



Chancen für internationale Geschäfte ausleuchten

IHK-Außenwirtschaftstag will das Auslandsengagement der Unternehmen ankurbeln

Die Außenwirtschaft in Nordrhein-Westfalen ist gut aufgestellt. Das Bundesland legte im Jahr 2011 wieder einen Exportrekord hin. Gerade auch kleine und mittlere Unternehmen sollten die offensichtlich vorhandenen Marktchancen im Im- und Export nutzen. Unterstützung erhalten sie auf dem Außenwirtschaftstag der NRW-IHKs am 13. September in Dortmund.

Produkte, Dienstleistungen und nordrhein-westfälisches Know-how sind weltweit gefragt. Das Außenhandelsvolumen in NRW ist von über 162 Milliarden Euro im Jahr 2010 auf knapp 176 Milliarden Euro in 2011 gestiegen. Rund 75 000 Unternehmen aus allen Branchen, Größenklassen und Regionen des Landes haben diesen neuen Exportrekord aufgestellt. Damit liegt NRW im bundesweiten Trend: In Deutschland knackten Exporte erstmals die Grenze von einer Billion Euro.

Waren im Wert von über 1060 Milliarden Euro gingen ins Ausland. Eine schwer greifbare Summe, die in gestapelten zehn Euro-Scheinen immerhin eine Strecke von 10 000 Kilometern ergibt. Nordrhein-Westfalen liegt dabei als exportstärkstes Bundesland noch vor Baden-Württemberg und Bayern. Die drei Bundesländer decken gemeinsam knapp 50 Prozent des gesamten deutschen Exports ab.

Das Auslandsgeschäft ist und bleibt ein außerordentlich wichtiges Standbein der NRW-Wirtschaft, doch sollte man sich auf den bisherigen Erfolgen nicht ausruhen, denn: „Die Abstände zu Baden-Württemberg und Bayern waren schon einmal größer. Wir müssen uns also weiter ins Zeug legen, wenn wir den ersten Platz halten

wollen“, so Dr. Ralf Mittelstädt, Hauptgeschäftsführer der IHK NRW, Düsseldorf. So liegt die Exportquote in Nordrhein-Westfalen zwar bei stolzen 43,3 Prozent, doch geht der Anteil am bundesdeutschen Gesamtexport seit Jahren kontinuierlich zurück – von 18,1 Prozent im Jahr 2007 auf zurzeit nur noch 16,6 Prozent.

Es darf also ruhig wieder ein bisschen mehr sein. Das Problem: Die Investitionsbedingungen im Ausland müssen verbessert werden. Es gibt immer mehr Handelshemmnisse, wissen die 16 IHKs in NRW. Die World Trade Organisation (WTO) drängt auf niedrige Zölle. Aber protektionistische Maßnahmen erschweren den Marktzugang. So würden beispielsweise Russland und China deutsche oder EU-Standards nicht anerkennen und eigene Zertifizierungen fordern. Darüber hinaus belegt beispielsweise Argentinien den Import von Gütern mit dem Zwang, in gleichem Umfang Exporte zu tätigen.

Auch wenn der Anteil der gesamtdeutschen Exporte in die EU-Länder laut Statistischem Bundesamt auf den niedrigsten Stand seit 20 Jahren gesunken ist, bleiben die wichtigsten Exportpartner NRWs die Nachbarländer Deutschlands. Hinzu kommen die USA und China. Neu in den Top-Ten-Ländern ist die Schweiz, die

Spanien auf Platz elf gedrängt hat. Knapp 61 Prozent der NRW-Ausfuhren gehen also in die Niederlande, nach Frankreich, Belgien, Großbritannien, China, Italien, USA, Österreich, Polen und in die Schweiz. Die absoluten Werte der Ausfuhren in alle diese Länder wurden gesteigert – doch verhaltener als im Jahr 2010.

Die Märkte sind in Bewegung. Beispielsweise boomen zurzeit die Exporte nach China. 2009 lagen sie noch auf Platz sieben, 2011 schon auf Platz fünf. Auch in Russland und in der Türkei waren die NRW-Unternehmen überaus aktiv. Die Wachstumstreiber Asien und Südamerika, besonders Brasilien, fanden großes Interesse. Mit Indien bietet sich für Nordrhein-Westfalen ein weiteres Schwellenland mit großem Interesse an Qualitäts-Produkten „Made in Germany“ an.

Branchen-Spitzenreiter im NRW-Export bleibt der Maschinenbau. Mit über 20 Prozent geht gut ein Fünftel des gesamten Auslandsumsatzes NRWs auf das Konto dieser Branche. Es folgen die chemischen Erzeugnisse (18,8 Prozent) und Kraftwagen beziehungsweise Kfz-Teile (14,2 Prozent). Wie in den Vorjahren folgt an vierter Stelle die Metallerzeugung und -bearbeitung mit 11,4 Prozent in 2011. Diese vier exportstärksten Branchen erwirtschafteten damit im vergangenen Jahr 64,7 Prozent der gesamten Exportumsätze in NRW.

Neben den Export-Klassikern eröffnen sich gerade für NRW zunehmend weitere Handelsbereiche: „Märkte für neue Werkstoffe, Bergbaumaschinen, Anlagenbau, Gesundheit, Informations- und Telekommunikationswirtschaft, Mobilität, Logistik, Energie und Umweltwirtschaft, Life Science, IT, Medien und Kreativwirtschaft, in denen die nordrhein-westfälische Wirtschaft besonders stark ist, werden absehbar stark expandieren“, ist der neue NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin überzeugt.

Wachstumstreiber Auslandsgeschäft

Das Auslandsgeschäft bleibt auch 2012 ein Wachstumstreiber. Harald Grefe, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der IHK Ostwestfalen und Federführer der 16 IHKs in NRW zum Thema Export: „Auch kleine Unternehmen und Dienstleister streben ins Ausland, die Internationalisierung ist kein Privileg mehr der Global Player.“ Diese seien aktiv, besuchten Messen, belieferten Kunden.

„Wir möchten diese Firmen noch mehr dabei unterstützen, ihre Chancen im internationalen Geschäft besser und risikoloser wahrnehmen zu können“, betont Udo Dolezych, Präsident der IHK zu Dortmund, die am 13. September erstmalig den NRW-Außenwirtschaftstag ausrichtet. Unbedingte Voraussetzung für den erfolgreichen Außenhandel bleibt jedoch die effektive Förderung der Internationalisierung. „Außenwirtschaftsförderung ist Ländersache, alle Bundesländer unterstützen ihre Wirtschaft mehr oder weniger erfolgreich beim Aufbau des Auslandsgeschäfts“, so IHK-NRW-Hauptgeschäftsführer Mittelstädt.



Montage: cantaloop

Die Instrumente seien häufig die gleichen: Organisation von Firmengemeinschaftsständen auf Auslandsmessen und Türöffner-Funktionen durch politische Begleitung bei Auslandsreisen. Häufig übernahmen Landesgesellschaften das Management der Förderung. In NRW gibt es seit fünf Jahren eine einzigartige Struktur: IHKs, Handwerkskammern und die NRW-Bank gründeten gemeinsam „NRW.International“ und organisieren im Auftrag und mit finanzieller Unterstützung des Landes die Außenwirtschaftsförderung.

Erfreulich ist, dass die Angebote der Industrie- und Handelskammern zum Thema Export 2011 in NRW ebenfalls einen neuen Rekord erzielen konnten: An 446 Veranstaltungen haben insgesamt 13 775 Unternehmensvertreter teilgenommen, außerdem wurden 328 700 Ursprungszeugnisse ausgestellt, eine Art „Passierschein“ für Waren aller Art in arabische Länder und nach Osteuropa. Insgesamt berieten die über 140 Exportfachleute der IHKs in NRW 130 360 Interessenten und informierten über Länder und Märkte sowie über das Zoll- und Außenwirtschaftsrecht.

Die Potenziale sind also vorhanden. Denn nicht zuletzt zieht auch der Heimatstandort großen Nutzen aus der Erschließung neuer Märkte im Ausland. Insgesamt gesehen wollen Industrieunternehmen, die im Ausland investieren, dies auch im Inland tun und weitere Mitarbeiter einstellen. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag rechnet daher in Deutschland 2012 mit 50 000 zusätzlichen Beschäftigten bei auslandsaktiven Unternehmen.

Das Rheinisch-Westfälische Institut für Wirtschaftsforschung (RWI), Essen, erwartet für 2013 ein deutsches Wirtschaftswachstum von zwei Prozent und eine Verbesserung der weltwirtschaftlichen Konjunktur. Alle Zeichen stehen laut RWI „auf Grün“ für eine kräftige Zunahme des internationalen Warenhandels. Beste Aussichten für Unternehmen, mit kompetenter Unterstützung und struktureller Entlastung den Schritt ins Auslandsgeschäft zu wagen. ▶



Montage: cantaloop

Türöffner für die deutsche Wirtschaft

Außenhandelskammern bieten umfassende Unterstützung beim Eintritt in ausländische Märkte

Für Unternehmen ist der Einstieg in neue Märkte mit Risiken verbunden. Gute Kontakte und genaue Kenntnisse vor Ort sind oft ausschlaggebend für den geschäftlichen Erfolg. Bewährt hat sich dabei der Rat der Außenhandelskammern (AHKs). Seit mehr als 100 Jahren können deutsche Geschäftsleute auf das weltweite Informationsnetz der AHKs vertrauen.

Kaum eine Volkswirtschaft ist international so vernetzt wie die deutsche. Deutschland behauptet sich seit Jahren in der Spitzengruppe der Exportnationen. „Made in Germany“ ist auf den Weltmärkten von Helsinki bis Kapstadt, von Santiago de Chile bis Tokio ein anerkanntes Gütesiegel. Mit maßgeschneiderten, qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen können die Kunden weltweit überzeugt werden. Deutscher Erfindergeist und Unternehmertum, das auf langfristige Geschäftsbeziehungen setzt, tragen primär zu diesem Erfolg bei.

Der Einstieg in neue Märkte ist jedoch alles andere als einfach – gerade für kleine und mittlere Unternehmen. Die Prüfung des lokalen Arbeits- und Steuerrechts, aber auch die Suche nach geeigneten Partnern sind aufwendig und nehmen viel Zeit in Anspruch. Genaue Informationen über den Markt, seine Besonderheiten und Branchenentwicklungen sind für den Geschäftserfolg unerlässlich. Genau hier setzen die deutschen Außenhandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen an.

Die AHKs sind privatwirtschaftlich organisierte Vertretungen der Wirtschaft an mehr als 120 Standorten in über 80 Ländern weltweit. Sie sind Teil der Außenwirtschaftsförderung der Bundesrepublik Deutschland. Ihre Stärke ergibt sich aus dem engen Austausch mit den weltweit 41 000 Mitgliedsunternehmen und langjährigen Kontakten vor Ort. Aufbau und Pflege bilateraler Netzwerke zur Wirtschaft im Gastland sowie in Deutschland schaffen umfassende Kenntnis von Märkten und Unternehmen. AHKs sind mit ihrem Informationsangebot und ihren Dienstleistungen speziell auf die Bedürfnisse kleinerer und mittlerer Unternehmen ausgerichtet.

Bereits Ende des 19. Jahrhunderts schlossen sich deutsche Unternehmer im Ausland zu Interessenvereinigungen zusammen. So gründeten deutsche Kaufleute in Brüssel 1894 eine „Deutsche

Handelskammer“. Auch in Bukarest, Shanghai, Genf und New York folgten Vertretungen der deutschen Kaufmannschaft. 1925 gab es bereits 25 Außenhandelskammern – in Europa, Lateinamerika und Asien. Auf diese lange Tradition fußt die Unterstützung der AHKs für die deutschen Unternehmen noch heute.

Gemessen an den deutschen Exporten gibt es an 98 Prozent aller Destinationen deutscher Exportgüter auch Niederlassungen der AHKs. Und das weltweite Netz wird weiter ausgebaut. AHK-Neugründungen stehen immer dann an, wenn sich Länder für ausländische Unternehmen öffnen oder Länder eine Entwicklungsstufe erreicht haben, die gute Geschäfte für deutsche Unternehmen verheißen. Die aktuellste Neugründung ist die Delegation der Deutschen Wirtschaft in Kenia. Auch in Libyen ist in Kürze eine Büroeröffnung geplant.

Wie sieht die Arbeit der AHKs eigentlich konkret aus? Gesetzt den Fall, ein kleines Unternehmen mit zehn Mitarbeitern möchte auf dem skandinavischen Markt expandieren. Eine der nordischen AHKs organisiert dann als zentraler Ansprechpartner für die vier skandinavischen Länder die Durchführung einer Studie für die betreffenden Märkte. Nach Identifikation des geeigneten Zielmarktes sowie entsprechender Zielgruppen und Vertriebswege wird ein passender Partner ermittelt.

IHK-Infobox



Ansprechpartner bei der Niederrheinischen IHK: Dr. Thomas Hanicke, Telefon 0203 2821-284, E-Mail hanicke@niederrhein.ihk.de. Das Programm zum 7. Außenwirtschaftstag sowie weitere Informationen stehen auch unter www.ihk-aussenwirtschaftstag-nrw.de zur Verfügung.

AHKs als Dienstleister



7. IHK-Außenwirtschaftstag NRW
am 13.09.2012 in den
Westfalenhallen Dortmund

- AHKs vermarkten weltweit deutsche Technik und Know-how. Über 1200 deutsche Unternehmen der Branche haben bereits an „AHK-Geschäftsreisen“ in 60 Länder teilgenommen. Zwischen 2004 und 2009 haben diese Unternehmen einen geschätzten Umsatz von 1,6 Milliarden Euro erzielt.
- AHKs praktizieren in vielen Ländern erfolgreich das deutsche Modell der dualen Ausbildung. Hiervon profitieren deutsche Unternehmen im Ausland, da sie auch vor Ort auf Fachpersonal zurückgreifen können.

- AHKs werben im Ausland für den Messeplatz Deutschland: Pro Jahr kommen über die AHKs 170 000 Besucher aus dem Ausland und 15 000 ausländische Aussteller auf deutsche Messen.

Mehr als 40 Experten der deutschen Außenhandelskammern stehen beim 7. IHK-Außenwirtschaftstag NRW Rede und Antwort. Interessierte Unternehmen können Gesprächswünsche unter www.ihk-aussenwirtschaftstag-nrw.de anmelden.

„Wir verkaufen vor allem Wohlbefinden“

Vier Fragen an Dr. Hubertine Underberg-Ruder

Im Vorfeld des IHK-Außenwirtschaftstages gibt Dr. Hubertine Underberg-Ruder, Beiratsvorsitzende der Semper idem Underberg GmbH, Rheinberg, einen Einblick in ihr Engagement im Ausland. In Dortmund spricht sie am 13. September, 10 Uhr, über ihre Erfahrungen auf den weltweiten Wachstumsmärkten, und zwar unter dem Motto: „Blickpunkt Europa – Geschäfte mit Aussicht oder ohne Perspektive“.



Foto: Underberg

Was war das Wichtigste, um Ihr Familienunternehmen mit der Traditionsmarke Underberg als Getränkehaus international zu etablieren?

Für uns sprechen unsere einzigartigen, starken Marken, die im Premium-Bereich angesiedelt sind. Diesen Vorteil haben wir mit einem großen Verständnis für die jeweiligen internationalen Kunden und den Markt verbunden. Und wir hatten einen langen Atem.

Welche Marktveränderungen sind im internationalen Vergleich zurzeit spürbar?

Eine allgemeine Antwort fällt schwer. Der deutsche Sprachraum ist in der Konsumentenstimmung, und daher auch im Markt, stabil beziehungsweise leicht wachsend. Eine Herausforderung ist allerdings der starke Franken in der Schweiz. Die Euro-Krisenländer Griechenland und Portugal, aber auch Un-

garn haben schwer zu kämpfen. Positiv entwickelt haben sich Russland – und auch Brasilien, wenngleich sich die Wirtschaft dort zuletzt wieder abgekühlt hat.

Ihr großes Anliegen im Auslandsgeschäft ist es, die jeweils lokale Kultur zu respektieren. Warum ist Ihnen das so wichtig?

Wir verkaufen zwar auch Spirituosen und Schaumwein, aber vor allem Wohlbefinden. Und dafür ist eine Kenntnis der lokalen Kultur unerlässlich. Es ist auch für die eigene Glaubwürdigkeit und die Authentizität unserer Marken von höchster Wichtigkeit.

Ihr Ratschlag an kleine und mittlere Betriebe, die den Schritt ins Auslandsgeschäft planen?

Ganz wichtig sind Kundennähe, organisches Wachstum, viel Geduld – und natürlich ein Quäntchen Glück. ●