



7. Deutscher Außenwirtschaftstag 2007



Mit Kooperation erfolgreich im Ausland

Kongress, Kooperationsbörse
und Fachausstellung

13. - 14. November 2007
Congress Centrum Bremen

Konferenzmagazin

Die Träger





**+++ SEPA kommt +++ Deutsche Bank bietet Firmenkunden
sofortige finanzielle Vorteile +++**

Sind Sie bereit für die Single Euro Payments Area ab Januar 2008?
Mit der Deutschen Bank werden die mittelfristigen SEPA Vorteile für
Sie schon heute Realität. Sprechen Sie jetzt mit uns und profitieren
Sie von der Zukunft des Euro Zahlungsverkehrs.

SEPARate from the crowd: www.db.com/gtb/sepa

Leistung aus Leidenschaft.

Deutsche Bank





Inhalt

Grußworte

4 **Willkommen zum 7. Deutschen Außenwirtschaftstag in Bremen**
Grußwort von Jens Böhrnsen, Präsident des Senats der Freien Hansestadt Bremen

5 **„Wir müssen die uns gebotenen Chancen der Globalisierung nutzen“**
Grußwort von Michael Glos (MdB) Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

6 **Jordanien steht neuen und wachsenden Unternehmen aufgeschlossen gegenüber** Grußwort von Seiner Majestät König Abdullah II. bin Al-Hussein, König des Haschemitischen Königreichs Jordanien

7 **Der Abschluss der Doha-Runde bleibt das wichtigste Ziel der EU-Handelspolitik** Grußwort von David O'Sullivan, Generaldirektor für Handel, Europäische Kommission

8 **„Mit Kooperation erfolgreich im Ausland“** Grußwort von Anton F. Börner, Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels e.V.

Programm

10 **Das Programm des 7. Deutschen Außenwirtschaftstages 2007**

Themen

14 **Globalisierung schafft Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätze** Beitrag von Ralf Nagel, Senator für Wirtschaft und Häfen der Freien Hansestadt Bremen

15 **Außenwirtschaft und -werbung bündeln** Beitrag von Volker Kröning, Mitglied des Deutschen Bundestages (MdB)

16 **„Die Chancen überwiegen die Risiken“** Interview mit Anton F. Börner, Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels, über die Perspektiven der deutschen Außenwirtschaft

18 **Das Handwerk entdeckt Europa**
Beitrag von Michael Olma, Zentralverband des Deutschen Handwerks

Jordanien

20 **Jordanien – Attraktiver Standort im Herzen des Nahen Ostens** Das Königreich bekennt sich zum freien Handel

Foren

24 **Anbahnung und Management internationaler Kooperationen**

26 **Finanzierung von Außenwirtschaftsgeschäften**

27 **Internationale Ausschreibungen – Einführung und Praxistipps**

28 **Internationale Vermarktung innovativer Technologien**

30 **Ausgewählte Wachstumsmärkte im Fokus**

Partner

32 **SEPA – einfache Bankgeschäfte in Europa** Beitrag von Dr. Ulrich Schürenkrämer, Mitglied des Management Committee Deutschland, Deutsche Bank

33 **Wachsendes Istanbul bietet Exportchancen** Beitrag von Matthias Bahr, General Manager Türkei, LINCAS Export Services GmbH

34 **Herausforderung Globalisierung: Exportkreditversicherung als verlässlicher Risikomanager der Exportwirtschaft** Beitrag von Dr. Hans Janus, Mitglied des Vorstandes der Euler Hermes Kreditversicherungs-AG

36 **Hampton Roads – Tor zur mittleren Atlantikküste der USA** Beitrag von Thomas Clemens, Hampton Roads Economic Development Alliance

37 **Außenwirtschaftsportal iXPOS mit neuer Struktur** Beitrag von Martin Ries, Leitung und Koordination Stabstelle iXPOS, Bundesagentur für Außenwirtschaft

38 **Effiziente Außenhandelsfinanzierung für den deutschen Mittelstand** Beitrag von Peter Lamar, Corporate Finance, Commerzbank AG

40 **Entwicklungs- und Schwellenländer – Chance oder Risiko?** Beitrag von Dr. Günther Ch. Eisinger, Business Development Manager, International SOS Deutschland

42 **Die Standortfrage ist eine Existenzfrage** Beitrag von Henner Lüttich, Geschäftsführer, Contor GmbH

43 **Kooperationsbörse: Praktiker helfen Praktikern**

44 **Ausstellerliste**

45 **Hallenplan**

46 **Programm Ausstellerforum**

47 **Kooperationsbörse**

48 **Träger, Veranstalter und Partner des 7. Deutschen Außenwirtschaftstages; Impressum**

Willkommen zum 7. Deutschen Außenwirtschaftstag in Bremen

4



Grußwort

Jens Böhrnsen Präsident des Senats der Freien Hansestadt Bremen

Für immer mehr Unternehmen – auch zunehmend kleine und mittlere Betriebe – wird Kooperation zu einer wichtigen, ja zentralen Größe. Nicht selten ist das Zusammenwirken mit einem oder mehreren Partnern im Boot die Voraussetzung, die Chancen der zunehmenden Internationalisierung überhaupt für sich nutzen zu können.

Vor diesem Hintergrund kommt dem Deutschen Außenwirtschaftstag seine besondere Bedeutung zu. Als überregionaler Treffpunkt der Export- und Importbranche können hier die Teilnehmerinnen und Teilnehmer entscheidende Kontakte knüpfen, wertvolle Informationen austauschen oder geeignete Dienstleister für Auslandsgeschäfte finden. Hier kommt zusammen, was zusammengehört. Dass auch die Vertiefung fachspezifischer Themen nicht zu kurz kommt – dafür ist ganz gewiss mit der inhaltlichen Ausrichtung der Fachforen gut gesorgt worden. Praxis und Theorie: Beiden Seiten lässt der Deutsche Außenwirtschaftstag genügend Raum und Präsenz.

Schön, dass der Deutsche Außenwirtschaftstag nun schon zum siebten Mal in Bremen stattfinden kann. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer begrüße ich ganz herzlich in unserer schönen Hansestadt. Bremen als wichtiger Hafen- und Handelsplatz, als Drehscheibe internationaler Warenverkehre ist aus meiner

Sicht eine hervorragende Adresse für eine Veranstaltung, in deren Mittelpunkt die Erschließung von Auslandsmärkten steht. Besonders freut es mich, dass in diesem Jahr der jordanische König Abdullah II. als ausländischer Ehrengast an dieser Tagung teilnehmen wird.

Ich bin zuversichtlich, dass hier die richtigen Partner zueinander finden und wünsche allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie den Ausrichtern des 7. Deutschen Außenwirtschaftstages eine erfolgreich verlaufende Veranstaltung.

Jens Böhrnsen

„Wir müssen die uns gebotenen Chancen der Globalisierung nutzen“

Liebe Leserinnen und Leser,

ich heiße Sie als Fachbesucher, Aussteller, Außenhändler, Praktiker oder interessierter Student auf dem 7. Deutschen Außenwirtschaftstag 2007 herzlich willkommen. Ein besonderer Gruß gilt Seiner Majestät König Abdullah II. bin Al-Hussein und der ihn begleitenden Wirtschaftsdelegation.

Es ist eine gute Tradition, sich in Bremen zu treffen, sich hier über Entwicklungen im internationalen Handel zu

flechtungen in der Weltwirtschaft von steigender Nachfrage und internationaler Arbeitsteilung. Dies soll auch in Zukunft so sein. Wir müssen die uns gebotenen Chancen der Globalisierung nutzen, um Wachstum, Beschäftigung im Inland und unseren Wohlstand zu sichern. Gerade für den Mittelstand wird das Auslandsgeschäft in Zukunft immer wichtiger, denn jeder dritte Arbeitsplatz in Deutschland hängt bereits jetzt vom Außenhandel ab.

Die Bundesregierung wird durch ihre aktive und gezielte Außenwirtschaftspolitik auch weiterhin deutsche Unternehmen bei der Erschließung internationaler Märkte und der Minimierung von Risiken im Auslandsgeschäft unterstützen. Getreu dem Leitmotiv des 7. Deutschen Außenwirtschaftstages können Auslandskooperationen auch für Mittelständler der richtige und Erfolg versprechende Weg zur Vermarktung



Grußwort

Michael Glos MdB, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

5

informieren, über Rahmenbedingungen im Auslandsgeschäft sachkundig zu machen, dabei Meinungen und Erfahrungen auszutauschen und Kontakte zu knüpfen.

Florierender Außenhandel ist für das Wirtschaftswachstum in Deutschland nach wie vor trotz eines schwierigen weltwirtschaftlichen Umfelds eine tragende Säule. Offene internationale Märkte, freier Handel und faire Wettbewerbsbedingungen sind von elementarer Bedeutung nicht nur für unsere künftige wirtschaftliche Entwicklung. Deutschland profitiert als größte Handelsnation und mit seinen vielfältigen Ver-

ihrer Produkte und Dienstleistungen insbesondere auf neuen Märkten sein. Nutzen Sie die vielfältigen Angebote. Ich wünsche Ihnen hierzu viel Erfolg.

Michael Glos

Jordanien steht neuen und wachsenden Unternehmen aufgeschlossen gegenüber

6



Grußwort

Seine Majestät König Abdullah II. al Hussein König des Haschemitischen Königreichs Jordanien

Im Namen des jordanischen Volkes wünsche ich den Teilnehmern des diesjährigen Deutschen Außenwirtschaftstages viel Erfolg. Es ist mir eine Ehre, Sie mit den Möglichkeiten vertraut zu machen, die Sie in Jordanien erwarten.

Jordanien befindet sich seit Jahren auf einem soliden Wachstumskurs. Nachhaltig hohe Wachstumsraten und langfristige Stabilität, Zugang zu globalen Märkten und eine wettbewerbsfähige Arbeitnehmerschaft haben unser Land zu einem außerordentlich interessanten Wirtschaftsstandort gemacht.

Wir haben den Weg der Modernisierung und der Integration in die Weltwirtschaft eingeschlagen – die Früchte unserer globalen Partnerschaften spiegeln sich heute in hohen Wachstumsraten, einer dynamischen Wirtschaftsentwicklung und einem exponentiellen Anstieg ausländischer Investitionen wider. Im Rahmen der Freihandelsabkommen, die wir nicht zuletzt mit Europa, den Vereinigten Staaten und den Ländern des Nahen Ostens geschlossen haben, kommen Hunderte Millionen Verbraucher rund um den Globus in den Genuss jordanischer Exporte. Unser Hafen, die Sonderwirtschaftszone Aqaba, ist eine hochmoderne Anlage im Wert von mehreren Milliarden Dollar, die nicht nur die verschiedensten Industrie- und Gewerbebranchen beherbergt, sondern auch für zahlreiche Touristen das Tor zu unserem Land darstellt.

Jordanien steht neuen und wachsenden Unternehmen außerordentlich aufgeschlossen gegenüber: Regelmäßig passen wir

unsere Normen den internationalen Gepflogenheiten an und bieten kurze, unbürokratische Wege zu staatlichen Dienstleistungen. Unsere wachsende junge Arbeitnehmerschaft ist dank moderner Schul- und Berufsbildung für die anstehenden Aufgaben bestens gerüstet. Besonders stolz sind wir darauf, Heimat der Deutsch-Jordanischen Fachhochschule zu sein, einer in ihrer Art in der Region einmaligen praxisnahen Einrichtung.

Wir werden weiterhin zusammen mit unseren regionalen und internationalen Partnern daran arbeiten, unserer Region zu mehr Frieden und Wohlstand zu verhelfen. Uns in Jordanien geht es nicht nur darum, die Gunst der Stunde zu nutzen, sondern ein Land aufzubauen, das sich dauerhaft einer Zukunft des Wohlstands erfreut.

Seine Majestät König Abdullah II. al Hussein

Der Abschluss der Doha-Runde bleibt das wichtigste Ziel der EU-Handelspolitik

Vor dem Hintergrund der Globalisierung, die oft Anstoß für eine intensive öffentliche politische Debatte gibt, bleibt der Abschluss der Doha-Runde das wichtigste Ziel der Handelspolitik der EU. Wir sind überzeugt, dass ein gutes Ergebnis Möglichkeiten öffnen wird, die Millionen Menschen in aller Welt aus der Armut herausführen können und auch ein Signal für das Funktionieren des multilateralen Systems setzen wird. Während viele Menschen Doha bereits abgeschrieben haben, lohnt es sich, zwei Gründe zu betrachten, warum wir weiter daran arbeiten:

Kann die Doha-Runde zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht werden? Uns verbleibt noch ein Zeitfenster vor Weihnachten. Verhandlungstexte sind bereits auf dem Tisch. Zwar haben diese noch Lücken und Löcher, aber die Texte zeigen eine mögliche „Landezone“ für die Verhandlungen auf. Wirtschaftlich gesehen sind die verbleibenden Lücken klein - das Problem ist hauptsächlich politisch.

Doha ist nur ein Teil - allerdings der wichtigste - der multilateralen Handelsagenda, die wir im Rahmen der Strategie „Europa in einer globalen Welt“ verfolgen. Diese ist eine breitgefächerte Agenda von Politikfeldern, die zu den verschiedenen Instrumenten passt, mit denen die EU sowohl multilateral als auch bilateral Antworten auf die Herausforderungen der Globalisierung bietet.



Grußwort

David O'Sullivan Generaldirektor für Handel, Europäische Kommission, Brüssel

7

Erstens können die Vorteile dieser multilateralen Handelsliberalisierungsrunde für die Weltwirtschaft enorm sein. Eine erfolgreiche und ehrgeizige Doha-Runde könnte für die Weltwirtschaft ein Plus von jährlich 100 Milliarden Euro oder mehr bedeuten. Der Multiplikationseffekt eines solchen globalen Abkommens ist derart groß, dass kein bilaterales „Ölen der Räder“ gleichwertig wäre. Diese potentiellen wirtschaftlichen Errungenschaften zeugen von der Wichtigkeit offener Märkte und überwiegen damit jegliche kurzfristige Opfer, die dafür gebracht werden müssen.

Zweitens wird eine erfolgreiche Doha-Runde auch dazu dienen, die Schwellenländer mehr in der WTO und dem internationalen, auf festen Regeln basierenden Handelssystem zu verankern. Es wird diesen Ländern ein schnelleres Wachstum ermöglichen und ihre Märkte weiter öffnen und auch den Marktzugang, den wir auf den Weltmärkten bereits haben, absichern.

Am besten können diese Herausforderungen von Ländern beantwortet werden, die durch internationale Abkommen zusammenarbeiten, zum Beispiel auf den Gebieten der nachhaltigen Entwicklung, klimafreundlichem Handel, Armutsbekämpfung, offenen und wettbewerbsfähigen Märkten, dem Erhalt des Regelsystems, sozialer Gerechtigkeit und dem Schutz von Verbraucherinteressen.

Auf der Suche nach Antworten auf diese Fragen ist die EU ein wichtiger und verlässlicher Partner für den Rest der Welt. Und unsere fünfzig Jahre der Integration untereinander zeigen, wie effektiv Zusammenarbeit sein kann; deshalb ist die EU sozusagen ein „Pfadfinder“ bei der Bewältigung der Globalisierung, wenngleich auf regionaler Ebene. Unsere Herangehensweise basiert auf offenen Märkten, fairen Regeln und der friedlichen Beilegung von Handelskonflikten.

David O'Sullivan

„Mit Kooperation erfolgreich im Ausland“

8



Grußwort

Anton F. Börner Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels e.V.

Ich begrüße Sie ganz herzlich zum 7. Deutschen Außenwirtschaftstag 2007. Mit jedem Mal wächst die Unterstützung und die Zahl der Interessierten. Es ist eine Freude zu sehen, dass der Deutsche Außenwirtschaftstag 2007 sich zu einem zentralen Branchentreffpunkt entwickelt hat, der auch im Ausland seine Anerkennung findet. So ist es mir in diesem Jahr eine besondere Freude, Seine Majestät König Abdullah II. bin Al-Hussein und die ihn begleitende Wirtschaftsdelegation hier in Bremen willkommen heißen zu können.

„Mit Kooperation erfolgreich im Ausland“ ist das Leitmotiv der diesjährigen Veranstaltung. Die Gründe dieser Wahl sind vielfältig. Der deutsche Außenhandel wird nicht alleine getragen durch die weithin bekannten Großunternehmen. Vielmehr stützt er sich insbesondere auf eine Vielzahl von mittelständischen Unternehmen, die mit ihren Produkten auf den Weltmärkten Spitzenstellungen erzielen.

Doch zunächst ist der Schritt auf die ausländischen Märkte kein einfacher. Im Auslandsgeschäft stellen sich neue Fragen in der Finanzierung, des Umgangs mit internationalen Ausschreibungen oder der internationalen Vermarktung innovativer Technologien. Ein mittelständisches Unternehmen allein stößt bei der Beantwortung oft an seine Grenzen. Doch gemeinsam lassen sich diese Herausforderungen bewältigen.

Die ausführliche Auseinandersetzung mit den angesprochenen Themen in den Foren, Ausstellungen und im Rahmen der Kooperationsbörse soll allen Teilnehmer die Möglichkeit bieten, sich eingehend über offene oder noch nicht gestellte Fragen zu informieren. Denn jeder sollte die Möglichkeit erhalten, die Chancen der weltweiten Märkte nutzen zu können.

Ich wünsche allen Teilnehmern eine interessante und vor allem Nutzen bringende Veranstaltung.

Anton F. Börner



**Legen Sie ruhig die Füße hoch wie Rainer L. aus B.
....überlassen auch Sie Ihre Exportabwicklung den
Experten in Hamburg!**

LINCAS

LINCAS Export Services GmbH

Lindenplatz 2, 20099 Hamburg
Tel.: 040 2889 7100, Fax: 040 2889 7101
info@lincas.de
www.lincas.de

LINCAS Istanbul

Park Plaza, Eski Büyükdere Cad.22, Kat. 3,
34398 Maslak-Istanbul
Tel.: +90 212 645 10 55, Fax: +90 212 345 10 58
matthias.bahr@lincas.net

Ablauf des 7. Deutschen Außenwirtschaftstages 2007

Dienstag, 13. November 2007

Ausschüsse und Gremien

Am Vor- und Nachmittag finden Ausschuss- und Gremiensitzungen von Beirats- und Kooperationspartnern statt.

10:00 Uhr Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH)

12:00 Uhr Tagung des Vorstandes des Bundesverbandes des Deutschen Exporthandels (BDEx)

13:30 Uhr Bundesverband des Deutschen Groß- und Außenhandels (BGA), Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI),
Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

14:00 Uhr Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)

18:00 Uhr **Feierliche Eröffnung**

Offene Märkte sichern Wachstum, Stabilität und Wohlstand



· **Anton F. Börner**

Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels (BGA), Berlin



· **David O'Sullivan**

Generaldirektor für Handel, Europäische Kommission, Brüssel

Verleihung „Preis der Deutschen Außenwirtschaft 2007“



Laudatio: **Lutz H. Peper**, Präses der Handelskammer Bremen



· **Jens Böhrnsen**

Präsident des Senats der Freien Hansestadt Bremen



Ehrengast 2007:

· **Seine Majestät König Abdullah II. bin Al-Hussein**

König des Haschemitischen Königreichs Jordanien
mit einer jordanischen Wirtschaftsdelegation



· **Michael Glos** (MdB)

Bundesminister für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Berlin

Mittwoch, 14. November 2007

09:00 Uhr Perspektiven für die deutsche Außenwirtschaftsförderung - Anforderungen der Wirtschaft, Antworten der Politik

Einführung und Impulsreferat:

Ralf Nagel, Senator für Wirtschaft und Häfen der Freien Hansestadt Bremen

Diskussionsteilnehmer:

- **Anton F. Börner**, Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels (BGA), Berlin
Persönlich haftender Gesellschafter, Börner & Co., Ingolstadt
- **Ministerialdirektor Dr. Karl-Ernst Brauner**, Leiter der Abteilung Außenwirtschaftspolitik im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Berlin
- **Otto Kentzler**, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH), Berlin
Geschäftsführender Gesellschafter, Kentzler GmbH & Co. KG, Dortmund
- **Wolfhart Putzier**, Vorsitzender des Bundesverbandes des Deutschen Exporthandels (BDEx), Berlin
Geschäftsführender Gesellschafter, Jebsen & Jessen GmbH & Co. KG, Hamburg
- **Heinrich Schmidt**, Präsident der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH), Berlin, Geschäftsführender Gesellschafter, Ingenieur-Kontor-Sottrum GmbH

Moderation: Christoph Lanz, Fernsehdirektor/Managing Director Television, Deutsche Welle-TV, Berlin

11:00 Uhr Kaffeepause

Übersicht der Fachforen

Forum 1	Jordanien
11:30 – 13:00 Uhr	Teil 1: Wirtschaftsstandort Jordanien Teilnehmer u. a.: Jordanische Delegation bestehend aus hochrangigen Regierungsvertretern und Vertretern der jordanischen Wirtschaft
ab 14:30 Uhr	Teil 2: Kooperationsbörse Jordanien Teilnehmer: Kompetente Ansprechpartner für Geschäfte und Projekte mit Jordanien

Forum 2	Anbahnung und Management internationaler Kooperationen
11:30 – 13:00 Uhr	Teil 1: Anbahnung von Kooperationen Moderation: Jens Nagel, Geschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Exporthandels (BDEx), Berlin Experten: · Bernhard Steinrücke Geschäftsführer der Deutsch-Indischen Handelskammer, Mumbai · Hans-Jürgen Müller Mitglied der Hauptgeschäftsführung a. D., Bundesverband Deutscher Groß- und Außenhandel (BGA), Berlin · Dr. Andreas Paffhausen Hauptgeschäftsführer der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH), Berlin · Gerhard Glaser Geschäftsführer der Deutsch-Dänischen Handelskammer, Kopenhagen
14:30 – 16:00 Uhr	Teil 2: Rechtliche Fragen Moderation: Kerstin Berchem Geschäftsführung, Internationale Abteilung, Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH), Berlin

Experten:

- Bertold Frick, Dr. Thomas Rinne Rechtsanwälte, v. Einem & Partner, Bremen
- Jens Bredow Rechtsanwalt, Generalsekretär der Deutschen Institution für Schiedsgerichtsbarkeit (DIS), Köln
- Christian Treichel Bereichsleiter, Berlin Partner GmbH, Berlin
- Lennart Röer Rechtsanwalt, Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produktpiraterie (APM), Berlin

Forum 3 11:30 – 13:00 Uhr**Finanzierung von Außenwirtschaftsgeschäften**

Moderation: **Peter Wachsmann**, Head of Division, Sales & Marketing
Exportkreditgarantien des Bundes, Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, Hamburg

Experten:

- Marco Paul Berater im Außendienst der Exportkreditgarantien des Bundes, Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, Hamburg, Niederlassung Berlin
- Rainer Wietstock Partner, PricewaterhouseCoopers AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hamburg
- Stefan W. Dircks Geschäftsführer, Terramar GmbH, Hamburg

Forum 4 14:30 – 16:00 Uhr**Internationale Ausschreibungen – Einführung und Praxistipps**

Moderation: **Wilfried Maus** Leiter Projektfrühinformationsdienste, Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai), Köln

Experten:

- Wim van Hessen Publication Manager TED, EU Publication Office, Luxemburg
- Dr. Günther Hecker Associate Partner, Project Finance International, Heidelberg
- Angelika Höß Projektleiterin Tenderservice CATS, Auftragsberatungsstelle Bayern, München
- Hans-Jürgen Müller Mitglied der Hauptgeschäftsführung a. D., Bundesverband Deutscher Groß- und Außenhandel (BGA), Berlin
- Wolf-Rainer Kruska Technischer Sachverständiger, Vergabe-Management, KfW Bankengruppe, Frankfurt/Main
- Tobias Bangerter Geschäftsführer, Dywidag Bau GmbH, München
- Hans-Theo Kühr Sprecher der Geschäftsleitung, Ingenieurbüro Dipl. Ing. H. Vössing GmbH, Düsseldorf

Forum 5**Internationale Vermarktung innovativer Technologien**

11:30 – 13:00 Uhr

Teil 1: Medizintechnik, Instrumentenbau

Moderation: **Wilhelm Berg** Referatsleiter AHK-Projekte, Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Berlin

Experten:

- Dr. Michael Schwienskott Exportmanager Asien, Peter Brehm GmbH, Weisendorf
- Christoph Miethke Geschäftsführer, Christoph Miethke GmbH & Co. KG, Potsdam
- Werner Friedrich Healthcare Export Group (GHE) – ehem. Executive Director, Siemens Medical Solutions, München
- Hans-Peter Welsch Senior Vice President Marketing & Sales, Sparte Aesculap, B. Braun AG, Melsungen
- Wolfgang Brommer Orgelbaumeister, Inhaber Waldkircher Orgelbau Jäger & Brommer, Waldkirch

14:30 – 16:00 Uhr

Teil 2: Gebäudetechnik und Energieeffizienz, Erneuerbare Energien

Moderation: **Dr. Klaus Müller** Geschäftsführer, Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk (ifh), Göttingen

Experten:

- **Daniel Becker** Senior Consultant, Ecofys Germany GmbH, Berlin
- **Hans-Peter Schumacher** Abteilungsleiter natcon7 GmbH, Norderstedt
- **Ulrich Becker** Managing Director Europe - Conergy Sales, Conergy AG, Hamburg
- **Mareike Seemann** International Business Development, aleo solar AG, Oldenburg
- **Werner Arrich** Member Executive Board, Aldavia Bioenergie GmbH, Pfarrkirchen
- **Jürgen Mangelberger** Geschäftsführer, Mangelberger Elektrotechnik GmbH, Roth

Forum 6 14:30 – 16:00 Uhr**Ausgewählte Wachstumsmärkte im Fokus**

Naher und Mittlerer Osten, Osteuropa, Lateinamerika – Wo liegen die Chancen, wo die Risiken?

Moderation: **Alexander Lau** Leiter des Referats Außenwirtschaftsförderung, Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), Berlin

Experten:

- **Dr. Peter Göpfrich** Delegierter der Deutschen Wirtschaft in den VAE, Dubai
- **Max-Helmut Semich** Auslandskorrespondent Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai), Kairo
- **Thomas Hintz** Geschäftsführer, Hintz Foodstuff Production GmbH, Bremen
- **Dr. Peter Presber** Geschäftsführer der Deutsch-Kroatischen Industrie- und Handelskammer, Zagreb
- **Udo Bergholz** Head of Structured Trade & Export Finance Germany and Central Europe, Deutsche Bank AG, Frankfurt/Main
- **Christoph G. Schmitt** Hauptgeschäftsführer, Lateinamerika Verein (LAV), Hamburg

www.export-business.de

**Deutscher
Wirtschaftsdienst**
Eine Marke von Wolters Kluwer Deutschland

Deutscher Wirtschaftsdienst – seit über 50 Jahren
Ihr kompetenter Partner für Fachliteratur in den
Bereichen Export und Außenwirtschaft.

Diese und viele andere Praxisratgeber
aus unserem Haus finden Sie am Stand
der Buchhandlung Kamloth!



**Regier
Business-Guide
USA**
Verkaufen, Kooperieren,
Niederlassen

2007, 316 Seiten,
kartoniert,
€ 43,90
ISBN 978-3-87156-622-6



**Sawitzki
International
verhandeln**
Interkulturelle Kommuni-
kation im Business

2007, 266 Seiten,
kartoniert,
€ 39,90
ISBN 978-3-87156-621-9



**Granier/Brenner (Hrsg.)
Business-Guide
China**
Absatz, Einkauf,
Kooperation

2. aktualisierte und erweiter-
te Auflage 2004, 232 Seiten,
kartoniert, € 32,90
ISBN 978-3-87156-595-3



**Klinger-Paul
Business-Guide
Indien**
Ohne Chaos keine
Schöpfung

2006, 126 Seiten,
kartoniert,
€ 20,90
ISBN 978-3-87156-610-3



**Brenner/Fuchs
Exportieren leicht
gemacht:
44 Checklisten
weisen den Weg**

2003, 160 Seiten,
kartoniert,
€ 29,80
ISBN 978-3-87156-543-4



**Sarodnick/Brenner
Business-Guide
Russland**
Spielregeln – Fallstricke
– Chancen

2003, 192 Seiten,
gebunden,
€ 39,90
ISBN 978-3-87156-546-5

Bestellen Sie per Telefon (0 26 31) 801 22 11 · Telefax (0 26 31) 801 22 23 oder über den Buchhandel



Ralf Nagel Senator für Wirtschaft und Häfen der Freien Hansestadt Bremen

Die deutsche Außenwirtschaft präsentiert sich in hervorragender Form. Im Land Bremen spiegelt sich dies in den Transportrekorden wider, von denen die bremischen Häfen profitieren. So ist die Hafenwirtschaft ein Nutznießer des lebhaft wachsenden internationalen Handels.

Globalisierung schafft Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätze

Trotz des starken internationalen Wettbewerbs und der anhaltenden Stärke des Euro sind die Zuwachsraten nach wie vor beachtlich. Zwischen 1995 und 2006 sind die Importe um elf Prozent jährlich gewachsen, die Exporte um acht Prozent. In der gleichen Zeit ist der Beitrag des Exports zum deutschen Bruttoinlandsprodukt von 16 Prozent auf über 23 Prozent gestiegen. Das heißt: Eine Zunahme der globalen Arbeitsteilung stärkt auch das Wachstum in Deutschland. Im Land Bremen zeigen sich positive Auswirkungen der Globalisierung in Wirtschaftswachstum und neuen Arbeitsplätzen.

Immer mehr Volkswirtschaften beteiligen sich aktiv an der weltweiten industriellen Produktion. Gleichzeitig sind neue, aufnahmebereite Märkte entstanden, in denen aufstrebende Wirtschaftsnationen – zum Beispiel aus Fernost – ihre Waren absetzen können. Und dabei haben die Seehäfen eine Schlüsselstellung im internationalen Warenaustausch.

Wer Waren exportieren oder importieren will, weiß, dass er in Bremen und Bremerhaven an der richtigen Adresse ist. Als Universalhäfen bieten die beiden Standorte alles, was das Herz eines Logistikers begehrt: moderne Umschlaganlagen für jede Art von Gütern, beste Übersee- und Hinterlandverbindungen, hohes logistisches Know-how beim Knüpfen und Steuern so genannter Supply Chains, ausgeprägte kommunikations- und informationstechnologische Kompetenz – und nicht zuletzt Menschen, die motiviert und qualifiziert ihre Aufgaben in der logistischen Leistungskette erfüllen.

Die Häfen im Zwei-Städte-Staat können mit einem an Europas Küsten einzigartigen Standortvorteil punkten – einer Kombination aus den leistungsfähigen Bremerhavener Terminals an der offenen See und den Anlagen in Bremen-Stadt, die den südlichsten Seehafen der Republik bilden und von ihrer Nähe zum deutschen Hinterland profitieren. Über Bremerhaven werden hauptsächlich Autos und Container im- und exportiert. Die Unternehmen in Bremen-Stadt stellen hoch spezialisierte Umschlag- und Lager-einrichtungen für Massengüter und konventionelle, also nicht in Containern verstaute, Stückgüter bereit. Aus gutem Grund haben Industrie- und Handelskonzerne von Weltruf den Standort Bremen zur Drehscheibe für die Lagerung und Distribution ihrer Waren gewählt. Eine wesentliche Aufgabe der bremischen Wirtschaftspolitik ist es, die Möglichkeiten der Globalisierung auch künftig im Interesse unserer Standorte zu unterstützen.



Industriehafen Bremen

© bremenports GmbH & Co. KG

Der 7. Deutsche Außenwirtschaftstag in Bremen hat sich zu einem herausragenden Forum entwickelt, auf dem differenziert über die Chancen und Risiken der globalisierten Wirtschaft diskutiert wird. Ich freue mich auf diese Diskussionen. □

Außenwirtschaft und -werbung bündeln

Die Gesellschaft wird vom Bund geführt, der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und die interessierten Verbände der Wirtschaft sind zu Mitwirkung in den Gremien eingeladen. Eine Rahmenvereinbarung der Deutschen Auslandshandelskammern und der bfai vom Februar 2007 sowie ein Positionspapier des DIHK und der Verbände vom September 2007 unterstützen das Vorhaben; dabei bleibt noch eine Fülle von organisatorischen und psychologischen Problemen zu lösen.

Die Entscheidung für das Projekt hat schon in dem Prozess der Neuorganisation zu Synergien geführt, zum Beispiel beim Internet-Auftritt der deutschen Wirtschaft. Die verantwortlichen

ausgaben für Außenwirtschaft in Höhe von 180 Mio EUR im Jahr 2008 und bis zum Jahr 2011 ansteigend auf 215 Mio EUR.

Deutschlands Wirtschaftserfolg ist ein Exporterfolg

Nach fast einhelliger Meinung in Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftspolitik ist der Export von Waren und Dienstleistungen die *conditio sine qua non* des deutschen Wirtschaftserfolges. Ebenso anerkannt ist mittlerweile, dass die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft von günstigen Rahmenbedingungen für Investitionen im Inland abhängt. Darum die Reform der Unternehmensteuern, darum aber auch Standortwerbung im Ausland.

Förderungsnetzwerk vor allem für KMU unentbehrlich

Als typische Organisationen, die dafür in engem Zusammenwirken von Staat und Wirtschaft – allein auf Ebene des Bundes – tätig sind, haben sich die Förderung der Messen und Ausstellungen im Ausland mit Hilfe des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses



Themen

Volker Kröning Mitglied des Deutschen Bundestages (MdB)

Auf Drängen des Haushaltsausschusses des Deutschen Bundestages werden die Förderung der Außenwirtschaft und die Werbung für den Standort Deutschland mit dem Ziel weiterer Effizienzsteigerung organisatorisch gestrafft. Invest in Germany und die Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai) werden zu einer Gesellschaft zusammengefasst; mit möglichst den gleichen Mitteln soll mehr erreicht werden, um Aus- und Inlandsinvestitionen zu stärken.

Parlamentarier sind zuversichtlich, dass in der bewährten Kooperation von Staat und Wirtschaft die Rahmenbedingungen für Außenwirtschaft und Außenwerbung langfristig zu sichern sind.

Wachstum und Beschäftigung sowie Konsolidierung der Staatsfinanzen sind die Oberziele deutscher Politik; dies folgt der Europäischen Union und gilt für Bund und Länder. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie leistet dafür zwei zentrale Beiträge: Zum einen mit den Organisationen bfai und Invest in Germany mit einem jeweiligen Jahresbudget in Höhe von 12,37 beziehungsweise 12,76 Mio EUR, zum anderen mit Programm-

der Deutschen Wirtschaft (AUMA) und die Pflege der Wirtschaftsbeziehungen mit dem Ausland mit Hilfe des Netzes der Auslandshandelskammern (AHKs) mit einem Fördervolumen im Finanzplanzeitraum von jährlich im Schnitt 36 beziehungsweise 43 Mio EUR bewährt. Diese Mittel und Netze sind vor allem für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die den Hauptteil von Beschäftigung und Ausbildung in Deutschland tragen, wichtiger denn je. □



Anton F. Börner Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels (BGA), Berlin

Die deutsche Wirtschaft ist wie keine andere vom freien Zugang zu den Weltmärkten abhängig. „Rasch aufstrebende Volkswirtschaften wie China, Indien oder Osteuropa bieten enormes Geschäftspotenzial“, erklärt Anton F. Börner, Präsident des Bundesverbandes des Deutschen Groß- und Außenhandels.

„Die Chancen überwiegen die Risiken“

Deutschlands Außenhandel meldet Jahr für Jahr Rekordzahlen. Wie lange wird diese Entwicklung andauern?

Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht, solange wir uns nicht durch protektionistische Hürden von der positiven Entwicklung des Welthandels abkoppeln. Dabei liegen die Chancen für unsere Wirtschaft vor allem in den Absatz- und Beschaffungsmärkten der aufstrebenden Volkswirtschaften wie China, Indien oder Osteuropa. Und es sind gerade diese Chancen, die etwaige Wechselkurs- und Finanzmarktrisiken mehr als wettmachen. Vor diesem Hintergrund ist die multilaterale Weiterentwicklung des internationalen Handelssystems durch einen erfolgreichen Abschluss der Doha-Runde von immenser Bedeutung.

Wie sichern deutsche Exporteure ihre Konkurrenzfähigkeit angesichts des immer härter werdenden internationalen Wettbewerbs?

Die deutschen Exporteure haben schon in der Vergangenheit gezeigt, dass sie international absolut wettbewerbsfähig sind und den zunehmenden Konkurrenzdruck nicht als Abschreckung, sondern als Herausforderung ansehen. Dies haben sie unter anderem dadurch erreicht, dass sie profitable Nischen äußerst geschickt zu nutzen wissen. Hinzu kommt, dass die deutschen Exporteure durch höchstes technologisches Niveau bestechen, das einhergeht mit höchster Qualität und operativer Exzellenz. Gesamtwirtschaftlich gesehen ernten sie nun aber auch die Früchte ihrer konsequenten Restrukturierungsmaßnahmen während der vergangenen Jahre.

Wie bedrohlich ist die aktuelle Krise in einigen Segmenten der internationalen Finanzmärkte für den deutschen Groß- und Außenhandel?

Die deutsche Wirtschaft fußt auf einem stabilen und verlässlichen Rahmenwerk. Zurzeit sehen wir keine Anzeichen dafür, dass die aktuelle Krise in den USA in eine Rezession mündet. Erst dann müsste man mit nachhaltigen Auswirkungen auf die realwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland rechnen.

China wird zu einem immer bedeutenderen Handelspartner. Drohen wir von China abhängig zu werden, oder sind wir es vielleicht schon?

Im Jahr 2006 hat sich 60 Prozent des deutschen Außenhandels auf den Handel mit der Europäischen Union (EU) konzentriert, acht Prozent auf den Handel mit den USA und Kanada und etwa fünf Prozent auf den Handel mit China. Bei diesen Verhältnissen kann von einer landesspezifischen Abhängigkeit nicht die Rede sein. Die deutsche Wirtschaft ist vielmehr vom freien Zugang zu den Weltmärkten abhängig. Je größer die Bedeutung eines Marktes, desto attraktiver ist natürlich dieser Markt für den deutschen Außenhandel. Dieses Potenzial in ein Gewand negativ verstandener Abhängigkeit zu kleiden würde der Situation nicht gerecht werden. Vielmehr handelt es sich bei der Erschließung und Entwicklung des chinesischen Marktes weiterhin um eine riesige Chance für den deutschen Außenhandel.

Sicherheit ist zu einem wichtigen Thema geworden. Inwieweit stellen Sicherheitsmaßnahmen, wie zum Beispiel das Gesetz zur Containerdurchleuchtung in den USA, neue Handelshemmnisse dar?

Dieses neue Gesetz führt zu einer unverhältnismäßigen Belastung der deutschen Wirtschaft und Steuerzahler, da die Kontrollen



© Elionora Maersk/bremenports GmbH & Co. KG

von deutschen Zollbeamten durchgeführt werden sollen. Für die europäischen Häfen bedeutet dies einen enormen finanziellen und personellen Mehraufwand, der nicht zu rechtfertigen ist. Allein im 1. Quartal 2007 wurden 148.000 Container von Deutschland in die USA versandt. Die Umsetzung des Gesetzes würde zu einer nicht gerechtfertigten Erhöhung der Transportkosten führen und die Unternehmen, die in die USA Waren exportieren, einseitig benachteiligen. Das Gesetz widerspricht allen bisherigen Zoll- und Sicherheitsinitiativen, die auf einer gezielten Risikoanalyse beziehungsweise der Vorab-Übermittlung von Daten und deren Auswertung basieren. Das Gesetz konterkariert die transatlantische Wirtschaftsintegration, die US-Präsident Bush, Bundeskanzlerin Merkel und EU-Kommissionspräsident Barroso auf dem EU-US-Gipfel im April 2007 in Washington vereinbart haben. Kernstück dieser Vereinbarung war gerade die bessere Zusammenarbeit zur Terrorbekämpfung im internationalen Handel und die gegenseitige Anerkennung von Sicherheitsprogrammen.

Logistikunternehmen drängen zunehmend in die Domäne des Handels vor, indem sie viele über den Warentransport hinausgehende Dienstleistungen anbieten. Wie begegnet der Handel dieser neuen Konkurrenz?

Der Handel stellt sich schon seit Jahren diesen Herausforderungen. Dabei sind zum Beispiel die von den Logistikunternehmen angebotenen einzelnen Handelsfunktionen nichts Neues. Das Wesen des Händlers besteht jedoch darin, nicht nur die Warenströme und Wertschöpfungskette insgesamt zu begleiten, sondern darüber hinaus auf allen Wertschöpfungsketten die notwendigen Dienstleistungen anbieten zu können. Hierzu zählen Funktionen wie die Bündelung von Angeboten, die Mitgestaltung von Produkten, die Optimierung von Wertschöpfungsketten, die rasche Verarbeitung von Marktinformationen, das Managen der Logistik, die Bedarfsanpassung der Quantitäten, die Sicherung der Qualität, die Finanzierung, die Risikoübernahme und auch teilweise das Marketing. Der Großhandel vereint diese Kompetenzen. So ist aus dem einstigen reinen Zustellgroßhandel, der die Waren der Industrie zum Einzelhandel beförderte, ein Dienstleister geworden, der sich immer wieder zusätzlichen Herausforderungen gegenüberstellt und diese meistert. Gerade in den vergangenen Jahren ist die Investitionsquote der Branche erheblich gestiegen. Der Handel ist damit bestens für die neuen Herausforderungen gerüstet. □

Michael Olma Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH), Berlin

Mit Handwerk assoziieren die meisten ausschließlich lokal oder regional agierende Kleinunternehmen. Dieses Bild entspricht jedoch nicht der heutigen betrieblichen Wirklichkeit. Mit innovativen Leistungen und Produkten gelingt es vielen Handwerksunternehmen, sich auch im internationalen Wettbewerb zu behaupten. Zwar ist das Handwerk immer noch überwiegend binnenwirtschaftlich ausgerichtet, aber zunehmend mehr Unternehmen engagieren sich auch über die Landesgrenzen hinaus.

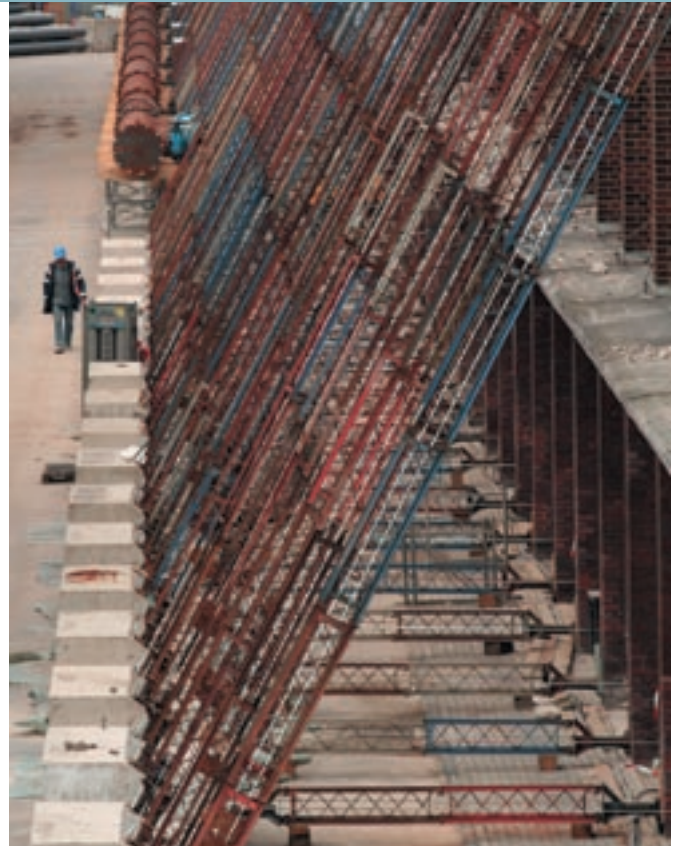
Das Handwerk entdeckt Europa

Im Export liegen erhebliche Chancen für Handwerksbetriebe, neue Geschäftsfelder zu erschließen, weitere Kunden zu gewinnen und den Vertrieb auszubauen. Etwa fünf Prozent der gut 900.000 deutschen Handwerksunternehmen verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen auch ins Ausland. Dies entspricht einer Steigerung der Handwerksexporte seit Mitte der 1990er Jahre um 70 Prozent.

Das außenwirtschaftliche Engagement erfolgt zumeist in einem Umkreis von bis zu tausend Kilometern um den Unternehmensstandort. Handwerksunternehmen im grenznahen Raum sind daher überdurchschnittlich stark außenwirtschaftlich engagiert. Neben den alten Mitgliedsstaaten der Europäischen Union (EU) bieten auch die im Jahr 2004 im Rahmen der Osterweiterung neu aufgenommen Mitgliedsländer vielfältige Absatzchancen für deutsche Handwerksbetriebe.

Die Exportpotenziale sind in den Regionen besonders ausgeprägt, in denen Sprache, Kultur und Mentalität nur geringe Unterschiede zum Nachbarland aufweisen. Die Erfolgsaussichten handwerklicher Unternehmen sind im Ausland zudem dann vielversprechend, wenn sie Güter oder Dienstleistungen herstellen, die im Ausland nicht erhältlich sind, das Leistungsangebot erhebliche Qualitätsunterschiede zur ausländischen Konkurrenz aufweist, die Nachfrager im Ausland deutsche Handwerksprodukte generell bevorzugen oder ein Preisunterschied zugunsten deutscher Anbieter besteht.

Der Weg ins Ausland wird oft in Kooperation mit anderen Unternehmen beschritten. Gemeinsam mit einem deutschen Geschäftspartner, meist einem größeren Industrie- oder Handelsunterneh-



© alips/flickr

men, das bereits im Ausland etabliert ist, können internationale Engagements auch ohne detailliertes länderspezifisches Know-how begonnen und wirtschaftliche Risiken auf diesem Weg reduziert werden.

Waren Auslandsgeschäfte früher des Öfteren das eher zufällige Ergebnis von Kontakten zu Geschäftspartnern oder Kunden, erfolgt die außenwirtschaftliche Planung der Handwerksbetriebe heute wesentlich zielgerichteter und ist geprägt von strategischen Erwägungen. Wesentliche Unterstützung erhalten sie dabei von dem Beratungsnetzwerk der Handwerksorganisationen mit bundesweit 80 Außenwirtschaftsexperten, die den Handwerksbetrieben beim Schritt über die Grenzen kompetent mit Rat und Tat zur Seite stehen. □

Wir finanzieren Ihren Außenhandel.

Exportfactoring -

Neue Wege für die Exportfinanzierung

Finanzieren Sie Ihr Exportgeschäft durch den Verkauf Ihrer Exportforderungen. Ihre Vorteile:

- Sie sichern sich sofortige Liquidität und erhalten Spielräume für Ihre Expansion im Ausland.
- Sie entlasten Ihre Kreditlinie.
- Sie verbessern Ihre Bilanzrelationen und damit Ihr Bankenrating.
- Sie stärken als Sofortzahler Ihre Verhandlungsposition bei Ihren Lieferanten.
- Sie reduzieren Ihre Zahlungsrisiken, wir übernehmen das Ausfallrisiko.
- Sie verringern Ihren administrativen Aufwand, wir übernehmen das Debitorenmanagement.

Wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen eine unternehmensspezifische Lösung vom Ankauf einzelner Forderungen bis zum Factoring Ihres gesamten Auslandsgeschäfts – abgestellt auf die Bedürfnisse der mittelständischen Wirtschaft. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Importfactoring -

Mehr Spielraum für Ihre Einkaufsfinanzierung

Vergrößern Sie Ihre finanziellen Spielräume durch Vorfinanzierung Ihrer Importe. Ihre Vorteile:

- Sie können Skonti ziehen und avancieren zum bevorzugten Kunden Ihrer Lieferanten.
- Sie vereinbaren längere Zahlungsziele, die Ihre Liquiditätslage verbessern.
- Sie entlasten Ihre Kreditlinie.
- Durch Ihre verbesserte Liquiditätslage entstehen für Sie neue Möglichkeiten zur Expansion.
- Sie können Ihren Abnehmern bessere Zahlungsziele gewähren.
- Bankkosten für Ihren Auslandszahlungsverkehr entfallen.

Warum sich Importfactoring für Ihren ausländischen Lieferanten lohnt:

- Sie werden zum Sofortzahler bei Ihrem Lieferanten.
- Wir übernehmen das Ausfallrisiko für Ihren Lieferanten.
- Ihr Lieferant übergibt sein Debitorenmanagement an uns.

Das Königreich Jordanien, im Herzen des Nahen Ostens gelegen, bietet deutschen Unternehmen Zugang zu einem großen und schnell wachsenden Markt. Sicherheit und Stabilität, Transparenz und Rechtsstaatlichkeit sowie eine Reihe internationaler Abkommen sprechen für Jordanien.

Jordanien – Attraktiver Standort im Herzen des Nahen Ostens

Aufgrund des Assoziierungsabkommen mit der Europäischen Union (EU) wird Jordanien in den kommenden zehn Jahren seine Zölle und Abgaben im Handel mit der EU vollständig abbauen. Schon heute können fast alle jordanischen Produkte zollfrei in den europäischen Binnenmarkt eingeführt werden. Zahlreiche weitere Freihandelsabkommen, unter anderem mit seinen arabischen Nachbarn, den USA und Singapur, sowie seine Mitgliedschaft in der Welthandelsorganisation (WTO) unterstreichen Jordaniens Bekenntnis zum freien Handel.

In den vergangenen Jahren hat sich die jordanische Wirtschaft sehr positiv entwickelt. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) wuchs 2006 um 6,4 Prozent, die Auslandsverschuldung sank auf 51,9 Prozent des BIPs. Der UNCTAD World Investment Report 2006 attestiert dem Königreich Jordanien ein ausgezeichnetes Investitionsklima. Dazu beigetragen hat das 1995 verabschiedete und 2003 novellierte Investitionsförderungsgesetz. Investoren im Bereich Industrie, Landwirtschaft, Verkehr, Hotels sowie Krankenhäuser kommen in den Genuss einer Reihe von Vergünstigungen, darunter Ermäßigungen bis zu hundert Prozent bei Einkommenssteuer und Sozialabgaben für einen Zeitraum von zehn Jahren. Weitere Vergünstigungen bieten die jordanischen Freihandels-, Sonderwirtschafts- und Industriezonen.

Jordanien verfügt über eine ausgezeichnete Infrastruktur und zahlreiche hochqualifizierte Arbeitskräfte. An den 24 Universitäten (14 private, zehn staatliche) des Landes lernen 192.000 Studenten, 17 Prozent der Bevölkerung verfügt über einen Hoch-



© Hans Seidenstücker/local global GmbH

schulabschluss. Jedes Jahr werden an den 35 beruflichen Bildungszentren 10.000 Fachkräfte aus- und weitergebildet.

Um die praxisnahe Ausbildung weiter zu stärken, wurde im Jahr 2005 die Deutsch-Jordanische Fachhochschule gegründet, die auf insgesamt 5.000 Studenten ausgelegt ist. Inzwischen existieren Fachbereiche für Betriebswirtschaft, Logistik, Informatik, Chemie und Pharmatechnik, Biomedizintechnik, Umwelttechnik, Wasserwirtschaft, Energietechnik, Mechatronik, Wirtschaftsingenieur-

wesen, Instandhaltungsingenieurwesen, Architektur und Design sowie Deutsch als Fremdsprache. Die Lehrpläne werden in Zusammenarbeit mit deutschen Fachhochschulen entwickelt und rund ein Drittel des Lehrangebots wird von Professoren aus Deutschland abgedeckt. Das vierte von insgesamt fünf Studienjahren verbringen die Studenten der Deutsch-Jordanischen Fachhochschule in Deutschland. Dort werden ein Semester lang reguläre Lehrveranstaltungen besucht und anschließend ein Industriepraktikum in einem fachlich relevanten Bereich absolviert. Die Deutsch-Jordanische Fachhochschule trägt zur weiteren Vertiefung der guten Beziehungen bei und stellt sicher, dass deutsche Investoren in Jordanien stets qualifizierte Fachkräfte finden.

Die engen Beziehungen zwischen Deutschland und Jordanien spiegeln sich nicht nur im universitären Bereich wider. Gemessen an den jordanischen Importen ist Deutschland der wichtigste europäische Handelspartner Jordaniens. Die Importe aus Deutschland sind in den vergangenen Jahren stetig gestiegen, wobei vor allem Fahrzeuge, Nahrungsmittel, chemische Produkte und Maschinen aus der Bundesrepublik geliefert werden.

Zahlreiche Geschäftschancen

Im Zuge der Privatisierung und Modernisierung seiner Wirtschaft bietet Jordanien ausländischen Investoren zahlreiche Geschäfts- und Investitionschancen. Mit einer Wachstumsrate von 50 Prozent ist die Informations- und Telekommunikationsbranche (ITK) der am stärksten wachsende Sektor der jordanischen Wirtschaft. Bereits heute trägt er zehn Prozent zum jordanischen BIP bei. Geschäftschancen existieren insbesondere beim Outsourcing von IT-Dienstleistungen, bei der Entwicklung arabischsprachiger Inhalte für Websites sowie bei der Entwicklung von ITK-Lösungen.

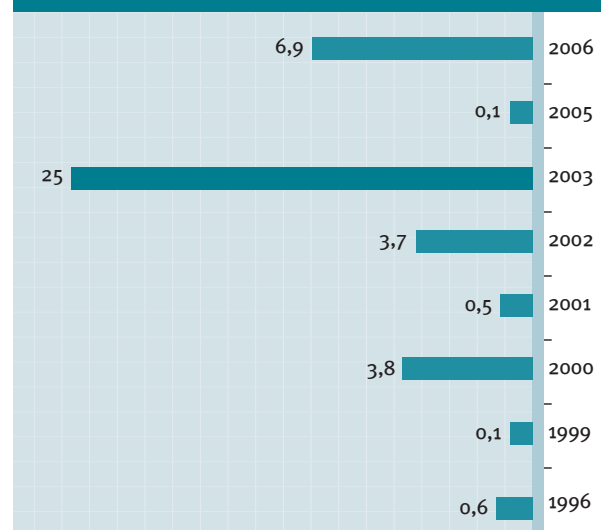
Auch Jordaniens Pharmaindustrie ist gut aufgestellt. 18 jordanische Firmen produzieren Medikamente für den lokalen und internationalen Markt. Für weitere 16 große Investitionsvorhaben arbeiten 5,200 hochqualifizierte Arbeitskräfte. Aufgrund der strengsten Patentschutzregeln in der arabischen Welt eignet sich Jordanien hervorragend für die Entwicklung von natürlichen Heilmitteln und neuen Methoden zur Verabreichung von Medikamenten und Diagnosegeräten sowie für die Produktion von generischen und rezeptfreien Medikamenten und die Forschung und Entwicklung im Biotechnologiesektor.

Jordanien zählt 97 Krankenhäuser und 22,4 Ärzte pro Tausend Einwohner. Das jordanische Gesundheitswesen genießt einen exzellenten Ruf. Jedes Jahr reisen mehr als 100,000 Patienten nach Jordanien, um sich dort behandeln zu lassen. Das Königreich ist bestrebt, die medizinische Behandlung weiter zu verbessern. Investoren werden insbesondere für den Bau und Betrieb orthopädischer Fachkrankenhäuser, Kinderkrankenhäuser sowie für Transplantations-, Dialyse-, Herz- und Rehabilitationszentren gesucht.

Schon seit langem nutzen nicht nur Jordanier die heilende Wirkung des Toten Meeres. Zurzeit werden Produkte vom Toten Meer in 65 Länder exportiert. In Zukunft soll der Sektor weiter ausgebaut und diversifiziert werden, so dass sich auch hier interessante Investitions- und Geschäftsmöglichkeiten ergeben.

Auch im Tourismus verzeichnet Jordanien hohe Wachstumsraten. Mit seinem reichen kulturellen Erbe, seiner beeindruckenden Natur und seinen zahlreichen Pilgerstätten bietet Jordanien für jeden etwas. Mehr als 5,8 Millionen Touristen reisten 2005 in das Land am Toten Meer – eine Plus von 24,2 Prozent gegenüber 2002. Auch für Investoren aus dem Tourismussektor hat das Land seine Reize. Geplant sind die Errichtung eines Safariparks, eines Sanatoriums am Toten Meer sowie einiger Besucherzentren.

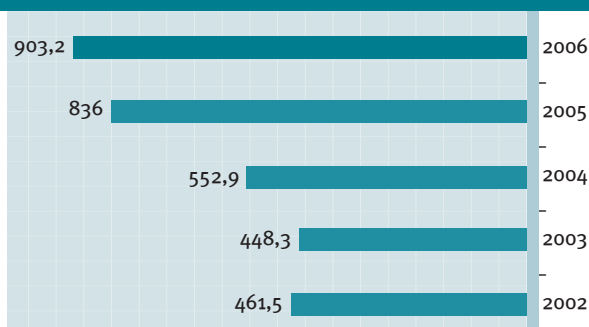
Deutsche Investitionen, die vom Investitionsförderungs-gesetz profitieren in Millionen US-Dollar



Jordanien verfügt über ein großes Potenzial bei Wind- und Solarenergie sowie bei der Verwertung von Ölschiefern. Nachfrage besteht insbesondere nach hochwertigen Solarheizungen, Anlagen zur Produktion von Solarzellen, Windparks sowie einem Kraftwerk mit einer Kapazität von 280 bis 400 Megawatt.

Mit seinen zahlreichen hochqualifizierten Ingenieuren und Technikern bietet Jordanien im industriellen Sektor zahlreiche Möglichkeiten, zum Beispiel für die Herstellung von Gipskartonplatten, Glasflaschen und Flachglas, Desinfektionsmitteln sowie Kunststoffen.

Importe aus Deutschland in Millionen US-Dollar



Großinvestitionen sorgen für Aufsehen

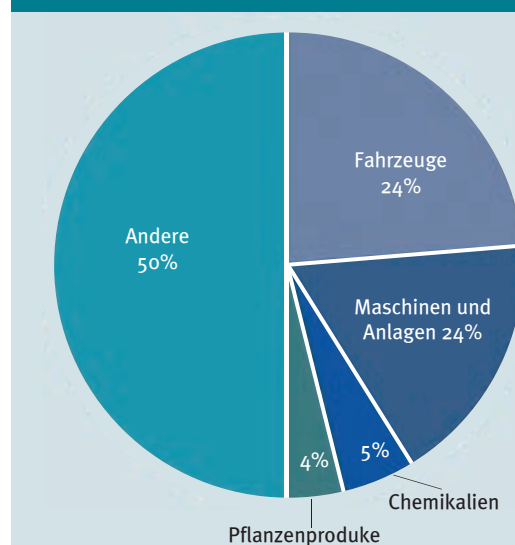
Mit hohen Investitionen in seine Infrastruktur sorgt Jordanien für internationales Aufsehen. Die Hafenstadt Aqaba im Süden des Landes über die ein Großteil des jordanischen Handels abgewickelt wird, wird in den kommenden Jahren ihr Gesicht komplett verändern. Der 2002 von der Aqaba Special Economic Zone (ASEZA) verabschiedete Masterplan legt die Grundlage für die Entwicklung des Stadtzentrums und erleichtert den Planungsprozess. Unter anderem wird in den kommenden Jahren der Hafen von Aqaba komplett in die Südliche Industriezone nahe der saudiarabischen Grenze verlagert. Auf dem ehemaligen Hafengelände in Innenstadtnähe entsteht im Gegenzug ein neues Stadtquartier mit Marina. Bereits im vergangenen Jahr schloss die Aqaba Development Corporation (ADC) einen Joint-Venture-Vertrag mit der Maersk-Tochter APM Terminals mit einer Laufzeit von 25 Jahren. Dies gewährleistet, dass die Kapazität des Hafens in den kommenden Jahren von 600.000 TEU auf 2,4 Millionen TEU pro Jahr

steigt. Das Joint Venture konnte bereits erste Erfolge verzeichnen. Heute gehören lange Wartezeiten für Schiffe der Vergangenheit an. Bis 2022 werden rund drei Mrd USD in die Modernisierung des Hafens investiert.

Da der Wasserstand des Toten Meers dramatisch sinkt, wird der Bau einer Wasserleitung vom Roten Meer zum Toten Meer geprüft. Dazu wurde vor kurzem ein Übereinkommen mit der Weltbank unterzeichnet, und derzeit wird eine Machbarkeitsstudie vorbereitet. Für eine Mrd USD soll eine 180 Kilometer lange Pipeline entstehen, die über eine Kapazität von 1.900 Millionen Kubikmetern pro Jahr verfügen wird. In der zweiten Phase ist der Bau einer Meerwasserentsalzungsanlage mit einer jährlichen Aufbereitungskapazität von 850 Millionen Kubikmetern sowie eines Wasserkraftwerks geplant. Die Gesamtkosten der zweiten Phase werden auf ein bis 1,5 Mrd USD geschätzt. In der dritten Phase, deren Kosten noch nicht feststehen, sollen ein Stromverteilungsnetz sowie ein Wasserversorgungsnetz entstehen.

Bis 2008 werden 700 Mio USD in die Modernisierung und Erweiterung der Raffinerie von Jordan Petroleum investiert. Ziel ist es, Lager- und Produktionskapazitäten zu erhöhen sowie neue Reformier- und Isomerisationsanlagen für die Produktion von bleifreiem Kraftstoff zu installieren.

Importe aus Deutschland 2006 in Prozent



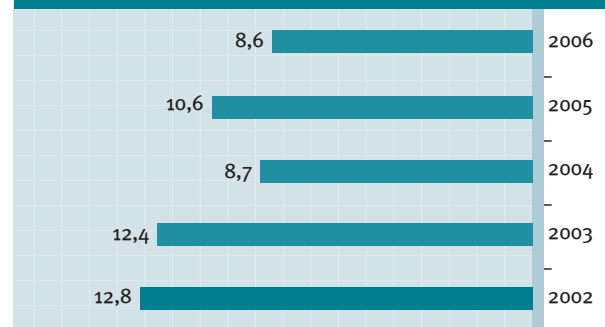
Jedes Jahr steigt Jordaniens Stromnachfrage um 4,6 Prozent. Um diesen Bedarf zu decken, plant Jordanien den Bau von vier neuen Kraftwerken. Diese sollen über eine Kapazität von 1.500 Megawatt verfügen und werden als BOO-Projekte (Build, Operate, Own) vergeben. Das Gesamtvolumen wird auf 1,1 Mrd USD beziffert. Die technischen und finanziellen Machbarkeitsstudien wurden bereits durchgeführt. Für die Auswahl eines strategischen Investors wurde die Citigroup als Finanzberater engagiert.

Verbesserte Verkehrsinfrastruktur

In Amman werden 450 Mio USD in die Erweiterung und Modernisierung der Passagierterminals des internationalen Flughafens investiert. Dadurch steigt die Passagierkapazität bis 2010 auf sechs Millionen pro Jahr. Dazu wird die bestehende Terminalfläche von 60.000 Quadratmetern um 90.000 Quadratmeter erweitert. Der Auftrag wurde an ein Konsortium unter der Leitung der Aéroports de France vergeben.

Für 180 Mio USD entsteht eine 29 Kilometer lange Stadtbahnstrecke zwischen dem Industriezentrum Zarqa und der jordanischen Hauptstadt. Nach der Fertigstellung 2009 soll sie täglich 90.000 Pendler befördern. Das BOT-Projekt (Build, Operate, Transfer) mit einer Laufzeit von 30 Jahren wurde im Mai dieses Jahres an ein pakistanisch-chinesisches Konsortium vergeben.

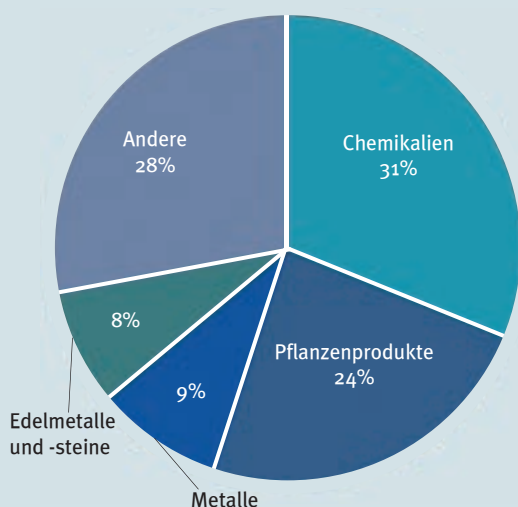
Exporte nach Deutschland in Millionen US-Dollar



900 Mio USD werden in die Verbesserung der Wasserversorgung der Hauptstadt investiert. Durch eine 325 Kilometer lange Pipeline wird Grundwasser aus dem Disi Aquifer nach Amman transportiert. Um das Grundwasser zu fördern, werden 58 Bohrungen vorgenommen sowie eine Reihe von Speicherbecken und Pumpstationen entstehen. Verantwortlich für das Projekt ist ein Konsortium unter Leitung der türkischen GAMA. Mit der Fertigstellung wird 2012 gerechnet.

Jordanien verzeichnet ein stabiles Wirtschaftswachstum und schreitet auf seinem Modernisierungskurs konsequent voran. Wenn Sie mehr über die zahlreiche Geschäfts- und Investitionsmöglichkeiten in Jordanien erfahren möchten, wenden Sie sich an das Jordan Investment Board. Wir stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite. Mit unserem One-Stop-Shop sind wir Ihr Ansprechpartner für die Registrierung und Lizenzierung Ihres Investitionsvorhabens. Innerhalb von 14 Tagen werden Sie alle nötigen Genehmigungen in den Händen halten. ☺

Exporte nach Deutschland 2006 in Prozent



Ansprechpartner

Jordan Investment Board
P.O.Box: 893
Amman 11821, Jordanien
Telefon: +962 6 560 8400/9
Telefax: +962 6 560 8416
E-Mail: info@jib.com.jo
www.jordaninvestment.com



Jens Nagel Geschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Exporthandels (BDEx), Berlin

Schwerpunkte Forum 2:

- Instrumente der Kooperationsanbahnung
- Außenhändler als Partner zur Öffnung von Märkten
- Outsourcing Vertrieb, Handelsvertretungen als Partner in- und ausländischer Unternehmen
- Kooperationsanbahnung für Handwerker

Anbahnung und Management internationaler Kooperationen

Teil 1: Anbahnung von Kooperationen

Die Anbahnung von Kooperationen für das Auslandsgeschäft stellt sich oftmals als ein sehr mühevoller Prozess dar. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen verfügen im Regelfall nicht über die Ressourcen, sich mit allen Marktbedingungen und kulturellen Besonderheiten des jeweiligen Landes auseinanderzusetzen. Dennoch verfügen die Unternehmen über Produkte, die aus technologischer und qualitativer Sicht zwar Weltniveau besitzen, deren Marktpotenzial jedoch nicht ausgeschöpft wird.

Die gute Nachricht ist, dass der einzelne Mittelständler in Deutschland nicht allein gelassen wird mit diesem Problem. So steht dem deutschen Mittelstand eine Fülle von staatlichen und nicht-staatlichen Organisationen zur Seite, die gerade diese Lücke füllen wollen.

Dem deutschen Mittelstand stehen die Expertise und das Netzwerk von 3.000 Repräsentanzen deutscher Exporthandelshäuser, sowie der Handelsvertreter zur Verfügung, die auch Gastgeber der Kooperationsbörse beim Außenwirtschaftstag sind. Schon jeder zweite Handelsvertreter in Deutschland ist bereits im internationalen Geschäft tätig – Tendenz steigend. Unter den weiteren Partnern in der Außenwirtschaftsförderung ist insbesondere der



© Euler Hermes Kreditversicherungs-AG

Auswärtige Dienst, die Auslandshandelskammer (AHK) und die Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfa) zu nennen.

So unterstützt die AHK den mittelständischen Exporthandel durch gezielte Auskünfte und Beratungen etwa mittels Branchenberichten, Marktstudien, Firmenauskünften, Wirtschaftsdaten und Länderreports mit aktualisierten Einfuhr-, Zoll- und Steuerbestimmungen. In den Ländern, in denen keine AHK existiert, übernehmen die Wirtschaftsreferate der dortigen Botschaften und Konsulate diese praktische Wirtschaftsförderung. Diese Tätigkeiten der AHK und der Botschaften wird ergänzt durch die bfa. Die bfa hat vornehmlich die Aufgaben, den deutschen Außenhandel durch die Beschaffung, Auswertung und Bereitstellung exportrelevanter Informationen zu fördern. □

Anbahnung und Management internationaler Kooperationen

Teil 2: Rechtliche Fragen

Erfahrene Referenten berichten über einen Ausschnitt wesentlicher Fragen und Risiken, die sich im internationalen Handel ergeben können und bei der allgemeinen Risikoabwägung zu berücksichtigen sind. Gleichzeitig bieten sie Lösungen und Denkanstöße für den richtigen Umgang mit Rechtsnormen.

Ist zwischen den Vertragsparteien Streit entstanden, sehen viele als Lösung nur die Auseinandersetzung vor einem staatlichen Gericht. Dabei bietet die Schiedsgerichtsbarkeit als privates Gericht eine Alternative mit vielen Vorteilen. Der Vortrag mit dem Titel „Streitschlichtung zwischen Geschäftspartnern im internationalen Handel“ zeigt Möglichkeiten und Vorteile der Streitschlichtung auf, wie zum Beispiel die erhebliche Beschleunigung des Verfahrens sowie Kostenvorteile besonders bei Verfahren mit hohem Streitwert.

Das System der Zollpräferenzen der Europäischen Gemeinschaft bietet unter Wettbewerbsgesichtspunkten interessante Gestaltungsmöglichkeiten für international agierende Unternehmen. Es stellt aber im betrieblichen Alltag auch ein nicht zu unterschätzendes Risikopotenzial mit zum Teil gravierenden Konsequenzen dar. Der Vortrag mit dem Titel „Anwendung von Präferenzen“ soll dazu beitragen, die Risiken in diesem Spannungsfeld zu erkennen und



Foren

25

Kerstin Berchem Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb

Schwerpunkte Forum 2:

- Rechtliche Rahmenbedingungen internationaler Handels- und Vertriebsverträge, Umgang mit Musterverträgen
- Streitschlichtung zwischen Geschäftspartnern im internationalen Handel
- Anwendung von Präferenzen
- Schutz des geistigen Eigentums

Der Beitrag „Rechtliche Rahmenbedingungen internationaler Handels- und Vertriebsverträge, Umgang mit Musterverträgen“ zeigt, welche Auswirkungen Rechtswahl- und Gerichtsstandsklauseln sowie die Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) in grenzüberschreitende Verträge haben können. Insbesondere bei der Einbeziehung von AGB stellt sich die Frage, wie mit Klauseln umzugehen ist, die deshalb unwirksam sind, weil das Recht des Landes, in dem sie ihre Wirkung entfalten sollen, das mit der Klausel vereinbarte Recht nicht vorsieht. Typisches Beispiel hierfür ist der Eigentumsvorbehalt.

zu bewerten, betriebswirtschaftlich plausible Entscheidungen zu treffen und darauf aufbauend stabile Prozesse zu etablieren.

Immer wieder wird die Bekämpfung der Produktpiraterie im Zusammenhang mit internationalem Handel genannt. Der Vortrag „Schutz des geistigen Eigentums“ nennt Ausmaß und Beispiele der Verletzung des geistigen Eigentums sowie Ursachen und Auswirkungen von Produktpiraterie. Schließlich werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie das geistige Eigentum geschützt werden kann. □



Peter Wachsmann Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, Hamburg

Schwerpunkte Forum 3:

- Exportkreditgarantien der Bundesrepublik Deutschland - Absicherung von Exportgeschäften
- Investitionsgarantien der Bundesrepublik Deutschland - Absicherung von Auslandsinvestitionen
- Ein Unternehmer berichtet aus der Praxis

Finanzierung von Außenwirtschaftsgeschäften

Die Bundesregierung unterstützt die Auslandsaktivitäten der deutschen Wirtschaft: Exportkreditgarantien, die so genannten Hermesdeckungen, und Investitionsgarantien sind zwei unterschiedliche Instrumente zur Absicherung von Exporten und Auslandsgeschäften. Als einfach zu handhabende Risikovorsorge erleichtern sie den Zugang zu ausländischen Märkten.

Unternehmen, die in risikoreichen Märkten investieren oder dorthin exportieren, sind in der Regel einem schwierigen wirtschaftlichen und politischen Umfeld ausgesetzt. Die Förderinstrumente des Bundes eröffnen der deutschen Wirtschaft beim Gang ins Ausland maßgeschneiderten Schutz: Wirtschaftliche und/oder politische Risiken werden überschaubar, der Ausfall eines Auslandsengagements kann vermieden werden, die Finanzierung eines Auslandsvorhabens wird erleichtert. Beide Absicherungsinstrumente gehören zu einem erfolgreichen Risikomanagement international tätiger Unternehmen.

Zuständig für die Vergabe sind Interministerielle Ausschüsse, die sich aus dem federführenden Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, dem Bundesministerium der Finanzen, dem Auswärtigen Amt und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung zusammensetzen. Die Bundesregierung hat der Euler Hermes Kreditversicherungs-AG (Euler Hermes) und der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PwC AG) das Manage-



ment übertragen. Diese beiden Unternehmen verfügen über langjährige Erfahrung bei der Finanzierung von Auslandsvorhaben und umfassendes Know-how bei der Absicherung von Auslandsgeschäften. □

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.agaportal.de

Internationale Ausschreibungen – Einführung und Praxistipps

Der Workshop befasst sich mit den Grundlagen des internationalen Ausschreibungswesens. Insbesondere staatliche, halbstaatliche, kommunale oder andere Betriebe des öffentlichen Sektors tätigen den Einkauf für ihre Projekte und Versorgungsprogramme über öffentliche Ausschreibungen. Weltweit werden täglich entsprechende Aufträge für Baumaßnahmen, Ausrüstung und Dienstleistungen im Gesamtwert von mehreren Mio USD ausgeschrieben.



© Mihai Eustatiu/Stock Exchange



Foren

27

Wilfried Maus Leiter Projektfrühinformationsdienste, Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai), Köln

Schwerpunkte Forum 4:

- Ausschreibungen staatlicher Institutionen (Regierungen, Länder, Kommunen etc.)
- Ausschreibungen im Rahmen EZ-finanzierter Projekte
- Ausschreibungen unter Schwellenwert (grenznahe Ausschreibungen, ETIS, Auftragsberatungsstellen)
- Terminologie und Beispiele aus der Praxis
- Das „A + O“ des richtigen Einstiegs: von der Projektidee bis zur Ausschreibung
- Erfolgsbeispiel aus der Industrie und aus der Consulting-Wirtschaft

Für interessierte Unternehmen ist es enorm wichtig, sich mit den Beschaffungsregeln in den betreffenden Ländern oder von internationalen Finanzierungsinstitutionen vertraut zu machen. Sehr wichtig ist außerdem, sich rechtzeitig über anstehende Ausschreibungen sowie über die zuständigen Entscheidungspersonen und Einkäufer zu informieren. Erfolgreich bei einem Ausschreibungswettbewerb zu sein setzt voraus, die geforderten Ausschreibungskriterien zu kennen, rechtzeitig informiert zu sein, sehr gute Kontakte im ausschreibenden Land zu haben und die Bewerbungsunterlagen/Angebote rechtzeitig – das heißt vor Ablauf des jeweiligen Abgabetermins – der ausschreibenden Stelle vorzulegen.

Die Podiumsmitglieder werden in kurzen Vorträgen über die wichtigsten Ausschreibungsformen berichten sowie über die Ausschreibungspraxis und –terminologie informieren. So werden unter anderem die europäische Ausschreibungsdatenbank TED (Tenders Electronic Daily) und die regionalen Auftragsberatungsstellen in Deutschland vorgestellt sowie Einblicke in die Ausschreibungspraxis der internationalen Entwicklungsorganisationen gegeben. Überdies liefern Vertreter deutscher Unternehmen Erfahrungsberichte und praktische Hinweise für eine erfolgreiche Beteiligung an internationalen Ausschreibungen. Der Workshop richtet sich vor allem an Unternehmen, die noch keine konkreten Erfahrungen mit Ausschreibungen im Ausland gemacht haben. □



Schwerpunkte Forum 5:

- Bewertung der Auslandsmärkte, Strategieentwicklung und Voraussetzungen in deutschen Unternehmen (Marketing-Know-how, Personal)
- Vorbereitung des Auslandsengagements, Kontakthanbahnung, Kontaktaufnahme
- Markteintritt, Marktdynamik, Hilfen für Marktbewertung
- Vertretung und Distribution, Verkauf und Kooperation
- Best-practice-Erfahrungen und Prognosen für die Marktentwicklung

Internationale Vermarktung innovativer Technologien

Teil 1: Medizintechnik, Instrumentenbau

Mit der internationalen Vermarktung innovativer Technologien befassen sich zwei Foren. Das erste mit den über Jahrhunderte gewachsenen Branchen Medizintechnik und Instrumentenbau.

Traditionell haben deutsche Forscher und Unternehmen die Medizintechnik angeführt und bis ins 20. Jahrhundert waren internationale Fachleute gehalten, die in Deutsch verfasste Wissenschaftsliteratur zu lesen. Die Bindung an Deutschland, oft schon im Studium erfolgt, verstärkte die Bedeutung und den Erfolg der deutschen Medizintechnik auf den internationalen Märkten.

Heute ist Englisch die Wissenschaftssprache und die internationale universitäre Ausbildung findet überwiegend in den USA und England statt. Das beeinflusst das Nutzerverhalten – Wer auf amerikanischem Gerät gelernt hat, wird sich beim Kauf daran erinnern.

Die internationale Konkurrenz ist sehr stark. Das zeigt sich am besten in der USA, dem weltgrößten Markt, auf dem über die Hälfte der Produkte abgesetzt werden. Dort haben die deutschen Exporteure einen Anteil von über zehn Prozent und einige Unternehmen betreiben Produktionsstätten vor Ort. Hier gilt es Positionen zu erhalten und auszubauen, gleichzeitig sich gegen die aufstrebenden



© B. Braun Melsungen AG

Hersteller Asiens zu behaupten und sich natürlich im kommenden Jahrzehnt in den Märkten Asiens richtig zu positionieren. Dies trifft im Übrigen auch für den Instrumentenbau zu, vor allem wenn es sich um traditionelle Instrumente und deren Fertigung handelt. Kleine Nischen und überschaubare Konkurrenz sind sicher ein Vorteil, handwerkliche Strukturen können aber im Wege sein. Gelegentliche Einzelaufträge ja, aber eine intensive strategische Auslandsmarktbearbeitung ist oft nicht vorhanden.

Was können nun Unternehmen, sowohl etablierte als auch junge, in diesen wettbewerbsintensiven Branchen erreichen? Wie bewerten die Unternehmen die Auslandsmärkte und welche Prognosen können abgegeben werden? Wie muss die Vorbereitung aussehen und wie wichtig sind Strategien? Sind unsere Unternehmen richtig ausgestattet und welche Erfahrungen haben sie bisher gemacht?

Mit diesen und vielen weiteren Fragen rund um das Thema Marktvorbereitung, Partnersuche, Markteinstieg, Distribution, Verkauf und Kooperation befasst sich dieses Round-Table-Gespräch mit erfahrenen und erfolgreichen Unternehmensvertretern. □

Internationale Vermarktung innovativer Technologien

Teil 2: Gebäudetechnik und Energieeffizienz, Erneuerbare Energien

Das Wissen um die Begrenztheit fossiler Brennstoffe, der signifikante Anstieg der Öl- und Gaspreise und ein zunehmendes Umweltbewusstsein beeinflussen unser Verhalten im Umgang mit

Prozent des gesamten Bruttostromverbrauchs erzeugen. „Renewables made in Germany“ zählen im internationalen Vergleich zur Spitze und sind weltweit im Einsatz.

Viele in diesen Branchen agierende deutsche Unternehmen erwirtschaften einen Großteil ihrer Umsätze im Ausland. Dort müssen sie auf unterschiedlich entwickelten Märkten große Flexibilität zeigen. Die Vermittlung grundlegender Informationen, Aufklärung über neue Technologien und Förderung des Umweltbewusstseins sind für die Anbahnung von Geschäftsabschlüssen oftmals genauso wichtig wie die Verkaufsgespräche mit den Kunden.

Auf welche Herausforderungen müssen sich die Betriebe im internationalen Wettbewerb einstellen? Welche Strategien sind im Auslandsgeschäft erfolgversprechend? Welche Informationen sind für die Auswahl potenzieller Absatzländer besonders wichtig und wo kann ich diese erhalten? Welche Hindernisse und Probleme



Foren

29

Dr. Klaus Müller Geschäftsführer, Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand und Handwerk (ifh), Göttingen

Schwerpunkte Forum 5:

- Bewertung der Auslandsmärkte, Strategieentwicklung und Voraussetzungen in deutschen Unternehmen (Marketing-Know-how, Personal)
- Vorbereitung des Auslandsengagements, Kontakthanbahnung, Kontaktaufnahme
- Markteintritt, Marktdynamik, Hilfen für Marktbewertung
- Vertretung und Distribution, Verkauf und Kooperation
- Best-Practice-Erfahrungen und Prognosen für die Marktentwicklung

Energie nachhaltig. Die Reduzierung von Energiekosten und die Vermeidung von Kohlendioxid-Emissionen sind heute in vielen Ländern wichtige Kriterien für Kauf- und Investitionsentscheidungen.

Das veränderte Nachfrageverhalten hat der Gebäudetechnik neue Geschäftsfelder eröffnet, die von Anbietern mit innovativen Lösungen zur Einsparung und effizienten Nutzung von Energie erfolgreich besetzt werden. Im Bereich der Erneuerbaren Energien arbeiten in Deutschland derzeit rund 220.000 Menschen. Sie erwirtschaften einen Umsatz in Höhe von 22 Mrd EUR mit der Errichtung und dem Betrieb von Anlagen, die bereits über zwölf

können den Export behindern? Wie wirkt sich das Auslandsengagement auf das Geschäft im Inland aus?

Diese Fragen werden im Auslandsgeschäft erfahrene Unternehmer und Berater im Forum 5 am Nachmittag des Außenwirtschaftstages ausführlich diskutieren. □



Alexander Lau Leiter des Referats Außenwirtschaftsförderung, DIHK, Berlin

Schwerpunkte Forum 6:

- Emerging Markets im Nahen und Mittleren Osten
- Emerging Markets in Osteuropa
- Emerging Markets in Lateinamerika

Ausgewählte Wachstumsmärkte im Fokus

Mit den Wachstumsregionen Naher und Mittlerer Osten, Osteuropa und Lateinamerika legt das Forum 6 den Fokus auf die Märkte, in denen mittelständische Unternehmen abseits der ausgetretenen Pfade und Megamärkte in Asien die größte Dynamik der mittelfristigen Geschäftsentwicklung sehen. Echte Wachstumspotenziale liegen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) häufig auf kleineren Märkten, die für sie leichter zu bearbeiten sind als die großen, bei denen sich die Wettbewerber bereits die Klinke in die Hand geben. Dies zeigen die Ergebnisse der jährlichen DIHK-Unternehmensumfrage „Going International“.

Das Forum bietet aus kompetenter Expertenhand im regionalen Vergleich einen Überblick über die Chancen und Risiken eines Geschäftseingagements.

Naher und Mittlerer Osten

Die Märkte des Nahen Ostens und Nordafrikas boomen. Im vergangenen Jahr wuchsen die deutschen Ausfuhren in die arabischen Länder um rund 16 Prozent auf 21,5 Mrd EUR. Auch die Investitionen deutscher Unternehmen nehmen zu – trotz der manchmal schwierigen politischen Rahmenbedingungen. Nicht zuletzt der gute Ruf von Ingenieursleistungen „made in Germany“ macht Deutschland zu einem gefragten Wirtschaftspartner in der arabischen Welt. Da in den arabischen Staaten die persönlichen Beziehungen Voraussetzung für den Geschäftserfolg sind, unterliegen die Anbahnung und Abwicklung von Geschäften besonderen Spielregeln.

Osteuropa

Mittel- und Osteuropa sowie Asien waren in den vergangenen Jahren die Regionen mit den höchsten Zuwächsen bei Handel und Investitionen. Während es in Westeuropa und den USA nur noch langsam vorwärts geht, warten diese Länder mit beeindruckenden Steigerungsraten auf. Rund 15 Prozent des gesamten deutschen Handelsumsatzes entfallen auf Mittel- und Osteuropa. Bereits 57 Prozent aller im Ausland aktiven Unternehmen sind auf osteuropäischen Märkten präsent, in wachsendem Maße in Form von Investitionen. Gerade für KMU bieten die Länder Osteuropas durch die geographische Nähe zu Deutschland entscheidende Standortvorteile.

Lateinamerika

Lateinamerika weist seit Jahren anhaltend hohe Wachstumsraten auf. Besonders Südamerika profitiert von der stetig wachsenden Nachfrage nach Rohstoffen und Agrarerzeugnissen aus China und anderen asiatischen Ländern. Die hohe Liquidität auf dem globalen Finanzmarkt und das relativ niedrige internationale Zinsniveau sind weitere Faktoren, die sich zugunsten der Region auswirken. Wachstumsimpulse leiteten sich auch aus der Erstarbung der lateinamerikanischen Binnenmärkte ab. Viele Länder der Region haben den Zustrom von Exportdevisen, Direktinvestitionen und Finanzmarktanlagen genutzt, um die Auslandsverschuldung abzubauen und die Haushalte zu konsolidieren. Deutschland ist nach den USA und Spanien drittgrößtes Herkunftsland von Auslandsinvestitionen in der Region. □

Imagine

A 600 Ton Truck in Your Sandbox

Liebherr's **T 282** World's Largest Dumptruck

K. Joachim Janka, President
Liebherr Mining Equipment Co.
Newport News, VA

Imagination Becoming Reality

Virginia's Hampton Roads

World Trade Center
Birkenstrasse 15
28195 Bremen
Germany
+49.421.174.660

500 Main Street
Suite 1300
Norfolk, VA 23510 USA
1.757.627.2315

21 Enterprise Parkway
Suite 200
Hampton, VA 23666 USA
1.757.627.2315



hreda.com

Chesapeake ■ Franklin ■ Gloucester County ■ Hampton ■ Isle of Wight County ■ James City County ■ Newport News
Norfolk ■ Poquoson ■ Portsmouth ■ Southampton County ■ Suffolk ■ Virginia Beach ■ Williamsburg ■ York County

Dr. Ulrich Schürenkrämer Mitglied des Management Committee Deutschland, Deutsche Bank

Europa wächst zusammen – zunehmend auch im Finanzsektor. Im Januar 2008 wird der einheitliche Zahlungsverkehrsraum (Single Euro Payments Area – SEPA) in Kraft treten. Er wird für europäische Firmenkunden erhebliche Vorteile bringen.

SEPA – einfache Bankgeschäfte in Europa

Die SEPA verändert und vereinfacht den nationalen und grenzüberschreitenden Zahlungsverkehr in den Ländern der Europäischen Union (EU) stark. Mit der SEPA werden künftig bargeldlose Zahlungen so standardisiert, dass es für Bankkunden keine Unterschiede mehr zwischen nationalen und grenzüberschreitenden Zahlungen gibt. Die SEPA erfordert einen gemeinsamen Rechtsrahmen sowie gemeinsame Standards, Prozesse und Datenformate für Zahlungsverkehrstransaktionen in Europa. Dieser Prozess ist weitestgehend abgeschlossen.

Die Deutsche Bank nimmt als führende Clearing-Bank in Europa auch bei der SEPA-Einführung eine First-Mover-Position ein, um das Rationalisierungspotenzial für alle Kunden möglichst früh und nachhaltig nutzbar zu machen. Bereits zum Start im Januar kommenden Jahres werden deshalb SEPA-Zahlungen im In- und Ausland nach denselben Kriterien abgewickelt wie bisher der inländische Zahlungsverkehr. Das bedeutet auch: Die Konditionen für den in- und ausländischen SEPA-Zahlungsverkehr werden gleich sein. Statt Gebühren in Höhe von mehreren EUR, die bisher bei Auslandsüberweisungen in einige EU-Mitgliedsländer gezahlt werden mussten, fallen künftig nur noch Gebühren von deutlich weniger als einem EUR an. Diese Konditionen gelten bei der Deutschen Bank auch für Überweisungen mit einem Betrag von mehr als 50.000 EUR, die von der bestehenden EU-Preisverordnung nicht betroffen sind. Insbesondere für Firmen mit intensivem Auslandsgeschäft bringt die SEPA-Einführung deshalb erhebliche Einsparpotenziale.

Um einen reibungslosen Übergang in die neue Zahlungsverkehrs-
 ära zu gewährleisten, können die Firmenkunden der Deutschen Bank bisher genutzte Zahlungsformate weiter verwenden. Ein



© Katasa/flickr

weiterer Vorteil: Kunden können ihre bereits bestehenden Konten in der Eurozone und Großbritannien für den Zahlungsverkehr in der SEPA nutzen. Sie sind nicht gezwungen, neue Konten an einem zentralen Standort zu eröffnen.

Für Unternehmen mit beträchtlichem Auslandsgeschäft lohnt es sich in jedem Fall, ihren Zahlungsverkehr möglichst umgehend auf die neuen SEPA-Kriterien umzustellen. Das heißt insbesondere die Nutzung der IBAN (International Bank Account Number) und des BIC (Bank Identifier Code) statt der Kontonummer und Bankleitzahl. Die Konditionen und der Komfort der neuen europaweiten Zahlungsweise sind dafür nicht die einzigen Gründe. Denn über kurz oder lang werden die national begrenzten Zahlungssysteme abgeschafft werden. Die Europäische Kommission erhöht bereits den Druck, die nationalen Zahlungsverkehrssysteme auslaufen zu lassen und möchte die Migration einer kritischen Masse auf die neuen SEPA-Instrumente möglichst bis zum Jahr 2010 erreicht haben. □

Wachsendes Istanbul bietet Exportchancen

Istanbul droht im Verkehrskollaps zu versinken. Schon mancher hat seinen Flieger verpasst, weil er auf dem Weg zum Flughafen stundenlang im Stau festsaß. Und auch der Weg auf die asiatische Seite gestaltet sich schwierig. Die beiden Bosphorus-Brücken sind während der Hauptverkehrszeit hoffnungslos überlastet. Selbst der Bau einer dritten Brücke würde wohl kaum Abhilfe schaffen, denn die Zufahrtsstrecken zur neuen Brücke würde größtenteils über bereits heute überlastete Straßen führen.

Der Ausbau des U-Bahnnetzes soll die lang ersehnte Abhilfe schaffen. Heute verfügt die Stadt mit ihren zwölf Millionen Einwohnern nur über ein rudimentäres und größtenteils veraltetes Netz aus Straßenbahnen, Vorortzügen und U-Bahnlinien. Die meisten

Busbahnhof über Bağcılar und Başakşehir zum Olympiastadium. Während der ersten Bauphase, die voraussichtlich 2009 abgeschlossen wird, entstehen eine 17 Kilometer lange unterirdische Strecke und 16 neue U-Bahnhöfe. Die neue Linie wird rund 70.000 Fahrgäste pro Stunde befördern können. Am Bau, dessen Gesamtkosten auf 540 Mio USD beziffert werden, sind auch viele deutsche Firmen beteiligt. „Insgesamt wurden Aufträge im Wert von rund 122 Mio USD an Unternehmen aus Deutschland vergeben. Damit kommen rund 70 Prozent aller ausländischen Materialzulieferungen des Neubaus aus Deutschland“, erklärt Matthias Bahr, Repräsentanzleiter des Hamburger Export-Dienstleistungsunternehmens Lincas in Istanbul.

Lincas koordiniert dabei alle Materialzulieferungen für die Erweiterung des Istanbul U-Bahnnetzes. „Es handelt sich hierbei um ein so genanntes FLEx-Projekt, das heißt wir übernehmen die Logistik für alle Zulieferer weltweit sowie die Exportabwicklung und die Zollformalitäten. Darüber hinaus beschafft Lincas eine kostengünstige Hermes-gedeckte Gesamtfinanzierung“, erläutert Matthias

Partner

33

Matthias Bahr General Manager Türkei, LINCAS Export Services GmbH, Hamburg

Die Türkei investiert massiv in den Ausbau ihrer Infrastruktur. Davon profitieren auch zahlreiche deutsche Unternehmen. Mit „FLEx“ erleichtert die Hamburger Firma Lincas Exporteuren aus der Bundesrepublik den Weg an den Bosphorus.

Pendler bleiben somit auf die Bosphorusfähren, Busse und Dolmuse angewiesen – und stecken täglich im Stau. Der geplante Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs stockt immer wieder. Mal fehlt das Geld, dann führen archäologische Funde zu Verzögerungen. So stieß man bei den Bauarbeiten zum zukünftigen Bahnhof in Yenikapi auf den historischen Hafen Istanbul. Die dort gefundenen sieben Schiffswracks aus dem 10. bis 13. Jahrhundert sowie Amphoren und Gebäudefundamente werden von Archäologen in einer Notgrabung gesichert. Solange ruhen die Bauarbeiten in Yenikapi. Der unterirdische Bahnhof wird zur Drehscheibe des Istanbul Nahverkehrs. Eines Tages sollen von hier aus die U-Bahnen über das Goldene Horn zum Taksim-Platz sowie unter dem Bosphorus hindurch nach Üsküdar rollen.

Auch in den westlichen Vororten wird das Schienennetz erweitert. Eine neue, 22 Kilometer lange Strecke führt vom Istanbul

Bahr. Dabei müssen 80 Zulieferer aus aller Welt koordiniert werden und rund 1.500 Lieferungen rechtzeitig an ihrem Bestimmungsort ankommen. Lincas garantiert gegenüber dem Auftraggeber, den Istanbul Verkehrsbetrieben IETT, die pünktliche Lieferung. Das Logistikunternehmen erleichtert insbesondere kleineren deutschen Unternehmen den Export, da diese sich nicht um komplizierte Hermesdeckungen bemühen müssen und so ihre Risiken begrenzen können.

Für Lincas hat sich der Aufbau einer Repräsentanz in Istanbul gelohnt. Das Unternehmen profitiert vom Ausbau der türkischen Infrastruktur. „Wir sind jetzt seit 2005 in Istanbul erfolgreich tätig und ich bin optimistisch, dass wir weitere lukrative Aufträge an Land ziehen werden. Denn mit unseren FLEx-Projekten bieten wir eine einzigartige Dienstleistung an, die 2005 mit dem Preis der deutschen Außenwirtschaft ausgezeichnet wurde,“ erklärt Matthias Bahr. □

Dr. Hans Janus Mitglied des Vorstandes der Euler Hermes Kreditversicherungs-AG

Exportkreditgarantien des Bundes, so genannte Hermesdeckungen, begleiten deutsche Unternehmen bei ihren Geschäften mit ausländischen Kunden und helfen bei der Erschließung von schwierigen oder risikoreichen Märkten. Damit sind sie das wichtigste Instrument der staatlichen Exportförderung.

Herausforderung Globalisierung

Exportkreditversicherung als verlässlicher Risikomanager der Exportwirtschaft

Exportgeschäfte im Volumen von jeweils etwa 20 Mrd EUR wurden in den vergangenen Jahren abgesichert, ungefähr zwei Prozent der deutschen Ausfuhren. Aber diese zwei Prozent haben es in sich: Geschäfte mit Abnehmern in kritischen Ländern, lange Rückzahlungsfristen, komplexe Finanzierungsstrukturen, dies sind Konstellationen, die mit einer Hermesdeckung gelöst werden können. Länder wie China, Russland, Brasilien und die Türkei sind die Märkte, die regelmäßig ganz oben auf der Liste der abgesicherten Länder stehen. Gleichzeitig war der Markt für Risikoabsicherungen noch nie so innovativ wie heute und die Globalisierung macht auch nicht vor den staatlichen Exportkreditagenturen (ECAs) halt. Sowohl für sie als auch für die privaten Kreditversicherer ändern sich die Rahmenbedingungen fundamental.

Subsidiaritätsprinzip

Der Auftrag der Exportförderung bedeutet für die ECAs nur in den Märkten zu agieren, für die kein ausreichendes privates Angebot zur Verfügung steht. Dies zeigt sich konkret im Kurzfristgeschäft: Exporte in die Europäische Union (EU) und die Kernländer der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) dürfen nur von der privaten Assekuranz abgesichert werden. Dieses Subsidiaritätsprinzip gewährleistet einen fairen Wettbewerb und sichert den Exporteuren ihre Geschäftschancen und die Wahl ihres Versicherungspartners. Absicherungen für

Länder, die sich in Transformationsprozessen befinden, wie zum Beispiel China oder Russland, und in denen ausreichend Liquidität zur Verfügung steht, werden oft von beiden Anbietern parallel angeboten. Die Schwellenländer mit erhöhtem Risiko werden überwiegend nur von den ECAs abgesichert. Dies ist der originäre Markt der staatlichen Exportkreditversicherung. Doch nicht nur im Kurzfristgeschäft lösen sich die traditionellen Grenzen zwischen den Kreditversicherern auf. Das Angebot für mittelfristige Kredite, ursprünglich eine Domäne der ECAs, gewinnt für die privaten Versicherer zunehmend an Attraktivität.

Kommerzielle Risiken im Vordergrund

Hermesdeckungen werden immer noch primär mit der Absicherung politischer Risiken in Verbindung gebracht. Das ist zwar nicht falsch, aber bei genauerer Betrachtung stellt sich die Situation differenzierter dar. Die klassischen politischen Risiken, wie Transferverbote oder Moratorien spielen heute keine Rolle mehr. Die Devisensysteme nahezu aller Länder sind liberalisiert und dereguliert, sodass staatliche Finanzkrisen sich eher in starken Abwertungen der Lokalwährung und eventuell nachfolgenden Unternehmensinsolvenzen ausdrücken. Kommerzielle Risiken stehen daher im Vordergrund. Dies gilt auch für Wirtschaftszweige, die früher eher staatlich organisiert und durch öffentliche Unternehmen oder staatliche Zahlungsgarantien geprägt waren.

Die ursprünglichen Unterscheidungskriterien zwischen staatlicher und privater Kreditversicherung scheinen somit kaum noch zeitgemäß. Die vermeintlich unbegrenzt verfügbare Liquidität macht außerdem die Absicherung von Kreditrisiken zu vergleichsweise niedrigen Preisen möglich und öffnet neuen Akteuren den Markt. Im Bereich der Projektfinanzierungen sind heute fast ausschließlich die internationalen Großbanken aktiv, meistens solche mit Sitz außerhalb Deutschlands. Geschäftsbanken sehen bei normalen Exportfinanzierungen nicht selten Probleme, die Kosten der Hermesdeckung dem Kunden weiter zu belasten und verzichten



» National benefit ersetzt den national content.

© Euler Hermes Kreditversicherungs-AG

in solchen Fällen auf die Absicherung. Die jüngsten Turbulenzen an den Finanzmärkten dürften jedoch zu einer Neufestlegung der Preise für den Risikotransfer führen, die der Risikolage im internationalen Geschäft eher angemessen ist.

National content versus national benefit

Die ECAs haben sich diesen Veränderungen sehr flexibel angepasst. Die internationale Arbeitsteilung auf der Seite der Exporteure nahmen sie zum Anlass, Rückversicherungslösungen für die ausländischen Produktionsanteile zu entwickeln und damit die Exporteure zu unterstützen. Denn Internationalisierung auf der Lieferanten-seite bedeutet auch einen Rückgang der Wertschöpfungsquote im Land des Exporteurs. Vergleichbare Wettbewerbsbedingungen der ECAs beruhen auf dem OECD-Konsensus, auch wenn dort nicht alle Aspekte geregelt werden. So wird zum Beispiel die Entscheidung, in wie weit der „national content“ bei der Beurteilung der Förderungswürdigkeit im Vordergrund steht, von den einzelnen ECAs unterschiedlich getroffen. Die Hermesdeckungen sehen sich hier mit einer Position, die einen hohen Wertschöpfungsanteil im Inland voraussetzt, manches Mal gegenüber anderen, die den eher etwas vagen „national benefit“ betonen, im Nachteil. Statt der Produktion im Inland wird die Projektverantwortung eines inländischen Unternehmens und seine Innovationskraft als wichtiger beurteilt („made by Siemens“ statt „made in Germany“). So werden globalisierte Wertschöpfungsketten auch von der nationalen Exportförderung zur Kenntnis genommen und die heimischen Industrieunternehmen in ihrem globalen Handeln unterstützt. National benefit ersetzt den national content.

Verschiedene Verfahren und Regeln führen innerhalb der ECAs der OECD-Mitgliedsländer sowie der Berner Union zu einer weit reichenden Transparenz der Konditionen und schaffen damit gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Akteure. Im Gegensatz dazu bieten OECD-unabhängige ECAs Absicherungen zu Konditionen an, die den traditionellen ECAs häufig erhebliche Konkurrenz machen. Unklarheit über die Strukturen und Geschäftsmodelle erschweren eine mögliche Zusammenarbeit. Eine wichtige Zielsetzung ist es deshalb, diese ECAs in den Diskurs einzubeziehen. Dies geschieht sowohl auf Ebene der OECD als auch der Berner Union, der inzwischen 52 staatliche und private Kreditversicherer angehören.

Trotz allem darf nicht übersehen werden, dass längst nicht alle Risiken von privaten Gesellschaften übernommen werden können. Wenn die staatlichen ECAs ihre Aufgaben in der Exportförderung wahrnehmen sollen, müssen sie, um dem Gebot der Selbsttragung gerecht werden zu können, ein ausreichend breites Risikospektrum anbieten dürfen (Länder, Käufer, Branchen, Kreditlaufzeiten). Können die ECAs dem Selbsttragungsgrundsatz langfristig nicht mehr Genüge tun, ist das System der staatlichen Exportförderung und damit auch die gegenseitige Ergänzung zum Scheitern verurteilt.

Die deutsche ECA, Euler Hermes als Beauftragter der Bundesregierung, bewährt sich als moderner Risikomanager für die Exportwirtschaft. In Zusammenarbeit mit anderen ECAs sowie den privaten Banken und Versicherern als Risikopartner werden flexible Lösungen entwickelt, die den Anforderungen der Kunden angepasst sind. Das deutsche Hermes-Instrumentarium, 2007 als „Best Export Credit Agency“ ausgezeichnet, bestätigt so seine weltweit führende Rolle. □

Thomas Clemens Hampton Roads Economic Development Alliance

Von den Träumen vieler inspiriert und kaum vergleichbar mit ähnlichen Regionen präsentiert sich Hampton Roads (Virginia) als emsiges Zentrum mit grenzenloser Leidenschaft. Obwohl es bereits seit seiner Gründung im Jahr 1607 das Tor zur mittleren Atlantikküste der Vereinigten Staaten von Amerika darstellt, ist die Bereitschaft der Region zu Expansion und Wachstum nach wie vor beeindruckend.

Hampton Roads – Tor zur mittleren Atlantikküste der USA

Internationalität wird in Hampton Roads nicht nur begrüßt, sondern durch leistungsfähige Dienstleistungs- und Unterstützungsnetzwerke gefördert. Mit über 160 Firmen aus 27 Ländern in den 15 Städten und Gemeinden der Region bietet Hampton Roads einen fruchtbaren Boden für innovative Unternehmen aus den Bereichen Technologie, Transport und Vertrieb. Der Hafen von Hampton Roads ist ein wichtiger Eckpfeiler der Geschäftstätigkeiten in der Region. Begünstigt von der Nähe zum nur 30 Kilometer entfernten offenen Meer und von der Tatsache, der beste natürliche Tiefwasserhafen an der US-Atlantikküste zu sein, wird er von 48 Schifffahrtsgesellschaften angelaufen, durch die er mit mehr als 380 Häfen in über 115 Ländern verbunden ist. APM/Maersk schloss kürzlich die erste Bauphase ihres 450 Mio USD teuren und über 232 Hektar großen Terminals in Portsmouth (Virginia) ab. Die Anlage ist das erste privatwirtschaftlich errichtete Containerterminal in den USA und wird nach seiner Fertigstellung das größte an der Ostküste sein. Die letzte Ausbauphase des Projekts mit einer Kapazität von 2,16 Millionen TEU soll 2017 abgeschlossen sein. Die Kombination von strategisch günstiger Lage, hervorragenden Transportmöglichkeiten und reichlich vorhandenen Grundstücken macht Hampton Roads zur idealen Wahl für Logistikdienstleister.

Die Firma Stihl, Inc., dessen US-Zentrale in Virginia Beach angesiedelt ist, hat im Oktober 2007 als achtes Gebäude auf dem Werksgelände eine 25 Mio USD teure Anlage zur Herstellung von Führungsschienen für Motorsägen in Betrieb genommen. Das Unternehmen ist der größte Produktionsbetrieb in Virginia

Beach und hat sich zum Ziel gesetzt, die Kapazität des Standorts bis 2009 zu verdoppeln, erklärt Peter Müller, Executive Vice President Operations. Der Bau einer zehn Mio USD teuren und rund 14.300 Quadratmeter großen Lagererweiterung soll bis zum kommenden April fertiggestellt sein. „Wir erhöhen fortlaufend unseren Marktanteil“, sagte Müller.

Die Verflechtung mit anderen nationalen Märkten durch viele, gut ausgebaute Fern- und Regionalstraßensysteme ermöglicht die anforderungsgerechte Versorgung einer ganzen Reihe von Branchen mit Waren. Darüber hinaus wird Hampton Roads von den großen Schienenverkehrsanbietern Norfolk Southern und CSX bedient, wodurch Schienentransporte einfach und preisgünstig durchführbar sind. Der Staat Virginia hat vor kurzem mehr als 22,3 Mio USD zur Verfügung gestellt, um den Betrieb beider Bahnlinien weiter zu optimieren. Die Region verfügt auch über zwei internationale Flughäfen, die derzeit großzügig erweitert werden, um dem erwarteten weiteren Wachstum und der Ansiedlung neuer internationaler und nationaler Unternehmen in Hampton Roads gerecht werden zu können.

Diese Vorhersagen, Pläne und Verbesserungen verdeutlichen das Bekenntnis und den Willen kommunaler und bundesstaatlicher Funktionsträger zur Unterstützung des Wachstums in der Region auf internationaler Ebene. Durch Anreize wie die Gewährung von Zuschüssen und Krediten sowie Unterstützung bei Standortwechseln und der Ver- und Entsorgung arbeitet Hampton Roads mit jedem einzelnen Unternehmen zusammen, um deren spezifische Bedürfnisse zu erfüllen.

Hochwertige Hafenanlagen und zahlreiche Gewerbestandorte machen Hampton Roads zum Tor zur mittleren Atlantikküste der USA. Hier findet sich die für internationale Geschäftstätigkeiten erforderliche Infrastruktur sowie genügend Geschäftssinn für Investitionen in die Zukunft, die sich der florierenden Weltwirtschaft anpassen. □

Außenwirtschaftsportal iXPOS mit neuer Struktur

Informationen und Ansprechpartner schneller finden

Ziel des Relaunchs: Mehr Übersichtlichkeit, benutzerfreundlichere Funktionen und Mehrwert durch die Integration verschiedener Datenbanken. Schließlich sind über die Jahre viele Partner und Inhalte hinzugekommen. Künftig wird sich die Navigation an



Partner

37

Martin Ries Bundesagentur für Außenwirtschaft, Leitung und Koordination Stabstelle iXPOS

Das Außenwirtschaftsportal iXPOS ist strukturell und inhaltlich komplett überarbeitet worden.
Zum 7. Deutschen Außenwirtschaftstag in Bremen wird die Seite online zu sehen sein.
Die Adresse lautet weiterhin www.ixpos.de.

den Phasen der Erschließung von Auslandsmärkten orientieren. So bekommen Unternehmer individuell zu jeder Situation schnell die relevanten Ansprechpartner und Informationen. Dadurch sollen sich vor allem Einsteiger besser zurecht finden.

Außenwirtschaftsprofis nutzen hingegen komfortabel die verbesserten Suchfunktionen. Die Geschäftspartnersuche wird jetzt ebenfalls einfacher, da die Funktionen des e-trade-centers integriert wurden. Der Unternehmer kann somit auf der Seite Geschäftspartner suchen oder einen eigenen Geschäftskontaktwunsch einstellen.

Über die integrierte Suche hat der Unternehmer Zugriff auf Veranstaltungen, Seminare und Delegationsreisen von über 150 Veranstaltern. Er kann die Publikationsdatenbank mit über 400 Titeln durchsuchen und sich alle Förderprogramme von Bund, Ländern und Europäischer Union anschauen.

iXPOS arbeitet mit über 70 Partnern aus der Außenwirtschaftsförderung. Dazu gehören Kammern, Verbände, Ländervereine, Förderbanken und weitere Organisationen. Darüber hinaus sind Bundes- und Landesministerien sowie wichtige Behörden Mitglieder bei iXPOS. Ins Leben gerufen wurde iXPOS vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie als Serviceverbund Außenwirtschaft. □

Ansprechpartner

Martin Ries
Bundesagentur für Außenwirtschaft
Leitung und Koordination Stabstelle
iXPOS
Telefon: 0221/ 2057-219



Peter Lamar Corporate Finance, Commerzbank AG

Die Bedeutung des Exports für die deutsche Wirtschaft ist seit jeher groß – und sie wächst weiter. Doch der Weg ins Ausland ist immer mit erhöhten Risiken verbunden. Deshalb ist ein professionelles Risikomanagement bei Exportgeschäften für jedes Unternehmen ein Muss.

Effiziente Außenhandelsfinanzierung für den deutschen Mittelstand

Etwa zwei Drittel des Wirtschaftswachstums in Deutschland gehen auf das Konto der exportierenden Unternehmen. Eine besondere Rolle spielen jene Betriebe, die gerne als Rückgrat der deutschen Wirtschaft bezeichnet werden: mittelständische Unternehmen. Viele von ihnen behaupten sich erfolgreich im globalen Wettbewerb und sind oft sogar Weltmarktführer. Voraussetzung für den Erfolg im Ausland ist häufig, dass den Abnehmern großzügige Zahlungsziele gewährt werden. Gerade für mittelständische Unternehmen sind die Themen Risikoabsicherung und Absatzfinanzierung vor diesem Hintergrund von existenzieller Bedeutung.

Der Exportwirtschaft stehen dafür bewährte Produkte der Außenhandelsfinanzierung zur Verfügung. Aufbauend auf den Exportkreditgarantien des Bundes, den so genannten Hermesdeckungen, können in Ländern mit erhöhtem Risiko Finanzierungsangebote unterbreitet werden, die neben der Qualität des „made in Germany“ oft mit ausschlaggebend sind für den Gewinn des Auftrags.

Herausforderung kleinvolumige Exportgeschäfte

Beim Mittelstand stehen daneben aber auch Themen wie Liquidität, Bilanzentlastung und Kennzahlenverbesserung im Fokus. Er sichert sich bei einer Hermes gedeckten Exportfinanzierung nicht nur den Vorteil, dass seine Risiken weitestgehend abgesichert sind und vom Bund beziehungsweise der Hausbank übernommen werden: Aufgrund der Finanzierungsfunktion der Hausbank belasten die mit dem ausländischen Besteller vereinbarten Zahlungs-

ziele weder die Liquidität noch die Bilanz des Exporteurs. Solche Lösungen zur Außenhandelsfinanzierung kostengünstig auch bei kleinen Auftragswerten anzubieten, dieser Herausforderung stellt sich die Commerzbank im Rahmen ihrer Ausrichtung „Beste Mittelstandsbank“. Denn: Finanzierungsvolumina im zweistelligen Millionenbereich rechtfertigen zwar regelmäßig eine aufwendig strukturierte Exportfinanzierung, beim exportorientierten Mittelstand in Deutschland besteht aber auch für Auftragswerte deutlich unter einer Mio EUR immer häufiger Finanzierungsbedarf. Lösungsansätze sind hier standardisierte Exportfinanzierungsprodukte in Form von Ankäufen bundesgedeckter Exportforderungen und in Form von Bestellerkrediten.

Forderungsankauf: Keine Information an den ausländischen Schuldner

Beim Ankauf einer bundesgedeckten Exportforderung kauft das Kreditinstitut die Hermes gedeckte Geldforderung des mittelständischen Exportunternehmens aus dem Exportvertrag zum Barwert an. Grundlage ist ein zwischen Bank und Exporteur abzuschließender Ankaufsvertrag. Der Nominalbetrag der Kaufpreisforderung (Kapital und Zinsen ohne die Anzahlung) wird zu einem festen Zinssatz abdiskontiert. Die Finanzierungskosten (Zinsen und Provisionen) zahlt der Exporteur als Forderungsverkäufer. Er hat sie idealerweise in den vom ausländischen Besteller zu zahlenden Käuferzins eingerechnet.

Der Verkauf erfolgt ohne Information an den ausländischen Schuldner. Eingebunden ist neben den Parteien des Ankaufsvertrages nur die Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, die dem Verkauf und der Abtretung der Exportforderung an die finanzierende Bank zustimmen muss. Mit Vorlage der Lieferdokumente kann dem Exporteur dann die Liquidität aus dem Verkauf zur Verfügung gestellt werden.

Dieser Forderungsankauf bietet nicht nur eine Lösung für mittel- und langfristige Exportforderungen mit einer Laufzeit

von drei bis fünf Jahren aus Investitionsgüterexporten: Auf Basis entsprechender Rahmenvereinbarungen zwischen Kreditinstitut und Exporteur können auch kurzfristige Forderungen, mit einer Fälligkeit bis zu einem Jahr, ab hundert tausend EUR aus regelmäßig laufenden Handelsgeschäften unter einer Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung des Bundes angekauft werden.

Bestellerkredit: Auszahlung des vollen Warenwerts

Beim Bestellerkredit wird dem ausländischen Besteller über seine Bank, die als Kreditnehmer auftritt, ein Kredit zur Bezahlung des Exportgeschäftes zur Verfügung gestellt. Diese Forderungen werden mit Vorlage eines Liefernachweises direkt an den deutschen Exporteur ausgezahlt. Im Unterschied zum Forderungsankauf erhält der Exporteur dabei jedoch den vollen Warenwert, abzüglich der bereits erhaltenen Anzahlung. Der ausländische Kreditnehmer trägt die Finanzierungskosten, das heißt Zinsen und Provisionen. Die weitere Abwicklung des Kredites erfolgt dann zwischen der Hausbank und der ausländischen Bank.

Die Realisierung eines Bestellerkredites verlangt also das erfolgreiche Zusammenspiel mehrerer Parteien. Involviert sind der Exporteur, der ausländische Importeur, die Hausbank, die ausländische Bank und die Euler Hermes Kreditversicherungs-AG. Mit einer Verschlinkung der Prozesse und vereinfachtem Handling hat die Commerzbank den Bestellerkredit auch bei Auftragswerten unter einer Mio EUR einsetzbar gemacht, wie sie gerade im Mittelstand typisch sind.

Grundlage der Finanzierung sind jeweils Rahmenkreditvereinbarungen der Commerzbank mit der ausländischen Bank, in denen die Dokumentation der Finanzierung vorab festgelegt wird, so dass sie nicht mehr im Einzelfall verhandelt werden braucht. Bestellerkredite kann die Commerzbank deshalb auch schon für ein Finanzierungsvolumen ab 500.000 EUR anbieten.

Der Bund ist bemüht, sein Instrumentarium gerade mit Hinblick auf die mittelständische deutsche Exportwirtschaft laufend zu verbessern. So sind nun auch Rahmendeckungen für ausländische Schuldner möglich, bei denen eine Reihe von Exportgeschäften bis zu einem festgelegten Limit von der Deckung umfasst werden. Zudem können jetzt auch die Kosten der Exportkreditgarantie in vollem Umfang unter einem Bestellerkredit finanziert werden. Das ist für mittelständische Unternehmen eine wichtige Verbesserung,

weil man nun die Kosten der Finanzierung weitestgehend aus der Auftragskalkulation heraushalten kann.

Wie beim Forderungsankauf gilt hier das Prinzip der Liefergebundenheit: Grundlage ist immer das Exportgeschäft eines deutschen Unternehmens, auf das bei der Finanzierung in den entscheidenden Punkten (Volumen und Laufzeit) abgestellt wird. Eine weitere Gemeinsamkeit von Forderungsankauf und Bestellerkredit ist die Exportkreditgarantie des Bundes zu Absicherung der wirtschaftlichen und politischen Risiken. Bei schwierigen Länderrisiken empfiehlt es sich, frühzeitig mit Euler Hermes Kontakt aufzunehmen und die Frage einer möglichen Deckung zu klären.

Erfolgsentscheidend: Früher Kontakt

Wie bei allen Finanzierungen, bei denen mehrere Beteiligte zusammenspielen müssen, sollten die Spezialisten der Hausbank hier so früh wie möglich eingeschaltet werden – am besten sofort, wenn das Thema Finanzierung des Exportgeschäftes vom Besteller angesprochen wird. Dies ist die beste Gewähr für eine schlanke und erfolgreiche Abwicklung der Finanzierung. □





Dr. Günther Ch. Eisinger Business Development Manager, International SOS Deutschland

Viele Unternehmer haben verstanden, dass die Regeln der Globalisierung längst zu einem Naturgesetz geworden sind. Wir können uns diesen Gesetzen nicht (mehr) entziehen, sondern müssen lernen, sie zu nutzen.

Entwicklungs- und Schwellenländer – Chance oder Risiko?

Während Großunternehmen die Weltmärkte seit langem erfolgreich bedienen, entdecken gegenwärtig mittelständische Betriebe und selbst Kleinunternehmer die Chancen der globalen Nachfrage. Besonders vielversprechend erweisen sich bisher noch uner-schlossene Märkte, wie sie häufig in Entwicklungs- oder Schwellenländern vorzufinden sind. Diese Länder sind jedoch oft mit erheblichen Risiken für Unternehmensmitarbeiter verbunden. Das folgende Praxisbeispiel zeigt, wie Unternehmen aller Branchen und Größen chancen- aber auch risikoreiche Märkte bearbeiten können, ohne ihre wertvollste Ressource – die Mitarbeiter – zu gefährden.

Bestandsaufnahme am Beispiel Kasachstan

Der Eintritt in den kasachischen Markt wurde von der Geschäftsführung des mittelständischen Unternehmens wirtschaftlich als lohnend bewertet. Allgemeine Daten über volkswirtschaftliche Parameter und die branchenbezogene Auftragslage konnten leicht und zuverlässig ermittelt werden. Viel schwieriger war es, rechtliche Rahmenbedingungen zu eruieren. Schließlich konnte dies über Auslandshandelskammern und assoziierte Organisationen ebenfalls geklärt werden. Die größten Hürden schienen zunächst genommen. Jetzt stellte sich zwangsläufig die Personalfrage. Wer ist geeignet und gewillt nach Zentralasien zu gehen? Schnell wurde klar, dass über die allgemeine, ganz zu schweigen von der lokalen Sicherheitslage kaum etwas bekannt war. Fragen zu Terrorismus, Kriminalität, Korruption und ähnlichem konnten nicht zufriedenstellend beantwortet werden. Gleiches galt für den medizinischen Bereich. Wichtige, nicht zu beantwortende Fragen waren etwa: Wo sind die nächsten Krankenhäuser?

Welche Standards bieten diese? Gibt es Fachärzte? Wenn ja – sprechen diese deutsch oder englisch? Erst jetzt wurde der Unternehmensführung bewusst, dass sie ohne ein Sicherheitsnetz keine Mitarbeiter nach Zentralasien schicken kann. Der erste Versuch, über die Deutsche Botschaft Auskunft über die Sicherheitslage vor Ort und über die medizinische Infrastruktur zu erhalten, war erfolglos.

Vor-Ort-Risikoanalyse

Schließlich wurde International SOS als Spezialist für diesen Bereich empfohlen und mit der Durchführung einer Risikoanalyse für die Standorte Almaty, Astana, Atyrau und Aktau beauftragt. In einer umfassenden Vor-Ort-Analyse wurden alle offenen Fragen eingehend untersucht. Als Ergebnis erhielt das Unternehmen ein ausführliches Briefing und ein über 60-seitiges Dokument, das alle wesentlichen medizinischen und sicherheitsrelevanten Merkmale detailliert behandelte. Dabei schätzte die Geschäftsführung nicht nur die methodisch fundiert erarbeiteten und präzisen Informationen, etwa über die hohe kriminell motivierte Anschlagrate auf Ausländer in Aktau, sondern zusätzlich auch

International SOS – Medizinische- und Sicherheitsdienstleistungen weltweit

Das Angebot richtet sich an Organisationen, die Mitarbeiter ins Ausland entsenden. Wo Versicherungen für finanzielle Sicherheit sorgen, helfen wir in Not geratenen Menschen direkt und unmittelbar, mit eigener Infrastruktur, operativer Koordination und Beistand.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

International SOS Deutschland
Tel.: +49 6102 3588 441
www.internationalsos.de

» International SOS leistet medizinische Hilfe und führt Evakuierungen auch im Sicherheitsnotfall durch - weltweit.



© Supernova/Flickr, International SOS Deutschland

deren Bedeutung für die unternehmerische Praxis. Empfehlung: „Geschäftsreisen nach Aktau können durchgeführt werden, wenn folgende Maßnahmen getroffen werden.“

Corporate Social Responsibility

Unternehmerische Ziele und Verantwortungsbewusstsein für Mitarbeiter – Schlagwort Corporate Social Responsibility – widersprechen sich nicht unbedingt. Durch gezielte Analysen und eine gute Vorbereitung der Mitarbeiter kann beides erreicht werden. In dem konkreten Beispiel wurde letztendlich der Markteintritt unter bestimmten Voraussetzungen empfohlen.

Das Unternehmen operiert heute erfolgreich in Kasachstan. Es weiß, es kann jederzeit erstklassige Hilfe in einer der International SOS-Kliniken in Almaty, Astana, Bautino oder Aktau in Anspruch nehmen beziehungsweise im Notfall umgehend evakuiert werden. Zweifellos haben Schwellen- und Entwicklungsländer ein hohes wirtschaftliches Potenzial. Zweifellos werden die Unternehmen profitieren, die sich am schnellsten in den neuen Märkten etablieren. Mittel- und langfristig werden jene Unternehmen erfolgreich sein, die in der Lage sind, die Risiken, vor allem für die Mitarbeiter, zu beherrschen. □

Henner Lüttich Geschäftsführer, Contor GmbH, Hünxe

Da Märkte immer größer, vielfältiger und wettbewerbsintensiver werden, hat die Standortwahl als strategische Unternehmensentscheidung existenzielle Bedeutung. Ziel ist es, aus der großen Zahl potenzieller Standorte, die schlechten herauszufiltern und die guten zu identifizieren. Das Unternehmen Contor arbeitet dabei auf Basis sehr detaillierter Datenbanken für die Gemeinden Deutschlands und die Regionen der Europäischen Union.

Die Standortfrage ist eine Existenzfrage

Die Makrostandortsuche muss auf Basis von Daten und Fakten erfolgen. Nun wird häufig eingewandt, dass die Standortwahl auch emotional bedingt ist und subjektive Einschätzungen eine große Rolle spielen. Dem ist uneingeschränkt zuzustimmen. Jedoch stellt sich die Frage, an welcher Stelle des Entscheidungsprozesses subjektive Einschätzungen ihren Raum haben. Die Makroanalyse hat das Ziel, aus der riesigen Zahl potenzieller Standorte eine kleine überschaubare Zahl geeigneter Standortalternativen herauszufiltern. Es handelt sich hierbei um die Phase der Entscheidungsvorbereitung. Dem Entscheider, dem Unternehmer oder dem Management wird dann diese übersichtliche Zahl von guten Standortalternativen vorgelegt. Erst an dieser Stelle haben subjektive Einflüsse, die auf den langjährigen Erfahrungen der Unternehmer und des Managements beruhen, ihren Platz.

Die Standortwahl ist unternehmensindividuell. Jede Firma stellt ganz spezifische Anforderungen an einen Standort. Diese Anforderungen hängen nicht allein von der Branche ab. Denn Unternehmen fertigen und verkaufen unterschiedliche Produkte, beliefern unterschiedliche Märkte und beherzigen unterschiedliche Unternehmensphilosophien.

Für die Makroanalyse ergibt sich daraus folgende Schlussfolgerung. Es ist eine Analyse gefordert, die anhand von Daten und Fakten sämtliche potenziellen Standorte simultan überprüft und dabei die spezifischen Unternehmensanforderungen durch eine Vielzahl von möglichen Standortfaktoren beziehungsweise -variablen berücksichtigt. Contor arbeitet auf der Basis sehr großer Datenbanken, aus denen mit den Unternehmen zusammen die relevanten Standortfaktoren herausgearbeitet werden. Diese



© Topfer/Stock Exchange

individuellen Datensätze werden anschließend mit multivariaten statistischen Verfahren, mit Rankingmodellen zur Standortanalyse oder mit Strukturanalysen in Form von Stärken-Schwächen-Analysen bearbeitet. Hierbei handelt es sich um Analysemöglichkeiten, die individuellen Wünschen nur wenig Grenzen setzen, die jedoch acht bis zwölf Wochen Bearbeitungszeit beanspruchen und entsprechend aufwendig sind.

Abgesehen von den sehr individuellen Analysemöglichkeiten ist Contor jedoch der Überzeugung, dass ein Großteil des raumbezogenen Informationsbedürfnisses innerhalb von 30 bis 60 Minuten zu decken ist. Dafür bieten sich Online-Analysen an. Analysen, die von den Kunden selbst erstellt werden, die genau zu dem Bedarfszeitpunkt ausgeführt werden können, unabhängig von Tages- und Nachtzeit, unabhängig von externen Beratern. Contor hat daher Daten für Analysen auf Gemeindeebene Deutschlands oder auf Regionenebene der EU zusammen mit Analysealgorithmen in das geschlossene Tool Contor-Regio gegossen. Auf www.contor-regio.de wird der Anwender in wenigen Schritten durch den gesamten Analyseprozess geleitet. □



Know-how for your international business

▼ **sourcing_asia**

Magazine for Procurement,
Manufacturing and Cooperation.
[Magazine, 52 pages, German/English, € 15,00]
www.sourcing-asia.de

▼ **consulting.world**

From Ideas to Reality
Consulting, Architecture, Engineering & Design.
[Magazine, 40 pages, € 9,00]
www.localglobal.de/consulting

▼ **Business Türkei**

dokumentiert den wirtschaftlichen,
politischen und sozialen Wandel der Türkei.
[Magazin, 52 Seiten, € 7,50]
www.localglobal.de/tuerkei

▼ **Keine Tiger in Indien**

Tagebuch einer Offshoring-Idee.
Autor: Andreas Kotulla
[Buch, 128 Seiten, € 16,95]

▼ **Export von Dienstleistungen**

Potentiale und Strategien beim
„Going International“.
[Buch, 268 Seiten, € 25,00]

▼ **InterGest City Guide**

35 Metropolen für
Geschäftsreisende.
[Buch, 78 Seiten, € 19,00]

▼ **Indien**

Reiseführer für die „Business Class“
Autor: Johannes Wamser,
Peter Sürken, Mike Batra
[Buch, 104 Seiten, € 12,90]

▼ **Russland für Einsteiger**

Ein Ratgeber für Geschäftsleute
Autor: Sergej Butkow, Gaby Henze
[Buch, 104 Seiten, € 12,90]

Order

All books and
magazines at
www.localglobal.de/shop
or at the bookshop.



local global GmbH

Marienstraße 5
70178 Stuttgart
Tel.: +49 711 22 55 88 -24
www.localglobal.de



Benoît Claire Vorstandsvorsitzender Coface Deutschland

Die staatlich unterlegten Exportkreditgarantien spielen unbestritten eine wichtige Rolle für die Exportförderung. Beim Risikomanagement sollte sich der Blick der Unternehmen allerdings nicht darauf verengen.

Chancen- statt Risikomanagement

Staatliche Exportkreditgarantien und private Exportkreditversicherung stehen nicht in Konkurrenz zueinander, sondern sind weitgehend komplementär. Insbesondere im Bereich mit kurzfristigen Zahlungszielen bis etwa einem Jahr darf der Staat Exporte von Unternehmen nur decken, wenn keine ausreichenden Möglichkeiten durch private Kreditversicherer gegeben sind. Aus „marktfähigen“ Ländern dagegen, die von den Privaten abgedeckt werden, muss sich der Staat – auch gemäß EU-Regelungen – zurück ziehen. Das ist in den vergangenen Jahren auch vielfach geschehen. Zuletzt wurden die staatlichen Hermes-Deckungen in Bulgarien und Rumänien beendet. Zuvor waren die mitteleuropäischen Länder, die in der Erweiterungsrunde 2004 der EU beitraten, von der Liste der möglichen Kurzfrist-Deckungen des Bundes genommen worden. Aufgabe der staatlichen Garantien ist es zum einen, im mittel- und langfristigen Bereich Absicherungsmöglichkeiten für Unternehmen zu bieten. Das Gros der staatlichen Absicherungen, die insgesamt etwa zwei bis drei Prozent des gesamten deutschen Exportvolumens betreffen, entfällt auf die Entwicklungs- und Schwellenländer.

Die große Mehrzahl der Unternehmen ist in ihrem Alltagsgeschäft in sehr viel größerem Maße auf die Angebote der privaten Kreditversicherer – oder auf andere Lösungen – angewiesen als auf die staatliche Risikoabsicherung. Die Zahlen: 2006 haben deutsche Unternehmen Waren oder Dienstleistungen im Wert von fast 900 Milliarden Euro exportiert. In westliche Industrieländer gingen davon drei Viertel des Gesamtexportvolumens. Die staatliche Deckungsquote betrug hier weniger als ein Prozent. Von den Exporten in mittel- und osteuropäische Länder wurden in der Summe 2,9 Prozent staatlich abgesichert. 2006 hat die Bundesregierung über Hermes Geschäfte in Höhe von 20,3

Milliarden Euro neu in Deckung genommen. Das Deckungsvolumen allein von Coface Kredit im Ausfuhrkreditgeschäft betrug 50 Milliarden Euro.

Das heißt: Der Staat sichert durchaus nicht mit der Gießkanne deutsche Exporte oder Projektinvestitionen ab, sondern mit Sorgfalt. Die Zahlen zeigen auch: Nur etwa 20 bis 30 Prozent der Ausfuhren aus Deutschland sind überhaupt klassisch kreditversichert.

Der Grund, warum die Privaten bestimmte Märkte nicht bedienen, ist in der Regel das betriebswirtschaftlich nicht zu vertreten-de Risiko. Denn anders als bei den staatlichen Deckungen steht eben nicht der Staat hinter dem Risiko. Der Kreditversicherer muss seine Risiken selbst tragen oder am Markt, zum Beispiel bei Rückversicherern, platzieren.

Risiken – eine Chance am Markt

Auch bei den Unternehmen verbleibt also ein großes Risiko. Sie haben allerdings vielfältige Möglichkeiten, ihr Forderungsmanagement professionell zu betreiben. Dabei ist die Absicherung des Forderungsausfallrisikos enorm wichtig. Informationen über Länder, Branchen und Unternehmen, Kreditversicherung, Finanzierung mit Factoring oder ABS und Inkasso sind Instrumente, die Coface Deutschland in den dynamischen Prozess der weltweiten Wirtschaft einbringt.

Forderungen brauchen nicht mehr nur als Risiko betrachtet zu werden. Sie sind heute Potenzial im Kontext der Unternehmensfinanzierung. Der professionelle Umgang mit Forderungen erweitert den Blickwinkel zwischen Eigen- und Fremdkapital auf die eigenen Ressourcen, die in der Bilanzgröße Forderungen stecken. Im Sinne eines unternehmerischen Chancenmanagements lohnt es sich, über den Tellerrand hinauszublicken: über den der staatlichen Kreditversicherung auf die Möglichkeiten der privaten Kreditversicherer und über die Kreditversicherung hinaus auf die gesamte Palette von Lösungen im professionellen Risikomanagement. □

Coface Anzeige

Firma	Ort	Internet
Aktiv Assekuranz Makler GmbH	München	www.aktiv-assekuranz.de
Aussenhandels-Partnerbüro Kanada	Remscheid	www.canada-partner.net
b2fair	Berlin	www.b2fair.com
bfai - Bundesagentur für Außenwirtschaft	Köln	www.bfai.de
BIG Bremer Investitionsgesellschaft mbH	Bremen	www.big-bremen.de
Bremer Landesbank	Bremen	www.bremerlandesbank.de
Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle BAFA	Eschborn	www.bafa.de
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)	Berlin	www.bdi-online.de
Bundesverband des Deutschen Exporthandelhandels e.V. (BDEx)	Berlin	www.bdex.de
Bundesverband des Deutschen Groß- und Außenhandels (BGA) e.V.	Berlin	www.bga.de
Contor GmbH	Hünxe	www.contor.org
DAV Deutsche Außenhandels- und Verkehrsakademie Bremen	Bremen	www.dav-akademie.de
Deutsche Auslandshandelskammern (AHKs)		www.ahk.de
Deutsche Bank AG GBD / GTB German Midcaps	Frankfurt am Main	www.db.com
Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH	Eschborn	www.gtz.de
Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.	Berlin	www.dihk.de
Deutsch-Kanadische Gesellschaft e.V.	Köln	www.dkg-online.de
DnB NORD	Kopenhagen	www.dnb nord.com
Espada Gerlach Abogados	Barcelona	www.espadagerlach.es
Euler Hermes Kreditversicherungs-AG	Hamburg	www.eulerhermes.de
Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, Exportkreditgarantien	Hamburg	www.exportkreditgarantien.de www.agaportal.de
F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH	Frankfurt am Main	www.laenderdienste.de
ForFact Exportfactoring GmbH & Co. KG	Hamburg	www.forfact.de
Golden Opportunities UK LTD	Bremen	
Hampton Roads Economic Development Alliance	Norfolk, Virginia	www.hreda.com
Handelskammer Bremen	Bremen	www.handelskammer-bremen.ihk24.de
IGAPE, Institut für Wirtschaftsförderung Galicien	Düsseldorf	www.investingalicia.com
inetec.net AiF Geschäftsstelle Berlin	Berlin	www.aif.de
International SOS Emergency Services (Deutschland) GmbH	Neu-Isenburg	www.internationalsos.com
Intrum Justitia Inkasso GmbH	Darmstadt	www.intrum.de
iXPOS - Das Außenwirtschaftsportal	Köln	www.ixpos.de
Jordanische Delegation		
Kamloth & Schweitzer oHG	Bremen	www.schweitzer-online.de
KfW-Bankengruppe	Frankfurt am Main	www.kfw.de
Landesmesse Stuttgart	Stuttgart	www.messe-stuttgart.de
Lincas Export Services GmbH	Hamburg	www.lincas.de
local global GmbH	Stuttgart	www.localglobal.de
Plas & Bossinade, Advocaten	Groningen	www.plasbossinade.nl
PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	Hamburg	www.agaportal.de www.investitions Garantien.de
Schimmelpfeng Kreditmanagement GmbH	Darmstadt	www.schimmelpfeng.com
Statistisches Bundesamt	Wiesbaden	www.destatis.de
v. Einem & Partner Rechtsanwälte und Notare	Bremen	www.einem.de

14. November 2007, Congress Centrum Bremen

- | | |
|---------------|---|
| 11:00 - 11:30 | Bessere Orientierung in der Außenwirtschaftsförderung Geschäftskontakte, Ansprechpartner und Förderprogramme schneller finden mit dem neuen Internetauftritt von iXPOS
Martin Ries , Leitung und Koordination iXPOS |
| 11:30 - 12:00 | Zahlungsverhalten und -moral europäischer Unternehmen Handlungsempfehlungen für ein effizientes Forderungsmanagement
Ass. jur. Marc Bieber , Account Manager-International, Schimmelpfeng Creditmanagement GmbH/Intrum Justitia Inkasso GmbH |
| 12:00 - 12:30 | Europäische Union: Hochtechnologie Boom-Places 2010 Contor-Regio Standort- und Strukturanalyse online (www.contor-regio.de)
Henner Lüttich , Geschäftsführer, CONTOR Gesellschaft für Grundbesitz-Baubetreuung-Investitionen GmbH |
| 14:00 - 14:30 | FLEx (Financing, Logistics, Export) , ein erfolgreiches und innovatives Lösungs- und Dienstleistungspaket
Rudolf Angeli , Leitung - FLEx, LINCAS |
| 14:30 - 15:00 | Factoring als alternatives Finanzierungsinstrument im Außenhandel
Brigitte Gosau , Geschäftsführerin, ForFact Exportfactoring GmbH & Co. KG |
| 15:00 - 15:30 | Growth, Expansion and the Next Step
Thomas Clemens , Business Development Manager, Hampton Roads Economic Development Alliance, Virginia, USA |

Fit für internationale Bildungsmärkte www.imove-germany.de

iMOVE ist eine Initiative vom Bundesministerium für Bildung und Forschung zur Internationalisierung deutscher Aus- und Weiterbildungsdienstleistungen. Deutschen Weiterbildungsanbietern hilft iMOVE mit einem umfangreichen Serviceangebot bei der Erschließung internationaler Märkte.

Mit dem Slogan »Training – Made in Germany« wirbt iMOVE im Ausland für deutsche Kompetenz in der beruflichen Aus- und Weiterbildung.



TRAINING – MADE IN GERMANY

EINE INITIATIVE VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

iMOVE beim Bundesinstitut für Berufsbildung

Robert-Schuman-Platz 3 | D-53175 Bonn

Telefon 02 28/107-17 45 | Fax 02 28/107-28 95

info@imove-germany.de

www.imove-germany.de

Weltweit aktive Außenhändler im Gespräch

Außenhändler

- Joh. Achelis & Söhne GmbH, Bremen
- DEICO GmbH, Bremen
- Louis Delius GmbH & Co. KG, Bremen
- Eckmann Handelsgesellschaft mbH, Düsseldorf
- K.D. Feddersen & Co. Überseegesellschaft mbH, Hamburg
- FHF Funke + Huster Fernsig GmbH, Mülheim
- F. Undütsch GmbH, Bremen
- Import-Export Ges. Derek Goslar mbH & Co. KG, Hamburg
- Theodor Heuß GmbH & Co. KG, Bremen
- Jebesen & Jessen (GmbH & Co.) KG, Hamburg
- Johs. Rieckermann, Hamburg
- Jos. Hansen & Soehne GmbH, Hamburg
- E.G Kistenmacher GmbH & Co. KG, Hamburg
- KWB Karl W. Burmeister GmbH & Co. KG, Stuhr
- Henry Lamotte GmbH & Co. KG, Bremen
- Melchers Techexport GmbH, Bremen
- Nouvelle OHG, Bremen
- OMNILAB-LABORZENTRUM GmbH & Co. KG, Bremen
- Solte GmbH & Co KG, Bremen
- Terramar GmbH, Hamburg
- UNILUX INC. EMEA, Düsseldorf

Vertreter der deutschen Auslandshandelskammern (AHKs) stehen Ihnen gerne für Gespräche zur Verfügung, u.a. aus:

- | | |
|-----------------------------|-------------------|
| · Ägypten | · Mexiko |
| · China (Beijing, Hongkong) | · Kasachstan |
| · Dänemark | · Kroatien |
| · Indien | · Taiwan (Taipei) |
| · Iran | · USA (New York) |
| · Großbritannien | · VAE (Dubai) |

Botschaftsvertreter und Wirtschaftsförderer aus folgenden Ländern werden ebenfalls vertreten sein:

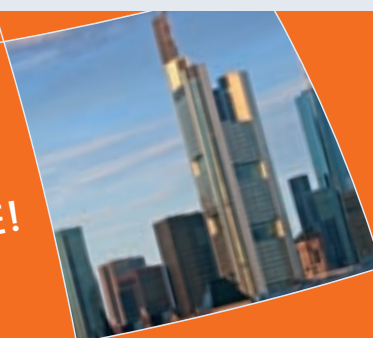
- | | |
|------------------|---------------|
| · Belgien | · Litauen |
| · Estland | · Niederlande |
| · Frankreich | · Polen |
| · Großbritannien | · Schweiz |
| · Irland | · Slowenien |
| · Italien | · Spanien |
| · Lettland | · Ungarn |

Aktuelle Liste und Firmenprofile: www.aussenwirtschaftstag.de



FORUM FÜR INTERNATIONALE KONTAKTE UND INVESTITIONEN

MEET THE
GLOBAL FUTURE!



Neue Messe Stuttgart 11. – 12. November 2008

Die Träger des 7. Deutschen Außenwirtschaftstages



Kooperationspartner



Medienpartner



Goldsponsor



Silversponsor



Veranstalter



HVG Hanseatische Veranstaltungs-GmbH
Geschäftsbereich Messe Bremen
Theodor-Heuss-Allee 21-23, 28215 Bremen
Projektleitung: Ernst Rieso
Telefon: 0421/3505-405 (-363)
Telefax: 0421/3505-340
rieso@messe-bremen.de
www.aussenwirtschaftstag.de

Impressum

Herausgeber

HVG Hanseatische Veranstaltung-GmbH
Geschäftsbereich Messe Bremen
Ernst Rieso
Theodor-Heuss-Allee 21-23
28215 Bremen

Konzept

local global GmbH
Redaktion: Stefan Brunner, Hans Seidenstücker
Satz: Olga Lukomska
Marienstr. 5
70178 Stuttgart
Telefon: 0711/225588-0
Telefax: 0711/225588-11
info@localglobal.de
www.localglobal.de

Druck

ASCO STURM DRUCK GmbH
Technologiepark
Linzer Str. 2
28359 Bremen



Euler Hermes:
Wir helfen, Ihr Unternehmen
auf Kurs zu halten.

Mit Euler Hermes ist Ihr Erfolg gleich dreifach gesichert:

- Wir prüfen die Bonität Ihrer Kunden – weltweit.
- Die Euler Hermes Forderungsmanagement GmbH zieht Ihre Forderungen ein – schnell und professionell.
- Bei Forderungsausfall ersetzen wir den Schaden – zügig und zuverlässig.

Infos unter www.eulerhermes.de oder unter Tel. **040 / 88 34 - 55 34**.

Wir geben Ihnen Sicherheit



EULER HERMES
Kreditversicherung

| wäre columbus bei der commerzbank? |

**AUSLANDSKOMPETENZ HÄTTE ER JEDENFALLS ZU SCHÄTZEN GEWUSST. WIR KENNEN
DIE MÄRKTE, LIEFERN DIE FAKTEN, SCHAFFEN DIE KONTAKTE. DESHALB LAUFEN SCHON
16 % DES DEUTSCHEN AUSSENHANDELS ÜBER UNS.**

| ideen nach vorn |

COMMERZBANK 

Überall in Ihrer Nähe!

