Jahrgang 7, September 2021

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

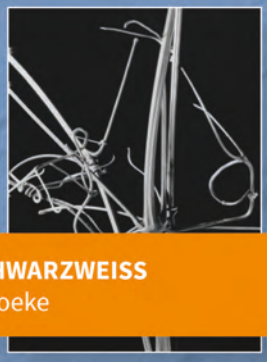
ahv nrw magazin

AXEL HEBMÜLLER ZUM NEUEN AHV NRW VORSITZENDEN GEWÄHLT
Andreas Mühlberg

HAPPY BIRTHDAY NRW!
Rafe Courage

DER AHV NRW GESTERN UND MORGEN
Interview mit Theo-Heinz Nientimp

C.H. ERBSLÖH
The Art of Distribution since 1876



EINFACH SCHWARZWEISS
Rutger ten Broeke

Wir! – Die Außenhändler 75 JAHRE in NRW!

Deutsche Bank
Unternehmensbank

Mit uns sind Sie global zu Hause.

#PositiverBeitrag

Wir vernetzen Exporteure und Märkte in nah und fern und bieten ihnen die Lösungen, die sie für globalen Handel brauchen. Gerade jetzt unterstützen wir unsere Kunden, durch diese ungewisse Zeit zu kommen. Von der Strategie bis zur Lieferkette, von der Handelsfinanzierung bis zum Treasury Management – wir bieten Lösungen, die das Geschäft vorantreiben. Wir leben mit Leidenschaft unsere Tradition als Globale Hausbank und gestalten mit Begeisterung die Zukunft der Finanzdienstleistungen.

deutsche-bank.de/unternehmensbank

Liebe Mitglieder, sehr geehrte Leserinnen und Leser,

der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) wird in 2021 – wie auch das Bundesland Nordrhein-Westfalen - 75 Jahre jung.

In Ihren Händen halten Sie unser neues ahv nrw magazin. Unser Dank gilt daher allen Beteiligten, die mit Engagement zur exklusiven und informativen Ausgabe beigetragen haben.

Der AHV NRW e. V. wurde kurz nach Ende des Zweiten Weltkrieges von Außenhandelsunternehmen unterschiedlicher Branchen im Bergischen Land gegründet. Die Produktion lag am Boden und der Handel in der britischen Besatzungszone war über Lizenzen stark reglementiert.

Sowohl kleine und mittlere Unternehmen, als auch Handelsabteilungen großer produzierender Unternehmen in Nordrhein-Westfalen haben mit Unterstützung des AHV NRW e. V. den Wiederaufbau der Wirtschaft vorangetrieben. Der enge Kontakt zu den politischen Entscheidungsträgern war schon damals von essentieller Bedeutung.

Der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) setzt sich seit 1946 für einen freien und regelbasierten Welthandel ein. Als kompetenter Partner unterstützt er seine Mitgliedsunternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistungen beim Meistern der Herausforderungen im Außenhandel.

Wir, die Außenhändler im AHV NRW e.V., bieten mit dem bei uns gebündelten Fachwissen und länderspezifischem Know-how eine Plattform an, auf der sich Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichen Branchen auf Führungs- und Fachebene austauschen können. Begleitend und unterstützend sind wir bei der Erschließung von neuen Absatz- und Beschaffungsmärkten an ihrer Seite.

Nach zehn Jahren als ehrenamtlicher Vorsitzender des AHV NRW werde ich altersbedingt mein Amt an die jüngere Generation abgeben. Durch den erfolgten Generationenwechsel in meinem Unternehmen bleibe ich über meine Kinder dem AHV NRW dennoch weiterhin eng verbunden. Meinem Nachfolger wünsche ich viel Erfolg, Glück und Freude an der Mitgestaltung der Verbandsarbeit.

Werden auch Sie ein Teil unseres internationalen Unternehmer- und Verbandsnetzwerks. Mit einem breiten Spektrum an aktuellen Fachbeiträgen geben wir mit dem ahv nrw magazin Einblick in unsere facettenreiche Verbandsarbeit und Netzwerkkultur.

Sie sind herzlich eingeladen, mit uns in Kontakt zu treten.

Ihr

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

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

INHALTSANGABE

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

5 **Grußwort – Armin Laschet**
Ministerpräsident des Landes NRW

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

9 **Grußwort - Fritz Graf von der Schulenburg**
Vorsitzender des BDEx

10 **Der Groß- und Außenhandel**
Interview mit Andreas Mühlberg

16 **Der AHV NRW und Krupp Stahlexport**
Klaus Potthoff

20 **Axel Hebmüller - der neue AHV Vorsitzende**
Andreas Mühlberg

22 **Der AHV NRW - gestern und morgen**
Interview mit Theo-Heinz Nientimp
und Andreas Mühlberg

27 **Business Scouts for Development**
Manuel Neumann

28 **C.H. Erbslöh - The Art of Distribution**
Jennifer Kämper

30 **Eine Außenwirtschaftsstrategie für NRW**
Sophie-Christine Feldmann

34 **Die Zukunft der deutsch-britischen Handelsbeziehungen**
Rafe Courage

38 **Das Lieferkettengesetz**
Andrea Hideg

40 **Kleinsendungen aus Nicht-EU-Ländern**
Corinna Tamminga

42 **Der Fotograf Rutger ten Broeke**
Joop van Reeken

50 **Made in Bochum**
Laura Feldhaus

52 **SEO - für mehr Sichtbarkeit**
Kathrin Gottschalk

54 **75 Jahre TEEKANNE / TEEPACK in NRW**
Stefan Quack

58 **Regelwerk oder nur „Reförmchen“**
Matthias Merz

54 **Große Risiken für die Wertschöpfungskette**
Interview Eric Heymann

60 **Profitieren von Freihandelsabkommen**
Melanie Hoffmann

62 **Digitalisierung im Trade-Finance-Geschäft**
Matthias Walter

64 **Shell befördert Energiewende in NRW**
Cornelia Wolber

66 **Datenexporte in Drittländer**
Dr. Jens Eckhardt & Stefan Eßer

68 **Tierernährung aus Verantwortung**
Thorben Allkemper

70 **Hamburger Hafen fit für die Zukunft**
Ingo Egloff

72 **Lieferketten im Zeichen der drei R**
Bastian Frien

74 **Neue Präferenzursprungsregeln**
Manuel Sieben

76 **Die AWA wird 25**
Matthias Merz

78 **Wirtschaftlichkeit vs. Sicherheit**
Niclas Lahmer

82 **Kanada - mehr als ein Reiseziel**
Dr. Karsten W. Lemke

85 **Exportgeschichte**
Axel Hallensleben

88 **AHV NRW Mitgliederversammlung 2021**
Andreas Mühlberg

95 **Herausforderungen bei Visum und Einreise in die USA**
Sonja Pucher

96 **Die Renaissance des Akkreditivs**
Andrea Kühn

98 **121 Jahre Familienunternehmen**
Maximilian Hünting & Joop van Reeken

104 **Die Bedeutung des Zolls in stabilen Lieferketten**
Lars Karlsson

106 **Förderung für alle Phasen**
Interview mit Peter Hentschel

110 **Kulturelle Unterschiede verschleiern die Sicht**
Egon L. Lacher

AHV NRW Magazin 2021

112 **Chance für den Außenhandel**
Dr. Julia Bellinghausen

116 **Augen auf bei der Rechtsprechung**
Dr. Talke Ovie

118 **Unternehmens-Kommunikation und Zollverwaltung**
Gerhard Friese

122 **Hebmüller und NETVRIDA**
Axel Hebmüller & Alan Bridwell

124 **AWR - Außenwirtschaftsrunde**
Thomas Stühle

126 **Der Fotograf Piet Niemann**
Joop van Reeken

134 **Brexit und Corona**
Dr. Thomas Langen

136 **Ready. Steady. Grow.**
Felix Neugart

138 **Das Handelsabkommen TCA der EU mit UK**
Stefanie Schick

140 **China**
Bernard Aw

142 **Haftungsreduzierung im US-Geschäft**
Dr. Fabian Breckheimer & Dr. Andreas Remuta

146 **Starker Partner**
Andrea Kühn

148 **„Lebensstandard weltweit verbessern“**
Karoline Swiecicki

150 **Attraktiver Binnenmarkt**
Isabelle Oster

152 **2020 - Was für ein Jahr!**
Lisa Marie Fitzner

154 **Der neue Markt für den Mittelstand**
Annemarie Wrobel

156 **Der Fall der Ever Given**
Hinnerk Busch

159 **Impressum**

160 **Liste der Autoren**

Coverfoto: Düsseldorf, Corneliusplatz ca. 1950
© Verlag Walter Bales, Köln-Klettenberg

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

WIR!
die Außenhändler

unabhängig
international
kompetent
erfahren
engagiert

Mehr Info?
Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e. V.
Andreas Mühlberg (Geschäftsführer)
Achenbachstraße 28
40237 Düsseldorf
andreas.muehlberg@ahv.nrw
Telefon: +49 (0)211 - 66 908 28

www.ahv.nrw

COMMERZBANK
Ihr Business: international.
Unsere Betreuer: vor Ort.
Sie erschließen neue Märkte – Ihr persönlicher Ansprechpartner in Deutschland bleibt. Durch die globale Koordination aller Aktivitäten und Experten bieten wir den Service für Ihren weltweiten Erfolg: aus einer Hand und mit gewohnt hoher Betreuungsqualität.
www.commerzbank.de/mittelstandsbank
Die Bank an Ihrer Seite

Der Ministerpräsident
des Landes Nordrhein-Westfalen

Grußwort des Ministerpräsidenten des Landes Nordrhein-Westfalen, Armin Laschet, zum 75-jährigen Bestehen des Außenhandelsverbandes NRW e.V.

Seit 75 Jahren besteht der Außenhandelsverband in unserem Land. Damit ist er genauso jung wie Nordrhein-Westfalen, das Land an Rhein und Ruhr, das seit seiner Gründung in vielen Bereichen Schrittmacher für die gesamte Bundesrepublik Deutschland gewesen und bis heute geblieben ist.

Wohl kaum etwas anderes hat den deutschen und damit auch den nordrhein-westfälischen Außenhandel so stark geprägt wie der europäische Einigungsprozess und die zunehmende Internationalisierung unserer Wirtschaftsbeziehungen. Nordrhein-Westfalen mit seiner starken Außenwirtschaft steht auch dieses Mal im Zentrum der Entwicklungen. Allein in den vergangenen 15 Jahren hat sich das Handelsvolumen Nordrhein-Westfalens mit dem Ausland fast verdoppelt — ein klares Zeichen dafür, dass der heimische Außenhandel seine Chancen im europäischen und internationalen Wettbewerb genutzt hat. Und auch in Zukunft wird seine Anpassungsfähigkeit an die Herausforderungen der Zeit gefragt sein.

Zu ihnen werden noch für lange Zeit die vielfältigen Auswirkungen der Corona-Pandemie gehören. Sie hat uns die Bedeutung — aber auch die Störanfälligkeit — der internationalen Handelsverflechtungen in teils dramatischer Weise vor Augen geführt. Wichtige Lieferketten wurden unterbrochen und beeinträchtigt, und das mit ganz erheblichen Auswirkungen auf Produktion und Logistik in unserem Land. Besonders eindrucksvoll konnten wir am Beispiel eines über Tage hinweg feststeckenden Containerschiffs im Suez-Kanal sehen, wie sehr wir auf einen funktionierenden Warenaustausch angewiesen sind. Um betroffenen Unternehmen zur Seite zu stehen und Lieferengpässe präventiv zu vermeiden, hat die Landesregierung die Kontaktstelle Lieferketten eingerichtet. Wir sind froh, den Außenhandelsverband NRW dabei an unserer Seite zu haben.

Die zunehmenden protektionistischen Tendenzen der letzten Jahre gefährden unsere Warenversorgung und damit zugleich unseren Wohlstand. Gerade eine exportorientierte, international verflochtene Wirtschaft wie unsere ist auf einen freien und fairen Handel angewiesen. Die zentralen Herausforderungen der kommenden Jahre sind jedoch die langfristigen Transformationsprozesse durch Digitalisierung und Klimaschutz. An vielen Stellen müssen wir besser, schneller, effizienter werden. Deutschland braucht ein Modernisierungsjahrzehnt. Bei der Erneuerung unseres Landes werden wir erfolgreich sein, wenn wir auf die Anpassungsfähigkeit und auf die Innovations- und Investitionskraft von Handel und Wirtschaft setzen. Zugleich muss die Politik bürokratische Hürden abbauen und die passenden regulatorischen Rahmenbedingungen schaffen. Das gehört zu den großen Aufgaben der kommenden Jahre.
Ich bin sicher, dass der Außenhandel all diese und manch andere Herausforderungen wie in den vergangenen 75 Jahren auch in Zukunft erfolgreich gestalten wird. Ich gratuliere herzlich zum Jubiläum und wünsche dem Außenhandelsverband NRW und seinen Mitgliedern alles erdenklich Gute.

Armin Laschet

tradeo

Für Local Heroes und Global Player.

Handels- / Vertriebsrecht

Gesellschaftsrecht

Arbeitsrecht

tradeo.legal

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie das Land Nordrhein-Westfalen feiert auch der Außenhandelsverband NRW in diesem Jahr sein 75jähriges Bestehen. Dazu gratuliere ich sehr herzlich. Dass NRW sich zu einem der wichtigsten Wirtschaftsstandorte Europas entwickeln konnte, hat sehr viel mit einem funktionierenden und florierenden Außenhandel zu tun. Die hervorragenden Wirtschaftsbeziehungen zu unseren Nachbarn in Europa und zu allen Partnern in der Welt gehören sozusagen zur DNA des „Erfolgsmodells NRW“. Und seit einem Dreivierteljahrhundert unterstützt der Außenhandelsverband NRW seine Mitglieder aus Industrie und Dienstleistungen dabei, die großen und immer weiter zunehmenden Herausforderungen im internationalen Geschäft zu bewältigen.

Bis heute einer der wichtigsten Industriestandorte der Welt, hat Nordrhein-Westfalen den massiven Strukturwandel von Kohle und Stahl zu einem wettbewerbsfähigen Dienstleistungs-, Innovations- und Wissensstandort gemeistert. Es sind die geschlossenen industriellen Wertschöpfungsketten gepaart mit modernsten Innovationsclustern, die unser Land so einzigartig und damit attraktiv machen. Doch unser Land ist nicht unverwundbar.

Gerade die Corona-Pandemie hat uns gezeigt, wie anfällig wir sind, wenn uns quasi über Nacht Störungen in den globalen Lieferketten, massive Auftrags- und damit Arbeitsausfälle und Einschränkungen unternehmerischer Tätigkeit durch behördliche Anordnungen ereilen – und das weltweit. Selten zuvor ist uns so klargeworden, welchen Wert etwa offene Grenzen, ein funktionierender Binnenmarkt und Freihandel in alle Regionen der Welt für unsere Wirtschaft und damit auch für unser ganzes Land haben. Zwar haben wir die beruhigende Erkenntnis gewonnen, dass unser Staat stark genug ist, um für eine Überbrückungszeit die ökonomischen Lebensgrundlagen unseres Landes zu erhalten. Doch ebenso merken wir, wie schnell die Luft auch für eine Volkswirtschaft wie Deutschland dünn wird, wenn die Wirtschaft nicht läuft, die Ausgaben durch die Decke schießen und die Einnahmen in den Keller gehen.

Umso wichtiger ist es, dass wir in Deutschland in der „Nach-Corona-Zeit“ wieder ein Grundverständnis für die Bedeutung der Wirtschaft für Wohlstand und Arbeitsplätze erlangen. Dazu gehört auch, dass die Politik die segensreiche Wirkung der Sozialen Marktwirtschaft anerkennt, die Voraussetzung dafür ist, dass Arbeitsplätze geschaffen, Wohlstand gehalten und Steuereinnahmen fließen können. Darauf wieder viel mehr zu bauen und auch zu vertrauen muss ein wesentlicher Bestandteil kluger Wirtschaftspolitik sein. Das ist gerade für ein Land wie Nordrhein-Westfalen wichtig, das in seiner ganzen sektoralen und regionalen Vielfalt auf gute Standort-Bedingungen angewiesen ist. Wir als Verbände werden die Politik daran messen.

Ihr

Arndt G. Kirchhoff
Präsident Landesvereinigung der Unternehmensverbände Nordrhein-Westfalen e.V.
(unternehmer nrw)

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

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

Sehr geehrte Damen und Herren,

Fürsprecher für den internationalen Handel sind heute wichtiger denn je. Der internationale Handel ist nämlich die Grundlage für unseren heutigen Wohlstand. Internationaler Handel bedarf aber auch Regeln, die für alle gelten müssen. Denn gerade für kleine und mittelständische Unternehmen ist die zunehmende Bürokratie zu einem existenzbedrohenden Handelshemmnis geworden. Dabei wachsen Komplexität und Bürokratie mit jedem neuen staatlichen Eingriff in die Wirtschaft. Statt staatlichem Interventionismus sollten Anreize dafür geschaffen werden, dass die Marktkräfte genutzt werden, um die politischen Ziele zu erreichen.

Deutschland hat wie kaum ein anderes Land von offenen Märkten profitiert. So beläuft sich der Anteil der Importe an unseren Exporten beispielsweise auf 40 Prozent. Die Außenhandelsquote als Maß der Integration Deutschlands in den Welthandel betrug 2020 sogar 80 Prozent. Und Deutschland ist auf diese Internationalisierung angewiesen. Weil es selbst über keine nennenswerten Rohstoffe verfügt, die Lohnkosten hoch sind und Deutschland auch als Absatzmarkt nicht groß genug, brauchen wir die Exporte, um unseren Wohlstand beizubehalten.

Der Rückhalt für den internationalen Handel in der deutschen Bevölkerung hat in den letzten Jahren immer stärker abgenommen. Freihandel wurde viel zu oft als regelloser Handel wahrgenommen. Mit den Handelsabkommen und einer Welthandelsorganisation WTO werden doch aber gerade diese Regeln geschaffen. Sie sind es auch, die den Entwicklungs- und Schwellenländern die Teilhabe an den Gewinnen der Globalisierung sichern. Freihandelsabkommen wie das mit Kanada oder mit den lateinamerikanischen Staaten sind außerdem die Grundlage für die Stärkung neuer Handelsbeziehungen und die Diversifizierung unserer Lieferketten. Und die Corona-Pandemie hat gezeigt, wie sehr wir widerstandsfähige Lieferketten brauchen. Diese Widerstandsfähigkeit erlangt man in erster Linie durch eine Diversifizierung von Beschaffungs- und Absatzmärkten. Politisch gesehen sind Freihandelsabkommen aber eine langwierige Angelegenheit. Eine Ratifizierung der erwähnten Abkommen ist bedauerlicherweise immer noch nicht in Sicht.

Anstatt auf Erleichterungen hinzuarbeiten, steigen zudem die Anforderungen an die Lieferketten hinsichtlich sozialer und ökonomischer Standards. Gleichzeitig schreitet die handelspolitische Integration in anderen Regionen der Welt voran. Mit dem asiatischen Handelsabkommen RCEP wurde ein regionaler Block geschaffen, der größer ist als der europäische oder nordamerikanische Wirtschaftsraum. Von den dort vereinbarten Erleichterungen bei Zöllen und Ursprungsregeln wird Deutschland jedoch nur dann profitieren, wenn seine Unternehmen vor Ort vertreten sind und aus der Region mit der Region Handel treiben.

Vor diesem Hintergrund ist es gut zu wissen, dass wir mit dem AHV NRW seit 75 Jahren einen starken Fürsprecher des internationalen Handels haben. Zu diesem außergewöhnlichen Jubiläum gratulieren wir herzlich. Gemeinsam werden wir uns als starkes Netzwerk auch bei der neuen Bundesregierung dafür einsetzen, dass Deutschland und Europa als Märkte offen bleiben und Außenhandel auch für kleine Unternehmen weiterhin möglich ist. Wir freuen uns sehr, diese enge und verlässliche Zusammenarbeit zwischen dem AHV NRW und dem BDEx wie über die vielen letzten Jahrzehnte auch in Zukunft fortzusetzen.
Ihr

Fritz Graf von der Schulenburg
Vorsitzender
Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx)

BDEx

Der Groß- und Außenhandel

das neue Arbeiten, Ausbilden und die Konsequenzen aus der Krise

Interview: Dennis Lieske
Fotos: Joop van Reeken

AHV NRW Geschäftsführer Andreas Mühlberg

Das Licht am Ende des Tunnels wird langsam heller und die allgemeine Lage scheint sich zu entspannen. Wir haben bereits in den vergangenen Monaten der Pandemie immer wieder mal einen Blick auf das Thema Ausbildung im Groß- und Außenhandel und auf den Groß- und Außenhandel selbst geworfen.

Heute geht es um beides. Um Nachwuchskräfte und um den Außenhandel. Andreas Mühlberg ist Geschäftsführer des Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen und heute unser Experte. Herzlich willkommen!

Moderation: Herr Mühlberg, die letzten Monate waren nicht einfach für den Außenhandel. Was waren die größten Herausforderungen für Sie und Ihre Mitgliedsunternehmen?

Andreas Mühlberg: In der Tat waren die vergangenen Monate für die Außenhandelsunternehmen in jeder Hinsicht herausfordernd. Der Ausbruch der Pandemie und der damit verbundene erste Lockdown im März 2020 hat natürlich auch unsere Verbandsarbeit auf den Kopf gestellt. Die Beratung unserer Mitgliedsunternehmen in außenwirtschaftlichen Fragen und der damit verbundene Austausch war von da an nur noch digital möglich.

Die größte Herausforderung für uns in der Geschäftsstelle war die Aufrechterhaltung der Kommunikationswege zu unseren Mitgliedsunternehmen und zu den Entscheidungsträgern aus Politik und Verwaltung. Die essentielle Frage unserer Mitgliedsunternehmen war es, wie können wir weiterhin unsere Kunden bedienen und wie schnell bekommen wir unter Pandemiebedingungen die Ware von unseren Lieferanten. Teilweise nahm es schon groteske Züge an, z.B. war es einfacher, Waren aus Vietnam zu bekommen als aus Italien, da innereuropäische Grenzen zeitweise geschlossen waren.

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

Entscheidend für uns war in Echtzeit zu erfahren, wo es pandemiebedingt im operativen Geschäft bei den Unternehmen aus Industrie und Handel hakte, sei es in der Zollabfertigung und Logistik, der Exportfinanzierung oder in der Geschäftsreisetätigkeit. Mit dem gewonnenen Input aus der Unternehmenspraxis konnten wir uns, gemeinsam mit unserem Bundesverband, in Telefonkonferenzen bei den Bundesministerien für Wirtschaft, Verkehr und des Auswärtigen Amtes stets mit aktuellen Beispielen einbringen. Das hat sehr gut funktioniert, denn so konnte erreicht werden, dass Maßnahmen eingeleitet wurden, um die negativen Auswirkungen soweit es ging, abzufedern.

Im Bereich der Außenhandelsfinanzierung konnten wir u.a. innerhalb von nur 48 Stunden erreichen, dass die staatlichen Absicherungsmöglichkeiten von wirtschaftlichen und politischen Risiken durch die Exportkreditgarantien ausgeweitet wurden.

Die Auswirkungen der Pandemie auf das Kerngeschäft bei unseren Mitgliedsunternehmen waren bzw. sind sehr unterschiedlich. Durch Grenzschließungen und fehlender Vorprodukte aus dem Ausland gerieten Lieferketten mächtig ins Straucheln. Noch immer haben unsere Mitgliedsunternehmen mit defekten Lieferketten und länderspezifischen Einreisebestimmungen zu kämpfen. Monteure können bislang Maschinen im Ausland nur unter erschwerten Bedingungen warten oder reparieren.

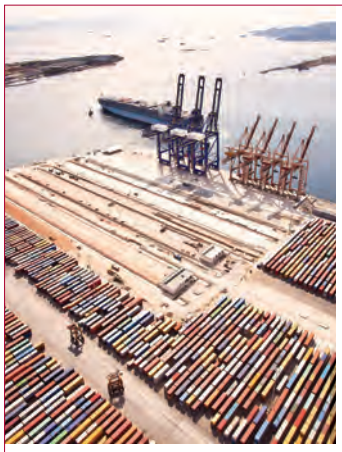
Andererseits gab es aus dem Mitgliederkreis heraus auch Initiativen, dringend benötigte persönliche Schutzausrüstung wie Masken, Schutzschilde, Handschuhe etc. weltweit zu beschaffen. Hier gab es viele Querverbindungen innerhalb unseres Unternehmernetzwerks, die genutzt werden konnten, um den Bedarf zu decken.

Moderation: Der Außenhandel und auch die Wirtschaft insgesamt scheinen sich jetzt nach und nach zu erholen, wenn da nicht der Mangel an Vorprodukten wäre.

AM: Ja, die Zahlen im Außenhandel gehen nach einer Durststrecke wieder deutlich nach oben. Sie werden jedoch nicht so schnell das Niveau aus der Zeit vor Corona erreichen.

Was uns derzeit große Sorgen bereitet, ist die Tatsache, dass der Außenhandel von mehreren Seiten ausgebremst wird. Die international verflochtenen Lieferketten haben nämlich viel Sand im Getriebe. Wir haben es hier mit einer außergewöhnlichen Situation zu tun. Sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite.

Die Corona-Pandemie nahm 2019 ihren Anfang in der VR China und führte dazu, dass Produktionsstätten auf behördliche ▶



Unser Produktportfolio:

+ SAP GTS Remote Support & Beratung
+ AEO / ZWB Beratung
+ ATLAS Export / Import
+ EMCS
+ Intrahandelsstatistik
+ Präferenzabwicklung & Langzeitlieferanten-erklärung

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

Anordnung hin geschlossen werden mussten. Vor dem Überschwappen der Corona-Welle nach Europa und Deutschland gab es bereits erste Anzeichen von Störungen in der Lieferkette. Die Corona-Pandemie breitete sich dann weltweit mit aller Gewalt und rasantem Tempo aus.

Sowohl die VR China, als auch die USA haben sich wesentlich schneller von der Pandemie erholt. Die Nachfrage nach Konsum- und Investitionsgütern sprang dort dann sprunghaft an. Die Produktion konnte jedoch so schnell nicht wieder hochgefahren werden, um die Nachfrage zu bedienen, da Angebot und Nachfrage weltweit nicht synchron laufen. Dies hat wiederum zur Folge, dass die Frachtraten für den Seetransport explosionsartig gestiegen sind, aufgrund der Containerverknappung. Die Nachfrage nach Seefracht-Containern übersteigt noch immer bei weitem das Angebot.

Unabhängig davon kam die unglückliche Havarie im Suez-Kanal, einhergehend mit einem Schiff-Stau auf beiden Seiten des Kanals. Das hat die Lage insgesamt noch einmal erschwert. Die Preise für bestimmte Baumaterialien, wie z.B. Holz und Kunststoffe, oder auch Computerchips sind jedoch nicht nur wegen den Transportpreisen gestiegen. Die weltweite Nachfrage übertrifft bei weitem das derzeitige Angebot.

Bei den Computerchips kamen noch außergewöhnliche Ereignisse hinzu. In Japan brannte eine Chip-Fabrik, in Texas legte ein außergewöhnlicher Winter die Produktion für einige Tage lahm. Trotz dieser Herausforderungen bleiben wir optimistisch und hoffen, dass die international ausgerichteten Lieferketten bald wieder rund laufen.

Moderation: Wie ist Ihre Einschätzung: Wie hat sich der Außenhandel in der Corona-Pandemie bisher verändert? Und was bleibt nach Corona von den neu entdeckten Strukturen bestehen?

AM: Die Digitalisierung hat durch Corona einen großen Schub erhalten. Viele von uns haben sich vertraut gemacht mit virtuellen Meetings und den vielen Möglichkeiten dennoch in Kontakt zu bleiben. Das ist bei Bestandskunden in der Regel kein Problem. Bei Neukunden ist jedoch die virtuelle Kontaktaufnahme weitaus anspruchsvoller.

Die Anzahl von eintägigen Geschäftsreisen wird unserer Meinung nach deutlich abnehmen. Gleichwohl ersetzt auch ein Video-Call keinesfalls das persönliche Gespräch, gerade wenn es um beratungsintensive Produkte und Dienstleistungen oder um die Neukundengewinnung geht. Homeoffice wird en vogue bleiben, weil sich bei vielen Unternehmen die Erkenntnis durchgesetzt hat, dass es funktioniert und seine Vorteile hat.

Die Pandemie hat eindrucksvoll aufgezeigt, wie fragil Lieferketten sind und wo Abhängigkeiten bestehen. Wir gehen davon aus, dass sich der Trend von „Just in time“ zu „Just in case“ verfestigen wird. Die Lagerhaltung wird eine kleine Renaissance erleben. Ich denke, am Ende der Pandemie werden wir alle auf eine steile Lernkurve zurückblicken.

Moderation: Vor wenigen Wochen war Lisa Marie Schelig von der Unternehmerschaft Düsseldorf bei uns in der Sendung und hat unter anderem über die neue Berufsbezeichnung „Kaufleute für Groß- und Außenhandelsmanagement“ gesprochen. Sie als Außenhandelsverband sorgen sich natürlich auch um den Nachwuchs in Ihrer Branche. Was sagen Sie zur Anpassung des Berufsbildes?

AM: Der beste Nachwuchs ist immer noch der, den man selber ausbildet. Nichts ist beständiger als der Wandel. Das trifft auch auf die Berufsbilder zu. Mit dem Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement wird der zunehmenden Komplexität Rechnung getragen. Komplexität deswegen, da Wertschöpfungsketten neu gedacht und strukturiert werden müssen. Die Individualisierung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios wird durch die digitalen Tools eine immer höhere Bedeutung bekommen. Es ist daher sehr wichtig, dass während der Ausbildung Fähigkeiten im Bereich Management verstärkt vermittelt werden.

Moderation: Wie ist Ihre Einschätzung: War die Durchführung der Ausbildungsschwerpunkte der Kaufleute für des Groß- und Außenhandelsmanagement in den vergangenen Monaten realisierbar?

AM: Durch den Lockdown sind viele Unternehmen extrem vorsichtig geworden und haben soweit es möglich war, einen Großteil ihrer Belegschaft ins Homeoffice geschickt. Der Aufenthalt im Betrieb war de facto größtenteils verwehrt. Es gab vielerorts nur eine Notbesetzung.

Dennoch hat man auch hier das Beste aus der Situation gemacht. Mit Online-Tools konnten – wenn auch unter erschwerten Bedingungen – Inhalte des Ausbildungsberufs vermittelt werden.

Es steht jedoch außer Frage, dass man bestimmte Fähigkeiten nur im realen Leben bzw. in der praktischen Anwendung im Unternehmen selbst aneignen kann. Die Theorie muss stets im Einklang mit der betrieblichen Praxis stehen.

Moderation: Wir drücken allen Auszubildenden die Daumen! Wir bleiben thematisch bei Nachwuchskräften. „Fit for Trade!“ heißt Ihre Seminarreihe für Nachwuchskräfte des Außenhandels. Worum geht es dabei? Welche Themenschwerpunkte sprechen Sie an?

AM: Der Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen bietet qualifizierten Nachwuchskräften und Seiteneinsteigern in international tätigen Unternehmen ein zielgerichtetes Weiterbildungsangebot an. ▶

Mit unseren Akkreditivlösungen sichern und finanzieren wir Ihre Auslandsgeschäfte.

Verlagern Sie Ihre Zahlungsrisiken auf uns. Damit Sie auch in Krisen abgesichert sind und liquide bleiben. Sprechen Sie uns an.

sskduesseldorf.de/ausland

Stadtsparkasse Düsseldorf

Im Fokus unserer Seminarreihe „Fit for Trade!“ steht die Vermittlung von Grundlagenwissen im Außenhandel mit Praxisbezug.

Beginnen werden wir Ende August mit einem Seminar mit dem Titel „Wer handelt, der haftet“, in dem Fragen zum Thema des Risikomanagements erläutert werden. Referent wird Herr Carsten Büttner, Partner bei Gossler, Gobert & Wolters Assekuranz-Makler GmbH & CO. KG sowie Geschäftsführer der Glauerdt GmbH, sein.

Danach folgt unser Klassiker „Juristisches Grundwissen für Kaufleute und Techniker mit internationalem Bezug“. Referent ist Herr Dr. Michael Schmidt, Tradeo Schmidt Breckheimer Karrenbrock Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB aus Düsseldorf.
Dann gibt es ein Seminar zur Einführung in die Exportkontrolle, bei der es jüngst neue gesetzliche Bestimmungen gegeben hat, die im September 2021 in Kraft treten werden. Referentin ist Frau Dr. Talke Ovie, von Harnischmacher Löer Wensing aus Münster. In Zusammenarbeit mit EulerHermes werden wir uns dem Thema Grundlagenwissen in der staatlichen Exportkreditversicherung widmen. Referentin ist Frau Kirstin Hoeren von EulerHermes.

Zum Abschluss unserer Seminarreihe wird dann Herr Klaus-Peter Langenkamp von der Rechtsanwaltsgesellschaft TIGGES Nachwuchskräften Grundlagenwissen im Speditions- und Transportrecht vermitteln.

Moderation: Bieten Sie die Seminarreihe nur für Ihre Mitgliedsunternehmen an?

AM: Nein, die Seminare, die wir anbieten, stehen allen Unternehmen offen.

Zielgruppe sind

- Jungkaufleute nach vollendeter Berufsausbildung
- Studierende mit Praxisbezug und Auszubildende im letzten Ausbildungsjahr
- Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter mit neuem Aufgabengebiet
- Techniker mit internationalem Bezug

Dabei arbeiten wir mit qualifizierten und erfahrenen Dozenten aus der Außenhandelspraxis zusammen.

Moderation: Alle Interessenten dürfen sich also ab sofort bei Ihnen melden! Letzte Frage zum Schluss: Was macht Ihren Außenhandelsverband so besonders?

AM: Ja, sehr gerne. Das Angebot finden Sie auf unserer Internetseite oder rufen einfach bei uns in der Geschäftsstelle an.

Wir, die Außenhändler, vereint im Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.), sind ein aktiver Unternehmerverband, eingebettet in das Unternehmer- und Verbandsnetzwerk der Unternehmerschaft. Wir setzen uns konsequent und mit Leidenschaft für die Belange unserer Mitgliedsunternehmen – ob klein oder groß – ein.

Wir sind Impuls- und Ratgeber für weltweite Geschäfte unserer Unternehmen aus Industrie und Handel. Wir vereinigen Know how, um die Herausforderungen im Außenhandel erfolgreich meistern zu können.

Ich bezeichne unser starkes Netzwerk gerne auch als DNA des AHV NRW, da seine internationale Ausrichtung viele Chancen und Möglichkeiten bietet, und das seit nunmehr 75 Jahren. ◀

Das Interview führte Dennis Lieske für Düsseldorfer Wirtschaft Sendeplätze der Antenne Düsseldorf (www.antenneduesseldorf.de) und wurde am 23. Juni über Antenne Düsseldorf und am 25. Juni 2021 als Podcast gesendet.

Radiomagazin Antenne Düsseldorf/Düsseldorfer Wirtschaft
Podcast Unternehmerschaft Düsseldorf/Düsseldorfer Wirtschaft

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

Das geballte Know-how für den Export!

aw-prax.de

Außenwirtschaftliche Praxis – AW-Prax
Zeitschrift für Außenwirtschaft in Recht und Praxis
ISSN 0947-3017 | ca. 42-52 Seiten je Heft | Format A4 | erscheint monatlich

Print | Online | In der Datenbank „AW-Plus“ enthalten

derzollprofi.de

Der Zoll-Profi!
Export – Import – Steuern | Kompakt für den Praktiker
ISSN 1864-2683 | ca. 12 Seiten je Heft | Format A4 | erscheint monatlich

Print | Online | In der Datenbank „AW-Plus“ enthalten

us-exportbestimmungen.de

US-Exportbestimmungen für Unternehmen, die US-amerikanische Waren einführen bzw. reexportieren
ISSN 1611-4000 | ca. 12-16 Seiten | je Heft Format A4 | erscheint monatlich

Print | Online | In der Datenbank „AW-Plus“ enthalten

aw-next.de/magazin

Das Magazin für Newcomer in Außenwirtschaft | Zoll | Exportkontrolle
ISSN 2701-2352 | ca. 20–24 Seiten | DIN A4 | geheftet | Erscheinungsweise: 10 Ausgaben/Jahr | jeweils zur Monatsmitte

Print | Online | In der Datenbank „AW-Plus“ enthalten

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

Reguvis
Fachmedien GmbH
Amsterdamer Str. 192
50735 Köln

Reguvis

Der AHV NRW und Krupp Stahlexport

Eine Win-Win-Situation

Text: Klaus Potthoff

Klaus Potthoff - Über mehr als 40 Jahre Mitarbeiter bei Krupp und ThyssenKrupp

Zunächst sei es vermerkt: Krupp war Gründungsmitglied des „Verein der Außenhandelsfirmen Nordrhein-Westfalen e.V.“, dem späteren Außenhandelsverband NRW. In der Gründungsversammlung am 6. November 1946 in Wuppertal hatten sich 30 Unternehmensvertreter zur Konstituierung des neuen Vereins zusammengefunden, darunter die Krupp Eisenhandel GmbH und auch ihr Schwesterunternehmen Aloverzee Handelsgesellschaft mbH, beide geschäftsansässig in Düsseldorf mit dem Geschäftszweck des Exports von Walzwerkserzeugnissen und vertreten durch den damaligen Geschäftsführer Kurt Rinne.

Unter dem Namen Aloverzee wickelte Krupp zu dieser Zeit Sondergeschäfte ab, da der gesamte Konzern unmittelbar nach Ende des 2. Weltkrieges noch unter den von den alliierten Siegermächten verhängten Verkaufsauflagen stand und darüber hinaus der Name Krupp in vielen Ländern belastet war durch die früheren Rüstungsgeschäfte des Konzerns. Selbst die Krupp Eisenhandel trat in dieser Zeit für Exportgeschäfte häufig als „Westeisen Westdeutsche Eisenhandelsgesellschaft mbH“ auf. Später ergab sich hieraus der Auftritt als Krupp Stahlexport bzw ab 1980 als Krupp Stahlexport und Anlagentechnik in unterschiedlichen Rechtsformen. Immerhin repräsentierten zwei von den 30 Gründern des AHV NRW das Unternehmen Krupp.

Bündelung von Außenhandelsinteressen

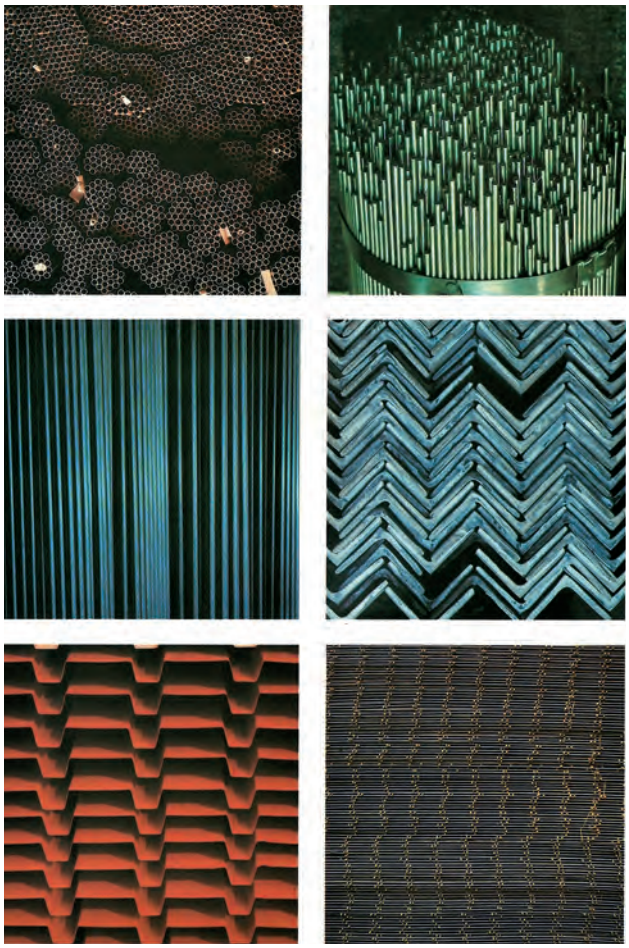
Gründungspartner waren neben den beiden Krupp-Gesellschaften weitere Unternehmen mit den unterschiedlichsten Geschäftszwecken wie dem Import von Getreide oder Gerbstoffen, dem Export von Papier oder landwirtschaftlichen Maschinenteilen, dem Außenhandel mit künstlichen Blumen oder dem Handel mit Kaffee und Tee oder Holz. Hier stellt sich unmittelbar die Frage nach der Interessenlage der einzelnen Vereinsmitglieder und

Versand von Dalbenrohren durch Krupp Stahlexport für den Ölhafen Karachi/Pakistan (Quelle: Historisches Archiv Krupp)

insbesondere nach der gemeinsamen Basis für ein konzertiertes Handeln. Der AHV NRW repräsentierte nämlich eine Sonderform im Verbandsgefüge; er war kein Branchenverband für eine spezielle Produktgruppe, aber auch kein Länder- und Regionalverband mit der Interessenbündelung für festgelegte Destinationen oder Herkunftsgebiete von Waren. Vielmehr „besetzte" der AHV NRW qua Willenserklärung ihrer Gründer und verankert in der Satzung des Vereins ein komplettes Geschäftsmodell betreffend den Außenhandel mit Export- und Importfunktionen. Über alle Jahre der Mitgliedschaft und des Mitwirkens von Krupp im AHV NRW hat sich die Frage des Wertes bzw. Mehrwertes einer Mitgliedschaft immer gestellt, aber auch sofort von selbst beantwortet. Gerade in der Bündelung von Außenhandelsinteressen über branchenspezifische oder länderspezifische Aspekte hinaus und auch durch die Einbeziehung völlig unterschiedlicher Branchen zum Geschäftszweck der Krupp-Unternehmen mit dem Stahlexport ergab sich der Mehrwert für die Mitwirkung im AHV NRW. Die Vernetzung unterschiedlichster Blickwinkel aus dem Mitgliederkreis öffnete immer wieder auch die Perspektive zu kreativen Ansätzen. Wichtig waren dabei die unterschiedlichen Formate, mit denen der AHV NRW seinen Mitgliedern die Teilnahme an dieser Perspektiven-Vernetzung eröffnete, über Rundschreiben zu Außenhandelsregularien des Auslandes oder auch der deutschen Administration, über Gesprächsrunden in Länderkreisen oder zu Fachthemen. Alle dieser Ansätze boten (und bieten) immer wieder eine Plattform zum Austausch von Erfahrungen, sowohl nehmend als auch gebend. Ganz sicher konnten die Vertreter von Krupp in vielen Fällen prioritär ihre Expertise zu aktuellen Problemlagen der Wirtschaftsentwicklung weitervermitteln zum „Benefit" anderer Mitgliedsunternehmen. Es gab aber auch immer wieder Situationen, in denen Kenntnisse und Erfahrungen anderer Gesellschaften dazu beitrugen, dass die Mitglieder von Krupp einen Mehrwert mit in ihr Unternehmen nahmen. Also: eine typische Win-Win-Situation für alle.

Die Ohren offen

Die Interessenlagen und Anforderungen der Mitglieder veränderten sich natürlich im Laufe der Jahre und Jahrzehnte. Aus der Sicht von Krupp wirkten die „großen Veränderungen" aus dem Konzerngeschehen auch auf den Stahlexport in Düsseldorf ein. Ein prägendes Beispiel war sicher die Beteiligung des Staates Iran an Krupp, 1974 zunächst an den Hüttenwerken von Krupp und dann 1976 an der Holding Fried. Krupp GmbH, jeweils zu etwa 25 %; eingefädelt wurden die Beteiligungen zu Zeiten des Schah Mohammad Reża Pahlavī (☼1919, †1980), der mit dem Eintritt des Iran in westliche Gesellschaften auch die Öffnung des Iran zu einer stärkeren wirtschaftlichen Diversifizierung seines Landes außerhalb der Ölwirtschaft anstrebte. Neben dem vertraglich vereinbarten Transfer von Know how von Krupp (was in der Praxis nur recht begrenzt praktiziert wurde) spielte auch die Forderung des Iran nach der Unterstützung beim Export von Waren aus iranischer Produktion eine periodisch ▶



Stahlprodukte als Stammprogramm von Krupp Stahlexport (Quelle: Historisches Archiv Krupp)

General Contracting-Leistungen von Krupp Stahlexport beim Bau des Murtala Muhammed Airport von Lagos/Nigeria (Quelle: Historisches Archiv Krupp)

auftauchende Rolle. Das war dann die Aufgabe des Handelsbereiches bei Krupp; der Krupp Stahlexport musste sich mit Produktthemen wie Textilien, Dosenkonserven, Fliesen, Schuhen oder Vorlegeware befassen. Für keines solcher Produkte gab es im Kontaktkreis von Krupp bereits Kunden oder unmittelbare Anknüpfungspunkte für den Absatz in Deutschland. Also haben die Vertreter von Krupp Stahlexport in allen Gremien und so auch im AHV NRW „die Ohren offen" gehalten und nach Kontakten für die Lösung solcher Produktideen gesucht. Immerhin konnten schließlich 200.000 Sets Bettwäsche aus dem Iran in Deutschland abgesetzt werden, hergestellt auf modernen Textilmaschinen italienischer Herkunft, womit ein Erfolg auf die iranischen Forderungen nach Teheran vermeldet werden konnte. Vernetztes Denken und Handeln führten hier zum Erfolg. Die Beteiligung des Iran an Krupp bestand übrigens noch länger fort, schrumpfte jedoch durch die Fusionen mit Hoesch und später mit Thyssen und besteht heute nicht mehr.

Aufbruch zu neuen Ufern

Mehr eine Periode mit Episodencharakter war die Beteiligung des britischen Konglomerats Lonrho plc. von 1988 an der Krupp Handel GmbH einschließlich des Krupp Stahlexport. Damit war die Krupp Lonrho als 50 : 50 %-Gesellschaft geschaffen, was bei den traditionellen Geschäftspartnern der Krupp Handel GmbH und damit auch des Krupp Stahlexport einigen Erklärungsbedarf nach sich zog. Die Zielsetzungen für die Bildung dieses Joint Ventures waren wechselseitig die gegenseitige Schaffung und Realisierung von Synergien. Lonrho (ursprünglich 1909 gegründet als „London and Rhodesian Mining and Land Company") war als Konglomerat mit seinen rund 800 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften intensiv in der Förderung und Aufbereitung von Rohstoffen auf dem schwarzafrikanischen Kontinent tätig; Krupp Handel war weltweit im Vertrieb von Stahlprodukten tätig, auch im asiatischen Raum, wo Lonrho besonders an einem Markteintritt interessiert war. Also galt es, die Interessen zu verknüpfen und mögliche Synergien zu identifizieren und zu heben. Beide Gruppen betraten ein für sie neues Terrain, mit hohen Erwartungen an die Entwicklung von Zusatzgeschäften und den „Aufbruch zu neuen Ufern". In der Tat konnten einige wenige spektakuläre Projekte realisiert werden, so die Lieferung von Stahlrohren für eine über 200 Kilometer lange Öl-Pipeline in Zimbabwe durch den Krupp Stahlexport. Auch hier waren Expertengruppen häufig mit der Frage befasst, wie diese völlig unterschiedlichen Unternehmensinteressen zur Realisierung von neuen Geschäftsideen zwischen Lonrho und Krupp verknüpft werden können. Wir sprachen mit vielen Unternehmen, wobei der AHV NRW auch eine Kommunikationsplattform bildete, die von uns genutzt wurde. Fairerweise: Es kann nicht mehr rekapituliert werden, ob und in welchem Umfang einzelne solcher Gespräche zum Erfolg führten; viel wichtiger aber war, dass es Anknüpfungspunkte für Sondierungen gab, die genutzt werden konnten. Im Zusammenhang mit der Fusion zwischen Krupp und Hoesch 1993 musste das Joint Venture wieder aufgelöst werden, also Krupp kaufte den 50 %-Anteil von Lonrho zurück. Damit war diese Episode beendet.

Wertvolle Informationen

Ein weiterer Anknüpfungspunkt zwischen Krupp Stahlexport und dem AHV NRW war die häufige Anforderung zu Kompensationsverpflichtungen aus den Staaten im Rat für Gegenseitige Wirtschaftshilfe des sog. Ostblocks unter Führung der UdSSR. In den meisten Fällen mussten Lieferungen in diese Staaten wegen

Herstellung von Ölfässern als Verbundprojekt einer Anlagenlieferung und von Stahlblechen durch Krupp Stahlexport nach Saudi Arabien (Quelle: Historisches Archiv Krupp)

der Devisenknappheit kompensiert werden durch die Abnahme anderer Wirtschaftsgüter aus der Produktion dieser Staaten, üblicherweise jedoch mit Produkten der gleichen Außenhandelsorganisation und damit artverwandten Gütern. Konkret: für Lieferungen von Krupp Stahlexport mussten andere Stahlprodukte abgenommen werden. Damit konnten wir etwas anfangen, da Stahl für uns ein klassischen Handelsprodukt war. Schwieriger wurde es, wenn ein Abnehmerstaat für unsere Gesellschaft „artfremde" Produkte anbot wie Maschinen oder Lebensmittel oder Holz. Hier verfügte der AHV NRW immer über wertvolle Informationen zu möglicherweise an diesen Produkten interessierten Unternehmen; es gab ein Anschriftenverzeichnis oder auch die unmittelbare Kommunikation in den Gesprächsrunden des AHV NRW. So konnten manche Anforderungen sogar innerhalb von Nordrhein-Westfalen abgewickelt werden. Ohnehin gab es in Deutschland drei Zentren für Handelsgeschäfte dieser besonderen Art, nämlich in Hamburg, in Bremen und eben in Düsseldorf, wo eine Vielzahl von Export- und Importhandelshäusern ihre Heimat hatten; neben deutschen Unternehmen hatten sich auch ausländische Firmen aus Japan oder den RGW-Staaten in Düsseldorf niedergelassen. Damit nahm der AHV NRW eine Position in der Mitte des Geschehens ein.

We export experience

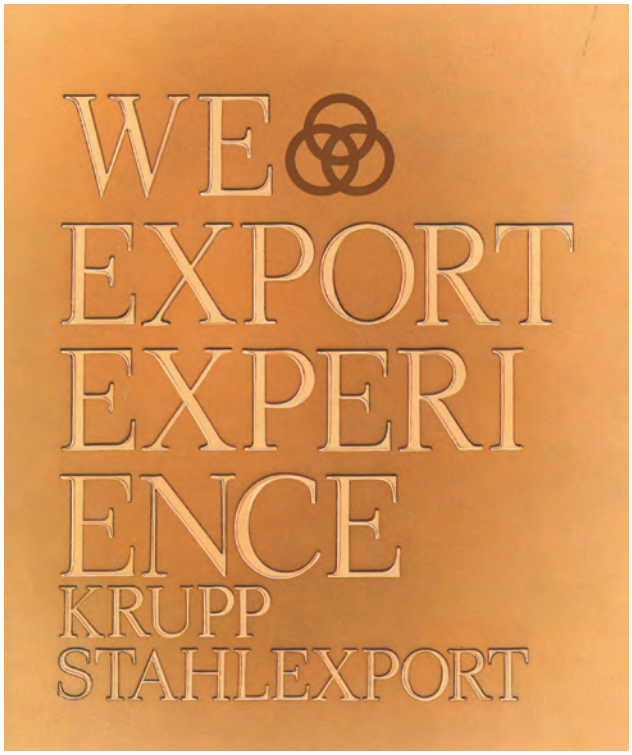
Der Slogan von Krupp Stahlexport lautete in der Zeit der 1970er und 1980er Jahre „We export experience", wobei das Leistungsprogramm des organisatorisch verbundenen Geschäftsbereiches Anlagentechnik einen wichtigen Baustein des Gesamtportfolios dieses Know how-Profils bildete; entstanden war diese Aktivität mit Anlagentechnik in den 1970er Jahren als Ergebnis von Kundenanforderungen für Komplettlösungen mit Stahl und Anlagen „aus einer Hand". Zeitweilig entwickelte sich die Anlagentechnik zu einem General Contractor auch für Großprojekte mit nennenswerten Umsatzanteilen. Das Deckblatt einer Broschüre dieser Zeit dieser Zeit möge hier den Slogan des Auftrittes von Krupp Stahlexport verdeutlichen, ergänzt um einige Foto-Aufnahmen aus eben dieser Broschüre.

Großen Fusionen

Erwähnt sei noch, dass auch ein Unternehmen wie der Krupp Stahlexport Teil der Unternehmenskonzentration in der Montanindustrie ab Mitte der 1980er Jahre war. Mit den großen Fusionen mit Hoesch (1993) und Thyssen (1999) kamen unterschiedliche Unternehmen zusammen, so Hoesch Export, der Mannesmann Handel, die Otto Wolff Handelsgesellschaft, die Thyssen Stahlunion und eben Krupp Stahlexport. So erwirtschafteten die fusionierten Handelsunternehmen von Thyssen Krupp (heute: thyssenkrupp) im Handel und Dienstleistungssektor mit Stahl- und sonstigen Werkstoffprodukten im Geschäftsjahr 2018/19 einen Umsatz weltweit von 13,9 Mrd. €; eine solche Größenordnung im Geschäftsvolumen hatte sich zu den Gründerzeiten des Krupp Stahlexport in den 1940er Jahren ganz sicher niemand vorstellen können.

Es bleibt noch, dem Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen zum 75-jährigen Jubiläum alles Gute zu wünschen und auf die nächsten 75 Jahre eines kraftvollen Wirkens zum Wohle seiner Mitglieder anzustoßen. ◀

Klaus Potthoff
info@potthoff-d.de



Axel Hebmüller

der neue Vorsitzende des AHV NRW e.V.

Am 6. September 2021 wurde im Rahmen der Mitgliederversammlung im Industrieclub Düsseldorf der neue Vorsitzende des AHV NRW e.V. gewählt: Axel Hebmüller. Damit löst Herr Hebmüller den langjährigen Präsidenten Theo-Heinz Nientimp ab. Das AHV Magazin stellt hier gerne Herrn Hebmüller vor.

AHV NRW: Bitte stellen Sie sich unseren Lesern kurz vor.
Axel Hebmüller: Geboren 1967 in Neuss, seit 1995 selbständig mit der Hebmüller SRS Technik GmbH. Verheiratet, einen Sohn der auch im Unternehmen tätig ist. Geschäftsführender Gesellschafter der Hebmüller Verwaltung GmbH, Hebmüller SRS Technik GmbH und der Hebmüller Handel GmbH.

AHV: Können Sie uns etwas über Ihr derzeitiges Unternehmen erzählen?
AH: Hebmüller SRS Technik GmbH: Entwicklung und Montage von Ventilen für die Wasserversorgung und Wasserentsorgung für Bordküchen und Bordtoiletten in Linienflugzeugen und VIP-Flugzeugen. Hebmüller Handel GmbH: Beratung und Verkauf von Armaturen für die Pharma- und Biotech Industrie, sowie Spezialindustriearmaturen. Hebmüller Verwaltung GmbH: Unternehmensbeteiligungen und Beratungstätigkeiten für US-amerikanische Unternehmen.

AHV: Welche Erfahrungen haben Sie mit dem Außenhandel gemacht?
AH: Seit über 25 Jahren vertreten wir US-amerikanische KMU´s in Deutschland und unterstützen die Unternehmen bei Ihrem Markteintritt in den deutschen Markt. Auf der anderen Seite ist der Exportanteil der Ventile für die Luftfahrtindustrie bei über 95%.

AHV: Was war Ihr persönlicher Grund, Mitglied beim AHV NRW zu werden?
AH: Der Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmen im AHV ist wohl der Punkt, der mir am meisten am Herzen liegt und mich beim AHV begeistert.

AHV: Was hat Sie dazu bewogen, sich als ehrenamtlicher Vorsitzender zur Verfügung zu stellen?
AH: Das Fundament des AHV sind traditionell familiengeführte KMU´s. Im Rahmen der Globalisierung ist es wichtig, dass ein Informationsaustausch für diese Unternehmen stattfindet. Dieser Austausch muss für die Nachfolgegenerationen gesichert und ausgebaut werden. Über den AHV haben wir die Möglichkeit, Einfluss auf politischer Ebene geltend zu machen. Da liegt es nahe, dass man sich ehrenamtlich für eine so wichtige Sache engagiert.

AHV: Können Sie uns schon einige Ihrer Hauptanliegen bezüglich des AHV NRW nennen?
AH: In den nächsten Jahren wird es darum gehen, den AHV in die nächste Generation zu führen. Die weltweite Vernetzung von Unternehmen und politischen Einflussnahmen wird weiterwachsen. Hier sind wir als AHV gefordert, Risiken und Chancen aus und in den verschiedenen Ländern an unsere Mitgliedsunternehmen zu kommunizieren und nach Möglichkeiten über unser Netzwerk Hilfestellungen zu leisten.

AHV: Sie gehören zu einer jüngeren Generation als Ihr Vorgänger. Wie sehen Sie das Thema der Nachwuchsförderung?
AH: Nachwuchsförderung muss und wird eine zentrale Rolle unserer Arbeit im AHV sein. So werden wir in Zukunft einen Arbeitskreis „junge AHV´ler“ ins Leben rufen, um das Netzwerken unter der nächsten Generation mit Ihren eigenen Vorstellungen zu fördern. ◀

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

Formularverlag CW Niemeyer -
Ihr Fachverlag für den Außenhandel.

Kennen Sie das? Sie möchten schnell etwas exportieren, haben aber gerade nicht das richtige Formular zu Hand?

Bei uns erhalten Sie sämtliche Formulare rund um Im- und Export. Alle nach den neuesten Verordnungen und amtlichen Bestimmungen. Wie zum Beispiel:

- **Ursprungszeugnis (eUZ)**
- **Ursprungszeugnis, gelbe Kopie**
- **Warenverkehrsbescheinigung EUR. 1**
- **Warenverkehrsbescheinigung A.TR.**
- **Carnet A.T.A**
- **CMR-Frachtbrief u.v.m.**

Gefahrgut ist auch ein tägliches Thema bei Ihnen?

Kein Problem! Auch in diesem Bereich sind wir die richtigen Partner für Sie. In unserem Sortiment finden Sie Formulare, Label, Fachbücher und Schulungen, wie z.B.:

- **IATA DGR (Buch + Webdownload)**
- **Beförderungsdokument für gefährliche Güter nach §6 GGVSee (IMO-Erklärung)**
- **Shippers Declaration for Dangerous Goods (Formular)**
- **Label Klasse 1 bis Klasse 9 u.v.m**

Damit hört unser Service für Sie bei uns noch lange nicht auf.

Täglich sind für Sie persönliche Ansprechpartner im Einsatz. Sie können rund um die Uhr im Shop bestellen und wenn es mal ganz schnell gehen muss sogar vor Ort in der Woche abholen.

Unser Ziel ist es, mit Ihnen zusammen die ideale Lösung zu finden.

FORMULAR VERLAG

Wir freuen uns auf Sie!

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

Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen gestern und morgen

Interview mit Theo-Heinz Nientimp und Andreas Mühlberg

Interview und Fotos: Joop van Reeken

AHV NRW Geschäftsführer Andreas Mühlberg und - noch- AHV NRW Vorsitzender Theo-Heinz Nientimp im Gespräch

So wie Nordrhein-Westfalen wird auch der AHV NRW e.V. in diesem Jahr 75 Jahre jung. Des Weiteren wird in 2021 ein neuer Vorstand und mit ihm ein neuer Vorsitzender oder eine neue Vorsitzende gewählt. Nach zehnjähriger Amtszeit (2011 – 2021) als Vorsitzender des AHV NRW e. V. wird Herr Nientimp sein Ehrenamt altersbedingt an die jüngere Generation übergeben. Ein guter Anlass mit Herrn Nientimp und Herrn Mühlberg, dem AHV NRW Geschäftsführer, ein Gespräch zu führen.

Joop van Reeken: Herr Nientimp, Sie verabschieden sich in diesem Jahr als Vorsitzender des Außenhandelsverbandes Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.). Wie blicken Sie auf diese Zeit zurück?

Theo-Heinz Nientimp: Wir – Herr Mühlberg und ich - kennen uns deutlich länger, als ich Vorsitzender des AHV gewesen bin.

Aus der Retrospektive war der AHV NRW in vielerlei Hinsicht ein anderer Fachverband als der, der er heute ist. Damals war der AHV NRW geprägt von den Vorstellungen der Großkonzerne: Mitglieder wie ThyssenKrupp, MAN Ferrostaal, IMPERIAL Logistics International - alles Riesenunternehmen mit Milliardenumsätzen. Ihr Einfluss auf die Verbandsarbeit war in dieser Zeit besonders stark ausgeprägt. Das hat sich gewandelt, als die Großkonzerne in den Jahren darauf verstärkt ihr Engagement bei den Verbänden überdacht und stark reduziert haben.

Für uns war die Herausforderung, die finanziellen Verluste durch die Abgänge großer Unternehmen auszugleichen. Für die Großkonzerne war der AHV NRW eigentlich nur als Lobbyist interessant. Diese Unternehmen verfügen über genügend Fachabteilungen, die sich mit Themen zur Exportkontrolle, Exportfinanzierung und Zoll, Logistik usw. beschäftigen und damit verbundene Fragen eigenständig klären können. Manches Mal konnten wir die

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

Fachkompetenz der großen Unternehmen für andere Mitgliedsunternehmen abrufen. Das war für uns ein wichtiger Input. Aber meine Vorstellung ging dahin, den AHV NRW stärker für die kleineren und mittleren Unternehmen zu öffnen, schließlich komme ich selbst aus einem kleineren Unternehmen.

Zu Beginn meiner Amtszeit habe ich gemeinsam mit Herrn Mühlberg viele Bestands- und neu gewonnene Mitgliedsunternehmen vor Ort besucht. Über einen Verband, wie den AHV NRW, hat man einen wesentlich leichteren Zugang zu anderen Außenhandelsunternehmen, die ähnlich gelagerte Herausforderungen im Tagesgeschäft zu bewerkstelligen haben. Die Nutzung von gegenseitigen Erfahrungswerten hierbei ist noch heute einer der Beweggründe, Mitglied im AHV NRW e. V. zu werden.

Andreas Mühlberg: Ich kann mich noch sehr gut an das persönliche Kennenlernen mit Herrn Nientimp erinnern. Als ich im Oktober 1997 zum neuen Geschäftsführer ernannt wurde, habe ich mich nach der Einarbeitungszeit den Bestandsmitgliedsunternehmen nach und nach persönlich vorgestellt, so auch bei der thenex GmbH in Bocholt, die bereits seit 1983 Mitglied im AHV NRW ist. Auf der Mitgliederversammlung im April 1999 wurde Herr Nientimp auf Vorschlag des damals amtierenden Vorsitzenden, Herrn Schröteler, in den Vorstand gewählt.

THN: Ja, ich kann mich an das Vorgespräch mit Herrn Schröteler noch gut erinnern. Ich brachte mich immer wieder mit meinen Erfahrungen als Außenhändler ein und sparte nie mit kritischen Äußerungen. Ich denke, Herr Schröteler dachte damals, der ist frech genug, den können wir im Vorstand mit seiner offenen und direkten Art gut gebrauchen.

JvR: Wie haben Sie, Herr Mühlberg, die Zusammenarbeit mit Herrn Nientimp erfahren?

AM: Ich habe seine Amtszeit als sehr angenehm und professionell empfunden. Ein Wechsel im Vorstand, insbesondere beim Ehrenamt des Vorsitzenden ist naturgemäß für jeden Geschäftsführer eine Herausforderung. Als Herr Nientimp zum Nachfolger von Herrn Udo Völker gewählt wurde, musste ich mich auf einen neuen Arbeits- und Führungsstil einstellen.

Die Ferrostaal, für die Herr Völker als Generalbevollmächtigter tätig war, zählte seinerzeit zu den größeren Mitgliedsunternehmen und war seit 1946 Gründungsmitglied unseres Verbandes. Unabhängig davon bekam ich ab 2001 im Rahmen der Verbandsarbeit und den damit verbundenem Abstimmungsbedarf mit Herrn Völker einen fundierten Einblick in die Strukturen und Entscheidungswege eines Großunternehmens.

Mit dem Wechsel zu Herrn Nientimp 2011, gab jetzt ein Familienunternehmer den Ton an. Er bestimmte mit seinem eigenen Arbeits- und Führungsstil die auf den Geschäftsführer delegierte Verbandsarbeit.

Für mich prägend war es, dass in der Amtszeit von Herrn Nientimp Ideen zur Neuausrichtung der Verbandsarbeit schnell umgesetzt wurden. Es war für mich und auch für den AHV NRW ein großer Vorteil, dass ich Herrn Nientimp seit Beginn meiner Tätigkeit als Geschäftsführer kenne.

Natürlich waren wir beide in den zehn Jahren nicht immer einer Meinung, doch durch den sachlichen Austausch von Argumenten und Ideen haben wir, stets im Einklang mit Vorstand und Beirat, für den AHV NRW immer das Beste rausgeholt. Dadurch hat sich bei uns in den Gremien auch eine lebendige Diskussionskultur entwickelt. Durch die jahrelange, vertrauensvolle Zusammenarbeit fühle ich mich der Familie Nientimp sowohl beruflich, als auch privat, verbunden.

JvR: Wie hat sich die AHV NRW Verbandsarbeit in den Jahren verändert?

AM: Wir haben einen klaren Satzungsauftrag, der besagt, dass wir unsere Mitgliedsunternehmen in allen Fragen des Außenhandels beraten und die gemeinsamen Interessen gegenüber Dritten wahrzunehmen und zu vertreten haben, wo immer auch gefordert. Daran hat sich nichts geändert. Geändert hat sich nur die Umsetzung dieser vielschichtigen Aufgabe.

Durch den persönlichen Einsatz von Herrn Nientimp hat sich das Zusammenspiel von Ehrenamt, Geschäftsführung und vor allem der Mitgliedsunternehmen stark geändert. Mit der Zeit gab es eine Dynamik, dass die ohnehin bestehenden Kontakte zu den Mitgliedsunternehmen auf persönlicher Ebene intensiviert werden konnten.

Ein Beispiel von vielen war die Gründung des After Trade Clubs (ATC) im Jahr 2012. Seitdem gibt es nahezu jeden ersten Donnerstag im Monat ein Mitgliedertreffen im Rahmen des ATC. Corona-bedingt haben wir mehrere ATCs online stattfinden lassen. Als Verbandsgeschäftsführer gewinne ich dadurch einen guten Einblick in die praktischen Herausforderungen eines Außenhändlers.

Es ist schon ein Unterschied, ob man bei Konferenzen miteinander spricht oder sich in geselliger Atmosphäre über berufliche Themen austauscht. Der ATC hat sich über die Jahre hinweg zu einem etablierten Angebot für unsere Mitglieder entwickelt.

THN: Ich erinnere mich, dass wir seinerzeit ordentlich Gas gegeben haben. Wir haben z.B. die großen Außenhandelstage 2012 in Essen auf der Zeche Zollverein und 2013 in den Rheinterrassen in Düsseldorf jeweils mit sehr hochkarätigen Sprechern durchgeführt. Besonders an Guido Westerwelle erinnere ich mich, damals amtierender Bundesaußenminister. Er hielt 2013 in Düsseldorf eine leidenschaftliche Rede zur Außenwirtschaft.

Wir hatten das Podium besetzt, gut, es war Wahljahr, mit: Armin Laschet, CDU-Chef NRW, heute Ministerpräsident, Christian Lindner ▶

2. AHV NRW Außenhandelstag Nordrhein-Westfalen (2013)

(FDP) sowie der damalige NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin (SPD).

Das NRW-Wirtschaftsministerium hat 2015, unter Leitung von Herrn Duin, einen Beirat Außenwirtschaft berufen, dem ich von Beginn an mit angehörte. Daran hat sich bis heute unter Prof. Dr. Pinkwart (FDP) nichts geändert.

Als weiteres Medium kam 2015 dann das AHV Magazin dazu, welches inzwischen große Verbreitung und auch sehr großes Ansehen genießt.

AM: Anlässlich des 65-jährigen Verbandsjubiläums veranstalteten wir 2011 in der Auermühle in Ratingen das erste Sommerfest des AHV NRW. Weitere folgten auf Wunsch unserer Mitgliedsunternehmen 2015 auf Schloss Grünewald in Solingen und 2018 im Golfclub Meerbusch.

THN: Bei den Sommerfesten waren Vertreterinnen und Vertreter des Konsularischen Korps von Europa bis Fernost und der USA gern gesehene Gäste.

Den AHV haben wir über Jahre hinweg im Sinne einer verstärkten Kundenorientierung neu ausgerichtet. Das hat bis heute eine positive Ausstrahlung. Wir haben ein gutes Standing bei der Politik, sowohl auf Bundesebene als auch auf Landesebene.

Es konnte eine Netzwerkkultur geschaffen werden, in der sich unsere Mitgliedsunternehmen sichtlich wohl fühlen.

JvR: Welche fachlichen Themen prägten Ihre zehnjährige Amtszeit besonders?

THN: Gegenüber der Politik setzen wir uns für einen regelbasierten Außenhandel ein und lehnen jede Form von Protektionismus ab. Aktuelle Überlegungen der Politik, mit Exportverboten, Zöllen oder anderen Maßnahmen ins Marktgeschehen einzugreifen, lehnen wir ab.
Zur weiteren Themenvielfalt zählen die Bereiche Außenhandelsfinanzierung, Exportkontrolle und Zoll. Hier wurde vor einigen Jahren, unter Einbindung des AHV NRW, vom BGA / BDEx Arbeitskreise ins Leben gerufen, bei denen sich die jeweils zuständigen Fachabteilungen zu aktuellen Themen austauschen können.

Im Bereich der Exportkontrolle haben wir im jahrelangen Gesetzgebungsverfahren zur Neufassung der EU-Dual-Use Verordnung gegenüber dem Ausgangsentwurf viele Entschärfungen und Klarstellungen erreichen können.

Im Rahmen unserer jährlich stattfindenden Mitgliederversammlung haben wir zudem immer angestrebt, mit hochkarätigen Gastrednern bestimmte Themen stärker in den Fokus zu rücken. So hatten wir beispielsweise 2020 den britischen Generalkonsul, Herrn Rafe Courage, zu Gast. Er gab uns einen Einblick in die BREXIT-Verhandlungen und warb mit Leidenschaft für die deutsch-britischen Geschäftsbeziehungen.

2017 hatten wir Herrn Elmar Brok, Mitglied des Europäischen Parlaments (MdEP) und ehemaliger Vorsitzender des Auswärtigen Ausschusses des Europäischen Parlaments bei uns zu Gast. Ein geeintes und wirtschaftlich starkes Europa liegt uns Außenhändler besonders am Herzen. 2018 hatten wir dann NRW-Verkehrsminister Hendrik Wüst und 2019 Herrn Karl Brauner, stellvertretender Generaldirektor der Welthandelsorganisation (WTO), zu Gast.

AHV NRW Sommerfest 2015

In den vergangenen Jahren beschäftigte uns das Gesetzgebungsverfahren zum jüngst verabschiedeten Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG). Das Gesetz ist gut gemeint, jedoch schlecht gemacht.

Um es auch an dieser Stelle noch einmal klar zu sagen: Menschenrechte sind nicht verhandelbar. Die Einhaltung und Verteidigung der Menschenrechte sowie der Schutz der Umwelt gehören zum Wertekanon eines ehrbaren Kaufmannes.

JvR: Gab es bei der Zielgruppe für den AHV NRW Überlegungen?

THN: Die Nachwuchsförderung ist extrem wichtig und spielt bei der Betrachtung von Zielgruppen für den AHV NRW eine große Rolle.

AM: Mir als Geschäftsführer liegt diese Frage auch sehr am Herzen. Denn wir dürfen die jungen Leute nicht vergessen. Die Einbindung von jüngeren Leuten in den AHV NRW als Vertreter/Vertreterinnen der Mitgliedsunternehmen wollen wir vorantreiben. Die Ausbildung von jungen Leuten halten wir für extrem wichtig. Als Fachverband der Außenwirtschaft haben wir die Nähe zu Universitäten und Fachhochschulen gesucht. Daraus ergaben sich erfolgreiche Aktionen. Die Seminarreihe „Fit for Trade" haben wir ins Leben gerufen, um speziell Außenhandelsthemen als Seminare anzubieten, nicht nur für Mitgliedsunternehmen, sondern für jedes Unternehmen. Diese Seminare richten sich an Auszubildende im dritten Ausbildungsjahr und andere Personen, die sich ein fundiertes Grundlagenwissen zu Themen des Außenhandels aneignen möchten. Neben den obligatorischen Fachthemen beinhaltet die Seminarreihe auch juristisches Grundwissen für Außenhändler.

JvR: Wenn die neue Ausgabe des AHV NRW Magazins erscheint, wird Ihr Nachfolger bekannt sein. Was wünschen Sie dem AHV für die Zukunft?

THN: Genau. Nach 10 Jahren ist es Zeit für mich aufzuhören. Inzwischen bin ich 67 Jahre alt und freue mich auf ruhigere Zeiten. Ohne Wehmut scheide ich aus diesem Amt, weil ich weiß, dass der AHV NRW gut aufgestellt ist. Neue Besen kehren gut, sagt man. Ich bin sehr zuversichtlich, dass der „neue Besen" auch wieder gut kehren wird. Mein Nachfolger hat zahlreiche neue Ideen und wird, da bin ich sicher, den AHV weiter voranbringen. Ich wünsche dem neuen Vorsitzenden und allen, die sich um den AHV NRW künftig kümmern werden, dass es ihnen gelingen wird, Mitgliedsunternehmen zu begeistern und die Interessen von uns Außenhändlern bestmöglich zu vertreten.

Ich weiß, dass auch mein ältester Sohn, der ja im elterlichen Unternehmen schon als Geschäftsführer tätig ist und meine Nachfolge im Unternehmen angetreten hat, sich im AHV NRW engagieren möchte. Das begrüße ich sehr.

Ich möchte mich bei Herrn Mühlberg herzlich bedanken. Ich habe stets meine Meinung gesagt und dies nie bereuen müssen. Herr Mühlberg war mir immer ein hervorragender und kompetenter Partner. Es war nicht immer leicht mit uns beiden, weil wir auch schon mal unterschiedlicher Meinung sind. Aber wir haben uns immer zusammengerauft, pragmatische Lösungen gesucht und immer gefunden. Ich bin sehr dankbar, dass ich mit Andreas Mühlberg einen sehr engagierten Geschäftsführer an meiner Seite wusste, der mit Herzblut die Interessen von uns Außenhändlern vertritt und sich auch nie für etwas zu schade war. Wenn es galt, anzupacken, dann war er immer da.

Mein Dank geht auch an die Mitglieder des Vorstandes und des Beirates. In all den Jahren haben wir immer gut ▶

zusammengearbeitet. Sicher wird auch mein Nachfolger von den Erfahrungen dieser Gremien profitieren können.

Ein besonderer Dank gilt auch den Düsseldorfer Arbeitgeberverbänden, insbesondere dem Hauptgeschäftsführer, Herrn Grütering. Seit 1998 hat der AHV NRW seine Geschäftsstelle unter dem Dach der Düsseldorfer Arbeitgeberverbände e. V.. Dank der Anbindung an das dortige Unternehmer- und Verbandsnetzwerk, insbesondere die Verknüpfung mit der Landesvereinigung der Unternehmensverbände Nordrhein-Westfalen (unternehmer.nrw), kann der AHV NRW seine Verbandsaufgaben sehr gut wahrnehmen und kann somit eine intensive Betreuung seiner Mitgliedsunternehmen in vielerlei Hinsicht sicherstellen.

JvR: Besser kann man hier nicht abschließen. Vielen Dank für das Gespräch. ◀

Das Interview wurde am 18.06.2021 in Bocholt durchgeführt.

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

„Ich liebe es, Metall und meiner Firma eine besondere Form zu geben."
Fördern, was NRW bewegt.

Melanie Baum, Geschäftsführerin Baum Zerspanungstechnik, fertigt anspruchsvolle Dreh- und Frästeile nach Kundenwunsch – mit zufriedenen Mitarbeitern und modernen Maschinen. Die nötige Finanzierung ermöglichte ihr die NRW.BANK.

Die ganze Geschichte unter: nrwbank.de/baum

NRW.BANK
Wir fördern Ideen

Gemeinsam mehr erreichen: „Business Scouts for Development“

Text: Manuel Neumann

Die entwicklungspolitischen Expertinnen und Experten sind an Institutionen der verfassten Wirtschaft in Deutschland und in knapp 40 weiteren Ländern tätig. Dort beraten sie Unternehmen zu verantwortungsvollem, entwicklungsorientiertem Engagement in Entwicklungs- und Schwellenländern und greifen dafür auf ein internationales Netzwerk zurück.

Manuel Neumann
Berater Business Scout for Development

IHK Düsseldorf
in Kooperation mit IHK Mittlerer Niederrhein
Ernst-Schneider-Platz 1
40212 Düsseldorf

T +49 211 35 57 266
M +49 152 900 123 87
business-scout@duesseldorf.ihk.de

Business Scouts for Development

Eine internationale Ansprechstruktur für Unternehmen zu bieten, die neue Märkte in den Blick nehmen und sich für nachhaltige Wirtschaft einsetzen möchten, ist das Ziel der Business Scouts for Development. Sie beraten im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) zu Kooperationsangeboten und Förder- sowie Finanzierungsmöglichkeiten der deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Mit der Zielsetzung die Lebensumstände vor Ort zu verbessern, beraten und begleiten sie die Initiierung und Umsetzung von Kooperationsprojekten mit Unternehmen. So können nachhaltige Entwicklung vorangetrieben und zusammen mit der Wirtschaft Arbeitsplätze und neue Perspektiven geschaffen werden.

Im Dialog mit Partnern vor Ort (© GIZ)

Länder- und branchenübergreifend im Einsatz

Die Beraterinnen und Berater des Programms sind an verschiedenen Institutionen im Einsatz: In Deutschland sind die Business Scouts direkt bei Spitzenverbänden der deutschen Wirtschaft, Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern, Branchenverbänden und Ländervereinen tätig. In den Partnerländern sind Business Scouts u.a. direkt bei den Auslandshandelskammern und Delegationen der Deutschen Wirtschaft angestellt. Sie schlagen so die Brücke zwischen privatwirtschaftlichem Engagement und Entwicklungszusammenarbeit. ◀

Seit Anfang 2021 gibt es das Serviceangebot für Unternehmen auch an der IHK Düsseldorf in Kooperation mit der IHK Mittlerer Niederrhein. Bei Interesse wenden Sie sich gerne an Herrn Manuel Neumann, Berater für Entwicklungszusammenarbeit / Business Scout for Development der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ).

C.H. Erbslöh

The Art of Distribution since 1876

Text: Jennifer Kämper

Ein vergnügter Betriebsausflug anno 1889 (© C.H. Erbslöh)

1876 wurde unser Unternehmen von Herrn Carl Hugo Erbslöh im Herzen von NRW, im Düsseldorfer Zentrum gegründet. Bereits damals war die Firma Erbslöh ein Großhandel für Schwerchemikalien, wie beispielsweise Sodaprodukte, Chlorkalk und Säuren und importierte schon zu diesem Zeitpunkt Waren aus Italien. Diese Zeit war von der Industrialisierung geprägt, Europa wuchs immer mehr zusammen und auch der Welthandel entwickelte sich zunehmend. Die Menschen verließen ihre ländliche Heimat und siedelten sich in den Städten des Rhein- und Ruhrgebiets an. Dies erleichterte der Firma Erbslöh den Zugang zu Arbeitskräften. Um einen Ausgleich zum Arbeitsalltag zu haben, wurden schon damals Betriebsausflüge gemacht, wie beispielsweise im Jahr 1889, ging es ein wenig weiter hinab den Rhein, auf den Drachenfels.

Aufgrund eines Feuers wird das Firmengebäude stark beschädigt, so dass man sich für eine Umsiedlung an den Düsseldorfer Hafen entscheidet. 1896 wird das neue Büro eröffnet.

Mit dem ersten Weltkrieg verliert Europa, im Gegensatz zu Nordamerika, immer mehr an Bedeutung auf dem Weltmarkt. Um dieser Entwicklung zu entsprechen, entschließt sich die Firma Erbslöh sich standortmäßig zu erweitern und einen Schritt aus NRW heraus zu

C.H.Erbslöh
1876

wagen und eröffnet, Ende der 20er Jahre, eine Geschäftsstelle am Hamburger Hafen.

Firmengebäude zu Beginn des 20. Jahrhunderts (© C.H. Erbslöh)

Kurz nach der Gründung des Außenhandelsverband NRW (AHV), Mitte der 40er Jahre, wurde 1951 die Firma Erbslöh Mitglied des AHVs und bereits die 3. Generation der Erbslöh Familie trat in unser Unternehmen ein. Kurz darauf wurde Carl Hugo Erbslöh III auch ein Teil des AHV Vorstands und war im regen geschäftlichen und freundschaftlichen Austausch mit dem Verband und seinen Mitgliedern. Der AHV war von großer Hilfe bei diversen Themen welche von Zoll über Preisbindungen bis hin zu Informationen bezüglich Kompensationsgeschäften gingen. Ab den 60er Jahren wurde die Umwandlung von C.H. Erbslöh KG (CHE) initiiert, in die noch heute bestehende, marktorientierte Strukturierung der Firma und die Konzentration auf den Handel mit Spezialchemikalien.

1974 wird Carl Hugo Erbslöh IV Teilhaber der Firma und, wie bereits sein Großvater, unterstütze auch er den AHV. Er war als Rechnungsprüfer tätig und stand stets dem AHV beratend zur Seite.

Das heutige Firmengebäude (© C.H. Erbslöh)

Ende der 80er Jahre findet ein erneuter Standortwechsel statt. Die Firmengrundstücke am Düsseldorfer- und Hamburger-Hafen bieten keine Erweiterungsmöglichkeiten mehr. Aber um dies weiterhin zu gewährleisten, siedelt sich CHE verkehrsgünstig gelegen in Krefeld, am Uerdinger Hafen an und schließt daraufhin die beiden anderen Geschäftsstellen. In den 90er Jahren begann, nach der Auflösung der Sowjetunion, der Handel innerhalb Europas für CHE weiter zu florieren. Tochtergesellschaften wurden in einigen europäischen Ländern gegründet, wobei der AHV eine gute Unterstützung für CHE war. Das Ziel war, die lokalen Kunden bestmöglich beraten zu können. Mit diesem Gedanken wurde ebenfalls die Distributoren-Gemeinschaft LEL gegründet, mit Partnern in Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien. Mithilfe dieses Netzwerks können wir heute den gesamten europäischen Markt bedienen und auf die lokalen Bedürfnisse und Gegebenheiten optimal eingehen.

Seit 2008 ist nun die 5. Generation, mit Christopher Erbslöh, in unserem Unternehmen angekommen und baut weiterhin stetig das europäische Angebot und dessen Reichweite aus, wie zur Zeit in Süd-Osteuropa. Derzeit bedienen wir die folgenden Branchen: Farben, Lacke, Klebstoffe, Bauchemie, Kosmetik, Pharma, Kunststoff- & Gummiindustrie, Leiterplattenindustrie, Abwasserbehandlung, Umwelttechnik, Schmierstoffindustrie, Lebensmittelindustrie.

Seit der Unternehmensgründung war es stets das Bestreben von CHE, Kunden (in ganz Europa) mit effizientem Service und qualitativ hochwertigen Spezialchemikalien, und seine Lieferanten aus der gesamten Welt, zu unterstützen, Lösungen für ihre Probleme zu finden und dies in der richtigen, verantwortlichen Art und Weise.

Damals so wie heute ist ein starker Partner, so wie der AHV es ist, entscheidend um in Zeiten von Protektionismus und immer sich ändernden und erweiternden Regularien zu bestehen und den Außenhandel zu erleichtern.

Einen herzlichen Glückwunsch an den AHV zu seinem 75-jährigen Bestehen und einen herzlichen Dank von uns für 70 Jahre Partnerschaft! ◀

Christopher Erbslöh
Geschäftsführer

C.H. Erbslöh GmbH & Co. KG
Düsseldorfer Straße 103
47809 Krefeld

T +49 2151 525 00
F +49 2151 525 106

Eine neue Außenwirtschaftsstrategie für Nordrhein-Westfalen

Global – digital – innovativ – nachhaltig

Text: Sophie-Christine Feldmann

Gemeinsam mit den nordrhein-westfälischen Unternehmen, Verbänden, Kammern, den Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Clustern, der neu aufgestellten Außenwirtschaftsgesellschaft und allen weiteren Akteuren der Außenwirtschaftsförderung möchten wir den gewaltigen Herausforderungen unserer Zeit entschlossen begegnen, um die Wirtschaft des Landes international bestmöglich aufzustellen.

Dafür hat Herr Minister Pinkwart im Januar 2021 eine neue Außenwirtschaftsstrategie für Nordrhein-Westfalen vorgestellt. Die Außenwirtschaftsstrategie ist unter Einbeziehung des Beirates für Außenwirtschaft, sowie Kammern, Verbänden und Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft entstanden und hat zum Schwerpunkt, dass sich die Außenwirtschaftsförderung zukünftig verstärkt auf Zukunftsthemen und Branchen konzentrieren wird. Leitfaden der Neuausrichtung war dabei der Gedanke, dass eine kluge Außenwirtschaftsstrategie in unserer marktwirtschaftlichen Ordnung die Aktivitäten der Wirtschaft flankiert mit

Sophie-Christine Feldmann
Referentin im Referat für Grundsatzfragen der Außenwirtschaft, MWIDE

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

T +49 211 61772-697
F +49 211 61772-92-697
Sophie-Christine.Feldmann@mwide.nrw.de
www.mwide.nrw.de

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

dem Ziel, attraktive und wachstumsfördernde Direktinvestitionen nach Nordrhein-Westfalen zu holen und wachstumsstarke, zukunftsorientierte Auslandsmärkte für unsere Unternehmen zu erschließen.

Angesichts der Auswirkungen und des Ausmaßes der Corona-Krise und den damit verbundenen Herausforderungen für die Wirtschaft ist es entscheidend, wie schnell und wie stark Nordrhein-Westfalen aus der konjunkturellen Krise herauskommt. Für dieses exportorientierte und investitionsfreundliche Land hängt dies auch ganz maßgeblich von der klugen und entschlossenen Nutzung des außenwirtschaftlichen Instrumentariums ab, das nun, auch durch die Neuorganisation der Außenwirtschaftsgesellschaft, NRW.Global.Business, hervorragend aufgestellt ist.

Megatrends

Die Außenwirtschaftsstrategie richtet sich dabei an den Megatrends der Zeit aus – der Digitalisierung, der Globalisierung, der Neo-Ökologie und nicht zuletzt der zunehmenden Komplexität der weltwirtschaftlichen Verflechtungen – und berücksichtigt auch den neuen und wichtigen Punkt der Naturkatastrophen und Pandemien.

Nordrhein-Westfalen profitiert aufgrund seiner vorteilhaften geografischen Lage besonders stark von der Globalisierung und dem integrierten europäischen Binnenmarkt. Neben dem europäischen Binnenmarkt, der das Rückgrat für die Außenwirtschaftsaktivitäten bildet, bestehen in großem Umfang grenzübergreifende Handelsbeziehungen zu allen anderen großen Wirtschaftsräumen. In Nordrhein-Westfalen beschäftigen 20.000 ausländische Unternehmen mehr als eine Million Menschen und die Teilhabe der Unternehmen an den globalen Wachstumsmärkten macht die Wirtschaft robuster gegen Binnenmarktschwankungen. Die Globalisierung braucht dafür offene Märkte, weswegen sich das Land auch in der Strategie klar gegen protektionistische Tendenzen positioniert.

Zweifellos ist die Digitalisierung neben der Globalisierung der wesentliche Markttreiber. Die Digitalisierung verändert alle Wirtschaftsbranchen und wird weiterhin in Unternehmen zur Restrukturierung von Prozessen und Organisationen führen. Digitaltechnologien wie beispielsweise Robotik, Künstliche Intelligenz, Blockchain und Cloud-Computing, entwickeln sich zu einem der größten Wachstumsmotoren der Weltwirtschaft. Nordrhein-Westfalen wird die Digitalisierung nutzen, um sich zum modernsten und umweltfreundlichsten Wirtschaftsstandort Europas zu entwickeln. Bereits jetzt bietet es für inländische und ausländische Unternehmen ein großes Marktpotenzial mit starken industriellen Strukturen, einer sehr gut aufgestellten IKT-Branche und einem dynamisch wachsenden Start-up-Ökosystem. ▶

© MH-stock.adobe.com & ©metamorworks-stock.adobe.com

Daneben beschreibt der Begriff der Neo-Ökologie den Wandel gesamtgesellschaftlicher Werte und des Handelns hin zu einem ressourceneffizienten, nachhaltigen Wirtschaften. Für Nordrhein-Westfalen eröffnen sich daraus hervorragende internationale Geschäftschancen. Das Land hat mit seinen Technologien und Services für den Umwelt- und Klimaschutz bereits beste Erfahrungen gemacht. Für die Entwicklung eines ambitionierten Transformationspfades der nordrhein-westfälischen Wirtschaft, der auf nachhaltige und exportorientierte Strukturen abzielt, bedarf es aber noch weiterer Anstrengungen. Industrielle Innovationskonzepte, wie etwa die zirkuläre Wertschöpfung, die auf eine schrittweise Entmaterialisierung von Produktleistungen abzielt, müssen stärker in der Breite industrieller Wertschöpfung implementiert werden. Für die Zukunftsfähigkeit der nordrhein-westfälischen Außenwirtschaft ist entscheidend, den ökologischen Wandel als Chance zu begreifen und in die Nachhaltigkeit zu investieren.

Der wachsende Grad an Vernetzung ökonomischer, technologischer und ökologischer Herausforderungen ist ein wesentliches Merkmal der global verflochtenen Welt. Aufgrund der stetig wachsenden Komplexität der Weltwirtschaft wird es erforderlich werden, viele Grundlagen zu überdenken, mit dem Ziel, Risiken zu mindern und die heimische Wirtschaft widerstandsfähig zu machen gegenüber Krisen. Je diverser, komplexer und innovativer die Ressourcen, Kenntnisse und Möglichkeiten sind, desto erfolgversprechender sind die Zukunftschancen für die Wirtschaft des Landes.

Die letzten Jahre haben zudem deutlich gezeigt, dass Naturkatastrophen aufgrund des Klimawandels an Häufigkeit und Intensität zunehmen. Zugleich zeigt die Covid19-Pandemie deutlich die Anfälligkeit einer global vernetzten Welt für die schnelle Ausbreitung von Epidemien. Diese Ereignisse haben vielfältige unmittelbare und mittelbare Auswirkungen auf das außenwirtschaftliche Handeln Nordrhein-Westfalens. Die hohe Anfälligkeit von Lieferketten, insbesondere in systemkritischen Bereichen, sowie die Abhängigkeit von einzelnen Anbietern in den Versorgungsbranchen, muss daher in Zukunft stärker durch ergänzende Maßnahmen abgesichert werden. Erste Antworten können in der Diversifizierung von Lieferketten und in der verstärkten Anwerbung ausländischer Direktinvestitionen in Nordrhein-Westfalen liegen. Die NRW Außenwirtschaft wird diesem Aspekt vor allem bei sog. systemrelevanten Branchen verstärkt Rechnung tragen. Hier helfen auch die positiven Seiten der Globalisierung, weil Nordrhein-Westfalen auf eine gewachsene Struktur internationaler Kontakte zurückgreifen kann, die die Erreichung dieser Ziele erleichtern.

Handlungsfelder

Aus den die Außenwirtschaft der kommenden Jahre fünf prägenden Megatrends ergeben sich vier wesentliche Handlungsfelder für die NRW Außenwirtschaftsförderung:

- Einsatz für offene Märkte;
- Fokus auf Innovation, Technologie und Talente;
- Nachhaltigkeit als Chance und
- Anpassung der Strategie und Erhöhung der Reaktionsgeschwindigkeit durch agile Strukturen

Um offene Märkte zu erhalten und auszubauen werden Multilateralismus, Pluralismus und die Vermeidung von Handelshemmnissen gebraucht. Das Land wird sich mit seinen starken Netzwerken überall für offene Märkte einsetzen, auf Bundes-, europäischer und internationaler Ebene. Offene Märkte sind für das Land Nordrhein-Westfalen aufgrund des starken Außenhandels sowohl hinsichtlich des Exports als auch des Imports besonders wichtig. Marktoffenheit ist eine Grundvoraussetzung für den Welthandel und für die erfolgreiche Außenwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen.

Für die konsequente Weiterentwicklung der Außenwirtschaftspolitik des Landes und zur qualitativen Stärkung des Standorts und der Vermarktungschancen der Unternehmen, sind im Bereich der Innovationen derzeit fünf Branchen von besonders hoher Bedeutung: Maschinenbau, Elektroindustrie, Kraftwagen und -teile, Chemie und Pharmazie. Derzeit noch weniger außenhandelsorientierte Branchen entwickeln sich jedoch so dynamisch, dass die Auswahl von Fokusbranchen auch Zukunftspotenziale berücksichtigen muss. Insbesondere digitale Technologien sind hierbei vielversprechend, wie beispielsweise Cybersicherheit, Blockchain, digital vernetzte Produktion, Digitale Logistik, Digitale Energiesysteme, sowie die Künstliche Intelligenz. Eine weitere Orientierung für die Fokussierung auf vielversprechende Themen bieten die von der Landesregierung definierten Schlüsseltechnologien. Zu den Schlüsseltechnologien gehören die Wasserstofftechnologie, Nanotechnologien, die Mikrosystemtechnik, die Photonik und die Quantentechnologie, sowie neue Werkstoffe.

Eine in die Zukunft gerichtete Außenwirtschaftsförderung muss auch die Bedeutung der Neo-Ökologie berücksichtigen und diese Entwicklung nach Möglichkeit mitgestalten. Für die Arbeit der Akteure innerhalb der nordrhein-westfälischen Außenwirtschaft bedeutet dies die Schärfung des Bewusstseins, dass die weltweite Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und grünen Technologien weiter steigen wird und eine Fokussierung auf moderne Umwelttechnologien und neue Geschäftsmodelle die Zukunft prägen wird.

Aufgrund der zunehmend verkürzten Innovationszyklen, der Unvorhersehbarkeit technologischer Durchbrüche und sonstiger auch plötzlicher Veränderungen, müssen die Außenwirtschaftsaktivitäten jederzeit flexibel anpassbar sein. Die Außenwirtschaftsstrategie gibt angesichts rasanter neuer Entwicklungen dafür den notwendigen flexiblen Rahmen, um auf die vielfältigen Herausforderungen agil und zeitnah reagieren zu können. Mit dieser Strategie wurde ein wesentlicher Baustein

für die agile Außenwirtschaft geschaffen: Eine Grundlage als Auftrag und Orientierungshilfe für alle Akteure in der Außenwirtschaft, um hieraus die jeweils geeigneten Maßnahmen in eigener Verantwortung ableiten zu können.

Zukunftsperspektive

Dafür sollen mit der Außenwirtschaftsstrategie – auch im Zusammenspiel mit der Digitalstrategie, dem Industriepolitischen Leitbild, der Wasserstoffstrategie und der Innovationsstrategie – die Maßnahmen und Wege aufgezeigt werden, mit denen Nordrhein-Westfalen seine herausragende internationale Wettbewerbsposition an neue Entwicklungen anpassen, neue Märkte erschließen und durch internationale Innovationspartnerschaften das Potential für die Leistungs- und Zukunftsfähigkeit der Wirtschaft noch besser ausschöpfen kann. Durch investitionsfreundliche Rahmenbedingungen, gepaart mit der Weltoffenheit der Bevölkerung und auf der Basis einer auf engem Raum einzigartigen Forschungs- und Wissenschaftslandschaft wird sich die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Nordrhein-Westfalen weiter erhöhen. Mit der Außenwirtschaftsstrategie soll somit ein Beitrag dazu geleistet werden, dass der Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen mit hoch wettbewerbsfähigen Unternehmen und einer klimaneutralen, agilen, innovativen und digitalen Wirtschaftsstruktur seine hohe Attraktivität und sein Exportpotential noch besser zur Geltung bringen kann. ◀

Die Strategie ist in deutscher und englischer Sprache hier abrufbar: https://www.wirtschaft.nrw/pressemitteilung/neue-aussenwirtschaftsstrategie-nordrhein-westfalens-orientiert-sich-fuenf

Happy Birthday NRW!

Die Zukunft der deutsch-britischen Handelsbeziehungen

Text: Rafe Courage

Es freut mich sehr, dass ich gebeten wurde, einen Artikel für das AHV Magazin zu schreiben, feiern wir doch gerade das 75-jährige Jubiläum von NRW ebenso wie das des AHV. Der AHV ist ein wichtiges Sprachrohr für den Außenhandel in der Region, und ich konnte mir schon ein Bild von seiner hervorragenden Arbeit machen.

Operation Marriage (© 1946, Land NRW)

2021 ist ein ganz besonderes Jahr für die Beziehungen zwischen Großbritannien und Nordrhein-Westfalen: vor 75 Jahren, im August 1946, gründete die britische Militärregierung mit der Verordnung 46 das Bundesland. Von den Briten wurde dies als „Operation Marriage“ bezeichnet. Es war eine wirklich revolutionäre und mutige „Heirat“: nie zuvor waren das nördliche Rheinland und Westfalen vereint gewesen. Die Verbindungen zwischen der Region und Großbritannien reichen jedoch länger zurück als bis 1946: Im 19. Jahrhundert waren es vor allem britische Ingenieure und Investoren wie William Thomas Mulvany, die die Bergbauindustrie im Ruhrgebiet entwickelten und modernisierten.

Insofern können auch wir ein wenig stolz auf den Erfolg NRWs sein. Heute sind unsere beiden Länder so eng verbunden wie nie zuvor. Unsere lange gemeinsame Geschichte und Partnerschaft zeigt sich in allen wichtigen Bereichen - historisch, wirtschaftlich, kulturell und gesellschaftlich.

75 YEARS
#Freundship

Kommen wir jetzt aber zur Gegenwart. Mit einem Anteil von fast 20% am deutschen Handel mit dem Vereinigten Königreich (2020) ist NRW unser wichtigster Handelspartner. Nach NRW gehen mehr britische Exporte und Investitionen und hier sitzen mehr aktive britische Firmen als in jedem anderen Bundesland. Umgekehrt entfallen auf NRW 13,3% (€66,9 Mrd.) der deutschen Exporte nach dem Vereinigten Königreich und 24,1% der deutschen Importe (€34,7 Mrd.).

Wertschöpfungsketten

Bemerkenswert sind auch unsere starken gemeinsamen Wertschöpfungsketten, insbesondere in den Bereichen Chemie (14,7% aller Exporte von NRW in das Vereinigte Königreich im letzten Jahr), Automobil (16,3% aller NRW-Importe aus dem Vereinigten Königreich) und Pharma (15,5% der Importe).

Rund 129.000 Beschäftigte in Nordrhein-Westfalen arbeiten für Hunderte von britischen Unternehmen in der Region, und in Großbritannien sitzen über 400 nordrhein-westfälische Unternehmen. Auf beiden Seiten gibt es großartige Beispiele für wirtschaftlichen Erfolg: Vodafone, HSBC und Lush haben sich bewusst entschieden, ihre Auslandsniederlassung in der Region anzusiedeln, und deutsche Unternehmen lassen sich seit langem in Großbritannien nieder.

Aber es geht nicht nur um die wirtschaftlichen Verbindungen: Mehr als 20.000 Briten haben NRW zu ihrer neuen Heimat gemacht. Das sind mehr als in jedem anderen Bundesland. Und rund ein Viertel der 3,4 Millionen Deutschen, die jährlich nach Großbritannien reisen, kommen aus NRW. Wir sind außerdem durch 149 Städtepartnerschaften verbunden. Tatsächlich besteht die älteste Freundschaft dieser Art - zwischen Düsseldorf und Reading – seit 1947. In Düsseldorf wurde zudem die Deutsch-Britische Gesellschaft gegründet, die seit 72 Jahren den persönlichen Kontakt und Austausch zwischen unseren Ländern fördert. Auch im Bildungssektor sind wir eng miteinander vernetzt. Es gibt hunderte Austauschprojekte zwischen Schulen und Hochschulen zwischen NRW und UK. Unser Ziel ist es, noch weitere Schul- und Jugendaustauschprogramme einzurichten, in Zusammenarbeit mit unserem bilateralen Jugendaustauschprogramm, der UK-German Connection.

Jubiläumsprogramm

Diese 75 Jahre enger Verbundenheit feiern wir dieses Jahr mit einem vielfältigen und spannenden Jubiläumsprogramm, zusammen mit u.A. deutsch-britischen Organisationen und Kooperationspartnern, kulturellen Institutionen, Unternehmen, Städten, Schulen und natürlich unseren Bürgerinnen und Bürgern. Wir werden nicht nur zurückblicken, sondern unsere enge Freundschaft gemeinsam fit für die Zukunft machen.

Die Verbindungen zwischen Großbritannien und Deutschland waren noch nie so wichtig wie heute, da wir ein neues Kapitel in unseren Beziehungen aufschlagen. Eines, das wir nutzen werden, um unsere Partnerschaft weiter zu vertiefen. Das Vereinigte Königreich hat die Europäische Union am 1. Januar verlassen. ▶

75 Jahre Freundschaft (© Land NRW/Ralph Sondermann)

Generalkonsul Rafe Courage mit seiner Frau Theresa sowie Minister Holthoff-Pförtner mit Partner (© Britisches Generalkonsulat)

Die letzten fünf Jahre seit des Referendums haben sich lang angefühlt und deutlich gemacht, dass wir unterschiedliche Vorstellungen von der europäischen politischen Integration haben.

Jetzt haben wir ein Abkommen, das den Unternehmen die dringend benötigte Sicherheit gibt, um ihre Handelsbeziehungen fortsetzen und für die Zukunft planen zu können. Denn der Handel zwischen uns ist wichtig: wichtig für Unternehmen, Investoren und Arbeitnehmer auf beiden Seiten. Exporte nach Großbritannien sichern über 800.000 Arbeitsplätze in Deutschland, und britische Exporte nach Deutschland fast 500.000 britische Arbeitsplätze.

Die ersten sechs Monate des Jahres 2021 waren in vielerlei Hinsicht eine Herausforderung. Der Handel zwischen unseren beiden Ländern wird Zeit brauchen, um seinen Rhythmus zu finden, während wir uns von der Corona-Pandemie erholen und einen nachhaltigen wirtschaftlichen Aufschwung in Gang setzen.

Zusammenarbeit

Die erwähnten Zahlen bilden jedoch nicht die gesamte Handelsbeziehung zwischen Deutschland und dem Vereinigten Königreich nach dem Brexit ab. So gibt es großartige Beispiele für die erfolgreiche Zusammenarbeit von Unternehmen in NRW und Großbritannien.Die neuen Züge, die für die Londoner U-Bahn gebaut werden, sind ein gemeinsames Projekt von NRW/Deutschland, Großbritannien und Ősterreich. Wir müssen weiterhin eine Plattform anbieten, die diese Art der Zusammenarbeit fördert, gerade auch im Hinblick auf die globalen Chancen und Herausforderungen, die wir teilen.

Investitionen in Zukunftstechnologien wie die zukünftige Mobilität, künstliche Intelligenz und sauberes Wachstum sind der Schlüssel zur Erreichung unserer Klimaziele und eines nachhaltigen wirtschaftlichen Aufschwungs. Der 2019 von Staatssekretär Graham Stuart und Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart ins Leben gerufene Dialog für Technologiezusammenarbeit zwischen Großbritannien und NRW kann Impulse für die Zukunft geben und kommerzielle Möglichkeiten in beiden Ländern ausloten.

Großbritannien hat die EU verlassen, nicht aber Europa. Unsere gemeinsame Geschichte, Kultur und Werte werden Bestand haben. Ministerpräsident Armin Laschet erklärte Anfang des Jahres: „Die Bürgerinnen und Bürger hier teilen bis heute eine enge Verbundenheit mit unseren britischen Freunden. Auf dieser Freundschaft aufbauend [gilt es nunmehr] weiterhin gemeinsame Projekte, Partnerschaften und Perspektiven mit Leben zu füllen.“

Souveräne Partner

Wir schreiben das nächste Kapitel als souveräne Partner und wir werden wichtige Themen unserer Zeit gemeinsam angehen, seien es die Corona-Krise und der nachhaltige Wiederaufbau unserer Wirtschaft, die Klimakrise und Clean Growth oder die Rolle der Technologie in unserem Leben.

Ich freue mich darauf, viele von Ihnen im Laufe des Jahres zu treffen (sobald es Corona erlaubt) und mit Ihnen zusammenzuarbeiten, damit die deutsch-britischen Beziehungen weiter wachsen und gedeihen. Happy Birthday AHV, und Happy Birthday NRW!

Wie Sie Ihre Handelskontakte mit dem Vereinigten Königreich aufrechterhalten können

Unternehmen mit Sitz in der EU sollten sich über die neuen Vorschriften informieren und auf die neuen Regeln einstellen, damit sie weiter mit dem Vereinigten Königreich handeln können.

1. **Importieren oder exportieren Sie Waren zwischen dem Vereinigten Königreich und der EU?** Informieren Sie sich über die Regelungen an der Grenze zum Vereinigten Königreich und erkundigen Sie sich bei der Zollbehörde Ihres Landes nach den geltenden Zollverfahren für die Ein- und Ausfuhr von Waren. **Im Oktober 2021 bzw. Januar 2022 werden weitere Bestimmungen für Waren hinzukommen, die das Vereinigte Königreich verlassen.** Möglicherweise müssen Sie auch Zollerklärungen abgeben und Produktzertifizierungen überprüfen, wenn Sie Waren zwischen dem Vereinigten Königreich und der EU befördern. Kontrollieren Sie die Zertifizierung.
2. **Erbringen Sie in Großbritannien und Nordirland Dienstleistungen oder bringen Sie dort Waren auf den Markt?** Informieren Sie sich über die Änderungen, die Sie betreffen, und treffen Sie entsprechende Vorkehrungen – u.a. in Bezug auf Visa und die Arbeitsbedingungen für entsandte Arbeitnehmer. Beachten Sie, dass für Nordirland zum Teil andere Vorschriften gelten als für das übrige Vereinigte Königreich.
3. **Reisen Sie zu geschäftlichen Zwecken?** Informieren Sie sich bei Kurzbesuchen, welche Tätigkeiten Sie ausüben dürfen. Wenn Sie seit dem 01.01.2021 Dienstleistungen in der EU erbringen oder in ein dortiges Büro ihrer Firma entsandt werden, erkundigen Sie sich, ob Sie ein Visum des jeweiligen Mitgliedstaats benötigen.
4. **Haben Sie Vertriebspartner im Vereinigten Königreich?** Sprechen Sie mit Ihren Handels- und Vertriebspartnern im Vereinigten Königreich, klären Sie die Zuständigkeiten und sorgen Sie dafür, dass Sie die richtigen Papiere für die Art von Waren, mit denen Sie handeln, vorliegen haben.
5. **Informieren Sie sich eingehend über die Regeln für die Zahlung von Mehrwertsteuer.**

Die Website gov.uk/EUBusiness enthält weiterführende Informationen in deutscher Sprache zu den Änderungen beim Handel mit dem Vereinigten Königreich seit dem 1. Januar 2021 für Unternehmen mit Sitz in der EU.

GOV.UK/transition enthält wichtige Hinweise für britische Unternehmen und Bürgerinnen und Bürger. Hier finden Sie auch Informationen für Personen, die in die EU reisen oder dort leben und arbeiten oder als EU-Bürger oder –Bürgerin nach dem 1. Januar 2021 im Vereinigten Königreich bleiben möchten.

Vertreter der britischen Regierung veranstalten regelmäßig Webinare, um die seit dem 1. Januar 2021 geltenden Änderungen zu erläutern. Wenn Sie daran teilnehmen möchten oder Fragen haben, wenden Sie sich bitte an DITGermany.Enquiries@fcdo.gov.uk. Das Department for International Trade steht Ihnen in Deutschland in der Britischen Botschaft in Berlin sowie den Britischen Generalkonsulaten in Düsseldorf und München bei Fragen zur Verfügung. ◀

Rafe Courage
Britischer Generalkonsul

Britisches Generalkonsulat
Willi-Becker-Allee 10
40227 Düsseldorf

T +49 211 9448 0
www.gov.uk
www.gov.uk/dit
www.great.gov.uk

Das Lieferkettengesetz

zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Text: Andrea Hideg

Wenn man das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – besser bekannt als das Lieferkettengesetz – kritisiert, macht man sich angreifbar. Schnell wird behauptet, man sei gegen den Schutz von Menschenrechten. Daher bleibt immer wieder festzuhalten: Menschenrechte sind nicht verhandelbar! Und dennoch gibt es berechtigte Kritik an dem Gesetz, das noch in den letzten Sitzungswochen des Bundestags verabschiedet wurde.

© Gerd Altmann/Pixabay

Das Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten, wie der offizielle Name lautet, ist das Ergebnis eines langen, nicht immer objektiven Prozesses. Seinen Anfang nahm es 2011 mit der Verabschiedung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, die die Pflichten von Staaten und Verantwortung von Unternehmen definieren. Der 2016 in Deutschland verabschiedete Nationale Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) diente der Umsetzung dieser. Da der NAP rechtlich nicht bindend war, vereinbarte man 2018 im Koalitionsvertrag, national gesetzlich tätig zu werden und sich für eine EU-weite Regelung einzusetzen, sollte eine Überprüfung ergeben, dass die freiwillige Selbstverpflichtung der Unternehmen nicht ausreicht. Diese Überprüfung, das sog. NAP-Monitoring, war jedoch so konzipiert, dass das Ergebnis schon feststand. Am Ende reichten nur 455 Antworten der 2.253 befragten Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern aus, um den Gesetzesprozess zu beschließen.

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

Der anschließende politische Prozess war garniert von Foulplays, nicht nur unter den zuständigen Ministerien für Arbeit, wirtschaftliche Entwicklung und Wirtschaft, sondern auch gegenüber den Wirtschaftsakteuren. Nach einem zum Teil medienträchtigen Ringen um die Gesetzesinhalte fand die Regierung Anfang 2021 eine Einigung. Die darauf folgende Verbändeanhörung mutierte zu einer Farce: Mit einer halbtägigen Frist wurde den Verbänden Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben. Nach einem weiteren Werktag wurde der Entwurf dann ohne wesentliche Änderungen im Kabinett beschlossen. Der parlamentarische Prozess, der sich anschloss und Mitte Juni mit dem Beschluss des Lieferkettengesetzes endete, führte zwar zu einigen inhaltlichen Änderungen. Diese werden jedoch voraussichtlich weder das Ziel des Gesetzes stärker fördern noch die befürchteten Folgen abschwächen.

Anders als die UN-Leitprinzipien umfasst das Gesetz neben den menschenrechtlichen auch umweltbezogene Sorgfaltspflichten. Die Verantwortung soll zudem entlang der gesamten Wertschöpfungskette gelten. Das schließt also z.B. auch Finanzdienstleistungen und die Wiederverwertung ein. Obwohl das Gesetz eigentlich nur für Unternehmen mit mehr als 3.000 bzw. 1.000 Angestellten gelten soll, sollen auch mittelbare Zulieferer, zu denen keine vertraglichen Beziehungen bestehen, zur menschenrechtlichen Sorgfalt nach deren Vorstellungen verpflichtet werden. Der Gesetzgeber sieht dafür eine Weitergabeklausel vor. Dies stellt nicht nur einen schwerwiegenden Eingriff in die Vertragsfreiheit dar, sondern bedeutet schlicht auch ein Risiko für kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Größere Geschäftspartner können und werden den KMU aufgrund ihrer Marktmacht ihre Vertragsbedingungen auferlegen, um ihr eigenes Sanktions- und Haftungsrisiko zu begrenzen. Ganz nach dem Motto „Friss oder stirb“ werden dann viele KMU aus der Lieferkette ausscheiden oder die Standards der Großunternehmen umsetzen müssen, ohne dabei jedoch über die gleichen Ressourcen wie die Großen zu verfügen. Das oft aus der Politik vorgebrachte Argument, dass KMU ja gar nicht in den Anwendungsbereich fallen, stimmt also nur formal.

Dies sind nur beispielhafte Kritikpunkte, die einen erahnen lassen, wie weitreichend das Lieferkettengesetz sein wird – und das alles auf Grundlage von 455 Unternehmensantworten. Das Gesetz stellt eine massive Belastung dar, die die Unternehmen am Ende zum Rückzug aus Märkten mit hohem Menschenrechtsrisiko bewegen könnte oder schlimmer, unter der die KMU einfach zusammenbrechen. Möchte das die Politik wirklich? Scheinbar nimmt sie dies und die entsprechenden Auswirkungen auf den Wirtschaftsstandort Deutschland jedenfalls billigend in Kauf, so schnell, wie das Gesetz nun noch beschlossen wurde. Und ob am Ende das Ziel erreicht wird, die Menschenrechte weltweit durch das deutsche Gesetz zu stärken, bleibt abzuwarten. Hier könnte die in diesem Zusammenhang oft bemühte Redewendung „gut gemeint ist nicht gut gemacht“ tatsächlich Realität werden. ◀

Andrea Hideg
Referentin
Außenwirtschaftsrecht,
Außenwirtschaftsförderung

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

T +49 30 72625 792
M +49 1590 1930 672
Andrea.Hideg@bdex.de
www.bdex.de

Änderungen bei Kleinsendungen aus Nicht-EU-Ländern

Text: Corinna Tamminga

Seit dem 1. Juli 2021 ist mit dem Mehrwertsteuerdigitalpaket die 22 € Freigrenze für die Umsatzsteuer gefallen und es sind für alle Einfuhren in die Europäische Union Zollanmeldungen abzugeben. Die neuen Regelungen sollen neben höheren Abgabeneinnahmen fairere Wettbewerbsbedingungen schaffen. Weitere Ziele sind die Vereinfachung des eCommerce und die Bekämpfung des Mehrwertsteuerbetruges.

© Shutterstock

Folgen für deutsche Importeure und Dienstleister

Die Abgabe elektronischer Einfuhrzollanmeldungen ist für alle Waren Pflicht, unabhängig von Warenwert und Beförderer. Entweder wird eine Standardeinfuhrzollanmeldung abgegeben oder für Waren bis 150 € eine vereinfachte Anmeldung mit reduziertem Datensatz. Hierfür führt die Zollverwaltung das neue Modul ATLAS-IMPOST ein. Es ist nur für Kleinsendungen nutzbar und wird voraussichtlich ab 15. Januar 2022 bereitstehen. Für ATLAS-Teilnehmer wird dann der neue Zollanmeldungstyp APK (Anmeldungen von Post- und Kuriersendungen mit einem Warenwert von bis zu 150 Euro) genutzt. Wichtig: verbrauchssteuerpflichtige Waren oder Waren, die Verboten oder Beschränkungen unterliegen, können mit dem verringerten Datenkranz nicht angemeldet werden. Hier ist weiterhin eine Einzelzollanmeldung mit vollem Datenkranz erforderlich!

Bis zum Echtbetriebsbeginn von ATLAS-IMPOST sollen Standardzollanmeldungen mit vollem Datenkranz über ATLAS abgegeben werden. Wirtschaftsbeteiligte mit hohem Aufkommen an neu zu erfassenden Sendungen (ab 3.000 täglich) können in Absprache mit dem Zoll Einzelsendungen in „Manifeste“ bündeln und gesammelt übermitteln.

Import und Verkauf an Privatpersonen in der EU

Onlinehändler oder Betreiber von elektronischen Marktplätzen können wählen, ob sie sich in allen Mitgliedstaaten steuerlich erfassen lassen und dort den Melde- und Erklärungspflichten nachkommen, oder den Import One Stop Shop (IOSS) nutzen. Voraussetzung: es handelt sich um Sendungen für private Endkunden.

Nach einmaliger Registrierung können über den IOSS zentral Zollanmeldung und Steuererklärung für alle Mitgliedsstaaten abgewickelt und Abgaben entrichtet werden. Die Umsatzsteuer wird zum Zeitpunkt des Verkaufs direkt vom EU-Käufer erhoben und der zuständigen Finanzbehörde des jeweiligen Mitgliedsstaates erklärt. Die Importanmeldung wird mit der IOSS-Registrierung verknüpft und die Kleinsendung bis 150 € durch den Zoll direkt freigegeben, sofern der Inhalt keinen Verboten oder sonstigen Beschränkungen unterliegt. Für den Empfänger ist dies bequemer als wenn er sich selbst um Umsatzsteuer und Zollanmeldung kümmern müsste.

Alternativ gibt es die Möglichkeit des für Post- und Kurierdienste gedachten “special arrangements”. Die Einfuhrumsatzsteuer eines Monats wird durch die gestellende Person (Post- und bzw. Expresskurierdienste) von den Sendungsempfängern (Privatpersonen) vereinnahmt und im Folgemonat gesammelt an die Zollverwaltung einrichtet.

Innereuropäische Lieferungen an Privatpersonen

Mit der Neuregelung zum 1.7.2021 wird auch der Versandhandel in Fernverkauf umbenannt. Statt der länderabhängigen tritt eine kumulierte Umsatzschwelle in Höhe von 10.000 € in Kraft. Wird diese überschritten, werden Händler automatisch in allen EU-Ländern steuerpflichtig, in denen sie Produkte an Privatpersonen vertreiben. Zur einfacheren Abwicklung kann der One-Stop-Shop (OSS) genutzt werden: die Umsatzsteuerschuld aus den unterschiedlichen Ländern wird gebündelt durch eine Zahlung beglichen und an die jeweiligen EU-Länder weiterverteilt. Die Pflicht der steuerlichen Einzelregistrierung in allen europäischen Mitgliedsstaaten bei Überschreitung der Lieferschwelle entfällt damit.

Fazit

Unternehmen sollten prüfen: Wie viele Sendungen erwarten Sie zusätzlich? Wie fertigen Sie heute die bisher zollfreien Sendungen bis 150 € bzw. die bisher EUSt-freien Sendungen bis 22 € ab? Ein Großteil der Anmeldungen erfolgt in der Regel über Kurier- und Postdienste. Es liegt daher nahe, dass diese Dienstleister künftig auch für die Kleinsendungen eine Abwicklung anbieten, zumindest bis ATLAS-IMPOST einsetzbar ist. Des Weiteren ist zu klären, wie die Abführung der Steuer für Kleinsendungen erfolgen kann und ob Ihr Unternehmen auch von den steuerlichen Änderungen im innergemeinschaftlichen Handel betroffen ist.

Um Dienstleistern korrekte Anmeldungen zu ermöglichen, sind korrekte Daten und Werte auf den Handelspapieren unerlässlich. Unternehmen sollten daher auf ihre Lieferanten im Ausland zugehen, von denen sie häufig Kleinsendungen erhalten, und an diese appellieren, korrekte und vollständige Werte anzugeben. ◀

Corinna Tamminga
Beraterin Zoll und Außenhandel

dbh Logistics IT AG
Martinistr. 47-49
28195 Bremen

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

Rutger ten Broeke
Einfach schwarz-weiß

Text: Joop van Reeken
Fotos: Rutger ten Broeke

Rutger ten Broeke (Arnheim, 1944) nimmt sowohl in der niederländischen als auch in der internationalen Fotografie einen wichtigen Platz ein. Im Laufe der Jahre hat er nicht nur ein beeindruckendes Werk geschaffen, sondern auch einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Fotografie als eigenständige künstlerische Ausdrucksform geleistet. Darüber hinaus widmete er sich über viele Jahre der Lehre der Fotografie an verschiedenen Kunstakademien und hat ganze Generationen von Fotografen auf ihren Wegen begleitet.

Seine Fotografien sind heute in fast allen bedeutenden Fotosammlungen der Welt zu finden: in verschiedenen Museen in den Niederlanden, aber auch im Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg, im Museum Ludwig in Köln, im Chicago Art Institute, im San Francisco Art Museum, im Houston Art Museum, in der Polaroid Collection und in der Bibliothèque Nationale in Paris, um nur einige zu nennen. Von den vielen bedeutenden Privatsammlungen ganz zu schweigen.

Rutger ten Broeke
Fotograf

Baarlo 4
8372 VJ Baarlo
T +31 (0)527 291 982
rutger10broeke@gmail.com
www.rutgertenbroeke.com

Meine persönliche Faszination für seine Fotografie geht auf unsere erste Begegnung in den frühen 1980er Jahren zurück. Seitdem ist meine Bewunderung für seine Arbeit nur noch größer geworden. Mehr als 50 Jahre lang blieb Rutger ten Broeke seiner Arbeitsweise treu: Schwarz-Weiß-Fotografie, die mit analogen Großformatkameras und größter Sorgfalt gemacht wird. Allen digitalen Entwicklungen zum Trotz hat er in diesen mehr als 50 Jahren sein analoges fotografisches Werk auf einem unübertroffenen Qualitätsniveau gehalten. Auch wenn er seinen Themen im Laufe der Jahre weitgehend treu geblieben ist, suchte er dabei immer wieder neue Richtungen auf und verfiel nie sinnlosen Wiederholungen. Jedes Mal, wenn ich ihn treffe, legt er überraschend neue und beeindruckende Arbeiten auf den Tisch.

Inzwischen hat sich die Fototechnik jedoch so stark verändert, dass die Arbeitsmethode von ten Broeke nun „erklärt“ werden muss, weil es neue Generationen gibt, welche die analoge Methode überhaupt nicht kennen oder einfach als „Vintage“ bezeichnet wird. Es ist beruhigend zu sehen, dass junge Fotografen, die einmal in die analoge Fotografie eingeführt wurden, dafür eine große Liebe entwickeln und versuchen, diese Techniken zu beherrschen. Sie kaufen dann über eBay die gleichen Kameras, mit denen ten Broeke sein ganzes Leben lang gearbeitet hat.

Ten Broeke verwendet im Grunde dasselbe Filmmaterial, welches unsere Eltern oder Großeltern - oder vielleicht auch wir selbst - sicher bis Ende des 20. Jahrhunderts benutzt haben: die sogenannten „Filmrollen“. Ten Broeke gebraucht jedoch Filmmaterial in viel größeren ▶

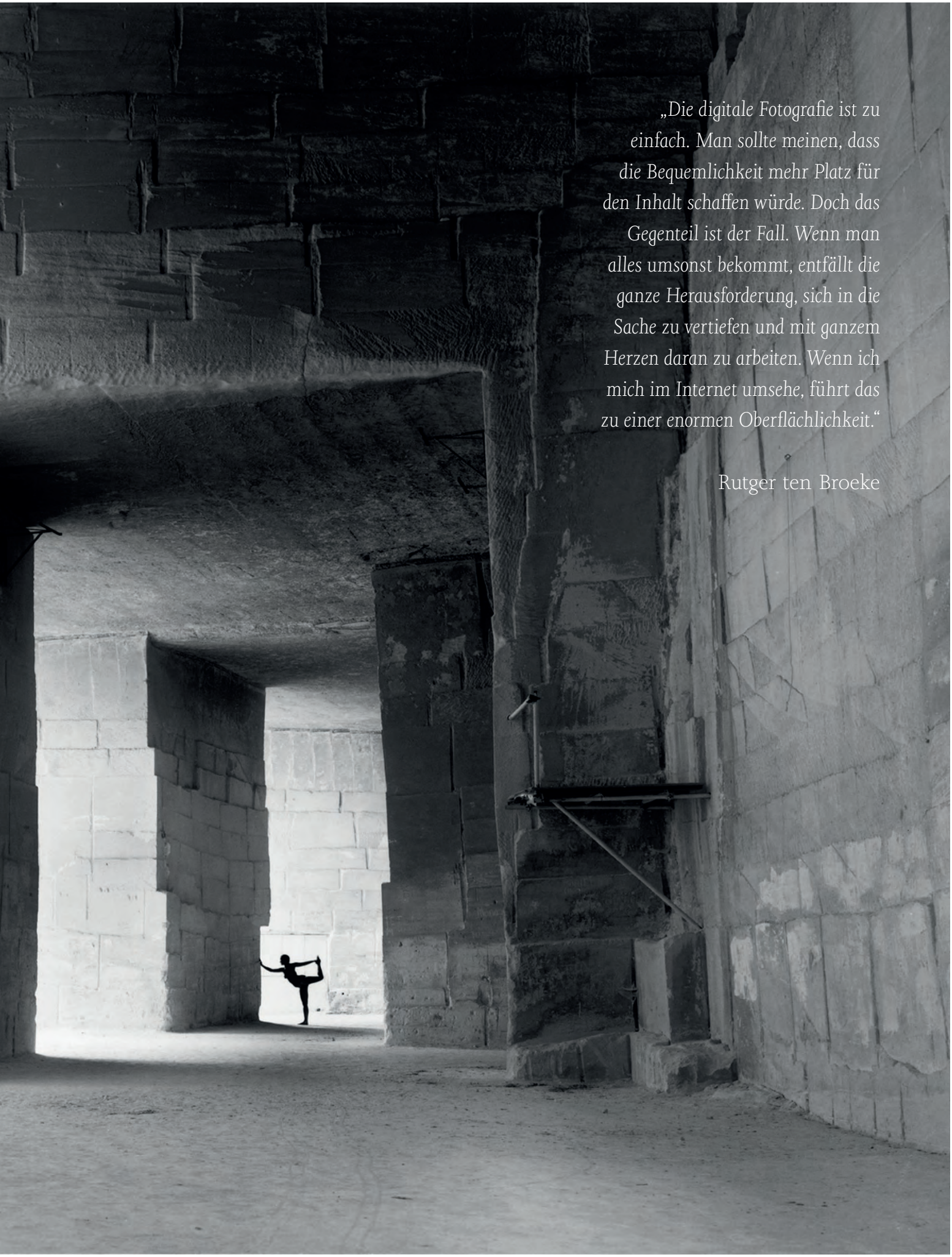
Dancer's Back, Baarlo, 2009

Formaten: 9 x 12 cm, 13 x 18 cm und sogar 20 x 25 cm pro Bild! Zum Vergleich: die Bilder auf den ehemals beliebten 35-mm-Filmrollen sind nur 2,4 x 3,6 cm groß. Der Vorteil der großen Formate liegt in der viel höheren Schärfe und in der äußerst subtilen Tonwertskala, die einen wichtigen Teil der Ausdruckskraft seiner Bilder ausmacht. Was auch immer ten Broeke fotografiert, seine Bilder haben eine unglaubliche „Tiefe". Man kann die fotografierten Materialien - wie Stein, Holz, Gras, Eis, Textilien, menschliche Haut - sowie die gesamte Szene mit dem Auge fast „fühlen", was einen wichtigen Beitrag zum emotionalen Erlebnis darstellt. Trotz der enormen technischen Entwicklung der letzten Jahre ist es mit der Digitalfotografie nicht möglich - oder zumindest äußerst schwierig -, diese Tiefe und Nuancierung zu erreichen. Das digitale Bild bewahrt in der Regel eine neutrale Kälte, welche die analoge Fotografie in sich selbst nicht hat.

Fotografie-Themen von ten Broeke sind stark auf Gefühle ausgerichtet: Emotionen des menschlichen Körpers, der Landschaft oder Architektur und natürlich des Lichts. Und vor allem: die Kombination all dieser Elemente.

Das alles hat seinen Preis. Inzwischen sind wir es gewöhnt, mit unseren Mobiltelefonen ganz einfach recht ordentliche Fotos zu machen. Ten Broeke hingegen muss für jedes Bild hart arbeiten. Die Kameras sind schwer und unhandlich. Da oft lange Belichtungszeiten erforderlich sind, machen Stative die Last noch schwerer. Jede kleinste Bewegung könnte die Aufnahme ruinieren. Die Objektive sind groß, teuer und ebenso schwer. Filmmaterial ist teuer, weshalb „Fehlaufnahmen" vermieden werden müssen. Im Studio ist das alles zu bewältigen, aber fotografiert man mit einer solchen Ausrüstung im Freien, sieht die Sache anders aus.

Dann folgt die Filmentwicklung und der Abzug der Fotos, alles auf chemischer Basis und weitgehend im Dunkeln oder allenfalls im Licht einer schwachen grün-gelben Lampe in der ▶



„Die digitale Fotografie ist zu einfach. Man sollte meinen, dass die Bequemlichkeit mehr Platz für den Inhalt schaffen würde. Doch das Gegenteil ist der Fall. Wenn man alles umsonst bekommt, entfällt die ganze Herausforderung, sich in die Sache zu vertiefen und mit ganzem Herzen daran zu arbeiten. Wenn ich mich im Internet umsehe, führt das zu einer enormen Oberflächlichkeit."

Rutger ten Broeke

Weerribben 2009

„In Deutschland herrscht ein ganz anderes Klima für die Fotografie und für die Kultur im Allgemeinen. Dafür gibt es einfach mehr Geld und Aufmerksamkeit. Die Fotografie-Ausbildung erfolgt dort bis zum höchsten Universitätsniveau. Professoren wie Bernd und Hilla Becher und Klaus Honneff, aber auch Kuratoren wie Fritz Gruber, Ute Eskildsen und F.C. Gundlach sind Ikonen, Menschen mit Prestige. Da können wir in den Niederlanden leider nicht mithalten."

Rutger ten Broeke

Baarlo 2015

Waitress Seattle 1981

„Dunkelkammer“. Aus Qualitätsgründen mischt ten Broeke den Filmentwickler selbst auf der Basis von losen Chemikalien. Wegen der gewünschten langen Haltbarkeit und der Museumsqualität, die seine Bilder haben müssen, werden auch die anderen Prozesse (Fixieren, Spülen, Trocknen, Kleben) nach strengen Richtlinien und mit der Geduld eines Heiligen durchgeführt.

Doch gerade dieser Widerstand, den es zu überwinden gilt, veranlasst den analogen Fotografen, besser nachzudenken und sich besser vorzubereiten, bevor er oder sie ein Bild macht. Das kommt in der Regel der inhaltlichen Qualität der Bilder zugute. Gleichzeitig muss man flexibel bleiben und in der Lage sein, den Plan ändern zu können, wenn sich die Umstände ändern. Oder, was auch passieren kann, dass sich eine Situation plötzlich in etwas Unerwartetes, Positives, Neues verändert - dann heißt es: alles, was man an Technik aufgebaut hat, muss abgebaut und verändert werden.

Im Fall von ten Broeke ist das Ergebnis all dieser Bemühungen ein Foto, das in limitierter Auflage auf Silberbromidpapier gedruckt wurde und auch nach Jahren noch fasziniert. ◀

Werke von Rutger ten Broeke sind in limitierten Auflage über den Künstler selbst erhältlich. Die wunderschön gedruckte Monographie „Rutger ten Broeke - Forty Years“ ist ebenfalls erschienen und noch in geringer Stückzahl erhältlich. Siehe auch: http://www.rutgertenbroeke.com/book-rutger-ten-broeke40-years/

„Leider hat die Digitalfotografie die Fotografie unzuverlässig gemacht. Alle Fotos werden bearbeitet und verändert. Sie können einem Foto nicht mehr trauen. Dabei ist es gerade dieser unumstößliche Bezug zur Realität, wie er in der analogen „Straight Photography“ besteht, der die Fotografie für mich interessant macht. Diese Authentizität ist mir wichtig.“

Rutger ten Broeke

Seattle 1981

Made in Bochum, made for the world

Tradition, Erfahrung und weltweite Expertise

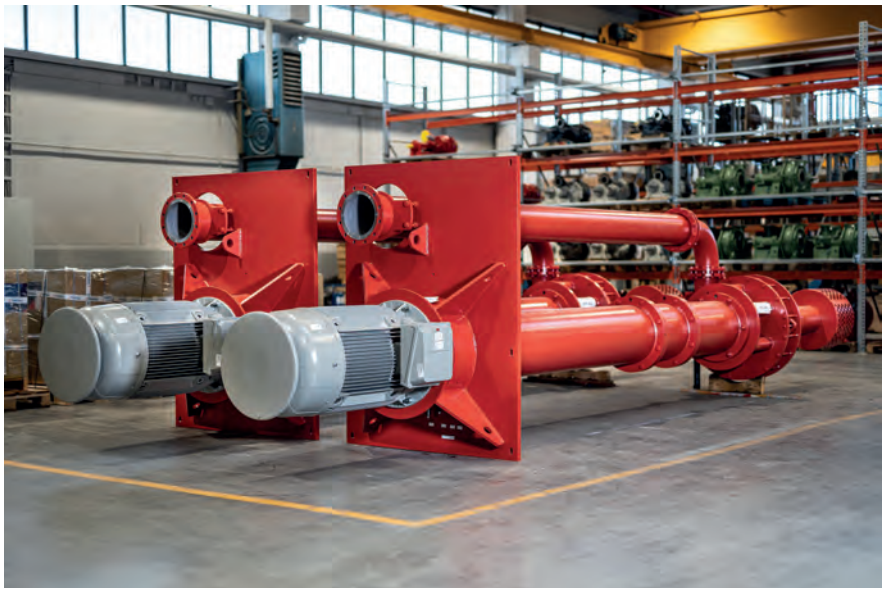
Text: Laura Feldhaus
Fotos: © Habermann Aurum Pumpen GmbH

Die Geschichte der Habermann Aurum Pumpen GmbH reicht zurück bis in das Jahr 1927. Damals gründete Arthur Habermann ein Ingenieurbüro für Pumpentechnik und den hydraulischen Feststofftransport – mitten im Herzen des Ruhrgebiets - in Bochum. Zu den ersten Kunden zählten in der Anfangszeit namhafte Bergbaufirmen, für die das Unternehmen den hydraulischen Feststofftransport leistete. In diese Zeit fällt auch die Entwicklung einer schweren gepanzerten Feststoffpumpe, die nach Habermann-Spezifikationen gefertigt wurde. Im Jahr 1959 erfolgte zudem die Entwicklung einer Marktneuheit: Die erste nicht-metallische Pumpe mit auswechselbaren Verschleißteilen. Dieser praxisorientierte Lösungsansatz hat maßgeblich dazu beigetragen, neue Märkte zu erschließen.

Zia Safi
CEO

Habermann Aurum Pumpen GmbH
Harpener Heide 14
44805 Bochum, Germany

T +49 234 89 35 70 0
info@aurumpumpen.de
www.habermann-aurum-pumpen.de

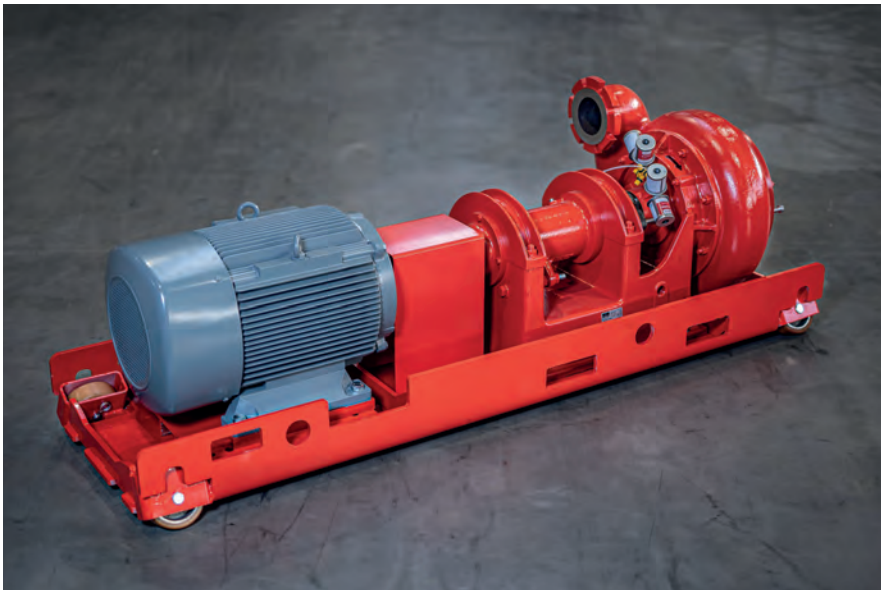


Seitdem hat sich einiges getan: Die Habermann Aurum Pumpen GmbH gehört heute mit fast 100 Jahren Erfahrung und einer Expertise von über 30.000 eingesetzten Pumpen in den verschiedensten industriellen Bereichen sowie einem umfassenden Angebot an Engineering-Lösungen zu einem der führenden Hersteller von einstufigen Kreiselpumpen mit Qualität „Made in Germany“.

Auf die lange Tradition ist das Unternehmen sehr stolz und sieht es zugleich als Ansporn, sich stetig weiterzuentwickeln. Dabei nehmen Themen wie Nachhaltigkeit und

HABERMANN AURUM PUMPEN

Ressourcenschonung einen wichtigen Stellenwert im Herstellungsprozess ein. So sind die Pumpen „weitaus langlebiger und ressourcenschonender konzipiert als die unserer Mitbewerber – ohne dabei die Leistungsstärke unserer Pumpen einzuschränken“, wie Geschäftsführer Zia Safi weiß. Die Langlebigkeit der Pumpen wird auch durch den Einsatz innovativer Werkstoffe unterstützt, wie beispielsweise die Siliciumcarbid-Entwicklung CeramCarbide oder die Polyurethan-Entwicklung APFlex, welche eine besondere Verschleißfestigkeit aufweisen. Somit bietet die Habermann Aurum Pumpen GmbH ihren Kunden weltweit stets eine optimale und maßgeschneiderte Lösung mit Qualität „Made in Germany“.



Und dieses „Made in Germany“ gilt auch für die S-International Rhein-Ruhr GmbH in Essen. Als Auslandsabteilung der Sparkasse Rhein-Maas unterstützt sie die internationalen Aktivitäten der Habermann Aurum Pumpen GmbH rund um den Globus.

Dabei stehen aktuell exportbezogene Finanzierungsformen wie Einkaufs- und Produktionsfinanzierungen für bevorstehende Exporte nach Kasachstan und in die Ukraine im Fokus. ◀

Hanns Dahm
Prokurist

S-International Rhein-Ruhr GmbH
Kennedyplatz 6
45127 Essen

T + 49 201 821 44 13

International Rhein-Ruhr

SEO

Für mehr Sichtbarkeit bei Google, Bing & Co.

Text: Kathrin Gottschalk

Die Optimierung für Suchmaschinen, wie Google, Bing & Co. ist kein Nice-to-have, sondern ein Must-have und ein Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz auf dem Markt. Denn vor allem bei der Suchmaschinenoptimierung haben viele noch großen Nachholbedarf und verschenken dadurch Potenzial und Umsatz.
SEO ist nicht nur Google, SEO ist der Schlüssel zum Kunden.

© Shutterstock

Was ist SEO?
SEO steht für Search Engine Optimization. Ins Deutsche übersetzt bedeutet SEO Suchmaschinenoptimierung und beschreibt die Maßnahmen, die Websites und deren Inhalte sichtbarer machen und damit das Ranking in den Suchmaschinen auf bestimmte Begriffe, den sogenannten Keywords, erhöht. Kurz gesagt: Bei den Suchmaschinen ganz weit oben zu stehen.

Aber wie klappt es mit einer guten Platzierung bei Google, Bing & Co.? Es gibt viele Mythen über Rankingfaktoren und es ist mal durchgesickert, dass es mehr als 200 sind. Alleine im

denk BUDE

Internet preisen unzählige Checklisten den einfachen Weg, um auf Platz 1 zu ranken. Ist das so einfach? Gibt es ein Erfolgsrezept? Wenn Sie dieses finden, teilen Sie es gerne mit mir!

"Der beste Ort, um Leichen zu verstecken, ist die zweite Seite von Google. Dort schaut garantiert keiner nach."

Klar, es gibt Hausaufgaben, die erledigt werden müssen: Ladezeiten beachten, Sitemap erstellen, korrekte Titel für Bilder hinterlegen, und so weiter - aber: Jede Website, jeder Webshop, jeder Blog muss individuell betrachtet werden. Wer ist die Zielgruppe? Was sind die Needs? Welches Ziel wird verfolgt?
Sind diese Fragen klar beantwortet, kann die Website mit Leben befüllt werden, dem sogenannten Content. Denn einer der relevantesten Rankingfaktoren ist der Content, der Inhalt der Website in Form von Text, Bild, Video, etc.

Content ist King
Und das macht auch Sinn. Am Ende muss eine Website auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sein und da ist der Content das A & O. Und damit die Website auch von den Kunden gefunden wird, müssen Inhalte auf Keywords optimiert sein und zwar auf die Begriffe, die die Zielgruppe in ihren Suchanfragen benutzt. Aber mit der Keyworddichte, das Verhältnis zwischen Anzahl eines Keywords und der Anzahl aller Wörter eines Textes, sollte nicht übertrieben werden. Bei all den Keywords, darf die Usability des Nutzers niemals auf der Strecke bleiben. Getreu dem Bauhaus-Prinzip "form follows function" müssen die Inhalte leicht verständlich und klar gegliedert sein.

Eine gute SEO erfordert Zeit und Arbeit. Kurzfristig kann aber auch mit SEA ausgeholfen werden.

SEO vs. SEA
SEA (zu Deutsch: Search Engine Advertising) ist die bezahlte Suche in Form von Anzeigen. Das Spielfeld für SEO und SEA ist dabei das Gleiche: Die Suchergebnisseite (SERP) einer Suchmaschine. Sucht ein Nutzer nach einem Begriff, werden die ersten 2-3 Platzierungen mit bezahlten Anzeigen belegt. Dafür werden Textanzeigen manuell erstellt und Keywords hinterlegt. Googelt nun ein Nutzer diese Keywords, können diese Anzeigen ausgespielt werden. Somit sind Anzeigen stark skalierbar, was mit SEO nicht so einfach gelingt. Sollte man nun besser sein ganzes Budget in Ads investieren und sich SEO ersparen? Nein! Die Mischung macht's! Beides sind Kompetenzen, die ihre Berechtigung haben und die zusammen sehr stark sein können und aus denen Synergien geschaffen werden.

Local SEO
Online Suchen dürfen aber nicht nur global betrachtet werden, denn sie haben immer häufiger eine lokale Relevanz. Pizzeria, Friseur oder Handwerker - gerade Dienstleister und Händler müssen auf lokales SEO setzen. Google bietet mit Google My Business ein effizientes Tool, um hier anzusetzen. Neben einem Unternehmenseintrag, der automatisch bei Google Maps angezeigt wird, können weitere Features genutzt werden, wie Bewertungen durch Kunden, Kontaktmöglichkeiten und ein News-Feed. Besonders hervorzuheben ist, dass auf der SERP ein Unternehmenseintrag erscheint und so die Glaubwürdigkeit und Relevanz des Unternehmens gesteigert wird.

All das ist erst der Anfang. SEO ist umfangreich, SEO bedeutet Arbeit. Wird die Optimierung für Suchmaschinen ganzheitlich betrachtet, lohnt sich die Arbeit und ist nicht nur langfristig von Nutzen, sondern auch nachhaltig und kann richtig eingesetzt neue Potenziale entfachen. ◀

Kathrin Gottschalk
Geschäftsführerin

denkbude
360° Online Marketing Service
Dinxperloer Straße 13
46399 Bocholt

T +49 176 801 69 886
kathringottschalk@
denkbude.de
www.denkbude.de

75 Jahre TEEKANNE / TEEPACK in NRW

Text: Stefan Quack
Fotos: Archiv TEEKANNE / TEEPACK

Plakat 1930

Passend zum Doppeljubiläum des Landes Nordrhein-Westfalen und des Außenhandelsverbands NRW kann auch die Firma TEEKANNE im Jahr 2021 auf 75 äußerst erfolgreiche Jahre in NRW zurückblicken. Wer hätte in 1946 gedacht, dass das im Jahre 1882 in Dresden gegründete Traditionsunternehmen nach der teilweisen Zerstörung ihrer Firmenzentrale im Feuersturm des Februar 1945 und der im Oktober 1945 folgenden Enteignung durch die sowjetische Besatzungsmacht so schnell wieder an den bisherigen Erfolg würde anknüpfen können und heute die globale Nr. 1 im Bereich Kräuter- und Früchetee (*Euromonitor 2020) ist.

TEEKANNE. Seit 1882

Die *„Schutzmarke TEEKANNE“* wurde bereits 1886 im Namen der Gründungsgesellschaft *R. Seelig & Hille* angemeldet und ist damit eines der ältesten deutschen Markenzeichen. Ursprünglich ein Geschäft für „Japan- und Chinawaren sowie Thee“, fokussierte sich die Firma mit der Übernahme der Gesellschaftsanteile durch die beiden Prokuristen *Rudolf Anders* und *Eugen Nissle* ab 1898 auf den Import und den Handel von Tee. Die neuen Firmeninhaber hatten schon frühzeitig erkannt, dass es nicht nur darauf ankommt, beste Tees zu importieren, diese sollten den Verbrauchern auch stets in gleicher Qualität angeboten werden. Um die natürlichen Schwankungen des Naturproduktes Tee zu kompensieren, wurden vielfältige Mischungskompositionen entwickelt, die es auch in großen Mengen ermöglichten, alle Erwartungen an den Geschmack und das Aussehen des Tees zu erfüllen.

Um die Tees *„Marke Teekanne“* wirklich in aller Munde zu bringen, entwickelte die Firma bereits 1913 erste Ideen zur einfachen und portionsweisen Zubereitung, die später den Teeverbrauch und die Teesitten revolutionieren sollten. Der Tee wurde manuell in kleine Mullbeutel gefüllt, die bald als *„Tee-Bomben“* den Soldaten als wichtiges Nahrungsmittel mitgegeben wurden. Ab dem Jahr 1924 beschäftigte sich der junge Schlosser *Adolf*

1890er Belegschaft R. Seelig & Hille

Rambold mit der Automatisierung der Beutelerstellung und entwickelte 1928 die ***Pompadourmaschine*** (der Beutel erinnerte an das Handtäschchen der Madame Pompadour), die 35 Beutel in der Minute vollautomatisch herstellen konnte. ***Rambold*** erwies sich als genialer Konstrukteur und die ***R. Seelig & Hille Spezialmaschinen GmbH*** wurde als wichtiges zweites Standbein neben dem Teehandel gegründet. Aus ihr wurde nach dem Krieg die TEEPACK Spezialmaschinen GmbH mit Sitz in Meerbusch.

Die ab 1930 unter dem Namen ***TEEKANNE GmbH*** firmierende Gesellschaft verbuchte ab 1937 mit den auf der ***Reliance*** (80 Beutel/Minute) hergestellten Tee-Aufgussbeuteln Marke ***TEE-FIX*** einen weiteren durchschlagenden Erfolg. Die zunächst aus perforiertem Zellophan, später aus Pergament hergestellten Einkammer-Teebeutel als auch die Teemaschinen wurden international sehr erfolgreich vermarktet. Der hohe Qualitätsan-

1930 Stammhaus Zwickauer Straße, Dresden

spruch, exzellente Kontakte in den Ursprung der Rohwaren, die Kernkompetenzen Mischungserstellung und portionsweises Abpacken in Verbindung mit dem Einsatz kreativer Marketingmaßnahmen – dabei immer die Bedürfnisse der Verbraucher im Blick – festigten die Position als innovativen Marktführer, der auch in den Kriegsjahren die Versorgung mit Tee-Ersatzprodukten sicherstellte.

Von der Elbe an den Rhein

Im Jahr 1946 wagten die Söhne der beiden Gründer, ***Rolf Anders*** und ***Johannes Nissle***, mit nicht viel mehr als einer Schreibmaschine auf dem Arm, in Viersen den Neuanfang. Dort war die ***Kaiser's Kaffee-Geschäft GmbH*** ansässig, die vor dem Krieg drei ***Reliance***-Maschinen gekauft hatte. Auf einer dieser Maschinen konnte man wieder in Produktion gehen, die alten Kontakte in den Ursprung reaktivieren und den Vertrieb neu aufbauen. ***Adolf Rambold*** arbeitete unterdessen unermüdlich an seiner neuesten Erfindung, der ***Constanta***, die 160 Doppelkammerbeutel in der Minute herstellen konnte. Dank der zwei Kammern wird der Tee besonders gut umspült und kann sein volles Aroma entfalten. Seitdem ist der klassische Teebeutel bis heute nahezu unverändert weltweit in Gebrauch.

Teekanne-Messestand mit der Constanta auf der ANUGA 1951

Die Verkäufe der im Jahre 1951 eingeführten patentgeschützten Maschine halfen TEEKANNE, bereits im Jahre 1954 in die neue, nach modernsten Erkenntnissen aufgebaute Firmenzentrale in Düsseldorf-Heerdt umzusiedeln. Nur acht Jahre nach der Übersiedlung ins Rheinland war das Handelshaus dank rastloser und kreativer Arbeit wieder zur Weltfirma emporgestiegen und konnte in den folgenden Jahren dank des Teebeutels neue Teekategorien etablieren (50er: Früchte- und Kräutertees, 90er: Grüner Tee, 2000er: verführerische Früchtetees, Rooibostee und Wellnesstee). ▶

TEEKANNE Reisendenfahrzeug 1951

Neues TEEKANNE Rohwarenlager mit Vorkonditionierung am Standort Düsseldorf

Das neue Markenpremium: nachhaltig und verantwortungsvoll

In den letzten Jahren setzt TEEKANNE als Familienunternehmen in mittlerweile vierter Generation den Fokus auf die Etablierung eines umfangreichen BIO-Angebots. So wie die Gesellschafter das Unternehmen gut der jeweils nächsten Generation übergeben wollen, so ist TEEKANNE sich auch ihrer Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette bewusst. Die Entwicklung nachhaltiger und verantwortungsvoller Produkte, die einen positiven Beitrag zu einem gesunden Lebensstil der Konsumenten leisten, ist erklärtes Ziel. Beispielhaft können hier die neuen Ranges *TEEKANNE Organics, NamasTee®* und *frio* genannt werden, die an den Bedürfnissen junger Zielgruppen ausgerichtet sind und neue Standards in der Kategorie Tee setzen.

Investition in Effizienz und Nachhaltigkeit

Neue Standards setzt TEEKANNE auch am Standort Düsseldorf und investiert aktuell bis 2023 einen hohen zweistelligen Millionenbetrag in Innovationen entlang der Wertschöpfungskette. „Dieses Bauvorhaben wird das größte Investitionsprojekt der TEEKANNE Firmengeschichte sein. Mit den im Sinne der Nachhaltigkeit konzipierten Neubauten festigen wir das im Teemarkt mittlerweile einzigartige Prinzip „Nach der Ernte, alles aus einer Hand“ und sichern so langfristig den Standort der Firmenzentrale in Düsseldorf sowie die Unabhängigkeit des Unternehmens

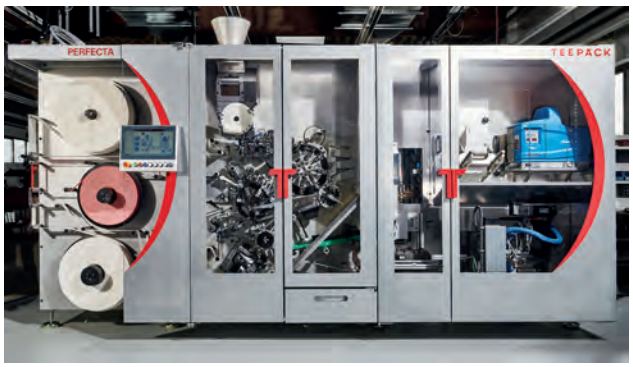
NamasTee® aus dem Hause TEEKANNE

im schwierigen Rohstoffmarkt“, erklärte TEEKANNE Geschäftsführer Frank Schübel.

Durch das Neubauvorhaben werden die Verarbeitungsprozesse vom Rohwareneingang bis zur Auslieferung optimiert und die Produktqualität der Marke TEEKANNE langfristig gesichert. „In dem Projekt geht es um die Mischung aus Ressourcenschonung, Qualitätsoptimierung, Umweltschutz und effizientere Verarbeitungsprozesse. Wir sind überzeugt, dass Wachstum, Unternehmenserfolg und nachhaltiges Handeln vereinbar sind“, erläutert Frank Schübel. Das Ziel des großangelegten Bauprojekts ist es, die modernste Teeaufbereitung Europas zu errichten, die die ebenfalls hochmoderne und komplett neu aufgebaute Abfüllanlage aus 2014 ergänzt.

PERFECTA 450: Zukunft neu gedacht

Ein neuer Standard kommt auch aus dem Hause TEEPACK, Teil der TEEKANNE Firmengruppe. Dort steht jetzt die neue Generation der erstmals im Jahr 1990 eingeführten *Perfecta* (400 Beutel pro Minute!) vor der Serienreife. Nach Jahrzehnten der Produktverbesserungen der Erfolgsreihe kommt nun eine komplett neue Modellgeneration auf den Markt. „Unser Anspruch ist, dass TEEPACK als Marktführer für Teebeutel-Spezialmaschinen auch Innovationsführer sein muss. Die Zeit war reif für einen Quantensprung, für eine komplett neue *Perfecta*“, erläutert *Frank Wiedenmaier*, Geschäftsführer der TEEPACK und Mitglied im Vorstand des AHV NRW.



Das Modell PERFECTA 450 überzeugt durch eine wesentliche Performance-Steigerung, kundenfreundliche Wartungslösungen, verbunden mit der Integration neuer, smarter IT-Technologien. Nach nur drei Jahren Entwicklungszeit wurde nun die erste Maschine bei TEEKANNE aufgestellt und mit kompetenter Unterstützung der Kollegen der TEEKANNE-Technik zur Serienreife weiterentwickelt. Die ersten Kundenaufträge sind inzwischen eingegangen und Wiedenmaier ist überzeugt: „Das wird TEEPACK neu aufstellen und uns unsere Zukunft sichern.“

Innovation aus Tradition geht von TEEKANNE / TEEPACK seit nunmehr 75 Jahren aus dem Herzen NRWs erfolgreich in die weite Welt und nachhaltig und genussvoll in die nächste Generation. ◀

Frank Wiedenmaier
Geschäftsführer TEEPACK

TEEPACK Spezialmaschinen GmbH & Co. KG
Düsseldorfer Str. 73
40668 Meerbusch

T +49 2132 976 0
info@teepack.com
www.teepack.com

TEEKANNE GmbH & Co. KG
Kevelaerer Str. 21-23
40549 Düsseldorf

T + 49 211 5085 0
info@teekanne.de
www.teekanne.de

TEEPACK
wrap your brand in quality

TEEKANNE 1882

Bahnbrechendes Regelwerk oder nur „Reförmchen“ ?

Die möglichen Auswirkungen der EU-Dual-Use-Reform auf die europäische Exportkontrolle

Text: Matthias Merz

Die Mühlen in Brüssel mahlen langsam. Das galt auch für die Neufassung der sogenannten Dual-Use-Reform. Einige Jahre dauerte das politische Ringen um Änderungen der Verordnung, die die Exportregeln für Güter mit doppeltem Verwendungszweck festlegt. Die neue Dual-Use-Verordnung ist am 11.06.2021 im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht worden. Sie tritt am 09.09.2021 in Kraft.

© Shutterstock

Wir erinnern uns: In vergangenen Ausgaben des AHV-Magazins informierten wir regelmäßig über den Stand der Dual-Use-Reform. Maßgeblich ist die derzeit noch geltende EG-Dual-Use-Verordnung VO 428/2009. „Dual-Use“ meint die **Ausfuhrkontrolle von Gütern mit doppeltem Verwendungszweck**, also Güter, die sowohl im zivilen als auch im militärischen Bereich genutzt werden können. An der Neufassung arbeitet die EU bereits seit 2016. Bisher **beschränkt** die Verordnung unter anderem den **Export von zivil und militärisch nutzbaren Gütern** wie beispielsweise Nuklearmaterial, Werk- und Wirkstoffe, Werkzeugmaschinen und Anlagenteile, Mikroelektronik oder Lasertechnik und Drohnen. Mit der Neufassung der Exportregeln verfolgt die Europäische Union das Ziel, die europäische Ausfuhrkontrolle an **neue sicherheitspolitische Herausforderungen anzupassen**. Neue Allgemeine Genehmigungen, harmonisierte Kontrollvorschriften für technische Unterstützung auf EU-Ebene, strengere Kontrollvorschriften für Ausfuhren bestimmter Abhör- und Überwachungstechnik, eine bessere Abstimmung unter den Mitgliedstaaten – das sind bzw. waren die Eckpunkte des ursprünglichen Reformvorhabens. Zahlreiche im ursprünglichen Kommissionsentwurf enthaltene Änderungen und Kontrollansätze haben es nicht bis in den finalen Text geschafft, dennoch beinhaltet der Text neue und komplexe Regelungsinstrumente.

Nachdem das EU-Parlament im März 2021 den im Trilog abgestimmten Textentwurf der Neufassung formell angenommen hat, hat auch der Rat der Europäischen Union im Mai

AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

die **Verordnung** (EU) 2021/821 des **Europäischen Parlaments** und des Rates vom **20. Mai 2021** über eine Unionsregelung für die Kontrolle der Ausfuhr, der Vermittlung, der technischen Unterstützung der Durchfuhr und der Verbringung betreffend Güter mit doppeltem Verwendungszweck (Neufassung) **angenommen**.

Was ändert sich, was bleibt?

Zahlreiche Änderungen und Kontrollansätze, die im **ursprünglichen** Kommissionsentwurf enthalten waren, haben es **nicht** in den finalen Verordnungstext geschafft. Eine EU-autonome Listung von Gütern der Überwachungstechnologie wird es (zunächst) ebenso wenig geben wie etwa die Prüfungspflicht im Hinblick auf (potentielle) Endverwendungen im Zusammenhang mit „schweren Menschenrechtsverletzungen" oder „Terrorakten". Aber auch einzelne Verfahrenserleichterungen wie beispielsweise eine EU-Allgemeingenehmigung für geringwertige Sendungen sucht man in der abgestimmten Fassung vergeblich. Die neue Dual-Use-Verordnung beinhaltet jedoch auch **neue Beschränkungen und neue Kontrollansätze**.

So stellen die Begriffsbestimmungen im Text zur Reform teilweise Definitionen besser klar. Wie z. B., dass der Begriff „Güter mit doppeltem Verwendungszweck" ausdrücklich auch solche Güter erfasst, die in genauer bezeichneten Zusammenhängen mit atomaren, biologischen und chemischen Waffen verwendet werden können. Dazu kommen neue Definitionen wie etwa der Begriff der Überwachungsgüter. Erstmals führt die EU mit der Reform Beschränkungen für die technische Unterstützung ein. Dies war bislang nur national geregelt; in Deutschland zum Beispiel in den §§ 49ff. AWV. Beispiele für technische Unterstützung sind manuelle Dienstleistungen wie Reparaturleistungen, die Weitergabe von schriftlichen Unterlagen im Inland oder der mündliche Gedankenaustausch. Technische Unterstützungsleistungen sind immer dann genehmigungspflichtig, wenn sie z. B. im Zusammenhang mit Gütern der Kommunikationsüberwachung oder im Zusammenhang mit militärischer Endverwendung in einem Waffenembargoland stehen.

Reformergebnisse im Hausaufgabenheft von Außenhändlern

Ist der abgestimmte Gesetzestext nun ein bahnbrechendes neues Regelwerk oder nur ein „Reförmchen"? Diese Frage lässt sich nicht mit einem einfachen „Ja" oder „Nein" beantworten. Ob die Neufassung wirklich das Ziel der Harmonisierung und Vereinfachung der Exportkontrolle erreicht hat, wird sich erst in der Praxis zeigen. Fest steht, kein Exporteur kommt an der EG-Dual-Use-Verordnung vorbei. Deshalb werden die Resultate der Reform auf jeden Fall im Hausaufgabenheft von Außenhändlern stehen müssen. Sind Transaktionen von den neuen Exportbeschränkungen der überarbeiteten Dual-Use-Verordnung betroffen oder nicht? Diese Frage ist entscheidend. Der Anwendungsspielraum und die Regelungsvielfalt hat jedenfalls zugenommen. Die **größte Herausforderung** wird sein, anhand des **neuen Verordnungstextes** das eigene Exportgeschäft zu überprüfen. Außenhändler, die über ein **internes Compliance Program (ICP)** verfügen, müssen dieses zwar auf die neuen Vorschriften anpassen, werden aber im Ergebnis mit den neuen Instrumenten der Reform **relativ gut zurechtkommen**. Ein ICP ist ein innerbetriebliches Überwachungssystem. Mittels eines ICP können Exportkontrollrisiken identifiziert und Ausfuhren kontrolliert, im Zweifel sogar gestoppt werden. Ein idealer Rahmen also, um mögliche Auswirkungen der neuen Exportregeln professionell mit den eigenen Ausfuhrstrukturen abgleichen zu können. ◀

Quellenangaben:

AWA-Newsletter „Neue Exportregeln: Einigung bei Reform der Dual-Use-Verordnung" vom 13. November 2020
BAFA - Ausfuhrkontrolle - Neufassung der Dual-Use-Verordnung, Website vom 24.11.2020
Johannes Damm: Die Reform der Dual-use-Verordnung, Zoll-Profi-Artikel vom Juni 2021.

Matthias Merz
Geschäftsführender Gesellschafter der AWB Steuerberatungsgesellschaft mbH
Geschäftsführer der AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH

AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH
Königsstraße 46
48143 Münster

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

Unternehmen profitieren von Freihandelsabkommen

Text: Melanie Hoffmann

Foto: Pixabay: Yvonne Huijbens

Einheitliche Regeln, Handelserleichterungen, Kooperationen: Freihandelsabkommen intensivieren den Handel und erleichtern den Marktzugang.

Freihandelsabkommen intensivieren den Handel

Unternehmen können auf geschlossene Freihandelsabkommen zurückgreifen und Waren zum Beispiel zu geringeren Zollsätzen oder gänzlich zollfrei exportieren. Dadurch entsteht ein Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten aus anderen Drittländern, mit denen kein Freihandelsabkommen besteht. Mithilfe dieser Abkommen und Erleichterungen können Unternehmen ihren eigenen Handel intensivieren, Kooperationen schließen und sich durch Handelsabkommen absichern.

Freihandelsabkommen fördern zudem die Ausweitung des internationalen Handels und der Handelsliberalisierung. Unternehmen wird es erleichtert, über die Grenzen hinweg Handel zu betreiben, da durch die Freihandelsabkommen generelle Regelungen und Bedingungen festgelegt werden.

Mit den genannten Faktoren geht eine gesteigerte Wettbewerbssituation zwischen den Ländern und Unternehmen einher. Wettbewerb kann folglich zu einer stetigen Steigerung des Qualitätsstandards von Produkten und Senkung des Verkaufspreises für die Verbraucher führen.

Abkommen schaffen einheitliche Regeln

Mithilfe von Handelsabkommen werden einheitliche Regeln festgelegt, die den Handel untereinander vereinfachen. Einheitliche und somit einfachere Verfahren senken nicht nur Kosten, sondern steigern zugleich auch die Zufriedenheit sowie Motivation der Mitarbeiter, was für den Output eines Unternehmens von entscheidender Bedeutung ist. Einheitliche Standards und Normen können zudem mit einem generell höheren Sicherheitsstandard einhergehen, was für Verbraucher und Unternehmen positiv zu vermerken ist.

GTAI GERMANY TRADE & INVEST

Freihandelsabkommen erleichtern den Marktzugang

Abkommen bauen Handelsbeschränkungen in Form von Zöllen, Regulierungen und Normen ab und erleichtern den Unternehmen somit den Zugang zu neuen Märkten und Branchen. Fallen Zölle oder sonstige Handelsbarrieren weg, erhöht sich die Nachfrage nach einem Produkt. Eine erhöhte Nachfrage generiert einen höheren Gewinn, da die Stückpreise aufgrund der höheren Produktionsmengen gesenkt werden können. Diese Einsparungen können Unternehmen sodann für Investitionen, neue Projekte oder Mitarbeiter Benefits nutzen, um das eigene Unternehmen auch in Zukunft für Kunden und Mitarbeiter attraktiv zu halten.

Nicht nur Zollthemen werden geregelt

Handelsabkommen regeln neben Zollthemen auch noch weitere Bereiche wie zum Beispiel Investitionsschutz, Schutz des geistigen Eigentums, Sozial- und Umweltstandards, Wettbewerbsregeln oder auch Vorschriften zum elektronischen Handel. In der heutigen Zeit sind all diese Bereiche für ein Unternehmen von großer Bedeutung.
Beispielsweise spielt in Unternehmen mit eigener Forschungs- und Entwicklungsabteilung der Schutz des geistigen Eigentums eine große Rolle. Für Unternehmen, die vermehrt auf elektronischem Weg handeln, sind dagegen einheitliche Regeln zum elektronischen Geschäftsverkehr unerlässlich.

Bilaterale Abkommen eröffnen neue Chancen

Festzuhalten bleibt, dass nicht nur WTO-Runden und multilaterale Freihandelszonen zum Abbau von Handelsschranken beitragen, sondern eben auch bilaterale Abkommen. Für die Europäische Union (EU) eröffnet dies die Chance, ihre Unternehmen dabei zu unterstützen, neue Märkte zu erschließen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass - so jedenfalls der Europäische Gerichtshof in einem Gutachten zum Freihandelsabkommen mit Singapur - die Regelungen zum Schutz von Investitionen, insbesondere Mechanismen der Streitbeilegung, in die gemischte Zuständigkeit der EU und ihrer Mitgliedstaaten fallen, so dass jeder einzelne EU-Mitgliedstaat das Abkommen ratifizieren muss. Was die handelspolitischen Regelungen, insbesondere die Zollvergünstigungen angeht, so entscheidet über den Abschluss eines Freihandelsabkommens alleine die EU.

Ist die EU kein Vertragspartner, kann eine Freihandelszone dazu führen, dass deutsche Unternehmen gegenüber ihren ausländischen, von einer solchen Freihandelszone profitierenden Konkurrenten, im Wettbewerbsnachteil stehen. Dies zu wissen, und auch die konkreten Handelsvorteile der Konkurrenz zu kennen, können einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die richtigen unternehmerischen Entscheidungen zu treffen. ◀

Weiterführende Informationen zu Freihandelsabkommen unter www.gtai.de/zollfrei-durch-die-welt und zur Welthandelsorganisation unter www.gtai.de/wto.

Melanie Hoffmann
Zoll

GERMANY TRADE & INVEST
Villemombler Straße 76
53123 Bonn

T +49 228 24 993 335
M +49 151 122 393 54
melanie.hoffmann@gtai.de
www.gtai.de

Digitalisierung im Trade-Finance-Geschäft vor nächstem Meilenstein

Covestro setzt mit der Commerzbank auf das Marco Polo Payment Commitment

Text: Matthias Walter

Auch wenn sie im Trade Finance nach wie vor dominiert: Immer mehr internationale Initiativen setzen sich zum Ziel, die papierhafte Abwicklung im Außenhandel in digitale Prozesse zu überführen. Dabei verfolgen sie unterschiedliche Ansätze, um den Aufwand für alle Beteiligten zu reduzieren und den gesamten Prozess zu beschleunigen. Weit fortgeschritten ist insbesondere das Marco Polo Payment Commitment.

Matthias Walter
Head of Trade Finance Region Rheinland

Commerzbank AG
40213 Düsseldorf

T +49 211 827 2294
matthias.walter@commerzbank.com
www.firmenkunden.commerzbank.de

COMMERZBANK

Was ist das Marco Polo Payment Commitment?

Das Marco Polo Payment Commitment ist ein unwiderrufliches abstraktes Versprechen der Käuferbank an den Lieferanten, am Fälligkeitstag Zahlung zu leisten. Das Zahlungsversprechen basiert auf einem Austausch und dem erfolgreichen automatischen Abgleich digitaler Handelsdaten im DLT/Blockchain-Netzwerk Marco Polo. Das Marco Polo Payment Commitment dient sowohl der Zahlungsabsicherung als auch der Finanzierung und der Working-Capital-Optimierung im internationalen und nationalen Handelsgeschäft.

Matthias Walter, Head of Trade Finance Region Rheinland bei der Commerzbank AG, erinnert sich an die Anfänge: „Wir haben 2017 gemeinsam mit dem Blockchain-Konsortium R3 und anderen Banken das Blockchain Trade Finance Projekt Marco Polo gegründet. Federführend war dabei meine Kollegin Angela Koll, die das Potenzial der Distributed Ledger Technology (DLT) für das Trade-Finance-Geschäft erkannte: die Möglichkeit, mehrere Beteiligte einer Supply Chain in einem Netzwerk effektiv zu verbinden und transparent, schnell und sicher Daten auszutauschen.“ Es dauerte dann nicht einmal zwei Jahre, bis erste Pilottransaktionen als Simulation historischer Geschäfte folgten. „Im Mai dieses Jahres“, so ergänzt Walter, „sind wir gemeinsam mit Partnerbanken als eines der ersten Kreditinstitute mit zwei Transaktionen, international als auch innerhalb Deutschlands, live gegangen.“

Anforderungen an künftige Dealflows

Diese Entwicklung verfolgte auch Kay Maybach, Head of Customer Service Interregio, Middle East Africa, Turkey & CIS bei der Covestro GmbH. Das zu den weltweit führenden Herstellern von Hightech-Polymerwerkstoffen zählende Unternehmen betreibt ein dichtes Netzwerk mit Standorten in Europa, Asien und Amerika. Maybach: „Die zunehmende Digitalisierung ist überall in unseren internationalen Märkten mit Händen zu greifen – nur bei der Zahlungsabwicklung im Trade Finance noch nicht. Dabei sind die Anforderungen an künftige Dealflows klar: schneller, transparenter, effizienter. Genau das verspricht das Marco Polo Payment Commitment."

Zeitnaher Austausch und automatischer Abgleich

Entscheidend sind für Maybach dabei vor allem der zeitnahe Austausch und der automatische Abgleich von Handelsdaten zwischen den Handelsbeteiligten, um seitens der Käuferbank ein unwiderrufliches Zahlungsversprechen zugunsten des Lieferanten zu generieren – zur Zahlungsabsicherung, aber auch zur Finanzierung. Käufer, Lieferant und die beteiligten Banken greifen im geschlossenen Netz zeitgleich auf relevante Daten zu. „Nach einer solchen Lösung haben wir gesucht. Deshalb sind wir gerne bereit, das Thema gemeinsam mit der Commerzbank voranzutreiben."

© Gerd Altmann/Pixabay

Beim Marco Polo Payment Commitment durchlaufen alle Beteiligten einen Onboardingprozess und erhalten über einen „Node", einen Blockchainknotenpunkt, den Zugang zum Netzwerk, um Daten zu empfangen bzw. einzuliefern. Auf diesem Weg einigen sich Käufer und Lieferant zum Zeitpunkt der Bestellung auf die Daten, die für ein unwiderrufliches Zahlungsversprechen vom Käufer gefordert werden.

Gemäß dieser Vereinbarung beauftragt der Käufer seine Bank mit der Erstellung eines bedingten Zahlungsversprechens zugunsten des Lieferanten. Nach Produktion und Auslieferung der Ware lädt der Lieferant die geforderten Daten im Netzwerk hoch. Es erfolgt ein automatischer Datenabgleich gegen die zuvor vereinbarten Handelsdaten. Passt alles, tritt automatisch das unwiderrufliche Zahlungsversprechen in Kraft.

Perspektiven für den weiteren Ausbau

Der Informationsfluss läuft dabei über die Corda-DLT im gesicherten und geschlossenen Bereich zwischen den Handelspartnern und den zugehörigen Banken. Perspektivisch können die Verschiffungsdaten direkt von einem Logistikunternehmen, weitere Daten von Versicherungsunternehmen und anderen Beteiligten der Handelskette hochgeladen werden. Kooperationen mit anderen Netzwerken für eine Erweiterung des Datenaustauschs im Handelsgeschäft werden bereits diskutiert.

Für Maybach ist es wichtig, spezifische Anforderungen seines Unternehmens einbringen zu können. Walter bestätigt das: „Durch das Feedback unserer Kunden können wir deren Wünsche in die weitere Entwicklung einbeziehen."

Was verspricht sich Covestro davon in der Zukunft? „Wir gehen davon aus, dass DLT unser internationales Geschäft erheblich vereinfacht und beschleunigt. Beim Marco-Polo-Projekt haben wir die Erwartung, dass es die Automatisierung des internationalen Handelsgeschäfts verbessert und standardisiert." ◀

Kay Maybach
Head of Customer Service Interregio, Middle East Africa, Turkey & CIS

Covestro GmbH
51373 Leverkusen

T +49 214 6009 2760
kay.maybach@covestro.com
www.covestro.com/de

Shell befördert Energiewende in NRW

Europas größte PEM-Wasserstoff-elektrolyse gestartet

Text: Cornelia Wolber

Die REFYHNE Anlage (© Shell)

Die Energiewende ist in vollem Gang und große Unternehmen, wie Shell wandeln sich gleichermaßen. „Wie müssen wir den globalen Energiemix ändern? Weniger Öl und Gas, mehr Strom aus Wind und Sonnenenergie, Wasserstoff und biogene Kraftstoffe. Teil der Lösung sind aber auch die Abscheidung und Lagerung von CO2, sogenannte CCS-Technologien sowie Investitionen in Klimaschutz-Projekte, die Shell durch den Kauf von Emissionszertifikaten unterstützt“, sagt der Chef der Shell in Deutschland, Fabian Ziegler.

Weit vor Schlagzeilen-trächtigen Gerichtsurteilen hatte der Konzern bekannt gegeben, bis 2050 oder früher, im Einklang mit der Gesellschaft ein Netto-Null-Emissionsunternehmen zu werden. Eine Schlüsselrolle für die Shell in Deutschland nimmt dabei die ehemalige Rheinland-Raffinerie mit ihren Werksteilen in Köln-Godorf und Wesseling ein.

Im Zuge der Powering Progress Strategie hatte Royal Dutch Shell Anfang des Jahres bekannt gegeben, die Zahl der weltweiten Raffinerie-Standorte auf fünf zu reduzieren und diese in Shell Energy and Chemical Parks zu transformieren. Dadurch wird die weltweite Produktion fossiler Kraftstoffe bei Shell bis 2030 um 55 Prozent sinken.

Auch im Rheinland sollen künftig mehr und mehr nachhaltige Chemie- und Energieprodukte hergestellt werden. Rohstoff für die Produktion wird dann zunehmend weniger Erdöl, sondern Wasserstoff, zirkuläre Abfallstoffe und Biomasse sein. Dafür sollen alte Anlagen abgebaut, neue geschaffen und vorhandene umgerüstet oder umgewidmet werden. Erste Weichen wurden bereits gestellt. So hatte Shell im Sommer 2019 mit einem Europäischen Konsortium, gefördert von EU Fuels Cells and Hydrogen Joint Undertaking (FCH JU), den Bau von Europas größter PEM-Elektrolyse (Polymer Electrolyte Membrane) zur Herstellung von grünem Wasserstoff im Werksteil Wesseling gestartet. Die Anlage – REFHYNE – wurde am 2. Juli im in Betrieb genommen und wird pro Jahr bis zu 1300 Tonnen grünen Wasserstoff produzieren.

NRW-Ministerpräsident Armin Laschet (CDU) sagte bei der Eröffnungsveranstaltung in Wesseling vor rund 100 Gästen aus Wirtschaft und Politik: „Nordrhein-Westfalen ist Wasserstoffland. Mit der Inbetriebnahme der größten Elektrolyse-Anlage Europas bauen wir unsere führende Rolle in diesem Bereich weiter aus. So legen wir den Grundstein für eine moderne und grüne Industrie mit hoch qualifizierten Arbeitsplätzen. Schon heute kommen 30 Prozent der deutschen Wasserstoff-Nachfrage aus der nordrhein-westfälischen Industrie. Schätzungen gehen davon aus, dass sich die Nachfrage bis 2030 verdoppeln wird. Deshalb brauchen wir innovative Lösungen, die zu einer CO2-neutralen Deckung des Wasserstoffbedarfs beitragen. Projekte wie REFHYNE zeigen, wie mit Innovationen Ökologie und Ökonomie zu vereinbaren sind.“

Ministerpräsident Armin Laschet beim Besuch der REFYHNE-Anlage (© Shell)

Angesichts des großen Bedarfs plant Shell schon heute, die Kapazität noch vor 2025 von jetzt 10 Megawatt auf 100-Megawatt zu erweitern. Gleichzeitig will Shell am Standort eine Bio-PTL-Anlage errichten, in der aus grünem Strom und Biomasse synthetische Flugkraftstoffe und Rohbenzin hergestellt werden sollen. Synthetische Kraftstoffe gelten als Hoffnungsträger, um den Ausstoß von CO2 vor allem in der Luftfahrt deutlich zu reduzieren. Beide Projekte befinden sich in einem fortgeschrittenen Planungsstadium, stehen aber noch vor einer finalen Investitionsentscheidung. Für eine Anlage zur Herstellung von Bio-LNG für den Schwerlastverkehr wurde hingegen bereits der Konstruktionsauftrag erteilt.

„Aber wir denken noch weiter: Wir wollen den Werkszaun öffnen, um mit Investoren und Partnern entlang der Energie- und Chemie-Wertschöpfungskette zusammenzuarbeiten - bis hin zu Joint-Venture-Anlagen. Darüber hinaus wollen wir in Wesseling einen Energy Campus entwickeln. Hier können Unternehmen, Start-ups, Forschungs-Einrichtungen und weitere Akteure die Entwicklung von Technologien für die Energiewende vorantreiben“, sagte der Direktor des Shell Energy and Chemicals Park Rheinland, Dr. Marco Richrath.

Die kürzlich unterzeichnete Absichtserklärung mit der TH Köln markierte den Startpunkt. Prof. Dr.-Klaus Becker, Vizepräsident für Forschung und Wissenstransfer an der TH Köln: „Die TH Köln übernimmt mit einer ganzen Reihe von Projekten und Initiativen bereits heute eine wichtige Rolle bei der Bewältigung des Strukturwandels im Rheinischen Revier. Der neue Energy Campus und die hier in Zukunft entwickelten Lösungen für die Energiewende können dabei wichtige Impulse geben. Daher beteiligen wir uns gerne an diesem Vorhaben.“

Richrath: „Wir sind fest davon überzeugt, dass an unserem Standort im Rheinland beste Voraussetzungen für eine erfolgreiche Gestaltung der Energiewende vorliegen, die wir nun unter anderem gemeinsam mit der TH Köln anpacken. Die Weichen für eine nachhaltigere Zukunft als Netto-Null-Emissionen-Unternehmen haben wir schon gestellt. Jetzt geht es darum, uns für wissenschaftliche und industrielle Partner sowie Start-ups zu öffnen, neue Wertschöpfungsketten zu erschließen und so einen nie dagewesenen Transformationsprozess zum Erfolg zu führen.“ ◀

Cornelia Wolber
Pressesprecherin

Shell Deutschland GmbH
Suhrenkamp 71-77
D-22284 Hamburg

T +49 40 6324-5650
shellpresse@shell.com
www.shell.de

Datenexporte in Drittländer - neue Standardvertragsklauseln und Angemessenheitsbeschluss für das UK

Text: Dr. Jens Eckhardt und Stefan Eßer

Der Export personenbezogener Daten in Drittländer unterliegt nach den Vorschriften der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) besonderen Voraussetzungen, denn personenbezogene Daten genießen dort oft nicht denselben Schutz, wie in EU- und EWR-Staaten. Die EU-Kommission hat in diesem Zusammenhang zwei für die Praxis sehr bedeutende Beschlüsse veröffentlicht: Neue Standarddatenschutzklauseln für den Drittlandtransfer und den Beschluss zur Angemessenheit des Datenschutzniveaus in UK.

© thodonal/stockadobe

Standarddatenschutzklauseln zum Drittlandtransfer

Um einen Datentransfer auch in Drittstaaten zu ermöglichen und gleichwohl ein ausreichendes Datenschutzniveau sicher zu stellen, hat die EU-Kommission sog. Standardvertragsklauseln genehmigt. Diese vorgefertigten Vertragsmuster können von Unternehmen in Verträgen mit ihren in Drittländern ansässigen Vertragspartnern verwendet werden und stellen den Datentransfer damit auf eine rechtskonforme Grundlage.

Am 07.06.2021 sind von der EU-Kommission neue Standardvertragsklauseln für den Drittlandtransfer veröffentlicht worden. Gültigkeit erlangen die neuen Klauseln ab dem 27.06.2021.

Nach dem Beschluss der EU-Kommission stellen die bisherigen Standardvertragsklauseln bis zum 27.12.2022 allerdings noch geeignete Garantien dar, sofern die vertraglichen Verarbeitungsvorgänge unverändert bleiben. Vereinfacht gesagt bedeutet dies, dass vom 27.9.2021 bis zum 27.12.2022 eine Übergangsfrist läuft, in welcher die alten Klauseln durch die neuen Klauseln ersetzt werden müssen. Werden die Verarbeitungsvorgänge in diesem Zeitraum geändert, müssen die alten Klauseln direkt durch die neuen Klauseln ersetzt werden.

Unternehmen sollten sich möglichst frühzeitig mit den neuen Standardvertragsklauseln befassen, denn aller Erfahrung nach sind 15 Monate ein durchaus kurzes Zeitfenster für eine Umstellung.

Die neuen Klauseln sind modular aufgebaut, d.h. in einem Muster sind verschiedene

DERRA, MEYER & PARTNER
Rechtsanwälte PartGmbB

Konstellationen erfasst. Die Module regeln vier Transfermöglichkeiten:

- Transfer von Verantwortlichen an Verantwortlichen
- Transfer von Verantwortlichen an Auftragsverarbeiter
- Transfer von Auftragsverarbeiter an Auftragsverarbeiter
- Transfer von Auftragsverarbeiter an Verantwortliche

Dementsprechend gibt es nur noch ein Muster und nicht mehr wie bisher drei verschiedene Muster. Dieser modulare Aufbau dürfte damit auch die Möglichkeit eröffnen, mehrere Konstellationen der Zusammenarbeit in einem Vertragsdokument zu regeln.

Allerdings können auch die neuen Standardvertragsklauseln die rechtlichen Rahmenbedingungen im Drittland nicht ändern. Damit sind auch bei Anwendung der neuen Klauseln ergänzende Prüfungen der Rechtslage und Praxis im Drittland und ggfs. die Ergreifung zusätzlicher Schutzmaßnahmen notwendig.

In Bezug auf einen Datenexport in die USA hatte bereits der Europäische Gerichtshof in seinem Urteil „Schrems II“ vom 16.07.2021 das Datenschutzniveau in den USA bewertet und für unzureichend befunden. Im Fall von Datenübermittlungen in die USA sind daher in jedem Fall ergänzende Maßnahmen erforderlich, die einen Zugriff der US-Behörden auf die verarbeiteten Daten verhindern – was allerdings in der Praxis nur für wenige Fälle denkbar ist.

Beschluss zur Angemessenheit des Datenschutzniveaus in UK

Infolge des Brexit ist das Vereinigte Königreich nicht mehr in der EU und damit Drittland. Am 30.6.2021 lief die Übergangsfrist ab, während der das Vereinigte Königreich datenschutzrechtlich wie ein EU-Mitgliedstaat behandelt wurde.

Erst am 28.6.2021 kurz vor Ablauf der Übergangsfrist erging der von vielen Unternehmen dringend erwartete Beschluss der EU-Kommission zur Angemessenheit des Schutzes personenbezogener Daten durch das Vereinigte Königreich. Damit bedarf es bei einem Datentransfer in das Vereinigte Königreich nun keiner weiteren Prüfungen, ob das dortige Datenschutzniveau dem der DS-GVO entspricht.

Der nunmehr erlassene Angemessenheitsbeschluss bietet gegenüber den weiteren von der DS-GVO vorgesehenen Instrumenten zur Ermöglichung eines Datentransfers in Drittstaaten, wie die Vereinbarung von Standardvertragsklauseln oder die Einholung einer Einwilligung des Betroffenen, wesentliche Vorteile. Er bewirkt – vereinfacht gesagt -, dass für das gesamte Empfängerland die Einhaltung des Schutzniveaus der DS-GVO als erfüllt gilt.

Der Angemessenheitsbeschluss erleichtert auch die Bewertung der Rechtslage im Empfängerland nach Maßgabe des Urteils „Schrems II“ des EuGH. Denn der Datenübermittler darf sich insoweit auf die Bejahung der Angemessenheit des Schutzniveaus im Drittland verlassen.

Rechtliche Auseinandersetzungen über die Wirksamkeit des Angemessenheitsbeschlusses erscheinen aber vorprogrammiert. Denn mit Blick auf die Überwachungsgesetze im Vereinigten Königreich ist bereits in der Vergangenheit Kritik am dortigen Datenschutzniveau geäußert worden. ◀

Dr. Jens Eckhardt
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Informationstechnologierecht
Datenschutz-Auditor (TÜV)
Compliance-Officer (TÜV)

eckhardt@derra-d.de

Stefan Eßer
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Arbeitsrecht

esser@derra-d.de

Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte PartGmbB
Immermannstr. 15
40210 Düsseldorf

T +49 211 175 20 660
www.derra.eu

Tierernährung aus Verantwortung

Individuelle Fütterung mit Zusatznutzen und einer großen Prise Tierliebe für Hund und Katze

Text: Thorben Allkemper

Mit seinem Ursprung 1957 in Hamburg ist Dr.Clauder ein wahres Urgestein in der Tierernährungsbranche. Als modernes, inhabergeführtes Familienunternehmen mit Sitz in Hamminkeln am Niederrhein ist die Dr.Clauder solutions for pets GmbH heute über den gesamten Globus verteilt in 65 Ländern aktiv und beschäftigt rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Tierliebe als Leitgedanke bei der Produktentwicklung wird im ganzen Unternehmen gelebt – nicht zuletzt durch zehn Bürohunde und die Tatsache, dass nahezu jeder bei Dr.Clauder selbst Tierhalter ist. Das Motto „Tierernährung aus Verantwortung“ ist für die Marke somit weit mehr als ein Slogan.

Die geschäftsführenden Gesellschafter Malte Hübers und Alexander Gerards

Seine internationalen Geschäfte überlässt Dr.Clauder in aller Regel nicht dem Zufall. Hier geht grundsätzlich eine Länderpotentialanalyse voraus, die die Grundlage für weitere Aktivitäten darstellt. Sind die Prioritäten inklusive der Sortimentsmöglichkeiten definiert, so macht sich das Unternehmen an die Arbeit in diesen Ländern und Regionen Potential–Partner zu finden. Dabei legt es die Geschicke in einem Land im Allgemeinen nicht in eine Hand, sondern teilt Länder in Regionen und Vertriebsgebiete auf. Abhängigkeit, Trägheit und Sättigung treten dann in aller Regel nicht auf.

Persönlicher Kontakt

Die Wege, die Dr.Clauder zur erfolgreichen Kundenakquirierung nutzt, sind vielfältig. Mal gibt es eine Anfrage von einem Importeur oder Großhändler auf der Suche, in anderen Fällen wird der Empfehlung eines bestehenden Kontaktes gefolgt. Durch Eigenrecherche stößt das Unternehmen gleichermaßen auf neue Partner, doch besonders der persönliche Kontakt auf Messen öffnet viele Türen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Dort werden Kontakte gesammelt und zu gegebener Zeit intensiv bearbeitet. Dr.Clauder evaluiert, welche Messen oder Events ebenfalls in dem jeweiligen Land des Kunden interessant sind und unterstützt ihn dabei, die Marke Dr.Clauder´s zu platzieren.

Dr.Clauder
solutions for pets GmbH

Herausforderungen der Auslandsaktivitäten präsentieren sich in aller erster Linie in Form von Bürokratie und Zeit. Dazu zählen langwierige und kostspielige Registrierungsprozesse gleichermaßen wie länderspezifische Hürden: Bestimmte Inhaltstoffe sind beispielsweise in einzelnen Ländern nicht erlaubt. Demnach wird ein ganzheitliches Konzept definiert, welches alle Anforderungen erfüllt: Von der Marken- und Sortimentspolitik, Preis- und Kommunikationspolitik, Administration bis hin zu wirtschaftspolitischen Barrieren. Sobald die Produkte registriert sind kümmert sich der Kunde gemeinsam mit den Key Accounts um die Erstorder und damit Warenverfügbarkeit. Die Key Accounts sind regelmäßig bei den Kunden vor Ort im Markt und helfen bei der Marktentwicklung ganz gemäß der Philosophie der Marke Dr.Clauder's. Kein Kunde wird zum Kunden ohne Versicherungsschutz. Eine gute Bonität bildet die Basis für eine gemeinsame erfolgreiche und nachhaltige Zusammenarbeit.

Dr.Clauder's Tiernahrungs-Showroom

Auf verschiedenen Online-Messen konnte das Unternehmen in den vergangenen Monaten nicht nur mit seiner Marke Dr.Clauder´s sondern auch mit seiner Private Label Division Pet Care Only neue Highlights und Services präsentieren. Auch wenn der persönliche Kontakt ausfallen musste, zeigt sich das Team begeistert über den regen virtuellen Austausch und ist dankbar für das Vertrauen seiner Kunden. „Wir sind stolz auf unsere Dr.Clauder´s Family, welche unser Leistungsangebot und unsere Leidenschaft für Tierernährung Kunden sowie Neukunden auch auf digitalem Wege näherbringen konnte“, sagt das Unternehmen und freut sich über die Festigung bestehender Kontakte und das Knüpfen neuer Beziehungen. Nachhaltigkeit, Zeitersparnis, Effizienz und Flexibilität für Kunden und Hersteller - all das sind Vorteile, die eine virtuelle Messe mit sich bringt. Die Zukunft wird hybrid. Neben traditionellen Messen werden digitale Formate mehr und mehr entstehen. Eines bleibt aber unverzichtbar: Der persönliche Kontakt!

IFS Food Zertifizierung

Das Dr.Clauder´s Sortiment umfasst rund 400 Artikel für Hund und Katze, hergestellt in eigener Produktion und frei von chemischen Zusätzen. Sie alle verfügen über individuelle Zusatznutzen, über die sich Kunden bei einer Ernährungshotline informieren können. Die hohe Produktionsqualität und Verarbeitungstätigkeiten des Unternehmens wurden bereits mehrfach in Folge durch die IFS Food Zertifizierung bestätigt, im Bereich Bio-Herstellung wurde eine bestehende Zertifizierung jüngst geprüft und verlängert. Neu in 2021 werden die Broker & Logistik Zertifizierungen folgen.

Sowohl das Tierwohl als auch das Wohl seiner Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen hat sich Dr.Clauder als verantwortungsvolles regionales Unternehmen zum Ziel gesetzt. Neben nachhaltigen und umweltfreundlichen Tätigkeiten setzt sich der Tierernährungsexperte mit sozialen Projekten und Spendenaktionen für das Wohl von Mensch und Tier ein. Dabei bekommt er sogar prominente Unterstützung, etwa von Oli.P, Detlef Steves oder Jürgen und Ramona Drews. In Kooperation mit Spix fördert das Unternehmen außerdem Menschen mit Einschränkungen, es unterstützt den Lions und Rotary Club und ist Mitglied des Fördervereins der Westfälischen Hochschule.

Das Beste für Tiere

All das Engagement und die Arbeit zahlen sich aus: Die auf den Endverbraucher ausgerichteten Werbeaktivitäten und exzellenten Produktqualitäten haben Dr.Clauder jüngst den Weg in die Riege von „Deutschlands Beste“ und „Das Beste für Tiere“ von Focus Money geebnet. „Es ist toll zu sehen, dass die Kunden uns vertrauen und die Marke Dr.Clauder‘s auch nach außen die Werte verkörpert, für die wir täglich unser Bestes geben“, sind sich die geschäftsführenden Gesellschafter Malte Hübers und Alexander Gerards einig. ◀

Alle Fotos © Dr.Clauder

Malte Hübers und Alexander Gerards
Geschäftsführende Gesellschafter

Dr.Clauder solutions for pets GmbH
Auf dem Stemmingholt 41
D-46499 Hamminkeln

T +49 2856 9093 0
info@dr-clauder.com
www.dr-clauder.com

Hamburger Hafen fit für die Zukunft

Text: Ingo Egloff

Der Hamburger Hafen hat in der Corona-Krise tadellos funktioniert. Insbesondere der Eisenbahnverkehr hat sich einmal mehr als systemrelevant und verlässlich herausgestellt.
Der Hafen hat trotz der schweren Zeit die Weiterentwicklung von Wirtschaft, Transport und Logistik nicht verschlafen. Gern wird darüber geredet, dass Schifffahrt und Hafen alte Wirtschaft seien. Aber in Wirklichkeit gibt es keinen Bereich, der in den letzten 50 Jahren so sehr der Umwandlung unterworfen war und sich neuen Herausforderungen gestellt hat.
Mit der Erfindung des Containers ging eine revolutionäre Entwicklung der Logistik einher. Ganze Hafenlandschaften mussten umgestaltet werden, weil man weniger Liegeplätze in Hafenbecken brauchte und stattdessen große Lagerflächen für Boxen und Umschlaganlagen für den Hinterlandverkehr schaffen musste. Wer eine Karte des Hamburger Hafens aus den sechziger Jahren mit einer heutigen vergleicht, wird ihn kaum wiedererkennen.

Der Hamburger Hafen verfügt heute über vier moderne Containerterminals, die zum Teil voll digitalisiert sind. Das Terminal Altenwerder (CTA) ist zudem klimaneutral. Die Vernetzung der Warenströme durch digitalisierte Prozesse hat nicht nur für einen höheren Umschlag gesorgt. Auch kann jetzt alles zielgenauer geplant und gesteuert werden. Das Hamburg Vessel Coordination Center (HVCC) zum Beispiel steuert punktgenau die Anläufe von Großschiffen, Feederschiffen und neuerdings auch von Binnenschiffen. Auch landseitig baut Hamburg seine Infrastruktur zielgerichtet aus, trennt Schiene und Straße durch neue Brücken wie bei der Kattwyk- und Rethebrücke und erhöht damit Durchlaufgeschwindigkeit und Kapazitäten. Moderne, intelligente Wartungssysteme sorgen hier für rechtzeitige Reparaturen und helfen Ausfälle zu vermeiden.

Ebenso erfreulich ist die Fertigstellung der Fahrrinnenanpassung der Unter- und Außenelbe. Dank dieser Maßnahme können jetzt schon Schiffe mit höherem Tiefgang den Hamburger Hafen anlaufen. Außerdem können sich Großschiffe nun in der Begegnungsbox einfacher passieren. Im Mai erfolgte die erste Freigabe, im zweiten Halbjahr 2021 kann die Schifffahrt dann die neue Tiefe und Breite der Elbe vollständig nutzen. Diese Entwicklung ist für Reedereien ein positives Signal, denn der Hamburger Hafen passt sich den immer größer werdenden Schiffen und Transportmengen an. Zudem eröffnet die Fahrrinnenanpassung dem Hafen neue Geschäftsfelder, weil deutlich schwerere Exportladung umgeschlagen werden kann.
Doch mit diesen Projekten und Entwicklungen ist noch nicht alles getan. Um fit für die Zukunft zu sein, werden auch neue Technologien im Hamburger Hafen erprobt und eingesetzt. Die 5 G – Technologie zum Beispiel wird derzeit unter Echtzeit-Bedingungen getestet. Hamburg ist einer von nur zwei europäischen Projektstandorten. In der Zukunft soll damit auch

Port of Hamburg
MARKETING

Luftbild vom Hafen (© HHM/Michael Lindner)

autonomes Fahren ermöglicht werden. Längst sorgen Drohnen nicht nur für schöne Luftbilder vom Hafen, sondern werden auch bei der Untersuchung von Bauwerken eingesetzt und Unterwasserdrohnen helfen beim Aufspüren von Schäden an Kaimauern.

In vielen Bereichen des Hafens hat die Zukunft also schon begonnen. Bald werden Schiffe mit Brennstoffzellentechnik im Hafen unterwegs sein. Alternative Antriebe zur Reduzierung von schädlichen Emissionen werden nicht nur in der Schifffahrt Thema sein, sondern die gesamte Logistikkette verändern.

Weitere Schritte in Richtung Zukunft werden folgen, denn der Senat verfolgt mit seiner „Wasserstoffstrategie“ die völlige Umgestaltung der fossilen Industrie, von Fuhrparks und der Hafenschifffahrt. Um dies alles zu ermöglichen, sollen im Hafen nicht nur Industriebetriebe umgerüstet werden. Auf dem Gelände des Kraftwerks Moorburg soll ein 100 MW-Elektrolyseur gebaut werden, um grünen Wasserstoff direkt vor Ort zu produzieren. Zudem schreiten die Pläne für ein Wasserstoff-Importterminal voran, denn Deutschland kann den Bedarf an grünem Wasserstoff nicht allein decken.

Der Hamburger Hafen bereitet sich aktiv auf die Zukunft vor, arbeitet ständig an innovativen und intelligenten Lösungen und scheut nicht vor neuen Herausforderungen. Denn Fortschritt kommt nicht von allein. ◀

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

Lieferketten im Zeichen der drei R

Text: Bastian Frien

Resilienz statt Effizienz: Zwei Drittel der Lieferkettenmanager wollen sich nach den Erschütterungen durch Handelskriege und Pandemie neue oder weitere Lieferanten suchen. Doch Resilienz hat ihren Preis. Wer ist bereit, ihn auch zu zahlen?

Wie stark die globalen Lieferketten erschüttert sind, ist noch gar nicht sichtbar. Die Lockdowns in vielen Ländern weltweit führten zwar zu Produktionsausfällen – doch weil die Nachfrage ebenfalls abrupt sank, fielen diese Ausfälle weniger ins Gewicht. So war mancher Abnehmer sogar ganz dankbar, dass er keine Waren geliefert bekam, die sowieso niemand gekauft hätte. Doch auch wenn sich die Nachfrage wieder normalisiert, wird das globale System der Lieferketten nicht das alte sein, darin sind sich viele Unternehmen und Berater einig.

Die Zahlen unterscheiden sich je nach Studie, doch die Richtung ist deutlich: Eine Mehrheit der Supply Chain Manager weltweit denkt intensiv über Veränderungen in der eigenen Lieferkette nach. Mehr Lieferanten, andere Lieferanten – und diese möglichst nah, geografisch gesehen. Das verspricht nicht nur mehr Sicherheit gegen Pandemien oder andere Katastrophen, sondern schützt auch vor Strafzöllen und anderen Gefahren eines Handelskriegs. Drei R sollen helfen: Responsivität, Rekonfiguration und Resilienz. Schneller auf Unterbrechungen reagieren zu können durch ein Netz aus Lieferanten an unterschiedlichsten Standorten, um die eigene Produktion damit absichern zu können – das ist das Ziel.

Prio 1: Bestehendes sichern

„Es wird in den Unternehmen gerade viel darüber nachgedacht, wie die Zukunft der eigenen Lieferketten aussehen kann. Konkret entschieden wurde allerdings noch nichts. Das kann auch noch einige Jahre dauern“, beobachtet Amil Walia von der Deutschen Bank. Als Leiter Supply Chain Finance hat er nicht nur den deutschen Markt im Blick, sondern sieht auch die Entwicklungen in ganz Europa, im Nahen Osten und in Afrika. Die Diskussionen werden überall geführt. Konkret umgesetzt werden jedoch gerade ganz andere Maßnahmen.
„Weil durch die Corona-Krise viele Unternehmen insolvenzgefährdet sind, geht es Abnehmern momentan vor allem darum, die Solvenz ihres Lieferanten zu sichern – beispielsweise durch frühe Zahlungen“, sagt Walia. In vielen Bereichen sei es gar nicht möglich, kurzfristig den Lieferanten zu wechseln. „Das sind teils langjährige Beziehungen – man kennt die Qualität, die Zuverlässigkeit, die Spezifikationen. Das aufzugeben birgt auch ein großes Risiko.“

Die Kosten der drei R

Darum haben selbst Großkonzerne in bestimmten, sehr anspruchsvollen Bereichen nur einen einzigen Zulieferer – weltweit. Dabei ist nicht unbedingt das Know-how des Lieferanten entscheidend, sondern sein Maschinenpark. Wird insgesamt nur eine geringe Stückzahl sehr anspruchsvoller Produkte hergestellt, sind die Fixkosten enorm. Gäbe es einen zweiten Lieferanten, würde sich die Abnahmemenge halbieren, die Kosten für die Maschine blieben aber identisch. Die Stückkosten würden sich – sehr vereinfacht gerechnet – schlagartig verdoppeln.

Sonja Dittmann
Regional Head
Trade Flow
Advisory & Services
Northwest & West

Deutsche Bank AG
Herzogstraße 15
40217 Düsseldorf

sonja.dittmann@db.com
www.deutsche-bank.de/
unternehmensbank

Deutsche Bank

In anderen Bereichen ist eine Re-Regionalisierung gar nicht möglich, weil die benötigten Rohstoffe beispielsweise für Prozessoren oder Elektroantriebe nur in wenigen Regionen der Welt überhaupt abgebaut werden können.

Aber selbst bei relativ einfach herzustellenden Produkten wie Bekleidung kann die Produktion nicht einfach nach Mitteleuropa zurückgeholt werden. Einen Turnschuh in Italien herzustellen ist vier Mal so teuer wie in China. Auch wenn Robotik in vielen Bereichen helfen könnte, den Preisschock höherer Arbeitskosten abzumildern, wird es fast immer teurer, andere und mehr Lieferanten in die eigene Produktionskette einzubinden. Andere Ansätze wie eine größere Bevorratung binden Kapital und produzieren damit ebenfalls Mehraufwand. Wer soll diese Mehrkosten tragen?

„Diese Frage wird der Markt beantworten", sagt Walia. In ausgesuchten Bereichen wie Pharma mag die Bereitschaft der Käufer, mehr für ein Produkt zu zahlen, durch Covid-19 gestiegen sein.

Auch begehrte Technologien könnten preiselastisch sein. Für die Textilbranche dürfte das hingegen kaum gelten. Sollte die Wirtschaftskrise länger andauern, wird darunter der Konsum leiden. Eine Preiserhöhung wird dann schwer durchzusetzen sein.

"Man kennt die Qualität, die Zuverlässigkeit, die Spezifikationen der bestehenden Lieferanten. Das aufzugeben birgt auch ein großes Risiko."

Anil Walia

Der Charme der europäischen Peripherie

Die Lösung könnte – zumindest aus Sicht deutscher Hersteller – in der europäischen Peripherie liegen. In den Fokus rücken darum Länder in Osteuropa, die nach dem Fall der Mauer schon einmal profitiert hatten: günstiger als Hochlohnstandorte wie Deutschland, näher als die günstigen Regionen in Ostasien. Und: angesichts der geplanten Haftung von Abnehmern bei Verstößen ihrer Lieferanten gegen Sozial- und Arbeitsstandards im Lieferkettengesetz auch weniger riskant.

Tschechien ist bereits größter ausländischer Lieferant der deutschen Autoindustrie, aber auch Portugal hat schon vor dem Corona-Ausbruch eine deutliche Nachfrage als Produktionsstandort erlebt. Polen und Rumänien buhlen verstärkt um Investoren: Polen kündigte Mitte Juni 2020 deutliche Steuererleichterungen an, Rumänien Anfang Juli staatliche Hilfen für Greenfield-Investitionen. Im Dunstkreis Europas hat Marokko bereits knapp 70 Autozulieferer als Standort überzeugen können, PSA (u.a. Peugeot) hat seine größte Produktion außerhalb Frankreichs und Chinas dort eröffnet. Den Ausschlag dürften nicht zuletzt Anreize wie kostenlose Grundstücke und Steuererleichterungen gegeben haben. All das könnte den Unternehmen helfen, die Kosten der Regionalisierung zu senken.

Die Near-Shoring-Tendenzen dürften sich nicht auf Europa beschränken. Weil China als Absatzmarkt inzwischen für viele Branchen beinahe ebenso wichtig ist wie als günstige Lieferquelle – oder in Zukunft werden könnte –, werden auch europäische Unternehmen in der Region bleiben. Es könnten sich allerdings regionale Lieferkettengeflechte „aus der Region für die Region" in Ostasien etablieren. Statt eines globalen Netzes gäbe es verschiedene regionale Hubs. Ob deutsche Kunden dann aber bereit sind, mit einem entsprechenden Aufpreis das „europäische" Produkt zu kaufen – oder das günstigere aus dem asiatischen Raum, wird abzuwarten sein. Denn warum sollten die bereits erprobten globalen Liefermöglichkeiten in Zukunft nur B2B-Kunden vorbehalten bleiben?

Vielleicht doch ganz anders

Es kann auch anders kommen: Das bewährte internationale Netz an Lieferbeziehungen könnte größtenteils unverändert weiterbestehen. Allerdings würden Frühwarnindikatoren und eine bessere Transparenz über die gesamte Lieferkette bis zum Endabnehmer schnellere Reaktionen zulassen. Nicht in allen Branchen, aber zumindest in weniger sensiblen Bereichen wäre dies eine Möglichkeit, die schlimmsten Auswirkungen abzumildern. Die digitalen Möglichkeiten dazu bestehen längst. Sie müssten nur konsequent umgesetzt werden, vor allem die unterschiedlichen Schnittstellen müssen miteinander verbunden werden. Heute weiß längst nicht jeder Abnehmer, wer der Lieferant seines Lieferanten ist. Umso überraschender kommt dann der Lieferausfall. Weiß der deutsche Hersteller hingegen, dass sein tschechischer Lieferant von Lieferungen aus Nicaragua abhängig ist, kann er frühzeitig auf eine Naturkatastrophe dort reagieren. Wenn er nicht nur die eigenen Lagerbestände kennt, sondern auch weiß, wo sich Vorprodukte befinden und wie gut die Lager des Lieferanten gefüllt sind, weiß er besser, wie lange er seine Kunden noch beliefern kann. Die Umsetzung wird nicht einfach sein, aber in vielen Fällen günstiger als eine Standortverlagerung. Das Ende der Globalisierung sollte nicht zu früh ausgerufen werden. ◀

Der Beitrag erschien erstmalig im Magazin „results. FinanzWissen für Unternehmen", Ausgabe Herbst/Winter 2020. Veröffentlichung mit freundlicher Genehmigung der Deutschen Bank. Den Link finden Sie hier.
https://www.deutsche-bank.de/ms/results-finanzwissen-fuer-unternehmen/international/lieferketten-im-zeichen-der-drei-r.html

Neue Präferenzursprungsregeln im Pan-Europa-Mittelmeer-Raum

Neue Chancen für Unternehmen?

Text: Manuel Sieben

Am 7. Dezember 2020 wurde vom Rat der EU ein Paket von 21 Beschlüssen verabschiedet (vgl. ABl. EU 2020 Nr. L 419 und L 424), um den Handel zwischen der Europäischen Union und den Nachbarländern in der Pan-Europa-Mittelmeer-Region zu fördern.

Auf Basis dieser Beschlüsse sollen die Freihandelsabkommen zwischen der EU und 20 Handelspartnern in der Region aktualisiert und die darin enthaltenen Ursprungsregeln modernisiert werden. Ziel dieser Modernisierung sind flexiblere und unternehmensfreundlichere Ursprungsregeln. Das Zieldatum für die Annahme dieser Änderungen und ihr Inkrafttreten mit möglichst vielen Vertragsparteien ist der 1. September 2021.

Die modernisierten Ursprungsregeln wurden bereits am 30.12.2019 im Amtsblatt der Europäischen Union L 339 veröffentlicht. Durch diese Vorschläge werden die bilateralen Abkommen der EU mit folgenden Ländern berührt: Island, Liechtenstein, Norwegen, Schweiz, Färöer, Türkei, Ägypten, Israel, Jordanien, Libanon, palästinensische Gebiete, Georgien, Republik Moldau, Ukraine, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Nordmazedonien, Montenegro, Serbien und Kosovo.

Mit Beschluss Nr. 1/2021 (ABl. EU 2021 Nr. L 164) ist Jordanien das erste Land, das sich zur Anwendung der modernisierten Ursprungsregeln mit der EU ab 01.09.2021 bekannt hat.

Die wichtigsten eingeführten Verbesserungen sind:

- Flexiblere und einfacher zu erfüllende Ursprungsregeln, z. B. Abschaffung von kumulativen Anforderungen, höherer Anteil an Vormaterialien ohne Ursprung, neue Regeln für Textilien (bestimmte Veredelungsvorgänge verleihen den Ursprung), Multiple-Choice-Regeln für Chemikalien (z.B. können chemische Reaktionen bereits den Ursprung verleihen),
- Präferenzkalkulation auf Basis von Durchschnittswerten,
- Erhöhung der Allgemeinen Toleranz (Waren, die die Ursprungsregeln nicht erfüllen müssen) von 10 % auf 15 %,
- Flexibilisierung der regionalen Ursprungskumulierung (Einführung der „vollen“ Kumulierung für die meisten Produkte),
- Abschaffung des Draw-Back-Verbotes für die meisten Produkte,
- Ersatz der „Direktbeförderungsregel“ durch eine „Nicht-Manipulations“-Regel,
- Abschaffung der EUR-MED; Möglichkeit, förmliche Präferenznachweise durch Ursprungserklärungen von Ermächtigten und ggf. auch Registrierten Ausführern zu ersetzen und elektronische Präferenznachweise auszustellen.

Da keine Einigung zwischen allen Abkommenspartnern erzielt werden konnte (es scheiterte wohl an der Zustimmung von Algerien, Marokko und Tunesien), sollen die revidierten

AWB §

Regeln zunächst als Alternative zu denen des bisherigen Regionalen Übereinkommens über Pan-Europa-Mittelmeer-Präferenzursprungsregeln (ABL (EU) Nr. L 54/2013) gelten.

Das bisherige Regionale Übereinkommen bleibt somit anwendbar, solange die überarbeitete Fassung nicht einstimmig angenommen wurde. Während dieser Übergangsphase kommt es somit zu einer parallelen Anwendbarkeit des „alten“ Regionalen Übereinkommens und der modernisierten Ursprungsregeln. Die Unternehmen können somit entscheiden, mit welchen Regeln sie arbeiten möchten. Allerdings wird in den Nachweisdokumenten auch vermerkt werden müssen, welche Ursprungsregeln angewandt wurden, denn insbesondere für den Bereich der Kumulierung kann ausschließlich mit den „alten“ oder den „neuen“ Regeln gearbeitet werden, es entstehen somit zwei unterschiedliche Kumulierungszonen.

Wenngleich durch die moderneren und toleranteren Ursprungsregeln eine Vereinfachung für die Wirtschaft angedacht ist, wird dies wohl durch diesen zumindest übergangsweise höheren administrativen Aufwand in Frage gestellt. Nichtsdestotrotz lohnt es sich für Unternehmen, sich möglichst frühzeitig mit den neuen Regeln vertraut zu machen, die Anwendbarkeit mit den verschiedenen Handelspartnern zu beobachten und ggf. bereits Schritte zur innerbetrieblichen Umsetzung in die Wege zu leiten. ◀

Manuel Sieben
StB, MCA, Dipl.-Fw. (FH)
Fachberater für Zölle und Verbrauchsteuern

AWB Steuerberatungsgesellschaft mbH
AWB Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Königsstraße 46
48143 Münster
T +49 251 620 30 69 0
F +49 251 620 30 69 1
info@awb-international.de
www.awb-international.de

GO EXPORT!

- 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

CONTACT US

Robin Volmering
(Procurement Manager)
thenex GmbH
Robert-Bosch-Str. 42
46397 Bocholt
Germany
+49 2871 2713 34
rvolmering@thenex.com
www.thenex.com

GENERIEREN SIE MIT UNS IHR AUSLANDSGESCHÄFT

thenex®
WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900

Mit Herz und Humor im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht unterwegs

Die AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE wird 25 Jahre alt

Text: Matthias Merz

25 ist ein gutes Alter: Die grauen Haare sind noch in weiter Ferne, Gehör und Sehkraft funktionieren wunderbar. Vital und fit freut man sich des Lebens und der Sprung zur 30 scheint noch weit entfernt. Wird man ein Vierteljahrhundert alt, liegen die besten Jahre noch vor einem. Doch gilt diese weit verbreitete Ansicht auch für Unternehmen? 2021 kann es die AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE herausfinden. Der Seminaranbieter für Zoll- und Außenwirtschaftsrecht feiert seinen 25. Geburtstag. Matthias Merz, Geschäftsführer der AWA, hat das Unternehmen „aufwachsen" sehen und war seit der Geburtsstunde der Außenwirtschafts-Akademie dabei.

© AWA

Die große Jubiläums-Party war eigentlich für Anfang dieses Jahres geplant, aber die Pandemie hat uns einen Strich durch die Rechnung gemacht. Aufgeschoben ist aber nicht aufgehoben und so werden wir sicherlich noch die Korken knallen lassen, sobald wir wieder dürfen. Es macht mich stolz, dass die AWA zu einer bekannten Größe in der Außenwirtschaftsszene geworden ist, gerade wenn man bedenkt, wie klein wir gestartet sind.

Vom Dachbüro zur Außenwirtschafts-Akademie

Unter dem Dach der Juristischen Fakultät der **Universität Münster** nahm die Geschichte der AWA ihren Lauf: Den fachlichen Input lieferte zunächst Prof. Dr. Hans-Michael Wolffgang, heute Leiter des „Institute of Customs and International Trade Law" und nach wie vor AWA-Dozent. Durch ihn lernte ich die Außenwirtschaftsszene kennen und knüpfte wichtige Kontakte. Der Markt war damals überschaubar. Wodurch wir uns vor allem von anderen Anbietern unterschieden, war und ist der **akademische Hintergrund**. Anfangs rekrutierten wir Studentinnen und Studenten aus unserem näheren Bekanntenkreis, um die stetig steigende Nachfrage zu stemmen. 2001 stellten wir die erste Auszubildende zur Veranstaltungskauffrau ein. Als wir 2004 in die Königsstraße umzogen, zählte die AWA fünf feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter plus studentische Hilfskräfte. Mit dem stetigen Wachstum der AWA kamen **nach und nach immer mehr Spezialisten** zu uns. Heute beschäftigt die

AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

AWA 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den unterschiedlichsten Bereichen an den Standorten in Münster und München.

Meilensteine

2018 wurde die AWA **Teil der Beck-Gruppe**. Wir haben uns zu dieser starken Partnerschaft mit dem **Traditionsverlag C.H. BECK** entscheiden, weil wir dadurch den perspektivischen Ausbau des Seminargeschäftes auch im juristischen Bereich schneller und weiter vorantreiben können. Weitere Meilensteine der Firmengeschichte sind sicherlich die **TÜV-Zertifizierung** unserer **Lerndienstleistungen sowie** die räumliche Vergrößerung des Unternehmens. Eigene **Seminarzentren** inmitten der **Münsteraner** und **Münchener Innenstadt** sorgten all die Jahre dafür, dass die Pausen zwischen den Seminareinheiten und einzelnen Seminartagen gerne zum Flanieren und Shoppen genutzt wurden und hoffentlich bald wieder verstärkt werden.

© AWA

Was die AWA ausmacht

Zugegeben, mit Zoll- und Außenwirtschaftsrecht dürften viele Menschen eher ein konservatives Arbeitsumfeld assoziieren, um es vorsichtig auszudrücken. Lange Bücherregale mit angestaubten Gesetzestexten in grauen Büros etwa und konzentrierte Zollfachleute und Juristen, die sich hinter diversen Stellungnahmen vergraben. Bei der AWA weht ein anderer Wind und wer unsere Seminare besucht, wird das schnell merken. Zoll, Exportkontrolle, das Präferenzrecht, viele Aspekte des Steuerrechts sowie weitere Außenwirtschaftsthemen vermitteln wir lebendig und verständlich in einem modernen und angenehmen Lernambiente. In meinen Augen muss das Vermitteln von Zollrecht nicht immer nur bierernst sein. **Eine gesunde Portion Humor** im Paragrafen-Dschungel gehört dazu – davon bin ich überzeugt.

Die Zukunft: E-Learning, Hybrid-Modelle – Bye Bye Präsenzseminar?

Wir dürfen uns glücklich schätzen, dass die AWA in ihren 25 Jahren kontinuierlich und stabil Schritte nach vorne gegangen ist. Wir haben viele Trends gesetzt. Unsere größte Herausforderung erleben wir zurzeit, wie viele Unternehmen sicherlich auch, mit der **Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie**. So richteten wir in den vergangenen Monaten unsere gesamte Energie auf den **massiven Ausbau unseres Webinarangebotes**. Dank eines engagierten, flexiblen und technikaffinen Teams konnten wir dadurch auch in Zeiten von Kontaktsperre und Lockdown weiterhin erfolgreich Wissen zum Zoll- und Außenwirtschaftsrecht vermitteln.

Wohin die Reise für Bildungsanbieter in der Post-Corona-Zeit hingeht, ist schwer abschätzbar. Ich bin mir aber sicher, dass Kunden das Seminarerlebnis vor Ort und den erlebten Austausch mit Kolleginnen und Kollegen sowie den Vortragenden nach wie vor nicht missen möchten. Webinare, oder besser gesagt E-Learning, wird meiner Meinung nach trotzdem nicht mehr wegzudenken sein. Hybrid-Modelle könnten helfen, dem geänderten Weiterbildungsbedarf gerecht zu werden. Damit gemeint ist eine Mischung aus Präsenzveranstaltung und Streaming. Damit können Interessierte entscheiden, Inhalte live vor Ort oder am PC zu verfolgen.

Wie auch immer – **wir sind bereit**, uns den Herausforderungen der kommenden Jahre zu stellen und die Chancen zu nutzen, die uns der technologische Fortschritt auch für den Fort- und Weiterbildungsmarkt bietet. ◀

Matthias Merz
Geschäftsführender Gesellschafter der AWB Steuerberatungsgesellschaft mbH
Geschäftsführer der AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH

AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH
Königsstraße 46
48143 Münster

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

Wirtschaftlichkeit vs. Sicherheit

Ein Wettstreit zwischen Industrie, Gesetzgeber und Lobbyisten

Text: Niclas Lahmer

© Fotalia/MikaelDamkier

Ob Dieselskandal, Schuldenkrise, Finanzkrise, Covid-19 oder die aggressive Ausweitung der chinesischen Wirtschaft – um hier nur einige wenige zu nennen – die Anzahl der Krisen scheint sich zu mehren. Doch längst erfahren wir nicht von all jenen Krisen und Herausforderungen unserer Zeit, die geeignet sind, unser Leben nachhaltig negativ zu verändern. Die meisten Krisen und damit verbundenen Herausforderungen scheinen im Hintergrund still und leise vor sich hinzudarben, ohne das diese von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Ob es an der Berichterstattung liegt? Trendworte wie Fake News öffnen sich dazu, wie Kurznachrichten auf dem Mobiltelefon. Herr Prof. Dr. Norbert Bolz formulierte es in einem Interview am 01.05.2017 im Gespräch mit Herrn Peter Hahne dazu wie folgt: »Es liegt nicht etwa daran, dass die Medien lügen würden. [..] Es ist noch viel schlimmer. Sie verschweigen.«

Gefahrgut

Vor 4 Jahren, als ich diesen Worten über meinem Endgerät lausche, sitze ich in einer Höhe von über 30.000 Fuß in einem Passagierflugzeug Richtung Berlin. Als Ausbilder im Bereich Gefahrgut von Luftfracht muss ich dabei unweigerlich an die Luftfracht denken, die sich in jenem Moment unter meinen Füßen im Passagierflugzeug befindet. Ich schaue die vielen Passagiere, die um mich herum sitzen an, sehe, dass diese schweigend in ihren Gedanken vertieft sind, nicht wissend und ahnend, welche Gefahr dort unter uns schlummert. Tatsächlich werden mehr als 50 Prozent der weltweit geflogenen Fracht an Bord von Passagierflugzeugen geflogen und nicht etwa, wie im Volksmund weit verbreitet, auf Frachtflugzeugen. Dazu gehört das Amazon Paket mit der Büchersendung für die Nachbarin, aber eben auch die Lithium Batterie oder schlimmer noch, dass Gefahrgut, welches in erster Linie nicht einmal als solches erkannt oder deklariert worden ist.

Flugzeugabstürze

Die Anforderungen für Versender, Spediteure, Luftfahrtunternehmen und alle weiteren Beteiligten in der Lieferkette von Luftfracht sind juristisch klar definiert. Doch wo kein Richter,

da kein Kläger! Trotz einiger Flugzeugabstürze werden immer noch viele gefährliche Güter falsch oder gar nicht deklariert. Der Experte spricht von nicht-deklariertem Gefahrgut. In Deutschland kann einem solchen Sachverhalt eine Ordnungswidrigkeit gemäß §130 OWiG folgen. Dazu müssten all diese Verstöße dem Luftfahrt Bundesamt aber zur Kenntnis gelangen. In der Praxis werden Unternehmen nur sehr selten für ihr Handeln zur Rechenschaft gezogen, wenn sie vorsätzlich oder auch unwissentlich den Versand von undeklarierten gefährlichen Güter in Auftrag geben. Manchmal lesen wir von den Ordnungswidrigkeiten in schwindelerregenden Höhen gegen namhafte Unternehmen. In der Masse aber gehen diese unter. Das Luftfahrt Bundesamt erhebt dazu seit Jahren eine Statistik. Im Jahre 2018 wurden 171.091 Zwischenfälle, zu welchen wir auch undeklarierte gefährliche Güter zählen, dokumentiert und aufgenommen. Dies ist jedoch nur die offizielle Zahl. Die tatsächliche Zahl darf deutlich höher angesetzt werden.

Handgranate

Hinzu kommen die Mengen der Lithium Batterien, die nicht als Gefahrgut erkannt werden, oder die durch Hintertüren in der Rechtssprechung vom vollregulierten Gefahrgutversand freigestellt werden. Diese Batterien befinden sich in den meisten Geräten unserer Zeit. Unser Mobiltelefon, dem Tablet, der DSLR Kamera und womöglich auch dem Endgerät auf Ihrem Schreibtisch. Ganz zu schweigen von unseren Autos. Diese werden jetzt umweltfreundlich mit einer Lithium Batterie ausgestattet. Das diese über mehr Energie als eine Handgranate verfügt, ist den wenigsten bewusst. Und das diese Art von Batterien bei einem Brand nicht so einfach gelöscht werden können, ist ebenfalls weitgehend unbekannt. Damit uns unsere Batterien aber nicht um die Ohren fliegen, gelten die Anforderungen zur Prüfung dieser Batterien gemäß des UN-Manual of Tests and Criteria. Die daraus resultierenden Tests, Prüfberichte und Zusammenfassung kommen meist aus China und werden häufiger gefälscht als die Gucci Handtaschen der Damen. Ein ansehnliches Geschäft entsteht für all jene, die den Kampf zwischen der Frage der Wirtschaftlichkeit und Sicherheit ausnutzen möchten. Solange aber die Höhe der Strafzahlung für eine Ordnungswidrigkeit nur einen Bruchteil der Kosten der ansonsten aufzuwendenden Maßnahmen beträgt, handeln viele Unternehmen nach dem Grundsatz: Wenn ich erwischt werde, zahle ich die Ordnungswidrigkeit, habe aber unter dem Strich trotzdem erhebliche Kosten eingespart.

Bundestagswahl

Ob die politischen Veränderungen, auch im Hinblick auf die Bundestagswahl im September 2021, hier einen nachhaltigen Wandel versprechen, bleibt ungewiss. So bleibt das Thema der undeklarierten gefährlichen Güter ungehört und ungesehen, bis wieder ein Flugzeug unfreiwillig vom Radar verschwindet und die Familien der Hinterbliebenen sich zu Recht fragen: »Warum?«. Ob wir dann eine Gefahrgutkrise haben werden? Wer weiß, ob die Medien darüber berichten und wir davon jemals etwas erfahren. ◀

Niclas Lahmer
Referent / Buchautor

EUWISA Europäische Wirtschafts- und Sicherheitsakademie GmbH
Stüvestraße 41
31785 Hameln

T +49 5151 98 93 90
niclas.lahmer@euwisa.com
www.euwisa.com

MCA

Customs, Taxation and International Trade Law
› University of Münster

Master of Customs, Taxation and International Trade Law (MCA)

Online Master's Degree for future Strategic Managers in Customs

The MCA-programme is an executive Master's course which is **offered online**. It aims to **prepare** customs practitioners in the public and private sectors for the **role of strategic manager**. Graduates will gain the unique degree "Master of Customs Administration" (MCA) awarded by the **University of Münster** in Germany. The MCA is part-time and lasts 20 months. It consists of monthly seminars held online and self-study. The programme is organised in such a way so as not to interfere in your working time or holidays. It is practice-based and focusses on problem-solving, optimising processes and ensuring compliance. Thereby, it can help participants find ways of **saving time and costs for their organisations.** The MCA-programme is offered by the University of Münster in cooperation with AWA.

Target Group

The course is open to customs practitioners from the private and public sectors. The target group includes: the employees of commercial companies, customs brokers and officials from customs administrations.

Certified

You can be sure that the **master course** has **excellent quality**: The course has been officially recognised by both the World Customs Organisation and European Commission as complying with their standards for customs Master's degrees.

Start

Have we aroused your interest? The Master of Customs, Taxation and International Trade Law will **start in January 2022**. The application deadline is **30th September 2021**. You too can be one of the customs professionals of tomorrow!

Further information is available on our website:
› www.uni-muenster-mca.de

Applications:
› www.uni-muenster-mca.de/admission

WWU MÜNSTER

AWA FOREIGN TRADE ACADEMY

WORLD CUSTOMS ORGANIZATION

EU CERTIFICATE OF RECOGNITION CUSTOMS

MEHR WISSEN
www.awa-seminare.com

AWA
AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE

// **NEUE EXPORTREGELN** FÜR DUAL-USE-GÜTER

Die AWA zeigt Ihnen, worauf Sie sich als Exporteur zukünftig einstellen müssen

Die Mühlen in Brüssel mahlen langsam. Das galt auch für die sogenannte Dual-Use-Reform. Einige Jahre dauerte das politische Ringen um Änderungen der Verordnung, die die Exportregeln für Güter mit doppeltem Verwendungszweck festlegt.

Die **Neufassung der Dual-Use-Verordnung** steht seit dem 11.06.2021 im **Amtsblatt** der Europäischen Union. Neben **umfangreichen Änderungen im Kernbereich der Exportkontrolle** findet sich auch eine **Vielzahl kleinerer Änderungen** in der neuen Verordnung. Die Liste der enthaltenen Neuerungen ist lang und Unternehmen sollten die Zeit nutzen, sich mit den Änderungen vertraut zu machen und ihre Prozesse sowie die Dokumentation (ICP) anzupassen. Zu den Änderungen gehören etwa die erstmalige Kontrolle technischer Unterstützung auch auf europäischer Ebene oder die Einführung eines neuen Kontrolltatbestandes für „cyber-surveillance Güter".

Die AWA schult Sie umfassend zur neuen Dual-Use-Verordnung und verdeutlicht Ihnen, welche Änderungen auf Sie zukommen.

- **Dual-Use-Verordnung – Neufassung**

Alle Termine unter:
www.awa-seminare.com/webexkduv

Kooperationspartner

WWU

Ein Unternehmen der Beck-Gruppe

C.H.BECK

Zertifiziert durch

BESUCHEN SIE UNS
www.awa-seminare.com

Kanada – mehr als ein attraktives Reiseziel

NRW.Europa und EU unterstützen KMU auf dem Weg zu neuen Märkten

Text: Dr. Karsten W. Lemke
Foto und Grafik: © ZENIT

Portal Access2Markets:
https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/de/home

Für die einen ist Kanada ein Traumurlaubsziel, für andere ein ideales Auswanderungsland. Für viele Unternehmen – auch aus NRW – ist es darüber hinaus ein Land mit erheblichem Wachstumspotenzial in allen Bereichen der Industrie. Und einem großen Nachholbedarf zum Beispiel in der Automobilindustrie, die im Bereich Automatisierung im Vergleich zu europäischen und asiatischen Firmen zurückliegt. Unterstützung beim Zugang zu diesem wirklich interessanten Markt bieten die NRW.Europa-Internationalisierungsexpertinnen und -experten der ZENIT GmbH und der NRW.BANK. Informationen gibt es beim Team auch zur neuen EU-Plattform #Access2Markets mit Hinweisen rund um Ausfuhren aus der bzw. Einfuhren in die EU.

Bereits heute exportieren rund 10.500 deutsche Unternehmen, von denen 73 Prozent kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind, nach Kanada. Die Exporte in das flächenmäßig riesige Land mit rund 37 Millionen Einwohnern sichern laut Detlef Engler ca. 141.000 Arbeitsplätze in Deutschland. Vorgestellt hat Engler diese Zahlen als Leitender Beauftragter für Investitionen der kanadischen Botschaft in Berlin während einer ZENIT-Veranstaltung im März 2021.

Besonders interessant für deutsche Unternehmen seien die Sektoren Bergbau, IKT/KI, Energie/Umwelttechnik, Digitale Medizintechnik, Chemie, Bau, Kfz/autonomous vehicles/electric vehicles, Elektro und Maschinenbau. Für 2021 bzw. 2022 erwarte er für Kanada ein reales Wachstum des BIP von +5,3 Prozent bzw. +3,5 Prozent. Ein besonderer Reiz liege im marginalen effektiven Steuersatz auf neue Unternehmensinvestitionen von nur 13,8 Prozent. Im Vergleich dazu betrügen die Sätze in den USA 18,4, in Japan 31,4 Prozent.

ZENIT

Kanada: Großes Land, große Potenziale

Darüber hinaus gebe es bis Ende 2023 weitere, attraktive Konditionen wie die

- 100 % Abschreibungen auf neue Maschinen und Ausrüstungen
- 100 % Abschreibungen auf Investitionen in erneuerbare Technologien und Ausrüstung
- 100 % Abschreibung auf Software und die
- Verdreifachung der Abschreibungsraten auf alle anderen Wirtschaftsgüter

Nicht nur die positiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, sondern auch ein innovatives Umfeld, gut ausgebildete, loyale Fachkräfte sowie erfahrene und passionierte Wirtschaftsförderer erwarten Investoren und Handelspartner vor Ort in Kanada.
„Kanada und Deutschland verbindet eine starke, für beide Seiten vorteilhafte bilaterale Handels- und Investitionsbeziehung. Mit seiner Expertise in den Bereichen Digitalisierung, KI, Cleantech und Wasserstoff ist Kanada geradezu ein natürlicher Partner für NRW-Unternehmen, die in diesen Bereichen viel Expertise haben“ ist sich Andreas Weichert, Gesandter-Botschaftsrat, Botschaft von Kanada, sicher.

Seit Juni 2020 ist Kanada Mitglied im Enterprise Europe Network (EEN). Das von der EU initiierte, in 70 Staaten aktive, weltweit größte Internationalisierungsnetzwerk, ist auch in NRW vertreten. Unter dem Namen NRW.Europa bieten die ZENIT GmbH als Konsortialführer und die NRW.BANK mit Unterstützung des Landes NRW zahlreiche, zumeist kostenlose Angebote für kleine und mittlere Unternehmen. Eingebunden ist ZENIT als Internationalisierungsagentur des Landes und des Mittelstands in NRW als einer von fünf Partnern deshalb auch in die Außenwirtschaftsstrategie des Landes NRW.

Das EEN-Konsortium in Kanada besteht aus dem German Canadian Center for Innovation and Research (GCCIR) und der EU Chamber of Commerce in Canada. Mit dem GCCIR konnten die NRW.Europa-Expertinnen und -Experten bereits einige erfolgreiche Delegationsreisen umsetzen. Weil die Verbindung zwischen den kanadischen und nordrhein-westfälischen Akteuren auch durch Kooperationsbörsen und zahlreiche Veranstaltungen sehr eng ist, wurde ZENIT zum Mentor der kanadischen EEN-Vertreter und ist kompetenter Ansprechpartner für nordrhein-westfälische Unternehmen, die nach neuen Geschäftspartnern oder Technologiekooperationen in Kanada suchen.
Mit Hilfe des NRW.Europa-Teams fand ein kanadischer Sensorentwickler 2021 zum Beispiel ein nordrhein-westfälisches Spin-off als Technologiepartner, der an AI gestützten Systemen zur Deichüberwachung arbeitet. „In einem gemeinsamen Feldversuch testen die beiden zurzeit einen in Kanada entwickelten Sensor zur Überwachung der Seismik in Böden“, freuen sich Cornelia Schwizer und Benno Weißner, die bei ZENIT viele Kanadaaktivitäten begleiten.

Begünstigt wird die Zusammenarbeit durch das Wirtschafts- und Handelsabkommen CETA. Es wurde 2016 von der EU und ihren Mitgliedstaaten als gemischtes Abkommen geschlossen und wird seit September 2017 vorläufig angewendet, soweit es die im Kompetenzbereich der EU liegenden Teile angeht. In Deutschland soll die Ratifikationsgesetzgebung erfolgen, wenn das Bundesverfassungsgericht in den zu CETA anhängigen Verfahren noch offenen Rechtsfragen geklärt hat.

Access2 Markets – Ihr EU-Portal zu Handelsinformationen

Alles Wissenswerte zur Ausfuhr aus der EU und Einfuhr in die EU finden Unternehmen seit Anfang 2021 im EU-Portal #Access2Markets.

Das Webportal kombiniert die Marktzugangsdatenbank, den EU-Handels-Helpdesk und vieles mehr in einem einzigen Tool. Access2Markets enthält alles, was Unternehmen über Zölle, Steuern, Produktregeln und Anforderungen in Bezug auf alle EU-Länder und über 120 andere Märkte weltweit wissen müssen. Informationen für jede einzelne Ware lassen sich über einen My Trade Assistant abrufen.

- Jede Ware hat einen Code, den Sie auf Access2Markets finden können. Diesen benötigt, wer wissen will, welche Einfuhrzölle und nationalen oder lokalen Steuern zu zahlen sind.
- Finden Sie heraus, welche Verfahren und Formalitäten zu befolgen sind.
- Access2Markets listet die Produktregeln und Anforderungen für jedes Produkt auf.
- Für die, die noch ganz am Anfang stehen, beschreiben Schritt-für-Schritt-Anleitungen den gesamten Ein- und Ausfuhrprozess.
- Wer ist zu kontaktieren? Access2Markets verfügt über Kontaktdaten von Zoll- und anderen öffentlichen Behörden in den EU-Ländern und im Ausland. ▶

Cornelia Schwizer
ZENIT-Internationalisierungs-beraterin

T +49 208 30004 47
cs@zenit.de

ZENIT GmbH
Bismarckstraße 28
45470 Mülheim an der Ruhr

www.zenit.de
www.nrweuropa.de

Das Portal hält auch Informationen zum Schutz des Geistigen Eigentums bereit und informiert über das Abkommen der EU mit dem Vereinigten Königreich. ◀

Dr. Karsten W. Lemke, in der ZENIT-Geschäftsführung zuständig für den Bereich Internationalisierung, freut sich auf Fragen von Unternehmen rund um die Themen Internationalisierung und Fördermöglichkeiten. „Seit dem Start von NRW.Europa im Jahr 2008 hat unser Team mehr als 7.000 individuelle Beratungen durchgeführt, konnten über unsere Kooperationsplattform mehr als 1.350 Profile mit Gesuchen oder Angeboten aus NRW verbreitet werden und wir zum Abschluss von ca. 600 dokumentierten Beratungserfolgen und Kooperationen beigetragen."

Portal NRW.Europa: *https://nrweuropa.de*
Homepage ZENIT GmbH: *www.zenit.de*
Portal Access2Markets: *https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/de/home*

enterprise europe network
Business Support on Your Doorstep
NRW.Europa

Dr. Karsten W. Lemke
Geschäftsführer der ZENIT GmbH

T +49 208 30004 27
le@zenit.de

ZENIT GmbH
Bismarckstraße 28
45470 Mülheim an der Ruhr

www.zenit.de
www.nrweuropa.de

DERRA, MEYER & PARTNER
Rechtsanwälte PartGmbB

Ihre Anwälte für internationales Recht

In Zeiten der Globalisierung sind internationale Verflechtungen auch für kleinere und mittlere Unternehmen alltäglich geworden.
Wer sich risikofrei durch die komplexen Systeme nationaler und europäischer Rechtsvorschriften und Gesetze bewegen will, ist gut beraten, schon im Vorfeld fachlichen Rat einzuholen!

Als internationale Wirtschaftskanzlei begleiten wir Sie bei Ihren Geschäftstransaktionen – von der vertraglichen Gestaltung von Export- und Vertriebsverträgen, einschließlich AGB, bis hin zur Gründung von Betriebsstätten oder Tochtergesellschaften.
Wir sind Ihr zuverlässiger Partner!

Beratungsschwerpunkte:

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

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

Ihre Ansprechpartner in Düsseldorf:

Karl-Heinz Lauser

Stefan Eßer

Dr. Jens Eckhardt

Ruth Witten-Violetti

Exportgeschichte

Erfahrungen eines Start-ups in den 80-ern

Text: Axel Hallensleben
Fotos: WIWOX Archiv

Herzlichen Glückwunsch zum 75.Geburtstag des Außenhandelsverbandes NRW. Genau in der Halbzeit des Jubiläums habe ich im Januar 1984, also vor 37 Jahren meine eigene Firma gegründet. Damals konnte ich natürlich noch nicht ahnen, dass ich eines Tages als Verbandsmitglied diesen Geburtstag mit einem gemeinsamen Rückblick feiern darf.

Kompensationsgeschäft

Ich erinnere mich immer gerne an ein besonderes Abenteuer: Bei einem unserer ersten Messeauftritte im Jahre 1987 auf der METAV in Düsseldorf betrat am späten Nachmittag eine Gruppe russisch sprechender Herren unseren Messestand. Der begleitende Dolmetscher öffnete die mitgeführte Plastiktüte und offenbarte ein silbernes topfförmiges Blechteil. Dieses sollte an seinem verzahnten, äußeren Rand einem sogenannten „Verfestigungs-Strahlprozess“ unterzogen werden, um besonderen Belastungen als Getriebebauteil in einem Industrieroboter standhalten zu können. Schnell war ich mit der Materie vertraut, zumal ich über das hierzu benötigte „Kugelstrahlverfahren“ durch meine vorherige Erfahrung als Verkäufer amerikanischer Maschinen Kenntnisse erworben hatte. Nach vielen Treffen und Versuchen bekamen wir schließlich den Auftrag zur Lieferung einer automatischen Strahlanlage an die Firma LADA – AutoWas in Toljatti – Russland. Abgewickelt wurde das gesamte Projekt, an dem noch andere deutsche und internationale Werkzeugmaschinenhersteller beteiligt waren, über das deutsche Generalunternehmen „Ferrostaal“ in Essen als sogenanntes Kompensationsgeschäft im Tausch gegen Rohstoffe, Lebensmittel, etc.

-25 C°

Die Strahlmaschine wurde durch ein befreundetes Maschinenbauunternehmen in Oberhausen gebaut. Nach erfolgreicher Prüfung und Abnahme erfolgte der Versand der Anlage nach Russland im November 1988 einschließlich mehrerer großer Kisten gefüllt mit Ersatzteilen und Strahlmitteln. Die Inbetriebnahme der Anlage wollte ich unbedingt persönlich durchführen und flog zusammen mit einem jungen Elektriker zunächst nach Moskau. Dort erwartete uns der eisige russische Winter mit Temperaturen unter -25 C°. Zusammen mit Technikern von anderen Firmen wurden wir mit einem Bus auf das Rollfeld gefahren, wo der Anschluss-Flieger nach Toljatti wartete. Es war inzwischen spät, dunkel und bitter kalt. ▶

WIWOX®
SURFACE SYSTEMS

Zu unserem Erstaunen waren alle Passagiere ausgestiegen und standen in zwei langen Reihen vor dem Flugzeug. Sie bildeten ein Spalier und warteten geduldig, bis alle ausländischen „Spezialisten“ Platz genommen hatten. Dann konnten jedoch nur noch so viele Passagiere wieder einsteigen, wie Sitzplätze übrig waren. Die anderen blieben draußen. Das alles passierte ohne Worte und ohne Protest. Schnell wurde die zurückgelassene dunkle Menschentraube auf dem weißen Schnee kleiner, als die robuste Iljuschin-Maschine schüttelnd und polternd auf der vereisten Rollbahn beschleunigte.

Weihnachtsschmaus

Auf dem 800 km Flug in das südöstlich an der Wolga gelegene Toljatti bekamen wir einen Eindruck von der unendlichen Größe Russlands. Die weite schneebedeckte Steppe schimmerte hell im Mondlicht. Nur ein paar leuchtende Flecken markierten die wenigen Siedlungen und Städte. Unvergessen bleibt für mich auch das Bild der vielen Passagiere, die auf dem Schoß lebende Tiere wie Hühner, Enten, Kaninchen etc. in Käfigen transportierten. War das der Weihnachtsschmaus?

Wiedervereinigung bei Kräuterschnaps

Die Reise schien kein Ende zu nehmen, der Transfer mit dem Bus vom Flughafen zum Hotel dauerte Stunden. Im schummrigen Schein meiner Leseleuchte blätterte ich in meinem „Spiegel-Wochenmagazin“ und fühlte mich auf einmal beobachtet. Mein Sitznachbar in der gegenüberliegenden Sitzreihe las offensichtlich mit, aber versuchte sein Interesse zu verheimlichen, indem er sich schlafend stellte. Irgendwann war meine Geduld zu Ende und ich fragte ihn, ob er nicht selber in meiner Zeitung lese wolle. Ehrfürchtig und dankbar nahm er mein Angebot an. Zu meinem Erstaunen nahm er meine Zeitung und teilte sie wie eine Beute sofort mit seinen Kollegen. Die waren auf einmal alle hellwach und unterhielten sich aufgeregt in einem exotisch, aber deutsch klingenden Wortschwall. Schnell kamen wir ins Gespräch. Es waren Mitarbeiter des Kombinats ROBOTRON aus Thüringen,

die auch ein Projekt bei LADA durchführten. Uns wurde bewusst, dass wir Teil eines historischen Ereignisses waren. Plötzlich standen sich bis dahin zwangsgetrennte Landsleute gegenüber und konnten wieder miteinander reden. Und wir hatten uns so viel zu erzählen! Regelmäßig trafen wir uns von da an nach der Arbeit in der Sitzecke auf unserem Hotelflur und diskutierten leidenschaftlich, oft bis zum frühen Morgen. Wir feierten unsere eigene

Wiedervereinigung bei Thüringer Kräuterschnaps und Christstollen, ergänzt durch Bier und Wein aus dem hoteleigenen Intershop, zu dem ich allein mit meinem Westgeld Zugang hatte.

Mich hat dieses Ereignis bis heute geprägt, zumal ich als Kind der Nachkriegsgeneration die Teilung Deutschlands und die Klassenfahrt zur politischen Bildung in das eingeschlossene Berlin im Jahre 1975 hautnah miterleben konnte. Wer hätte damals gedacht, dass die Mauer dann tatsächlich 1 Jahr später fiel und die Wiedervereinigung Deutschlands wahr wurde?

Klassenfeind

Wir, die damals als kleine Gruppe im einsamen, eiskalten Toljatti zusammen saßen, hatten in diesem Moment zumindest fest daran geglaubt. Die Gespräche über private, politische und kulturelle Gemeinsamkeiten ließen uns spüren, dass Zwang niemals trennen kann. Der einzige linientreue Vorarbeiter meiner neuen Freunde versuchte verzweifelt, vor mir, dem Klassenfeind, zu warnen. Sein „sozialistisches Kartenhaus“ fiel jedoch in sich zusammen, als er von seinen eigenen Kollegen mit den Fakten der ideologisch bedingten „wirtschaftlichen Verknappung“ konfrontiert wurde: Auto, Telefon und Wohnung - alles wurde durch „die Partei“ verteilt und nur den „folgsamen“ Genossen zugestanden. Aber die Zeit der Märchen war jetzt vorbei. Zu sehr waren die Bewohner der damaligen „DDR“ vom Westfernsehen über Freiheit und Wohlstand informiert. Russland war ja auch gerade auf dem Sprung in eine neue Zeit, die wir mit unserer Montagetätig unterstützten.

LADA-Werk

Schon die morgendliche Anreise zum LADA-Werk wurde für mich zu einem unvergesslichen Erlebnis: Tausende Menschen wanderten in einer endlosen Kolonne über die verschneite Steppe in der Dunkelheit zu ihrem Arbeitsplatz. Der Bus mit uns als privilegierten Technikern teilte diese riesige Masse jedes Mal wie ein Raubfisch einen Fischschwarm, der sich dann sogleich wieder

hinter uns zusammenzog. Im Werk selber ging es mit neuen Eindrücken weiter. Große Tafeln mit sozialistischen Parolen und Lenin Bildern zierten die Hallenwände. Die technische Ausstattung der Fertigung entsprach unserem modernen, westlichen Standard. Einmal wurde die Produktion gestoppt. Mitarbeiter auch aus den Nachbarhallen liefen zusammen und warteten geduldig auf ein großes Ereignis. Plötzlich öffneten sich die Tore und Traktoren zogen voll beladene Anhänger in die Halle. Auf den Anhängern standen Männer, die in hohem Bogen gerupfte Hühner in die umstehende Menschenmenge warfen. So gab es in diesem fast dreiwöchigen Russlandaufenthalt jeden Tag Ereignisse, die für mich als jungem Mann im Alter von 32 Jahren bis dahin unvorstellbar waren.

Respekt und Gastfreundschaft

Dunkelheit und Kälte des strengen russischen Winters wurden durch den dauernden Kontakt zur russischen Bevölkerung angenehm und erträglich. Die Menschen waren respektvoll und gastfreundlich. Junge Studentinnen begleiteten uns als Dolmetscher und ermöglichten die Kommunikation mit den russischen Technikern zum Aufbau und zur Inbetriebnahme der Maschine. In unserer freien Zeit am Wochenende machten wir Stadtrundfahrten, indem wir uns an den Straßenrand stellten und eine Packung „Marlboro“ in die Luft hielten. Schnell hielt ein LADA und der Fahrer nahm uns mit an die Wolga oder zu anderen Sehenswürdigkeiten der Stadt.

Erdbeben

Ein jähes Ende fanden die wöchentlichen Tanzabende zur Unterhaltung der Techniker, als am 7. Dezember ein schweres Erbeben die sowjetische Republik Armenien erschütterte. Dem Unglück mit tausenden Toten folgte eine beispielhafte internationale Rettungsaktion. Als ich auch eine kleine Spende im Namen meiner Firma leistete, wurden wir mit einem 1. Klasse Flug incl. Sekt und Kaviar kurz vor Weihnachten nach Ost-Berlin geflogen. Gerne erinnere ich mich an dieses und ähnliche Erlebnisse während meiner 40-jährigen Tätigkeit als Außenhändler im internationalen Im– und Export von Maschinen für Oberflächentechnik. Ich wünsche mir für unseren Nachwuchs die gleiche Begeisterung und Leidenschaft, die mich bei der Erschaffung von Win/Win-Beziehungen zu Kunden und Lieferanten stets begleitete, frei nach dem Rat von Immanuel Kant: „Nutz den Verstand und nimm das Glück in die eigene Hand“. ◀

Axel Hallensleben
Gesellschafter

WIWOX GmbH
Surface Systems
Niermannsweg 3-5
40699 Erkrath

T +49 211 159 88 80
F + 49 211 159 88 11
a.hallensleben@wiwox.de
www.wiwox.de

AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Mitglieder-versammlung 2021

Düsseldorf 06.09.2021

Mitgliederversammlung im Zeichen des Generationenwechsels

Text: Andreas Mühlberg
Fotos: Joop van Reeken

Die Jahresmitgliederversammlung vom Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen (AHV NRW e. V.) fand am 06.09.2021 im Industrie-Club Düsseldorf statt. Diese stand ganz im Zeichen des Generationenwechsels im Ehrenamt. Unter einem gesonderten Tagesordnungspunkt wurde der langjährige Vorsitzende, Herr Theo-Heinz Nientimp (thenex GmbH) sowie die Vorstandsmitglieder Herr Jürgen Hilscher (LION Handels- und Verlags GmbH) und Herr Volker Schlevoigt (UNILUX Europe GmbH) feierlich verabschiedet, da sie altersbedingt für eine Wiederwahl nicht zur Verfügung standen. Die Mitgliederversammlung hat daraufhin einen neuen Vorsitzenden, einen ersten sowie einen zweiten Stellvertretenden des Vorsitzenden gewählt.

Vorher wurden jedoch die erforderlichen Formalien abgehandelt. So gab Herr Mühlberg einen umfassenden Überblick über aktuelle außenwirtschaftliche Themen und gab Einblick in die damit verbundenen Aktivitäten auf Landes-, Bundes- und auf EU-Ebene. Für die Außenhandelsunternehmen sind die weltweiten Lieferengpässe bei Vorprodukten ebenso eine große Herausforderung wie die Verwerfungen in der Seefracht und damit einhergehend den explosionsartig gestiegenen Transportkosten. Gesprächskanäle zur Bundesregierung und zur EU-Kommission werden genutzt, um Maßnahmen auszuloten, wie die Gesamtsituation insgesamt entschärft werden kann.

Zweiter Themenblock waren die geopolitischen Verwerfungen und deren Auswirkungen auf die Handelspolitik. Zwar lassen sich immer mehr die Konturen der Wirtschaftspolitik der Joe Biden Administration erkennen, doch eine Annäherung in der ▶ (Seite 94)

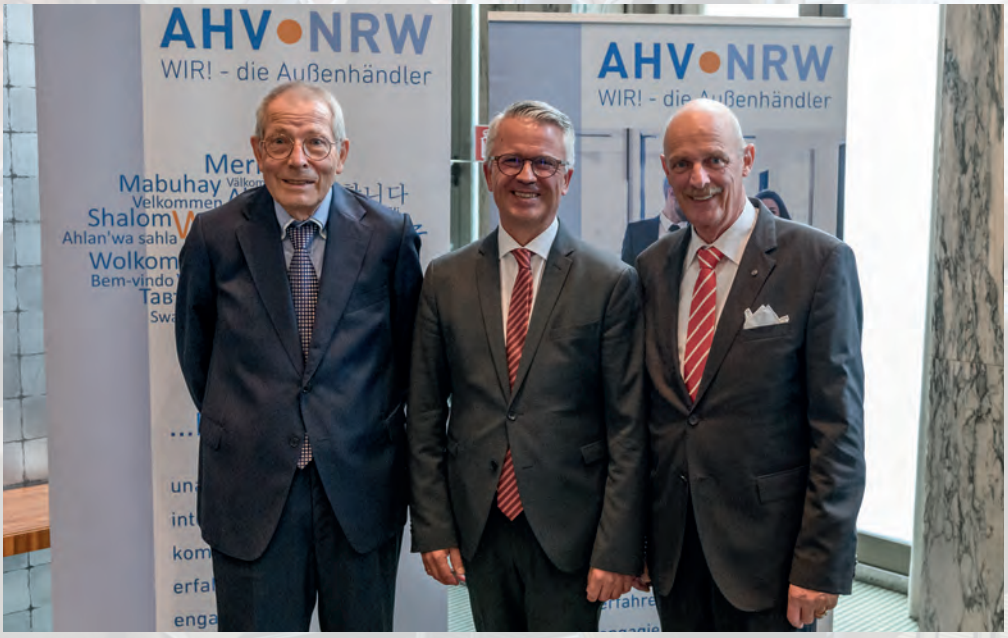
Der neue AHV NRW Vorstand von links nach rechts. 1. Reihe: **Herr Ralf Pepmöller** (MAVEG Industrieausrüstungen GmbH), **Herr Axel Hebmüller** (Hebmüller SRS Technik GmbH), **Andreas Mühlberg** (Geschäftsführer AHV NRW), **Herr Enrico Wahle** (AMID Firmen-Versicherungsmakler GmbH). 2. Reihe: **Frau Katja Eckmann-Pohl** (Eckmann Handelsgesellschaft mbH), **Herr Axel Hallensleben** (WIWOX GmbH Surface Systems), **Herr Waldemar Schulz** (ANTON OHLERT GmbH & Co.). 3. Reihe: **Herr Frank Gessner** (Commerzbank AG), **Herr Frank Wiedenmaier** (Teepack Spezialmaschinen GmbH), **Herr Dr. Fabian Breckheimer** (TRADEO Schmidt Breckheimer Karrenbrock Rechtsanwälte), **Herr Henry-Johann Nientimp** (thenex GmbH).

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Mitglieder-versammlung 2021

Düsseldorf 06.09.2021


AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler
AHV•NRW
WIR! - die Außenhändler
Mabuhay
Shalom
Ahlan'wa sahla
Wolkom
Bem-vindo

Axel Hebmüller
Henry-Johann Nientimp
Katja Eckmann-Pohl

AHV•NRW

WIR! - die Außenhändler

AHV NRW Mitglieder-versammlung 2021

Düsseldorf 06.09.2021

AHV•NRW
Axel Hebmüller
Hebmüller Verwaltung GmbH

Beantwortung wirtschaftspolitischer Fragen gibt es nur bedingt. Umso mehr wird die Gründung der neuen Regionalinitiative der deutschen Wirtschaft, die Transatlantic Business Initiative (TBI), begrüßt. Einige Geschäftsführer von AHV NRW Mitgliedsunternehmen werden sich in den Arbeitskreisen entsprechend einbringen. Die TBI umfasst auch Kanada, mit dem bereits ein Handels- und Investitionsabkommen – das Comprehensive Economic Partnership Agreement (CETA) – abgeschlossen wurde.

Überleitend zum Themenblock Exportkontrolle dankte Herr Mühlberg für den zahlreichen Input, den Mitgliedsunternehmen beim EU-Gesetzgebungsverfahren der neuen EU Dual-use Verordnung beigesteuert haben. Ein gutes Beispiel für einen verbandspolitischen Erfolg, denn im Vergleich zu früheren Entwürfen konnten zahlreiche Verschärfungen herausverhandelt werden. Inwieweit das chinesische Exportkontrollgesetz (Export Control Law) - in Kraft seit 01.12.2020 - das Außenhandelsgeschäft unter exportkontrollrechtlichen Aspekten beeinflussen wird, lässt sich derzeit noch nicht absehen, da es noch keine Ausführungsbestimmungen gibt. Entwicklungen im Bereich der Außenhandelsfinanzierung, insbesondere der Dialog mit dem Mandatar Euler Hermes, sowie Entwicklungen im Zoll und das Zustandekommen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes rundeten seinen Bericht ab.

Im weiteren Verlauf der Mitgliederversammlung hielt der langjährige AHV NRW Weggefährte, Herr Hans-Jürgen Müller, vormals Geschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Exporthandels (BDEx) und Mitglied der Hauptgeschäftsführung des Bundesverbandes des Großhandels, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) eine Laudatio auf den scheidenden Vorsitzenden, Herrn Theo-Heinz Nientimp. Ein bewegender Abschied, mit dem der Generationenwechsel eingeläutet wurde.

Die Jahresmitgliederversammlung wählte Herrn Axel Hebmüller, Jahrgang 1967, einstimmig zum neuen Vorsitzenden. Axel Hebmüller ist seit 1995 geschäftsführender Gesellschafter der Hebmüller Verwaltung GmbH, Hebmüller SRS Technik GmbH und der Hebmüller Handel GmbH mit Sitz in Kaarst.

Zum ersten Stellvertreter des Vorsitzenden wurde Herr Henry-Johann Nientimp, thenex GmbH gewählt. Frau Katja Eckmann-Pohl, Eckmann Handelsgesellschaft mbH, wurde zur zweiten Stellvertreterin des Vorsitzenden gewählt. Weitere Mitglieder des Vorstandes sind Herr Frank Wiedenmaier, Teepack Spezialmaschinen GmbH und Herr Frank Gessner, Commerzbank AG.
Auch im Beirat gab es Änderungen. Er setzt sich nunmehr wie folgt zusammen: Herr Dr. Fabian Breckheimer (TRADEO Schmidt Breckheimer Karrenbrock Rechtsanwälte), Herr Axel Hallensleben (WIWOX GmbH Surface Systems), Frau Andrea Kühn (Stadtsparkasse Düsseldorf), Herr Ralf Pepmöller (MAVEG Industrieausrüstungen GmbH), Herr Waldemar Schulz (ANTON OHLERT GmbH & Co.) und Herr Enrico Wahle (AMID Firmen-Versicherungsmakler GmbH).

Der Gastredner, Herr Felix Neugart, Geschäftsführer der NRW.Global Business GmbH, erläuterte die aktuelle Ausrichtung der NRW-Außenwirtschaftsförderung. Ein Get-Together, bei dem sich die Teilnehmer austauschen konnten, rundete den ereignisreichen Tag ab. ◀

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

Herausforderungen bei Visum und Einreise in die USA

Text: Sonja Pucher

Sonja Pucher
Head of Visa Service
Zugelassene Auswanderer-beraterin für die USA gemäß §1 AuswSG

The American Dream – US Visa Service GmbH
Danckelmannstr. 9
14059 Berlin

Tel +49 30 398 2040 22
pucher@usvisaservice.de
www.usvisaservice.de

THE AMERICAN DREAM®
GO WITH THE EXPERTS

Seit Ende Februar 2020 waren Einreisen in die Vereinigten Staaten aus bestimmten Regionen, z. B. Deutschland, aufgrund der strikten US-Reisereglementierungen nur noch sehr eingeschränkt möglich. Bisher geplante Geschäftsreisen und Mitarbeiterentsendungen zu US-Standorten sowie Montagen und Projektarbeiten mussten in Nordrhein-Westfalen ansässige Unternehmen häufig verschieben.

© VIN JD/Pixabay

Für etwas Entspannung sorgten die von den US-Behörden geschaffenen National Interest Exceptions (NIE). Auf Antrag können damit Personen aus Travel Ban Ländern, deren Einreise von nationalem Interesse für die USA ist, trotz des Einreiseverbots in die USA einreisen. Erfreulicherweise wurden für ausländische USA-Reisende zunehmend Lockerungen bei den NIEs umgesetzt (u. a. Erleichterungen für Führungskräfte und Verlängerung der Gültigkeitsdauer). Dennoch ist es wichtiger denn je tagesaktuell zu prüfen, ob Neuerungen bei den Vorschriften, Voraussetzungen oder der Beantragung gelten.

Wie die Lage bei Erscheinen des Ihnen vorliegenden Magazins ist, lässt sich nicht vorhersagen. Es bleibt uns allen zu wünschen, dass der transatlantische Reiseverkehr wieder in Schwung kommt.
Feststeht hingegen, dass das US-Einwanderungsrecht auch in Zukunft komplex bleiben wird. Jedes Nichteinwanderungsvisum beinhaltet individuelle Zugangskriterien, Antragswege, Kosten und Bearbeitungszeiten und bei den meisten US-Arbeitsvisa handelt es sich um sehr aufwendige und zeitintensive Verfahren.

Darüber hinaus werden je nach Visumkategorie unterschiedliche Anforderungen an die Mitarbeiter*innen (Qualifikation, Staatsangehörigkeit, Aufenthaltsdauer, Firmenzugehörigkeit etc.) und an das Unternehmen (Eigentumsverhältnisse, US-Standort etc.) gestellt.

Unternehmen, die in den Vereinigten Staaten aktiv sind oder sein möchten, müssen sich daher im Sinne des Unternehmenserfolgs rechtzeitig im Vorfeld der geplanten USA-Einreise über die Visum- und Einreiseoptionen informieren. ◀

Krisenfest bleiben

Die Renaissance des Akkreditivs

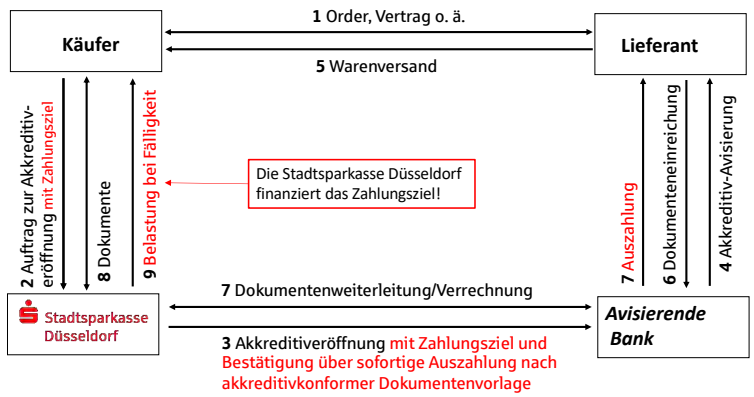
Text: Andrea Kühn

Vor dem Hintergrund der weltweiten Pandemie zeigt sich, dass Unternehmen, die mit ausreichend Liquidität ausgestattet sind, in der Regel besser durch die Krise kommen. Denn ohne ein finanzielles Polster können monatelanges Warten auf öffentliche Soforthilfen, ausbleibende Aufträge oder schleppende Zahlungseingänge schnell existenzbedrohend sein. Doch wie kann ich als Unternehmer Liquidität generieren? Wie soll ich als Verkäufer Zahlungsziele überbrücken, die mein Kunde benötigt? Wie Zahlungsziele erwirken, ohne meinen Lieferanten um Aufschub bitten zu müssen?

Eine mögliche Lösung können Akkreditive sein. Diese sind nicht nur auf Geschäfte mit dem fernen Ausland wie China beschränkt, sondern lassen sich auch mit europäischen oder deutschen Geschäftspartnern vereinbaren. Daneben bieten Akkreditive weitere vielfältige Vorteile:

Wenn Sie auf der Käuferseite stehen und Ihren Lieferanten sofort nach Lieferung bezahlen müssen, weil Ihnen kein Zahlungsziel eingeräumt wird, haben wir folgenden Tipp: Bieten Sie Ihrem Lieferanten ein Akkreditiv mit einem Zahlungsziel an, ein sogenanntes „deferred payment letter of credit“, z.B. fällig 180 Tage nach Sicht. In den zusätzlichen Weisungen für die Bank wird jedoch gleichzeitig geregelt, dass die Zahlung umgehend nach Aufnahme der Dokumente bei der eröffnenden Bank fließt – trotz des Zahlungsziels. Ihr Lieferant erhält also den Rechnungsbetrag, sobald er die im Akkreditiv vereinbarten Dokumente vollständig und korrekt bei der eröffnenden Bank – Ihrer Hausbank – einreicht. Das Zahlungsziel ist für den Verkäufer also unschädlich, er muss nicht auf sein Geld warten. Die Kontobelastung für Sie als Käufer erfolgt erst bei Fälligkeit und wird durch Ihre Hausbank finanziert. Dafür benötigen Sie lediglich eine Akkreditiv- bzw. Avallinie.

Dokumenten-Akkreditiv mit Import-Finanzierung



Stadtsparkasse Düsseldorf

Die Vorteile einer Import-Akkreditivfinanzierung im Überblick:

- Sie können die Ware verkaufen oder verarbeiten und bereits Erlöse erzielen, aus denen Sie dann bei Fälligkeit zahlen.
- Ihr Kontokorrentrahmen wird geschont, da die Kontobelastung erst bei Fälligkeit erfolgt. Sie haben damit mehr Spielraum für andere Investitionen.
- Ihre Liquidität wird entlastet, denn Sie verschieben die Bezahlung auf einen späteren Zeitpunkt.

Als Verkäufer können Sie sich Ihre Akkreditivforderungen finanzieren lassen, sodass Sie sich auch vor der Gewährung von Zahlungszielen nicht scheuen müssen. Im Gegenteil, oftmals erwartet Ihr Kunde sogar, dass Sie die Finanzierung im Angebot mitliefern. Ein Akkreditiv schützt Sie vor Zahlungsausfall Ihres Kunden, denn die Bank Ihres Kunden garantiert die (pünktliche) Zahlung. Zusätzlich können Sie sich das wirtschaftliche und politische Ausfallrisiko von Ihrer Hausbank absichern und finanzieren lassen, z.B. durch Forfaitierungen, bei denen Sie Ihre Akkreditivforderungen an Ihre Hausbank verkaufen. Damit erhalten Sie den Rechnungswert direkt nach Vorlage akkreditivkonformer Dokumente. Das schafft Liquidität und wirkt sogar bilanzentlastend. Je nach Land sind auch längere Zahlungsziele bis zu zwei oder auch drei Jahren über Akkreditive darstellbar.

Fazit

Gerade in Krisenzeiten erlebt das Akkreditiv eine Renaissance und hat sich als sicheres Zahlungs- und Finanzierungsinstrument bewährt. Sie können Ihr Unternehmen vor Zahlungsausfällen schützen und haben einen größeren Liquiditätsspielraum, wenn Sie mit Akkreditiven arbeiten. Langfristig sichern Sie Ihren Unternehmenserfolg. Die Stadtsparkasse Düsseldorf bietet Import- und Exportfinanzierungen unter Akkreditiven an. ◀

Andrea Kühn
Leiterin Internationales Geschäft

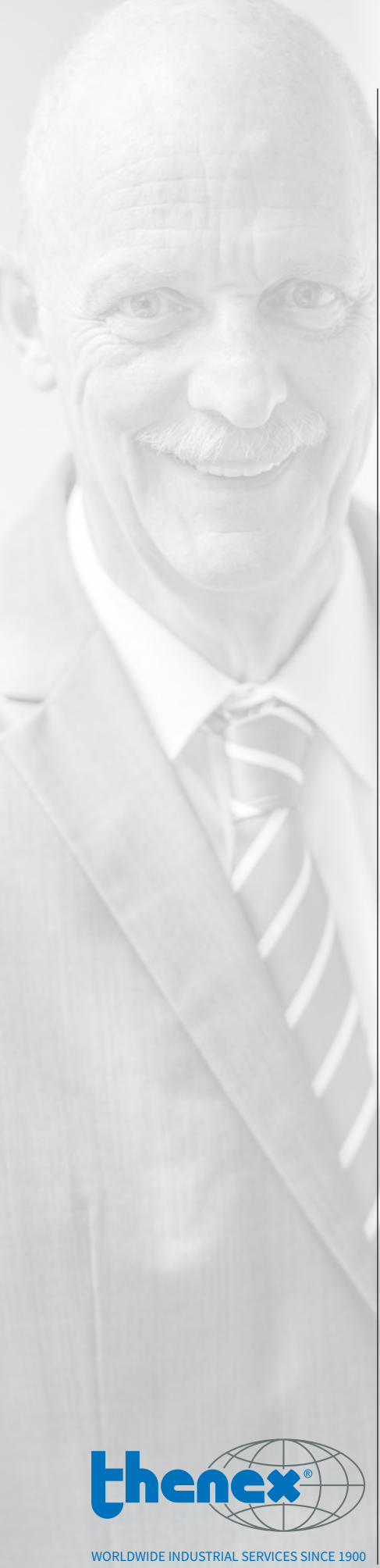
Stadtsparkasse Düsseldorf
Berliner Allee 33
40212 Düsseldorf

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

Hebmüller Verwaltung - Ihr Spezialist in Fragen rund um den US-amerikanischen Markt.
Kontaktieren Sie uns für Ihren Marktzugang - Wir beraten Sie gerne! Trust in More

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

Hebmüller



Theo-Heinz Nientimp seit 40 Jahren Geschäftsführer der thenex GmbH

121 Jahre Familienunternehmen - Zeit für ein Zwischenfazit.

Interview: Joop van Reeken und Maximilian Hünting

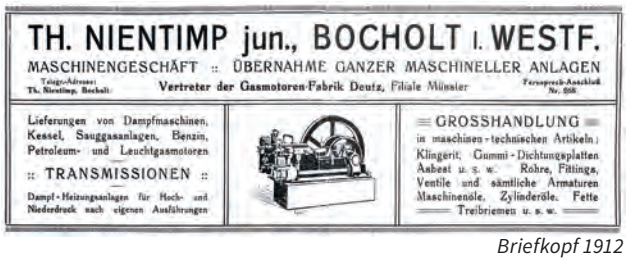
40 Jahre thenex Geschäftsführer - eine lange Zeit. Doch die Geschichte der thenex beginnt schon weitaus früher. Bevor ich heute zum 40-jährigen Firmenjubiläum der thenex GmbH den geschäftsführenden Gesellschafter Theo-Heinz Nientimp zum Interview treffe, möchte ich Sie auf eine kurze Reise durch das Familienunternehmen mitnehmen.

Heinz Nientimp - Bauarbeiten 1952 am Firmensitz in Bocholt

Bereits 1900 gründete Theodor Nientimp die Firma Theodor Nientimp jur., die Anlagen, Maschinen und Teile für die Industrie als Großhändler anbot. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde beim Wiederaufbau der Firma die Produktpalette durch Heizungs- und Sanitärartikel unter Leitung von Heinz Nientimp erweitert. Elisabeth Nientimp übernahm nach dem Tod ihres Mannes im Jahr 1959 die Führung des Betriebs, der in die Th. Nientimp GmbH & Co. KG umfirmierte. 1981 gründete Theo-Heinz Nientimp, als Sohn von Heinz und Elisabeth, die „thenex-Import-Export GmbH“ als hundertprozentige Tochter des Unternehmens, diese firmierte später in „thenex GmbH“ um.

WORLDWIDE INDUSTRIAL SERVICES SINCE 1900

Heute wird die Firma von den Söhnen Henry-Johann Nientimp als Geschäftsführer und Marten-Theodor Nientimp als Prokurist geführt. Somit blickt die thenex GmbH auf mehr als 120 Jahre Handelstradition in der Familie zurück.


TH. NIENTIMP jun., BOCHOLT i. WESTF.
MASCHINENGESCHÄFT :: ÜBERNAHME GANZER MASCHINELLER ANLAGEN
Telegr.-Adresse: Th. Nientimp, Bocholt
Vertreter der Gasmotoren-Fabrik Deutz, Filiale Münster
Fernsprech-Anschluß Nr. 558
Lieferungen von Dampfmaschinen, Kessel, Sauggasanlagen, Benzin, Petroleum- und Leuchtgasmotoren
:: TRANSMISSIONEN ::
Dampf-Heizungsanlagen für Hoch- und Niederdruck nach eigenen Ausführungen
GROSSHANDLUNG
in maschinen-technischen Artikeln; Klingerit, Gummi-Dichtungsplatten Asbest u. s. w. Rohre, Fittings, Ventile und sämtliche Armaturen Maschinenöle, Zylinderöle, Fette Treibriemen u. s. w.

Briefkopf 1912

Joop van Reeken: thenex als Familienunternehmen löst in mir Faszination aus. Dieser Art von Firmenführung verdankt Deutschland sehr viel. Das betrifft auch das System des Generationsüberganges. Welche Bedeutung hatte es für Sie - Herr Nientimp -, die Firma von Ihren Eltern zu übernehmen? Waren Sie darauf vorbereitet?

Theo-Heinz Nientimp: Ich hatte keine Wahl. Mein Vater war damals schon sehr lange nicht mehr unter uns. Für meine Mutter stand außer Zweifel, dass ich das machen müsste. Das war überhaupt keine Frage.

JvR: Erfuhren Sie dies damals als Druck?

THN: Tatsächlich hätte ich lieber etwas anderes gemacht. Mein ursprünglicher Berufswunsch war es, Schriftsteller zu werden. Meine Mutter hielt das jedoch für „eine brotlose Kunst“. Es gab nun einmal das elterliche Geschäft, was für mich von Kindesbeinen an immer präsent war. Es hat unser familiäres Leben auch tagtäglich bestimmt. Daher galt es als unabänderlich, dass ich eines Tages die Firma übernehmen werde.

JvR: Wann kam es dazu?

THN: 1979 bin ich nach der Bundeswehr und nach meiner Lehre als Außenhandelskaufmann in das Unternehmen gekommen.

JvR: Nehmen Sie uns gedanklich mit in das Jahr 1979. Was für eine Welt war das für thenex und für Sie?

THN: Das Unternehmen thenex, so wie wir es heute kennen, gab es damals noch nicht. Die Firma Th. Nientimp GmbH & Co. KG wurde zu jenem Zeitpunkt fremd geführt. Meine Mutter fungierte zwar als Geschäftsführerin, war jedoch de facto im operativen Geschäft nicht tätig.
Da es Probleme in der Geschäftsleitung gab, trat ich entgegen aller Planungen Anfang 1979 in die Firma ein. Eigentlich sollte ich noch weitere Ausbildungen machen, auch außerhalb des Unternehmens und zudem wollte mich so recht niemand in der Firma haben. Ich fühlte mich ziemlich überflüssig und war ein Störfaktor unter den familienfremden Prokuristen, die die Firma führten. Zwar bekam ich ein schönes und großes Büro, wurde jedoch sogleich für ein halbes Jahr nach Mainz zur IBM geschickt, um die Einführung der EDV, wie man in der Zeit so schön dazu sagte, vorzubereiten. 1980 bekamen wir die erste EDV-Anlage, eine IBM 34, die mit einem großen Kran durchs Fenster in den ersten Stock gehoben wurde, weil die Treppe das Gewicht dieser Maschine nicht getragen hätte. Die IT-Einführung war eine meiner ersten Kernaufgaben - neben der Aufgabe, die in sich zerstrittene Geschäftsleitung in irgendeiner Form wieder zu befrieden. Dadurch bin ich immer mehr in die Firma hinein gerutscht und habe sehr schnell festgestellt, dass wir tatsächlich ein Problem mit dem lokalen Markt haben und wir inzwischen zu klein waren, gerade gegenüber den vielen Mitbewerbern am Markt. Wir machten zwar Umsätze und konnten diese auch steigern, aber unter dem Strich wollte nicht so recht viel übrig bleiben.

JvR: Wie ging es weiter?

THN: Ich erkannte, dass die Wurzeln, die das Unternehmen ausmachten - die Belieferung der Industrie - für uns interessanter sein sollte. Vor allem wenn man nicht die heimische Industrie in den Fokus nimmt, sondern die Industrie, die wirklich Probleme hatte bei der Beschaffung von Teilen für ihre Produktionsanlagen. Und das war die Industrie im Ausland, ja insbesondere im außereuropäischen Ausland. So gründete ich im November 1981 die thenex GmbH (theodor nientimp export), als eine hundertprozentige Tochter der damaligen Th. Nientimp GmbH und Co. KG. Schon im selben Monat flog ich nach Ägypten. Das war unmittelbar nach dem Tod des ägyptischen Staatspräsidenten Nasser. Eine sehr schwierige Reise, weil überall viel Militär präsent war und es überall Unruhen gab. So begann die Geschichte der thenex. Auf dieser ersten Reise traf ich Menschen, mit welchen ich mich befreundete. Das gipfelte darin, dass wir wenige Jahre später im Kairoer Stadtteil Heliopolis die thenex Diwany Company als unsere erste Auslandsfirma mit einem ägyptischen Partner gründeten.

Erste Auslandsreise Ägypten 1981

JvR: Sie haben sich also auf den Überseeexport konzentriert?
THN: Der Export war nicht meine Idee, sondern die meiner ▶

Mutter. Der Gedanke tauchte zwischen 1977 und 1978 auf. Also zeitlich noch bevor ich in die Firma eingetreten war. Damals war eine neue Sanitär-Ausstellung am Firmensitz an der Franzstraße in Bocholt gebaut worden. Es wurde eine große Eröffnungsfeier gegeben. Meine Mutter war bei diesem Fest natürlich anwesend und wurde, wie sie später erzählte, von zwei dunkelhäutigen

Sanitär Broschüre der Nientimp GmbH & Co. KG (70er Jahre)

Männern mit der Frage angesprochen, ob die Firma die Materialien, die in der Ausstellung zu sehen waren, auch exportieren würde. Sie sprach daraufhin mit einem langjährigen Prokuristen aus der Firma, der dies verneinte. Die Antwort ärgerte meine Mutter. Für sie war klar, dass dies ein interessantes Geschäft sein konnte. Unmittelbar danach erzählte sie mir davon. Ich nahm Kontakt zu den potentiellen Geschäftspartnern auf. Es kam zu ersten Kontakten mit Ägypten. Wir exportierten Waren aus unserem Lager, die hier inzwischen als unverkäuflich galten, weil sie aus der Mode gekommen waren. In erste Linie war dies Sanitärporzellan in den Farben moosgrün, balibraun oder currygelb.

JvR: Sind Sie dann auch sogleich in andere Länder gereist?

THN: Ja. Bei den ersten Reisen nach Ägypten und kurz darauf in verschiedene Regionen Afrikas sowie Südamerikas war mein Pilotenkoffer immer voll bestückt mit Prospekten. Ich war auf der Suche nach Kunden, die Interesse an unseren Überbeständen hatten. Gleichzeitig versuchte ich, Kontakte zu Industriefirmen zu knüpfen.

An die Verbindung zu Trinidad & Tobago kam ich über die BFAI, die Bundesanstalt für Außenhandelsinformation, die damals eine tägliche Zeitung herausbrachte, in welcher Kontaktanfragen aus aller Welt publiziert wurden. Die Zeitung hatte ich abonniert und las die Kontaktanzeige einer Frau Sabine Baksh. Frau Baksh stammte aus Hamburg und war mit einem Trinidaner verheiratet. Beide wollten zurück nach Trinidad und waren auf der Suche, deutsche Handelsfirmen in Trinidad vertreten zu können. Dadurch kam es für uns zum Schritt nach Trinidad, einer unser noch heute wesentlichen Auslandsmärkte. Anfänglich verkauften wir hochwertige Sanitärarmaturen, Porzellan und andere Produkte aus dem sanitären Bereich. Nach wenigen Jahren erhielten wir den Kontakt zur Firma FERTRIN, Fertilizers of Trinidad and Tobago. FERTRIN wollte damals von uns Ersatzteile für ihre neue Ureaanlage kaufen, die von einem italienischen Ingenieurkonzern gebaut wurde. Ich stand im Wettbewerb mit Mannesmann. Mannesmann hatte sich ebenfalls um diesen Auftrag beworben und eine Präsentation gemacht, in der es hieß, mit 15 Leuten könnten sie alles organisieren. Wir nannten hingegen 120 Leute. Dafür hatte ich alles, was wir an Personal hatten, aufgelistet, auch wenn diese mit thenex gar nichts zu tun hatten. Ich pokerte - und bekam den Auftrag.

Das war die Initialzündung, um richtig ins Geschäft zu kommen. So ist die Firma thenex aus den vielen ersten Reisen nach und nach zu dem geworden, was sie heute ist. Bestückt mit dem Grundwissen aus dem elterlichen Unternehmen und durch die Personen, die dort tätig waren, wie zum Beispiel die Einkäufer, die mir immer gut helfen konnten, wenn ich etwas benötigte.
Schon 1983 erhielten wir in Kuwait einen ersten großen Auftrag über Rohre, Ventile und Fittings für eine neue Petrochemieanlage. Wir bauten die benötigen großen Holzkisten für den Export in unseren Lagerhallen selber.

Damals wurde ich Mitglied im NUMOV, dem Nah- und Mittelost-Verein in Hamburg, und konnte über diesen Weg sehr viele Kontakte im Nahen und Mittleren Osten aufnehmen und immer wieder neu ankurbeln. Damals ging alles noch mit Luftpost oder gegebenenfalls mit Telex und natürlich durch zahllose Reisen in die Region.

Filiale in Ahaus

Durch den damaligen NUMOV-Geschäftsführer protegiert, mit dem ich mich befreundet hatte, wurde ich von vielen Botschaften aus dem Bereich des Nahen- und Mittleren Ostens immer wieder zu Feierlichkeiten eingeladen, was für mich eine große Ehre war. So lernte ich sehr viele Menschen auch hohe Würdenträger und Persönlichkeiten kennen.

Das war schon eine spannende Zeit.

JvR: Sie haben die Unternehmensleitung inzwischen an Ihre beiden Söhne, Henry-Johann und Marten-Theodor Nientimp, weitergegeben. Wie stand die Firma da, als Sie beide in die Firma eingestiegen sind?

Henry-Johann Nientimp: Als ich einstieg, bestanden wir, inklusive uns, aus deutlich weniger Mitarbeitern. Zu dem Zeitpunkt hatten wir einen externen Berater für den Generationswechsel und für die Neuausrichtung engagiert. Davor hatte sich das Unternehmen viele Jahre stabil gehalten.

JvR: Haben Sie beide sich schon lange auf Ihren Firmeneintritt vorbereiten können? Wollten Sie überhaupt in das Familienunternehmen einsteigen?

HJN: Eigentlich wollte ich Polizist werden.

Marten-Theodor Nientimp: Sagen wir so, als die Phasen „Polizist", „Feuerwehrmann" und „Profifußballer" vorüber waren, war mir schnell klar, dass ich Teil des Familienbetriebes werden wollte.

JvR: Hatten Sie beiden vorab schon eine bestimmte Vision, wie Sie sich die Entwicklung des Unternehmens vorstellen?

HJN: Eine Sache war uns klar: wir wollen wachsen und die thenex zu einem der führenden Unternehmen dieser Branche weiterentwickeln. Das war und ist unser Ziel. Mein Bruder und ich lernten das Unternehmen in allen Bereichen kennen. Nach dem Studium begann ich zunächst als Junior Manager, später kam der erste eigene Kunde hinzu, anschließend die ersten Reisen und der Erhalt der Handlungsvollmacht, bis hin zu Ernennung zum Geschäftsführer. Genau genommen haben wir uns an das Unternehmen angepasst und nicht umgekehrt. Vielleicht liegt auch darin der Erfolg beim Generationswechsel, weil wir nicht versucht haben, alles anders machen zu wollen.

JvR: Trotzdem hat sich in den letzten Jahren ganz viel geändert. Die Firma ist stark gewachsen. Heute befinden wir uns in einem viel größeren Gebäude als noch vor kurzem, obwohl die Corona-Pandemie nicht vorbei ist. Wie kann das sein?

HJN: Eigentlich dachten wir letztes Jahr, dass uns, als nächste Generation, jetzt der Wind so richtig ins Gesicht steht. Vor allem nachdem Verpflichtungen übertragen worden waren, wir alles gefestigt und bestimmte Dinge gut geregelt hatten. Wir dachten alle, jetzt kommt die Krise. Mit Know-how, Flexibilität und Kreativität entwickelten wir uns in der Krise weiter und sogar viel schneller als wir uns das hätten vorstellen können. Mit neuen Produkt- und Geschäftsbereichen konnten wir die Krise bisher gut meistern. Durch die Erweiterung unserer Ressourcen entwickelten wir das Kerngeschäft weiter. Bislang haben wir die weltweite Krise für uns gut gemeistert.

JvR: Im Englischen gibt es den Spruch „never waste a good crisis". ▶

Bezug des Zweitsitzes, Robert-Bosch-Straße in Bocholt

MTN: Ich denke, wir standen schon vor Corona an der Wachstumsschwelle. Es kam dann einfach der richtige Moment, um diese Schwelle zu überschreiten. So ein Schritt ist natürlich immer mit Risiken verbunden, aber Corona hat uns regelrecht dazu gezwungen. Wir hätten auch Schritte zurück machen können. Wir haben uns aber dazu entschieden, nach vorne zu gehen.

THN: Dazu muss man wissen, dass wir schon vor einigen Jahren ein größeres Bürogebäude kaufen wollten, leider hat das nicht geklappt. Am Standort Annenhof war ein Wachstum schon aus rein räumlichen Gründen nicht mehr möglich.

JvR: Und dann kam noch Abteilung themed dazu.

themed Marketing Kampagne 2020

THN: themed, als neue Abteilung in der thenex, entstand durch die Kreativität und Flexibilität der Mitarbeiter und der Geschäftsleitung. Sie befasst sich mit in der Pandemie dringend benötigter Schutzausrüstung aller Art. Das war das i-Tüpfelchen. Dafür benötigten wir zusätzliche Lagerkapazitäten. Noch Am Annenhof versuchten wir, so viel Platz wie möglich zu schaffen. Wir stellten sogar einen Packtisch in Konferenzraum. Selbst zwischen den Schreibtischen stapelten sich die Kartons. Alle packten mit an. Meine Söhne aktivierten Freunde, die mithalfen, die neuen Herausforderungen zu bewältigen.

JvR: Ressourcen erweitern kann man doch nur, wenn das Geschäft wächst. Hier ist doch einiges passiert?

HJN: Ja, sicher. Wir hatten schon im Jahr zuvor viel zu tun und unser Team hat über dem Limit gearbeitet. Mit dem Umzug in das neue Bürogebäude können wir die Geschäftsmöglichkeiten voll nutzen und unserem Ziel entsprechend weiter wachsen.

JvR: Beachtlich. Wie geht es Ihnen, Herr Nientimp, mit dem Loslassen der Firma?

THN: Ich habe damit kein Problem. Das Loslassen ist ja kein Loslassen im Sinne von: morgen mache ich gar nichts mehr oder gehöre nicht mehr dazu. Ich genieße den großen Vorteil, mit meinen beiden Jungs und auch mit meiner ältesten Tochter, die mittlerweile ebenso im Unternehmen tätig ist, kontinuierlich im Austausch zu stehen. Alle drei kommen jeden Mittag zum Essen nach Hause. Das bedeutet, wir haben jeden Mittag ein kleines Management-Meeting. Ich bin also als Backup immer noch dabei. Ich vertraue meinen Jungs voll und ganz. Sie machen hier einen wirklich guten Job.

JvR: Das sind dann doch die großen Vorteile von Familienunternehmen.

HJN: 40 Jahre thenex zwischen Nudeln und Kartoffeln.

JvR: Wird das 40-jährige Jubiläum und der Umzug ins neue Gebäude noch gefeiert?

THN: Wir werden sicher ein Familien- und Mitarbeiterfest machen und auch wichtige Geschäftsfreunde dazu einladen. Jedoch erlaubt die derzeitige Situation es nicht, dass wir eine große Veranstaltung realisieren. Sobald es wieder möglich ist, wird die Feier nachgeholt.

JvR: Herr Nientimp, Schriftsteller sind Sie zwar nicht geworden, aber was hat Ihnen in den vierzig Jahren am meisten Spaß gemacht?

THN: Überseekaufmann! Das zu sein, ist einfach ein spannender Job. Man lernt so viel von der Welt kennen, vor allem neue Menschen. Mich interessierte schon immer, wie Menschen sind, und welche Bedürfnisse sie haben. Daher versuchte ich immer zu hinterfragen, was will mein Geschäftspartner? Was kann ich ihm bieten, damit er sich wohl fühlt. Das gehört zum kleinen Einmaleins eines Kaufmannes.

JvR: Also sind es doch die persönlichen Beziehungen, die viel ausmachen.

THN: Persönliche Beziehungen sind mir extrem wichtig. Und auch da konnten wir beim Generationswechsel punkten. Nur ein Beispiel: als der älteste Sohn eines langjährigen saudischen Freundes, heiratete, lud dieser meinen Sohn zur Hochzeit nach Saudi-Arabien ein. Und zwar als einziger Europäer unter tausend Saudis. Das sind Highlights in meinem Leben, dass man Freunde auf der ganzen Welt gefunden hat, von Südamerika bis Afrika, wo sich Freundschaften selbst über mein Aussteigen aus dem operativen Geschäft hinaus fortsetzen und sich auch in die nächste Generation übertragen. Das ist etwas, worauf ich auch stolz bin und sehe dies auch als mein Vermächtnis.

JvR: Gilt das auch deshalb, weil man im Ausland Familienunternehmen, wie sie in Deutschland geführt werden, schätzt?

THN: Ein saudischer Freund sagte einmal zu mir: wenn die Amerikaner kommen, dann kommt alle drei Jahre eine andere Person, weil es einen Jobwechsel gab. Aber wir in unserem

Familienunternehmen haben keinen Job, sondern einen Beruf. Beruf kommt von Berufung. Man ist ein Überseekaufmann oder man ist es eben nicht.

JvR: Eine Frage an die beiden jungen Unternehmer. In der amerikanischen sowie in der niederländischen Geschäftswelt gilt: wenn ein Manager nach einem halben Jahr keinen Erfolg nachweisen kann, dann ist er raus, um es überspitzt auszudrücken. Alles hängt von targets ab. Mir scheint, hier in Deutschland erlaubt man sich viel längere Fristen. Beim Investieren, Überlegen, Planen. Das scheint sich zu lohnen. Haben Sie, als Jungunternehmer, persönliche targets, die sie bei thenex erreichen wollen?

MTN: Wie mein Bruder schon erwähnte: wir haben ein großes Langzeitziel: Wachstum. Wir wollen die Firma deutlich vergrößern. Wir setzen uns jedes Jahr, jeden Monat, ja eigentlich jede Woche neue Ziele. Selbst wenn es nur kleine Ziele sind, die innerhalb von ein paar Tagen oder sogar Stunden erreicht werden können. Ohne Ziele zu haben, kommt man nicht weiter.

THN: Ich erlebe gerade, wie hier im Unternehmen an Visionen gearbeitet wird. Das gehen meine Söhne ganz professionell und strategisch an. Das halte ich auch für vernünftig. Ich könnte mir vorstellen, eines ihrer Ziele könnte sein, dass ihre Kinder eines Tages die Firma als fünfte Generation übernehmen werden.

JvR: Herr Nientimp, im Namen des AHV Magazin möchte ich Ihnen und Ihren Nachfolgern herzlich zum 40-jährigen Jubiläum gratulieren. Danke für das Interview. ◀

Theo-Heinz Nientimp
Geschäftsführender Gesellschafter

Henry-Johann Nientimp
Geschäftsführer

Marten-Theodor Nientimp
Prokurist & Leiter der Verwaltung

thenex GmbH
Robert-Bosch-Straße 42
46397 Bocholt
T +49 2871 271 30
hnientimp@thenex.com
www thenex.com

denk BUDE

SEA
SEO
WEBSITES
KAMPAGNEN
WORKSHOPS
SOCIAL MEDIA

360° Online Marketing Service aus einer Hand

www.denkbude.de
kathringottschalk@denkbude.de

Die Bedeutung des Zolls in stabilen Lieferketten

Text: Lars Karlsson

KGH Customer Reception (© KGH)

Die Covid-19-Pandemie hat die Globalisierung des Welthandels nicht gestoppt. Aber es hat sich gezeigt, dass die Handeltreibenden gut vorbereitet sein und auch erkennen müssen, dass der Zoll eine wichtige Rolle in der Lieferkette spielt.

Die meisten Produkte sind „Made in the World“

In den letzten zehn Jahren hat sich der internationale Handel grundlegend verändert. Mit dem Eintritt in das Jahr 2020 wuchsen internationale Lieferketten und globale Wertschöpfungsketten und wurden immer stärker integriert. Produkte werden nicht mehr einfach an einem Ort der Welt produziert und an einem anderen verkauft. Sie sind zunehmend mit Dienstleistungen verbunden und werden überall produziert. Das wird manchmal auch als „Made in the World“ bezeichnet.

Verschiedene Teile eines Produkts werden aufgrund diverser Kosten- und Qualitätsfaktoren an verschiedenen Orten produziert und zusammengesetzt. Während des Produktionszyklus passiert das Produkt mehrmals Landesgrenzen, manchmal sogar mehrmals die gleiche Grenze. Früher war dies nur in Hightech-Branchen wie der Automobil- und Luftfahrtindustrie der Fall. Heute betrifft es die meisten Produkte, insbesondere in der Pharma- und Lebensmittelindustrie.

Hat sich durch Covid-19 etwas verändert?

Im ersten Quartal 2020 schlug die Covid-19-Pandemie zu. Im zweiten Quartal, als wir die Folgen noch nicht überblicken konnten, gab es viele Diskussionen über neue – und zugleich alte – Trends wie lokale Fertigung und Versorgung. Manche vertraten sogar die Meinung, dass die Pandemie zu einer „De-globalisierung“ bzw. Regionalisierung führen würde.

Was im zweiten Quartal wirklich geschah, war das Gegenteil davon. Die Trends aus der Zeit vor der Pandemie wurden durch E-Commerce noch verstärkt. Ein wesentlicher Effekt der Pandemie ist jedoch, dass viele internationale Handelsunternehmen von „Just-in-time“ auf „Just-in-case“ umgestellt haben. Das bedeutet, dass die Anforderungen an Transparenz und Vorhersagbarkeit in den globalen Wertschöpfungs- und Lieferketten gestiegen

KGH CUSTOMS SERVICES
A Maersk Company

sind, weil die global Handeltreibenden erkannt haben, dass sie im Krisenfall einen Notfallplan benötigen.

Einfach ausgedrückt: Es ist zu teuer, unvorbereitet zu sein!

Der Zoll spielt eine wichtige Rolle in einer widerstandsfähigen, stabilen Lieferkette

Eine weiter zunehmende Globalisierung des Handels in Kombination mit höheren Anforderungen an Transparenz und Vorhersagbarkeit erfordern einen hohen Standard in der Zollabwicklung. Unternehmen, die auf einem globalen Markt agieren, benötigen eine bessere Kontrolle und Übersicht über ihre gesamten Zollprozesse. Dafür gibt es viele Gründe: Zum einen geht es um Compliance und darum, immer über anstehende Gesetzesänderungen auf dem Laufenden zu bleiben. Zum anderen lassen sich aber auch mit einer optimierten Zolleffizienz durch strategisches Zoll-Compliance-Management, intelligentere Arbeitsprozesse und eine verbesserte Vorhersagbarkeit die Kosten senken, während gleichzeitig die Beschaffungsmöglichkeiten verbessert werden – was sich letztendlich positiv auf die Finanzen und den Betrieb auswirkt.

Mögliche Lösungen für die Zukunft

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, dies anzugehen – sowohl mit „Economy of Scale“ als auch mit „Economy of Skills“. Moderne digitale Lösungen, etwa ein Customs Control Tower und ein digitales Verwaltungs-Tool wie der AEO-Monitor, könnten dazu beitragen, die Vorausschau, Vorhersagbarkeit, Kontrolle und Compliance zu verbessern. Die Zusammenarbeit mit erfahrenen Experten von renommierten Unternehmen aus der Zoll- und Logistikdienstleistungsbranche sorgt zudem für mehr Flexibilität, wenn sich die Anforderungen ändern. Zudem kann auf deren Wissen und Erfahrung zurückgegriffen werden. Es besteht aber auch die Möglichkeit, die Zollkompetenz im eigenen Haus durch gezielte Maßnahmen wie Zollschulungen aufzubauen oder aber Zollexpertise anzumieten – durch eine „Customs as a Service“-Lösung, wie sie einige Zollspezialisten anbieten.

Heute ist der Zoll ein wichtiger Faktor im globalen Handel, und es ist für Unternehmen mit internationalen Geschäftsbeziehungen unerlässlich, das Zollwesen als integrierten Teil der Lieferkettenstrategie zu behandeln. Das Zollwesen war noch nie so wichtig wie heute – aber morgen wird es noch wichtiger sein. ◀

Insert: Extra Info zur Person:

Lars Karlsson ist einer der führenden und bekanntesten Zollexperten weltweit und verfügt über 35 Jahre weitreichende Erfahrung in Zoll und internationaler Handelspolitik sowie in operativer und strategischer Führung, Management, Kapazitätsaufbau, Reform und Modernisierung sowohl für den Privatsektor als auch für Regierungen.

Mit einer langjährigen Karriere in ehemals leitender Funktion bei der Weltzollorganisation und im Top-Management des schwedischen Zolls ist er der Architekt und Pionier des weltweit ersten AEO / TT-Programms sowie anderer globaler Zollkonzepte. In seiner Eigenschaft als renommierter Experte für Zoll- und Grenzmanagement hat er mehrere Bücher verfasst und seine Artikel wurden in verschiedenen internationalen akademischen und wissenschaftlichen Publikationen veröffentlicht, darunter im World Customs Journal. Karlsson ist „Doctor of Education (honoris causa)“ und hält einen „Master in International Customs Law and Administration“. Er ist ein geschätzter Redner und Konferenzleiter, der 163 Länder besucht und in mehr als 120 Ländern auf der ganzen Welt gearbeitet hat.

Lars Karlsson
Global Head of Trade and Customs Consulting

KGH Customs Services GmbH
Kurze Str. 19-21
59494 Soest

Tel +49 2921 70437 40
consulting@kghcustoms.com
www.kghcustoms.com

Förderung für alle Phasen der Internationalisierung

Interview: AHV

Kleine und mittlere Unternehmen in Nordrhein-Westfalen unterstützt die NRW. BANK auf ihrem Weg ins Ausland. Was die Förderbank für Nordrhein-Westfalen im Bereich Außenwirtschaftsförderung konkret anbietet und wie dies in die neue Außenwirtschaftsstrategie des Landes Nordrhein-Westfalen eingebettet ist, dazu haben wir mit Peter Hentschel, Förderberater bei der NRW.BANK im Team EU- und Außenwirtschaftsförderung, gesprochen.

Der Vorstand der NRW.BANK bei der Jahrespressekonferenz 2019: Michael Stölting, Eckhard Forst, Gabriela Pantring und Dietrich Suhlrie (©NRW.BANK / Svenja Klein)

AHV NRW: Was bedeutet der Außenhandel für die NRW.BANK?

Peter Hentschel: NRW ist ein Exportland, insofern ist das Thema auch für uns sehr wichtig. Wir sprechen aber eher von „Außenwirtschaft", weil der Export nur einen Teil der Internationalisierung von Unternehmen darstellt. Der Mittelstand in NRW mit seinen vielen Hidden Champions ist das starke Rückgrat der NRW-Wirtschaft. Die Qualität von Produkten und Services ist weltweit bekannt und gefragt. Als Förderbank für Nordrhein-Westfalen berät und begleitet die NRW.BANK insbesondere kleine und mittlere Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen und ihre Hausbanken mit Förderprogrammen bei allen Finanzierungsvorhaben. Dazu gehören auch Vorhaben im Ausland, egal ob innerhalb der EU oder weltweit. Ein wichtiges Förderprogramm in diesem Zusammenhang ist der NRW.BANK.Universalkredit. Mit diesem Förderdarlehen unterstützen wir sowohl Auftragsvor- und Produktionsfinanzierungen im Inland als auch

NRW.BANK
Wir fördern Ideen

Auslandsinvestitionen und Betriebsmittelaufwendungen im Ausland weltweit.

AHV NRW: Gibt es in der Außenwirtschaftsförderung der NRW. BANK für Unternehmen neben Förderprogrammen auch noch weitere Unterstützung?

PH: Ja, sogar sehr wichtige. Die Entscheidung zur Einbindung zum Beispiel des NRW.BANK.Universalkredits stellt nur das Ende eines Findungsprozesses im Unternehmen dar. Unsere Unterstützung beginnt viel früher und beinhaltet einen umfassenden Beratungsansatz für Unternehmen.
Dabei ist die Botschaft wichtig, dass eine Beratung durch uns und die Einbeziehung der Hausbank so früh wie möglich erfolgen sollte. Es gilt der Grundsatz: mit der zu fördernden Maßnahme darf noch nicht begonnen worden sein. Unabhängig davon ist aber auch aus unternehmensstrategischer Sicht eine frühzeitige Einbindung unter anderem der Finanzierer essentiell und beschleunigt Prozesse und Entscheidungen.

AHV NRW: Andere Institutionen beraten auch. Was macht da den Unterschied?
PH: Unsere Beratung fokussiert auf die öffentlichen Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmen in allen Phasen ihrer Auslandsmarktaktivitäten. Das fängt an mit der Beratungsförderung für die unternehmensinterne Entwicklung einer Außenwirtschaftsstrategie und der Entscheidung, mit welchem Angebot ein Unternehmen auf welchen ausländischen Markt gehen möchte. Und es hört auf bei der Beratung über Fördermöglichkeiten zur Finanzierung einer geplanten Investition im Ausland, vielleicht im Ergebnis einer langjährig gewachsenen Exporttätigkeit, zum Beispiel in Form einer Unternehmensbeteiligung oder der Errichtung einer Betriebsstätte im Ausland. In all diesen Phasen stehen öffentliche Fördermittel und Finanzierungsinstrumente zur Verfügung, auf regionaler, nationaler, europäischer und auch internationaler Ebene. Und wir wissen, wo und wie Unternehmen diese Mittel abrufen können. Unsere Beratungsdienstleistung und die dazugehörigen Services sind eine Förderleistung der NRW.BANK, die für jedermann zugänglich und kostenfrei ist.

AHV NRW: Wie geht das konkret, was muss ein Unternehmen tun, um Ihren Service zu erhalten?

PH: Zunächst benötigen wir von dem Unternehmen einige Details zu seinem Vorhaben. Was soll wo mit welchem Finanzierungsaufwand geschehen? Was sind die Unternehmensparameter? Je ▶ nachdem, in welcher Phase sich ein Unternehmen befindet, ergeben sich weitere Fragen. Wir kommen also in den Dialog mit dem Unternehmen, lernen seine Ziele und konkreten Vorhaben kennen.

Der Neubau in Münster – Ansicht Friedrichstraße (©NRW.BANK)

Das Gebäude der NRW.BANK in Düsseldorf (©NRW.BANK)

Auf der Grundlage dieser Informationen ermitteln wir aus der Vielzahl staatlicher Förder- und Finanzierungsinstrumenten für das Vorhaben zielgerichtet relevante öffentliche Förderzugänge. Das Spektrum reicht von Zuschüssen zu Markterschließungsmaßnahmen über Exportabsicherungsinstrumente bis hin zu subventionierten Förderdarlehen und Garantien für Auslandsinvestitionen. Wir stellen die verschiedenen Optionen strukturiert zusammen. Die Auswahl und die Entscheidung verbleiben bei den Unternehmen.

Darüber hinaus bieten die verschiedenen Akteure der Außenwirtschaftsförderung in NRW ganz konkrete Unterstützungsleistungen an, auf die wir hinweisen. Das kann beispielsweise eine von NRW. Europa organisierte B2B-Kooperationsbörse auf einer passenden internationalen Messe sein oder eine vom Land NRW geförderte Unternehmerreise der landeseigenen Gesellschaft NRW.Global Business. Wir vermitteln die Kontakte zu den Industrie- und Handelskammern und Wirtschaftsförderorganisationen, die ihrerseits weitere Beratungs- und Informationsangebote haben.

Bei allen Aktivitäten haben wir immer die konkreten Bedürfnisse des Unternehmens im Auge, so dass diese eine individuelle und für sie passende Beratung erhalten.

AHV NRW: Es reicht also einfach zum Telefon zu greifen, um als Unternehmen mit Ihnen in Kontakt zu kommen?

PH: Ja, oder auch eine E-Mail zu schicken. Einige Unternehmen treten auch über ihre Hausbank mit uns in Kontakt , über ihre Industrie- und Handelskammer oder über unsere bewährte Kooperation mit dem AHV NRW. Unser Service bleibt dabei letztlich gleich.

AHV NRW: Prüfen Sie für Unternehmen auch, ob es EU-Fördermittel gibt?

PH: Das ist ein wesentliches Element unserer Beratung. Dazu gibt es zwei Antworten, weil EU-Förderung in ganz unterschiedlichen Formen erscheint:
Zum einen recherchieren wir ganz konkret Förderinstrumente im Zielland der Unternehmensvorhaben. Mit Unterstützung der EU-Strukturfonds (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung – EFRE) haben viele europäische Länder und Regionen eigene Förderinstrumente entwickelt, von denen auch nordrhein-westfälische Unternehmen, die dort investieren, profitieren können. Darüber hinaus ermitteln wir, ob es auch relevante national oder regionale Investitionsförderprogramme gibt. Das kann unter Einbeziehung von EFRE-Mitteln erfolgen, muss es aber nicht.
Aus unserer Erfahrung ist uns bekannt, dass eine staatliche Unterstützung in den jeweiligen Zielländern häufig von der geplanten Region und der Branche, der Investitionshöhe oder auch von der Schaffung neuer Arbeitsplätze abhängig sein kann. Förderung tritt dann zum Beispiel über Zuschüsse zu neu geschaffenen Arbeitsplätzen, subventionierte Kreditprogramme, Sonderregelungen im steuerlichen Bereich oder sonstige Unterstützungen in Erscheinung.

Zum anderen: Unmittelbare Förderprogramme, sog. Aktionsprogramme der EU wie zum Beispiel HORIZON 2020, jetzt Horizon Europe genannt, werden durch intermediäre Einrichtungen beraten und durchgeführt und hinsichtlich der Antragsprozedere von Unternehmen nicht selten als herausfordernd empfunden. Sofern Programm-Tutorials für eine selbstinitiierte Antragstellung nicht weiterhelfen, können für die Kosten eines extern beauftragten Beraters teilweise Beratungszuschüsse beantragt werden. Im Rahmen unseres Netzwerkes NRW.Europa kann im Themenbereich EU-Förderung und Innovation unser Partner ZENIT GmbH ebenfalls behilflich sein. Hier wird zwar keine unentgeltliche Antragsbegleitung angeboten, aber eine fachliche Einschätzung zur Relevanz von EU-Förderprogrammen und den für eine Antragstellung zu betreibenden Aufwand gibt es dort schon.

AHV NRW: Wie kommen Ihre Kontakte zu ausländischen Stellen zustande?

PH: Seit vielen Jahren sind wir gemeinsam mit der ZENIT GmbH als NRW.Europa Partner im Enterprise Europe Network. Dabei handelt es sich um ein international breit aufgestelltes Beratungsnetzwerk für Unternehmen. Mehr als 600 Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Wirtschaftskammern und -agenturen in über 60 Ländern sind darin miteinander vernetzt, die uns als Ansprechpartner zur Verfügung stehen.
Darüber hinaus sind wir in der Lage, auch relevante Ansprechpartner im Zielland zu ermitteln und die Verbindung zu ihnen herzustellen. Das können Förderagenturen sein, aber auch Kommunen, Regionalverwaltungen oder generalkonsularische Vertretungen der Zielländer. Damit erhalten die Unternehmen Kontakte zu lokalen

Stellen vor Ort, die gegebenenfalls auch bei anderen Fragen, wie zum Beispiel Genehmigungsverfahren, helfen können.

AHV NRW: Wie arbeiten Sie mit den verschiedenen Institutionen der Außenwirtschaftsförderung in NRW zusammen?

PH: Unser gutes Netzwerk insbesondere zu den Außenwirtschaftsakteuren in NRW, und hier vor allem zu den IHKn und HWKn ist von besonderer Bedeutung. Wir verstehen uns als Teil der Außenwirtschaftsförderung des Landes NRW. Anfang 2021 haben wir diese enge Zusammenarbeit in einer Kooperationsvereinbarung mit dem Land NRW, der IHK NRW, dem Westdeutschen Handwerkskammertag und der ZENIT GmbH noch einmal bekräftigt. Das Zusammenspiel der verschiedenen Beratungs- und Dienstleistungen aller Akteure ermöglicht eine umfassende Unterstützung für nordrhein-westfälische Unternehmen zur Stärkung ihrer Auslandsaktivitäten und ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit.

Darüber hinaus bringen wir als Förderbank für Nordrhein-Westfalen auch unsere Netzwerkpartnerschaften in die Außenwirtschaftsförderung NRW ein, beispielsweise mit Euler Hermes und PwC, die im Auftrag des Bundes das Auslandsgeschäft durch staatliche Exportabsicherungsinstrumente und Auslandsinvestitionsgarantien absichern.

AHV NRW: Sie verbinden also Unternehmen mit dem Netzwerk der Außenwirtschaftsförderung?

PH: Absolut. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen, die keine eigene Internationalisierungsabteilung besitzen, sollen von unserer Beratung profitieren. Wir verfolgen eine „No wrong door policy“. Was heißt das? Das Unternehmen kann sich mit einer wie auch immer gearteten außenwirtschaftlichen Fragestellung an die NRW.BANK wenden und erhält eine kompetente Antwort – entweder durch Beratung in Finanzierungsfragen oder durch Vermittlung eines Kontaktes aus dem Netzwerk, der dem Unternehmen weiterhelfen kann.

Das nutzen auch bereits viele Unternehmen regelmäßig. Andere kennen unser Serviceangebot jedoch noch nicht. Genau diese Unternehmen möchten wir ebenfalls erreichen, um sie im Sinne einer vernetzten Beratung mit einem soliden Informations- und Entscheidungsfundament zu unterstützen. Das bedeutet nicht immer, dass am Ende eine Förderung zu Buche schlägt, aber es bedeutet, die Möglichkeiten geprüft zu haben. Das ist unser Ansatz als Landesförderinstitut und unser Verständnis im Außenwirtschaftsnetzwerk NRW mit allen offiziellen wie auch relevanten Partnern in der Wirtschaft. ◀

Unternehmensdefinitionen in Abhängigkeit zum Förderprogramm:

- Kleinstunternehmen: max. 9 Beschäftigte und max. Jahresumsatz oder Jahresbilanzsumme von 2 Mio. Euro.
- KMU: EU-Definition: max. 249 Beschäftigte und max. Jahresumsatz von 50 Mio. Euro oder max. 43 Mio. Euro Jahresbilanzsumme bei Einbeziehung aller Partner- oder verbundener Unternehmen
- sog. Mittelständische Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft im Privatbesitz mit Gruppenumsatz von max. 500 Mio. Euro
- Small Mid Caps: nicht mehr als 499 Beschäftigte
- Mid Caps: nicht mehr als 3.000 Beschäftigte

Peter Hentschel
Prokurist

NRW.BANK
Förderberatung &
Kundenbetreuung
EU- und
Außenwirtschaftsförderung
Friedrichstr. 1
48145 Münster

T+49 251 91741 7269
F+49 211 91742 6218
peter.hentschel@
nrwbank.de
www.nrw.bank

Kulturelle Unterschiede verschleiern die Sicht - oder „Hire and Fire“ nach Gutdünken?

Text: Egon L. Lacher

© Shutterstock

Mein Vorgänger als Geschäftsführender Gesellschafter der J.R.Bechtle & Co., Hans J. Spiller, hat bereits vor 30 Jahren eine der Grundwahrheiten zur Tätigkeit im Ausland aufgezeigt: Man muß die Nuancen und Rituale des Landes, wo die Geschäfte gemacht werden, kennen und man muß akzeptieren, daß die deutschen Gebräuche, so schön sie sind, eben nicht über, sondern neben vielen anderen stehen.

Eine weise Erkenntnis, welche ich in meiner eigenen Berufserfahrung mit deutschen, amerikanischen und japanischen Konzernen in Europa, Nord- und Südamerika anzuerkennen lernte – nicht immer so ganz freiwillig oder auch nur schmerzfrei. Aber manche Dinge sind halt anders in anderen Märkten. Man muss dies akzeptieren können.

Nachdem alle Grundsatzfragen zur rechtlichen und wirtschaftlichen Struktur einer Auslandsgesellschaft beantwortet wurden, die Standortfrage geklärt und die operativen Entscheidungen gefällt sind, reduziert sich das weitere Geschäftsleben sehr schnell auf die drei zentralen Komponenten: Finanzen, Kunden, Mitarbeiter.

Natürlich: Ohne gute Mitarbeiter – keine Kunden; ohne Kunden – keine positiven Finanzen. Qualifizierte (im weitesten Sinne gemeint) Mitarbeiter sind auch in den USA die Grundlage aller Erfolge – und die Ursache der meisten Debakel. Richtig auszuwählen, auszubilden, anzuspornen, zu Fördern ist kritisch. Aber auch zu Berichtigen, bevor der Schaden zu groß wird - und zwar schnell und konsequent.

Zum Glück ist es in Amerika, dem Land des „Hire und Fire“, einfach Personalfehler wieder geradezubiegen ...

Aber wie schon Hans Spiller warnte: Da hat man zum Beispiel früher gelernt, daß in dem freien Amerika der Begriff „hire and fire“ gilt, handelt freudig danach und ist erstaunt, wenn man wegen der raschen Kündigung eines Mitarbeiters vor den „Kadi“ gebeten wird.

JRB JR BECHTLE & CO.® International Executive Recruiting

Gibt es dieses Hire and Fire in den USA und ist es tatsächlich eine so einfache Sache wie es auf den ersten Blick erscheint? Die Antwort ist ein klar und eindeutiges: YEIN!

„Hire and Fire“ heißt ja erst einmal nichts anderes als „Einstellen“ und „Entlassen“ und das ist natürlich international. Es geht bei diesen Begriffen also nicht so sehr um das Einstellen und Entlassen an sich, sondern vielmehr um die offensichtlich besonders „lockere“ Art und Weise der Personalanbindung in den USA und um die so viel einfacheren Regeln.

Tatsache ist aber, dass die Regeln des Einstellens und Entlassens in den USA nicht wirklich einfacher als in Deutschland sind, sondern vor allem erst einmal schlicht und einfach anders.

Wenn von außen auf Regeln in anderen Regionen geschaut und dann verglichen wird, konzentriert man sich typischerweise auf Punkte, die einem schon selbst bekannt sind, einem also im eigenen Kulturkreis aufgefallen sind - und dies oftmals insbesondere negativ. Wenn nun gerade diese negativen Punkte und Regeln im anderen, zu vergleichenden, Kulturkreis sich als viel einfacher darstellen, kommt man schnell zum Schluss, dass zu Hause eben alles schwierig und im Ausland mal wieder alles viel einfacher ist – ergo: Hire and Fire ist in Amerika einfach!

Natürlich beinhaltet dies häufig aber auch, dass man die anderen Aspekte der Personalanbindung, welche man zu Hause eben nicht negativ erlebt hat, häufig nicht mehr so genau anschaut und dabei dann leicht übersieht, dass hier vielleicht doch Probleme existieren, es halt nur andere Punkte sind.

Da kann man sich leicht vergaloppieren und stellt oftmals erstaunt fest, dass die scheinbar so einfachen Regeln - auch die des „Hire and Fire“ - durchaus komplex sein können, deren Nicht-Einhaltung auf wenig Verständnis stößt und dann auch schnell sehr teuer werden kann. ◀

Egon L. Lacher
Geschäftsführender Gesellschafter der JR BECHTLE & Co., International Executive Recruiting

JR BECHTLE & Co.
2600 N. Military Trail
Suite 290
Boca Raton, FL 33431
USA

T +1 561 955 0012
E.Lacher@jrbechtle.com
www.jrbechtle.com

Chance für den Außenhandel

Neue Beschaffungsmärkte in Entwicklungs- und Schwellenländern

Text: Dr. Julia Bellinghausen

Sowohl als auch: Entwicklungszusammenarbeit und Außenhandel

Das Import Promotion Desk (IPD) arbeitet an der Schnittstelle von Entwicklungszusammenarbeit und Außenwirtschaft. Es eröffnet kleinen und mittelständischen Unternehmen aus ausgewählten Entwicklungs- und Schwellenländern den Zugang zum europäischen Markt, begleitet

Biofach-Messe 2020 (© IPD)

Exportunternehmen auf der sogenannten „letzten Meile“ und vermittelt ihnen Kontakte zu Importeuren. Ziel ist es, Entwicklungsländer besser in den globalen Handel zu integrieren und damit einen substanziellen Beitrag zur nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung in diesen Ländern zu leisten.

Gleichzeitig hilft das IPD Importeuren bei ihrer Suche nach neuen Beschaffungsmärkten. Als Initiative zur Importförderung unterstützt das IPD europäische Importeure bei ihrem Sourcing und das neutral und kostenfrei. Diese beiden Säulen – Entwicklungszusammenarbeit und Außenhandel – spiegeln sich auch in der Projektorganisation wider. Das IPD wird von der weltweit tätigen Entwicklungsorganisation sequa gGmbH in enger Kooperation mit dem Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA) durchgeführt. Gefördert wird das IPD vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ).

Win-Win-Situation für beide Geschäftspartner

Das IPD vernetzt ausgewählte Unternehmen aus Entwicklungs- und Schwellenländern mit

europäischen Unternehmen auf internationalen Fachmessen, Beschaffungs- und Einkäuferreisen – während der Covid-19-Pandemie auch virtuell. Ist das Matchmaking erfolgreich und kommt es zu einem Geschäftsabschluss zwischen Exporteur und Importeur, ist dies eine Win-Win-Situation für beide Geschäftspartner.

Auf der einen Seite suchen Importeure zuverlässige Lieferanten mit hochwertigen Produkten. Auf der anderen Seite steckt in den Entwicklungs- und Schwellenländern noch unentdecktes Potenzial. Das IPD bringt beide Seiten zusammen. Die Win-Win-Situation, also die Zufriedenheit auf beiden Seiten, schafft die Grundlage für langfristige Handelsbeziehungen mit nachhaltigem Effekt für die Menschen in den Entwicklungs- und Schwellenländern.

IPD-Sektoren: Nachfrage nach Naturprodukten und nachhaltigem Tourismus

Ein Schwerpunkt des IPD liegt in der Forst- und Landwirtschaft. Dazu zählen die Sektoren natürliche Zutaten für Lebensmittel, Pharmazie und Kosmetik, frisches Obst und Gemüse, Schnittblumen und nachhaltige Holzprodukte.

Viele Entwicklungsländer verfügen über wertvolle Rohstoffe, die nicht weiterverarbeitet und vermarktet werden. Hier liegt noch ungenutztes Wertschöpfungspotenzial. Denn wenn die Rohprodukte vor Ort weiterverarbeitet werden, entstehen ganz neue Wertschöpfungsketten – und damit auch neue Arbeitsplätze und neue Erwerbsquellen, insbesondere für die einkommensschwache Bevölkerung. Zudem gibt es insbesondere für hochwertige sowie biozertifizierte Naturprodukte eine zunehmende Nachfrage. Insbesondere in diesem Sektor sind europäische Importeure ständig auf der Suche nach neuen Beschaffungsmärkten und konsultieren das IPD, das sie beim Sourcing unterstützt.

IPD-Partnerländer

- Ägypten
- Äthiopien
- Côte d'Ivoire
- Ecuador
- Ghana
- Indonesien
- Kolumbien
- Marokko
- Nepal
- Peru
- Sri Lanka
- Tunesien
- Ukraine
- Usbekistan

Eine weitere Branche, in der das IPD aktiv ist, ist der Tourismus-Sektor. Diese beschäftigungsintensive Branche leistet einen wichtigen Beitrag zur effektiven Wirtschaftsentwicklung. Durch die Förderung eines nachhaltigen Tourismus unterstützt das IPD die Partnerländer dabei, ihre Infrastruktur auszubauen, Arbeitsplätze zu schaffen und Einkommen zu steigern. Nachhaltiger Tourismus trägt darüber hinaus zur Erhaltung der Naturressourcen bei.

Unternehmen aus Entwicklungs- und Schwellenländern: Zugang zum EU-Markt

Vielen Unternehmen aus Entwicklungsländern bleibt der Zugang zum EU-Markt nur deshalb verwehrt, weil ihnen die Kenntnisse über rechtliche Normen und Einfuhrbestimmungen sowie die notwendigen Zertifizierungen und ▶

Kerinci Agro (© IPD)

Schnittblumen in Kolumbien (© IPD)

vor allem auch die Kontakte zu europäischen Händlern und im Tourismus-Sektor zu Reiseveranstaltern fehlen.

Genau hier setzt das IPD an: Ein Schwerpunkt des IPD ist die Kompetenzvermittlung. IPD-Experten beraten die Unternehmen im gesamten Prozess des Qualitätsmanagements und bei der Vermarktung ihrer Produkte. Zudem vermitteln sie das Wissen und die Kompetenzen, wie die Exporteure ihre Wettbewerbsfähigkeit auf dem internationalen Markt steigern können. Sie bringen sie auf europäische Fachmessen und vermitteln den Unternehmen potenzielle Geschäftspartner.

Zugleich arbeitet das IPD eng mit Business Support Organisationen, also Fachverbänden und Exportorganisationen vor Ort, zusammen, um das Angebot zur Exportförderung weiterzuentwickeln und nachhaltige Strukturen in den Partnerländern aufzubauen.

Außenhandel: Sourcing und zuverlässige Partner

Das internationale Sourcing von Produkten und Lieferanten ist für Unternehmen mit großem Aufwand und Risiko verbunden. Das IPD übernimmt das Sourcing, stellt den Einkäufern fundierte Informationen über Produkte und neue Märkte zur Verfügung und vermittelt ihnen den Kontakt zu Unternehmen, die zuvor nach strengen Kriterien ausgewählt wurden.

Die Unternehmen im IPD-Programm werden besucht und sorgfältig evaluiert. Dabei berücksichtigen die IPD-Experten neben Zertifizierungen auch Kriterien wie Produktqualität, Exportfähigkeit und -kapazität. So können Importeure sicher sein, dass das IPD sie mit zuverlässigen Produzenten zusammenbringt. Auf Beschaffungsreisen bietet das IPD den Einkäufern die Gelegenheit, sich direkt vor Ort über Produktionsbedingungen und Produktqualität zu informieren.

Unterstützung während der Covid-19-Pandemie

Die Kontaktbeschränkungen durch die Covid-19-Pandemie erschweren die internationalen Handelsbeziehungen und die Suche nach neuen Produkten und zuverlässigen Lieferanten. Das IPD hat eine Vielzahl an Online-Angeboten entwickelt, um seine Arbeit fortzusetzen. IPD-Experten unterstützen in virtuellen Meetings und Messen deutsche und europäische Unternehmen bei der Erschließung neuer Beschaffungsmärkte und vernetzen sie mit ausgewählten und geprüften Produzenten aus Entwicklungs- und Schwellenländern. Und auch mit den Unternehmen in den IPD-Partnerländern sind die IPD-Experten im engen Kontakt, vermitteln weiterhin exportrelevantes Knowhow über Online-Trainings und unterstützen beim virtuellen Matchmaking. Zudem setzt das IPD das Screening der Exporteure fort und kann so Kriterien wie Produktqualität, Exportfähigkeit und -kapazitäten weiterhin gewährleisten.

Fazit: Erfolge der entwicklungsorientierten Importförderung

Die entwicklungsorientierte Importförderung des IPD unterstützt die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung in den Partnerländern: Die Zahlen zeigen, der wirtschaftliche Erfolg kommt den Menschen in den meist ländlich geprägten Regionen zugute. Die Unternehmen erweitern die Anbauflächen und die Produktion, sie nehmen z.B. mehr Kleinbauern unter Vertrag und stellen weitere Mitarbeiter ein. Nachhaltige Geschäftsbeziehungen und die Einbindung in den globalen Handel fördern Investitionen und Innovationen, geben Familien Zukunftsperspektiven im ländlichen Raum und sensibilisieren für die Bedeutung der natürlichen Ressourcen vor Ort. ◀

Weitere Informationen unter www.importpromotiondesk.de

Dr. Julia Bellinghausen
Leiterin des Import Promotion Desk (IPD)

IPD – Import Promotion Desk
c/o sequa gGmbH
Alexanderstraße 10
53111 Bonn

T +49 228 90 900 810
bellinghausen@importpromotiondesk.de
www. importpromotiondesk.de

AUGEN AUF BEI DER RECHTSPRECHUNG

Wer hat denn schon Geld zu verschenken?

Text: Dr. Talke Ovie

Es wird viel über „Compliance“ zwecks Einhaltung von Gesetzen veröffentlicht und gesprochen. Nicht übersehen werden darf bei „Compliance“, dass nicht nur Gesetze, sondern auch die Rechtsprechung Einfluss auf die Organisation und die Prozesse im Unternehmen hat. Fallen Ihnen aktuelle Verfahren ein, die Auswirkung auf Ihre Unternehmenspraxis haben? Wir zeigen anhand der aktuellen Verfahren zu „Erstattungszinsen“ auf, dass gerichtliche Entscheidungen Einfluss auf Zoll im Unternehmen haben und die Kenntnis von Gerichtsverfahren zum frühestmöglichen Zeitpunkt wichtig ist, zumal der Ausgang (auch) der hiesigen anhängigen Verfahren dazu führen kann, mit Zoll „Geld zu verdienen“, in jedem Fall aber keins zu verschenken. Gerichtliche Entscheidungen gehen nicht immer zulasten der Wirtschaftsbeteiligten aus.

Werden Zölle zu Unrecht erhoben, ist die **Erstattung** dieser gem. Art. 117 Unionszollkodex UZK (Art. 236 ZK alte Fassung) vorgesehen. Streitig ist allerdings, ob der Zollschuldner **Zinsen** auf den gezahlten Zollschuldbetrag erhält.

In der Rechtssache „Wortmann“ hat der **Europäische Gerichtshof (EuGH)** entschieden:

> *„Werden Einfuhrabgaben, zu denen auch Antidumpingzölle gehören, deshalb erstattet, weil sie unter Verstoß gegen das Unionsrecht erhoben wurden, […] besteht eine unionsrechtliche Pflicht der Mitgliedstaaten, Rechtsuchenden, die einen Anspruch auf die Erstattung der entrichteten Beträge haben, diese ab dem Zeitpunkt ihrer Entrichtung zu verzinsen.“*

Nach Ansicht des EuGH besteht also ein **Anspruch auf Verzinsung**, der sich unmittelbar aus dem Unionsrecht ergibt und der neben das grundsätzliche Verzinsungsverbot tritt, das der Zollkodex aF. (und nunmehr der UZK) für den „Klassiker“ zu Unrecht erhobener Einfuhrabgaben vorsieht. Dies gelte insbesondere dann, wenn eine einzelstaatliche Zinsregelung eine Berechnung nicht schon ab dem Tag der zu Unrecht erfolgten Zahlung vorsieht und damit dem Abgabenpflichtigen eine angemessene Entschädigung für die Einbußen, die er durch die zu Unrecht gezahlte Abgabe erlitten hat, vorenthalten wird. Eine solche Vorenthaltung ist in Deutschland der Fall, da § 236 Abs. 1 AO eine Verzinsung erst ab dem Zeitpunkt der Rechtshängigkeit, also ab Erhebung der finanzgerichtlichen Klage erfolgen soll. Für den Zeitraum davor, also ab Zahlung der Zollbeträge, ist eine Erstattung von Zinsen nicht vorgesehen.

Seit der Wortmann-Entscheidung wird über die Anwendung dieser in verschiedenen Konstellationen der unrechtmäßigen Erhebung von Einfuhrabgaben mit dem Zoll gestritten. Unabhängig davon, dass Zinsen für die Zollverwaltung „bares Geld sind“, ist (rechtlicher) Hintergrund der Streitigkeiten, dass die Wortmann-Entscheidung einen

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

Rechtssetzungsfehler betraf. Die Wortmann KG hatte Antidumpingzölle auf Grundlage einer Antidumpingverordnung entrichtet, die vom EuGH für rechtswidrig erklärt wurde. Da die Angelegenheit einen Rechtssetzungsfehler betraf, wehrt sich der Zoll gegen Zinszahlungen in allen übrigen Fällen, in denen es nicht um die Unrechtmäßigkeit einer Antidumpingverordnung geht, sondern um die Anwendung des Zollrechts, also **Rechtsanwendung**, die bei jeder Einfuhrverzollung tagtäglich stattfindet.

Aber ist es gerecht, nur Rechtssetzungsfehler dem unionsrechtlichen Zinsanspruch zugänglich zu machen und nicht auch Rechtsanwendungsfehler?

Ausgehend von der Wortmann-Entscheidung hat der Bundesfinanzhof (BFH) im März 2021 (ebenfalls) entschieden, dass einem Unternehmen Erstattungszinsen zu Unrecht erhobener Einfuhrabgaben zustehen. In dem Verfahren ging es um die Einfuhr von LCD-Monitoren und Rückfahrvideosystemen, für die die Klägerin zwei verbindliche Zolltarifauskünfte (vZTA) erteilt bekommen hatte, gegen die die Klägerin Einspruch einlegte, jedoch zwecks Verhinderung von negativen Folgen bei der Einfuhr angab. Parallel zum Einspruchsverfahren erging eine Einreihungsverordnung zugunsten der Klägerin. Diese führte zu einem Erstattungsanspruch der Klägerin in Bezug auf die gezahlten Zölle. Die Zahlung von Erstattungszinsen lehnte der Zoll jedoch ab. Sowohl das FG Düsseldorf als auch der BFH bejahten jedoch den Zinsanspruch unter Verweis auf die EuGH-Rechtsprechung.

Bedeutet für die Praxis:

> *„Eine rechtswidrige vZTA führt zum Wegfall der Rechtsgrundlage für die Festsetzung der Einfuhrabgaben. Bezahlt ein Unternehmen aufgrund der vZTA zu hohe Einfuhrabgaben, besteht ein Erstattungsanspruch gegen den Zoll auf den Differenzbetrag der viel gezahlten Zölle sowie auf Erstattungszinsen."*

Aber:
Laut BFH besteht ein Anspruch auf Zinszahlung, wenn Zölle aufgrund eines **Wegfalls der zugrundeliegenden Rechtsgrundlage** erstattet werden. In Bezug auf **„typische Fehler bei der Einfuhrverzollung"** führt der BFH aus, dass die Zollbehörden aufgrund der hohen Anzahl an Einfuhren Zollanmeldungen in den meisten Fällen erst nachträglich prüfen. Stelle der Zoll im Nachgang fest, dass Zölle zu hoch angesetzt waren, korrigieren sie die ursprüngliche Festsetzung nach unten und erstatten den zu viel gezahlten Betrag. Für den Fall also, dass die Zollanmeldung vor ihrer Annahme vom Zoll nicht überprüft wurde und der unrechtmäßige Abgabenbescheid auf der Schnelligkeit des Abfertigungsgeschehens beruht, bestehe kein Anspruch auf Zinszahlung. Die Fehleranfälligkeit des Abfertigungssystems stelle den „gewöhnlichen Fall" dar und sei keine Willkür der Zollbehörde bei der Festsetzung von Zölle. Anders liege es bei der Einfuhrverzollung auf Grundlage einer „unzutreffenden" vZTA, die aufgrund einer Einreihungsverordnung aufzuheben ist. Ändere sich nämlich die Kombinierte Nomenklatur (KN) nach der Zollanmeldung und ergebe sich dadurch eine andere Zolltarifnummer für die Einfuhrware, verändere sich dadurch auch der für die Abgabenberechnung maßgebliche Zollsatz.

Und jetzt?
Parallel zur Entscheidung des BFH hat das FG Hamburg dem EuGH drei Verfahren zur Verzinsung unrechtmäßig erhobener Zölle vorgelegt, bei denen eine vZTA keine Rolle spielt.

Das FG Hamburg führt aus, dass sich die Wortmann-Entscheidung und andere damit zusammenhängende Urteile darin einen, dass u.a. eine Verordnung für nichtig erklärt, eine Richtlinie nicht richtig umgesetzt oder ein nationales Gesetz europarechtswidrig erlassen worden ist, also die Erstattung auf einem **Rechtssetzungsfehler** beruhe. Unklar sei aber, ob sich ein Zinsanspruch auch auf Fälle erstrecke, bei denen es um eine fehlerhafte Anwendung des Zollrechts durch die Zollbehörde gehe, d.h. bei denen die Erstattung aufgrund von **Rechtsanwendungsfehlern** gewährt wird. Diese Frage habe der EuGH noch nicht entschieden.

Konkret behandeln die Vorlageverfahren die folgenden Streitigkeiten, deren Inhalte jedem bekannt sein dürften:

- Verzinsung rechtswidrig festgesetzter und nach rechtskräftigem Urteil erstattete Antidumpingzölle;
- Verzinsung von Abgaben, die der Zoll aufgrund einer anderen Einreihungsauffassung nacherhoben, nach einer rechtskräftigen gerichtlichen Entscheidung jedoch erstattet hat;
- Verzinsung zu Unrecht nicht gewährter Ausfuhrerstattungen.

Bedeutet für Sie:
Haben Sie (nach Ihrer Ansicht) zu viel Zölle gezahlt oder Ausfuhrerstattungen zu Unrecht nicht erhalten und streiten Sie mit dem Zoll über die Rechtmäßigkeit des Bescheides, beantragen Sie zusätzlich die Verzinsung der (nach Ihrer Ansicht) zu erstattenden Zölle bzw. der zu Unrecht nicht erhaltenen Ausfuhrerstattungen und verfolgen den weiteren Gang der Rechtsprechung.

Aber bitte denken Sie daran:
Da davon auszugehen ist, dass der Antrag abgelehnt wird, sollte unter Verweis auf die anhängigen Verfahren beim EuGH eine Ruhendstellung des Verzinsungsantrages beantragt werden (bis der EuGH und davon ausgehend das FG Hamburg entschieden haben). Unabhängig von dem formellen Antrag ist selbstverständlich zu prüfen, ob Ihre Angelegenheit den Verfahren entspricht oder Ihre Angelegenheit eine neue Fallgestaltung in Bezug auf Erstattungszinsen darstellt, die am Ende im Falle der Ablehnung der Erstattungszinsen gegebenenfalls ebenfalls gerichtlich zu klären ist. ◀

Unternehmens-Kommunikation mit dem Ziel der Realisierung von gesetzes- und zollkonformen Unternehmens-Zollprozessen

Anforderung der Zollverwaltung an die interne Unternehmenskommunikation

Text: Gerhard Friese

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

hübnerITsolutions

Wie wird die innerbetriebliche Kommunikation sichergestellt?

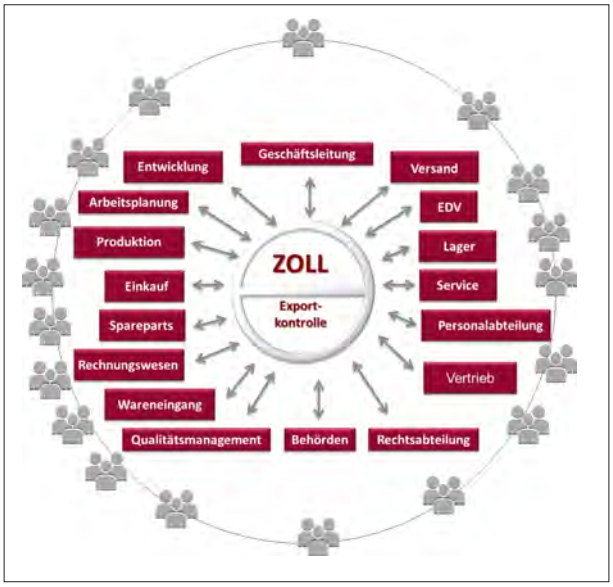
- Die innerbetriebliche Kommunikation muss gewährleisten, dass die für das Präferenzrecht/und für alle zollrelevanten Prozesse erforderlichen Informationen zwischen den unterschiedlichen Abteilungen Ihres Unternehmens ausgetauscht werden.
- Treffen Sie daher in einer Arbeits- und Organisationsanweisung Regelungen, wie sicherzustellen ist, dass alle ursprungsrelevanten, den Präferenzprozess betreffenden und alle für einen zollkonformen Prozess bezüglich Drittlands-Importen und Drittlands-Exporten, erforderlichen Informationen den Zoll-Verantwortlichen ebenso zur Verfügung stehen wie auch allen betroffenen Abteilungen, wie z.B. dem Einkauf, dem Vertrieb, der Produktion, der Logistik etc..
- Stellen Sie sicher, dass in allen betroffenen Abteilungen durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen bei den Mitarbeitern entsprechende Zollkompetenzen, jeweils aktuell nach den gesetzlichen Anforderungen vorhanden sind.
- Legen Sie auch fest, ob und ggf. in welcher Form eine betriebsinterne Überwachung stattzufinden hat.

ZOLL-Merkblatt ermächtigter Ausführer (Version 19. Dezember 2019)

Diese Anforderung wird auch deutlich in Bezug auf die Monitoring-Verpflichtungen im Rahmen der Nutzung von Zollbewilligungen.

Art. **23** Abs. 5 **UZK**: Demnach überwachen die Zollbehörden die Bedingungen und Voraussetzungen, die der Inhaber einer Entscheidung erfüllen muss. Zudem kontrollieren sie, dass die sich aus der Entscheidung ergebenden Pflichten eingehalten werden. Das Monitoring ist somit abteilungsübergreifend und flächendeckend.

Abteilungen und Bereiche eines Unternehmens, die an Zollprozessen zu beteiligen sind:



Fatale Folgen fehlender oder unzureichender Kommunikation in den Unternehmen bezüglich der Zoll-Prozesse (Praxis-Beispiele):

Drittlands-Importe, betreut von Dienstleistern mit Zollvollmacht

- Falsche Warentarifierung, Anwendung eines falschen Zollsatzes und damit keine korrekte Zollanmeldung; Aufwand für neue korrekte Zollanmeldungen bzw. bei Zollprüfung die Feststellung von Nacherhebung bei Zollabgaben.
- Dienstleisterrechnungen mit dem Steuerbescheid werden von der Finanzbuchhaltung aufgrund mangelnder Fachkompetenz ungeprüft bezahlt. Bei einer Prüfung wäre aufgefallen, dass der Dienstleister fälschlicherweise eine normale Importverzollung statt einer nachweislichen Rückwarenanmeldung, die zoll- und steuerfrei gewesen wäre, getätigt hat.
- Unternehmensabteilungen, die sonst nicht in Zollprozesse einbezogen sind, nehmen eigenmächtig Bestellungen in Drittländern vor und beauftragen Dienstleister mit der Abwicklung. Dabei handelt es sich um Sendungen aus der Türkei (mit A.TR.-Warenverkehrsbescheinigung) und um Sendungen aus Drittländern, mit denen die Europäische Union ein Freihandelsabkommen geschlossen hat (mit EUR.1-Warenverkehrsbescheinigung oder Form A). Nach Abschluss werden diese Vorgänge nicht archiviert und vor allem die Warenverkehrsbescheinigungen nicht im Original 10 Jahre archiviert und für Zollprüfungen vorgehalten. Feststellung im Rahmen von Zollprüfungen mit Nacherhebung von Zöllen.
- Begründung: Fehlende Vorgaben und Abstimmungen mit den Dienstleistern und keine Informations- und Handlungs-Abstimmung mit der internen Zollstelle des Unternehmens.

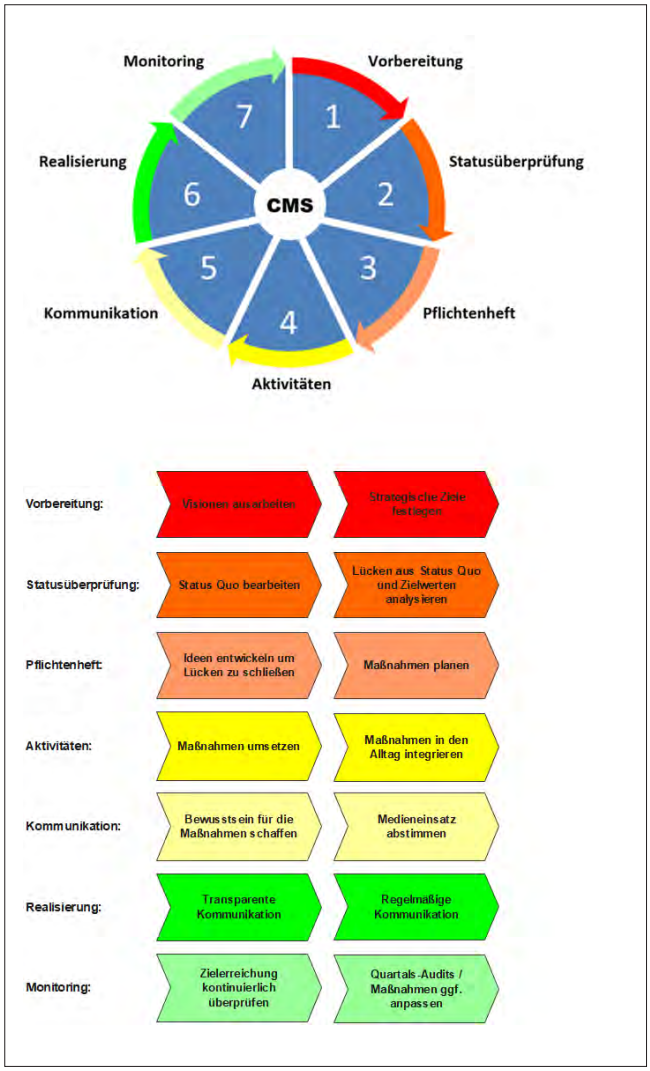
Drittlands-Exporte mit Ausstellung ungeprüfter Präferenznachweise und nicht durchgeführter Exportkontrolle

- Das Unternehmen verfügt über die Bewilligung des Ermächtigten Ausführers und die Export-Mitarbeiter setzen den Präferenztext auf alle Handelsrechnungen für Sendungen in alle Länder, mit denen die Europäische Union ein aktuelles Präferenzabkommen hat. Bei Präferenz-Nachprüfungsverfahren oder einer vom Zoll angesetzten Präferenzprüfung. Zollnachzahlungen der Kunden/Kundenunzufriedenheit bzw. Gefährdung der Bewilligung, verbunden mit Wettbewerbsnachteilen in diesen Ländern.
- Export-Vertriebsmitarbeiter verkaufen Produkte (keine Standardteile, sondern Teile nach kundenspezifischen technischen Anforderungen) nach Israel an ein Rüstungsunternehmen ohne BAFA-Genehmigung. Hohe Strafzahlungen im Rahmen der Feststellung bei einer Außenwirtschaftsprüfung und einem nachfolgenden Ordnungswidrigkeitsverfahren.
- Begründung: Mangelhafte und fehlende Kommunikation und Abstimmung mit den Fachabteilungen (Gesamtverantwortliche(r) Warenursprung – Präferenzen bzw. der/dem Exportkontrollbeauftragten).

Interne Kommunikation Definition

Die interne Kommunikation in Unternehmen bezieht sich auf die Art und Weise, wie Abteilungen und Mitarbeiter eines Unternehmens zielorientiert und regel- und gesetzeskonform interagieren. Das übergreifende Ziel ist es, eine gute interne Kommunikation hier aus Zollprozess-Sicht im Unternehmen zu gewährleisten.

Anforderungen und Planung einer optimierten Unternehmenskommunikation mit dem Ziel der Realisierung von gesetzeskonformen Unternehmens-Zollprozessen mit Integration in das Unternehmens-Compliance-Management und ein Pflichtenheftvorschlag für die Umsetzung der Kommunikationsstrategie. ▶



Fotocollage & Grafiken © Hübner IT Solutions GmbH

Fazit

Eine optimierte, abteilungsübergreifende Kommunikation ist für erfolgreiches Handeln von Unternehmen im internationalen Wettbewerb unerlässlich!

Ergänzende Vorschläge zur dringenden Optimierung der internen und externen Unternehmenskommunikation unter Zollprüfungs-Gesichtspunkten:

- Auswertung von abteilungsübergreifend erfolgten Drittlands-Import und Exportprozessen
- Erstellung einer Übersicht der betroffenen Abteilungen und der Mitarbeiter
- Erfassung der Zoll-Kompetenz in diesen betroffenen Abteilungen
- Erarbeitung von multimedialen Schulungskonzepten zur Gewährleistung einer zollkonformen Abwicklung der Prozesse
- Erstellung von Hand-Outs mit Flussdiagrammen für die Veranschaulichung und Umsetzung der korrekten Zollprozessabwicklung an den Arbeitsplätzen (Auswahl der korrekten Zollprozesse, zeitnahe Abstimmung mit den anderen involvierten Abteilungen, zeitnahe Abstimmung mit Kunden und Behörden, die an der Regulierung der Prozesse zu beteiligen sind)
- Unternehmenskommunikation unter Zollprüfungs-Gesichtspunkten in das Unternehmens-Qualitätsmanagement mit entsprechenden Arbeits- und Organisationsamweisungen und vierteljährlich vorzusehenden Audits integrieren. ◀

Pflichtenheft für Kommunikations-Strategie

Teilnehmer Liste der wichtigsten Abteilungen mit Verantwortlichkeiten.	**Aktivitäten** - Welche Maßnahmen stehen im Vordergrund? - Welche internen Hindernisse sind zu überwinden?	**Kommunikationsziele** - Was sind die Hauptziele bei der Optimierung der internen Kommunikationsaktivitäten? - Welche Kenntnisse und Kompetenzen sind abteilungsbezogen zu vermitteln?	**Kernbotschaften** Was sind aus Zollkompetenz-Sicht die abteilungsbezogenen Kernbotschaften? Beispiel Exportvertrieb: Kenntnisse der Exportkontrolle und der EU-Präferenzabkommen.	**Zielgruppen + ihre Vertreter** Anforderungen und Informationswege zielgruppenorientiert aufarbeiten, abstimmen und umsetzen! (Unterschiedliches Themenspektrum aus Zollsicht von Entwicklung, Arbeitsvorbereitung und Produktion versus Einkauf und Exportvertrieb)
	Kommunikationsteam Vertreter aus allen betroffenen Abteilungen beim Einstieg in die Optimierung. Teambildung mit wöchentlichen Sitzungen und Feedback in die Abteilungen. Nur internes Unternehmensteam oder auch externe Beratung und Unterstützung?		**Kommunikationskanäle** Welche Kanäle sind bereits vorhanden und nutzbar? (Unternehmens – Intranet, digitale Workshops, interne und externe Weiterbildung mit Einsatz von Power Point-Präsentationen und Videos?). Monatliche Teams-Sitzungen.	
Budget Bereitstellung für internes Projekt und ggf. externe Unterstützung sowie für die zukünftigen kontinuierlichen Prozesse. Interne, externe und laufende Aufwendungen erfassen und das Budget von der Geschäftsführung freigeben lassen.		**Ergebnisse messen** Wöchentliches Abteilungs-Feedback und quartalsweise Audits in Abstimmung mit dem Qualitätsmanagement.		

Der BDEx stellt sich vor

Bundesverband des Deutschen Exporthandels e. V. (BDEx), Berlin

Der BDEx vertritt wirkungsvoll die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Politik, Öffentlichkeit und anderen Wirtschaftsakteuren. Als Netzwerk von Global Playern sind wir ein anerkannter Gesprächspartner zu allen fachlichen Themen des internationalen Handels – angefangen bei Fragen der Exportkontrolle über Exportkreditversicherung bis hin zu Fragen des Marktzugangs und der Außenwirtschaftsförderung.

Profitieren Sie von

- dem Zugang zu politischen Stakeholdern und Entscheidern
- einem intensiven Erfahrungsaustausch und praxisbezogenen Dialog
- einem branchen- und länderübergreifenden professionellen Netzwerk
- einem umfangreichen Informationsangebot zu allen außenwirtschaftlichen Themen aus erster Hand
- einer nachhaltigen nationalen und internationalen Interessenvertretung in allen Außenwirtschaftsfragen gegenüber relevanten Entscheidern in Berlin und Brüssel
- den Möglichkeiten, außenhandelspolitische Rahmenbedingungen und Instrumente der Außenwirtschaftsförderung effizient mitzugestalten
- der Teilnahmemöglichkeit an den Arbeitskreisen Außenhandelsfinanzierung, Exportkontrolle und Zoll sowie zahlreichen weiteren Austausch- und Informationsmöglichkeiten

Schwerpunkte unserer Arbeit

Außenwirtschaftliche Fachkompetenz zu folgenden Themen:

- Außenhandelsfinanzierung
- Exportkontrolle und Außenwirtschaftsrecht
- tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse
- Zoll- und Handelspolitik

www.bdex.de

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

Mango aus der Côte d'Ivoire – ein PartnerAfrika-Projekt im Rahmen der Sonderinitiative Ausbildung und Beschäftigung

In Kooperation mit der Entwicklungsorganisation sequa gGmbH setzt der BDEx bis Ende 2022 ein vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziertes Projekt in der Côte d'Ivoire um. Mit seinem Partnerverband INTER-MANGUE möchte der BDEx zum langfristigen Erfolg des ivorischen Mangosektors beitragen. So soll nicht nur die Beschäftigungssituation verbessert, sondern auch der Verband gestärkt und die Verarbeitung und der Export der Früchte gesteigert werden.

INTER-MANGUE
Interprofession de la Mangue de Côte d'Ivoire

Gefördert durch: Invest for Jobs – Wachstumschance Afrika

Im Auftrag des: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Durchgeführt von: sequa

Mitgliedsverbände

AGH – Partner im Wettbewerb.
AHV NRW – WIR! - die Außenhändler
BAV – Bremer Außenhandelsverband e.V.
grosshandel-bw – Verband für Dienstleistung, Groß- und Außenhandel Baden-Württemberg e.V.
LGAD – Landesverband Bayern Großhandel · Außenhandel Dienstleistungen e.V.
LGAD – Landesverband für Groß-/Außenhandel und Dienstleistungen Thüringen e.V.
LVGA – Partner im Wettbewerb.
Hamburger Exporteure-Verein

Werden Sie Teil eines starken Netzwerks

Hebmüller und NETVRIDA

Eine starke Verbindung für Ihren Markteintritt in die USA

Text: Axel Hebmüller und Alan Bridwell

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

East Tennessee State University (©etsu)

Die deutsch-amerikanischen Beziehungen verbessern sich zusehends. Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und den USA treten in eine neue Phase des wirtschaftlichen Aufschwungs ein. Umso wichtiger ist es, dass auch deutsche Klein- und Mittelunternehmen (KMU) ihren Markteintritt in den USA vorantreiben, um in den USA vor Ort vertreten zu sein. Gerade die Zeit der Pandemie hat vielen Unternehmern gezeigt, dass mit ihrem Betrieb eine lokale Präsenz äußerst wichtig ist.

Die NETVRIDA (North East Tennessee Valley Regional Industrial Development Association) verfügt über ein exzellentes Netzwerk und ist in der Lage, deutschen Unternehmen individuelle Lösungen bei der Geschäftsentwicklung und Expansion ihrer Unternehmen in den USA im Zuge ihrer Internationalisierung, großzügig zu unterstützen. Durch die starke internationale Vernetzung mit Alan Bridwell, Axel Hebmüller und Ryan Lilly konnte NETVRIDA in den letzten Jahren mehreren KMU‘s zu einem erfolgreichen Start in den USA verhelfen. Selbst in der Zeit der Pandemie konnte NETVRIDA Unternehmen beim Start helfen.

Deutsche KMU‘s, die sich vor einigen Jahren in der Region niederließen, haben mit Unterstützung von NETVRIDA weitere Investitionen getätigt und auch auf dem US-Markt expandieren können.

Durch das Soft Landing Program in Zusammenarbeit mit der ETSU (East Tennessee State University) konnte NETVRIDA einigen deutschen Unternehmen einen vereinfachten Start

ihrer Niederlassung in den USA ermöglichen. Alle Firmen, die gewonnen wurden, sind an der Nähe zum US-amerikanischen Markt interessiert. Und die Region hat eine Menge zu bieten:

© Shutterstock

- Kurze Wege
- Niedrige Besteuerung
- Vergleichsweise niedrige Mieten
- Sehr gut ausgebildetes Personal
- Einfache und schnelle Anbindung zum Flughafen Atlanta
- Großes Netzwerk von deutschen Unternehmen in der Region

Die Nähe zur ETSU macht die Ansiedlung in der Region noch attraktiver. Kleinere Forschungsprojekte werden in enger Zusammenarbeit mit den Studierenden und der Fakultät bearbeitet. Auslandssemester für deutsche Studierende an der ETSU können auf kurzem Wege und in enger Absprache mit den Beteiligten organisiert werden. Daraus ergeben sich weitere Möglichkeiten, insbesondere für kleinere Unternehmen.

In Europa werden die Aktivitäten von NETVRIDA von Axel Hebmüller koordiniert und unterstützt, der sich selbst vor einigen Jahren mit seiner Firma Hebmüller Aerospace in Johnson City niedergelassen hat. Auch Hebmüller Aerospace hat die vielen Möglichkeiten und Angebote von NETVRIDA und ETSU genutzt, darunter das Soft Landing Program. NETVRIDA und die Firma Hebmüller freuen sich, weitere KMU's bei ihrem Markteintritt in den USA zu unterstützen. ◀

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

AWR - Außenwirtschaftsrunde

Ein Verein trotzt der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie

Text: Thomas Stühle

Wir waren sichtbar – auch wenn wir lange nur auf Sicht fahren konnten

Die Außenwirtschaftsrunde steht für Erfahrungsaustausch und Diskussion zu aktuellen Fragen des Zollrechts, der Verbrauchssteuern, der Exportkontrolle und handelspolitischen Themen. Diesen Erfahrungsaustausch haben wir in den mehr als 30 Jahren des Bestehens der AWR insbesondere durch unsere Tagungen ermöglicht und gepflegt.

Im November 2019 fand die AWR-Herbsttagung mit ausgezeichneter organisatorischer Unterstützung der lokalen IHK in der wunderschönen Stadt Bayreuth statt. Die gute Mischung mit unterschiedlichsten, nationalen und internationalen Rednern, zu Themen wie dem Brexit, der Reform der Dual-Use Verordnung, einem Zoll-Update aus China und dem Wegfall der 22€-Regelung, machten die Tagung für alle Teilnehmer sehr spannend und kurzweilig.

© AWR

Natürlich hatten die AWR-Verantwortlichen dann auch den Anspruch ein sehr ansprechendes Programm für die darauffolgende Frühjahrstagung 2020 zusammenzustellen. Entsprechend wurde mit möglichen Referenten Kontakte aufgenommen und auch bereits vertragliche Verpflichtungen unterzeichnet.

Ähnliches galt für die Location. Hier wurden Räumlichkeiten und Catering für die Tagung gebucht und Zimmer reserviert. Die Frühjahrstagung sollte Ende April 2020 in Kassel stattfinden. Die Mitglieder und Verantwortlichen haben sich sehr darauf gefreut.

Doch dann kam alles ganz anders. Es war März 2020 und auf einmal war sie da – die Corona-Pandemie. Was das bedeutet hat, wissen wir alle. Die Frühjahrstagung konnte nicht im gewohnten Rahmen stattfinden. Der Vorstand der AWR hat sich Ende März entschlossen, die Tagung abzusagen. Dies ist den Beteiligten nicht leichtgefallen, denn natürlich wollten sich die Mitglieder wiedersehen, da sie den Austausch auf den Tagungen sehr schätzen. Doch die Situation war so außergewöhnlich, dass keine andere Entscheidung in Frage kam. Und diese Entscheidung wurde zu einem Zeitpunkt getroffen als derartige Tagungen noch erlaubt waren. Wie würden die Mitglieder reagieren? Die Entscheider setzten auf volles Verständnis und haben genau dieses erfahren dürfen.

Es haben Gespräche mit dem Tagungshotel und den Rednern stattgefunden, um die Stornierungskosten möglichst gering zu halten oder sogar ganz zu vermeiden. Dabei war es den AWR-Verantwortlichen wichtig, fair zu bleiben und nach gemeinsam gut verträglichen Lösungen zu suchen, denn derartige Stornierungen heißen ja auf der anderen Seite auch Wegfall von Einnahmen. Dessen waren sich alle sehr bewusst.
Der AWR war es die ganze Zeit ein großes Anliegen den fachlichen Austausch untereinander auch ohne die hochgeschätzten Tagungen in irgendeiner Form zu unterstützen. Über die Vereins-Webseite ist dies schon lange möglich, doch wollten man hier mehr anbieten.

Daher wurde das erste Webinar angeboten, zu einer Zeit, zu der solchen Online-Tagungen noch nicht allseits präsent und bekannt waren. Die technischen Hürden konnten zwar

nicht richtig eingeschätzt werden, aufhalten lassen wollte man sich aber von dieser Unbekannten auch nicht. Die Resonanz nach der ersten Online-Veranstaltung war groß – insgesamt konnten immerhin rund 90 Mitglieder zur Teilnahme bewegt werden. Von diesen gab es anschließend ein sehr positives Feedback. Klar ist so eine digitale Veranstaltung etwas anderes als ein persönlicher Austausch. Doch seit Beginn der Pandemie haben viele zunehmend digitale Formate genutzt und irgendwie auch schätzen gelernt. Und bei der AWR hatte man das Gefühl irgendwie mal wieder etwas gemeinsam zu machen, den gleichen Rednern zuzuhören, den gleichen Input zu bekommen und sich dann darüber austauschen zu können – ganz gleich ob während des Webinars oder auch bilateral noch danach.

Die AWR war weiter sichtbar

Das erste Webinar im Sommer lief gut und die AWR-Verantwortlichen mussten sich quasi schon parallel mit der Herbsttagung befassen. Virtuell oder persönlich? Was wird möglich sein? Diese Entscheidung fiel nicht leicht, denn es war allen Beteiligten bewusst, was die AWR ausmacht – und das ist nun mal das Netzwerken und der persönliche Austausch. So ist in all den Jahren das Vertrauen entstanden, dass unter den Mitgliedern besteht. Und diese besondere Kultur möchten man sich erhalten. Dafür sind persönliche Treffen wichtig.

Die Organisatoren haben weiter nach Möglichkeiten gesucht, wie eine persönliche Tagung ausgestaltet sein könnte. Weniger Teilnehmer? Nach welchem Verfahren sollten eine begrenzte Anzahl von Teilnehmern zugelassen werden? First come, first serve? Wo sollte die Tagung stattfinden? Welche Hygienevorkehrungen würden dort ergriffen werden? Wo bekommt man entsprechende Stornierungsfristen? Kann man die Tagung bei einem Mitgliedsunternehmen stattfinden lassen, mit dem Risiko, dass anschließend ein Coronafall auftritt und dies ggfs. ein Reputationsrisiko für das Unternehmen bedeutet? Die Aussicht eventuell in kleinerem Rahmen eine Tagung stattfinden zu lassen, hat die Vereinsführung veranlasst, zunächst keine neuen Mitglieder aufzunehmen. Die wenigen Plätze sollten dann bestehenden Mitgliedern angeboten werden. Doch diese Fragestellung des kleineren Rahmens stellte sich schon bald auch nicht mehr.

Die für November geplante Herbsttagung 2020 wurde ebenfalls abgesagt. Deutschland befand sich da kurz vor der Bekanntgabe des zu erwartenden verstärkten Lockdowns.
Ein Webinar wurde bereits digital durchgeführt und so konnten man sich inzwischen auch vorstellen, eine ganze Tagung virtuell auszurichten. Mit entsprechender Expertise, Engagement und einfach Freude an der Sache haben Vereinsmitglieder für einen technisch reibungslosen Ablauf gesorgt. Mit ihnen gemeinsam hat man sich dann an die Ausrichtung der Herbsttagung gemacht.

Die Online-Herbsttagung lief dann wie gewohnt über zwei Tage – naja fast wie gewohnt, leider fehlten die Pausengespräche und der informelle und doch so wichtige Austausch beim Abendessen.

Das Programm der Online-Herbsttagung bot jedoch die gewohnte Mischung aus aktuellen Themen, Wissenswertem aus der Zollwelt und dem oft zitierten Blick über den Tellerrand der eigentlichen Fachmaterie. So lernten die Teilnehmer, quasi aus erster Hand, das neue EU-Außenhandelsportal „Access2Markets“ kennen. Prof. Gabriel Felbermayr, der Präsident des Kieler Instituts für Weltwirtschaft ging in seinem sehr interessanten Vortrag auf die Perspektiven der Handels- und Zollpolitik ein. Ein Update zu den Entwicklungen ausgewählter Handelsabkommen und einem Vortrag bzw. Erfahrungsbericht zur Digitalisierung und Datenanalyse in der Zollabteilung, rundeten die erste zweitägige Online-Veranstaltung der AWR ab.

Sehr erfreulich war es dann auch, dass während des letzten Vortrags zum Thema Digitalisierung und Datenanalyse die Idee aufkam, im Nachgang eine Arbeitsgruppe zu diesen Themen zu schaffen. Die Idee wurde dann auch zeitnah in die Realität umgesetzt.

Im Jahre 2021 angekommen, sah sich der AWR-Vorstand ein weiteres Mal gezwungen, die Frühjahrstagung in Form einer Präsenzveranstaltung abzusagen. Die Umstände der Pandemie ließen keinen anderen Entschluss zu. Auch dieses Mal wurde wieder eine Online-Veranstaltung organisiert, inklusiver einer virtuellen Mitgliederversammlung mit Vorstandswahlen und der Möglichkeit neue Mitglieder aufzunehmen. So war es zumindest möglich, das Vereinsleben in gewohnter Weise und auf Basis der Vereinssatzung weiterzuführen.

Den AWR-Verantwortlichen war und ist es sehr bewusst, wie wichtig persönliche Treffen sind. Es war immer gut zu sehen, wie neue Bekanntschaften geschlossen wurden und gegenseitiges Vertrauen entstand, das für ein derartiges Vereinsleben so elementar ist. Die vielen Rückmeldungen zeigten, dass die getroffenen Entscheidungen auf Zustimmung stießen.

Die Hoffnung stirbt zuletzt

Alle Vereinsmitglieder hoffen nun gemeinsam, dass man rasch das Vereinsleben zu den alten und liebgewonnen Gewohnheiten zurückkehren lassen kann, so dass es in der zweiten Jahreshälfte eine Tagung mit persönlichem Treffen geben wird. ◀

Thomas Stühle
1. Vorsitzender der
Außenwirtschaftsrunde e.V.

Postanschrift:
c/o HARNISCHMACHER
LÖER WENSING
Rechtsanwälte PartG mbB
Hafenweg 8
48155 Münster

T +49 251 686860 426
vorstand@awrunde.de
www.awrunde.de

Piet Niemann

Architektur und ihre Spuren

Text: Joop van Reeken
Fotos: Piet Niemann

Die freien Arbeiten des in Hamburg ansässigen, professionellen Architekturfotografen Piet Niemann sind seriell-dokumentarisch aufgebaut und lassen immer den sozial- und wirtschaftskritischen Blick darauf erkennen. Das zeigt sich auch an seiner neuesten freien Arbeit, die eine fotografische Bestandsaufnahme des Expo-Geländes in Hannover 20 Jahre nach der Expo 2000 ist. Ein erster Auszug dieser Arbeit befasst sich mit der damaligen Ikone der Weltausstellung: dem Niederländischen Pavillon.

Piet Niemann hat für sein junges Alter bereits ein beachtliches Portfolio vorzuweisen. Sein Weg zur Fotografie begann schon früh. Auch sein Interesse für Architektur geht auf seine Jugendzeit zurück. Es scheint fast logisch, dass er sich als professioneller Fotograf auf Architekturfotografie spezialisierte. Er absolvierte eine zweieinhalbjährige Ausbildung zum Fotografen am Photo+Medienforum Kiel. Der damalige Lehrgang, der ähnlich aufgebaut war wie ein Hochschulstudium, beinhaltete Schwerpunkte wie Porträt-, Produkt-, Industrie- und Architekturfotografie, freie Arbeiten, Bildbesprechungen im Kolloquium und Praktika bei Fotografen, Fotostudios u.Ä. Über ein solches Praktikum kam er nach Hamburg, wo er sich schon mit 19 Jahren – zunächst als Fotoassistent – selbstständig machte und als solcher eine Zeitlang arbeitete, bevor er sich als Architekturfotograf niederließ.

Blickt man auf Piet Niemanns freie Arbeiten, so sieht man ihren dokumentarischen Wert. Sie spiegeln zugleich auch seine Faszination für und seinen kritischen Blick auf Politik, soziale sowie ökologische Themen wider: „Bei Großprojekten wie einer Expo, Fußballweltmeisterschaft oder Olympia werden von den Verantwortlichen gegenüber der Gesellschaft oft vollmundige Versprechungen gemacht – insbesondere über die Nachnutzung. Wenn man diese Nachnutzungskonzepte und die Versprechungen rückblickend mit der eingetretenen Realität abgleicht, stellt sich oft große Ernüchterung ein. Ich möchte mit meiner Arbeit gerne einen Anstoß dazu geben, dass die Gesellschaft ihr Handeln und deren Auswirkung vorab offener und ehrlicher bedenkt. Auch gerade bezogen auf die Klimakrise hätte und würde uns allen ein rational ehrliches Hinterfragen unserer Aktivitäten – und dementsprechendes Handeln – gut tun."

Daher hat Niemann für seine neueste freie Arbeit die dokumentarische Bestandsaufnahme ehemaliger Expo-Gelände zum Thema gemacht. Im Interview erzählt er, dass ihm die Idee 2016 während eines Aufenthalts in Lissabon kam, als er das dortige Expo-Gelände aus dem Jahr 1998 besichtigte. ▶

Piet Niemann
Architekturfotograf

Hamburg

T +49 157 860 567 60
mail@pietniemann.de
www.pietniemann.de

Auftragsarbeit für Zaha Hadid Architects - Hafenpromenade Hamburg

Daraus entstand der Entschluss, sämtliche Expo-Areale ab 2000 jeweils 20 Jahre später aufzusuchen und zu überprüfen, inwiefern die ursprünglichen – oft vollmundigen – Nachnutzungskonzepte den Realitäten standhalten.

Der erste Expo-Ort seines Projekts ist Hannover, wo die Expo 2000 stattfand. 2020 begann Piet Niemann, das öffentlich zugängliche Expo-Gelände Ost fotografisch zu untersuchen: „Es geht mir natürlich um das ganze Expo-Gelände. Zu Beginn fiel mein Blick oft auf den Niederländischen Pavillon. Als Architekturfotograf hatte ich beruflich Kontakt zum Architekturbüro MVRDV, das damals unter dem Motto ‚Holland Creates Space' eine architektonische Sensation baute. Dazu kommt, ganz aktuell, dass genau dieser Pavillon nun tatsächlich – nach vielen gescheiterten und auch verhinderten Ideen zur Nachnutzung – zu neuem Leben erweckt wird. Und zwar nach den Entwürfen von MVRDV. So werden hier in Kürze Büros, 370 Studentenapartments und Co-Working Spaces entstehen."

MVRDV Architects, bekannt für außergewöhnlichen Bauobjekte, wurde 1993 von den Architekten Winy Maas, Jacob van Rijs und Nathalie de Vries in Rotterdam gegründet. Der Niederländische Pavillon, für den vor 20 Jahren Besucher Schlange standen, um die sechs sandwichartig gestapelten Holland-Landschaften live zu erleben, zeigte, wie Raumknappheit gelöst und Ökosysteme in einem Gebäude verwirklicht werden können.

Piet Niemann: „Es ist ein Glück, dass der Pavillon ein zweites Leben erhält. Schaue ich aber auf die städteplanerischen Unterlagen von damals, die sich mit Fragen beschäftigten, wie man einen Stadtteil in die Expo einplanen könnte, so wird deutlich, dass die Umsetzung dieser ‚Integration' nicht gelungen ist. Das lag u.a. daran, dass man Angst hatte, der Innenstadt zu große Konkurrenz zu machen. Daher hat man aktiv vieles verhindert und blockiert. Schlussendlich ist mehr oder minder ein Gewerbegebiet entstanden, wo sich nach der Expo zwar Autohäuser ansiedelten,

Expo 2000 Hannover - Der Niederlande-Pavillon in 2020

1UP!
2020
202
DETLEF
DETLEF

Über den Holland-Pavillon auf der Expo 2000

„Kann eine höhere Lebensqualität aufrechterhalten werden, wenn die Bevölkerungsdichte zunimmt? Welche Bedingungen sollten erfüllt sein, bevor eine solche Verdichtung stattfindet? Welche Rolle wird die Natur im weitesten Sinne bei einer solchen Verdichtung spielen? Geht es hier nicht im wörtlichen und übertragenen Sinne um eine ‚neue Natur'? Der Niederländische Pavillon auf der Weltausstellung 2000 versuchte, über diese ‚neue Natur' nachzudenken: eine Mischung aus Technik und Natur, die die Machbarkeit und Künstlichkeit der Natur betont. Im Gegensatz zur Nostalgie, die in der Kritik vieler Teilnehmer an der Technologie und Konsumgesellschaft, an Asphalt und Maschinen zum Ausdruck kam, zeigte der Pavillon von MVRDV, dass Technologie und Natur sich nicht gegenseitig ausschließen müssen; dass sie sich gegenseitig verstärken können - und sollten."

MVRDV Architekten, Rotterdam

jedoch bspw. kein Wohnraum entstanden ist, obwohl es eine Infrastruktur gab und gleich daneben ein Naherholungsgebiet." Der Rest ist bekannt: das Expo-Gelände verwaiste.

„Im Moment befinde ich mich in den letzten Zügen der Bildauswahl zur Expo 2000. Es ist eine sehr umfangreiche Arbeit entstanden und ich muss mich von vielen Bildern trennen. Man muss fein säuberlich abwägen, welche Bilder inhaltlich für die Arbeit sehr wichtig oder auch weniger relevant sind. Es geht um eine Verdichtung, die sowohl im Kontext eines Buches als auch in einer Ausstellung funktioniert – denn das ist das Ziel", erzählt Niemann. Seine nächste Reise für sein Expo-Projekt wird ihn 2025 in die japanische Präfektur Aichi führen, wo die Expo 2005 stattgefunden hat. Seine Expo-Liste ist lang – er ist noch jung. ◀

GEGEN DEN SPRUNG INS UNGEWISSE:
KREDITMANAGEMENT VON COFACE.

vielmehralsversichern.de

coface
FOR TRADE

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
A Maersk Company

Brexit und Corona lassen Forderungsrisiken bei Geschäften mit britischen Firmen stark steigen

Text: Dr. Thomas Langen

Britische Unternehmer gehören derzeit nicht unbedingt zu den Personen, mit denen man die Rollen tauschen möchte: Vor fünf Jahren brachte das Brexit-Votum erhebliche Unsicherheiten in die Volkswirtschaft des Vereinigten Königreichs. Die Folgen des Volksentscheids erschweren bis heute den Geschäftsalltag zahlreicher Firmen vor Ort. Zwar wurde im Januar dieses Jahres die Trennung des Vereinigten Königreichs von der Europäischen Union nach vielem Hin und Her endlich vollzogen, und beide Parteien konnten sich sprichwörtlich in letzter Sekunde auf ein Austrittsabkommen mit Zollfreiheit einigen. Doch jetzt, nach vollzogenem Austritt, ist der Handel zwischen EU-Firmen und britischen Unternehmen mit erheblich aufwändigeren Prozessen als vorher verbunden, unter anderem aufgrund von neuen Einfuhrformalitäten.

Im vergangenen Jahr kam dann die Corona-Pandemie als weitere Belastung für die Unternehmen des Vereinigten Königreichs hinzu. Anschließend befanden sich die Briten und ihre Volkswirtschaft – mit Ausnahme einiger weniger Verschnaufpausen – rund eineinhalb Jahre lang in einem Zustand dauerhafter Lockdown-Einschränkungen.

Großbritanniens internationaler Handel schrumpft

Die Entwicklungen von Corona und die neuen Handelsregeln nach dem Austritt aus der EU verlaufen zeitlich parallel. Das macht das Geschäft mit Unternehmen in Großbritannien im Moment besonders schwerfällig. Die ökonomischen Daten von Atradius zeigen, dass der internationale Handel des Vereinigten Königreichs derzeit erheblich zurückgeht. Überdurchschnittlich stark von dieser Entwicklung betroffen sind die Geschäfte mit Firmen aus der EU. So ist das Handelsvolumen zwischen dem Vereinigten Königreich und den EU-Mitgliedsländern in den zwölf Monaten zwischen März 2020 und März 2021 um 19 % im Vergleich zum Jahr 2018 geschrumpft, mit Nicht-EU-Ländern ging das Geschäftsvolumen „nur“ um 9 % im selben Zeitraum zurück. Besonders stark beeinträchtigt war das Geschäft mit Firmen aus Deutschland, dem größten EU-Geschäftspartner des Vereinigten Königreichs. Dieses brach im ersten Quartal 2021 um mehr als 20 % gegenüber dem vierten Quartal 2020 ein, was weitgehend auf die neuen Regeln nach dem EU-Austritt zurückzuführen sein dürfte. Auch der Handel der britischen Firmen mit französischen, belgischen, irischen und niederländischen Unternehmen ging in den ersten Monaten dieses Jahres stark zurück.

Atradius
Managing risk, enabling trade

Mit Blick auf unterschiedliche Branchen reduzierte sich das Handelsvolumen am stärksten bei britischen Firmen im Treibstoffbereich, um mehr als 37 % gingen die Exporte hier zurück, vor allem aus Frankreich und Deutschland wurde weniger abgenommen. Ebenfalls stark zurück gingen die Geschäfte mit Maschinen und Transportgütern, die britischen Ausfuhren in als auch die Einfuhren aus der EU reduzierten sich hier um mehr als 20 %. Auch bei sonstigen Industriegütern sowie bei Nahrungsmitteln gingen die Volumina zurück. Einzig der Rohstoffhandel zog zuletzt leicht an.

© Shutterstock

Insolvenzrisiko nimmt erheblich zu

Der Rückgang des Handels mit den Mitgliedstaaten der EU geht zwar einher mit einem gewissen Engagement der britischen Unternehmen, neue Märkte außerhalb der EU zu erschließen. Dennoch steigt das Insolvenzrisiko bei britischen Firmen in diesem Jahr ganz erheblich. Atradius rechnet damit, dass es im Vereinigten Königreich in diesem Jahr 26 % mehr Firmenpleiten geben wird als im vergangenen Jahr. Entsprechend wahrscheinlicher ist es, dass Lieferanten und Dienstleister bei Geschäften mit britischen Unternehmen einen Forderungsausfall erleiden, weil der Auftraggeber insolvent wird. Besonders hohe Unsicherheiten sehen wir derzeit in der britischen Automobil- und Transportbranche, im Konsumgütersegment sowie der Metall- und der Textilbranche. Ebenfalls risikoreich sind die Branchen Agrar, Bau, Elektronik sowie der Lebensmittelbereich.

Absicherung in schwierigen Zeiten

Noch ist nicht genau quantifizierbar, wie viel Rückgang des Handelsvolumens nun auf die Covid-19-Pandemie zurückzuführen ist und wie viel auf die neuen Handelsregeln nach dem EU-Austritt. Fest steht aber bereits jetzt: Der Austritt aus der EU kommt für die britischen Unternehmer zu einer Zeit, die ohnehin schon von erheblichen Schwierigkeiten geprägt ist.

Gerade in so angespannten Situationen ist es bei grenzüberschreitenden Geschäften wichtig, sich gegen einen möglichen Forderungsausfall abzusichern. Wir prüfen daher die potenziellen Abnehmer unserer Kunden bereits vor Geschäftsabschluss auf mögliche Risiken und weisen unsere Kunden entsprechend darauf hin. Kommt es dennoch zu einem solchen Schaden, entschädigen wir schnell und unkompliziert. ◀

Dr. Thomas Langen
Senior Regional Director Deutschland, Mittel- und Osteuropa der Atradius Kreditversicherung

Atradius Kreditversicherung
Opladener Straße 14
50679 Köln

T+ 49 221 2044 4000
customerservice.de@atradius.com
www.atradius.de

Ready. Steady. Grow.

Wirtschaftlicher Erfolg in Nordrhein-Westfalen und weltweit

Text: Felix Neugart

Nordrhein-Westfalen ist Deutschlands bedeutendste Wirtschaftsregion, die sowohl NRW-Unternehmen als auch ausländischen Investoren optimale Perspektiven für Wachstum bietet. Die Wirtschaftskraft des Landes mit seiner export- und innovationsstarken Unternehmenslandschaft geht Hand in Hand mit der Attraktivität des Standorts für ausländische Investoren. Dieses Zusammenspiel bildet seit Ende 2020 auch die landeseigene Außenwirtschaftsförderung ab. Die beiden bisherigen Gesellschaften NRW.Invest und NRW.International sind offiziell zur NRW.Global Business – Trade & Investment Agency fusioniert. Die neue Gesellschaft unterstützt unter dem gemeinsamen Dach internationale Unternehmen bei der Ansiedlung in Nordrhein-Westfalen sowie nordrhein-westfälische Firmen bei der Markterschließung im Ausland. Mit der Verbindung von „Incoming“ und „Outgoing“ entstehen Synergien bei der Standortvermarktung, die Nordrhein-Westfalen im weltweiten Wettbewerb künftig noch erfolgreicher positioniert.

Wachstumsmotor für die NRW-Wirtschaft

Vom Startup bis zum KMU: Die Angebote der NRW.Global Business zur Erschließung internationaler Wachstumsmärkte werden gemeinsam mit einem großen Partnernetzwerk auf die Anforderungen von NRW-Unternehmen zugeschnitten. Das Programm beruht auf drei Säulen. Die Beteiligung an Auslandsmessen bietet den perfekten Zugang zu neuen Märkten und einem breiten Fachpublikum. Tiefere Einblicke mit Netzwerk- und Kooperationsangeboten finden im Rahmen von Unternehmensreisen statt. Dritter Bestandteil ist die Kleingruppenförderung, ein flexibles Förderinstrument für KMU, die sich im Zusammenschluss an Messen außerhalb des offiziellen Bundes- und Landesprogramms beteiligen möchten.

Tiger & Turtle in Duisburg (© imageBROKER/Alamy Stock Photo)

„In Pandemie-Zeiten haben wir unser Programm hauptsächlich auf Webinare, virtuelle Events sowie digitale Reisen umgestellt. So bald wie möglich soll es aber auch wieder

NRW.GLOBAL BUSINESS
Trade & Investment Agency

Präsenzveranstaltungen und physische Reisen geben, die durch neu entwickelte digitale Elemente ergänzt werden. Dabei nehmen wir besonders Zukunftsthemen wie Wasserstoff, Elektromobilität und Biotech in den Blick“, erklärt Felix Neugart, Geschäftsführer von NRW.Global Business.

Aktuell sind für Ende 2021 beispielweise eine virtuelle Startup-Reise nach New York oder eine Unternehmensreise zur Expo Dubai und Gulfood Manufacturing in die Vereinigten Arabischen Emirate vorgesehen. NRW-Gemeinschaftsstände auf der Renewable Energy Industrial Fair sowie der Medical Creation Fukushima in Japan oder auf dem Smart City World Congress in Barcelona sind im vierten Quartal ebenfalls Teil des Programms genauso wie die JEC World und die MIPIM 2022 in Frankreich.

Das Angebot von NRW.Global Business sieht flexibel virtuelle, hybride und physische Elemente vor, die je nach den aktuellen Gegebenheiten angepasst werden. Alle Updates sowie das vollständige Programm sind abrufbar unter *trade.nrwglobalbusiness.com*. ◀

Felix Neugart
Geschäftsführer

NRW.Global Business GmbH
Trade & Investment Agency of the German State of North Rhine-Westphalia (NRW)
Völklinger Str. 4
40219 Düsseldorf

T +49 211 130 00 0
nrw@nrwglobalbusiness.com
www. nrwglobalbusiness.com

Medienhafen Düsseldorf (© Roland Abel/Adobe Stock)

Das Handelsabkommen TCA der EU mit dem Vereinigten Königreich

So reduziert es die Abgabenbelastung beim Einkauf im Vereinigten Königreich

Text: Stefanie Schick

Seit dem Austritt des Vereinigten Königreichs (UK) aus der EU, der zum 01.01.2021 vollzogen wurden, ist das UK nicht mehr Teil unseres Zollgebietes. Das hat zur Folge, dass bei Lieferungen vom und in das UK nun eine zollrechtliche Behandlung nötig ist und beim Import natürlich auch Einfuhrabgaben entstehen. Um die Abgabenbelastung für Unternehmen auf beiden Seiten möglichst gering zu halten, haben sich die beiden Parteien kurz vor dem Jahresende 2020 noch auf ein Handelsabkommen geeinigt. Es trat nun zum 1. Mai 2021 in Kraft, nachdem es bereits seit dem 1. Januar 2021 vorläufig angewendet wurde.

© Elionas2 auf Pixabay

So profitieren Sie vom Abkommen beim Einkauf im UK

Beim Einkauf von Waren im UK und anschließendem Import in die EU kann statt dem Drittlandszollsatz der vergünstigte Präferenzzollsatz beantragt werden, wenn es sich bei der Ware um präferenzielle Ursprungsware handelt. Bei der Einfuhr eines PKW in die EU werden statt 10 % Drittlandszoll keine Zölle erhoben, da im Abkommen für diese Ware Zollfreiheit vereinbart wurde, sofern es sich um präferenzielle Ursprungsware handelt. Die Zollsätze für den Import von Waren in die EU können Sie im EZT-Online (https://auskunft.ezt-online.de) unter Eingabe der Zolltarifnummer und des Ursprungslandes sowie des präferenziellen Ursprungslandes recherchieren.

Reguvis

Voraussetzung für die Gewährung des vergünstigten Präferenzzollsatzes ist zum einen der Antrag in der Zollanmeldung zur Überlassung in den zollrechtlich freien Verkehr (Feld Präferenz) und zum anderen das Vorliegen eines Präferenznachweises. Dies ist in der Regel eine Erklärung zum Ursprung des britischen Ausführers. Diese wird vom britischen Ausführer ausgestellt nachdem er den präferenziellen Ursprung festgestellt hat. Förmliche Nachweise von den britischen Zollbehörden sind im Abkommen nicht vorgesehen. Für die Ausstellung der Erklärung zum Ursprung sind im UK keine Wertgrenzen einzuhalten. Auch Zulassungen sind im UK nicht erforderlich. Es ist aber darauf zu achten, dass der Wortlaut, so wie er im Abkommen vorgegeben ist, verwendet wird und dass der britische Aussteller der Erklärung seine EORI-Nummer angibt.

Das Abkommen sieht noch eine weitere Möglichkeit für die Beantragung des vergünstigten Präferenzzollsatzes vor. Auch ohne Erklärung zum Ursprung kann die Präferenz beantragt werden, wenn der Einführer gewiss ist, dass es sich bei der Ware um präferenzielle britische Ursprungsware handelt. Dann ist kein Dokument erforderlich. Allerdings muss der Einführer tatsächlich auch belegen können, dass es sich um präferenzielle Ursprungsware handelt, d.h. er muss Zugriff auf die Ursprungsbewertung haben und auch Nachweise, wie u.a. Kalkulationen, Eingangsrechnungen, Preise und die Einreihung der Vormaterialien ohne Ursprung präsentieren können. In der Praxis kommt die Nutzung der Präferenz mit der Gewissheit des Einführers daher nur selten in Frage, in der Regel nur bei Lieferungen zwischen verbundenen Unternehmen. Und Vorsicht: Wurde die Präferenz mit der Gewissheit des Einführers beantragt und konnte der Präferenzursprung nicht nachgewiesen werden, wurde die Möglichkeit auf einen weiteren Antrag (dann mit Erklärung zum Ursprung) verwirkt. Daher sollte von der Gewissheit des Einführers nur Gebrauch gemacht werden, wenn der Ursprung belastbar nachgewiesen werden kann.

TCA (Trade and Comprehensive Agreement)

Um die Abgabenbelastung beim Einkauf im UK möglichst gering zu halten, achten Sie daher bereits beim Einkauf darauf, dass Sie präferenzielle Ursprungsware kaufen und Ihnen vom Vertragspartner die Erklärung zum Ursprung zugesagt wird. Das TCA-Abkommen ändert nichts am Zollprozess bei Lieferungen zwischen der EU und dem UK. Jedoch sorgt es dafür, dass die Zollbelastung niedrig gehalten wird, wenn präferenzielle Ursprungswaren zwischen beiden Parteien geliefert werden. Daher ist es ein wichtiger Baustein, um die Handelsbeziehungen zu stärken. ◀

Stefanie Schick
Dipl.-Finanzwirtin (FH) I
Steuerberaterin
Leitung Produkte und
Inhouse

Reguvis Akademie GmbH
Amsterdamer Str. 192
50735 Köln
+49 221 97668 8099

stefanie.schick@reguvis.de
www.reguvis.de

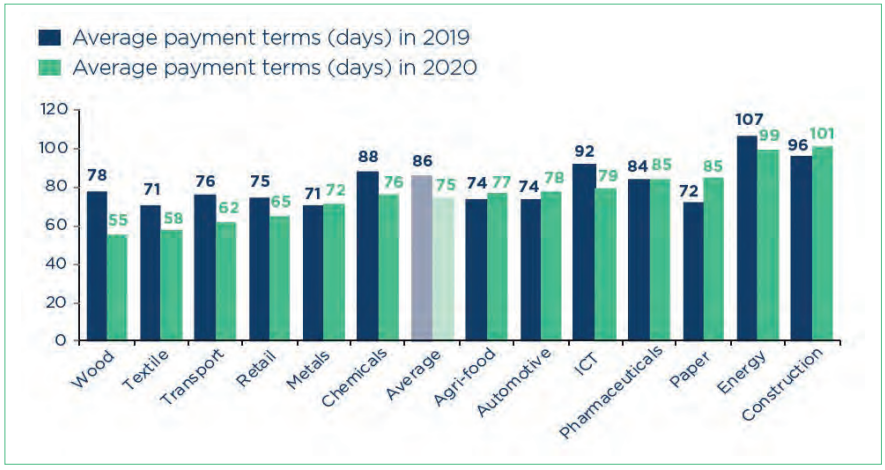
China: Unternehmen bitten früher zur Kasse

Text: Bernard Aw

Chinesische Unternehmen sind im Zuge der COVID-19-Pandemie vorsichtiger geworden und haben ihre Zahlungsfristen im vergangenen Jahr um durchschnittlich 11 Tage gegenüber 2019 verkürzt. Gleichzeitig ging die Zahl der Unternehmen, die mit Zahlungsverzögerungen konfrontiert waren, um 9 Prozentpunkte zurück. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage des Kreditversicherers Coface zu den Zahlungserfahrungen von Unternehmen in China aus dem Frühjahr 2021.

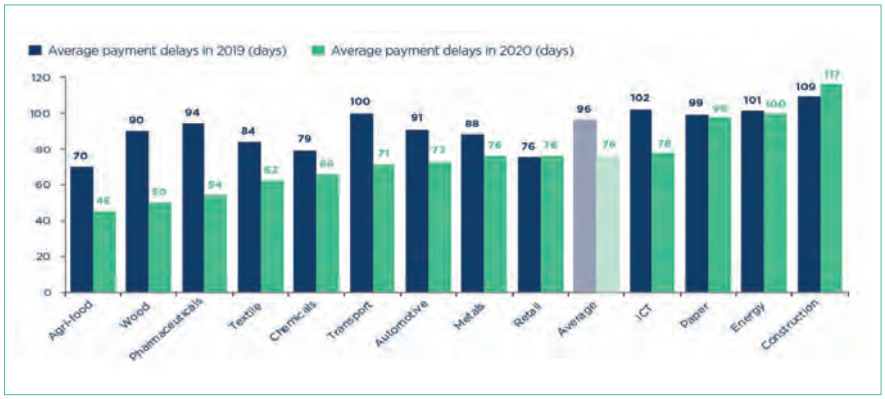
- Durchschnittliche Zahlungsfrist von 86 auf 75 Tage verkürzt
- Weniger Unternehmen berichten von Zahlungsverzögerungen
- Fast zwei Drittel erwarten 2021 Rückkehr zu Vorkrisenniveau

Der Ausbruch der Corona-Pandemie veranlasste chinesische Unternehmen im vergangenen Jahr, ihr Kreditmanagement zu verschärfen, um ihre Liquidität zu verbessern und in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld zu bestehen. Demnach dominieren verkürzte Kreditlaufzeiten für Zahlungen die chinesische Unternehmenslandschaft: 54% der Befragten bitten ihre Kunden innerhalb von bis zu 60 Tagen zur Kasse, das sind 12% mehr als noch im Jahr 2019. Die durchschnittliche Zahlungsfrist sank um 11 Tage, von 86 Tagen im Jahr 2019 auf 75 Tage im Jahr 2020. Die restriktivsten Branchen mit den kürzesten Zahlungsfristen sind Holz (55 Tage), Textil (58 Tage) und Transport (62 Tage). Zu den Sektoren, die am großzügigsten sind, gehören neben dem Baugewerbe (101 Tage) der Energiesektor (99 Tage) und die Papierindustrie (85 Tage).



Weniger Zahlungsverzögerungen in (fast) allen Branchen – Ausnahme Baugewerbe

Im Jahr 2020 erlebten weniger Unternehmen Zahlungsverzögerungen: 57% der Befragten berichteten von überfälligen Zahlungen, gegenüber 66% im Jahr 2019. Mögliche Gründe sind staatliche Unterstützungen in Form von Steuererleichterungen, Kreditbürgschaften und der Verzicht auf Kreditzinsen. Zusätzlich meldeten 11 von 13 Branchen einen Rückgang der Dauer von Zahlungsverzögerungen. Ausnahmen hiervon waren der Einzelhandel, wo es keine Veränderung gab (im Schnitt 76 Tage) und das Baugewerbe, wo ein Anstieg der durchschnittlichen Zahlungsverzögerung von 109 auf 117 Tage zu verzeichnen war.



Optimistischer Ausblick

Mehr als 70% der Befragten erwarten einen Anstieg des allgemeinen Wirtschaftswachstums für das Gesamtjahr 2021, ein deutliches Plus gegenüber 44% im Vorjahr. Fast zwei Drittel rechnen in den nächsten 12 Monaten mit höheren Umsätzen. Folglich erwartet eine Mehrheit (62%) der Befragten auch, dass ihr Unternehmen in weniger als einem Jahr wieder das Vorkrisenniveau erreicht, während fast ein Viertel diesen Zeitraum auf ein bis zwei Jahre schätzt. Insgesamt wuchs die chinesische Wirtschaft im Jahr 2020 um 2,3% und war damit die einzige große Volkswirtschaft, die ein Wachstum verzeichnete. Coface erwartet, dass sich das BIP-Wachstum im Jahr 2021 auf 7,5% beschleunigen wird. Das wäre der größte Anstieg seit 2013 und läge somit deutlich über dem staatlich festgelegten Minimum von 6%.

Über die Umfrage

Die aktuelle Ausgabe der Coface-Studie zu Zahlungserfahrungen von Unternehmen in China wurde zwischen Februar und April 2021 durchgeführt, mehr als 600 Unternehmen aus 13 breit gefächerten Sektoren nahmen an der Befragung teil. ◀

Bernard Aw
Economist, Asia Pacific

Coface Services South Asia Pacific
16 Collyer Quay
Singapore 049318

Ralf Wilwerscheid
Head of Direct Business North

Coface, Niederlassung in Deutschland
Max-Planck-Str. 2
50858 Köln

T +49 2234 92 420 10
ralf.wilwerscheid@coface.com
www.coface.de

Liability Management

Gesellschaftsrechtliche Ansätze zur Haftungsreduzierung im US-Geschäft

Text: Dr. Fabian Breckheimer und Dr. Andreas Remuta

Dr. Fabian Breckheimer
Rechtsanwalt /
Fachanwalt für
Internationales
Wirtschaftsrecht

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

Dr. Andreas Remuta
LL.M. (Johannesburg)
Rechtsanwalt

T +49 211 24791050
remuta@tradeo.legal

tradeo | Legal Advisors
Karl-Arnold-Platz 1
40474 Düsseldorf

www.tradeo.legal

Die Erschließung und Nutzung des Potentials des US-amerikanischen Marktes ist für deutsche Unternehmen schon lange Alltag und häufig ein überaus wichtiger Teil der individuellen Vertriebsstrategie. Wie jeder ausländische Markt bietet der US-Markt aber nicht nur Chancen, sondern auch teils erhebliche Risiken. Um den besonderen rechtlichen Risiken, die mit dem Vertrieb eigener Produkte in den USA einhergehen, wirksam zu begegnen, müssen deutsche Unternehmen eine Reihe von Überlegungen anstellen und Entscheidungen treffen.

A. Strategische Überlegungen und rechtliche Gestaltung

Steht die Erschließung des US-Marktes an, muss sich die Geschäftsleitung in Deutschland zunächst die strategische Frage stellen, in welcher (rechtlichen) Struktur der Markt erschlossen werden soll. Hierbei sind grundsätzlich drei Hauptgestaltungsmöglichkeiten in verschiedenen Ausprägungen und ggf. in Kombination denkbar.

I. Eigenvertrieb aus Deutschland

Die im Grunde einfachste Variante ist, dass der neue Markt „von zu Hause aus“ im Wege des Direktvertriebs organisiert wird. Die deutsche Gesellschaft spricht über eigene Vertriebsmitarbeiter Endkunden in den USA aus Deutschland heraus an. So kommen grenzüberschreitende Kaufverträge direkt zwischen der deutschen Gesellschaft als Verkäuferin und dem US-Kunden als Käufer zu Stande.

II. Handelsvertreter und Vertragshändler

Will das Unternehmen auf externe Unterstützung zurückgreifen, um vor Ort die Vertriebsaufgaben zu übernehmen, bietet sich etwa der Vertrieb über Handelsvertreter oder Vertragshändler an. Während der Handelsvertreter dem deutschen Unternehmen lediglich die Möglichkeit von Geschäftsabschlüssen vermittelt (und der eigentliche Kaufvertrag wiederum direkt zwischen der deutschen Gesellschaft als Verkäuferin und dem US-Kunden als Käufer zu Stande kommt), kauft der Vertragshändler die deutschen Produkte ein und verkauft sie in eigenem Namen und auf eigene Rechnung an US-Kunden weiter (hier besteht also keine direkte Vertragsbeziehung zwischen deutscher Gesellschaft und dem US-Endkunden).

III. „Eigene“ lokale Vertriebsgesellschaft

Möchte das deutsche Unternehmen hingegen keine externen „Player“ in seine Vertriebsaktivitäten einbinden, jedoch gleichzeitig vor Ort im US-Markt präsent sein, bietet sich die Gründung einer lokalen Vertriebsgesellschaft an, die in die Unternehmensgruppe integriert ist. In diesem Fall übernimmt die lokale Vertriebsgesellschaft häufig die Aufgaben

eines Vertragshändlers, d.h. sie kauft die deutschen Produkte ein und verkauft sie in eigenem Namen und auf eigene Rechnung an US-Kunden (hier besteht also wiederum keine direkte Vertragsbeziehung zwischen deutscher Gesellschaft und dem US-Endkunden).

B. Besonderheiten des US-Rechtssystems und Folgen für das Haftungsrisiko deutscher Unternehmen

Es ist inzwischen eine Binse, dass das US-Rechtssystem ganz entscheidende Unterschiede zum deutschen bzw. europäischen Rechtssystem aufweist und dass diese Unterschiede immense wirtschaftliche Risiken für deutsche Unternehmen bedeuten können.

In aller Kürze und ohne Anspruch auf Vollständigkeit soll auf einige gewichtige Faktoren eingegangen werden, die diese Feststellung stützen: In den USA sind Klagen von Verbrauchern gegen Unternehmen wegen (angeblicher oder tatsächlicher) Rechtsverletzungen viel häufiger und selbstverständlicher als etwa in Deutschland. Es gibt eine regelrechte „Klageindustrie“: Sog. „personal injury lawyers“ strengen häufig im Namen einer Vielzahl von (vermeintlich) Geschädigten sog. „class actions“ an, um von einem Unternehmen wegen einer (vermeintlichen) Rechtsverletzung horrende Schadensersatzsummen einzuklagen. Noch vor dem eigentlichen Gerichtsprozess erfolgt das sog. „discovery“-Verfahren, eine Art Faktensammlung, an dem das beklagte Unternehmen zwingend mitwirken muss. Allein dieses (Vor-)Verfahren löst schnell sechsstellige Honorarsummen bei US-Anwälten, IT-Forensikern, etc. aus. Diese Tatsache führt zusammen mit der (durchaus berechtigten) Furcht ausländischer Unternehmen vor einem „jury trial“ und sog. „punitive damages“ häufig zu der Bereitschaft ausländischer Unternehmen, einem sog. „settlement“ zuzustimmen, um die kostenintensive und nervenzehrende Auseinandersetzung möglichst schnell hinter sich zu bringen. Aus deutscher (auch rechtlicher) Sicht hat das teilweise Züge eines Ablasshandels. Es kann für ein beklagtes deutsches Unternehmen unter Umständen finanziell günstiger sein, sich entsprechend „freizukaufen“ als eine Forderung (deren Bestehen nicht nachgewiesen bzw. gerichtlich festgestellt ist) gerichtlich abzuwehren.

© Pixabay

Um dieses Risiko (für die Unternehmensgruppe) zu reduzieren, muss im Wesentlichen versucht werden, gar nicht erst in die Zuständigkeit von US-Gerichten (sog. „jurisdiction“) zu fallen. Dieser Versuch wird jedoch erschwert durch die starke Neigung US-amerikanischer Gerichte, ihre eigene Zuständigkeit (im Wege der sog. „long arm jurisdiction“) auch für deutsche, nicht in den USA ansässige Unternehmen zu bejahen.

US-Gerichte prüfen bei der Frage, ob ihre Zuständigkeit gegeben ist (stark verkürzt), ob über die beklagte ausländische Gesellschaft entweder eine sog. „general (personal) jurisdiction“ oder eine „specific (personal) jurisdiction“ besteht. „General jurisdiction“ wird angenommen, wenn eine nicht in den USA (bzw. in dem Bundesstaat, in dem die Klage anhängig ist, dem sog. „forum state“) niedergelassene ausländische Gesellschaft dennoch Kontakte in diesem Bundesstaat hat, die derart „continuous and systematic“ sind, dass der ausländische Beklagte vernünftigerweise erwarten muss, in diesem Bundesstaat gerichtspflichtig zu sein. „Specific jurisdiction“ erfordert weniger Kontakte zum „forum state“ als diese zur Annahme vom „general jurisdiction“ erforderlich sind, hier wird vielmehr in der Gesamtschau abgewogen, ob die Kontakte der ausländischen Gesellschaft insgesamt so intensiv sind, dass sie dessen Gerichtspflicht im „forum state“ rechtfertigen.

Als „Kontakt“ zum „forum state“ (stark verkürzt) zählt nicht nur eine eigene physische Präsenz vor Ort, es kann auch genügen das Schalten von Werbeanzeigen und die Verfügbarkeit von Kontaktdaten in Deutschland auf einer im „forum state“ abrufbaren Website (z.B. mit Kundendienstangeboten o.ä.) oder etwa die Ausstellung einer Herstellergarantie durch die deutsche Gesellschaft gegenüber Endkunden im „forum state“.

Was regelmäßig nicht genügen soll für die Annahme von „jurisdiction“ ist, wenn die Kontakte der deutschen Gesellschaft zum „forum state“ lediglich passiv und mittelbar (etwa über einen lokalen Händler) oder rein zufällig sind. Eine deutsche Gesellschaft, deren Rolle sich auf die des Herstellers beschränkt, die keinerlei eigene Vertriebsaktivitäten im oder gerichtet auf den „forum state“ unternimmt, sondern lediglich ihre Produkte im „stream of commerce“ platziert, hat regelmäßig bessere Karten bei der Abwehr einer „US jurisdiction“. ▶

C. Welche Risiken bestehen bei den o.g. Vertriebswegen und wie kann man sie reduzieren?

Um einer Zuständigkeit der US-Gerichte nach Möglichkeit zu entgehen, ist es somit aus Sicht eines deutschen Exporteurs (genauer: der deutschen Gruppenobergesellschaft) erstrebenswert, möglichst wenig direkte und absichtsvolle Kontakte im oben beschriebenen Sinne zum US-Markt zu haben. Dabei können vertriebliche und gesellschaftsrechtliche Strukturen helfen, die eine möglichst effektive „firewall" zwischen US-Kunden und der deutschen (Gruppenober-)Gesellschaft und deren Assets errichten.

Ziel jedes deutschen Exporteurs sollte daher neben der vertraglichen Haftungsreduzierung sein, durch gesellschaftsrechtliche Gestaltungen die deutsche (Gruppenober-)Gesellschaft und deren Gesellschafter zusammen mit den essentiellen Assets gänzlich aus der potentiellen Haftungsmasse zu nehmen.

I. Eigenvertrieb aus Deutschland

Da beim Eigenvertrieb der Kaufvertrag direkt zwischen der deutschen Gesellschaft und dem US-Endkunden zu Stande kommt, sind hier ausschließlich vertragliche Haftungsreduzierungsmaßnahmen möglich. Eine gesellschaftsrechtliche „firewall" zwischen deutscher Gesellschaft und klagendem US-Endkunden kann nicht gezogen werden, so dass die deutsche Gesellschaft (und mit ihr sämtliche Assets) Haftungssubjekt bei einer möglichen Klage sind. Zudem bestehen hier direkte Kontakte im obigen Sinne, so dass eine Zuständigkeit von US-Gerichten überaus wahrscheinlich sein dürfte.

II. Handelsvertreter und Vertragshändler

Auch im Falle der Einschaltung von Handelsvertretern kommt der Kaufvertrag letztlich direkt zwischen der deutschen Gesellschaft und dem ausländischen Endkunden zu Stande, so dass ausschließlich vertragliche Haftungsreduzierungsmaßnahmen möglich sind, nicht aber gesellschaftsrechtliche. Und auch hier gibt es besagte direkte Kontakte zwischen deutschem Verkäufer und US-Käufer.

Differenziert wird man das beim Vertrieb über lokale Vertragshändler betrachten müssen. Der Kaufvertrag mit dem US-Kunden kommt hier nicht mit der deutschen Gesellschaft zustande, sondern mit dem US-Händler. Der Kontakt ist damit ein entfernterer als etwa im Direktvertrieb. Die deutsche Gesellschaft sollte darüber hinaus streng darauf achten, keine oder möglichst wenige direkte Kontakte mit dem US-Markt generell oder konkret mit einzelnen Kunden zu unterhalten. Das gilt es etwa bei der lokalen Werbung oder beim Gewährleistungsmanagement zu beachten.

III. „Eigene" lokale Vertriebsgesellschaft

Beim Vertrieb über eine eigene lokale Vertriebsgesellschaft kommen die Kaufverträge grundsätzlich zwischen dieser lokalen Vertriebsgesellschaft und den jeweiligen US-Kunden zustande.

Zusätzlich bietet die lokale Vertriebsgesellschaft als eigenständige juristische Person (vergleichbar dem Vertragshändler, s.o.) die Möglichkeit, diese als „firewall" zu Zwecken der Haftungsabschirmung für die deutsche Gruppenobergesellschaft zu verwenden. Soweit möglich, sollte die lokale Vertriebsgesellschaft als Kapitalgesellschaft ausgestaltet werden, die ein eigenes Haftungssubjekt darstellt und damit im Regelfall eine direkte Inanspruchnahme des Gesellschafters (im Beispiel also die deutsche Gruppenobergesellschaft) ausschließt. Im Haftungsfall fungiert die lokale Vertriebsgesellschaft somit als „Puffer" zwischen ggf. anspruchsberechtigten US-Kunden und der Gruppenobergesellschaft (die in der Regel Asset-Inhaberin ist).

Anders gewendet: Eine Zuständigkeit der US-Gerichte für eine in den USA aktive Gruppengesellschaft (im Beispiel also die US-Vertriebsgesellschaft) wird man niemals mit letzter Sicherheit ausschließen können. Im Risiko steht letztlich jede Gruppengesellschaft mit hinreichenden Kontakten zum „forum state".

Es kann aus deutscher Sicht letztlich nur darum gehen, dass vermögende (Nicht-US-)Gruppengesellschaften möglichst wenig Kontakt zum „forum state" haben, weshalb man möglichst viele „Puffer" (in Form von eigenständigen Gesellschaften) zwischen Vermögen und US-Markt schalten sollte.

Um diesen Ansatz nicht zu gefährden, muss die (vermögende) deutsche Gesellschaft jedoch wiederum streng darauf achten, diesen zu ihren Gunsten errichteten Haftungsschirm nicht durch eigene direkte Kontakte mit dem US-Markt generell oder konkret mit einzelnen US-Kunden zu durchbrechen. Ferner muss die gesellschaftsrechtliche Eigenständigkeit der US-Gesellschaft zur Vermeidung einer Durchgriffshaftung („piercing the corporate veil") gewahrt werden. Ideal wäre es, wenn man im Streitfalle belegen kann, dass die deutsche Gesellschaft als reine Herstellerin agiert und ihre sämtlichen Pflichten (z.B. die Lieferpflicht) noch innerhalb Europas erbringt (das gilt es etwa bei der Wahl des passenden Incoterms® zu beachten), und dass es ggf. sogar innerhalb der deutschen Gruppe wiederum rechtlich selbstständige Gesellschaften gibt, wie etwa eine „Asset-Gesellschaft", eine Produktionsgesellschaft und eine Vertriebsgesellschaft (die ihrerseits dann mit der US-Vertriebsgesellschaft kontrahiert).

D. Fazit

Das Exportgeschäft birgt große Chancen und ebenso große Risiken. Deutsche Unternehmen, die ihre Produkte in die USA exportieren, sollten daher stets nicht nur ihre Verträge mit US-Kunden sondern auch ihre eigene gesellschaftsrechtliche Struktur auf den Prüfstand stellen. Die Kosten der erforderlichen Prävention betragen nur einen Bruchteil derjenigen Kosten, die im Falle einer Inanspruchnahme vor US-Gerichten binnen kürzester Zeit anfallen. ◀

EUWISA - IHRE SCHULUNGSAKADEMIE FÜR WEITERBILDUNG UND SICHERHEIT

Europäische Wirtschafts- und Sicherheitsakademie GmbH

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

Außenwirtschaft & Exportkontrolle

Wissen Sie, ob Ihre Mitarbeiter sich ausreichend, z.B. mit Langzeitlieferantenerklärung, Exportkontrolle, Warenursprung auskennen?

Wir bieten Ihnen regelmäßige Schulungen für Ihre Mitarbeiter mit renommierten Autoren und Referenten an als:

- **Web Based Training (WBT)**
- **Web-Seminar**
- **Inhouse-Schulungen**

Luftfrachtsicherheit

Sie sind Bekannter Versender oder Reglementierter Beauftragter oder möchten diesen Status erlangen?

Mit einer der Voraussetzungen ist einen Sicherheitsbeauftragten zu stellen und geschultes Personal zu haben. Wir schulen als Präsenzschulung, Inhouse-Schulung oder Online (WBTs) und das ausschließlich mit vom LBA zugelassenen Ausbildern und Programmen z.B.:

- **Fortbildungsunterweisung für Sicherheitsbeauftrage**
- **Jährliche Fortbildungsunterweisung für behördlich zugelassene Ausbilder*innen in der Luftsicherheit**
- **Schulungen nach Kapitel 11.2.3.9 DVO (EU)2015/1998 oder 11.2.7 DVO (EU)2015/1998**

Gefahrgut

Sie versenden Gefahrgut als Luftfracht?

Wir schulen mit vom LBA zugelassenen Ausbildern sowie Programmen IATA DGR / ICAO T.I und ab 1.01.2022 nach CBTA als:

- **Online (Web-Seminare)**
- **Präsenzschulungen**
- **Inhouse-Schulungen**

Sie sind sich nicht sicher, ob Sie überhaupt Gefahrgut versenden? Wir bieten Ihnen ein Audit an. Unser Audit ist eine IST-Aufnahme Ihrer gesamten Gefahrgutorganisation, welches mit rechtssicheren Empfehlungen, sowie einem juristisch verwertbaren Gutachten endet.

Wir beraten Sie gern! Schulungen sind unsere Stärke.

Starker Partner in der Region und weltweit

Jetzt auch digital

Text: Andrea Kühn

Wollen Unternehmen auf den globalen Märkten erfolgreich sein, benötigen sie einen zuverlässigen Partner an ihrer Seite, der sich mit den damit verbundenen Herausforderungen auskennt. Welche Lösungen die Stadtsparkasse Düsseldorf ihren mittelständischen Kunden anbietet und welche neuen Wege dafür eingeschlagen wurden, erklärt Andrea Kühn, Leiterin Auslandsgeschäft.

Wie wertvoll eine gute Beziehung zwischen Hausbank und mittelständischem Unternehmen ist, wurde in den vergangenen Monaten offensichtlich. So führte etwa die Corona-Krise weltweit zu Störungen in den Lieferketten vieler Unternehmen. Größere Probleme verzeichneten die Firmen dabei mit China oder Italien, die von der Corona-Pandemie besonders stark betroffen waren. Die Auswirkungen: Bei einem Großteil der Unternehmen kam es zu signifikanten Lieferverzögerungen und Lieferanten- bzw. Forderungsausfällen.

Persönlich, digital und international

Wir haben schnell auf die Situation reagiert und gemeinsam mit unseren betroffenen Kunden entsprechende Lösungen erarbeitet. Stark nachgefragt waren zum Beispiel Akkreditive, mit denen sich Kunden gegen Zahlungsausfälle absichern können. Durch den Einsatz von Akkreditiven verschaffen wir Exporteuren wie Importeuren mehr Liquiditätsspielraum (siehe auch Artikel „Krisenfest bleiben? – Die Renaissance des Akkreditivs“).

Hilfreich in dieser Situation war auch, dass wir für Kundenschulungen und Beratungsgespräche auf eine erprobte digitale Infrastruktur zurückgreifen konnten, die wir gleich zu Beginn der Pandemie eingeführt hatten. Auf diese Weise sind die Mitarbeitenden nun in der Lage – auch aus dem mobilen Office heraus – die durch Corona aufkommenden Problematiken mit ihren Kunden über verschiedene Kanäle persönlich zu besprechen, Hilfestellungen anzubieten und sofort zu handeln.

Ein aktuelles Beispiel, wie wir Unternehmen auch international unkomplizierte Lösungen anbieten: Unser Kunde Grondmet – ein Handelshaus für Spezial-Legierungen – benötigte für seine deutsche GmbH ein US-Dollar-Konto in den USA. Solche sogenannten „non resident accounts“ werden jedoch kaum mehr angeboten. Doch über unser globales S-CountryDesk-Netzwerk konnten wir schnell eine Partnerbank in den USA ausfindig machen, die diesen Service noch für Kunden der Sparkassen-Finanzgruppe anbietet. Mit verschlüsselter Mail konnten die wichtigsten Unterlagen bei der US-Bank vorgelegt werden.

Stadtsparkasse Düsseldorf

Die Kontoeröffnung wurde dann schließlich nach einem Telefonat zwischen der US-Bank und dem Kunden „remote“ abgewickelt – eine Reise in die USA war dafür nicht erforderlich.

Kostenlose Digitalisierungs- und Energiechecks

Daneben unterstützen wir unsere Unternehmenskunden auch bei zentralen Zukunftsthemen. So bieten wir seit Kurzem kostenlose Digitalisierungs- und Energiechecks an, die bereits sehr rege nachgefragt werden. Mit den beiden Checks können Unternehmen jeder Größe und Branche ermitteln, wo bei ihnen Handlungsbedarf besteht und wie sie im Vergleich zu anderen Unternehmen der eigenen Branche da stehen. Dazu ist zunächst online im Dialog mit einem Firmenkundenbetreuer der Stadtsparkasse Düsseldorf ein kompakter Fragenkatalog zu beantworten. Je nach individueller Situation schließen sich daran konkrete Handlungsempfehlungen an. Bei sämtlichen Handlungsfeldern sind optional Kooperationspartner direkt verfügbar, wie zum Beispiel die Digitalagentur Jungmut.

Diese externen Wirtschaftspartner erarbeiten gemeinsam mit dem Unternehmen ein individuelles Konzept und analysieren zudem den Investitionsaufwand und die potenziellen Einsparungen. Wir beraten die Unternehmen umfassend zu entsprechenden Finanzierungsoptionen und passenden Förderprogrammen.

Gebündeltes Wissen zu Auslandsmärkten auf einen Klick

Ein weiteres digitales Kundenangebot ist die kostenlose App S-weltweit. Interessierte finden hier gebündeltes Wissen zu mehr als 150 Ländern. Dazu gehören unter anderem Wirtschaftsinformationen, Einreisebestimmungen, aktuelle Devisenkurse inklusive eines Kursweckers, Länderrisiken und vieles mehr. Die App steht zum Download für Apple iOS im Apple AppStore und für Android im Google-Play-Store zur Verfügung. ◀

Weitere Informationen:

https://www.sskduesseldorf.de/ausland
https://www.sskduesseldorf.de/s-weltweit
https://www.countrydesk.de/
https://www.sskduesseldorf.de/fi/home/digitaler-mittelstand/Digitalisierungscheck.html?n=true&stref=hnav

Andrea Kühn
Leiterin Internationales Geschäft

Stadtsparkasse Düsseldorf
Berliner Allee 33
40212 Düsseldorf

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

“Wir wollen den Lebensstandard der Menschen weltweit verbessern!”

trAIDe Health: Markterschließung-Experte mit Herz

Text: Karoline Swiecicki

trAIDe Health wurde 2008 von Baris Tasar und Philip Okito gegründet. Kennengelernt haben die beiden sich allerdings schon als sie 10 Jahre alt waren. Dass sie mehr als die gemeinsame Leidenschaft für Basketball verbindet, fanden Sie allerdings erst einige Jahre später heraus. Heute führen Sie gemeinsam schon seit 13 Jahren die trAIDe GmbH. Ihre gemeinsame Vision ist es, den Lebensstandard der Menschen weltweit zu verbessern, indem sie Unternehmen aus der Gesundheitswirtschaft bei der Erschließung von neuen Märkten unterstützen.

Die Gründungsgeschichte

Die beiden Gründer lernten sich mit 10 Jahren über einen gemeinsamen Bekannten kennen und spielten gelegentlich zusammen Basketball. Als Baris mit 15 Jahren für 7 Jahre nach England und Philip kurze Zeit später für ein Jahr in die USA ging, verloren die beiden sich erst mal aus den Augen. Doch die gemeinsame Leidenschaft zum Basketball brachte die beiden nach Ihrer Rückkehr nach Deutschland wieder zusammen. Bald trafen sie sich aber nicht nur, um gemeinsam an Ihrer Freiwurfquote zu arbeiten, sondern auch, um sich gemeinsam über Geschäftsideen auszutauschen.

Während Philip noch studierte, unterstützte Baris seinen Vater bereits in seinen Bestrebungen in den Außenhandel einzusteigen. Schnell wurde in Ihren gemeinsamen Gesprächen klar, dass die beiden noch viel mehr als die Liebe zu einem Spiel verband: Beide hatten große Lust etwas Eigenes zu erschaffen und damit im Außenhandel tätig zu werden. Und so gründeten die beiden 2008 die trAIDe GmbH.

Schnell haben die beiden Ihren USP identifiziert

Zwei Dinge waren den beiden Gründern bewusst. Erstens, sie wollten sich beide selbstständig machen und zweitens, dass es eine Tätigkeit im Außenhandel sein sollte. Aber welche Potentiale gab es in diesem Bereich? Schnell identifizierten sie gemeinsam eine Marktlücke. Während es schon viele Unternehmen und Institutionen gab, die branchenübergreifend Unternehmen dabei unterstützten in internationale Märkte einzusteigen, gab es kaum einen Mitbewerber, der sich bei der Internationalisierung auf eine bestimmte Branche fokussierte. Und so entstand die Idee, die noch heute der USP von trAIDe ist: Die Kollaboration mit einem lokalen Branchenexperten.

Aller Anfang ist schwer

Das Unternehmen war gegründet, aber nun mussten auch die ersten Schritte gemacht werden. Da die beiden außer einer guten Idee und einer gehörigen Portion intrinsischer Motivation zunächst noch nichts weiter vorzuweisen hatten, entschlossen sie sich zunächst auf

Verbände zuzugehen und zu schauen, ob dessen Mitglieder ggf. Interesse an einer Zusammenarbeit haben. Zufällig stolperten die beiden bei diesem Vorhaben über das Thema Weltbank-Ausschreibungen. Schnell stellten sie jedoch fest, dass es da schon ein Unternehmer gab, der sich bereits auf das Thema spezialisierte. Und genau dieser war es auch, der den beiden CEOs einen wegweisenden Hinweis gab: Ausschreibungen für Vermarktungs-Hilfsprojekte des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (kurz: BMWi).

Mit Hemd und Krawatte auf dem Bauernhof

Und so gewannen die beiden Jungunternehmer schon bald ihr erstes durch das BMWi gefördertes Projekt. Während Baris den Vertrieb übernahm, sammelte Philip zunächst Erfahrungen als Projekt Manager.

Der erste zahlende Kunde war damals ein Hybrid-Schweinezuchtverband und Baris lernte schnell sehr viel über Vertrieb. Erstens, auf einen Bauernhof mit Hemd und Krawatte aufzulaufen, war nicht die beste Idee und zweitens ist das wichtigste Verkaufsargument, potentieller Umsatz. Die beiden bauten sehr schnell eine sehr gute Beziehung zu dem Ministerium auf und unterstützen dieses sogar bei der Weiterentwicklung des Vermarktungs-Hilfsprojektes, welches heute Markterschließungsprogramm heißt.

Wo stehen die beiden heute?

Auch noch 13 Jahre später führt die mittlerweile stark gewachsene trAIDe GmbH regelmäßig Projekte für das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aus. Aber daneben gibt es mittlerweile noch so viel mehr. Ein Team bestehend aus knapp 20 Personen, das mit Leidenschaft für die gemeinsamen Ziele geht, eine agile Unternehmensorganisation und eine ganz klare Vision:
“Wir wollen den Lebensstandard der Menschen weltweit verbessern!”

Die beiden Geschäftsführer wollen sich mit trAIDe Health zunehmend auf den Ausbau der Gesundheitswirtschaft weltweit fokussieren und dadurch für bessere Lebensverhältnisse weltweit sorgen. Dabei liegt den beiden insbesondere der afrikanische Markt am Herzen. Da einerseits beide dort Ihre Wurzeln haben und andererseits, weil dieser Markt einfach einen so großen Bedarf und dadurch unendlich viel Potential hat.

trAIDe Health goes digital

Die Pandemie war für viele Unternehmen ein Katalysator für die Digitalisierung und auch trAIDe ist im letzten Jahr dahingehend Siebenmeilenstiefel gegangen. In einer beachtlichen Geschwindigkeit hat das Team im letzten Jahr einen Prozess für digitale Geschäftsanbahnungen entwickelt, das kleine und mittelständische Unternehmen trotz starker Reiseeinschränkungen dabei unterstützt, neue Geschäftspartner im Ausland zu finden.

Dies war nur deshalb so schnell möglich, da die Geschäftsführer schon vor Corona auf eine agile und responsive Unternehmensorganisation gesetzt haben. Bei all der Flexibilität, die heutzutage für ein erfolgreiches Unternehmertun von Nöten ist, hat sich jedoch eine Sache in den letzten 13 Jahren und trotz Digitalisierung nicht verändert. trAIDe arbeitet weiterhin mit lokalen Branchenexperten zusammen.

Von einem sehr umfangreichen, internationalen Netzwerk profitieren Sie nun auch bei der Produktentwicklung. Gemeinsam mit einem lokalen Partner aus Nigeria und einem multidisziplinären Team haben die CEOs digitale Produkte entwickelt, die Unternehmen weltweit dabei unterstützen, ohne großes Risiko und mit geringem Zeitinvest in neue Märkte einzusteigen.

Wo soll die Reise zukünftig hingehen?

Wenn die Pandemie uns alle eins gelehrt hat, dann ist es, dass man eigentlich nichts planen kann. Aber die beiden Geschäftsführer haben einen Polarstern, dem sie unabhängig von den äußeren Bedingungen folgen: Ihre Vision. Für beide und auch das gesamte Team steht fest, sie wollen mit trAIDe Health einen Beitrag zu einem besseren Leben und Gesundheitsstandard weltweit leisten. ◀

Philip Okito
Geschäftsführer

Baris Tasar
Geschäftsführer

trAIDe Health
Hohenstaufenring 42
50674 Köln

T +49 221 935 445 10
baris.tasar@traide-health.com
www.traide-health.com

Attraktiver Binnenmarkt

Motor für wirtschaftliche und soziale Stärke

Text: Isabelle Oster

Europa ist Nordrhein-Westfalens Heimatmarkt. NRW profitiert wie kaum ein anderes Bundesland von der Europäischen Einigung. Der Europäische Binnenmarkt, als Herzstück der EU, sichert mit der Freizügigkeit von Personen, Dienstleistungen, Waren und Kapital Wohlstand und Arbeitsplätze. Vom Wegfall von Grenzen, Zöllen und Handelsbeschränkungen und der Festlegung geeigneter gemeinsamer Standards profitieren Verbraucher und Unternehmen gleichermaßen. Zudem ist in Zeiten internationaler Handelskonflikte und Spannungen der größte Binnenmarkt der Welt für unsere Unternehmen ein nicht zu unterschätzender Stabilitätsfaktor.

Isabelle Oster
Rechtsanwältin
Internationale Sozialpolitik, Europa
Leitung Büro Brüssel

unternehmer nrw
Uerdinger Str. 58-62
40474 Düsseldorf

Rue Marie de Bourgogne 58
B-1000 Brüssel
Belgien

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

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

Normalität im Binnenmarkt wiederherstellen

Damit Europa sich auch in Zukunft gegen Wettbewerber wie die USA und China behaupten kann, ist ein funktionierender Binnenmarkt unverzichtbar – nicht nur für Waren und Kapital, sondern auch für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie Dienstleistungen. Die Corona-Pandemie hat zu massiven Einschränkungen des Binnenmarkts geführt. Die EU-Mitgliedstaaten haben versucht mit nationalen Maßnahmen der Pandemie Herr zu werden. Die Folge waren Grenzschließungen, Grenzkontrollen, Anmelde-, Test- und Nachweispflichten sowie Quarantänevorschriften, die sich massiv auf Liefer- und Wertschöpfungsketten auswirkten. Die Funktionsfähigkeit des Binnenmarkts muss jedoch auch während der Pandemie gesichert sein und darf nicht durch fragmentierte Regelungen verursachte Unsicherheiten und bürokratische Hemmnisse gefährdet werden. Die Stärkung der Attraktivität des Binnenmarkts ist wichtig für die Wiederbelebung der wirtschaftlichen Aktivitäten. Die gemeinsamen Ratsempfehlungen für eine koordinierte Vorgehensweise bei der Beschränkung der Freizügigkeit aufgrund der Corona-Pandemie und die Einführung des digitalen Impfzertifikats waren dabei unter anderem ein erster Schritt in die richtige Richtung.

Bürokratieabbau vorantreiben

Wir brauchen aber nicht nur die Rückkehr zur Normalität im Binnenmarkt. Mehr denn je muss die EU die Vollendung des Binnenmarkts anstreben sowie den sorgfältigen Abbau bestehender Hindernisse für Unternehmen und Beschäftigte vorantreiben. Nach wie vor verursachen die unterschiedlichen nationalen Vorschriften zur Vorlage von A1-Bescheinigungen (Sozialversicherungsnachweis für Beschäftigte, die im EU-Ausland tätig sind) erhebliche Rechtsunsicherheiten bei Beschäftigten und Unternehmen.

Arbeitnehmerfreizügigkeit: Realität vs. Vision

Seit Jahren wird die der A1-Bescheinigung zugrundeliegende EU-Verordnung 883/2004 zur Koordinierung der sozialen Sicherheit in Brüssel neu verhandelt. Das EU-Parlament plädiert für eine erhebliche Verschlechterung der gegenwärtigen Rechtslage für Unternehmen und ihre Beschäftigten. Die deutsche Ratspräsidentschaft war gewillt, die festgefahrenen

Trilogverhandlungen zwischen EU-Kommission, dem Rat und dem EU-Parlament abzuschließen und wollte einfache und pragmatische Lösungen zur A1-Bescheinigung im Interesse des Mittelstands einführen. Die Verhandlungen mit dem EU-Parlament

© Pixabay

wurden nach einer langen Unterbrechung unter deutscher Ratspräsidentschaft wiederaufgenommen. Trotz mehrerer Verhandlungsrunden konnte jedoch weiterhin keine Einigung erzielt werden. Auch die portugiesische Ratspräsidentschaft konnte zuletzt nicht mit einem Revisionsvorschlag durchdringen. Mit Spannung bleibt abzuwarten, ob unter slowenischer oder französischer Ratspräsidentschaft ein Verhandlungsdurchbruch gelingen wird.

An unserer Vision einer ganzheitlich gestärkten Arbeitnehmerfreizügigkeit halten wir fest: Diese sieht für kurzfristige Auslandsaufenthalte und Dienstreisen verbindliche Ausnahmen sowohl von der Pflicht zur Beantragung einer A1-Bescheinigung als auch von weiteren bürokratischen Entsendevorschriften vor. Durch die Digitalisierung der Prozesse und mit Unterstützung der Europäischen Arbeitsbehörde (ELA) werden pragmatische Lösungen und Helpdesks für Unternehmen geschaffen, um eine rechtssichere Entsendung der Beschäftigten zu meistern. ◀

Atradius
Managing risk, enabling trade

Folgen Sie uns auf:

Handel weltweit ermöglichen

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

Mit unserer strategischen Präsenz in mehr als 50 Ländern sind unsere Forderungsmanagementexperten weltweit vertreten. Wir verfügen über mehr als 90 Jahre Erfahrung in Sachen Forderungsabsicherung.

Möchten auch Sie mit einem guten Gefühl exportieren? Dann melden Sie sich bei:

Jan Nolting, Leiter der Vertriebsniederlassung Köln
Tel.: 0221 2044-4411
jan.nolting@atradius.com
www.atradius.de

2020 – Was für ein Jahr!

Text: Lisa Marie Fitzner

Auch, wenn wir schon längst in 2021 angekommen sind und die erste Jahreshälfte geschafft haben, ist von Besserung wenig spürbar.
Viele Branchen hat die Pandemie im vergangenen Jahr stark getroffen und in Existenzängste versetzt. So unter anderem auch den Groß- und Außenhandel und alle dazugehörigen Unternehmen, die ihre geballte Kraft in die Umsetzung neuer Digitalisierungsstrategien setzten, um am Markt wettbewerbsfähig bestehen zu bleiben.

© Gerd Altmann/Pixabay

Doch ist die Pandemie wirklich als Auslöser des Digitalisierungsprozesses im Groß- und Außenhandel zu verstehen?

Wohl kaum, denn wenn man sich die Global Player wie amazon, Google und eBay anschaut, starteten diese mit ersten digitalen Verkaufsstrategien im Jahr 2012 für den B2B Handel. Auch wenn damals noch kaum ein Unternehmen realisierte, was dieser Wandel für die Zukunft des Handels bedeutete, wurde deutlich, dass die digitale Technik neue Vertriebswege, neue Kundenzugänge und somit auch neue Kundengruppen erreicht. Kurz gesagt: Digitale Wettbewerber wurden direkte Konkurrenz für den Handelsalltag und haben somit traditionelle Banden der Handelskette gebrochen.

Bereits 2016 waren 890 der befragten Unternehmen, die an der ThinkAct Studie des BGA teilgenommen haben, der Meinung, dass die Digitalisierung den Wandel des Groß- und Außenhandels deutlich vorantreiben und verbessern wird. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen waren bereits damit beschäftigt, neue Vertriebskanäle aufzustellen, um die Kundenbindung neu aufzubauen und zu entwickeln. Sie erkannten, welche Potenziale in der digitalen Technik steckten und verinnerlichten intern die Erkenntnis des Wandels, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Bis heute trifft man allerdings immer noch auf Unternehmen, die weiterhin auf traditionelle Handelsketten setzen.

UNTERNEHMERSCHAFT
DÜSSELDORF
UND UMGEBUNG E.V.

Doch heißt Digitalisierung wirklich alles neu zu denken?

Die Mehrheit der Unternehmen hat keine zentrale neue Rolle für die Digitalisierung im Unternehmen eingesetzt. Denn die Unternehmen nutzen ihre wertvolle Expertise und integrieren die Verantwortung für Digitalisierungsprojekte in den existierenden Funktionsbereich. Das heißt: Es werden oftmals Kompetenzteams aus zentralen Unternehmensexperten wie Marketing, Vertrieb, Finanzen, Organisation, Personal und Führung (uvm) zusammengestellt, die sich den Digitalisierungsprozessen der einzelnen Bereiche annehmen und das Unternehmen neu positionieren.

Während der anhaltenden Pandemie ist deutlich geworden, dass es aktive Veränderungen in den Bereichen (digitale) Kundenbindung, (digitale) Erfassung von Kundenaufträgen, systematische (digitale) Kundensegmentierung, (digitale) Vertriebskanäle- und plattformen sowie quantitative Datenanalyse geben muss.

Herausforderung angenommen!

Vermutlich wird es immer Unterschiede zwischen Global Playern und klein bis mittelständischen Unternehmen geben, aber was jedes Unternehmen schon zu Beginn erfolgreich macht, ist das Verständnis des Wandels sowie das neue Zusammenspiel aus traditionellen Handelsketten und Anwendung neuer Potenziale durch die Digitalisierung.

FAZIT // TIPPS

1. Kommen Sie rechtzeitig ins Handeln. Digitale Prozesse sollten proaktiv gestaltet werden. Also: Warten Sie nicht bis der Wettbewerbsdruck zu hoch geworden ist und man als Unternehmen nur noch aus der Hektik agieren kann.
2. Reflektieren Sie fortlaufend, welche Prozesse und Bereiche im Unternehmen digitalisiert werden können. Wichtig ist, zu prüfen, wo bereits digitalisiert wurde und wo intern das Andocken möglich ist. Anschließend steht die Planung der Digitalstrategie auf der To Do Liste.
3. Setzen Sie auf unterstützende Netzwerke und Kooperationen. Besonders junge Gründerteams und Unternehmen sind fit darin, permanent neue Technologien und Lösungen zu entwickeln.
   (Aus diesem Grund vernetzt sich auch die Unternehmerschaft Düsseldorf mit der Gründerszene vom Factory Campus Düsseldorf. Durch einen angemieteten Arbeitsplatz können wir in den täglichen Austausch mit den Gründerteams gehen, gemeinsam an Projektideen arbeiten und uns hilfreiche Tipps für das „moderne Arbeiten" abschauen. www.factorycampus.de)
4. Das Wichtigste zum Schluss: Der Kunde steht im Mittelpunkt. Stellen Sie den Kundennutzen immer in den absoluten Fokus. Nutzen Sie alle verfügbaren Daten, die für Ihre Digitalisierung hilfreich sind und wenn möglich: Entwickeln Sie digitale Lösungen und Produkte doch von Beginn an mit Ihren Kunden! ◀

Lisa Marie Fitzner
Projektreferentin
Social-Media und
Podcast- Team

Unternehmerschaft Düsseldorf und Umgebung e.V.
Achenbachstraße 28
40237 Düsseldorf

T +49 211 205 756 01
M +49 157 806 309 94
fitzner@
unternehmerschaft.de
www. unternehmerschaft.de

Der neue Markt für den deutschen Mittelstand

Text: Annemarie Wrobel

Im Ranking der Volkswirtschaften schlummert Indien auf dem fünften Platz und hängt damit keinesfalls „den Großen“ hinterher. Der wirtschaftlichen Wachstumsrate zufolge wird Indien in einigen Jahren bereit sein, weiter an die Spitze zu klettern. Ein guter Grund das Land schon jetzt als Absatz- und Beschaffungsmarkt bzw. eigenen Standort in Betracht zu ziehen.

Der gute Ruf der deutschen Produkte ist bereits in Indien angekommen. Diese gelten nicht nur als qualitativ hochwertig, sondern werden auch gerne gekauft. Ein enormes Potenzial für den Vertrieb, schließlich liegt das indische Bevölkerungswachstum bei ca. 15 Millionen im Jahr – und damit wächst auch die für deutsche Produkte besonders relevante kaufkräftige Mittel- und Oberschicht.

Der Einstieg in den indischen Markt

Häufig startet der Markteintritt in kleinen Schritten, um das Risiko zu minimieren. Eine Art Test, z.B. mit einem Partner vor Ort, der zeigt, wie hoch das Potenzial der eigenen Produkte im indischen Markt ist. Über den Vertrieb der eigenen Produkte mit einem Distributor und/oder einem ersten eigenen Mitarbeiter in Indien landet man so in einigen Jahren mit lokaler Wertschöpfung, adaptierten Produkten und regionalen Exportpotenzialen innerhalb Asiens auf dem Subkontinent.

Noch vor wenigen Jahren stand die Kostenreduktion im Fokus: möglichst viel für wenig Geld bekommen. Im Zuge der Pandemie hat sich das Umdenken bzgl. der Lieferketten hin zu Risikominimierung und Nachhaltigkeit verstärkt. Auch das im Juni 2021 beschlossene Lieferkettengesetz untermauert die Veränderungen. Das Gesetz tritt 2023 in Kraft und sorgt für die Corporate Social Responsibility der Unternehmen.

Auch wenn das Potenzial häufig noch unterschätzt wird: Der indische Markt ist für viele der deutschen Industriezweige bereits jetzt attraktiv, die Zukunftsprognose auf Wachstum ausgerichtet. Ein guter Moment, in die Zukunft zu investieren und dabei zu sein, wenn Indien als Zielmarkt in den nächsten Jahren immer bedeutender wird.

Die Hemmschwelle überwinden

Dass die Uhren in Indien anders ticken, ist unumstritten. Man kann nicht davon ausgehen, dass man mit copy & paste z.B. vorhandene Vertriebsansätze kopieren und in Indien einfügen kann. Dass diese dort auch noch genauso funktionieren wie in Europa ist utopisch. Die kulturellen Unterschiede im Geschäftsalltag sowie eine Kompatibilität der Produkte in Funktionalität und Preis spielen dabei eine große Rolle. Mit einer offenen Herangehensweise und kompetenter Unterstützung lassen sich aber viele Ideen umsetzen. Unsere Experten sind davon überzeugt, dass Humor und Gelassenheit mindestens genauso wichtig sind.

WB

Im Umgang mit indischen Geschäftspartnern steht die Kommunikation im Mittelpunkt. Eine persönliche Verbindung schafft eine Vertrauensbasis, ohne die man in Indien nicht ins Geschäft kommt. Wie kann man also eine Verbindung herstellen, wenn man noch kein eigenes Netzwerk vor Ort aufbauen konnte?

Indien bietet Potenzial und schafft gleichzeitig Herausforderungen

Ohne ein persönliches Netzwerk kommt man mit vielen möglichen Geschäftspartnern erst gar nicht ins Gespräch. Schafft man es doch, erhält man in der Regel kein optimales Angebot. Um die Spitzenklasse leistungsfähiger Lieferanten, Kooperationspartner und Kunden zu ermitteln, greifen viele Mittelständler auf unabhängige Experten – wie uns von Dr. Wamser + Batra – zurück.

Dabei sind einzelne Teilleistungen wie eine Partnersuche oder Firmengründung nicht der Schlüssel zum Erfolg. Sie gehören dazu und sind unabdingbar. Wir von WB sind aber davon überzeugt, dass das große Ganze im Fokus stehen muss. Denn mit einer Firmengründung ist es nicht getan – wie geht es mit dem Personal weiter, dem Vertrieb? Welche rechtlichen, unternehmerischen Folgen können im nächsten, übernächsten Schritt auf uns zukommen? Als Führungspersönlichkeiten in indischen Betrieben haben wir selbst Situationen erlebt, mit denen Unternehmer heute konfrontiert werden. Die Erfahrungen waren nicht immer positiv, helfen uns jetzt aber, Szenarien zu erkennen und das gesamte Spektrum der Konsequenzen wahrzunehmen.

Krisenmanagement als Investition für die Zukunft

Die Covid-19-Pandemie ist auch in Indien eine enorme Herausforderung und hat sich wirtschaftlich auf die Unternehmen ausgewirkt. Geschlossene Produktionsstätten, fehlende Arbeitskräfte – die Wirtschaft wird Zeit brauchen, um sich zu erholen. Gleichzeitig erleben Themen wie die Digitalisierung einen Aufschwung. So sieht jedes fünfte deutsche Unternehmen durch bzw. nach Covid-19 neue Vertriebschancen in Indien.

Die letzten Monate haben aber auch gezeigt, wie wichtig ein solides Krisenmanagement ist. Kaum ein Unternehmen hatte Anfang 2020 einen Krisenplan mit Pandemie-Maßnahmen parat - für Tochtergesellschaften noch weniger als für die Stammhäuser.

In unserem Spektrum tauchen seit fast 20 Jahren immer wieder Krisen und Risiken auf – nicht nur in Indien. Dazu gehört die Absicherung von sensiblen Transportgütern, Bewertung von lokalen Partnern und Lieferanten, der Schutz von Mitarbeitern vor Ort, der Aufbau von Krisenstäben etc.

Mit den Erkenntnissen der letzten Monate werden sich künftig Krisensituationen vermeiden lassen. Man muss sich nur damit beschäftigen, Lehren für das eigene Unternehmen ziehen und sich auf mögliche Ereignisse vorbereiten. In Indien, aber auch ganz unabhängig vom Standort auf der Welt. ◀

Annemarie Wrobel
Persönliche Referentin der Geschäftsführung

Dr. Wamser + Batra GmbH
Bergstrasse 152
44791 Bochum

T +49 234 9041 836 0
F +49 234 9041 836 9
info@wamser-batra.de
www.wamser-batra.de

Der Fall der Ever Given aus Sicht des Industriemaklers

Text: Hinnerk Busch

Satellitenansicht des Suezkanals: Rekonstruktion des im Kanal gestrandeten Containerschiffs (© Naeblys/Shutterstock)

Es ist inzwischen rund vier Monate her, als die Blockade des Suez-Kanals durch das Containerschiff Ever Given für Schlagzeilen sorgte. Tagelang blieb der Havarie-Vorfall weltweites Dauerthema in der Presse und sorgte für viele offene Fragen auf verschiedensten Seiten. Sechs volle Tage blockierte das Containerschiff die wichtige Wasserstraße für jeglichen Schiffsverkehr und konnte auch selbst nicht von der Stelle bewegt werden. Nach der Freilegung stand die Schuldfrage im Vordergrund und das Schiff durfte nicht auslaufen, da sie zur Sicherung der Schadenersatzforderung durch die Kanalbehörde beschlagnahmt wurde. Erst am 7. Juli durfte das Schiff seine Fahrt fortsetzen.

Wir sprachen über dieses Thema mit Hinnerk Busch, verantwortlich für den Bereich Transportversicherungen bei der Glauerdt GmbH als Industrieversicherungsmakler am Standort Düsseldorf.

Redaktion: Herr Busch, halten Sie den Vorfall mit der Ever Given für einen unglücklichen Einzelfall oder glauben Sie, dass sich so etwas wiederholen kann?

Hinnerk Busch (im Folgenden H. B.): Natürlich lässt sich die Frage, ob sich so etwas wiederholen wird, nicht mit Sicherheit beantworten, denn keiner von uns kann in die Zukunft schauen. In der Tat halte ich es aber für durchaus wahrscheinlich, und das aus verschiedenen Gründen. So ist die Seestrecke zwischen Asien und Europa unbestritten extrem frequentiert mit Schiffen, die wie die Ever Given voll beladen sind. Die Pandemie hat weltweit Probleme mit den Lieferketten verursacht. In Asien gab es aufgrund der Lockdowns zu wenige Container, um ausreichend reagieren zu können, als die Exportgeschäfte wieder in Fahrt kamen. Umso üppiger wurden die Schiffe beladen, die fuhren. Ein solches Kapazitätsmaximum stellt für Fracht und Besatzung ein hohes Sicherheitsrisiko dar, das durch schlechte See- und Wetterbedingungen zusätzlich steigt. Es gab in der nahen

GLAUERDT

Vergangenheit zahlreiche Meldungen über auf der Fahrt verlorene Container, die diese Einschätzung bestätigen.

Ein weiterer Punkt ist, dass die Schiffe, die heute gebaut werden, immer größer werden. Auf derartige Größen vieler Schiffe waren die existierenden Wasserstraßen nie ausgelegt. Ich halte es durchaus für möglich, dass gerade diese Tatsache künftig zu weiteren Problemen und Vorfällen führen wird.

Redaktion: Wen treffen die Auswirkungen Ihrer Meinung nach am stärksten?

H. B.: Nun, Lieferengpässe waren auch vor dem Vorfall im Suez-Kanal keine Seltenheit, speziell in der Chemie- oder Automobilindustrie. Ebenso ins Hintertreffen gerieten elektronische Bauteile aus Asien. Derartige Verzögerungen bei der Lieferung können schnell zu schwerwiegenden Unterbrechungen der Lieferketten führen. In besonders schlimmen Fällen kommt es zu einem Produktionsstillstand, ansonsten zumindest zu zeitlichen Verzögerungen.

Redaktion: Konkrete Frage an den Industriemakler: Wie verhält es sich in solchen Fällen mit dem Versicherungsschutz?

H. B.: Das lässt sich nicht in einem Satz beantworten, da versicherungstechnisch ganz verschiedene Punkte zu berücksichtigen sind. Beispielsweise ist zu unterscheiden, ob die betroffene Ware, direkt auf der havarierten Ever Given transportiert wurden oder aber auf einem der Schiffe, die durch die Blockade nicht direkt, sondern mittelbar betroffen waren.
Was die Waren auf der Ever Given betrifft, lässt sich Folgendes festhalten:

1. Versichert sind Verluste und Beschädigungen der Güter, die durch die Strandung des Schiffes verursacht wurden.
2. Verbindlichkeiten aus der Havarie-grosse sind in der Warentransport-Versicherung mit abgedeckt.
3. Unter Umständen besteht ein Anspruch auf Ersatz von Beförderungsmehrkosten oder berechtigte Mehrkosten von Spediteuren. Dies ist immer im Einzelfall zu prüfen.
4. Grundsätzlich nicht versichert sind Wertminderungen der Ware durch Zeitablauf. Auch hier wird gegebenenfalls eine Einzelprüfung notwendig.

Redaktion: Es war im Verlauf der Berichterstattung auch immer wieder von Havarie-grosse die Rede. Was genau bedeutet das?

H. B.: Bei der Havarie-grosse handelt es sich um eine für die Besonderheiten der Schifffahrt speziell definierte Rechtslage. In der Transport-Versicherung gelten dabei Schiff und Ladung als zusammenhängende Gefahrengemeinschaft. Bei der Havarie-grosse werden Schäden erfasst, die an Schiff und Ladung bewusst verursacht wurden. Dazu kommen die Kosten, die verursacht wurden, um Schiff und Ladung in einer gemeinsam drohenden Gefahrensituation zu retten, sofern der Kapitän des betroffenen Schiffes entsprechende Maßnahmen angeordnet hat. Diese Schäden und Kosten werden proportional zu den jeweiligen Beitragswerten von Schiff, Ladung und Frachtgeld unter allen Beteiligten der geretteten Werte aufgeteilt und müssen von den entsprechenden Interesseninhabern in dieser Aufteilung getragen werden.

Anders sieht es aus mit Waren an Bord von Schiffen, die mittelbar von einer solchen Blockade betroffen sind. Hier gilt: Schäden durch „Verzögerung der Reise“, „inneren Verderb“ oder „mittelbare Schäden aller Art“ sind in der Regel von der Deckung ausgeschlossen.

Außerdem können über Sonderlösungen in Bezug auf Verzögerungsrisiken separate Verträge geschlossen werden. Diese würden in der Regel auch Blockaden wie die des Suez-Kanals einschließen. Allerdings erfordern sie genaue Risiko-Analysen auf den jeweiligen Routen und haben Einfluss auf die Höhe der Versicherungsprämien.

Redaktion: Zurück zum konkreten Fall der Ever Given: Wer hat am Ende hier welche Kosten zu tragen?

H. B.: Im Zuge der Beschlagnahmung hat die ägyptische Behörde eine extrem hohe Schadenersatzsumme gefordert. Inzwischen hat man sich mit dem Schiffseigner und dem P&I Versicherer auf eine Entschädigung geeinigt, deren Höhe jedoch nicht bekannt ist. Die Ever Given durfte daher samt der rund 20.000 geladenen Container in Richtung Europa auslaufen. Tatsächlich sind die genauen Gründe für die Havarie jedoch noch nicht endgültig geklärt. Sollte dies irgendwann passieren, kann es auch bezüglich der Kostenverteilung zu neuen Ergebnissen führen, denn erst dann können mögliche Vermögensschäden konkret eingeschätzt werden.

Redaktion: Wird sich dieser Vorfall aus dem März 2021 auf die künftige Prämiengestaltung im Bereich der Transportversicherungen auswirken?

H. B.: Auch hier kann ich zum jetzigen Zeitpunkt noch keine sichere Aussage machen, das wird sich erst noch zeigen müssen. In jedem Fall werden dann sowohl die Schiffsversicherer als auch die Warenversicherer betroffen sein. In jedem Fall hat die Blockade des Suez-Kanals durch die Ever Given deutlich gemacht, wie wichtig der Abschluss einer umfassenden und gut durchdachten Transport-Versicherung ist. Die Versicherer machen im Fall einer ausgerufenen Havarie-grosse die Freigabe der Waren auf dem havarierten Schiff durch die versicherte Kostenübernahme möglich. Wer keine Versicherung hat, muss seinen Anteil bar bezahlen, um an seine Ware auf dem Schiff zu gelangen. Aufgrund der extrem hohen Summen, die dabei aufgerufen werden, ist dies in der Regel nicht möglich. Das wird vor allem ▶

noch dadurch erschwert, dass es Jahre dauern kann, bis die Umstände eines solchen Falls vollständig geklärt sind.

Redaktion: Welche Praxistipps können Sie als Experte den Außenhandelsunternehmen für die Zukunft mit auf den Weg geben?

H. B.: Grundsätzlich sollte jedes Außenhandelsunternehmen eine Transportversicherung haben, die individuell auf das Unternehmen zugeschnitten und nach dem tatsächlichen Bedarf ausgerichtet ist.

Außerdem sollte speziell bei der Vereinbarung von Incoterms eine bewusste Wahl getroffen werden. Ausländische Versicherungen werden häufig günstiger angeboten, beispielsweise bei Importen, bei denen Incoterm CIP oder CIF vereinbart wurden. Kommt es zum Schadenfall, muss dieser mit dem Versicherungszertifikat beim ausländischen Versicherer geltend gemacht werden. Das wiederum führt bei der Schadenabwicklung, gerade wenn es sich um größere Schäden handelt, oft zu erheblichen Problemen. Im Vergleich zu einer lokalen, laufenden Transport-Warenpolice unterscheiden sich der Deckungsumfang und die zeitliche Abwicklung zum Teil deutlich.

Des Weiteren empfehlen wir ein aktives Schadenmanagement, beispielsweise durch die Beobachtung und Analyse von Schadenfällen oder die Verbesserung der Verpackung oder Stauung. Hierfür sollte die Verpackungsberatung durch einen Sachverständigen genutzt werden. Die Kosten dafür übernehmen die Versicherer oft gänzlich oder zumindest teilweise.

Zudem sollten sich Unternehmen nicht auf die Haftung des Logistikdienstleisters verlassen. Sie entspricht häufig nicht der Höhe des Warenwertes und muss in der Regel nachgewiesen werden. Die Haftungsschäden werden vom Verkehrshaftungsversicherer des Logistikdienstleisters bearbeitet. Eine lange, gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Logistikdienstleister wird durch den Haftungsversicherer im Regelfall nicht stark berücksichtigt.

Herzlichen Dank …. ◀

ÜBER GLAUERDT
Glauerdt bietet das klassische Dienstleistungsportfolio eines Industrieversicherungsmaklers sowie alle Leistungen eines modernen Risikomanagements. Dazu zählt neben der Analyse und Bewertung von Unternehmensrisiken auch die Beratung zu allen Versicherungs-, Haftungs- oder Vorsorgefragen, ebenso wie eine umfassende Betreuung im Schadenfall. Ein besonderer Fokus von Glauerdt liegt auf der Beratung international agierender Kunden.

EIN UNTERNEHMEN DER GOSSLER, GOBERT & WOLTERS GRUPPE
Seit 2013 gehört Glauerdt zur Gossler, Gobert & Wolters Gruppe. Die GGW Gruppe ist einer der großen unabhängigen und inhabergeführten Industrieversicherungsmakler in Deutschland und betreut in Zusammenarbeit mit internationalen Netzwerken Kunden weltweit.

Hinnerk Busch
Abteilungsleiter
Transportversicherungen

Glauerdt GmbH
Uerdinger Straße 56
40474 Düsseldorf

T +49 40 328 101 4069
F +49 40 33 19 53
hinnerk.busch@ggw.de
www.ggw.de

GrenzBlickAtelier

Design

Fotografie

Galerie

Event

GrenzBlickAtelier
Hellweg 80
46399 Bocholt
T 0151 22678191
info@grenz-blick.eu

www.grenz-blick.eu

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
Hellweg 80
46399 Bocholt
T +49 151 22 678 191
info@grenz-blick.eu
www.grenz-blick.eu

Copyright
AHV-Texte © 2021 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
Jürgen Hilscher
T +49 5151 989398
hilscher@verlagsmail.de
Auflage: 2.000
Nachdruck nur nach Vereinbarung mit dem Verlag.

Art Direction / Design / Layout
GrenzBlickAtelier
Joop van Reeken
Hellweg 80
46399 Bocholt

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

Impressum - Liste der Autoren (inkl. Seitenzahl)

1: **Theo-Heinz Nientimp**, Vorsitzender Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf

5: **Der Ministerpräsident des Landes NRW, Armin Laschet**, Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf

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

9: **Fritz Graf von der Schulenburg**, Vorsitzender Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx), Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin

10, 20, 88, 106: **Dipl.-Betriebsw. Andreas Mühlberg**, Außenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf

16: **Klaus Potthoff**, info@potthoff-d.de

22, 42, 98, 126: **Joop van Reeken**, GrenzBlickAtelier, Hellweg 80, 46399 Bocholt

27: **Manuel Neumann**, IHK Düsseldorf in Kooperation mit IHK Mittlerer Niederrhein, Ernst-Schneider-Platz 1, 40212 Düsseldorf

28: **Jennifer Kämper**, C.H. Erbslöh GmbH & Co. KG, Düsseldorfer Straße 103, 47809 Krefeld

30: **Sophie-Christine Feldmann**, Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (MWIDE), Berger Allee 25, 40213 Düsseldorf

34: **Rafe Courage**, Britischer Generalkonsul, Britisches Generalkonsulat Willi-Becker-Allee 10, 40227 Düsseldorf

38: **Andrea Hideg**, Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx), Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin

40: **Corinna Tamminga**, dbh Logistics IT AG, Martinistraße 47-49, 28195 Bremen

50: **Laura Feldhaus**, Habermann Aurum Pumpen GmbH, Harpener Heide 14, 44805 Bochum

52: **Kathrin Gottschalk**, denkbude 360° Online Marketing Service, Dinxperloer Straße 13, 46399 Bocholt

54: **Stefan Quack**, TEEKANNE GmbH & Co. KG, Kevelaerer Str. 21-23, 40549 Düsseldorf

58, 76: **Matthias Merz**, AWA AUSSENWIRTSCHAFTS-AKADEMIE GmbH, Königsstraße 46, 48143 Münster

60: **Melanie Hoffmann**, GERMANY TRADE & INVEST, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn

62: **Matthias Walter**, Commerzbank AG, 40213 Düsseldorf

64: **Cornelia Wolber**, Shell Deutschland GmbH, Suhrenkamp 71-77, 22284 Hamburg

66: **Dr. Jens Eckhardt** und **Stefan Eßer**, Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte PartGmbB, Immermannstraße 15, 40210 Düsseldorf

68: **Thorben Allkemper**, Dr.Clauder solutions for pets GmbH, Auf dem Stemmingholt 41, 46499 Hamminkeln

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

72: **Bastian Frien**, Deutsche Bank AG, Herzogstraße 15, 40217 Düsseldorf

74: **Manuel Sieben**, AWB Steuerberatungsgesellschaft mbH, AWB Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Königsstraße 46, 48143 Münster

78: **Niclas Lahmer**, EUWISA Europäische Wirtschafts und Sicherheitsakademie GmbH, Stüvestraße 41, 31785 Hameln

82: **Dr. Karsten W. Lemke**, ZENIT GmbH, Bismarckstraße 28, 45470 Mülheim/Ruhr

85: **Axel Hallensleben**, WIWOX GmbH Surface Systems, Niermannsweg 3-5, 40699 Erkrath

95: **Sonja Pucher**, The American Dream – US Visa Service GmbH, Danckelmannstr. 9, 14059 Berlin

96, 146: **Andrea Kühn**, Stadtsparkasse Düsseldorf, Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf

104: **Lars Karlsson**, KGH Customs Services GmbH, Kurze Str. 19-21, 59494 Soest

110: **Egon L. Lacher**, JR BECHTLE & Co. 2600 N. Military Trail Suite 290, Boca Raton, FL 33431, USA

112: **Dr. Julia Bellinghausen**, IPD – Import Promotion Desk, c/o sequa gGmbH, Alexanderstraße 10, 53111 Bonn

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

118: **Gerhard Friese**, Hübner IT Solutions GmbH, Völlesbruchstr. 6, 52152 Simmerath

122: **Axel Hebmüller** und **Alan Bridwell**, Hebmüller Verwaltung GmbH, Broicherseite 17, 41564 Kaarst

124: **Thomas Stühle**, Außenwirtschaftsrunde e.V. c/o HARNISCHMACHER LÖER WENSING Rechtsanwälte PartGmbB, Hafenweg 8, 48155 Münster

134: **Dr. Thomas Langen**, Atradius Kreditversicherung, Opladener Straße 14, 50679 Köln

136: **Felix Neugart**, NRW.Global Business GmbH, Trade & Investment Agency of the German State of North Rhine-Westphalia (NRW), Völklinger Str. 4, 40219 Düsseldorf

138: **Stefanie Schick**, Reguvis Akademie GmbH, Amsterdamer Straße 192, 50735 Köln

140: **Bernard Aw**, Coface Services South Asia Pacific, c/o Max-Planck-Str. 2, 50858 Köln

142: **Dr. Fabian Breckheimer** und **Dr. Andreas Remuta**, tradeo | Legal Advisors, Karl-Arnold-Platz 1, 40474 Düsseldorf

148: **Karoline Swiecicki**, trAIDe Health, Hohenstaufenring 42, 50674 Köln

150: **Isabelle Oster**, unternehmer nrw, Uerdinger Str. 58-62, 40474 Düsseldorf

152: **Lisa Marie Fitzner**, Unternehmerschaft Düsseldorf und Umgebung e.V., Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf

154: **Annemarie Wrobel**, Dr. Wamser + Batra GmbH, Bergstraße 152, 44791 Bochum

156: **Hinnerk Busch**, Glauerdt GmbH, Uerdinger Straße 56, 40474 Düsseldorf

LION
Der Formularverlag
Wir brüllen nicht. Wir handeln!

In der Automobilindustrie werden spezielle Formulare nach VDA eingesetzt.
Wir sind Hersteller für folgende Standardformulare:

- VDA-Warenanhänger Offsetkarton oder Haftpapier in A5 und A4 blanko
- Speditionsauftrag nach VDA 4922, 4922/3 oder 4992/2
- Lieferschein nach VDA 4994
- Rechnung nach VDA 4991

Sie benötigen es individueller?
Ob blanko oder bedruckt. Weißes oder farbiges Material. In Endlos, Haftpapier, selbstdurchschreibend oder als Einzelblatt - wir passen uns Ihren Bedürfnissen an!

Optimieren Sie Ihren Paketversand oder die Arbeitsabläufe im Versand. Vordrucke mit integrierten Etiketten bieten Ihnen große Vorteile um Ressourcen einzusparen.

- Versandaufkleber
- Rechnung / Lieferschein
- Retourenschein
- Aufkleber zur Kommissionierung („Pickzettel" für Warenversand)

schnell. zuverlässig. aktuell:
Ist auch eine bekannte Philosophie unseres Hauses.

Wir liefern just in time ab Lager:
- CMR-Frachtbrief, Speditionsauftrag
- Manila- Kunststoff- und Metallanhänger

Nachhaltige Arbeitsmittel für den Versand. Wir bieten Produkte, die die Ökobilanz Ihrer Firma positiv beeinflussen.

Ob Individuell oder Lagerware, wir beraten Sie gern.

SHOP.LION-FORMULARVERLAG.DE

AWB §

GRENZENLOS
GUT BERATEN

ZOLLRECHT

EXPORTKONTROLLRECHT

UMSATZSTEUERRECHT

VERBRAUCHSTEUERRECHT

Wir unterstützen Sie mit Expertenwissen und jahrelanger Erfahrung. Unsere klare Spezialisierung ist dabei Ihr entscheidender Vorteil.

Münster | München | Hamburg

www.awb-international.de