2010 eine weitere Partnerschaft mit der in der Nähe von Osaka liegenden japanischen Stadt Shijonawate. Auch hier ist der vom „Freundeskreis der Städtepartnerschaft Meerbusch- ►

Der ATC zu Gast bei Sternekoch Anthony Sarpong in Meerbusch

Andreas Mühlberg, Susan Keng und Heike Reiß mit einer Chinesischen Delegation aus Guangdong im Meerbuscher Rathaus

Shijonawate“ ins Leben gerufene Austausch vielfältig. Er wickelt sich mittels persönlicher Kontakte zwischen den Schülerinnen und Schüler der ähnlich strukturierten Städte ab, auf kommunaler Ebene zwischen den Stadtoberhäuptern sowie im kulturellen Bereich. Die Partnerschaft hat vor allem das Ziel, jungen Menschen neue Horizonte zu eröffnen. ◂

Heike Reiß war von 2010 bis Sommer 2018 Wirtschaftsförderin der Stadt Meerbusch und leitet seit Juli 2018 die Öffentlichkeitsarbeit der Bezirksregierung Köln.

Heike Reiß
Leitung Öffentlichkeitsarbeit

Bezirksregierung Köln
Zeughausstraße 2-10
50667 Köln

T +49 221 147 2182
F +49 221 147 3399
M +49 172 9439 010
heike.reiss@brk.nrw.de
www.brk.nrw.de

DERRA, MEYER & PARTNER
Rechtsanwälte PartGmbB

Chancen nutzen – Risiken absichern

Unsere Welt steckt voller Chancen und Möglichkeiten.
Die Herausforderung liegt darin, sie zu nutzen.

Wir sehen unsere Aufgabe darin, Sie bei Ihren geschäftlichen Vorhaben partnerschaftlich zu begleiten und Risiken weitestgehend abzusichern.

Mit über 40 spezialisierten Rechtsanwälten, Steuerberatern, Insolvenzverwaltern und Sanierungsberatern an acht Standorten in Deutschland sowie eigenen Büros in Italien und Polen sind wir ein zuverlässiger Partner.

An unserem Standort in Düsseldorf beraten wir Sie in diesen Bereichen:

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

Derra, Meyer & Partner
Rechtsanwälte PartGmbB
Berliner Allee 55
40212 Düsseldorf

Tel.: 02 11/17 52 06 60
Fax: 02 11/17 52 06 66
dmp@derra-d.de
www.derra.eu

Ansprechpartner internationales Wirtschaftsrecht:

Karl-Heinz Lauser

Ruth Witten-Violetti

Stefan Eßer

Natürlich voller Ideen

Der Mittelstand ist der Motor des Erfolgs im Münsterland

Text: Sabrina Becker

Rasantes Wirtschaftswachstum, starke Industrie, eine hohe Beschäftigtenzahl im Dienstleistungssektor und die seit Jahren niedrigste Arbeitslosenquote in Nordrhein-Westfalen kennzeichnen den Wirtschaftsstandort Münsterland. Motor dieses Erfolgs sind die mittelständischen Unternehmen. Nirgendwo in NRW arbeiten mehr Menschen in mittelständischen Betrieben. Sie zeichnen sich durch eine beeindruckende Branchenvielfalt und außerordentliche Innovationsfreude aus sowie durch ihre Orientierung an langfristigen Werten und Zielen, die sie noch stärker werden lässt.

Damit behauptet sich der Mittelstand erfolgreich im globalen Wettbewerb – und setzt vielfach Maßstäbe als Weltmarktführer. Um ihre herausragende Position weiter auszubauen, haben sich die Unternehmen längst den Herausforderungen der Digitalisierung, der veränderten Wertschöpfungsstrukturen und der ressourcenschonenden Prozesse angenommen. Das schnelle Internet ist eine Grundvoraussetzung dafür: Deshalb reicht das Glasfasernetz im Münsterland bereits jetzt in mehr als 50 Prozent der Gewerbegebiete bis zu jedem Betrieb. Der weitere Ausbau ist in Planung.

Die Herausforderungen der Digitalisierung haben die Unternehmen im Münsterland angenommen (Foto: Münsterland e.V.)

Nahezu 1,6 Millionen Menschen leben auf gut 5.100 Quadratkilometern im Oberzentrum Münster sowie den Kreisen Borken, Coesfeld, Steinfurt und Warendorf. Nach einer jüngsten Prognos-Studie gibt es hier bis 2025 einen der höchsten erwarteten Bruttowertschöpfungszuwächse – neben den Regionen Köln/Bonn und Düsseldorf. Diese Perspektive hat auch damit zu tun, dass das Münsterland seine Spitzenleistungen in der Nanotechnologie, Batterieforschung, Bionik und Geoinformatik immer weiter ausbaut. ◂

Klaus Ehling
Vorstand

Münsterland e.V.
Airportallee 1
48268 Greven

T +49 2571 949301
info@muensterland.com
www.muensterland.com
www.muensterland-wirtschaft.de

Münsterland *e.V.*

Zölle & Steuern

„Szenen einer Ehe“

Text: Dr. Talke Ovie und Benno Lange

Dr. Talke Ovie
Rechtsanwältin

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
Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB

Zölle und Steuern sind eng miteinander verknüpft. Die Beherrschung und Abstimmung beider Themen ist für international tätige Konzerne eine große Herausforderung mit steigender Tendenz. Dies belegen die aktuellen Entwicklungen in Bezug auf den Zollwert (Verrechnungspreis) und die Vereinbarung der Incotermklausel DDP bei der Einfuhrverzollung in die EU.

ZOLLWERT UND VERRECHNUNGSPREIS

Bei der Einfuhr einer Ware in die EU sind grundsätzlich Zölle (und Einfuhrumsatzsteuer) zu zahlen. Der Zollwert ist in der Regel der Kaufpreis der Ware (Transaktionswert). Voraussetzung dafür ist, dass Verkäufer und Käufer nicht miteinander verbunden sind, oder aber die Verbundenheit den Preis nicht beeinflusst hat. Nach Ansicht der Zollverwaltung liegt eine Preisbeeinflussung vor, wenn der dem verbundenen Käufer berechnete Preis niedriger ist als der Preis, der bei gleichen Umständen einem nicht verbundenen Käufer berechnet worden wäre. In zollwertrechtlicher Hinsicht bedarf es also eines Fremdvergleichs. Gleiches gilt in (ertrags-)steuerrechtlicher Hinsicht. Preise für grenzüberschreitende Lieferungen und Leistungen innerhalb eines Konzerns (Verrechnungspreise) müssen einem Fremdvergleich entsprechen, um anerkannt zu werden. Dass die Wahl des in steuerrechtlicher Hinsicht „richtigen“ Verrechnungspreises zollrechtliche Implikationen hat, bestätigt das Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) vom 20.12.2017, Rs. C-529/16 („Hamamatsu“).

Ausgangspunkt des Urteils ist die beim FG München anhängige Klage der Hamamatsu Photonics Deutschland GmbH (Hamamatsu) gegen das HZA München. Hamamatsu ist die Tochtergesellschaft eines japanischen Konzerns und vertreibt Produkte, die sie bei ihrer Muttergesellschaft einkauft und nach Einfuhr auf dem deutschen Markt verkauft. Auf jede Lieferung der Mutter an die Tochtergesellschaft fällt Zoll (und Einfuhrumsatzsteuer) an. Als Zollwert wird der Transaktionswert zugrunde gelegt.

Da der Kaufpreis für die Ware nicht durch Verhandlungen zwischen unabhängigen Parteien mit gegenläufigen wirtschaftlichen Interessen „am Markt“ gebildet, sondern als Verrechnungspreis innerhalb einer Unternehmensgruppe festgesetzt wird, ergab eine Überprüfung am Jahresende, dass die in Rechnung gestellten Preise in (ertrags-) steuerrechtlicher Hinsicht zu hoch waren und nachträglich nach unten korrigiert werden mussten (Jahresendanpassung), weil die GmbH keine angemessene Umsatzrendite erzielt hatte. Dieses Verfahren zur steuerlichen Bestimmung der Verrechnungspreise hatte der Konzern im Rahmen eines Vorabverständigungsverfahrens (Ad-vanced Pricing Agreement / APA) mit den Finanzbehörden in Japan und Deutschland verbindlich abgestimmt. Hamamatsu erhielt

daher von ihrer Muttergesellschaft eine Gutschrift für alle im Laufe des Jahres gelieferten Produkte. Daraufhin beantragte Hamamatsu die Erstattung der zu viel gezahlten Zölle für die ursprünglich zu hoch berechneten Preise. Das HZA lehnte die Erstattung ab.

Das FG München legte dem EuGH die Frage vor, ob die pauschale Berichtigung des Verrechnungspreises nach Ablauf des Jahres auch eine Veränderung des Zollwerts nach sich ziehe (Beschluss vom 15.9.2016 – 14 K 1974/15). Der EuGH hat diese Frage verneint. Eine nachträgliche pauschale Berichtigung, von der sich im Vorfeld nicht sagen lasse, ob die Berichtigung nach oben oder nach unten erfolgen wird, führe nicht zu einer nachträglichen Veränderung des maßgeblichen Zollwertes für die im Laufe des Jahres gelieferten Waren. In seiner Entscheidung beruft sich das Gericht darauf, dass eine nachträgliche Berichtigung des Zollwerts nur in Sonderfällen zulässig sei, u.a. wenn die Ware fehlerhaft war oder nach ihrer Abfertigung zum freien Verkehr Mängel festgestellt wurden.

Die Entscheidung macht die Arbeit für Controlling-, Steuer- und Zollabteilungen nicht einfacher. Bereits die steuerliche Anerkennung von Jahresendanpassungen ist seit jeher umstritten; insbesondere die deutsche Finanzverwaltung tut sich traditionell schwer damit und präferiert stattdessen eine fremdvergleichskonforme Preisfestsetzung im Vorfeld der jeweiligen Transaktion. Durch die jüngste Entscheidung des EuGH müssen Konzerne zudem davon ausgehen, unterjährig „zu viel“ gezahlte Zölle nicht nachträglich erstattet zu bekommen (während die Gefahr besteht, dass es bei einer Erhöhung zu einer Nacherhebung zu wenig gezahlter Zölle kommt). Jeder international tätige Konzern ist daher gut beraten, sich mit der Thematik „Zollwert & Verrechnungspreis“ frühzeitig auseinanderzusetzen und eine auf das Steuer- und Zollrecht abgestimmte Lösung zu finden - was möglich ist und von dem Verzicht auf Jahresendanpassungen bis zur Abkehr von der Transaktionswertmethode reicht.

INCOTERM DDP

Bei den International Commercial Terms (Incoterms) handelt es sich um Regelungen zur Vereinheitlichung der wesentlichen Käufer- und Verkäuferpflichten beim Abschluss von Kaufverträgen. Ziel der Incoterms ist es, Pflichten von Käufern und Verkäufern international einheitlich festzulegen, um Missverständnisse und Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden. Geregelt wird insbesondere, welche Vertragspartei für den Transport und die Verladung der Ware verantwortlich ist. Zudem sind Bestimmungen enthalten, welche Vertragspartei die Verzollung vorzunehmen und Einfuhrabgaben zu zahlen hat.

Dabei darf nicht übersehen werden, dass diese Bestimmungen nicht zwangsläufig mit den gesetzlichen Vorgaben des jeweils im Einfuhrland anwendbaren Zoll- und Steuerrechts einhergehen. Der „Klassiker“ in diesem Problemfeld ist die DDP-Klausel. „DDP“ bedeutet „delivered duty paid“ und beinhaltet, dass der Verkäufer alle Kosten und Gefahren der Beförderung der Ware zu tragen hat, einschließlich der Erledigung der Zollformalitäten sowie die Bezahlung von Formalitäten, Zöllen, Steuern und anderer Abgaben. Zu zollrechtlichen Schwierigkeiten kann es bei der tatsächlichen Abwicklung der DDP-Klausel kommen, weil zwar vereinbart ist, dass der Verkäufer für die Zollabfertigung verantwortlich ist, der Verkäufer jedoch aus zollrechtlichen Gründen nicht immer berechtigt ist, die Zollabfertigung auch tatsächlich in dem Land des Käufers vorzunehmen. Insoweit bedarf es ggf. einer indirekten Stellvertretung (derer sich die „Logistiker“ aufgrund der Haftung in der Regel verweigern).

In steuerrechtlicher Hinsicht führt die Vereinbarung der DDP-Klausel unstreitig dazu, dass der Verkäufer nicht nur Zölle, sondern auch Steuern zu zahlen hat, die bei der Einfuhr der Ware im Land des Käufers anfallen. Im Rahmen der Ausfuhr ist der Verkäufer daher verpflichtet, die bei der Einfuhr in das Drittland anfallende Einfuhrumsatzsteuer zu entrichten. In der praktischen Abwicklung wird dabei oftmals verkannt, dass die Einfuhrumsatzsteuer vom Verkäufer nur unter bestimmten Voraussetzungen als Vorsteuer geltend gemacht werden ▸

Dipl.-Kfm. Benno Lange
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater & Partner
Fachberater für internationales Steuerrecht

dhpg Dr. Harzem & Partner mbB
Wirtschaftsprüfungs- & Steuerberatungsgesellschaft
Bunsenstraße 10a
51647 Gummersbach

T +49 2261 8195 214
F +49 2261 8195 199
benno.lange@dhpg.de
www.dhpg.de

dhpg

kann. Liegen diese nicht vor, führt die Zahlung der Einfuhrumsatzsteuer zu Kosten und stellt nicht wie sonst üblich einen durchlaufenden Posten dar.

In Deutschland ist Voraussetzung für die Geltendmachung des Vorsteuerabzugs, dass derjenige, der den Vorsteuerabzug anmeldet, im Zeitpunkt der Einfuhr der Ware Verfügungsmacht über diese hat. Lange Jahre wurde von der (deutschen) Zollverwaltung die Abgabe einer Zollanmeldung mit Angabe der „Incotermklausel DDP“ dahingehend akzeptiert, dass in der Zollanmeldung der Hinweis „vorsteuerabzugsberechtigt“ enthalten war. Nach Aussage einiger „Logistiker“ ist diese Praxis nunmehr beendet und Zollanmeldungen dieser Art werden nicht mehr angenommen, was dazu führt, dass die Ware nicht überlassen wird! Grund dafür ist, dass die Vereinbarung der „Incotermklausel DDP“ dazu führt, dass der Empfänger der Ware, der diese versteuert und verzollt erhalten soll, im Zeitpunkt der Einfuhr keine Verfügungsmacht über diese hat und deshalb gar nicht vorsteuerabzugsberechtigt ist, was zur Folge hat, dass die Zollanmeldung unzutreffend ist. Diese Praxis der (deutschen) Zollverwaltung ist die Steigerung dessen, dass sowohl Zoll-, als auch Steuerprüfungen sich seit Beginn des Jahres 2017 vermehrt der Frage der berechtigten Inanspruchnahme des Vorsteuerabzugs widmen. Diese Entwicklung ist für alle Beteiligten der Lieferkette von großer Bedeutung. Die Vertragsparteien sind angehalten, eine dem Steuer- und Zollrecht entsprechende vertragliche Regelung bzw. Incoterm-Klausel zu vereinbaren, um sicherzustellen, dass die Einfuhrumsatzsteuer ein neutraler Posten bleibt; die „Logistiker“ wiederum werden aufgefordert, für die Überlassung der Waren zu sorgen und das „Problem“ zu lösen. Diesem „Problemfeld“ kann nur entgegengetreten werden, indem bereits in die Vertragsverhandlungen zoll- und steuerrechtliche Aspekte einfließen.

FAZIT

Trotz aller Reformen wohnen dem Zoll- und Steuerrecht nach wie vor fiskalische Interessen inne, die im grenzüberschreitenden internationalen Warenverkehr eng miteinander zusammenhängen und daher aufeinander abgestimmt werden müssen. Nur eine „Verheiratung“ verhindert, dass es zu negativen Folgen für das Unternehmen kommt. Dies gilt insbesondere auch deswegen, weil die Verwaltung nicht davor zurückschreckt, nicht nur Zölle oder Steuern nachzuerheben, sondern auch etwaige Straf- und Bußgeldverfahren in Betracht zu ziehen, die letztendlich in dem Vorwurf eines Organisationsverschuldens münden können, was wiederum an der Zuverlässigkeit „nagt“. ◂

NRW.INVEST
weltweit vernetzt

Text: NRW.INVEST

Die Fäden der NRW.INVEST GmbH werden in der Landeshauptstadt Düsseldorf gezogen, doch ohne ihre Auslandsbüros wäre die landeseigene Wirtschaftsförderungsgesellschaft nicht das, was sie heute ist. Der Aufbau und die Pflege von Kontakten und Netzwerken zu Wirtschaft und Politik wird nicht nur am Standort NRW betrieben, sondern auch in den 16 Auslandsbüros in China, Großbritannien, Indien, Israel, Japan, Korea, Polen, Russland, in der Türkei und in den USA.

© NRW.INVEST

Bei Veranstaltungen wie Investorenseminaren, Dialogdinnern oder auch auf internationalen Messen und in persönlichen Gesprächen knüpft NRW.INVEST Kontakte und informiert weltweit über den Wirtschafts- und Investitionsstandort NRW, das Umfeld und das Investitionsklima, über rechtliche und soziale Rahmenbedingungen, über Städte und Regionen, Messen und Marktchancen. Hierbei steht stets im Vordergrund, interessante und langlebige Kontakte zu knüpfen. Daraus wuchsen in den vergangenen Jahren Beziehungen zu zahlreichen ausländischen Unternehmen aus allen Branchen und Regionen der Welt, vom kleinen Startup bis zum Global Player sowie in die Politik.

So trägt NRW.INVEST dazu bei, Nordrhein-Westfalen als führenden Investitionsstandort in Deutschland zu behaupten und weitere attraktive Direktinvestitionen zu gewinnen. Das internationale Standortmarketing von NRW.INVEST zeigt Wirkung: schon heute haben bereits über 19.000 ausländische Unternehmen einen Sitz in Nordrhein-Westfalen, viele davon fanden mithilfe von NRW.INVEST ihren Weg dorthin. Einige dieser Unternehmen steuern von NRW aus ihre Deutschland- und Europaaktivitäten. Durch diese jahrelange Entwicklung haben sich starke internationale Communities entwickelt, die den Unternehmen und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Stück Heimat geben, sie zudem aber auch innerhalb Nordrhein-Westfalens bestens vernetzen.

Als landeseigene Gesellschaft arbeitet NRW.INVEST eng mit dem Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie, den lokalen und regionalen Wirtschaftsförderungen im Land sowie mit Firmen, Verbänden, Industrie- und Handelskammern, Branchenclustern und anderen wirtschaftsnahen Vereinigungen zusammen, um die dynamische Wirtschaftskraft und die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Standortes NRW kontinuierlich weiter voran zu bringen. ◂

NRW.INVEST GMBH

Economic Development Agency of the German State of North Rhine-Westphalia (NRW)

Völklinger Str. 4
40219 Düsseldorf
Germany

T +49 211 13000 0
F +49 211 13000 154
nrw@nrwinvest.com

NRW.INVEST GERMANY

Employer Branding

Text: Maria Fischer

Ohne englische Begriffe geht es in der Wirtschaft nicht. Das gilt selbstverständlich auch für die Mitarbeitergewinnung der Unternehmen: Oder sagt jemand „Arbeitgeber Markenbildung“?

Obwohl es genau darum geht: Wie im Business-to-Consumer-Bereich entscheidet die Marke über den Erfolg. So wie Persil und Mercedes unangreifbare Markenartikel sind, gelten VW und Siemens als unschlagbare „Arbeitgebermarken“ im Kampf um Mitarbeiter.

Was bedeutet das für Unternehmen, die (noch) keine „Arbeitgebermarken“ sind? Weder in Deutschland und erst recht nicht international? Entweder sie schaffen es, ihr Produkt und damit ihr Unternehmen zur Marke zu entwickeln, oder sie schaffen es, ohne den Bekanntheitsgrad eines großen Produktes das Unternehmen selber zur „Arbeitgebermarke“ zu entwickeln.

Was sind die erforderlichen Schritte?

Vor dem „Employer Branding“ steht das „Company Branding“ bzw. die Entwicklung einer „Unternehmensmarke“. Ohne erfolgreiches Company Branding sind die Tools des Employer Branding auf Sand gebaut. Oder sie fallen einem auf die Füße, wenn Mitarbeiter oder Kandidaten hinter den Tools die blinden Flecken entdecken. Wirbt z.B. ein Unternehmen mit den guten Entwicklungsmöglichkeiten, eine strategische Personalentwicklung oder die Teilnahme an Weiterbildungsveranstaltungen findet aber nicht statt, ist das so ein Fall. Oder die gute Unternehmenskultur wird von mündlichen oder schriftlichen Berichten über das Führungsverhalten im Unternehmen konterkariert. Oder ….

Mit dem Company Branding stellt sich das Unternehmen von innen und von außen dar:

- Ökonomischer Erfolg?
- Personen/Meinungen in den Medien? In den Social Networks?
- Mitarbeiterkommentare in Kununu et altera?
- Eine optisch, graphisch, sprachlich und technisch attraktive Website?
- Das Wording der Stellenanzeigen? Auf der Website gut versteckt?

Company Branding ist, wie über das Unternehmen gesprochen wird:

- Von Mitarbeitern im Flurfunk oder im Familien- und Freundeskreis?
- Von externen Bewerbern im Social Network oder im Familien- und Freundeskreis?
- In der Branche auf Tagungen, Messen oder in der Fachpresse?

Eine gigantische Aufgabe also, um das alles sichtbar zu machen und vor allem das Sichtbare zügig und substantiell zu verbessern.

Fischer | HRM
International Executive Search

Wie sieht Employer Branding in einem erfolgreichen Unternehmen aus?
Es ist angepasst an die drei Schritte: Suchen, Gewinnen, Halten!

Die Suche erfolgt klassisch über Internet- und Print-Anzeigen, in schwierigen Fällen über Berater, die die „versteckten" Kandidaten leichter finden. Viele Unternehmen verfügen darüber hinaus über erfolgreiche Programme, die ihre Mitarbeiter unterstützen und (auch ökonomisch) motivieren, in deren Familien- und Freundeskreis nach potentiellen Kollegen zu suchen. Auch die langfristig angelegte Kooperation mit Hochschulen und Ausbildungsstätten über fachlichen Austausch, Praktika und Förderprogramme wächst stetig.

Die eigene Homepage ist das Schaufenster des Unternehmens für das Gewinnen künftiger Mitarbeiter, aber auch für Kunden, die Öffentlichkeit und die eigenen Mitarbeiter:

- Weist eine Karriere-Seite mit attraktiven, aussagefähigen Inhalten auf entsprechende Möglichkeiten hin?
- Gibt es Mitarbeiter-Testimonials?
- Locken Standortfotos oder gute emotionale Videos mit Storytelling oder Mitarbeiter-Portraits potentielle Kandidaten an?
- Betreut jemand einen regelmäßigen Blog und die Social Media Portale wie Xing, Linkedin, Facebook?
- Informieren regelmäßige Artikel in Fachzeitschriften über die neuen Produkte, Dienstleistungen, Erfolge?
- Sind geschulte Ansprechpartner auf Messen, Tagungen etc. sichtbar?

„Candidate Experience" („Kandidatenerfahrung" im Bewerbungsprozess) ist oft ausschlaggebend:

- Wie schnell und mit welchem Wording reagierte das Unternehmen auf die Bewerbung?
- War der Erstkontakt nur virtuell über das Bewerbungstool auf der Website möglich?
- Wie zügig und strukturiert lief der Prozess?
- Welche Auswahltools (Potentialanalysen, Assessmentcenter) wurden genutzt und mit welchen potentiellen Vorgesetzten/Kollegen konnte der Kandidat sprechen?
- Wie war die Gesprächskultur? Verhör, Monolog oder gleichberechtigte Kommunikation?
- Wie wurden die Konditionen verhandelt und wie schnell mit dem vereinbarten Inhalt kam der Arbeitsvertrag?

Das Halten der Mitarbeiter beginnt mit dem „Onboarding". Wie erfolgt die Integration des neuen Mitarbeiters? Fühlt er sich von den Vorgesetzten, einem Mentor, den Mitarbeitern willkommen geheißen? Wie gut ist die Einarbeitung geplant und wie gut sein Arbeitsplatz vorbereitet?

„Hard facts" wie konkurrenzfähige Gehälter, Unternehmensbeteiligung (z. B. Aktien), Fringe Benefits (Tickets, Parkplätze, Essenschecks, Kantine, Sportmöglichkeit, Mitarbeiterrabatte), Altersvorsorge, Versicherungen, Kinderbetreuung (u3-Betreuung, Notfallkindergarten), Handys und Tablets, ggf. Standorte im Ausland oder in Städten wie München, Housing und ein attraktives Bürogebäude markieren ein Unternehmen.

„Soft facts" sind mindestens so wichtig: Eine Unternehmenskultur, die auf Wertschätzung beruht, eine entsprechende Führungs- und Kommunikationskultur, sichtbare und verlässliche Aufstiegs- und Karrierechancen über regelmäßige Feedback- und Mitarbeiterjahresgespräche und Weiterbildungen (5 Tage Jahresbildungsurlaub, Studienfinanzierung, Angebot eines dualen Studiums), Angebote von Coaching und Training.

Zur Unternehmenskultur gehört auch die kulturelle Eingliederung ausländischer Mitarbeiter, regelmäßige Firmenevents, Jubiläen, Team- und Sportevents, Gesundheitsangebote (betriebsärztlich oder extern organisiert) und Sportangebote (z. B. Rabatte für Firmenmitgliedschaft im Fitnessstudio) und die Partnerunterstützung bei der Jobsuche.

Außerdem wird Bewerbern die „Work Life Balance" zunehmend wichtiger: Homeoffice, Freizeitausgleich, flexible Arbeitszeiten, Sabbaticals etc.

Ergonomische Arbeitsplätze, Barrierefreiheit und die Versorgung mit den kleinen Dingen des Lebens tragen viel zum Wohlfühlen bei: Pflanzendekoration, freie Verfügbarkeit von Obst und Getränken.

In großen Unternehmen steht und fällt das Programm mit der guten Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat. Folgende Angebote haben große Unternehmen umgesetzt z. B.:

- Adidas: einwöchiges Sportcamp für Kinder
- Benteler: präventive Gesundheitschecks
- Deutsche Bahn und Deloitte: eigene Altersvorsorge, Gruppenunfallversicherung
- BMW und Audi: günstige Konditionen für Autokauf, Finanzierung, Leasing
- Bayer und IBM: Aktienkaufprogramme
- Commerzbank: Sonderzinssätze für Spareinlagen

Natürlich sind die meisten Angebote für sie leichter umzusetzen als für kleine und mittlere Unternehmen (KMUs), aber etliche Varianten aller Angebote sind auch für kleine Unternehmen machbar. Sie können Ansprüche junger Menschen oft besser erfüllen und individueller auf die Lebenssituation eingehen, als große Unternehmen. Besonders KMUs „auf dem Land" haben etliche Vorteile auf ihrer Seite: Niedrige Grundstückspreise, weniger Staus und Verkehrslärm, einfachere Netzwerke und Sozialbetreuung. ▸

Beispiele:

- Kooperation „Wirtschaft Südwestfalen“ mit 270 Mitgliedsunternehmen: Kampagne „Südwestfalen“: Kostenlose Arbeitgeber-Trainings und Workshops, Anzeigen, Messeauftritte etc.

- Sipgate, Anbieter von Internettelefonie aus Düsseldorf mit 120 Mitarbeitern. Der Schlüssel zu motivierten Mitarbeitern ist deren Selbstbestimmung:
  - Jeder Mitarbeiter entscheidet, welche Weiterbildung ihm sinnvoll erscheint, wie er dort hinkommt, in welchem Hotel er übernachtet.
  - Einstellung neuer Mitarbeiter: bis zu fünf Kollegen entscheiden, ob ein Bewerber ins Team passt.

- Goldbeck, Bauunternehmen aus Bielefeld: Die Mitarbeiter können pro Jahr bis zu fünf Anteile des Unternehmens kaufen.

- Trigema, Textilhersteller aus Frechen: Offeriert den Kindern der Angestellten automatisch einen Job.

- Alfmeier, Automobilhersteller aus Treuchtlingen: Vermittelt Kontakte zu anderen Unternehmen der Region.

In vielen Unternehmen setzen sich die Belegschaften aus Menschen unterschiedlicher Kulturen und Sprachräumen zusammen. Alle o. g. Angebote und Programme sollten unter diesem Blickwinkel entwickelt werden.

Ein gutes Employer Branding und Company Branding kann nur gemeinsam mit den Stakeholdern entwickelt werden: Fragen Sie sie! ◂

Maria Fischer
Geschäftsführende Gesellschafterin

Fischer HRM GmbH
Internationale Berater für Human Resources Management
Niederkasseler Lohweg 18
40547 Düsseldorf

T +49 211 749 686 10
fischer@fischer-hrm.de
www.fischer-hrm.de

enterprise europe network

Kompetente Beratung für Ihre Auslandsaktivitäten.

Nutzen Sie die Kompetenz des Enterprise Europe Network der Europäischen Kommission mit über 600 Partnerorganisationen in mehr als 60 Ländern.

Wir unterstützen Sie in folgenden Bereichen:
- Innovation und Internationalisierung
- EU-Förderprogramme
- Kooperationsvermittlung
- Förderung und Finanzierung
- Technologietransfer

Förderhotline: 0208 30004-39

www.nrweuropa.de | info@nrweuropa.de | #NRWEuropa

ZENIT NRW.BANK Wir fördern Ideen NRW INTERNATIONAL enterprise europe network NRW.Europa

Helping ambitious SMEs innovate and grow internationally

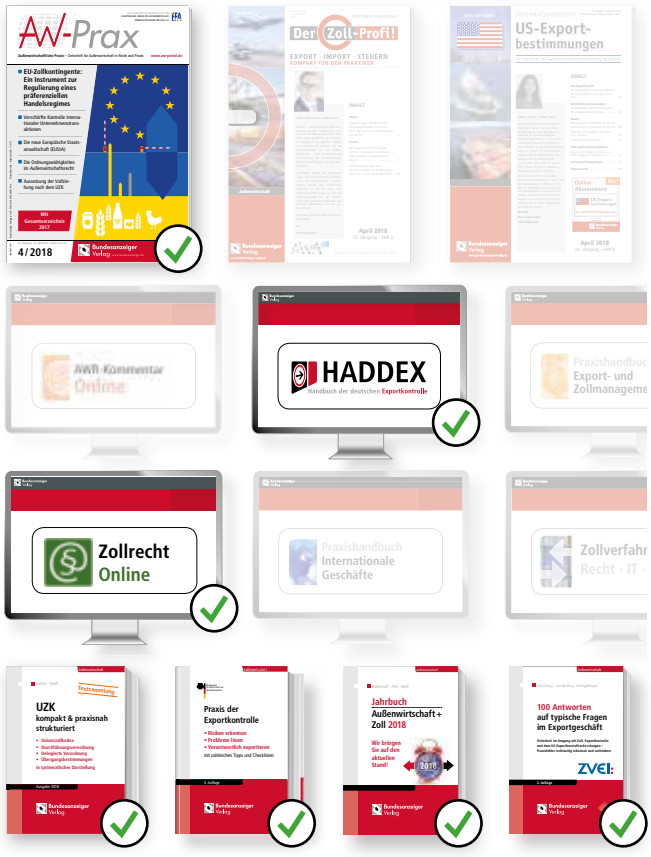
aw-plus.de Wissensdatenbank

Außenwirtschaft | Exportkontrolle | Zoll

Alle Inhalte nach Wunsch – flexibel und individuell kombinierbar!

Wählen Sie aus **drei Fachzeitschriften, zwölf Fachanwendungen** und derzeit **38 Fachbücher** die für Sie passenden digitalen Inhalte.

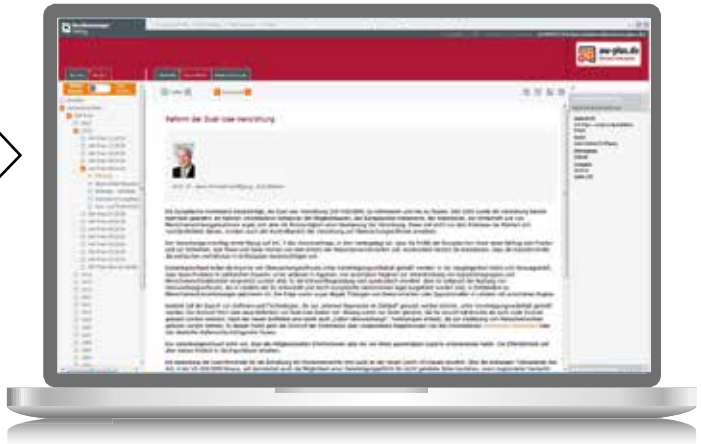
Stellen Sie sich diese selbst zusammen – individuell und flexibel, wie Sie es in Ihrem Arbeitsalltag benötigen.



JETZT 4 WOCHEN KOSTENLOS TESTEN!

Weitere Vorteile:

- Komfortable Suche mit vielen Filterfunktionen
- Speichern Sie Ihre Notizen, Favoriten und Suchprofile
- Mit umfangreichen Informationen und Links zu verbundenen Dokumenten und Entscheidungen



Bundesanzeiger Verlag www.bundesanzeiger-verlag.de

aw-plus.de

Wir beraten Sie gerne:
Bestell-Hotline: 02 21/9 76 68-173/-357
E-Mail: aussenwirtschaft@bundesanzeiger.de
Bundesanzeiger Verlag GmbH · Amsterdamer Str. 192 · 50735 Köln

Brexit

eines der letzten Abenteuer unserer Zeit?

Text: Marcus Hellmann

Über den Autor Marcus Hellmann:

Seine Erfahrungen beruhen auf militärischer Sicherheit sowie mehr als 25 Jahren Erfahrung im Bereich IT und Außenhandel, die er in vielen hundert Projekten bei Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen erworben hat.

Er war Gründer der AOB GmbH, die heute Teil der KGH Customs Services GmbH ist und als deren Director (TCC) Germany er heute arbeitet. Zudem ist er geschäftsführender Gesellschafter der EUWISA GmbH mit Sitz in Soest/NRW.

Hellmann ist ausgebildeter Sicherheitsbeauftragter Luftfracht, externer Sicherheitsbeauftragter, Strahlenschutzbeauftragter, Risikomanagementbeauftragter (VdS), Port Facility Security Officer (PFSO), TAPA FSR/TSR Lead Auditor, Auditor ISO 28000/28001, ausgebildeter EU-Validator ACC 3, LBA zugelassener Ausbilder 11.2.4, 11.2.5, 11.2.7, 11.2.3.9 und 11.2.3.10 der DVO (EU) 2015/1998.

KGH CUSTOMS SERVICES

Was wird sich ändern?

Auch wenn ununterbrochen diskutiert und mögliche Szenarien entwickelt werden bleibt eines unumstößlich: das Vereinigte Königreich (UKI) wird zu einem Drittland und alle erforderlichen Maßnahmen sind anzuwenden. Denn sicher scheint nach vielen Gesprächen mit Briten, dass es keinen Exit vom Brexit geben wird, auch wenn viele Europäer und sicher auch einige Briten die Hoffnung nicht aufgeben.

In der Praxis wird es damit in Gibraltar, Nordirland und Großbritannien zu neuen (alten) Grenzen kommen. Jede Grenze erfordert unausweichlich Formalitäten und dazu zählen in jedem Fall Personen- und Warenkontrollen sowie die Abgabe von Ein- und Ausfuhranmeldungen im gewerblichen Warenverkehr. Kontrollen können durch Abkommen auf ein Minimum verringert und ggf. von der physisch juristischen Landesgrenze an andere Stellen verlagert aber nicht gänzlich vermieden werden. Für die Abgabe von Zollanmeldungen lassen sich ebenfalls Erleichterungen vereinbaren – aber sie können nach bisherigen Rahmenbedingungen nicht grundsätzlich ausbleiben.

Ob es darüber hinaus ein Freihandelsabkommen, eine Zollunion, eine Angleichung/Übernahme von Exportkontrollmaßnahmen etc. geben wird, kann selbstverständlich verhandelt und letztlich vereinbart werden. Und auch wenn bisher der erfolgreiche Abschluß eines Freihandelsabkommens selten schneller als mit einer Verhandlungsdauer von 4 Jahren erfolgen konnte – warum im Fall UKI nicht in 6-12 Monaten? Wenn sich alle einig sind, ist das nicht grundsätzlich ausgeschlossen. Die Erfahrung mit bisherigen Abkommen hat uns natürlich anderes gelehrt.

Es darf also davon ausgegangen werden, dass es bis „zum Schluss“ einige Unbekannte geben wird und Unternehmen in einigen Themen ggf. sehr schnell reagieren müssen.

Welche Bereiche sind neben der Ein- und Ausfuhr betroffen?

Neben den klassischen Zollanmeldungen sind u.a. folgende Themengebiete vom Austritt des Vereinigten Königreiches betroffen:

- Ein- und Ausfuhrgenehmigungen (VuB)
- Zölle/Präferenzen/Ursprungsregeln
- Änderung von erstellten LLE
- Registrierungen

- Abwicklung durch Dienstleister (Verfügbarkeit, Kapazitäten)
- Produktnormen/Standards
- Abwicklungen im Luftverkehr (Open Sky)
- Wartezeiten/Staus im Straßenverkehr aufgrund von Kontrollen und Formalitäten
- Verschiebungen im Finanz- und Versicherungswesen (sind Leistungen noch verfügbar, gesichert und damit sinnvoll?)
- Wechselkursrisiken
- Investitionsrisiken (bleibt der bisherige Schutz bestehen?)
- Zulassung von Prüf- und Aufsichtspersonen
- Aufhebung der Personenfreizügigkeit (ggf. Visumspflicht?)
- Einschränkungen im Bereich der Bildungs-Austauschprogramme
- Rechtssicherheit von Verträgen (ggf. Ausstiegsklauseln vereinbaren?)
- Zertifizierungen (welche bleiben bestehen, wer darf prüfen und zertifizieren?)
- Marken- und Produktschutz
- Steuerabkommen
- Änderungen im Gesellschaftsrecht, z.B. Wegfall der britischen Ltd in Deutschland

Dies sind nur einige Beispiele (vgl. dazu auch DIHK Checkliste) an denen deutlich wird, wie tiefgreifend die Veränderungen sein können, aber nicht zwingend sein müssen.

Was können die Unternehmen vorbereitend tun?

In Abhängigkeit der Geschäftstätigkeit mit UKI sollten Unternehmen zumindest ermitteln:

- Gibt es Niederlassungen/Tochterunternehmen in UKI?
- Welche Waren werden aus/über UKI importiert?
- Welche Waren werden nach/über UKI exportiert?
- Welche britischen Normen/Regularien sind ggf. anzuwenden?
- Welche Konsequenzen hätte ein Wegfall bisheriger Präferenzen von Waren aus UKI bzw. der Entfall der Präferenzbegünstigung für Warenlieferungen nach UKI?
- Welche Konsequenzen hätten Zeitverzögerungen bei der Ein- und Ausfuhr von Waren (Vertragsstrafen, MHD usw.)?
- Leisten die ggf. eingesetzten Dienstleister die Garantie, die künftig zu erstellenden Zollanmeldungen auch zeitnah und korrekt erstellen zu können (massiver Personalmangel!)?
- Welche personellen Konsequenzen/Anforderungen ergeben sich für das eigene Unternehmen?

Sicher gibt es für jeden Einzelfall noch weitere zu berücksichtigende Punkte – mit der Basisanalyse läßt sich rel. schnell ermitteln, wie stark der Leidensdruck werden kann und Unternehmen tun gut daran, sich je nach Betroffenheit jetzt vorzubereiten und aktuell informiert zu halten.

Hinsichtlich der Zollabwicklung gibt es eindeutige Tendenzen zu „Smart-Border-Konzepten“, was letztlich eine möglichst unterbrechungsfreie Ein- und Ausfuhrabwicklung gewähren soll. Modelle dazu existieren z.B. an der norwegisch-schwedischen Grenze. Sicher scheint, dass diese Konzepte in der Praxis nur dann funktionieren werden, wenn die beteiligten Partner über einen Sicherheitsstatus auf WCO-Basis (AEO) verfügen und die erforderlichen Daten im Vorfeld elektronisch gemeldet wurden. Dann könnte ein KFZ-Kennzeichenscanner das Fahrzeug erkennen oder die OnBoard Unit (OBU) meldet das Fahrzeug vor Grenzübertritt, eine Software prüft die übermittelten Daten und Partner und lassen den LKW automatisch passieren. Technisch state of the art – es muss nur der Wille zur Umsetzung bestehen.

Kommt noch mehr?

Solange sich politische Machtkonstellationen verändern, nationalistische Gedanken in immer mehr Ländern an Popularität gewinnen und neue politische Führer mit erprobten Strategien und Verhaltensweisen brechen (z.B. in der Haltung gegenüber dem IRAN, der Position östlicher EU-Mitgliedsländer), ist nicht auszuschließen, dass sich ähnliche Konstellationen wie zwischen der EU und UKI wiederholen und damit den Personen- und Warenverkehr einschränken/behindern werden.

Auf der anderen Seite ergeben sich vielleicht schneller als gedacht und vermutet erfolgreiche Ansätze für bisher unmöglich gehaltene Koalitionen mit dann völlig neuen Ansätzen und Möglichkeiten. ◂

Marcus Hellmann
TCC Trade Customs Consulting

KGH Customs Services GmbH
Niederlassung Soest
Kurze Straße 19-21
59494 Soest

T + 49 2921 70 437 40
T + 49 2921 70 437 33
M +49 172 71 51 008
F +49 2921 70437 21
marcus.hellmann@kghcustoms.com
www.kghcustoms.com

Auszubildende weltweit vernetzt

Die thenex Junior AG

Text: Peter Schulte
Fotos: Joop van Reeken

Seit 2018 gibt es bei der thenex GmbH ein „Unternehmen im Unternehmen“. Was bringt einen Fachexporteur zur Gründung einer eigenständigen AG?

Die thenex GmbH ist ein Familienunternehmen mit langer Tradition in ihrer Branche. Als Handelsunternehmen mit 99 % Exportanteil und somit „Exot“ im westlichen Münsterland, setzt auch die vierte Generation der thenex GmbH auf die Ausbildung des eigenen Nachwuchses.

Marten-T. Nientimp (Personalleitung): *„Ausbildung ist für uns als Kleinunternehmen essentiell wichtig. Unser Tätigkeitsfeld im Export ist enorm Vielfältig und erfordert Mitarbeiter, die über einen abteilungsübergreifenden Wissensschatz verfügen.“*

Daher gilt bei thenex, dass die Auszubildenden vom ersten Tag an in alle Arbeiten einbezogen werden und damit in den unterschiedlichen Abteilungen sehr schnell reichlich Praxiserfahrung sammeln.

Marten-T. Nientimp: *„Unsere Azubis müssen rasch lernen Gesamtzusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen den Abteilungen der thenex und den Kunden zu erkennen und vor allem auch zu verstehen. Wir sind daher ständig bemüht die Ausbildung so effektiv und interessant wie möglich zu gestalten.“*

Felix Unger (Auszubildender): *„Bei thenex beginnt mit der Ausbildung sofort 'der Ernst des Lebens', und ich war überrascht, dass man als*

WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900

Auszubildender sofort Teil des Teams ist und in alle Prozesse eingebunden wird. Wir mussten von Anfang an selbstständig und eigenverantwortlich mitarbeiten.“

Kreativität und Mut zur Tat

Bei einem Meeting der Vertriebsleiter wurde wie üblich auch die Lernkurve der Azubis diskutiert und der „älteste Auszubildende“ und mittlerweile Prokurist, Herr Schulte, schwelgte in Erinnerungen über seine eigene Ausbildungs- und Berufsschulzeit.

Peter Schulte (Vertriebsleiter): *„Die thenex hatte damals nur 3 Mitarbeiter und man war gezwungen, einen kompletten Aufgabenbereich alleine zu bearbeiten. Mein Glück war damals, dass bei meinem Besuch der Höheren Handelsschule bereits Unternehmensprozesse in einem imaginären Schulunternehmen, der sog. „RAND OHG“, durchgespielt wurden. Der Lerneffekt war sehr groß und ich konnte vieles direkt im realen Arbeitsleben umsetzen. Während viele meiner Berufsschulkollegen noch mit Aktenablage und Kaffee kochen beschäftigt wurden, war ich bereits 'Warehouse and Logistics Manager' und für den Warenverkehr des größten Marktes der thenex verantwortlich.“*

Wie bei kleineren Unternehmen üblich folgte dem Gedankenaustausch rasch eine Diskussion und schließlich die Umsetzung. Ende 2017 wurde den Azubis eröffnet, dass sie ab Jahresbeginn 2018 Mitarbeiter eines „neuen Unternehmens“ sind: der thenex Junior AG.

Die thenex Junior AG

Die thenex Junior AG erhielt einen festen Kundenstamm und die Aufgabe, diese Kunden von der Bedarfsanfrage bis zur Rechnungsstellung komplett und in Eigenregie zu betreuen.

Henry-Johann Nientimp (Geschäftsführer): *„Ich war sofort von der Idee begeistert. Zum einen gefiel mir der Gedanke die Auszubildenden möglichst umfangreich ausbilden zu können, zum anderen die steigende vertriebliche Verantwortung, denn Vertrieb ist bei uns das wichtigste. Wir wollen den positiven Lerneffekt nutzen, um noch kundenorientierter zu arbeiten und schon unseren Azubis die Gelegenheit geben, sich aktiv am Umsatzerfolg und/oder an der Wertschöpfung des Unternehmens zu beteiligen.“*

Peter Schulte: *„Wir haben uns entschieden, den kompletten Mikromarkt Barbados durch die thenex Junior AG bearbeiten zu lassen.* ▸

Vlnr: Marten-Theodor Nientimp, Carina Blecking, Till Weselowski, Till Tahlheim, Peter Schulte und Felix Unger

Dieser Markt lief bei uns aufgrund des relativ geringen Potentials immer ein wenig nebenher und zur Kundenentwicklung und Betreuung hatten wir nie ausreichend Kapazitäten zur Verfügung.“

Azubis als Unternehmer

Marten-T. Nientimp: *„Es gelten alle Richtlinien und Vorgaben wie bei der thenex GmbH - die Prozesse sind identisch. Die Azubis arbeiten in der ihnen aktuell zugeteilten Abteilung und verantworten alle Aktivitäten im Zusammenhang mit den ausgewählten Kunden selbstständig. Peter Schulte als Vertriebsleiter und ich als Ausbilder sind beratend und unterstützend tätig. Wir versuchen aber, die Azubis soviel wie möglich in Eigenregie durchführen zu lassen.“*

„Die Azubis haben die Möglichkeit täglich Fragen und Probleme im Team und mit Ihren Kunden zu klären und lernen nicht nur die Prozesse im Detail kennen, sondern vor allem auch die Menschen, die auf der anderen Seite des Atlantiks involviert sind. Das hilft enorm dabei, Vorbehalte und Ängste abzubauen und sich seine ersten beruflichen Netzwerke aufzubauen.“

Till Weselowski (Auszubildender): *„Anfangs haben wir uns immer nur die erste Geschäftsreise nach Barbados vorgestellt. Es war uns nicht klar, welch großer Aufgabenbereich und welche Verantwortung auf uns zukommen könnten. Ich kann für alle Auszubildenden der thenex sprechen, dass diese Herausforderung eine tolle Erfahrung ist und dem Azubi-Team einen riesen Spaß macht.*

Carina Blecking (Auszubildende): *„Wir sind gezwungen, unsere Fremdsprachenkenntnisse einzusetzen und aktiv auf Kunden zuzugehen - sowohl schriftlich als auch telefonisch. Die Verantwortung der thenex Junior AG hat uns enorm weitergeholfen. “*

Till Tahlheim (Auszubildender): *„Nach 7 Monaten träumen wir natürlich immer noch von einer Reise in die Karibik, aber mittlerweile sind Inhalte und Ziele der Reise bzw. Kunden und Ansprechpartner vor Ort weniger theoretisch als zuvor.“*

Peter Schulte: *„Ich arbeite heute noch mit zahlreichen Einkäufern und Ingenieuren zusammen, die ich während meiner Ausbildung kennengelernt habe. Damals war auch mein Gegenüber noch unerfahren oder kamen frisch von der Universität oder aus der Ausbildung. So wie ich mittlerweile als Vertriebsleiter tätig bin, so sind auch viele meiner damaligen Ansprechpartner heute in leitenden Funktionen tätig. Jeder junge Mensch ist heutzutage in sozialen Netzwerken aktiv und versiert. Je früher sie aber lernen, was 'netzwerken' wirklich bedeuten kann und wie wichtig Netzwerke im Berufsleben sind, desto besser ist das für den Arbeitgeber und die eigene Entwicklung.“*

Die thenex Junior AG hat sich im Unternehmen mittlerweile etabliert und wurde auch mit Neukundenakquise und Produktvermarktung beauftragt.

Henry-Johann Nientimp: *„Wir freuen uns, dass die thenex Junior AG bereits zur Jahreshälfte fast 60 % der Umsatzziele erreicht hat. Wir werden auch mit unseren neuen Azubis in 2019 dieses Projekt weiterentwickeln und so versuchen, unsere Auszubildenden nach der Ausbildung als Mitarbeiter mit möglichst großem Wissens- und Erfahrungsschatz übernehmen zu können. Wir sind sicher, das Interesse und Verständnis an unserem Beruf als Außenhändler so deutlich steigern zu können.“* ◂

Marten-Theodor Nientimp
Head of Administration & Director

thenex GmbH
Am Annenhof 6
46397 Bocholt

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

Wir überschreiten ständig Grenzen

Wir sind Ihre Experten für grenzüberschreitende Geschäfte

NOMINIERT
JUVE Awards 2016
Gründerzeit-Award

azur 100
Top-Arbeitgeber
2017

Handels- und Vertriebsrecht.
Gesellschaftsrecht. Arbeitsrecht.
IT-/Datenschutzrecht. Compliance.

tradeo LLP Rechtsanwälte, Plange Mühle 1, D-40221 Düsseldorf
Fon +49 211 247910-0, Fax +49 211 247910-99

tradeo LLP

“Ohne diese Räder läuft hier gar nichts!”

Wie saubere Räder das Universitätsklinikum Düsseldorf am Laufen halten

Text & Fotos: Joop van Reeken & Verena Winter

Inmitten der großen Landeshauptstadt gleicht das Universitätsklinikum Düsseldorf mit einer Oberfläche von 40 Hektar, rund 6.000 Mitarbeitern und mehr als 50.000 stationären und dazu 270.000 ambulanten Patienten im Jahr einer kleinen Stadt – sogar mit einem eigenen vollautomatischen „U-Bahnsystem“!

Die automatische Wagen-Transportanlage (AWT) der Unikinik Düsseldorf mit Uwe Scherring, dem Sachgebietsleiter bei der UKD

Fast alle der 29 Stationen des Universitätsklinikums sind mit einer 9 Kilometer langen Automatischen Wagen-Transportanlage (AWT) verbunden. „In unseren Katakomben bewegen sich 365 Tage im Jahr, 15 Stunden am Tag ca. 1.200 Edelstahl-Container, die alle ihre eigenen Aufgaben haben und individuell den einzelnen Stationen zugeordnet sind. Sie versorgen den Transport von Müll, Wäsche, Lebensmitteln, Gütern, Medikamenten und Instrumenten über das gesamte Gelände“, so Uwe Scherring, Sachgebietsleiter beim UKD.

„Wir können hier im Kontrollraum jeden einzelnen Container verfolgen und jede Störung wird hier direkt signalisiert, damit unsere Techniker die Ursache schnell beheben können. Stillstand muss auf alle Fälle verhindert werden, weil eine zuverlässige Güterversorgung für reibungslose Abläufe im gesamten Krankenhaus essentiell ist“ erläutert Scherring.

Ein Problem aber ist, dass die 4.800 Räder der Container sich im Laufe der Zeit verschmutzen und dadurch Ursache von Behinderungen sein können. Die Container werden von den Stationsmitarbeitern durch viele Gänge gerollt. Teilweise geht es für die Transportbehälter auch über Strecken im Außenbereich, wodurch diese allerlei Umwelteinflüssen ausgesetzt sind. Zwar werden die Behälter nach jeder Tour in großen Waschanlagen hygienisch gereinigt und desinfiziert, jedoch reicht das für die Räder nicht aus. Diese bedürfen einer spezifischen Reinigung.

Daher wurde die Firma WIWOX® GmbH gebeten, ein optimales Reinigungsverfahren zu entwickeln. Nach erfolgreichen Testläufen wurde vorgeschlagen, die Räder in der Werkstatt des UKD in Teile zu vereinzeln und bei WIWOX vor Ort reinigen zu lassen. Die ausgebauten Räder werden direkt durch saubere Teile ersetzt, weshalb stets ein Vorrat von 600 Rädern zu Verfügung steht.

WIWOX®

SURFACE SYSTEMS

Uwe Scherring: „Die Kombination aus Fett und Staub auf diesem besonderen Material verlangt nun einmal ein spezielles Reinigungsverfahren. Wir haben in unserer eigenen Werkstatt, wo alle Container regelmäßig kontrolliert und repariert werden, versucht, diese Räder selbst zu reinigen. Leider ohne viel Erfolg, denn die wiederverwendeten Räder hielten nicht sehr lange. Wir konnten oftmals Räder nur austauschen und durch neue ersetzen. Das ist jedoch auf längere Dauer kostspielig."

Die Reinigung der ausgebauten Räder, Felgen, Fadenschutz, Achsen und Schrauben erfolgt mittels thermischer, wässriger und mechanischer Verfahren. Zuerst werden die Radkörper für 6 Stunden bei 395° Celsius erhitzt. Dadurch verfestigen sich Fett und Staub und lassen sich im Nachstrahlvorgang, ohne dass das Strahlmittel dabei verschmutzt, entfernen. Alle Strahlvorgänge werden mit ausgewählten Strahlmitteln und durch präzise Handarbeit ausgeführt.

Die zum Rad gehörigen Deckel werden vorgewaschen, mittels Ultraschall nachgereinigt und dann für eine gleichmäßige Oberfläche nachgestrahlt. Die übrigen Teile des Rades werden mit Edelstahlkügelchen gestrahlt und z.T. mit Aluminiumoxid in Verbindung mit einem hohen Gehalt an Titanoxid nachbehandelt. Die in Stand gesetzten Räder, die in der Werkstatt des UKD wieder zusammengebaut werden, sind damit erneut der schweren Aufgabe von ca. 750.000 Transportbewegungen pro Jahr völlig gewachsen.

Uwe Scherring: "WIWOX hat ein exzellentes Reinigungsverfahren entwickelt, das zu perfekten Ergebnissen führt sowie wirtschaftlicher und umweltfreundlicher ist. Wir haben bei der AWT-Anlage sehr hohe Ansprüche. Die qualifizierte Reinigung führt dazu, dass die gereinigten Räder einen neuen Zustand erhalten und uneingeschränkt einsatztauglich sind. Sie rollen einfach länger! Dadurch wird eine reibungslose Patientenversorgung sichergestellt."

Wie im Falle der UKD-Container steht WIWOX® für fundierte Beratung und innovatives Denken, um zu optimalen und wirtschaftlichen Komplettlösungen zu kommen. Intensive Testläufe tragen dazu bei, beste Reinigungsverfahren zu finden und auf den Kundenbedarf zugeschnittene Anlagen zu entwickeln. ◂

Axel Hallensleben
Geschäftsführer

WIWOX GmbH
Surface Systems
Niermannsweg 3-5
40699 Erkrath

T +49 211 15 98 88 0
F +49 211 15 98 88 11
info@wiwox.de
www.wiwox.de

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Sommerfest 2018

mit internationaler Beteiligung

Text: Andreas Mühlberg
Fotos: Joop van Reeken

Um die Netzwerkkultur nicht nur im Rahmen der regelmäßigen Mitgliedertreffen der After Trade Clubs (ATC) zu erleben, führte der AHV NRW e. V. am 08.06.18 im Golfpark Meerbusch ein Sommerfest durch. Die hohe internationale Beteiligung der Gäste war Garant für aufschlussreiche und interessante Gespräche.

Eigens aus Minsk, Belarus, angereist war Herr Dr. Valerij Prosvetov vom Business Verband der Unternehmer und Arbeitgeber (BSPN). BSPN ist ein Wirtschaftsverband von Unternehmen und Arbeitgebern, zu deren Mitgliedern etwa 200 Organisationen von kleinen, mittleren und großen Unternehmen mit mehr als 50.000 Beschäftigten gehören. Darüber hinaus gehören 17 Industrie- und Berufsverbände BSPN an. Eine der wichtigsten Aufgaben ist es, die Entwicklung der internationalen Wirtschaftsbeziehungen der Mitgliedsunternehmen zu fördern. Auf Basis einer im Vorfeld unterzeichneten Absichtserklärung wird der AHV NRW mit dem BSPN in Zukunft zusammenarbeiten und Brücken zwischen Nordrhein-Westfalen und Belarus bauen.

Mit freundlicher Unterstützung:

MAVEG Industrieausrüstungen GmbH
UNILUX The Power To See
Imperial logistics
Deutsche Bank
thenex WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900
Hebmüller AEROSPACE
WIWOX SURFACE SYSTEMS
Bundesanzeiger Verlag
GrenzBlickAtelier
EH
LION Der Formularverlag

IRW
nhändler
t 2018

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Sommerfest 2018

Golfpark Meerbusch

8. Juni 2018

Lang lebe der König

Zollbegünstigungen durch den REX

Text: Corinna Tamminga

Mit dem System des registrierten Ausführers (Registrated Exporter REX) wird die Dokumentation des präferenziellen Ursprungs von Waren im Allgemeinen Präferenzsystem (APS) sukzessive umgestellt. Auch in Freihandelsabkommen kann das REX-System vorgesehen sein; zunächst ist dies im Rahmen des Wirtschafts- und Handelsabkommens mit Kanada (CETA) der Fall.

Was steckt dahinter?

Bis zum 30. Juni 2020 löst der REX die bisherige Ausstellung eines Präferenznachweises Form A beim einem Warenwert ab 6.000€ ab. Dann reicht die Erklärung des Ursprungs durch einen REX, damit der Importeur Waren zollfrei – oder zumindest zu einem reduzierten Zollsatz – in die EU einführen kann. Eine „Erklärung zum Ursprung“ kann bei einem Gesamtwert der versandten Ursprungserzeugnisse von unter 6.000 € von jedermann abgegeben werden.

Wichtig: die Regeln für die Bestimmung des Warenursprungs im APS-Schema der EU bleiben auch mit der Anwendung des REX-Systems unverändert. Nur die Methode zur Bescheinigung der Herkunft von Waren wird geändert.

Was ist ein REX und wer muss selbst zum REX werden?

Die Deligierten-Verordnung zum UZK definiert den REX als einen „Ausführer, der in einem begünstigten Land ansässig und bei den zuständigen Behörden dieses begünstigten Landes für die Zwecke der Ausfuhr von Waren im Rahmen dieser Regelung sowohl in die Union als auch in ein anderes begünstigtes Land, mit dem regionale Kumulierung möglich ist, registriert ist.“. Hierzu ist ein schriftlicher Antrag bei der zuständigen Behörde zu stellen. Die erteilte REX Nummer ist für das APS ebenso gültig wie für alle Freihandelsabkommen, die das Verfahren vorsehen.

Übrigens: Wie der Ermächtigte Ausführer hat auch der REX die Präferenzursprungseigenschaften der betreffenden Waren sicherzustellen. Beim REX handelt es sich aber nicht um einen bewilligungsbedürftigen Status, sondern es genügt eine Registrierung im REX-System.

Deutsche Exporteure, deren Kunden das Präferenzabkommen (CETA) beim Import nach Kanada nutzen möchten, müssen ebenfalls als REX registriert sein. Die Nutzung der Bewilligung zum Ermächtigten Ausführer ist seit dem 1. Januar 2018 nicht mehr zulässig.

Wo ist der Haken?

Die begünstigten Länder konnten sich für drei unterschiedliche Starttermine entscheiden: jeweils zum 1. Januar 2017, 2018 und 2019. Dementsprechend muss für jedes Land geprüft werden, welche Nachweise für den präferenziellen Ursprung gültig sind.

Hierbei gilt:

- Erklärung zum Ursprung (REX) und Form A werden 12 Monate bis zum 31.12.20XX parallel anerkannt.
- Eine Verlängerung um 6 Monate ist möglich: Erklärung zum Ursprung und Form A werden parallel anerkannt.
- Findet das REX System Anwendung, ist nach der Übergangsphase eine zollbefreiende/vergünstigende Wirkung nur noch mit Erklärung zum Ursprung eines REX möglich.
- Findet das REX System nach Ablauf der Übergangsphase keine ordnungsgemäße Anwendung, sind die Länder faktisch vom APS ausgeschlossen.

Fazit

Der Zollanmelder muss bei Importen aus begünstigten Ländern vor Anmeldung der Waren prüfen, ob alle Voraussetzungen für eine Präferenzgewährung erfüllt sind. Anderenfalls kann der Präferenzzollsatz nicht gewährt werden.

Bitte prüfen Sie dementsprechend:

1. Welche Nachweise sind im jeweiligen Land für den präferenziellen Ursprung beim Import aktuell zulässig?
   Eine Übersicht über den jeweiligen Länderstatus und das Ende der Übergangsphase findet sich im EU-Webportal.
2. Benötigt der Exporteur eine Registrierung als REX?
   Eine „Erklärung zum Ursprung“ kann bei einem Gesamtwert der versandten Ursprungserzeugnisse unter 6.000 € von jedermann abgegeben werden. Bei einem Gesamtwert über 6.000 € dürfen dies nur Registrierte Ausführer tun.
3. Liegt eine gültige Nummer des registrierten Ausführers vor?
   Für die händische Prüfung stehen Stammdaten im EU-Webportal zur Verfügung. In der Regel sollte aber auch Ihre Zollsoftware diese Möglichkeit bieten.
4. Ist die Erklärung zum Ursprung des Lieferanten auf den Handelsdokumenten formal richtig?
   Vorlagen hierfür finden sich ebenfalls im EU-Webportal.
5. Melden Sie die richtige Unterlagencodierung?
   Neben dem Antragscode 2XX sind im Feld „Unterlagen“ gemäß ATLAS-Info 0047/17 unterschiedliche TARIC-Unterlagencodierungen anzumelden. ◂

Corinna Tamminga
Beraterin Zoll und Außenhandel

dbh Logistics IT AG
Martinistaße 47-49
28195 Bremen

T +49 421 30902 0
F +49 421 30902 57
info@dbh.de
www.dbh.de

AHV NRW Mitgliederversammlung 2018

Außenhandel in Zeiten aufkommenden Protektionismus

Text: Andreas Mühlberg

Die Mitgliederversammlung fand am 12.03.18 im Industrie-Club Düsseldorf statt. Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Formalien war ausreichend Zeit für die Vorstellung neuer Mitgliedsunternehmen. Die jährliche Mitgliederversammlung hat sich zu einem zentralen Treffpunkt der Außenhändler entwickelt. Angereichert mit einem Gastvortrag eines prominenten Redners, bietet sie immer eine gute Gelegenheit, sich mit Unternehmerkollegen auszutauschen.

Gastredner Hendrik Wüst, Verkehrsminister von Nordrhein-Westfalen (Foto: Henry Nientimp)

So war in diesem Jahr Hendrik Wüst, Verkehrsminister von Nordrhein-Westfalen, zu Gast. In seinem kurzweiligen Vortrag gab er einen aufschlussreichen Einblick in die Verkehrspolitik und die damit einhergehenden Herausforderungen, die für die Außenhandelsunternehmen von Belang sind. So führte der Minister aus, dass Nordrhein-Westfalen aufgrund seiner geographischen Lage eine bedeutsame Drehscheibe für den internationalen Warenverkehr sei. Eine funktionierende und intakte Verkehrsinfrastruktur sei Voraussetzung für störungsfreie Lieferketten. Die Landesregierung will ihre Ziele in der Verkehrspolitik ideologiefrei verwirklichen. Eine zunehmende Verlagerung des Güterverkehrs auf die Schiene sei hierbei ebenso ein Ziel, wie die bessere Organisation der Hafenhinterlandverkehre. Hinzu komme ein effizienteres Baustellenmanagement und eine wesentliche Beschleunigung sowohl in der Planung, als auch in der Bauausführung; meinte Minister Wüst. Das betreffe insbesondere die hohe Anzahl an Brücken, die prioritär saniert oder neu gebaut werden müssten. Bei der Umsetzung spiele die Digitalisierung eine entscheidende Rolle. So sollen z.B. Abläufe in der Binnenschifffahrt innovativer gestaltet werden. Die finanzielle Ausstattung zum Auflösen des Investitionsstaus wäre nicht das Problem. Vielmehr gehe es darum, Planungskapazitäten auf- und auszubauen, berichtet unser Verkehrsminister. ▸

AHV•NRW

Marktführend:

Der Ratgeber für den Außenhandel

Ein Verlag mit Gesichtern

Ich berate Sie gern.

Vera Bentz

Fon 0 5151 9893-52
bentz@verlagsmail.de

Alle 192 Länder thematisiert auf 736 Seiten

Bestell-Nr.: 14909, **Preis: 38,00 Euro**
zzgl. MwSt und Versandkosten

Formularverlag CW Niemeyer GmbH & Co. KG

Stüvestraße 41 · 31785 Hameln · Fon 05151/9893-0 · Fax 9893-93
buch@formularverlag.de · www.formularverlag.de

FORMULAR VERLAG

Nach einer lebhaften Diskussion lud der AHV NRW seine Gäste zum gemeinsamen Imbiss. In angenehmer Atmosphäre konnten sich die Außenhändler austauschen und aktuelle Themen aus der Mitgliederversammlung vertiefen. Der damit verbundene vielfältige Input ist Garant für eine Fortsetzung der erfolgreichen und nachhaltigen Verbandsarbeit im Sinne der Mitgliedsunternehmen.

Außenhandel in Zeiten aufkommenden Protektionismus und politischer Unberechenbarkeit

2017 war für die Außenhandelsunternehmen in Nordrhein-Westfalen ein erfolgreiches Jahr, doch die relativ hohe Anzahl von geopolitischen Konflikten und das Ausbreiten von Populismus und der Renationalisierungstendenzen einzelner EU-Staaten, werden die wirtschaftliche Entwicklung zeitnah negativ beeinflussen.

Auf die Bundesregierung, die seit dem 14.03.18 im Amt ist, kommen neue außenwirtschafts- und sicherheitspolitische Herausforderungen zu. Der AHV NRW füllt seine Rolle als Mittler zwischen Politik und den Unternehmen weiterhin voll aus. So wurde z.B. unter Federführung unseres Bundesverbandes (BDEx) ein Positionspapier zum Koalitionsvertrag erstellt, bei dem die für die Außenhandelsunternehmen relevanten Themen kritisch unter die Lupe genommen wurden.

Ein Dauerthema ist und bleibt die Ausgestaltung der Wirtschaftssanktionen. Insbesondere personenbezogene Sanktionen, einschließlich der mittelbaren Bereitstellungsverbote, erschweren das Außenhandelsgeschäft. Der Aufwand für die Unternehmen jeden einzelnen Geschäftsvorfall auf die Einhaltung exportkontrollrechtlicher Vorschriften zu überprüfen, hat sich im Laufe der vergangenen Monate nochmals potenziert.

So haben zum einen die Komplexität und die Regelungstiefe der gesetzlichen Rahmenbedingungen zugenommen. Zum anderen müssen auf Unternehmerseite hohe Compliance-Anforderungen, einhergehend mit einer weiteren Arbeitsverdichtung, erfüllt werden.

Auf Basis der im Koalitionsvertrag getroffenen Aussage zu den Beziehungen zu Russland, bleibt die Forderung nach einem Einstieg in den Ausstieg der Wirtschaftssanktionen aus Sicht der Außenhandelsunternehmen bestehen. Voraussetzung ist die schrittweise Umsetzung der Minsker Vereinbarungen. Es ist Zeit, die Sanktionsspirale zu beenden und die Weichen für eine konstruktive Zukunft mit internationaler Verantwortung zu stellen. Dabei sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass der Druck nicht nur auf Russland, sondern auch auf die Ukraine, zwecks Beilegung des Konflikts, aufrechterhalten bleiben sollte.

Die Entfaltung der Exterritorialität U.S.-exportkontrollrechtlicher Vorschriften, im Hinblick auf Russland und Iran, führt zu einer großen Verunsicherung. Der Außenhandel mit dem Iran wird die wirtschaftlichen Erwartungen nicht erfüllen und bleibt ein ▸

Ein Höhepunkt für den AHV war der ATC in der EBC Hochschule in Düsseldorf in 2017 (Foto: Joop van Reeken)

Versprechen auf die Zukunft. Insbesondere im Bereich der Außenhandelsfinanzierung gibt es weiterhin Hindernisse, die ein Geschäft nahezu unmöglich machen. Positiv zu bewerten ist, dass der Dialog mit der U.S.-Botschaft und seinen angeschlossenen Generalkonsulaten sowie mit den U.S.-Behörden und U.S.-Kongressabgeordneten fortgeführt wird.

Das Aushöhlen der WTO, als etabliertes und anerkanntes Regelsystem im internationalen Handel, kann nicht im Sinne der WTO-Mitglieder sein. Der Konfrontationskurs der USA verleitet andere Staaten ebenfalls protektionistische Maßnahmen zu ergreifen. Als Beispiel sei hier Indien genannt. Indien hat Anfang Februar 2018 Zölle auf die Einfuhren von Autokomponenten eingeführt, um die eigene Autoindustrie zu schützen. Die Geschichte hat gezeigt, dass Handelskonflikte nur Verlierer kennen. Der AHV NRW fordert von der Politik alle möglichen Gesprächskanäle zu nutzen, um eine Eskalationsspirale zu vermeiden.

Europa muss sein Wirtschaftspotenzial voll entfalten. Ein starkes Europa – sowohl nach innen, als auch nach außen – muss als mächtiger Wirtschaftsblock und als Wertegemeinschaft stärker wahrgenommen werden.

Status Quo zu den EU-Freihandelsabkommen mit Kanada und Japan

Erfreuliche Entwicklungen gibt es im Bereich der EU-Freihandelsabkommen. Das umfassende Wirtschafts- und Handelsabkommen (CETA) zwischen der EU und Kanada (Comprehensive Economic Trade Agreement) ist seit dem 21.09.17 vorläufig anwendbar und bedarf nun noch der nationalen Umsetzung. Bei CETA handelt es sich um ein gemischtes Abkommen, bei denen einzelne Kapitel in den Kompetenzbereich der Mitgliedstaaten fallen, so z.B. die Regelungen zum Investitionsschutz, Finanzdienstleistungen und Steuern.

Im Dezember 2017 konnten die Verhandlungen zum EU-Freihandelsabkommen mit Japan erfolgreich abgeschlossen werden. Im Fokus steht der Abbau von Einfuhrzöllen und von Handelshemmnissen. Bei beiden genannten Freihandelsabkommen wird mit einer Belebung des Außenhandels gerechnet. Ausgeklammert wurde die Investor-Staat-Streitbeilegung. Die EU-Kommission plant, dass das Abkommen spätestens 2019 in Kraft tritt.

VR China

Weitere Wachstumsimpulse werden von der „One belt – One road“ Initiative der chinesischen Regierung erwartet. Ziel der Initiative ist es vor allem neue Handelsrouten, Märkte und Energiequellen zu erschließen. Damit verfolgt die chinesische Regierung das Ziel der eigenen Wirtschaft neue Wachstumsimpulse zu geben und seine globale Gestaltungs- und Führungsmacht weiter auszubauen.

Seit einigen Monaten rückt neben der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung zwischen der VR China und der EU die chinesische Exportkontrollpolitik in den Fokus. So wurde im Sommer 2017 vom chinesischen Handelsministerium (MOFCOM) ein Gesetzentwurf für ein Exportkontrollgesetz vorgelegt. Ziel ist der Schutz der nationalen Sicherheit und eine Exportüberwachung von bestimmten Gütern. Der Entwurf umfasst den Export von erfassten Gütern von China aus ins Ausland, also auch von Hongkong, Taiwan und Macao. Die Auswirkungen auf den internationalen Handel lassen sich heute noch nicht im Detail einschätzen. Dieses Thema steht bereits auf der Agenda unserer Verbandsarbeit, so dass die Mitgliedsunternehmen über aktuelle Entwicklungen stets informiert werden.

Entwicklungen in der Exportkontrolle

Ein wesentlicher Bestandteil der Exportkontrolle ist die Dual-use-Verordnung (EG) Nr. 428/2009. Mit ihr wird die Ausfuhr, Verbringung und die Durchfuhr von Gütern mit doppeltem Verwendungszweck geregelt. Der Ende 2016 von der EU-Kommission vorgelegte Reformvorschlag erhielt von allen Seiten Kritik. Von Anfang an begleitet der BDEx, unter Einbindung des AHV NRW, den Reformprozess und hat neben zahlreichen Gesprächen mit Abgeordneten des Europäischen Parlaments und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) Änderungsanträge zum Gesetzentwurf eingebracht.

AHV NRW Mitgliederversammlung 2018 (Foto: Henry Nientimp)

Der Status Quo der Novellierung ist wie folgt: Im November 2017 hat der Handelsausschuss des Europäischen Parlaments (INTA) seine Position verabschiedet. Zuvor war die Abstimmung zweimal verschoben worden, da sich die Gestaltung der Catch-All Klauseln und Sorgfaltspflichten als kritische Punkte in der Diskussion unter den Parlamentariern herausstellten. Die verabschiedete Position beinhaltet, neben einer Catch-All-Regelung von Cyber-Überwachungstechnologien auf Grundlage von Menschenrechtsverstößen, auch eine Sorgfaltspflicht für Ausführer, die einerseits auf den OECD-Guidelines basiert und andererseits in den Guidelines zur Verordnung eingehender geregelt sein sollen. Das EU-Parlament, die Kommission und der Rat sind in einen Trilog eingetreten, um in einem gemeinsamen Gespräch einen Kompromiss zu erarbeiten. Anschließend soll die Reform verabschiedet werden. Dies soll noch vor den Europa-Wahlen erfolgen, die Ende Mai 2019 stattfinden werden. ▸

Fischer | HRM

International Executive Search

In Düsseldorf und München präsent – weltweit aktiv

Internationale Personalberatung

Unser schlagkräftiges, motiviertes, 25-köpfiges Team ist eine geniale Mischung aus Muttersprachlern und Menschen, die Lebenserfahrung aus Japan, China, Iran, Russland, Süd- und Mittelamerika, Osteuropa sowie Afrika haben.

Seit über 15 Jahren vertrauen mittelständische Firmen und global agierende Unternehmen bei der Besetzung hochqualifizierter Fach- und Führungspositionen auf die fachliche Erfahrung, internationalen Kontakte, interkulturelle Kompetenz und ausgeprägte Qualitätsorientierung der Berater von Fischer HRM.

Niederkasseler Lohweg 18
40547 Düsseldorf
+49 211 - 749 686 - 0

Fischer | HRM
International Executive Search

Maximilianstraße 2
80539 München
+49 89 - 205 008 5577

www.fischer-hrm.de

Entwicklungen in der Außenhandelsfinanzierung

Neben dem Thema „Abdeckung von Handelsgeschäften mit ausländischen Zulieferanteilen“ spielte die im vergangenen Jahr verabschiedete Reform der Ausfuhrpauschalgewährleistung (APG) eine besonders große Rolle. Die APG, als eines der zentralen Absicherungsinstrumente des Bundes, wurde im vergangenen Jahr unter Einbindung des BDEx und aller seiner Mitgliedsverbände erfolgreich weiterentwickelt. Um die Neuerungen und Errungenschaften im Detail zu erläutern, hat der AHV NRW e. V. in Kooperation mit EulerHermes am 30.08.17 im Industrie-Club Gelsenkirchen einen Workshop durchgeführt. Aufgrund erfolgreicher Verbandsarbeit wurden nachfolgende Punkte in der APG-Reform festgehalten:

- Klare Definition der Gefahrerhöhung (Zahlungsverzug von drei Monaten)
- Umsatzmeldung nach Rechnungsdatum und nicht nach Versanddatum
- Schaffung der Möglichkeit der Nachmeldung ohne besondere Hinweispflicht
- Eintritt einer Gefahrerhöhung innerhalb der Nachmeldefrist ist unerheblich
- Sprachliche Vereinfachung

Unabhängig davon steht die Außenhandelsfinanzierung vor großen Herausforderungen. Eine im Herbst letzten Jahres durchgeführte Umfrage unter den Mitgliedsunternehmen der jeweiligen regionalen BDEx-Landesverbände brachte zu Tage, dass 70 % der befragten Unternehmen angaben, dass sie ein flächendeckendes Problem bei der Außenhandelsfinanzierung sehen. Davon wiederum gaben 58 % an, dass diese Probleme in den letzten drei Jahren zugenommen haben.

AHV NRW Workshop mit EulerHermes zur APG-Reform am 30.08.17 in Gelsenkirchen (Foto: Andreas Mühlberg)

Als weiteres Ergebnis der Umfrage bleibt festzuhalten, dass die Instrumente Akkreditiv, Lieferantenkredit und Vorkasse in den vergangenen drei Jahren weniger genutzt wurden. Es stellt sich daher die Frage, ob dementsprechend auf Umsatz verzichtet werden musste, da es nahezu kaum alternative Finanzierungsinstrumente gibt. Diese Wahrnehmung wird durch einzelne Rückmeldungen aus dem Mitgliederkreis deutlich. So gibt es aufwendige Anforderungen an die Dokumentation sowie auch Einschränkungen bei kritischen Ländern. Im Hinblick auf die Volumengröße wird eindeutig bestätigt, dass sich das Finanzierungsproblem auf Volumen bis zu 5 Mio. Euro konzentriere. 75 % der Befragten geben an, dass es zu Problemen bei der Finanzierung von Laufzeiten von bis zu 360 Tagen komme. Ebenso seien Finanzierungen über 360 Tage problematisch. Probleme bei Finanzierungen von Laufzeiten bis zu 90 Tage seien dagegen die Ausnahme.

Zu den Herausforderungen in der Außenhandelsfinanzierung zählt auch die Absicherung von Afrika-Geschäften. Das Angebot von Afrika-Veranstaltungen, sowohl auf Bundes-, als auch auf NRW-Ebene, ist nach wie vor sehr groß. Das Interesse an einem Engagement vor Ort ist durchaus in der Unternehmerschaft vorhanden, doch letztendlich scheitern Geschäfte oftmals an einer finanziellen Absicherung. Der Bund ist daher angehalten, die Rahmenbedingungen zu verbessern. Das SAFRI-Positionspapier zu Afrika wurde eigens hierfür ausgearbeitet. Die Subsahara Afrika Initiative (SAFRI) ist eine der Regionalinitiativen der deutschen Wirtschaft, bei denen der BGA einer der Trägerverbände ist.

Entwicklungen im Zoll und in der Handelspolitik

Zum 01.05.2016 trat der Unionszollkodex (UZK) in Kraft. Die mit dem UZK einhergehenden IT-Anpassungen stehen noch aus. Mit einer Umsetzung wird erst in fünf bis sechs Jahren gerechnet.

Im Fokus der Verbandsarbeit stand 2017 die Neubewertung zollrechtlicher Bewilligungen aufgrund der Umsetzung des UZK. Die Hauptzollämter haben die Bewilligungsinhaber mittels ergänzender Fragebögen schriftlich aufgefordert, im Rahmen der steuerrechtlichen Zuverlässigkeitsüberprüfung, die persönliche Steuer-ID und das zuständige Finanzamt mit anzugeben. Nicht nur die Leitungs- und Aufsichtsgremien, sondern auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, mit oder ohne Führungsverantwortung aus unterschiedlichen Abteilungen, die zollrelevante Aufgaben tätigen, wurden hierbei umfasst.

Auf Basis einzelner Rückmeldungen aus dem Mitgliederkreis wurde über den BGA und weiteren Spitzenverbände der Deutschen Wirtschaft eine schriftliche Stellungnahme der Bundesdatenschutzbeauftragten angefordert. Das Bundesministerium der Finanzen (BMF) hat im August 2017 den betroffenen Personenkreis daraufhin deutlich reduziert und die Abfrage der Steuer-ID vorerst ausgesetzt. Auch dies ist ein gutes Beispiel dafür, wie sich Wirtschaftsverbände erfolgreich für ihre Mitgliedsunternehmen einsetzen können.

Mitgliedervergünstigungen / Buchungsrabatt bei Fachseminaren

Die hier aufgezeigten Themenfelder erfordern ein entsprechendes Know-how, um den Herausforderungen erfolgreich begegnen zu können. Der AHV NRW hat darum nun eine Kooperation mit der Außenwirtschaftsakademie (AWA) und der Konvent vereinbart.

Die Vereinbarung sieht vor, dass Mitgliedsunternehmen bei der Buchung von Seminaren der Außenwirtschaftsakademie (AWA) und der Konvent einen Rabatt eingeräumt bekommen.

Mitgliedsunternehmen haben darüber hinaus die Möglichkeit, Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter aus der Führungs- und Fachebene in die BDEx-Arbeitskreise „Exportkontrolle / Außenwirtschaftsrecht“ und „Außenhandelsfinanzierung“ sowie in den BGA-Arbeitskreis „Zoll“ zu entsenden. ◂

AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

www.awa-seminare.com

KonVent

Kongress- & Veranstaltungsmanagement

www.konvent-seminare.de

Dipl.-Betriebswirt
Andreas Mühlberg
Geschäftsführer

Außenhandelsverband
Nordrhein-Westfalen e.V.
Achenbachstraße 28
40237 Düsseldorf

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

// FLEISSIG **IM IM- UND EXPORT**

Die AWA rüstet Sie für Höhenflüge in der Außenwirtschaft

// MEHR **WISSEN.** MEHR **ERREICHEN.**

Mit den AWA Fort- und Weiterbildungen zum Zoll- und Außenwirtschaftsrecht

Unternehmen, die „bienenfleißig" Geschäfte in der Außenwirtschaft abwickeln, sollten über gut **organisierte Zoll- und Exportkontrollprozesse** sowie Mitarbeiter/-innen mit dem nötigen **Know-how** verfügen. Die AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH rüstet Ihre Mannschaft für den **reibungslosen Import und Export**.

In **Seminaren, Inhouse Trainings, Fernlehrgängen** und **Webinaren** zu einer Vielzahl von außenwirtschaftlichen Themen machen wir Sie fit für Ihre Außenhandelsgeschäfte. Dazu zählen: Zoll und Exportkontrolle, Compliance, Warenursprung und Präferenzen, Umsatzsteuer, Verbrauchsteuer, Management und Vertragsrecht.

Wir legen Wert auf Qualität: Die AWA ist der erste Spezialanbieter von Zoll- und Außenhandelsseminaren in Deutschland, der durch den **TÜV Nord** nach der **Qualitätsnorm** für den Bereich **Bildung DIN ISO 29990:2010** zertifiziert ist.

Sie möchten Ihre Kompetenzen im Zollbereich auf akademisches Niveau bringen? Mit dem neuen **berufsbegleitenden Zoll-Masterstudiengang** „Master of Compliance with Customs and International Trade Law (MCC)" eignen Sie sich umfangreiches Wissen zum internationalen Zollrecht an. Alle Lehrinhalte vermittelt der MCC unter dem Gesichtspunkt von aktuellen Compliance-Anforderungen. Anbieter des MCC sind die AWA und die EBS Universität für Wirtschaft und Recht. Mehr Infos unter:
www.mcc-master.de

AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH
Königsstraße 46
48143 Münster
www.awa-seminare.com
info@awa-seminare.de

Region Aachen – Wir sind ein internationaler Lebens- und Wirtschaftsraum!

Stärken identifizieren, Aktivitäten bündeln und Chancen nutzen

Text: Prof. Dr. Christiane Vaeßen

Die Region Aachen ist eine von neun Regionalentwicklungsgesellschaften des Landes NRW. Auf einer Fläche von rund 3500 km² leben hier rund 1,3 Millionen Menschen in 46 Städten und Gemeinden der Kreise Düren, Euskirchen und Heinsberg, der Stadt Aachen und der Städte-Region Aachen. Wir sind gemeinsam mit unseren Nachbarn, Niederlande und Belgien, innerhalb Europas eine der innovativsten und lebenswertesten Regionen: hervorragendes technisches Potenzial, gepaart mit einer gesunden mittelständisch geprägten Wirtschaft, einer lebendigen Start-Up-Szene und tollen Ausbildungsmöglichkeiten in den Hochschulen und Betrieben – das alles mit kurzen Wegen in die Metropolen unserer Nachbarn: Brüssel, Amsterdam und Paris sind in wenigen Stunden erreichbar.

Aachen im Dreiländereck (© Pascalina Vretinari)

In der Region Aachen gilt es, die Herausforderungen durch die Grenzlage und die strukturellen Veränderungen des Wirtschaftsraumes zu meistern. So sind die stetige Verbesserung der grenzüberschreitenden Arbeitsmobilität und der Mobilität im ÖPNV wichtige Themen. Durch unsere Arbeit unterstützen wir den Ausbau der Euregio Maas-Rhein als transnationalen Bildungsraum und erschließen so die Potenziale der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. So bieten z. B. unsere Beratungsstellen (Grenzinfopunkt Aachen-Eurode) maßgeschneiderte Informationen und Beratungen zu den Themen Arbeiten, Gründung von Unternehmen, Wohnen und Studieren im Nachbarland.

Die von uns in 2017 initiierte, vom Land NRW und der Europäischen Union geförderte „Wirtschaftsstudie Region Aachen 2017“ (abrufbar unter: https://regionaachen.de/

region aachen

regionalentwicklung/wirtschaftsstudie2017/) gibt uns Handlungsempfehlungen, die wir gemeinsam mit unseren Partnern zur Schaffung neuer Arbeitsplätze umsetzen. Vor dem Hintergrund des Strukturwandels, der durch die Energiewende unsere Region vor große Veränderungen stellt, bündeln wir viele Kräfte. Nur so können wir helfen, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und die Veränderungen von Gesellschaft, Arbeitswelt und Gesundheitsversorgung für die Region positiv zu begleiten. ◂

Euregionale 2008, Grenzland Wurmtal
Turtlebridge (Stefan Sous/Henke Haberland)

„Diese Brücke über den Grenzfluss Wurm verbindet die Niederlande mit Deutschland. Die Städte Landgraaf und Übach-Palenberg haben diese Schildkröten an beiden Enden der Brücke in Auftrag gegeben: Als Markierungen eines Gegenübers, als Symbole der Dauerhaftigkeit und des Lebens, einander zugewandt, sich ewig entgegenkommend in friedlicher und poetischer Mission."

Fotos © Stadt Übach-Palenberg

Prof. Dr. Christiane Vaeßen
Geschäftsführerin

Region Aachen
– Zweckverband
Dennewartstr. 25-27
52068 Aachen

T +49 241 963 1040
vaessen@regionaachen.de
www.regionaachen.de

Export- und Zollschulungen

Grundlagenschulungen, Inhouse-Trainings oder Workshops?

Text: Bernhard Morawetz

Der Bereich Aussenhandel ist durch vielschichtige Änderungen geprägt. Das Zollrecht, Freihandels- und Präferenzabkommen, Embargos, sonstige handelspolitische Maßnahmen z.B. der USA, der Brexit aber auch Bewilligungen und Erleichterungsverfahren und die damit verbundenen Vorschriften müssen zeitnah erfasst und umgesetzt werden. Zudem verlangen die Zollbehörden von zugelassenen Ausführern und zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten jährliche Update-Schulungen.

Vielfach wird ein Mitarbeiter, im Regelfall der Zollbeauftragte, zu einer Updateschulung bei einer IHK oder einem Weiterbildungsinstitut geschickt. Darüber hinaus werden dann noch im Einzelfall Grundlagenschulungen in den Bereichen Exportkontrolle, Präferenzen, ATLAS-Ausfuhr, Import auf Tagesbasis zusätzlich genutzt. Unsere Erfahrung aus 15 Jahren Beratung, Training und Interimsmanagement ist, dass trotzdem vielfach Unkenntnis über die Risiken und Möglichkeiten der Zollprozesse herrscht.

In vielen Veranstaltungen sind 10 manchmal 15 Firmen anwesend und es fehlt die Zeit, die eigenen Fragen und Probleme zu besprechen. Ferner ist es in den Schulungen häufig auch nicht möglich, die Brücke zwischen der gesetzlichen Theorie und der betrieblichen Praxis zu schlagen und konkret zielgruppengerechte bzw. betriebsinterne Beispiele einzubauen. Insbesondere in den Bereichen der Ermittlung der Zolltarifnummer, Dual-Use-Prüfungen, Präferenzkalkulation, Dokumentation, Datenpflege und Prozessgestaltung benötigen gerade mittelständische Unternehmen fachliche Unterstützung, die in einer allgemeinen Schulung nicht untergebracht werden kann.

Hier bieten abgestimmte Inhouse-Schulungen und Workshops, die sowohl die Theorie als auch praktische Ansätze für die Anwender darstellen, eine zusätzliche Möglichkeit zur Weiterentwicklung und zur Sicherstellung einer fehlerfreien Zollabwicklung. Ferner können hier auch abteilungsübergreifend Praxisprobleme des Vertriebs, der Logistik, der Beschaffung und dem Finanzbereich konstruktiv miteinander thematisiert und Lösungen gefunden werden.

MAB – Morawetz
Außenhandels-Beratung

Es würden im Regelfall nicht 8 Mitarbeiter aus 4 Fachabteilungen zu einer öffentlichen Schulung geschickt. Der möglicherweise höhere Inhouse-Aufwand wird unserer Ansicht nach durch die verbesserte Kommunikation, Stammdatenpflege, Fehler- und somit auch Bussgeldvermeidung in der Zollabwicklung definitiv wieder eingespielt.

Auf Basis unserer Erfahrungen haben wir mit unseren Partnern ein entsprechendes modulares frei kombinierbares Schulungssystem entwickelt, dass diese Bedürfnisse berücksichtigt. Die auf die Praxis zugeschnittenen Workshops und Inhouse-Trainings unter dem Stichwort „Zoll-Technik" helfen die Lücke zwischen der regulatorischen Theorie und der betrieblichen Umsetzung zu schliessen. ◂

Bernhard Morawetz
Fachkaufmann für Außenwirtschaft (IHK)

MAB Morawetz
Außenhandels-Beratung
Illenbruch 7
33829 Borgolzhausen

T + 49 5425 933 321
M + 49 175 277 88 25
F + 49 5425 933 323
bmorawetz@morawetz-beratung.de
www.morawetz-beratung.de

Über den Autor Bernhard Morawetz:
20 Jahre Zoll- und Exporterfahrung, tätig als Trainer, Berater und Interimsmanager.
Seit 2009 ehrenamtlich im DIHK-Außenwirtschaftsausschuss in Berlin tätig.
www.zoll-technik.de
www.morawetz-beratung.de

Standort Niederrhein

Zuhause in der Welt - ein Zuhause für die Welt.

Text: Bertram Gaiser

Der Standort Niederrhein – das sind die beiden Städte Krefeld und Mönchengladbach sowie die vier Kreise Kleve, Viersen, Wesel und Rhein-Kreis Neuss. Gut zwei Millionen Menschen leben hier. In etwa 120.000 Unternehmen arbeiten mehr als 630.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Backbone ist eine trimodale Infrastruktur: Der Rhein mit seinen elf Häfen und Chemiepark-Anlegern plus ein dichtes Auto- und Eisenbahnnetz; hinzu kommen die internationalen Flughäfen DUS und CGN in direkter Nachbarschaft sowie der Niederrhein-Flughafen NRN und der Flugplatz MGL.

Kosten für Auslandsreisen gehören für die Wirtschaft am Standort Niederrhein traditionell zur Budgetplanung. Denn mit einer Exportquote von durchschnittlich über 50 Prozent fühlen sich die heimischen Unternehmen – darunter zahlreiche Hidden Champions - auf dem Weltmarkt wie zuhause. Umgekehrt nutzen ausländische Unternehmen den Niederrhein als lagegünstigen Niederlassungsstandort. Außenwirtschaft ist daher am Niederrhein ein historisch lebendiges Business.

In jüngster Vergangenheit hat am Niederrhein der E-Commerce seine analogen Ausrufezeichen gesetzt. Internet-Handelsriesen von A wie Amazon bis Z wie Zalando haben hier neue Logistik-Zentren errichtet – mitten drin in der Metropolregion Rheinland, angrenzend an Benelux und das Ruhrgebiet. Weil am Niederrhein obendrein mehr als die Hälfte der Top-20-Logistiker in Deutschland präsent ist, lobt das Fraunhofer-Institut den Standort als dynamischen „Logistik-Champion“ und „europäisches Gateway“.

Historischer Nukleus der Außenwirtschaftserfolge war im 19. Jahrhundert vor allem die Textilindustrie, in deren Ökosystem sich der Maschinen- und Anlagenbau sowie die Chemie entwickeln konnten. Die beiden letztgenannten Schlüsselbranchen sind am Standort auch heute noch stark vertreten. Klangvolle Namen wie Trützschler, Siempelkamp, Scheidt & Bachmann und SMS Group – allesamt mittelständische Familienunternehmen – sowie Chemiegrößen wie Altana, Bayer, Evonik, Lanxess und Solvay prägen bis heute das industrielle Gesicht des Niederrheins. Auch der Landmaschinen-Hersteller Lemken – seit 1780 in Familienhand – und später hinzugekommene Elektrotechniker wie Nexans, Vossloh-Schwabe oder Siemens (am Niederrhein wird der ICE gebaut) fördern den Ruf des Standort Niederrhein als kreativ, innovativ und weltmarktfähig. Da Natur ein weiteres Asset des Niederrheins ist, liegt es in der Natur der Sache, dass aus

niederrhein
invest-in-niederrhein.de

Wenn auf der Königin der Kreuzfahrtschiffe, der Queen Mary 2, zu Tisch geläutet wird, können sich die 2.600 Passagiere und 1.250 Besatzungsmitglieder auf ein gutes Stück Niederrhein verlassen. Denn die 1.500 Meter langen Ausgleichsleitungen, über die in den legendären Luxusküchen die Lebensmittelkühlung kontrolliert wird, stammen aus dem Hause des Viersener Kabelproduzenten SAB Bröckskes.

einer Vielzahl kleiner und mittelgroßer Bauernhöfe und Gartenbaubetriebe ein professionelles Agribusiness-Netzwerk herangewachsen ist. Und dies selbstverständlich grenzüberschreitend, organisiert vor allem über die Vermarktungsgenossenschaft Landgard, deren Zentrale grenznah zu den Niederlanden mitten im größten zusammenhängenden Gartenbaugebiet Europas operiert.

Ausländische Unternehmen am Standort Niederrhein

Apropos Niederlande: Die Nachbarn im Westen sind bei den rund 2.700 am Standort Niederrhein im Handelsregister eingetragenen ausländischen Direktinvestments mit allein 1.250 Unternehmen das Top-Herkunftsland (u.a. Kofu, LeasePlan, Mekkafood, Refresco, Vanderlande). Platz 2 geht an die Schweiz (u.a. Nestlé, Odlo, Starrag), Platz 3 an die USA (u.a. Cargill, Johnson Controls, Johnson & Johnson, Mars). Auf den weiteren Plätzen folgen Großbritannien, Belgien, Groß-China (inkl. Hongkong, Macau und Taiwan), Japan, Italien und Frankreich.

Nordrhein-Westfalen erreicht mit einem Anteil von rund einem Viertel aller ausländischen Direktinvestitionen in Deutschland regelmäßig den Bundesland-Spitzenplatz. Innerhalb von NRW ist der Standort Niederrhein – hinter Düsseldorf und Köln/Bonn – stets auf den vorderen Plätzen mit dabei. Meist vertretene Branchen der ausländischen Investments am Niederrhein sind der Handel (1.070 Unternehmen), Dienstleistungen (560) und Verarbeitendes Gewerbe (350).

Wirtschaftsbeziehungen zu China

Aktuell rückt China in den Fokus selbst von kleineren und mittleren niederrheinischen Unternehmen; Größen wie Trützschler und Aunde sind bereits mit Produktionsstandorten vor Ort. Entsprechend haben hiesige Wirtschaftsförderungen einen eigenen China-Desk für die sich dynamisch entwickelnden Wirtschaftsbeziehungen eingerichtet. Begleitet werden die Asien-Aktivitäten durch hochrangig besetzte Delegationsreisen und Matchmaking-Events in beide Richtungen, vor allem in und aus Städten der Provinzen, zu denen NRW seit vielen Jahren und Jahrzehnten Partnerschaften unterhält.

Um das gegenseitige soziokulturelle Verständnis zu fördern, bringen Niederrhein-Städte wie Krefeld und Mönchengladbach chinesische Hospitanten bei Verwaltung und interessierten Unternehmen unter, mitorganisiert von der bundeseigenen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit. Auch sind bereits erste Gymnasien involviert, die neben seit längerem angebotenen Sprachkursen nun auch Schüler- und Lehreraustausch in Planung haben. Es gilt mehr denn je: Am Standort Niederrhein rückt die Welt gerne zusammen. ◂

Bertram Gaiser
Geschäftsführer

Standort Niederrhein GmbH
Friedrichstr. 40
41460 Neuss

T +49 2131 92 68 592
F +49 2131 92 68 595
gaiser@standort-niederrhein.de
www.invest-in-niederrhein.de

Stadtsparkasse Düsseldorf

Marktchancen erfolgreich nutzen

Weltweit vernetzt mit Ihrer Sparkasse

Text: Andrea Kühn und Christoph Holzem

Andrea Kühn
Leiterin Internationales Geschäft

Stadtsparkasse Düsseldorf
Berliner Allee 33
40212 Düsseldorf

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

Christoph Holzem
Geschäftsführer

S-International Rhein-Ruhr GmbH
Kennedyplatz 6
45127 Essen

T +49 201 821 44 0
F +49 201 821 44 19
info@si-rr.de
www.si-rr.de

International Rhein-Ruhr

Sie sind auf der Suche nach einem Büro in Shanghai mit Telefonanschluss und Internetzugang? Sie fragen sich, wie Sie den brasilianischen Paragrafendschungel verstehen sollen? Oder wollen Sie in die USA expandieren und benötigen ein Konto inklusive Kreditkarte und Online-Banking-Zugriff? Vielleicht sind Sie auch auf der Suche nach neuen Kunden weltweit.

Bei Fragen der Standortwahl, Rechtsvorschriften, Bankthemen und Vertrieb läuft man Gefahr, sich ohne fachkundige Unterstützung zu verheddern. Daher ist es insbesondere im Ausland unerlässlich, erfahrene Berater im jeweiligen Land einzuschalten. Wohin auch immer Ihre unternehmerische Reise geht – die Sparkassen öffnen Ihnen die Türen vor Ort. Dabei verbinden wir die lokale Betreuung an Ihrem Heimatstandort mit unserer Kompetenz im internationalen Geschäft.

Der Schlüssel dazu ist "S-CountryDesk"

S-CountryDesk steht für das internationale Netzwerk der Sparkassen-Finanzgruppe. Hier fließt das Spezialistenwissen aller Partner zu einem kompletten Leistungspaket zusammen - ganz einfach abrufbar bei Ihrer Sparkasse.

Fundierte Informationen, langjährige Erfahrung und verlässliche Kontakte erleichtern Ihnen das „Going International". Wir vermitteln Ansprechpartner und Services in den Zielregionen Ihres Unternehmens und sorgen für Unterstützung vor Ort - auch abseits der großen Metropolen.

Dazu gehören unter anderem:

- Ansiedlungsunterstützung durch Marktanalysen, Markteintrittsberatung, Büroinfrastruktur (u.a. in den German Centres) und Fördermittel
- Firmengründungen
- Kontoeröffnungen und Electronic-Banking-Lösungen
- Geschäftspartnersuche
- Personalrecruiting und Expat Service
- Klärung steuerlicher und juristischer Fragen
- Finanzierung von Vorhaben und Leasing
- Bonitätsauskünfte über ausländische Geschäftspartner
- Interkulturelle Kompetenz

Sprechen Sie uns direkt oder Ihren Berater in Ihrer lokalen Sparkasse an. Wir schnüren für Sie ein passendes „Auslandspaket"!

www.countrydesk.de

"Wir Außenhändler schätzen den Mehrwert, weltweit und jederzeit verlässliche Informationen abzurufen"

"Unternehmensprozesse werden durch die Digitalisierung effizienter, wenn man das richtige Werkzeug hat. Mit einer praktischen App spare ich Zeit für die Beschaffung von Informationen.

Die Sparkassen-App „S-weltweit" liefert mir wichtige Nachrichten und Termine direkt auf mein Smartphone. So habe ich im Büro, zu Hause oder unterwegs alles griffbereit.

Meine Ansprechpartner kontaktiere ich mit einem Klick - schnell und komfortabel.

Die Sparkassen bieten mit „S-weltweit" ein anwenderfreundliches und kostenfreies Tool. Jeder Außenhändler profitiert von dieser App."

Dipl.-Betriebswirt Andreas Mühlberg, Geschäftsführer Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V. (AHV NRW)

International ist einfach - mit einer smarten App für Ihre weltweiten Geschäfte

Die umfassenden Informationen und Kontakte des Netzwerks "S-CountryDesk" stellt Ihnen Ihre Sparkasse in einer praktischen App zur Verfügung:

S-weltweit

Mit der App „S-weltweit" haben Sie das gebündelte Wissen zu Auslandsmärkten immer dabei. In nur wenigen Schritten erhalten Sie Zugang zu zahlreichen Informationen und Services. Sie bleiben stets über aktuelle internationale News und Währungskurse informiert und können direkt Kontakt mit dem Auslandsspezialisten Ihrer Sparkasse aufnehmen.

Ihr Nutzen der App "S-weltweit":

- schneller Zugriff auf umfassende Informationen zu 150 Ländern
- Nachrichten, Termine, Länder, Devisenkurse und Ansprechpartner als persönliche Favoriten
- aktuelle Währungskurse auf der jeweiligen Länderseite und in den Favoritenkacheln
- integrierter Währungsrechner
- aktuelle Zinssätze und Preise für Rohstoffe
- Geschäftspartnersuche auf den Länderseiten
- interkulturelle Tipps
- Veranstaltungen rund um das Auslandsgeschäft direkt in den Kalender übernehmen
- "Teilen"-Funktion für News, Termine und Links
- direkte Kontaktaufnahme mit Ihrem Ansprechpartner bei Ihrer Sparkasse

Die App „S-weltweit" – kostenlos für Sie im App Store und Google Play Store:

Laden im App Store

APP JETZT BEI Google Play

Deutsch-Iranische Geschäftsbeziehungen

Noch Chancen oder nur noch Risiken?

Text: Dr. Fabian Breckheimer

Die Ereignisse überschlagen sich. Am 16. Januar 2018 jährte sich zunächst ein wichtiger Meilenstein im Verhältnis des Iran zum Rest der Welt, namentlich das Inkrafttreten des sog. *Joint Comprehensive Plan of Action*, zum zweiten Mal.

Die Bilanz fiel am Jahrestag gemischt aus. Zwar sind nach Zahlen des Bundeswirtschaftsministeriums die deutschen Exporte in den Iran schon im Jahr 2016 um 25 % auf 2,6 Milliarden Euro gestiegen, und im ersten Halbjahr 2017 gleich nochmal um 23 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Doch der große Boom, den nicht wenige erwartet hatten, ist bislang ausgeblieben.

Iran-Reise 2017. Rechts im Bild Dr. Fabian Breckheimer. (Foto: Dawood Nazirizadeh © Tradeo)

Die Gründe hierfür sind vielfältig. Auch nach Aufhebung eines Großteils der Sanktionen gegen den Iran bereitet das weiterhin bestehende US-Sanktionsregime ausländischen Unternehmen (und v.a. Banken) Kopfzerbrechen. Zudem ist die Iran-Politik der USA nach dem Einzug Donald Trumps ins Weiße Haus nicht berechenbarer geworden. Anfang Mai 2018 verkündete Präsident Trump dann tatsächlich den einseitigen Ausstieg der USA aus dem Atomabkommen, während sich die EU – und soweit im Zeitpunkt der Fertigstellung dieses Artikels erkennbar auch Iran – um eine Aufrechterhaltung bemühen.

Dies sind nicht die einzigen Schwierigkeiten bei dem Versuch, Geschäftsbeziehungen mit Iran aufzubauen. Auch weiterhin erschweren der hohe Grad an Verstaatlichung in der iranischen Wirtschaft und die noch immer präsente Korruption ausländischen Unternehmern den Geschäftsaufbau – vor Ort und vor dem Hintergrund interner Compliance-Vorgaben „zu Hause".

Hinzu kommen die um den Jahreswechsel 2017/2018 erneut aufgeflammten regimekritischen Demonstrationen, die heftigsten zivilen Proteste seit der umstrittenen Wiederwahl von Mahmud Ahmadinedschad im Jahr 2009. Mittlerweile scheint – bei dieser Bewertung ist jedoch Vorsicht geboten – diese jüngste Protestwelle wieder abgeebbt zu sein. Insgesamt wagen derzeit nicht einmal die seriösesten und anerkanntesten Iran-Experten eine

tradeo LLP
Rechtsanwälte

Prognose, wohin das Land politisch, gesellschaftlich und wirtschaftlich steuert.

Der Iran ist kein einfacher Markt – das ist ein Fakt ebenso wie eine Binse. Ein hoch interessanter Markt für deutsche Unternehmen mit enormem Potential ist der Iran aber allemal. In zahlreichen Branchen herrscht großer Modernisierungsbedarf, der Investitionswille auf iranischer Seite ist sehr stark.

Aus Sicht deutscher Unternehmen, die ihre Waren oder Dienstleistungen in den Iran exportieren möchten, kann daher festgehalten werden, dass dies grundsätzlich und trotz aller Unwägbarkeiten zu einem erfolgreichen Unterfangen werden kann. Diesbezüglich sprechen die gestiegenen Exportzahlen eine deutliche Sprache.

Gleichermaßen muss aber berücksichtigt werden, dass im Iran-Geschäft u.a. folgende Faktoren für den wirtschaftlichen Erfolg maßgeblich sind: Die sorgfältige Auswahl von Geschäftspartnern, ein ausreichender zeitlicher Vorlauf, um Verhandlungen zu führen und erforderliche Genehmigungen zu erlangen, frühzeitige Klärung der Finanzierung und Zahlungsmodalitäten, und nicht zuletzt die gewissenhafte Absicherung verbleibender Risiken durch umsichtige Vertragsgestaltung.

Über einige der vorgenannten Punkte, insbesondere vertragliche Aspekte, soll nachstehend ein kurzer Überblick gegeben werden.

1. „Business Partner Due Diligence“

Die Wichtigkeit einer sorgfältigen Vorabprüfung des künftigen Geschäftspartners (üblicherweise als *business partner due diligence* bezeichnet) kann nicht deutlich genug betont werden. Unterbleibt eine solche Prüfung und gerät ein deutsches Unternehmen „an den Falschen“, drohen nicht nur Zeitverlust und finanzielle Verluste, es können sich hieraus auch gravierende Compliance-Verstöße und Gesetzesverletzungen ergeben.

Die Mindestanforderung an eine solche Prüfung ist die verlässliche Beantwortung der folgenden Fragen: Wer wird mein Vertragspartner (welche Gesellschaft)? Welche Gesellschafter (natürliche und juristische Personen) stehen hinter meinem Vertragspartner? Wie ist die Vertretungsberechtigung bei meinem Vertragspartner geregelt, wer hat Vollmacht zur Verhandlungsführung und wer zur Vertragsunterzeichnung? Wie steht es um die Liquidität? Sind Gerichtsverfahren anhängig? Unterfällt der Vertragspartner oder eine beteiligte natürliche Person einem Sanktionsregime? Werden deutsche und internationale Geldwäschegesetze eingehalten?

Bei der Erlangung der erforderlichen Informationen kann auf öffentliche Register ebenso zurückgegriffen werden wie auf spezialisierte Dienstleister; bei letzteren muss jedoch zwingend auf Seriosität und einen makellosen Ruf geachtet werden.

2. Verhandlungsführung

Verkürzt lässt sich festhalten: Deutsche Unternehmer, zumal wenn sie keine oder wenig Erfahrung mit lokalen Verhaltensweisen haben, müssen sich einstellen auf schwierige Vertragsverhandlungen. Iranische Geschäftspartner sind oft überaus höflich und freundlich, gleichzeitig ist vieles aber auch viel weniger verbindlich gemeint, als es von der deutschen Seite verstanden oder erwartet wird. Iraner verhandeln hart, geschickt und gerne, was teilweise einen beträchtlichen Zeitaufwand bedeutet.

Deutsche gelten in der iranischen Geschäftswelt häufig als etwas naiv. Während Westeuropäer in einer Vertrauenskultur sozialisiert sind und leben, herrscht im Iran eine Misstrauenskultur. Häufig agiert der deutsche Verhandlungsführer verglichen mit seinem iranischen Gegenüber also zu leichtgläubig und zu ehrlich.

Es gibt kein allgemein gültiges Erfolgsrezept, dennoch sollten folgende Merksätze beherzigt werden: Deutsche Unternehmen sollten ausreichend Zeit für die Verhandlungen einplanen (z.B. einen offenen Rückflug buchen), sollten interessiert sein, aber niemals devot, sollten stets eine gesunde Skepsis bewahren, harte Verhandlungen und sogar „Tricksereien“ als Spiel annehmen und Konflikte aushalten. Nur hart erarbeitete Verhandlungsergebnisse zählen aus iranischer Sicht. Diese (Zwischen-)Ergebnisse müssen dann aber auch rechtlich verbindlich fixiert werden.

Vorab sollte zudem geklärt werden, in welcher Sprache verhandelt wird, wer Übersetzungskosten trägt und wie die Verhandlungsteams fachlich und hierarchisch zusammengesetzt sein sollen.

3. Vertragsgestaltung

a) Vertragsfreiheit

Das iranische Recht kennt und achtet das Prinzip der Vertragsfreiheit (Art. 10 Zivilgesetzbuch), die Vertragsparteien sind also grundsätzlich frei, die rechtlichen Regeln und Rahmenbedingungen ihrer Geschäftsbeziehung miteinander zu vereinbaren. Ihre Grenze findet die Vertragsfreiheit allerdings im zwingenden lokalen Recht, denn auch das iranische Recht kennt einen *ordre public* -Vorbehalt (Art. 975 Zivilgesetzbuch). Bei der Vertragsgestaltung ist jedoch zu bedenken, dass der Begriff des *ordre public* im Iran auch islamische Wertvorstellungen und Rechtsprinzipien berücksichtigt (erfasst wird etwa auch das in zivil- und handelsrechtlichen Verträgen geltende Zinsverbot, *ursury*).

Obwohl Englisch als Vertrags- und Verhandlungssprache anerkannt ist, empfiehlt es sich, Vertragsdokumente von Beginn an zweisprachig auf English und Farsi zu formulieren. Dies erhöht erfahrungsgemäß zum einen die Akzeptanz auf Seiten des iranischen Vertragspartners und erleichtert zum anderen eventuell erforderliche lokale Genehmigungsverfahren. ►

b) Rechtswahl

Auch ist den Vertragsparteien die freie Wahl des Rechts erlaubt, das auf den Vertrag Anwendung finden soll. Dies allerdings mit der Maßgabe, dass der Vertrag außerhalb des Iran geschlossen, d.h. unterzeichnet wurde (Art. 968 Zivilgesetzbuch). Wird der Vertrag hingegen innerhalb des Iran unterzeichnet, gilt unabhängig von einer Rechtswahlklausel automatisch iranisches Recht. Um den Abschlussort im Streitfalle belegen zu können, sollte überlegt werden, die Vertragsunterzeichnung am Abschlussort notariell beglaubigen zu lassen. Aus formalen Gründen zwingend ist das jedoch nicht.

c) Schiedsklauseln

Die Aufnahme einer Schiedsvereinbarung in den Vertrag, welche die Zuständigkeit staatlicher iranischer Gerichte ausschließt, ist bei grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen üblich und wird von iranischer Seite – zumindest nach Verhandlung (s.o.) – in aller Regel akzeptiert. Iran ist überdies dem New Yorker Übereinkommen beigetreten, was die Durchsetzung ausländischer Schiedssprüche im Iran ermöglicht (bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen, auf die hier nicht näher eingegangen werden soll).

Wird der Vertrag mit einem staatlichen iranischen Unternehmen geschlossen bzw. betrifft der Vertrag öffentliches bzw. Regierungseigentum, ist Art. 139 der iranischen Verfassung zu beachten: Eine solche Schiedsvereinbarung bedarf zu ihrer Wirksamkeit zwingend der Zustimmung des Ministerrats und des iranischen Parlaments vor Unterzeichnung des Vertrags. Eine Genehmigung nach Vertragsschluss ist nicht möglich.

Art. 139 wird indes nicht nur auf Verträge mit der öffentlichen Hand im engeren Sinne angewendet, sondern häufig auch auf Staatsunternehmen, die privatrechtlich organisiert sind und privatrechtliche Verträge abschließen. Wegen der starken Verflechtung von Staat und Wirtschaft und angesichts der hohen Zahl von staatseigenen (oder staatsnahen) Unternehmen und Organisationen im Iran ist diese Vorschrift von hoher praktischer Relevanz und muss unbedingt beachtet werden.

Eine weitere Besonderheit ergibt sich aus Art. 456 der iranischen Zivilprozessordnung: Diese Regelung verbietet es den Vertragsparteien, sich einem ausländischen Schiedsrichter bzw. Schiedsgericht zu unterwerfen, der bzw. das die gleiche Nationalität hat wie der ausländische Vertragspartner. Dies gilt es bei der Besetzung des Schiedsgerichts zwingend zu beachten.

d) Force Majeure-Klauseln

Sinn und Zweck einer Force Majeure-Klausel ist es, vertragliche Vorkehrungen für den Eintritt eines Falles von höherer Gewalt zu treffen, für solche Fälle also, in denen ein unverschuldetes Leistungshindernis eintritt.

Auch das iranische Recht kennt das Konzept von Force Majeure. So bestimmt Art. 227 ZGB, dass die ihre vertraglichen Pflichten verletzende Partei dann keinen Schadenersatz leisten muss, wenn die Nichtleistung auf außerhalb ihres Verantwortungsbereichs liegenden Gründen beruht. Allgemein setzt ein Fall von höherer Gewalt nach iranischem Rechtsverständnis voraus, dass es sich um ein unabwendbares Ereignis handelt, das die betroffene Partei nicht vorhersehen und auch nicht verhindern konnte. Diese Definition deckt sich weitestgehend mit dem internationalen Verständnis von höherer Gewalt; die Schwierigkeiten liegen allerdings in den praktischen Details. Sind etwa Sanktionen ein Fall von höherer Gewalt? Von Unvorhersehbarkeit wird man hier nicht wirklich sprechen können, zuletzt haben Gerichte auch genau das in Zweifel gezogen. Was gilt im Falle sog. „secondary sanctions“, wenn also ein Geschäft nach deutschem Recht zulässig, aber nach US-Recht verboten ist und dem deutschen Unternehmer sekundäre Sanktionen aus den USA drohen?

Es ist in diesem Zusammenhang wichtig zu wissen, dass die Vertragsparteien im Vertrag selbst definieren können, wann ein Fall von höherer Gewalt vorliegen soll. Damit können also durch umsichtige Vertragsgestaltung auch die oben skizzierten Risiken wirksam reduziert werden.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich der Iran in einer Ära der Turbulenzen befindet. Das geschäftliche Potential, welches der iranische Markt für deutsche Unternehmen bietet, kann aber bei entsprechender sorgfältiger Vorbereitung und professioneller Begleitung durch erfahrene Dienstleister und Berater gehoben und nutzbar gemacht werden. ◂

Dr. Fabian Breckheimer
Rechtsanwalt / Fachanwalt für Internationales Wirtschaftsrecht

tradeo LLP
Rechtsanwälte
Plange Mühle 1
40221 Düsseldorf

T +49 211 2479 10 20
breckheimer@
tradeo-law.com
www.tradeo-law.com

Equipment Finance - International

Moderne Finanzierung für Maschinen, Anlagen, Fahrzeuge, IT...
Sparen Sie wertvolle Zeit und Zinsen mit Hilfe unserer Ausschreibungsverfahren

Maschinen und Anlagen, Lagertechnik, sonstige Geschäftseinrichtungen - auch IT - sowie Fahrzeuge sollten heutzutage nicht mehr zu Lasten der Finanzierungslinien bei Ihren Banken finanziert werden. Hierbei spielt es keine Rolle, ob Sie Investitionen innerhalb von Deutschland oder in anderen Ländern tätigen möchten.

Moderne Finanzdienstleistungsinstitute, wie z. B. Leasinggesellschaften, benötigen keine Zusatzsicherheiten bei Finanzierungslösungen für Investitionen in jede Art von Equipment, da sie über die erforderlichen IT-Systeme zur Bewertung der Investitionsgüter verfügen und deshalb vereinfachten Regularien der BaFin unterliegen. Das bedeutet, dass 100 % der Nettoanschaffungskosten ohne weitere Sicherheiten finanziert werden können. Nach Auszahlung entfällt die bankenübliche Berichterstattung.

Banken ziehen sich immer mehr aus diesem Geschäftsbereich zurück, da sie gemäß der BaFin zu höheren Auflagen bezüglich der Sicherheitenpositionen verpflichtet sind.

Aufgrund der immer wichtiger werdenden Position von Finanzdienstleistungsinstituten hat sich inzwischen ein großes Spektrum von Anbietern auf diesem Markt etabliert - teils mit sehr unterschiedlichen Konditionen und Vertragsbedingungen.

Financial Projects hat aufgrund langjähriger Erfahrungen und Kooperationen mit allen Anbietern einen vollständigen Marktüberblick - auch auf internationaler Ebene - und kann Ihnen somit sehr viel Zeitaufwand bei der Suche und Umsetzung von geeigneten Finanzierungslösungen ersparen.

Die Finanzierung des Equipments wird in der Regel über ein Finanzierungsinstitut im Land des finalen Standortes zur Verfügung gestellt.

Auf unserer Webseite unter www.financialprojects.de haben Sie die Möglichkeit, Konditionen für Ihre nächsten Investitionsvorhaben in Equipment - mit Standort in Deutschland - vorab zu kalkulieren. Hierfür haben wir Echtzeitkonditionen für einzelne Assetklassen aus einem Pool unserer Finanzierungspartner für mittlere Bonitäten hinterlegt (https://financialprojects.de/registrierung). Möchten Sie Equipment für Standorte im Ausland finanzieren, sprechen Sie uns bitte direkt an.

Gern stehen wir auch jederzeit bei Fragen zu allen anderen Finanzierungsthemen zur Verfügung. Wir bieten Ihnen Finanzierungslösungen, die optimal auf Ihr Unternehmen abgestimmt sind.

Ihre Vorteile:

- Best-Konditionen durch Ausschreibungen
- Vertragsprüfung einschließlich Vertragsoptimierung durch Financial Projects
- Berücksichtigung aller Förderinstrumente durch Zulieferung seitens der Spitzmüller AG in Deutschland, international durch unser weitreichendes Fördernetzwerk
- Finanzierung in der Regel außerhalb des üblichen Bankenkreises und damit keine zukünftigen Belastungen der Betriebsmittellinien
- Das Equipment wird nach Zahlung der letzten Rate frei von Rechten Dritter und kann sofort für Folgefinanzierungen verwendet werden
- Anpassung an Ihre vorhandene Finanzierungstruktur, so dass keine Störungen entstehen können
- Kontrolle über die Antragsstellung in Abstimmung mit Ihnen - kein Leasingvertriebler dazwischen, deshalb bleibt „Antragsmarketing“ in zentraler Hand und die Kontrolle über die sensiblen Unternehmensdaten erhalten
- Zeitersparnis, da keine Einzelgespräche mit Leasinggesellschaften nötig sind

Kontakt

Financial Projects
Mendener Straße 3
D-45470 Mülheim an der Ruhr

Telefon: +49 208 309980–0
office@financialprojects.de
www.financialprojects.de

Financial Projects

Roland Icking FACadE

Text: Joop van Reeken und Verena Winter

Roland Icking wurde 1973 in Südlohn geboren, lebt und arbeitet aber in Wien. Für sein Fotoprojekt „FACadE“ kehrte er mehrmals zu seinem Geburtsort zurück, um Bauernhöfe im Deutsch-Niederländischen Grenzgebiet zwischen Achterhoek und Kreis Borken zusammen mit den dort lebenden Menschen und Tieren systematisch zu fotografieren.

Am Beginn dieses Projekts stand die Idee, eine reine fotografische Dokumentation der Bauernhof-Architektur zu machen. Was ihn vor allem faszinierte, waren die Gesichter, die er in dem für die Region typischen Baustil erkannte: Zwei Fenster als Augen, die Eingangstür als Mund, die Ladeluke als Nase. Doch bald lichtete Roland Icking auch Menschen vor den Gehöften ab. Seine Bilder erinnern an Kinderzeichnungen: Haus, Mutter, Vater, Kind, Hund, Auto, Bäume, Wolken etc.. Es sind Bilder, welche die Ausschnitte der Wirklichkeit zeigen, aber zugleich Abbildungen der Fantasie des Künstlers sind.

Joop van Reeken: Herr Icking, wo haben Sie Ihre künstlerische Ausbildung gemacht?

Roland Icking: Von 1999 bis 2004 war ich in Wien an der Akademie der bildenden Künste, in der Klasse für Gegenständliche Malerei. Etwas später habe ich eine Zeit lang Architektur studiert, aber nicht beendet. Trotzdem war das Studium wichtig und hat meine Arbeitsweise sehr verändert.

Joop van Reeken: Weshalb Wien?

Roland Icking: Nach Wien kam ich über einen Umweg – nämlich über Berlin. Ich hatte ursprünglich in Berlin für meinen Brotberuf die Ausbildung als Krankenpfleger gemacht und im Krankenhaus gearbeitet. Während dieser Zeit habe ich viel gezeichnet. Viel mehr als vorher und vor allem diszipliniert, wodurch ich immer besser wurde. Daneben habe ich zum ersten Mal und dann immer öfter die Berliner Museen besucht, was man fast als Erleuchtung bezeichnen könnte. Ich wurde fast zu einem süchtigen Museums- und Ausstellungsbesucher.

Joop van Reeken: Könnte man sagen, dass Berlin den künstlerischen Funken entzündet hat?

Roland Icking: Ganz sicher, obwohl ich zu Beginn die ganze Kunstszene überhaupt nicht kannte. Ich war ja ganz am Anfang, so sehr, dass die nächste Entscheidung war, ob ich überhaupt Kunst studieren soll oder nicht. Ich hatte mit keinem Galeristen oder mit Künstlerkollegen gesprochen. Bevor ich nach Berlin gekommen war, kannte ich wenig moderne Kunst.

Roland Icking
Künstler und Fotograf

ROLAND ICKING
ri@roland-icking.net
www.roland-icking.net

Das beschränkte sich auf Namen wie Beuys, Dali, Picasso, Van Gogh. Damit ist wohl jeder aufgewachsen, glaube ich.

Joop van Reeken: Zu Beginn standen also das Zeichnen und die gegenständliche Malerei im Mittelpunkt. Woher kam dann Ihr Interesse für Architektur?

Roland Icking: Erstens durch das Zeichnen, weil ich auch perspektivisch gezeichnet habe. Zweitens weil ich verstehen wollte, wie Architekturprojekte beziehungsweise Aufbau und Gestaltung von Bauwerken überhaupt entstehen. Obwohl ich das Studium nicht beendet, nie in einem Architekturbüro gearbeitet habe und wahrscheinlich nicht einmal eine Hundehütte bauen könnte, hat mir das Architekturstudium viel Wissen und Nutzen gebracht, vor allem für Bildideen.

Joop van Reeken: Ihr künstlerisches Portfolio enthält unter anderem sehr beeindruckende Fotoserien. Woher kam das Interesse für Fotografie?

Roland Icking: Zur Fotografie bin ich gekommen, als meine künstlerische Ausbildung längst beendet war, nämlich in 2004. Es begann schlichtweg mit ein paar Klassenfotos in der Akademie, die ich machen wollte, und für die ich einen Schwarz-Weiß-Film in meine damalige Kamera gelegt hatte. Das Resultat war anders als erwartet und besser als alles, was ich zuvor gemacht habe. Das war ein Zündungsmoment. Bis dahin fotografierte ich zum Beispiel meine eigenen Malereien oder machte „Touristenfotos". Ich hatte übrigens meine allererste Kamera, ein analoges Model, 1996 oder 1997 gekauft. Aber sicher ist, als ich in die Fotografie einstieg, wusste ich, dass ich zuerst einmal durch diese Phase der Fotografie muss beziehungsweise weg von der Malerei, um später hoffentlich wieder zur Malerei zurück kehren zu können.

Joop van Reeken: Sie haben anfangs noch analog fotografiert. Wie war dann der Umstieg auf die digitale Fotografie?

Roland Icking: Meine fotografische Phase fällt mit der Zeit der Umstellung von analog auf digital zusammen. Das war aber für mich kein Problem, denn ich fing damals bereits an, mich mit Computerprogrammen zu beschäftigen und hatte bereits im Rahmen meiner Ausbildung Photoshop kennen gelernt. Umgekehrt habe ich nie eine Dunkelkammer besessen und kenne die Laborarbeit überhaupt nicht. Genaugenommen fotografierte ich analog und digital parallel. Die schwarz-weiße Fotoserie an der Akademie ist rein analog entstanden. Dabei habe ich auch meinen Blick geschult.

Joop van Reeken: Sie haben zuvor gesagt, dass Sie bei dem Klassenprojekt einen Schwarz-Weiß-Film verwendeten und das Ergebnis ganz anders war als erwartet. Könnten Sie das etwas näher erläutern?

Roland Icking: Die Fotos waren zwar nicht perfekt, aber es waren ▸

Roland Icking: Heiden-Leblich (D)

Porträts dabei, die mehr Ausdrucksstärke besaßen. Aber vielleicht lag es einfach daran, dass ich mich getraut habe, einfach Menschen und nicht allein Gebäude zu fotografieren. Das war sicher eine psychologische Zündung. Ich habe auch erst später gemerkt, warum ich die analoge Fotografie so liebe: Aus psychologischen Gründen. Vor allem als ich mit Mittelformat arbeitete und mir sehr genau überlegen musste, welche Einstellung ich wähle, mache ich das Bild sofort oder warte ich lieber noch. Das war ein wichtiger Faktor.

Joop van Reeken: Trotzdem sind Sie auf die digitale Fotografie umgestiegen. Aus welchen Gründen?

Roland Icking: Um mehr Möglichkeiten zu erhalten und dabei weniger Kosten für Film und deren Entwicklung zu haben. Das mühsame Einscannen und Entfernen von Staub und Fusseln fielen weg. So gesehen hatte ich Glück, dass ich nicht allzu lange analog fotografiert habe. Dazu kommt: Ich habe auch Sehen gelernt, weil der Computer die Möglichkeit bot, das ganze Werk im Überblick zu zeigen. Dadurch lernte ich durch das Vergleichen innerhalb eines Projekts anders zu sehen. In meiner kleinen Wohnung habe ich leider nicht den Platz, alle Arbeiten auf Papier oder Leinwand auf einmal betrachten zu können. Das mag vielleicht eitel klingen, aber ich verbringe ganz viel Zeit damit, mir meine eigenen Sachen anzusehen. Dadurch entstehen neue Sichtweisen.

Joop van Reeken: Die digitale Fotografie beziehungsweise die digitalen Bearbeitungsprogramme bieten heutzutage unendlich viele Möglichkeiten, wie zum Beispiel das Zusammensetzen von Fotos. Das haben Sie auch deutlich gezeigt in Ihrem Fotoprojekt FACadE, mit dem Sie auf besondere Weise Menschen, Stimmungen, Situationen und Architektur eingefangen und in Zusammenhang gebracht haben.

Roland Icking: Mit diesem Projekt habe ich 2013 begonnen. Ich wollte es auch von Anfang an digital fotografieren und erwarb dafür eine Kamera mit einem Tilt-Shift-Objektiv. Zu Beginn widmete ich mich zwar allein der Architektur der Kuhställe, aber im Laufe des Projekts erkannte ich die Möglichkeiten, die ich nutzen sollte und wollte. Ein weiterer Schritt war, dass ich den digitalen Möglichkeiten Raum geben wollte.

Joop van Reeken: War hier das zurückliegende Architekturstudium ein Auslöser, um die Bauernhöfe auf diese Weise fest zu halten?

Roland Icking: Vorausschickend muss ich sagen, dass es sicherlich ein gewisses Wagnis war, in die Heimat zurück zu kehren und plötzlich mit der Landwirtschaft konfrontiert zu werden. Dazu kam, dass mir wieder klar wurde, dass die dortigen Kuhställe Gesichter haben. Schon als Kind sah ich diese Gesichter in den Fassaden der Höfe. Aber ich hatte sie auch in Autokühlern entdeckt. Bei den Fassaden ist das aber auch sehr konsequent und fast wie menschliche Gesichter aufgebaut: Augen, Nase, wurde ich mir der Menge dieser Gesichter bewusst. Früher hatte ich sie nur vereinzelt wahrgenommen. Dann wurden es immer mehr. Bis ich kapiert habe, dass dies

einfach die dort typische regionale Bauweise von Kuhställen war. Und in der Folge verstand ich erst, dass auf der niederländischen das auch der Fall ist. Daher habe ich mich zu Beginn nur auf die Fassaden beziehungsweise auf den Gebäudekorpus des Kuhstalls mit dem Wohngebäude konzentriert. Dann aber fand ich diese Art der Katalogisierung nicht mehr befriedigend. Ich wollte mehr in die Bilder hinein holen. Daher wartete ich oft, bis Tiere vorbeiliefen, die ich teilweise später in die Fotografie eingebaut habe. Das waren sozusagen die ersten digitalen Manipulationen, die ich durchführte. Später, in der zweiten Phase, habe ich konsequent die Menschen der Gehöfte gebeten, vor die Kamera zu treten. Aber es war im Kern immer noch ein Architekturfoto, weil die Kamera erst auf das Gebäude ausgerichtet wurde. Dann habe ich die Menschen gefragt vor dem Hof zu posieren und in die Kamera zu schauen.

In einem anderen Fall bat ich den niederländischen Besitzer eines bereits fotografierten Hofes, ob ich ihn nochmals zusammen mit seinem Wohnwagen fotografieren dürfte, so etwas typisch Niederländisches ist, das ich zuvor übersehen hatte. Er sagte, dass er wohl mitmachen möchte, aber keine Lust hat, extra zu posieren. Das führte dazu, dass ▸

Roland Icking: Ahaus-Sabstätte (D)

ich mehr Bewegung und Handlung ausprobiert habe. Und es hat funktioniert, weil ich auf Filter verzichtete und sich bewegende Menschen und Tiere mit 3200 statt mit 800 ISO konsequent fotografierte. Und damit konnte ich eigentlich alles einfangen. Zwar gibt es bei dieser Auflösung beim Druck eine kleine Einschränkung, aber das ist nicht weiter nennenswert.

Joop van Reeken: Wir haben 18 Fotografien Ihres Projekts FACadE im GrenzBlickAtelier ausgestellt und dabei erleben können, dass die Besucher zuerst auf die Menschen und Tiere reagieren.

Roland Icking: Das stimmt. Danke für das Stichwort. Es ging ja zu Beginn um das Gesicht in der Fassade. Dadurch aber, dass die Personen nach vorne kamen, schaut nun der Betrachter unwillkürlich zuerst die Menschen an. Das war, glaube ich, auch der Gewinn dabei, denn dadurch erhält nun das Fassaden-Gesicht mehr Entdeckungseffekt. Inzwischen versuche ich noch viel mehr den Hof zu verstehen, weil so die Anordnung der Gebäude auch mehr Tiefe bekommen. Außerdem wird dieses Projekt für meine zukünftigen Zeichnungen sehr hilfreich sein für und ebenso für meine Malerei, weil ich durch die Fotografie dazugelernt haben werde. Ich kann wahrscheinlich diese Bilder nicht mehr toppen: Ich habe Landschaft, Architektur, Menschen, Tiere – und mit etwas Glück eine kleine, schlüssige Story. Ich denke, dass ich damit die Fotografie abschließen kann. Ein Projekt von so einem Aus-

maß werde ich wahrscheinlich nicht mehr machen. Immerhin bin ich seit 2013 mit diesem Projekt beschäftigt.

Joop van Reeken: Wie viele Bauernhäuser haben Sie fotografiert?

Roland Icking: Zirka 200 Gehöfte. In den ersten zwei Jahren fotografierte ich allein auf der deutschen Seite der Grenze, also im Kreis Borken. Schon dessen flächenmäßige Größe war mir früher nicht so bewusst. 2014 bin ich über die Grenze bei Oeding gefahren und nicht weiter nach Amsterdam, sondern gleich in die Bauernschaft hinter der Grenze. Und da ist mir vor Schönheit die Kinnlade heruntergefallen: Ich war total begeistert über die vielen Giebelgesichter. Mir war sofort klar, dass ich auf der niederländischen Seite das Projekt fortsetzen werde.

Roland Icking: Aalten-Dale (NL)

Joop van Reeken: Ich finde es immer bewundernswert, wenn Menschen, die keine reine fotografische Ausbildung gemacht haben, sich so schnell auf einem hohen Niveau mit Fotografie beschäftigen können.

Roland Icking: Mein Studium und meine künstlerischen Aktivitäten fielen in einen Zeitraum, als die Fotografie endgültig der Malerei überlegen war. Fotografie galt ja schon als bildende Kunst. In der Malerei habe ich immer weniger wirklich interessante Positionen wahrgenommen. Und mein Interesse für Bilder entdeckte Neues mehr in der Fotografie. Dazu kommen die digitalen Möglichkeiten. Außerdem widmeten sich immer mehr Künstler dem Medium. Ebenso wurde viel altes Material wiederentdeckt und zahlreiche Fotografen von damals erhielten endlich die Reputation als Künstler akzeptiert zu werden. Und dazu kam das ganze nun wieder zugängliche Material des Fotojournalismus – es war eine Lawine von großartigen Bildern, die auf mich einwirkten.

Joop van Reeken: Wer oder was hat Sie in der Fotografie beeindruckt?

Roland Icking: Zum Beispiel Andreas Gursky, dessen Fotografie modernen Historiengemälden gleicht und der, als einer der ersten, konsequent von der manipulativen digitalen Arbeitsweise stark Gebrauch macht. Auch hat mich immer schon die Straßenfotografie interessiert, wie zum Beispiel von William Klein, den ich sehr verehre. Fotojournalismus ist beeindruckend. Bernd und Hilla Becher haben die Herangehensweise an das Projekt sehr beeinflusst.

Rückblickend scheint mir der Triumph der Becher-Schüler vor allem eine Frage des Formates zu sein. Fotografien im Riesenformat waren neu und sicher spielte Gruppenzwang auch eine Rolle, aber sie waren auch gerechtfertigt durch das Sichtbarmachen winziger, verdichteter Details während parallel dazu die angesagten Maler wie selbstverständlich und ausschließich Riesenformate verwendeten, aber nicht mehr die Inhalte hatten, die dies rechtfertigten.

Bildkomposition und Verdichtung von Details ist inzwischen das was mich in Bezug auf das Projekt antreibt. Im Format dann etwas kleiner. Damit die Betrachterin oder der Betrachter immer mal wieder gern näher herangeht und vielleicht was neues endeckt. ◂

Handelspolitische Schutzinstrumente

Bedeutung und Komplexität nehmen zu

Text: Dr. Kai Henning Felderhoff

Gerade für Importeure von Stahlerzeugnissen spielen handelspolitische Schutzinstrumente, dabei vor allem Antidumpingzölle, eine immer wichtigere Rolle. Zudem wurden die Antidumping- und Antisubventionsgrundverordnungen im Dezember 2017 und Juni 2018 in mehreren Punkten geändert.

Das Recht der handelspolitischen Schutzinstrumente kennt Antidumping- und Antisubventionszölle sowie Schutzmaßnahmen. Vor allem Antidumpingzölle werden von Seiten der EU regelmäßig genutzt. Gem. Art. 1 Abs. 2 der Antidumping-Grundverordnung (Verordnung (EU) 2016/1036, ABl. EU 2016 Nr. L 176/21) gilt eine Ware als gedumpt, wenn ihr Preis bei der Ausfuhr in die Union niedriger ist als der vergleichbare Preis einer zum Verbrauch im Ausfuhrland bestimmten gleichartigen Ware im normalen Handelsverkehr.

Deutliche Zunahme von Antidumpingzöllen auf Stahlerzeugnisse

Wie die Generaldirektion Handel in einer Pressemitteilung aus Februar 2018 ausführte, waren zu diesem Zeitpunkt 53 handelspolitische Schutzmaßnahmen gegen Stahl- und Eisenprodukte in Kraft, wovon sich 27 Maßnahmen gegen China richteten. Im Anschluss an die von US-Präsident Donald Trump eingeführten US-Zölle auf Einfuhren von Stahl- und Aluminiumerzeugnissen gab die EU ihrerseits am 26.03.2018 zudem eine Schutzmaßnahmenuntersuchung auf die Einfuhren von 26 verschiedenen Typen von Stahlerzeugnissen jedweden Ursprungs bekannt (ABl. EU 2018 Nr. C 111/29). Darüber hinaus leitete die EU mit der Durchführungsverordnung (EU) 2018/640 (ABl. EU 2018 Nr. L 106/7) ab dem 27.04.2018 eine vorherige Überwachung von Aluminiumerzeugnissen ein.

In Anbetracht der Vielfalt möglicher Stahlprodukte macht es regelmäßig Sinn, zu prüfen, ob die konkrete Einfuhrware tatsächlich von der betreffenden Antidumpingmaßnahme erfasst wird. Der EuGH hat hierzu bereits entschieden, dass insoweit zu prüfen sei, ob die konkrete Einfuhrware und die von der jeweiligen Maßnahme erfasste Ware die gleichen technischen und physischen Merkmale, die gleichen grundlegenden Endverwendungen und das gleiche Verhältnis zwischen Qualität und Preis aufweisen. Dabei sind auch die Austauschbarkeit und der Wettbewerb zwischen diesen Waren zu beurteilen.

Änderungen der Antidumping- und Antisubventionsgrundverordnungen

Das Verhältnis zu China führte auch zur Anpassung der Antidumping- und Antisubventionsgrundverordnungen durch die Verordnung (EU) 2017/2321 (ABl. EU 2017 Nr. L 338/1). Da China international als Marktwirtschaft anerkannt werden will, hat die EU eine neue Methodik zur Bestimmung von Dumping eingeführt, die nicht länger auf den Marktwirtschaftsstatus abstellt. Die neue Methodik soll in Fällen „nennenswerter Marktverzerrungen“

AWB §

angewendet werden, wobei es sich um Verzerrungen handeln soll, die eintreten, wenn sich die gemeldeten Preise oder Kosten nicht aus dem freien Spiel der Marktkräfte ergeben, weil sie von erheblichen staatlichen Eingriffen beeinflusst sind. Kommt es zur Feststellung solcher nennenswerter Marktverzerrungen im betreffenden Drittland, werden für die Feststellung von Dumping Preise aus einem „geeigneten repräsentativen" Drittland herangezogen. Die Europäische Kommission kann darüber hinaus Berichte über die Volkswirtschaften bestimmter Länder oder die Situation in bestimmten Sektoren erstellen. Der erste solche Bericht wurde am 20.12.2017 veröffentlicht und behandelt China. Die Neuregelung findet auf Untersuchungen Anwendung, die ab dem 20.12.2017 eingeleitet werden.

Die neue Methodik ist durchaus umstritten, wobei insbesondere der weit gefasste Vergleichsmaßstab der Europäischen Kommission in der Kritik steht. Kritisiert wird zudem, dass der neue Ansatz praktisch nur eine Fortsetzung der bisherigen Vorgehensweise im Zusammenhang mit dem Marktwirtschaftsstatus darstelle. Insofern bleibt mit Spannung abzuwarten, wann die Neuregelung vor den Finanzgerichten auf den Prüfstand gestellt werden wird.

Darüber hinaus wurden die Antidumping- und Antisubventionsgrundverordnungen nach Maßgabe der Verordnung (EU) 2018/825 (ABl. EU 2018 Nr. L 143/1) im Hinblick auf die in ihr enthaltenen Verfahrensregeln überarbeitet (z.B. Verkürzung von Untersuchungszeiträumen, Vorwarnung von Einführern drei Wochen vor der Einführung vorläufiger Maßnahmen). Die Neuregelung findet auf Untersuchungen Anwendung, die ab dem 08.06.2018 eingeleitet werden. ◂

Dr. Kai Henning Felderhoff
Rechtsanwalt

AWB Rechtsanwalts-gesellschaft 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

thenex®
WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900

GENERIEREN SIE MIT UNS IHR AUSLANDSGESCHÄFT ▸

Maßgeschneiderte Lösungen ▸ individuell, wie Ihr Unternehmen
Nutzen Sie unsere Kontakte und Strukturen ▸ ohne Investitionsrisiko
Vertrauen Sie unserer Finanz-Expertise ▸ optimale Kostenkontrolle
Nutzen Sie unsere Länderkenntnis und Exporterfahrung ▸ rundum Sicherheit
Profitieren Sie von unserem Know-how ▸ starker Service vor Ort

GO EXPORT!

thenex GmbH - Am Annenhof 6 - 46397 BOCHOLT - Germany - Phone: +49 2871 2713 0 - sales@thenex.com - www.thenex.com

Hafen Hamburg und NRW wollen mehr Güter per Bahn und Binnenschiff transportieren

Text: Ingo Egloff

Der Hamburger Hafen übernimmt für den seeseitigen Außenhandel Nordrhein-Westfalens eine wichtige Drehscheibenfunktion. Allein der Containertransport erreicht pro Jahr eine Menge von rund 500.000 TEU (20-Fuß-Standardcontainer). Das macht Nordrhein-Westfalen (NRW) zur zweitwichtigsten Region im Container-Hinterlandverkehr von Deutschlands größtem Seehafen.

Hafen Hamburg (Foto: HHM)

Die Warenströme zwischen NRW und Hamburg nehmen zum großen Teil noch den Weg über die Straße mit dem Lkw und werden über die Autobahnen A 1 und A 2/ A 7 abgewickelt. Bei den Containertransporten liegt der Anteil des Lkw bei 81 Prozent. Auf der Schiene werden rund 17 Prozent und per Binnenschiff zwei Prozent der Container zwischen NRW und Hamburg transportiert.

Angesichts der bisherigen Belastung auf der Straße gilt es den weiter zunehmenden Gütertransport so zu organisierten, dass zusätzliche Staus vermieden werden und die vorhandene Infrastruktur nicht weiter belastet wird. Hier setzt das Kooperationsprojekt „Hamburg-NRWplus“ an, indem es Wege sucht, um mehr Transporte auf die Schiene und das Binnenschiff zu bringen.

Port of Hamburg
MARKETING

Die Projektpartner sind Hafen Hamburg Marketing e.V. und PLANCO Consulting GmbH, die sich im Auftrag der Hamburger Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation und des Ministeriums für Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, gemeinsam mit Partnern aus der Wirtschaft für dieses Ziel engagieren.

Einige Schwachstellen, die derzeit eine Transportverlagerung vom Lkw auf die Bahn oder das Binnenschiff noch erschweren, wurden bereits identifiziert und gemeinsam in Workshops mit Vertretern der Wirtschaft diskutiert. Erste Lösungsansätze in den Bereichen Zollabwicklung, Engpässe beim Transportangebot, Buchungsflexibilität und Leercontainermanagement brachten für alle Beteiligten neue Erkenntnisse.

Auch die Transportabwicklung besonders schwerer oder sperriger Güter spielt bei der stärkeren Einbeziehung von Schiene und Wasserstraße eine bedeutende Rolle. Der Transport besonders schwerer Güter ist auf der Straße schwieriger geworden und die langwierigen Genehmigungsverfahren stellen eine weitere Hürde dar. Die Umsetzung von notwendigen Maßnahmen soll nach dem Projektende weiter vorangetrieben werden. Die Kooperationspartner erwarten, dass sich durch „Hamburg-NRWplus“ der Anfall der Schiene und der Wasserstraße zwischen NRW und Hamburg mittelfristig deutlich erhöhen lässt. ◂

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

Optimale Exportfinanzierung aus Sicht der Exporteure

Text: Gabriele Romeike-Fänger

Vertriebs- und Finanzentscheider von Exporteuren sehen sich oft der Frage ausgesetzt, ob sie den Absatz mit eigenen Bilanz- und Liquiditätsressourcen unterstützen sollen. Dies macht nur in den seltensten Fällen Sinn – auch weil der digitale Markt gute Lösungen für das Problem liefert.

Gabriele Romeike-Fänger (Foto: Joop van Reeken)

Die neuen Regeln für optimale Absatzfinanzierung sind daher:
Zahlungsziele nur dann gewähren, wenn die Forderungen in einfachen, kostengünstigen Verfahren verkauft werden können. Der Abnehmer von Maschinen wird vor Ort dabei unterstützt, seine Finanzierung pünktlich eigenständig zur Verfügung zu haben.

Lösung 1:
Für die Finanzierung von Waren gilt inzwischen die einfache Faustregel: Rechnungen nach deutschem Recht plus Warenkreditversicherungslimit auf den Abnehmer in einem OECD-Land plus Laufzeiten von maximal 90 Tagen = factorable Standardforderungen = sofortige Bilanzentlastung aus dem Verkauf des offenen Posten-Bestandes (Factoring) = Ratingstärkung des Exporteurs bei gleichzeitiger Unternehmenswertsteigerung. Im Zuge der Digitalisierung der Finanzierungswelt haben sich für das Produkt Factoring Standards entwickelt, die einfach anzuwenden sind. Die verschiedenen Anbieter unterscheiden sich im Wesentlichen aufgrund ihrer jeweiligen IT-Ausstattung und damit korrelierend nach dem Auszahlungsvolumen im Verhältnis zum angekauften Forderungsbestand. Die Bonität des Forderungsverkäufers tritt im Vergleich zur bankenüblichen Beurteilung in den Hintergrund. Die Preise für das Produkt liegen heute deutlich unterhalb der Konditionen für Bankkredite. Eine professionelle Ausschreibung ist Voraussetzung für eine passgenaue, preisgerechte Lösung.

Lösung 2:
Für Exporteure, die Maschinen und Anlagen verkaufen, muss dem Abnehmer die Finanzierung vor Ort in seinem Land an die Hand gegeben werden. Vorteil: Die Klasse des Produktes steht im Vordergrund und erst zum Zweiten die Bonität des Abnehmers. Beide Bewertungen (Abnehmerbonität und Objektbeurteilung) finden im Land des Abnehmers statt, was oft äußerst hilfreich ist, weil die Risikoportfoliosteuerungen der Institute im Abnehmerland oft kleinteilig organisiert sind und Klumpenrisiken - anders als in Deutschland - seltener festgestellt werden müssen. Für Maschinen und Anlagen sind Spezialinstitute in Europa, BRIC und USA in hoher Zahl vorhanden und heißen in aller Regel Leasinggesellschaft. Sie

Gabriele Romeike-Fänger
Inhaberin

Financial Projects
Mendener Strasse 3
45470 Mülheim a. d. Ruhr

T +49 208 30 99 80 0
office@financialprojects.de

Financial Projects

sind die geborenen Finanziers von Equipment, weil sie es gewohnt sind, ins Eigentum zu übernehmen und daher gezwungen sind, IT-technisch jedes Produkt erfassen zu können. Im Vergleich zu Banken dürfen sie daher Vorrechte in Bezug auf die Auszahlungsbeträge genießen. Sie treten in die Bestellung ein und verpflichten sich durch den Bestelleintritt zur Zahlung gemäß dem Angebot des Exporteurs.

Für beide Lösungen folgt die Beratung immer mit dem Ziel, möglichst keine eigene Liquidität und/oder anderweitige Bilanzbelastungen aus der Absatzfinanzierung akzeptieren zu müssen. Alle Lösungen gelten selbstverständlich auch für das Abnehmerland Deutschland.

Seit der Finanzkrise haben sich einige Institute auf die Heimatmärkte zurückgezogen oder zumindest den Auftritt in der Welt eingeschränkt. Automatisch sah man sich als Exporteur einem Flickenteppich gegenüber, der die Anzahl der Kooperationen mit Finanzierungsinstituten anwachsen ließ. Es bedarf somit eines Mittlers, der die Kontakte in die Abnehmerländer zu den Finanzierungsinstituten pflegt und vor Ort passgenau für die Abnehmer die Finanzierungspartner auswählt und in ihren Eigenheiten kennt.

Viele Gründe sprechen dagegen, sich als Exporteur direkt an Leasinggesellschaften zu binden. Z. B. gehören die Bonitätsunterlagen und auch die Verhandlungen über die Finanzierung vor Ort nicht auf den Tisch des Exporteurs. Zu leicht würde er für Rückhaftungsverpflichtungen greifbar sein. Auch ist es nicht im Interesse des Herstellers, den regionalen Vertrieb der Leasinggesellschaften an den Tisch des Abnehmers einzuladen. Die digitale Welt macht es überflüssig, die knappe Zeit beim Kunden vor Ort mit anderen Vertriebsinteressen zu teilen. Auch wird Vertrauen nicht durch Kontrolle gefasst, sondern durch Service und Unterstützung für eine gute Lösung, die im Auftrag des Exporteurs durch einen unabhängigen Dritten als Makler und Berater zur Verfügung gestellt wird. Selbstverständlich ist dieser den Interessen seines Auftraggebers verpflichtet. Diese sind: dauerhafte, enge Bindung zwischen Lieferant und Abnehmer und die Vermeidung jedweder Bilanzbelastung aus der Exportfinanzierung. ◂

© Fotolia

Starke Unternehmen – starke Region

Text: Marie Ting

Mein Job, mein Haus, mein Garten: Top-Unternehmen im Grünen haben für Jobsuchende oftmals viel zu bieten. Gerade mittelständische Unternehmen in ländlichen Regionen bieten interessante Perspektiven für jene, die Lust aufs Land haben – und gleichzeitig eine berufliche Heimat finden möchten. Doch während größere Städte und bekannte Unternehmensmarken große Anziehungskraft ausüben, muss sich der Mittelstand bewusst in Position rücken, um wahrgenommen zu werden. Für Arbeitgeber kann es sich deswegen lohnen, miteinander zu koalieren und eine regionale Marke mit Zugkraft zu etablieren. Südwestfalen macht es vor.

Südwestfalen umfasst die fünf Kreise Hochsauerlandkreis, Märkischer Kreis, Olpe, Soest und Siegen-Wittgenstein. Zusammen ist dies ein Fünftel der Fläche Nordrhein-Westfalens. In den 59 Städten und Gemeinden Südwestfalens leben fast 1,4 Millionen Menschen. Die Region ist grün: Als größte Naturparkregion in Deutschland ist der Waldreichtum in Sauerland und Siegen-Wittgenstein ein Alleinstellungsmerkmal und die Region mit ihren Freizeit-Möglichkeiten beliebter Anziehungspunkt für Touristen aus dem In- und Ausland. Gleichzeitig ist Südwestfalen die drittstärkste Industrieregion Deutschlands – gemessen am Anteil der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Produzierenden Gewerbe. In NRW nimmt Südwestfalen damit die Pole-Position ein.

Trotz ihrer Wirtschaftskraft steht die Region vor besonderen Herausforderungen: Demografischer Wandel und Fachkräftemangel, zwei Begriffe, die andernorts vielleicht noch abstrakt klingen, sind bei den Geschäftsführern und Personalmanagern in Südwestfalen sehr präsent. Deshalb ziehen alle wichtigen Akteure und Initiativen in Südwestfalen gemeinsam an einem Strang und arbeiten im Rahmen des Regionalmarketings zusammen.

Unser starker Standort
Südwestfalen
ALLES ECHT!

Forstarbeiten in der größten Naturparkregion Deutschlands – hier im Waldland Hohenroth bei Siegen (© Siegen-Wittgenstein / Klaus-Peter Kappest)

Die zentrale Idee: Um ihre Wirtschaftsstärke zu erhalten, braucht die Region ein adäquates Image: keinen falschen Werbeschleier, sondern klare Aussagen, die das echte Bild der Region vermitteln und positive Umzugsentscheidungen in die Region befördern.

Als Regionalmarke wirbt Südwestfalen nun mit einer starken Wirtschaft, niedrigen Kriminalitäts- und Arbeitslosenzahlen, attraktiven Wohn-, Bau- und Gründungsmöglichkeiten sowie sechs Hochschulen und einem ausgeprägten Vereinswesen. Viele innovative Projekte der Region setzen unter anderem neue Impulse für modernes Landleben, energiekluges Wohnen oder die erhöhte Lebensqualität von Städten.

Im Regionalmarketing wird dieses gemeinsame, kreis- oder ortsübergreifende Denken auch von den Unternehmen aufgenommen: Südwestfalen dient als starke Arbeitsgemeinschaft dazu, dass sich Unternehmen innerhalb der Region gemeinsam als interessante Arbeitgeber organisieren, profilieren und in den Fokus von Jobsuchenden rücken können. Der einfache Grundgedanke: Gemeinsam profitiert jeder Einzelne.

„Der südwestfälische Regionalmarketing-Prozess ist bislang eine Erfolgsgeschichte, weil so viele Unternehmen, Vereine, Verbände, Organisationen und natürlich die Politik zusammenarbeiten“, erklärt Hubertus Winterberg, Geschäftsführer der Südwestfalen Agentur GmbH, die das Regionalmarketing im Auftrag von Politik und Wirtschaft der Region umsetzt.

Der Verein „Wirtschaft für Südwestfalen“ ist hierzu neben den ▸

Ein Beispiel für die starke Wirtschaftskraft der Region - getragen von zahlreichen mittelständischen Unternehmen (© Michael Bahr / Südwestfalen Agentur GmbH)

fünf Kreisen der sechste Gesellschafter der Südwestfalen Agentur GmbH. 2011 haben sich Unternehmen, Kammern und Arbeitgeberverbände im Verein zusammengeschlossen, um das gemeinsame Regionalmarketing in die Wege zu leiten. Die finanziellen Ausgaben des Regionalmarketings teilen sich somit Wirtschaft und Kommunen. „Knapp 300 Mitglieder-Unternehmen hat der Verein bislang. „Weitere kommen ständig hinzu. Das zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, erläutert auch der Geschäftsführer des Vereins, Thomas Frye.

Einer von mittlerweile 16 rollenden „Südwestfalen-Botschafter“, der die Stärken der Region beispielhaft zeigt (© Südwestfalen Agentur GmbH)

Mit „Südwestfalen - Alles echt!“ ist die Programmatik der Regionalmarketingkampagne genannt:
Während das Standortportal www.suedwestfalen.com als zentrale Anlauf- und multimediale Informationsstelle dient, werden unterschiedliche Werbe-Maßnahmen umgesetzt, die auf die „echten“ Stärken der Region hinweisen. „Als Unternehmen profitieren wir davon, dass uns im Regionalmarketing verschiedene Bausteine angeboten werden, die wir nun nutzen können“, sagt Mandy Wörder, Personalreferentin der EMG Automation, einem südwestfälischen Technologie-und Marktführerunternehmen im Bereich der Fertigungsautomatisierung, das sich im Verein „Wirtschaft für Südwestfalen“ engagiert.

Die konsequente Weiterentwicklung der regionalen Markenbildung ist das Fundament des Regionalmarketings. So steht beispielsweise auch die Konzentration auf das ausgefeilte Mehrwerte-Konzept für die Partner in der Region im Fokus: Es beantwortet in überzeugender Weise, was einem Unternehmer der Beitritt in den Verein" Wirtschaft für Südwestfalen" konkret bringt; wie eine Kommune sich aktiv in den Prozess einbringen kann und wie weitere Institutionen unkompliziert als Botschafter der Marke Südwestfalen fungieren können. ◂

Weitere Informationen dazu finden sich unter: www.jetzt-zusammenstehen.de

Marie Ting
Leitung Regionalmarketing

Südwestfalen Agentur GmbH
Martinstraße 15
57462 Olpe

T +49 2761 83 511 23
m.ting@suedwestfalen.com
www.suedwestfalen-agentur.com

HARNISCHMACHER LÖER WENSING
Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB

WIR BEGLEITEN SIE SICHER BIS INS ZIEL!

Wir sind eine vom *JUVE-Handbuch* und von *Kanzleien in Deutschland* 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 JUVE

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

NETVRIDA und AHV

Eine ideale Partnerschaft für USA-Geschäftsaktivitäten

Text: Rainer Heumann

Northeast Tennessee Valley Regional Industrial Development Association (NETVRIDA) und der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW) bieten die ideale, länderübergreifende Zusammenarbeit für Handel und Investitionen.

Für die Region Northeast Tennessee wirkt Rainer Heumann, European Representative, als Türöffner. Er vertritt die Region in Europa und betreut von seinem Büro aus in Neuss, vor allem Firmen in Deutschland und besonders in Nordrhein-Westfalen.

Die Partnerschaft mit dem Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen hat für uns einen hohen Stellenwert, denn der AHV unterstützt uns bei der Anbindung von Geschäftskontakten und das Zustandekommen von Besuchen bei Firmen in Nordrhein-Westfalen, die sich für unsere Region interessieren.

Durch diese bilaterale, transatlantische Zusammenarbeit wird „Creating Prosperity through Partnership“ (Erschaffen von Wohlstand durch Partnerschaft) praxisnah gelebt und belebt.

Northeast Tennnessee, die neue Investitionsregion im Südosten der USA

Deutsche Firmen erhöhen US-Investitionen, obwohl die US Regierung Verhandlungen über multilaterale Handelsabkommen aufkündigte. Trotz neuer Zöllen, bei ausgewählten Produkten sogar Strafabgaben einführte, wird weiter fleißig gehandelt und investiert. Die neue Steuerreform wirkt auch bei deutschen Firmen, denn sie investieren mehr, trotz der aufziehenden Wolken eines Handelskrieges.

Mehr als jedes zweite deutsche Unternehmen (52 %), das in den USA aktiv ist, will dort sein Investitionsvolumen aufstocken, wie aus dem „World Business Outlook" der AHK hervorgeht. Mehr als 53 % der deutschen Firmen wollen mehr Mitarbeiter einstellen.

Die Beliebtheit der USA für deutsche Unternehmen als Wirtschaftspartner ist unvermindert hoch. Die deutsche Wirtschaft baute auch 2017 ihre starke Position in den USA aus. Daher boomen die deutschen Exporte und auch die Investitionen in den Vereinigten Staaten weiterhin auf hohem Niveau.

Auch sind und bleiben die USA das zweitwichtigste Exportziel Deutschlands. Waren und Dienstleistungen im Wert von US $ 107 Milliarden gingen von Januar bis November 2017 über den Atlantik. Deutsche Importe aus den USA haben im gleichen Zeitraum US $ 48,6 Milliarden oder um 8 % noch stärker zugelegt.

Die Lebensqualität im „Schwarzwald der USA" außerordentlich hoch (© IStock)

Im Gesamtergebnis schrumpfte das US-Handelsdefizit mit Deutschland um 1,7 % auf US $ 58,4 Milliarden, ein Trend der schon im Vorjahr zu beobachten war.

Auch bei den Investitionen bleibt Deutschland zweitwichtigster Investor in den USA. Von den bisher bestätigten ausländischen 1.539 Investitionsprojekten, von Januar bis November 2017 stammten 215 aus Deutschland. Beteiligt waren 162 deutsche Firmen, davon im

- Software & IT Bereich 27,
- Maschinen- und Anlagenbau 26,
- Kfz-Teile 18,
- Transport/Logistik 12,
- Kunststoffe und Chemikalien mit jeweils 9 Firmen
- u.a.m.

Rund 28,1 Mrd. Euro wurden von Firmen aus Deutschland im Jahr 2015 in den USA investiert.

Warum gerade in Northeast Tennessee investieren?

Northeast Tennessee ist das neue Ziel für den deutschen Mittelstand, um in den Vereinigten Staaten von Amerika einen Geschäftsauf- und ausbau zu tätigen. Außerordentlich günstige Entwicklungsfaktoren sind für den neuen „Hotspot" Northeast Tennessee, im Süden der USA gelegen, von beachtlicher Bedeutung. Sehr gute Rahmenbedingungen und großzügige Fördermittel machen diese Region mit einer Bevölkerung von + 800.000 für Investoren besonders attraktiv. Hier finden Sie den optimalen

- flexiblen Arbeitsmarkt,
- eine schlanke Behördenstruktur sowie eine
- wirtschaftsfreundliche Wirtschaftsförderung.

Die Lebenshaltungskosten sind niedrig, aber die Lebensqualität im „Schwarzwald der USA" außerordentlich hoch.

Dank der niedrigen Steuerbelastung, geografischen Lage und daraus resultierenden vertriebstechnischen Vorteile sind auch die „alten" Industriezentren im Norden, Mittleren Westen usw. innerhalb von zehn Stunden erreichbar.

Vor allem für Firmen aus der Automobilbranche (Hersteller und Zulieferer) ist die Region außerordentlich attraktiv, haben sich doch Firmen wie VW in Tennessee, Mercedes in Alabama und BMW in South Carolina, sowie zahlreiche Zulieferer in dieser unmittelbaren Nachbarschaft angesiedelt. Ferner sind Mahle in unserer Region und Wacker Chemie in Chattanooga/TN ansässig geworden.

Geografie und Logistik sind allerdings nicht die einzigen Entscheidungskriterien bei der Standortsuche in Northeast Tennessee. Weitere Faktoren sind günstige Energiepreise, schnellere Handhabung bei Genehmigungsbescheiden, Lohnkosten oder Gewerbesteuern. Zwischen dem Rust Belt im Norden und dem Süden ▸

Die TVA versorgt den größten Teil Tennessees, Teile von Alabama, Georgia, Kentucky, Mississippi, North Carolina und Virginia, insgesamt ca. 200.000 qkm und über 9 Millionen Einwohnern mit Energie (© IStock)

besteht ein Lohngefälle von bis zu 45 %. Ein Grund dafür ist die unterschiedliche Stärke der Gewerkschaften, die gerade im verarbeitenden Gewerbe ins Gewicht fällt. Haben sie im Norden ein gewichtiges Wörtchen mitzureden, haben sie bei VW, Mercedes oder BMW wenig zu melden. Hier herrscht das „right to work“ - Recht auf Arbeit. Alle Südstaaten verbieten die Zwangsmitgliedschaft in einer Gewerkschaft.

Kleine und mittelständische Firmen aus NRW haben sich in den letzten Jahren in Nordost Tennessee niedergelassen, u.a. Huf North America, Velbert, Goessling GmbH, Schermbeck, FWG Federn, Grevenbroich, A. Hebmüller GmbH, Meerbusch/Kaarst, Wetekam GmbH, Melsungen/Hessen.

In Jonesborough, der ältesten Stadt Tennessee`s, gegründet 1779, trifft man sich im Sommer jeden Freitag abend vor dem Gerichtsgebäude, um sich „Music on the Square“, einem Live Music event und auch andere Vorstellungen anzuhören und anzusehen. Das Publikum bringt dazu eigene Campingstühle und andere Sitzgelegenheiten mit (© IStock)

Alan Bridwell
Executive 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.eu

Unsere Kooperations-Partnern in Northeast Tennessee sind die Tennessee Valley Authority (TVA) und die East Tennessee State University (ETSU).

Tennesssee Valley Authority (TVA)

Die TVA versorgt den größten Teil Tennessees, Teile von Alabama, Georgia, Kentucky, Mississippi, North Carolina und Virginia, insgesamt ca. 200.000 qkm und über 9 Millionen Einwohnern mit Energie.

- TVA Stromkosten sind durchschnittlich 30 % niedriger, als die Kosten an anderen konkurrierenden US-Standorten. Die Zuverlässigkeitsrate beträgt 99,9 %.
- Auch steht Ihnen TVA mit eigenen Wirtschaftsförderungsangeboten, Standortsuche, Darlehen mit niedrigen Zinsen für Gebäudeerweiterungen und Anlagenverbesserungen, um nur einige Förderungsmaßnahmen zu nennen, zur Verfügung.

East Tennessee State University (ETSU)

Diese enge Zusammenarbeit wird unterstützt durch das Innovation Lab und Soft Landings Program, einem Full – Service Incubator für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU`s). ETSU und NETVRIDA arbeiten gemeinsam bei der Rekrutierung internationaler

ETSU Innovation Lab (Foto: Netvrida)

Firmen. Gerade die Markteintrittsphase ist von großer Bedeutung für den Erfolg der interessierten Firmen:.

Das Soft Landing Program beinhaltet :

- Übersetzungen
- Sprachtraining, kulturelles Training
- Unterstützung bei der Marktforschung und dem Markteintritt
- Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten
- Unterstützung bei Im- und Export von Waren
- Unterstützung bei Patent- und Lizenzerlangung
- Unterstützung bei Immigration und Visa Angelegenheiten

Zusätzlich stehen Ihnen andere Institutionen wie Technische Universitäten, Technology Training Center, sowie die Nähe zum Tennessee Technology Korridor Ihnen bei der Rekrutierung, Aus- und Weiterbildung von Arbeitnehmern zur Verfügung. Auch verfügt NETVRIDA über ein ausgezeichnetes Business Network und somit in der Lage, Ihnen und Ihrem Unternehmen individuelle Lösungen, während der Zeit Ihres geschäftlichen Auf- und Ausbaus und auch danach in Northeast Tennessee anzubieten.

Wir von NETVRIDA informieren Sie gerne in einem persönlichen Gespräch über:

- Auf- und Ausbau einer Niederlassung bzw. Neugründung
- Start-up im Innovation Lab von ETSU
- Investitionsförderung
- Standortfragen –Land vs. Stadt
- Zugang zu den Märkten in Nordamerika zu Land, Wasser und Luft
- Unterstützung bzw. Sicherung der Nachhaltigkeit Ihres Projekts
- Aus- und Weiterbildung für Arbeitnehmer
- Kultur, Sport- und Freizeitgestaltung ◂

Rainer Heumann
European Representative

NETVRIDA
Northeast Tennessee Valley
Regional Industrial
Development Association
Nibelungenstr. 84
41462 Neuss

T +49 2131 1518990
r.heumann@netvrida.eu
www.netvrida.eu

Italien aus Sicht des deutschen Exporteurs

mehr als Pizza, Pasta und Dolce Vita

Text: Karl-Heinz Lauser

Italien hatte am 4. März die Wahl. Und die Italiener haben ihren Missmut über die bisherige politische Führung zum Ausdruck gebracht. Wie der neue „politische Schuh“ im Stiefel aussehen wird, steht mittlerweile fest. Es werden in Zukunft dort wohl eher derbere Springerstiefel als stylische Slipper angesagt sein. Für die Geschäftsbeziehungen deutscher Exporteure mit Italien dürfte sich aber durch die neue Regierung kaum etwas ändern.

© Fotolia

„Verändern ohne wirkliche Veränderungen“ ist nämlich ein „Leitmotiv“, das in Italien Tradition hat und als Wort zum Sprachschatz gehört. Das hat auch positive Seiten, gerade für die Wirtschaft. Denn es führt zu einer gewissen Verlässlichkeit und damit einer gewissen Unabhängigkeit von politischen Veränderungen.

Aus der Sicht des deutschen Exporteurs, muss man sich lediglich darüber im Klaren sein, dass insbesondere die faktischen Gegebenheiten zwischen Adria und Tyrrhenischem Meer, zwischen Alpen und Nordafrika, sich gerade auch in rechtlicher Hinsicht von denjenigen unterscheiden, die wir diesseits der Alpen kennen und schätzen.

Exportverträge mit Italien – was ist zu beachten?

Beginnen wir mit den Gemeinsamkeiten: Wenn man als deutscher Exporteur nicht den Fehler macht, das sogenannte UN-Kaufrecht (in seinen AGB) ausschließen zu wollen, kann man sich getrost gegenüber seinem italienischen Vertragspartner darauf einlassen, den Vertrag dessen heimischem Recht zu unterstellen. Denn wenn er sich nur auf sein Heimatrecht beruft (und ebenfalls das UN-Kaufrecht nicht ausschließt), dann gilt dieses „supra-nationale“ Normengefüge für alle Kaufverträge über die Lieferungen von beweglichen Sachen zwischen Italien und Deutschland.

Wenn es einem als deutschem Verkäufer dann auch noch gelingt, die INCOTERM-Klausel „ex works“ durchzusetzen und keine der Parteien auf eine Gerichtsstandsklausel beharrt, dann schlägt man gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: im Streitfalle streitet man als

DERRA, MEYER & PARTNER
Rechtsanwälte PartGmbB

deutscher Exporteuer nach den Regeln des UN-Kaufrechtes am heimischen Sitz als sog. Erfüllungsort, der auch für den sog. Gerichtsstand maßgeblich ist, wenn keine anderslautende Gerichtsstandsklausel (wirksam) vereinbart ist.

Wer in Italien streitet, braucht Geld und Geduld

Für den deutschen Exporteur ist es im Italiengeschäft in der Praxis wichtig, zu einem Gerichtsstand im Heimatland zu kommen. Denn seinem Geld vor italienischen Gerichten „nachzurennen" ist bekanntermaßen langwierig und auch (un)verhältnismäßig teuer. Man hat in Italien durch die Einführung eines elektronisch gestützten Gerichtsverfahrens Maßnahmen getroffen, die auf eine Beschleunigung abzielen. Doch auch diese „Veränderungen" haben zumindest bisher nur wenig bewirkt: die durchschnittliche Verfahrensdauer liegt bei erstinstanzlichen Zivilverfahren in Handelssachen immer noch bei deutlich mehr als 2 Jahren (Quelle: IlSole 24ORE).

"Verändert" hat Italien in den letzten Jahren auch seine Insolvenzverfahren. Es setzt sich auch in Italien zunehmend der Gedanke der „zweiten Chance" durch, die es in Schieflage geratenen Unternehmen ermöglichen soll, sich zu sanieren und erneut am Markt erfolgreich zu werden. Auch sollen demnächst im Rahmen einer weiteren Reform durch die Einführung von „Früherkennungssystemen" außergerichtliche Sanierungsverfahren gefördert werden.

Nur – all diese Verfahren der Sanierung mit oder ohne (gerichtlichem) Insolvenzverfahren werden überwiegend auf dem Rücken der einfachen Gläubiger ausgetragen, wozu im Zweifel auch ein deutscher Exporteur gehört. Die verlieren meist ihr Geld oder große Teile davon, während z.B. der Fiskus und die Arbeitnehmer weiterhin bevorrechtigt befriedigt werden.

Sicherheit durch Eigentumsvorbehalt – eine wackelige Angelegenheit

Vor diesem Hintergrund spielen effektive Sicherungsrechte eine große Rolle. Als deutscher Exporteur, der es gewohnt ist, einen (deutschen) Eigentumsvorbehalt zu vereinbaren, muss man in dem Zusammenhang aber mindestens zweierlei wissen: den Eigentumsvorbehalt gibt es nach italienischem Recht nur in seiner einfachen Form. Verlängerungen und Erweiterungen kennt das italienische Recht nicht. Und letzteres ist allein maßgeblich, wenn die Ware einmal den Brenner hinter sich gelassen hat.

Selbst ein solcher „einfacher Eigentumsvorbehalt", der in der Praxis nur dann etwas hilft, wenn die Ware sich noch beim Käufer befindet und für den Verkäufer auch noch einen wirtschaftlichen Wert hat, wenn er sie zurückbekommt, ist einem italienischen Insolvenzverwalter aber nur dann entgegenzuhalten, wenn er vor Insolvenzeröffnung vereinbart wurde und das auch mit der sog. „data certa" nachgewiesen werden kann. Dahinter verbirgt sich Folgendes: der Vertrag, aus dem sich die Vereinbarung des Eigentumsvorbehaltes ergibt, muss im Rahmen eines besonderen Verfahrens mit einer Art elektronischer Signatur versehen werden, aus der sich ein (zertifiziertes) Datum ergibt. Das ist von Deutschland aus kaum zu schaffen. In Italien stehen dafür besondere Programme zur Verfügung.

Dass ein Eigentumsvorbehalt, der sich nur in den AGB des deutschen Exporteur findet, vor diesem Hintergrund eine mehr als „wackelige" Angelegenheit ist, ergibt sich fast von selbst.

Und daran wird auch eine neue Regierung in Rom nichts verändern. ◂

Karl-Heinz Lauser
Rechtsanwalt und Partner

Derra, Meyer & Partner
Rechtsanwälte PartGmbB
Berliner Allee 55
40212 Düsseldorf

T +49 211 175 20 660
F +49 211 175 20 666
dmp@derra-d.de
www.derra.eu

Jetzt nach Afrika!

Erfolgreich mit „Made in Germany“

Text: Tom Pause

Der Außenhandel der deutschen Wirtschaft boomt. Europa, Asien, Amerika - jedes Jahr werden neue Exportrekorde erzielt. Industrie 4.0 treibt das Geschäft. Deutsche Hochtechnologie, Maschinen und Anlagen sind sehr gefragt. Doch wie sieht es mit den wirtschaftlichen Beziehungen zu unserem Nachbarkontinent Afrika aus?

Die deutsche Außenhandelsstatistik mit den 54 Ländern Afrikas weist in den letzten Jahren regelmäßig einen Anteil von ca. 2 % an den deutschen Gesamtexporten aus. Das entspricht einem Warenwert von 25,6 Milliarden Euro (2017). Davon entfallen fast 80 % der Exporte auf fünf nordafrikanische Länder sowie Südafrika. Dominierende Produkte sind Kraftfahrzeuge und -teile, Maschinen und chemische Erzeugnisse. Im ersten Moment eher ernüchternde Zahlen, wenn man sich vor Augen führt, dass Afrika mit einer Fläche von 30,3 Millionen km² der zweitgrößte Kontinent ist und dort im Jahr 2050 ungefähr 2 Milliarden Menschen leben werden. Zugleich handelt es sich bei Afrika um einen fragmentierten Kontinent, mit 54 Staaten – 48 davon liegen in Subsahara-Afrika – so facettenreich wie keine andere Region auf der Welt.

Alle Bilder: © Shutterstock

Über das große Absatzpotenzial für deutsche Unternehmen, insbesondere in den zwischen Nord- und Südafrika gelegenen Ländern, wird seit einigen Jahren viel gesprochen und geschrieben. Was macht diese Region so attraktiv für deutsche Unternehmen? Gründe dafür sind unter anderem:

- Zunehmende politische Stabilität
- Verbesserte rechtliche Rahmenbedingungen
- Positives Wirtschaftswachstum und steigende ausländische Investitionen
- Verbreiterung und Vertiefung privatwirtschaftlicher Strukturen
- Aufnahme von Staatsanleihen an den internationalen Kapitalmärkten
- Alternative Projektfinanzierungen in den Sektoren Energie und Infrastruktur
- Stark wachsende Bevölkerungen
- Entstehung von Megacities
- Steigender Konsum durch Herausbildung einer finanzkräftigen Mittelschicht

E&P FOCUS AFRICA CONSULTING GMBH

Als wichtigste Wachstumsbranchen gelten:

- Energieversorgung
- Verkehrsinfrastruktur
- Wasser- und Abwassertechnologie
- Agrarsektor/ Agrobusiness
- Digitalisierung und Telekommunikation
- Konsumgüternahe Industrien
- Medizintechnik

Märkte, die in sehr unterschiedlicher Form attraktive Absatzmöglichkeiten bieten, finden sich zum Beispiel in:

- Angola
- Äthiopien
- Elfenbeinküste
- Ghana
- Kenia
- Mosambik
- Nigeria
- Ruanda
- Senegal
- Tansania
- Uganda

Über 2000 deutsche Unternehmen, von kleinen und mittelständischen Firmen bis hin zu den großen Unternehmen wie Siemens, Volkswagen, Bosch und B. Braun Medical unterhalten vielfältige Geschäftsbeziehungen nach Afrika. Jedes Unternehmen hat - teilweise bereits vor Jahrzehnten, teilweise erst kürzlich - seinen eigenen Weg in diese Märkte gefunden.

Qualität „Made in Germany“ genießt in Afrika einen hohen Stellenwert. Ebenso schätzen die Kunden deutsche Unternehmen als verlässliche Partner. Ausbildung, Wissenstransfer, After-Sales-Service vor Ort, Finanzierungsangebote und das Interesse an langfristigen Kundenbeziehungen ergänzen das Bild des deutschen Unternehmens als Systemlöser und bilden das Fundament für den Geschäftserfolg in Afrika.

Noch bieten viele Märkte außerhalb Afrikas deutschen Unternehmen lukrativere Absatzchancen. Zudem fehlt es in Afrika teilweise an Kunden für die in Deutschland hergestellten Produkte. Auch empfinden deutsche Unternehmen das starke chinesische Engagement in vielen Ländern Afrikas als große Herausforderung. Andererseits gewinnt die Industrieproduktion besonders in Subsahara-Afrika an Fahrt, die Einbindung des Kontinents in die globalen Wertschöpfungsketten nimmt zu und auch die Digitalisierung hält in Afrika Einzug. Es gibt heutzutage nicht mehr viele weiße Flecken auf der Weltkarte, wo sich neue Märkte entwickeln lassen. Der afrikanische Kontinent bietet da perspektivisch sehr gute Chancen.

Sofern Sie die Entscheidung getroffen haben, sich in Afrika zu engagieren, lauten unsere Tipps für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung:

- Machen Sie Afrika in Ihrem Unternehmen zur Chefsache. Die Komplexität der Märkte benötigt neue Denkansätze und Vorgehensweisen. Die Einbindung der Geschäftsleitung ist Voraussetzung, damit wichtige Entscheidungen schnell getroffen werden und der Markteintritt zu einem nachhaltigen Erfolg wird.
- Erarbeiten Sie eine Afrika-Strategie. Das ist ein wertvoller Leitfaden für die zielorientierte Bearbeitung des Kontinents.
- Konzentrieren Sie sich kurz- bis mittelfristig auf ausgewählte Märkte, die Ihnen sicherere politische Rahmenbedingungen und das beste Potenzial bieten. Weitere Märkte können später folgen. ▶

Praxis-Beispiel: DILO Armaturen und Anlagen GmbH

- Hersteller von SF6-Gashandling Geräten und Hochdruck-Rohrverbindungen
- 350 Mitarbeiter am Standort Babenhausen
- Weltweit in über 60 Märkten aktiv, seit 2013 auch in Afrika
- www.dilo-gmbh.de

Stärken:

- Weltmarktführer für Mess- und Servicegeräte für SF6 (Treibhausgas)-Gashandling in gasisolierten Schaltanlagen
- Hohe technologische Innovationsfähigkeit
- In vielen Märkten weltweit präsent mit lokalen Vertretern, die After-Sales-Service und Training vor Ort anbieten
- Zertifiziertes Trainingszentrum für SF6-Gashandling in Babenhausen
- DILO-FAMILY, alle zwei Jahre mehrtägige Tagung mit allen ausländischen Vertretern in Babenhausen

Auswahlkriterien für Absatzmärkte in Afrika (u.a.):

- Politisch stabile Rahmenbedingungen über mehrere Jahre
- Wirtschaftswachstum > 4 % p.a.
- Steigende Nachfrage nach Strom durch wachsende Bevölkerung und zunehmende Industrialisierung
- Ausbau des Stromsektors wird vorangetrieben
- Wachsender Anteil der Stadtbevölkerung an der Gesamtbevölkerung
- Steigender Bedarf an SF6 Mess- und Servicegeräte

Vorgehensweise:

- 2013 erster Überblick Afrika, mögliche Absatzchancen für DILO Produkte
- 2014 detaillierte Analyse von 10 ausgewählten Märkten in Nord- und Subsahara-Afrika
- 2014 Entwicklung einer Markteintrittsstrategie
- 2015 - 2018 Reisen in ausgewählte Märkte. Themen u.a.:
    - DILO Präsentation vor Ort
    - Bedarfsermittlung für SF6 Mess- und Servicegeräte
    - Aufbau von Netzwerken zu potentiellen Kunden
    - Auswahl geeigneter lokaler Partner
- 2018: Zusammenführung aller bisherigen Aktivitäten in einer „DILO-Wachstumsstrategie Afrika 2023“
- 2013 bis heute Begleitung durch **E&P Focus Africa Consulting** zu allen Themen einschließlich Unterstützung bei der operativen Vertriebsarbeit in Afrika

Erfolge:

- DILO als Global Player in über 10 Märkten in Afrika erfolgreich aufgestellt
- SF6-Thematik bei den Entscheidern der Stromversorgungsunternehmen platziert
- Umsatzsteigerung in Afrika um 50 % von 2014 bis 2018

- Entwickeln Sie die Märkte mit lokalen Partnern und externen Experten.
- Planen Sie ausreichend Zeit für die Marktentwicklung ein und bereisen Sie die Märkte. Gerade zu Beginn ist die Präsenz Ihres Unternehmens vor Ort für die zukünftigen Kunden besonders wichtig.
- Beherrschen Sie Ihre Risiken. Suchen Sie sich solide und loyale Partner und bilden Sie verlässliche Netzwerke. Wenden Sie Compliance-Regeln strikt an und sichern Sie Ihre Zahlungen durch passende Zahlungs- und Garantieinstrumente ab.
- Legen Sie rechtzeitig Umsatz- und Ertragsziele fest. Ab wann soll sich das Afrika-Engagement für Ihr Unternehmen finanziell auszahlen? Die Geschäftsentwicklung speziell in Subsahara-Afrika ist sehr vertriebsintensiv – zeitlich und personell. Je eher sie quantifizieren, desto schneller werden Sie Ihre Erfolge messen können.

Top 10 Märkte Deutschlands in Afrika in Mio. Euro 2017 (Quelle: Statistisches Bundesamt)

Fazit

Eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit in Afrika benötigt eine Strategie, Systematik, Zeit, Geduld, Durchhaltevermögen und Ressourcen. Zugleich müssen sie diesen Kontinent, auf dem die Uhren anders gehen und der durch große kulturelle Vielfalt geprägt ist, verstehen lernen. Möglicherweise erhalten Sie Ihren ersten Auftrag bereits nach 12 Monaten. Es kann aber auch zwei bis drei Jahre dauern. Bei Großprojekten müssen Sie auch schon einmal mit einem Vorlauf von bis zu fünf Jahren rechnen. Persönliche Verbindungen und Netzwerke in den Märkten zu Partnern und Kunden unterstützen Sie bei Ihrer Geschäftsentwicklung. Dafür müssen Sie in die Märkte reisen und Ihre Produkte bekannt machen. Die Kunden wollen Sie sehen und mehrfach mit Ihnen sprechen bevor sie überzeugt sind, dass Sie der richtige Partner sind. Perspektivisch werden Sie damit Erfolg haben. ◂

Tom Pause
Geschäftsführender Gesellschafter

E&P Focus Africa Consulting GmbH
Schauenburgerstraße 59
20095 Hamburg

T +49 40 3688 1066 0
F +49 40 3688 1066 9
M +49 172 5178 498
tom.pause@focus-africa.de
www.focus-africa.de

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Sommerfest 2018

Golfpark Meerbusch

8. Juni 2018

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Sommerfest 2018

Golfpark Meerbusch
8. Juni 2018

Gelati

Exportchancen nutzen – Risiken begrenzen

Die Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung schützt Unternehmen vor Forderungsausfällen im Auslandsgeschäft

Text: Eva Stupp

Deutsche Unternehmen gewähren ihren Kunden jedes Jahr Kredite in Höhe von mehreren Milliarden Euro, indem sie Waren liefern und Leistungen erbringen, die sie erst später bezahlt bekommen. Das Risiko: Die Außenstände werden nicht rechtzeitig oder im schlimmsten Fall gar nicht beglichen.

Gerade für mittelständische Unternehmen können Forderungsausfälle existenziell bedrohlich sein. Das zeigt folgendes Beispiel: Wird eine Lieferung von 100.000 Euro nicht bezahlt, ist bei einer Gewinnmarge von fünf Prozent ein zusätzlicher Umsatz von zwei Mio. Euro nötig, um den Verlust auszugleichen.

Absicherung gegen wirtschaftliche und politische Risiken

Ein Zahlungsausfall kann ganz unterschiedliche Gründe haben. Einer der häufigsten: die Insolvenz des Bestellers. Doch nicht nur wirtschaftliche Gründe können dazu führen, dass der Exporteur auf unbezahlten Rechnungen sitzen bleibt. Auch politische Risiken sollte der Exporteur im Auge behalten. Einschränkungen im Zahlungsverkehr, Zahlungsmoratorien oder die Verhängung von Sanktionen – alles samt Risiken, die ein erfolgversprechendes Auslandsgeschäft sehr schnell ins Gegenteil verkehren können. Mit den Exportkreditgarantien der Bundesrepublik Deutschland – besser bekannt unter dem Namen Hermesdeckung – können sich Exporteure sowohl gegen wirtschaftliche als auch politische Risiken absichern.

Breite Produktpalette

Die Palette an Absicherungsprodukten, die der Bund bereitstellt, ist umfangreich. Sie reicht von der Lieferantenkredit-, Finanzkredit- und Fabrikationsrisikodeckungen im Einzeldeckungsbereich bis hin zur Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung (APG) im Sammeldeckungsbereich.

APG berücksichtigt individuelle Absicherungsbedürfnisse

Die Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung ist speziell für kleinere und mittelgroße Unternehmen (KMU) entwickelt worden. Mit ihr können Exporteure eine Vielzahl von Liefer- und Leistungsgeschäften mit einer Kreditlaufzeit von bis zu 12 Monaten gegen Zahlungsausfälle

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

UNSER PARTNER

EULER HERMES

absichern. Die APG ist vor allem für Exportunternehmen geeignet, die Geschäftsbeziehungen zu mehreren Kunden in verschiedenen Ländern unterhalten. Unabhängig davon, in welchem Land oder bei welchem Kunden es zu Zahlungsschwierigkeiten kommt: Der Exporteur ist gegen wirtschaftlich und politisch bedingte Forderungsausfälle abgesichert.

© IStock

Die APG ist kein Produkt von der Stange. Der Deckungsnehmer gestaltet seine APG vielmehr nach seinen individuellen Absicherungsbedürfnissen. Der Exporteur legt fest, welche Länder in den Deckungsschutz einbezogen werden sollen. Mit der APG können Forderungen aus Geschäften mit nicht-öffentlichen Schuldnern in allen Ländern außerhalb der EU und OECD sowie Chile, Israel, Korea, Mexiko und der Türkei abgesichert werden.

Für den Deckungsschutz zahlt der Exporteur ein risikogewichtetes Entgelt, dessen Höhe vom Monatsumsatz abhängt. Antrags- oder andere Bearbeitungsgebühren fallen nicht an.

APG light – die kleine Schwester der Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung

Die APG steht grundsätzlich allen Exporteuren zu Verfügung, die ihren Sitz in Deutschland haben und deren deckungsfähiger Mindestumsatz mindestens 500.000 Euro beträgt.

Exporteure, die diesen Mindestumsatz nicht erreichen, bietet der Bund eine APG-Light an. Sie funktioniert ähnlich wie die APG und bietet Schutz bei Geschäften mit Kreditlaufzeiten von bis zu vier Monaten. APG und APG-light haben jeweils eine Laufzeit von 12 Monaten.

Einfach. Effizient. Komfortabel – die „neue“ APG

2017 wurde die APG reformiert und vereinfacht. Im Mittelpunkt der APG-Reform standen Erleichterungen beim Umsatz- und Nachmeldeverfahren Auch die Meldepflichten bei Überfälligkeiten wurden konkretisiert.

Nähere Informationen zur APG und allen anderen Absicherungsprodukten des Bundes finden Sie unter www.agaportal.de Gerne können Sie auch einen individuellen Beratungstermin mit einem Kundenberater vereinbaren. ◂

Eva Stupp
Firmenberaterin

Euler Hermes Aktiengesellschaft Exportkreditgarantien der Bundesrepublik Deutschland
Im Mediapark 8
50670 Köln

T +49 221 92060 294
M +49 151 42618901

Madagaskar

interessante Möglichkeiten für die europäische und die nordrhein-westfälische Wirtschaft

Text & Fotos: Dr. Georg Jaster

Madagaskar, die viertgrößte Insel der Welt, vor der Küste Ostafrikas im Indischen Ozean gelegen, regt seit Jahrhunderten die Fantasie von Abenteurern, Fernreisenden und Händlern an. Auf der Insel, die fast doppelt so groß ist wie die Bundesrepublik, leben heute ca. 25 Millionen Menschen. So abgelegen Madagaskar auf der Weltkarte auch erscheint, so liegt es doch an einer Schifffahrtsroute, die seit Jahrhunderten zu den wichtigsten Handelswegen der Menschheit gehört. Alle Seefahrernationen dieser Welt haben daher in Madagaskar ihre Spuren hinterlassen. Wurde die Insel ursprünglich durch Einwanderer aus Indonesien besiedelt, so kamen im Laufe der Jahrhunderte Afrikaner, Inder, Araber, Europäer und Chinesen hinzu und sorgten so für das Entstehen einer ganz ungewöhnlichen Mischung aus Kulturen, Hautfarben, Religionen und Lebensweisen. Von 1896 bis 1969 war Madagaskar französische Kolonie, so dass Verwaltung und Rechtssystem bis heute stark am französischen Vorbild orientiert sind. Seit 1960 ist Madagaskar eine unabhängige Republik.

„Antananarivo": Blick auf den Hügel mit dem historischen Schloss der Königin in Madagaskars Hauptstadt Antananarivo

Im Gegensatz zu vielen anderen multiethnischen oder multireligiösen Kulturen dieser Erde verstehen es die Madagassen, diese Vielfalt mit Geduld, Gelassenheit und Toleranz weitgehen friedlich zu leben. Dieses Phänomen der Toleranz und des friedlichen Zusammenlebens ist so bemerkenswert, dass die Universität Halle-Wittenberg ihr ein aktuelles Forschungsprojekt gewidmet hat.

Warum im Außenhandelsmagazin des AHV über Madagaskar schreiben? Nun, weil sich – wie auf dem afrikanischen Kontinent insgesamt – auch in Madagaskar für die europäische und die nordrhein-westfälische Wirtschaft interessante Möglichkeiten ergeben.

TIGGES
RECHTSANWÄLTE
Düsseldorf München Warschau
Partnerschaftlich. Persönlich. Professionell.

Madagaskar leidet unter einem erheblichen Rückstand bei Investitionen insbesondere in seine Infrastruktur.

Zustand von Brücken von verkehrswichtigen Landstraßen

Die Wirtschaft ist durch die Folgen zyklischer Krisen stark geschwächt, die Bevölkerung ist bettelarm, das Land hat eines der niedrigsten Pro-Kopf-Einkommen der Welt. Von 2009 bis 2014 gab es keine legitime, von der Staatengemeinschaft anerkannte Regierung.

Seit Überwindung der Krise im Januar 2014 durch die demokratische Wahl eines neuen Präsidenten hat die Internationale Zusammenarbeit mit Madagaskar wieder Fahrt aufgenommen. Allein die Europäische Union hat für den Zeitraum 2014 – 2020 Mittel in Höhe von 518 Mio. EUR bereitgestellt. Deutschland sagte dem Land 2016 Mittel in Höhe von 59,6 Mil. EUR für die Entwicklungszusammenarbeit zu.

Das Programm der EU umfasst drei Schwerpunktbereiche: Regierungsführung und Stärkung öffentlicher Maßnahmen (145 Mio. EUR), Infrastrukturen zur Unterstützung der wirtschaftlichen Entwicklung (230 Mio. EUR) und ländliche Entwicklung (130 Mio. EUR). Die Deutsche Entwicklungszusammenarbeit konzentriert sich auf den Schutz der biologischen Vielfalt und die nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen. Kooperiert wird in den Bereichen Umwelt- und Ressourcenschutz, erneuerbare Energie und Landwirtschaft. Die deutsche GIZ, die ein großes und aktives Team in Madagaskar hat, entwickelt auch gezielt Projekte zur Zusammenarbeit öffentlicher Einrichtungen mit privaten Unternehmen („Public Private Partnership-PPP“).

In Madagaskar stehen Ende 2018 wieder Präsidentenwahlen an. Wenn es den Madagassen gelingt, die Wahlen - wie 2014 - erneut ▸

„Windkraft“: Kleine Werkstatt bei Antananarivo, die aus Schrottteilen Windräder herstellt

friedlich und fair verlaufen zu lassen, dann hätte das Land einen großen Schritt in Richtung Stabilisierung und Vertrauensbildung getan. Die Mittel und Projekte der Entwicklungszusammenarbeit werden dann mit Sicherheit fortgeführt und weiter aufgestockt werden. Bei der Vergabe der Mittel für die Durchführung der Infrastrukturprojekte ist der madagas-

„Wasserkraft im Bau": Ein Wasserkraftwerk im Bau. Es wird errichtet von einem madagassischen mittelständischen Unternehmen, welches Mineralwasser und Erfrischungsgetränke herstellt. Es soll die eigene Produktionsanlage und die benachbarte Kleinstadt mit Strom versorgen

sische Staat an internationale Standards und Normen zur öffentlichen Auftragsvergabe gebunden. Viele der benötigten Produkte und Dienstleistungen kann Madagaskar nicht selbst herstellen, sondern ist auf international tätige Spezialisten und Lieferanten angewiesen. So hat der Autor dieser Zeilen etwa Verhandlungen begleitet, bei denen ein Madagassisches Unternehmen mit einem deutschen Partner über die Lieferung einer Turbine für ein Wasserkraftwerk verhandelte.

Das Land hat schwere Zeiten hinter sich und auch noch viele Probleme zu lösen. Aber ein zunehmender Teil der Jugend Madagaskars ist online und verfolgt aufmerksam das internationale Geschehen. Diese jungen Menschen haben den Willen und den Ehrgeiz, die alten Mechanismen und die Kreisläufe der Krisen zu durchbrechen, um auch bei sich zuhause, auf ihrer an sich paradiesischen Insel gute Lebensverhältnisse zu schaffen.

Es lohnt sich für Unternehmen der nordrhein-westfälischen Wirtschaft insbesondere aus den Bereichen Erneuerbare Energie, Verkehr, Infrastruktur, Wasser-und Landwirtschaft die Entwicklung der nächsten Monate in Madagaskar aufmerksam zu beobachten.
Und wer neugierig geworden ist und ein wenig mehr über das Leben und den Alltag auf dieser faszinierenden Insel erfahren möchte, dem darf noch das Buch „Vaovao – Was gibt's Neues auf Madagaskar", erschienen 2017 beim Verlag Tredition, empfohlen werden. ◂

Hinweis: Die AHK bereitet in Südafrika eine Unternehmerreise nach Madagaskar zum Thema Wasserkraft und erneuerbare Energie vor. Die Reise soll in der Zeit vom 29.10. bis zum 2.11.2018 stattfinden. Weitere Informationen über https://www.german-energy-solutions.de/GES/Redaktion/DE/Veranstaltungen/Intern/2018/Geschaeftsreisen/gr-madagaskar.html

Dr. Georg Jaster
Seniorpartner

TIGGES Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
Zollhof 8
40221 Düsseldorf

T +49 211 8687 145
F +49 211 8687 100
jaster@tigges.legal
www.tigges.legal

Wir sind spezialisiert auf Produkte für Industrie, Spedition und Automobilindustrie:

- VDA Formulare und Warenanhänger (Automobilindustrie)
- CMR-Frachtbrief
- Manila- Kunststoff- und Metallanhänger
- Haftetiketten
- Dokumententaschen
- Überweisung/ Zahlschein SEPA

Just in Time. Durch unsere große Lagerkapazität können wir eine schnelle und zuverlässige Lieferung an Standardformularen garantieren.

Durch langjährige Erfahrungen und gute Partner sind wir in der Lage auch Sonderwünsche umzusetzen.

Gemeinsam finden wir Lösungen!

Ute Friedrichsen (Verkaufsleitung)
Fon 0 51 51 / 98 93-50, friedrichsen@verlagsmail.de

Alles für Ihr Büro - finden Sie unter **www.lion-buerobedarf.de**

Wir sind Fachhändler und Kooperationspartner der SOENNECKEN eG, einer der größten Bürobedarfs-Lieferanten mit über 13.000 Lager-Artikel.

LION
Der Formularverlag

LION Handels- und Verlags GmbH
Stüvestr. 41 · 31785 Hameln · Fon 0 51 51 / 98 93-40 · Fax 98 93-44
info@lion-formularverlag.de · www.lion-formularverlag.de

Disruptive Entwicklungen im Außenhandel?

Commerzbank-Spezialisten und der AHV NRW im Gespräch über die Zukunft des internationalen Handels

Interview: Andreas Mühlberg

Die Möglichkeiten der Digitalisierung werden auch den Außenhandel spürbar verändern! Zu einem offenen Gedankenaustausch traf sich Andreas Mühlberg (AHV NRW) mit den für das internationale Geschäft verantwortlichen Mitarbeitern der Commerzbank Region Rhein-Ruhr Frank Gessner (Regional Head Trade Finance, Region Rhein-Ruhr) und Matthias Walter (Local Head Trade Finance, Düsseldorf). Gemeinsam mit Gerhard Schipp (Head Product Management Trade & Supply Chain Finance & Innovation, Commerzbank Frankfurt) wurden die möglichen Einflüsse und Zukunftsperspektiven neuer Technologien im Tradegeschäft diskutiert.

V. l. n. r.: Matthias Walter (Commerzbank Düsseldorf), Andreas Mühlberg (AHV NRW), Frank Gessner (Commerzbank Rhein-Ruhr) und Gerhard Schipp (Commerzbank Frankfurt am Main) (© Commerzbank)

Welche Bedeutung messen Sie der Digitalisierung des Außenhandels bei?

Frank Gessner: Die Chancen, die sich Unternehmen bieten, sind enorm. Experten aller Branchen bestätigen, dass neue Technologien wie Blockchain/Distributed Ledger Technologies (dezentral und digital geführte Kontobücher/Transaktionsdatenbanken), das IoT (Internet of Things), Smart Contracts (Computerprotokolle, die die Abwicklung eines Vertrags technisch unterstützen) oder AI (Artificial Intelligence) an nahezu allen Stellen der Lieferketten von Unternehmen zu maßgeblichen Veränderungen führen werden. Wir erwarten darüber hinaus, dass sich im Zuge der Digitalisierung des Außenhandels völlig neue Geschäftsmodelle entwickeln.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Bank bei dieser Entwicklung?

Matthias Walter: Schon heute sind wir mit den Projekten Batavia und Marco Polo prominent engagiert. Batavia ist dabei eine auf Distributed Ledger Technology (DLT) basierende Supply Chain Finance-Initiative. Sie wird in Zusammenarbeit mit der Bank of Montreal, der CaixaBank, der Erste Group, UBS und IBM durchgeführt. Hier haben wir im März 2018 mit Unterstützung der AUDI AG bereits die erste erfolgreiche Pilot-Transaktion durchgeführt – ein wichtiger Schritt für die Etablierung von Batavia als offenes, auf der Hyperledger Fabric-Technologie aufbauendes Ökosystem. Aus Sicht von AUDI bietet die Blockchain-Technologie eine große Chance, um die Effizienz vieler verschiedener Prozesse,

COMMERZBANK

z. B. im Einkauf und im Verkauf, zu verbessern. Marco Polo wiederum ist ein Projekt, das die Commerzbank aktiv im Rahmen des R3-Bankenkonsortiums mit ca. 20 internationalen Banken und mit BNP, ING und Standard Chartered Bank als Core-Banks verfolgt. Beide Projekte eint ein gemeinsames Ziel: Wir arbeiten an blockchainbasierten Plattformen, die die Abwicklung, Absicherung und Finanzierung von internationalen Handelsgeschäften ermöglichen sollen.

Was bedeutet das konkret?

Frank Gessner und Matthias Walter: Die Vision beider Projekte besteht darin, zum einen vollständig offene Handelsfinanzierungsplattformen zu werden, jedoch auch mit anderen Plattformen kompatibel zu sein. Das heißt, künftig werden Transaktionen innerhalb des Batavia/Marco Polo-Ökosystems für Verkäufer und Käufer so einfach wie bei einem Open Account-Geschäft, aber gleichzeitig so sicher wie bei einem Akkreditiv. Unser Hauptziel ist es, die Vorteile der Distributed Ledger-Technologie für unser Trade Finance-Angebot auszuloten. Durch die Verbindung der physischen und finanziellen Lieferketten unserer Kunden wollen wir in Zukunft neue Geschäftsmöglichkeiten schaffen.

Die intensiven Vorbereitungen sowie die aktuell laufende Pilotphase beider Projekte haben sechs entscheidende Vorteile hervorgebracht:

Interoperabilität: Wir schaffen eine komplett offene Trade Finance-Plattform, die mit anderen Plattformen und Diensten vollständig API-kompatibel ist.
Transparenz: Unternehmen profitieren von verbesserter Planungssicherheit durch Transparenz der Lieferkette.
Ressourceneffizienz: Die Dauer eines Transaktionszyklus und der Administrationsaufwand werden sich künftig deutlich reduzieren. Dies passiert durch die Eliminierung von papierhafter Dokumentation, den Datenaustausch in Echtzeit und die allgegenwärtige Verfügbarkeit der Daten (bei Einhaltung des Need-to-know-Prinzips).
Automatisierung: Smart Contracts und durchgängig papierfreie, rein datengesteuerte Prozesse ermöglichen eine deutlich verbesserte Prozessautomatisierung.
IT-Sicherheit: Durch die vollständige Verschlüsselung der Transaktionsdaten ist ein hohes Maß an Sicherheit gewährleistet.
Betrugsprävention: Die verteilte Datenbanklogik sorgt für einen sicheren, unveränderlichen und vertrauensverstärkenden Datenaustausch. So werden Datenmanipulationen verhindert und die gängigen Betrugsszenarien erheblich erschwert.

All diese Vorteile der Blockchain-Technologie werden die Abwicklung des internationalen Trade Finance-Geschäfts effizienter machen und neue Formen der Risikoabsicherung und Finanzierung ermöglichen.

Was sind Ihre nächsten Schritte auf diesem Terrain?

Gerhard Schipp: Unser Projekt Marco Polo werden wir aktiv weiter begleiten. Nach dem erfolgreichen Abschluss von Phase 2 des Batavia-Projektes prüfen wir derzeit verschiedene Optionen für die Fortführung dieses Projektes. Zudem kooperieren wir mit dem Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML in Dortmund. Im Kern geht es dabei um Entwicklungsszenarien für Supply Chains der Zukunft. Welche Entwicklungen wirken maßgeblich auf die physischen Supply Chains unserer Firmenkunden ein? Welche Technologien sind dafür relevant und wie können wir sie konkret zum Kundennutzen anwenden? Diese und viele weitere Aspekte des digitalen Außenhandels wurden und werden dabei gemeinsam mit unseren Kunden untersucht. ◂

Frank Gessner
Regional Head Trade Finance,
Region Rhein-Ruhr,
Commerzbank AG

Matthias Walter
Local Head Trade Finance,
Düsseldorf, Commerzbank AG

Commerzbank AG
Breite Straße 25
40213 Düsseldorf

T +49 211 827 2294

Gerhard Schipp
Head Product Management
Trade & Supply Chain Finance &
Innovation, Commerzbank AG

www.commerzbank.com

Der Außenhandel - eine der ältesten Traditionen der Menschheit

Eine Historie zu den Exportbestimmungen in andere Länder – und was der Bernstein damit zu tun hat.

Text: Anne Kietzmann

Bernstein - seit dem Neolithikum eines der wertvollsten Tausch- und Handelsgüter sowie begehrtes Material für die Schmuckherstellung (© Fotolia/torook)

Wer kennt ihn nicht? Den honiggelb leuchtenden Schmuckstein, mal klar, mal undurchsichtig. Manchmal mit Einschlüssen: Insekten, Tannennadeln oder ein Stück „Irgendwas“. Heute wissen wir, es handelt sich um fossile Harztropfen, die viele Millionen Jahre alt sind. Die Einkapselungen nennt man Inklusen. Neben Wasserstoff und Sauerstoff besteht der Bernstein größtenteils aus Kohlenstoff. Weltweit sind zirka 200 Bernstein-Fundorte gelistet – dazu zählt auch der Ostseeraum, wo die Baltische Bernsteinart vorkommt.

Bernstein – Das Gold des Nordens

Noch immer kann man Bernstein an der Ostseeküste zu bestimmten Zeiten, Wetterlagen und Windrichtungen finden, wie z.B. an den Stränden der Insel Poel, Boltenhagen, dem Darß oder Usedom. Aktuell ist der Bernstein gefragter denn je. Außergewöhnliche Exemplare sind mit bis zu 150 Euro pro Gramm teurer als dieselbe Menge Gold. Vor allem in asiatischen und arabischen Ländern erfreut er sich einer besonderen Beliebtheit, worin sich wohl die hohe Preisentwicklung begründet. Im Baltikum wird das Relikt aus der Erdneuzeit industriell abgebaut.

Ein Luxusgut - umwoben von Mythen und Märchen - und eine uralte Währung

Seit Jahrtausenden weckt der Bernstein die Phantasien der Menschen und das Verlangen, einen solchen Schatz besitzen zu wollen. Bis in unsere heutige aufgeklärte Zeit wird ihm eine heilsame Wirkung bei Hautkrankheiten und Zahnschmerzen nachgesagt. Kleinkindern soll eine Bernsteinkette beim Zahnen helfen.

Schon in der Antike war Bernstein ein gefragtes Handelsgut. Im 16. und 17. Jahrhundert wurde in europäischen Fürsten- und Königshäusern der Bernstein für repräsentative Zwecke genutzt. Das weltberühmte - und seit 1945 verschollene - preußische Bernsteinzimmer aus dem 18. Jahrhundert beschäftigt moderne Schatzsucher und Kunsthistoriker gleichermaßen.

FORMULAR VERLAG

Handelsvertreter der Antike

Aus dem antiken Ägypten, aus Griechenland oder dem fernen Orient machten sich unerschrockene Männer auf den mühsamen Weg in den feuchtkalten und unberechenbaren Norden, um die

Wenige Ortsansässige kannten sichere Passagen über die Berge. (© Fotolia/driendl)

Tränen der Götter in ihre Heimat zu bringen. Dort zierten sie die Körper schöner Frauen, oder schmückten die Paläste der Reichen und Edlen. So fand man unter den Schätzen, die man 1922 im Grab des ägyptischen Pharao Tutanchamun (1332 bis 1323 v. Chr.) entdeckte, einen Skarabäus aus baltischem Bernstein.

Handelswege von damals - kein Vergleich zu den Autobahnen von heute

In der Bronzezeit und der Antike war Europa durchzogen mit Bernsteinstraßen. Diese Routen, die sogenannten „Altwege“, waren lebensgefährlich. Nur wenige Einheimische kannten sichere Passagen über die Berge. Für Geld, Gold oder Geschmeide führten sie die Händler aus dem Süden über die schwierigen Gebirgspfade. Man vermutet, dass der Name des Alpenpasses Brenner vom Brennstein - also Bernstein - abgeleitet worden ist. Der Seeweg über das Mittelmeer war nicht weniger gefährlich. Viele Handelsfahrende, die diese Route wählten, sahen ihre Heimat nie wieder, sondern fielen den Fluten zum Opfer.

Beschwerliche Wege benötigen gute Ratgeber und zuverlässige Wegweiser

Mitteleuropa vor 3500 Jahren war rau und feindselig - überzogen von undurchdringlichen Wäldern, in denen Bären, Wölfe und eingeborene Völker lebten und jagden. Damals waren die Wege die großen Herausforderungen des grenzüberschreitenden Warenverkehrs. Heute sind es die sich stetig ändernden Prozesse: Zollbestimmungen, Gesetzgebung und unzählige Regulierungen.

Wegweiser des 21. Jahrhunderts findet man vorrangig in der Fachliteratur. Der Formularverlag CW Niemeyer ist der Herausgeber eines der bekanntesten Nachschlagewerke für den deutschen Außenhandel - in diesem Jahr in der 110. Auflage erschienen. ▸

Noch immer kann man Bernstein an der Ostseeküste zu bestimmten Zeiten, Wetterlagen und Windrichtungen finden, wie z.B. an den Stränden der Insel Poel, Boltenhagen, dem Darß oder Usedom. (© Fotolia/hjschneider)

Exportbestimmungen in andere Länder 2018

Marktführender Exportratgeber

Als 1955 der Ratgeber „Die Importbestimmungen anderer Länder“ in erster Auflage erschienen war, handelte es sich um eine Broschüre mit ersten Hinweisen zu Richtlinien im Außenhandel. In über 60 Jahren haben wir es zu einem umfassenden und hochwertigen Nachschlagewerk für den Export entwickelt und präsentieren es nun unter neuem Namen: „Exportbestimmungen in andere Länder 2018“. ◂

Foto: M.Friedrichsen

(Weltkarte: Fotolia/Tryfonov)

Exportratgeber

für alle 192 UNO-Mitgliedsstaaten

Inhalt:

- Ausfuhrbestimmungen
- Versand- und Begleitpapiere
- Warenverkehr mit Mitgliedsstaaten der EU
- Carnet ATA-Verfahren
- Zahlungsbedingungen
- Vertragliche Regelungen u.m.

- inkl. Onlinecode vom gesamten Inhalt
- farbig gestaltet und gut strukturiert
- jährlich aktualisierte Neuauflage

Anne Kietzmann
Kundenbetreuung & Marketing

Formularverlag CW Niemeyer GmbH & Co. KG
Stüvestr. 41
31785 Hameln

T +49 5151 9893 51
kietzmann@verlagsmail.de
www.formularverlag.de

Verbindungen schaffen...
Bei uns laufen alle Fäden zusammen.
Von der digitalen Druckvorstufe,
über den gesamten Druck, inklusive Veredelung
bis zur Weiterverarbeitung.
Nennen Sie es Einfühlungsvermögen, Verantwortung für die Sache, Sicherheit. Wie auch immer: wenn es genau das ist, was Sie von einem Partner erwarten, können Sie aufatmen.
QUEDLINBURG DRUCK
IHR Ansprechpartner vor Ort:
Jörg Steinacker I Löh 10 I 51399 Burscheid
Tel. 02174 7913477 I mobil 01578 2913477 I jsteinacker@q-druck.de
Quedlinburg DRUCK GmbH I Groß Orden 4 I 06484 Quedlinburg I www.q-druck.de

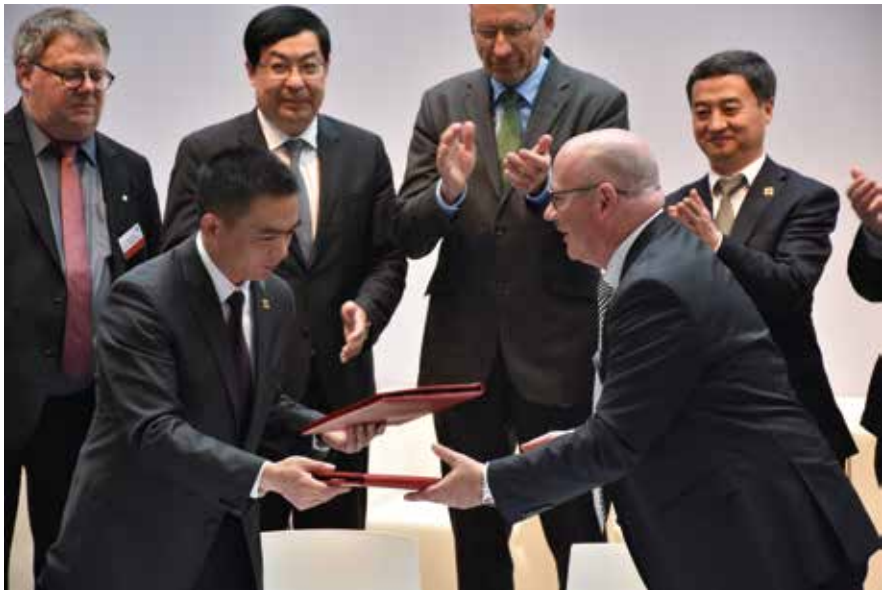
Deutsch-Chinesische Automotive-Allianz:

China und das Bergische Städtedreieck unterzeichnen auf Hannover Messe

Text: Anette Kolkau

Diese Allianz ist einzigartig in der Bunderepublik: Der Standort Bergisches Städtedreieck (Remscheid, Solingen und Wuppertal) und die China International Investment Promotion Agency unterzeichneten in Hannover die Deutsch-Chinesische Automotive-Allianz. Ziel: Austausch und Zusammenarbeit für ein zukünftiges Automotive-Cluster in der Region – für Nordrhein-Westfalen.

Das Städtedreieck ist Zuliefererregion. Allein 250 von insgesamt 800 nordrhein-westfälischen Zulieferunternehmen sind hier angesiedelt. Beim 1. Deutsch-Chinesischen Automobilkongress im letzten September in Wuppertal zu den Themen „Neue und Elektro-Mobilität" wurden die Weichen gestellt: Beide Seiten befinden sich in intensivem Austausch. Diese Kooperation soll verstetigt werden, das stand bereits am Ende des Kongresses fest. Da in China schnelle Entwicklungen im Bereich der Neuen Mobilität zu erwarten sind, gilt es besonders im Städtedreieck die Branche auf die Zukunft vorzubereiten



Die Unterzeichner: Wenlong ZHU, Stellvertretender Abteilungsleiter der Investitionsförderungsagentur des Handelsministeriums der Volksrepublik China; Stephan A. Vogelskamp, Geschäftsführer BSW; dahinter: Dr. Johannes Bauerdick, Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW; Weidang WANG, Botschaft VRChina; Dr. Jürgen Friedrich, Geschäftsführer Germany Trade and Invest (GTAI); Yong LI, Vize-Direktor der CIPAGG China (Foto: Hanno Rademacher)

„Absichtserklärung über die partnerschaftliche Zusammenarbeit und die gemeinschaftliche Gründung einer Deutsch-Chinesischen Automotive-Allianz" lautet der genaue Titel der Vereinbarung, die Stephan A. Vogelskamp, Geschäftsführer der Bergischen Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft (BSW), die für die Region die Kooperation organisiert, und Yaojun Xu, Direktor der China International Investment Promotion Agency (CIPA) – eine Einrichtung des chinesischen Handelsministeriums – auf der Messe unterzeichneten.

Ziel der Allianz ist es, die chinesischen und deutschen Automotive-Netzwerke regelmäßig zusammenzubringen und somit bilaterale Projekte und Investitionen zu fördern. Auf diese Weise entsteht eine Plattform für einen fachlichen Austausch. Für den Aufbau eines Automotive-Clusters Bergisches Städtedreieck und eines NRW-Clusters ist das ein wichtiger Baustein.

Denn das Städtedreieck ist auf einem guten Weg, um sich auf die Produkt-Erfordernisse der Neuen Mobilität vorzubereiten: Seit 2017 sind die Zulieferunternehmen in dem Netzwerk „Bergischer Zukunftssalon Automotive" organisiert. Die Weiterentwicklung des Standortes ist zudem mit einer vom nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium finanzierten Studie auf den Weg gebracht worden. Sie stellt die Basis für ein Automotive-Cluster für ganz NRW dar. ◂

DAS BERGISCHE STÄDTEDREIECK | Unternehmerregion Remscheid Solingen Wuppertal

Willkommen in Remscheid, Solingen und Wuppertal - Netzwerke im Bergischen Städtedreieck

Im Herzen von Nordrhein-Westfalen liegt die Unternehmerregion „Bergisches Städtedreieck“: Kleine und mittlere, hochspezialisierte Unternehmen produzieren hier für den Weltmarkt. Zum einen organisiert die Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (BSW) Support für die Unternehmerlandschaft, zum anderen sind die Betriebe selbst aktiv, um sich fit zu machen für die Zukunft. Wir sind Netzwerker, wir sind Erfinder, und wir nehmen vieles einfach selbst in die Hand – gerade, wenn es um unsere Zukunft geht. Das Engagement der Unternehmer im Bergischen ist tatsächlich legendär. ***www.bergisches-dreieck.de***

Maschinenbau-Netzwerk Bergisch Land
Rund 25 Maschinenbau-Unternehmen, kleine Betriebe bis hin zum Unternehmen mit 250 Angestellten aus den Branchen Maschinenbau, Metallverarbeitung, Sondermaschinenbau und Werkzeugbau haben sich in dem Netzwerk zusammengeschlossen. Maschinenbau im Bergischen ist eine hochspezialisierte Branche, die sich so Austausch, Input und Synergien selbst organisiert. Ganz konkret: Innerhalb des Netzwerks können Fachkräfte gegenseitig „ausgetauscht“ werden, es kann gemeinsam ausgebildet werden und letztlich kann auch der Einkauf gemeinsam durchgeführt werden. Auch eine Vorlesungsreihe „Sondermaschinenbau“ an der Bergischen Universität Wuppertal führen die Unternehmer zusammen durch, um gezielt Fachkräftenachwuchs auszubilden. ***www.maschinenbaunetzwerk.de***

SurfaceNet
Oberflächentechnik ist das Thema dieses Netzwerkes. Zahlreiche Unternehmen im Bergischen haben sich in diesem Kompetenzbereich spezialisiert. Veredeln, Versiegeln, Schutz oder mehr oder weniger Leitfähigkeit – all das leistet die Oberflächentechnik für die unterschiedlichsten Ausgangsmaterialien. Mittlerweile 45 Bergische Unternehmen und Institutionen haben sich in diesem Netzwerk zusammengetan, um sich auszutauschen, sich zu orientieren, sich gemeinsam mit Neuerungen und Trends zu beschäftigen: in Fachveranstaltungen, auf Messen und Unternehmertreffs. Das Netzwerk ist als Verein organisiert, jeglicher Input wird gemeinschaftlich organisiert. Oftmals ergeben sich so auch bilaterale Kooperationen, die helfen, sich am Markt zu positionieren. ***www.netzwerk-surface.net***

3D-Netzwerk Solingen
3D-Druck ist für einen produktionsorientierten Standort im Prozess der digitalen Transformation ein zentraler Baustein. Die Solinger Wirtschaftsförderung startete daher mit einer Initiative, den Solinger Unternehmen den Zugang zu dieser Technologie zu ermöglichen. Der Zuspruch war enorm: In rund drei Jahren gewann das Solinger 3D-Netzwerk über 560 namhafte Unternehmen, Konzerne, Startups, Universitäten und Institute aus dem In- und Ausland. Mittlerweile ist das 3D-Netzwerk in Solingen Marktführer und Taktgeber der 3D-Technologie. Beim Netzwerk finden Unternehmen, die einen Einstieg suchen, Beratung, die Netzwerkbetreiber selbst knüpfen auf einer virtuellen Plattform und bei Events Kontakte zu potenziellen Gesprächspartnern – ein Austausch weit über deutsche Grenzen hinweg.
www.3dnetzwerk.com

Cluster-Initiative „Automotive Bergisches Städtedreieck“
250 Automobilzulieferer produzieren im Städtedreieck. In ganz Nordrhein-Westfalen sind es 800: Das Bergische Städtedreieck hat einen nicht unerheblichen Anteil an einer der Schlüsselindustrien in NRW. Seit 2017 kooperieren die bergischen Zulieferer – angestoßen durch die Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH. Denn die Elektromobilität und das Autonome Fahren werden die Mobilität und damit die benötigten Produkte komplett verändern. Die Branche im Städtedreieck hat sich zusammengeschlossen: Den allerneuesten Informationen widmet es sich in regelmäßigen „Bergischen Zukunftssalons Automotive“. Diese Kooperation zahlt sich aus: Mit Unterstützung des NRW Wirtschaftsministeriums wurde eine Studie erstellt, die den Handlungsbedarf für die bergischen Unternehmer ermittelt – ein wichtiger Baustein für weitere Aktivitäten in der Cluster-Initiative.

www.bergisches-dreieck.de/bergische-gesellschaft/projekte/cluster-initiative-automotive.html

Anette Kolkau
Kommunikation

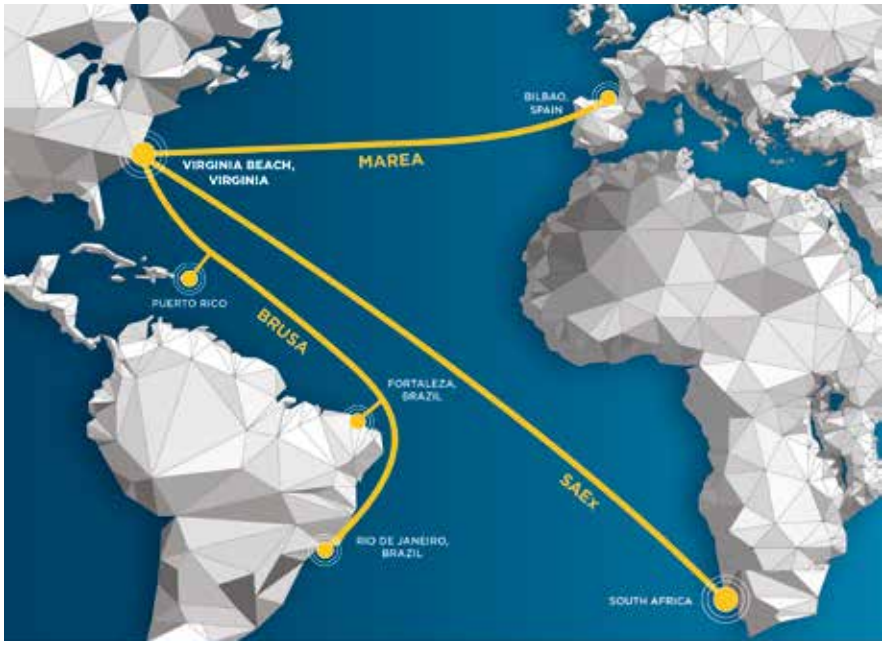
Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
Kölner Str. 8
42651 Solingen

T +49 212 88 16 06 67
kolkau@
bergische-gesellschaft.de
www.bergische-gesellschaft.de

Virginia Beach Department of Economic Development

Text: Michael Vossel

Seit 2014 vertritt Dipl.-Kfm. Michael Vossel das Virginia Beach Department of Economic Development in Europa. Das bekannteste deutsche Unternehmen in Virginia Beach ist der Weltmarktführer STIHL mit mehr als 2.300 Mitarbeitern.



Transoceanic cables

Mit 450.000 Einwohnern ist Virginia Beach die größte Stadt im US-Bundesstaat Virginia, in der Liste der größten Städte in den USA steht sie an 39. Stelle; im Großraum Virginia Beach leben gut 1.8 Millionen Menschen. Virginia Beach liegt im Südosten von Virginia an der Atlantikküste und der Chesapeake Bay. Nach Washington D.C. fährt man mit dem Auto knapp 4 Stunden und für rund zwei Drittel der amerikanischen Bevölkerung ist Virginia Beach höchstens eine Tagesfahrt entfernt. Über 15 Millionen Touristen aus aller Welt besuchen jedes Jahr die Region und genießen die mehr als 60 Kilometer langen Sandstrände am Atlantik und das mediterrane Klima.

Virginia Beach wurde auch 2018 wieder zu einer der 100 besten Städte der Welt gekürt und erfährt damit auch auf internationaler Ebene Anerkennung als Stadt mit optimalen Lebens-, Arbeits- und Geschäftsbedingungen. Virginia Beach verfügt über qualifizierte und gut ausgebildete Arbeitskräfte, vergleichsweise niedrige Steuern sowie eine dynamische und vielfältige Wirtschaft. Dank der strategisch günstigen Lage an der Ostküste direkt am Atlantik sind über ein ausgezeichnetes multimodales Transportnetz von hier sowohl globale als auch US-amerikanische Märkte bestens zu erreichen.

Naval Station Norfolk - größter Marinestützpunkt der Welt

Im Großraum Virginia Beach befinden sich neun bedeutende militärische Einrichtungen aller Truppengattungen der amerikanischen Streitkräfte, ein Großteil der Bevölkerung ist im aktiven Militärdienst. Darüber hinaus befindet sich in Hampton Roads das einzige ständige NATO-Hauptquartier außerhalb Europas sowie der größte Marinestützpunkt der Welt, die Naval Station Norfolk, Heimathafen der amerikanischen Atlantikflotte mit derzeit 4 Flugzeugträgern.

VIRGINIA BEACH
ECONOMIC DEVELOPMENT

Die all diese Verteidigungseinrichtungen unterstützende Privatindustrie spielt eine wesentliche Rolle in der regionalen Wirtschaft. Sie schafft Tausende von Arbeitsplätzen und spielt eine führende Rolle in der Entwicklung bedeutender technischer Innovationen für militärische sowie privatwirtschaftliche Anwendungen. Nahezu alle bedeutenden wehrtechnischen Unternehmen der Welt sind im Großraum Virginia Beach mit eigenen Niederlassungen vertreten. Zusätzlich befinden sich hier mit dem NASA Langley Research Center und der Thomas Jefferson National Accelerator Facility zwei große staatliche Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen, die maßgeblich für die Entwicklung neuer Technologien in den Bereichen Werkstoffkunde, Sensoren, Luftfahrt und Nukleare-nergie verantwortlich sind.

Vor kurzem hat STIHL Inc. weitere 25 Millionen USD investiert und fertigt heute inVirginia Beach bereits mehr Motorgeräte als in allen anderen STIHL Werken weltweit (Foto: Stihl)

Port of Virginia - größter natürlicher Tiefwasserhafen der Welt

Der Großraum Virginia Beach umgibt den größten natürlichen Tiefwasserhafen der Welt. Der Hafen von Virginia gehört zu den fünf größten Häfen in den USA und wird bereits heute von den Containerschiffen der Post Panama Generation angelaufen. Er verfügt über eine hervorragende intermodale Infrastruktur mit Bahnanschlüssen sowie Anbindungen an Autobahnen für alle Nord-Süd- und Ost-West-Verkehrsachsen. Rund zwei Drittel der US-amerikanischen Bevölkerung und Fertigungskapazitäten befinden sich innerhalb eines Radius von 1.200 Kilometer um Virginia Beach. Dank dieser Vorteile hat sich der Hafen von Virginia zu einem international führenden Schifffahrts- und Logistikzentrum entwickelt.

Wirtschaft - diversifiziert und international

Die Wirtschaft in Virginia Beach ist breit und hoch diversifiziert aufgestellt. Dazu zählen Headquarter international bekannter Konzerne, technologisch anspruchsvolle und international tätige Fertigungsbetriebe, milliardenschwere Rüstungsunternehmen genauso wie kleine inhabergeführte Unternehmen. Dank der strategisch günstigen Lage und des unternehmerfreundlichen Geschäftsklimas hat sich die Region auch zu einem internationalen Handelszentrum entwickelt; knapp 200 ausländische Firmen aus mehr als 30 Ländern haben hier eine Handelsvertretung bzw. Niederlassung oder ihren nordamerikanischen Hauptsitz angesiedelt. Jedes einzelne Unternehmen, vom Großkonzern mit tausenden von Mitarbeitern bis zum Start-up, trägt auf seine eigene Weise zur dynamischen, wachsenden Wirtschaft von Virginia Beach bei.

Zu den in Virginia Beach ansässigen deutschen Unternehmen gehören STIHL, Siemens, Schenker, IMS Gear, Kettler, Hermes, Hapag-Lloyd, Busch - um nur einige der größeren zu nennen. Nach Kanada und UK sind deutsche Unternehmen heute bereits der drittgrößte internationale Arbeitgeber in Virginia Beach.

Die vor über 40 Jahren gegründete STIHL Inc., US-Tochtergesellschaft des in Deutschland ansässigen Weltmarktführers STIHL, hat ihren nordamerikanischen Hauptsitz in Virginia Beach, wo sie auf einem Gelände von 36 Hektar über ein knapp 93.000 m² großes Produktions- und Verwaltungsgebäude verfügt und mehr als 2.300 Mitarbeiter beschäftigt. Vor kurzem hat STIHL Inc. weitere 25 Millionen USD investiert und fertigt heute in Virginia Beach bereits mehr Motorgeräte als in allen anderen STIHL Werken weltweit.

Arbeitskräfte - qualifiziert und motiviert

Der Großraum Virginia Beach ist dafür bekannt, die höchste Anzahl militärischer Entscheidungsträger außerhalb des Pentagons zu beschäftigen. Jedes Jahr scheiden über 12.000 Militärangehörige aus dem aktiven Dienst aus, gut 80 % davon bleiben in der Region und bringen ihre vielseitigen fachlichen Qualifikationen, Führungserfahrung sowie Computer- und Elektronikkenntnisse auf dem Arbeitsmarkt ein.

Zusätzlich stellen junge gut ausgebildete Fachkräfte einen wesentlichen Teil der Bevölkerung in Virginia Beach, nicht nur wegen der starken Militärpräsenz mit fast 90.000 Soldaten im aktiven Dienst, sondern auch dank der ausgezeichneten Hochschuleinrichtungen in der Region. Insgesamt gibt es über 100.000 Studenten, die an ▸

den Colleges in zwei- bzw. vierjährigen Studiengängen eingeschrieben sind und praxisnah ausgebildet werden. Seit einigen Jahren bilden Unternehmen wie STIHL und IMS Gear nach deutschem Vorbild und IHK zertifiziert Mitarbeiter aus und weiter.

Virginia Beach - A Global Digital Port City

Der über lange Zeit für seine endlosen Sandstrände und seinen entspannten Lebensstil bekannte Urlaubsort Virginia Beach hat sich in den letzten Jahren in ein aufstrebendes globales Innovationszentrum verwandelt. So ist Virginia Beach seit einigen Monaten über neu verlegte unterseeische Datenkabel direkt mit Europa (Bilbao) und Südamerika (Fortaleza) verbunden. Diese im Auftrag von Microsoft, Facebook und Telefonica verlegten Datenkabel gehören mit einer Bandbreite von 125 Terabit zu den schnellsten Datenverbindungen der Welt. Über Carrier-neutrale Data Centers habe Firmen vor Ort direkten Zugang zu beiden Kabeln; dadurch erreichen in Virginia Beach ansässige Unternehmen ihre Kunden in Europa, Afrika, dem Nahen Osten und Südamerika signifikant schneller und effizienter als von vielen anderen Standorten aus.

Weitere unterseeische Datenkabel sind in der finalen Planung oder werden bereits verlegt; ein drittes Kabel, diesmal aus Südafrika, wird derzeit in Virginia Beach an Land gebracht. Dieses Datenkabel mit einer Bandbreite von 72 Terabit ist das einzige, dass Südafrika direkt mit den USA verbinden wird.

Virginia Beach - World Class Telecommunications System

Virginia Beach ist sich der großen Möglichkeiten dieser Entwicklungen mehr als bewusst und hat bereits alle Voraussetzungen geschaffen, die Region als neuen Standort für die Kommunikationsindustrie zu positionieren. Es wurde massiv in digitale Infrastruktur investiert, Rechenzentren sind in der Planung und im Bau, attraktive steuerliche Rahmenbedingungen wurden geschaffen, Studiengänge an den Colleges und Hochschulen angepasst und intensiviert. Ein Glasfasernetz mit einer momentanen Gesamtlänge von über 200 km verbindet die Region und gewährleistet, dass kommunale, schulische und gewerbliche Einrichtungen an die beste verfügbare Digitaltechnik angeschlossen sind. In puncto Infrastruktur und wirtschaftlichem Potenzial zählt Virginia Beach bereits heute zu den Top 10 unter den mittelgroßen Städten in der westlichen Hemisphäre.

VABeachBio - A Wave of Innovation

Egal ob es sich um lebensverändernde Fortschritte in den Biowissenschaften oder um bahnbrechende Entdeckungen im Bereich Hightech handelt, VABeachBio zieht die Aufmerksamkeit von ganz Nordamerika auf den sogenannten Biokorridor, in dem eine Reihe regionaler Unternehmen ansässig sind. Dazu gehören die Eastern Virginia Medical School, die in der Diabetesforschung zur Weltspitze gehört, LifeNet Health, ein weltweit führendes Unternehmen in der Organ- und Gewebeforschung, und nicht zuletzt Operation Smile, eine international tätige medizinische Hilfsorganisation für Kinder. Derzeit wird in Virginia Beach ein 6000 m^2 großes biowissenschaftliches Center mit Forschungs-, Büro- und Nasslaborräumen zur Unterstützung der Forschung in diesen Bereichen gebaut.

Virginia Beach - The Advantage

Virginia Beach hat als Standort viel zu bieten. Internationale Unternehmen finden die Stadt unter anderem aus diesen Gründen attraktiv:

Warren D. Harris
Director

Virginia Beach Department of Economic Development
4525 Main Street, Suite 700
Virginia Beach, VA 23462
USA

T +1 757 385 6464
wharris@vbgov.com
www.yesvirginiabeach.com

VABeachBio zieht die Aufmerksamkeit von ganz Nordamerika auf den sogenannten Biokorridor, in dem eine Reihe regionaler Unternehmen ansässig sind (© IStock)

- einer der modernsten Tiefwasserhäfen und multimodaler Transportknotenpunkt Amerikas
- zuverlässige globale Kommunikation dank erstklassiger Telekommunikationsinfrastruktur
- hochqualifizierte und hochmotivierte Arbeitskräfte
- innovatives Mechatronik-Ausbildungsprogramm zur Unterstützung der Fertigungsindustrie
- niedrige Geschäftskosten und Steuern
- keine Steuern auf Maschinen und Werkzeuge
- äußerst wettbewerbsfähiges Geschäftsumfeld mit einer sehr großen Verbraucherbasis

Virginia Beach - Department of Economic Development

Die Wirtschaftsförderung von Virginia Beach ist international aufgestellt. Neben ihrem Hauptsitz in Virginia Beach unterhält sie Büros in Deutschland und Spanien sowie ein Handelsbüro in den Philippinen. Diese Büros bieten ausländischen Unternehmen, die sich in Virginia Beach niederlassen möchten, ein breitgefächertes Angebot von kostenlosen Dienstleistungen an.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. ◂

Dipl.-Kfm. Michael Vossel
Representative Europe

Virginia Beach Department of Economic Development
Meerbuscher Straße 38
40670 Meerbusch

T +49 2159 5324268
M +49 173 253 1285
mvossel@vbgov.com
www.yesvirginiabeach.com

SADC-Konferenz

Text: Ulrich Gunka

Hochkarätig besetzt war die Botschafterkonferenz der Southern African Development Community (SADC), zu der das Unternehmen Riela am 30. Mai nach Püsselbüren auf den Energiehof eingeladen hatte. Gastgeber Karl-Heinz Knoop konnte nicht weniger als 16 Botschafter und Diplomaten aus den Länder der SADC begrüßen, die eigens für die Konferenz überwiegend aus Berlin nach Püsselbüren gekommen waren. Auch die deutsche Politik war hochrangig vertreten: NRW-Wirtschaftsminister Andreas Pinkwart war ebenso Teilnehmer wie Bundesbildungsministerin Anja Karliczek. Auch Dr. Reinhold Hemker, bis 2009 Bundestagsabgeordneter der Region und zugleich Präsident der Deutsch-Zimbabwischen Gesellschaft, war zur Konferenz gekommen.

Gruppenbild nach dem Botschaftertreffen (Alle Fotos: © Riela)

Die stand ganz im Zeichen der wirtschaftlichen Kooperation mit dem südlichen Afrika. Denn hier sind die Wachstumsmärkte der Zukunft, wie Karl-Heinz Knoop ausführte. Schon seit Jahren engagiert sich das Unternehmen Riela in Afrika und setzt dabei vor allem auf angepasste Technik, die auf die Bedürfnisse der Menschen zugeschnitten ist und die die Probleme der Bauern im Alltag lösen will, wie z.B.: Reinigungs- und Trocknungsanlagen, Getreidelager und solarbetriebene Kühlcontainer gegen Ernteverluste. Ein Ansatz, der auch Wirtschaftsminister Pinkwart überzeugte. Pinkwart lobte ausdrücklich das Engagement des Unternehmens bei seinem Vortrag zum Thema NRW-Wirtschaftspolitik mit Afrika.

Die Bedeutung Afrikas als Markt der Zukunft wurde von den namhaften Referenten der Konferenz unterstrichen. Dr. Stefan Schmitz, Ministerialdirigent im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), stellte das BMZ als Partner in der Entwicklung der Landwirtschaft Afrikas vor. Christoph Kannengießer, Hauptgeschäftsführer des Afrika-Vereins der deutschen Wirtschaft, sprach sich deutlich für ein verstärktes unternehmerisches Engagement in der SADC-Region aus. Über die finanzielle Absicherung sprach Philipp Laass vom Kreditversicherer Euler Hermes; die Versicherung kümmert sich als Mandatar der Bundesregierung um die bekannten Hermesbürgschaften.

In der wirtschaftlichen Zusammenarbeit steckt auch immer ein gutes Stück Entwicklungszusammenarbeit. Hermann Röder vom Westdeutschen Handwerkskammertag berichtete über das Tanzania Agrotec Project, das im kommenden Jahr die praktische

Bundesbildungsministerin Anja Karlizcek mit Karl-Heinz Knoop, Dr. Reinhold Hemker und Maria Knoop

Arbeit aufnimmt und bei dem nach dem Vorbild der Dualen Ausbildung Landmaschinentechniker in Tansania ausgebildet werden sollen. Father Landelini Makikuli ergänzte diese Ausführungen mit der Präsentation des Kilacha Trainings- und Schulungscenters in Tansania, mit dem Riela seit 2016 intensiv zusammenarbeitet. In

Minister Pinkwart mit Karl-Heinz und Maria Knoop

Kilacha werden Landwirte in ein- und zweijährigen Diplom- und Zertifikatskursen weiter qualifiziert. Zugleich ist Kilacha Farm (Vieh, Gemüse, Futtermittel etc), Fischzuchtbetrieb, Hersteller von Baustoffen und soziales Zentrum der Region – ein echtes Vorzeigeprojekt, für das sich Riela gerne engagiert. Werner Dirkes, ehemaliger Leiter des Bauhofs der Stadt Ibbenbüren, stellte ein Modell für die Planung eines regionalen Abfallmanagement-Systems in Entwicklungsländern vor.

Bildung ist ein wichtiger Schlüssel für die Entwicklung, waren sich alle Teilnehmer der Konferenz einig. Auch Bundesbildungsministerin Anja Karliczek und Dr. Reinhold Hemker betonten dies in der abschließenden Gesprächsrunde; hier sei Kooperation mit den Staaten der SADC wichtig und unerlässlich. Der Botschafter Namibias, Andreas Guibeb, unterstützte diesen Ansatz und warb im Namen aller SADC-Staaten für wirtschaftliches Engagement. Anthony Mukwita, Sambias Botschafter in Deutschland, unterstrich die politische Stabilität der Region im südlichen Afrika am Beispiel seines Landes.

Bundesbildungsministerin Anja Karliczek und Dr. Reinhold Hemker von der Deutsch-Simbabwischen Gesellschaft e.V.

Die SADC-Konferenz zeichnete sich durch ein umfangreiches und dicht getaktetes Programm aus. Trotzdem blieb Zeit, um sich abseits der Vorträge auszutauschen, und auch die Riela-Produktionshallen in Riesenbeck zu besichtigen. ◂

Maria, Karl-Heinz und Daniel Knoop

RIELA® Karl-Heinz Knoop e. K.
Hansestraße 14
48477 Riesenbeck

T +49 5454 9316 0
info@riela.de
www.riela.de

Inmitten der blauen Banane

Text: Thomas Zeller

Kleinpaketsortierung (Foto: UPS)

NRW liegt im Zentrum des größten Ballungsraums von Europa: der sichelförmigen Zone zwischen Irischer See und Mittelmeer. Als Mittelstück der in Fachkreisen so genannten „blauen Banane“ hat die Region eine wichtige Bedeutung für Logistik und Außenhandel – und macht Herne in gewisser Hinsicht sogar zum Nabel der Welt.

Wer behauptet, Herne sei eine Stadt von Weltrang, erntet verwunderte Blicke. Herne? Wie soll es die Revier-Stadt mit knapp 160.000 Einwohnern mit Berlin, London, Tokyo aufnehmen? Gegen das Flair dieser Metropolen hat Herne eigentlich keine Chance. Und doch ist etwas dran an der Behauptung: Die frühere Bergbaustadt zählt zu den Spitzenreitern, wenn es um Warensendungen in alle Welt geht. Aus Herne gehen Pakete nach Berlin, London und Tokyo und viele weitere Orte rund um den Globus. Und so wird Herne – als Logistikzentrum und Umschlagplatz – tatsächlich zum Dreh- und Angelpunkt der Welt.

In Herne steht die größte deutsche UPS Niederlassung

Sinnbild dafür ist ein Paketzentrum im Nordosten der Stadt. In den vergangenen zwei Jahren investierte das amerikanische Logistikunternehmen United Parcel Service, kurz UPS, knapp 70 Millionen Euro in den Standort. Heute steht in Herne-Börnig eine der größten UPS Niederlassungen in Deutschland. In Zahlen heißt das: Auf einer Betriebsfläche von 25.000 Quadratmetern werden pro Stunde 36.000 Pakete sortiert, rund 1.500 Mitarbeiter haben hier ihren Arbeitsplatz.

Was Herne für Logistik-Unternehmen wie UPS so attraktiv macht: die Lage mitten im Ruhrgebiet und im Herzen der blauen Banane. Die Anbindung an deutsche und europäische Verkehrsnetze ist der ausschlaggebende Faktor für die Bedeutung des Standortes. Nur 80 Kilometer Luftlinie entfernt liegt zum Beispiel der Kölner Flughafen.

Air Hub Köln/Bonn – wichtiger Luftfrachtknotenpunkt für Europa

Für den weltweit operierenden Logistikdienstleister UPS ein schlagendes Argument, denn vom Flughafen Köln/Bonn verschickt das Unternehmen Sendungen in die ganze Welt;

Flughafen Köln/Bonn (Foto UPS)

Expresssendungen erreichen innerhalb von einem Tag beispielsweise zahlreiche Metropolen in den USA. Auf den Weg gebracht werden sie im Air Hub – dem Abfertigungscenter am Flughafen Köln/Bonn. 190.000 Pakete werden hier pro Stunde sortiert, pro Sekunde sind es bis zu 53.

Das Air Hub macht den Standort Köln/Bonn zu einem wesentlichen Luftfrachtknotenpunkt für Europa – und zu einem wichtigen Drehkreuz für UPS weltweit. Der Bedeutung des Standortes ist sich das Unternehmen bewusst: UPS vergrößerte das Air Hub mehrfach, zuletzt 2014 auf eine Betriebsfläche von insgesamt 105.000 Quadratmetern. Dies entspricht einer Gesamtgröße von 15 Fußballfeldern. 200 Millionen US-Dollar hat UPS dafür bezahlt, die bisher größte Investition des Unternehmens außerhalb der USA. Und auch die im Dezember 2017 neu eröffnete UPS Niederlassung in Bielefeld hebt die außerordentliche Wichtigkeit Nordrhein-Westfalens für den Logistikdienstleister hervor. In Ostwestfalen werden auf 15.000 Quadratmetern 22.500 Pakete in der Stunde sortiert.

Ballungsraum blaue Banane – wichtige Megaregion für Logistikunternehmen

Sprechen Geographen und Städteplaner von der blauen Banane, sprechen sie auch von der „Megapolis“ oder der „Megaregion“. Mit Recht. Denn in diesem für Außenhandel und Logistik so wichtigen Verdichtungsraum leben rund 111 Millionen Menschen. Fast alle wichtigen Einrichtungen der Europäischen Union – vom Europäischen Parlament in Brüssel bis zur EZB in Frankfurt – befinden sich auf dieser Linie. Die Banane beginnt im Norden auf den britischen Inseln bei den alten Industriezentren Manchester und Liverpool, und setzt ihren Schwung über London fort, erreicht in Belgien das Festland und läuft über die südlichen Niederlande und das Ruhrgebiet weiter. Es folgt die Rhein-Main-Region mit Frankfurt, dann Süddeutschland, die Alpen bis hinein in den Norden von Italien.

Bemerkenswert hierbei ist: Dieser bedeutende wirtschaftliche Ballungsraum wurde nicht geplant, sondern ist historisch gewachsen. Auch Logistikunternehmen wie UPS haben im Wesentlichen ▸

UPS Fahrzeug international (Foto: UPS)

(Foto: UPS)

dazu beigetragen, eine Infrastruktur zu schaffen, welche die blaue Banane so wichtig für die Wirtschaft macht.

In ihrem Herzen, Nordrhein-Westfalen, führt das zu einem regen Außenhandel, von dem die Region, aber auch Unternehmen und Empfänger auf der ganzen Welt profitieren. ◂

Thomas Zeller
Direktor Marketing UPS Deutschland

United Parcel Service LLC & Co. OHG
Mittelstraße 11
40789 Monheim am Rhein

tzeller@ups.com
www.ups.com

WIWOX®
SURFACE SYSTEMS

High-End-Reinigungsanlagen, Verbrauchsmittel, Lohnreinigung:
WIWOX ist Ihr erfahrener Partner in der professionellen Werkzeug und Teilereinigung.

mechanisch

wässrig

thermisch

WIWOX GmbH Surface Systems ■ Niermannsweg 3 - 5 ■ 40699 Erkrath ■ Phone +49 211-15 98 88-0 ■ info@wiwox.de ■ www.wiwox.de

NRW und Sichuan

30 Jahre Regionalpartnerschaft

Text & Foto: Anna Malis

Seit dem Jahr 1988 unterhalten das Land NRW und die südwestchinesische Provinz Sichuan partnerschaftliche Beziehungen. Im Juni 2018 wurde die Regionalpartnerschaft gebührend in NRW gefeiert. Die Landesregierung NRW pflegt gute Kontakte und eine enge Freundschaft zu ihrer Partnerprovinz Sichuan. Seit 2015 unterhält NRW.INVEST ein Büro in der Provinzhauptstadt Chengdu. Diese wurde vom „Forbes“ Magazin als die schnellste wachsende Stadt in den nächsten Jahren von globalem Rang benannt.

Auch Sichuan unterhält ein Repräsentanzbüro in NRW. Dieses trägt in Düsseldorf zusammen mit vielen Partnern in NRW dazu bei, dass sich Unternehmen, Institutionen, aber auch Städte und Hochschulen aus NRW und Sichuan miteinander vernetzen. Regelmäßige Delegationsbesuche aus Sichuan in NRW und umgekehrt, sowie Teilnahmen an Messen und Veranstaltungen in Sichuan unterstützen den grenzüberschreitenden Austausch zwischen den Regionen. Als Beispiele sind die Kooperation zwischen dem Duisport und der Chengdu International Railway Port Investment Co. Ltd., die freundschaftliche Kooperation zwischen der Stadt Herne und der Hafenstadt Luzhou und die Zusammenarbeit zwischen der Hochschule Hamm-Lippstadt und der Stadt Yibin zu nennen.

Namenhafte Unternehmen aus NRW sind bereits seit einigen Jahren aktiv in Sichuan. Z.B. Metro, Bayer und Beckhoff. Genauso haben auch renommierte Unternehmen aus Sichuan wie die Wuliangye Group ihren Weg nach NRW gefunden.
Die enge Vernetzung zwischen dem Standort NRW und Sichuan birgt große Chancen für den Außenhandel. Das Repräsentanzbüro der Provinz Sichuan bietet als Anlaufstelle Informationen, Vernetzung und Kontaktanbahnung über und in Sichuan an. Die „Belt and Road“ und „Go West“- Strategie der chinesischen Zentralregierung beflügeln die attraktiven Geschäfts-und Kooperationsmöglichkeiten in und mit der Region. ◂

Anna Malis
Projektleiterin

Repräsentanzbüro der Provinz Sichuan
Königsallee 90
40212 Düsseldorf

T +49 211 86 93 90 58
F +49 211 86 93 90 59
info@china-sichuan.de
www.china-sichuan.de

中国四川
Sichuan China

Außenwirtschaftsrunde e.V.

290x geballte Fachkompetenz VEREINt

Text: Thomas Stühle

Die AUSSENWIRTSCHAFTSRUNDE e.V. ist eine Vereinigung von Zoll- und Außenwirtschaftsspezialisten, die sich in Ihrer beruflichen Praxis mit dem Zollrecht und angrenzenden Rechtsgebieten befassen. Die AWR umfasst derzeit 290 Mitglieder, die vornehmlich als leitende Zollverantwortliche, Berater oder auf Zollrecht spezialisierte Rechtsanwälte, in allen Zweigen der deutschen Wirtschaft tätig sind. Die Mitglieder kommen aus den unterschiedlichsten Branchen, von mittelständischen Unternehmen bis zu Großkonzernen.

Foto: Thomas Stühle

Der Verein wurde 1989 von 10 ehemaligen Zöllnern gegründet, die die Zollverwaltung in Richtung Wirtschaft verlassen hatten. Die ursprüngliche Idee war, dass ein Forum entstehen soll, in dem alle Fragen des europäischen Zollrechts, insbesondere die Entwicklung des Zollkodex, der Harmonisierung der bislang einzelstaatlich geregelten Steuern (Verbrauchsteuern) sowie der Exportkontrolle diskutiert werden konnten. Zum Ziel setzte man sich, Raum für einen branchenübergreifenden Gedanken- und Erfahrungsaustausch zu schaffen, an dem nicht nur die Mitglieder der AUSSENWIRTSCHAFTSRUNDE sondern auch die betreffenden Verwaltungen teilhaben sollten. Zu den durchgeführten Veranstaltungen wurden und werden aus diesem Grunde regelmäßig Vertreter der Verwaltungen als Diskussionsgäste eingeladen.

Obwohl sich der Verein von seiner Ur-Idee her zunächst nur an ehemalige Mitglieder der Bundesfinanzverwaltung gewandt hat, steht die AWR seit 1998 allen mit Zoll befassten Personen aus Behörden und Wirtschaft offen. Die Mitglieder kommen aus unterschiedlichen Branchen, von kleinen und mittelständischen Betrieben bis zu internationalen Großkonzernen. Der Vorstand der Aussenwirtschaftsrunde arbeitet ehrenamtlich.

Die AWR veranstaltet jährlich zwei Tagungen, wobei an der Frühjahrstagung immer nur Mitglieder teilnehmen dürfen, die Herbsttagung dagegen auch für Gäste zu einem verhältnismäßig geringen Tagungsbeitrag offensteht.

Inhaltlich geht es bei den Tagungen hauptsächlich um aktuelle Zoll- oder Außenwirtschaftsthemen, wobei für die Veranstalter und Teilnehmer der Praxisbezug immer eine große Rolle spielt.

Unter anderem werden die Neuerungen im europäischen Zollrecht besprochen und deren Auswirkungen auf die tägliche Praxis in den Unternehmen analysiert. Regelmäßig können zum Beispiel Mitarbeiter der EU Kommission oder auch der Weltzollorganisation sowie aus der Zollverwaltung als Referenten gewonnen werden. Den Organisatoren ist der oft zitierte „Blick über den Tellerrand“ wichtig. So konnte zum Beispiel für eine der letzten Tagungen ein Strafrechts-Experte gewonnen werden, der über Haftungsfragen sowie mögliche buß- und strafrechtliche Konsequenzen im internationalen Handelsgeschäft aufklärte.

Tipp – besuchen Sie doch einfach mal die nächste Tagung der AWR am 15./16. November 2018, die dieses Mal bei der IHK Saarland in Saarbrücken stattfinden wird.

Alle erforderlichen Informationen für die Anmeldung zu den Tagungen, aber auch viel Wissenswertes zur Aussenwirtschaftsrunde insgesamt, finden Sie auf der vereinseigenen Homepage www.awrunde.de. ◂

Thomas Stühle
1. Vorsitzender der
Außenwirtschaftsrunde e.V.

Postanschrift:
c/o HARNISCHMACHER LÖER WENSING
Rechtsanwälte PartG mbB
Hafenweg 8
48155 Münster

T +49 251 686860 426
vorstand@awrunde.de
www.awrunde.de

Web Based Trainings
Bundesanzeiger Verlag
EUWISA

- Verbessern Sie Ihr Fachwissen
- Bestimmen Sie Ihren Trainingsstart und das Lerntempo selbst
- Erwerben Sie eine Teilnahmebestätigung

Fortbilden bequem online am Arbeitsplatz!

→ www.aw-training-online.de

Bundesanzeiger Verlag

Vernetzung

Lernen und Informationsvermittlung

Text: Carina Brachter

Internationaler Vernetzung kommt eine immer größere Bedeutung zu: Weltweite Waren- und Datenströme bestimmen unser tägliches Handeln in der Außenwirtschaft und sind nicht zuletzt ausschlaggebend dafür, dass Deutschland seine Position als eine der wichtigsten Exportnationen erreicht hat.

Der immer größer werdende Stellenwert der digitalen Vernetzung hat mittlerweile alle unsere Lebensbereiche erreicht. Informationsbeschaffung und Lernen finden heute zum größten Teil auf digitalen Wegen statt. Auch wenn der viel kritisierte Netzausbau in Deutschland der internationalen Entwicklung noch in vielen – besonders ländlichen – Regionen hinterherhinkt, sind das Internet und digitale Endgeräte aus unserem Arbeits- und Berufsleben nicht mehr wegzudenken.

Darum ist auch für die Anbieter von Fachinformationen – wie Verlage – die digitale Vernetzung ein immens wichtiges Thema. Sie hat in den letzten beiden Jahrzehnten zu einer umfassenden Änderung des Mediennutzungsverhaltens und damit auch zu einer Modifikation der Schulungs- und Informationsangebote geführt. Die „digitale Revolution“ hat Produkte überflüssig, andererseits aber völlig neue Angebotsformen möglich werden lassen. Was wären wir heute ohne Onlineportale, Datenbanken, Newsletter oder E-Learnings?

Das folgende Zitat Albert Einsteins gilt mehr denn je: „Wissen heißt wissen, wo es geschrieben steht.“ Wissen heißt wissen, wo man es suchen und finden kann. Inhalte sind weiterhin wichtig, doch ihre Aufbereitung im digitalen Kontext wird ebenfalls immer wichtiger – so zum Beispiel die Verknüpfung mit anderem Content oder die Suchmöglichkeiten.

Bundesanzeiger Verlag

Einer Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) zur Folge beurteilen SchülerInnen zwischen 14 und 19 Jahren die Nutzung digitaler Medien im Unterricht als positiv. Für 72 % tragen digitale Medien zum besseren Verständnis der Lerninhalte bei. 45 % geben zu, dass sie mit digitalen Medien schneller lernen. 66 % der Schüler nutzen in ihrer Freizeit digitale Medien zum Lernen.

Daraus ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten, aber auch Anforderungen für die künftige Entwicklung:
Die Verlage sind gefordert, mit ihren Medien und ihrem Content sowie seiner Aufbereitung auf diesen Wandel zu reagieren und die entsprechenden Angebote zu entwickeln und bereitzustellen.

Die Unternehmen sind gefordert, ihren Mitarbeitern und Nachwuchskräften die entsprechenden Arbeitsmaterialien und Fortbildungsmaßnahmen zur Verfügung zu stellen. Nur so besteht auch weiterhin die Bereitschaft, stets Neues aufzunehmen, am Puls der Zeit zu bleiben und gut gerüstet in eine vernetzte Zukunft zu starten! ◂

Carina Brachter
Leitung Fachbereich Außenwirtschaft

Bundesanzeiger Verlag GmbH
Amsterdamer Straße 192
50735 Köln

T +49 221 976 68 167
F + 49 221 976 68 232
carina.brachter@bundesanzeiger.de
www.bundesanzeiger-verlag.de

Morawetz
Zolltechnik Seminare

Sie möchten Zollabwicklung rechtssicher und zeitsparend durchführen?

Ich biete Ihnen ein praxisnahes, modulares Trainingssystem:

Vom Grundlagen-Seminar bis zum Profi-Workshop – zugeschnitten auf Ihre individuellen Bedürfnisse und Problemfelder!

- **Kompetent:** Schulungen zur Zolltechnik und zur Exportpraxis sowie ein umfangreiches Workshop-Programm
- **Bedürfnisorientiert:** Vom einzeln buchbaren Modul bis zur frei kombinierbaren, vertiefenden Ganztages-Veranstaltung
- **Praktisch:** Alle Inhalte sind auf die direkte Anwendbarkeit hin zugeschnitten

Mehr Informationen unter www.zoll-technik.de

MAB – Morawetz Außenhandels-Beratung
Illenbruch 7 | 33829 Borgholzhausen
Tel.: +49 (0) 5425 9333-21
Fax: +49 (0) 5425 9333-23
E-Mail: bmorawetz@morawetz-beratung.de
www.zoll-technik.de

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Sommerfest 2018

Golfpark Meerbusch
8. Juni 2018

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Sommerfest 2018

Golfpark Meerbusch
8. Juni 2018

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

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 © 2018 by Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e. V.

Copyright der gelieferten Beiträge liegen beim jeweiligen Autor bzw. des Unternehmens. 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

GrenzBlickAtelier

Design

Fotografie

Galerie

Event

GrenzBlickAtelier
Terborgseweg 10
7091 DS Dinxperlo
Niederlande
T 0151 22678191
info@grenz-blick.eu

www.grenz-blick.eu

Impressum (Fortsetzung)

Liste der Autoren (inkl. Seitenzahl)

1: **Theo-Heinz Nientimp**, Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Am Annenhof 6, 46397 Bocholt

5: **Armin Laschet**, Der Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen, Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen, Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf

7: **Dr. Holger Bingmann**, Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V., Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

9: **Arndt G. Kirchhoff**, unternehmer nrw, Uerdinger Str. 58, 40474 Düsseldorf

11: **Thomas Meyer**, IHK NRW, Berliner Allee 12, 40212 Düsseldorf

12: **Michael Lütjann**, Imperial Logistics International B.V. & Co.KG, Kasteelstr. 2, 47119 Duisburg

16: **Gerhard Schipp**, Commerzbank AG, Kaiserplatz, 60311 Frankfurt am Main

18, 28, 62, 68, 116, 126, 148, 151: **Dipl.-Betriebsw. Andreas Mühlberg**, Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Achenbachstr. 28, 40237 Düsseldorf

20: **Jan Krückemeyer**, Krückemeyer GmbH, Dortmunder Str. 4, 57234 Wilnsdorf

22: **Prof. Dr. Jonas Polfuß**, EBC Hochschule – Campus Düsseldorf, Grafenberger Allee 87, 40237 Düsseldorf

25: **Dr. Herbert Rath**, Zenit GmbH, Bismarckstr. 28, 45470 Mülheim a. d. Ruhr

26: **Matthias Merz**, AWA Außenwirtschafts-Akademie GmbH, Königsstraße 46, 48143 Münster

32: **Sebastian Rohloff**, Deutsche Bank AG Global Transaction Banking, Unter den Linden 13-15, 10117 Berlin

34: **Stefan W. Dircks**, Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V.(BDEx), Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

36, 90: **Joop van Reeken und Verena Winter**, Terborgseweg 10, 7091 DS Dinxperlo, Niederlande

42: **Heike Reiß**, Bezirksregierung Köln, Zeughausstr. 2-10, 50667 Köln

45: **Sabrina Becker**, Münsterland e.V., Airportallee 1, 48268 Greven

46: **Dr. Talke Ovie**, Harnischmacher Löer Wensing, Hafenweg 8, 48155 Münster

46: **Dipl.Kfm. Benno Lange**, dhpg Dr. Harzem & Partner mbB, Bunsenstr. 10a, 51647 Gummersbach

49: **NRW.INVEST**, NRW.INVEST, Völklinger Str. 4, 40219 Düsseldorf

50: **Maria Fischer**, Fischer HRM GmbH, Niederkasseler Lohweg 18, 40547 Düsseldorf

54: **Marcus Hellmann**, KGH Customs Services GmbH, Kurze Str. 19-21, 59494 Soest

56: **Peter Schulte**, Thenex GmbH, Am Annenhof 6, 46397 Bocholt

60: **Joop van Reeken und Verena Winter**, Terborgseweg 10, 7091 DS Dinxperlo, Niederlande für Axel Hallensleben, WIWOX GmbH Surface Systems, Niermannsweg 3-5, 40699 Erkrath

66: **Corinna Tamminga**, dbh Logistics IT AG, Martinistr. 47-49, 28195 Bremen

78: **Prof. Dr. Christiane Vaeßen**, Region Aachen - Zweckverband, Dennewartstr. 25-27, 52068 Aachen

80: **Bernhard Morawetz**, MAB Morawetz, Illenbruch 7, 33829 Borgolzhausen

82: **Bertram Gaiser**, Standort Niederrhein GmbH, Friedrichstr. 40, 41460 Neuss

84: **Andrea Kühn**, Stadtsparkasse Düsseldorf, Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf

84: **Christoph Holzem**, S-International Rhein-Ruhr GmbH, Kennedyplatz 6, 45127 Essen

86: **Dr. Fabian Breckheimer**, Tradeo LLP Rechtsanwälte, Plange Mühle 14, 40221 Düsseldorf

96: **Dr. Kai Henning Felderhoff**, AWB Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Königsstr. 46, 48143 Münster

98: **Ingo Egloff**, Hafen Hamburg Marketing e.V., Pickhuben 6, 20457 Hamburg

100: **Gabriele Romeike-Fänger**, Financial Projects, Mendener Str. 3, 45470 Mülheim a.d.Ruhr

102: **Marie Ting**, Südwestfalen Agentur GmbH, Martinstr. 15, 57462 Olpe

106: **Rainer Heumann**, NETVRIDA, Nibelungenstr. 84, 41462 Neuss

110: **Karl-Heinz Lauser**, Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte PartGmbB, Berliner Allee 55, 40212 Düsseldorf

112: **Tom Pause**, E & P Focus Africa Consulting GmbH, Schauenburgerstr. 59, 20095 Hamburg

120: **Eva Stupp**, Euler Hermes Aktiengesellschaft Exportkreditgarantien der Bundesrepublik Deutschland, Im Mediapark 8, 50670 Köln

122: **Dr. Georg Jaster**, Tigges Rechtsanwälte Partnerschaft mbB, Zollhof 8, 40221 Düsseldorf

128: **Anne Kietzmann**, Formularverlag CW Niemeyer GmbH & Co. KG, Stüvestr. 41, 31785 Hameln

132: **Anette Kolkau**, Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft, Kölner Str. 8, 42651 Solingen

134: **Dipl.-Kfm. Michael Vossel**, Virginia Beach Department of Economic Development, Meerbuscher Str. 38, 40670 Meerbusch

138: **Ulrich Gunka**, Riela®Karl-Heinz Knoop e.K., Hansestr. 14, 48477 Riesenbeck

140: **Thomas Zeller**, United Parcel Service LLC & Co.OHG, Mittelstr. 11, 40789 Monheim am Rhein

143: **Anna Malis**, Repräsentanzbüro der Provinz Sichuan, Königsallee 90, 40212 Düsseldorf

144: **Thomas Stühle**, Aussenwirtschaftsrunde e.V., c/o Harnischmacher Löer Wensing Rechtsanwälte PartG mbB, Hafenweg 8, 48155 Münster

146: **Carina Brachter**, Bundesanzeiger Verlag GmbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln

Wir kümmern uns nicht nur um die Handelsfinanzierung.
Wir unterstützen Burdas Geschäfte und damit auch den Zugang zu Bildung.
#PositiverBeitrag
Sehen Sie den Film auf
positiverbeitrag.db.com

AWB §

GRENZENLOS
GUT BERATEN

ZOLLRECHT

EXPORTKONTROLLE

UMSATZSTEUERRECHT

Wir unterstützen Sie mit Expertenwissen und jahrelanger Erfahrung. Unsere klare Spezialisierung ist dabei Ihr entscheidender Vorteil.

Münster | München | Hamburg

www.awb-international.de