Jahrgang 5. September 2019

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

ahv nrw magazin

5 Jahre AHV NRW Magazin!

VON BLOCKCHAIN ÜBER INVESTMENTS BIS ZU TRADE FINANCE
Michael F. Spitz

STRATEGIEN À LA AMAZON UND NETFLIX
Axel Hallensleben

EIN LABYRINTH AUS AMTSWEGEN
Henry-J. und Marten-T. Nientimp

„ICH VERKAUFE DÜSSELDORF"
Ulrich Topp

AKADEMIE FÜR THEATER UND DIGITALITÄT
Mario Simon

Mensch - KOMMUNIKATION - Digital

Wir bieten nicht nur Handelsfinanzierung.

Wir verbinden Menschen, Länder und Expertise – weltweit.

#PositiverBeitrag

Unser Trade Finance-Team betreut Kunden in mehr als 45 Ländern. Ob Bedingungen für den Marktzugang, lokale Regularien oder Risiken und Trends: Wir beraten Unternehmen und Institutionen zu allen wichtigen Themen. Doch wir tun noch mehr. Wir tragen auch dazu bei, dass Geschäfte erfolgreich sind und ihren Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leisten.

Deutsche Bank Trade Finance – global zu Hause.

Deutsche Bank

Erfahren Sie mehr unter deutsche-bank.de/tf

Liebe Mitglieder, sehr geehrte Leserinnen und Leser,

vor Ihnen liegt das neue und informative ahv nrw magazin, gestaltet von / durch Außenhändler für Außenhändler. Es ist inzwischen die fünfte Ausgabe. Danke - an alle Beteiligten, die zur Realisierung dieses Gemeinschaftsprojektes beigetragen haben.

Sie werden ein facettenreiches und vielschichtiges Angebot von Fachbeiträgen finden. Schwerpunkt dieser Auflage ist das Thema *Mensch-Kommunikation-Digital*.

Die Digitalisierung schreitet auch im Außenhandel voran. Die dadurch erwachsenen Chancen und Risiken sind für uns Außenhändler in jeder Hinsicht von Belang. So erhöht die Digitalisierung maßgeblich den Druck auf schnelle Unternehmensentscheidungen. In Zukunft werden, neben Qualität und Preis, Schnelligkeit und Flexibilität entscheidende Wettbewerbsfaktoren sein. Technologischer Fortschritt hilft, durch Erhöhung der Transparenz der Marktteilnehmer, neue Märkte zu öffnen. Kein Algorithmus ersetzt jedoch das persönliche Gespräch mit einem Kunden oder einem Lieferanten.

Wir, die Außenhändler im AHV NRW e.V., setzen uns weiterhin für einen freien und regelbasierten Welthandel ein. Die WTO muss sich als multilaterale Interessengemeinschaft weiterentwickeln und reformieren. Sie darf aber keineswegs ausgebremst werden. Eine auf Protektionismus ausgerichtete Wirtschaftspolitik lehnen wir strickt ab. Der Wohlstand, nicht nur in Europa, beruht auf offenen Märkten. Verlässliche Rahmenbedingungen sind überall unerlässlich, auch bei Online-Marktplätzen und den damit verbundenen E-Commerce Aktivitäten.

Als Partner im Wettbewerb unterstützen die im AHV NRW vereinten Außenhändler maßgeblich die Industrie in Nordrhein-Westfalen. Mit ihrem fach- und länderspezifischen Know-how öffnen sie weltweit die Türen zu neuen Absatz- und Beschaffungsmärkten und erbringen zahlreiche Dienstleistungen rund um den Außenhandel.

Darüber hinaus ist der AHV NRW e. V. 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 – Prof. Dr. Andreas Pinkwart**
Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

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

8 **5 Jahre AHV NRW Magazin**
Ein Überblick

10 **Von Blockchain über Investments zu Trade Finance**
Michael F. Spitz

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

20 **Japan-EU Free Trade Agreement**
Benedikt Wemmer

22 **Strategien à la Amazon und Netflix**
Interview mit Axel Hallensleben

28 **Blockchain, Big Data und Co**
Jan Peter Coblenz

30 **Informationen werden nicht weniger**
Carina Brachter

32 **Akademie für Theater und Digitalität**
Mario Simon

40 **Webshops und Exportkontrolle**
Matthias Merz

42 **Marktchancen entlang der Seidenstraße**
Markus Renkes

44 **„Ich verkaufe Düsseldorf“**
Interview mit Ulrich Topp

48 **Grenzüberschreitender Datenverkehr**
Dr. Jens Eckhardt

50 **Digitalisierung international**
Anna Westenberger und Eva Korfanty

54 **ATC Goes Company – beim Bundesanzeiger**
Fotoreportage

58 **Hamburg: Drehkreuz für Transatlantikverkehre**
Ingo Egloff

60 **Digitalisierung: Der Mensch im Mittelpunkt**
Tanja Nackmayr

AHV NRW Magazin 2019

64 **Die Hebmüller-Group und NETVRIDA**
Axel Hebmüller und Franziska Kux

66 **Zoll – machen wir das selber?**
Volker Frischkorn und Stefan Reinhardt

70 **Labyrinth aus Amtswegen**
Interview mit Henry-J. und Marten-T. Nientimp

76 **Geheimnisschutzgesetz**
Dr. Talke Ovie

78 **Auf der Suche nach neuen Märkten**
Hanns Dahm

80 **Cross Light Inspektion**
Volker Schlevoigt

84 **ATC Goes Company – beim DUS Int. Airport**
Fotoreportage – siehe auch Seite 94 und 98

88 **Roadshows mit den AHKs**
Interview mit Henry-Johann Nientimp

92 **Staatsinterventionismus und offensive Industriepolitik**
Gregor Wolf

96 **Mensch – Kommunikation - Digitalität**
Interview mit Andreas Mühlberg

100 **Exportfinanzierung in unsicheren Zeiten**
Werner Schmidt

103 **AHV NRW engagiert sich im Beirat**
Andreas Mühlberg

104 **Bewilligungs-Monitoring: AEO-C und AEO-S**
Gerhard Friese

108 **Korrekte Anwendung von Präferenzen**
Corinna Tamminga

112 **Hannover Messe 2020**
Brigitte Mahnken

114 **Exportfinanzierung ist einfach**
Andrea Kühn

116 **Handel im Wandel**
André Schwarz

118 **Artem@Artis**
Verena Winter

122 **Impressum**

Wenn Sie eine smarte App haben, die weltweite Informationen bereithält.

Jetzt kostenlos downloaden!

Available on the App Store

ANDROID APP ON Google play

sskduesseldorf.de

Stadtsparkasse Düsseldorf

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

Die digitale Transformation von Wirtschaft, Produktion und Kundenbeziehungen ist gerade für das Industrieland Nordrhein-Westfalen eine zentrale Herausforderung. Um die Wettbewerbsfähigkeit unserer exportorientierten Wirtschaft zu sichern und innovative Branchen und Technologien im Land zu fördern, reicht eine leistungsfähige Infrastruktur nicht aus. Wir brauchen auch die Offenheit der Unternehmen für neue Ideen und Kooperationen.

Gigabitfähige Infrastrukturen mit schnellen Datenverbindungen und leistungsfähigen Netzen sind jedoch die Grundlage der Digitalisierung. Die Landesregierung hat sich deshalb das ehrgeizige Ziel gesetzt, dass Nordrhein-Westfalen bis 2025 über flächendeckende, konvergente Gigabitnetze verfügt. Bis Ende 2022 sollen alle Gewerbegebiete an Glasfasernetze und Schulen an das Gigabit-Netz angeschlossen werden. Dazu haben das Land, die führenden Netzbetreiber und die Branchenverbände im Rahmen des GigabitMasterplan. NRW eine Zusammenarbeit zum Netzausbau vereinbart. Gleichzeitig haben wir das Beratungs- und Förderangebot des Landes entscheidend ausgebaut, um die Kommunen beim Anschluss noch nicht versorgter Gebiete besser zu unterstützen.

©MWIDE NRW/E. Lichtenscheidt

Für die Unternehmen ist es extrem wichtig, eine Strategie zu verfolgen, mit der sie die Chancen der Digitalisierung für sich nutzbar machen: Wie kann die eigene Marktposition in einem globalen, dynamischen Umfeld gesichert oder ausgebaut werden? Wo sind neue Wertschöpfungsmöglichkeiten und Geschäftsfelder zu erschließen? Dazu muss nicht jedes Unternehmen die technologischen und organisatorischen Anpassungsprozesse alleine bewältigen. Vielmehr können die Herausforderungen der Digitalisierung in Kooperation mit anderen Unternehmen und Start-ups gemeinsam bewältigt werden.

Dabei lohnt auch immer der Blick in andere Länder und Regionen. Eine neue Außenwirtschaftsstrategie für Nordrhein-Westfalen nimmt daher auch die Innovations- und Technologiekooperation mit internationalen Partnern in den Fokus. Die Landesregierung unterstützt bereits mehrere Projekte, die unseren Unternehmen das Innovationspotenzial internationaler Partnerschaften erschließen. Ich würde mir wünschen, dass zahlreiche unserer Bestleister, insbesondere aus dem Mittelstand, davon Gebrauch machen.

Prof. Dr. Andreas Pinkwart
Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung
und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

Wir überschreiten ständig Grenzen.

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

www.tradeo.legal

tradeo LLP Rechtsanwälte

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Digitalisierung ist in vollem Gange. Sie führt zu fundamentalen Veränderungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Arbeitswelt. Die Karten im internationalen Wettbewerb werden neu gemischt. Europa muss sich gegen starke Konkurrenz aus Fernost und den USA behaupten. Der Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen – geprägt von seiner leistungsfähigen Industrie und seinem familiengeführten Mittelstand – hat dabei gute Chancen. Die Digitalisierung eröffnet nicht nur Start-ups die Chance, innovative Geschäftsfelder zu entwickeln. Viele Unternehmen in Dienstleistungen und Industrie sind längst digital.

Jetzt gilt es, richtig Tempo zu machen. Wer das Land für die digitalen Herausforderungen fit machen will, muss die Infrastruktur schleunigst weiterentwickeln. Die ressortübergreifende Digitalstrategie der Landesregierung ist ein richtiger Impuls für die Zukunftsfähigkeit des Wirtschafts- und Industriestandortes. Hierzu gehört insbesondere der zügige und lückenlose Ausbau des Gigabit-Netzes sowie der 5G-Technologie im Mobilfunk bis in die ländlichen Industrie- und Gewerbegebiete hinein. Hier müssen jetzt mehrere Gänge hochgeschaltet werden.

In unseren Betrieben müssen wir darauf achten, die digitalen Chancen gegenüber unseren Mitarbeitern in den Vordergrund zu stellen. Wir wissen schon heute, dass sich 60 Prozent der Arbeitsplätze verändern. Jobs in der Produktion werden wegfallen, andere in der Steuerung, Überwachung und Verwaltung entstehen. Wir werden weniger Menschen haben, die Maschinen bedienen, dafür aber mehr, die sie entwickeln und steuern. Deshalb müssen wir unsere Mitarbeiter so schulen, dass sie Veränderungen gut bewältigen können. Und sie dabei motivieren, sich darum zu kümmern, beschäftigungsfähig zu bleiben.

Digitales Denken brauchen wir vor allem an Schulen und Hochschulen. Wenn wir eine Vorreiterrolle bei der Digitalisierung einnehmen wollen, dann müssen wir eine digitale DNA entwickeln. Digitalisierung muss entlang der Bildungsbiographie für junge Menschen als selbstverständlich mitgedacht werden.

Für all dies stehen die Chancen gut: Wenn wir es schaffen, den digitalen Prozess in der Gesellschaft und in der Arbeitswelt positiv zu verankern, blicke ich für den Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen optimistisch in die Zukunft.

Ihr

Arndt G. Kirchhoff
Präsident,
unternehmer nrw

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

AHV NRW e.V. proudly presents: 5 Jahre AHV NRW Magazin

Die große Herausforderung

Hochwertige und relevante Inhalte – für eine möglichst große heterogene Gruppe von Spezialisten – attraktiv und ansprechend zu präsentieren.

Die Strategie

Wer ist besser geeignet über Fachthemen des Außenhandels zu berichten, als Menschen, die sich tagtäglich in diesem Tätigkeitsfeld bewegen?

Die Mitglieder und Freunde des AHV NRW e.V. haben Beeindruckendes geleistet; beruflich intensiv eingebunden haben sie sich die Zeit genommen und ihr spezifisches Knowhow diesem Magazin zur Verfügung gestellt.

Ihnen gilt unser großer Dank.

Unser Anspruch

- Inhalte am Puls der Zeit
- Brisante Themen mit Substanz
- Den gewissen Mehrwert bieten: Szeneeinblicke in Kunst und Kultur

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Magazin

Vorsitzender
Theo-Heinz Nientimp
Geschäftsführer
thenex GmbH

Stellvertretender
Vorsitzender
Jürgen René Hilscher
Geschäftsführer LION
Handels- und Verlags
GmbH

Geschäftsführer
Andreas Mühlberg
Außenhandelsverband
NRW e.V.

Anzeigen
LION Handels- und
Verlags GmbH
Anne Kietzmann

Kreativzentrum
GrenzBlickAtelier
Joop van Reeken und
Verena Winter

Von Blockchain über Investments bis zu Trade Finance

main incubator: Die F&E-Einheit der Commerzbank Gruppe

Text: Michael F. Spitz

Digitalisierung ist ein großes Thema – vor allem auch für Banken. Mit dem main incubator hat die Commerzbank ein Vehikel gegründet, das sich genau diesem Thema annimmt.

Dabei bringen wir als Forschungs- und Entwicklungseinheit über drei Wege Innovationen in die Commerzbank und zu ihren Kunden:

- Über eigene Eventformate wie „Between the Towers" fördern wir unsere Community. Im Austausch mit Partnern aus Industrie und Forschung sowie Startups gewinnen wir wichtige Impulse und stoßen selbst erfolgreich neue Ideen an.
- Darüber hinaus unterstützen wir als strategischer Frühphaseninvestor technologiegetriebene Startups in ihren Anfangsphasen und sind dabei Partner, Mentor und gleichzeitig Netzwerk für ihre innovativen Lösungen.
- Schließlich entwickeln wir ähnlich eines Zukunftslabors selbst eigene Prototypen für neue Finanz-Produkte, die einen Mehrwert für die Commerzbank oder ihre Kunden liefern werden.

Blockchain als Zukunftstechnologie

Die Grundlage all unserer Aktivitäten bilden insgesamt zwölf Zukunftstechnologien, sogenannte Emerging Technologies, und deren Einfluss auf die Finanzbranche von morgen: Artificial Intelligence (AI), Big Data, Biometrics, Blockchain/DLT, Cloud, Internet of Things (IoT), Machine Learning (ML), Open API, Quantum Computing, Robotics, Virtual sowie Augmented und Mixed Reality und schließlich Wearables.

Auf Basis dieser Zukunftstechnologien prüfen wir den Mehrwert der Startup-Lösungen, in die wir investieren, informieren und diskutieren mit unserer Community und entwickeln schließlich in eigen dafür aufgesetzten Labs Prototypen für neue Dienstleistungen und Produkte. Unser bisher größtes Lab ist das 2016 gegründete DLT Lab, mit dem wir bereits entscheidende Meilensteine in der Anwendung der Blockchain-Technologie erwirken konnten. So sind wir als main incubator einer der führenden Blockchain-Plattform-Betreiber für Kapitalmarktransaktionen.

Mit den beiden Pilot-Transaktionen im September 2017 mit KfW und MEAG sowie im Dezember 2018 mit Natixis, ING und Rabobank konnten wir den Prozess schneller, transparenter,

Michael F. Spitz
CEO

Main incubator GmbH
F&E Einheit der
Commerzbank Gruppe
Mainzer Landstrasse 33a
60329 Frankfurt am Main

T +49 69 71 91 387 0
info@main-incubator.com
www.main-incubator.com

main INCUBATOR

über die Reduktion von Intermediären effizienter sowie schließlich auch auf der Blockchain rechtsverbindlich und damit ohne notwendigen Parallelprozess gestalten. Bei der Transaktion mit Continental und Siemens im Januar 2019 haben wir auch den letzten wichtigen Schritt – Cash on Ledger – realisieren können. Technisch und juristisch konnten wir die Herausforderung für den Wertpapierhandel über Blockchain damit lösen.

Neben der Begebung von Wertpapieren über Blockchain haben wir u.a. außerdem gemeinsam mit thyssenkrupp eine FX-Forward-Transaktion durchgeführt und arbeiten aktuell vor allem an den Themen Blockchain für den Sekundärmarkt.

Hinsichtlich der kürzlich medial vielfach aufgegriffenen sogenannten Cash States haben wir bisher folgende Erkenntnisse gewonnen: Bei den aktuellen Versionen handelt es sich noch nicht um perfekt ausgereifte Lösungen und die Problematik konzentrierter Risiken ist noch nicht hinreichend behoben. In diesem Bereich interessiert uns vor allem die Automatisierung von Smart Contracts.

Insgesamt beschäftigen wir uns so schwerpunktartig mit vier Anwendungsbereichen der Blockchain-Technologie: Kapitalmarkt, Identität, Handelsfinanzierung und Cash on ledger. In allen vier Bereichen zusammen haben wir bereits über 80 Anwendungsfälle geprüft und 10 Pilot-Transaktionen sowohl mit Industrieunternehmen als auch mit Finanz- und supranationalen Institutionen erfolgreich durchgeführt. Darüber hinaus sind wir in diversen Konsortien aktiv, so zum Beispiel R3, HQLAX oder Marco Polo.

Bei allem geht es uns darum, realistisch die Chancen der Blockchain-Technologie zu erforschen. Auch wenn wir der Technologie großes Potential zuschreiben, glorifizieren wir sie nicht als Allzweckwaffe. So mag es durchaus Bereiche - wie zum Beispiel die bilaterale Kreditvergabe - geben, im Kontext dessen wir die Sinnhaftigkeit der Blockchain-Technologie nicht sehen.

Blockchain und Trade Finance

Als führende Bank in der Handelsfinanzierung für den deutschen Mittelstand sehen wir in der Blockchain-Technologie erhebliche Potentiale, die wir unter anderem gemeinsam mit dem Fraunhofer Institut oder in Konsortien wie Marco Polo untersuchen. Unser übergeordnetes Ziel dabei ist es, den Akteuren im Trade-Ökosystem einen effizienteren Datenaustausch zu ermöglichen: An dieser Vision arbeiten wir als Founding Bank nunmehr mit mehr als 20 anderen Banken weltweit in der Marco Polo Initiative gemeinsam mit R3 und TradeIx.

Michael F. Spitz

So sollen langfristig z.B. physische Dokumente entlang einer Handels-Transaktion durch Daten ersetzt werden, die zwischen den beteiligten Parteien effizient über eine DLT-Lösung geteilt werden können.

Bei allem interessiert uns neben der Technologie selbst gleichermaßen auch ihr Verknüpfungspotential mit anderen Zukunftstechnologien. Hier hat sich DLT als geeignete Grundlage und Infrastruktur erwiesen, um Daten aus anderen innovativen Quellen wie z.B. Internet of Things (Sensorik / IoT) oder Predictive Analytics optimal miteinander zu vernetzen. Eine solche Verbindung der Blockchain-Technologie und IoT kann dabei zum Beispiel einen positiven Effekt auf die Risikoabsicherung haben und zur Optimierung des Working Capital genutzt werden.

Ethik nicht aus dem Blick verlieren

Als Forschungs- und Entwicklungseinheit sehen wir unseren Auftrag nicht nur in der Untersuchung von neuen Technologien. Uns interessiert gleichermaßen auch, welchen Einfluss sie auf den Menschen und die Gesellschaft haben können. Fragestellungen wie diese behalten wir dabei bei all unseren Forschungsergebnissen stets im Blick und tragen ihnen mit unserem divers aufgestelltem Team stets Rechnung. ◂

WIR! – die Außenhändler

Ein Blick hinter die Kulissen des AHV NRW e. V.

Text: Andreas Mühlberg

Wir, die Außenhändler in Nordrhein-Westfalen, sind ein starker Verbund von Unternehmen unterschiedlicher Größe und Branchen. Ein Großteil unserer Mitglieder sind kleine und mittlere Unternehmen, die im Außenhandel aktiv sind. Zum Mitgliederbestand zählen auch Unternehmen ausländischen Ursprungs, wie z.B. aus Brasilien, China, Frankreich, Italien, Japan, Polen, Südkorea, Türkei und den USA, die von NRW aus den europäischen und teilweise auch den außereuropäischen Markt bearbeiten. Darüber hinaus zählen auch Dienstleistungsunternehmen zum Mitgliederkreis, die den Außenhandel fördern, absichern, finanzieren und rechtssicher gestalten.

Gastredner Dr. Karl Brauner, stellvertretender WTO-Generaldirektor (Foto: Joop van Reeken)

Die Kernaufgabe

Der AHV NRW e. V. erfüllt seinen Satzungsauftrag seit seiner Gründung im Jahr 1946 mit Engagement, Nachhaltigkeit und Kompetenz. Das Unternehmer- und Verbandsnetzwerk wird durch vielseitige Aktivitäten und intensive Gremienarbeit gepflegt und Jahr für Jahr ausgebaut. Eine offen geführte Kommunikationskultur ermöglicht den Mitgliedsunternehmen Informationen und Wissen bei der Marktbearbeitung zu ihrem Nutzen einzusetzten.

Der Satzungsauftrag umfasst die eingehende Beratung und Unterstützung sowie die Wahrnehmung der Interessen seiner Mitgliedsunternehmen gegenüber Dritten. Das schließt die Interessenvertretung gegenüber den Ministerien auf Landes-, Bundes- und auf EU-Ebene sowie den nachgelagerten Behörden und Institutionen, wie z.B. die Generalzolldirektion, das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) u.v.m. mit ein.

Das Netzwerk

Seit Anfang 1998 ist der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) als Fachverband organisatorisch und personell unter dem Dach der Düsseldorfer Arbeitgeberverbände e. V. angesiedelt. Somit ist der AHV NRW wiederum mittelbar in das Unternehmer- und Verbandsnetzwerk der Landesvereinigung der Unternehmensverbände Nordrhein-Westfalen e. V. (unternehmer.nrw) eingebunden. Auf Bundesebene ist er mit dem Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V. (BGA) und dem Bundesverband des Deutschen Exporthandels e. V. (BDEx) vernetzt. Darüber hinaus bestehen weitere Verknüpfungen mit dem Kammernetzwerk der Industrie- und Handelskammern (IHKn), den Auslandshandelskammern (AHKn) und den Handwerkskammern (HWKn). Auf

AHV•NRW

Vorstandsebene ist der AHV NRW sowohl im Beirat Außenwirtschaft als auch in der Arbeitsgruppe BREXIT des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie Nordrhein-Westfalen vertreten.

Die Jahreshauptversammlung – ein willkommenes Get-together

Die Vereinssatzung sieht vor, dass einmal im Jahr eine Mitgliederversammlung stattzufinden hat. Über die Jahre hinweg hat sich die jährliche Mitgliederversammlung zu einem beliebten Netzwerktreffen der Außenhändler entwickelt. Eine optimale Gelegenheit andere Mitgliedsunternehmen persönlich kennen zu lernen. Neben den vereinsrechtlichen Formalien wird genügend Zeit eingeräumt, um neue Mitgliedsunternehmen vorzustellen. Im direkten Anschluss an jede Mitgliederversammlung erwartet die Mitgliedsunternehmen ein Gastvortrag. Am 25.03.19 hat der AHV NRW, wie bereits in den Jahren zuvor, in den Industrie-Club Düsseldorf geladen.

Das beschäftigt Außenhändler im Jahr 2019

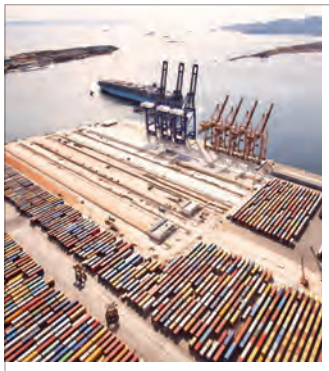
Aufgrund des immer stärker werdenden Protektionismus war es für den AHV NRW eine große Freude, den stellvertretenden Generaldirektor der WTO, Herrn Dr. Karl Brauner als Gastredner für den Gastvortrag am 25.03.19 begrüßen zu können. Mit seinem Gastvortrag zum Thema: „Die WTO vor dem Umbruch / Neuausrichtung im Spannungsfeld zwischen Protektionismus und Freihandel“ traf er genau den Nerv der am Außenhandel beteiligten Unternehmen.

Die Zunahme von Handelskonflikten in ihrer unterschiedlichen Ausprägung und nationale Alleingänge in der Außenwirtschaftspolitik untergraben immer mehr die Zielsetzung der WTO. Das, was die WTO bisher ausgemacht hat, nämlich einen klaren Verpflichtungsrahmen zu garantieren, scheint nicht mehr zu gelten. Was die Außenhändler derzeit an geopolitischen Verwerfungen erleben, beunruhigt sehr.

Für uns Außenhändler ist ein regelbasierter Außenhandel Voraussetzung für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung. Nationale Alleingänge, zunehmender Protektionismus und aufkeimender Populismus machen das Leben eines Außenhändlers schwer. Planungs- und Rechtsunsicherheit wirken sich negativ auf die wirtschaftliche Entwicklung einzelner Absatz- und Beschaffungsmärkte aus.

Gefahren für den (regelbasierten) Freihandel

In einer sich anschließenden Diskussion kamen die Auswirkungen der U.S.-Strafzölle auf Aluminium- und Stahlprodukte auf die Wirtschaft ebenso zur Sprache, wie der Umgang mit China. Die Erwartungen, die seinerzeit mit dem Beitritt Chinas zur WTO verknüpft waren, haben sich nicht erfüllt. Die nationalstaatlichen Alleingänge und die großzügige Auslegung des WTO-Verpflichtungsrahmens sind Gift für einen regelbasierten Freihandel. Transparenz, Vorhersehbarkeit und ▸



Unser Produktportfolio:
+ SAP GTS Remote Support & Beratung
+ AEO / ZWB Beratung
+ ATLAS Export/Import
+ EMCS
+ Intrahandelsstatistik
+ Präferenzabwicklung & Langzeitlieferantenerklärung

Hübner IT Solutions GmbH – Die Zollspezialisten!

Seit 1983 haben wir uns auf die Optimierung von Verzollungsprozessen spezialisiert und entwickeln für Sie Zoll-Softwarelösungen. Wir unterstützen Sie in Zollberatungsthemen wie z. B. der AEO Zertifizierung oder Ihrer anstehenden Zoll- und Außenwirtschaftsprüfung. Ihre Anforderungen im Bereich SAP GTS (Global Trade Services) betreut unser projekterfahrenes Service-Team gerne.

Hübner SAP GTS Remote Support – Auch aus der Ferne für Sie da!

Hübner IT Solutions unterstützt als Beratungsunternehmen Kunden im Bereich SAP GTS und greift auf eine Erfahrung aus mehr als 40 Einführungsprojekten zurück. Unser Know-how stellen wir Ihnen nicht nur inhouse, sondern auch als Service via Remote Support zur Verfügung.

+ Umfassendes Know-how erfahrener Spezialisten im Bereich GTS und Zoll.
+ Kurze Reaktionszeiten und direkte Verfügbarkeit bei Problemen und Fragestellungen.
+ Automatische Updates für eine gesetzlich konforme GTS Version.
+ Transparente Kostenstruktur durch individuelle Abnahmevolumen.

Sie haben Fragen zum Hübner SAP GTS Remote Support oder anderen Services aus unserem Produktportfolio? Wir informieren Sie gerne.

hübnerITsolutions

www.huebner-aachen.com

Rechtsicherheit müssen wieder Eckpfeiler einer funktionierenden WTO werden. Der AHV NRW wird sich mit seiner Expertise auf Bundes- und auf EU-Ebene einbringen.

Mitgliederversammlung (25.03.2019) – ein Rückblick

2018 war für den Großteil der am Außenhandel beteiligten Mitgliedsunternehmen ein zufriedenstellendes Geschäftsjahr. Nach vorläufigen Zahlen des statistischen Landesamtes (IT.NRW) exportierte die NRW-Wirtschaft 2018 Waren mit einem Rekordwert von rund 196,1 Mrd. Euro. Das entspricht einem Zuwachs von 3,0 % gegenüber dem Vorjahr.

Die AHV NRW Geschäftsstelle hat im Berichtszeitraum (12.03.18 – 25.03.19) zahlreiche Mitgliedsunternehmen erfolgreich beraten und unterstützen können. Durch die zahlreichen Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) konnten Impulse für das Tagesgeschäft vieler Mitgliedsunternehmen gesetzt werden.

Im Rahmen der klassischen Interessenvertretung konnten im Berichtszeitraum einige erfreuliche Entwicklungstendenzen festgestellt werden. Beispielsweise hat die Politik jetzt auf Druck der Wirtschaftsverbände erkannt, dass durch die unterschiedliche Verrechnungsweise der Einfuhrumsatzsteuer bei der Einfuhr über die Niederlande oder Deutschland Wettbewerbsnachteile für die Außenhandelsunternehmen in Deutschland bestehen. Bei der Novellierung der Dual-use Verordnung, deren Prozess noch immer nicht abgeschlossen ist, konnten gegenüber früheren EU-Gesetzesentwürfen deutliche Verbesserungen erzielt werden.

EPA – das weltweit größte Freihandelsabkommen

Mit dem jüngst abgeschlossenen Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (EPA) - auch JEFTA genannt - zwischen der EU und Japan ist im Februar 2019, nach fünf Verhandlungsjahren, das weltweit größte Freihandelsabkommen in Kraft getreten. Ein starkes wirtschaftspolitisches Signal zur rechten Zeit an all jene, die immer mehr auf Protektionismus anstelle des Freihandels setzen. Das EPA betrifft nahezu zwei Drittel des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) und wird zu zusätzlichen Wachstumsimpulsen auf beiden Seiten führen. In der praktischen Umsetzung, d.h. im Tagesgeschäft, hakt es noch an der einen oder anderen Stelle. Das hängt vor allem mit komplexen Ursprungsregeln zusammen, die ein Außenhändler zu beachten hat, um vom Freihandelsabkommen zu profitieren. Inzwischen hat die EU-Kommission mit japanischen Zollbehörden zollrechtliche Detailfragen klären können. Die Verhandlungen für ein zusätzliches Abkommen zum Investitionsschutz werden baldmöglichst beginnen.

Entwicklungen in der Exportkontrolle

Im Berichtszeitraum stand der Status Quo bei der Novellierung der Dual-use Verordnung im Vordergrund. Anfang 2019 informierte das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie den BDEx, dass alle Termine für die Trilog-Sitzungen im Zusammenhang mit der Dual-use Reform abgesagt wurden. Wie sich der Gesetzgebungsprozess nach der Europawahl gestalten wird, ist derzeit noch ungewiss. Ein Teil der fachkundigen Abgeordneten, die für den BDEx und AHV NRW als kompetente Ansprechpartner dienten, werden dem neu gewählten EU-Parlament Ende Mai 2019 nicht mehr angehören. Das schließt den jeweiligen Mitarbeiterstab, der sich im Laufe des Gesetzgebungsverfahrens intensiv in die komplexe Materie eingearbeitet hatte, mit ein. Es wird darauf ankommen, wie und in welcher Form sich die neu gewählten Mitglieder des EU-Parlaments mit der Exportkontrolle beschäftigen.

Wirtschaftssanktionen – der IRAN im Fokus der USA

Der Außenhandel mit dem Iran ist aufgrund der weiteren Verschärfung der U.S.-Wirtschaftssanktionen stark zurückgegangen. Im Mai 2018 haben die USA das Atomabkommen mit dem Iran (JCPOA (Joint Comprehensive Plan of Action)) aufgekündigt. Im August 2018 wurde auf Seiten der EU daraufhin die sogenannte Blocking-Verordnung zum Schutz vor den Auswirkungen der extraterritorialen Anwendung von einem Drittland erlassener Rechtsakte sowie von darauf beruhenden oder sich daraus ergebenen Maßnahmen, aktualisiert. So umfasst der Anhang der Blocking-Verordnung jetzt auch die U.S.-Sanktionen gegenüber Iran. Ein EU-Leitfaden dient zum besseren Verständnis der aktualisierten Blocking-Verordnung. Der Außenhandel der EU mit dem Iran ist seitdem extrem rückläufig. Es bleibt abzuwarten, inwieweit es der Europäischen Union gelingen wird, das Atomabkommen mit dem Iran weiterhin aufrecht zu erhalten. Die Wirtschaftssanktionen setzen dem Iran immer mehr zu. Eine friedliche Beilegung des Konflikts ist wünschenswert.

Eine Hürde für den Außenhandel

Unabhängig davon bleibt ein Dauerthema die Ausgestaltung der Wirtschaftssanktionen insgesamt. Insbesondere personenbezogene Sanktionen - einschließlich der mittelbaren Bereitstellungsverbote - erschweren unverändert das Außenhandelsgeschäft. Der Aufwand für die Unternehmen, jeden einzelnen Geschäftsvorfall auf die Einhaltung exportkontrollrechtlicher Vorschriften zu überprüfen, bleibt sehr hoch. Sowohl die Komplexität, als auch die Regelungstiefe der gesetzlichen Rahmenbedingungen haben weiter zugenommen. Die Verunsicherung ist gegenüber dem Vorjahr nochmals gestiegen.

Rußland – ein Handelspartner der EU – trotz Sanktionen

Die EU-Wirtschaftssanktionen gegenüber Russland, aufgrund der völkerrechtswidrigen Annexion der Krim in 2014, werden regelmäßig verlängert. Jedoch drohen auch hier weitere Verschärfungen seitens der USA. Der U.S.-Kongress arbeitet derzeit an neuen Gesetzesinitiativen, um die bestehenden Wirtschaftssanktionen gegenüber Russland weiter zu verschärfen.

Der OAOEV e. V. (Ost-Ausschuss - Osteuropaverein der Deutschen Wirtschaft e.V.) hat in seiner Funktion als Regionalinitiative der deutschen Wirtschaft gemeinsam mit den Spitzenverbänden ▸

Meet, Eat & Talk nach der AHV NRW Mitgliederversammlung am 25.03.2019
(Foto: Joop van Reeken)

der deutschen Wirtschaft, u.a. BGA, Anfang 2019 ein neues Positionspapier für die Zusammenarbeit mit Russland herausgegeben. In ihm werden 15 Zukunftsfelder der Zusammenarbeit mit Russland identifiziert, bei denen Wirtschaftskooperationen zwischen deutschen und russischen Unternehmen sowie Institutionen angestrebt werden. Auch der AHV NRW hat sich inhaltlich mit eingebracht. Neben der Forderung nach einer deutlichen Vereinfachung bei Visa-Antragsverfahren, wurde auch der Wunsch nach einem Einstieg in den Ausstieg der Wirtschaftssanktionen kundgetan. Unter der Voraussetzung, dass neue Gesprächsformate entwickelt werden, um den Friedensprozess neu beleben zu können.

Entwicklungen in der Außenhandelsfinanzierung

Zurückblickend auf das vergangene Jahr konnten im Bereich der Außenhandelsfinanzierung einige Erfolge im Rahmen der Lobby-Arbeit, im Hinblick auf marktfähige Risiken und ausländischer Zulieferanteile mit der erfolgreich abgeschlossenen APG-Reform (Ausfuhrpauschalgewährleistungen), bei der staatlichen Exportkreditversicherung erzielt werden.

OECD-Regelwerk auf dem Prüfstand

Ein immer größerer Teil der weltweiten Außenhandelsfinanzierung wird außerhalb des OECD-Regelwerks abgewickelt. Das Level Playing Field in der staatlichen Exportfinanzierung steht somit mächtig unter Druck. Innerhalb der OECD-Organisation gibt es daher Beratungen über eine Überarbeitung des OECD-Konsenses. So falle lediglich noch 1/3 des ECA-Geschäfts unter die Regeln des OECD-Rahmenwerks. Hier habe eine Erosion der Integrität des Konsenses durch eine Verschiebung in internationalen Wirtschaftsstrukturen eingesetzt. Man stehe nun vor der Aufgabe den Konsens neu, schlanker und an die aktuellen Herausforderungen angepasst, aufzustellen.

Udo Völker, ehemaliger AHV NRW Vorsitzender, bei der AHV NRW Mitgliederversammlung 2019 (Foto: Joop van Reeken)

Das beschäftigt den AHV in der Zukunft

Auf der Agenda der AHV NRW-Verbandsarbeit stehen darüber hinaus einige Prozessthemen im Rahmen der staatlichen Exportkreditgarantien. Im Mitgliederkreis spielen insbesondere die Themen Prämienberechnung, Deckungsfähigkeit von genehmigungspflichtigen Gütern, der Verbesserung der Deckungsqualität, der Schadensabwicklung und die Ausgestaltung von Kreditprüfungsprozessen eine wichtige Rolle.

Der afrikanische Markt wächst

Erfreulicherweise haben sich die Konditionen für Exportkreditgarantien bei einigen afrikanischen Ländern gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert. Konkret wurde der Selbstbehalt für Geschäfte mit dem öffentlichen Sektor in einigen Ländern von 10 auf 5 % halbiert. Dies gilt seit Juni 2018 für Cote d´Ivoire und den Senegal sowie für – unter bestimmten Voraussetzungen – Äthiopien, Ghana und Ruanda. Unternehmen, die bisher noch keine Bundesgarantie für Exportgeschäfte mit Afrika beantragt haben, wird die Antragsgebühr für die ersten drei Anträge erlassen.

Diese Länder haben im Zusammenhang mit der G20-Initiative „Compact with Africa“ die Rahmenbedingungen für private Investoren signifikant verbessert. Die Initiative beinhaltet individuell zugeschnittene Investitionspartnerschaften, sog. Compacts, mit interessierten afrikanischen Ländern. Ziel ist es, die Rahmenbedingungen für privatwirtschaftliche Investitionen in Afrika zu verbessern. Ende 2018 gab es Partnerschaftsabkommen mit folgenden afrikanischen Ländern: Ägypten, Äthiopien, Benin, Burkina Faso, Cote d`Ivoire, Ghana, Guinea, Marokko, Ruanda, Senegal, Togo und Tunesien. Sobald weitere afrikanische Staaten umfassende Reformen umsetzen, wird die Bundesregierung die Regelung auf weitere Länder in Afrika ausdehnen.

Entwicklungen im Zoll und der Handelspolitik

Auch im Zollbereich und in der Handelspolitik gab es fortan interessante Entwicklungen zu verzeichnen. Ein Thema im Berichtszeitraum war die Zulässigkeit der Abfrage der Steuer-ID im Rahmen der Neubewertung zollrechtlicher Bewilligungen. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat in seinem Urteil vom 16.01.19 dahingehend entschieden, dass die Abfrage der Steuer-ID rechtens ist. Allerdings schränkt der EuGH den Kreis der betroffenen Personen deutlich ein, deren private Steuer-ID vom Zoll abgefragt werden darf. So ist die Abfrage der Steuer-ID lediglich zulässig für das für Zollangelegenheiten zuständige Mitglied der Geschäftsführung sowie für den Zollbeauftragten des Unternehmens.

Die EU verhandelt derzeit mit den Ländern Vietnam, Singapur, Australien / Neuseeland sowie mit dem MERCOSUR über ein Freihandelsabkommen. Das EU-Kanada Abkommen CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement) ist am 21.09.17 bereits vorläufig in Kraft getreten. Für ein vollständiges Inkrafttreten bedarf das Abkommen noch der Ratifizierung durch die nationalen Parlamente in der EU, Kanadas und der EU selbst. Mit Stand Januar 2019 haben bisher nur 12 EU-Mitgliedsstaaten das Abkommen ratifiziert

Mitglieder profitieren

Um den immer größer werdenden Anspruchsniveau hinsichtlich der Einhaltung zoll- und exportrechtlicher sowie ▸

Ihr Partner für Zoll und Außenhandel

Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Zoll- und Außenhandelsprozesse optimieren:

- Strategische Beratung und Compliance
- Effiziente Zollabwicklung
- Praxisgerechte, digitale Lösungen

kghcustoms.com

KGH Customs Services GmbH
Niederlassung Soest
Kurze Straße 19–21
DE-59494 Soest
Telefon: +49 (0)2921 70437-20
E-mail: sales.de@kghcustoms.com

KGH CUSTOMS SERVICES

thenex®

WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900

WIR MACHEN EXPORT FÜR SIE!

- Maßgeschneiderte Lösungen
- Finanz-Expertise
- Länderkenntnis
- Know-how
- Exporterfahrung
- Kontakte und Strukturen

- optimale Kostenkontrolle
- starker Service vor Ort
- rundum Sicherheit
- ohne Investitionsrisiko
- individuell, wie Ihr Unternehmen

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

umsatzsteuerrechtlicher Vorschriften gerecht zu werden, hat der AHV NRW im vergangenen Jahr eine Kooperationsvereinbarung mit der Außenwirtschaftsakademie (AWA) und der Konvent Veranstaltungs GmbH geschlossen. Die Kooperation sieht vor, dass Mitgliedsunternehmen bei der Buchung von Seminaren der AWA und der Konvent einen Rabatt eingeräumt bekommen.

Erfolgreiche Premiere „ATC Goes Company“ beim Bundesanzeiger Verlag

Die regelmäßigen Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) entwickeln sich weiterhin durchweg positiv. In 2018 fanden insgesamt 13 ATC-Veranstaltungen statt, an denen durchschnittlich 15 Personen teilnahmen.

Premiere „ATC Goes Company“ beim Bundesanzeiger Verlag am 06.09.18 (Foto:Joop van Reeken)

In Ergänzung dazu besteht für die jeweilige Fach- und Führungsebene die Möglichkeit, Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter in die BDEx-Arbeitskreise Exportkontrolle / Außenwirtschaftsrecht und Außenhandelsfinanzierung sowie in den BGA-Arbeitskreis Zoll zu entsenden. Die Teilnahme wird jeweils auf Wunsch mit einem Teilnahmezertifikat dokumentiert.

Bestens vernetzt – im AHV NRW

Das facettenreiche Auslandsgeschäft erfordert neue Formen der Kommunikation unter den Mitgliedsunternehmen. Neben den erfolgreichen Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) wurde am 08.06.18 im Golfpark Meerbusch am Niederrhein ein AHV NRW Sommerfest durchgeführt. Viele Mitgliedsunternehmen haben die Gelegenheit wahrgenommen, um die Netzwerkkultur des AHV NRW zu erleben. Die hohe internationale Beteiligung der Gäste war Garant für aufschlussreiche und interessante Gespräche.

Auf Einladung des Bundesanzeiger Verlags, mit Hauptsitz in Köln, fand am 06.09.18 erstmals ein Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) statt. Der Bundesanzeiger Verlag gehört seit 2006 zur DuMont Mediengruppe, zu dem wiederum u.a. der Kölner Stadtanzeiger sowie der EXPRESS zählen. Nach dem Empfang im beeindruckenden DuMont Verlagshaus wurde das Leistungsspektrum des Bundesanzeiger Verlags im Detail vorgestellt. Das digitalisierte und in Print Form bestehende Informationsangebot zu außenwirtschaftlichen Themenfeldern wird stetig durch Veranstaltungen und Webinare ergänzt. Die anschließende Druckereiführung und Besichtigung der Redaktionsräume gaben einen aufschlussreichen und exklusiven Einblick über den Herstellungsprozess von Zeitungen. Bei einem kulinarischen Imbiss wurden die gewonnenen Eindrücke vertieft und darüber hinaus die Gelegenheit genutzt, sich über aktuelle Themen, wie z.B. über die Verbandsarbeit des AHV NRW mit dem belarussischen Unternehmerverband BSPN, auszutauschen. Mit dem neuen und abgewandelten Format „ATC Goes

Company“ lernen sich Mitgliedsunternehmen noch besser kennen und können durch ihre Teilnahme das eigene Netzwerk erweitern. Dieses Veranstaltungsformat lebt und wirkt durch das Engagement der AHV-Mitgliedsunternehmen.

ATC 2019

Für 2019 gibt es zwei Mitgliedertreffen im Rahmen des ATC Goes Company. Am 09.05.19 wurde, einschließlich Impulsvortrag, Flughafenrundfahrt und Imbiss, hinter die Kulissen des Düsseldorfer Flughafens geschaut. Ein weiterer ATC Goes Company findet am 12.09.19 bei der CONTARGO Neuss GmbH (Hafenterminal) statt.

Die ATCs haben sich zu einem Forum der Aussprache entwickelt und bieten zudem einen hohen Wohlfühlfaktor. Sie finden an wechselnden Standorten statt. Neue Kontakte entstehen, bestehende werden gepflegt und ausgebaut. Impulse für das Geschäft eines Außenhändlers sind inklusive.

Die Nachfuchsförderung – eine AHV Herzensangelegenheit

Bei der Mitgliederversammlung am 25.03.19 wurde unter einem gesonderten Tagesordnungspunkt der aktuelle Stand zum Betätigungsfeld Nachwuchsförderung vorgestellt. Die Klaviatur des komplexen Themas wird auf unterschiedlichen Ebenen gespielt.

Zum einen wurde eine Seminarreihe für Jungkaufleute ins Leben gerufen. Mit Fit for Trade bietet der AHV NRW seinen Mitgliedsunternehmen eine zusätzliche Dienstleistung an. Im Fokus der für 2019 geplanten vier Veranstaltungen steht die Vermittlung von Grundlagenwissen im Außenhandel. Um die Regionalisierung der Verbandsarbeit zu unterstreichen, finden alle vier Veranstaltungen im Industrie-Club in Gelsenkirchen statt.

Zum anderen gibt es die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der EBC Hochschule. Hier bietet sich die Möglichkeit einer vielversprechenden Zusammenarbeit mit den Studierenden. Mitgliedsunternehmen können EBC Studierende punktuell für Markterkundungsprojekte gewinnen. Um das Engagement junger Studierender zu fördern, wurde am 27.09.18 zum zweiten Mal ein AHV NRW Förderpreis ausgelobt/verliehen.

Ein weiterer Mosaikstein ist das Engagement von Frau Angelika Menze, vormals Geschäftsführerin des Deutsch-Polnischen Wirtschaftskreises in Poznan. Hier ergeben sich weitere Anknüpfungspunkte, so dass der AHV NRW dieses Thema sogar auf europäischer Ebene bespielen kann, indem Kooperationen, im Rahmen der beruflichen Bildung, zu Schulen und zur Wirtschaft gesucht werden.

Der AHV NRW wird mit seinem breiten Leistungsspektrum seiner Rolle als Mittler zwischen Politik und Unternehmen gerecht. ◂

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

JEFTA (Japan-EU Free Trade Agreement)

ein Freihandelsabkommen der Superlative

Text: Benedikt Wemmer

Der japanische Premierminister Shinzō Abe bezeichnete das Wirtschaftspartnerschaftsabkommen zwischen der Europäischen Union und Japan als „die Geburt der größten Wirtschaftszone der Welt“. Die Zahlen sprechen für sich: Das JEFTA hat eine offene Handelszone geschaffen, in der ca. 635 Mio. Menschen leben und ca. 30% des Welt-Bruttoinlandsproduktes (BIP) erwirtschaftet werden.

Am 01. Februar 2019 ist das Abkommen in Kraft getreten. Das JEFTA ist das bisher umfangreichste bilaterale Handelsabkommen der Europäischen Union. Japan ist – nach der Volksrepublik China – der zweitgrößte Handelspartner der EU in Asien. Die EU-Kommission prognostiziert daher einen Anstieg der EU-Exporte nach Japan um 16% – 24%. Jährlich sollen bei diesen Lieferungen knapp 1 Mrd. Euro an Einfuhrabgaben (Zölle) eingespart werden können.

Das JEFTA soll vor allem die Situation europäischer Unternehmen auf dem japanischen Absatzmarkt verbessern. Das Abkommen umfasst daher neben den zollrechtlichen Regelungen, wie das Wegfallen diverser Einfuhrzölle, auch zahlreiche nichttarifäre Maßnahmen. Europäische Unternehmen sahen sich in der Vergangenheit mit einer Vielzahl an Besonderheiten konfrontiert, wenn sie Waren auf dem japanischen Markt anbieten wollten. Aufwendige Zertifizierungsverfahren für Waren oder Normen und Standards die von internationalen Regelungen abwichen, waren keine Seltenheit und stellten für Unternehmen regelmäßig Handelshemmnisse dar. Viele bis dato vorgesehene technische Anforderungen und Zertifizierungsverfahren in Japan wurden durch das JEFTA bzw. bereits während der Verhandlungsphase im Zeitraum von 2013 bis 2017 abgeschafft oder angeglichen. Diese Harmonisierung kommt insbesondere Unternehmen aus den Bereichen Elektrotechnik, Arzneimittel, Textilwaren, Lebensmittel und Chemie zugute, da durch die Beseitigung solcher Handelshemmnisse Zeit sowie Geld eingespart werden kann und letztlich der Marktzugang erleichtert wird.

Zollrechtliche Auswirkungen des Wirtschaftspartnerschaftsabkommens

Auch in zollrechtlicher Sicht hat das JEFTA einige Änderungen gebracht. Mit Inkrafttreten des Abkommens sind die Zölle für über 90% der EU-Ausfuhrwaren nach Japan entfallen (vgl. Art. 2.8 Abs. 1 JEFTA). Nach unterschiedlichen Übergangsfristen werden auf 97% der Waren, die aus der EU nach Japan exportiert werden, keine Zollabgaben mehr anfallen. Diese Übergangsphasen werden in sog. „Stufenplänen“ geregelt und befinden sich im Anhang des Abkommens. Für die übrigen 3% der Waren sind teilweise Liberalisierungen in Form von Zollsatzabsenkungen oder Zollkontingenten vorgesehen.

AWB §

Im Bereich des Warenursprungs- und Präferenzrechts enthält das JEFTA ebenfalls einige Besonderheiten. Ein formeller Präferenznachweis (wie beispielsweise eine EUR.1) ist im Freihandelsabkommen nicht vorgesehen. Der Ursprungsnachweis kann durch eine entsprechende Ursprungserklärung des Ausführers (vgl. Art. 3.16 Abs. 2 Buchst. a) JEFTA) oder durch eine sog. „Ursprungsbehauptung“ (vgl. Art. 3.16. Abs. 2 Buchst. b) JEFTA) erfolgen. Die Ursprungsbehauptung (im Abkommen als „Gewissheit des Einführers“ bezeichnet) ist eine Neuheit im Warenursprungs- und Präferenzrecht der EU. Davon können EU-Unternehmen Gebrauch machen, wenn sie über alle ursprungsbegründenden Informationen des japanischen Versenders / Exporteurs verfügen. Dies wird regelmäßig der Fall sein, wenn das einführende und ausführende Unternehmen verbunden sind und ein gemeinsamer (elektronischer) Datenzugriff möglich ist (vgl. S. 13 des Merkblattes EU-Japan-EPA v. 18.01.2019 der Generalzolldirektion). In anderen Fällen, wird für importierende Unternehmen das Haftungsrisiko regelmäßig zu hoch sein, da ein unvollständig erbrachter Nachweis der Ursprungskriterien auf EU-Seite i.d.R. dem Anmelder zur Last gelegt wird.

Chancen und Risiken

Für EU-Unternehmen ist der japanische Absatzmarkt – als drittgrößter Verbrauchermarkt der Welt – seit dem 01. Februar 2019 interessanter denn je. Das JEFTA hat insbesondere durch Abschaffung und Absenkung der Einfuhrzölle sowie Beseitigung von Handelshemmnissen neue Handelsmöglichkeiten eröffnet. Dabei sind jedoch die Einhaltung der zollrechtlichen Vorschriften sowie die Beachtung der spezifischen Besonderheiten des Freihandelsabkommens (bspw. zum Warenursprungs- und Präferenzrecht) unumgänglich. Soweit dies gewährleistet ist, steht einem erfolgreichen Handel nichts mehr entgegen. ◂

Benedikt Wemmer
Diplom-Finanzwirt (FH)

AWB Steuerberatungsgesellschaft 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

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

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

Hebmüller AEROSPACE
Hebmüller PHARMA BIOTECH

Strategien à la Amazon und Netflix

oder Face-to-face am Messestand?

Text: Verena Winter
Fotos: Joop van Reeken

Der Anlass für dieses Interview ist das vor einem Jahr von WIWOX GmbH Surface Systems auf der internationalen Kunststoffmesse FAKUMA präsentierte Messestand-Konzept, welches die Verbundenheit mit der Natur und die Nachhaltigkeit der WIWOX®-Reinigungsverfahren in den Mittelpunkt stellt. Während der mehrtägigen Messe nahmen sich Firmenmitarbeiter die Zeit, Besucher persönlich zu den übergroßen Naturfotos, die, neben den ausgestellten Reinigungsmaschinen, Teil des WIWOX-Standes ausmachen, zu befragen. Eine solche Repräsentativumfrage ist definitiv eine Face-to-face Kommunikation. Daher auch die Fragen an Axel Hallensleben, Geschäftsführer von WIWOX, zum Thema „Mensch – Kommunikation - Digital“.

Verena Winter: Es geht ja im AHV Magazin 2019 um digitale und Face-to-face Kommunikation. Da WIWOX einerseits eine neue Website aufbaut und andererseits regelmäßig an Messen teilnimmt, wofür extra ein neues Messestand-Konzept entwickelt wurde, möchten wir Sie, Herr Hallensleben, fragen: Lohnt es sich für WIWOX, an Messen regelmäßig teil zu nehmen? Immerhin bringen Teilnahmen an Messen viel Aufwand und Kosten mit sich.

Axel Hallensleben: Wir haben die Anzahl unserer Messeauftritte in den letzten Jahren erheblich reduziert. Früher waren wir als Aussteller auf 6 bis 8 Messen vertreten, heute nur noch auf maximal 2 bis 3. Der Grund ist tatsächlich die Reduktion von Kosten in Anbetracht des überschaubaren Nutzens. Die sogenannte „Hardware“ unserer Produkte entspricht dem Stand der Technik und kann leicht als Informationsbaustein vollständig digital dargestellt werden, wie das ja auch bei Konsumgütern schon längst gehandhabt wird.

VW: Lohnt es sich für WIWOX trotzdem, an Messen regelmäßig teilzunehmen?

AH: Fachmessen aus dem Bereich der Oberflächentechnik und der Zielbranche „Kunststoffverarbeitung“ bieten uns aktuell noch eine Plattform. Wir finden hier nicht nur die meisten Interessenten, sondern können gleichzeitig bestehende Kundenbeziehungen durch persönliche Begegnungen pflegen.

Aber wir müssen uns diese Frage jedes Mal neu stellen. Die Zeiten ändern sich so rasch, dass Gegebenheiten uns plötzlich dazu bringen, die Messebeteiligung entweder komplett sein zu lassen oder erheblich einzuschränken. Das ist im Moment der Trend. Zum Beispiel

WIWOX®
SURFACE SYSTEMS

haben wir immer bessere Möglichkeiten, anhand von Videofilmen auch Technisches darstellen zu können. Auf diese Weise vermögen wir, dem Kunden die Maschinen besser mit einem Video zu erklären als es vielleicht auf einer Messe möglich wäre. In so einem Moment lohnt es sich nicht mehr, auf eine Messe zu gehen. Die Bedienung unserer Maschinen wird demnächst in Videoclips zu sehen sein. Dadurch wird der Prozess für den Kunden verständlich simuliert, gegebenenfalls sogar mit seinen eigenen Teilen. Ich vermute, dies ist auch in anderen Branchen ähnlich. Bei den Konsumgütern hat das ja schon längst Einzug gehalten. Ich denke dabei an die Mode, da kann man ja mittlerweile Kleidung virtuell anprobieren.

VW: Das bedeutet, dass beim Kunden doch noch der Wunsch vorhanden ist, sich das Gerät zuerst einmal anzusehen, bevor er entscheidet?

AH: Richtig. Wir machen das ähnlich wie Amazon: Wir schicken die Maschine zu geringen Mietkosten an den Kunden, der kann das Gerät ausprobieren und sendet es wieder an uns zurück. Die Kunden haben natürlich Ansprüche und wollen sicher nicht die Katze im Sack kaufen. Außerdem kommt heute dazu, dass Firmen nicht mehr unbedingt das Personal haben, so wie es früher als üblich galt: Mitarbeiter, die von vornherein ein ausgebreitetes technisches Wissen und Verständnis haben und mitdenken können. Wir müssen dem Kunden sagen, was er braucht. Der Kunde verlässt sich auf uns, er hat Vertrauen. Ergo müssen wir ihm dieses auch beweisen, indem er die Apparatur ausprobieren kann. Und dann kann der Kunde sagen, ja ich entscheide mich für diese oder jene Maschine. Auf die eigenen Leute kann sich der Kunde nur verlassen, wenn diese das Ergebnis gut finden. Aber viele Arbeitskräfte haben heutzutage nicht mehr das breite Wissen, was früher ein Industriemeister hatte, der vom Sachverstand sofort alles erkannt hat und umsetzen konnte. ▸

Das neue WIWOX-Messestand-Konzept wurde erstmals auf der Fakuma, der weltweit größten Kunststoffmesse, präsentiert.

VW: Hat der Kunde nicht trotzdem das Bedürfnis, die Maschinen reell bei WIWOX anzuschauen und auszuprobieren?

AH: Dafür entwickeln wir neue Konzepte in Form von Miet- und Leihmöglichkeiten. Die Transportkosten sind erheblich günstiger geworden, weil es mittlerweile in Deutschland preiswerte Einzeltransporte gibt. Die Logistik hat riesige Fortschritte gemacht. Es ist alles viel unkomplizierter geworden. Einzeltransporte holen just-in-time Waren ab und liefern sie, weil sie genau wissen, wie sich die Waren bewegen. In diesem System sind wir auch. Der Kunde nutzt also eine bessere Verfügbarkeit der Produkte.

VW: Man hat also inzwischen Möglichkeiten, auch für komplizierte Produkte, wie sie bei WIWOX hergestellt werden, eine Art Amazon-Logistik anzuwenden?

AH: Das kann man durchaus so sagen. Die Kunden wollen sich gerne auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, genauso wie der Konsument am Ende einfach ein funktionierendes Teil haben möchte, sei es ein Sportgerät oder eine Haushaltsmaschine. Es reicht aus, mittels eines kurzen Videos oder über YouTube alles gut zu erklären. Es ist doch hervorragend, wie viele Informationen und Kniffe man über dieses Medium erhalten kann, von der Fahrradreparatur angefangen. Und so wollen wir das bei WIWOX auch machen.

VW: Anders gefragt: Inwiefern können Messen durch digitale Medien ersetzt werden?

AH: Digitale Medien ersetzen und ergänzen mittlerweile traditionelle Messeauftritte in großem Umfang. Insbesondere im Konsumgütermarkt tauchen potentielle Käufer in verführerische Erlebniswelten des virtuellen Internets und generieren Verkäufe ohne jegliche persönliche Beratung. Das ist bei uns im B2B-Geschäft noch nicht möglich. Als Full-Service-Dienstleister brauchen wir aber den direkten Anwenderkontakt von Anfang an.

VW: WIWOX investiert gerade in eine neue Website. Wie wichtig ist für WIWOX ein solcher Internetauftritt?

Viele Besucher zeigten Interesse am neuen Naturkonzept von WIWOX.

VW: Was kann man auf Messen, was man digital nicht kann?

AH: Emotionen wecken! Kunden sehend machen, sodass sie ihre eigenen Bedürfnisse erkennen. Es ist oft so, dass man - mir geht es ja nicht anders, wenn ich über eine Messe laufe - von interessanten Produkten erschlagen wird, aber man den Nutzen nicht zu erkennen vermag. Das heißt, ich muss auf Messen Emotionen wecken, um den Kunden direkt zum Inhalt zu bringen, sodass der Kunde sofort erkennt, welche Lösungen er benötigt.

AH: Sehr wichtig! Die Einzigartigkeit und die Geschäftsphilosophie eines Unternehmens sollten in wenigen Sekunden verstanden sein. Dazu eignet sich eine Website hervorragend. Kunden können uns via Suchmaschine leicht finden und sich mit wenigen Klicks einen Überblick verschaffen. Es ist auch deutlich leichter, auf einer Website neue Produkte und Angebote zu bewerben. Neuigkeiten können zeitnah dargestellt werden und man muss nicht auf den Druck des neuen Jahreskatalogs warten.

Das neue WIWOX-Messestand-Konzept soll betonen, dass die Nachhaltigkeit bei jedem Reinigungsprozess im Mittelpunkt steht. Während der letzten Jahre war es WIWOX immer ein größeres Anliegen geworden, Produkte und Reinigungsprozesse nachhaltiger zu machen. Daher werden Strahlmittel eingesetzt, die hauptsächlich aus der Natur kommen und sich recyceln lassen. Zu natürlichen Strahlmitteln gehören u.a. Sand, Walnussschalen, Glas und Metallkugeln. Auch die neuen Reinigungsverfahrensgeräte stehen im Einklang mit dem WIWOX-Naturkonzept, wodurch Schadstoffe erst gar nicht die Umwelt belasten sollen.

Das neue Konzept von WIWOX wird durch große Naturfotos unterstrichen: Die Kraft des Wassers ist das Sinnbild für eine natürliche wässrige Reinigung, die sanften Felsformationen stehen für mechanische Reinigungsverfahren, der Lavastrom wird zum Symbol für eine nachhaltige thermische Teilereinigung.

Zu den überdimensionalen Naturbildern wurden gezielt Messebesucher gebeten, ihre Eindrücke und Meinungen dazu zu äußern. Vielen Befragten sind die Naturbilder in Kombination mit den auf dem WIWOX-Messestand gezeigten Reinigungstechniken positiv aufgefallen. Ein Besucher aus Südkorea konstatierte: „Ich bin wegen der Bilder zum Stand gekommen. Diese Fotos vermitteln de facto das Konzept von Nachhaltigkeit. Das finde ich beeindruckend."

Auch ein Besucher aus Irland äußerte sich positiv: „Mich haben die Naturfotos sofort angesprochen, weil sie auf ein wichtiges Thema hinweisen: Wie schön die Natur ist. Und wie wichtig sie ist. Daher muss unsere Zukunft ‚grün' sein. Das ist auch der Weg, der genommen werden muss, wenn es um Reinigung geht. Eine intakte Umwelt ist die Zukunft."

VW: Bekommen Sie auch neue Kunden über Ihre Website?

AH: Ja, auf jeden Fall. Kunden finden uns nach bestimmten Schlagwörtern. Wir haben die bittere Erfahrung gemacht, dass wir bei der Erstellung eines neuen Webkonzeptes vergaßen, auch die Suchbegriffe dementsprechend präsent zu machen. Das hat sich sofort in den Ergebnissen niedergeschlagen. Daher werden wir uns wieder in Suchmaschinen dementsprechend etablieren, weil wir eben ganz gezielt gesucht werden. Das heißt auch, dass die Kunden gelernt haben, wenn sie kreativ und geschickt genug suchen, alles im Netz finden zu können. Die Menschen sind es inzwischen gewöhnt, mit dem Internet zu arbeiten. Sie haben Strategien, um Dinge zu eruieren.

VW: Wie sehen Sie das Verhältnis zwischen digitalen Marketing-Instrumenten und „analogen" Marketing-Instrumenten, zum Beispiel Broschüren?

AH: Wir arbeiten mit Hochdruck am „papierlosen Büro", weil die digitale Welt effektivere Kunden-Lieferantenbeziehungen ermöglicht. Das heißt, Kataloge, Postbriefe etc. reduzieren sich auf ein Minimum. Ich schätze, zurzeit beträgt der analoge Anteil noch 5 - 10% in der Kundenkommunikation. Leider kommen wir nicht so schnell hinterher, unsere eigenen Pläne umzusetzen. Ich möchte viel mehr Filme und technische Animationen schon in der Akquise einsetzen, aber das kostet Zeit und Geld. Unsere Kunden und unsere Zulieferer sind teilweise auch noch nicht so weit, weil viele Punkte beim Datenaustausch beachtet werden müssen. Da sind dann Themen wie Datenschutz, Übertragungsgeschwindigkeiten, Speicherkapazitäten und Datensicherheit.

VW: Gehen Sie davon aus, dass in Zukunft Produktinformationen und Wissensaustausch hauptsächlich digital erfolgen werden?

AH: Bei technischen Produkten geht es jetzt erst richtig los: Man wird Informationen viel mehr digital austauschen. In Zukunft werden Industrieerzeugnisse und Fabrikate aller Art immer mehr im Netz verbunden und Dinge automatisch zusammengebracht werden, die auch zusammengehören. Das passiert ja bereits und ist bei Google fest verankert: Wenn ich an einem Ort verweile, werden alle Restaurants in der Nähe aufgezeigt. So ähnlich wird das auch mit der Technik aussehen: Eine Störungsmeldung bei einer Maschine wird direkt an den zuständigen Hersteller weitergeleitet und zugleich verknüpft sich der Bericht mit einem Dienstleister in der Nähe, der dabei helfen kann, das Problem zu lösen. Diese Verknüpfungen werden sich immer stärker ausbauen.

Und die Systeme werden viel intensiver miteinander kommunizieren. Das ist der nächste Schritt. Das hat natürlich auch auf ▸

den Handel einen enormen Einfluss. Der Vertrieb von Produkten wird sich immer mehr an der Nutzbarkeit der Produkte orientieren. Das merke ich schon jetzt. Viele Kunden sagen, ich kaufe nicht mehr irgendein Produkt, ich bezahle lieber etwas mehr, weil ich die Sicherheit brauche, dass das System funktioniert. Das Produkt wird zur Nebensache. Aber die Funktion ist letztendlich das Entscheidende. Die muss gewährleistet sein.

VW: Wird das so weit führen, dass Sie genauso wie Netflix ein monatliches Abo anbieten und keine Maschine mehr verkaufen?

AH: Wir entwickeln bereits Konzepte in Form von Miet- und Leihmöglichkeiten, ähnlich wie beim Car-Sharing. Durch die Digitalisierung stellen wir bei unseren Kunden durchaus ein anderes Nutzungsverhalten fest.

Dazu kommt: Wir können die Prozesse der Maschinen überwachen und zum Beispiel die Zeiten der Nutzung oder auch Verfahrensparameter aufzeichnen, wodurch wir genau erkennen, wie das Gerät zum Einsatz kommt. Das ist vergleichbar mit einer Autowerkstätte, die aus einem modernen Wagen alle möglichen technischen Informationen herauslesen kann: Wie viele Kilometer wurden gefahren, Geschwindigkeitsbereich und Verbrauch des Wagens. Daraus lässt sich das Verschleißverhalten des Autos erkennen.

Legen wir bei WIWOX die gesammelten Informationen von Kunden zu einer Maschine neben einander und reduzieren dies auf den Zeitraum von einer Stunde, können wir Durchschnittswerte errechnen bzw. feststellen, welche Ersatzteile, welche Verbrauchsmaterialien verkauft wurden. Daraus ergibt sich eine exakte Aussage von einer Stunde pro Maschine bei dieser bestimmten Anwendung. Diese Informationen kann ich für eine repräsentative Instandhaltung bzw. Vermarktung nutzen.

Ziel wird es also sein, dass der Kunde erst bezahlt, wenn er die Maschine auch nutzt. Der Kunde wird in Zukunft ein Gerät nicht mehr besitzen bzw. kaufen wollen, sondern er wird mehr auf die Verfügbarkeit Wert legen. Die Prozesse ändern sich heute sehr schnell, auch die Fertigungszeiten sowie die Lebensdauer der Produkte verkürzen sich erheblich. Für die Zukunft sehe ich, dass Hightech-Produkte in Deutschland hergestellt werden und einfache Dinge in Billigländern.

VW: Eine letzte Frage: Wie wichtig wird der persönliche Kontakt in Ihrem Geschäft bleiben?

AH: In unserer Kundenbeziehung bleibt der persönliche Kontakt als wichtigstes Bindeglied unter dem Stichwort „Vertrauen“ erhalten. Wir vergleichen uns gerne mit einem guten Handwerker, der die individuelle Leistung für den anspruchsvollen Kunden erbringt im Gegensatz zum klassischen Online-Händler, der Massenprodukte vermarktet. ◂

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

Love A FAIR

When heart meets business. Dann knistert die Luft bei jeder neuen Begegnung. Dann treffen sich Global Player und Local Heroes. Dann eröffnen sich der Welt vor Ort ganz neue Perspektiven. Und Geschäft wird zum Gefühl:

www.messe-duesseldorf.de

Basis for Business

Messe Düsseldorf

Blockchain, Big Data und Co.

Digitale Technologien erobern den Groß- und Außenhandel

Text: Jan Peter Coblenz

Der digitale Wandel ist von entscheidender Bedeutung für die Zukunft Deutschlands – ob in der Wirtschaft, in der Verwaltung oder in der Gesellschaft. Digitale Technologien wie Blockchain, Big Data oder künstliche Intelligenz halten mit der digitalen Transformation von Wertschöpfungs- und Marktprozessen auch im B2B-Handel immer stärker Einzug.

Innovationskraft, Qualität, Leistungsvermögen und Wettbewerbsstärke sind und bleiben unverzichtbare Erfolgsfaktoren für den Groß- und Außenhandel am Wirtschafts- und Beschäftigungsstandort Deutschland. Das gilt erst recht angesichts der sich weiter rasant beschleunigenden digitalen Transformation von Wertschöpfungs- und Marktprozessen und dem damit einhergehenden Wandel von Arbeitswelt und Gesellschaft.

Bei der datengetriebenen Automatisierung von Geschäftsprozessen und der Vernetzung über Wirtschaftsstufen hinweg spielt der B2B-Handel eine entscheidende Rolle und trägt damit maßgeblich zum Erhalt eines wettbewerbsfähigen Mittelstands bei. Immer wichtiger wird die Erschließung neuer Geschäftsmodelle in der zunehmend digitalisierten Wirtschaftswelt mit wachsender Vernetzung, die die Planung und Umsetzung komplexer, arbeitsteiliger Projekte erleichtert.

Big Data und Künstliche Intelligenz wichtig zur Erschließung neuer Geschäftsmodelle

Big Data und künstliche Intelligenz spielen dabei eine wichtige Rolle. Mittels Algorithmen werden Erfahrungen und Beobachtungen analysiert und für Prognosen eingesetzt. So nutzen schon heute Marketingentscheider Daten, um Zielgruppen noch besser zu verstehen und entsprechend adressieren zu können. Die systematische Auswertung großer Datenmengen und detailliertes Wissen über Kundenwünsche ermöglichen ein maßgeschneidertes Produktangebot und einen effizienteren Vertrieb.

Blockchain revolutioniert die Möglichkeiten von Finanztransaktionen und Rückverfolgbarkeit in globalen Lieferketten. Vieles, was heute noch auf Papier stattfindet, kann mit der Blockchain-Technologie digitalisiert und beschleunigt werden.

Auch der Zugang zu digitalen Daten wird für die Fortentwicklung und Neugestaltung der Geschäftsmodelle immer entscheidender. Gewährleistet werden muss daher, dass Unternehmen unabhängig von ihrer Größe Zugang zu für sie marktrelevanten Daten haben und es ein „Level Playing Field“ für konkurrierende Anbieter gibt.

Jan Peter Coblenz
Vorsitzender des BGA-Arbeitskreises Digitalisierung

Brangs + Heinrich GmbH
Felder Straße 79-81
42651 Solingen

T +49 212 2403 0
F +49 212 2403 114
info@brangs-heinrich.de
www.brangs-heinrich.com

BGA
Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V.

Innovationsprozesse durch Wandel in der Unternehmenskultur

Unternehmen müssen mehr Innovationen wagen und in neue Ideen investieren. Nur wenn Innovationsprozesse vehement und konsequent vorangetrieben werden, können neue Wachstumsmärkte entstehen. Jedes Unternehmen benötigt eine individuelle Strategie für die digitale Welt, die letztlich einen spürbaren Mehrwert für das Unternehmen und den Kunden liefern muss. Doch Innovationen kommen nicht aus Maschinen. Große Ideen entstehen vielmehr aus der Kreativität und der Vorstellungskraft des Menschen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in unseren Mitarbeitern. Das setzt voraus, dass es auch einen Wandel in der Unternehmenskultur geben muss.

Neben einer Strategie und einem Kulturwechsel brauchen die Unternehmen für die digitalen Transformationsprozesse jedoch auch Infrastruktur, Know-how sowie faire Wettbewerbsbedingungen auf nationaler und europäischer Ebene bis hin zur Vollendung des digitalen Binnenmarkts. Zu den Stolpersteinen zählen der grob vernachlässigte Breitbandausbau und fehlende Berufsbilder und Ausbildungsgänge ebenso wie zu wenig fachlicher Nachwuchs. Hier ist die Politik gefordert. Dabei sind einerseits Überregulierungen zu vermeiden und andererseits sachgerechte ordnungspolitische Ansätze zu stärken. Gleichbehandlung von Vertriebskanälen, Unternehmensgrößen, Standorten und Technologien ist auch in der Digitalisierung die Grundlage für fairen Wettbewerb.

Die Sicherstellung eines für die Wirtschaft wie Gesellschaft insgesamt passfähigen Ordnungsrahmens der Digitalisierung ist zu Recht zu einem zentralen Gegenstand der europäischen wie bundespolitischen Diskussion geworden. Hierzu leistet der BGA seinen Beitrag. Die unterschiedlichsten Facetten der Digitalisierung bündeln wir in unserer Arbeit und treten mit den entscheidenden politischen Multiplikatoren in den Dialog. Der Arbeitskreis Digitalisierung bietet den organisatorischen Rahmen für diesen Austausch. ◂

Historische Stadthalle
Wuppertal

Historische Stadthalle Wuppertal GmbH
Johannisberg 40 | 42103 Wuppertal | Germany
Ihre Ansprechpartnerin: Heike Topole | Carola Ellinghaus
Tel. +49 202 24589-35/-13 | topole@stadthalle.de
ellinghaus@stadthalle.de | www.stadthalle.de

Weil die Informationen nicht weniger werden…

Text: Carina Brachter

„Der Begriff Digitale Revolution bezeichnet den durch Digitaltechnik und Computer ausgelösten Umbruch, der seit Ausgang des 20. Jahrhunderts einen Wandel nahezu aller Lebensbereiche bewirkt und der in eine Digitale Welt führt, ähnlich wie die industrielle Revolution 200 Jahre zuvor in die Industriegesellschaft führte.“ [1]

Die Digitalisierung der Lebens- und Arbeitswelten ist eines der größten Themen unserer Zeit. Der digitalen Aufbereitung von Informationen kommt in all unseren Lebensbereichen große Bedeutung zu. So ist es auch eine der wichtigsten Aufgaben der **Medien und der Medienschaffenden**, lebens- und arbeitsgerechte sowie smarte Lösungen für die Nutzung von Informationen zu schaffen. Denn schließlich steht am Ende der Anwender – also der Mensch!

Die Digitalisierung hat in den letzten Jahren bzw. Jahrzehnten gerade im Berufsleben zu einem enormen **Anwachsen** der Informationen und einer **Beschleunigung des Informationsflusses** geführt – eine der als größten Nachteile empfundenen Nebenwirkungen der Digitalisierung. Scheinbar ist die Masse an (Fach)Informationen, die täglich von uns verarbeitet werden muss, kaum noch zu bewältigen.

Wir benötigen Dienstleistungen, die **Bündelungs- oder Filterprozesse** vornehmen und die Menge an Daten auf das für den Nutzer Wesentliche reduzieren. So spart man Zeit und schont die Nerven.

Ebenso werden neue Medienformen geschaffen. Produkte verschwinden vom Markt, weil sie nicht mehr genutzt werden oder zeitgemäß sind. Nicht nur die Diskette ist bereits ausgestorben – auch die CD wird bald folgen.

Im Zentrum der Schaffung neuer digitaler Arbeitshilfen stehen daher **webbasierte (Datenbank)Lösungen** und Anwendungen, deren Vorteil in der schnellen Auffindbarkeit von Daten und in optimalen Nutzungsmöglichkeiten liegt. Arbeitsmaterialien müssen online und damit überall verfügbar sein. Zugriff auf möglichst umfassende und aktuelle Daten sowie eine gute Verlinkung von Informationen untereinander sind die meistgenannten Anwenderwünsche.

Außerdem ist die Durchsuchbarkeit von Daten – **Such- und Filterfunktionen** auf Webseiten und in Datenbanken etc. – ein zentraler Punkt. Schließlich möchte man doch stets Zugriff auf möglichst viele Informationen haben, die man dann im Bedarfsfall gezielt konsultieren und auf seine Bedürfnisse filtern kann.

Reguvis
Bundesanzeiger Verlag

Ein wichtiges Einsatzfeld digitaler Daten ist mittlerweile auch die **Fortbildung**. Hier kommt mediengestützten Lernszenarien eine neue Bedeutung zu. Lernende möchten überall auf ihre Lernmaterialien zugreifen und über den Ort und die Zeit ihres Lernens unabhängig von Rahmenbedingungen selbst bestimmen.

Nicht nur die Medien müssen sich den technischen Entwicklungen und den Bedürfnissen der User anpassen – auch die Medienschaffenden sind gefragt, den von ihnen geschaffenen **Content neu zu denken und aufzubereiten**.

Bei der Erstellung von Fachinhalten muss heute von Anfang an **„medienneutral“** gedacht werden. Der Autor schreibt heute nicht mehr nur ein Buch, sondern er schafft Content, der sowohl in einem praxisorientierten Buch, einer gut durchsuchbaren Online-Anwendung, einer SEO-optimierten Webseite, einem eigenständigen Web Based Training oder in einem Social Media-Post Verwendung finden kann.

Wir befinden uns derzeit mitten im größten Medienwandel seit der Erfindung des Buchdrucks. Weil wir noch mittendrin sind, fehlt uns vielleicht der notwendige Abstand, um die Größe des Umschwungs zu erkennen – dennoch ist er für uns alle spürbar. Wir sollten deshalb die Chancen klug nutzen, die uns dieser Wandel bietet. ◂

[1] *Seite „Digitale Revolution“. In: Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Bearbeitungsstand: 31. März 2019, 15:39 UTC.*
URL: https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Digitale_Revolution&oldid=187105292
(Abgerufen: 4. April 2019, 08:12 UTC)

Carina Brachter
Leitung Außenwirtschaft

Reguvis Bundesanzeiger Verlag GmbH
Amsterdamer Str. 192
50735 Köln

T +49 221 9 76 68 167
F +49 221 9 76 68 232
carina.brachter@bundesanzeiger.de
www.reguvis.de
www.aw-portal.de
www.aw-plus.de

Eine Akademie für das Jetzt und das, was danach kommt.

Text: Mario Simon
Fotos: Birgit Hupfeld

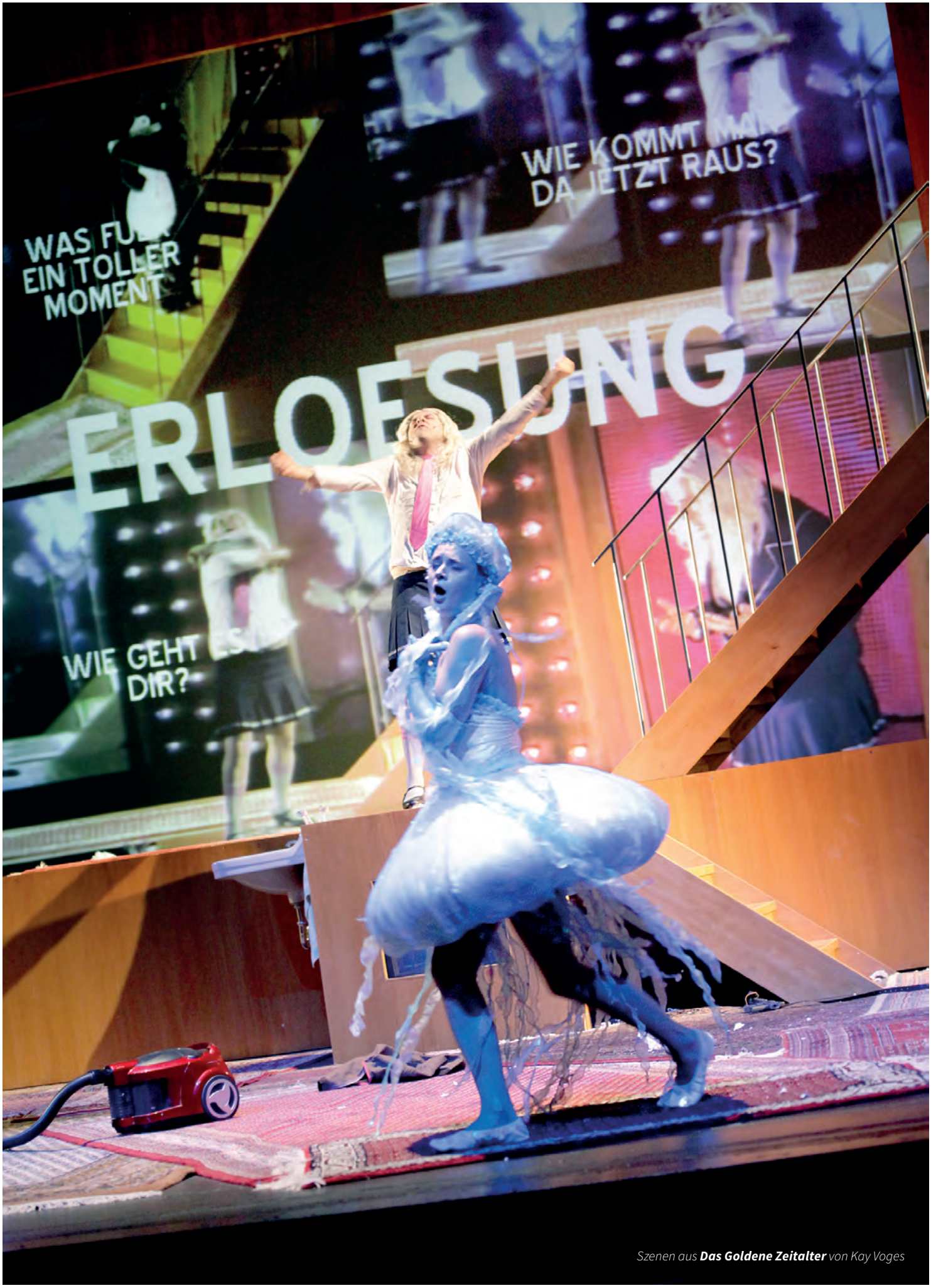
Neu gegründet im Januar 2019, gibt es nun in Dortmund die Akademie für Theater und Digitalität. Ganz im Sinne der Digital City, zu der die ehemalige Kohle-Stahl Stadt erst noch werden möchte. Das Schauspielhaus unter der Intendanz von Kay Voges arbeitet seit Jahren an der Frage: Wie verändert die Digitalität die Gesellschaft, und was bedeutet sie für die Geschichten auf der Bühne? Drei Beispiele für den Umgang mit der Digitalität:

Das Goldene Zeitalter aus dem Jahr 2013 setzt sich auf der inhaltliche-formalen Ebene mit dem Internet auseinander. Kay Voges führt an diesem Abend live Regie. In den Proben sind dazu hunderte Szenen entstanden, die dann an jedem Abend immer wieder neu zusammengesetzt, geschichtet und stets neu wiederholt, geloopt werden. Inspiration war die Musiksoftware Ableton Live. Sie wird für das Live Sampling von Musik eingesetzt. Ihre Struktur ist hier übergegangen in das Narrativ der Inszenierung. ▸

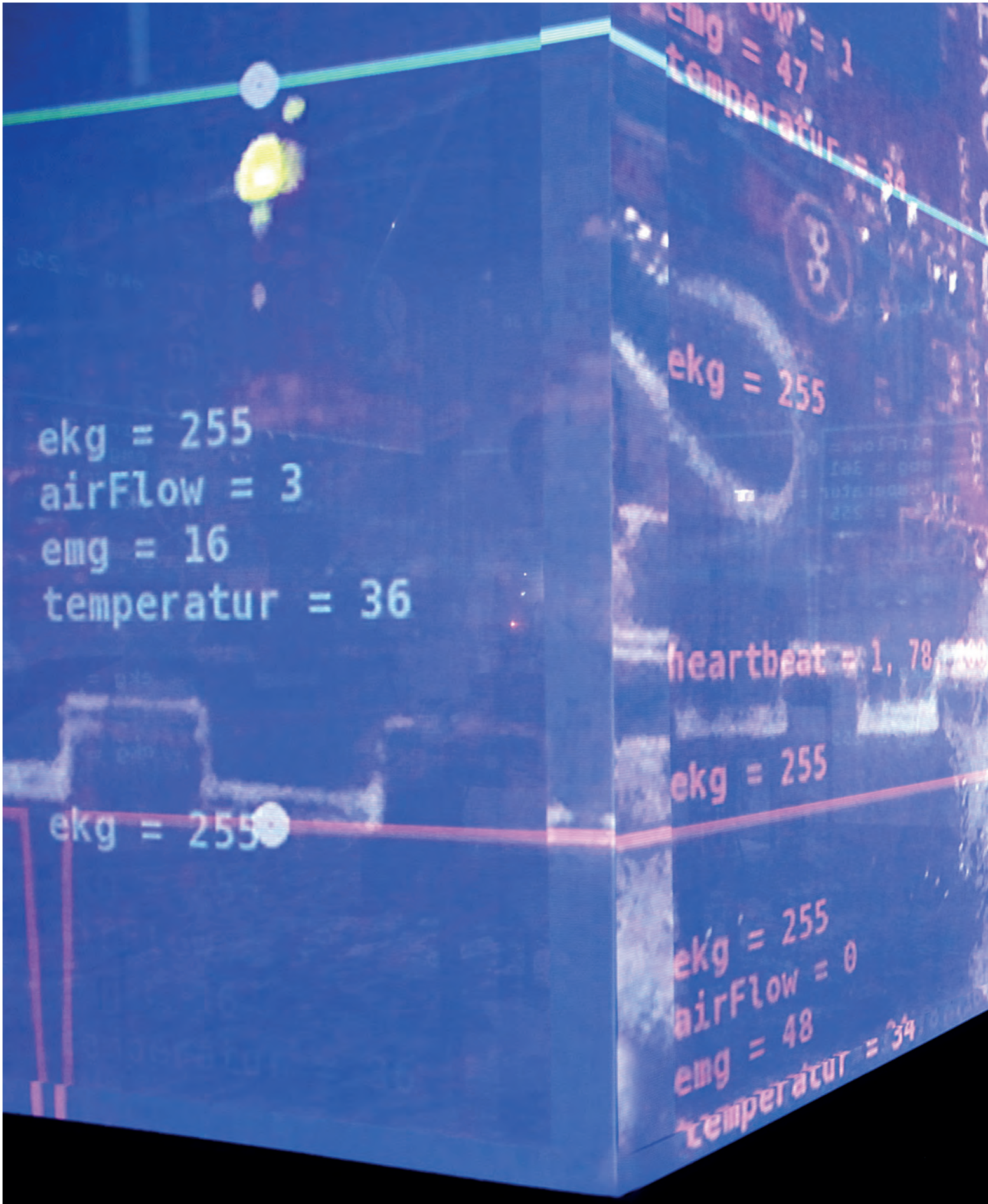
Mario Simon
Leiter Medien

Akademie für Theater und Digitalität am Theater Dortmund
Theaterkarree 1-3
44137 Dortmund
Telefon +49 231 2261 4333
mario.simon@theater.digital
www.theater.digital

AKADEMIE FÜR_THEATER_UND_DIGITALITÄT



*Szenen aus **Das Goldene Zeitalter** von Kay Voges*



*Szene aus **4.48 Psychose** von Sarah Kane*

Mit neuen Technologien zu arbeiten, birgt immer das Risiko des Scheiterns, kann dabei trotzdem spannende, intensive Erfahrung ermöglichen. **4.48 Psychose** von Sarah Kane, das letzte Stück der Dramatikerin, ist ein Schlag ins Gesicht. Wir standen vor den banal großen Fragen: „Was ist der Mensch? Wo liegt seine Seele?“.

Für diese Annäherung haben wir alle Mittel genutzt, die uns zu dem Zeitpunkt zur Verfügung standen. Sprache, Körper, Musik, Bild und Technologie. Entstanden ist dabei ein Mensch-Maschine-Knoten. Die drei Schauspieler sitzen in einem Kubus mit halbdurchsichtiger Gaze, auf den von allen vier Seiten projiziert wird.

Jeder Spieler ist bestückt mit einem Mini-Computer, der Daten von verschiedenen Sensoren (z.B. Temperatur, EKG, EMG, Puls, Atemstrom) zum Videooperator, sowie zum Musik(programmier) er schickt. So wird in Echtzeit der Herzschlag zum Rhythmus der Musik und gleichzeitig über das Bild sichtbar.

Die körperlichen Reaktionen werden für das Publikum neu und direkt erfahrbar. Die sonst hinterlegte technische Arbeit wird für das Publikum dabei sichtbar, da die Operatoren für Ton, Musik, Video, Netzwerk und die Dramaturgie (in Form von live getippten Texten) in Echtzeit agieren. Die Seele des Menschen haben wir nicht gefunden, aber den Weg dieses Scheiterns zu beobachten, war etwas ganz Besonderes. ▸

Szene aus ***Parallelwelt***

Der letzte Abend von Kay Voges, der zeitgleich an zwei Häusern stattfindet, sorgt für große Aufmerksamkeit. **Die Parallelwelt.** Wir haben zwei Ensembles via Glasfaser miteinander verbunden - das Dortmunder und das Berliner Ensemble. Eine so radikale Erweiterung des Bühnenraums hat es bisher nicht gegeben.

Ein Jahr Entwicklungszeit war nötig, um Schauspieler so mit ihren 420 km entfernten Kollegen zusammenzubringen, als stünden sie zeitgleich auf derselben Bühne. Jetzt können die Spieler beider Städte chorisch zusammen sprechen und gemeinsam singen, ohne spürbaren Zeitversatz. Diese technische Errungenschaft ist nicht Selbstzweck, sondern inhaltlich relevant. Erzählt wird das Leben von Fred in sieben Stationen, von der Geburt über die erste Liebe, das Altersheim bis zum Tod.

In Berlin verläuft die Geschichte dabei vorwärts, in Dortmund rückwärts. Geburt und Tod stehen sich anfangs gegenüber, beide Abende treffen sich in der Mitte zur Hochzeit, stets optisch und akustisch auf den Bühnen miteinander verbunden. Mit dem Aufeinandertreffen beider Zeitstrahlen bricht das Chaos aus. (Schauen Sie doch mal vorbei.)

Drei Säulen

Diese zentralen Stücke, andere auch, benötigten eine technische Forschung, die ein normaler Stadttheaterbetrieb nicht kennt und oft nicht leisten kann. So wuchs die Idee, einen Ort zu finden, an dem man ohne Zeit- und Erfolgsdruck, dafür mit großen technischen Ressourcen, unterstützt von Experten, an neuen digitalen Ausdrucksmöglichkeiten forschen kann. Nun ist sie da, die Akademie für Theater und Digitalität. Sie hat sogar eine Postadresse.

Drei Säulen tragen die Akademie: Forschung, Weiterbildung und Ausbildung.

Im Forschungsbereich erhalten Künstler mit einem Stipendium die Möglichkeit, fünf Monate vor Ort ihre Arbeiten, ihr eigenes Projekt, digital zu entwickeln. Umgekehrt erhalten die Theatertechniktüftler Gelegenheit, ihren Entwicklungen ein Narrativ zu geben.

Zweite Säule ist die Fortbildung für Personal an Theatern, das seine Arbeit durch die Nutzung von digitalen Mitteln erweitern möchte. Die Akademie wendet sich an Maskenbildner, die mit Hilfe von 3D-Druckern Formen entwickeln, die vorher nicht möglich waren.

Oder an Bühnenbildner, die mittels Augmented Reality ein 3D-Bühnenbildmodell im real leeren Bühnenraum entstehen lassen.

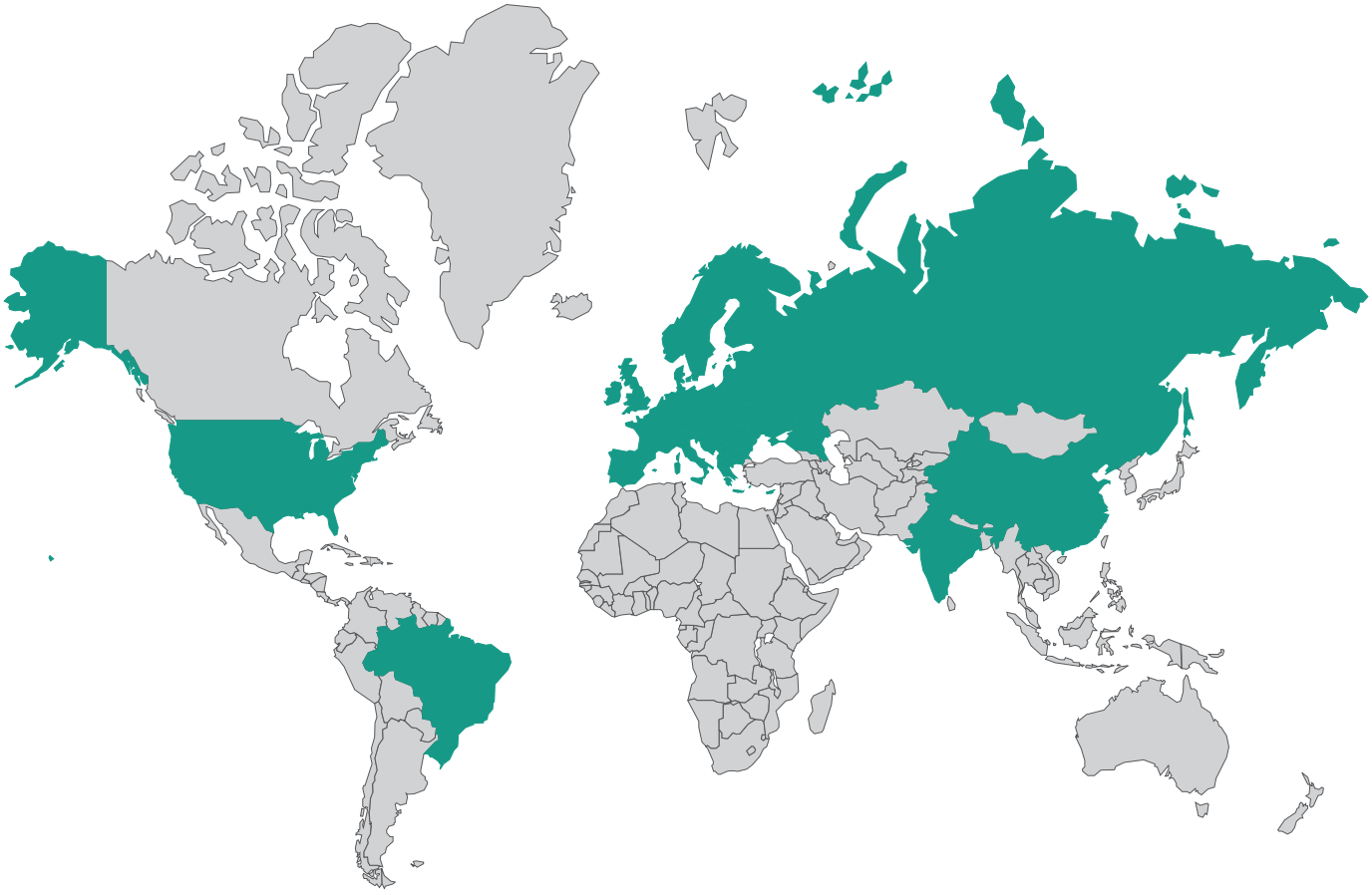
Geplant ist auch ein Masterstudiengang „Theater und Digitalität“, der sich gleichermaßen an Computernerds, sowie Theaterwissenschaftler/schaffende richtet.

Die Reise hat gerade erst begonnen und wir freuen uns auf die Ideen und Projekte, die in der Akademie für Theater und Digitalität entstehen. ◂

Weitere Informationen finden sie unter www.theater.digital

Szene aus ***Parallelwelt***

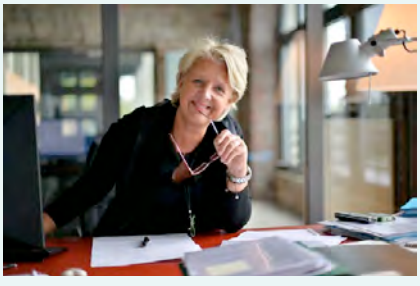
Financial Projects



Finanzierungslösungen International

In den Ländern Europas, USA und BRIC erhalten Sie Finanzierungen für Ihr Unternehmen und Ihre Abnehmer unkompliziert und sicher ohne weitere Zusatzverpflichtungen. Als Sicherheit dienen ausschließlich das finanzierte Equipment oder die Forderung gegen Ihre Abnehmer.

Für Ihre Investitionen in Deutschland empfehlen wir auch: mietfinanz.de®



Bei Interesse sprechen Sie uns bitte an:

Financial Projects

Financial Projects
Mendener Straße 3
45470 Mülheim an der Ruhr

Tel.: +49 208 30 99 80 – 0
Fax: +49 208 30 99 80 – 99
E-Mail: office@financialprojects.de
www.financialprojects.de

Webshops und Exportkontrolle - Kurzüberblick

Text: Matthias Merz

Webshopanwendungen bieten Verkäufern und Händlern vielfältige Möglichkeiten, ohne Kosten für Showrooms Güter (Waren, Software, Technologie) 24/7 verfügbar zu machen, ohne Kosten für Ladenlokale und Beratungspersonal investieren zu müssen.

© Shutterstock

Ebenso muss die Ware auch gar nicht physisch beim Veräußerer liegen, wenn nämlich wie auf bekannten Handelsplattformen lediglich der Kaufinteressent eine Kaufabsicht platziert, und diese dann über den Portalbetreiber an den Versender, der die Ware physisch vorhält, versendet wird (Vermittlungsgeschäfte). Häufig werden Webshops, dem Servicegedanken und der zeitlich schnell verfügbaren Waren, neben dem klassischen Handelsgeschäft durch Unternehmen betrieben.

Allerdings gelten bei grenzüberschreitenden Transaktionen die auch für den sonstigen Geschäftsverkehr geltenden Maßgaben des Rechts des grenzüberschreitenden Warenverkehrs. Nachfolgend sollen exemplarische Fallstricke aus der Exportkontrolle und der Umsatzsteuer bewertet werden.

1. Webshops in DE für den Verkauf von Waren

In Deutschland ansässige Betreiber von Webshops, die über diese Webshops im eigenen Namen Waren an Empfänger ins Ausland veräußern, sind grds. Ausführer im Sinne des Zoll- und Außenwirtschaftsrechts. Die nachfolgenden Verbote und Genehmigungsregeln müssen ebenso beachtet werden, wie die Förmlichkeiten des Zollrechts (Ausfuhrzollanmeldung, Beachtung von Verboten und Beschränkungen). Dazu müssen die Waren korrekt in den Zolltarif eingereiht und gegen die einschlägigen Güterlisten (EG-Dual-use-VO, Teil I Abschnitt A der Ausfuhrliste) geprüft sein. Ausfuhren dieser Güter sind genehmigungspflichtig, die Ausfuhren können je nach Güterart und Bestimmungsland unter Anwendung von Allgemeingenehmigungen ausgeführt werden.

AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

2. Webshops in DE für Software-Downloads

Werden durch in Deutschland betriebene Webshops Softwareprodukte (z.B. Verschlüsselungssoftware, z.B. 5D002, Steuerungssoftware für „gelistete" Anlagen, z.B. 2D001, erfasst von Anhang I der EG-Dual-use-VO) zum Download bereitgestellt, gilt dies im Sinne der Fiktion des Art. 2 Nr. 2 EG-Dual-use-VO bereits als Ausfuhr. Diese ist genehmigungspflichtig. Auch hier könnten in Einzelfällen Allgemeingenehmigungen genutzt werden.

3. Verbote und Genehmigungspflichten

a. Gelistete Güter

Webshopbetreiber müssen sicherstellen, dass sofern sog. „gelistete" also ausfuhrkontrollierte Güter nur unter Beachtung bestehender Genehmigungspflichten ausgeführt werden. Das bedingt die korrekte Klassifizierung und Freigabesperre der betroffenen Güter. Zu beachten ist, dass bei bestimmten Industriegütern, z.B. Chemikalien auch Verbote und Beschränkungen durch die REACH-VO; das Grundstoffüberwachungsgesetz, das Arzneimittelgesetz etc. bestehen können.

b. Gelistete (verbotene) Personen

Ebenso wenig dürfen über Webshops Personen, Organisationen und Einrichtungen, die auf den Sanktionslisten der EU (und ggf. auch der USA) erfasst sind, keine wirtschaftlichen Ressourcen bereitgestellt werden. Das bedingt, dass bei der Datenerfassung durch den Webshopbetreiber, diese Adressdaten vor dem Versand und der Bearbeitung der Bestellung gegen die einschlägigen Sanktionslisten geprüft werden. Verstöße hiergegen können als Straftat gewertet werden. Über Web-Portale können die Listen geprüft werden (www.finanz-sanktionsliste.de).

c. Embargodestinationen – z.B. Luxusgüterembargo bei Konsumgütern

Besteller die aus oder zur Lieferung in Embargodestinationen Konsumgüter bestellen, stellen den Webshopbetreiber vor die Herausforderung, destinationsbezogene Besonderheiten aus den diversen Embargos der EU abbilden zu müssen (Embargogüterlisten; z.B. bei Syrien und Nordkorea Luxusgüter, bei Libyen Schlauchboote und Außenbordmotoren, bei Iran Halbzeuge aus bestimmten Metallen, Industriedichtungen etc.). Dies erfordert einen entsprechend geregelten Umgang mit Embargos. Dazu können Tools wie Geoblocking gehören. Bestimmte Webshops bieten bei der Datenerfassung des Bestellers und der Erfassung des Bestimmungslandes in einem Dropdownfenster nur bestimmte, z.B. unkritische Länder als Destination an. Sofern Embargodestinationen hier nicht aufgeführt werden, kann der Besteller eine entsprechende Bestellung für diese nicht generieren.

d. Kritische Endverwendung

In der Regel erfährt der Webshopbetreiber nicht die Endverwendung der Güter. Sollte jedoch in Einzelfällen eine entsprechende Kenntnis der Belieferung aus einem Webshop in eine kritische Endverwendung (z.B. Massenvernichtungswaffen, Nukleartechnik, militärische Endverwendung in Waffenembargoländern) vorliegen, sind verwendungsbezogene Genehmigungspflichten (sog. catch-all-Regeln) zu beachten. Webshopbetreiber könnten sich über Web-Protokolle vom Besteller bestätigen lassen, dass die bestellten Güter durch ihn nicht in eine der vorgenannten Verwendungen geliefert werden.

4. Genehmigungsverfahren

Sofern keine Verbote bestehen und die Ausfuhren nach den vorgenannten Grundsätzen genehmigungspflichtig sind, muss der Ausführer entsprechende Ausfuhrgenehmigungsanträge beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (www.bafa.de) stellen, oder sich dort für die Nutzung von Allgemeingenehmigungen registrieren.

5. Handels- und Vermittlungsgeschäfte

Vermittelt der Web-Shopbetreiber lediglich Güter über seine Plattform, bei denen die Güter aus einem Drittland in ein anderes geliefert werden sollen und der Vertrag über diese Transaktion über den Webshopbetreiber lediglich zustande kommt und durch ihn vermittelt wird, können ihn dann Genehmigungspflichten treffen, wenn Gegenstand der Vermittlung Rüstungsgüter im Sinne des Teil I Abschnitt A sind oder in bestimmten Fällen Dual-use-Güter.

6. Fazit

Verstöße gegen ausfuhrrechtliche Genehmigungspflichten oder Verbote werden hart sanktioniert. Webshopbetreiber müssen zur Vermeidung dieser wie andere Ausführer auch, die vollständige Abbildung der innerbetrieblichen Exportkontrolle sicherstellen. Dies kann dann auch die Anforderung umfassen, einen Ausfuhrverantwortlichen zu stellen. In dessen und im Interesse des Unternehmens sollten Webshops immer in ein bereits bestehendes innerbetriebliches Exportkontrollprogramm eingebunden sein oder für die Webhops ein solches erstellt werden. ◂

Matthias Merz
Geschäftsführer

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

Marktchancen entlang der neuen Seidenstraße

Interview von Gunther Schilling, Chefredakteur des Online-Magazins „ExportManager“, mit Markus Renkes

Die Industrieregionen Chinas sind bereits seit einigen Jahren durch Zugverbindungen mit Deutschland verbunden. Nun fahren auch Lkw über Polen, Weißrussland, Russland und Kasachstan den chinesischen Grenzort Khorgos an. Über die Marktchancen und die lokalen Zahlungsmöglichkeiten sprachen wir mit Markus Renkes, Head GTB FX Germany, Deutsche Bank.

Herr Renkes, wie schätzen Sie den Absatzmarkt China 2019 ein?

China ist unter anderem für die Automobilindustrie mit Abstand der größte Markt und ein wichtiger Produktionsstandort. Durch den aktuellen Handelskonflikt mit den USA wird der Warenaustausch belastet. Daher sucht China nach einem intensiveren Handel mit seinen Nachbarstaaten und Europa.

Welche Rolle spielt die neue Seidenstraße für den Handel mit China?

Die Seidenstraße war traditionell die Landverbindung von Europa über Zentralasien nach China. In der Belt-and-Road-Initiative, wie die chinesische Initiative für eine neue Seidenstraße auch genannt wird, soll neben dem Landweg auch eine neue Seeverbindung gestärkt werden. Doch der Gütertransport auf dem bestehenden Seeweg zwischen China und Europa ist eng mit den USA und dem US-Dollar verbunden. China möchte die Abhängigkeit vom US-Dollar lockern. Daher geht der Trend hin zum Landweg.

Was bedeutet das für deutsche Exporteure?

Auf der Strecke zwischen Europa und China entstehen mit den Infrastrukturprojekten und neuen Industrieanlagen Absatzchancen. In Ländern wie Kasachstan oder Armenien hat man es aber nicht mehr mit dem US-Dollar, sondern mit lokalen Währungen und relativ kleinen Devisenmärkten zu tun.

Welche Vorteile bieten Projekte entlang der Seidenstraße?

Die Landverbindungen schaffen schnellere Transportmöglichkeiten. Inzwischen ist man bei einer Lieferzeit von elf bis 14 Tagen. Man spart auf den Transportwegen über Land vier Wochen gegenüber dem Seeweg ein. Die Logistikketten gehen immer mehr dazu über, noch schneller zu liefern. Das Lager ist der Transportweg. Und das betrifft nicht nur den Export Richtung China, sondern auch den Import von dort und von den neuen Produktionsstandorten auf der Strecke.

Welche Länder sind dort besonders interessant?

Vor allem in Kasachstan entwickeln sich interessante Strukturen. Unternehmen haben dort Fabriken aufgebaut und wollen Zahlungen in Tenge vornehmen, unabhängig von den lokalen Banken. Einige Firmen beteiligen sich neu an Infrastrukturprojekten, andere sind schon seit Jahren vor Ort. Aber auch in der Ukraine, der Türkei oder dem Irak haben Kunden operative Einheiten und wollen in lokaler Währung zahlen. Und sie wollen die Erlöse wieder repatriieren. Unsere Kunden stehen oft vor den folgenden Fragen: Wie können wir

Markus Renkes
Head GTB FX Germany

Deutsche Bank AG
markus.renkes@db.com
www.db.com

Deutsche Bank

Gelder in diesen Ländern investieren? Wie können wir die Wechselkurse absichern? Und: Wie bekommen wir das Geld wieder aus dem Land nach Deutschland?

Wie wirken sich Währungsverluste auf den Umsatz aus? Wo sehen Sie die größten Risiken?

Unsere Kunden haben oft das Problem, das Geld außer Landes zu bekommen. Sie wissen, dass sie Kursverluste erlitten haben. Trotzdem ist entscheidend, das Geld nach Deutschland zurückzuholen. In verschiedenen Ländern entlang der Seidenstraßen muss man, neben anderen regulatorischen Anforderungen, Kapital, das man im Land investiert, bei der Zentralbank registrieren, um das Kapital und die Gewinne zu einem späteren Zeitpunkt wieder außer Landes bringen zu können.

Welche Regulierungen sind dabei zu beachten, und wie wirkt sich das auf die Devisenmärkte in diesen Ländern aus?

In Kasachstan und der Türkei haben wir funktionierende Kapitalmärkte. Aber zum Beispiel in Armenien ist das Geschäft mit Fremdwährungen wie US-Dollar, Euro gegen den Armenischen Dram stark bestimmt von den lokal ansässigen Banken. Bedingt durch die eingeschränkte Liquidität, kann der Spread zwischen Ankauf und Verkauf bereit gestellt sein, was im Vergleich mit den bekannten hochliquiden Märkten in Europa, den USA und Asien außergewöhnlich ist. Wenn wir Fremdwährungstransaktionen in solchen kleinen Märkten durchführen, müssen wir die Summen marktschonend platzieren. Großbeträge können Marktbewegungen auslösen, und den Markt schnell illliquide machen

Wie sieht das Währungsmanagement in anderen Ländern entlang der Seidenstraße aus?

Als Bank sind wir in Asien sehr gut aufgestellt, beispielsweise auch in Vietnam. Wir werden den Vietnamesischen Dong ab dem zweiten Quartal 2019 auch selbst handeln und unseren Kunden über unsere digitale Plattform direkt Liquidität zur Verfügung stellen[1]. Die Unternehmen nutzen das Angebot in Richtung Vietnam und Philippinen, um Geld dorthin zu bringen aber auch zu repatriieren.

Samarkand ist ein Knotenpunkt an der Seidenstraße. Doch Währungsgeschäfte in Usbekistan bergen Risiken. © Lukas Bischoff/iStock/Getty Images Plus

Wie gehen Sie dabei vor? Arbeiten Sie mit lokalen Partnern zusammen?

Wir arbeiten mit einem großen globalen Partner zusammen. Dabei bleiben wir erster und einziger Ansprechpartner für unsere Kunden. Wir blicken auf den Markt und prüfen, ob wir alles selbst machen wollen. Das Konzept der Zahlung in lokaler Währung haben wir zusammen mit unserem Partner entwickelt. Selbst eine Bank vor Ort zu gründen muss sich lohnen. In Vietnam haben wir das gemacht. Doch in zahlreichen Ländern entlang der Seidenstraße nutzen wir unseren Partner.

Vielen Dank für das Gespräch! ◂

[1] *Anmerkung des Verfassers: Seit Mai 2019 für beide Währungen umgesetzt.*

Das Gespräch führte Gunther Schilling, Chefredakteur des Online-Magazins „ExportManager“ (www.exportmanager-online.de). Das Interview wurde zuvor in der Ausgabe ExportManager 02/2019 veröffentlicht.

„Ich verkaufe Düsseldorf“

Ulrich Topp versucht Airlines für den Düsseldorfer Flughafen zu gewinnen

Interview mit Ulrich Topp

Ulrich Topp
Leiter Aviation Marketing

Flughafen Düsseldorf GmbH
Flughafenstraße 105
40474 Düsseldorf

T +49 211 421 20329
F +49 211 421 2746
M +49 173 732 6394
ulrich.topp@dus.com
www.dus.com

Düsseldorf Airport DUS

Kein Eiffelturm, kein Petersdom, kein Brandenburger Tor. Noch nicht mal Hauptstadt eines Staates. Dazu ein langer Name und mittendrin ein Buchstabe, den außerhalb Deutschlands keiner kennt. Düsseldorf ist für fremde Zungen schwer auszusprechen und wo liegt das überhaupt? Versuchen Sie mal einem Streckenplaner bei einer internationalen Airline zu erklären, warum er ausgerechnet hierhin fliegen soll.

Genau das macht Ulrich Topp. Der 50-jährige ist am Düsseldorfer Airport für das Aviation Marketing verantwortlich. Er versucht Fluglinien davon zu überzeugen, dass sich eine Flugverbindung in die schönste Stadt am Rhein lohnt. Dabei überlassen er und sein Team nichts dem Zufall. Und der Erfolg gibt ihnen Recht: Seit 2011 ist beinahe jedes Jahr eine neue Langstreckenverbindung dazugekommen. Rückschläge, wie der Rückzug von American Airlines und die Streckenaufgabe der Cathay Pacific im März 2018 oder das Aus des größten Airline-Partners Air Berlin sind zwar schmerzhaft, trüben aber nicht die Gesamtbilanz. Doch der Reihe nach, was macht Topp, wenn er eine Airline nach Düsseldorf holen will?

„Ganz am Anfang steht immer eine sorgfältige Analyse des Streckenpotenzials“, erklärt der ausgebildete Luftverkehrskaufmann und Touristikfachwirt. Dazu bedient er sich verschiedener Quellen: Statistiken, Daten über das Reiseverhalten, Erkenntnissen aus Reservierungssystemen sowie Auswertungen aus Fluggastbefragungen. Konkurrenzsituationen mit anderen Flughäfen werden dabei genauso betrachtet wie die Entwicklung bei der Airline selbst. „Hat die Airline, die wir ansprechen wollen, das richtige Flugzeug für die Strecke? Gibt es Verkehrsrechte?“, erklärt Topp. Am Ende dieses Prozesses steht eine maßgeschneiderte Präsentation für die jeweilige Fluglinie.

Natürlich auch mit der Antwort auf die Frage „Warum Düsseldorf?“ „Wir haben nur wenige bekannte touristische Highlights“, weiß Topp, „aber in Sachen Wirtschaftskraft spielen wir in der Champions League.“ Er weiß wovon er spricht. Topp ist in der Region verwurzelt, hat lange für die LTU gearbeitet und lebt in Hilden. Nordrhein-Westfalen erwirtschaftet immer noch das größte Bruttoinlandsprodukt aller deutschen Bundesländer und braucht sich

hinter Metropolen wie London oder Paris nicht zu verstecken. Wäre Nordrhein-Westfalen ein eigener Staat, entspräche die Wirtschaftsleistung dem Volumen der Türkei.

Das alles muss Ulrich Topp jetzt dem richtigen Ansprechpartner bei einer Fluggesellschaft erklären. In China, Indien oder den USA. „Da kann ich natürlich nicht einfach anrufen und mich durchstellen lassen." Also ist er viel unterwegs, weltweit. Auf Slot-Konferenzen, Touristikmessen oder auf speziellen Veranstaltungen, wie der „Routes", wo sich Flughäfen und Airlines treffen, um über mögliche neue Strecken zu sprechen. Dabei geht es zu wie bei einem Speed Dating. Termine mit dem Wunschpartner werden angefragt, dann bleiben 20 Minuten Zeit für ein Gespräch, beim Glockenschlag ist schon alles vorbei. „Das sind natürlich nur Erstkontakte", sagt Ulrich Topp. Die eigentliche Arbeit folgt danach. Er und sein Team besuchen die Airlines persönlich, um Düsseldorf und die Region zu präsentieren. Doch jetzt sind schon mal Name und Gesicht des Gegenübers bei der Airline bekannt.

© Flughafen Düsseldorf

Bis eine Fluglinie tatsächlich nach Düsseldorf kommt, kann unter Umständen viel Zeit vergehen, sehr viel. „Acht Jahre hat es gedauert, von meinem ersten Gespräch mit der japanischen ANA, bis der Dreamliner 2014 hier auf dem Hof stand", berichtet Topp. Das war dann selbst für den erfahrenen Luftfahrtexperten ein sehr emotionaler Moment. An seinem Job reizen den Familienvater besonders die unterschiedlichen Menschen und Kulturen, mit denen er zusammenkommt. Er und sein Team bereiten sich professionell darauf vor. „In Japan reden bei den offiziellen Gesprächen nur die Ranghöchsten miteinander, in den arabischen Staaten dagegen steht vor dem Geschäftlichen erstmal das Private im Vordergrund. Die Gesprächspartner wollen genau wissen, mit wem sie es zu tun haben und fragen nach Familie, Hobbies und sonstigen persönlichen Vorlieben", weiß Topp aus jahrelanger Erfahrung. Familie, Kochen und Radfahren sind dann seine Antwort. ▸

© Flughafen Düsseldorf

Aber auch der Kontakt zu bestehenden Airline-Partnern muss gepflegt werden. Das Team von Ulrich Topp spricht mit den Fluggesellschaften regelmäßig über neue Strecken und Frequenzaufstockungen. So verbinden im aktuellen Sommerflugplan über 60 Airlines den größten Airport NRWs mit knapp 190 Zielen in rund 50 Ländern weltweit.

Eurowings hat die Langstrecke ab Düsseldorf weiterhin fest im Blick. Zwölf Interkontinentalziele locken für Reisen in die Ferne. Neu in diesem Sommer sind Las Vegas, Puerto Plata, Santa Clara, Samaná, Varadero, Havanna und Bangkok dabei. Auch auf der Kurz- und Mittelstrecke setzt Eurowings ihr Wachstum fort und hat beispielsweise besonders stark auf den Strecken nach Wien, Kopenhagen und Zürich aufgestockt. Darüber hinaus hat die Fluggesellschaft Italien stark im Blick und steuert mit Florenz, Bologna und Genua gleich drei neue Ziele in diesem Sommer an.

Auch Lauda und Condor haben ein besonderes Augenmerk auf Italien gerichtet. So hat Lauda Palermo, Neapel und Mailand-Bergamo ganz neu in ihr Programm aufgenommen. Condor fliegt neben Neapel auch noch Cagliari auf Sardinien neu an und stockt die Verbindung nach Lamezia Terme auf. Neu geht es mit Condor von Düsseldorf aus nach Volos, Samos und Kefalonia in Griechenland sowie ins kroatische Zadar. Lauda hat zudem neue City-Strecken nach Kopenhagen, Mailand-Bergamo und Stockholm-Skavsta ihr Programm aufgenommen. Im kommenden Winter verdoppelt die Airline ihre Frequenzen auf diesen Verbindungen.

Auch Großbritannien ist bei den Fluggesellschaften hoch im Kurs. So wurden einige Verbindungen auf die Insel aufgestockt. Mit Eurowings geht es aktuell fünfmal pro Woche nach Edinburgh und bis zu dreimal täglich nach Manchester. Flybe steuert Manchester sogar 23 Mal pro Woche an. Easyjet verbindet Düsseldorf weiterhin mit 13 Abflügen in der Woche mit London-Gatwick.

Tuifly stockt beliebte Destinationen rund ums Mittelmeer auf. Neu in diesem Sommer sind Agadir, Djerba, Larnaka und Lamezia Terme.

Der Düsseldorfer Airport begrüßte mit Loganair, Icelandair und Albawings gleich drei neue Airlines in diesem Sommer. Loganair hebt täglich nach Glasgow ab. Icelandair steuert viermal pro Woche Reykjavik an und bedient über ihr isländischen Drehkreuz weitere Ziele in den USA. Albawings verbindet ab Juni 2019 Düsseldorf dreimal pro Woche mit der albanischen Hauptstadt Tirana.

Auf der Fernstrecke setzen Emirates nach Dubai, ANA nach Tokio, Singapore Airlines nach Singapur und Air China nach Peking ihr Engagement fort. Etihad setzt in diesem Sommer auf der Strecke nach Abu Dhabi mit dem Dreamliner Boeing 787-9 auf einen leisen und modernen Flugzeugtyp.

Die aktuellen Fluginformationen können online unter dus.com abgerufen werden. Den Sommerflugplan 2019 im Überblick finden Sie auf der Webseite im Bereich „Downloadcenter“. ◂

Web Based Trainings

Bundesanzeiger Verlag

EUWISA

Online Fortbildung

für Zollsachbearbeiter,
Zoll- und Exportbeauftragte
sowie Luftfrachtsicherheit

Gibt's nicht? Gibt's doch!

Präsenzschulungen Luftsicherheit

durch behördlich zugelassene Ausbilder mit umfangreicher praktischer Erfahrung in dem Bereich **Luftsicherheit**.

Schulung für Sicherheitsbeauftragte nach Kapitel 11.2.5 der DVO (EU) 2015/1998

Jährliche Fortbildungsunterweisung für behördlich zugelassene Ausbilder in der Luftsicherheit

Auffrischungsschulung für Sicherheits-beauftragte

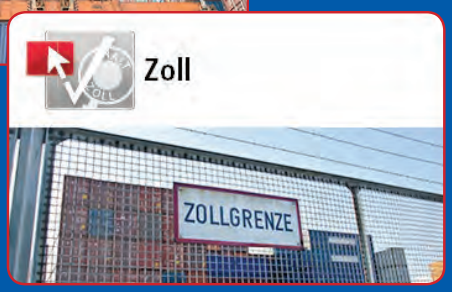
Mit den praktischen WBTs

(Web Based Trainings)

Zeit, Ort und Tempo Ihrer Online-Fortbildung bestimmen Sie selbst.

Überzeugen Sie sich von dem einmalig günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir konzipieren die Schulungen auch nach Ihren Anforderungen.

Für Einsteiger und Fortgeschrittene



Sprechen Sie mich an

Ute Friedrichsen
Verkaufsleitung

Fon 05151 9893-90
friedrichsen@verlagsmail.de

EUWISA
Europäische Wirtschafts- und Sicherheitsakademie GmbH
Stüvestraße 41 · 31785 Hameln · Fon 05151 9893-90 · kontakt@euwisa.com · www.euwisa.com

Digitalisierung:

Vorgaben zum grenzüberschreitenden Datenverkehr

Text: Dr. Jens Eckhardt

Die Digitalisierung von Geschäftsabläufen und Vereinbarungen ist essentieller Bestandteil des Unternehmensalltags. Aktuell stehen Block-Chains bzw. Distributed Ledger Technology im Zentrum der Diskussion. Mit der Digitalisierung sind unvermeidbar Datenschutzfragen verbunden. In den unterschiedlichsten Ausprägungen werden personenbezogene Daten erfasst – sei es als Meta-Daten, sei es als Zugangs- bzw. Log-In-Daten oder sei es als Gegenstand der digitalen Prozesse.

© Jakub Jirsàk - stock.adobe.com

Durch die Digitalisierung wird der grenzüberschreitende Datenverkehr erleichtert, aber nicht selten liegt der genutzten Technologie auch ein grenzüberschreitender Verkehr personenbezogener Daten zugrunde, ohne dass dies im Fokus der Anwendung steht.

Datenschutz bei der Digitalisierung

Die Digitalisierung der Unternehmensverwaltung hat fast unvermeidbar auch datenschutzrechtliche Implikationen. In der Praxis wird dabei zuweilen aus den Augen verloren, dass bei einer grenzüberschreitenden Übermittlung personenbezogener Daten zusätzliche datenschutzrechtliche Fragen auftreten. Das gilt nämlich auch dann, wenn die Datenübertragung durch einen Dienstleister oder einen Dienstleister des Dienstleisters (Subunternehmen) erfolgt. Ein Großteil der digitalen Lösungen beruht auf Cloud-Technologien, bei denen eine Mehrzahl von Dienstleistern und diese auch rund um den Globus eingebunden sind. Ein Service 24/7 ist kaum anders wirtschaftlich zu realisieren.

Datenschutzrechtlich zwingt ein grenzüberschreitender Verkehr personenbezogener Daten zu einer zweistufigen Prüfung. Es ist sowohl (1. Stufe) die Zulässigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten an sich zu prüfen als auch (2. Stufe) die grenzüberschreitende Verarbeitung.

Solange der Dienstleister und die Daten innerhalb der Europäischen Union (EU) und dem Europäischen Wirtschaftsraums (EWR) bleiben, wird dieser grenzüberschreitende Verkehr

DERRA, MEYER & PARTNER
Rechtsanwälte PartGmbB

behandelt wie eine Datenübertragung im Inland. Werden Daten hingegen in Drittländer übertragen oder wird der Zugriff von diesen Ländern aus auf personenbezogene Daten im EU-Inland (z. B. bei Support und Wartung) ermöglicht, müssen die besonderen Voraussetzungen der Art. 44 bis 50 DS-GVO erfüllt sein.

Die DS-GVO sieht folgende Möglichkeiten vor:

- Datenübermittlung auf der Grundlage eines Angemessenheitsbeschlusses (Art. 45 DS-GVO): Die EU-Kommission hat für eine Reihe von Drittländern die Angemessenheit deren Datenschutzniveaus anerkannt (bspw. Schweiz). Das sog. EU-US Privacy Shield fällt hierunter; danach ist eine Datenübertragung in die USA bei Einhaltung der Vorgaben des Privacy Shields zulässig.
- Datenübermittlung vorbehaltlich geeigneter Garantien (Art. 46 DS-GVO): Zwischen dem Datenexporteur und dem Datenimporteur im Drittland muss durch vertragliche Vereinbarung ein angemessenes Datenschutzniveau geschaffen werden. Voraussetzung ist allerdings, dass die konkreten Vertragsregelungen durch die zuständige Datenschutzaufsichtsbehörde als ausreichend genehmigt werden. Eine Alternative stellt die Verwendung sog. EU-Standard-Verträge für den Drittstaatenverkehr. Hierbei handelt es sich um Vertragsmuster, die durch die EU-Kommission beschlossen wurden und ein entsprechendes Datenschutzniveau schaffen. Der Vorteil dieser Standard-Verträge besteht darin, dass diese nicht gesondert genehmigt werden müssen, wenn das Muster unverändert verwendet wird.
- Verbindliche interne Datenschutzvorschriften (Art. 47 DS-GVO): Ein Unternehmensverbund kann sich selbst Datenschutzpflichten in allen Unternehmen auferlegen und auf dieser Grundlage auch in allen verbundenen Unternehmen in Drittländern ein angemessenes Datenschutzniveau schaffen. Diese Vorgaben müssen aber ebenfalls durch die Datenschutzaufsichtsbehörde als ausreichend genehmigt werden. Danach ist der Datentransfer im Unternehmensverbund zulässig. Dieser Prozess ist aufwendig und nimmt erheblichen zeitlichen Vorlauf in Anspruch.
- Nach dem Unionsrecht nicht zulässige Übermittlung oder Offenlegung (Art. 48 DS-GVO): Art. 48 DS-GVO regelt die Offenlegung personenbezogener Daten aufgrund von Anordnung eines Gerichts oder einer Behörde im Drittland.
- Ausnahmen für bestimmte Fälle (Art. 49 DS-GVO): Art. 49 DS-GVO sieht weitere Varianten vor wie bspw. die Einwilligung der betroffenen Person oder zur Vertragserfüllung gegenüber der betroffenen Person. Allerdings sind die Ausnahmen recht eng und müssen sorgfältig angewendet werden.

Die betroffene Person muss auch über jeden Drittlandtransfer proaktiv informiert werden (Art. 13 Abs. 1 lit. f bzw. Art. 14 Abs. 1 lit. f DS-GVO). Proaktiv bedeutet dabei, dass dies aktiv und nicht nur bei deren Nachfrage mitgeteilt werden muss.

Das bedeutet für Sie:

Das Datenschutzrecht zwingt Sie dazu, sich bei Systemen, die auch personenbezogene Daten verarbeiten, Folgendes zu vergegenwärtigen: 1. Gelangen personenbezogene Daten (auch) in Länder außerhalb der EU bzw. des EWR? 2. Greift eine Rechtsgrundlage nach Art. 44 bis 50 DS-GVO ein? 3. Ist die jeweils betroffene Person hierüber informiert.

Diese Anforderung klingt komplizierter als sie ist. Typischerweise sind datenschutzkonforme Gestaltungen auch möglich – zum Teil sogar recht leicht. Allein das Übersehen dieser Anforderungen kann zu größeren Problemen führen. Denn dann drohen Bußgelder und Schadensersatzansprüche sowie gegebenenfalls der Imageschaden. ◂

Dr. Jens Eckhardt
Rechtsanwalt und
Fachanwalt für IT-Recht,
Datenschutz-Auditor (TÜV)
und Compliance-Officer
(TÜV)

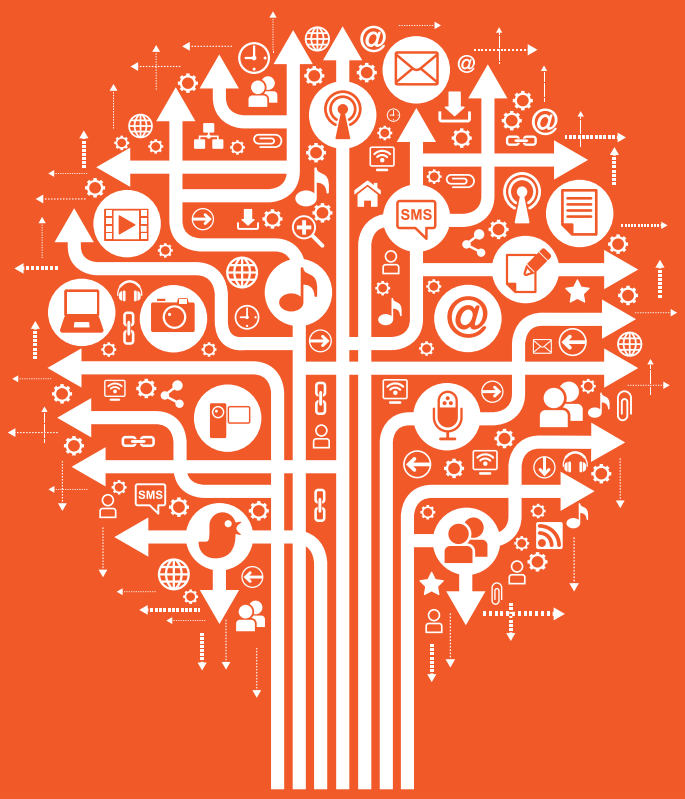
Derra, Meyer & Partner
Rechtsanwälte PartGmbB
Immermannstraße 15
40210 Düsseldorf

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

Digitalisierung international

Zusammengestellt von Anna Westenberger und Eva Korfanty

Große wie kleine Wirtschaftsnationen weltweit haben sich ehrgeizige Ziele für die Digitalisierung und die künstliche Intelligenz (KI) gesteckt. In manchen Ländern stellen die Regierungen umfangreiche Programme auf und investieren kräftig in Forschung & Entwicklung (F&E) oder die digitale Infrastruktur. Anderswo ist es vor allem die Privatwirtschaft, die das Thema vorantreibt - sowohl etablierte Großkonzerne als auch Start-ups. Wie technikaffin Gesellschaften sind und wie experimentierfreudig sie mit neuen Technologien umgehen, wirkt sich ebenfalls auf die Geschwindigkeit aus, mit der der Wandel vonstattengeht.



Die zahlreichen internationalen Rankings zu Digitalisierungsthemen machen deutlich, wie groß die Unterschiede in Kategorien wie digitale Infrastruktur, Forschung, Anwendung digitaler Technologien etc. zwischen den Ländern sind. Viele müssen rasch an ihren individuellen Schwachstellen arbeiten, um international den Anschluss nicht zu verlieren. Andererseits können sie bei der Digitalisierung ihrer Wirtschaft und Gesellschaft auf ganz unterschiedlichen Stärken aufbauen. Während manche über riesige Datenmengen verfügen und diese beispielsweise für die Entwicklung von KI nutzen, profitieren andere von ihrer gut aufgestellten Industrie und können so etwa bei der smarten Produktion punkten.

GTAI GERMANY TRADE & INVEST

USA: Große Technologiekonzerne treiben Entwicklung voran

Google, Amazon, Facebook, Apple – allein der Blick auf die großen Player zeigt das Gewicht der USA beim Thema Digitalisierung. Marktuntersuchungen bestätigen das: Im Ranking der Schweizer Wirtschaftshochschule IMD zur digitalen Wettbewerbsfähigkeit stehen die USA auf dem Spitzenplatz.

Die digitalen Geschäftsmodelle der US-Unternehmen, die ganze Märkte umkrempeln können, kommen häufig aus dem Silicon Valley. Viele etablierte Firmen gründen in der Hoffnung auf neue Ideen In-House Innovation Labs, vor allem in der San Francisco Bay Area. Auf die Region entfallen rund 40 Prozent der gesamten US-Wagniskapitalinvestitionen. Nach einer Analyse des Trendforschungsunternehmens CB Insights kommt der größte Teil der 100 vielversprechendsten Start-ups in der KI aus den USA.

Die Stärke der US-Unternehmen zeigt sich auch darin, wie das Land sich bei Digitalthemen wie der KI aufstellt. Eine umfassende Strategie für das Thema gibt es bisher nicht - stattdessen bleibt das Feld weitgehend den Technologiekonzernen überlassen. Allerdings hatte US-Präsident Donald Trump Anfang 2019 die Bundesbehörden angewiesen, die KI-Forschung bei der Mittelvergabe zu priorisieren.

Auch ohne grundlegende Strategie belegen die USA in der KI-Forschung einen Spitzenplatz. Ein Grund sind die etablierten Kooperationen zwischen Regierung, Privatsektor und Hochschulen. Ein anderer Wettbewerbsvorteil des Landes ist die Datengrundlage: Personenbezogene Daten unterliegen bundesweit nicht den gleichen strengen Regulierungen wie in der Europäischen Union - auch wenn der Trend klar in Richtung mehr Datenschutz geht. Bei der 5G-Kommunikationsinfrastruktur wollen die USA Weltmarktführer werden. Auf dieser Basis räumen Marktbeobachter dem Land großes Potenzial in der KI ein.

China: Hohe Investitionen in KI

In China treiben neben den Unternehmen vor allem digitalaffine Konsumenten sowie die ambitionierte Regierung das Thema voran. Mit zahlreichen Entwicklungs- und Aktionsprogrammen schafft der Staat attraktive Rahmenbedingungen und finanzielle Anreize mit regionalen Schwerpunkten. So setzt die Inlandsprovinz Guizhou beispielsweise vor allem auf Big Data und baut große Kapazitäten bei Rechenzentren auf. Die Provinz Guangdong wiederum fördert vor allem intelligente Fertigung und Robotik.

Mit dem schnellen Ausbau der 5G-Kommunikationsinfrastruktur und hohen Forschungsinvestitionen schafft China wichtige Voraussetzungen für die technologische Entwicklung. Ihr soll auch der rechtliche Rahmen nicht im Wege stehen - er wird so flexibel wie möglich gestaltet, um Innovationen nicht auszubremsen. Auch der Datenschutz wird bislang nicht hochgehalten. Die Möglichkeit, große Datenmengen zu sammeln und zu nutzen, kommt einem immensen Startkapital für chinesische Firmen gleich.

Was Nutzerdaten, aber auch Umsatz angeht, spielt der chinesische E-Commerce in einer eigenen Liga. Internetgiganten wie Alibaba oder Tencent profitieren kräftig. Auch der Staat selbst nutzt die ihm zur Verfügung stehenden Daten für E-Governance und Smart-City-Konzepte. Ab 2020 möchte er ein umfassendes Social-Credit-System - ein Kontrollsystem sowohl für Bürger als auch für Unternehmen - landesweit ausrollen. Dieses bewertet etwa die Kreditwürdigkeit, die Einhaltung der Verkehrsordnung und von Umweltbestimmungen sowie die Abgabe von Steuererklärungen.

Auf Grundlage der großen Datenmengen will China künftig vor allem KI vorantreiben. Über Fonds, Forschungs- und Pilotprojekte stellt die Regierung gewaltige Summen bereit. Der Großteil der lokalen KI-Unternehmen beschäftigt sich mit Computer Vision, Spracherkennung und Natural Language Processing. Wichtige Start-ups wie Face++ oder SenseTime erhalten die meisten Aufträge bislang vom Staat. Die Qualität der Algorithmen scheint umstritten. Bei den internationalen Patentanmeldungen im Bereich KI liegt China laut World Intellectual Property Organization (WIPO) aber ganz weit vorn - nur die USA können mehr Anmeldungen vorweisen.

In der Industrie hingegen zählt China bei der Digitalisierung bislang nicht zur Weltspitze. Für Industrie-4.0-Lösungen sind viele Unternehmen schlecht vorbereitet. Intelligente Fertigung gibt es bislang vor allem in exportorientierten Hochtechnologiefirmen oder teilweise ausländisch investierten Unternehmen. In der Robotikproduktion konnte China trotz großer Bemühungen bislang ebenfalls nicht zur Spitze aufschließen. ▸

Japan: Auf dem Weg zur Society 5.0

Japan hingegen gehört in der Robotertechnologie sowohl bei der Produktion als auch beim Einsatz zur Weltspitze. Das starke, breit aufgestellte verarbeitende Gewerbe bietet hervorragende Voraussetzungen für Industrie 4.0. Das Land hat sich früh mit dem Thema Digitalisierung beschäftigt: In den 90er Jahren wurde es zum erfolgreichen Computerhardware- und Elektronikhersteller, und seither hat die Regierung zahlreiche Strategien formuliert sowie eine sehr gute IKT-Infrastruktur aufgebaut. Beim Networked Readiness Index 2016 des Weltwirtschaftsforums liegt Japan unter den Top 10.

Mit seiner Society-5.0-Strategie hat Japan das weltweit wohl umfassendste Digitalisierungskonzept vorgelegt. Die komplette Gesellschaft soll dank aller erdenklichen Digitalisierungsprozesse supersmart werden - angefangen bei Robotern, die den Haushalt effizient organisieren, bis hin zu ausgefeiltem Verkehrs- oder Katastrophenschutzmanagement. So will Japan seine Wirtschaft wettbewerbsfähig halten, aber auch soziale Herausforderungen wie den demografischen Wandel meistern.

Eine zentrale Rolle wird dabei KI spielen. Bei den Patentanmeldungen liegt Japan laut WIPO international auf dem dritten Platz. Die Regierung fördert die Forschung, den Großteil der KI-Investitionen stemmt jedoch die Privatwirtschaft. Kleine und mittelständische Unternehmen halten sich noch zurück; es sind die japanischen Großunternehmen, die die Entwicklung beherzt vorantreiben, zunehmend auch in Kooperation mit Start-ups und ausländischen Partnern. Der Transfer von F&E-Ergebnissen in konkrete Anwendungen erfolgt allerdings oft noch zögerlich.

Tschechien: Starke industrielle Basis

Auf seine starke Industrie baut auch Tschechien auf. Das Land steht bei der Digitalisierung zwar nicht in der ersten Reihe, hat aber seine eigenen Stärken. Im tschechischen verarbeitenden Gewerbe kamen 2017 laut der International Federation of Robotics 119 Roboter auf 10.000 Beschäftigte - der EU-Durchschnitt liegt bei 106 Stück. Hier zeigt sich Tschechiens starke Automotive- und Maschinenbauindustrie mit ihrem wachsenden Bedarf an Automatisierung und Robotik.

Städte wie Prag oder Brno profitieren von ihrer regen Start-up Szene. So hat Brno den Ruf eines Silicon Valley Mitteleuropas. Es sind vor allem junge KMU, die in Tschechien KI-basierte Produkte und Dienstleistungen anbieten. Einige dieser Firmen sind in ihren Segmenten durchaus erfolgreich, auch wenn ihre Produkte für den Endkunden nicht immer erkennbar sind. So nutzt zum Beispiel die Lufthansa InTouch für Personalgewinnung und Kundendialog das Chatbot-Programm des jungen tschechischen Unternehmens Feedyou.

Im öffentlichen Sektor dagegen hinkt Tschechien hinterher. Gerade einmal ein Drittel der Internetnutzer im Land verwendet laut DESI 2018 die angebotenen E-Government-Funktionen, während der EU-Durchschnitt bei knapp 60 Prozent liegt. Beobachter kritisieren die Angebote als wenig nutzerfreundlich. Hier will die Regierung nachbessern. In ihrem Strategiepapier zur Digitalisierung von 2018 sieht sie ein E-Government-Konzept sowie eine bessere Ausstattung der staatlichen Behörden mit IKT vor.

Ein weiteres Problem teilt Tschechien mit vielen anderen Ländern: den Mangel an (IT-) Fachkräften. Allerdings könnte dieser gemeinsam mit den steigenden Lohnkosten wiederum die Nachfrage nach robotergesteuerter Prozessautomatisierung antreiben.

Südkorea: Technikaffine Bevölkerung und hochautomatisierte Produktion

Südkorea spielt beim Thema Digitalisierung zwar nicht in einer Liga mit den USA oder China. Das Land steht in mehreren internationalen Digitalisierungsrankings dennoch ganz weit oben: In der Kategorie ICT Adoption des Global Competitiveness Index 2018 des Weltwirtschaftsforums belegt es den Spitzenplatz. Die IKT-Infrastruktur ist hervorragend, als wohl erstes Land der Welt hat Südkorea im April 2019 flächendeckende 5G-Netze in Betrieb genommen. Im E-Government Development Index 2018 der Vereinten Nationen erreichte Südkorea Rang 3.

Eva Korfanty
Branchen

GERMANY TRADE & INVEST
Villemombler Straße 76
53123 Bonn

T +49 228 24 993 441
eva-maria.korfanty-schiller@gtai.de
www.gtai.de

Die technikaffine und experimentierfreudige Bevölkerung nimmt neue digitale Produkte und Dienstleistungen begeistert auf. Gleichzeitig gestaltet die Regierung den rechtlichen Rahmen möglichst flexibel, um Neuerungen Raum zum Testen zu geben. Die starke Elektronik- und Automobilindustrie hat ähnlich wie in Tschechien zumindest für die Digitalisierung der eigenen Produktion beste Voraussetzungen: Die Robotikdichte Südkoreas war 2017 mit 710 Industrierobotern pro 10.000 Mitarbeitern in der verarbeitenden Industrie die weltweit höchste.

Auch bei den Investitionen in F&E liegt Südkorea mit einem Wert von über 4 Prozent der Wirtschaftsleistung ganz weit vorn. Vor allem die Großunternehmen, die „Chaebols", treiben die Entwicklung neuer Produkte voran, allerdings wird in erster Linie angewandte und wenig Grundlagenforschung betrieben. Während Südkoreas Firmen es verstehen, bestehende Technologien aufzugreifen und zu perfektionieren, stehen weiche Faktoren wie das Bildungssystem, starre Hierarchien und die Wirtschaftsstruktur echten Innovationen im Weg. Die Regierung erhofft sich von der Digitalisierung wichtige Impulse, um den ambitionierten Schwenk vom Fast Follower zum First Mover zu schaffen. Insbesondere bei intelligenter Elektronik und Smart-City-Lösungen ist mit den Südkoreanern künftig zu rechnen.

Kanada: Hohe Investitionen in Forschung

Einen Namen in der Forschung hat sich Kanada gemacht, vor allem in den Bereichen Deep Learning und maschinelles Lernen. Diese Stärke will das Land ausbauen. Mit der Pan-Canadian Artificial Intelligence Strategy aus dem Jahr 2017 entstehen national vernetzte Exzellenzzentren in den bestehenden KI-Hubs Edmonton, Montreal und Toronto. Als Rückgrat seiner künftigen Forschung will Kanada mehr KI-Spitzenforscher und -Universitätsabsolventen ins Land holen.

Das gut ausgebaute Umfeld führt dazu, dass immer häufiger Unternehmen in großem Stil in kanadische Forschungszentren investieren - darunter Google (DeepMind - University of Alberta, Edmonton), Facebook (FAIR lab, Montreal), Microsoft (MS Research, Montreal) oder NVIDIA (KI Forschungslabor, Toronto).

Das gute Forschungsumfeld begünstig die Start-up-Szene - der große Pool an Tech-Talenten zieht hohe Wagniskapitalinvestitionen an. Eigene digitale Weltmarktführer dagegen hat Kanada nicht, und ein Großteil der patentierten KI-Forschungsergebnisse ist im Besitz globaler Firmen wie IBM, Alphabet, Uber, Dell oder Microsoft, kritisieren kanadische Experten für Intellectual Property. Den kommerziellen Nutzen der in Kanada entwickelten Ideen haben oft ausländische Investoren.

Finnland: Stark in der digitalen öffentlichen Verwaltung

In Finnland hat die Regierung in den vergangenen Jahren weniger für F&E ausgegeben. Insgesamt ist die Forschungsintensität daher gesunken. Einer der Gründe dafür ist die Umstrukturierung Nokias. Das finnische Vorzeigeunternehmen hatte deutliches Gewicht in der Forschung, der Niedergang der Nokia-Handysparte zog die F&E-Ausgaben herunter. Andererseits sorgte die Nokia-Umstrukturierung für eine Gründungswelle im finnischen IT-Sektor - ehemalige Nokia-Mitarbeiter wurden zu Gründern und brachten Schwung in den Sektor.

Insgesamt liegt Finnland in der Digitalisierung im europäischen Vergleich weit vorne - laut dem EU-Digitalranking DESI 2018 auf Platz 3. Das schnelle mobile Breitbandinternet, eine Bevölkerung mit hoher Digitalkompetenz, die für Rechenzentren ideal kühlen Temperaturen und günstige Strompreise sind einige der Vorteile Finnlands. Besonders punktet das nordische Land in der digitalen öffentlichen Verwaltung und bei E-Health. Rund 28 Millionen Rezepte wurden 2018 in Finnland bereits elektronisch ausgestellt, und die digitale Patientenakte nutzt etwas mehr als die Hälfte der Bevölkerung.

Genau diese Bereiche wird Finnland ausbauen. Dabei werden Lösungen über die eigenen Landesgrenzen hinaus wichtiger. Bereits jetzt können Finnen ihre digitalen Rezepte nicht nur zuhause, sondern dank einer Kooperation auch im benachbarten Estland einlösen. ◂

Mehr Informationen zur Digitalisierung in über 30 Ländern weltweit bietet Germany Trade & Invest unter www.gtai.de/wirtschaft-digital

Anna Westenberger
Asien/Pazifik

GERMANY TRADE & INVEST
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

T +49 30 200 099 393
anna.westenberger@gtai.de
www.gtai.de

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

Erfolgreiche Premiere „ATC Goes Company“ beim Bundesanzeiger Verlag

Text: Andreas Mühlberg
Fotos: Joop van Reeken

Auf Einladung des Bundesanzeiger Verlag, mit Hauptsitz in Köln, fand am 06.09.18 erstmals ein Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) statt.

Der Bundesanzeiger Verlag gehört seit 2006 zur DuMont Mediengruppe, zu dem wiederum u.a. der Kölner Stadtanzeiger sowie der EXPRESS zählen.

Nach dem Empfang im beeindruckenden DuMont Verlagshaus wurde das Leistungsspektrum des Bundesanzeiger Verlag durch Herrn Uwe Mähren, Fachverlagsleiter, sowie durch Frau Carina Brachter, Teamleitung Außenwirtschaft, im Detail vorgestellt. Das digitalisierte und in Print Form bestehende Informationsangebot zu außenwirtschaftlichen Themenfeldern wird stetig durch Veranstaltungen und Webinare ergänzt.

Die anschließende Druckereiführung und Besichtigung der Redaktionsräume gaben einen aufschlussreichen und exklusiven Einblick, über den Herstellungsprozess von Zeitungen. Bei einem kulinarischen Imbiss wurden die gewonnenen Eindrücke vertieft und darüber hinaus die Gelegenheit genutzt, sich über aktuelle Themen, wie z.B. über die Verbandsarbeit des AHV NRW mit dem belarussischen Unternehmerverband BSPN, auszutauschen.

Mit dem neuen und abgewandelten Format „ATC Goes Company“ lernen sich Mitgliedsunternehmen noch besser kennen und können durch ihre Teilnahme das eigene Netzwerk erweitern. Alle Mitgliedsunternehmen sind herzlich eingeladen, sich an diesem Format zu beteiligen. Sprechen Sie uns gerne an.

www.bundesanzeiger-verlag.de

Reguvis
Bundesanzeiger Verlag

Herzlich Willkommen!
AFTER TRADE CLUB

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler
Außenwirtschaft
Fachwissen für Außenhandelsexperten
Monatlich aktuelle Informationen
zu Ihrem Fachbereich:
Das traurige
Schicksal der
Kölner Jungen

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

Erfolgreiche Premiere „ATC Goes Company“ beim Bundesanzeiger Verlag (06.09.2018)

ferag

19:5 !

Hamburg wird für NRW zum Drehkreuz für Transatlantikverkehre

Text: Ingo Egloff

Zum Jahresanfang nahmen gleich vier neue Transatlantik-Dienste der Reedereiallianz THE Alliance Deutschlands größten Containerhafen in ihren Fahrplan auf. Die vier für Hamburg neuen Liniendienste AL-1 bis AL-4 werden seit Januar zusammen

Hafen Hamburg (© Joop van Reeken)

mit dem bereits bestehenden Service AL-5 am HHLA Containerterminal Altenwerder (CTA) abgefertigt. Durch die Bündelung dieser Dienste ergeben sich vielfältige Synergieeffekte. Für Handels- und Industrieunternehmen sowie Spediteure und Logistikunternehmen aus Nordrhein-Westfalen (NRW), die Import- und Exportsendungen mit den USA, Mexiko und Kanada abfertigen, wird der Hamburger Hafen jetzt zum Drehkreuz im Transatlantikverkehr.

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 NRW zur zweitwichtigsten Region im Container-Hinterlandverkehr von Deutschlands größtem Seehafen. 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

Port of Hamburg
MARKETING

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. Um den auf der Straße weiter zunehmenden Gütertransport zur Vermeidung von Staus und zur Entlastung der vorhandenen Infrastruktur zu verlagern, werden im Rahmen des Kooperationsprojekts „Hamburg-NRWplus“ Alternativen gesucht, damit mehr Transporte die Schiene und das Binnenschiff nutzen.

Ein Ergebnis dieser von Hafen Hamburg Marketing mitgetragenen Projektarbeit ist die neue Containerzug-Verbindung zwischen Köln und dem Hamburger Hafen, die im Mai gestartet werden konnte. Operativ wird die neue Shuttle-Verbindung, die vermehrt Güter von der Straße auf die Schiene holen soll, von CTS Container Terminal GmbH Köln und der IGS Intermodal Container Logistics GmbH betrieben. Wir freuen uns sehr, dass durch diese neue Containerzugverbindung der Hamburger Hafen wieder auf der Schiene mit dem Kölner Raum verbunden ist. Mit zunächst drei Abfahrten pro Woche in beide Richtungen wird Reedern und Spediteuren eine zuverlässige und umweltfreundliche Transportlösung angeboten, die bei Bedarf weiter ausgeweitet werden kann. Die Traktion übernimmt die RheinCargo, die bereits regelmäßige Massengutverkehre zwischen dem Rheinland und dem Hamburger Hafen auf der Schiene befördert und über langjährige Erfahrungen auf dieser Verkehrsachse verfügt. ◂

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

EUWISA

Reguvis | Bundesanzeiger Verlag

Web Based Trainings

ONLINE-TRAINING mit Teilnahmebestätigung

- Außenwirtschaft
- Exportkontrolle
- Zoll

Lernen ist das halbe Leben – mach ein Viertel draus!

Mit flexiblen und zeitsparenden WBTs

→ www.aw-training-online.de

Digitalisierung: Der Mensch im Mittelpunkt

Text: Tanja Nackmayr

Digitalisierung ist in aller Munde. Und das zu Recht: Denn wie wir arbeiten, einkaufen, kommunizieren, uns fortbewegen – kurz alle Lebensbereiche verändern sich durch Digitalisierung. Daher wäre es zu kurz gesprungen, Digitalisierung allein als technologischen Veränderungsprozess zu sehen. Sie ist ein übergreifender Prozess, bei dem der Mensch im Mittelpunkt steht. Sie ist kein Selbstzweck, sondern muss mit einem klaren Nutzen verbunden sein. Es geht darum, das Leben der Menschen weiter zu verbessern, Lösungen für die Herausforderungen unserer Zeit zu finden.

Tanja Nackmayr
Geschäftsführerin Bildungs- und Arbeitsmarktpolitik

unternehmer nrw
Uerdinger Str. 58-62
40474 Düsseldorf

T +49 0211 4573 259
F +49 0211 4573 258
nackmayr@unternehmer.nrw
www.unternehmer.nrw

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

Chancen der Digitalisierung

Und die Chancen, die Digitalisierung den Menschen bietet, sind vielfältig. Ein Beispiel ist die Arbeitswelt: In vielen Berufsfeldern eröffnet Digitalisierung die Chance, mobil zu arbeiten und Arbeitszeit flexibler einzuteilen – im Sinne einer besseren Work-Life-Balance und Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Oder intelligente Assistenzsysteme und Mensch-Maschine-Kollaboration: Sie erleichtern die Arbeit, ermöglichen die Integration von Menschen mit Behinderung oder reduzieren das Unfall- und Krankheitsrisiko.

Natürlich ist Digitalisierung auch mit Risiken verbunden. Sie stehen hierzulande allerdings oft zu sehr im Vordergrund und verdecken den Blick auf die Chancen. Risiken zu erkennen, darf nicht dazu führen, sich der Digitalisierung zu verschließen. Vielmehr gilt es, die Herausforderungen gezielt zu adressieren und dafür zu sorgen, dass die Risiken minimiert und die Chancen maximiert werden. Unser Anspruch muss sein, Digitalisierung erfolgreich für die Menschen zu gestalten.

Kompetenzen für die Digitalisierung

Eine Schlüsselrolle bei der erfolgreichen Gestaltung von Digitalisierung spielen Bildung und Qualifizierung. Sie müssen die Kompetenzen vermitteln, die die Menschen für diesen Gestaltungsprozess benötigen. Welche Kompetenzen das sind und wie sie vermittelt werden können, sind umfangreiche Fragestellungen. Hier seien ein paar zentrale Aspekte herausgegriffen:

In der Digitalisierung muss nicht jeder IT-Fachexperte sein. Gleichwohl sollte jeder über ein Grundverständnis von digitalen Themen und Zusammenhängen verfügen. Dazu gehören Kompetenzen zur Bewertung und den sicheren Austausch von Informationen, zur Anwendung von Informationstechnologie sowie für ein fundiertes Verständnis von IT. Reine Anwendungskompetenz reicht nicht aus, beispielsweise wenn es um ein kritisches Hinterfragen von digitalen Anwendungen oder das Entwickeln neuer digitaler Ideen geht.

Verstärkt gefordert werden in der Digitalisierung nicht ausschließlich IT-Kompetenzen. Mindestens genauso wichtig sind soziale und personale Kompetenzen. Dazu gehört insbesondere Lernkompetenz und -bereitschaft, die frühzeitig vermittelt werden müssen. Hinzu kommen Aspekte wie Team-, Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit, Flexibilität und Selbstständigkeit. Sie sind wichtige Voraussetzung für das Arbeiten in agilen Prozessen und interdisziplinären Teams.

Bildung und Qualifizierung fit zu machen für den digitalen Wandel erfordert Dreierlei: Es geht um die Inhalte, die angepasst werden müssen, zudem um die Ausstattung, die mit der digitalen Entwicklung schritthalten muss, und schließlich um Methoden, die auf neue digitale Anwendungen ausgerichtet sein müssen. So nutzt in der Schule beispielsweise die beste technische Ausstattung wenig, wenn kein methodisches Konzept dahintersteht und ein Smartboard wie eine Kreidetafel verwendet wird.

Last-but-not-least: Digitalisierung ist eine große Chance für die Qualifizierung. Neue Lernformen können Menschen für Qualifizierung aufschließen, die bisher wenig bildungsaffin waren. Ein Beispiel sind Gamification-Ansätze, die den ein oder anderen Lernenden sicherlich mehr ansprechen als ein klassisches Seminar. Zum anderen kann Lernen praxisnäher gestaltet werden. Ein Beispiel sind Datenbrillen, die Informationen etwa zu einer Maschine direkt am Objekt sichtbar machen. Auch hier gilt: Digitale Anwendungen sind kein Selbstzweck und oft wird eine kluge Mischung aus klassischen und neuen Lernformen am sinnvollsten sein. ◂

GLOBAL TRADE
PROZESSE OPTIMIEREN
MIT LÖSUNGEN VON dbh.

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

ZOLLMANAGEMENT
- Internationale Zollabwicklung
- EU-Warenvorabanmeldung

TRADE COMPLIANCE
- Sanktionslistenprüfung
- Exportkontrolle
- US-Re-Exportkontrolle
- Tarifierung

PRÄFERENZMANAGEMENT
- Lieferantenerklärungen
- Dokumentation des Warenursprungs
- Präferenzkalkulation

VERSANDABWICKLUNG
- Versandsystem
- Frachtkostenmanagement

SAP Partner

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

WWW.DBH.DE

dbh

// WIR VERPASSEN IHNEN
DEN LETZTEN SCHLIFF

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

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

Die Managementposition im Zoll- und Außenhandelsbereich bringt eine Reihe täglicher Herausforderungen mit sich. Führungskräfte sollten daher über bestimmte Eigenschaften verfügen, um diese Herausforderungen souverän zu meistern: strategisches Denken, das Erfassen komplexer Themen und Zusammenhänge, das Delegieren von Aufgaben und Verantwortung und vieles mehr.

Neben den fachlichen Kompetenzen gewinnen auch die sozialen Kompetenzen zunehmend an Bedeutung. So gehören das Fördern von Angestellten, das Strukturieren und professionelle Leiten von Gesprächen sowie das Lösen von Konflikten verstärkt zu den täglichen Aufgaben einer Führungskraft.

Die Management-Seminare der AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE rüsten Sie für den erfolgreichen Umgang mit Ihren Angestellten. Mit Ihren neu erworbenen Fähigkeiten verhandeln Sie zudem sicher mit Geschäftspartnern und kommunizieren souverän mit Behörden und Ämtern. Erfahren Sie, wie Sie Ihr Unternehmen optimal organisieren oder wie Sie eine strukturierte Dokumentation umsetzen können.

Auch für Frauen, die Führungspositionen innehaben oder einnehmen möchten, bietet die AWA das richtige Seminar an. Wählen Sie je nach Anforderungen im Beruf und individuellem Bedarf das für Sie passende Management-Seminar der AWA aus, um Ihre Fähigkeiten auszubauen und Ihr Profil zu schärfen.

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

AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

Wissenswertes über die Hebmüller-Group

Ihre Ventilspezialisten

Text: Axel Hebmüller und Franziska Kux

Axel Hebmüller
European Representative

NETVRIDA
Northeast Tennessee Valley Regional Industrial Development Association

p.a. Hebmüller Verwaltung GmbH
Broicherseite 17
41564 Kaarst / Germany
T +49-2131-591195
M +49-163-5911955
info@netvrida.eu
axel@hebmueller.de
www.netvrida.eu
www.hebmueller.de

Die beiden Firmen Hebmüller SRS Technik GmbH und Hebmüller Handel GmbH mit Ihrem Sitz in Kaarst, bei Düsseldorf, haben sich auf individuelle und kundenorientierte Ventillösungen spezialisiert.

Zum einen stellt die Firma Hebmüller SRS Technik GmbH spezielle Ablass- und Rückschlagventile für den Einbau in Flugzeugküchen und -Toiletten her, zum anderen vertreibt die Firma Hebmüller Handel GmbH, als deutscher Generalvertreter internationaler Firmen, unterschiedlichste und vielseitige Ventillösungen, vorwiegend für sterile Anwendungen geeignet, im Bereich Pharma und Biotech.

AHV NRW

Schon seit einiger Zeit steht die Hebmüller-Group mit dem Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V. (kurz: AHV NRW e.V.) in regem Kontakt. Der erste Berührungspunkt entstand bei einer Podiumsdiskussion über die USA, in welcher Axel Hebmüller, Gründer und Geschäftsführer der beiden Hebmüller-Firmen, Herrn Mühlberg kennenlernte und sich mit ihm über interessante Inhalte des AHV NRW e.V. austauschte.

Die Hebmueller Aerospace Inc, ein Sitz der Hebmüller SRS Technik GmbH, wurde 2017 in Johnson City, Tennessee, eröffnet. Die Auswahl des Standortes ist allerdings kein Zufall. Axel Hebmüller hat, gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Guido Otterbein, diesen Standort aufgrund seines herausragenden Angebotes an „Soft-Landing"-Programmen, sowie der direkten Nähe zur Universität ETSU (East Tennessee State University) und mit Hinblick auf die vergleichsweise überschaubaren Kosten, ausgewählt. Zudem befindet Hebmüller die dortige Unternehmensphilosophie als perfekt mit der der Hebmüller-Group harmonierend. Es handelt sich nämlich bei Johnson City, ähnlich zum Standort Kaarst, um eine kleine, aber durchaus sehr fortschrittliche Stadt. Das passt zur Hebmüller-Group – ein kleines Unternehmen, welches weltweit agiert und lokal verwurzelt ist.

Netvrida

Die Hebmüller-Group ist bereits seit dem Jahre 1995 durch gute geschäftliche Beziehungen, in Form von Kunden- und Lieferantenkontakten, im U.S.-Markt vertreten. Daher bot es sich an, eine weitere Stelle in den USA zu eröffnen – bei der Standortsuche für dieses Projekt entstand durch den deutschen Vertreter auch der Kontakt zu NETVRIDA (Northeast Tennessee Valley Regional Industrial Development). NETVRIDA ist eine Organisation aus Tennessee, dessen Geschäftsführer Alan Bridwell sich speziell darauf konzentriert, Industriefirmen für den Raum Nordost-Tennessee und Südwest-Virginia anzuwerben und weiterhin die damit verbundenen Marketing-Aktivitäten zu koordinieren.

Hebmüller Aerospace Plant in Tennessee (© Franziska Kux)

Soft-Landing

Das besagte „Soft-Landing"-Programm (zu Deutsch: „Weiche Landung") beinhaltet die Unterstützung junger Unternehmen in den USA durch NETVRIDA bei der Suche nach ansässigen Steuerberatern, Anwälten, Bürokapazitäten, Übersetzern und Mitarbeitern. Hierdurch entsteht ein beachtliches Netzwerk, welches man später, auch in Deutschland, noch hervorragend weiter nutzen und ausbauen kann. Durch die großartige Förderung von NETVRIDA wird den Unternehmen und Unternehmern der „Start-Up" in den USA deutlich vereinfacht. Die Erfahrungen der Hebmüller-Group mit diesem Programm sind durchweg positiv ausgefallen, weshalb sich Axel Hebmüller unteranderem für die Funktion des „European Representative" von NETVRIDA, als Ansprechpartner in Deutschland (vorwiegend NRW) entschied. Seine Empfehlung an Unternehmen, die den Start in den USA versuchen möchten, ist ganz klar: Der amerikanische Markt muss durchaus mit seinen Eigenheiten akzeptiert werden, dennoch sollten Unternehmer unbedingt auch ihre eigene Unternehmensphilosophie beibehalten.

Handelspolitik

Es ist mit Hinblick auf die Neuausrichtung der U.S.-Handelspolitik, und den damit einhergehenden Strafzöllen, aus der Sicht von Axel Hebmüller enorm sinnvoll, als amerikanisches Unternehmen an einem solch wichtigen Markt vor Ort tätig zu sein. Auch die Hebmüller-Group ist indirekt von Strafzöllen betroffen. Es sind, historisch gesehen, sicherlich sehr viele Ungleichheiten in den verschiedenen Produktkategorien bei Zöllen entstanden, welche zurzeit von der U.S.-Regierung schonungslos angesprochen werden.

Hebmüller hat ein klares Statement zu diesem Thema: Wir sollten die USA nicht mehr nur als engsten Freund verstehen – vielmehr sollten wir als Europäer, insbesondere als Deutsche, viel selbstbewusster in der wirtschaftlichen Zusammenarbeit mit den USA auftreten. ◂

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.org

Zoll – machen wir das selber?

Text: Volker Frischkorn und Stefan Reinhardt

Immer mehr Unternehmen beschäftigen sich mit der Thematik „Auslagerung der Zolltätigkeiten“ und überlegen, die Abwicklung in die Hände von Dienstleistern, wie Spediteuren oder Zollagenturen zu geben. Auslöser sind häufig mangelnde interne Ressourcen, Intransparenz zu Anforderungen oder der Wunsch, die häufig zergliederten Zollprozesse transparenter zu gestalten.

Volker Frischkorn
Head of Compliance,
Business Region Deutschland
und Österreich

KGH Customs Services GmbH
Haferweg 22
22769 Hamburg

M +49 152 029 948 32
Sales.de@kghcustoms.com
www.kghcustoms.com

Hintergrund

Kaum ein Unternehmen hat heutzutage keinerlei Bezug zum Außenhandel und damit dem „Bereich Zoll“. Sie sehen sich mit den immer komplexer werdenden rechtlichen und fachlichen Anforderungen des Außenhandels und ihrer Geschäftspartner konfrontiert. Die Aufwände für eine gut funktionierende Organisation, das interne Knowhow auf Stand zu halten und die entsprechenden Ressourcen bereit zu stellen, steigen zunehmend. Die oft irgendwie gewachsenen Prozesse werden zu immer größeren Risiken. Ist ein Unternehmen in mehr als einem Land aktiv, potenzieren sich diese Problemstellungen und die Risiken entsprechend. Für die Importabwicklung setzen zudem viele Unternehmen auf Spediteure und Logistiker. Die Anzahl dieser Dienstleister wächst und eine koordinierende Steuerung ist meist nicht möglich. Verfahrensvereinfachungen und wirtschaftliche Geschäftsmodelle werden nicht ausgenutzt, da man froh ist, es überhaupt zu schaffen.

Es gibt also viele gute Gründe ein Outsourcing von Zolltätigkeiten an einen darauf spezialisierten Dienstleister aktiv zu prüfen und zu gestalten.

Die Ausschreibung

Die Vorbereitung der Vergabe der Zollabwicklung an einen Dienstleister, ist bereits eine entscheidende Phase und sollte durchdacht, strukturiert und mit der nötigen Zeit versehen erfolgen. Die Unternehmen sollten erstmal die eigenen Prozesse genau analysieren und festlegen, welche Bereiche oder Tätigkeiten vergeben werden sollen. Auch sollte definiert werden, was mit dieser Auslagerung konkret erreicht werden soll. Ist es das Ziel „nur“ die Zollanmeldungen von einem Dienstleister erstellen zu lassen, oder soll der Dienstleister z.B. auch vorgelagerte Prozesse überwachen oder bei Änderungen in relevanten Rechtsgebieten und Verordnungen informieren. Die operativ zu vergebenden Dienstleistungen müssen klar beschrieben werden. Je größer die Intransparenz, umso wertvoller ist eine vorgelagerte Beratung zur Strukturierung der Prozesse und Anforderungen. Ein möglichst klares und umfassendes Anforderungsprofil versetzt den Dienstleister in die Lage, zu bewerten, was die Erwartungshaltung des anfragenden Unternehmens ist und welche Aufwände anfallen. Zudem hat er so die Möglichkeit, gezielt Rückfragen zu stellen und wird nicht gezwungen „im Nebel der Annahmen zu stochern“.

Je klarer die Anforderungen in der Ausschreibung formuliert werden, desto schneller werden die wirtschaftlichen Ziele und die Reduzierung der Risiken erreicht.

Geschäftsmodelle

Das Zollrecht ist entgegen der landläufigen Meinung ein sehr flexibel und passgenau anwendbares Recht, das sehr vielen Anforderungen und arbeitsteiligen Prozessen der Wirtschaft mit vielen Möglichkeiten begegnet. Neben der Ausgestaltung der einzelnen Zollverfahren mit zahlreichen Optionen sind mehrere Möglichkeiten der Einbindung von Dienstleistern möglich.

An erster Stelle steht die sogenannte direkte Vertretung. Der Dienstleister stellt die gesamte IT-Anbindung zum Zoll, eine eigene Organisation, die erforderliche operative Fachkompetenz, Aufschubkonten und Bewilligungen sowie das Fachpersonal. Er offenbart in den Zollanmeldungen, dass er im Namen und für Rechnung des vertretenen Unternehmens handelt. Die Teilung der Verantwortung ist zollrechtlich klar geregelt, es liegen beim Dienstleister standardisierte Vollmachtsformulare vor und mit wenigen Schritten kann das Outsourcing der Zollanmeldungen produktiv gesetzt werden.

An zweiter Stelle steht das klassische Business Process Outsourcing (BPO). Gegenüber dem Zoll tritt der Dienstleister nicht auf, sondern das auslagernde Unternehmen tritt weiterhin selber auf. Die Organisation der Prozesse, die Kontrolle von Daten, die Erfassung und Abgabe von Zollanmeldungen in der IT-Anwendung des Unternehmens und die Aufbereitung der Abgabenbescheide geschieht durch den Dienstleister. Er arbeitet in der rechtlichen und technischen Struktur des Auslagernden.

Dieses BPO kann auch gut komplementär zur direkten Vertretung eingesetzt werden, wenn der Dienstleister auch im Bereich der zollrechtlichen Stammdaten, der Verwaltung von Lieferantenerklärungen, der Prüfung von Anti-Terror-Listen, Schnittstellen zu Einkaufs- und Logistikprozessen oder vielem mehr eingesetzt wird. Die Abgrenzung erfolgt im BPO zivilrechtlich und somit bietet dieses Modell den höchsten Grad der Individualisierung unter weitgehender Nutzung bereits vorhandener Ressourcen, meist in der IT.

An dritter Stelle steht die sogenannte indirekte Vertretung. Erweiternd zur direkten Vertretung tritt der Dienstleister hierbei als rechtlicher Anmelder auf und wird somit auch gesamtschuldnerisch mit dem vertretenen Unternehmen zum Abgabenschuldner. Er offenbart in den Zollanmeldungen zwar weiterhin in fremden Namen aber nunmehr für eigene Rechnung zu handeln. Es gibt rechtliche Konstellationen, bei denen der wirtschaftliche Anmelder nicht in der EU ansässig ist und somit diese Variante die Lösung sein kann. Weil dabei der Dienstleister aber signifikante rechtliche und wirtschaftliche Risiken übernimmt, bestehen fast keine Möglichkeiten einer individuellen Ausgestaltung.

Der Volksmund sagt „die Wahrheit liegt in der Mitte“. Das beschreibt auch die Geschäftsmodelle sehr gut, denn häufig können die Varianten sinnvoll kombiniert werden. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass sich bei Unternehmensgruppen die einzelnen Rechtseinheiten auch untereinander vertreten können und dann eines dieser Unternehmen für alle die Schnittstelle zum Dienstleister bildet. Neben dem Preis der Dienstleistung kommt der Skalierbarkeit der Auslagerung eine extrem hohe Bedeutung zu. Interne Prozesskosten sind zwar meist weniger sichtbar und die Ergebnisse weniger messbar, aber gerade dadurch verursachen sie regelmäßig signifikante Kosten.

Portfolio des Dienstleisters (DL)

Das Portfolio des Dienstleisters muss zu den aktuellen und strategisch absehbaren Anforderungen des auslagernden Unternehmens passen. Dabei ist eines völlig unstrittig, dass für jede Art der Leistung der Dienstleister über eine weitreichende Fachkompetenz und personelle Ressourcen verfügen muss, die geschäftsübliche Schwankungen (Spitzenlasten und einschlägige fachliche Sonderfälle) auffangen kann. Es ist völlig sinnlos ▸

Stefan Reinhardt
Head of Sales & Marketing
Business Region Deutschland
und Österreich

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

T + 49 2921 704 37 34
Sales.de@kghcustoms.com
www.kghcustoms.com

eine unternehmensinterne Abhängigkeit von z.B. zwei teilweise geeigneten Mitarbeitern gegen die Abhängigkeit eines kleinen Dienstleisters mit ebenso eingeschränkter Handlungsfähigkeit zu tauschen, da die rechtlichen Pflichten sowohl in der direkten Vertretung als auch dem BPO beim auslagernden Unternehmen verbleiben. Zur Erreichbarkeit der wirtschaftlichen Ziele, der Skalierbarkeit der Leistungen und Prozesse, der Steuerung und Reduzierung von Risiken und der Abdeckung der eigenen geschäftlich angestrebten Entwicklung kommt dem Portfolio des Dienstleisters die entscheidende Rolle zu. Kriterien zur richtigen Auswahl sind:

- der DL verfügt über den zollrechtlichen Status AEO-F
- der DL verfügt über ein Qualitätsmanagementsystem nach ISO9001
- die Anforderungen sind in der Organisation des DL klar zuzuordnen
- es können bedarfsweise die Geschäftsmodelle eingesetzt / kombiniert werden
- neben der Abfertigung sind Beratungsleistungen verfügbar
- es können bedarfsweise auch fachliche Schulungen durchgeführt werden
- operative Zusatzleistungen zu zollrechtlichen Stammdaten, Lieferantenerklärungen, der Pflege von Bewilligungen u.v.m. sind möglich
- Leistungszeiten können bedarfsweise über 7 – 18 Uhr hinaus vereinbart werden.

Bereits mit der Einbindung mittels eines Prozess-Workshops zur Unterstützung der Ausschreibung und auch am Verhalten in der Ausschreibung lässt sich die Qualität, das Portfolio und die individuelle Leistungsfähigkeit erkennen. Keine Rückfragen des Anbieters bedeuten in der Regel, dass er die individuellen Anforderungen und Risiken nicht verstanden hat oder das letztlich nur eine fix standardisierte Leistung angeboten werden kann.

Collaboration

Die Anzahl der Beteiligten ist in den Prozessen oft sehr hoch. Neben dem Verkäufer und Käufer sind häufig Logistiker, Grenzbüros/Agenten, unselbständige Werke / Niederlassungen, andere Dienstleister, die Zollverwaltung und der Zollagent beteiligt. Damit besteht eine unabdingbare Voraussetzung zur Zusammenarbeit darin, dass der Dienstleister über Mitarbeiter mit speditionellem und industriellem Background verfügt, die die einschlägigen Zusammenhänge exzellent verstehen. Das bildet das Fundament für eine gute Zusammenarbeit und ist weit wichtiger als Mitarbeiter zu haben, die vormals beim Zoll gearbeitet haben.

Mit dem Begriff Collaboration ist die IT-Kompetenz des Dienstleisters untrennbar verbunden. Daten und Dateien sind mit den Beteiligten zu teilen, manche sind besonders vertraulich, andere müssen nach rechtlichen Vorgaben archiviert werden und oftmals sollen Daten zur Reduzierung der technischen Komplexität auch in Office-Formaten wie Excel/csv als individuelle Reports bereitgestellt werden. Dabei kommt eine besonders hohe Bedeutung den Daten zu, die nicht Teil der Zollanmeldungen sind, aber für die Steuerung der Prozesse im Unternehmen erforderlich sind (Bestellnummern, Codierung von Werken, Kostenstellen, Frachtführern, u.v.m.). Die heutzutage verfügbaren Technologien ermöglichen technisch zunehmend die Etablierung von automatisierten Prozessen zur „non-touch declaration“ (NTD), bei denen manuelle Eingriffe völlig reduziert werden. Dies stellt aber hohe Anforderungen an die Organisation und Prozessstabilität. Allerdings sollte auf jeden Fall eine technische Möglichkeit für den externen Zugriff auf Dateiplattformen (z.B. in der Cloud, MS-SharePoint, …) mit dem Dienstleister verfügbar sein.

Fazit

Eine teilweise oder vollständige Auslagerung der Zolltätigkeiten, kann also in jedem Fall dazu beitragen, dieses immer komplexer werdende Thema strategisch besser abgesichert und kosteneffizienter zu gestalten. Es gilt aber bereits im Entscheidungsprozess für eine mögliche Auslagerung sowie im Rahmen der Auswahl der Dienstleister und Vergabe verschiedene Faktoren zu beachten. Dies sorgt nicht nur für die Absicherung der auslagernden Unternehmen. Auch für die zukünftigen Zollpartner wird es so um ein Vielfaches einfacher. Die Aussicht auf eine erfolgreiche Partnerschaft und eine störungsfreie Abwicklung werden so deutlich verbessert.

Ist das Thema Zoll und Außenhandel eines, das einem Unternehmen neu begegnet (Startups, bisher kein Handel mit Drittländern, Merger, Due Diligence, Brexit, …) empfiehlt es sich, losgelöst von der eigentlichen Abwicklung, zu Beginn die Prozesse richtig aufzusetzen und sich auch hier professionelle Unterstützung zu sichern. ◂

Volker Frischkorn

mit technischer und kaufmännischer Ausbildung befasst sich seit über 30 Jahren mit Zoll, Exportkontrolle und Außenhandelsabwicklung. Neben Stationen in IT-Unternehmen und der Industrie verfügt er über breite Beratungserfahrung.
Er ist Head of Compliance in der Business Region Deutschland und Österreich der KGH Customs Services.

Stefan Reinhardt

Dipl. Betriebswirt (FH) beschäftigt sich seit 2006 mit der Thematik Zollabwicklung durch Dienstleister, Software im Außenhandel und Außenhandelsberatung.
Er ist Head of Sales & Marketing in der Business Region Deutschland und Österreich der KGH Customs Services GmbH.

Unser wichtigstes Ziel? Der Erfolg unserer Kunden!

Florian Keßler, Projektleiter

Seit über 35 Jahren entwickeln wir **Konzepte für die Werkzeug- und Teilereinigung** und geben Antworten auf stetig neue Herausforderungen einer anspruchsvollen, industriellen Produktion und Instandhaltung. Unsere Kunden profitieren von unserer langjährigen Erfahrung und erhalten eine kompetente Beratung für die wirtschaftlichste Komplettlösung ihrer Anwendung.

WIWOX®

SURFACE SYSTEMS

WIWOX GmbH Surface Systems
Niermannsweg 3 – 5 ▪ 40699 Erkrath, Germany
Tel +49 (0) 211 - 159888-0 ▪ info@wiwox.de ▪ www.wiwox.de

Wir stellen aus! ▪ K-Messe Düsseldorf
16. – 23. Okt. ▪ **Halle 11, Stand H60**

Wir beraten Sie gerne - ganz nach Ihren individuellen Bedürfnissen.
Ihren persönlichen Ansprechpartner finden Sie auf unseren Internetseiten: www.si-rr.de

International Rhein-Ruhr

Kafka lebt und wohnt in NRW?

Ein Labyrinth aus Amtswegen

Text & Fotos: Joop van Reeken

Wie schafft man es in NRW, Fachkräfte von außerhalb der EU nach Deutschland zu bringen? Nur über ein Labyrinth aus Amtswegen! thenex kann viel über das schwierige Prozedere erzählen, um zum Beispiel Herrn Jerly Rojas aus Venezuela – inzwischen bei thenex fest angestellt als Sales Manager für Lateinamerika – nach Deutschland zu holen.

Joop van Reeken: thenex legt viel Wert darauf, für jede Region, in der die Firma tätig ist, einen Mitarbeiter als Ansprechpartner für Kunden zu haben, der die Sprache beherrscht und die Kultur versteht. Sie wollten daher jemanden aus Venezuela für den Markt Lateinamerika einstellen.

Henry-Johann Nientimp: Das stimmt. Allerdings hat es uns der deutsche Staat nicht gerade leicht gemacht, als wir Jerly Rojas als Fachkraft nach Bocholt holen wollten. Es ist gut, mit dem AHV Magazin, dessen Thema in diesem Jahr „Kommunikation“ ist, eine Plattform zu haben, um die Schwierigkeiten einmal aufzeigen zu können.

JvR: Wie war der Ablauf?

Marten-Theodor Nientimp: Das ganze Prozedere besteht aus zwei Bestandteilen. Erstens: Man benötigt für einen Mitarbeiter aus dem Ausland und außerhalb der EU eine Arbeitserlaubnis beziehungsweise Arbeitsgenehmigung. Zweitens: Erst wenn diese Genehmigung vorliegt, kann man ein Arbeitsvisum beantragen. Mit Erstaunen haben wir festgestellt, wie viele Hürden es bei so einem Vorgang tatsächlich gibt.

H-JN: Im November 2017 haben wir mit Jerly Rojas erste Gespräche geführt und relativ schnell entschieden, ihm einen Arbeitsplatz bei thenex in Bocholt anzubieten. Wir dachten damals noch ganz optimistisch: das wird alles sicher in zwei bis drei Monaten erledigt sein.

Dementsprechend planten wir für 2018, die notwendigen Investitionen zu tätigen, um Herrn Rojas nach Deutschland zu bringen. Wir wollten die Ausbildung in einer Sprachschule, eine Wohnung und alles weitere vorbereiten. Außerdem sollten für ihn bereits die ersten Reisen im Folgejahr 2018 eingeplant werden, um erste Kundenkontakte knüpfen zu können, sich mit Handelskammern vor Ort in Latein Amerika zu treffen und ihn zu unseren Lieferanten und Produktpartnern zu schicken.

M-TN: Zuerst mussten wir also beim Arbeitsamt die Arbeitserlaubnis beantragen. Dafür erhielten wir eine Anzahl von Vorlagen. Zeugnisse, Diplome und sonstige Abschlüsse von Herrn Rojas wurden zwecks einer Zeugnisbewertung nach Bonn geschickt. In Bonn ist die Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen ansässig. Dazu gehört auch „anabin“,

thenex®
WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900

das Infoportal für ausländische Bildungsabschlüsse. Diese Behörde bzw. Datenbank stellt Informationen zur Bewertung ausländischer Bildungsnachweise bereit und stuft eine ausländische Qualifikation in das deutsche Bildungssystem ein. Dort wird festgestellt, ob das getätigte Studium im Ausland auch in Deutschland anerkannt wird und in wieweit es dem deutschen Standard entspricht. Es werden sogenannte Gleichwertigkeitsbescheide erstellt.

JvR: Warum ist dabei „anabin“ als Behörde einzubeziehen? Ist es nicht allein die Entscheidung der Firma, welche Qualifizierung für eine Einstellung ausreichend ist?

M-TN: Ein Unternehmen darf grundsätzlich nur Menschen für eine Arbeitsanstellung nach Deutschland einladen beziehungsweise einreisen lassen, die entweder einen handwerklichen oder technischen Meister haben, eine Fachausbildung vorlegen können oder studiert haben. Eine ausgebildete kaufmännische Kraft reicht laut diesen Vorgaben nicht aus.

H-JN: Wir mussten die Zeugnisse zu der zuständigen Stelle nach Bonn schicken. Die Titel von Herrn Rojas wurden anerkannt und von der Behörde eingestuft. Die Dokumente gingen wiederum zum Arbeitsamt nach Bocholt und von dort nach Coesfeld. Es dauerte einige Wochen bzw. Monate bis wir vom Arbeitsamt in Duisburg eine erste Rückmeldung bekamen, die, wenn ich mich richtig erinnere, in Absprache mit Essen erfolgte. Die beiden Ämter waren der Meinung, dass der Arbeitsvertrag, den wir für Herrn Rojas vorbereitet hatten, nicht ausreichend wäre, da er zu wenig verdienen würde. Der Antrag wurde abgelehnt.

M-TN: Wir haben Herrn Rojas nach unserem Gehaltsgefüge, ein mittelständisches Familienunternehmen, das im Handel tätig ist und in Bocholt seinen Sitz hat, eingestuft. Und zwar auf Basis seiner Qualifikationen, sowohl was seinen Abschluss, als auch seine Vita und seine Arbeitserfahrung angeht. Das lag allerdings fernab der Vorstellung des Arbeitsamtes.

H-JN: Außerdem hatten wir ihn als Sales Manager bzw. als Sales Engineer für Lateinamerika einstellen wollen, aber das Amt akzeptierte den Titel nicht. Man teilte uns mit, dass Herrn Rojas Abschluss auf IT ausgerichtet sei, was nichts mit thenex und unserer Tätigkeit zu tun hätte.
Wir versuchten natürlich daraufhin, mit dem Arbeitsamt in Kontakt zu treten. Das dauerte erneut Tage und Wochen bis wir überhaupt jemanden erreichen konnten, der sich für uns und unsere Sache zuständig erklärte. Wieder machten wir klar, dass wir in unserer Heimatstadt Bocholt und in unserem Unternehmen ein Gehaltgefüge haben, welches vielleicht nicht mit dem Ruhrgebiet zu vergleichen wäre. Aber das Amt beharrte darauf, dass thenex nach Tarif bezahlen müsste - und zwar einem Großunternehmen entsprechend. ▸

Vlnr: Marten-Theodor Nientimp, Jafar Mahmoodi, Henry-Johann Nientimp, Jerly Rojas und Peter Schulte

M-TN: Es muss hier hinzugefügt werden, dass das Bocholter Arbeitsamt die Gehaltvorstellung von thenex von Anfang an für korrekt befunden hat. Das Arbeitsamt in Bocholt hat sogar den anderen Ämtern bestätigt, dass eine Tarif-Bezahlung von der Struktur her und auf unsere Region nicht abzustimmen ist. Das wurde aber von den anderen Arbeitsämtern nicht anerkannt.

JvR: Die Behörden waren sich also untereinander nicht einig.

H-JN: Richtig. Wir haben versucht, beim Arbeitsamt die Plausibilität des hiesigen Gehaltsgefüges darzulegen, was schlichtweg mit dem Argument verneint wurde, man müsste dann den großen Unternehmen bzw. den Big Playern im Ruhrgebiet sowie in ganz Deutschland die gleichen Bedingungen gewähren. Eine Ausnahme für uns könnte man nicht machen.

JvR: Es gab ja auch noch das Problem mit dem vermeintlichen IT-Studium.

H-JN: Auch hier versuchten wir den Ansprechpartnern klar zu machen, dass Herr Rojas ein Elektrik-Ingenieur-Studium absolviert hatte und er im Handel mit solchen Anlagen, dem Tätigkeitsfeld in dem auch die thenex tätig ist, sehr viel Arbeitserfahrung vorweisen kann. Es ging dann noch ein paar Mal zwischen den Arbeitsämtern in Bocholt, Coesfeld und Ahaus hin und her.

JvR: Warum waren so viele Ämter involviert?

M-TN: Je nach Thematik gibt es scheinbar Fachbereiche. Doch teilweise waren es dann auch noch krankheitsbedingte oder urlaubsbedingte Gründe. Oder der zuständige Ansprechpartner war auf einmal nicht mehr da. Schlussendlich ging es zwischen Ahaus und Essen hin und her. Der zuständige Mitarbeiter in Ahaus hat sich richtig gut für unsere Sache eingesetzt. Auch dieser konnte nicht verstehen, warum es von Seiten Essen und Duisburg so viel Schwierigkeiten gab.

H-JN: Eigentlich wurde individuell gar nichts bewertet oder entschieden. Da wurde nur gesagt, hier ist das Schema, das muss so ausgefüllt und abgehakt werden. Und wenn es nicht dementsprechend gemacht wird, dann machen wir nicht weiter oder lehnen ab.

JvR: Das klingt für mich ganz nach dem berühmten Schriftsteller „Kafka“?

M-TN: Die Aussage der Ämter war: Warum wollen sie jemanden aus Venezuela hierherholen für diese Stelle? Warum kann nicht jemand den Job machen, der bereits in Deutschland lebt?
In der Regel müssen die Anfragen über Duisburg und Essen laufen, jedoch wird zuerst das lokale Arbeitsamt, was in unserem Fall Bocholt ist, gefragt. Da aber das Bocholter Urteil nicht mit dem Schema der überregionalen Arbeitsämter übereinstimmte,

Jerly Rojas (1993) schloss sein Studium an der Caracas University in Venezuela als Elektrik-Ingenieur in 2016 ab. Bereits als 18jähriger hatte er mit einem Business-Studium begonnen, worauf hin er als Auszubildender bei dem Unternehmen Representaciones Landaeta Relansa S.A. angestellt wurde. Seit Anfang der 1990er Jahre ist Relansa ein Partnerunternehmen von thenex GmbH in Venezuela.

Durch seine Arbeit bei Relansa kam Jerly Rojas in Kontakt mit thenex, da die beiden Unternehmen immer wieder zusammen an einigen Projekten arbeiteten. Dadurch lernte Jerly Rojas auch Henry-J. Nientimp kennen, der damals als Junior Sales Manager für einige Wochen in Venezuela war und mit Relansa vor Ort Kunden besuchte. In der Folge lud Henry-J. Nientimp Jerly Rojas nach Deutschland ein, damit er bei thenex ebenfalls für sechs Wochen Erfahrungen sammeln konnte. Jerly Rojas lernte auch bei weiteren Besuchen nicht nur thenex besser kennen, sondern auch Deutschland und die deutsche Sprache.

In 2015 und 2016 kam Jerly Rojas erneut nach Bocholt, um gemeinsame Projekte zwischen Relansa und thenex nachzubereiten.

Als Henry-J. Nientimp hörte, dass Jerly Rojas aufgrund der politisch und wirtschaftlich schwierigen Lage in Venezuela plante, Relansa zu verlassen, um nach Peru zu gehen, beschloss er sehr schnell, Jerly Rojas anzubieten, für thenex in Deutschland zu arbeiten. Heute arbeitet Jerly Rojas als Sales Manager für Lateinamerika.

Jerly Rojas: „Ich bin über den guten Start bei thenex und über die vielen Netzwerkmöglichkeiten sehr glücklich. Mein Wissen über den lateinamerikanischen Markt und die Arbeit in einem Unternehmensklima, wie es in dem deutschen Familienunternehmen thenex zu finden ist, stellen die besten Chancen für erfolgreiche Geschäfte dar.“

erhielten wir zuerst einmal die Absage. Und dann ging das ganze Spiel immer wieder von vorne los.

H-JN: Zum Glück konnten wir am Ende alle überzeugen, dass alles seine Richtigkeit hatte. Wir mussten den Arbeitsvertrag anpassen. Wir mussten seinen Aufgabenbereich anpassen. Das heißt: im Arbeitsvertrag mussten die Aufgaben genauestens definiert werden, eben passend zu seiner Position und Ausbildung. Dementsprechend musste auch das Gehalt angepasst werden. Eine Kombination aus Fixum und Bonus fand den Weg zur Einigung.
Wenn wir uns nicht angepasst hätten, dann hätten wir den richtigen Mann für diesen Job mit kulturellem und sprachlichen Background nicht anstellen können. Wir sind sicher: So jemanden am hiesigen Arbeitsmarkt? Unmöglich oder auch unbezahlbar!

M-TN: Am Ende waren wir neun bis zehn Monate weiter. Es ging also im November 2017 los und im September 2018 hatten wir dann endlich die Genehmigung.
Mit der Genehmigung und allen anderen Unterlagen haben wir dann Herrn Rojas in Caracas zur deutschen Botschaft geschickt, damit er sein Arbeitsvisum beantragen kann.
Der Clou war, dass er innerhalb von 24 Stunden von der Botschaft eine E-Mail erhielt, er könne sein Visum abholen. Das Visum an sich hat also kaum Zeit in Anspruch genommen.

JvR: In Zahlen kurzgefasst: Mit wie vielen Beamten hatten Sie letztendlich zu tun?

M-TN: In Bocholt waren es zwei Personen, ebenso zwei in Coesfeld. In Ahaus, Duisburg und Essen jeweils ein Mitarbeiter. Das ergibt schon sieben Ansprechpartner bei fünf Arbeitsämtern. Dazu kamen noch zwei Ansprechpartner bei „anabin“, wo die Bearbeitungszeit auch schon sehr lange dauerte.
Außerdem haben wir im Vorfeld, bevor man überhaupt wusste, was alles zu tun und zu beachten ist, mit diversen Behörden und Ämtern telefoniert: Rathaus bzw. Bürgerbüro in Bocholt, Ausländerbehörde, Bundesamt für Migration sowie andere Ämter, Stellen und Fachbereiche.

H-JN: Es gab nirgendwo jemanden, der einem sagen konnte, welche Schritte getan werden müssen. Den ganzen Ablauf mussten wir selbst eruieren und uns von Amt zu Amt durcharbeiten.

M-TN: Nicht zu vergessen: oft haben sich unsere Ansprechpartner widersprochen. Der eine sagte grün, der andere rot. Kurzum: In zehn Monaten hatten wir mit zehn Behörden und beinahe doppelt so vielen Ansprechpartnern zu tun. Wir mussten den Vertrag drei Mal neu aufnehmen. Am 25. Oktober 2018 konnte Herr Rojas endlich einreisen.

Herr Rojas hat jetzt ein Arbeitsvisum mit Aufenthaltsgenehmigung nur für unser Unternehmen – und das ist auf zwei Jahre ▸

Jafar Mahmoodi (1986) stammt aus Afghanistan und beendete sein Studium mit einem BBA (Bachelor Business Administration mit Augenmerk auf Management) an der American University of Afghanistan in Kabul in 2012. An der Istanbul Aydın University absolvierte er zusätzlich noch einen MBA (Master of Business Administration). Schon während des Studiums arbeitete er für verschiedene internationale Unternehmen in den Bereichen Finanzen und Open Media.
Für das Goldman Sachs Projekt „10.000 Business Women” in Afghanistan war er als Kontaktperson zuständig, denn zu dieser Zeit durfte nur ein männlicher Mitarbeiter die Verbindungen zwischen Unternehmerinnen und externen Geschäftspartnern legen. Als Kommunikationsbeauftragter für die American University erlebte er 2016 den Angriff der Taliban auf die Universität. Auf dem Campus wurden viele Menschen verletzt, fünfzehn starben.

Aufgrund der Situation in Afghanistan entschied sich Herr Mahmoodi, das Land zu verlassen und kam schließlich, über einige Umwege, nach Hamminkeln in der Nähe von Bocholt. Nachdem er für die Stadt Wesel als Übersetzer gearbeitet hatte, suchte er lange ohne Erfolg nach Arbeit, zuletzt bei einer Autowaschanlage in Bocholt. Der Eigentümer der Waschanlage, ein Freund der Unternehmer-Familie der thenex, erkannte im Bewerbungsgespräch schnell das wirkliche Potenzial von Herrn Mahmoodi und stellte den Kontakt zu thenex her.
Auch wenn die thenex zu dieser Zeit eigentlich gar keinen neuen Mittarbeiter suchte, war die Geschäftsleitung sofort interessiert und nach einem Gespräch mit Herrn Mahmoodi war schnell klar, dass er sehr gut zur thenex passen würde. Noch in derselben Woche wurden alle Details geklärt und Herr Mahmoodi bekam eine Anstellung bei der thenex GmbH.
Herr Mahmoodi, der sich durch sein Verhalten und seine Gabe sehr gut Sprachen und kulturelle Hintergründe zu verinnerlichen vermag, hat sich vorbildlich in Deutschland und der Region integriert, arbeitet inzwischen seit September 2018 bei der thenex und ist fester Bestandteil des thenex Teams.

Jafar Mahmoodi: „Was ich an meiner Arbeit bei thenex liebe? Kommunikation und den Kontakt mit vielen Menschen. Mich interessieren einfach die unterschiedlichen Kulturen. Ich arbeite gerne hier. Alles stimmt hier mit meinem Lebenshintergrund überein: Was ich studierte und welche Interessen ich habe. Ich arbeite, um zu leben. Das ist für mich wichtig.“

begrenzt. Eine Verlängerung des Arbeitsvisums soll aber relativ unkompliziert sein.

JvR: Auch Herr Rojas brauchte viel Geduld, er hätte inzwischen etwas anderes finden können - vielleicht in Südamerika?

H-JN: Wir haben anfangs ganz optimistisch gedacht, dass Herr Rojas in drei Monaten, also Beginn 2018, anfangen kann. Zum Glück hatte Herr Rojas zu jenem Zeitpunkt einen sehr flexiblen Arbeitgeber, der ihn weiterhin beschäftigt hat, obwohl er dort schon gekündigt hatte. Also ja, es hätte auch anders kommen können.

JvR: Als Fazit kann man sagen, thenex hat es mit Bürokratie pur zu tun bekommen. Was ist mit dem Fachkräftemangel in Deutschland?

H-JN: Sagen wir so: Der Mittelstand mit seinen Familienunternehmen soll unterstützt und gefördert werden. Deutsche Unternehmen sollen sich entwickeln können. Wir haben in unserem Unternehmen das große Glück eines funktionierenden Generationswechsels, der im operativen Geschäft abgeschlossen ist. Das fehlt in vielen Familienunternehmen. Die neue Generation bei thenex will investieren und wird durch den Vorstand unterstützt. Unser Unternehmen wächst dadurch stark und schnell. Es soll weiterwachsen. Wir stellen neue Leute ein und wir bilden in der Regel zwei Auszubildende gleichzeitig aus. Wir investieren in allen Bereichen.
Für unsere Firma sind Mitarbeiter, die einen anderen kulturellen Background haben und andere Sprachen sprechen von hoher Bedeutung, sie sind der Schlüssel für erfolgreichen Kontakt mit unseren Kunden.

M-TN: Noch ein schönes Beispiel zum Abschluss: Wir haben im August 2018 einen jungen Mann eingestellt, der aus Afghanistan kommt. Herr Mahmoodi, der vor fünf Jahren nach Deutschland geflüchtet war, hatte sich bei einer Auto-Waschanlage in Bocholt beworben. Er konnte, nachdem er als Übersetzer bei der Stadt Wesel gearbeitet hatte, nichts finden.
Er hat einen Universitätsabschluss, spricht sieben Sprachen, darunter auch fließend Deutsch und Englisch, er ist inzwischen mit einer deutschen Frau verheiratet und hat ein Kind. Der Betreiber dieser Waschstraße und Freund unserer Familie hat uns damals angerufen und Herrn Mahmoodi an uns vermittelt. Wir haben ein Gespräch geführt und Herrn Mahmoodi sofort eine Stelle angeboten. Inzwischen sind wir zehn Monate weiter und haben super Erfolge in der Marktbearbeitung Mittlerer Osten erzielen können. Er hat mit bestehenden und neuen Kunden sehr gute Kontakte aufgebaut und gehört als Sales Manager Middle East schon jetzt fest zu unserem Team.

JvR: Haben sie Tipps für andere Firmen?

H-JN: Sehr viel Zeit einplanen, versuchen einen Ansprechpartner beim Amt zu finden, der bereit ist, die Idee mitzutragen. Der auch die Möglichkeit hat, über die anderen Ämter hinweg zu kommunizieren und die richtigen Informationen und Tipps gibt. Aber am wichtigsten: Dem Fachkräftemangel entgegenhalten, den Menschen aus dem Ausland eine Chance geben, sie sind gut ausgebildet und sehr motiviert. thenex beschäftigt heute ein Team aus acht (8) Nationalitäten und wir sind nicht nur stolz auf unser Multi-Kulti Unternehmen, sondern erfolgreich. ◂

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

thenex GmbH
Am Annenhof 6
46397 Bocholt

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

Weltweit an Ihrer Seite.

Nutzen Sie unsere weltweite Präsenz für Ihren unternehmerischen Erfolg.

FINANCE
Das Magazin für Finanzchefs

www.commerzbank.de/mittelstandsbank

Bei einer Befragung von Finanzchefs nach den Top-Banken im deutschen Firmenkundengeschäft durch das Magazin FINANCE belegte die Commerzbank erneut Platz 1. FINANCE, Ausgabe Mai/Juni 2019

COMMERZBANK
Die Bank an Ihrer Seite

Geheimnisschutzgesetz - Technologie - Exportkontrolle

Text: Dr. Talke Ovie

© Shutterstock

Mit dem Geheimnisschutzgesetz (GeschGehG) setzt die Bundesrepublik Deutschland die Richtlinie (EU) 2016/943 zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen vor rechtswidrigem Erwerb sowie rechtswidriger Nutzung und Offenlegung um. Ich habe mich gefragt, ob dieses Gesetz Relevanz für den Außenhandel hat. Nach erster, kurzer Durchsicht des GeschGehG sind mir ein paar Punkte aufgefallen, die relevant sein dürften / könnten, insbesondere in Bezug auf den Umgang mit dem derzeit aktuellen Thema „Technologie“.

Personenbezogene Daten werden von der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) geschützt. Mit dem GeschGehG sollen nunmehr auch Geschäftsgeheimnisse geschützt werden. Geschäftsgeheimnisse haben für Unternehmen einen hohen wirtschaftlichen Wert, der aufgrund der zunehmenden grenzüberschreitenden digitalen Zusammenarbeit stetig steigt.

Eine Information soll ein **Geschäftsgeheimnis** sein, wenn sie geheim ist / einen kommerziellen Wert hat, weil sie geheim ist / Gegenstand angemessener Geheimhaltungsmaßnahmen ist und bei der ein berechtigtes Interesse an der Geheimhaltung besteht. Geschützt wird das Geschäftsgeheimnis vor unerlaubter Erlangung, Nutzung und Offenlegung. Unerlaubt ist die Erlangung, Nutzung und Offenlegung insbesondere dann, wenn das Geschäftsgeheimnis einem Schutzkonzept unterliegt, also technische und organisatorische Maßnahmen getroffen wurden, um es zu schützen, wozu auch arbeitsvertragliche Vereinbarungen gehören sollen.

Alle Wirtschaftsbeteiligten also, die Informationen als Geschäftsgeheimnis geschützt wissen wollen, müssen ein **Schutzkonzept** erarbeiten. Dieses Schutzkonzept kann als weitere Compliance-Maßnahme auf dem Gebiet des Außenhandels angesehen werden. Nur dann

nämlich, wenn ein Schutzkonzept geschaffen wurde, ist die Information als Geschäftsgeheimnis geschützt. Dies ist insbesondere für die Wirtschaftsbeteiligten von Bedeutung, die weltweit handeln und deren schützenswerte Informationen Technologien sind.

Bei der Implementierung eines Schutzkonzeptes ist darauf zu achten, dass dieses passend im „Compliance Management System“ (CMS) verankert wird. Dabei dürfte es zu Berührungspunkten beim Umgang mit **Technologie** in der **Exportkontrolle** kommen und zwar insoweit, als dass aus Sicht des Geheimnisschutzes 1. ein Schutzkonzept dahingehend geschaffen wird, dass die Technologie als geschütztes Geschäftsgeheimnis gilt und daher 2. weder (auf einer CD, einem USB-Stick etc.) ausgeführt / (im Reisegepäck) mitgenommen noch (im Intranet) bereitgestellt oder gar einem Dritten erklärt werden darf und zwar schon gar nicht im Zusammenhang mit einer kritischen Endverwendung, während für den Fall, dass 3. die Technologie befugt weitergegeben wird (zum Beispiel im Konzern, im Zuge eines Forschungsvorhabens) eine exportkontrollrechtliche Prüfung (Sanktionslisten, Embargo, Listung, kritische Verwendung, Technische Unterstützung) stattfindet. Umgekehrt bedeutet dies aus exportkontrollrechtlicher Sicht, dass organisatorisch sichergestellt werden muss, dass vor dem Bereitstellen einer Technologie immer auch zu prüfen ist, ob diese nicht dem Geheimnisschutz unterliegt und allein aus diesem Grund eine Weitergabe ausscheidet. Insoweit sind der Geheimnisschutz und die Exportkontrolle durchaus miteinander verbunden.

Nicht unerwähnt bleiben darf, dass das GeschGehG Ausnahmen von einer unbefugten Erlangung, Nutzung und Offenlegung bestimmt. Dazu gehört die Erlangung, Nutzung und Offenlegung eines Geschäftsgeheimnisses durch einen **„Whistle-Blower“** (Hinweisgeber). Die Erlangung, Nutzung und Offenlegung eines Geschäftsgeheimnisses soll nicht verboten sein, wenn dies zum Schutz eines berechtigten Interesses erfolgt, insbesondere zur Aufdeckung einer rechtswidrigen Handlung oder eines beruflichen oder sonstigen Fehlverhaltens, wenn die Erlangung, Nutzung oder Offenlegung geeignet ist, dass allgemeine öffentliche Interesse zu schützen. Aufgrund des Schutzzwecks der Exportkontrolle, wozu insbesondere die Verhinderung von Massenvernichtungswaffen und Terrorismus als Interessen des Gemeinwohls gehören, dürfte also zukünftig nicht ausgeschlossen sein, dass die Offenlegung von Exportkontrollverstößen, als zulässig, also nicht strafbewehrt anzusehen ist. Dies würde der Gesetzesbegründung entsprechen, wonach „unethische Auslandsaktivitäten“ erfasst werden. Nicht vergessen werden darf dabei, dass vergleichbare Ausnahmen für Journalisten gelten. ◂

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

Auf der Suche nach neuen Märkten

Text: Hanns Dahm

In deutschen Unternehmen herrschte jahrelang Gelassenheit. Aufträge, Umsätze und daraus resultierende Erfolge galten als Normalzustand.

Seit geraumer Zeit ändert sich die Wahrnehmung. Sinkende Binnennachfrage sowie globale, politische und wirtschaftliche Unsicherheiten greifen um sich. Das zwingt Unternehmen, ihre Strategien zu überdenken.

Eine Alternative beinhaltet die Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland. Dabei reichen die Ziele bis in ferne Regionen. Asien, Lateinamerika und Afrika bieten heute Marktchancen, die bisher „vor der Tür“ lagen.

Werden die Überlegungen zur Erschließung von Auslandsmärkten konkret, stoßen Unternehmen auf zahlreiche neue Herausforderungen. So verzeichnete ein Unternehmer und Sparkassenkunde bemerkenswerte Vertriebserfolge auf der Weltleitmesse R+T in Stuttgart. Da lag der Entschluss nahe, auf der R+T Asia 2019 in Shanghai ebenfalls vertreten zu sein. Für diesen neuen Markt stellte sich der Unternehmer unter anderem die Frage nach der Zahlungssicherung, die direkte Auswirkung auf die Liquidität hat.

Der Fachberater der S-International Rhein-Ruhr erläuterte dem Unternehmer die Möglichkeit der Zahlungssicherung über die Bundesrepublik Deutschland. Diese sogenannte Hermesdeckung war dem Kunden zwar ein Begriff, doch für sein Unternehmen hielt er diese Sicherungsmöglichkeit für nicht realisierbar.

Konkret ist in diesem Fall die Absicherung über die Bundesdeckung der Euler Hermes AG mit der Ausfuhr-Pauschalgewährleistung möglich. Insbesondere für den deutschen Mittelstand ist dieses Angebot interessant. Unternehmen können Exportforderungen kostengünstig bis zu 95 % absichern.

Ein wesentlicher Vorteil der Bundesdeckung ist zudem die Möglichkeit, Zahlungsziele durch die Sparkasse zinsgünstig refinanzieren zu lassen.

Das Fazit des Unternehmers: Ohne die aktive Beratung seiner Sparkasse hätte er den Schritt in neue Märkte vermutlich nicht gewagt. ◂

Hanns Dahm
Prokurist

S-International Rhein-Ruhr GmbH
Kennedyplatz 6
45127 Essen

T + 49 201 821 44 13

International
Rhein-Ruhr

GERMANY AT ITS BEST

NORDRHEIN-WESTFALEN

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 20.000 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

NRW.INVEST
GERMANY

Manchmal ist vollautomatisch nicht gut genug

Cross Light Inspektion zur Erkennung von Oberflächenfehlern

Text: Volker Schlevoigt

Kurzüberblick: In vielen Bereichen der Qualitätskontrolle in der Stahl- und Endlosdruckproduktion inklusive Weiterverarbeitung bestehen immer mehr Kunden auf der automatischen Fehlererkennung und -katalogisierung. Dieser Wunsch ist aus Sicht der Endabnehmer nachvollziehbar, erhalten Sie so doch schwarz auf weiß die Gewährleistung eines einwandfreien Produktes, bzw. können Sie auf der mitgelieferten Datei genau erkennen wo Fehler sind, welcher Art diese Fehler sind und wie Sie das gelieferte Material optimal einsetzen können.

Volker Schlevoigt
Geschäftsführer

Unilux Europe GmbH
Seeweg 20
40627 Düsseldorf

T +49 211 280 711 71
vschlevoigt@unilux.com
europe@unilux.com
www.unilux.com

Für die Maschinenführer ergibt sich aber das Problem sich vollständig auf die Technik der automatischen Systeme verlassen zu müssen und selber keine Einschätzung machen zu können wie das Material wirklich beschaffen ist. Immerhin ist eine automatische Erkennung nur so gut wie sie trainiert und angelernt wurde. Aus diesem Grund hat Unilux den Einsatz von Stroboskopen verfeinert um zum einen den Anforderungen der Maschinenführer, als auch denen der Endkunden zu genügen.

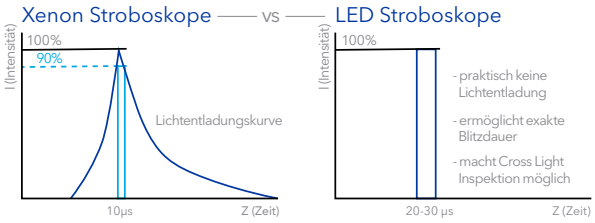
Die Oberflächeninspektion mit Stroboskopen wurde durch die neuesten Entwicklungen in der LED-Technologie erheblich verbessert. Da die Blitzdauer von LEDs präzise gesteuert werden kann, erhalten Inspektoren nun schärfere und klarere Abbildungen der Bandoberfläche und können so bei voller Produktionsgeschwindigkeit feinste Anomalien erkennen. Die Steuerung des Blitzzeitpunkts ermöglicht die gleichzeitige Verwendung von Hellfeld- und Dunkelfeldbeleuchtung, so dass Oberflächenunregelmäßigkeiten viel deutlicher zu sehen sind. Sowohl häufige und einfache Fehler in der Oberflächenqualität als auch seltene und extrem feine Fehler auf beschichteten und reflektierenden Oberflächen werden für den Bediener sichtbar.

Wie die Inspektion mit Stroboskopen funktioniert

Ein Blitz aus einem Stroboskop wirkt wie der Kameraverschluss bei einem Fotografen, um die vom Auge gesehene Bewegung einzufrieren. Ein Blitz mit einer Dauer von 10 bis 20 Mikrosekunden löst eine bewegungseinfrierende Netzhautreaktion aus. Ein Objekt, das sich mit 600 Metern pro Minute bewegt, bewegt sich in dieser Zeit nur 0,1 mm - eine Entfernung, die so geringfügig ist, dass sie für das Auge absolut ortsfest erscheint. Dadurch wird Bewegungsunschärfe eliminiert und der Kontrast, der für die Fehlerdefinition und -erkennung entscheidend ist, verbessert.

Xenon-basierte Blitzlampen, obwohl sie für 10 bis 20 Mikrosekunden ausgelegt sind, werden bei 90% Peak gemessen, und in Wirklichkeit hatten diese Blitze sehr lange

Entladungszeiten, die sich leicht über 100 bis 200 Mikrosekunden erstrecken konnten. LED-basierte Blitzlampen ermöglichen ein präzises Timing der Ein- und Ausschaltzeit, so dass die genaue Blitzdauer (oder Einschaltzeit) des Lichts gesteuert werden kann (siehe Abbildung 1). Und es ist genau diese Eigenschaft des



LED-Stroboskoplichts, die schärfere und klarere Bilder sowie die Möglichkeit der Cross Light Inspektion mittels Stroboskop-Platzierung und algorithmischem Timing ermöglicht.

Hellfeld- und Dunkelfeldbeleuchtung

Um die Anwendung der Cross Light Inspektion zu verstehen, muss man zunächst wissen, wie das einfallende Licht mit einer Metalloberfläche zusammenwirkt.

Bei der Hellfeldbeleuchtung sind die verschiedenen Lichtstrahlen auf der Aluminiumoberfläche spiegelnd, d.h. der Einfallswinkel entspricht dem Reflexionswinkel. Bei richtiger Positionierung der Lichtquelle wird der Reflexionswinkel des Lichtes als Streulicht zurück zum Prüfer gelenkt und zeigt Defekte als dunkel auf hellem Grund an. Defekte wie Kratzer, Beulen, Splitter, Risse und Löcher sind in diesem Licht leicht zu erkennen. Hellfeldbeleuchtung wird in der Regel auf matten Oberflächen eingesetzt.

Wenn die Oberfläche glatt und glänzend ist, wird ein sehr hoher Prozentsatz des Lichts beim Bediener reflektiert und es entstehen sogenannte "Hot Spots", die die Inspektion erschweren können. In diesen Fällen wird die Dunkelfeldbeleuchtung eingesetzt. Hier leuchtet das reflektierte Licht in einem steilen Winkel zum Band und vom Inspektor weg. Das Bild der Oberfläche, das der Bediener sieht, ist eher dunkel, da der Großteil des Lichts nicht zurückreflektiert wird. Befindet sich auf der Oberfläche ein Defekt, der eine Streuung des Lichtes und damit eine Änderung des Lichtwinkels verursacht, so wird der Bediener diesen Defekt als helle Fläche auf dunklem Hintergrund wahrnehmen. Auf stark reflektierenden Oberflächen hebt dieser Lichtwinkel Kratzer, Ablagerungen und Schlacke hervor. Beispiele sind in Abbildung 2 dargestellt:

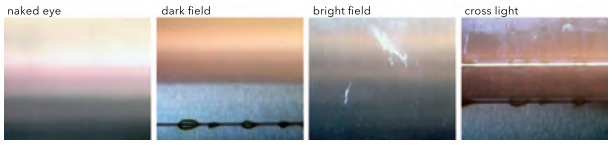


Abbildung 2

Konfiguration stroboskopischer Inspektionssysteme

Die richtige Platzierung der Lichtquelle ist entscheidend, um maximale Leistung zu erzielen. Die folgenden Beispiele in den Abbildungen 3-6 zeigen verschiedene Konfigurationen von Hellfeld- und Dunkelfeldbeleuchtungstechniken in der Reihenfolge von einfach bis komplex. ▶

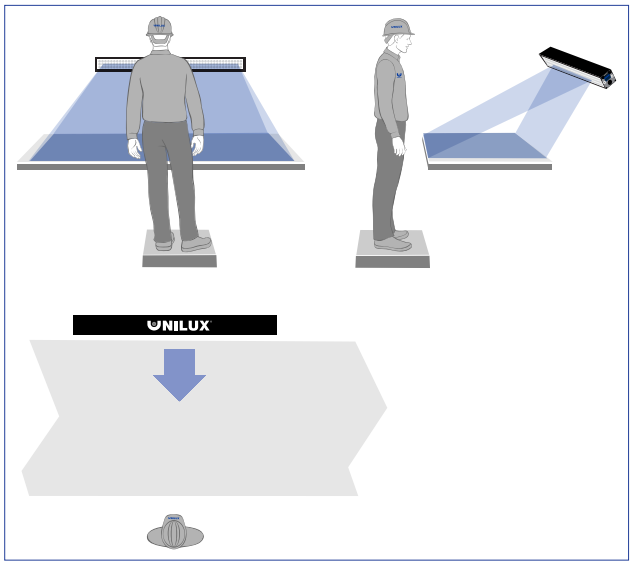


Abbildung 3: Einfache Hellfeld-Beleuchtung mit Stroboskopen gegenüber der Inspektionsplattform, die zum Bediener hin leuchten.

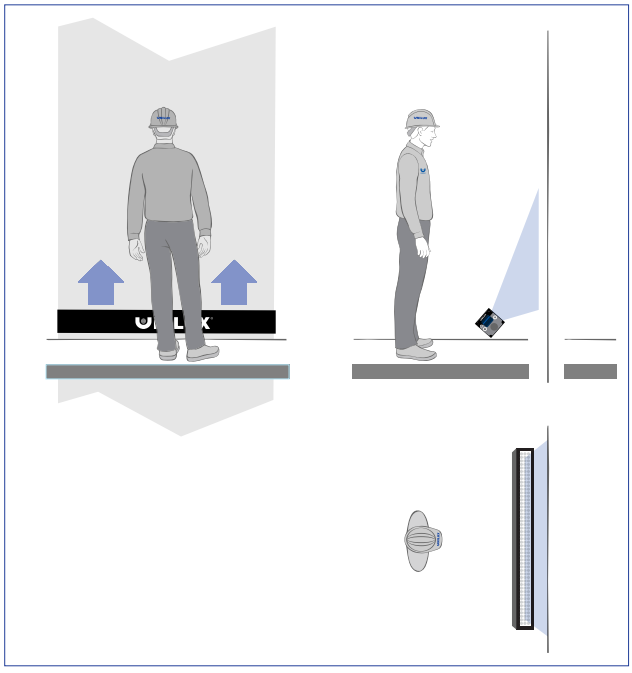


Abbildung 4: Einfache Hellfeld-Beleuchtung mit Stroboskopen in einem flachen Winkel zum Band von unten.

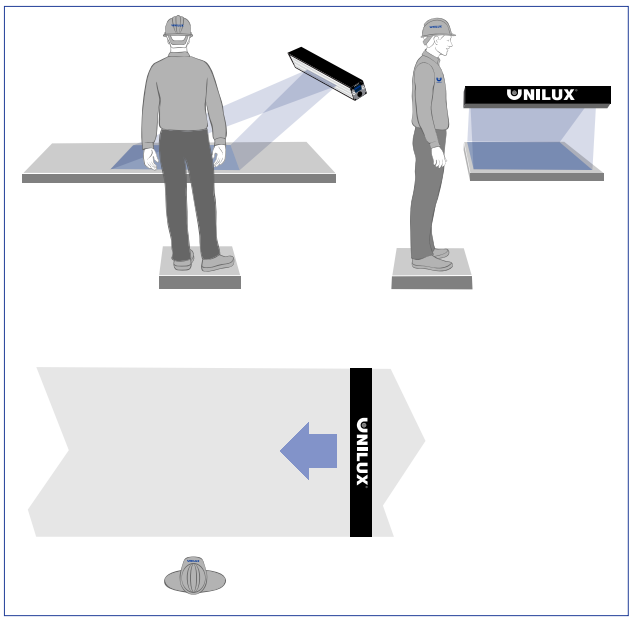


Abbildung 5: Einfache Dunkelfeldbeleuchtung leuchtet das Licht über den Streifen und parallel zum Inspektor.

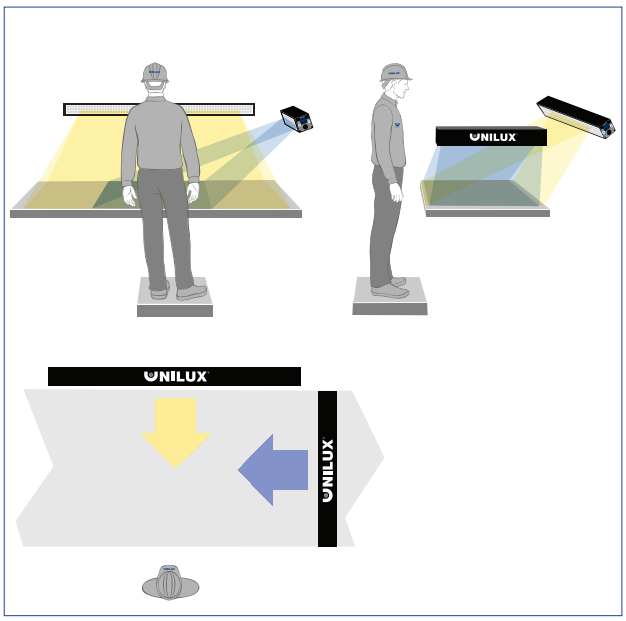


Abbildung 7: Eine Kombination aus Hellfeld (zum Bediener hin leuchtend) und Dunkelfeld (parallel zum Bediener) für unterschiedliche Fehler bei der horizontalen Inspektion.

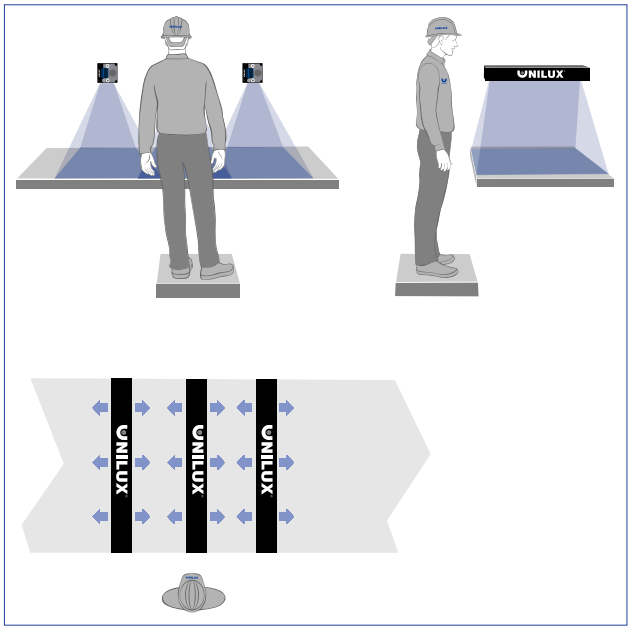


Abbildung 6: Stroboskopische Inspektionsleuchten werden oberhalb des Bands montiert und gerade nach unten gerichtet, um eine Dunkelfeldinspektion zu erreichen, da das Licht nicht zum Bediener reflektiert wird.

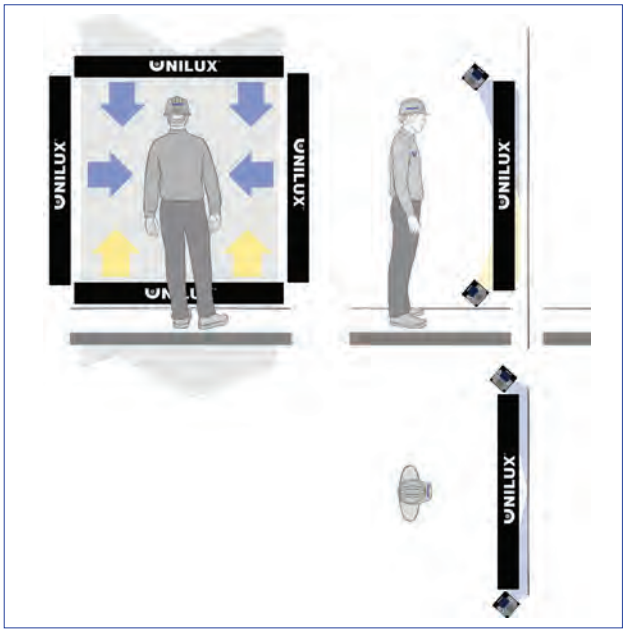


Abbildung 8: Eine Kombination aus Hellfeld (zum Bediener hin leuchtend) und Dunkelfeld (parallel zum Bediener) für unterschiedliche Fehler bei der vertikalen Inspektion.

Cross Light Inspektion

Je nach Material und Walzprozess werden entweder Hellfeld- oder Dunkelfeldtechniken gewählt. Da jeder Walzprozess mehrere Anomalien hervorrufen kann, die durch beide Beleuchtungstechniken visuell verstärkt werden, sind Oberflächenfehler deutlicher sichtbar, wenn sie aus mehreren Winkeln beleuchtet werden. Der gleichzeitige Einsatz beider Techniken kann nun erstmals mit stroboskopischen Inspektionssystemen mit LED-Dioden (anstelle von Xenon-Lampen) erreicht werden. Diese sind in den Abbildungen 7 und 8 dargestellt.

Bei der langen Brenndauer von Xenonlampen war es nicht unmöglich, Hellfeld und Dunkelfeld gleichzeitig zu verwenden, da sich die Blitzdauer für das Auge überschneidet und sich so gegenseitig aufhebt. Mit LED-Stroboskopen können wir jetzt einen Algorithmus zur Steuerung der Blitzdauer einsetzen, so dass verschiedene Lichtquellen gleichzeitig ausgelöst werden können, um ein einziges perfektes Bild zu erzeugen. ◂

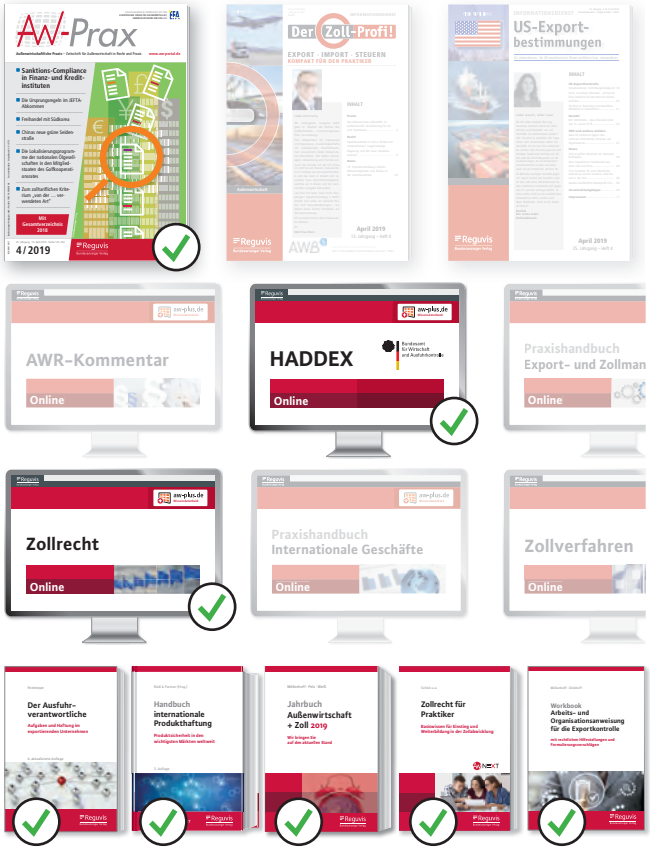
Alle Inhalte nach Wunsch – flexibel und individuell kombinierbar!

aw-plus.de
Wissensdatenbank

Außenwirtschaft | Exportkontrolle | Zoll

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

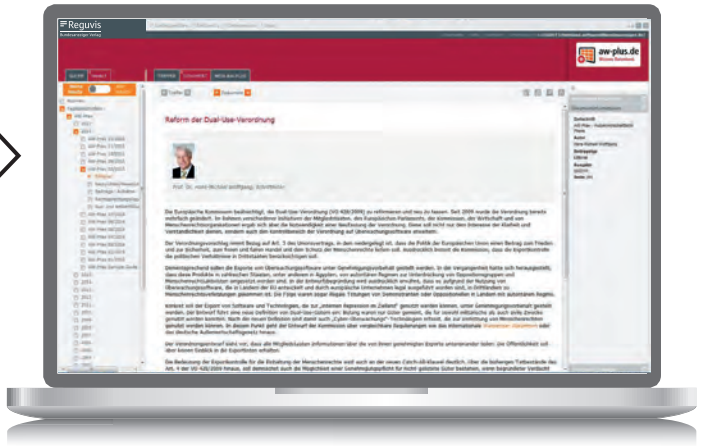
Stellen Sie sich diese selbst zusammen – individuell und flexibel, wie Sie es in Ihrem Arbeitsalltag benötigen.



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



Bestell-Hotline: 02 21/9 76 68-173/-357
E-Mail: aussenwirtschaft@bundesanzeiger.de
Fax: 02 21/9 76 68-232 | **www.reguvis.de**
In jeder **Fachbuchhandlung**

Bundesanzeiger Verlag GmbH
Amsterdamer Str. 192
50735 Köln

Reguvis
Bundesanzeiger Verlag

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

ATC Goes Company

Blick hinter die Kulissen des DUS Int. Airport

Text: Andreas Mühlberg
Fotos: Joop van Reeken

Am 09.05.19 fand das monatliche Mitgliedertreffen beim Düsseldorfer Flughafen in Form eines ATC Goes Company statt.

Mit einem beeindruckenden Impulsvortrag wurde den Mitgliedsunternehmen Einblick in die wirtschaftliche Entwicklung und der Funktionsweise des Düsseldorfer Flughafens gegeben. In einer sich anschließenden Diskussion wurden die derzeitigen Herausforderungen erläutert. Sowohl der BREXIT, das seit 2015 laufende Planfeststellungsverfahren zur Kapazitätserweiterung des Flughafens als auch die Ausgestaltung verschiedener Luftverkehrsabkommen, wie z.B. mit China und Katar, kamen zur Sprache.

Bei der sich anschließenden Flughafenrundfahrt konnten sich die Außenhändler ein exklusives Bild über das weitläufige Flughafengelände machen. Sowohl die Flugsteige, die Flughafenfeuerwehr, die Wartungshallen und viele weitere Einrichtungen konnten hautnah besichtigt werden.

Danach konnten beim Imbiss die gewonnenen Eindrücke im Gespräch vertieft werden. Für die Außenhändler war es ein perfekter Perspektivwechsel, den Flughafenbetrieb einmal von einer anderen Seite kennenzulernen.

Der Flughafen ist mit seinen 24,3 Mio. Fluggästen und durchschnittlich 560 Flugbewegungen pro Tag in 2018 der Marktführer in Nordrhein-Westfalen. Der Düsseldorfer Flughafen, eingebettet in die Airport-City, ist mit über 20.000 Beschäftigtenverhältnissen ein wichtiger Arbeitgeber in der Region.

Ein besonderer Dank gilt den Herren Mischke und Topp sowie Frau Meynhardt für die perfekte Organisation und Bewirtung.

Der ATC dient als Forum der Aussprache und findet an wechselnden Standorten in Nordrhein-Westfalen statt.

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler
Merhaba
Aloha 환영합니다
Welcome ようこそ
歓迎 Bienvenido Vítáme tě
Welkommen Welkom 歡迎
Willkommen...
...beim AHV•NRW

Willkommen am Flughafen Düsseldorf

LAUDA

G-FBJH
flybe.

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

ATC Goes Company

Blick hinter die Kulissen des DUS Int. Airport

LEFT-BEHIND-HALLE

B 02
B 03
germanwings
D-AKNT

Lokaler Handelspartner Auslandshandelskammer

Roadshows zusammen mit den AHKs

Text: Joop van Reeken

Die Firma thenex hat durch die Zusammenarbeit mit der deutschen AHK sehr positive Erfahrungen gemacht. Vor allem durch die von den AHKs vor Ort organisierten Roadshows öffneten sich für thenex Türen zu Märkten, die vielleicht im Alleingang schwieriger zu erreichen gewesen wären.

Joop van Reeken: Was hat Sie veranlasst, mit der deutschen Auslandshandelskammer zusammen zu arbeiten?

Henry-Johann Nientimp: Im Moment wächst unser Unternehmen sehr stark. Wir begehen zwei Wege, um das Wachstum zu gestalten. Punkt eins: Wir stärken unsere bisherigen Kundenbeziehungen und bauen sie weiter aus. Das gilt für bereits aktive Märkte. Punkt zwei: Neue Märkte und neue Kunden in bestehenden Märkten akquirieren. Hier haben wir uns überlegt, wie wir das am besten angehen könnten.

Die thenex hat schon immer versucht, mit den Auslandshandelskammern in unseren Marktgebieten Kontakt zu halten. Das habe ich zum Beispiel bereits im Laufe meines Studiums in Argentinien gemacht. Während meines Auslandssemesters in Südamerika habe ich die deutschen Auslandshandelskammern in Buenos Aires und auch die Botschaft in Uruguay aufgesucht, um Informationen darüber zu sammeln, was unser Unternehmen dort vor Ort machen könnte und wie die Bedingungen dafür aussehen. Das war damals wirklich interessant, weil gerade in Buenos Aires mir mehr oder weniger verdeutlicht wurde, dass es zwar viele Möglichkeiten gibt, aber wir uns fragen sollten, ob es für einen Einstieg durch thenex der richtige Zeitpunkt wäre. Zu jener Zeit gab es erhebliche Probleme in Argentinien wie zum Beispiel die hohe Inflation und die stark erhöhten Zölle, die ausländische Unternehmen blockierten. Das gilt teilweise auch heute noch.

Auch danach suchten wir immer wieder den Kontakt zu den Auslandshandelskammern. So auch vor zwei Jahren, als ich in Saudi-Arabien mit der deutschen Auslandshandelskammer in Riad zusammengekommen bin. Mit Herrn Oliver Oehms, dem Delegierten der AHK in Saudi-Arabien, traf ich mich zum Informationsaustausch. Hier ging es für uns um Überlegungen, was thenex in Saudi-Arabien machen könnte, um unser Geschäft in diesem seit 30 Jahren bestehenden Markt ausweiten zu können. Uns wurde dann die Unternehmens-Roadshow erläutert und angeboten.

JvR: Wie sieht eine solche Unternehmens-Roadshow aus?

H-JN: Die Roadshow bedeutet, dass die Auslandshandelskammer bzw. die Mitarbeiter vor Ort für uns Termine ausmachen. Sie identifizieren und kontaktieren für uns potentielle Kunden im Markt. Dabei werden passende Kunden nach unseren Vorgaben herausgesucht: Was macht thenex, was suchen wir, wie sehen unsere Endkunden aus? Die AHK

Henry-Johann Nientimp
Managing Director

thenex GmbH
Am Annenhof 6
46397 Bocholt

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

WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900

organisiert daraufhin eine Reihe von Terminen mit ausgesuchten Unternehmen. Wir reisen an, um dann zusammen mit einem AHK-Mitarbeiter die kontaktierten Kunden zu besuchen.

Im Frühjahr 2018 bin ich also – wie meistens um diese Zeit - nach Saudi-Arabien geflogen, um eine Woche lang Kunden zusammen mit der AHK zu besuchen. Bei dieser Terminrunde gab es neue Kunden, aber auch Kunden, die wir bereits kannten. Ich war vor den Terminen mit den uns bekannten Kunden skeptisch. Durch die AHK hat sich jedoch ergeben, dass wir bei unseren Stamm-Kunden ganz andere, neue Kontakte treffen konnten, vor allem auf der Managementebene. Denn die AHK ist hervorragend vernetzt und bietet durchaus ein anderes Kontakte-Niveau.

Kurzum: das Ergebnis der für uns organisierten Roadshow in Riad und Dschidda hat thenex definitiv neue Kunden gebracht. Natürlich sind dabei auch Gespräche, die am Ende ins Leere laufen. Aber wir konnten gute Kundenbeziehungen weiter ausbauen und stärken. Ein Jahr später können wir außerdem sagen, dass wir neue Kunden dazu gewonnen haben, mit denen wir innerhalb kürzester Zeit sehr gute Geschäfte entwickeln konnten.

JvR: Haben Sie danach weitere Roadshows ins Auge gefasst?

H-JN: In diesem Jahr haben wir noch eine weitere Roadshow in Saudi-Arabiens östlicher Provinz unternommen: wir waren in Dammam, Al-Jubail, Al-Khobar und auch im Nachbarland Bahrain unterwegs. Auch dort besuchten und trafen wir Kunden. Schon jetzt haben sich Beziehungen entwickeln können, wobei wir versuchen, konkrete Projekte in Angriff zu nehmen. Bei dieser Roadshow konnten wir wieder gute neue Kunden gewinnen und bestehende Kontakte stärken.

JvR: Es ist also für thenex ein Vorteil, die Angebote der Auslandshandelskammern zu nutzen?

H-JN: Ja. Wir nutzen die AHK wie einen lokalen Partner bzw. Ansprechpartner vor Ort. Die AHK kommt anders, als wir von hier, mit Firmen vor Ort ins Gespräch und kann dementsprechend qualifizierte Termine vereinbaren. Das hat sich erneut bei der zweiten Reise gezeigt. Das starke Netzwerk und die kontinuierliche Präsenz vor Ort sind außerdem auch bei den Kunden und Ansprechpartnern vor Ort hoch angesehen.

JvR: Fallen dafür Kosten an?

H-JN: Der Service der AHK ist natürlich nicht kostenlos. Eine Dienstleistung, die man beansprucht, muss bezahlt werden. Doch kann ich diesen Service nur weiterempfehlen. Wir haben in Saudi-Arabien wertvolle Erfahrungen gemacht. Und wir stehen mit weiteren AHKs im Mittleren Osten wegen ähnlicher Programme in Kontakt. Aktuell, jetzt gerade, bereist unser Mitarbeiter für Lateinamerika, Herr Jerly Rojas, Chile und Peru. Er macht zwei Roadshows von jeweils einer Woche mit der deutschen AHK Chile und der AHK Peru. ▶

Herr Nientimp jun. mit Mitarbeitern der AHK Saudi Arabien zu Besuch bei einem neuen Kunden in Riad. (Foto: Oliver Oehms, AHK)

Auch diese Vorbereitungen der Reisen mit den AHKs in Lateinamerika sind sehr gut abgelaufen. Wir sind natürlich gespannt, wie die Termine gelaufen sind. Inzwischen fanden die ersten Gespräche statt. Von unserem Mitarbeiter habe ich bereits ein erstes sehr positives Feedback erhalten. Es scheint auf jeden Fall, dass es sich auch hier lohnt und dabei werthaltige Termine entstehen.

JvR: Man könnte sagen, dass die AHKs „lokale Handelspartner“ sind, die bei der „analogen“ Kommunikation, sozusagen Face-to-face, zwischen den Unternehmen einen wichtigen Beitrag leisten?

H-JN: Das stimmt. Die deutschen AHKs machen vor Ort die Termine aus und thenex trifft die Ansprechpartner der ausgesuchten Unternehmen an Ort und Stelle. Der springende Punkt ist, dass wir mit unseren Kunden nicht nur „digital“ und telefonisch kommunizieren können. Wir wollen Face-to-face Gespräche führen, da sind wir altmodisch. Es ist uns wichtig, unsere Kunden regelmäßig vor Ort zu besuchen, sodass man eine persönliche Beziehung zu den Partnern aufbauen und beibehalten kann. Auf eine andere Art lassen sich unserer Meinung nach keine guten Geschäfte machen. Nur digital, nur Website und nur Skype – das funktioniert auch heute nicht immer. Daher haben wir uns bewusst dafür entschieden, die Roadshows mit den AHKs auszuprobieren, und es hat sich bewährt. Bald sind es vier absolvierte Roadshows. Ich bin sicher, dass noch mehr Reisen dieser Art dazu kommen werden.

JvR: Organisiert die AHK derartige Roadshows für jedes Unternehmen, das anfragt?

H-JN: Ja, die AHK ist neutral, und die Mission ist, die deutsche Wirtschaft zu unterstützen.

JvR: Muss ein Unternehmen eine bestimmte Qualifikation haben?

H-JN: Nein. Ich habe nach unseren Roadshows unsere Firma als Referenz angegeben. Daher hat bei uns schon der eine oder andere Unternehmer angerufen und sich nach unseren Erfahrungen und den Abläufen erkundigt. Dabei waren schon unterschiedlichste Branchen.

JvR: Gibt es überall deutsche AHKs?

H-JN: Es gibt in fast allen Ländern der Welt eine deutsche Botschaft bzw. ein Konsulat. In vielen Ländern auch ein Büro der AHK oder zumindest einen Ansprechpartner, der in der Botschaft bzw. im Konsulat ansässig ist. Es werden viele Veranstaltungen organisiert, Stammtische oder Empfänge genau wie die Delegationsreisen. Man kann teilweise auch Mitglied sein. Es bestehen die Möglichkeiten, zu vielen Themen Fragen stellen zu können, Probleme zu äußern und sich Unterstützung zu holen. Es ist alles da. Die deutsche Regierung stellt uns Unternehmern diesen Service zur Verfügung, man muss ihn dann nur noch nutzen und die Experten für diese Märkte ansprechen. ◂

Oliver Oehms *ist seit Anfang 2016 Delegierter der Deutschen Wirtschaft mit Sitz in Riad, mit insgesamt 20 Jahren beruflicher Erfahrung in der Außenwirtschaftsförderung in Deutschland, Asien und (nun) dem Mittleren Osten. Zum Thema dieses Interviews und zur Kooperation mit thenex sagt er:*
„Der Markteintritt in der arabischen Welt gehorcht anderen Regeln als in anderen Märkten. Persönliche Beziehungen sind von hoher Bedeutung, und ein regelmäßiger Kontakt, idealerweise auf Geschäftsführungsebene, ist für Mittelständler ein Muss. Hierbei sind Flexibilität und gelegentlich auch Frustrationstoleranz gefordert, denn Termine werden gerne kurzfristig verändert oder gar abgesagt. Es hilft, sich ein hohes Maß an interkultureller Kompetenz erarbeitet zu haben, wie die Firma thenex!“

Daten und Fakten zur Auslandshandelskammer (AHK) Saudi-Arabien:
Die Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen ist Teil des weltweiten Netzwerkes der deutschen Auslandshandelskammern (AHK) mit aktuell 140 Standorten in 92 Ländern. Sie wurde bereits 1978 gegründet und pflegt vom Hauptsitz in Riad die Wirtschaftsbeziehungen mit den genannten drei Ländern. Eine Zweigstelle in Dammam/Ostprovinz und perspektivisch wieder in Jeddah hilft bei der Kontaktaufnahme in die dortigen Business Communities. Mit knapp 20 Mitarbeitern ist die AHK die größte bilaterale Organisation der Außenwirtschaftförderung in Saudi-Arabien.

Oliver Oehms
Delegate of German Industry & Commerce for Saudi Arabia, Bahrain and Yemen

AHK Saudi-Arabien
German-Saudi Arabian Liaison Office for Economic Affairs (GESALO)
Futuro Tower, 4th Floor, King Saud Road
P.O. Box 61695
Riyadh 11575
Kingdom of Saudi Arabia

T +966 92 000 5863 116
F +966 11 4031232
oehms@ahk-arabia.com
www.saudiarabien.ahk.de

AHK
Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen
German-Saudi Arabian Liaison Office for Economic Affairs (GESALO)
مكتب الإتصال الألماني السعودي للشئون الإقتصادية

HARNISCHMACHER LÖER WENSING
Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB

WIR BEGLEITEN SIE SICHER BIS INS ZIEL!

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

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

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

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

empfohlen von 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

Staatsinterventionismus und offensive Industriepolitik als Allheilmittel?

Text: Gregor Wolf

Im Februar 2019 stieß Bundeswirtschaftsminister Altmaier eine Debatte zur Sicherung und Stärkung des Industriestandortes Deutschland an, indem er eine „Nationale Industriestrategie 2030“ vorstellte. Das Papier erblickte das Licht der Öffentlichkeit just zu einer Zeit, in der in der deutschen Wirtschaft intensiv über den Umgang mit dem Handelspartner China diskutiert wurde und manche Stimmen gar einen Kampf der Systeme ausrief.

Wir halten die Debatte, wie europäische und insbesondere auch deutsche Firmen im globalen Wettbewerb mit staatlich gepäppelten Unternehmen, beispielsweise aus China, bestehen können, sehr wohl für richtig und überfällig. Von den bisher vorgeschlagenen Maßnahmen sind wir jedoch nicht überzeugt. Vielmehr scheint der Geist französischer Wirtschaftspolitik mit deren nationalen Champions in Berlin und Brüssel zu verfangen. Stellt man aber die wirtschaftliche Entwicklung und Perspektiven Deutschlands mit seiner traditionell zurückhaltenden Industriepolitik der Frankreichs gegenüber, muss man vor dieser Entwicklung laut warnen – ganz abgesehen davon, dass wir eine ganzheitliche Betrachtung der Wertschöpfung vermissen, die auch Handel und Dienstleistung integriert.

Zunächst einmal sollten wir nicht hysterisch werden: Es gibt keinen Grund für die aktuelle China-Phobie. Schließlich ist Deutschland nicht Opfer, sondern einer der größten Profiteure des ökonomischen Aufstiegs Chinas, der tatsächlich atemberaubend ist. Das Land hat beeindruckende Erfolge bei der Modernisierung seiner Infrastruktur und seiner Industrie erzielt und dabei mehrere technologische Entwicklungsstufen auf einmal erfolgreich übersprungen. Dadurch ist es gelungen, hunderte Millionen Menschen aus der Armut zu führen. Die wirtschaftliche Entwicklung Chinas ist ein Paradebeispiel für die Vorteile, die Globalisierung haben kann.

Ohne massive ausländische Investitionen und den Zufluss von ausländischem Know-how, auf legalem wie auf illegalem Wege, wäre dies indes nicht möglich gewesen. Und vielfältige interne Probleme wie drohende gesellschaftliche Verwerfungen, fehlende Sozialsysteme, Demographie, Korruption und Umweltverschmutzung haben auch künftig enormes Potenzial, das Land zu destabilisieren. Und wie für Deutschland gilt auch für China: Der Staat ist nicht der bessere Unternehmer. Nur in Deutschland sehen wir dies an anschaulichen Beispielen deutlicher. Doch mit einer immer stringenteren Staatswirtschaft sowie der Aufgabe der Trennung von Partei und Staat löst China sich selbst von einigen seiner Erfolgsprinzipien. Die ungleich größere Gefahr sehe ich daher eher in einem abrupten Ende des Aufstiegs Chinas.

Germany First

Der Erfolg der deutschen Wirtschaft beruht auf offenen Märkten und fairen Regeln, die von allen eingehalten werden. Hier müssen wir nachbessern, insbesondere mit Blick auf Subventionen, beispielsweise von und durch chinesische Staatsunternehmen. Doch ich erschauere, wenn ich die Tonlage der aktuellen Diskussion beobachte. Ja, es gibt sensible Infrastruktur, die der Staat sicherstellen muss. Aber ein „Germany First“ ist definitiv die falsche Antwort.

Gregor Wolf
Geschäftsführer

Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
T +49 30 726 257 91
gregor.wolf@bdex.de
www.bdex.de

BDEx

Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V.

Verband für Internationalen Handel

Vor dem Hintergrund der aktuellen Situation sehen wir die Notwendigkeit einer zeitgemäßen Wirtschaftspolitik, die die Leistungsfähigkeit Deutschlands und Europas stärkt – nicht zuletzt, um auch künftig weiter auf Augenhöhe mit China und den USA sprechen zu können. Eine Wirtschaftspolitik, die

- den Wettbewerb fördert, statt ihn aushöhlt,
- attraktive Standortbedingungen für Unternehmen bietet hinsichtlich der Besteuerung Infrastruktur, Innovationen und Investitionen,
- die Offenheit von Märkten sicherstellt,
- europäische statt nationale Wurzeln hat.

Wir sind nicht naiv, doch das Rückgrat bilden die weit über 1.000 meist unbekannten, mittelständischen Weltmarktführer – sie bedürfen einer Aufmerksamkeit durch die Politik, anstatt einer Vorgabe von Zielwerten. Eine zeitgemäße Besteuerung der Unternehmen, die sich der Höhe nach an den Entwicklungen in anderen Industrieländern und dynamischen Volkswirtschaften orientiert, wäre ein erster wichtiger Schritt.

Hinzu kommt, dass eine nationale Industriestrategie zwei Drittel der Wertschöpfung in Deutschland ignoriert. Der Anteil des produzierenden Gewerbes am BIP betrug zuletzt 25,8 Prozent. Der Dienstleistungsbereich, der einen Anteil von 68,2 Prozent ausmacht, wird dabei gänzlich vernachlässigt. Und auch den nationalen Ansatz halten wir für den falschen Weg zur langfristigen Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit. Nur ein gemeinsames Vorgehen in Europa kann die Antwort auf die globalen Herausforderungen sein.

Das überaus erfolgreiche Friedens- und Wohlstandsprojekt Europa steht unter einem noch nie da gewesenen Druck. Die Zentrifugalkräfte, getrieben durch die populistischen Kräfte in den Mitgliedsstaaten, aber auch durch fehlende Vermittlung des praktischen und fühlbaren Nutzens der EU, zerren an der europäischen Einheit. Die Vertiefung und Vervollständigung des europäischen Binnenmarktes für Waren und Dienstleistungen muss daher umso dringender vorangetrieben werden. Europa kann damit den Raum für innovative Technologien und Geschäftsmodelle bieten, den Unternehmen für Wachstum dringend benötigen. Wir dürfen uns nicht selber klein machen!

Protektionismus

Die Antwort auf die aggressiven, nationalen Industriepolitiken in den USA und China soll nun – in Abkehr vom bisherigen Erfolgsmodell – eine eigene nationale Industriestrategie sein, die einen Staatsinterventionismus zum Ziel zu haben scheint. Das verträgt sich jedoch nicht mit dem berechtigten Vorwurf des Protektionismus an andere. Anstatt den Mittelstand zu stärken, wird unter anderem das Ziel formuliert, Großkonzerne vor Wettbewerb und Übernahmen zu schützen. Ich bin jedoch der festen Überzeugung, dass der Staat den Märkten und privaten Investoren bei der Auswahl wettbewerbsfähiger bzw. förderungswürdiger Sektoren oder gar Unternehmen nicht überlegen ist.

Vielmehr zeigen Beispiele aus der Vergangenheit, dass die Schaffung von Oligopolen oder gar Monopolen stets zulasten der Kunden und Verbraucher geht. Ein staatlicher Eingriff muss sich auf existenzielle Infrastruktur- und Sicherheitsaspekte konzentrieren und eine seltene Ausnahme bleiben. Vor diesem Hintergrund lehnen wir auch ein Veto-Recht der Politik bei Unternehmensübernahmen ab. Sofern es Lücken im europäischen Wettbewerbsrecht gibt, müssen diese geschlossen werden. Die Grundlage für wettbewerbsrechtliche Entscheidungen muss aber eine rechtsstaatliche Entscheidung sein und sollte keinen politischen Hintergrund haben. Hinsichtlich der Digitalisierung muss der Wettbewerb dadurch gestärkt werden, dass gerade kleinen und mittelständischen Unternehmen beispielsweise der Zugang zu Datennetzwerken gewährt wird. Gerade mit Blick auf die Industrie muss verhindert werden, dass es hier zu neuen Datenmonopolen und geschlossenen Datennetzwerken kommt.

Gold-Plating

Anstatt unsere Wirtschaft abzuschotten, sollten wir alles unternehmen, um die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft zu verbessern. Hierzu zählen deutlich stärkere Investitionen in die eigene Verkehrsinfrastruktur sowie in die digitale Infrastruktur, die Grundlagenforschung aber auch in die Aus- und Weiterbildung. Finanzierungsmöglichkeiten für Start-Ups müssen verbessert werden, damit die Ideen, die ja in Deutschland und Europa existieren, wachsen und Marktreife erreichen können und in einem funktionierenden europäischen Binnenmarkt skaliert werden können. Die Reform des Unternehmenssteuerrechts wird seit Jahren nicht angegangen, obwohl sie dringend notwendig ist, um ausreichend Anreize für Investitionen in Deutschland, gerade auch in Innovation und Forschung, sicherzustellen. Eine wirksame Förderung der deutschen Unternehmensinteressen besteht aber auch beispielsweise darin, das sogenannte „Gold-Plating“, also das überbordende Umsetzen von EU-Vorgaben, zu beenden, damit es deutsche Unternehmen wenigstens innerhalb der EU nicht noch schwerer als andere haben. Vor diesem Hintergrund sehen wir auch mit großer Sorge den jüngsten Vorstoß aus dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung zur Änderung wirtschaftsrechtlicher Vorschriften.

Nicht zuletzt muss ein zentraler Pfeiler einer zeitgemäßen Wirtschaftspolitik im Sinne des deutschen Mittelstands auch die Stärkung des Multilateralismus sein. Deutschland hat beispielhaft von der Globalisierung profitiert. Grundlage eines langfristigen Erfolgs der Globalisierung ist ein regelgebundener Handel. Deutschland muss sich daher mit seinen Wertepartnern in der EU und außerhalb darüber verständigen, wie diese Regeln auch mit Blick auf staatliche Subventionen weiterentwickelt werden können. Gerade Deutschland darf die multilateralen Institutionen nicht durch nationale Alleingänge schwächen. Denn eine Welt ohne wirksame internationale Organisationen kann nicht in unserem Interesse sein. ◂

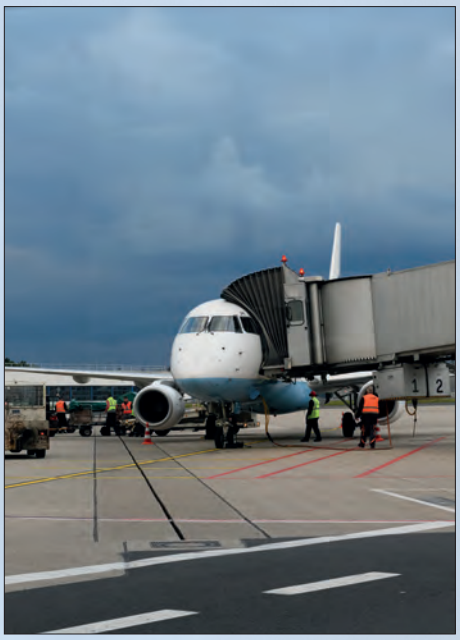
AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

ATC Goes Company

Blick hinter die Kulissen des DUS Int. Airport

FLF-1



„Wir brauchen eine erstklassige digitale Infrastruktur“

Interview mit Andreas Mühlberg

Herzlichen Glückwunsch zur fünften Ausgabe des ahv nrw magazins. Nachdem im vergangenen Jahr der „Standort NRW – weltweit vernetzt“ als Schwerpunktthema gesetzt war, ist es in diesem Jahr das Thema Mensch – Kommunikation – Digital. Was hat das mit dem Außenhandel zu tun ?

Andreas Mühlberg (Foto: Joop van Reeken)

Andreas Mühlberg: Der Außenhandel ist Garant für Wohlstand und Wachstum. Ein freier und regelbasierter Freihandel ermöglicht dem industriellen sowie auch dem privaten Verbraucher eine breite Produktvielfalt zu bestmöglichen Preisen. Die Digitalisierung hat längst auch den Außenhandel erfasst. Die Wettbewerbsintensität wird durch eine neue Markttransparenz noch mehr an Tempo zulegen. Das erhöht wiederum den Entscheidungsdruck in den Unternehmen. Schon jetzt kann man z.B. im Industriegüterhandel feststellen, dass neben Qualität und Preis, auch die Schnelligkeit und die Flexibilität sich zu entscheidenden Wettbewerbsfaktoren entwickelt haben.

Wie ist der AHV NRW diesbezüglich aufgestellt?

AM: Als Interessenverband für die am Außenhandel beteiligten Unternehmen verfolgen wir die Entwicklungen, die der digitale Wandel mit sich bringt, mit Argusaugen. Bei den gesetzlichen Rahmenbedingungen bringen wir uns über unsere Bundesverbände aktiv mit ein, um die digitale Transformation erfolgreich mitgestalten zu können. Dabei sind wir auf den Input unserer Mitgliedsunternehmen angewiesen. Die regelmäßigen AHV-Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) sind eine gute Quelle für neue Impulse und für den Austausch von Erfahrungswerten.

Es gibt keine Alternative zur Digitalisierung. Wir begreifen die Digitalisierung als Chance für mehr Wohlstand und für mehr Lebensqualität. Der digitale Wandel und die damit einhergehenden technologischen Entwicklungen verändern die Art und Weise, wie wir miteinander kommunizieren, uns informieren und auch wie wir konsumieren.

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

Im grenzüberschreitenden Waren- und Dienstleistungsverkehr ist es dank technologischer Innovationen heutzutage um ein Vielfaches einfacher geworden, umfangreiche Datenpakete rund um die Welt digital zu versenden. Die Versuchung ist groß, exportkontrollrechtliche Aspekte in Verbindung mit 3D-Druck, Bestimmungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und weiterer rechtlicher Bestimmungen zu vernachlässigen. Ein zusätzlicher Beratungs- und Informationsbedarf ist bereits allgegenwärtig.

Für den AHV NRW selbst haben wir uns in den vergangenen Monaten neu aufgestellt. Im Frühjahr 2019 haben wir unseren Internetauftritt einem umfassenden Relaunch unterzogen. Damit einhergehend haben wir auch den Einstieg in Social Media vollzogen. Mit einer eigenen Facebook-, Instagram- und LinkedInSeite sammeln wir derzeit erste Erfahrungen und wollen darauf aufbauend unsere Aktivitäten sukzessive erweitern. Zielsetzung ist auch, dass wir unsere Mitgliedsunternehmen hierbei verstärkt mit einbinden.

"Die regelmäßigen AHV-Mitgliedertreffen im Rahmen des After Trade Clubs (ATC) sind eine gute Quelle für neue Impulse und für den Austausch von Erfahrungswerten"

Die Möglichkeiten, sich über Social Media Kanäle auszutauschen bleiben meiner Meinung nach jedoch begrenzt, zumindest was den AHV NRW angeht. Das Verbandsgeschäft ist sehr beratungsintensiv und basiert auf persönlichem Vertrauen. Ein persönliches Gespräch ist bei der Beantwortung von komplexen Fragen, die den Außenhandel betreffen, stets vorzuziehen.

Sind nicht insbesondere Facebook und Instagram eher etwas für private Zwecke?

AM: Wir haben hierüber intern in der Tat sehr kontrovers diskutiert. Facebook und Instagram werden noch immer primär als Plattform für den privaten Nachrichtenaustausch mit Freunden, Bekannten und der Familie wahrgenommen.

Im Rahmen der Vorbereitungen für den Relaunch unserer Internetseite haben wir in Gesprächen mit Experten und umfangreicher Recherche feststellen müssen, dass Facebook der von Unternehmen am meisten genutzte Social Media Kanal ist. Die Entwicklungen und das Nutzerverhalten verändern sich stetig, so dass es in einigen Monaten schon wieder anders sein kann. Vieles hängt auch davon ab, wie die sogenannte „Generation Z“ ihre Präferenzen ändern wird. Die Germany Trade and Invest (GTAI) hat in ihrer Ausgabe Markets 02/19 die Generation Z eindrucksvoll vorgestellt.

Ich glaube, dass die Grenze zwischen dem privaten und beruflichen Leben immer mehr verschwinden wird. Umso wichtiger ist es, sich stets darüber im Klaren zu sein, welche Informationen preisgegeben werden.

Sehen Sie Amazon, Alibaba und weitere große Anbieter als Gefahr für die Außenhändler in Deutschland?

AM: So pauschal kann man hierauf keine Antwort geben. Grundsätzlich stehe ich auf dem Standpunkt, dass man die Plattformen wie Amazon, Zalando, Alibaba u.s.w. als ergänzenden Vertriebskanal im internationalen Geschäft berücksichtigen sollte. Letztendlich ist es eine unternehmerische Entscheidung, ob und in welchem Ausmaß ich die Plattformökonomie für meine unternehmerischen Ziele nutzen möchte. Jedoch gilt auch hier, dass bei erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen kein Algorithmus das persönliche Gespräch ersetzen kann.

Was sind die Voraussetzungen, dass der Digitale Wandel gelingt ?

AM: Wir brauchen eine erstklassige digitale Infrastruktur. Hierzu zählt insbesondere der Breitbandausbau. In vielen ländlichen Regionen unseres Landes sitzen mittelständische Unternehmen, die zur Erhaltung ihrer Wettbewerbsfähigkeit hierauf angewiesen sind. Ein flächendeckendes und leistungsstarkes Internet ist Voraussetzung, das Thema Künstliche Intelligenz (KI) mit Maßnahmen zu unterfüttern. Dann brauchen wir verlässliche gesetzliche Rahmenbedingungen. Eine Überregulierung ist zu vermeiden, sachgerechte ordnungspolitische Ansätze sind hingegen zu stärken.

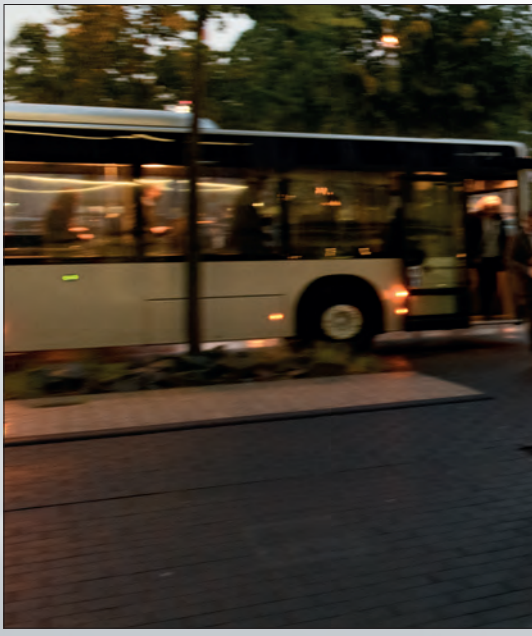
Wir begrüßen die zahlreichen Initiativen, wie z.B. die „Digitale Strategie 2025“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). Auch die zahlreichen Förderprogramme für die Start-Up Szene sind sinnvoll. Die Start-Up Szene ist in Nordrhein-Westfalen besonders stark ausgeprägt. Die im Juli 2019 in Duisburg erstmals stattgefundene „startport conference“ unterstreicht das Engagement der Politik und der Wirtschaft. Startport ist ein junges Tochterunternehmen der Duisburger Häfen AG. Die Konferenz hat gezeigt, dass es entlang der Wertschöpfungskette ein großes Potenzial für die Digitalisierung gibt. Auch in anderen EU-Mitgliedsstaaten schreitet der Digitale Wandel voran. Hier kann man noch viel mehr voneinander lernen. ◂

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

ATC Goes Company

Blick hinter die Kulissen des DUS Int. Airport



MAN

Exportfinanzierung bewährt sich auch in unsicheren Zeiten

Interview von Gunther Schilling, Chefredakteur des Online-Magazins „ExportManager“, mit Werner Schmidt

Die deutschen Exporteure haben 2018 erneut einen Rekordabsatz im Ausland erzielt. Dabei stieg mit zunehmender Unsicherheit im Auslandsgeschäft die Nachfrage nach sogenannten ECA- bzw. in Deutschland hermesgedeckten Finanzierungen wieder an, stellte Werner Schmidt, Global Head of Structured Trade & Export Finance der Deutschen Bank, im Gespräch mit dem ExportManager fest.

Die politischen Risiken sind zurück. Wie erleben Sie die veränderte Risikolage in der Exportfinanzierung?

Politische Unsicherheiten sind für die Geschäfte unserer Kunden und für Banken wesentlich bedeutender als im vorherigen Jahrzehnt. Einige politische Entscheidungen haben zu Unsicherheit in den Märkten und in der Exportwirtschaft geführt. Dies verzögert Investitionsentscheidungen, erhöht den Analyseaufwand hinsichtlich Projektrisiken und Machbarkeit und verlängert damit auch die Vorlaufzeiten für unsere Geschäfte. Während größere Finanzierungen früher oftmals in sechs bis zwölf Monaten zustande kamen, benötigen sie heute zum Teil zwei oder drei Jahre.

Wie reagieren Sie darauf?

Die durch eine Export Credit Agency (ECA) gedeckte Finanzierung ist für genau diese Situationen gedacht. Sie bietet Sicherheit und Stabilität. Bereits in der Finanzkrise hat sich gezeigt, dass die Exportfinanzierung als eines der wenigen langfristigen Instrumente auch in dieser krisenhaften Situation verfügbar war. In dieser Zeit wurden in der Exportfinanzierung die höchsten Abschlüsse erzielt. Auch die Exportkreditversicherungen haben deutlich höhere Volumina unterstützt als in „normalen“ Zeiten.

Worauf müssen Sie bei der Risikobewertung achten?

Die Exportfinanzierung unterstützt Investitionen im Ausland und ermöglicht Exporte deutscher Produkte ins Ausland. Dazu gehören große Infrastrukturprojekte und Investitionen in Maschinen überwiegend in Entwicklungsländern aber auch selektiv in den sogenannten „High Income Countries“. Dabei ergeben sich politische, aber auch kommerzielle Risiken, die die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Projekte betreffen und die abgesichert werden müssen. Diese hängen unter anderem von den politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Ländern ab. Zunehmende Unsicherheiten beeinträchtigen Exportgeschäfte und beeinflussen die Nachfrage nach Finanzierungen. Aber in schwierigen Zeiten ist üblicherweise, wie gesagt, die Nachfrage nach Exportfinanzierungen höher als nach anderen Finanzierungsvarianten.

Werner Schmidt
Global Head of Structured Trade & Export Finance

Deutsche Bank
werner.schmidt@db.com
www.db.com

Deutsche Bank

Das heißt, die Exportfinanzierung wird eher unter Risikoaspekten gewählt? In normalen Zeiten kommen eher andere Finanzierungsformen in Betracht?

Es ist immer noch viel Liquidität in den Finanzmärkten. Das ist unter anderem der Niedrigzinspolitik der Zentralbanken geschuldet. Es gibt einen starken Wettbewerb um Anlagemöglichkeiten und zahlreiche Angebote über die Exportfinanzierung hinaus. Geschäfte werden über den Kapitalmarkt finanziert oder über klassische Kredite ohne Hermesdeckung. Aber im derzeitigen Umfeld gibt es eine erhöhte Unsicherheit und damit einen höheren Bedarf an Absicherung. Dabei gibt es zwei Kategorien: Die Absicherung des wirtschaftlichen Risikos und die Absicherung des politischen Risikos. Die staatliche Exportkreditversicherung bringt neben der Absicherung dieser politischen Risiken zusätzlich eine gewisse Flankierung, je nach Art des Restrukturierungs- und Schadensfalls, z.B. auch auf ministerieller Ebene.

Das richtige Finanzierungspaket für Exporte erfordert auch eine Absicherungskomponente. © solvod/iStock/Thinkstock/Getty Images

Gibt es eine Umschichtung der Deckungsvolumina von Ländern wie Russland und der Türkei in andere Länder aufgrund höherer politischer Risiken?

In den vergangenen Jahren ist zwar die Zahl der Transaktionen zurückgegangen, aber die Transaktionsvolumina in der Exportfinanzierung sind gestiegen. Das Geschäft ist daher volatiler geworden. Eine deutliche und nachhaltige Verringerung der Deckungen in Russland und der Türkei ist nicht feststellbar, das Volumen ist weiterhin hoch. Doch es sind Länder hinzugekommen, bspw. Ägypten, der Irak, einige Länder in Lateinamerika und Afrika. Die regionale Verteilung des Geschäfts ist dadurch vielfältiger geworden. Es gibt aber weiterhin Fokusländer, zu denen gehören auch Russland und die Türkei.

Wie wirken sich die geringere Zahl der Transaktionen und die steigenden Volumina auf die Margen aus?

Ich kann nur für die mittel- und langfristige Finanzierung sprechen, aber im kurzfristigen Handelsfinanzierungsgeschäft dürfte die Entwicklung ähnlich sein. Die Exportfinanzierung ist ein Geschäftsfeld, das sehr kundennah ist, sehr transparent, und das die Banken sehr gerne betreiben. Daher gibt es viel Wettbewerb, und er nimmt noch zu. Die Zahl der Transaktionen steigt zwar aktuell wieder an, war aber in den vergangenen Jahren gesunken. Wegen der guten Liquiditätslage konkurrieren zudem auch andere Finanzierungsprodukte wie Kapitalmarktlösungen, Anleihen oder auch die klassische Kreditfinanzierung mit der Exportfinanzierung. So konnten Unternehmen in Russland ihre Investitionen mit Laufzeiten über fünf bis sieben Jahre in Fremdwährung auf dem lokalen Markt finanzieren, ohne dass eine Exportfinanzierung notwendig war.

Welche Bedeutung haben bei dieser Betrachtung die klassischen Länderrisiken?

Die Performance in der Exportfinanzierung ist, verglichen mit anderen Kreditarten, sehr gut. Die Internationale Handelskammer (ICC), die sich um mehr Transparenz hinsichtlich der Ausfallhistorie bemüht, weist recht niedrige Schadensquoten aus. Das Länderrisiko führt in der Regel nicht direkt zum Schadensfall. Aber politische Entscheidungen haben Einfluss auf die Einzelprojekte, da bspw. die Bonität der Unternehmen durch Wechselkursbewegungen beeinflusst werden kann. Dort sehen wir potentiell eine Risikoerhöhung, die sich jedoch erst im Zeitablauf zeigen wird. Dabei kommt es im Vergleich zu früher eher zu Ausfällen von Einzelgeschäften als von Staaten.

Wie gehen Sie mit nichtfinanziellen Risiken um?

In der Due-Diligence-Prüfung haben nichtfinanzielle Risiken wie Reputations- oder Geldwäscherisiken an Bedeutung gewonnen. Das beeinflusst die Durchführbarkeit von Projekten, und man muss intensiv prüfen, welche Risiken relevant sind und man als Kreditgeber zu übernehmen bereit ist. Das erfordert erheblich mehr Transparenz und Nachweise hinsichtlich der Machbarkeit des Geschäfts. Bezüglich der Diskussion um Sanktionen von Drittstaaten, insbesondere der USA, gilt, dass ausländische Regulierungen vor dem Hintergrund des Boykottverbots nicht beachtet werden dürfen. Allerdings scheint sich durch die Reform des Artikels 7 der AWV die Möglichkeit zu ergeben, dass Sanktionen von Drittstaaten, die nicht deckungsgleich mit EU-Sanktionen sind, berücksichtigt werden dürfen. Dadurch werden zum Beispiel hermesgedeckte Geschäfte in Russland erleichtert. Bisher befanden sich Unternehmen und Banken bei Russland-Geschäften angesichts unterschiedlicher Regulierung der USA und der EU in einem Dilemma. ▸

Wie wirkt sich die Zunahme der Regulierung auf Ihr Geschäft und die Schwellenwerte für Transaktionen aus?

Es gibt zwei große Themenfelder: Regulierung, die sich auf Eigenkapitalerfordernisse und die Bewertung von Bilanzpositionen sowie die Anrechnung von Sicherheiten im Exportfinanzierungsgeschäft auswirkt. Das andere Thema betrifft die bereits erwähnten nichtfinanziellen Risiken [Geldwäsche, Know your Customer (KYC) usw.]. Das sind Regulierungen, wozu im Übrigen auch Umweltprüfungen und Sozialstandards gehören, die wir durchaus begrüßen. Doch sie verändern eben auch die Transaktionskosten, beeinflussen die Wirtschaftlichkeit und erhöhen somit die Schwellenwerte für Transaktionen.

Small-Ticket-Lösungen, die unter diesen Schwellenwerten liegen, benötigen daher vereinfachte und standardisierte Prozesse. Dadurch wird auch eine Digitalisierung von Prozessen möglich. Die Exportfinanzierung, wie wir sie heute betreiben, ist sehr individuell. Ein wünschenswerter Standardexportvertrag, vereinfachte Abläufe bei Hermes bei der Antragstellung („click & cover"), Standardisierung auf der Bankenseite und Digitalisierung könnten die Schwellenwerte drücken. Die AKA Bank hat bereits die Initiative ergriffen, die wir als großer Gesellschafter nachdrücklich unterstützen. Letztlich müssen aber alle Partner an einem Strang ziehen.

Gibt es denn eine technologische Entwicklung, die den Markt verändern wird?

Ich sehe die Disruption in der Exportfinanzierung aktuell noch nicht. Es gibt – auch von Fintechs – noch keine Plattformlösung, die die Komplexität und die Vielfalt von Risiken komplett abbilden könnte. Kurz- und mittelfristig geht es wohl eher um die Erhöhung der Effizienz der Prozesse.

Vielen Dank für das Gespräch! ◂

Das Gespräch führte Gunther Schilling, Chefredakteur des Online-Magazins „ExportManager" (www.exportmanager-online.de). Das Interview wurde zuvor in der Ausgabe ExportManager 01/2019 veröffentlicht.

DERRA, MEYER & PARTNER
Rechtsanwälte PartGmbB

Sind Sie fit für den digitalen Wandel?

In Zeiten fortschreitender Digitalisierung müssen Unternehmer flexibel und schnell auf Veränderungen reagieren. Dies gilt auch für die Anpassung der eigenen Geschäftsabläufe an rechtliche Vorgaben und Notwendigkeiten.

Eine Herausforderung, bei der wir Ihnen als wirtschaftsrechtlich und international ausgerichtete Anwaltskanzlei an elf Standorten in Deutschland, Italien und Polen mit unseren Experten zur Seite stehen.

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

- Datenschutzrecht
- IT- und Telekommunikationsrecht
- Internationales Wirtschaftsrecht (Schwerpunktländer Italien und Polen)
- Gesellschaftsrecht und M&A
- Handels- und Vertriebsrecht
- Arbeitsrecht

Derra, Meyer & Partner
Rechtsanwälte PartGmbB
Immermannstraße 15
40210 Düsseldorf

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

Karl-Heinz Lauser

Dr. Jens Eckhardt

Stefan Eßer

Ruth Witten-Violetti

AHV NRW engagiert sich im Beirat Außenwirtschaft

Copyright Foto: MWIDE NRW

Der AHV NRW e. V. ist durch seinen Vorsitzenden, Herrn Theo-Heinz Nientimp, vertreten.

Im Fokus der ersten Beiratssitzung am 29.04.2019 stand der Erfahrungs- und Gedankenaustausch zu den aktuellen Herausforderungen in der Außenwirtschaft.

In einem Impulsvortrag von Herrn Prof. Dr. Suedekum, Professor für internationale Wirtschaft an der Heinrich-Heine Universität, wurde über die aktuellen Handelskonflikte und über die damit einhergehende Zukunft des regelbasierten Welthandels referiert.

Das Thema wurde erst im März 2019 im Rahmen der AHV-Mitgliederversammlung durch einen Gastvortrag von Herrn Dr. Karl Brauner, stellvertretender Generaldirektor der WTO, ausführlich behandelt und diskutiert.

Der AHV NRW unterstützt das NRW-Wirtschaftsministerium bei der Umsetzung der Außenwirtschaftspolitik und bringt seine Expertise mit ein. Es müssen weiterhin Anstrengungen unternommen werden, protektionistischen Maßnahmen entgegenzuwirken und die WTO durch eine Reform zu stärken. ◂

AHV•NRW
WIR! – die Außenhändler

AEO-C- und AEO-S Bewilligungs-Monitoring

als integrativer Bestandteil des unternehmensinternen Qualitätsmanagements

Text: Gerhard Friese

Einleitend möchten wir eine Übersicht der Unternehmensvorteile geben, die mit diesen beiden Bewilligungen verbunden sind.

Vergünstigungen gemäß Art. 38 UZK

„Die Zollbehörden bewilligen einem Inhaber einer AEO-C-Bewilligung die Inanspruchnahme der gewünschten Vereinfachung aufgrund seines Status. Die Kriterien, die bei der Bewilligung des Status eines zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten bereits geprüft wurden, werden bei Beantragung weiterer Bewilligungen nicht erneut von den Zollbehörden geprüft (Art. 38 Abs. 5 UZK).

Bei Inhabern einer AEO-Bewilligung wird weniger häufig eine Prüfung von Waren oder Unterlagen vorgenommen. Sofern nach der Risikoanalyse dennoch eine weitergehende Prüfung erforderlich ist, wird diese vorrangig durchgeführt. Der Bewilligungsinhaber kann davon vorab informiert werden (Art. 38 Abs. 6 UZK i.V.m. Art. 24 DA). Auf Antrag des AEO können diese Kontrollen an einem anderen Ort als dem der Gestellung der Waren vorgenommen werden.

Art. 95 Abs. 3 UZK – Anspruch auf eine Gesamtsicherheit mit verringertem Betrag (50% bzw. 30% oder mögliche vollständige Befreiung von der Sicherheitsleistung); zum Beispiel im Rahmen von Verwahrungslager- und Zoll-Lagerbewilligungen.

Gegenseitige Anerkennung

Auch über die Grenzen der Europäischen Union hinaus ist der Status des Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten anerkannt. Abkommen gemäß Art. 38 Abs. 7 UZK bestehen derzeit mit

- der Schweiz,
- Norwegen,
- Japan,
- den Vereinigten Staaten von Amerika und
- China.

Mit weiteren Drittländern, insbesondere mit Kanada, steht die Europäische Union in Verhandlungen.

Die Vorteile, die ausschließlich dem AEO-S gewährt werden können, ergeben sich aus dem entsprechenden Abkommen. Wesentliche Vorteile sind die Berücksichtigung des Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten bei der Risikobewertung mit der Folge reduzierter Kontrollen und die Berücksichtigung bei anderen sicherheitsbezogenen Maßnahmen.

hübner ITsolutions

Schließlich wird der Status des Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten innerhalb der Wirtschaft auch als ein Gütesiegel angesehen, welcher Wettbewerbsvorteile verspricht.“
(Quelle: www.zoll.de)

Im Rahmen der Zollbewilligungen ist das unternehmensinterne Monitoring eine wesentliche Forderung der Zollverwaltung.

Nach Art. 23 Abs. 5 UZK findet eine ständige Überwachung der Bewilligungsinhaber durch die Zollverwaltung statt und die Unternehmen haben nach Art. 23 Abs. 2 UZK die Verpflichtung der Unterrichtung über mögliche relevante Ereignisse.

Da es sich im Rahmen der AEO-Bewilligungen um ein komplexes Monitoring, mit notwendiger Integration einer Reihe von Unternehmensabteilungen handelt, bietet es sich an, dieses Monitoring in die jährlichen Audits des unternehmensinternen Qualitätsmanagementsystems zu integrieren, die beispielsweise im Rahmen der folgenden ISO-Zertifizierungen vorzunehmen sind.

Monitoringübersicht – Unternehmensbereiche

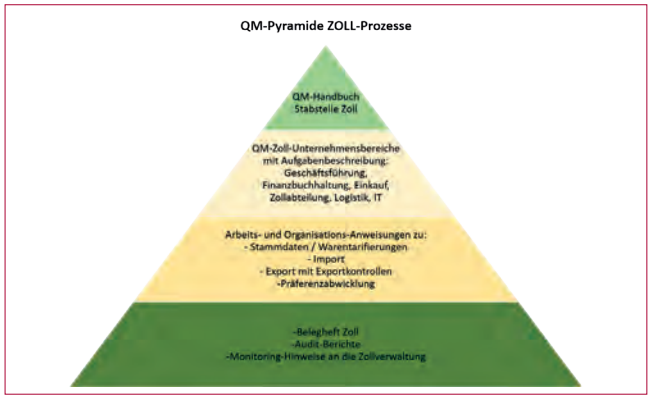
„EN ISO 9001 legt die Mindestanforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem (QM-System) fest, denen eine Organisation zu genügen hat, um Produkte und Dienstleistungen bereitstellen zu können, welche die Kundenerwartungen sowie allfällige behördliche Anforderungen erfüllen. Zugleich soll das Managementsystem einem stetigen Verbesserungsprozess unterliegen.

Die internationale Norm ISO/IEC 27001 Information technology – Security techniques – Information security management systems – Requirements spezifiziert die Anforderungen für Einrichtung, Umsetzung, Aufrechterhaltung und fortlaufende Verbesserung eines dokumentierten Informationssicherheits-Managementsystems unter Berücksichtigung des Kontexts einer Organisation. Darüber hinaus beinhaltet die Norm Anforderungen für die Beurteilung und Behandlung von Informationssicherheitsrisiken entsprechend den individuellen Bedürfnissen der Organisation[1]. Hierbei werden sämtliche Arten von Organisationen (z. B. Handelsunternehmen, staatliche Organisationen, Non-Profitorganisationen) berücksichtigt.“ ►
(Quelle: Wikipedia 2019)

Gerhard Friese
Senior Consultant und Berater

Hübner IT Solutions GmbH
Völlesbruchstraße 6
52152 Simmerath

T +49 2473 931370
info@huebner-aachen.de
www. huebner-aachen.de



Auszug aus der Qualitäts-Managementsystempyramide aus Zollsicht

Bestandteile des internen Audits aus Zollsicht:

- Informationen zum Unternehmen/Änderungen in der Organisation, in den Geschäftsfeldern beim globalen Handel.
- Einhaltung der Zollvorschriften unter Berücksichtigung von Gesetz und ProzessÄnderungen / Aktualität der Arbeits- und Organisationsanweisungen.
- Praktische und berufliche Befähigung der Zollmitarbeiter.
- Buchführung- und Logistiksystem/Aktualität der Prüfpfade für Drittlands-Importe und Drittlands-Exporte
- Interne Kontrollsysteme für Wareneingang, insbesondere Eingang von NichtUnionswaren eine beim Warenausgang von Drittlands-Exporten.
- Lagerung von Nicht-Unionswaren zusammen mit Unionswaren.
- Aktualität der Maßnahmen zum Schutz der IT-System, der Daten und der Unterlagen, zu auditieren mit Unterstützung der IT-Abteilung.
- Zahlungsfähigkeit des Unternehmens in Abstimmung mit der Finanzabteilung und der Geschäftsführung.

Sicherheitsanforderungen, zu auditieren mit der Abteilung Gebäude- und Geländemanagement und dem AEO-S-Sicherheitsbeauftragten:

Zutritt zum Firmengelände

- Physische Sicherheit
- Logistikprozesse
- Wareneingang
- Lagerung
- Fertigung
- Verladung und Versand

Sicherheitsanforderungen an Geschäftspartner / AEO-Statiabfragen

PersonalbezogeneSicherheitsaspekte/Sanktionslistenprüfungen

- Eigenes Personal
- Externe Dienstleister
- Sensibilisierung der internen und externen Mitarbeiter zur Sicherheit der internationalen Lieferkette / Einweisungen und Schulungen.

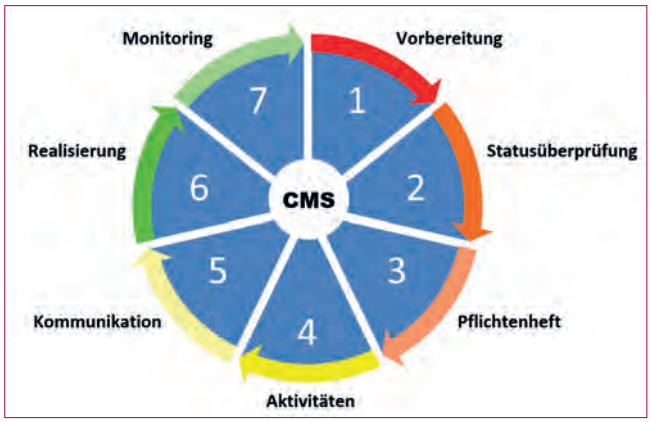
Die, auch aus Zollprozess-Sicht zu auditierenden Unternehmensbereiche zeigen deutlich die vielen parallelen Auditierungs-Bereiche im Rahmen unterschiedlicher Zertifizierungen (ISO 9001, ISO 27001 und AEO) auf und machen damit eine integrative Auditierung im Rahmen des unternehmensinternen Qualitäts-Managementsystem absolut sinnvoll, vor allem auch aus Zeit- und Kostengründen.

Für die Abstimmung dieses, abteilungsübergreifenden Audits, das jeweils einmal jährlich stattzufinden hat, ist eine intensive Zeitplanung (Berücksichtigung von betriebsbedingten Änderungen, Urlaubszeiten, Messen etc.) mit entsprechenden Vorläufen und Projektvorgaben erforderlich.

Abschließend möchten wir für eine derartigen Auditierung mit dem Schwerpunkt auf die Zollprozesse einen, nach unserer Ansicht sinnvollen Ablauf veranschaulichen:

Monitoring-Projektvorbereitung

- Status-Überprüfung in Anlehnung an die zu auditierenden Bereiche
- Pflichtenheft und Maßnahmenkatalog erstellen
- Aufgaben- und Verantwortlichkeiten festlegen
- Umsetzung der Maßnahmen und der Zeitpläne überwachen
- Meldung an die Zollbehörden ◂



Monitoring-Circle/CMS-Compliance Management System

Autorenprofil

Gerhard Friese M.A. ist Senior Consultant und Berater. Er ist bei der Hübner IT Solutions GmbH Aachen als erfahrener Zoll- und Außenwirtschaftsberater tätig. In den Themengebieten des Zoll- und Außenwirtschaftsrechts kann Herr Friese auf mehr als 16 Jahre Berufserfahrung zurückblicken. Des Weiteren verfügt er über ausgewiesene Expertise im Anforderungs- und Projektmanagement komplexer, integrierter Zollprojekte. Seit 2008 hat Herr Friese mehr als 30 AEO-Zertifizierungsprojekte für mittelständische Unternehmen an 19 Hauptzollämtern in Deutschland betreut. Herr Friese betreut ebenfalls Unternehmen im Bereich der Auditierungen des Luftfahrtbundesamtes zum bekannten Versender, zum bekannten Lieferanten und verfügt über eine LBA-Ausbilderlizenz für Schulungen nach 11.2.3.9, 11.2.3.10 und 11.2.7.

Marktführend:
Der Ratgeber für den Außenhandel

Exportbestimmungen in andere Länder

Ausgabe 2019

Garantiert brandheiße Aktualität, beruhend auf sicheren und vertrauenswürdigen Quellen für **Exportgeschäfte**. Der **Download Code** im Buch ermöglicht den elektronischen Zugriff auf den gesamten Inhalt.

Unterteilt in die Teile A, B, C und D schafft dieser Ratgeber eine übersichtliche Struktur. Der Länderteil A befasst sich mit der Ausfuhr. Er liefert Basisinformationen zu den geltenden Bestimmungen im internationalen Handel, sowie eine umfassende Länderaufstellung der aktuellen Präferenzabkommen für EU Ursprungswaren. Teil B bietet umfangreiche Informationen zum Warenverkehr innerhalb der EU mit Mitgliedsstaaten. Teil C behandelt die aktuellen Einfuhrbestimmungen aller Drittländer. Umrechnungstabellen befinden sich im Teil D.

Ich berate Sie gern.

Vera Bentz
Fon 05151 9893-52
bentz@verlagsmail.de

Alle 192 Länder sind thematisiert auf 816 Seiten.

Bestell-Nr.: 15009
Preis: 47,00 Euro
zzgl. MwSt und Versandkosten

Formularverlag CW Niemeyer GmbH & Co. KG
Stüvestraße 41 · 31785 Hameln · Fon 05151 9893-0 · Fax 05151 9893-93
auftrag@formularverlag.de · www.formularverlag.de

FORMULAR VERLAG

Korrekte Anwendung von Präferenzen

Grundlagen, Aufwand, Nutzen

Text: Corinna Tamminga

Präferenzabkommen zwischen der Europäischen Union und einer ganzen Reihe von Drittländern und Handelszonen sorgen für erhebliche Zollvergünstigungen. Exportierende Unternehmen können ihren Kunden im Empfangsland sehr günstige Einfuhrkonditionen ermöglichen - haben aber auch einen hohen Aufwand. Denn um in den Genuss dieser Vergünstigungen zu kommen, muss der Warenursprung für jeden gelieferten Artikel nachgewiesen werden – egal ob selbst gefertigt oder eingekauft. Angesichts von Umfang und Anzahl der Abkommen und der Tatsache, dass für möglichst viele Artikel gültige Lieferantenerklärungen benötigt werden, ist das keine einfache Aufgabe. Der Aufwand kann jedoch gerechtfertigt sein, da die Zollsätze im Ausland ohne Präferenz häufig im zweistelligen Bereich liegen können.

Eine der Voraussetzungen für die Vergünstigung ist, dass die Waren bestimmte Ursprungsregeln (Be- und Verarbeitungsregeln) erfüllen, die in den Präferenzabkommen festgelegt sind. Die Ermittlung und Dokumentation des präferenziellen Ursprungs ist eine freiwillige Leistung des Exporteurs / Lieferanten gegenüber dem Importeur / Empfänger und keine gesetzliche Voraussetzung für die Einfuhr von Waren. Somit existiert auch keine gesetzliche Grundlage, nach der Lieferanten von Vorprodukten und Handelswaren zur Ausstellung von Lieferantenerklärungen gezwungen werden können. Somit sind hier insbesondere Geschäftsleitung, Vertrieb und Einkauf gefragt. Sie müssen mit dem jeweiligen Lieferanten entsprechende Vereinbarungen zur Ausstellung von Lieferantenerklärungen treffen.

Präferenzkalkulation und Be- und Verarbeitungsregeln

Immer dann, wenn es sich nicht um Handelsware handelt, bei der im Wesentlichen die Verwaltung der ein- und ausgehenden Lieferantenerklärungen notwendig ist, ist eine Präferenzkalkulation durchzuführen. Insbesondere bei der Wertklausel ist ein Kalkulationsschema zur erstellen. Hierfür können natürlich die üblichen Office-Programme genutzt werden. Bei regelmäßig notwendigen Kalkulationen und/oder einer großen Stückliste oder Rezeptur mit wechselnden Preisen macht der Einsatz einer speziellen Präferenzsoftware allerdings mehr Sinn, um ressourcenschonend und insbesondere rechtskonform arbeiten zu können.

Zu berücksichtigen ist hierbei insbesondere, dass die jeweilige Be- und Verarbeitungsregel nach dem Empfangsland differenziert betrachtet werden muss. D. h. in der Praxis: wenn Waren präferenzbegünstigt nach Ägypten und Südkorea geliefert werden sollen, ist die

Präferenzberechtigung für jedes Abkommen einzeln zu prüfen, eine Übertragung ist nicht möglich.

Ergebnis einer Präferenzkalkulation kann natürlich auch sein, dass der präferenzielle Ursprung nicht erreicht wird und somit der vergünstigte Zollsatz vom Kunden beim Import nicht genutzt werden kann. An dieser Stelle ist dann zu klären, ob z. B. der Einkauf eines bestimmten Vorproduktes in ein EU-Land verlagert werden kann.

Neben der differenzierten Betrachtung nach Empfangsland der Ware ist auch zu berücksichtigen, dass je Statistischer Warennummer (4-Steller) unterschiedliche Regeln zu beachten sind.

Beispiel Positionswechsel
Herstellen aus Vormaterialien jeder Position, ausgenommen aus Vormaterialien derselben Position wie die hergestellte Ware. Verglichen werden die ersten vier Stellen der Statistischen Warennummer der eingesetzten Vormaterialien ohne europäischen Ursprung mit der Position (Warennummer) des hergestellten Erzeugnisses. Der Positionswechsel liegt vor, wenn sich die Positionen in mindestens einer Zahl unterscheiden. Vormaterialien, die bereits den präferenziellen Ursprung haben (z. B. Lieferantenerklärung liegt vor), benötigen keinen Positionswechsel.

Beispiel Wertklausel
Herstellen aus Vormaterialien, bei dem der Wert aller verwendeten Vormaterialien 40 Prozent des Ab-Werk-Preises der Ware nicht überschreitet.
Hier wird dem Nettoverkaufspreis (Ab-Werk-Preis) der Wert aller eingesetzten Vormaterialien gegenübergestellt, die selbst keinen präferenziellen Ursprung haben. Der Wert der Vormaterialien, für die eine gültige Lieferantenerklärung vorliegt, gehört somit nicht dazu. Zu berücksichtigen ist, dass der präferenzielle Ursprung sowohl von veränderten Einkaufspreisen für Vormaterialien als auch durch einen geänderten Verkaufspreis stark beeinflusst wird und jeweils eine neue Kalkulation erforderlich machen kann.

Weitere Klauseln sind u. a. die Kombination aus Positionswechsel und Wertklausel, der doppelte Positionswechsel oder die Beschreibung bestimmter Herstellungsvorgänge.

Alternativregel
Wenn sowohl in Spalte drei als auch in Spalte vier des jeweiligen Abkommens für Ihr Produkt eine Be- und Verarbeitungsregel aufgeführt ist, kann gewählt werden, welche Regel angewendet wird. Wenn z.B. die Regel ist Spalte drei nicht zum präferenziellen Ursprung führt, kann geprüft werden, ob dies mit der Regel in Spalte vier möglich ist.

Präferenzdokumente
Lieferantenerklärungen mit Präferenzursprung werden innerhalb der Europäischen Union von Unternehmen an Unternehmen ausgestellt. Diese Dokumente sagen aus, ob eine Ware präferenzberechtigt ist. Lieferantenerklärungen dienen Handelsunternehmen als Basis für die Ausstellung einer EUR.1/EUR.MED. Produktionsunternehmen benötigen sie in der Regel für ihre eigene Präferenzkalkulation, um im Anschluss ihrem Kunden innerhalb der EU eine Lieferantenerklärung ausstellen zu können oder aber um bei Zollamt eine EUR.1/EUR.MED für den Export in ein Präferenzland beantragen zu können.

Unterschieden wird zwischen einer Einzel- und einer Langzeit-Lieferantenerklärung. Die Einzel-Lieferantenerklärung wird für die einmalige Lieferung ausgestellt. Eine Langzeit-Lieferantenerklärung kann für Waren ausgestellt werden, deren Ursprung sich voraussichtlich längerfristig nicht ändern wird. Diese kann für einen Zeitraum von bis zu zwei Jahren ausgestellt werden. ►

Corinna Tamminga
Beraterin Zoll und Außenhandel

dbh Logistics IT AG
Martinistraße 47-49
28195 Bremen

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

Hier entsteht auch für den Einkauf eines Unternehmens ein entsprechend großer organisatorischer Aufwand. Neben der Herausforderung, dass die Erklärung jeweils zeitgerecht angefordert werden muss, ist auch der Zeitumfang für die Prüfung der Lieferantenerklärungen nicht zu unterschätzen, da ein Großteil fehlerhaft oder unvollständig übermittelt werden könnte.

Die Warenverkehrsbescheinigung EUR.1 ist der Präferenznachweis, der dem örtlichen Zollamt im Rahmen der Versandabfertigung ausgefüllt vorgelegt und von diesem geprüft und bestätigt wird. Auf Verlangen der Zollstelle sind entsprechende Nachweispapiere, also entweder die Präferenzkalkulation oder Lieferantenerklärungen einzureichen. Bei eigener Herstellung muss auf der Rückseite der EUR.1 die geltende Ursprungsregel angegeben werden und deren Einhaltung muss mit einer Erläuterung der Präferenzkalkulation nachgewiesen werden. Im Anschluss ist die EUR.1 der Zollstelle des Einfuhrstaates vorzulegen, um die Zollvergünstigung/Zollfreiheit zu erhalten.

Wenn der Ursprung im Rahmen der Pan-Euro-Med-Freihandelszone erworben wurde (Kumulation), dann ist als Nachweis die EUR-MED zu verwenden.

Bis zu einem Warenwert von 6.000 Euro kann die Ursprungserklärung auf Rechnung genutzt werden. Wird diese Wertgrenze überschritten ist eine EUR.1 auszufüllen oder die Bewilligung als Ermächtigter Ausführer notwendig.

Exporteure, die innerhalb der Freihandelsabkommen mit Japan oder Kanada Präferenzen nutzen möchten, müssen ab einem Warenwert von über 6.000 Euro „REX“ (Registered Exporter = Registrierter Ausführer) sein.

Zu entscheiden ist, ob Lieferantenerklärungen und Warenverkehrsbescheinigung generell oder nur bei Anforderungen durch Ihren Kunden ausgestellt werden sollen. Abhängig von der Wettbewerbssituation gibt es Unternehmen, die ihren Kunden diese Dienstleistung in Rechnung stellen.

Konsequenzen einer Falschausstellung?

Eine nicht zutreffende Ursprungsangabe in einer Lieferantenerklärung kann dazu führen, dass ein ausgestellter Präferenznachweis zurückgenommen wird und die Waren im Einfuhrland nachträglich verzollt werden müssen. Eine Mitwirkungshandlung an einer vom Einführer, d.h. vom Käufer, begangenen Steuerhinterziehung, leichtfertigen Steuerverkürzung oder Steuergefährdung kann dazu führen, dass im Einfuhrland die Präferenz nachträglich verweigert und der Einführer zur Zollnachzahlung veranlagt wird.

Die deutsche Abgabenordnung sieht deshalb vor, dass Zuwiderhandlungen im Zusammenhang mit Präferenznachweisen als Ordnungswidrigkeit oder als Straftat geahndet werden können. Eine leichtfertige Steuerverkürzung wird als Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße geahndet, die sowohl gegen denjenigen festgesetzt werden kann, der den Präferenznachweis unterschrieben hat, als auch gegen dessen Vorgesetzten. Schwere Fälle werden als Straftat durch Gerichtsurteil mit Geldstrafen oder Freiheitsstrafen bis zu fünf Jahren geahndet.

Außerdem kann die Erklärung, wonach die gelieferten Waren einen bestimmten präferenzrechtlichen Ursprung haben, als "zugesicherte Eigenschaft" gewertet werden. Ist die Ursprungsangabe falsch und erleidet der Käufer hierdurch einen Schaden, so ist der Exporteur gegebenenfalls ersatzpflichtig. Muss der Käufer in dem Einfuhrland den für Drittlandswaren geltenden vollen Zollsatz zahlen, kann er den Exporteur unter Umständen hierfür in Regress nehmen. Hinzu kommen mögliche Bußgelder sowie Zinszahlungen. Der wirtschaftliche Schaden erhöht sich häufig dadurch, dass die Beziehung zum Kunden gestört ist bzw. kein Geschäftsverhältnis mehr besteht.

Fachwissen vorhanden?

Daraus ergibt sich, dass entsprechendes Fachwissen bei den zuständigen Mitarbeitern vorhanden sein muss. Auch regelmäßige Weiterbildungen sind unerlässlich. Genauso ist es notwendig, immer den Überblick über die regelmäßigen Änderungen in diesem Rechtsbereich zu behalten.

Artikel/Empfangsland = Zollvergünstigung?

Die Market Access Database der Europäischen Union gibt Auskunft über die Zollsätze im jeweiligen Empfangsland. Auf einen Blick ist zu erkennen, ob für das jeweilige Produkt überhaupt ein Präferenzzollsatz gewährt wird und wie hoch/gering die Differenz zum Regelzollsatz ist. An dieser Stelle besteht also die Möglichkeit genau festzulegen, für welche Artikel/Empfangsländer Präferenzdokumente ausgestellt werden sollen und bei welchen Geschäften die Ausstellung nicht notwendig oder der Aufwand nicht gerechtfertigt ist.

Zum Beispiel beträgt der Regelzollsatz für den Import von Wasser in Serbien 30 Prozent. Der Präferenzzollsatz liegt bei 0 Prozent. Somit ergibt sich beim Import bei einem Rechnungspreis von 10.000 Euro mit Präferenzpapier eine Zollersparnis von 3.000 Euro.

Bei einer geringen Differenz zwischen Regel- und Präferenzzollsatz ist ggf. abzuwägen, ob die Gewährung eines Rabattes gegenüber dem Kunden günstiger ist als die die Ausstellung eines Präferenznachweises und dem damit verbundenen Aufwand.

Bei der Anforderung einer EUR.1/EUR.MED durch einen Dienstleister sollte vor der Ausstellung immer geprüft werden, ob überhaupt eine Ausstellung notwendig ist.

Identität von Vorprodukten

In der Praxis häufig aufwendig ist die physisch getrennte Lagerung von Vormaterialien mit und ohne Ursprungseigenschaft.

Damit soll sichergestellt werden, dass jederzeit klar erkennbar ist, aus welchen Vormaterialien ein Erzeugnis hergestellt worden ist. Eine mögliche Vereinfachung bietet hier die Bewilligung „buchmäßige Trennung“.

Verfahrenserleichterung – Ermächtigter Ausführer

Mit der Bewilligung als „Ermächtigter Ausführer“ dürfen Unternehmen generell eine Ursprungserklärung auf der Rechnung abgeben, die eigentlich notwendige EUR.1 oder EUR-MED entfällt. Hinzu kommt, dass die Ausstellung natürlich unabhängig von den Öffnungszeiten des Zollamtes möglich ist, insbesondere dann, wenn außerdem der „Zugelassene Ausführer“ oder das Vereinfachte Anmeldeverfahren bewilligt wurde.

Unternehmen, die das Präferenzabkommen mit Südkorea nutzen möchten, müssen zwingend den Ermächtigten Ausführer beantragen, da im Abkommen mit Südkorea die EUR.1 nicht vorgesehen ist.

Grundlage für die Beantragung dieser Bewilligung ist die Erstellung einer Arbeits- und Organisationsanweisung. Hiermit soll die innerbetriebliche Organisation dokumentiert werden, die Ursprungseigenschaft der Waren muss zweifelsfrei nachgeprüft und überwacht werden können.

Fazit

Die Nutzung von Präferenzabkommen wird für Unternehmen immer interessanter bzw. ist durch den steigenden Wettbewerbsdruck nicht zu umgehen, insbesondere da zukünftig weitere Freihandelsabkommen hinzukommen werden. Zu unterschätzen ist aber nicht der Kosten- und Zeitaufwand, um dieses Thema zu bewältigen. Daher sollte im Unternehmen eine strategische Prüfung zur Relevanz dieses Themas vorgenommen werden. Ist die Anwendung von Präferenzen gewünscht/erforderlich, sind die Abläufe entsprechend zu organisieren, um insbesondere rechtliche Fehler zu vermeiden. Die Anschaffung einer Software zur Verwaltung von Lieferantenerklärungen und zur sicheren Präferenzkalkulation kann hierbei optimale Unterstützung bieten. ◂

Autor:
Corinna Tamminga ist Beraterin für Zoll und Außenwirtschaft bei der dbh Logistics IT AG. Sie berät seit mehr als 18 Jahren Unternehmen u. a. zu Fragen des Präferenzrechts und zur Exportkontrolle.

KOHLE MACHEN STATT GELD VERBRENNEN.
KREDITMANAGEMENT VON COFACE.

coface
FOR TRADE

HANNOVER MESSE 2020

Treiber der industriellen Transformation

Text: Brigitte Mahnken

Die Transformation der Industrie erlebbar machen - mit diesem Versprechen tritt die HANNOVER MESSE 2020 vom 20. bis zum 24. April an. Die wichtigsten Themen der Weltleitmesse sind der Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Industrie, Energie und Logistik, die Potenziale der neuen Mobilfunkgeneration 5G in der industriellen Anwendung, Leichtbau sowie die Zukunft der Arbeit in Zeiten der zunehmenden Digitalisierung.

International ist die HANNOVER MESSE die wichtigste Plattform für alle Technologien rund um die industrielle Transformation. Nur in Hannover wird das Zusammenspiel von Industrie 4.0, Künstlicher Intelligenz, 5G und Energielösungen umfassend gezeigt. Im kommenden Jahr präsentieren erneut deutlich mehr als 6 000 Unternehmen aus aller Welt, welchen Beitrag sie zum digitalen Wandel der Industrie leisten können.

In 2020 wird die Deutsche Messe AG darüber hinaus als erste und bislang einzige Messegesellschaft der Welt, ihr Gelände mit einer flächendeckenden 5G-Infrastruktur ausstatten. Damit wird das 100 Hektar große Ausstellungsgelände sukzessive zu einem hoch innovativen Multifunktions-Campus weiterentwickelt, der an 365 Tagen als Testfeld für 5G-Echtzeit-Use-Cases zur Verfügung steht. Eine neue 5G-Messe geht im Herbst 2020 an den Start: die 5G CMM Expo.

Das Projekt „Smart Venue“ – also smarter Tagungsort – der Deutschen Messe geht noch sehr viel weiter. Ziel der hannoverschen Messegesellschaft ist es, sämtliche Hallen sowie das Freigelände bis Sommer 2020 mit dem neuen Mobilfunkstandard 5G auszurüsten. Durch die permanente Verfügbarkeit von 5G lassen sich dann künftig zahlreiche innovative Anwendungen aus Industrie, Mobilität, Logistik, Smart City oder Gesundheit testen und demonstrieren, die ohne 5G nicht machbar wären.

Indonesien ist Partnerland der HANNOVER MESSE 2020

Das Partnerland der HANNOVER MESSE 2020 ist Indonesien. Der Inselstaat in Südostasien gehört zu den 20 größten Volkswirtschaften weltweit. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag 2017 bei 1 Billion US-Dollar (US$). Indonesien hat wirtschaftlich und politisch eine große Stabilität entwickelt und verzeichnet alljährlich ein Wirtschaftswachstum von fünf Prozent. Allerdings ist die Produktivität der indonesischen Industrie zwischen 2005 und 2016 um 46 Prozent hinter der Produktivität Chinas und um etwa 20 Prozent hinter der Indiens zurückgefallen. Hier besteht somit Handlungsbedarf. Im April 2018 hat das indonesische Industrieministerium daher den Masterplan Making Indonesia 4.0 vorgestellt und fünf Branchen

Brigitte Mahnken
Pressesprecherin
HANNOVER MESSE bei der
Deutschen Messe AG

Deutsche Messe
Messegelände
30521 Hannover
T 0511 890
F 0511 8932626
info@messe.de
www.messe.de

Deutsche Messe

Die HANNOVER MESSE erwartet mehr als 200.000 Besucher aus aller Welt (© Deutsche Messe AG)

identifiziert, die sich für die Implementierung von Industrie 4.0 besonders eignen: Nahrungsmittelverarbeitung, Textilindustrie, Automobilproduktion, Elektroniksektor und chemische Industrie. Auf sie entfallen mehr als die Hälfte der Wertschöpfung der verarbeitenden Industrie. Knapp 30 Prozent macht allein die Nahrungsmittelverarbeitung aus.

Der Masterplan verspricht 20 bis 30 Millionen neue Arbeitsplätze bis 2030. Um diese Zahlen zu erreichen, muss Indonesien noch einige Anstrengungen unternehmen, da die im Konkurrenzumfeld agierenden Länder ebenfalls die Themen Automatisierung und Industrie 4.0 vorantreiben. Der Auftritt als Partnerland der HANNOVER MESSE wird maßgeblich dazu beitragen, der heimischen Industrie Auftrieb zu geben, da Indonesien in Hannover für internationale Investitionen werben und sich als wichtiger Produktionsstandort in Asien präsentieren wird.

Gute Voraussetzungen für die Digitalisierung der Wirtschaft bietet die ausgesprochene Digitalaffinität der Indonesier. Mehr als die Hälfte der Einwohner - das sind 130 Millionen Menschen - nutzen das Internet und sind in sozialen Medien aktiv. ◂

Exportfinanzierung ist einfach

mit den richtigen (digitalen) Lösungen

Text: Andrea Kühn

Was auch immer sich auf der weltpolitischen Bühne so tut, Deutschland ist eine führende Exportnation und soll es auch bleiben! Die Rahmenbedingungen dafür sind einerseits anspruchsvoller geworden – wer kennt sie nicht, die Themen DSGVO, Handelsbarrieren, Compliance und Sanktionen? Andererseits sind Kreditinstitute und der Staat bereit, Exporte mit Absicherungen und Finanzierungen zu fördern. Und auch bei der Digitalisierung in der Exportfinanzierung gibt es Fortschritte.

Trotz der guten Liquiditätsausstattung bei den Unternehmen kommt man im Exportgeschäft nicht daran vorbei, sich mit Finanzierungen auseinander zu setzen. Häufig erwartet der Käufer im Ausland, dass eine möglichst langfristige Finanzierung mit angeboten wird. Oder der Mitbewerber aus China hat ein attraktives Finanzierungspaket geschnürt. Hintergründe für den Bedarf sind oft fehlende Kreditvergabe durch lokale Banken oder die günstigen Finanzierungszinsen in Deutschland gegenüber dem ausländischen Zinsniveau.

Lösungen für Exporteure

Das Angebot an Finanzierungslösungen hängt wesentlich von Laufzeit bzw. Zahlungsziel, Betrag, Land und der Bonität von Käufer und dessen Hausbank ab.

Im Kurzfristbereich, d.h. bis ca. 1 Jahr Laufzeit, bieten sich Akkreditive an, die forfaitiert werden können. Bei sehr guten Bonitäten sind auch längere Laufzeiten möglich. Bei längeren Zahlungszielen oder schlechteren Bonitäten können weitere Sicherheiten erforderlich sein wie zum Beispiel Bardeckungen („cash cover“) oder auch Akkreditivbestätigungsrisikodeckungen (kurz: ABR) durch die staatliche Euler Hermes. Daneben gibt es noch Trade Finance Programme von multilateralen Entwicklungsbanken, die die Zahlungen aus den Akkreditiven garantieren. Das sind beispielsweise die European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) und die International Finance Corporation (IFC).

Auch private Kreditversicherungen oder die staatliche Euler Hermes können eine gute Lösung sein. Sowohl Einzelforderungen (als Lieferantenkreditdeckungen) als auch revolvierende Forderungen an verschiedenen Abnehmer im Ausland (als Sammeldeckungen) sind möglich. Die Zahlungsziele reichen bis maximal 360 Tage bei revolvierenden Forderungen bis hin zu mehrjährigen Fälligkeiten bei Einzelforderungen. Die Stadtsparkasse Düsseldorf sowie einige andere Banken bieten die Refinanzierung versicherungsgedeckter Forderungen an. Besonders attraktiv wird es für den Exporteur, wenn die Forderung seitens des Kreditinstituts regresslos angekauft wird, weil es dann im Rahmen eines „true sale“ zu einer Bilanzentlastung kommt. Im Vertrag werden die üblichen Modalitäten wie z.B. Finanzierungskosten, Selbstbehalt, Rechte und Pflichten der Parteien geregelt. Die Exporteure müssen die Zinsen und ggf. auch den von der Kreditversicherung vorgeschriebenen Selbstbehalt (kann auch von der Bank mitfinanziert werden) selber tragen.

Stadtsparkasse Düsseldorf

Eine weitere grundsätzliche Finanzierungsalternative ist der staatlich gedeckte Bestellerkredit, welcher allerdings erst für Kreditlaufzeiten ab 2 Jahren und eher großvolumige Auftragswerte eingesetzt wird. Gemäß OECD-Konsensus können ab 2 Jahren Laufzeit auch Exportforderungen gegenüber Abnehmern in der EU oder OECD-Staaten abgesichert werden. Dabei gewährt die Bank des Exporteurs einen Kredit an den ausländischen Käufer oder dessen Hausbank, wobei nach Erfüllung der Auszahlungsvoraussetzungen direkt an den Exporteur zur Erfüllung der Zahlungsverpflichtungen aus dem Liefervertrag ausgezahlt wird. Für den Exporteur handelt es sich also gewissermaßen um ein Bargeschäft. Abgesichert wird der Bestellerkredit durch eine staatliche Hermesdeckung. Aufgrund des Darlehensvertrags, der Hermesdeckung und sonstigen Formalitäten ist diese Finanzierungsform deutlich aufwändiger als die oben beschriebenen, aber mit dem richtigen Bankpartner an der Seite auch für kleine und mittelständische Unternehmen kein Hexenwerk. Manche Banken sind zudem Rahmenverträge mit ausländischen Banken oder den Abnehmern direkt eingegangen, sodass dann auch für „kleinere“ Auftragswerte ab 1 Mio. € der schnelle Abschluss eines Bestellerkredites mit einer längeren Rückzahlungsfrist möglich ist.

Digitalisierung in der Exportfinanzierung

Anträge auf Hermesdeckungen sind inzwischen auch digital möglich. Mit „click&cover“ ist eine digitale Produktlinie für standardisierte Lieferantenkreditdeckungen hinzugekommen. Für einfach strukturierte Grundgeschäfte mit Auftragswerten bis 5 Mio. Euro bzw. Gegenwert in gängiger Fremdwährung, Laufzeiten bis zu 5 Jahren und Bestellern mit guter oder mittlerer Bonität in vielen Ländern ist click&cover bestens geeignet, um den Antragsprozess deutlich zu beschleunigen. Als zusätzlichen Mehrwert bietet das digitale Antragsverfahren Exporteuren Planungssicherheit, denn die voraussichtlich zu zahlende Prämie wird als konkreter Betrag ausgewiesen. Der Exporteur kann so besser kalkulieren und stärkt damit seine Position bei den Vertragsverhandlungen.

Ein Meilenstein in der Digitalisierung von Handelsgeschäften ist Marco Polo, das am schnellsten wachsende Trade Finance-Netzwerk auf Basis der Blockchain-Plattform Corda von R3. Mithilfe der Plattform wird eine Absicherung in Form eines bankseitigen Zahlungsversprechens durch den digitalen Austausch von Handelsdaten ermöglicht, das zusätzlich im Auftrag des Exporteurs von seiner Bank finanziert werden kann. Nach dem erfolgreichen Start von Marco Polo steht im nächsten Schritt die vollständige Abbildung der Transaktionen über das Marco-Polo-Netzwerk mit direkter Anbindung an die Steuerungssysteme der Kunden („ERP-Integration“) im Fokus, um Kunden einen nahtlosen Prozess anzubieten. Für die Zukunft ist geplant, das Netzwerk um weitere Banken und Teilnehmer aus der Transport- und Versicherungsbranche zu erweitern, um die gesamte Wertschöpfungskette im Außenhandelsgeschäft digital abbilden zu können. Seitens der Sparkassen-Finanzgruppe sind die LBBW, die BayernLB , die Helaba und die Dienstleistungsgesellschaft S-Servicepartner Teilnehmer.

FAZIT

Alle Instrumente haben den gewünschten Effekt, dass das Risiko der Nichtzahlung auf einen Dritten abgewälzt wird. Die Finanzierung schont nicht nur die Liquidität der Exporteure, sondern führt auch zu Absatzsteigerung, Erweiterung des Kundenkreises und damit wachsendem Umsatz. Es hängt immer vom individuellen Einzelgeschäft ab, welches Instrument das geeignete und mit welchem Aufwand und Kosten verbunden ist. Die digitalen Zugangswege tragen zu mehr Transparenz und Schnelligkeit von Antragstellung bis hin zur Finanzierung bei.

Die Stadtsparkasse Düsseldorf steht für alle dargestellten Lösungen gern zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihren Anruf! ◂

Andrea Kühn
Leiterin Internationales Geschäft

Stadtsparkasse Düsseldorf
Berliner Allee 33
40212 Düsseldorf

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

Handel im Wandel

Text: André Schwarz

Der Handel befindet sich durch die Digitalisierung in einem tiefgreifenden Veränderungsprozess. Handelsunternehmen müssen sich in einem rasch ändernden Marktumfeld, einem starken Wettbewerb und gegenüber wachsenden Kundenerwartungen behaupten. Dies fördert Innovationen, lässt neue Dienstleistungen und Geschäftsmodelle entstehen. Der Handel übernimmt dadurch immer mehr die Rolle als Wachstumsmotor und Innovationstreiber. Der größte Teil des Handels findet dabei „unbemerkt" vom Endverbraucher auf der Ebene des B2B-Handels statt – im Großhandel.

André Schwarz
stellv. Hauptgeschäftsführer

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

T +49 30 59 00 99 521
F +49 30 59 00 99 529
M +49 171 73 88 124
andre.schwarz@bga.de
www.bga.de

Der Groß- und Außenhandel ist das Dienstleistungszentrum und die Logistikabteilung der deutschen Wirtschaft. Er versorgt Industrie, Handwerk, Einzelhandel und Gastronomie mit Gütern aller Art. Die wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Bedeutung des Groß- und Außenhandels ist kaum zu überschätzen: Mit seinen rund 160.000 Unternehmen beschäftigt der Großhandel rund 1,9 Millionen Menschen, darunter 60.000 Auszubildende, und setzt Waren im Wert von über 1.200 Milliarden Euro um. Das macht ihn zum drittgrößten Arbeitgeber in Deutschland und entspricht fast zwei Dritteln des Gesamt-Handelsumsatzes.

Die Digitalisierung stellt den mittelständisch geprägten Großhandel vor besondere Herausforderungen. Während digitale Techniken viele Branchen, wie etwa den Einzelhandel, bereits auf den Kopf gestellt haben, ist der traditionell stationäre B2B-Handel davon noch nicht im selben Maße erfasst. Dabei ist er ebenso von den Veränderungen des Kundenverhaltens und des Wettbewerbsumfeldes betroffen. Aber auch bei der datengetriebenen Automatisierung von Geschäftsprozessen (E-Business) und der Vernetzung über Wirtschaftsstufen hinweg spielt der Großhandel eine entscheidende Rolle. Dies bietet neue Wachstumschancen.

Ordnungsrahmen

Inzwischen hat die große Mehrheit der Akteure erkannt, wie allumfassend sich die Digitalisierung und neue Technologien auch auf ihre Geschäfte auswirken werden. Es trifft Konzerne wie auch Mittelständler, Generalisten wie Spezialisten. Für die erfolgreiche Transformation benötigen sie eine erstklassige digitale Infrastruktur – vom Breitband bis zur Rechtsordnung. Die Unternehmen brauchen für diese Veränderungsprozesse verlässliche und sichere Rahmen- sowie faire Wettbewerbsbedingungen auf nationaler und europäischer Ebene.

Sinnes- und Strategiewandel

Fest steht: Die digitale Technik eröffnet dem Großhandel neue Vertriebswege – und Zugänge zu neuen Kundengruppen. Zielgruppen und Vertriebskanäle werden immer komplexer, und

auch die Zahlungsströme verändern sich durch neue Geschäftsmodelle. Zusätzlich dringen originär digitale Wettbewerber wie Amazon, Ebay und Alibaba in einzelne Segmente des Großhandels vor und treten mit ihm in direkte Konkurrenz. Diese neuen Wettbewerber durchbrechen die traditionellen Bande zwischen Produzenten, Großhändlern, Handwerkern, Einzel- und Fachhändlern sowie Verbrauchern und stellen die klassische Aufgabenverteilung im zwei- oder dreistufigen Vertrieb infrage. Die digitalen „Pureplayer" bringen häufig umfangreiche Erfahrungen im digitalen B2C-Geschäft mit, haben dadurch einen digitalen Wissens- und Infrastrukturvorsprung und verfügen über hohe Logistikkompetenzen. Auf diese Herausforderungen muss der „klassische" Großhandel zügig reagieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben und sich für die digitale Zukunft fit zu machen. Das Internet bietet auch dem Großhandel enorme Chancen, seine Kunden besser zu bedienen – das größte Risiko liegt darin, diese Potenziale nicht zu nutzen. Diese Erkenntnis gilt es zu verinnerlichen, um den notwendigen grundlegenden Sinnes- und Strategiewandel anzustoßen und ihn dann entlang der gesamten Wertschöpfungskette umzusetzen.

Die konsequente Anwendung der innovativen Technologien in allen Stufen von Beschaffung, Produktion und Distribution stellt besonders mittelständische Unternehmen vor enorme Herausforderungen. Alles muss neu gedacht werden: Front- und Backend ebenso wie Geschäftsmodelle, Fertigungsprozesse und Führungsarbeit.

Kunden in den Fokus

Nach einer von Roland Berger und dem BGA durchgeführten Studie sieht über die Hälfte der Großhändler digitale Plattformen als größte Gefahr für das traditionelle Geschäftsmodell. Bedroht sehen sich die Teilnehmer durch E-Commerce-Plattformen vor allem in den bisher klassischen Kernfunktionen des Großhandels wie Preisgestaltung, Kundenzugang und Logistikkompetenz. Großhändler sollten deshalb den Kunden (noch) stärker in den Fokus ihres Handelns stellen. Die umfassende Analyse von Kundendaten als Basis für die effektive Kombination von On- und Offline-Vertriebskanälen ist dabei von entscheidender Bedeutung.

Viele Großhändler haben bereits mit der Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse begonnen; immerhin fast ein Viertel der Umfrageteilnehmer konnte so seinen Gewinn steigern. Selbst von den nach eigener Einschätzung stark aktiven Großhändlern im Bereich Digitalisierung glaubt jeder fünfte Teilnehmer allerdings, dass seine Bemühungen noch nicht ausreichen, um im digitalen Wettbewerb zu bestehen. Die Digitalisierung wird auch im Großhandel durch das Top-Management vorangetrieben. Vergleichsweise wenig eingebunden ist dagegen bislang der Vertrieb, der den wichtigsten Beitrag bei der digitalen Kundenbindung liefern sollte, denn das Geschäft wird im direkten Kundenkontakt gemacht.

Umdenken

Immerhin konzentrieren sich die meisten Initiativen derzeit auf den Bereich Vertrieb. Rund die Hälfte der Firmen setzt neue Methoden und Technologien zur Kundenbindung ein oder baut sie aus. Auch die Nutzung quantitativer Datenanalysen (Big Data) wird bereits von mehr als jedem Fünften vorangetrieben, steckt aber oftmals noch in den Kinderschuhen. Die Vorteile solcher Analysen sieht v.a. der klassische Außendienst oftmals kritisch. Er beschwört seit jeher den direkten Kundenkontakt, wenn es darum geht, die Kunden wirklich zu verstehen. Hier ist ein Umdenken erforderlich. Denn die systematische Auswertung großer Datenmengen und detailliertes Wissen über Kundenwünsche ermöglichen ein passenderes Produktangebot und einen effizienteren Vertrieb.

Insgesamt lautet die Marschrichtung: mehr Innovationen wagen und in neue Ideen investieren, um die neuen Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern. Denn der digitale Wandel bietet dem Großhandel auch beträchtliche Chancen und weitere Absatzmöglichkeiten. Um den digitalen Wandel erfolgreich zu bewältigen, braucht jedes Unternehmen eine individuelle Strategie. Sie muss letztlich einen fühlbaren Mehrwert für Kunden durch passende Produkt-, Service- und Pricing-Angebote liefern.

Wichtig ist dabei, dass die Mitarbeiter in den Prozess aktiv eingebunden werden und gleichzeitig Verantwortung übernehmen. Fehler müssen erlaubt sein, die in einem solchen Transformationsprozess nicht ausbleiben. In diesem Zusammenhang spielen externe Innovationsnetzwerke eine zunehmend wichtige Rolle, in denen Unternehmen und Mitarbeiter die digitale Welt kennenlernen.

Veränderungen sind aber auch mit Blick auf die Kunden erforderlich: Bestehende und potenzielle sollten anhand ihrer digitalen Anforderungen in neue Kundensegmente eingeteilt werden. Auf dieser Basis entscheidet sich dann, welcher Kunde über welche Kanäle wie angesprochen wird. Wichtig ist, dass die gesamte Produkt- und Servicepalette über On- und Offline-Kanäle angeboten werden kann. Das heißt für die Vertriebsstrukturen im Großhandel, dass sich die klassischen Trennlinien im Vertrieb auflösen müssen, damit die analoge mit der digitalen Welt zusammenwachsen kann. ◂

ARTEM@ARTIS

Kunst und Handwerk in Kommunikation

Text: Verena Winter

Im Bauhaus-Jubiläumsjahr 2019 verknüpft das grenzüberschreitende Kunstprojekt ARTEM@ARTIS deutsche und niederländische Künstlerinnen und Künstler mit Handwerksbetrieben. Ganz im Sinne des Bauhaus-Gründers Walter Gropius: „... wir alle müssen zum Handwerk zurück."

Kunst und Handwerk

Am 18. März 2019 ging das grenzüberschreitende Kunstprojekt ARTEM@ARTIS an den Start. ARTEM und ARTIS bedeuten (aus dem Latein übersetzt): Kunst und Handwerk. Für dieses Kunstprojekt wurden Künstlerinnen und Künstler aus Deutschland und den Niederlanden eingeladen, sich bei ARTEM@ARTIS mit einer Projektidee zu bewerben. Es geht darum, dass sich Handwerk verschiedener Gewerke und Kunst verschiedener Genres verbinden. Dabei stehen das kooperatives Arbeiten, ein spielerischer, experimenteller Umgang und die direkte Kommunikation zwischen deutschen und niederländischen Künstlern/innen und Handwerkern/innen im Mittelpunkt. Dieses Projekt stellt auch die Chance dar - für den Nachwuchs bzw. die jungen Arbeitskräfte von Morgen -, auf Ideen, Kreativität und handwerkliches Können hinzuweisen.

Ziel des Projektes ist eine gemeinsame Ausstellung, die im September und Oktober 2019 die künstlerisch-handwerklichen Ergebnisse im Kunsthaus Bocholt präsentieren wird. Die Eröffnung findet dort am Donnerstag, 19. September 2019 um 19.00 Uhr statt.

Hommage an 100 Jahre Bauhaus

ARTEM@ARTIS ist auch als Hommage an das Bauhaus-Jubiläumsjahr 2019 zu verstehen. Kunst und Handwerk kommen hier im Sinne des Bauhaus-Mottos zusammen: „Handwerk und Kunst stehen sich nahe". Der Bauhaus-Gründer Walter Gropius konstatierte u.a.: „... wir alle müssen zum Handwerk zurück." In Zeiten von Fachkräfte- und Nachwuchsmangel besteht in diesem Projekt für die mitmachenden Betriebe außerdem die Möglichkeit, sich auf hohem Niveau einer breiten Öffentlichkeit auf positive, besondere Art und Weise darzustellen.

Verena Winter
Leiterin der Galerie
und Co-Inhaberin
GrenzBlickAtelier

GrenzBlickAtelier Büro
Terborgseweg 10
7091 DS Dinxperlo
Niederlande

GrenzBlickAtelier
Galerie im ps-raum
Hahnenpatt 2
46399 Bocholt
M + 49 151 22 678 191
info@grenz-blick.eu
www.grenz-blick.eu

GrenzBlickAtelier

Jury wählt Ideen aus

Aus den vielen interessanten und spannenden Projektideen, die eingesendet und einer fünfköpfigen Jury vorgelegt wurden, erhielten 26 Künstler/innen eine Zusage. Ein Teil der Künstlerinnen und Künstler standen bereits in Kontakt mit Handwerksbetrieben. Für die anderen Teilnehmer/innen wurden passende Handwerksbetriebe mit Hilfe der Kreishandwerkerschaft Borken gesucht. Thomas Venhorst von der Kreishandwerkerschaft Borken stand bei der Findung und Verknüpfung zwischen den Kunstschaffenden und den Betrieben/ Firmen – insbesondere in der Regio Achterhoek und dem Kreis Borken - der Kuratorin hilfreich zur Seite.

Am 27. Juni fanden sich viele der am Kunstprojekt Artem@Artis teilnehmenden deutschen und niederländischen Künstlerinnen und Künstler sowie Handwerkerinnen und Handwerker zu einem geselligen, grenzüberschreitenden Zusammenkommen ein. Das Treffen, bei dem fast 50 Gäste anwesend waren, fand in der an der deutsch-niederländischen Grenze gelegenen Galerie GrenzBlickAtelier in den sonnigen Abendstunden statt. Jule Wanders von der Stadt Bocholt wies in ihrer Rede auf die Bedeutung dieses Kunstprojekt hin, das nicht nur zwei Länder, sondern auch Künstler und Handwerker aufs Engste verbindet. (Foto: Joop van Reeken)

Kreative Herausforderung

ARTEM@ARTIS ist als interaktives Projekt eine große Herausforderung für die beteiligten Kunstschaffenden und Handwerker – das hat sich in den ersten Wochen nach Beginn des Projekts gezeigt: Nicht jede Projektidee konnte 1:1 zu verwirklicht werden. In einigen Fällen mussten die Entwürfe angepasst werden. Kreativität und Flexibilität waren gefragt!

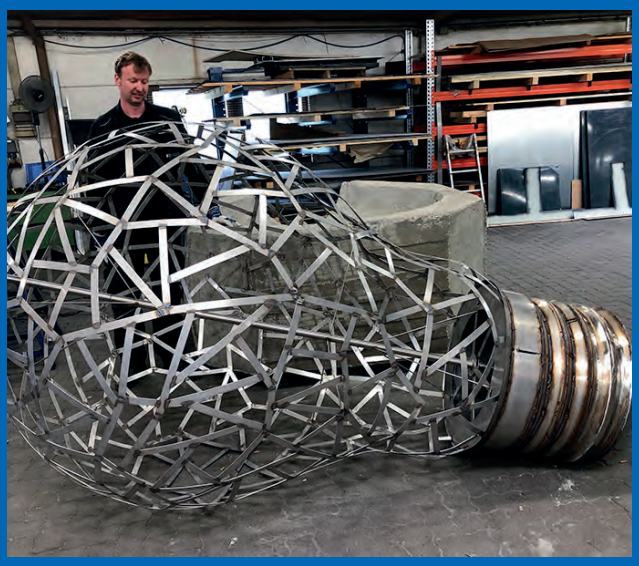
So musste der niederländische Künstler Teeyoo (Theo Janssen), der mit dem LWL Industriemuseum TextilWerk Bocholt zusammenarbeitet, sich auf die Möglichkeiten der Webmaschinen einstellen und seine Tücher-Entwürfe dementsprechend ändern - mit bestem Ergebnis.

Das Objekt „Rode Kubus & Ecologie“ der niederländische Künstlerin Kristie Legters, die mit dem deutschen Tischlermeisterbetrieb Theo Bollwerk verknüpft ist, veränderte sich von einem Außenobjekt zu einer magischen Skulptur für den Innenraum.

Das von der Kölner Künstlerin Lydia Oermann geplante Kunstobjekt entwickelte sich schon während des Erstgesprächs mit Geschäftsführer Ralf Brömmling von der Broemmling Stahl- und Metallbau GmbH und dessen Metallarbeiter Guido te Laar zur Skulptur einer lebensgroßen Glühbirne: kreativer kann man kaum zusammenarbeiten. Als sich die Herstellungs- und Zeiteinsatzkosten viel höher erwiesen als ursprünglich eingeplant, übernahm die Firma trotzdem die hohen Gesamtkosten. Das Kunstwerk wird vor dem Kunsthaus ausgestellt werden und hoffentlich viele Besucher in die Ausstellungsräume locken.

Als kommunikatives Kunstprojekt ist ARTEM@ARTIS ein Ansporn zum Austausch von Erfahrungen und Wissen auf beiden Seiten: Auf der künstlerischen Seite und auf der Handwerklichen. ▸

Eröffnung: Donnerstag, 19. September 2019
Um: 19.00 Uhr
Ort: Kunsthaus Bocholt
Osterstraße 69
46397 Bocholt
www.artemartis.de
www.euregio-kunsthaus-bocholt.de



Brömmling-Mitarbeiter Guido te Laar mit dem Kunstwerk von Lydia Oermann (Foto: Ralf Brömmling)

Lydia Oermann & Broemmling Stahl- und Metallbau GmbH

Die Kölner Künstlerin Lydia Oermann hat sich mit der Bocholter Firma Broemmling Stahl- und Metallbau verbunden, die für zahlreiche Bauprojekte in NRW tätig war uns ist – u.a. in Düsseldorf die Rheinbahn und der Kö-Bogen, KKB Hochschule Rhein-Waal in Kleve, FGS Campus in Bonn.

Schon das Erstgespräch zwischen der Künstlerin, dem Geschäftsführer Ralf Brömmling und dem Metallbauer Guido te Laar war von Begeisterung und Kreativität geprägt. Im Vorfeld hatte Thomas Venhorst von der Kreishandwerkerschaft Borken den Kontakt hergestellt. Guido te Laar wurde ausgewählt, mit Lydia Oermann zusammen das Kunstprojekt zu realisieren. Die Firma Broemmling hat als Projekt-Sponsor alle Materialkosten und Arbeitsstunden übernommen. Die Struktur des Objekts, in der Form einer Glühbirne, wurde in aufwendiger Weise und mit viel Zeiteinsatz aus Metall gebaut.

www.lydia-oermann.de
www.broemmling-metallbau.de

Christa Maria Kirch und Berthold Doods beim Webvorgang des textilen Kunstwerks (Foto: Verena Winter)

Christa Maria Kirch & rabTex GbR & Strickerei Overkämping OV48

Christa Maria Kirch, eine deutsche Künstlerin mit Sitz in Rhede, hat gleich zwei Unternehmen in Südlohn gefunden, die bei der Verwirklichung ihres Projekts mitmachen. Berthold Doods, Geschäftsführer der rabTex Deckenmanufaktur, und André Overkämping, Geschäftsführer der Strickerei Overkämping, unterstützen mit Materialien, Arbeitsstunden und ihrem Know-how die Künstlerin.

C.M. Kirch hat geometrische Basisformen wie Kreis, Quadrat und Dreieck für ihre textilen Exponate entworfen. Die Firma rabTex, die sich auf individualisierte, einzeln und ökologisch angefertigte Decken spezialisiert hat - wozu auch durch das patentierte rabTex-Webverfahren hergestellte Foto-Decken zählen -, hat den Entwurf der Künstlerin als zweifarbigen Wandbehang gewoben, der die Vorlage für eine Decken-Produktion in limitierter Auflage und eine Hommage an 100 Jahre Bauhaus ist.

Zusätzlich sind aus farbigen Restbeständen des Traditionsunternehmens Strickerei Overkämping, das seit 1948 individuelle Strickwaren aus hochwertigen, europäischen Qualitätsgarnen produziert, individuelle Kissen entstanden, auf denen sich die Grundformen des Wandbehanges wiederholen.

www.rabtex.de
www.strickerei-overkaemping.de

Bleiglas-Handwerker Jan ter Haar mit den Entwürfen (Foto: Maarten Rots)

Maarten Rots & glass art + lood

Der niederländische Fotograf Maarten Rots aus Aalten bewarb sich bei Artem@Artis mit einer ganz besonderen Projektidee: Eine Auswahl seiner Fotowerke sollten als Bleiglasfenster realisiert werden. Dafür ging er auf Suche nach einem Spezialisten der Bleiglaskunst, den er in Jan ter Haar von glass art + lood in Oegstgeest fand.

Maarten Rots erklärt: „Flächen und Linienspiele kennzeichnen viele meiner Fotografien. In meiner Arbeit spielt Licht eine wichtige Rolle, ein Element, das auch für Handwerker und Künstler, die mit Bleiglas arbeiten, von großer Bedeutung ist. In der Vergangenheit habe ich bereits mit Druckvorgängen auf transparentem Material experimentiert. Nun wollte ich herausfinden, ob beide Arbeitsfelder, Fotografie und Bleiglaskunst, miteinander verknüpft werden können.“

Jan ter Haar wird drei Fotografien umsetzen in drei Bleiglas-Objekte, die vor Fenster gehängt werden.

www.maartenrots.nl
www.glassartpluslood.nl

Han Lammers und Markus Schaffeldt mit der fast fertigen Zink-Skulptur (Foto: Joop van Reeken)

Han Lammers & Goldschmidtböing Bedachungen GmbH

Der niederländische Bildhauer Han Lammers aus Heerde konnte sich – auch hier mit Hilfe der Kreishandwerkerschaft – mit dem deutschen Handwerksbetrieb Goldschmidtböing Bedachungen in Rhede verbinden. Han Lammers arbeitet sehr gerne mit Zink, weil es ein nachhaltiges Material ist, das schon seit Jahrhunderten verwendet wird, vor allem im Bau.
Han Lammers erklärte im Erstgespräch dem Geschäftsführer Thomas Goldschmidtböing und dessen Mitarbeiter Markus Schaffeldt anhand eines Modells die geplante Zink-Skulptur mit dem Titel „Angled Triangles“. Thomas Goldschmidtböing war sogleich an einer Zusammenarbeit interessiert und holte sogar die Firma Rheinzink als Materialsponsor für die speziellen Zinkplatten ins Boot.

Markus Schaffeldt, der zusammen mit dem Künstler die Zinkbleche bearbeitete, sagt: “Han hat eine detaillierte, maßstabsgetreue Zeichnung des Kunstobjekts erstellt. So war es ein Leichtes, die Bleche millimetergenau abzuzeichnen, zu zuschneiden und abzukanten. “

www.hanlammers.nl
www.goldschmidtboeing.de
www.rheinzink.de

Emeke Buitelaar & Fliesen Hüning OHG

Die niederländische Künstlerin Emeke Buitelaar aus Netterden konnte sich – unterstützt von der Kreishandwerkerschaft - mit der Firma Fliesen Hüning verknüpfen, um ihren Entwurf für ein Mosaik aus Fliesenstücken zu realisieren. Das 1964 in Bocholt gegründete, familiengeführte Unternehmen hat inzwischen vier Filialen (Düsseldorf, Essen, Goch, Mülheim), wo eine große Vielfalt an modernen, hochwertigen Fliesen präsentiert und verkauft werden. Marketingleiter Peter Schuck und Vertriebsleiter Willi Held haben nicht nur dafür gesorgt, dass die Künstlerin mit erlesenen Fliesen arbeiten konnte, sondern standen auch mit Fachwissen zur Seite. Auf diese Weise sind sogar Ideen und Vorschläge der Firmenmitarbeiter in das Kunstwerk geflossen. Außerdem wurde extra für die Künstlerin im Ausstellungsraum ein Bereich eingerichtet, wo sie eine Woche lang am Mosaik arbeiten konnte und Besucher zuschauen durften.

www.emeke.nl
www.fliesen-huening.de

Innovationsprojekt „Leonardo da Vinci“

Das ARTEM@ARTIS Projekt ist Teil des vierjährigen, grenzüberschreitenden „Leonardo da Vinci-Innovation“-Projektes, das im Rahmen des INTERREG-Programms Deutschland-Nederland durchgeführt und durch die Europäische Union, die Provinz Gelderland und das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie (MWIDE) NRW mitfinanziert wird.

Veranstalter von ARTEM@ARTIS ist der Fachbereich Kultur und Bildung der Stadt Bocholt in Kooperation mit der Kreishandwerkerschaft Borken, dem Europe Direct Informationszentrum Bocholt und dem deutsch-niederländischen Netzwerk „Grenzhoppers“. Auf der niederländischen Seite arbeitet der Projektpartner „Warmgroen“ gemeinsam mit der Kunstgruppe „Breekijzer“ im Projekt mit. ◂

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 © 2019 by Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e. V.

Das Copyright der gelieferten Beiträge liegt beim jeweiligen Autor bzw. Unternehmen. An das AHV NRW Magazin gelieferte Beiträge geben die Meinung des Autors, aber nicht unbedingt die Meinung des AHV NRW e.V. wieder.

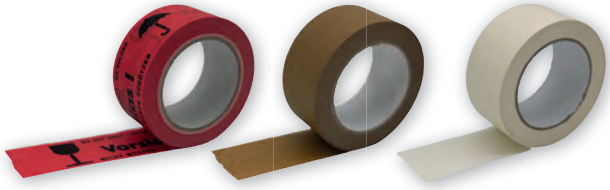
Anzeigen
LION Handels- und Verlags GmbH
Anne Kietzmann
T +49 5151 98 93 51
kietzmann@verlagsmail.de
Auflage: 2.000
Nachdruck nur nach Vereinbarung mit dem Verlag.

Art Direction / Design / Layout
GrenzBlickAtelier
Joop van Reeken
Terborgseweg 10
7091 DS Dinxperlo (NL)

Herstellung / Druck
LION Handels- und Verlags GmbH
Geschäftsführer: Jürgen R. Hilscher
Stüvestraße 41
31785 Hameln
T +49 5151 98 93 40

DER UMWELT ZULIEBE

Ganz neu in unserem Sortiment: Produkte aus umweltfreundlichem Verpackungsmaterial.



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.

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

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

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., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf

5: **Prof. Dr. Andreas Pinkwart**, Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, Haroldstraße 4, 40213 Düsseldorf

7: **Arndt G. Kirchhoff**, Präsident unternehmer.nrw, Uerdinger Straße 58, 40474 Düsseldorf

10: **Michael F. Spitz**, CEO Main incubator GmbH F&E Einheit der Commerzbank Gruppe, Mainzer Landstraße 33a, 60329 Frankfurt am Main

12, 54, 96, 103: **Dipl.-Betriebsw. Andreas Mühlberg**, Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf

20: **Diplom-Finanzwirt (FH) Benedikt Wemmer**, AWB Steuerberatungsgesellschaft mbH, Königsstraße 46, 48143 Münster

22, 54, 70, 88, 116, 118: **Joop van Reeken und Verena Winter**, Terborgseweg 10, 7091 DS Dinxperlo, Niederlande

28: **Jan Peter Coblenz**, Vorsitzender des BGA-Arbeitskreises Digitalisierung, Brangs + Heinrich GmbH, Felder Straße 79-81, 42651 Solingen

30: **Carina Brachter**, Leitung Außenwirtschaft, Reguvis Bundesanzeiger Verlag GmbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln

32: **Mario Simon**, Leiter Medien, Akademie für Theater und Digitalität am Theater Dortmund, Theaterkarree 1-3, 44137 Dortmund

40: **Matthias Merz**, Geschäftsführer, AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH, Königsstraße 46, 48143 Münster

42: **Markus Renkes**, Head GTB FX Germany, Deutsche Bank AG, markus.renkes@db.com

44: **Ulrich Topp**, Leiter Aviation Marketing, Flughafen Düsseldorf GmbH, Flughafenstraße 105, 40474 Düsseldorf

48: **Dr. Jens Eckhardt**, Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht, Datenschutz-Auditor (TÜV) und Compliance-Officer (TÜV), Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte PartGmbB, Immermannstraße 15, 40210 Düsseldorf

50: **Eva Korfanty**, Branchen, GERMANY TRADE & INVEST, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn und
Anna Westenberger, Asien/Pazifik, GERMANY TRADE & INVEST Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

58: **Ingo Egloff**, Vorstand, Hafen Hamburg Marketing e.V., Pickhuben 6, 20457 Hamburg

60: **Tanja Nackmayr**, Geschäftsführerin Bildungs- und Arbeitsmarktpolitik, unternehmer.nrw, Uerdinger Str. 58, 40474 Düsseldorf

64: **Axel Hebmüller und Franziska Kux**, Hebmüller Verwaltung GmbH, Broicherseite 17, 41564 Kaarst

66: **Volker Frischkorn**, Head of Compliance, Business Region Deutschland und Österreich, KGH Customs Services GmbH, Haferweg 22, 22769 Hamburg und

Stefan Reinhardt, Head of Sales & Marketing, Business Region Deutschland und Österreich, KGH Customs Services GmbH, Kurze Straße 19-21, 59494 Soest

76: **Dr. Talke Ovie**, Rechtsanwältin, HARNISCHMACHER LÖER WENSING Rechtsanwälte PartGmbB, Hafenweg 8, 48155 Münster

78: **Hanns Dahm**, Prokurist, S-International Rhein-Ruhr GmbH, Kennedyplatz 6, 45127 Essen

80: **Volker Schlevoigt**, Geschäftsführer, Unilux Europe GmbH, Seeweg 20, 40627 Düsseldorf

92: **Gregor Wolf**, Geschäftsführer, Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx), Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

100: **Werner Schmidt**, Global Head of Structured Trade & Export Finance, Deutsche Bank, werner.schmidt@db.com

104: **Gerhard Friese**, Senior Consultant und Berater, Hübner IT Solutions GmbH, Völlesbruchstraße 6, 52152 Simmerath

108: **Corinna Tamminga**, Beraterin Zoll und Außenhandel, dbh Logistics IT AG, Martinistraße 47-49, 28195 Bremen

112: **Brigitte Mahnken**, Pressesprecherin, HANNOVER MESSE bei der Deutschen Messe AG, Deutsche Messe, Messegelände, 30521 Hannover

114: **Andrea Kühn**, Leiterin Internationales Geschäft, Stadtsparkasse Düsseldorf, Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf

116: **André Schwarz**, stellv. Hauptgeschäftsführer, Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V., Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

Jetzt informieren!

GLOBALIZE YOUR ENTERPRISE!

Unternehmerreisen | Auslandsmessen | Kleingruppenförderung

NRW.International – Außenwirtschaftsförderung für Nordrhein-Westfalen

+49 211 710671-10

facebook.com/NRW.International

www.nrw-international.de

twitter.com/nrw_weltweit

NRW.International ist ein Unternehmen von

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

NRW.BANK Wir fördern Ideen

WESTDEUTSCHER HANDWERKSKAMMERTAG

Im Verbund

enterprise europe network NRW.Europa

Gefördert von

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

Europäische Kommission

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