

MARKETS

INTERNATIONAL

6/19



Ein Kung-Fu-Meister liefert zum chinesischen Singles' Day Alibaba-Pakete aus. Der Onlinehändler aus der Volksrepublik gehört zu den Vorreitern der Branche.

KAMPF DER KURIERE

Der E-Commerce boomt. Vor allem Asien und Afrika verzeichnen hohe Wachstumsraten – und setzen neue Trends. Wie deutsche Händler auf den Zug aufspringen können.

→ Seite 6

Protestbewegung:

Die Gelbwesten haben Frankreich vom Reformkurs abgebracht.

Seite 18

Plagiate:

So gehen Firmen auf Messen gegen Produktfälschungen vor.

Seite 38

Partnerschaft:

Interview: Der Bund sichert Auslandsinvestitionen per Garantie.

Seite 46



»Die Zukunft ist digital – das gilt vor allem beim Einkaufen.«

Liebe Leserinnen und Leser,

unser Korrespondent Roland Rohde ist ein Dinosaurier. Wenn er in China unterwegs ist, möchte er tatsächlich noch mit Karte oder in bar zahlen – und das wird immer schwieriger. Bezahl-Apps sind gefragt beziehungsweise überlebensnotwendig. Die Zukunft ist digital, vor allem auch beim Einkaufen. Unser Schwerpunkt „Kampf der Kuriere“ widmet sich dem Thema E-Commerce. Um 20,7 und 19 Prozent soll er in den Jahren 2019 und 2020 wachsen, daran kommen deutsche Unternehmen nicht vorbei. Doch ob man nun in China, den USA oder Nigeria aktiv wird – die Voraussetzungen sind völlig unterschiedlich und eine gute Vorbereitung ist vonnöten.

Das Eis schmilzt, die Goldgräber kommen. So beginnt der Artikel „Bonanza im Eis“. Wobei es bei der Erschließung der Arktis nicht um Gold, sondern vor allem um Öl, Gas und Transportwege geht. Milliarden werden in die Region investiert und deutsche Zulieferer können davon profitieren. So bitter es klingt: Die Klimaerwärmung bietet eben auch Chancen für die wirtschaftliche Entwicklung.

And the Winner is: Schrägsitzventil Typ 2000 der Firma Bürkert. Beziehungsweise dessen Kopie, das mit dem Plagiarius 2019 ausgezeichnet wurde. Der Schaden für die deutsche Industrie durch Produkt- und Markenpiraterie beläuft sich jährlich auf 55 Milliarden Euro. Wie Sie sich dagegen schützen können und wie Sie gegen unlautere Konkurrenten auf Messen vorgehen können, erfahren Sie in „Immer der Nase nach“.

Viel Spaß mit der neuen Markets International

Andreas Bilfinger/Chefredakteur
andreas.bilfinger@gtai.de
Twitter: @GTAI_de

SCHWERPUNKT



Kampf der Kuriere

Der Onlinehandel ist weltweit auf dem Vormarsch, am schnellsten wächst er in Asien und Afrika.

Seite 6

MÄRKTE



Leicht entflammbar

Die Proteste der Gelbwesten in Frankreich schwächen den Reformwillen der Regierung.

Seite 18

MÄRKTE

Bonanza im Eis

Die Arktisanrainer ringen um Zugang zu den Rohstoffschätzen der Region.

Seite 20



MÄRKTE

BRANCHEN



Reich der Reförmchen?

China öffnet sich sukzessive, doch die Durchsetzung der Reformen ist intransparent.

Seite 24



Schmerzhaftes Behandlung

Das marokkanische Gesundheitssystem steht unter Druck. Reformpläne ebnen privaten Investoren den Weg.

Seite 28

BRANCHEN

Ungarns Weinprobe

Ungarns Winzer wollen ihre Weine international bekannt machen. Deutsche Technik soll helfen.

Seite 32



WISSEN



Immer der Nase nach

Plagiate verursachen Milliarden-schäden. Auf Messen lassen sich die Täter besonders leicht erwischen.

Seite 38

WISSEN

Gute Geschäfte

Nächste Folge der Geberserie zur internationalen Entwicklungszusammenarbeit. Diesmal: die Vereinten Nationen.

Seite 44

WISSEN



Wichtiger Baustein

Michael Huber-Saffer, Partner bei Pricewaterhouse Coopers, über die Investitionsgarantien der Bundesregierung.

Seite 46

WEITERE THEMEN

Markets-Barometer	Seite 4
Markets 360 Grad	Seite 5
Märkte kompakt	Seite 26
Freier Handel: Pan-Euro-Med	Seite 48
First Mover	Seite 50
Impressum	Seite 51

WISSEN

Die Qual der Wahl

Jetzt erst recht: Verträge mit Großbritannien sind speziell. Was es dabei zu beachten gibt.

Seite 36



Das Digitalmagazin

Online unter:

www.marketsinternational.de

Markets-Barometer

Ihre Chancen auf den Weltmärkten

Bei den BIP-Angaben handelt es sich um reale Veränderungsraten in Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

USA



BIP-Prognose 2020 (2019)

+1,8 (+2,3)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

JAPAN*



BIP-Prognose 2020 (2019)

+0,4 (+0,7)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

VEREINIGTES KÖNIGREICH



BIP-Prognose 2020 (2019)

+1,1 (+1,1)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

FRANKREICH



BIP-Prognose 2020 (2019)

+1,3 (+1,4)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

RUSSLAND



BIP-Prognose 2020 (2019)

+1,7 (+1,3)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

VR CHINA



BIP-Prognose 2020 (2019)

+6,0 (+6,0 bis 6,2)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

BRASILIEN



BIP-Prognose 2020 (2019)

+2,1 (+0,9)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

INDIEN*



BIP-Prognose 2020 (2019)

+7,2 (+6,1)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

KANADA → SEITE 20



BIP-Prognose 2020 (2019)

+1,9 (+1,5)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

MAROKKO → SEITE 28



BIP-Prognose 2020 (2019)

+2,5 (+2,8)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

UNGARN → SEITE 32



BIP-Prognose 2020 (2019)

+2,7 (+4,3)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

WICHTIGE AUSSENHANDELSPARTNER

EXPORTMÄRKTE DIESER AUSGABE

● Rückgang ● Stagnation ● Wachstum

* Fiskaljahr (1.4.–31.3.)

Quelle:
Eigene Recherchen Germany Trade & Invest

Markets 360 Grad

Drei Experten – und ihre Prognosen



»Vietnam setzt weiter auf Freihandel und Integration in die Weltwirtschaft.«

Frauke Schmitz-Bauerdick/Hanoi
 frauke.schmitz-bauerdick@gtai.de
 Twitter: @GTALASEAN



»Ausländisches Kapital fließt in den Hightechsektor und in Infrastrukturprojekte.«

Wladimir Struminski/Jerusalem
 wladimir.struminski@gtai.de
 Twitter: @GTAL_de



»Portugals Wirtschaft wächst weiter. Das Land punktet zunehmend als Hightechstandort.«

Oliver Idem/Madrid
 oliver.idem@gtai.de
 Twitter: @GTAL_de



1

Wie entwickelt sich das Bruttoinlandsprodukt in diesem Jahr?

Vietnam bleibt das Wirtschaftswunderland Asiens und wird wohl auch 2019 ein Wachstum von 6,6 bis 6,8 Prozent erreichen. Die wachsende Konsumfreude der jungen Bevölkerung, steigende Exportquoten und ausländische Investitionen treiben das Wachstum an.

2

Wer ist der wichtigste Handelspartner des Landes?

Deutschland ist zwar Vietnams wichtigster europäischer Handelspartner, im Vergleich zu China, Südkorea und Japan aber noch von eingeschränkter Bedeutung. Die Modernisierung der vietnamesischen Industrie eröffnet gerade für Maschinenbauer gute Geschäftschancen. Voraussetzung ist, dass Preis und Finanzierung stimmen. Auch deutsche Medizintechnik und Arzneimittel sind gefragt.

3

Wo engagieren sich ausländische Investoren derzeit?

Ausländische Investoren zieht es verstärkt in die Produktion. Vor allem chinesische Unternehmen weichen nach Vietnam aus.

Weitere Markt- und Brancheneinschätzungen zu Vietnam unter:
www.gtai.de/vietnam

1

Wie lautet die Prognose zum Wirtschaftswachstum Israels 2020?

Die Zentralbank hat ihre Prognose für 2019 zwar mit 3,1 Prozent unverändert gelassen, die Vorhersage für 2020 jedoch von 3,5 auf 3,0 Prozent reduziert. Wegen des schnellen Bevölkerungswachstums wird die Wirtschaftsleistung pro Einwohner dann um rund ein Prozent wachsen.

2

Welche Rolle spielt die Landeswährung für diese Entwicklung?

Der Schekel gehört zu den stärksten Währungen der Welt und wurde 2019 weiter aufgewertet. Darüber freuen sich die Verbraucher, weil importierte Waren und Auslandsreisen billiger werden. Weniger erfreut sind Exporteure, deren Wettbewerbsfähigkeit durch die teure Binnenwährung geschmälert wird.

3

In welche Branchen fließt derzeit das Kapital von Investoren?

Wohnungsbau und Maschinen bleiben in Israel Schwerpunkte für Investitionen, das schnellste Wachstum findet bei Informationstechnologie, Verkehr und Wirtschaftsbau statt. Hauptadresse für ausländisches Kapital ist unverändert der Hightechsektor.

Weitere Markt- und Brancheneinschätzungen zu Israel unter:
www.gtai.de/israel

1

Welche Branchen entwickeln sich derzeit besonders gut?

Die portugiesische Wirtschaft hat derzeit viele Wachstumsmotoren, unter anderem die Bauwirtschaft und den Gesundheitssektor. Künftig wird der Abbau der Lithiumvorkommen dem Bergbau einen Schub verleihen.

2

Wer ist der wichtigste Handelspartner des Landes?

Der Nachbar Spanien ist für Portugal das bedeutendste Lieferland und der wichtigste Absatzmarkt. Deutschland war 2018 das Bezugsland Nummer zwei mit 13,9 Prozent Anteil und der Zielmarkt Nummer drei. Die meisten portugiesischen Warenexporte gingen nach Spanien und Frankreich.

3

In welche Branchen fließt derzeit das Kapital von Investoren?

Portugal zieht seit einigen Jahren Hightechinvestitionen an, etwa in der Vernetzung von Fahrzeugen und beim autonomen Fahren. BMW, Bosch, Daimler Trucks & Buses und Volkswagen haben neue Zentren für Forschung und Entwicklung angesiedelt.

Weitere Markt- und Brancheneinschätzungen zu Portugal unter:
www.gtai.de/portugal





Chinesische Kung-Fu-Meister zeigen ihre Kampfkünste mit Paketen aus der Singles'-Day-Rabattaktion. Jedes Jahr am 11. November bietet Onlinehändler Alibaba Waren zu besonders günstigen Preisen. Und macht Werbung mit schrägen Aktionen wie den Kung-Fu-Kurieren.

Schwerpunkt: E-Commerce

Zielgruppen	8	Potenziale	11	Strategie	15
--------------------	----------	-------------------	-----------	------------------	-----------

Wie verschieden E-Commerce-Kunden sein können, zeigt die Analyse von vier Onlinekäufern: aus Deutschland, China, den USA und Nigeria.

Welche Trends und Innovationen die Branche noch hervorbringen wird, erklärt E-Commerce-Experte Richard Geibel im Interview.

Was Onlinehändler bei Auslandsgeschäften beachten sollten und welche Fehler sie machen können, hat der Händlerbund zusammengefasst.

Kampf der Kurierere

Der E-Commerce boomt, doch die Bedürfnisse von Onlinekunden unterscheiden sich in einzelnen Ländern und Weltregionen deutlich. Die wichtigsten Trends im E-Commerce in Deutschland, China, den USA und Nigeria.

von **Oliver Höflinger, Corinna Päßgen, Roland Rohde** und **Heiko Steinacher**, Germany Trade & Invest

Am 11. November beginnt in Deutschland traditionell die fünfte Jahreszeit. Auch in China geht es dann närrisch zu: Dort ist der Tag unter dem Namen Singles' Day beziehungsweise Guanggun Jie bekannt. Was als eine Art Gegenstück zum Valentinstag begann, wurde innerhalb weniger Jahre vor allem vom Alibaba-Group-Mitgründer Jack Ma zum größten Einkaufsereignis weltweit aufgebaut.

Der Singles' Day wartet regelmäßig mit neuen Superlativen auf. Und das nicht nur beim Umsatz, sondern auch in anderen zentralen Bereichen des E-Commerce wie beispielsweise der Logistik. So hat Alibabas Logistiker Cainiao im Jahr 2018 die ersten 100 Millionen Singles'-Day-Pakete innerhalb von nur 2,6 Tagen zugestellt. 2013 dauerte es

»Der Onlinehandel wird künftig weiter stark wachsen, besonders wegen der zunehmenden Nutzung von Mobile und Social Shopping.«

Richard Geibel,
Leiter des E-Commerce Instituts Köln
→ [Interview, Seite 11](#)

noch neun Tage. Am Singles' Day können auch deutsche Firmen gute Geschäfte machen: Im Jahr 2018 zählte Deutschland laut dem Logistikunternehmen Hermes bei Alibaba hinter Japan, den USA, Südkorea und Australien zu den umsatzstärksten Verkaufsländern.

Nicht nur in China boomt der E-Commerce: Während der Marktforscher Emarketer dem gesamten Einzelhandel für 2019 und 2020 ein Umsatzwachstum von nur 4,5 beziehungsweise 4,1 Prozent vorhersagt, soll der E-Commerce mit 20,7 respektive 19 Prozent kräftig zulegen. Er dürfte im Jahr 2019 einen Anteil von 14,1 Prozent zum weltweiten Einzelhandelsumsatz beisteuern. Bis 2023 werden 22 Prozent prognostiziert. Wachstumsspitzenreiter mit überdurchschnittlichen 25 Prozent soll 2019 die Region Asien-Pazifik sein. Es fol-

E-COMMERCE WELTWEIT

Kauf per Klick

gen der Mittlere Osten und Afrika mit 21,3 Prozent, Nordamerika mit 14,5 Prozent und Westeuropa mit lediglich 10,2 Prozent.

Es zeigt sich, dass die Konsumenten in anderen Märkten oft aufgeschlossener für die neue E-Commerce-Welt sind. Laut der aktuellen Payment-Studie des E-Commerce-Netzwerkes Händlerbund Management sind die Deutschen mit einer Vorliebe für Rechnungskauf und Zahlung per Girocard eher sicherheitsliebend und konservativ im Netz unterwegs. Demnach legen sie großen Wert auf Datenschutz und gehen bei Cookies und Chatbots häufig auf Abstand. Die Privatsphäre ist deutschen Nutzern sehr wichtig – auch im Netz. → [siehe Grafik rechts](#)

Eine SAP-Studie mit 20.000 Konsumenten zum Thema Onlinehandel zeigt außerdem: Die Deutschen sind die langsamsten Onlineshopper im europäischen Vergleich und lassen Produkte länger als 24 Stunden im digitalen Warenkorb. Der Grund: Preisvergleiche und Rabatte sind für 44 Prozent kaufentscheidend. Bequeme und vor allem kostenfreie Lieferungen sind den deutschen Kunden beim Onlineshopping wichtig. Demnach brechen 40 Prozent der Onlineshopper den Kauf ab, wenn die Versandkosten höher sind als erwartet. Rund zwei Drittel der Befragten legen großen Wert auf einfache und kostenfreie Retouren und Versandoptionen. Moderne Technologien wie Augmented (AR) oder Virtual Reality (VR) spielen hingegen nur für 20 Prozent eine Rolle.

AR treibt die Branche

Dabei sind solche Innovationen entscheidende Trends der Branche. Onlinehändler entwickeln und erproben Lösungen, die auch für andere Branchen interessant sein können. Wie AR kreativ eingesetzt werden kann, hat Lego Wear im Februar 2019 in London gezeigt. Die Bekleidungstochter des Spielwarenherstellers hatte dort einen realen Laden eröffnet – allerdings nur für einen Tag und ohne Warenangebot. Im Laden stand ein aus Legosteinen zusammengesetzter Snapcode für die App des Social-Media-Netzwerks Snapchat. Wer mit seiner App den Code scannte, konnte im leeren realen Raum in der erweiterten Realität Bekleidung anschauen und diese natürlich online bestellen.

24

Jeder Deutsche erhielt zuletzt im Schnitt 24 Pakete pro Jahr. Größer ist das Paketvolumen pro Kopf nur in China, wo es 70 Pakete im Jahr sind.¹⁾

79 %

Die Mehrheit der deutschen B2C-Händler verkauft über einen eigenen Onlineshop an Konsumenten im Ausland, jeder Dritte nutzt Amazon als Vertriebskanal.²⁾

So unterschiedlich ticken Onlinekunden³⁾

Kaufverhalten Zahlungspräferenzen Datenschutz Chatbots



1) McKinsey & Company; 2) Umfrage von Ibi Research „Internationaler E-Commerce“; 3) Händlerbund, eigene Recherchen GTAI

Dongyang City, China
29° 16' N, 120° 14' O

Gesichtserkennung
von Alipay

China schaut hin KI für die Provinz

Rund 70 Prozent aller online bestellten Waren in China sind bereits heute innerhalb von 24 Stunden beim Kunden. Die großen Anbieter wollen die Quote auf 100 Prozent erhöhen. Das erfordert angesichts der Größe des Landes hohe Investitionen in die firmeneigene Logistik sowie in neue Technologien. Chinas Onlinehändler setzen auf autonome Fahrzeuge und künstliche Intelligenz (KI), insbesondere auf Gesichtserkennung – um zu identifizieren, dass wirklich der Besteller vor zum Beispiel der Drohne steht.

Auch bei der Grundversorgung kann E-Commerce eine wichtige Rolle spielen, zum Beispiel in von Abwanderung betroffenen Dörfern, in denen die Menschen immer längere Wege zum nächsten Supermarkt oder zur nächsten Apotheke zurücklegen müssen, oder in abgelegenen Regionen mit schlechter Infrastruktur. Besonders die Zustellung mit Drohnen wird dabei heiß diskutiert.

In China hat der Logistiker DHL Express mit dem Drohnenhersteller Ehang eine Partnerschaft geschlossen, um automatisierte und intelligente Drohnenzustelllösungen zu entwickeln. Seit Mai 2019 werden täglich Sendungen zwischen einem DHL Service-

zentrum und dem acht Kilometer entfernten Standort eines Unternehmenskunden transportiert. Statt 40 Minuten per Straße beträgt die Lieferzeit nur noch acht Minuten.

Doch hier scheiden sich die Geister: Während die einen den Fortschritt preisen, warnen die anderen vor zunehmender Automatisierung und dem Wegfall von Arbeitsplätzen. Außerdem argumentieren Kritiker, gerade der Onlinehandel trage dazu bei, dass Orte zunehmend zu Geisterstädten werden.

China: Onlinezahlung allerorten

In China ist E-Commerce längst ein selbstverständlicher Teil des Alltags. Das hat unser

Mitarbeiter Roland Rohde schon häufiger am eigenen Leib erfahren. Immer wenn er in der Volksrepublik unterwegs ist, steht er vor einem Problem. Aus Gründen der Datensicherheit wolle er die chinesische Bezahl-App Wechat nicht benutzen, berichtet der GTAI-Korrespondent mit Sitz in Hongkong.

Nur: „Ich bekomme dann kaum noch ein Taxi“, sagt Rohde. Auch in Geschäften und Restaurants bar oder mit Karte zu bezahlen, ist manchmal schwierig – alles läuft längst übers Smartphone. „Für die meisten Chinesen bin ich ein Dinosaurier“, sagt Rohde. „E-Commerce ist aus ihrem Alltag praktisch nicht mehr wegzudenken.“

Ein Mann lässt sein Gesicht von einem Selbstbedienungsautomaten scannen, um Gebühren in einem Krankenhaus zu bezahlen. Der Vorgang wird unterstützt von der Gesichtserkennungstechnologie von Alipay, dem Onlinezahlungsdienst des chinesischen E-Commerce-Giganten Ant Financial, ein Unternehmen der Alibaba Group.



Richard Geibel
**»Völlig neue
 Geschäftsmodelle
 entstehen.«**

Richard Geibel ist Leiter des E-Commerce Instituts Köln an der Hochschule Fresenius.

Was sind die wichtigsten Treiber für Innovationen im E-Commerce-Einzelhandel?

Das sind neue Technologien wie künstliche Intelligenz oder Blockchain. Dadurch entstehen neue Möglichkeiten, Produkte zu vermarkten oder auch Logistikprozesse effektiver und effizienter zu gestalten. Durch neue Logistikkonzepte – zum Beispiel verkürzte Lieferzeiten – wachsen umgekehrt die Anforderungen an Shopbetreiber. Außerdem entstehen ständig neue Vertriebskanäle, beispielsweise durch innovative Onlineplattformen.

Welche Länder sind Vorreiter?

In Europa sind die drei stärksten E-Commerce-Märkte das Vereinigte Königreich, Frankreich und Deutschland. Sie machen mehr als 50 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Die Internetnutzung sowie das Online-shopping sind dort ein fester Bestandteil des täglichen Lebens. In China sind Mobile und Social Shopping aber noch wesentlich stärker akzeptiert. Deutschland hinkt insbesondere bei Zahlungsoptionen wie Paypal, Wechat, Kreditkarte oder Sofortüberweisung hinterher. Hierzulande verwendet circa die Hälfte aller Onlinekäufer die Option „Zahlung per Rechnung“.

Welche Trends sehen Sie in der Branche?

Der Umsatz wird weiter steigen. Zudem wird es immer einfacher, schneller und kostengünstiger, Bedürfnisse zu decken. Das Einkaufen im Internet wird flächendeckend zur Selbstverständlichkeit. Besonders Mobile und Social Commerce werden in Deutschland relevanter und ermöglichen einen noch einfacheren Zugang zu den Zielkunden. Einige Branchen sind im Ausland bereits weiter entwickelt als in Deutschland, zum Beispiel der Lebensmittelhandel. Das werden wir demnächst nachholen. Und: Es werden völlig neue Geschäftsmodelle entstehen, wie zum Beispiel Onlineberatungen.

Eigenregie erbringen. Alibaba will über seinen Logistikarm Cainiao in den kommenden drei Jahren 100.000 Paketzusteller anheuern. Die Handelsplattform JD.com kalkuliert für 2019 mit 10.000 Neueinstellungen.

Trotz allem kann sich der E-Commerce von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung nicht komplett abkoppeln. Chinas Wirtschaft wächst einfach nicht mehr so schnell wie in den vergangenen vier Jahrzehnten. Als weitere Belastung erweist sich der Handelskonflikt mit den USA, der sich als wesentlich zäher entpuppt als erwartet. Daher sitzt das Geld bei den Konsumenten nicht mehr so locker wie einst.

Offizielle Zahlen zeigen, dass die elektronischen Einzelhandelsumsätze im ersten Halbjahr 2019 um nur noch knapp 18 Prozent zulegen und nun bei rund 700 Milliarden US-Dollar liegen. Drei Viertel davon entfielen auf das Geschäft mit Endkunden. Für die zweite Jahreshälfte 2019 rechnen Experten mit einer weiteren, wenn auch nur leichten Verringerung des Wachstums. Das heißt: Steigerungsraten von 20 Prozent und mehr könnten der Vergangenheit angehören. Doch sie dürften mittelfristig immerhin zweistellig bleiben.

Die erfolgsverwöhnten Unternehmen sehen sich jedenfalls erstmalig zum Sparen genötigt. JD.com, die Nummer zwei der Branche, will zehn Prozent seiner Topmanager entlassen. Seine Auslieferungsfahrer müssen sich mit geringeren Löhnen und Zulagen abfinden. Gleichzeitig möchte sich das Unternehmen, wie praktisch alle seine Konkurrenten, stärker auf die Bedienung der kleineren Städte und weniger entwickelten Regionen konzentrieren. Sie sollen laut einer Studie von Morgan Stanley zwischen 2017 und 2030 für zwei Drittel des landesweiten Konsumwachstums verantwortlich sein.

Laut Angaben des nationalen Statistikamtes entfiel im ersten Halbjahr 2019 ein Fünftel der landesweiten Konsumgüterausgaben auf Onlinekäufe. Die Quote dürfte in den nächsten Jahren weiter steigen. Dass die Chinesen den E-Commerce derart willkommen heißen, hat zum einen mit der großen Technikbegeisterung der Menschen zu tun. In den Städten besitzt fast jeder ein Smartphone. Jeweils mehr als eine Milliarde Menschen nutzt die Bezahl-Apps Wechat und Alipay. Auch macht sich kaum jemand Sorgen um den Datenschutz. Zum anderen haben die Kunden ein starkes Bedürfnis nach Convenience. Einkaufen und Bezahlen müssen schnell, bequem und nahezu an jedem Ort möglich sein.

Regierung und Unternehmen versuchen, den E-Commerce nach Kräften zu fördern. Nicht zuletzt mit dem Singles' Day. Im Jahr 2018 verzeichnete Marktführer Alibaba allein an diesem Tag einen Onlineumsatz von umgerechnet rund 31 Milliarden US-Dollar. Landesweit dürfte der Wert aller Webverkäufe damit bei etwa 60 Milliarden US-Dollar gelegen haben.

Der Markt ist riesig: Die englischsprachige Tageszeitung „China Daily“ veröffentlichte Ende 2018 die Zahl von mehr als 600 Millionen Onlinekunden in China. 97 Prozent kaufen demnach mit ihrem Smartphone ein. Auch die Onlineumsätze im Einzelhandel steigen: 2018 legten sie laut chinesischem Statistikamt um 24 Prozent zu, auf jetzt umgerechnet rund 1,3 Billionen US-Dollar.

Der Trend geht zum Hauslogistiker

Viele der großen E-Commerce-Anbieter sind dabei, sich stärker vertikal zu integrieren, um dadurch ihre Umsätze zu steigern. Sie wollen beispielsweise mehr Transportleistungen in

»E-Commerce kann mit innovativen Lösungen für eine spürbare Entlastung der Innenstädte sorgen.«

Florian Seikel, Director Public Affairs und Verbandswesen beim Händlerbund

USA: Blick in die Zukunft

Auch in den USA haben E-Commerce-Anbieter abgelegene Regionen für sich entdeckt. Wie in Deutschland wählen viele US-Kunden ihren Anbieter dort anhand der verfügbaren Lieferoptionen aus. Amazon meldete Ende April 2019, künftig allen Prime-Kunden Bestellungen innerhalb nur eines Tages zu liefern. Wenige Wochen später konterten die Einzelhandelsschwergewichte Walmart und Target und kündigten an, ihren Next-Day-Lieferservice bis Jahresende ebenfalls auf einen Großteil des Landes auszudehnen. Der Wettbewerb ist knallhart.

Ähnlich wie chinesische E-Commerce-Anbieter nimmt auch US-Platzhirsch Amazon die Logistik deshalb zunehmend selbst in die Hand. Das Unternehmen ist längst dabei, sein eigenes Logistikimperium aufzubauen, kauft Tausende von Kleintransportern, least Flugzeuge und ermuntert Kleinunternehmer, in den Logistikprozess einzusteigen. Die Entscheidung von Fedex, ab September 2019 keine Amazon-Pakete mehr auszuliefern, hat den einstigen Großkunden dennoch kalt erwischt. Fedex betont zwar, nur rund 1,3 Prozent seines Umsatzes mit Amazon zu machen. Doch der Logistiker habe eben längst realisiert, „dass aus einem falschen Freund ein Rivale gewor-

CHANCENCHECK

Die Zukunft des Einzelhandels wird online entschieden

Alibaba-Mitgründer Jack Ma und Amazon-Chef Jeff Bezos haben Onlineimperien geschaffen und sind nebenbei zu sehr reichen Männern geworden. Jetzt schicken sich die beiden Visionäre an, die Disruption des Einzelhandels zu vervollständigen. Dazu experimentieren beide mit stationären Läden, in denen sie technische Innovationen wie das Bezahlen ohne Kassierer und verschiedene Lieferoptionen ausprobieren.

Den Startschuss zum Einstieg in den stationären Einzelhandel gab Amazon mit der Übernahme von Whole Foods Market im Jahr 2017. Inzwischen werden Whole-Foods-Lebensmittel innerhalb von zwei Stunden nach Bestellung ausgeliefert, je nach Standort – wenn der Kunde Prime-Now-Mitglied ist.

In China ist Alibaba bereits allgegenwärtig, auch in Deutschland werden Onlineplattformen und bargeldloses Bezahlen vermarktet. Im August 2019 folgte der erste physische Laden in Europa – in Spanien. Immerhin ist die chinesische Auslandstochter Aliexpress dort schon die Nummer zwei nach Amazon. Viele Kunden wollen die Waren vor dem Kauf eben doch einmal gern in echt sehen.

Aber auch traditionelle Einzelhändler haben nicht aufgegeben: Walmart – immerhin noch die Nummer eins weltweit – betreibt in Japan ein Joint Venture mit Rakuten, um Frischwaren auszuliefern. In China besteht eine Partnerschaft mit JD.com.

von Achim Haug, GTAI-Redakteur Bonn

den ist“, meint Richard Miller vom Finanzhaus Gullane Capital.

Durch die immer individuelleren und schnelleren Lieferungen ist auch die Umweltbilanz der Kurierdienste nicht so gut wie sie sein könnte – das gilt nicht nur für die USA. Zwar können Transportunternehmen ihre Ladungen und Routen besser planen als private Einkäufer, „doch vor allem Dienste wie Amazon Prime sind längst nicht so sparsam, wie sie sein könnten“, heißt es von der Verbraucherzentrale in Deutschland. Vor allem der logistische Aufwand der schnellen Lieferung in abgelegene Gegenden wirke sich besonders negativ auf die Umweltbilanz aus. Dazu kommt, dass viele Kunden am Tag der Auslieferung gar nicht zu Hause sind und der Postbote das Paket wieder mitnehmen muss – um es am kommenden Tag erneut zuzustellen.

Rabatttage sorgen für Umsatz

Den größten Umsatz machen Onlinehändler auch in den USA während ihrer Rabatttage: Das sind vor allem der Black Friday und der Cyber Monday rund um Thanksgiving. Andere Nationalfeiertage wie der Presidents' Day oder der Memorial Day lassen ebenfalls wesentlich mehr Artikel über die virtuelle Ladentheke gehen als im Rest des Jahres.

Seattle, USA
47° 36' N, 122° 20' W

Lieferroboter Scout



Die USA probieren aus Künstliche Postboten

Zustelldienst per Roboter oder Drohne gefällig? Zukunftsmusik? Das ja, aber getestet werden die neuen, wetterfesten Helfer bereits. In San Francisco dreht der von Postmates entwickelte, autonome Roboter Serve seine Runden. Sein Amazon-Pendant Scout liefert Testpakete aus. In Kürze werden auch die ersten Paketdrohnen abheben für den Testbetrieb. Zahlreiche Sensoren und künstliche Intelligenz sollen ihre Sicherheit stetig verbessern.

Er ist so groß wie ein Labrador, der selbstfahrende Lieferroboter Scout von Amazon. Der sechsrädrige Roboter liefert seit Jahresanfang Pakete an Kunden in einem Vorort von Seattle. Noch begleitet ihn allerdings ein Amazon-Mitarbeiter.

Amazon hat dabei seinen eigenen Rabatttag. Ob Elektronik, Wasserfilter, Schongarer oder DNA-Tests für zu Hause: Beim weltweit größten Onlineversandhändler klingelten im Juli 2019 die Kassen. Diesmal dauerte der Prime Day – exklusiv für Abonnenten des gleichnamigen Dienstes – 48 Stunden.

Der E-Commerce in den USA legt insgesamt kräftig zu: Nach einem stattlichen Vorjahreswachstum stiegen die Umsätze von Januar bis März 2019 erneut um mehr als zwölf Prozent auf nun fast 138 Milliarden US-Dollar. Knapp die Hälfte davon konnte allein Amazon für sich verbuchen.

Vor allem können die USA als Testfeld für kommende Trends dienen. Besonders stark wächst der Absatz über mobile Endgeräte. Prognosen des Marktforschungsunternehmens Forrester Research zufolge werden Transaktionen über Smartphones und Tablets im Jahr 2022 bereits mehr als 175 Milliarden US-Dollar Umsatz generieren. In der Mode- und der Möbelbranche werden derweil Omnichannel-Strategien wichtiger. Immer mehr Möbelhändler mit traditionellen Ladengeschäften bauen ihr E-Commerce-Angebot aus. Umgekehrt setzen immer mehr ursprünglich reine Onlinehändler auch auf klassische Ladengeschäfte.

Der Onlinemöbelhändler Wayfair hat im Sommer und Herbst 2019 mehrere Pop-up-Stores und ein Geschäft in der Natick Mall in Massachusetts eröffnet. Der Grund: Viele Verbraucher recherchieren im Internet vorab nur zu gewünschten Produkten, kaufen sie dann aber in stationären Läden. Oder sie besuchen Showrooms und testen dort die Auslage. Wenn es ihnen gefällt, bestellen sie das gewünschte Produkt online und bekommen es nach Hause geliefert.

AR- und VR-Apps kurbeln den E-Commerce in den USA an. Overstock hat im Mai 2019 eine VR-App zur Simulation von

3-D-Modellen in Originalgröße auf den Markt gebracht. So lassen sich zum Beispiel Möbel vor dem Kauf in die eigenen vier Wände projizieren.

Der sogenannte Ansatz Try before you buy funktioniert auch gut im Bereich Business-to-Business (B2B). Das Marktforschungsunternehmen Forrester Research sagt voraus, dass der Onlinehandel zwischen Unternehmen bis zum Jahr 2023 auf 1,8 Billionen US-Dollar ansteigen und dann 17 Pro-

zent aller B2B-Verkäufe ausmachen wird. Ende 2018 lag dieser Wert bei etwa 1,1 Billionen US-Dollar. Der Online-B2B-Handel soll demnach in den USA in den kommenden fünf Jahren im Schnitt um mehr als zehn Prozent pro Jahr zulegen. Bereits jetzt ist sein Volumen doppelt so hoch wie der E-Commerce im Bereich Business-to-Consumer. Kein Wunder also, dass immer mehr Unternehmen ihre eigenen B2B-Marktplätze entwickeln.

■ **Nigeria: jenseits der Shoppingcenter**

In Afrika ist es vor allem der Mobile Commerce, der die Branche antreibt. Beispiel Nigeria: Das Land ist der größte Internetmarkt in Afrika und zugleich einer der größten weltweit. Mit knapp 200 Millionen Einwohnern und den meisten Internetnutzern auf dem Kontinent hat der E-Commerce-Sektor nach Einschätzung von Experten das Potenzial, in den kommenden zehn Jahren auf einen Gesamtumsatz von 50 Milliarden US-Dollar pro Jahr zu wachsen.

Die Drohnen des nigerianischen Start-ups Arone liefern medizinische Ausrüstung an Krankenhäuser und Gesundheitseinrichtungen in Afrika. Sie können bis zu 200 Kilometer weit fliegen, fünf Kilogramm Ladung transportieren und erreichen Spitzengeschwindigkeiten bis 400 Kilometer pro Stunde. Zur Flugplanung nutzt die autonome Flugnavigationssoftware Computervision und künstliche Intelligenz, so kann die Drohne auch Hindernisse und den Empfänger der Lieferung erkennen.

Afrika hebt ab Paketdienst mit Rotoren

In mehreren Ländern Afrikas laufen Tests, bei denen Drohnen medizinische Versorgungsgüter ausliefern. Sie versorgen etwa Krankenhäuser in entlegenen Gebieten mit Blutkonserven und Medikamenten. In Nigeria prüfen die Behörden jetzt, ob Drohnen auch im kommerziellen Liefergeschäft zum Einsatz kommen könnten.



Nsukka, Nigeria
6° 52' N, 7° 23' O

Drohne vom nigerianischen Start-up Arone



EXPANSION

Dos and Dont's im Onlinehandel

Die aktuelle Jahresumfrage des Händlerbundes zeigt: Das Thema Internationalisierung im Onlinehandel gilt für 17 Prozent der befragten Händler als eine der größten Herausforderungen im Jahr 2019. Doch gerade mittelständische Onlinehändler tun sich mit der Expansion noch schwer. Die Tipps des Händlerbundes:

- ✓ Sprachbarrieren und Kaufgewohnheiten im Zielmarkt einkalkulieren.
- ✓ Abweichende rechtliche Rahmenbedingungen beachten. Allein innerhalb der Europäischen Union gibt es 28 unterschiedliche Steuersätze. Der Händlerbund bietet Rechtstexte in neun Sprachen.
- ✓ Am besten einen Spezialisten für internationale E-Commerce-Projekte zurate ziehen. Solche Dienstleister helfen bei Produktdarstellung, Kundenservice, Fullfillment und vor allem bei rechtlichen Fragen.
- ✗ Nicht kopflos in das Abenteuer Onlinehandel starten. E-Commerce scheint ein einfacher Türöffner für Märkte zu sein, doch Händler sollten die Schwierigkeiten nicht unterschätzen.
- ✗ Nicht die Bedeutung eines zielgenauen Marketings für den neuen Markt unterschätzen. Laut Händlerbund passiert das oft.
- ✗ Nicht vergessen zu prüfen, welche Endgeräte und Zahlungsarten im Zielmarkt üblich sind.

Kundenanalyse helfen. Zudem ist es leichter, neue Artikel ins Sortiment aufzunehmen. Allerdings brauchen deutsche Onlinehändler bei einer fehlenden Präsenz im Land einen nigerianischen Vertriebspartner, der sich um die Zollabwicklung kümmert. Wer selbst einen Onlinevertrieb aufbauen will, sollte darauf achten, dass die Seite für mobile Geräte nutzbar und nicht zu komplex aufgebaut ist.

Digitale Lösungen für alte Probleme

Der E-Commerce-Sektor in Nigeria könnte noch viel schneller wachsen, doch es gibt Probleme bei der Logistik. Dazu kommt: Viele Kunden vertrauen Onlinebezahlmethoden nicht, die Angst vor Onlinebetrug ist weit verbreitet. Barzahlungen sind normal, die beliebteste Zahlungsmethode ist immer noch die Zahlung per Nachnahme. Der Trend geht allerdings zum mobilen Zahlen, viele Nigerianer erledigen ihre Zahlungen bereits mit dem Smartphone. Vielversprechende Anbieter, die verschiedene Möglichkeiten des bargeldlosen Zahlens anbieten, sind zum Beispiel Paystack und Flutterwave.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen, um das Vertrauen in Onlinezahlungssysteme zu stärken, existieren bereits. 2016 hat die nigerianische Regierung beispielsweise ein Gesetz gegen Cybercrime erlassen und die Regeln für Verbraucher- und Datenschutz sowie die Haftung von Anbietern verschärft.

Ein weiteres Problem ist die Infrastruktur im Land. Die Straßen sind oft in schlechtem Zustand, vor allem in ländlichen Gebieten. Deshalb sind die Lieferzeiten lang und die Logistikkosten hoch. Selbst in der Hauptstadt ist es schwierig, eine Onlinebestellung am gleichen Tag zuzustellen. Adressen sind

Nach Angaben der Nigeria Communication Commission gab es 2018 etwa 92 Millionen Internetnutzer, die den größten Teil der Onlineprodukte über mobile Endgeräte bestellt und bezahlt haben. Hier sehen Branchenkenner Potenzial. Der noch geringe E-Commerce-Anteil am Einzelhandel könnte nach einer Studie von McKinsey bis 2025 auf zehn Prozent der Gesamtumsätze wachsen.

Branchenriesen wie die Jumia Group und Konga betreiben Onlineplattformen, auf denen sie jeweils bestimmte Produktgruppen vertreiben. So gibt es neben der allgemeinen Plattform des Marktführers Jumia auch Jumia Travel, Jumia Car und Jumia Food. Auch Dienstleistungen sind zunehmend im Onlineangebot wie Lieferdienste, Flugbuchungen und Zahlungsdienste. Das zweitgrößte nigerianische E-Commerce-Unternehmen Konga bietet ein umfangreiches Sortiment von Haushaltsgeräten über Mode und Bücher bis hin zu Körperpflegeartikeln. Online verkaufen sich besonders Mobiltelefone, Bekleidung und Unterhaltungselektronik.

Der typische E-Commerce-Kunde ist zwischen 25 und 34 Jahren alt und lebt in einer der größeren Städte. Er kommt aus der Mittelschicht, ist Student oder Angestellter und Smartphone-Nutzer. Er ist sehr preisbewusst, sodass Produkte mit niedrigen Preisen die besten Aussichten haben.

Onlinevertrieb als Markteinstieg

Für deutsche Anbieter stellt sich also die Frage, ob es für hochpreisige deutsche Konsumgüter in Nigeria überhaupt einen Markt gibt. Deutsche Produkte, außer Automobile, sind bislang wenig vertreten. Chancen können sich für Anbieter von günstigen und

haltbaren Grundnahrungsmitteln sowie von Körperpflegeprodukten ergeben. Auch hier entscheidet der Preis. Nigerianer sind gegenüber No-Name-Produkten und unbekanntten Marken aufgeschlossen. Aber auch elektrische Geräte wie Generatoren oder Autozubehör könnten einen Markt haben. Hier dürften deutsche Produkte qualitativ besser als die angebotenen Waren aus Fernost abschneiden.

Ein Markteinstieg über eine Onlineverkaufsplattform kann ein erster Schritt zum Austesten des Marktes sein. Die Strategie ist vergleichsweise kostengünstig und liefert schnell Vertriebsstatistiken, die bei der



Berlin, Deutschland
52° 31' N, 13° 24' O

KoMoDo-Kurier



Deutschland fährt vor Letzte Meile: Lastenrad

Für das Projekt Kooperative Nutzung von Mikro-Depots durch die Kurier-, Express- und Paket-Branche für den nachhaltigen Einsatz von Lasträdern (KoMoDo) haben sich die fünf konkurrierenden Logistiker DHL, DPD, GLS, Hermes und UPS zusammengetan. Der Startschuss fiel in Berlin. Im ersten Jahr der Pilotphase lieferten elf Lastenräder im Umkreis von drei Kilometern 160.000 Pakete aus und legten insgesamt 38.000 Kilometer zurück.

Grünes Licht: Der Logistiker Hermes liefert Onlinebestellungen nun auch per Fahrradkurier und Lastenrad aus – wie hier in der Berliner Innenstadt.

oft ungenau registriert, Straßennamen und Hausnummern gibt es längst nicht überall.

Um Abhilfe zu schaffen, testet die nigerianische Post ein neues, von einem britischen Start-up entwickeltes Adressensystem. Das junge Unternehmen hat das System What3words zur Georeferenzierung von Standorten mit einer Auflösung von drei Metern entwickelt, das jedem drei mal drei Meter großen Quadrat eine einmalige Dreiwortadresse zuteilt, die sich niemals ändert. So hat etwa das Hauptpostamt in der Hauptstadt Abuja die Dreiwortadresse „bracelets.hesitation.mutes“.

Deutsche Firmen auf Auslandskurs

Der internationale E-Commerce bietet also eine Vielzahl von Chancen, die genutzt werden wollen – beziehungsweise gar genutzt werden müssen. Denn nicht zuletzt wird auch für deutsche Kunden das Bestellen im Ausland je nach Produkt zunehmend attraktiver.

Generell sind deutsche E-Commerce-Händler laut einer aktuellen gemeinsamen Studie des Deutschen Industrie- und Handelskammertags und des Forschungsinstituts Ibi Research auf einem guten Weg. Demnach gaben 66 Prozent der befragten Händler

an, aktiv im Ausland zu verkaufen. Allerdings steigt dabei der Druck: So stimmten der Aussage „Die Konkurrenz agiert auch zunehmend international“ 46 Prozent voll zu, bei der Aussage „Das Auslandsgeschäft gewinnt für uns immer stärker an Bedeutung“ waren es 44 Prozent.

Fest steht: Wer im Ausland online verkaufen will, sollte die länderspezifischen Unterschiede und Herausforderungen berücksichtigen. Somit erstaunt es etwas, dass 36 Prozent der befragten E-Commerce-Händler vor dem Markteintritt beziehungsweise Verkauf im Ausland keine umfassenden Vor-

bereitungen getroffen oder Marktrecherchen durchgeführt haben.

Strategien anpassen

„Einem Unternehmen, das ins Ausland expandieren möchte, muss bewusst sein, dass jede Branche, jeder Zielmarkt und jede Produktplatzierung individuell und dem Bedarf vor Ort mit einer individuellen Strategie angepasst werden muss“, sagt Richard Geibel, Leiter des E-Commerce Instituts Köln. → [siehe Interview, Seite 11](#) Zuerst müssten Firmen analysieren, ob das Produkt für den wettbewerbsintensiven Weltmarkt bereits reif genug sei. Und natürlich, ob es überhaupt zum Markt passt – das gilt offline wie online.

Geibel ist sich sicher: Wer potenzielle Kunden und deren bevorzugte Kanäle kennt, kann sich erfolgreich am Markt positionieren. Das hilft außerdem, um alternative

Handelsplattformen zu identifizieren. „So können sich Firmen in entsprechenden Nischen positionieren“, sagt Geibel. Ohne eine angepasste Strategie werde eine erfolgreiche Markteinführung sehr schwierig.

Nicht zuletzt sollte man die Erfahrung anderer nutzen. „Onlinehändlern raten wir dazu, die Herausforderungen gemeinsam mit Partnern zu meistern“, sagt Florian Seikel, Director Public Affairs und Verbandsweisen beim Händlerbund. Das erleichtert den Markteintritt – auch in fernen Ländern.



— Noch mehr zum Schwerpunkt

Online nachzulesen unter:
www.marketsinternational.de

Weitere Informationen rund um Trends im E-Commerce gibt es hier:
www.tinyurl.com/trends-e-commerce

SERVICE



Der E-Commerce-Code

Das E-Commerce Institut Köln hat den sogenannten E-Commerce-Code entwickelt und will so Firmen dabei helfen, ihre Onlinegeschäftsmodele besser zu steuern. Im Fokus stehen dabei die strategischen Faktoren Customer Centricity, digitale Innovation, Skaleneffekte und Data-Driven Marketing.



— Gut zu wissen

Weitere Informationen unter:
www.tinyurl.com/e-commerce-code

Online verkaufen im Ausland



Der Aufbau des Auslandsgeschäfts im E-Commerce ist anspruchsvoll und unterscheidet sich von Land zu Land. Deshalb hat die Industrie- und Handelskammer (IHK) zu Essen die kostenfreie Reihe „Online verkaufen in...“ initiiert. In Zusammenarbeit mit dem Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern stellt die IHK Booklets zu ausgewählten Märkten bereit, die die wichtigsten Fragen

zum Einstieg in den jeweiligen (Online-)Markt beantworten. Bereits erschienen sind unter anderem Broschüren zu den USA, der Türkei, Taiwan, der Schweiz, China, Frankreich, Großbritannien und Hongkong.



— Zum Downloaden

Die Studien finden Sie hier:
www.tinyurl.com/online-verkaufen-in

AUTOREN DES SCHWERPUNKTS



»Augmented- und Virtual-Reality-Anwendungen werden das Einkaufserlebnis weiter verbessern.«

Oliver Höflinger,
GTAI-Redakteur Berlin
oliver.hoeflinger@gtai.de



»Mit dem Handy als Entwicklungsmotor wird der Wachstumstrend in Nigeria weiter anhalten.«

Corinna Päßgen,
GTAI-Korrespondentin Accra
corinna.paeffgen@gtai.de



»Die Zuwachsraten im Onlinehandel bleiben trotz schwächeren Konsums zweistellig.«

Roland Rohde,
GTAI-Korrespondent Hongkong
roland.rohde@gtai.de



»Kunden schätzen neue Technologien mit Mehrwert und wollen Interaktion auf allen Kanälen.«

Heiko Steinacher,
GTAI-Korrespondent San Francisco
heiko.steinacher@gtai.de

Leicht entflammbar

Die Proteste der Gelbwesten kamen Ende 2018 völlig überraschend über Frankreich. Die Regierung wollte das Land mit ihren Reformen wettbewerbsfähiger machen. Doch das erschien vielen Franzosen als sozial unausgewogen. Es bleibt schwierig.

von **Peter Buerstedde**, Germany Trade & Invest Paris

Ein ausgebranntes Auto vor meinem Wohnhaus. Im Hausflur liegt ein Backstein, die Fensterscheibe der Eingangstüre ist grob mit Plastikfolie verklebt, ihre Reste liegen zusammengekehrt am Boden. Sonntagabend Anfang Dezember 2018 bin ich von einem Wochenendausflug in meine Pariser Wohnung zurückgekehrt. Der Concierge schaut etwas erschrocken. „Mais c'est des dingues! Das sind Verrückte! Aber ich lasse mich nicht einschüchtern.“

Anders die Regierung. Die Gelbwestenproteste haben seit Ende November 2018 über Monate hinweg jeden Samstag landesweit für Unruhe gesorgt. Zuerst wollte Präsident Emmanuel Macron ihnen die Stirn bieten. Aber als die Straße partout nicht zur Ruhe kam, setzte er geplante Steuererhöhungen aus, befreite Überstunden von Steuern und Abgaben und erhöhte den Mindestlohn sowie niedrige Renten – alles in allem 17 Milliarden Euro zur Stärkung der Kaufkraft. Anfang des Jahres lancierte er eine nationale Debatte. Dabei reiste Macron kreuz und quer durchs Land und stellte sich auf Bürgerversammlungen stundenlang den Fragen der Bevölkerung.

Waren es das zusätzliche Geld, die teilweise im Fernsehen übertragenen Diskussionsrunden oder der beginnende Sommer?

KOMMENTAR

Das bleibt von Macrons Plänen

In einem wichtigen Punkt ist der Reformspielraum der Regierung mit den Protesten arg zusammengeschrumpft. In den jährlich von der Auslandshandelskammer in Paris und der Beratungsgesellschaft EY durchgeführten Umfrage beklagen deutsche Unternehmensvertreter in Frankreich die hohe Steuerlast. Die kann nur verringert werden, wenn der Staat schlanker wird. Frankreich wies 2018 laut Eurostat mit 56 Prozent die höchste Staatsquote in der Europäischen Union auf, in Deutschland waren es 43,9 Prozent. Mit den Kaufkraftmaßnahmen von 17 Milliarden Euro entfernt sich Präsident Emmanuel Macron immer weiter von seinem Ziel, die Staatsquote bis Mandatsende auf 52 Prozent zurückzuführen. Die Reformen des Arbeitsmarktes laufen. Sie motivieren Unternehmen, Mitarbeiter einzustellen, falls sie angesichts eines wachsenden Fachkräftemangels überhaupt welche finden. Hier dürfte mittelfristig die Ausbildungsreform helfen.

von **Peter Buerstedde**, GTAI Paris

Seit Juni sind die Proteste jedenfalls weitgehend versiegt. Doch die Ruhe täuscht. Die Lage ist weiter höchst volatil, und selbst Macron sagte Ende Juli im Urlaub bei einem Dorfspaziergang, er glaube nicht, dass die Proteste überstanden seien.

Die Gelbwesten waren aus weitgehend heiterem Himmel auf die Regierung herabgestürzt. Nach seinem Amtsantritt 2017 hatte Macron in schneller Folge wichtige Reformen umgesetzt: Entschädigungszahlungen bei Arbeitskonflikten wurden gedeckelt, die

Arbeitgeber zuvor vor Einstellungen zurückschrecken ließen, das Ausbildungssystem verbessert, die Staatsbahnen umstrukturiert. Studien wollten Mitte 2019 schon erste Auswirkungen beim Arbeitsmarkt gemessen haben. So waren Unternehmen eher bereit, unbefristete Verträge abzuschließen als zuvor. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) prognostizierte sogar auf zehn Jahre verteilt 3,2 Prozentpunkte mehr Wachstum durch die Reformen.

Das ländliche Frankreich ist frustriert

Der Frust, der seit Oktober 2018 in friedlichen Protesten, aber immer wieder auch in gewaltsamen Ausschreitungen zum Ausdruck kommt, hat sich über einen langen Zeitraum aufgestaut. Als Wiege der Bewegung gilt „la France périphérique“, das Frankreich der Peripherie im ländlichen Raum und in den Vorstädten. Hier haben die Menschen besonders darunter zu leiden, wenn die Regierung staatliche Leistungen herunterfährt. Sie fühlen sich von den boomenden Regionen Paris, Lyon sowie der Mittelmeer- und Atlantikküste immer stärker sozial abgehängt.

Mehrere Regierungen hatten versprochen, die wachsende Kluft zu verringern, haben ihre Versprechen aber nicht erfüllt.

ZAHLEN & FAKTEN

17 Mrd.

Die Regierung Macron hat als Reaktion auf die Proteste Steuererhöhungen ausgesetzt, den Mindestlohn und niedrige Renten erhöht. So soll die Kaufkraft um 17 Milliarden Euro steigen.

3,2

Die OECD prognostizierte zunächst 3,2 Prozentpunkte zusätzliches Wachstum in den nächsten zehn Jahren. Unternehmen und Ökonomen hatten sehr positiv auf Macrons Reformpläne reagiert.

Quellen: Französische Regierung, OECD

Amtshälfte zu einer Kehrtwende gezwungen sehen wird.

Nach den Protesten hat die Regierung vor dem Sommer bereits ein erstes heißes Eisen angefasst, indem sie die Arbeitslosenversicherung anpasst, was den deutschen Hartz-Reformen nahekommt. Die latente Unzufriedenheit und das Misstrauen gegenüber der Politik sind in Frankreich aber dadurch nicht geringer geworden. Die Regierung plant eine Rentenreform, die Abschaffung von Subventionen auf Diesel und eine Ausrichtung verschiedener Steuern an ambitionierte Klimaziele. Diese Veränderungen schaffen Verlierer und Gewinner. Und jede Menge Material, an dem sich die Proteste erneut entzünden könnten.

**Gut zu wissen**

Weitere Informationen zum Land:
www.gtai.de/frankreich

Hinzu kamen 2018 einige unsensible Bemerkungen des Präsidenten und Steuerreformen, die vielen Menschen als sozial unausgewogen erschienen. In den Echokammern der sozialen Medien hat sich der Frust darüber schließlich radikalisiert.

Die Explosion der aufgestauten Wut hat nach einem Bericht der französischen Nationalversammlung durch Zerstörungen und Umsatzeinbußen 217 Millionen Euro gekostet. Zugewagt haben der Wirtschaft vor allem Lieferunterbrechungen, die zu Ausfällen geführt haben.

Der Reformprozess seit dem Amtsantritt von Präsident Macron war von ausländischen Firmen fast euphorisch aufgenommen worden. Obwohl der Präsident an seinem Kurs festhalten will, fürchten manche Unternehmensvertreter nun, dass sich nach einem fast klassischen Muster vergangener Präsidentschaften auch Macron in seiner zweiten



Ein Gilet Jaune hält in der Nähe des Pariser Triumphbogens eine Leuchtfackel hoch. Die gelben Warnwesten wurden zum Markenzeichen der Protestbewegung. Bei ihren Demonstrationen kam es oft zu Ausschreitungen.

Der russische Eisbrecher Fedor Ushakov bahnt sich seinen Weg durch die Nordostpassage. Die Klimaerwärmung sorgt hier künftig immer öfter für freie Fahrt. Das soll der Region einen ungeahnten Aufschwung bringen.



Wladimir Tschuprow
»Straßen und Stromleitungen zerstören die Landschaft.«

Der Leiter des Energieprogramms bei Greenpeace Russland sieht die Erschließung der Arktis für die Ölgewinnung kritisch.

Welche Auswirkungen haben die Rohstoffprojekte in der Arktis für das Ökosystem?

Wenn ein Tanker durch das arktische Meer fährt, kann er von Eisschollen durchlöchert werden und leckschlagen. Kaltes Erdöl zersetzt sich sehr langsam. Auch 30 Jahre nach dem Unglück der Exxon Valdez ist die Küste vor Alaska noch verschmutzt.

Was erwarten Sie für das polare Festland?

Schon jetzt tritt bei den Lagerstätten Öl aus. Hinzu kommt die Zerstörung der Landschaft durch Straßen, Stromleitungen, Gas- und Ölpipelines. Die Brandgefahr erhöht sich. Wir beobachten, dass sich Ruß auf dem Eis ablagert und es schneller schmilzt.

Russland will die Nordostpassage verstärkt für den Schiffsverkehr nutzen. Ist das ökologisch sinnvoll?

Den Transport von Öl, Gas und Kohle auf der Strecke finden wir schlecht, weil er dem Klima schadet. Greenpeace ist aber nicht gegen diesen Transportweg für andere Frachtarten. Dabei sollten aber emissionsärmere Treibstoffe wie Flüssiggas oder Elektromotoren zum Einsatz kommen.

Das Interview führte **Gerit Schulze**, GTAI Moskau



Das vollständige Interview gibt es auf:
www.marketsinternational.de/bonanza-im-eis





Bonanza im Eis

Die Erderwärmung lässt die Arktis schmelzen. Die polaren Seewege werden voraussichtlich ab 2040 ganzjährig befahrbar sein. Dann könnte das Polarmeer zum Transporthub zwischen Asien und Europa werden. Und: Der tauende Permafrostboden gibt den Zugang zu Rohstoffen frei.

von **Gerit Schulze**, Germany Trade & Invest Moskau

Das Eis schmilzt, die Goldgräber kommen. Diesmal allerdings nicht mit Sichertrog, um Nuggets auszuwaschen, sondern mit Felljacke und Bohrsonden. Das neue Eldorado liegt in der Arktis. Die Erderwärmung macht die unwirtliche Gegend zum Traumziel für Rohstoff- und Transportkonzerne. Russland ist ganz vorn mit dabei. Schließlich liegt ein Fünftel der Staatsfläche nördlich des Polarkreises. Das russische Umweltministerium schätzt die Ölvorkommen dort auf 1,7 Milliarden Tonnen, die Erdgasressourcen auf 13 Billionen Kubikmeter.

In der Sowjetunion waren polare Städte noch politische Prestigeprojekte. Zulagen lockten Arbeiter in den hohen Norden, mit Versorgungsflügen hielt Moskau die Infrastruktur aufrecht. Nach der Einführung der Marktwirtschaft kam das Modell zunächst auf den Prüfstand, die Subventionen versieg-

ten. Die Nickelhochburg Norilsk verlor ein Viertel ihrer Einwohner, der Kohlestandort Workuta schrumpfte auf die Hälfte.

Energiekonzerne entdecken die Arktis

Nun soll es ausgerechnet dank der Klimaerwärmung wieder aufwärtsgehen. Moskau schiebt Milliardensummen in seine Polargebiete, um sich für die letzte Öl-Bonanza des Planeten zu wappnen. Rohstoffkonzerne wie Rosneft, Gazprom und Novatek sind bereit, 120 Milliarden Euro in die Gewinnung von Bodenschätzen zu investieren, in Pipelines, Gasverflüssigung, Häfen und Flughäfen. Im Gegenzug erwarten sie staatliche Subventionen und Steuerrabatte.

Deutsche Unternehmen könnten von den Vorhaben profitieren, vor allem bei der Erschließung von Lagerstätten und dem Abtransport der Rohstoffe nach Ostasien und Europa, sagt Michael Harms, Geschäftsfüh-



»Russland ist bei der Arktiserschließung an einer engen Kooperation mit deutschen Mittelständlern interessiert.«

*Michael Harms, Vorsitzender der Geschäftsführung
beim Ost-Ausschuss – Osteuropaverein der Deutschen Wirtschaft*

rer beim Ost-Ausschuss – Osteuropaverein der Deutschen Wirtschaft. „Die russische Seite ist an einer engen Kooperation mit deutschen Unternehmen interessiert, gerade auch mit mittelständischen.“ Als klares Zeichen wertet Harms, dass Rosatom ihn in den Gesellschaftsrat für die Nordostpassage berufen hat.

Sanktionen und Sicherheitsinteressen

Der langjährige Russlandkenner sieht Deutschlands Industrie gut aufgestellt bei der Schiffbautechnik für die arktischen Routen, bei Satellitentechnik und Datenauswertung. Ein Hindernis seien die EU-Sanktionen bei der Erdölförderung auf offener See und in der Tiefsee sowie bei Dual-Use-Gütern: zum Beispiel Bohranlagen für die Untergrundverankerung. Auch russische Sicherheitsinteressen dürften manche Kooperation erschweren. Der Staat wacht über jede Aktivität in der für Russland strategisch wichtigen Region.

Siemens will sich bei den großen Rohstoffinvestitionen als Zulieferer für Schlüsseltechnologien positionieren. „Russland spielt weltweit eine Führungsrolle bei der Arktiserschließung“, sagt Nikolai Rotmistrow, Leiter der Abteilung für Flüssiggas und Sonderprojekte bei Siemens Russland. Das Unternehmen verkauft Gasturbinen als Antrieb für Kraftwerke oder Kompressoren, die Gas verflüssigen. Außerdem bieten die Münchener Automatisierungstechnik, digitale Lösungen für smarte Bohrlöcher und Ausrüstungen für die Stromverteilung an.

Auch andere deutsche Firmen sind im Geschäft. Die deutsche Linde AG baut in Sankt Petersburg Wärmetauscher für die Flüssiggaswerke von Novatek. Liebherr hat Ausrüstungen für Betonwerke nach Mur-

GEOPOLITIK

Die Pläne der Arktisanrainer



Kanada mangelt es in der Arktis an Infrastruktur sowie Bildungs- und Gesundheitseinrichtungen. Die Arktisgemeinden benötigen mehr Häfen und Flughäfen, Straßen und Schienen. Höchste Priorität hat der Ausbau eines verlässlichen Breitbandnetzes. So steht es jedenfalls im Plan zur Entwicklung der kanadischen Arktisgebiete „Arctic and Northern Policy Framework“. Der kanadische Haushalt 2019 sieht 530 Millionen US-Dollar dafür vor. Für zukünftige Projekte suchen die nördlichen Gemeinden noch Partner. Neben finanziellem Engagement geht es dabei auch um Unterstützung bei der Entwicklung der Gemeinden, also um Hilfe zur Selbsthilfe. Projekte sollen Jobs für Einheimische schaffen und lokale Betriebe die Infrastruktur instand halten.

Daniel Lenkeit, GTAI Toronto



Grönland setzt spätestens 2020 seine neue Arktisstrategie um: mit neuen Eisbrechern und einer Stärkung der Seenotrettung. In der Rohstoffförderung arbeitet die Regierung des dänischen Mutterlandes mit internationalen Partnern zusammen. Für 1,6 Millionen Euro wird bis 2022 ein Forschungshub gebaut. Neue Infrastruktur soll die Insel zum Touristenziel machen. Norwegen setzt auf Flüssiggas-, Batterie-, Hybrid- und Wasserstoffantriebe. Bis 2027 werden die Radarsysteme in der Region ausgebaut. Der Norwegische Forschungsrat stellt 2019 rund 90 Millionen Euro für Projekte in Nordnorwegen zur Verfügung. Weitere Gelder fließen in Flughäfen (Mo i Rana, Bodø) und in die Nord-Norwegenbahn (bis Tromsø) sowie in Internetbreitband per Satellit.

Michał Wozniak, GTAI Stockholm

mansk geliefert. BASF stellt Technologien für die Absorption saurer Gase zur Verfügung.

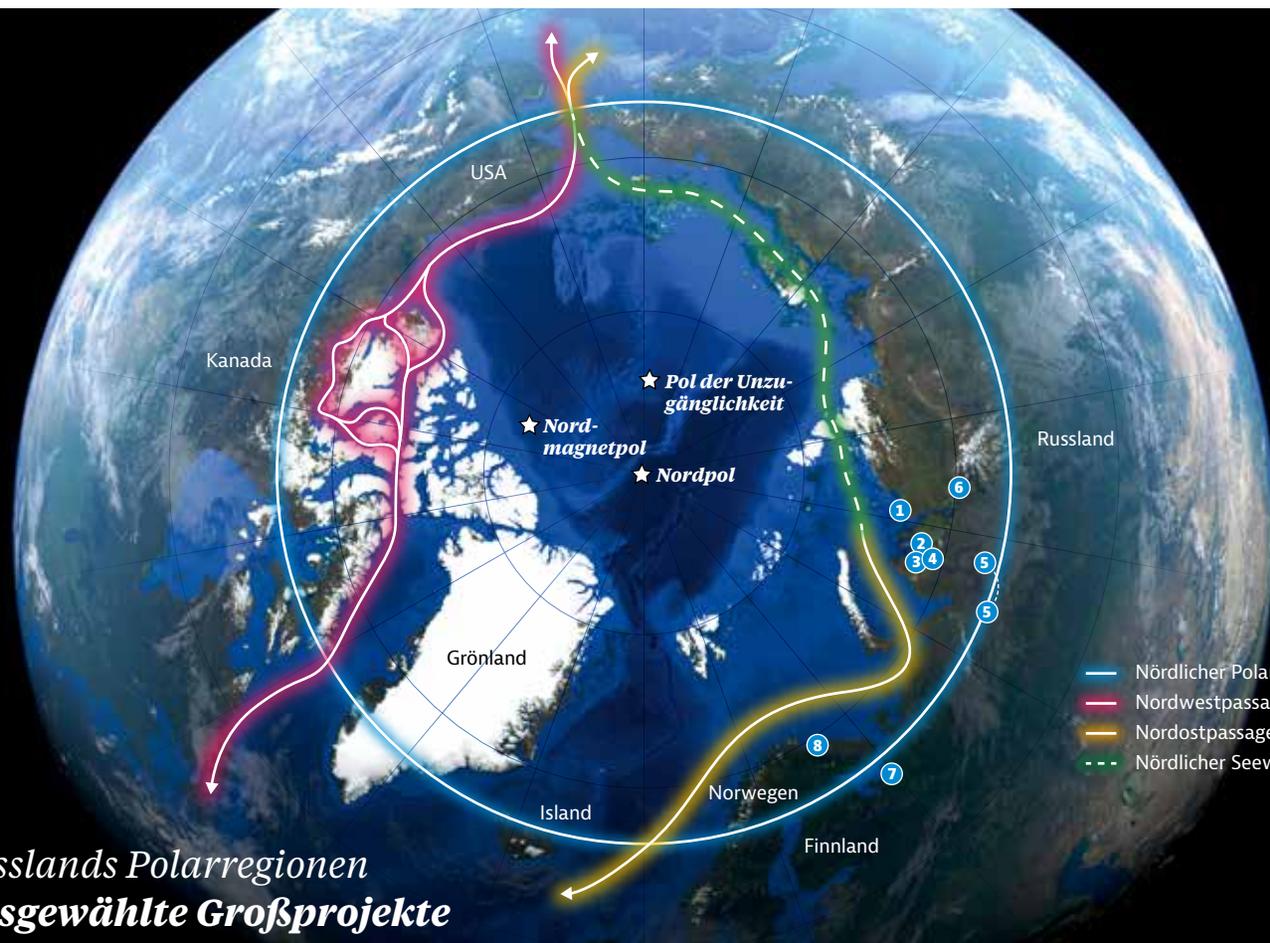
Projekte in der Arktis haben allerdings ihre Tücken. Es herrschen extreme Temperaturen von bis zu minus 60 Grad, Anlieferungen sind nur von April bis Oktober möglich. „Die Fristen für Montage und Inbetriebnahmen sind kurz“, sagt Siemens-Manager Rotmistrow. Die Wartung der gelieferten Ausrüstung läuft vor allem über Ferndiagnose.

Milliarden für Häfen und Bahnlinien

Wenn das Eis schmilzt, öffnet sich auch die Nordostpassage von Europa nach Asien. Russlands Präsident Wladimir Putin hatte nach seiner Wiederwahl 2018 gefordert, das jährliche Frachtaufkommen durch das Nordpolarmeer bis 2024 auf 80 Millionen Tonnen zu vervierfachen. Er sieht die Strecke als Schlüssel für die Erschließung der Arktis und will sie zu einer global wettbewerbsfähigen Verkehrsader ausbauen. Immerhin sparen Schiffe im Vergleich zur Suezroute ein Drittel Reisezeit. China will die Arktispassage in seine Pläne für die maritime Seidenstraße integrieren.

Rund zwölf Milliarden Euro sollen in den kommenden fünf Jahren in die Entwicklung des Nördlichen Seeweges fließen – unter anderem in den Ausbau von sechs Schlüsselhäfen von Murmansk bis Kamtschatka. Allein die sogenannte Polarkreuzbahn zwischen den Stationen Obskaja und Korotshajewo könnte mehr als drei Milliarden Euro kosten.

Gigantische Summen verschlingen auch die acht Atomeisbrecher, die der staatliche Atomenergiekonzern Rosatom als Betreiber der Flotte bauen lässt. Darunter das neue Flaggschiff Lider mit 120 Megawatt Leistung,



Russlands Polarregionen Ausgewählte Großprojekte

1 Erschließung des Pajacha-Erdölvorkommens und Bau des Hafenterminals Port Buchta Sewer auf der Tajmyr-Halbinsel, Region Krasnojarsk. Investor: Neftegazholding 2019–2024 28,2 Mrd. Euro	5 Polarkreiseisenbahn im Autonomen Bezirk der Jamal-Nenzen, Föderale Agentur für Eisenbahnttransport. Investoren: Staat, RZhD, Gazprom bis 2023 3,0 Mrd. Euro
2 Arctic LNG-2 (Gasverflüssigung) auf der Gydan-Halbinsel, Autonome Bezirk der Jamal-Nenzen. Investor: Novatek mit verschiedenen Partnern 2019–2023 19,3 Mrd. Euro	6 Projekt Schwefel in Norilsk, Region Krasnojarsk. Investor: Norilski Nickel. Ziel ist die Senkung des Schwefeldioxidaustrittes in der Stadt 2019–2023 2,3 Mrd. Euro
3 Arctic LNG-1 (Gasverflüssigung) auf der Gydan-Halbinsel, Autonome Bezirk der Jamal-Nenzen. Investor: Novatek nicht vor 2021 19,8 Mrd. Euro	7 Tiefseehafen in Archangelsk. Investor: Arktis-Transportknotenpunkt (ATPU) 2018–2023 2,1 Mrd. Euro
4 Obsky LNG (Gasverflüssigung) in Sabetta, Jamal-Halbinsel. Investor: Novatek. Erstmals nur russische Technologie für die Gasverflüssigung ab 2020 5,0 Mrd. Euro	8 Transportknoten Murmansk auf der Halbinsel Kola, Bau von Kohleterminals und Eisenbahninfrastruktur. Investor: PPP ¹⁾ unter Beteiligung von Stroygazconsulting bis 2020 2,0 Mrd. Euro

1) Public-private-Partnership. Quellen: Unternehmensangaben, Recherchen von Germany Trade & Invest

das bis zu viereinhalb Meter dickes Eis brechen kann. Es soll ab 2022 in der Werft Swesda vom Stapel laufen und 1,7 Milliarden Euro kosten.

Trotzdem bleiben Experten skeptisch, ob die hohen Frachtvolumina erreicht werden können. Die Investitionszyklen bei Öl- und Gasfeldern dauern 40 oder 50 Jahre, betont Wladimir Tschuprow, Energieexperte bei Greenpeace in Moskau. „Was passiert, wenn der Ölpreis plötzlich wieder sinkt oder die Geopolitik sich ändert?“ → [siehe Interview, Seite 20](#) Zudem sind die Bedingungen hart:



Gerit Schulze,
GTAI-Korrespondent Moskau
gerit.schulze@gtai.de
Twitter: @GTAI_Moskau

Eisberge, Unwetter, die fehlende Infrastruktur für Betankung und Seenotrettung sowie hohe Mautgebühren für die Durchfahrt könnten die Pläne ausbremsen. Nicht zu vergessen sind die Umweltschäden. Würde in der Arktis Öl auslaufen, wären die Folgen verheerend, sagt Tschuprow. „Bei eisiger Kälte lässt sich das Öl nur schwer beseitigen.“



— Gut zu wissen

Weitere Großprojekte unter:
www.marketsinternational.de/bonanza-im-eis

Reich der Reförmchen?

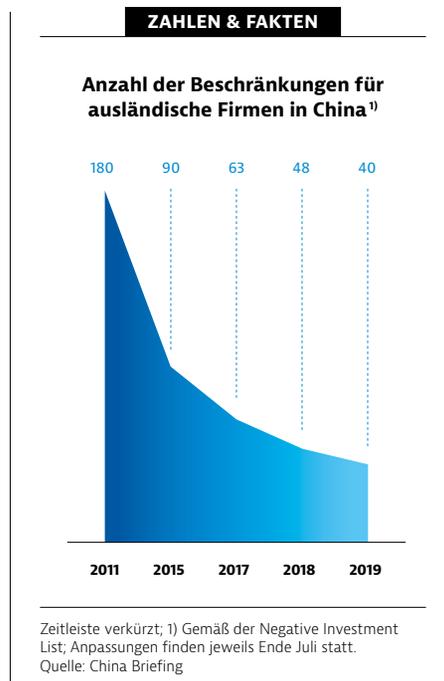
In China tut sich etwas. Obwohl das Reich der Mitte seinen Markt sukzessive öffnet, setzt Beijing auf eine Politik der kleinen Schritte und selektiven Gefälligkeiten. Ausländischen Mittelständlern bringt das eher wenig.

von **Roland Rohde**, Germany Trade & Invest Hongkong

Die englischsprachige Tageszeitung „China Daily“ legte im Zuge des Handelskonfliktes zwischen den USA und China einen erstaunlichen Strategiewechsel an den Tag. Zunächst kritisierte die Zeitung die Linie Washingtons deutlich. Als das keine Wirkung im Weißen Haus zeigte, berichtete das staatliche Blatt stattdessen, wie stark einzelne Branchen in den USA unter den Folgen des Zollkonfliktes litten und wie sehr sich die Volksrepublik im Gegenzug für Freihandel und mehr ausländische Investitionen einsetze.

Beim genaueren Hinsehen zeigt sich: Die negativen Auswirkungen des Handelskonfliktes sind vor allem in China selbst zu spüren. Außerdem erweisen sich die angekündigten Liberalisierungsschritte als eine eher zögerliche Marktöffnung, die zudem von anderen Maßnahmen konterkariert wird.

Immerhin bewegt sich, letztendlich dank des Handelskonfliktes, etwas. In China tätige deutsche Unternehmer sagen hinter vorgehaltener Hand – namentlich zitieren lassen will sich niemand – unisono: So wenig sie US-Präsident Donald Trump mögen, so sehr unterstützen sie seine Zollpolitik gegenüber dem Reich der Mitte. Chinesische Unternehmen könnten sich fast ungehindert in Euro-



pa oder den Vereinigten Staaten engagieren, umgekehrt sei das nur sehr bedingt möglich.

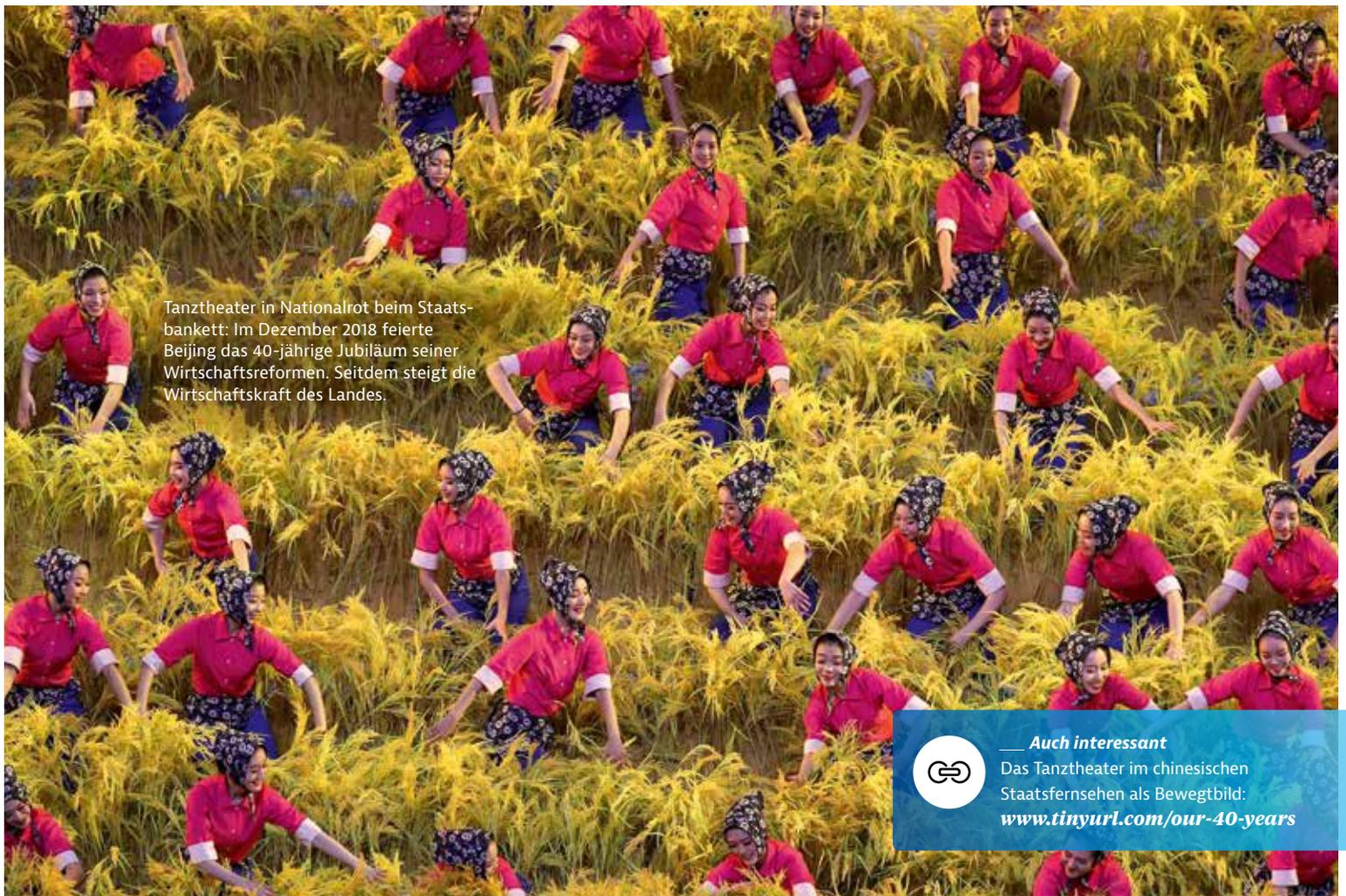
Ob und in welchem Ausmaß internationale Unternehmen in China tätig werden dürfen, bestimmt die sogenannte Negative Investment List. Sie regelt unter anderem, in welchen Bereichen ausländische Firmen ein Joint Venture mit chinesischen Firmen gründen müssen und wie viel Prozent der Anteile sie maximal halten dürfen. Bei Werten von unter 50 Prozent ist der Technologieabfluss

quasi vorprogrammiert. Im für deutsche Unternehmen wichtigen Automobilsektor liegt die entsprechende Grenze beispielsweise bei 50 Prozent.

Die Liste ist nicht in Stein gemeißelt, sondern wird ständig von der chinesischen Regierung gelockert. Die größten Liberalisierungsschritte gab es im Jahr 2015, seitdem erfolgen immer wieder Anpassungen. Auch im Jahr 2019 folgte ein weiterer Schritt: Gemäß den diesjährigen Reformen soll unter anderem für Automobilunternehmen ab 2022 keine maximale Beteiligungsgrenze mehr gelten. BMW ließ bereits verkünden, seinen Anteil an einem Joint Venture mit dem Partner Brilliance auf 75 Prozent aufstocken zu wollen. Allerdings dürfen deutsche Unternehmen auch nach 2022 an höchstens zwei Tochtergesellschaften die Mehrheit besitzen.

Kein Gesetz ohne Ausnahme

Im Finanzsektor wird es laut Ankündigung der China Banking and Insurance Regulatory Commission, der zuständigen Aufsichtsbehörde, bereits 2020 zwölf Liberalisierungsmaßnahmen geben. Die wichtigste Neuerung besteht darin, dass es für internationale Banken und Versicherungen keinen Joint-Venture-Zwang mehr geben wird. Ferner ist eine



Tanztheater in Nationalrot beim Staatsbankett: Im Dezember 2018 feierte Beijing das 40-jährige Jubiläum seiner Wirtschaftsreformen. Seitdem steigt die Wirtschaftskraft des Landes.



Auch interessant

Das Tanztheater im chinesischen Staatsfernsehen als Bewegtbild:

www.tinyurl.com/our-40-years

Reduzierung bezüglich der Mindestsumme an Aktiva vorgesehen, die eine ausländische Bank aufweisen muss. Bei Versicherungen fällt die Vorschrift weg, vor Marktantritt bereits 30 Jahre im Assekuranzgeschäft tätig gewesen zu sein.

Doch es gilt die alte Regel: kein Gesetz ohne Ausnahme. So gewährt Beijing einzelnen ausländischen Marktteilnehmern bereits vor den angekündigten Terminen Gefälligkeiten. Etwa der deutsche Versicherer Allianz soll bereits für 2019 die Erlaubnis erhalten haben, eine eigene Holding in Shanghai zu gründen, die zu 100 Prozent in der Hand der Allianz ist.

Die Negative Investment List ist allerdings nur eine der zahlreichen Markteintrittsbarrieren. So benötigen Autobauer oder Finanzinstitute entsprechende Produktions- und Geschäftslizenzen. Teils werden diese nur sehr restriktiv vergeben. Banken und Versicherungen etwa müssen für jede einzelne chinesische Provinz eine entsprechende Genehmigung einholen.

Hinzu kommt: Mittelständler können von den angekündigten Maßnahmen nur sehr bedingt profitieren. Der tägliche Kampf mit der Bürokratie steht für sie im Vordergrund. Dabei zeigt sich, dass der staatliche Einfluss auf private Unternehmen in den vergangenen Jahren spürbar zugenommen hat. Kader der kommunistischen Partei werden in die Aufsichtsgremien gedrängt. Schon bald soll

Tempo und Ausmaß der Reformen lassen zu wünschen übrig.

zudem ein soziales Punktesystem für Firmen eingeführt werden. Damit werden Unternehmen für gutes Verhalten belohnt, für Missstände – etwa im Umweltschutzbereich – gibt es Abzüge. Landeskenner sind sich einig: Im Prinzip macht das zwar Sinn, doch das System dürfte schwer durchschaubar und nachvollziehbar sein. Der Willkür werde damit Tür und Tor geöffnet.

In der Summe bleibt somit von den realisierten und angekündigten Liberalisierungsschritten wenig übrig. Der Vorsitzende des Asien-Pazifik-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft, Joe Kaeser, forderte daher Anfang September 2019 die Volksrepublik zu einer weiteren Marktöffnung und einem besseren Schutz von Investitionen auf. Europäische Unternehmen müssten einen einfacheren Marktzugang erhalten, meint der Transatlantikexperte.



Gut zu wissen

Mehr zum Wirtschaftsstandort China:

www.gtai.de/china



Bunter Blick in die Zukunft: Das Star Innovation Center vor den Toren Colombos gibt in Sachen Energieeffizienz den Ton an. Das Gebäude ist laut dem Textilfabrikanten Star Garment Group die erste Fabrik in Südasien, die nach Passivhausstandards gebaut wurde.

Blick nach Sri Lanka

In Sri Lanka entwickelt sich eine moderne Industriekultur. Die neue GTAI-Broschüre gibt Einblicke.

Sri Lankas Wirtschaft ist von strukturellen Unterschieden geprägt. Einerseits gibt es viele kleine Unternehmen, vor allem in der Landwirtschaft, die meist mit veralteter Technik und in Handarbeit produzieren. Andererseits entsteht eine hochmoderne Geschäfts- und Industriekultur. Zu den wichtigsten Branchen gehört die Textil- und Bekleidungsindustrie. Industriezweige wie die Nahrungsmittelbranche, die Kautschukindustrie und die Kühllagerlogistik gewinnen an Bedeutung.

Germany Trade & Invest hat gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit und der Delegation der Deutschen Wirtschaft in Sri Lanka einen Marktführer erstellt. „Neue Märkte – Neue Chancen – Sri Lanka“ informiert über Wirtschaftsstruktur, Investitionsklima und die wirtschaftlichen Potenziale des Landes. Zusätzlich enthält die Broschüre geschäftspraktische Tipps, eine Übersicht zu den Beratungs- und Fördermöglichkeiten der deutschen Entwicklungszusammenarbeit sowie eine Liste mit relevanten Ansprechpartnern.



Zum Downloaden

Die Broschüre „Neue Märkte – Neue Chancen – Sri Lanka“ gibt es hier als kostenfreien Download:

www.tinyurl.com/broschuere-sri-lanka

Rechtsinformationen in a Nutshell

Rechtliche Informationen sind für jedes Auslandsengagement unerlässlich. Das gilt besonders in Afrika: Deshalb erweitert Germany Trade & Invest fortlaufend ihr rechtliches Informationsangebot zu den Ländern der Subsahara-Region. Derzeit existieren kurze Übersichten – die sogenannten Nutshells – über das geltende Recht zu den Ländern Äthiopien, Benin, Côte d'Ivoire, Ghana, Kenia, Südafrika, Tansania und Tschad. Weitere Märkte folgen.



Gut zu wissen

Die Kurzberichte sind kostenfrei abrufbar unter:

www.gtai.de/recht

Studie: der Gesundheitsmarkt USA

Eine neue Studie der Exportinitiative Gesundheitswirtschaft informiert zum weltweit größten Arzneimittel- und Biopharmazeutikamarkt, den USA. Für deutsche Mittelständler spielt der US-Markt eine wichtige Rolle, gleichzeitig ist der Markteintritt sehr komplex. Hier bietet die Marktstudie Orientierung. Neben Markttrends und Geschäftschancen liegt ein Hauptfokus der Publikation auf den Themen Marktzugang und Vertrieb. Die wichtigsten Aspekte zum Registrierungs- und Zulassungsverfahren, zur Preisfestsetzung und zum Marketing werden ausführlich dargestellt. Das umfasst auch die relevanten Akteure, anfallenden Gebühren und Sonderregelungen.



Gut zu wissen

Die Studie ist kostenfrei abrufbar unter:

www.tinyurl.com/gesundheitsmarkt-usa

David Coulthard beim Red Bull Show Run in Hanoi im April 2019: Der Formel-1-Altmeister testete schon einmal einen Teil der künftigen Strecke, die am Mỹ-Dinh-Stadion vorbeiführt.



Teststrecke Hanoi

Die Formel 1 kommt im April zum ersten Mal nach Vietnam – und auch deutsche Firmen sind an dem Großevent beteiligt. Damit alles reibungslos läuft, gibt es noch einiges zu tun.

von **Frauke Schmitz-Bauerdick**, Germany Trade & Invest Hanoi

Im April 2020 trifft sich der internationale Formel-1-Jetset in Hanoi zum ersten Grand-Prix-Rennen der Geschichte Vietnams. Ins Land geholt hat die Formel 1 der Hanoier Bürgermeister, Bau und Organisation von Strecke und Event übernimmt die Vingroup. Das internationale Großereignis soll mehr sein als ein Autorennen und Besuchern aus aller Welt Vietnams historische, kulinarische und kulturelle Reichtümer nahebringen.

Die Vorbereitungen für das Großevent laufen auf Hochtouren. Auch deutsche Firmen wie der Türenbauer Hörmann sind beteiligt. Seit März 2019 baut das deutsche Architekturbüro Tilke am neu konzipierten Straßenparcours. Die Rennstrecke rechtzeitig fertigzustellen, ist

allerdings herausfordernd: Der Parcours muss mitsamt Nebenanlagen also innerhalb eines Jahres aus dem Boden gestampft werden. Nicht weniger anspruchsvoll wird es werden, die bis zu 300.000 Besucher unterzubringen und an der Rennstrecke zu verpflegen. Auch der Transport der Fans in der chronisch staugeplagten Metropole bereitet den Veranstaltern Kopfzerbrechen. Aber eins ist sicher: Der chaotische Hanoier Verkehr mit seinen Myriaden an Mopeds ist bereits eine Attraktion an sich.



Gut zu wissen

Weitere Informationen und Tickets unter:
www.ftvietnamgp.com



Bis hierhin und nicht weiter: Marokkanische Ärztinnen demonstrieren im Jahr 2014 in Rabat gegen das Gesundheitssystem. Schon damals forderten sie bessere Bedingungen in den öffentlichen Krankenhäusern – getan hat sich bislang kaum etwas.

Schmerzhaft Behandlung

Das marokkanische Gesundheitssystem steht unter Druck, vor allem in ländlichen Regionen gibt es nicht genug Ärzte. Die Regierung will mit einem Gesundheitsplan gegensteuern – und schafft so auch Geschäftschancen für ausländische Medizintechnikhersteller.

von **Michael Sauermost**, Germany Trade & Invest Casablanca

In Marokkos Krankenhäusern herrscht reges Treiben. Leider in erster Linie in den Wartesälen. Patienten beklagen, dass sie oft vergeblich auf eine ärztliche Untersuchung warten. Ein Grund: Die Versorgungsdichte im Land ist außerordentlich niedrig. Während laut dem Forschungsinstitut Fitch Solutions im weltweiten Schnitt auf 1.000 Menschen 1,5 Ärzte kommen, sind es in Marokko nur 0,5. Auch bei den Krankenschwestern sieht es nicht besser aus: Mit 0,7 Krankenschwestern pro 1.000 Einwohner kommt Marokko noch nicht einmal auf ein Viertel des internationalen Durchschnitts, der bei knapp drei Pflegekräften liegt. Dazu kommt: Mediziner, die im öffentlichen Sektor praktizieren, müssen sich mit einem Taschengeld zufriedengeben und heuern

AUF EINEN BLICK

Marokkos Wirtschaft

Die Konjunktur des Landes beeindruckt mit Kontinuität. Auch wenn der Wirtschaftsmotor derzeit nicht auf Hochtouren läuft. Denn das reale BIP-Wachstum ist unter die Dreiprozentmarke gefallen. Kein Grund zur Sorge, sagen die Experten der Economist Intelligence Unit mit Blick auf die kommenden Jahre. Das Königreich will weiter auf Industriewachstum setzen und dafür ausländische Investoren gewinnen. Die Infrastruktur wird mit den geplanten TGV-Strecken sowie dem Hafen Tanger Med II das Aushängeschild bleiben. Mit zahlreichen Handelsabkommen, unter anderem mit der EU und den USA, ist Marokko international gut aufgestellt, gleichzeitig auch abhängig von der internationalen Konjunkturlage. Ein Großteil der 35 Millionen Marokkaner ist vom informellen Sektor und der Landwirtschaft abhängig.

deshalb zusätzlich in Privatkliniken anweswegen der Versorgungsengpass in öffentlichen Kliniken immer schlimmer wird.

Der marokkanische Rechnungshof ließ in seinem Jahresbericht 2018 kein gutes Haar an dem Gesundheitssystem. Von Personalüberlastung, fehlender Ausrüstung und unseriösen Machenschaften sei die Rede, berichtet das Nachrichtenmagazin „Telquel“. Drei unrühmliche Beispiele: Ärzte müssen bei Operationen aus Mangel an Geräten improvisieren, Krankenwagen halten für Kurierfahrten her und Krankenhäuser rechnen Reparaturkosten für Geräte ab, die es gar nicht gibt. Es verwundert also kaum, dass Ärzte und Pflegepersonal in diesem Jahr bereits mehrfach auf die Straße gegangen sind, um gegen die Zustände im Gesundheitssektor zu protestieren.



Fritz Sacher

**»Ohne gut vernetzten Partner
wird es schwer.«**

Fritz Sacher, ehemaliger Leiter der Afrikastrategie von Merck, heute CEO von Pioneering Africa sowie Vorstandsmitglied der Dawa Group in Kenia.

Wie entwickelt sich der Gesundheitsmarkt Marokkos?

Mit circa 35 Millionen Einwohnern, von denen offiziell 50 Prozent, tatsächlich aber nur 35 bis 40 Prozent in irgendeiner Weise Zugang zu einer staatlichen oder privaten Krankenversicherung haben, ist der nationale Markt in Marokko noch relativ klein. Das System ist noch weit von einer universellen Krankenversicherung entfernt. Zum Vergleich: Algerien hat bereits 100 und Tunesien 80 Prozent erreicht. Das liegt vor allem an der überschaubaren Mittelschicht und dem begrenzten offiziellen Arbeitsmarkt, die beide letztlich das System tragen.

Aber die Pharmaindustrie spielt doch eine aktive Rolle?

Ja, Marokko hat neben Generika bereits eine begrenzte Bedeutung für den Einsatz inno-

vativer Arzneimittel. Die Rolle als Exporteur im Maghreb-Raum ist jedoch beschränkt durch die Spannungen mit Algerien. Marokko produziert bereits seit über 60 Jahren Generika und Lizenzpräparate vor Ort und schützt den lokalen Markt. Dieser wird auch heute noch von fünf lokalen Firmen dominiert, wobei der König erhebliche Anstrengungen unternimmt, dieses Oligopol aufzubrechen.

Schaffen es ausländische Firmen trotzdem in den Markt?

In Marokko können ausländische Investoren mit einer eigenen lokalen LE (GmbH) aktiv sein und genießen auch die Vorteile lokaler Produzenten beim Zuschlag von staatlichen Tendern – zumindest laut Gesetz. Ohne gut vernetzten lokalen Partner werden sie sich in Marokko allerdings auch heute noch sehr schwertun. Das gängige Businessmodell ist weiterhin die Vermarktung von Arzneimitteln in Lizenz durch lokale Firmen, zumindest in einem Joint Venture.

durchschnittliches Wachstum des Gesundheitsmarktes von sechs Prozent in den vergangenen zehn Jahren. Die Liberalisierung des Privatsektors ist eine Chance für deutsche Firmen, denn Marokko ist von Medizintechnikimporten abhängig.

Auch hier ist die Trennung des Gesundheitssystems in einen öffentlichen und einen privaten Sektor spürbar. „Es gibt eigentlich zwei komplett verschiedene Medizintechnikmärkte, für die man unterschiedliche Strategien benötigt“, sagt Oussama Benmessaoud, der mit Mounir Kadaoui das Vertriebsunternehmen Advanced Medical Services führt.

Die geografische Lage macht das Königreich zu einer idealen Drehscheibe.

Die beiden Jungunternehmer haben sich beim Branchenprimus General Electrics kennengelernt. Die Konkurrenz ist groß, denn es gibt zahlreiche kleine Vertriebsfirmen. „Viele laufen dem schnellen Geschäft hinterher“, sagt Benmessaoud. Seine Firma sei dagegen langfristig orientiert – und könne sich vorstellen, Marokko auch als Drehscheibe in andere Märkte zu nutzen.

Gesundheitshub Marokko

Allein die geografische Lage als Bindeglied zwischen Europa und Afrika macht das Königreich zu einer idealen Drehscheibe. Zudem ist es ausgestattet mit Handelsabkommen mit der EU und den USA. „Marokko als Hub für Westafrika könnte vor allem für kleinere beziehungsweise ärmere westafrikanische Länder funktionieren“, beurteilt Fritz Sacher, CEO von Pioneering Africa. → [siehe Interview oben](#) Länder wie Senegal, Ghana oder Nigeria hingegen seien eher darauf bedacht, ihre eigene Produktion aufzubauen und diese dann auch entsprechend zu schützen.

Die Regierung fährt zweigleisig, um die Missstände zu beheben. Sie lancierte im Jahr 2018 den Plan Santé 2025, mit dem sie die medizinische Infrastruktur verbessern will. Allein 1,3 Milliarden Euro sind für die Erweiterung der Krankenhauskapazitäten vorgesehen – auch für Personal. Houda Toufelaz, Ländermanagerin Marokko vom Orthopädietechnikhersteller Ottobock, sieht den Plan als Chance. „Es werden neue Krankenhäuser gebaut, neue Ausrüstungen angeschafft und bestehende Einrichtungen renoviert.“

Chancen für Privatfirmen

Nichtsdestotrotz weiß die Regierung in Rabat, dass sie die großen Herausforderungen nicht ohne den Privatsektor stemmen kann. Eine erste Liberalisierung des Privatsektors

kam durch die Gesundheitsreform im Jahr 2015. Vorher konnten Kliniken lediglich von Ärzten eröffnet werden, was zur Folge hatte, dass die Einrichtungen meist sehr spezialisiert waren. Nun können auch Privatunternehmen Krankenhäuser eröffnen – eine Chance für ausländische Medizintechnikanbieter.

Das Forschungsinstitut Fitch Solutions geht davon aus, dass der Markt für medizinische Verbrauchsgüter und Medizintechnik bis 2023 im Jahresdurchschnitt um sechs Prozent auf rund 453 Millionen US-Dollar wächst. „Die Liberalisierung des privaten Gesundheitswesens hat bereits viele in- und ausländische Investoren angezogen“, bestätigt Gero Peters, Geschäftsführer von Siemens Healthineers, und verweist auf ein

Auch Lamia Berrada Souni spielt mit dem Gedanken von Marokko als Drehscheibe. Sie leitet das Familienunternehmen Top Médical, das medizinische Geräte und Materialien vertreibt. Angesprochen auf Drittmarktgeschäfte holt sie eine Lagerhallenskizze aus ihrer Schreibtischschublade. Was man machen könne, führt die Geschäftsfrau aus, sei der Import von deutscher Medizintechnik nach Marokko, verbunden mit einer geringfügigen Weiterverarbeitung in dem in Flughafennähe gelegenen Lager. Dann könne man die Geräte zollfrei in Richtung USA verschiffen.

Marokko hat noch einen weiten Weg vor sich. Damit die Defizite, die insbesondere durch eine Unterversorgung in den ländlichen Regionen bestehen, abgebaut wer-

den können, bedarf es einer koordinierteren Steuerung der staatlichen und privaten Prozesse. Dies sei allein deshalb schon erforderlich, damit der Gesundheitssektor in neue wichtige Bereiche wie beispielsweise E-Health vordringen könne, sagt Siemens-Healthineers-Geschäftsführer Peters. „Digitalisierung der Gesundheitsversorgung ist eine große Chance für die bessere Diagnose und Versorgung und für Marokko die Gelegenheit, ein neues Zeitalter im Gesundheitsbereich einzuläuten.“



— Auch interessant

Weitere Informationen über Marokko erhalten Sie unter:

www.gtai.de/marokko



Michael Sauermost,
GTAI-Korrespondent Casablanca
michael.sauermost@gtai.de
Twitter: @GTAI_de

ZAHLEN & FAKTEN

Kleiner Markt, große Chancen

7,1 Mrd.

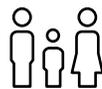
US-Dollar betragen die Gesundheitsausgaben Marokkos 2018, was etwa sechs Prozent des BIPs entspricht.

+5,8%

erwartet das Marktforschungsunternehmen Fitch Solutions bei den Gesundheitsausgaben 2019.

196,9

US-Dollar betragen die Gesundheitsausgaben pro Kopf im Jahr 2018; 2028 sollen es bereits 282 US-Dollar sein.



● **35,6**
● **83,0**

Millionen Einwohner



● **1,0%**
● **0,3%**

Bevölkerungswachstum



● **75/77**
● **78/83**

Jahre Lebenserwartung (m/w)¹⁾



● **504**
● **1.942**

Anzahl der Krankenhäuser¹⁾



● **1,0**
● **8,2**

Krankenhausbetten²⁾



● **5.195**
● **95.189**

Anzahl der Zahnärzte²⁾



— Zum Downloaden

Die Studie „Marokko – Gesundheitswirtschaft auf dem Weg der Besserung“ inklusive des vollständigen Interviews mit Fritz Sacher gibt es hier als kostenfreien Download: www.tinyurl.com/studie-marokko



Kékfrankos

(Blaufränkisch): Die am meisten angebaute Rotweinsorte Ungarns und Österreichs ist vielseitig und bringt leichte und fruchtige, aber auch tanninreiche Weine mit Lagerpotenzial hervor. Sie ist der wichtigste Bestandteil von Bikavér (Stierblut).



Olaszrizling

(Welschriesling): Die meistangebaute Weißweinsorte Ungarns hat mit dem in Deutschland bekannten Riesling nichts zu tun. Olaszrizling ist eine ertragsichere Sorte, aus der sowohl einfache, fruchtige als auch komplexe Weine gekeltert werden.



Furmint

Eine ungarische Rebsorte, die in der Region Tokaj und zahlreichen anderen Weinregionen Ungarns vorzufinden ist. Sie ist wichtigster Bestandteil der weltbekannten Tokajer Süßweine, wird aber auch dort immer öfter trocken ausgebaut.



Ungarns Weinprobe

Zu süß, zu billig, zu schlecht: Ungarns Weinbranche leidet an ihrem Image aus sozialistischen Zeiten. Um das zu ändern, arbeiten die Winzer des Landes an der Qualität ihrer Produkte – und setzen dabei auf deutsche Technik.

von **Waldemar Lichter** und **Bence Szilágyi**, Germany Trade & Invest Budapest

Attila Homonna steht für das Neue und Besondere in Ungarns Weinbranche. Eigentlich ist der 44-Jährige aus Debrecen gelernter Werbefachmann, hatte mit der Weinindustrie wenig zu tun. Bis zum Jahr 1999: Damals begann er in der berühmten Region Tokaj eigene Weine zu kreieren. Heute ziert sein Name die Weinkarten der Spitzengastronomie in Berlin, London und New York. Auch in seiner Heimat Ungarn betreibt Homonna ein Boutique-Weingut in Tokaj und berät zahlreiche Weingutprojekte, die zurzeit überall im Land wie Pilze aus dem Boden schießen.

Zugute kommt Homonna der starke Wandel, dem die ungarische Weinindustrie derzeit unterworfen ist. Denn die Branche arbeitet kräftig an ihrem Image: Überwiegend süß, mäßige Qualität, Massenware und billig – das

AUF EINEN BLICK

Ein- und Ausfuhren von Wein

in Euro	2010	2018
Einfuhren insgesamt	20,0 Mio.	19,3 Mio.
Aus Deutschland	4,1 Mio.	3,6 Mio.
Aus Italien	10,4 Mio.	7,0 Mio.
Aus Frankreich	1,5 Mio.	3,1 Mio.
Ausfuhren insgesamt	75,2 Mio.	111,9 Mio.
Nach Slowakei ¹⁾	6,3 Mio.	22,3 Mio.
Nach Tschechien ¹⁾	12,3 Mio.	18,4 Mio.
Nach Deutschland ¹⁾	12,0 Mio.	18,0 Mio.
Nach China ¹⁾	1,6 Mio.	4,6 Mio.

1) Tatsächliche Endempfängerländer wegen Reexporten möglicherweise nicht korrekt erfasst. Quelle: Eurostat

sind die Attribute, die ungarischem Wein bisher anhaften. Dieser Ruf entstammt noch aus den Jahrzehnten, in denen ungarische Weinhersteller vor allem den eigenen Markt und die sozialistischen Brudervölker bedienten. In diesen Ländern ohne größere Konkurrenz konnten die ungarischen Weinanbieter damals an ihre Kunden praktisch liefern, was sie wollten.

Doch das entspricht mittlerweile nicht mehr der Realität. Ungarische Winzer setzen auf bessere Qualität und wollen damit den steigenden Ansprüchen der Verbraucher gerecht werden. Dennoch gleicht es immer noch einer Sisyphusarbeit, einen roten Kadarka aus Eger oder einen weißen Furmint vom Somló in Westeuropa zu vermarkten. Eine Ausnahme sind hier die kräftigen Rotweine namens Stierblut (Bikavér) und die weißen



Zsófia Laposa
**»Die Nachfrage
 nimmt immer
 weiter zu.«**

Tokajer, deren Qualität als süße Dessertweine vor allem im Ausland anerkannt ist.

Mit Edelmetall dekoriert

Dass Ungarn absolute Spitzenweine anbieten kann, zeigen viele internationale Preise, die ungarische Winzer für ihre Produkte inzwischen Jahr für Jahr erhalten. So hat die britische Fachzeitschrift „Decanter“ 2019 vier ungarischen Weinen die höchste Platin- und weiteren sieben die prestigeträchtige Goldmedaille verliehen. Fast alle stammen dabei aus der berühmten Tokaj-Region. Nachbar Österreich hat im jüngsten „Decanter“-Rating dagegen nur eine und Deutschland drei Platinauszeichnungen erhalten.

Die internationale Anerkennung macht deutlich, dass Ungarns Weinbranche längst mit der Zeit geht, auf Trends reagiert und viel Zeit und Geld in bessere Qualität steckt. Doch: So attraktiv das Exportgeschäft auch erscheinen mag, einer signifikanten Erhöhung der Ausfuhren stehen einige Hürden im Wege. So sind für ein rentables Geschäft die Liefermengen einfach noch zu klein. Es müssten außerdem große Marketinganstrengungen unternommen werden, um die ungarischen Produkte im Ausland überhaupt bekannt zu machen und ihnen ein besseres Image zu verpassen.

Für die meisten Weinhersteller ist das eigene Land deshalb immer noch der mit Abstand wichtigste Absatzmarkt. „Der größte Teil unserer Gäste trinkt vor allem ungarische Weine“, sagt Bence Gál, Restaurantmanager in Budapest. Ausländische Weine, etwa aus Frankreich oder Italien, werden laut dem Gastronom eher bei Feiern und Geburtstagen getrunken. Einen Großteil seiner Weinkarte machen deshalb ungarische Weine aus.

Auf ihrem Inlandserfolg ausruhen können sich ungarische Winzer jedoch nicht. Sie müssen zunehmend investieren, weil ihre

Zsófia Laposa, Inhaberin des Weinguts Laposa im ungarischen Badacsony-tó-maj.

Wie viel Wein produzieren Sie pro Jahr?

Zwischen 300.000 und 350.000 Flaschen. Die Nachfrage nimmt immer weiter zu, und wir wollen an dem Wachstum teilhaben. Deshalb bauen wir unsere Kapazitäten aus. Bald werden wir so zusätzlich 30.000 bis 50.000 Flaschen pro Jahr anbieten können, unter anderem Schaumweine, die wir in Tankgärung herstellen werden.

Sie investieren viel in Ihr Weingut. Auch in die Betriebsabläufe?

Ja, das ist notwendig, um kosteneffektiver zu arbeiten. So führen wir derzeit einige unserer Produktionsorte an einem Standort zusammen, um die Qualität zu erhöhen und konstant hochzuhalten. Außerdem verringern wir dadurch die Logistikkosten.

In welche Ausrüstungen und Technologien investieren Sie?

Die Technologie stammt aus Italien. Wir beauftragen einen Generalunternehmer, der die Planung übernimmt und eine Komplettlösung anbietet. Wir arbeiten gern mit italienischen Anbietern. Dort gibt es viel Auswahl, und die Produkte haben sich als zuverlässig erwiesen. Sehr wichtig ist für uns aber, dass auch Serviceleistungen vor Ort angeboten werden. Bei unserem Schaumweinprojekt sind ebenfalls italienische Berater beteiligt, die uns bei der Technologie und auch im Weinberg fachlich unterstützen. Es ist aber eine lockere Kooperation – wir kommen nur ein- bis zweimal im Jahr zusammen.

Auf welchen Märkten verkaufen Sie Ihre Weine?

Laposa hat sich bisher fast ausschließlich auf den ungarischen Markt konzentriert. Exporte sind bisher eher zufällig zustande gekommen. Das ändert sich aber gerade. Wir arbeiten intensiv daran, die Ausfuhren zu erhöhen. Dazu wollen wir in mehreren Ländern strategische Partner für eine langfristige Zusammenarbeit finden.

Kunden immer anspruchsvoller werden und der Wettbewerb auf dem Markt dichter wird. „Die Qualität unserer Weine zu steigern, ist für uns das Wichtigste“, sagt Markus Schieber. Der geborene Schwabe betreibt in Szekszárd, einem der Zentren des ungarischen Weinbaus, zusammen mit seiner ungarischen Frau Anita ein Weingut.

Italiener mischen mit

Wie Homonna ist auch Schieber ein Quereinsteiger. Eigentlich kam er vor zwanzig Jahren nach Ungarn, um dort ein landwirtschaftliches Gut zu betreiben und Ackerflächen zu bewirtschaften. Er übernahm in Szekszárd einen daniederliegenden Agrarbetrieb inklusive eines kaum genutzten Weinguts von 30 Hektar. Kurzerhand entschlossen sich Schieber und seine Frau, Winzer zu werden. Das Ergebnis: Er müsse zwar noch eine Menge investieren, sagt Schieber, aber die ersten Erfolge seien bereits sichtbar. Schiebers Rotweine haben inzwischen wichtige Preise gewonnen. Einige von ihnen sind in Budapester Michelin-besternten Spitzenrestaurants wie Costes oder Borkonyha gelistet.

Aufgrund des Erfolgs erweitert das Winzerpaar gerade seine Rebflächen. Um den Weinberg korrekt anzulegen, lassen sie sich – wie zahlreiche Nachbarn in der Region auch – von einem italienischen Spezialisten beraten. Zu den größten Investitionen gehört ein neues Betriebsgebäude am Rande eines Weinberges, in dem in wenigen Monaten Verarbeitungsanlagen, Pressen, Tanks und Abfüllanlagen untergebracht werden.

Die zunehmenden Investitionen in der Branche bieten auch für deutsche Ausrüster Absatzchancen. Ihre Anlagen haben einen exzellenten Ruf. Doch: Wer mit seinen Ausrüstungen und Anlagen bei Ungarns Winzern erfolgreich sein will, muss sich Mühe geben. Vor einem Neukauf lassen sie sich gern von



☆ **Budapest, Ungarn**

Wichtige Anbaugebiete:

- Tokaj **22**
- Balaton **4 5 6 7**
- Villány **15**
- Somló **2**
- Eger **20**
- Szekszárd **13**

73.000

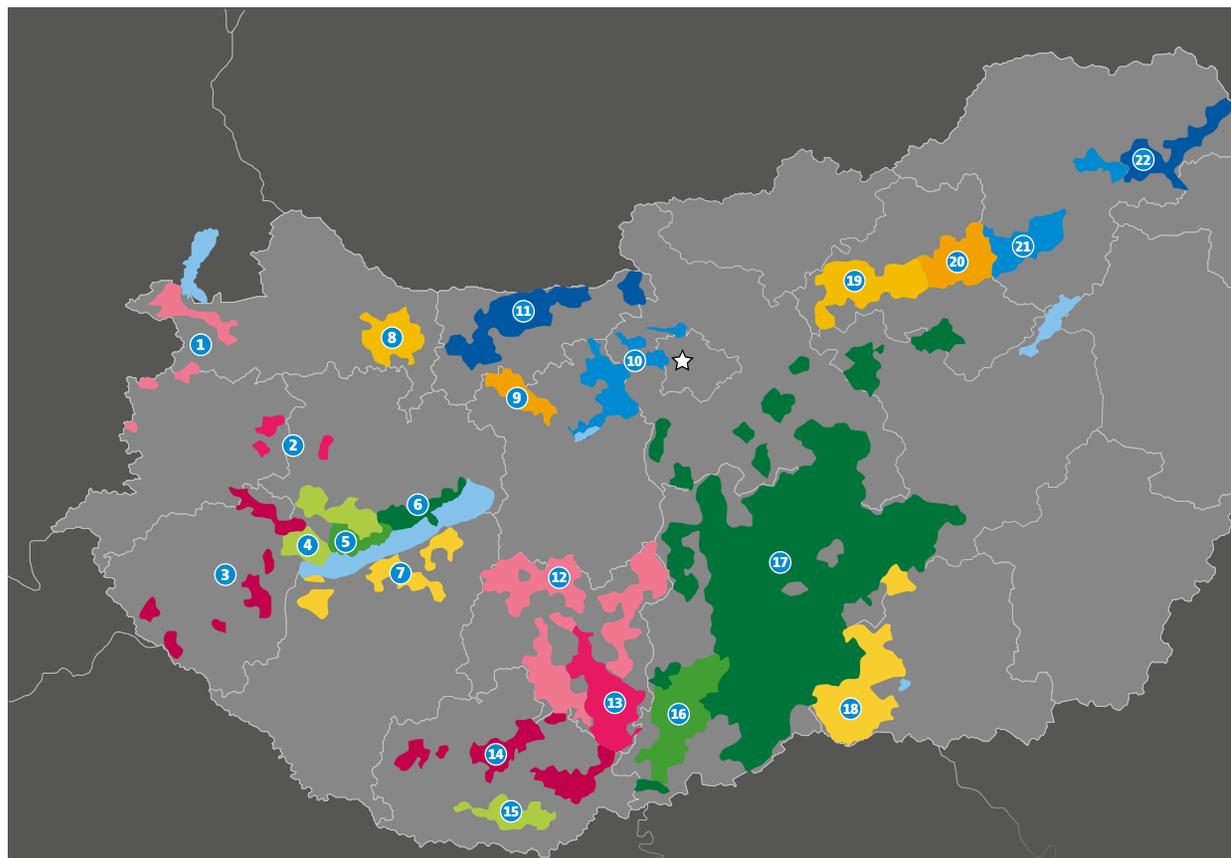
Hektar

Gesamte Rebfläche Ungarns 2017

3.581.322

Hektoliter

Gesamtproduktion Ungarns 2017



Ungarns Weinkarte

1 Sopron	7 Balatonboglár	13 Szekszárd	19 Mátra
2 Somló	8 Pannonhalma	14 Pécs	20 Eger
3 Zala	9 Mór	15 Villány	21 Bükk
4 Balaton-Felvidék	10 Etyek-Buda	16 Hajós-Baja	22 Tokaj
5 Badacsony	11 Neszmély	17 Kunság	
6 Balatonfüred-Csopak	12 Tolna	18 Csongrád	

Quellen: Wikipedia, Ungarisches Statistikamt KSH, Eurostat, Zeitschrift „Magyar Mezőgazdaság“ („Ungarns Landwirtschaft“)

Firmenvertretern über neue Entwicklungen informieren. Hier zählt vor allem Durchhaltevermögen: Ein Vertreter, der nur ein- oder zweimal erscheint und direkt verkaufen will, wird keinen Erfolg haben, ist sich Schieber sicher. Viele Winzer informieren sich vor Investitionen bei ihren Nachbarn, welche Anlagen diese nutzen, welche Erfahrungen sie damit gemacht haben. Wichtig, vielleicht sogar entscheidend ist auch, ob in der Nähe ein guter Service gewährleistet werden kann.

Viele Neuinvestitionen entfallen auf deutsche Ausrüstungen, doch der Wettbewerb ist dicht. Die Ungarn schätzen deutsche



Waldemar Lichter,
 GTAI-Korrespondent Budapest
 waldemar.lichter@gtai.de
 Twitter: @GTAI_de

Qualität und die Langlebigkeit der Produkte, doch die Konkurrenz aus Italien sei ein Drittel billiger, sagt ein Winzer. Einer der wichtigsten Händler von Kellertechnik, das Budapest Unternehmen Új Vinoservice Kft., vertreibt deshalb Ausrüstungen deutscher Hersteller. „Wir verkaufen gern deutsche Maschinen“, sagt Geschäftsführer András Perneckner, „weil sie sehr wenig Service brauchen.“ Eine Win-win-Situation für alle.



Gut zu wissen

Weitere Informationen zu Ungarn unter:
www.gtai.de/ungarn

Die Qual der Wahl

Die Entscheidung für oder gegen eine bestimmte Rechtsordnung und einen Gerichtsstand ist bei internationalen Verträgen immer wichtig. Im Falle eines Brexits gilt das mehr denn je auch für Geschäfte mit Großbritannien.

von **Nadine Bauer** und **Karl-Martin Fischer**, Germany Trade & Invest Bonn

Der Brexit bedeutet für Verträge, dass es komplizierter wird: Wenn das Vereinigte Königreich (VK) die Europäische Union (EU) verlässt, entfällt die harmonisierende Wirkung des europäischen Rechts. Denn Verordnungen der EU werden im VK nicht mehr direkt gelten und Richtlinien sind nicht mehr umzusetzen. Nach Jahrzehnten der Annäherung werden das englische Common Law und das europäische Civil Law wieder deutlicher auseinanderdriften. → **siehe rechts, Common versus Civil Law** Doch Brexit hin oder her, Verträge zwischen britischen und deutschen Geschäftspartnern werden auch zukünftig geschlossen, und daher lohnt es, sich mit den grundlegenden Unterschieden zwischen beiden Rechtsordnungen zu befassen.

Civil Law und Common Law

Wie viele „Rechtsfamilien“ inklusive aller möglichen Mischformen es weltweit insgesamt gibt, lässt sich nicht mit letzter Klarheit ermitteln. Sicher ist nur, dass das angelsächsisch geprägte Common Law und das aus Kontinentaleuropa stammende Civil Law die bedeutendsten sind. Weltweit dürfte es zwar deutlich mehr Staaten geben, die der Civil-Law-Familie angehören – neben Deutschland sind das zum Beispiel der Großteil der europäischen und südamerikanischen Staaten. Andererseits hat das Common Law

eine kaum zu überschätzende Bedeutung für die weltweiten Handelsbeziehungen.

Anwendbares Recht und Gerichtsstand

„Anwendbares Recht“ ist die Antwort auf die Frage, nach welchem Recht Streitigkeiten entschieden werden. Das Recht können die Vertragsparteien ausdrücklich wählen. Gerichtsstand hingegen ist der Ort, an dem ein eventueller Rechtsstreit verhandelt wird – England oder Deutschland zum Beispiel. Sybille Steiner, Partnerin der Londoner Großkanzlei Irwin Mitchell und Vorsitzen-

de der British-German Jurists' Association, sagt dazu: „Beides sollte klug gewählt sein. Im schlimmsten Fall muss am Ende etwa ein englisches Gericht über deutsches Recht entscheiden oder umgekehrt – das kann zu etlichen Komplikationen und Verzögerungen führen.“ Unternehmen, die Verträge mit britischen Geschäftspartnern schließen, sollten die wichtigsten Unterschiede zwischen Civil Law und Common Law kennen und die Vereinbarungen entsprechend formulieren.

Längere Verträge

In Civil-Law-Ländern sind Gesetze die wichtigste Rechtsquelle. Häufig gibt es Gesetzbücher, die eine Rechtsmaterie umfassend regeln – zum Beispiel das deutsche Bürgerliche Gesetzbuch oder den Code civil in Frankreich. Diese dienen als Auffangnetz in Fällen, in denen vertragliche Regelungen unklar sind oder schlicht vergessen wurden. Verträge, die dem Common Law unterstellt werden, sind im Gegenteil in aller Regel wesentlich ausführlicher und damit schlicht länger als ihre Pendanten zum Beispiel aus Deutschland. Denn man kann sich nicht darauf verlassen, dass eine halbwegs sinnvolle Regelung bereitsteht, wenn man etwas vergessen haben sollte.

Wortlaut statt Wille

Deutsche Gerichte interpretieren Verträge auch anders. „Bei Unklarheiten fragen sie,

RECHTSWAHL

Common versus Civil Law

In Deutschland wie auch in den meisten europäischen Staaten gilt das sogenannte Civil Law. Hier sind Gesetze die primäre Rechtsquelle – und Gesetze gelten bekanntlich für alle Fälle. Im angelsächsischen Recht dagegen gibt es zwar auch Gesetze, aber hier sind auch viele Gerichtsurteile rechtlich bindend. Sie haben quasi Gesetzeskraft für vergleichbare Fälle. Englische Richter müssen unter Umständen eine große Fülle potenziell relevanter ähnlicher Fälle berücksichtigen und dabei genau herausarbeiten, ob und inwiefern sie Regelungen für den vorliegenden Streitfall enthalten.

was die Parteien vernünftigerweise geregelt hätten“, sagt Steiner, die sowohl in Deutschland als Rechtsanwältin als auch in England als Solicitor zugelassen ist. In angelsächsischen Ländern dagegen messe man der Privatautonomie einen besonders hohen Wert bei. Sprich: Hier soll das gelten, was zwei Vertragspartner explizit geregelt haben – und nichts anderes. „Gerichte in England und Wales legen Verträge deshalb nah am Wortlaut aus.“

Passivere Richter

Wenn es zu Rechtsstreitigkeiten kommt, treten ebenfalls erhebliche Unterschiede zwischen den beiden Rechtsfamilien zu Tage. Denn im englischen Zivilprozessrecht hat der Richter eine passivere Rolle als in Deutschland. Das bedeutet zum Beispiel,

»Englische Richter legen Verträge nahe am Wortlaut aus.«

*Sybille Steiner,
Partnerin bei der Kanzlei Irwin
Mitchell in London*

dass die Parteien jeweils ihre Fakten und ihre Darstellung des Falles vortragen und der Richter zuhört. In Deutschland lenkt das Gericht das – weitgehend schriftliche – Verfahren hingegen wesentlich aktiver.

Ein anderer wichtiger Unterschied: Das englische Recht kennt eine sehr weitgehende Offenlegungspflicht, auch bezüglich interner oder vertraulicher Dokumente. Das muss im Falle eines Prozesses nicht von Vorteil sein.



— Gut zu wissen

Sonderseite mit aktuellen Informationen:
www.gtai.de/brexit

Termine zu Brexit-Webinaren der GTAI-Rechts- und Zollexperten finden Sie unter:

www.gtai.de/webinare-recht

Richter feiern den Beginn des britischen Rechtsjahres mit einem Dankgottesdienst in Westminster Abbey in London. Nicht nur die vorgeschriebenen Perücken aus Rosshaar unterscheiden englische Juristen von deutschen.



Markenzeichen: die lange, goldene Nase. Die Initiative Plagiarius vergibt jedes Jahr den gleichnamigen Zwerg an die Hersteller und Händler besonders dreister Fälschungen.



Immer der Nase nach

Zehn Prozent der deutschen Unternehmen berichten, dass Konkurrenten ihre Produkte fälschen. Das verursacht Schäden in Milliardenhöhe. Internationale Messen sind eine gute Gelegenheit, Plagiatoren aus dem Verkehr zu ziehen. Wenn man sie denn erwischt.

von **Mariam Misakian**, wortwert

Auf der diesjährigen Shanghai Auto Show staunten die Messebesucher nicht schlecht, als der Elektroautohersteller Zedriv zum ersten Mal seinen elektrischen Sportwagen GT3 präsentierte. Nicht etwa der futuristisch anmutende Lack in fließenden Violetttönen sorgte für den Wow-Effekt. Vielmehr überraschte, dass der Wagen im Design ähnlich wie ein Porsche 911 daherkommt.

Nicht nur die Produkte der deutschen Autoindustrie sind bei Produktkopierern beliebt. Von Spielwaren über Kochtöpfe bis hin zu Tragetaschen – keine Branche bleibt verschont. Das zeigt auch eine Umfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW). Jedes zehnte Unternehmen ist demnach in den vergangenen fünf Jahren Opfer von Produkt- und Markenpiraterie geworden. Der Schaden

ZAHLEN & FAKTEN

**54,5 Mrd.
Euro**

Schaden entsteht deutschen Unternehmen durch Produkt- und Markenpiraterie jährlich.

Stand: 2017. Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft

für die deutsche Industrie beläuft sich nach Angaben des IW jährlich auf fast 55 Milliarden Euro. Für besonders dreiste Kopisten gibt es in Deutschland sogar einen Antipreis. Seit mehr als 40 Jahren verteilt die Aktion

Plagiarius jährlich einen schwarzen Zwerg mit goldener Nase, um auf das Problem aufmerksam zu machen.

Messen seien dabei neben der Internetrecherche der zweithäufigste Fundort für Plagiate, sagt Nils Weber, geschäftsführender Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz in der Kanzlei Jonas. Darum sind Patentanwälte dort auch besonders häufig im Einsatz. Im Idealfall zeigen nahezu alle Händler und Hersteller einer Branche ihre Produkte an einem Ort. Unternehmer können so nicht nur wertvolle Kontakte knüpfen. Sie können auch mit wenig Aufwand ausfindig machen, was die Konkurrenz ausstellt und – wer wem möglich unerlaubterweise bei den eigenen Produkten abgekupfert hat. „Viele Produzenten bringen Produkte mit, die unter europäische Schutzrechte fallen“, sagt Weber. „Zum

SCHUTZRECHTE

Gut geschützt ist halb gewonnen

Um die eigenen Produkte für eine gewisse Zeitspanne vor Raubkopisten zu schützen, müssen Unternehmer Schutzrechte registrieren. Anwälte und Notare helfen dabei, Schutzrechte bei den entsprechenden Behörden zu registrieren. Ein Überblick der wichtigsten gewerblichen Schutzrechte:

	<p>Patente Patente schützen technische Erfindungen und Verfahren, die neu und gewerblich anwendbar sind. Die Inhaber können Konkurrenten untersagen, dieselbe Technik zu nutzen und das entsprechende Produkt herzustellen. Hierfür muss der Unternehmer seine Erfindung in allen Einzelheiten in einer Patentschrift offenlegen. Sie ist dann für jeden zugänglich.</p>
	<p>Gebrauchsmuster Ähnlich wie Patente schützen Gebrauchsmuster neue Erfindungen. Ein Gebrauchsmuster einzutragen, ist kostengünstiger als ein Patent, allerdings überprüft niemand, ob das eingetragene Schutzrecht schutzfähig ist, also tatsächlich neu und einzigartig. Darum lässt es sich im Konfliktfall womöglich nicht durchsetzen.</p>
	<p>Marken Sie schützen Wörter, Buchstaben, Zeichen, Abbildungen, Farben sowie Töne, die Waren oder Dienstleistungen des eigenen Unternehmens von anderen unterscheiden.</p>
	<p>Eingetragenes Design Eingetragene Designs schützen die äußere Gestaltung, zum Beispiel Form und Farbe eines Produkts. Ähnlich wie beim Gebrauchsmuster prüft auch hier niemand, ob das angemeldete Design tatsächlich schutzfähig ist.</p>

Teil tun sie das aus Unkenntnis, zum Teil in der Hoffnung, nicht entdeckt zu werden.“

Vor der Messe: Rechte schützen

Unternehmen müssen ihre Schutzrechte für das jeweilige Land natürlich auch eingetragen haben. „Sie sollten sich nicht erst kurz vor der Messe darum kümmern, ihr geistiges Eigentum zu schützen“, sagt Silvia Bauermeister, Referentin für Recht beim Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Auma). „Wer seine Hausaufgaben macht, hat sogar eine eigene Abteilung für Patentrechte.“ Ohne Schutzrechte hat ein Hersteller kaum Möglichkeiten, seinem Mitbewerber das Kopieren zu untersagen. „Patente sind eine hochkomplexe Sache. Wer von wem kopiert und ob etwas als Plagiat identi-

fiziert wird, kann man ohne Schutzrechte ad hoc auf einer Messe nicht nachweisen“, sagt Bauermeister.

Zu den Schutzrechten gehören neben Patenten auch Marken oder ein eingetragenes Design. Je nach Schutzrecht schützt ein Unternehmer die Technik seiner Erfindung, Form und Farbe oder auch bestimmte Wörter und Logos. Wer sich ein Schutzrecht sichern möchte, sollte gerade beim ersten Mal unbedingt einen Patentrechtler zurate ziehen. „Für einen Laien ist es schwierig, ein Design oder eine Marke treffgenau anzumelden. Häufig passieren schon bei den Produktbildern Fehler, die im Streitfall zum Problem werden“, warnt Rechtsanwalt Weber.

Unternehmen können schon vor der Messe herausfinden, ob ein Wettbewerber Plagia-

te ausstellen wird. Wer zum Beispiel auf einer Fachmesse im Ausland bereits einen Konkurrenten beim Kopieren erwischt oder einen Hinweis von einem Lieferanten bekommen hat, kann im Ausstellungsverzeichnis gezielt nach dem Raubkopierer suchen. Nimmt der Kopist tatsächlich an der Messe teil, ersparen sich Unternehmen Ärger, wenn sie vor Messebeginn ein sogenanntes Grenzbeschlagnahmungsverfahren beim Zoll beantragen. Dann fängt der Zoll Plagiate aus dem EU-Ausland bereits an der Grenze ab.

Während der Messe: vorbereitet sein

Aussteller sollten Urkunden als Original oder als beglaubigte Kopie zur Messe mitbringen. Auch alte Unterlassungserklärungen und Gerichtsurteile gegen Plagiatoren sollten sie dabei haben – für den Fall, dass sie es mit Wiederholungstätern zu tun haben. Außerdem sollten Unternehmen unbedingt ihren Anwalt vorwarnen und sichergehen, dass er während der Messtage einsatzbereit ist. Viele Messen finden schließlich teilweise an Wochenenden statt.

Rechtsanwalt Weber rät, bei Veranstaltungen in Deutschland schon während des Aufbaus die Stände zu kontrollieren und mit Fotobeweisen zum Anwalt zu gehen. „Dann ist es möglich, innerhalb von ein bis zwei Tagen eine einstweilige Verfügung durchzusetzen.“ Die örtlichen Gerichte sind vorbereitet und handeln in der Regel schnell, ebenso wie die Gerichtsvollzieher, die viele Messeveranstalter bereitstellen.

„Auf bestimmten Messen werden wir jedes Mal fündig“, sagt Carmen Vetter, Abteilungsleiterin Schutzrechte beim Sanitärtechnikunternehmen Hansgrohe. Am ersten Messtag teilt sich das Team in Gruppen auf. Dann laufen die Hansgrohe-Mitarbeiter alle Gänge ab, in denen Konkurrenten Sanitärinstallationen präsentieren. Nachahmer kopieren Armaturen oder Duschbrausen des Schwarzwälder Unternehmens.

Gemeinsam mit ihrem Anwalt sichern sie Beweise und erstellen eine Liste. Wenn etwa Stand 6 in Halle B einen Duschkopf ausstellt, der eindeutig das Design eines Hansgrohe-Duschkopfes kopiert, dann hält der Anwalt die genauen Merkmale der Kopie schriftlich fest. Mögliche Beweise sind Fotos,

HEMRÈS

LIIOUS VTTUION

PAETKPHILPIPE

Falscher Luxus made in China: Läden in Guangdong bieten billige Kopien an, mit Fantasienamen, die an westliche Marken erinnern sollen.



Elliot Papageorgiou »Keine Angst vor Messen in China«

Elliot Papageorgiou ist Partner der internationalen Anwaltskanzlei Clyde & Co – seit 2005 in China. Er hat sich auf den Schutz geistigen Eigentums spezialisiert. Im Interview erklärt er, was Aussteller in der Volksrepublik beachten müssen.

Viele Unternehmen haben Angst, dass sie sich auf Messen in China nicht gegen Plagiatoren wehren können. Zu wem halten die chinesischen Behörden im Streitfall?

Bei kleineren Messen in verhältnismäßig kleineren Städten herrscht tatsächlich hin und wieder Lokalpatriotismus. Die Beamten der Durchsetzungsbehörden forcieren die Rechte der ausländischen Firmen dort weniger enthusiastisch. Bei großen Messen in Metropolen wie Shanghai, Beijing, Guangzhou oder auch Shenzhen ist das aber anders. Da sind die Behörden gegenüber Verletzern gewerblicher Rechte sehr effektiv.

Wie bereite ich mich als Aussteller auf eine chinesische Messe vor?

Aussteller sollten sich vor Messebeginn schlaumachen, ob Produktkopierer auf der Messe sein werden. Aber Achtung: Viele Verletzer gewerblicher Rechte erscheinen gar nicht erst auf den Ausstellerlisten, weil sie ihre Produkte von einer anderen Firma ausstellen lassen. Das machen sie vor allem dann, wenn sie im Jahr zuvor bereits mit Produktkopien erwischt worden und eventuell von der Messe suspendiert worden sind.

Wie gehe ich dann vor?

Man muss bei einem Rundgang die Konkurrenz genau prüfen. Stellt ein Aussteller Ware aus, die zum Beispiel Marken, Patent- oder De-

signrechte verletzt, sollte man sich die Visitenkarte des Ausstellers geben lassen.

Wie sichern Unternehmen in China Beweise?

Sie tun das erst am ersten Messetag, denn anders als in Deutschland ist Beweismaterial vom Aufbau-tag nicht gültig. Der Aussteller handelt in China erst dann rechtswidrig, wenn er die Produkte öffentlich anbietet. Beim Rundgang nimmt der Anwalt des Unternehmens einen verdeckten Ermittler und zwei verdeckt arbeitende Notare mit. Der Ermittler nimmt Prospekte, Visitenkarten und auch Fotos der Produktkopien auf und zeigt das Beweismaterial den beiden Notaren. Die attestieren dann später die Echtheit der Beweise. Hat der Ermittler alle Beweise zusammen, bringt der Anwalt sie in einem gebündelten Report zu den Durchsetzungsbehörden vor Ort und beantragt, dass die Produktkopierer die entsprechende Ware aus dem Messeangebot nehmen.

Was tun die Behörden dann vor Ort?

Ein Beamter geht zum Stand des Produktkopierers und konfrontiert den Rechtsverletzer mit den Vorwürfen. Der mutmaßliche Raubkopierer hat dann 24 Stunden Zeit, zu den Vorwürfen Stellung zu nehmen. In den meisten Fällen setzt die Behörde aber schon am ersten Messetag durch, dass Kopierer die Produkte vom Stand nehmen oder abdecken müssen. Unternehmen sollten das alles aber nur dann in Gang setzen, wenn sie hinterher auch eventuell klagen möchten. Andernfalls sehen Messeveranstalter und die Vollzugsbehörde das im nächsten Messejahr nicht gern und könnten unter Umständen einer erneuten Durchsetzungsaktion an der Messe nicht mehr nachgehen.

Veranstaltungen mit den meisten Besuchern Messen für deutsche Exporteure

Datum	Ort	Messe	Besucher ¹⁾
Kraftwagen und Kraftwagenteile			
November 2020	 Shanghai, Volksrepublik China	Automechanika Shanghai	120.671
15.03.–18.03.2020	 Beijing, Volksrepublik China	AMR – Auto Maintenance Repair	57.117 ²⁾
02.04.–05.04.2020	 Istanbul, Türkei	Automechanika Istanbul	48.737
07.06.–09.06.2020	 Dubai, Vereinigte Arabische Emirate	Automechanika Dubai	31.971
04.11.–07.11.2020	 Buenos Aires, Argentinien	Automechanika Buenos Aires	26.644
Bautechnik, Baustoffe, Baumaschinen und Innenausbau			
03.11.–06.11.2020	 Delhi, Indien	BAUMA CONEXPO India – Bau- & Baustoffmaschinen, Baufahrzeuge	139.982
25.02.–28.02.2020	 Taschkent, Usbekistan	UzBuild Tashkent/ Aquatherm Tashkent	115.301
05.03.–07.03.2020	 Salzburg, Österreich	Monumento Salzburg	100.783
15.09.–17.09.2020	 Las Vegas, USA	GlassBuild America	85.834
November 2020	 Dubai, Vereinigte Arabische Emirate	M. E. Concrete (innerhalb The Big 5 Show)	41.505
Chemie, Medizintechnik und Pharma			
12.05.–14.05.2020	 Midrand/Johannesburg, Südafrika	Africa Health	282.291
21.04.–23.04.2020	 Taschkent, Usbekistan	TIHE (Medicina Uzbekistan)	173.952
11.02.–13.02.2020	 Anaheim, USA	MD & M West – Medizintechnik	129.415
27.10.–30.10.2020	 Moskau, Russische Föderation	KHIMIA (CHEMIE)	92.695
11.02.–13.02.2020	 Kairo, Ägypten	EGYPS	8.402
Elektrotechnik und Elektronik			
18.03.–20.03.2020	 Shanghai, Volksrepublik China	electronica/productronica/LASER World of Photonics China	50.000
August 2020	 Shenzhen, Volksrepublik China	NEPCON Asia	45.979
09.06.–11.06.2020	 San Francisco, USA	SID – Information Display	32.499
19.05.–22.05.2020	 Kiew, Ukraine	elcom Ukraine	20.500
23.09.–25.09.2020	 Bangalore, Indien	electronica India & productronica India	18.606
Metallbe- und -verarbeitung sowie Schweißtechnik			
02.06.–05.06.2020	 Shenzhen, Volksrepublik China	Beijing Essen Welding & Cutting – Schweißen, Schneiden	100.000
10.06.–13.06.2020	 Kuala Lumpur, Malaysia	Metaltech Malaysia	95.274
13.01.–16.01.2020	 Schardscha, Vereinigte Arabische Emirate	SteelFab	80.647
Oktober 2020	 Moskau, Russische Föderation	WELDEX (ROSSVARKA)	41.900
25.05.–29.05.2020	 Moskau, Russische Föderation	METALLOBRABOTKA	29.197

→ Produktkataloge oder eine Warenprobe. „In unseren Produkten steckt viel Entwicklungsarbeit. Nachahmer sparen sich diese Entwicklungskosten und springen auf einen fahrenden Zug auf“, sagt Vetter.

Auch die Messeveranstalter können helfen. Sie entscheiden zwar nicht eigenmächtig, welcher Beschuldigte tatsächlich ein Produktpirat ist, und sie ziehen auch keine Aussteller aus dem Verkehr. Dennoch legen sie großen Wert darauf, den Frieden auf der Veranstaltung zu wahren. Darum stellen viele Messen Ansprechpartner und einen Patent- und Markenrechtler als Notdienst zur Verfügung. Die Koelnmesse macht mit der Aktion „No Copy! – Pro Original!“ Öffentlichkeitsarbeit gegen Kopisten, die Messe Frankfurt mit „Messe Frankfurt against Copying“.

Der bayrische Spielwarenhersteller Bruder versucht es zunächst im Guten, wenn Mitarbeiter auf einer Messe Plagiate entdecken. „Dann gehe ich mit meinem Anwalt und unserem Originalprodukt in der Hand zum Messestand und bringe eine Unterlassungserklärung mit“, sagt Monika Drexler, Assistentin der Geschäftsführung des Unternehmens. Einsichtige Nachahmer können dann unterschreiben, dass sie die kopierte Ware vom Messestand nehmen und vernichten. „Viele versuchen, sich zu rechtfertigen, behaupten zum Beispiel, sie stellen das Produkt für einen Bekannten aus.“ Die meisten unterschreiben schließlich, dass sie die Ware freiwillig vom Stand nehmen.

Weigert sich der Plagiator aber, fährt Drexler schwerere Geschütze auf und geht den üblichen nächsten Schritt: eine einstweilige Verfügung. Dann nimmt am nächsten Tag ein Gerichtsvollzieher die Plagiate vom Messestand. Mit seiner Strategie fährt Bruder gut. „Wir haben schon seit zwei bis drei Jahren nur noch wenige Plagiate auf Messen entdeckt“, sagt Drexler. „Scheinbar hat sich herumgesprochen, dass wir dagegen vorgehen.“ Einstweilige Verfügungen sind eine wirksame Maßnahme gegen Produktpiraterie, das bestätigt auch Rechtsanwalt Weber. Stellt der Plagiator die Produktkopien nämlich trotz Gerichtsbeschluss wieder aus, muss er mit



Links das Schrägsitzventil Typ 2000 der Bürkert Werke aus Ingelfingen, rechts die Fälschung einer chinesischen Firma, die auch andere Produkte des Mittelständlers nachbaut. Für die dreiste Kopie gab es beim Negativpreis Plagiarius 2019 den ersten Platz.

Ordnungsgeld rechnen. Mit jeder Wiederholung steigt es an – auf bis zu 250.000 Euro.

Stammen Plagiatoren aus dem EU-Ausland, dann können sich Aussteller auch an den Zoll wenden. Das ist für sie sogar kostenlos. Hansgrohe-Mitarbeiterin Vetter übergibt dem Zoll am ersten Messetag eine Liste mit den Ständen und Produkten der Kopisten. Der Zoll beschlagnahmt die Produktkopien dann am nächsten Tag bei einem Rundgang. Tatsächlich sind die Plagiatoren der Hansgrohe-Produkte aber fast immer Chinesen.

Auf Messen in der Volksrepublik läuft das Verfahren an sich ähnlich wie in Deutschland ab. → [siehe Seite 41, Interview](#) Konkurrenz beobachten, Beweise sichern, Anwalt kontaktieren. Doch zwei Notare müssen den Verstoß beglaubigen. Danach kann das Unternehmen eine Beschwerde bei der staatlichen Verwaltungsbehörde für Industrie und Handel einreichen. Geht der Antrag durch, sorgen die Vollzugsbehörden auch in China recht schnell dafür, dass die Produktkopien vom Stand verschwinden.

AUMA

Erster Überblick

Der [Verband der deutschen Messewirtschaft \(Auma\)](#) bietet auf seiner Website eine umfangreiche [Messdatenbank](#). Die [Icons](#) helfen Unternehmen dabei, die für sie relevanten Messen zu filtern. Mehr Infos auf → www.auma.de



160–180 nationale und internationale Messen in Deutschland



50–60 Gemeinschaftsstände des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) für Start-ups auf internationalen Messen in Deutschland



320–340 Auslandsmessen mit German Pavilion, unterstützt durch das BMWi oder das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft in Zusammenarbeit mit dem Auma



110 geförderte Gemeinschaftsstände der Bundesländer



330 Auslandsmessen deutscher Messeveranstalter

Nach der Messe: Kopisten verklagen

Auch nach der Messe besteht die Möglichkeit, Plagiatoren vor den deutschen Gerichten zu verklagen und Schadenersatzansprüche durchzusetzen. Die Unternehmen sollten sich jedoch im Einzelfall überlegen, ob sich der Aufwand finanziell lohnt. „Gerade bei Plagiatoren im entfernten Ausland sind die Rechtsverfolgungskosten oft höher als der Schadenersatz, der im Idealfall dabei rauskommt“, warnt Rechtsanwalt Weber. Hansgrohe klagt trotz dieses Risikos immer wieder gegen chinesische Unternehmen und hatte damit bereits Erfolge, sagt Schutzrechtebeauftragte Vetter. „Damit wollen wir eine Message an den Markt senden: Wir akzeptieren nicht, dass andere sich aufs Trittbrett stellen.“



Auch interessant

Das Heft „Erfolgreiche Messebeteiligung“ des Auma behandelt unter anderem Plagiate:

www.tinyurl.com/messe-plagiate

Gute Geschäfte

Wenn Geber wie die Vereinten Nationen, Weltbank und Co. Projekte finanzieren, bieten sich vielfältige Geschäftschancen für Exporteure. Markets International stellt wichtige Organisationen der internationalen Entwicklungszusammenarbeit und ihre Projekte vor. Diesmal: die Vereinten Nationen.

von **Dorothea Netz**, Germany Trade & Invest Bonn

STECKBRIEF



Die Vereinten Nationen

New York

Hauptsitz

1945

Gründungsjahr

circa 53 Mrd. US-Dollar

Jahresbudget ¹⁾

Arzneimittel (inklusive Verhütungsmittel und Impfstoffe), Transport-, Lager- und Postdienste, Nahrungsmittel und Getränke

Beschaffungsschwerpunkte ²⁾

World Food Program, United Nations Children's Fund, United Nations Development Program

Haupteinkäufer ³⁾

2.619

Mal hat GTAI 2018 auf Ausschreibungen der UN-Organisationen hingewiesen

18 Mrd.

beträgt die jährliche Auftragsvergabe in US-Dollar ⁴⁾

Wie die Vereinten Nationen arbeiten

Die Vereinten Nationen (United Nations, UN) haben 193 Mitgliedstaaten. Gegründet wurden sie auf Basis einer Charta mit den Zielen Friedenssicherung, Krisenprävention, Verbesserung der weltweiten Lebensbedingungen und Schutz der Menschenrechte. Neben fünf aktiven Hauptorganen – der Generalversammlung, dem Sicherheitsrat, dem Wirtschafts- und Sozialrat, dem Internationalen Gerichtshof und dem Generalsekretariat – gibt es eine Vielzahl fachlich spezialisierter Nebenorgane, Kommissionen, Fonds und Programme. Zudem zählen 16 Sonderorganisationen zum UN-System.

Welche Branchen die UN im Blick hat

Aufgrund des breiten Mandats und der Vielzahl spezialisierter Organisationen ist es schwierig, von dem typischen UN-Vorhaben zu sprechen. Das Spektrum reicht von Friedensmissionen, humanitären und Nothilfeinsätzen, Konferenzen zu verschiedensten Politikfeldern bis zu Projekten im Gesundheitssektor sowie im sozialen und ökologischen Bereich. Die Nachfrage der UN nach Gütern und Dienstleistungen ist entsprechend hoch und vielseitig. Dabei entfällt auf einige wenige Organisationen der Großteil des Beschaffungsvolumens. Jede Organi-

sation regelt ihren Einkauf individuell, so dass Unternehmen die für sie relevantesten identifizieren und sich mit deren Verfahren gezielt auseinandersetzen sollten. → **siehe Beispiel, Seite 45**

Was Sie tun müssen, um ins Geschäft zu kommen

In das gemeinsame Beschaffungsportal United Nations Global Market Place speisen die meisten UN-Organisationen Informationen zu Ausschreibungen und Vergaben ein. Für die Teilnahme an Ausschreibungen ist ein Eintrag in das Lieferantenregister der Plattform notwendig. Bei der Bewerbung für einen Auftrag müssen die Ausschreibungsvorgaben genau eingehalten werden. Zudem gibt es meist Mindestanforderungen an den Lieferanten wie eine Mindestexporterfahrung, eine gute Bonität, garantierte Lieferzeiten und einen After-Sales-Service. Hilfestellung geben UN-Beschaffungsexperten bei den deutschen Außenhandelskammern in New York, Kopenhagen und Rom.



Gut zu wissen

Weiterführende Informationen zur UN, zu Neuvorhaben und zu aktuellen Ausschreibungen finden Sie hier:

www.unprocurement.de

www.gtai.de/un

1) 2017, United Nations Systems Chief Executives Board;
2) Nach Kategorien 2018; 3) Organisationen mit dem höchsten Beschaffungsvolumen 2018; 4) 2018. Quelle 2) bis 4): Annual Statistical Report on UN Procurement

38.000

Gesundheitshelferinnen wandern täglich durch die ländlichen Regionen Äthiopiens. Mit medizinischen Hilfsgütern im Gepäck unterstützen sie Kranke und sorgen dafür, dass sich Krankheiten nicht weiter ausbreiten.



Beispielfonds **Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis and Malaria**

 **Verschiedene Länder weltweit**

Der Fonds wurde auf einen Beschluss der UN-Sondergeneralversammlung zu HIV und Aids gegründet. Der Global Fund legt selbst keine Programme auf, sondern finanziert nationale Maßnahmen gegen Aids, Tuberkulose und Malaria. Mehr als ein Drittel der Mittel fließt in den Aufbau von Gesundheitssystemen, rund 60 Prozent der Gesamtinvestitionen kommen Programmen zur Gesundheitsversorgung von Frauen und Mädchen zugute.



Juni 2001

Gründung



Beschaffungsorganisation

Der Einkauf der für die Maßnahmen des Fonds benötigten Produkte erfolgt unter anderem über die UN-Organisation United Nations Office for Project Services (UNOPS).



Deutsche Zulieferer

Ein deutscher Zulieferer ist zum Beispiel Hain Lifescience. Das Unternehmen liefert Laborausstattung und Medical Kits.



12,9 Mrd. US\$

Finanzmittel
von 2017 bis 2019

Quelle: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, UNOPS, Global Fund

Wichtiger Baustein

Mit ihren Investitionsgarantien flankiert die Bundesregierung Projekte deutscher Unternehmen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Pricewaterhouse Coopers (PwC) organisiert das Programm. Partner Michael Huber-Saffer berichtet über aktuelle Trends.

Interview von **Andreas Bilfinger**, Germany Trade & Invest Berlin

Das Volumen der Investitionsgarantien ist 2019 im Vergleich zu den Vorjahren deutlich angestiegen – woran liegt das?

An den veränderten politischen Rahmenbedingungen. Deutsche Unternehmen müssen in einem zunehmend schwierigen Umfeld agieren. Investitionsgarantien dienen dabei als systematische Ergänzung zum eigenen Risikomanagement und werden zunehmend nachgefragt. Der politische Geleitschutz der Bundesregierung durch Intervention und Vermittlung ist einfach besonders gut geeignet, um den Eintritt von Schäden zu vermeiden.

Sie meinen damit Handelskriege, zunehmenden Protektionismus und den Aufstieg autokratischer Herrscher in vielen Teilen der Welt?

Die Unternehmen sind diesbezüglich natürlich besorgt. Es geht aber auch um den zunehmenden Trend zur Lokalisierung. Der macht es oftmals unumgänglich, den Schritt ins Ausland zu wagen. So investieren Unternehmen in spannende und aussichtsreiche Märkte, die auf der einen Seite mit unternehmerischen Chancen und auf der anderen Seite mit politischen Risiken verbunden sind.

Wird das Garantievolumen in den kommenden Jahren weiter steigen?

Ich denke ja. Nach Einschätzung internationaler staatlicher und privater Exportkredit-

ZUR PERSON



Michael Huber-Saffer ist Partner bei Pricewaterhouse Coopers (PwC) und seit 2001 im Bereich der Außenwirtschaftsförderung des Bundes tätig. PwC berät im Auftrag der Bundesregierung deutsche Investoren und finanzierende Banken bei der Risikoabsicherung von Auslandsvorhaben. Nach mehreren Rollen im Bereich der Investitionsabsicherung und der Prüfung von internationalen Bankrisiken sowie einer Auslandsstation in Irland leitet Michael Huber-Saffer seit 2014 den Bereich Investitionsgarantien des Bundes.

und Investitionsversicherer stellen die zunehmenden Spannungen im Welthandel eine wachsende Herausforderung für die Wirtschaft dar. Die steigende Unsicherheit bei den Unternehmen sorgt für eine stetige Nachfrage nach Instrumenten zur Absicherung von Investitionen gegen politische Risiken.

In welchen Branchen ist die Nachfrage derzeit besonders hoch?

Der Schwerpunkt der Garantieübernahmen im ersten Halbjahr 2019 lag auf der Kraftfahr-

zeugindustrie, der chemischen und pharmazeutischen Industrie sowie im Baustoffsektor. Bei der Energiewirtschaft sehen wir zudem einen deutlichen Trend in Richtung erneuerbarer Energien. Das wird natürlich stark durch die aktuellen öffentlichen Debatten begünstigt.

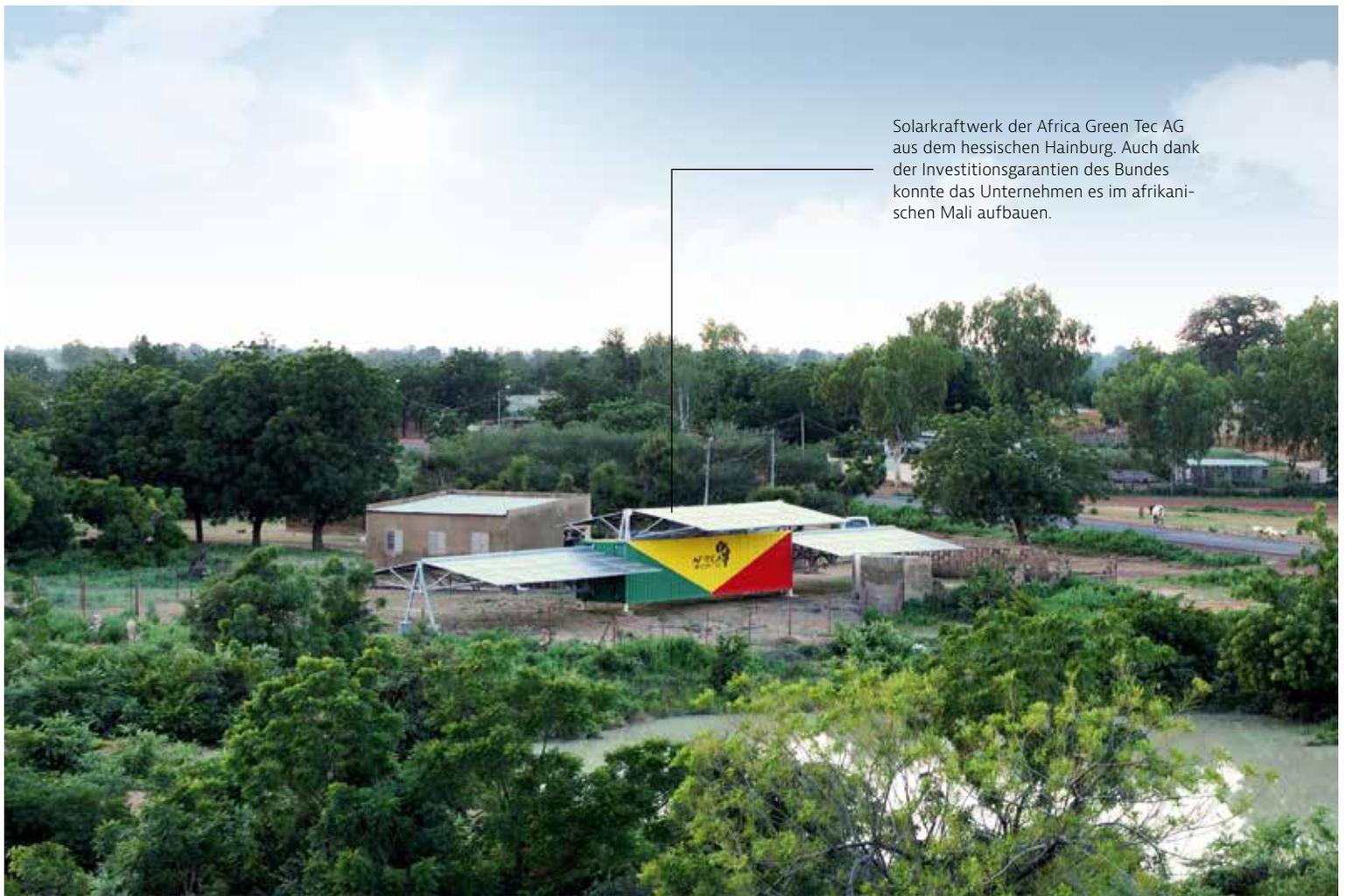
Und für welche Länder werden die Investitionsgarantien am häufigsten nachgefragt?

Für Asien, vor allem China und Indien, gefolgt von Osteuropa mit Ländern wie Belarus, Russland und der Türkei. In letzter Zeit kommen aber immer mehr Länder hinzu. 2018 hat der Bund zum Beispiel erstmalig Garantien in Ländern wie Armenien, Mali, Kirgisistan oder Mosambik übernommen. Der Anteil Afrikas am Portfolio hat sich mit elf Prozent im Jahr 2018 im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht – da waren es noch 0,2 Prozent. Diese Trends haben sich auch 2019 fortgesetzt.

Woran liegt das?

An einer steigenden Unsicherheit in den klassischen Investitionsländern. Die Unternehmen müssen also neue Märkte erschließen. Außerdem fördert die Bundesregierung Investitionen in Afrika.

Wann lohnt es sich für ein Unternehmen, eine Investitionsgarantie zu beantragen?



Solkraftwerk der Africa Green Tec AG aus dem hessischen Hainburg. Auch dank der Investitionsgarantien des Bundes konnte das Unternehmen es im afrikanischen Mali aufbauen.

Investitionsgarantien schützen gegen politische Risiken, die ein Unternehmen nicht beeinflussen kann. Sie sind ein wichtiger Baustein des Risikomanagements. Eine Investitionsgarantie ist immer dann sinnvoll, wenn ein deutsches Unternehmen eine Direktinvestition in Entwicklungs- und Schwellenländern vornimmt, um vor Ort ein langfristig orientiertes unternehmerisches Engagement aufzubauen.

Das heißt umgekehrt: Bei Investitionen in etablierten Märkten sind sie nicht nötig?

Genau. Kurzfristig orientierte Projekte, die zum Beispiel als reine Kapitalanlage ohne unternehmerisches Risiko dienen, wären ohnehin nicht absicherungsfähig.

Ist das Instrument Investitionsgarantie im deutschen, exportorientierten Mittelstand bekannt genug?

Zunehmender Wettbewerb und Lokalisierungsanforderungen führen nun vermehrt dazu, dass auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sich der Herausforderung einer Investition in weiter entfernten Mär-

INVESTITIONSGARANTIEN

Geleitschutz

Investitionsgarantien des Bundes sichern förderungswürdige Direktinvestitionen deutscher Unternehmen im Ausland gegen politische Risiken ab.

Garantiefähig sind Beteiligungen an ausländischen Projektgesellschaften, beteiligungsähnliche Darlehen, Kapitalausstattungen von Niederlassungen sowie andere vermögenswerte Rechte.

Eine Bearbeitungsgebühr fällt erst für ein Investitionsvolumen von mehr als fünf Millionen Euro an und beträgt 0,05 Prozent des Höchstbetrags der Garantie. Während der Garantielaufzeit beträgt der jährliche Entgeltsatz auf den garantierten Höchstbetrag in der Regel 0,5 Prozent pro Jahr.

Über die Übernahme von Investitionsgarantien entscheidet ein Interministerieller Ausschuss unter der Leitung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Pricewaterhouse Coopers bearbeitet die Investitionsgarantien im Auftrag der Bundesregierung als Mandatar des Bundes.

ten stellen müssen. In den vergangenen beiden Jahren ist daher der Anteil von KMU an den neu übernommenen Garantien auf etwa ein Drittel stark angestiegen. Letztlich gilt es aber, die Bekanntheit des Instruments weiter zu vergrößern.

Welches Projekt hat Sie in der jüngeren Vergangenheit besonders beeindruckt?

Im Jahr 2018 sicherte die Bundesregierung ein Solarprojekt der Firma Africa GreenTec Asset GmbH (AGT) in Mali ab. Die von AGT entwickelten modularen Solartainer können ohne CO₂- und Schadstoffausstoß bis zu 4.000 Menschen, 40 Gewerbe und zehn Gemeinschaftseinrichtungen mit Strom versorgen. Die Finanzierung des Projekts erfolgte im Wesentlichen über die Zeichnung von Anleihen. Nach Angaben des Unternehmens war die Unterstützung durch die Bundesregierung ein zentraler Baustein beim Risikomanagement und der Finanzierung des Projekts.



Gut zu wissen

Weitere Informationen gibt es unter: www.investitionsgarantien.de



Freier Handel: Pan-Euro-Med

Überall ist von Handelskriegen und einer Renaissance des Protektionismus die Rede. Dabei gibt es weltweit viele Freihandelsabkommen, weitere Verhandlungen laufen. Wir stellen in einer neuen Serie die wichtigsten vor. Diesmal: Pan-Euro-Med.

von **Achim Kampf**, Germany Trade & Invest Bonn

Die Abkommen:

Bei Pan-Euro-Med handelt es sich nicht um ein einziges Freihandelsabkommen, sondern um ein Geflecht von mittlerweile mehr als 60 Abkommen über Zollvergünstigungen und Handelserleichterungen, welche die EU mit ihren Nachbarstaaten rund um das Mittelmeer – und diese untereinander – bisher geschlossen haben.

So werden Ein- und Ausfuhr erleichtert:

Die Abkommen sehen Zollvergünstigungen nur für Ursprungserzeugnisse des jeweiligen Partnerlandes vor. Als Ursprungserzeugnisse bezeichnet man Waren, die dort vollständig gewonnen oder hergestellt beziehungsweise ausreichend be- oder verarbeitet worden sind.

Welche Be- oder Verarbeitungen das sind, ist in den Ursprungsprotokollen der Abkommen genau festgelegt. Meist darf der Wertanteil der Zulieferungen bestimmte Grenzen nicht überschreiten, oder ein bestimmtes Mindestmaß an Wertschöpfung muss im Exportland stattgefunden haben. Manchmal sind genau definierte Arbeitsschritte vorgeschrieben.

Das sind die Besonderheiten:

Vormaterialien aus allen Pan-Euro-Med-Ländern können verwendet werden (Kumulierung). Wird zum Beispiel in der EU eine Verpackungsmaschine mit Vormaterialien aus den Pan-Euro-Med-Ländern A und B hergestellt und anschließend in das Pan-Euro-Med-Land C geliefert, gilt die fertige

Maschine als Ursprungserzeugnis der EU und ist entsprechend zollbegünstigt.

So ist der Stand:

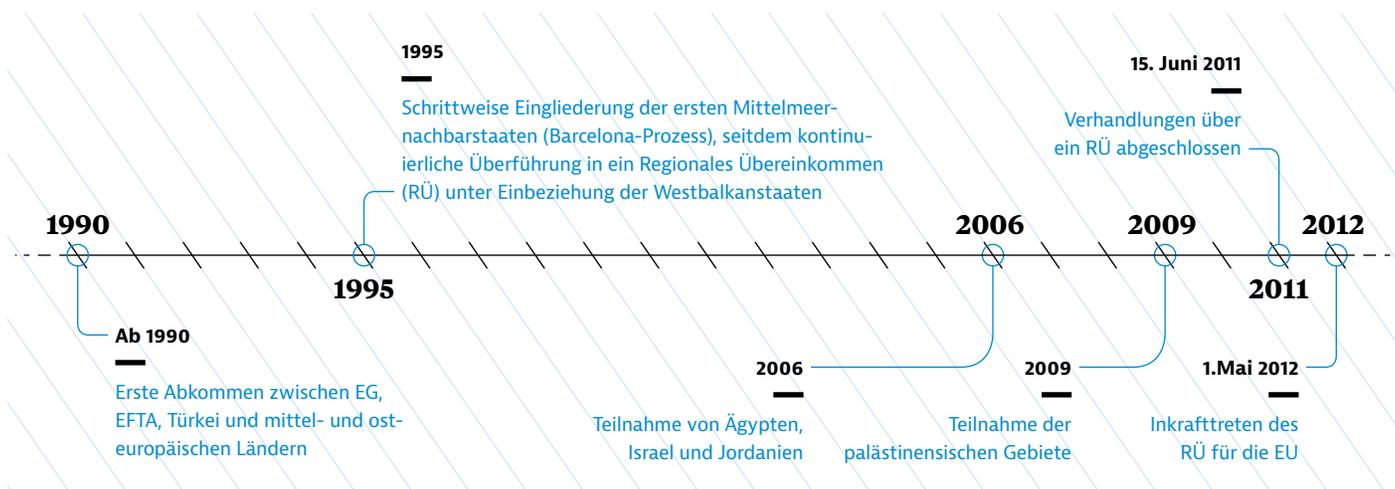
Leider ist eine vollständige und flächendeckende uneingeschränkte Kumulierung noch nicht möglich, weil noch nicht alle Pan-Euro-Med-Länder untereinander entsprechende Abkommen geschlossen haben. Die EU-Kommission veröffentlicht daher jeweils eine Übersicht über die aktuell zwischen den Mitgliedern der Pan-Euro-Med-Zone möglichen Kumulierungen.



Gut zu wissen

GTAI-Studie zu Freihandelsabkommen:
www.gtai.de/studie-freihandel

MEILENSTEINE



Atlantischer Papageientaucher auf den Färöer Inseln. Die Färöer sind anders als das Kernland Dänemarks nicht Teil der Europäischen Union und des EU-Zollgebiets. Allerdings unterliegen sie dem Pan-Euro-Med-Abkommen.



Fakten zu **Pan-Euro-Med**

Importe und Exporte

Mrd. Euro (2017)	Norwegen	Israel	Ägypten
Exporte in die EU	83,8	20,7	8,5
Exporte nach D	14,7	2,0	1,4
Importe aus der EU	48,4	13,6	19,2
Importe aus D	8,8	4,3	4,5

Rang als Handelspartner von Deutschland¹⁾

	Norwegen , Rang 22 ²⁾
	Israel , Rang 46 ²⁾
	Ägypten , Rang 48 ²⁾

1) Importe und Exporte; 2) von 239. Quelle: Statistisches Bundesamt



Gemeinsam für den Export:
Patrick Kupitz, Asfandyar Malik
und Vincent Lauer (von links)
haben Handex 2018 gegründet.



Die Absatzfinanzierer

Beim Hamburger Jungunternehmen Handex können Exporteure ihre Auslandsgeschäfte finanzieren und absichern lassen. Die Gründer versprechen: Dank vollintegrierter Prozesse und digitaler Infrastruktur geht das nicht nur schnell – sondern auch mit wenig Bürokratie.

von **Achim Haug**, Germany Trade & Invest Bonn

Werde ich von meinem Kunden bezahlt? Diese Frage treibt viele Exporteure um, gerade kleine und mittlere Unternehmen (KMU), oder lässt sie auf Lieferungen in unbekannte Märkte verzichten. Also setzen sie auf private Exportkreditversicherer oder staatliche Exportkreditgarantien.

Doch der Antragsprozess für Exportfinanzierung oder Absicherung ist kompliziert. „KMU empfinden ihn als bürokratisch und nicht einheitlich“, sagt Patrick Kupitz, Finanzchef von Handex. Das Start-up aus Hamburg will mit seiner Onlineplattform helfen. Zusammen mit seinen zwei Mitgründern Vincent Lauer und Asfandyar Malik hat Kupitz die Idee entwickelt. Auf einem zentra-

len Portal erhalten Exporteure Finanzierung und Versicherung aus einer Hand – eine Leistung, die die meisten Hausbanken nicht anbieten. Da die Prozesse digital und vernetzt ablaufen, sind zudem Antragsstellung und Abwicklung deutlich schneller.

Handex nutzt dabei eine direkte Schnittstelle zu den staatlichen Exportkreditgarantien (Hermesdeckungen). Der Fokus des Start-ups liegt auf sogenannten Small Tickets, also Exporten mit einem Finanzierungsvolumen von bis zu fünf Millionen Euro. Meist sind das Investitionsgüter für Schwellen- und Entwicklungsländer wie Maschinenbauprodukte, Medizintechnik- und Energiezubehör.

Bei Exporten in Zielmärkte mit erhöhtem Risiko stellt Handex die Finanzierung und

deren Absicherung mittels Hermesdeckungen. „Die Mehrheit der bisherigen Verträge für Exporte gehen nach Lateinamerika, aber auch Russland, Afrika und Südostasien stehen im Fokus“, erklärt Kupitz.

Anfang 2019 ging das Portal live, im Frühjahr 2019 beteiligte sich der High-Tech Gründerfonds an der Firma. Daneben sind private Finanzinvestoren involviert. Jetzt, sagt Gründer Kupitz, muss Handex nur noch bekannter werden.

In der Rubrik „First Mover“ stellt Markets International Pioniere und Querdenker vor, die in ihrem Markt sehr erfolgreich sind oder Nischen für sich erschlossen haben.

Markets International wird verlegt von Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn, Tel.: +49/228/249 93-0, Fax: +49/228/249 93-212, info@gtai.de, www.gtai.de

Ausgabe 6/19: Bestell-Nr. 21095 (Print), Bestell-Nr. 21096 (PDF)
Bestellungen unter: www.gtai.de

Chefredaktion: Andreas Bilfinger

Stellv. Chefredaktion: Martin Kalhöfer, Stephanie Hennig, Josefine Hintze

Redaktion: Samira Akrach, Nadine Bauer, Kilian Dick, Katrin Grünewald, Oliver Höflinger, Robert Matschoß, Klaus Möbius, Dorothea Netz, Charlotte Schneider, Dominik Vorhölder

Autoren: Nadine Bauer, Andreas Bilfinger, Peter Buerstedde, Karl-Martin Fischer, Achim Haug, Oliver Höflinger, Oliver Idem, Achim Kampf, Daniel Lenkeit, Waldemar Lichter, Mariam Misakian (wortwert), Dorothea Netz, Corinna Päßgen, Roland Rohde, Michael Sauermost, Frauke Schmitz-Bauerdick, Gerit Schulze, Heiko Steinacher, Wladimir Struminski, Bence Szilágyi, Michal Wozniak

Layout, Produktion und redaktionelle Umsetzung: Kammann Rossi (www.kammannrossi.de) zusammen mit wortwert – die Wirtschaftsredaktion (www.wortwert.de)

Projektleitung: Jürgen Jehle und David Selbach

Kreativdirektion: Arne Büdts

Art-Direktion: Verena Matl

Schlussredaktion: Elke Weidenstraße

Produktion: Verena Matl, Arne Büdts

Druck: Kern GmbH, 66450 Bexbach, www.kerndruck.de

Anzeigen: Luxx Medien GmbH, Jörn Bickert, +49/228/688 314 12, bickert@luxx-medien.de

Druckauflage: 10.000 Exemplare, Ausgabe 6/19

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Aboservice: markets@gtai.de

Redaktionsschluss: 8. November 2019

Hauptsitz der Gesellschaft: Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Geschäftsführer: Dr. Jürgen Friedrich (Sprecher der Geschäftsführung), Dr. Robert Hermann

Registergericht: Amtsgericht Charlottenburg

Registernummer: HRB 107541 B

Bildnachweise: Titelbild: Tu meifei/Imaginechina/laif, S. 6–7: Tu meifei/Imaginechina/laif, S. 10: Bao kangxuan/Imaginechina/laif, S. 11: Hochschule Fresenius, S. 13: Uncredited, S. 14: Arone, S. 16: Hermes, S. 17: d3sign, S. 19: Pete Kiehart/Redux/laif, S. 20: Elena Chernyshova/PANOS-REA/laif, privat, S. 22: Ost-Ausschuss – Osteuropaverein der Deutschen Wirtschaft e.V., S. 25: Ding Haitao/Polaris/laif, S. 26: Fotograf: Ganidu Balasuriya, Passivhaus Designer: Jordan Parnass Digital Architecture, S. 27: Kevin Lee/Freier Fotograf, S. 28: picture alliance/dpa, S. 30: Merck, S. 32: Dagmar Schwelle/laif, S. 34: Weingut Laposza, S. 37: Oli Scarff/Staff, S. 38: picture alliance/dpa, S. 41: Stefan Volk/laif, Elliot Papageorgiou, S. 43: picture alliance/Frank Rumpenhorst/dpa, S. 45: The Global Fund/Petterik Wiggers/Panos, S. 46: PwC, S. 47: Africa GreenTec, S. 49: © Marco Bottigelli, S. 50: Kammann Rossi/Jürgen Jehle. Sofern nicht gesondert angegeben, liegen die Bildrechte bei Germany Trade & Invest (GTAI). Die Urheberrechte von Aufnahmen von Mitarbeitern von GTAI dieser Ausgabe liegen bei Illing & Vossbeck, Frank May, Rheinfoto oder Studio Prokopy. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt. Die kartografische Darstellung dient nur dem informativen Zweck und beinhaltet keine völkerrechtliche Anerkennung von Grenzen und Gebieten. GTAI übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit oder Vollständigkeit des bereitgestellten Kartenmaterials. Jegliche Haftung für Schäden, die direkt oder indirekt aus der Benutzung entstehen, wird ausgeschlossen. Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



Markets International ist IVW-geprüft.

Alles im Blick mit einem Klick! Das Markets International Digitalmagazin

Markets International – Ihren kompetenten Berater in Wirtschaftsfragen rund ums Auslandsgeschäft – gibt es auch als Digitalmagazin.

→ www.marketsinternational.de



Besuchen Sie uns und unsere Experten, die Ihnen erklären, wie Sie Ihr Auslandsgeschäft noch erfolgreicher machen und wo sich Geschäftschancen bieten durch:

- Exklusive Hintergrundinformationen
- Praktische Inhalte mit Mehrwert
- Sorgfältig recherchierte Best-Practice-Beispiele
- Entscheidungshilfen für Märkte, Branchen, Zoll und Steuern
- Verbesserte Suchfunktionen
- Tipps für themenverwandte Beiträge

Empfehlen Sie das kostenlose Markets-International-Abo Ihren Kollegen, Geschäftspartnern und Freunden: www.gtai.de/markets-international-abo

German Trade Fair Quality Abroad



2020 

AUMA
German Trade Fair
Quality Abroad



Mehr als 320 Messen deutscher Veranstalter in 37 Ländern*

Deutsche Messeveranstalter aus dem Mitgliederkreis des AUMA bieten internationalen Ausstellern weltweit ihre Veranstaltungs- und Branchenkompetenz.

Die Konzepte dieser Veranstaltungen orientieren sich an den Standards führender internationaler Messen in Deutschland und ermöglichen deshalb Ausstellern überdurchschnittlichen Messe-Erfolg.

More than 320 trade fairs of German organisers in 37 countries*

German trade fair organisers which are AUMA members offer their know-how to exhibiting firms all over the world.

The concepts for these events are based on the standards of leading international trade fairs in Germany, and therefore allow exhibitors to achieve above-average trade fair success.

*Messedaten gedruckt jährlich im IV. Quartal
Trade Fair Data printed annually in the 4th quarter

Mehr Informationen → gtq.de

More Information → gtq.de