

MARKETS

INTERNATIONAL

Die Ausgabennummer wurde aus gegebenem Anlass dieses Mal geprägt.



DIE NEUE GENERATION

Vier von zehn Mittelständlern stehen in den nächsten Jahren vor dem Generationswechsel. Doch viele tun sich damit schwer. Wie der Übergang gelingt – und warum Unternehmen der frische Blick der Nachfolger guttut.

→ Seite 6

Philipp Kroschke (42, links) mit Bruder Felix (32) beim Markets-International-Shooting: Sie führen seit drei Jahren das Familienunternehmen – einen Spezialisten für Kfz-Kennzeichen und -Zulassung.

Konkurrent:

Joe Biden will US-Präsident werden. Was heißt das für die Wirtschaft?

Seite 18

Kfz-Spezial:

Corona hat die Autobauer hart getroffen. Wie wollen sie sich erholen?

Seite 34

Kuschelkurs:

Haustiere werden in China innig geliebt. Es ist ein Riesengeschäft.

Seite 42



»Was tun, wenn der Senior zwar eigentlich im Ruhestand ist, aber weiter alles regeln will?«

Liebe Leserinnen und Leser,

was ist eine der größten Herausforderungen für Familienunternehmen? Es ist der Generationswechsel in der Unternehmensführung. Was tun, wenn kein Nachfolger in Sicht ist? Und wie handeln, wenn der Senior zwar eigentlich im Ruhestand ist, aber weiterhin am liebsten alles selbst regeln würde? Das Markets-International-Team stellt Best Cases vor und erklärt im Schwerpunkt „Zukunft? Sicher!“, wie Alt und Jung hier zueinanderfinden können und gefunden haben.

Die Covid-19-Pandemie und ihre Auswirkungen treffen die Kfz-Industrie ganz besonders hart. Das allein wäre problematisch genug, doch da ist auch noch die Herausforderung Elektromobilität. Eine Mammutaufgabe und Chance zugleich – meint das Markets-International-Team. Lesen Sie mehr dazu im Artikel „Im Kampfmodus“.

Kämpfen sollen Hunde und Katzen in China nicht miteinander, sondern besonders hübsch und kuschlig sein. China wird zum Land der Hunde- und Katzenliebhaber. In „Auf Kuschkurs“ stellt Markets International diesen milliardenschweren Markt vor, mit aus europäischer Sicht teils doch sehr eigenartigen Auswüchsen.

Viel Spaß mit der neuen Markets International

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

SCHWERPUNKT



Zukunft? Sicher!

Für viele Tausend Mittelständler stellt sich bald die Nachfolgefrage. Wie der Übergang gelingt.

Seite 6

MÄRKTE



Ring frei!

Im Herbst will Joe Biden Donald Trump als US-Präsident ablösen. Was heißt das für die Wirtschaft?

Seite 18

MÄRKTE

Die richtigen Weichen stellen

Chinas Baufirmen beschaffen gern bei Chinesen – auch für Projekte in Afrika. Doch es gibt Vertriebschancen.

Seite 24



MÄRKTE

MÄRKTE



Super Markt?

In Mexiko boomt der E-Commerce. Das bietet Einstiegschancen für deutsche Unternehmen.

Seite 22



Lichtblicke in finsternen Zeiten

Spanien will mithilfe der erneuerbaren Energien aus der Krise finden. Kann das gelingen?

Seite 26

BRANCHEN

Im Kampfmodus

Die Coronakrise hat die Automobilbranche besonders hart getroffen. Wie europäische Autobauer zurück zu alter Form finden wollen.

Seite 34



BRANCHEN



Die Müllrevolution

Russland erstickt an seinem Müll. Jetzt denken die Russen um, Abfall wird zum Milliardenmarkt.

Seite 30



Energiewende im Tank

Japan ist Wasserstoffvorreiter und will den Vorsprung ausbauen. Das Gas ist der Kern der japanischen Klimastrategie.

Seite 40

BRANCHEN

Auf Kuschelkurs

Hunde und Katzen sind in China Kinderersatz und werden nach Strich und Faden verwöhnt: ein Riesenmarkt.

Seite 42



WISSEN

Schwierige Märkte

Markets International beantwortet typische Fragen zu schwierigen Märkten. Diesmal: Russland.

Seite 46

WEITERE THEMEN

Markets-Barometer	Seite 4
Markets-360 Grad	Seite 5
Wissen kompakt	Seite 48
First Mover	Seite 50
Impressum	Seite 51



Das Digitalmagazin

Online unter:

www.marketsinternational.de

Markets-Barometer

Ihre Chancen auf den Weltmärkten

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

USA



BIP-Prognose 2021 (2020)

-6,1 (+4,0)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

JAPAN*



BIP-Prognose 2021 (2020)

-5,2 (+2,8)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

VEREINIGTES KÖNIGREICH



BIP-Prognose 2021 (2020)

-10,2 (+10,8)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

FRANKREICH



BIP-Prognose 2021 (2020)

-11,0 (+7,0)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

RUSSLAND



BIP-Prognose 2021 (2020)

-5,0 (+2,8)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

VR CHINA



BIP-Prognose 2021 (2020)

+1,3 (+8,8)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

BRASILIEN



BIP-Prognose 2021 (2020)

-7,0 (+3,5)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

INDIEN*



BIP-Prognose 2021 (2020)

+4,2 (-5,0)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

MEXIKO → SEITE 22



BIP-Prognose 2021 (2020)

-8,4 (+1,1)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

SPANIEN → SEITE 26



BIP-Prognose 2021 (2020)

-6,3 (+12,8)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

SCHWEDEN → SEITE 39



BIP-Prognose 2021 (2020)

-6,5 (+4,5)

Marktpotenzial

Kfz	●
Maschinenbau	●
Chemie	●
Bau	●

Der Branchen-
ausblick erfolgt
für zwölf
Monate!

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



»Dänemark nutzt Konjunkturspritzen für seine grüne Agenda.«

»Südkoreas Wirtschaft bricht weniger stark ein als die in Europa oder in den USA.«

»Für Exporte wird es schwierig, aber bei Investitionen und Beschaffungen gibt es gute Chancen.«

Michał Woźniak/Stockholm
michal.wozniak@gtai.de
Twitter: @GTAI_de



1 Welche Pläne verfolgt die Regierung mit ihrer Wirtschaftspolitik?

Corona wird das Bruttoinlandsprodukt dieses Jahr um mehr als fünf Prozent senken. Für 2021 wird zwar Erholung erwartet, doch ein Minus dürfte bleiben. Die Ausrichtung der Wirtschaftspolitik bleibt: Dänemark wird fossilfrei!

2 Welche Großprojekte werden umgesetzt?

Im Rahmen der grünen Konjunkturspritze werden öffentliche Wohnungsbauten für vier Milliarden Euro klimafreundlich renoviert. Auch Abfall- und Wärmewirtschaft sollen klimaneutral werden. Bis 2030 sollen zwei Energieinseln jeweils zwei Gigawatt Offshorewindkapazität liefern. 2021 startet der Bau des Fehmarnbelttunnels.

3 Inwiefern könnte sich der Markt in naher Zukunft für deutsche Unternehmen lohnen?

Dänemark ist ein stabiler und transparenter Absatzmarkt mit kompetenten Zulieferern und zukunftsorientierten Partnern. Deutsche Firmen können vor allem ihre Innovationskraft und ihr Umwelt-Know-how ausspielen.

Weitere Markt- und Brancheneinschätzungen zu Dänemark unter:
www.gtai.de/daenemark

Frank Robaschik/Seoul
frank.robashik@gtai.de
Twitter: @GTAI_de



1 Wie wirkt sich die Parlamentswahl 2020 auf die Wirtschaftspolitik aus?

Die klare Mehrheit für das Regierungslager ist ein Dank für die erfolgreiche Bekämpfung des Coronavirus im Land und gibt dem Präsidenten die Möglichkeit, seine Projekte in den kommenden zwei Jahren umzusetzen. Das Land wird in der Zeit Digitalisierung, künstliche Intelligenz, Wasserstoffwirtschaft und die Nutzung erneuerbarer Energien vorantreiben.

2 Wie entwickelt sich das Bruttoinlandsprodukt in diesem Jahr?

Das Wachstum wird sinken, aber bei Weitem nicht so stark wie in Westeuropa oder in den USA, denn trotz Krise stand die Produktion fast nie still.

3 Welche Branchen entwickeln sich derzeit besonders gut? Welche schlechter?

Während Airlines, Tourismus, Freizeitsektor und Schiffbau stark leiden, halten sich Nahrungsmittelfirmen, Gesundheitswirtschaft und Elektronikindustrie relativ gut. Das Land exportiert mehr SSD-Laufwerke, und Corona-Testkits sind ebenfalls ein Exportschlager.

Weitere Markt- und Brancheneinschätzungen zu Südkorea unter:
www.gtai.de/suedkorea

Katrin Pasvantis/Istanbul
katrin.pasvantis@gtai.de
Twitter: @GTAI_de



1 Wie entwickelt sich das Bruttoinlandsprodukt in diesem Jahr?

Es droht eine Rezession. Die Türkei ist wegen ihrer starken Einbindung in internationale Lieferketten und einer hohen Abhängigkeit vom Tourismus den Folgen der Covid-19-Pandemie besonders ausgesetzt. Der Inlandsmarkt ist geschwächt, und in wichtigen Absatzmärkten im Ausland geht es ebenfalls abwärts.

2 Welche deutschen Unternehmen haben jetzt Chancen?

Besonders gute Chancen gibt es für Firmenübernahmen. Viele Unternehmen haben Liquiditätsprobleme und sind offener für Angebote, insbesondere von ausländischen Firmen mit Devisen.

3 Was müssen deutsche Firmen bei der Markterschließung beachten?

Wer eine Firma übernehmen will, sollte genau hinschauen, das Unternehmen selbst bewerten und sich nicht auf Finanzunterlagen verlassen. Die Zuverlässigkeit ist nicht mit Deutschland vergleichbar – zumal die Firmen sehr heterogen sind in Bezug auf Unternehmenskultur und -qualität.

Weitere Markt- und Brancheneinschätzungen zur Türkei unter:
www.gtai.de/tuerkei



Schwerpunkt: Nachfolge

Übergabeplan _____ **12** **Nachfolgerinnen** _____ **14** **Hintergründe** _____ **17**

Wie Familienunternehmer Christoph Kroschke den Generationswechsel organisiert und seinen Söhnen die Führung übergeben hat.

Rosemarie Kay vom Institut für Mittelstandsforschung erklärt, warum Frauen so selten die Nachfolge in Familienfirmen antreten.

Das „Nachfolge Bootcamp“, die Nexxt-change-Kontaktbörse, Studien und Anlaufstellen für Seniorchefs und designierte Nachfolger.



Heiterer Fototermin mit Markets International: Christoph Kroschke (Mitte) mit seinen Söhnen Felix (rechts) und Philipp, die mittlerweile das Familienunternehmen leiten. Überall im Unternehmen werden die drei mit CK, FK und PK abgekürzt.

Nachfolge mit Ansage

Philipp (links) und Felix Kroschke leiten seit dem Jahr 2017 gemeinsam in dritter Generation das gleichnamige Familienunternehmen für Kfz-Kennzeichen und -Zulassungsdienste und die ebenfalls zur Kroschke Gruppe zählende Deutscher Auto Dienst GmbH. Die Entscheidung hatte die Familie lange vorbereitet. Vater Christoph Kroschke ist 68 Jahre alt. Seitdem beide Söhne in der Geschäftsführung sind, zieht er sich Stück für Stück aus dem operativen Geschäft zurück – und die Söhne treiben unter anderem die Internationalisierung voran.



Zukunft? Sicher!

Vier von zehn Unternehmern müssen sich in den kommenden fünf Jahren auf den Generationswechsel einstellen – doch viele tun sich damit schwer. Wir zeigen, wo Chefs Nachfolger finden, was sie beim Übergang beachten müssen und in welche Fallen sie tappen können.

von **Jenny Eberhardt** und **Fabian Möpert**, Germany Trade & Invest

Seine Eltern hatten Christoph Kroschke nur einen kleinen Prägebetrieb für Autoschilder in Braunschweig hinterlassen – das war vor mehr als 40 Jahren. Heute richtet das Unternehmen ganze Zulassungszentren ein, organisiert die Onlineanmeldung von Fahrzeugen per Internet für Großvermieter, Flotten und Leasinggesellschaften – und wächst auch im Ausland: Kroschke hat in Österreich eine Niederlassung, unterhält ein Joint Venture in Italien und nimmt mit seiner Tochterfirma DKT international an Ausschreibungen teil.

„Wir bieten über Partner die Zulassung in nahezu allen europäischen Ländern an“, sagt der heutige Chef Felix Kroschke. „Märkte enden nun mal nicht mehr an den Grenzen des eigenen Landes.“ Und so wie es in den 1980ern den damals 28-jährigen Christoph brauchte, um aus einem kleinen Familienbetrieb einen großen Mittelständler mit mehr als 100 Millionen Euro Umsatz zu machen, entwickelt die dritte Generation das weiter, was Christoph Kroschke angeschoben hat: das Geschäft zu internationalisieren. → [siehe „Masterplan Übergabe“, Seite 12](#)

ZAHLEN & FAKTEN

32.000

Bis Ende 2021 planen 32.000 Mittelständler eine Nachfolge, haben aber den Führungswechsel noch nicht eingeleitet. Das ist kritisch, denn pro Jahr hängen 400.000 Arbeitsplätze davon ab, dass der Generationswechsel in ihrer Firma gelingt.

1,5 Mio.

Mehr als 1,5 Millionen Unternehmensinhaber sind 55 Jahre oder älter. Das heißt, dass sie in fünf bis zehn Jahren einen Nachfolger brauchen werden. Angesichts des demografischen Wandels wird das nicht leicht.

31 %

Die Digitalisierung sei für das Unternehmen die größte Chance des Jahrzehnts, sagen 31 Prozent der jungen Unternehmensnachfolger. Das hat eine Studie der Stiftung Familienunternehmen ergeben.

Quellen: KfW, Nexxt-change, Stiftung Familienunternehmen

Der Generationswechsel bei Deutschlands Mittelständlern läuft auf Hochtouren. Vier von zehn Inhaberinnen und Inhabern sind älter als 55 Jahre und müssen sich bald auf den Führungswechsel vorbereiten. Das betrifft vor allem kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die in Deutschland rund 99 Prozent der Betriebe stellen. Aktuell sind 152.000 Unternehmer auf der Suche nach Nachfolgern, rechnen die Experten der Förderbank KfW in ihrem Nachfolgemonitor vor.

Unternehmer finden keine Nachfolger

Nicht nur Handwerker und Unternehmen im ländlichen Raum werden es dabei schwer haben, Nachfolger zu finden, warnt das Bonner Institut für Mittelstandsforschung (IfM). Auch größere Unternehmen können in die Nachfolgefallen tappen. Berater der Industrie- und Handelskammern wissen, dass der Mangel besonders im Osten der Bundesrepublik groß ist. Viele Unternehmer, die hier nach der Wende ein Unternehmen gegründet und aufgebaut haben, erreichen nun das Rentenalter, doch kein Nachfolger ist in Sicht.



»Wer ein Unternehmen leiten will, muss es in- und auswendig kennen.«

Philipp Kroschke (42),
Diplom-Kaufmann,
Sprecher der Geschäftsführung
der Christoph Kroschke GmbH

Er kümmert sich neben der Gesamtleitung vor allem um den Vertrieb und die Standortorganisation des Unternehmens. Mit einem langjährigen Partner hat er das Auslandsvehikel Deutsche Kennzeichen Technik (DKT) ins Leben gerufen, einen Hersteller von Kfz-Kennzeichen und Verkehrszeichen aller Art zum Export in alle Welt.

Auch in anderen europäischen Ländern wird das Thema Nachfolge zu einer immer größeren Herausforderung – so beispielsweise in der Schweiz. „Getrieben durch die demografische Entwicklung müssen im Moment in sehr vielen KMU Nachfolgeregelungen getroffen werden“, sagt Ralf Bopp, Geschäftsführer der Handelskammer Deutschland-Schweiz in Zürich. Ähnlich sieht es in Dänemark aus. Dort stehen im Laufe des Jahrzehnts insgesamt etwa 23.000 inhabergeführte KMU vor einem Generationswechsel. Einer Befragung der Copenhagen Business School zufolge hat jedoch nur etwa ein Drittel der übergabewilligen dänischen Unternehmer einen konkreten Plan für den Führungswechsel.

Wer für sich erkennt, dass der Generationswechsel fällig ist, steht vor einer ganzen Reihe von Fragen. Wer soll der Nachfolger werden? Wie gestaltet man die Übergabe? Und nicht zuletzt: Was, wenn sich niemand findet, der den Betrieb weiterführen will und kann?

Wo findet man einen Nachfolger?

Ingo Loebner aus dem sächsischen Torgau hat es in Interviews immer wieder erklärt: Für ihn stand fest, seit er denken kann, dass er die Firma Spielwaren Loebner – im Besitz seiner Familie seit elf Generationen – natürlich übernehmen würde, wenn es so weit ist. Doch längst nicht immer ist die Sache so klar wie bei den Loebners. Die Generation der heute 20- bis 30-Jährigen tut sich oft schwer mit dem Gedanken, das Unternehmen der Eltern fortzuführen, wie eine Studie im Auftrag der Münchner Stiftung Familienunternehmen zeigt: Einerseits verspüren Kinder aus Unternehmerfamilien eine große Verbundenheit mit der Familie und dem elterlichen Betrieb. Andererseits wollen sie auch unabhängig sein und sich selbst verwirklichen. Sie sind oft hoch qualifiziert, ihnen stehen alle Türen offen. Da ist die Nachfolge im eigenen Familienunternehmen nur eine von vielen Optionen für die Karriere.

So war das zum Beispiel bei dem Befestigungstechniker Berner Group, in der Wirtschaftspresse ein beliebtes Nachfolgebeispiel.

»Die Auslandskontakte meines Vaters sind sehr wertvoll für uns.«

Felix Kroschke (32),
Diplom-Betriebswirt, Jurist,
Geschäftsführer Christoph Kroschke GmbH

Er hat in Großbritannien studiert und auf BWL noch Rechtswissenschaften draufgesattelt. Heute ist er für Unternehmensentwicklung und Finanzen zuständig und treibt das Feld Unternehmensbeteiligungen im In- und Ausland voran.



Mit gerade einmal 27 Jahren wurde Christian Berner CEO der Berner Group und damit Vorgesetzter von über 9.000 Beschäftigten. Zu dem Zeitpunkt hatte der Sohn des Firmeninhabers Albert Berner eigentlich andere Pläne, als das Familienunternehmen im schwäbischen Künzelsau zu übernehmen. Doch die Zeit drängte, und so kam Christian Berner dem Wunsch seines Vaters nach und übernahm die Leitung des Schraubenkonzerns.

Wenn Sohn, Tochter, Nichten oder Nefen nicht wollen, können Unternehmer unter den Angestellten nach geeigneten Nachfolgern suchen. Mittlerweile geht knapp jedes fünfte Unternehmen in die Hände eines (ehemaligen) Mitarbeiters über, so eine Analyse des Bonner IfM. Laut KfW-Mittelstandspanel ist ein Familienangehöriger sogar nur noch für 44 Prozent der Unternehmensinhaber die erste Wahl für ihre Nachfolge – 2017 waren es noch zehn Prozentpunkte mehr. „Familieninterne Nachfolgen scheinen beim Blick auf die Nachfolgeoptionen zum Auslaufmodell zu werden“, meint die KfW.

Findet sich weder in der Familie noch im Team ein geeigneter Nachfolger, können Eigentümer sich außerhalb der eigenen Reihen nach Kandidaten umschaun, zum Beispiel auf der Internetplattform Nexxt-change des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Als Ingrid Weinhold, Gründerin und fast 20 Jahre lang alleinige

ZAHLEN & FAKTEN

44,3%

Internationale Märkte zu erschließen, wird in Zukunft für das Unternehmen wichtiger – das finden 44,3 Prozent der jungen Unternehmensnachfolger, zeigt eine Studie der Stiftung Familienunternehmen.

79,6%

Neue Produkt- und Dienstleistungsangebote zu entwickeln, gewinnt an Bedeutung – das sagen laut Studie der Stiftung Familienunternehmen sogar 79,6 Prozent der befragten jungen Unternehmensnachfolger.

3 Jahre

Spätestens drei Jahre vor dem geplanten Zeitpunkt der Unternehmensnachfolge sollten Seniorinhaber den Wechsel an der Unternehmensspitze vorbereiten und dafür externe Experten an Bord holen.

Quellen: Stiftung Familienunternehmen, GTAI-Recherchen

geschäftsführende Gesellschafterin des Spezialmaschinenbauers Maba, dort einen Nachfolger suchte, bekam sie mehr als 60 Zuschriften – eine davon kam vom heutigen Firmeninhaber Dennis Wronski. Die Nachfolgerbörse Nexxt-change ist kostenlos und wird von öffentlichen Einrichtungen betrieben. „Daher ist sie unabhängig“, lobt Wronski. Mehr als 10.000 Unternehmen hat das Portal seit seiner Gründung im Jahr 2006 erfolgreich an externe Nachfolger vermittelt.

Wie organisiert man den Übergang?

Ist die Entscheidung für einen Nachfolger gefallen, geht es erst richtig los – denn das A und O beim Generationenwechsel ist die frühzeitige und richtige Planung. Der Verband Die Jungen Unternehmer, der sich für junge Familienunternehmer und Gründer einsetzt, bietet für designierte Nachfolger deshalb ein sogenanntes „Nachfolge Bootcamp“ an.

Dort beschäftigen sich die Firmeninhaber in spe mehrere Tage lang mit Fragen wie „Wie kann ich mich emanzipieren und andere von mir begeistern?“, „Wie gehe ich mit der älteren Generation um?“ und „Wie bringe ich Wandel ins Unternehmen?“. Die Spanne der Teilnehmer reicht von Firmenerben, die gerade 18 geworden sind, bis hin zu 40-jährigen Prokuristen auf dem Weg zum Management-Buy-out. Marcus Heißner, der das Bootcamp organisiert, kennt die Herausforderungen,

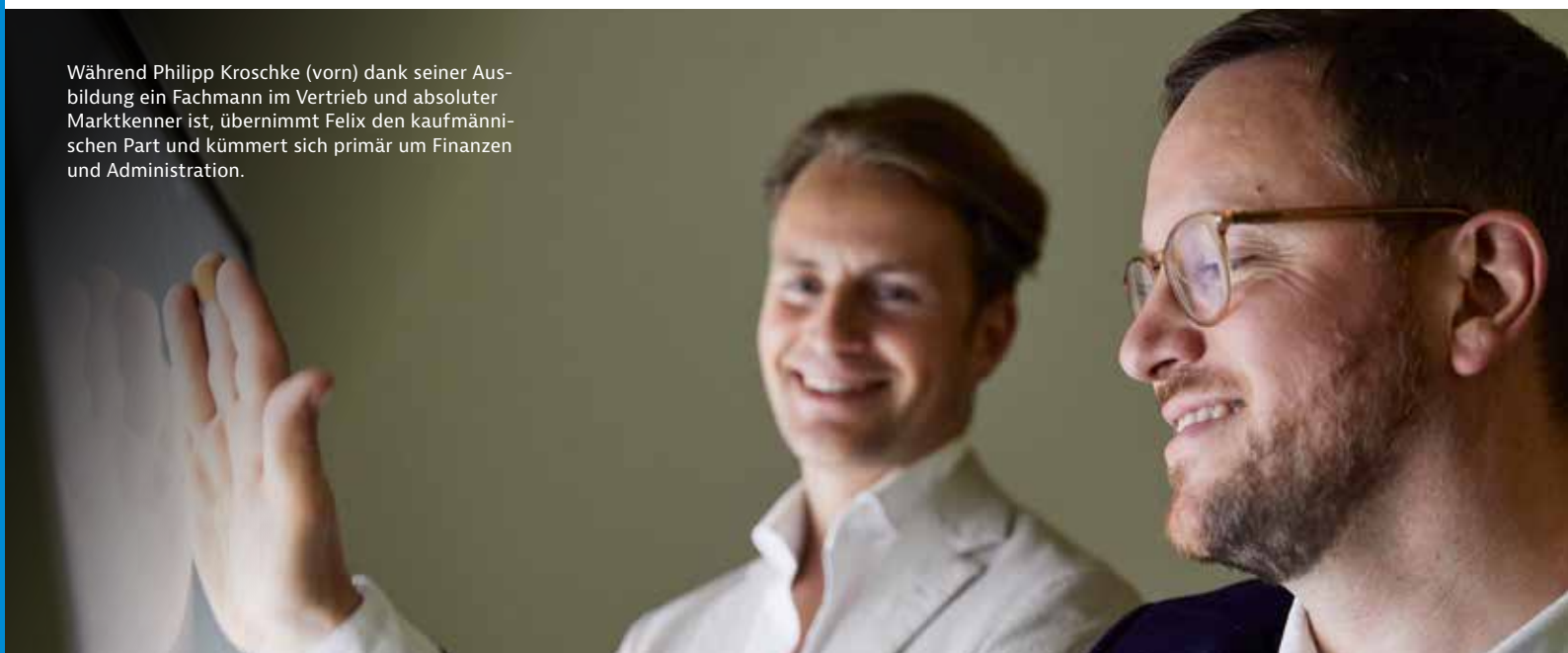




Philipp Kroschkes (links) Laufbahn im Unternehmen beginnt im Jahr 2005 als Trainee. Er muss sich um die Stelle auf dem gängigen Weg bewerben und lernt nach und nach alle Unternehmensbereiche kennen. Im Jahr 2012 wird er Teil der Geschäftsführung.



Felix Kroschke (links) hat Betriebswirtschaftslehre und Jura studiert. Er steigt nach seinem Studienabschluss im Jahr 2015 ins Unternehmen ein, zwei Jahre später wird auch er Mitglied der Geschäftsführung.



Während Philipp Kroschke (vorn) dank seiner Ausbildung ein Fachmann im Vertrieb und absoluter Marktkenner ist, übernimmt Felix den kaufmännischen Part und kümmert sich primär um Finanzen und Administration.

Masterplan Übergabe

Im Jahr 1957 gründen die Eltern von Christoph Kroschke eine kleine Kennzeichenprägestelle in Braunschweig. Kroschke übernimmt die Firma Anfang der 1980er-Jahre, da ist er gerade 23. Er macht das Unternehmen groß: Heute beschäftigt die Kroschke Gruppe rund 1.900 Mitarbeiter und erzielt 100 Millionen Euro Umsatz im Jahr. Die eigene Nachfolge plant er frühzeitig: Philipp lernt das Geschäft von der Pike auf und durchläuft sieben Jahre lang alle Bereiche im Unternehmen, bis er 2012 in die Geschäftsführung eintritt. Später holt er seinen jüngeren Bruder Felix dazu, der bereits seit 2015 als Assistent seines Vaters Beteiligungsthemen in der Kroschke Holding betreut. Seit 2017 leiten PK und FK das Unternehmen gemeinsam.





„Anfänglich habe ich mich öfter gefragt, wann ich denn endlich Chef werde“, erzählt Philipp Kroschke lachend. „Ich war etwas ungeduldig. Heute weiß ich, dass man sich dafür beweisen muss.“



Ein sogenanntes Klotzwerkzeug zur Prägung von Kfz-Kennzeichen. Mit solchen Rohlingen stellen die Kroschke-Techniker Autonommerschilder her.



→

die auf die künftigen Führungskräfte warten. „Nachfolger in Familienunternehmen steigen in bereits vorhandene Strukturen ein. Sie tragen die Verantwortung für Mitarbeiter, vor denen sie sich selbst oft erst noch beweisen müssen.“ Die Teilnehmer tauschen Erfahrungen aus und erarbeiten gemeinsam individuelle Konzepte für die eigene Nachfolge.

Hilfreich sei es, wenn die Jungen vor ihrem Einstieg in den Familienbetrieb auch Erfahrungen in anderen Unternehmen gesammelt hätten, sagt Heißner: „Sie schauen dann kritischer ins eigene Unternehmen, finden Schwachstellen, setzen neue Impulse und entwickeln neue Produktideen oder gar gänzlich neue Geschäftsbereiche.“

Juniorinnen sollen sich in der Welt umsehen

Eine ähnliche Sichtweise auf die Entscheidung des eigenen Nachwuchses, nicht sofort in den elterlichen Betrieb einzusteigen, hat man auch bei der Wittig Electronic GmbH im sächsischen Erzgebirge. „Kinder müssen nach der Ausbildung woanders hin, um andere Unternehmensabläufe kennenzulernen“, sagt Firmengründer Harald Wittig. Das Unternehmen vertreibt Elektronikbauteile und entwickelt maßgeschneiderte Lösungen, vor allem für die Kfz-Elektronik, aber auch für die Branchen Telekommunikation, Medizin- und Haustechnik sowie Luft- und Raumfahrt.

Durch die Eltern von klein auf stetig, aber behutsam an den Familienbetrieb herangeführt, zog es Michael Wittig, den Sohn und heutigen Geschäftsführer, nach dem Studium und einer Tätigkeit als wissenschaftlichem Mitarbeiter an seiner Hochschule zunächst nach Franken. Fünf Jahre arbeitete er dort für Unternehmen, die in der gleichen Branche aktiv sind wie das seiner Eltern. Dabei sammelte er nicht nur Erfahrung, sondern lernte so auch seine heutigen Wettbewerber kennen.

Im Jahr 2016 kehrte er schließlich ins Erzgebirge zurück, um im elterlichen Betrieb in die Geschäftsführung einzutreten. Eine Zeit lang teilten sich Mutter Elke und ihr Sohn noch den Leitungsposten. Ende 2019 wurde dann der Staffelstab komplett an die nächste Generation weitergereicht. Seitdem lenkt Michael Wittig die Geschicke der Firma mit rund 40 Beschäftigten am Standort in Brand-Erbisdorf, einer Tochtergesellschaft in Tschechien und einem Büro im chinesischen Shanghai.



Rosemarie Kay
**»Frauen haben
 nicht die gleichen
 Möglichkeiten.«**

Rosemarie Kay, stellvertretende Geschäftsführerin des Instituts für Mittelforschung in Bonn, erklärt, warum Frauen in Deutschland immer noch so selten die Nachfolge in Familienunternehmen antreten.

Welche Rolle spielen Frauen bei der Unternehmensnachfolge in Deutschland?

Sie spielen eine geringere Rolle, weil Frauen immer noch seltener unternehmerisch aktiv sind als Männer. So gehört nur etwa jedes fünfte Familienunternehmen einer Frau und wird von einer Frau geführt. Und nur ein Viertel der Nachfolger sind Frauen. Dabei stellen sie mittlerweile fast jede zweite erwerbstätige Person.

Stehen Frauen, die die Nachfolge in von Männern geführten Familienunternehmen antreten, vor besonderen Herausforderungen?

Das kommt ganz auf das Unternehmen an. Wenn Belegschaft, Kunden und Lieferanten des übernommenen Unternehmens bereits an Frauen an der Spitze des Unternehmens gewöhnt sind, ist das weniger ein Problem. Oder wenn Unternehmerinnen in einer Branche ein gewohntes Bild sind. Andernfalls wird es Frauen etwas größere Anstrengungen abverlangen, die Stakeholder des Unternehmens, vielleicht auch Teile der Unternehmerfamilie, von der eigenen Befähigung zu überzeugen.

Was müsste aus Ihrer Sicht geschehen, damit mehr Frauen Unternehmen übernehmen?

Frauen streben nach wie vor seltener als Männer eine Karriere als Unternehmerin an. Die gesellschaftliche Arbeitsteilung zwischen Frauen und Männern, das darauf ausgerichtete Steuer- und Sozialsystem, all das bietet Frauen wenig Anreize für eine unternehmerische Tätigkeit. Solange Frauen nicht die gleichen Möglichkeiten haben wie Männer, sich zwischen selbstständiger und abhängiger Beschäftigung zu entscheiden, werden Frauen auch seltener als Männer für die Nachfolge zur Verfügung stehen.

telständler sehen einen Führungswechsel als Chance, Themen wie die digitale Transformation oder den eigenen Markenausbau gezielter anzugehen, das hat eine Umfrage unter 2.000 KMU im Auftrag der Commerzbank ergeben.

Was bleibt, wenn all das misslingt?

Findet sich in den eigenen Reihen und auch in Nachfolgebörsen kein geeigneter Nachfolger, bleibt für viele nur der Verkauf des Unternehmens. Doch auch dabei tun sich oft Schwierigkeiten auf, weiß Ralf Bopp von der Handelskammer Deutschland-Schweiz. „Viele Inhaber wollen ihr Unternehmen verkaufen, haben aber zu hohe Forderungen beim Kaufpreis.“

Der Grund: Laut dem jüngsten Report zur Unternehmensnachfolge des Deutschen Industrie- und Handelskammertages haben 38 Prozent der Seniorunternehmer Schwierigkeiten, ihr Lebenswerk emotional loszulassen. Daher kalkulieren sie – bewusst oder unbewusst – einen Aufschlag für ihren jahrzehntelangen persönlichen Einsatz in den Verkaufspreis ein. Auf der anderen Seite des Verhandlungstisches sitzt aber meist jemand, den eher die nackten Zahlen interessieren. Das Ende vom Lied: Viele Eigentümer müssten ihre Forderungen bis um die Hälfte reduzieren, um einen Käufer zu finden, so Bopp.

„Aus der Familie will keiner, der Externe will die Kaufpreisforderungen nicht erfüllen“ – also zögerten viele Unternehmer die Nachfolge viel zu lang hinaus, sagt Bopp. Sie warten noch ein paar Jahre, investieren aber nicht mehr. Das Unternehmen verliert an Wert und an Wettbewerbsfähigkeit. In vielen Fällen, weiß Bopp, komme es schließlich zum Worst-Case-Szenario: Das Unternehmen geht pleite. Doch das muss nicht sein: Die Handelskammer rät verkaufswilligen Unternehmern dazu, die Familie als Eigentümer zu belassen, aber die Leitung des Unternehmens einem Geschäftsführer zu übertragen.

Ähnlich war es beim Heizungshersteller Viessmann. Der heutige Firmenchef Max Viessmann hat nach seinem Studium zwei Jahre als Unternehmensberater gearbeitet und dann zunächst die Wagniskapitalgesellschaft des Konzerns geleitet, bevor er in den Vorstand des Viessmann-Konzerns einstieg. 2015 startete Max Viessmann als Digitalberater im Familienunternehmen, wurde 2016 Chief Digital Officer. Es folgten weitere Positionen, bis er 2019 schließlich zum CEO des größten Geschäftsbereichs aufstieg. Senior Martin Viessmann ist bis heute Gesamt-CEO des Familienunternehmens.

Erst Sohn Max hat seinen Vater dabei für die Bedeutung der Digitalisierung sensibilisiert. „Wir können Technologie an jeder Stelle nutzen, um besser zu werden“, davon war Max Viessmann überzeugt. Entscheidend sei, die Digitalisierung als Chance zu sehen und nicht als permanente Bedrohung. Er hat es schließlich geschafft, seinen Vater zu überzeugen – und den Generationenwechsel bei Viessmann damit schneller anzustoßen, als er selbst es eigentlich geplant hatte.

Digitalisierung ist Thema der Junioren

Digitalisierung ist häufig das Spielfeld, auf dem die nächste Unternehmergeneration sich bei einer Nachfolge ausprobieren darf. Dabei setzt sie wie Max Viessmann gern auf die Zusammenarbeit mit Start-ups, zeigt die Studie „Deutschlands nächste Unternehmergeneration“ der Stiftung Familienunternehmen. Auch die jungen Brüder Kroschke setzen auf Digitalisierung – einschließlich der rein digitalen Fahrzeugregistrierung auf Blockchain-Basis. „Das Ziel ist die vollständige Digitalisierung sämtlicher Prozesse rund um die Fahrzeugzulassung“, sagt Philipp Kroschke, „sprich: alle Transaktionsteilnehmer digital zusammenzubringen.“

Sei es das Thema Digitalisierung, sei es der Sprung auf die Weltmärkte: Der Wechsel an der Führungsspitze tut gerade KMU oft gut. Rund die Hälfte der deutschen Mit-

Der Junge übernimmt das Ruder

Seit dem Jahr 2017 beschränkt sich Seniorchef Christoph Kroschke auf die beratende Funktion, für das operative Geschäft sind nun seine Söhne zuständig. „Irgendwann war es einfach an der Zeit, die Verantwortung abzugeben“, sagt er. Für die beiden Juniorchefs war es manchmal schwierig, gegenüber ihrem Vater für ihre Meinungen einzustehen. „Der eine muss loslassen, der andere muss sich freischwimmen und das eigene Profil schärfen“, sagt Philipp Kroschke. „Dieses fast schon natürliche Thema findet sich wohl in den meisten Familienunternehmen wieder, sobald die Stabübergabe begonnen hat.“



→

Ein familiärer Beirat kontrolliert dann nur noch den Geschäftsführer, das Unternehmen bleibt in Familienbesitz. So kann sich der Gründer die Option offenhalten, dass möglicherweise eines Tages doch ein Enkel oder Verwandter das Familienunternehmen übernimmt.

Loslassen ist eine Kunst

In jedem Fall müssen sich Unternehmer auf ein Streitthema einstellen: Der Generationswechsel ist fast immer mit Generationskonflikten verbunden. Als Jungnachfolger Christian Berner wegen des Fachkräftemangels im schwäbischen Künzelsau beschloss, den Hauptsitz des Traditionsunternehmens Berner Group nach Köln zu verlegen, war sein Vater geschockt. Das Herz des Seniors hing an der Region. Er entschied sich dennoch, die Entscheidung mitzutragen – und ist heute froh darüber.

»Viele Unternehmer zögern die Nachfolge viel zu lang hinaus.«

Ralf Bopp,
Geschäftsführer der Handelskammer
Deutschland-Schweiz

Auch Philipp und Felix Kroschke sind mit ihrem Vater nicht immer einer Meinung – zum Beispiel beim Thema Personal. „Unser Vater ist in Sachen Führung ein Verfechter der alten Schule“, sagt Philipp Kroschke diplomatisch. „Felix und ich sehen das meist etwas anders.“ Also baten sie ihren Vater zum klärenden Gespräch. Seitdem beschränkt sich Christoph Kroschke darauf, seine Söhne zu beraten – wenn sie es denn wünschen. „Es fällt mir nicht immer leicht, meine Söhne ihr Ding machen zu lassen“, sagt der Senior. „Doch ich vertraue ihnen, und wenn ich nicht bereit bin, ein Stück weit loszulassen, wird das Unternehmen nicht das meiner Söhne werden können.“



— **Noch mehr zum Schwerpunkt**

Online nachzulesen unter:

[www.marketsinternational.de/
zukunft-sicher](http://www.marketsinternational.de/zukunft-sicher)

Der Rat des Vaters bleibt wichtig

Die Brüder fragen „CK“ nach wie vor gern um Rat, vertrauen bei einigen Themen voll und ganz auf seine Expertise und nutzen sein Netzwerk. „Ich habe im Laufe der Jahre viele Kontakte im Ausland geknüpft“, berichtet Christoph Kroschke, und Sohn Felix ergänzt: „Dieses Netzwerk über Europa hinaus erweitern und verdichten wir zunehmend, um die Internationalisierung der Kroschke Gruppe weiter voranzutreiben.“



Wollen Sie mehr wissen?

Rund um das Thema Unternehmensnachfolge gibt es viele Fragen – aber auch unzählige Informationsangebote. Nicht nur die rund 200 Geschäftsstellen der Industrie- und Handelskammern helfen, sondern auch Hausbanken und Steuerberater. Wissenswertes zum Einlesen, Nachlesen und Abhaken.



Trainingslager für Söhne und Töchter

In seinem Seminar „Nachfolge Bootcamp“ hilft der Verband Die Jungen Unternehmer designierten Nachfolgern dabei, konkrete Strategien für ihren persönlichen Generationswechsel zu erarbeiten. Dozenten stellen ihnen Modelle und Methoden vor, die Teilnehmer tauschen untereinander Erfahrungen aus: Wie strukturiere ich mich am Anfang am besten? Wie finde ich den richtigen Einstieg ins Unternehmen? Wie kann ich mich emanzipieren? Wie gehe ich mit den Mitarbeitern und Führungskräften um? Die Teilnahme kostet 599 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer pro Person. Das nächste Seminar findet vom 11. bis zum 13. September bei der Firma Brabus in Bottrop statt.



— Anmeldung

zum nächsten „Nachfolge Bootcamp“?
www.tinyurl.com/nachfolge-bootcamp

NEXXT-CHANGE

Damit zwei sich finden,

... hilft Deutschlands größte unabhängige Unternehmensnachfolgebörse www.nexxt-change.org dabei, Unternehmer, die einen Nachfolger suchen, mit Existenzgründern zusammenzubringen.

... stehen bundesweit etwa 800 **Regionalpartner** bei Kammern, Wirtschaftsförderungsgesellschaften und Kreditinstituten vor Ort bereit. Sie helfen bei den Inseraten und schieben die Kontaktabahnung zwischen Seniorunternehmern und Nachwuchs an.

... können Interessierte in derzeit etwa 5.500 Verkaufsangeboten und **1.600 Kaufgesuchen** anonymisiert recherchieren.

... gibt es auf der Plattform zusätzlich **nützliche Informationen** zu Unternehmensfinanzierung, Planung und Durchführung einer Unternehmensnachfolge und zu Unternehmensbewertungen.

Mittelstand im Fokus

Wie gut sind Deutschlands Mittelständler auf den Generationswechsel vorbereitet? Wo gibt es Beratungsbedarf? Mit solchen Fragen rund um das Thema Mittelstand beschäftigt sich das Bonner Institut für Mittelstandsforschung (IfM) – unter anderem in Forschungspapieren, Podcasts oder Programmen wie dem „Zukunftspanel Mittelstand“.

→ www.ifm-bonn.org

Nachfolge in Deutschland

Ein unabhängiges Informationsangebot zum Thema Unternehmensnachfolge, mit nützlichen Tools wie etwa einem interaktiven Nachfolgefahrplan oder dem Nachfolge-Wiki zum Nachschlagen. Im Nachfolge-O-Mat testen Unternehmer ihr Wissen. Der KMUrechner hilft, den Unternehmenswert zu errechnen.

→ www.nachfolge-in-deutschland.de

UNSERE AUTOREN DES SCHWERPUNKTS



»Eine Nachfolge ist nicht in wenigen Wochen abgehandelt, sondern ein Langzeitprojekt.«

Jenny Eberhardt,
GTAI-Redakteurin Berlin
jenny.eberhardt@gtai.de



»Unternehmer müssen realistisch sein: beim Blick auf mögliche Nachfolger. Oder beim Verkaufsaufpreis.«

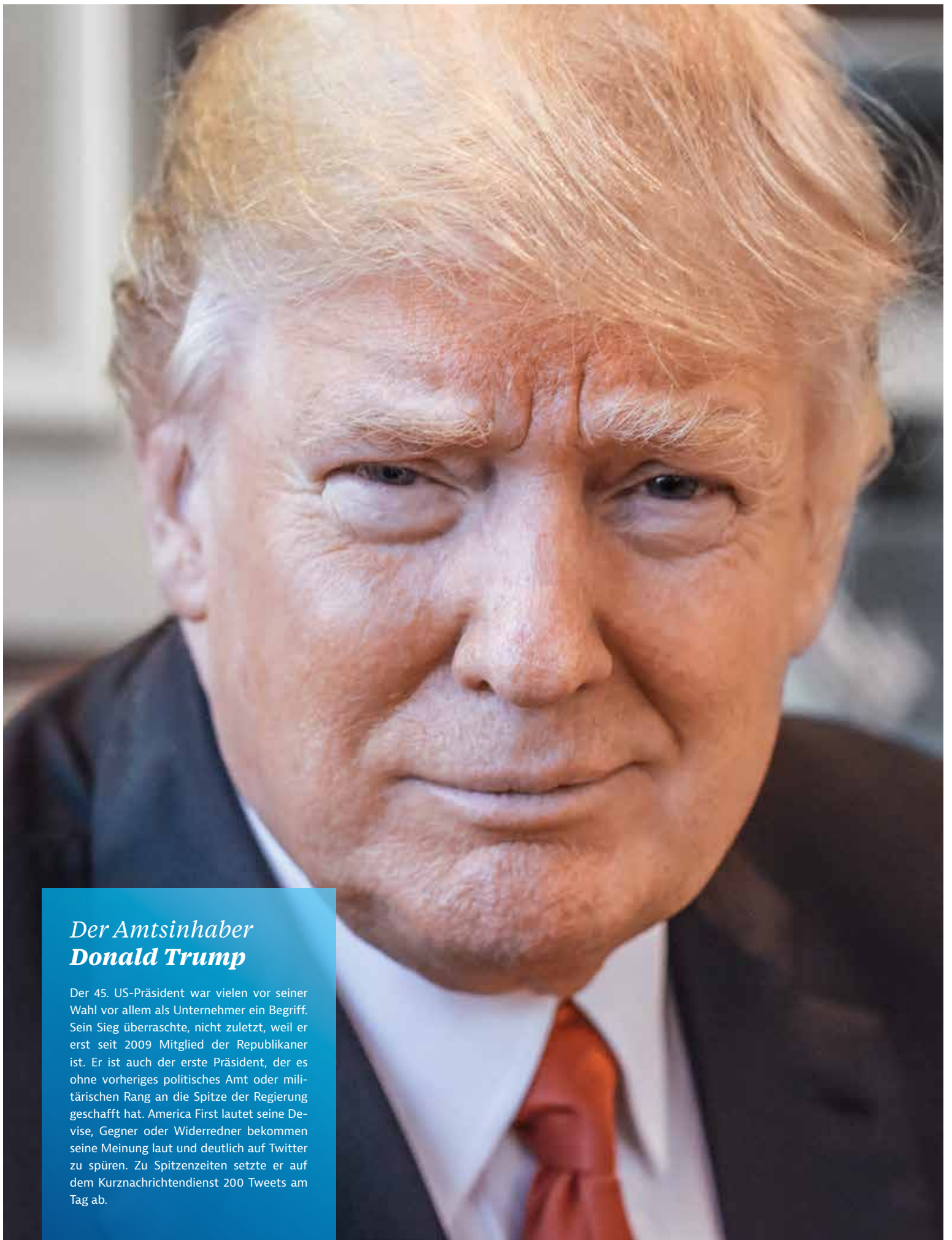
Fabian Möpert,
GTAI-Redakteur Berlin
fabian.moepert@gtai.de

Ihre Meinung ist uns wichtig!

Haben Sie Fragen oder Meinungen zu unserem Schwerpunkt? Zögern Sie nicht, unsere Autoren zu kontaktieren. Wir freuen uns auf Ihr Feedback!



— Kontakt
markets@gtai.de



Der Amtsinhaber Donald Trump

Der 45. US-Präsident war vielen vor seiner Wahl vor allem als Unternehmer ein Begriff. Sein Sieg überraschte, nicht zuletzt, weil er erst seit 2009 Mitglied der Republikaner ist. Er ist auch der erste Präsident, der es ohne vorheriges politisches Amt oder militärischen Rang an die Spitze der Regierung geschafft hat. America First lautet seine Devise, Gegner oder Widerredner bekommen seine Meinung laut und deutlich auf Twitter zu spüren. Zu Spitzenzeiten setzte er auf dem Kurznachrichtendienst 200 Tweets am Tag ab.

Ring frei!

Inmitten der Covid-19-Pandemie und sozialer Unruhen wählen die USA im November ein neues Staatsoberhaupt. Wie sich die Wahlprogramme der Kandidaten unterscheiden – und was das für deutsche Firmen bedeutet.

von **Ullrich Umann**, Germany Trade & Invest Washington, D. C.

KURZKOMMENTAR

Transatlantischer Scheideweg

Rassenunruhen, Coronakrise und sinkende Umfragewerte – der Druck auf Donald Trump wächst. Durch die deutsche Wirtschaftsbrille gesehen, wäre ein Wahlsieg seines Widersachers zwar zu begrüßen. Ein näherer Blick fällt indes nüchterner aus, als es zunächst scheint: Gewiss würde Joe Biden versuchen, die transatlantischen Beziehungen zu kitten. Auch ist er gegen einseitige Sonderzölle, wodurch viele deutsche Exporteure Hoffnung schöpfen. Was den Zugang Chinas zu US-Technologien betrifft, würde sich an der Position Washingtons aber wenig ändern: Auch Biden sieht Großteile der Politik Pekings als Bedrohung an. Und auch er denkt, dass weder die Europäer noch die Welthandelsorganisation richtig mit diesen Problemen umgehen. Ganz herumreißen würde Biden das handelspolitische Ruder daher wohl kaum. Zumal die Gewerkschaften, einer der wichtigsten Verbündeten der Demokraten, Freihandels skeptiker sind. Die Politik würde berechenbarer, der Tonfall entspannter – inhaltliche Konflikte werden dadurch aber noch nicht gelöst.

von **Heiko Steinacher**, GTAI San Francisco

An ihm scheiden sich die Geister, doch eins ist unumstößlich: Donald Trump ist ein Entertainer durch und durch. Der US-Präsident kann seine große Stärke derzeit allerdings nur eingeschränkt ausspielen, denn Covid-19 setzt Wahlveranstaltungen und großen Menschenansammlungen klare Grenzen. Das Virus trifft die USA in einem entscheidenden Jahr: Im November stehen rund 220 Millionen US-Amerikaner an den Wahlurnen und entscheiden über den nächsten Präsidenten ihres Landes.

Ob der Sieger nun Donald Trump oder Joe Biden heißt, eins ist klar: Das diesjährige Rennen um die US-Präsidentschaft dürfte in die Geschichtsbücher eingehen. Während der amtierende Präsident und sein Herausforderer sonst sämtliche Anstrengungen in den Wahlkampf investieren, fließt ein Großteil der Kraft in diesem Jahr in die wirtschaftliche und soziale Stabilisierung der Vereinigten Staaten. Nicht nur die Covid-19-Krise wirbelt den Wahlkampf seit März tüchtig durcheinander. Ende Mai kamen die teils gewaltsamen Proteste im ganzen Land dazu, rund um den Tod des Afroamerikaners George Floyd.

Trump setzt auf Bewährtes

Für Trump ist das keine leichte Zeit. Zwar gilt er als wirtschaftsnah, was ihm durchaus

einen Vorteil verschaffen kann – schließlich steht ökonomischer Sachverstand in Rezessionszeiten besonders hoch im Kurs. Doch sind diesbezügliche Erfolge aus seinen ersten drei Amtsjahren angesichts von Konkurswellen und Massenarbeitslosigkeit in der Zwischenzeit verblasst. Seit dem Ausbruch der Pande-

mie will ihm einfach nichts Positives mehr gelingen. Jedenfalls nichts, was ausdrücklich ihm allein als Erfolg zugeschrieben wird.

Aus dem Weißen Haus sind die immer gleichen Schlagworte zu vernehmen: niedrige Steuern und Deregulierung, Rettung systemrelevanter Konzerne, Protektionismus, Abkehr von der internationalen Zusammenarbeit sowie handelspolitische Alleingänge. Offensichtlich tritt Donald Trump mit diesen wenigen Stichpunkten den Gang zur Wahlurne an: Fortsetzung des Bekannten, Kursänderung ausgeschlossen. Dabei braucht es Antworten auf drängende Fragen, beispielsweise, wie die USA die gegenwärtig stark steigende Staatsverschuldung bewältigen sollen. Doch das scheint in seinem Drehbuch überhaupt keine Rolle zu spielen.

Biden ringt um Aufmerksamkeit

Covid-19 schränkt auch Herausforderer Biden in seiner Bewegungsfreiheit ein. Aus dem eigens eingerichteten Fernsehstudio in seinem Haus in Delaware wendet er sich periodisch per Videobotschaft an seine Wähler. Die Presse allerdings nimmt ihn nur am Rande wahr, schließlich dominieren Gesundheits- und Wirtschaftskrise sowie die Proteste und Unruhen die Schlagzeilen.

Wann immer es Biden gelingt, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, verweist er gern



A close-up portrait of Joe Biden, showing his face from the nose up. He has white hair, blue eyes, and a serious expression. He is wearing a dark suit jacket, a light blue shirt, and a red and white patterned tie. The background is dark and out of focus.

Der Herausforderer **Joe Biden**

Joseph „Joe“ Biden ist ein politisches Urgestein: Der studierte Jurist mischt seit 1973 in der US-Politik mit, zweimal hat er sich bereits als Kandidat für die Präsidentschaftswahl aufstellen lassen. Die meisten kennen ihn als Vize Barack Obamas. In diesem Jahr tritt der mittlerweile 77-jährige Demokrat an, um Donald Trump vom Thron zu stürzen. Ob ihm das gelingt, bezweifeln nicht nur seine Gegner: Trump nennt ihn „Sleepy Joe“. Vielen Wählern ist er schlichtweg zu alt. Würde er gewählt, wäre er am Ende seiner ersten Amtszeit bereits 82 Jahre alt.

→

auf seine Zeit als Vizepräsident unter Barack Obama. Es klingt fast so, als wolle er im Falle seines Wahlsiegs die politische Uhr zurückdrehen. In der Tat erkennen Experten in Washington gewisse Parallelen zu den Regierungsprogrammen der damaligen Amtsperiode. Auch Obama hatte bei seinem Amtsantritt mit den Nachwehen der Wirtschaftskrise zu kämpfen und schnürte ein Konjunkturpaket nach dem Vorbild des britischen Ökonomen John Maynard Keynes. Bidens Wirtschaftspolitik enthält ebenfalls eine Prise Keynesianismus, also eine aktivere Rolle und stärkere Steuerfunktion des Staates in Wirtschaftsfragen.

Biden betont: Mit seiner Wirtschaftspolitik will er das Bürgertum stärken, die mittleren Einkommensbezieher und so die wirtschaftliche und nationale Sicherheit der USA auf Dauer gewährleisten. Seine Logik: Je mehr soziale und ökonomische Stabilität im Inneren herrschen, desto besser geht es dem Land. Natürlich will er auch gut bezahlte Arbeitsplätze schaffen, unter anderem, indem er Industriekapazitäten aus dem Ausland zurück in die USA holt. Zumindest in diesem Punkt sind sich also Biden und Trump durchaus ähnlich.

Jobs, Jobs, Jobs

Um die Massenarbeitslosigkeit der USA in den Griff zu bekommen, bedarf es aber schwererer Geschütze. Biden will im Rahmen eines Infrastrukturprogramms rund 1,3 Billionen US-Dollar aufwenden, um zusätzliche Jobs zu schaffen. Zur Gegenfinanzierung und Haushaltssanierung sei er sogar zu unpopulären Maßnahmen bereit, betont er immer wieder, darunter zu einer teilweisen Rücknahme der Einkommensteuersenkung aus dem Jahr 2017. Das könnte 3,8 Billionen US-Dollar in die Staatskassen spülen.

Bei den Themen Multilateralismus und Liberalisierung des Welthandels steht Biden für freien Handel – solange dabei Umweltstandards gewahrt bleiben, Investitionen weiter in die USA fließen und neue Arbeitsplätze im Land entstehen. Die letzten beiden Punkte sind auch für Trump ein entscheidender Faktor: Die Machart jedoch könnte unterschiedlicher kaum sein.

AUF EINEN BLICK

Wirtschaftsagenda, Umweltpolitik & Co: So ticken Trump und Biden



So unterscheiden sich die beiden Kandidaten



Steuerpolitik: Trump unterzeichnete als amtierender Präsident Hilfspakete in Milliardenhöhe. Darunter etwa den Cares Act, der speziell auf die KMU-Förderung ausgerichtete Programme beinhaltet. Der aktuelle Einkommenssteuersatz von 21 Prozent soll über das Jahr 2025 hinaus bestehen bleiben.



Kurzarbeitergeld: Biden will ein Kurzarbeitergeld einführen. Dabei soll der Bund die vollen Kosten tragen und so die einzelnen Bundesstaaten entlasten. In Sachen Steuern verschreibt sich Biden einem progressiven Modell. So will er zum Beispiel die Einkommensteuer für Höchstverdiener deutlich anheben.



America First: Sonderabgaben auf ausgewählte Industriegüterimporten gehören längst zum Standard, genau wie der offene Handelskonflikt mit China. Trump verhandelt fleißig und schließt Abkommen, unter anderem mit Südkorea und Japan. Multilateralismus gibt es nur, wo es den eigenen Interessen nützt.



Multilateral: Biden ist kein Fan von erratischer Handelspolitik und will immer neuen Einfuhrzollanhebungen ein Ende setzen. Historisch gewachsene internationale Partnerschaften will Biden wiederbeleben – zum Beispiel innerhalb der Nato und mit der Europäischen Union setzt er auf Schulterchluss statt Kriegsparolen.



Kohle und Öl: Trump verweigerte nicht nur seine Unterschrift unter dem Pariser Klimaschutzabkommen, sondern glaubt auch nicht an den Klimawandel. Stattdessen senkte er die Umweltnormen aus der Obama-Zeit und erteilte Fördergenehmigungen für Öl und Gas – auch in geschützten Gebieten. Zudem versucht er den Kohlestrom zu retten.



Klimaschutz: Biden will CO₂-arme Produktionsverfahren steuerlich fördern und Treibhausgase reduzieren. Auch auf der Agenda stehen der Green New Deal und energieeffizientes Bauen. Für Umweltvorhaben hat er 1,7 Billionen US-Dollar vorgesehen. Am ersten Tag seiner Präsidentschaft will er direkt wieder das Pariser Klimaabkommen unterzeichnen.



Auch interessant

Weitere Informationen gibt es unter:
www.gtai.de/usa

Super Markt?

Durch die Coronakrise wächst der Onlinehandel in Mexiko. Doch dies ist nicht der einzige Trend, der Logistikanbieter zu mehr Investitionen veranlasst. Deutsche Logistiker und Ausrüster können jetzt helfen, die Prozesse im Handel zu verbessern.

von **Florian Steinmeyer**, Germany Trade & Invest Mexiko-Stadt

Das Coronavirus lässt Mexikos Wirtschaft einbrechen, doch im Onlinehandel des Landes herrscht Goldgräberstimmung. In nur einem Monat sei die Zahl der Sendungen um 50 Prozent nach oben geschneit, berichtet Ingo Babrikowski, Geschäftsführer von Estafeta, einem der größten Logistikanbieter Mexikos. „Da viele Menschen das erste Mal mit dem Kauf per Internet in Berührung kommen, macht die Branche in dieser Zeit einen Sprung wie ansonsten in fünf Jahren nicht.“

Schon vor Corona stiegen die Onlineumsätze im Land stark an – allein 2019 um 29 Prozent. Jetzt zeigen Daten des E-Commerce-Verbands AMVO, dass das Interesse der Konsumenten am Kauf per Internet in der Coronakrise weiter zugelegt hat. Zwar gibt es Unterschiede je nach Produktkategorie, insgesamt werden die Seiten der Onlinehändler jedoch noch häufiger besucht.


Mexikanische Händler müssen aufrüsten


„Durch die Situation erreichen mehr Firmen kritische Volumina im Onlinehandel“, sagt Alberto Hernández, Vizepräsident des Logistikverbands Asociación de Operadores Logísticos de México (AOLM). „Das stößt sowohl bei den Händlern als auch bei ihren Transportpartnern Investitionen in Technologie und Prozesse an.“ Er schätzt: Aktuell betreibe bestenfalls die Hälfte der Speditionen ein systematisches Warenmanagement. „Auf der anderen Seite gibt es bereits einige sehr professionelle Player im Land“, stellt Hernández klar. Amazon aus den USA und der argentinische Konzern Mercado Libre dominieren den Onlinehandel. Auch traditionelle Han-

CHANCENCHECK

Hier modernisiert Mexiko den Handel

 **Neue Technologien:** Bedarf besteht an zahlreichen Produkten: Warenmanagementsystemen, Cloud-Lösungen, aber auch an Hardware wie Sensoren und GPS-Ausrüstung. Vor allem die großen Branchenplayer wollen in Zukunftstechnologien investieren, darunter in künstliche Intelligenz für Chatsbots und Prognosen von Lieferverzögerungen. Auch die Cybersicherheit wird immer wichtiger, wie man an wachsenden Investitionen unter anderem in Blockchain-Protokolle sehen kann.

 **Frachtbörsen:** Mit Fleteya, Nowports, Quick, Rutanet, Solistica und Uship sind bereits mehrere Anbieter von Frachtbörsen im Land aktiv, doch der Markt ist zersplittert und viele Börsen erfüllen nicht jede der komplexen Anforderungen. Befragungen zeigen, dass sowohl Auftraggeber als auch Transporteure sich Funktionen wünschen, um gut bewertete Marktteilnehmer identifizieren zu können.

 **Weiterbildung:** Angesichts der Vielzahl an kleinen Logistikfirmen und der oft unerfahrenen öffentlichen Verwaltung gibt es erhebliche Potenziale in der Weiterbildung. Das Logistikforschungsinstitut IMT arbeitet an einer Weiterbildungsplattform, die sich an Unternehmen und staatliche Entscheidungsträger richtet. Derzeit wird das Projekt von der Kühne Logistics University in Hamburg evaluiert.

delskonzerne wie die US-Supermarktkette Walmart und die mexikanischen Kaufhausbetreiber Liverpool und Coppel sind gut im digitalen Handel unterwegs. In der Logistik vereinen die drei Anbieter Estafeta, DHL und Fedex je rund ein Drittel des Marktes auf sich.

Mexiko wird US-Nearshoring-Standort

Corona hat noch einen weiteren Effekt auf die Logistik. „Die aktuelle Krise zeigt, wie fragil interkontinentale Lieferketten sein können“, gibt Enrico Böhme zu bedenken, Lateinamerikaleiter für den Bereich Luftfracht bei der deutschen Spedition Dachser. Industriekonzerne dürften ihre Produktionsstätten daher künftig näher an die nordamerikanischen Konsumzentren verlegen. Das heißt: Es gibt mehr Lieferungen innerhalb der Region. „Wir arbeiten derzeit an Lösungen, um den regionalen Handel noch effizienter bedienen zu können“, sagt Böhme. Der Trend zur Regionalisierung zeichnete sich schon zuvor durch die Unterzeichnung des neuen Freihandelsabkommens United States Mexico Canada Agreement und den Handelsstreit zwischen China und den USA ab. Die USA sind schon heute bei Weitem der wichtigste Handelspartner Mexikos. Rund 75 Prozent der Exporte gehen über die nördliche Grenze. Angesichts der Entwicklungen nehmen Händler und Logistiker viel Geld in die Hand. „Wir werden 2020 rund 25 Prozent mehr investieren, als vor Corona geplant“, sagt Ingo Babrikowski und ergänzt: „Vor allem im Bereich Onlinehandel steigern wir derzeit unsere Kapazitäten.“ Andere Logistiker wie die deutsche DHL haben ähnliche Pläne. Der Konzern gab bereits im Jahr 2019 bekannt,



»In der Verwaltung arbeiten nur wenige Logistikspezialisten.«

Gastón Cedillo,
Logistikforscher am mexikanischen IMT

Softwareentwickler des argentinischen E-Commerce-Unternehmens Mercado Libre in Buenos Aires: Der Onlinehändler dominiert den lateinamerikanischen Markt und ist auch in Mexiko erfolgreich.

bis 2024 rund 300 Millionen US-Dollar in Mexiko investieren zu wollen. Mercado Libre stellte Mitte Februar Pläne vor, wonach der Onlinehändler 2020 etwa 420 Millionen US-Dollar im Land ausgeben wird – 40 Prozent mehr als im Vorjahr.

Alberto Hernández vom Logistikverband AOLM sieht die technischen Möglichkeiten – und damit den Investitionsbedarf – für die kommenden Jahre bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. „Dank 5G werden wir in Zukunft über noch mehr Daten verfügen.“ Entsprechend breiter werden die Möglichkeiten für Transporteure und Onlinehändler, die Informationen zu den Bestell- und Versandprozessen auszuwerten. Telekommunikationsfirmen in Mexiko investieren derzeit, um 5G-Services ab 2024 in der Breite anbieten zu können.

Speditionen sehen Automation kritisch

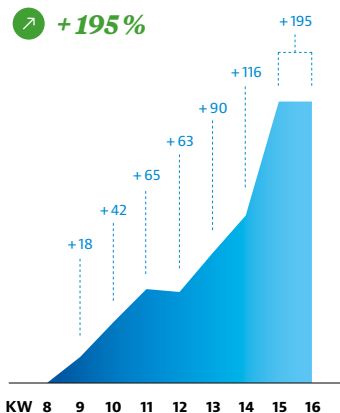
Laut dem öffentlichen Forschungsinstitut Instituto Mexicano del Transporte (IMT) wissen oft weder die Verantwortlichen im Staatsapparat noch die Transporteure selbst,

PANDEMIEBOOM

Corona treibt den E-Commerce

So haben Mexikos Onlinesupermärkte in den Lockdown-Wochen zugelegt

(Seiten-/App-Aufrufe im Vergleich zur Kalenderwoche 8, vom 17.–23., Steigerung in %)



Quelle: E-Commerce-Verband AMVO

was alles technisch und organisatorisch möglich ist. „In den Stadtverwaltungen arbeiten nur wenige dezidierte Logistikspezialisten“, sagt Gastón Cedillo, technischer Direktor am IMT. Und unter den Speditionen dominieren die sogenannten Hombre-Camión (Lkw-Männer) – kleine Betriebe mit nur ein bis fünf Fahrzeugen. Laut Verkehrsministerium Secretaría de Comunicaciones y Transportes machten sie 2018 knapp 81 Prozent aller Transportunternehmen aus.

Logistikverbandssprecher Alberto Hernández sieht ein weiteres Hindernis: Kleine und mittelständische Logistiker im Land investierten nur zögerlich und hätten Vorbehalte gegenüber technischen Neuerungen. „Automatisierung wird häufig als reiner Kostenfaktor gesehen.“



Gute Kontakte

Über die Verbände finden Ausrüster und Technologieunternehmen potenzielle Kunden in Mexiko.

Logistik: www.aolm.org.mx

(Englisch und Spanisch)

Speditionen: www.canacar.com.mx

(Nur auf Spanisch)

Die richtigen Weichen stellen

Hunderte chinesische Bauunternehmen sind auf dem afrikanischen Kontinent aktiv. Deutsche Baumaschinenhersteller und Baustofflieferanten kommen bisher kaum mit ihnen ins Geschäft. Doch mit der richtigen Strategie kann es klappen.

von **Ulrich Binkert**, Germany Trade & Invest Bonn

Mitarbeiter einer chinesischen Baufirma auf der Baustelle einer Schienentrasse in Afrika: Bei solchen Projekten beschaffen die Firmen oft auch das Material zu Hause in China.

So gelingt der Einstieg

Klinken putzen:

Chinesische Baufirmen wollen hofiert werden und sehen, dass der Verkäufer schwitzt.

Chinesisch auftreten:

Deutsche Unternehmen brauchen Vertreter, die sich auf die besondere Mentalität chinesischer Einkäufer verstehen und idealerweise Chinesisch sprechen.

Erfahrungen nutzen:

Deutsche verkaufen seit Jahrzehnten viel nach China. Dieses Know-how können Chinavertriebler an die Afrikkakollegen weitergeben.



Ausführlichere Tipps gibt es online:
[www.marketsinternational.de/
die-richtigen-weichen-stellen](http://www.marketsinternational.de/die-richtigen-weichen-stellen)





Alexander Demissie »Deutsche halten sich bisher zurück.«

Interview mit Alexander Demissie von der Kölner Beratungsfirma The China Africa Advisory

Nicht chinesische Firmen haben es schwer bei Bauprojekten mit chinesischem Generalunternehmer. Warum?

Bei solchen Projekten führt das Handelsministerium in Beijing eine Liste geeigneter inländischer Anbieter, die sie zur Abgabe von Angeboten auffordert. Ausländische Firmen haben da natürlich keine Chance, zumindest nicht als Generalunternehmer.

Und wo dann?

Etwa bei der Bauaufsicht und anderen Dienstleistungen. Besonders, wenn der afrikanische Partner darauf dringt. Das kommt heute viel häufiger vor. Große Infrastrukturprojekte in Afrika werden stärker als früher von afrikanischer Seite durchdacht. Dafür sind europäische Ingenieurdienstleister schon seit Langem bei chinesischem finanzierten Projekten unterwegs.

Wie kommt man ansonsten mit chinesischen Infrastrukturfirmen in Afrika in Kontakt?

Am besten vor Ort oder über die jeweiligen Firmenzentralen des Anbieters in China. Ein guter Anlaufpunkt für deutsche Firmen kann die China International Contractors Association sein, die viele in Afrika tätige Infrastrukturfirmen gruppiert.

Müssten deutsche KMU mehr tun, um an „chinesische“ Projekte zu kommen?

Absolut. Eine Vertretung vor Ort würde sich in vielen afrikanischen Ländern schon heute lohnen: Dort, wo Projekte gerade auch chinesischer Investoren genügend Nachfrage nach hochwertigen Produkten schaffen. In noch weniger entwickelten Märkten wiederum kann eine Präsenz künftige Marktchancen wahren. Deutsche Firmen halten sich da bisher sehr zurück.



Das vollständige Interview mit Alexander Demissie und seinem Kollegen Moritz Weigel lesen Sie auf:

www.marketsinternational.de/die-richtigen-weichen-stellen

schäft kommen? Die Antwort: durch Besuche und intensives Marketing → [siehe links](#), „So gelingt der Einstieg.“ Warum diese Strategie Erfolg verspricht, zeigt ein Blick auf die CCECC in Nairobi. Sie führt für eventuelle Beschaffungen eine Liste potenzieller Zulieferer. „Wer nicht auf dieser Liste ist, existiert für uns nicht“, heißt es dazu bei CCECC sinngemäß. Das Management füllt sie nach und nach mit Erfahrungen der Zentrale in China oder aus Nachbarländern wie Tansania und Uganda. Immer wieder schaffen es Unternehmen auf die Liste, die ein passendes Angebot überzeugend präsentieren – selbst wenn CCECC schon genügend Lieferanten hat.

Chinesische Vertreter vor Ort helfen

Am einfachsten lassen sich chinesische Baukäufer dabei von Landsleuten überzeugen. Als der japanische Baumaschinenkonzern Komatsu entschied, einen chinesischen Verkäufer einzustellen, „standen die Manager der chinesischen Baufirmen auf dem Hof“, berichtet ein Branchenkenner. Das kann Bauchemievertreter Jimmy Chu bestätigen. Alle Hersteller von Stahl und Zement in Kenia hätten chinesische Mitarbeiter eingestellt, sagt Chu, oder arbeiteten zumindest mit chinesischen Vertretern zusammen.

Ansonsten braucht es Beharrlichkeit: Rudy Myburgh, der von Johannesburg aus im anglofonen Afrika Betonpumpen des deutschen Herstellers Putzmeister verkauft, geht immer wieder zu Chinesen auf die Baustelle und fragt sich durch, berichtet er. „Wenn niemand vom Einkauf da ist, komme ich halt wieder.“ Irgendwann lernte Myburgh den Beschaffungsmanager eines großen staatlichen chinesischen Baukonzerns in Sambia kennen. Inzwischen hat ihm der Mann zwei Betonpumpen abgekauft.



Auch interessant

Mehr Hintergründe in der GTAI-Studie „China baut in Afrika“:

www.gtai.de/china-baut-in-afrika

Es geht hoch her auf der Baustelle der Firma China Wuyi in Kenias Hauptstadt Nairobi. Kenianische Arbeiter gießen das Fundament für das neue Gebäude der Trade & Development Bank. Im Bürocontainer hat der Projektleiter zu Tee und Zigaretten geladen. Am Tisch sitzt sein Manager für Subunternehmen – ein Landsmann. Und Jimmy Chu.

Chu ist selbstständiger Vertreter für Bauchemikalien, unter anderem der deutschen BASF. Er will nicht sofort ein Geschäft abschließen. Er hat einen langen Atem. „Jimmy Chu hat unsere Umsätze in dem Bereich deutlich gesteigert“, lobt Amrik Singh, Verkaufsmanager bei BASF East Africa in Nairobi. Chus Erfolgsgeheimnis ist simpel: Als Chinese kennt er seine Landsleute.

Auf dem Kontinent sind mehr als 200 staatliche chinesische Bauunternehmen aktiv. Ihr Material beschaffen sie teils vor Ort, ihre Ausrüstungen meist zu Hause. Das bedeutet: Auch deutsche Hersteller haben fast nur dann eine Chance, wenn sie chinesische Baustellen in Afrika von chinesischen Werken aus beliefern. Selbst bei Produkten ausländischer Anbieter, die gar nicht in China hergestellt wurden, laufen Kontakte und Verhandlungen oft über die Volksrepublik.

Chinas Baufirmen kaufen zu Hause ein

Beim Bau der Bahnlinie Mombasa–Nairobi hat das Generalunternehmen China Road and Bridge Signaltechnik und rollendes Material von Beijing aus an die China Railway Signal and Communication Corporation vergeben. Immerhin setzte die dann Technik von Siemens ein. „In der Regel erledigen wir 95 Prozent des Auftragswertes selber“, sagt ein Vertreter der Baufirma China Civil Engineering Construction Corporation (CCECC). „Den Chinesen etwas zu verkaufen, ist praktisch unmöglich“, seufzt ein südafrikanischer Verkäufer von Baumaschinen.

Wie also können deutsche Unternehmen mit chinesischen Baufirmen in Afrika ins Ge-



Kraftwerk Planta Solar 10 bei Sevilla: Es war Europas erstes kommerzielles Solarturmkraftwerk und ging im Jahr 2007 nach vier Jahren Bauzeit in Betrieb. Die Voraussetzungen für Sonnen- und Windparks sind günstig in Spanien, insbesondere im Süden des Landes.



5

ähnliche Sonnenkraftwerke sind in der Umgebung in Planung. Sie sollen jeweils eine Leistung von 50 Megawatt erreichen.

624

nachführbare Spiegel bündeln die Sonnenstrahlen auf die Spitze des Solarturms und erhitzen Wasser auf 257 Grad.

11 MW

beträgt die maximale elektrische Leistung des Solarwärmekraftwerks Planta Solar 10.

Lichtblicke in finsternen Zeiten

Die Folgen der Coronakrise haben Spanien besonders hart getroffen. Schon vor der Pandemie war das Wirtschaftswachstum abgeflacht. Nicht zuletzt mit einer Energiewende hin zu den Erneuerbaren will das Land nun die Erholung schaffen.

von **Oliver Idem**, Germany Trade & Invest Madrid

Der Lockdown in Spanien kam spät, war dann aber strenger als anderswo. Nachdem bis in den März hinein im Alltag nichts zu spüren gewesen war von der Covid-19-Pandemie, ließ die Regierung innerhalb weniger Tage alle Schulen und Universitäten schließen und verhängte den sogenannten Alarmzustand. Die Menschen durften insgesamt sechs Wochen lang nur noch in Ausnahmefällen das Haus verlassen, die Polizei kontrollierte unerbittlich: Bis Mitte Mai hatte sie mehr als eine Million Strafen wegen Verstößen ausgesprochen.

Die Maßnahmen erschütterten die Wirtschaft massiv. Von Mitte März bis Anfang April 2020 mussten viele „nicht essenzielle“ Geschäfte und Unternehmen schließen. Die Produktion in den Automobilfabriken des Landes ruhte sogar noch länger, und das in



Oliver Idem,
GTAI-Korrespondent Madrid
Oliver.Idem@gtai.de
Twitter: @GTAI_de

einem Land, das 2019 jeden sechsten Euro im Export mit Straßenfahrzeugen verdiente.

Jetzt diskutiert das Königreich die Frage, woher Impulse für einen Aufschwung kommen könnten. Wenn es nach der Regie-

rung geht, werden dabei erneuerbare Energien eine Schlüsselrolle spielen. Im Frühjahr stimmte die Zentralregierung ihren Energie- und Klimaplan PNIEC 2021 bis 2030 mit der Europäischen Union (EU) ab, die sich ebenfalls für eine umweltfreundliche Energieversorgung einsetzt und den Ausstoß klimaschädlicher Gase reduzieren will.

Im Mai 2020 folgte dann das Gesetz über den Klimawandel und die Energiewende. Sein Planungshorizont reicht noch weiter als beim PNIEC. Das Ziel für 2050 lautet: Spanien soll komplett CO₂-neutral werden. Zudem hat die Regierung im Frühjahr 2020 eine langfristige Dekarbonisierungsstrategie angekündigt. Bis zum Jahr 2030 sollen alle Kohlekraftwerke im Land stillgelegt sein und nur noch 3,2 statt derzeit 7,4 Megawatt der Erzeugungskapazität auf die Kernkraft entfallen.



Christoph Himmelskamp »Erhebliches Potenzial«

Christoph Himmelskamp ist Partner und Niederlassungsleiter bei Rödl & Partner in Barcelona. Der Jurist mit Anwaltszulassung in Spanien erklärt, wie realistisch Spaniens Energiewendepläne sind.

Sind die ehrgeizigen spanischen Ziele zum Abschied von fossilen Energien erreichbar?

Spanien verfügt über sehr günstige natürliche Gegebenheiten für den Ausbau erneuerbarer Energien. Das Potenzial, insbesondere der Solar- und Windenergie, ist bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Außerdem verfügt das Land über ein leistungsfähiges Stromnetz. Eine Überproduktion von regenerativen Energien kommt hier nur sehr selten vor.

Welche Chancen ergeben sich daraus über den Sektor der erneuerbaren Energien hinaus?

Günstiger Strom aus erneuerbaren Quellen kann zu einem Standortvorteil für Spanien werden. Damit steigert das Land seine Attraktivität für energieintensive Projekte wie Rechenzentren, Aluminiumhütten oder die Wasserstoffproduktion. Solar- und Windstrom sind auch sehr gut in der Wasserentsalzung einsetzbar.

Wind- und Solarprojekte mit einer Kapazität von 115 Gigawatt sollen in Spanien genehmigt, aber noch nicht angeschlossen sein. Viel ist also bereits im Gange, oder?

Ja, aber es ist nicht davon auszugehen, dass alle diese Vorhaben umgesetzt werden. Schon allein die Dauer der notwendigen Formalitäten bremsst die Ausbaumöglichkeiten. Außerdem verfallen die Genehmigungen, wenn ein Vorhaben fünf Jahre lang nicht umgesetzt wurde.

Welche Perspektive haben Stromabnahmeverträge in Spanien?

Power Purchasing Agreements werden meist für zehn bis zwölf Jahre geschlossen. Wegen dieser langfristigen Sicherheit bilden sie eine gute Grundlage für Finanzierungen. Das Risiko von Preisschwankungen auf dem Strommarkt wird zwischen den Partnern ausgeglichen.

Der dazu nötige Strukturwandel könnte das Wirtschaftswachstum befeuern: Im Zeitraum 2021 bis 2030 soll die Energiewende rund 200 Milliarden Euro mobilisieren, avisiert sind 70 bis 80 Prozent privates und 20 bis 30 Prozent staatliches Kapital. Bis zum Jahr 2030 soll der Anteil der erneuerbaren Energien am Endenergieverbrauch um 22 Prozentpunkte auf dann 42 Prozent steigen. Um das Nullemissionsziel für 2050 zu erreichen, soll Energie schließlich nur noch aus sauberen Quellen kommen.

Auch der Export ist eingebrochen

Es sind Lichtblicke in einer aktuell finsternen Lage: Zunächst stockten die Zulieferungen, und das bremste die Wirtschaft massiv. Jetzt sorgen sich viele Unternehmen, dass die Nachfrage nicht wieder in Gang kommen könnte. Seit der letzten großen Krise von 2008 bis 2014 hatten viele Unternehmen auf das Auslandsgeschäft als zusätzliches Standbein gesetzt. In der Coronakrise half diese Diversifizierung ihnen aber nicht. Sowohl der Binnenmarkt als auch die wichtigsten Handelspartner sind ja genauso von Corona betroffen.

Der Außenhandel mit wichtigen Partnern wie Deutschland, Frankreich, Portugal und Italien wird 2020 einbrechen. Die unsicheren Aussichten führen bereits dazu, dass Unternehmen ihre Investitionspläne kürzen, strecken oder verschieben. Entsprechend geht die Regierung für das Jahr 2020 von rund 25 Prozent weniger Bruttoanlageinvestitionen aus als noch 2019.

Dem Tourismus sind durch Hotelschließungen, Ausgangsbeschränkungen, Reise警告ungen und Quarantäneregeln mindestens drei Monate Geschäft entgangen. Darunter fallen Ostern und ein Teil der Sommersaison. Im Vorjahr gaben allein ausländische Gäste mehr als 92 Milliarden Euro in

Spanien aus. Nach sieben Jahren mit immer neuen Rekorden droht 2020 ein Katastrophenjahr für die Branche zu werden.

Kurzarbeit in vielen Unternehmen

All diese Schwächen schlagen auf das spanische Bruttoinlandsprodukt durch. Anfang Mai 2020 prognostizierte die Regierung für das Gesamtjahr ein Minus von 9,2 Prozent. Die Wirtschaftsleistung soll im Jahr 2021 dann zwar wieder um 6,8 Prozent zulegen. Ob die Krisenkurve wie von der Regierung erhofft einen V-förmigen Verlauf nehmen wird, erscheint aber keinesfalls sicher.

Zunehmend tritt die Frage in den Vordergrund, wie deutlich die Krisenspuren auf dem Arbeitsmarkt sein werden. Vor der Krise waren in Spanien 18,5 Millionen Menschen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Bis Mai stieg die Arbeitslosigkeit auf 3,8 Millionen und 4,8 Millionen Menschen befanden sich in Kurzarbeit. Mit der Kurzarbeit wegen höherer Gewalt ist ein weitreichendes, anschließendes Kündigungsverbot von bis zu sechs Monaten verbunden. Damit bildet der Arbeitsmarkt voraussichtlich erst Ende 2020 das volle Ausmaß der Krise ab.

Vor allem Unternehmen aus dem Tourismus und Handel, aber auch aus der Industrie mussten schon kurz nach Beginn des Alarmzustands Kurzarbeit anmelden, hat die Zeitung „La Vanguardia“ ermittelt. Die Maßnahmen konzentrierten sich auf Hotel- und Restaurantketten, Fluglinien, Bekleidungs-geschäfte sowie die Automobilindustrie und ihre Zulieferer. Besonders viele Arbeitnehmer waren bei der Kaufhauskette El Corte Inglés betroffen, die im März für 25.900 Mitarbeiter Anträge stellte. Zena Alsea mit den Marken Vips, Starbucks und Domino's Pizza musste alle 22.000 spanischen Beschäftigten

in die Kurzarbeit schicken. Die Fluglinie Iberia beantragte für 13.900 Arbeitnehmer drei Monate Kurzarbeit.

Spanien verfügt über gute Bedingungen

Im Vergleich dazu sind die Perspektiven der erneuerbaren Energien verlockend. Die Kosten für Fotovoltaikprojekte sind in den vergangenen Jahren stark gesunken. Die Technik ist im Vergleich zu fossilen Energieträgern wettbewerbsfähig. Mit dem Abschied von den fossilen Brennstoffen hat sich Spanien ein ehrgeiziges Ziel gesteckt. Das Land verfügt gleichzeitig jedoch auch über reichhaltige Ressourcen an Wind und Sonne. Es gibt genügend Freiflächen und Gesetze, die erneuerbare Energien begünstigen. Auch der Handlungsdruck ist groß, denn Spanien zählt in

Europa zu den besonders betroffenen Ländern der globalen Erwärmung.

Dass künftige Regierungen zurück in Richtung fossiler Energie steuern könnten, ist deshalb unwahrscheinlich. Wenn sich erneuerbare Energien am Markt durchsetzen, werden andere Quellen weniger wirtschaftlich und damit unattraktiver. Nicht zuletzt treibt auch die EU den Umbau in Richtung umweltfreundlicher und emissionsfreier Energie voran. Und Sonne und Wind sind durchaus wirtschaftlich: Denn sie bieten die Chance, dass energieintensive Projekte umgesetzt werden können, ohne das Klima zu belasten.

Die Regierung setzt für die Energiewende jedenfalls auf das erprobte Instrument der Versteigerungen von Kapazitäten. Seit dem Jahr 2017 nutzt der spanische Staat diese Op-

tion, die von Investoren sehr gut angenommen wird. Dabei fließen keine Subventionen, sondern die Regierung zieht lediglich eine Untergrenze für den Strompreis ein. Unternehmen können damit leicht kalkulieren, ob ihre Investitionen wirtschaftlich sind. Und Banken haben eine konkrete Grundlage für Finanzierungen. Jetzt braucht Spanien nur noch Sonnenschein und günstige Winde.



Auch interessant

Infos zu Fördermitteln (auf Englisch):

www.tinyurl.com/foerdermittel-spanien

Staatliche Ausschreibungen für erneuerbare Energien (auf Spanisch):

www.tinyurl.com/ausschreibungen-ee

Das Parabolrinnenkraftwerk im andalusischen Lebrija bündelt Sonnenstrahlen, um Wärme zu erzeugen. Siemens hat die Anlage mitgebaut. Die jetzt von der spanischen Regierung angepeilte Energiewende bietet neue Möglichkeiten für deutsche Spezialisten.

Wie Spanien CO₂-neutral werden will

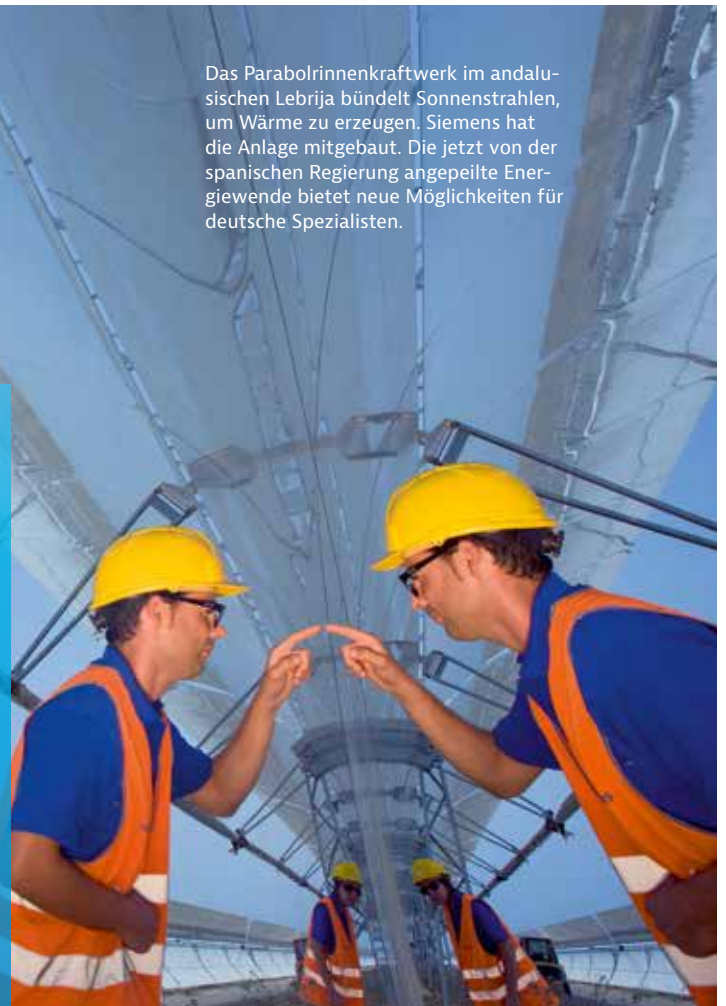
Die spanische Regierung hat ein Energiewendegesetz und einen Zehnjahresplan (PNIEC) auf den Weg gebracht. Parallel erarbeitet das Land einen ergänzenden Dekarbonisierungsplan als Langzeitstrategie. Die Kernpunkte:

Bis 2030

- ✓ 200 Milliarden Euro fließen in den Ausbau der erneuerbaren Energien.
- ✓ Die Emissionen sinken gegenüber 1990 um 23 Prozent.
- ✓ Der Anteil der erneuerbaren Energien am Energieverbrauch verdoppelt sich.
- ✓ Die Energieeffizienz der Industrie steigt um 39,5 Prozent.
- ✓ Die Windkraftkapazitäten steigen von 28 auf 50 Megawatt (MW), die Fotovoltaik von 9 auf 39 MW und die Solarthermie von 2 auf 7 MW.

Bis 2050

- ✓ Spanien ist emissionsneutral.



Die Müll- revolution

Lange Zeit galt Abfall im rohstoffreichen Russland als lästiges Nebenprodukt der Industriegesellschaft. Bedenkenlos wurde Müll auf Tausenden Deponien entsorgt und vergessen. Doch jetzt findet ein Umdenken statt – und ein Milliardenmarkt tut sich auf.

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

Eine winzige Bahnstation, 1.200 Kilometer nordöstlich von Moskau, hat in Russland eine kleine Revolution in Gang gebracht. Im Niemandsland von Shiyes im Gebiet Archangelsk wollte die reiche Hauptstadt ihren Wohlstandsmüll entsorgen. Doch die lokale Bevölkerung ging ab 2018 auf die Barrikaden. Der Ort wurde zum Symbol für die landesweite Protestbewegung „Russland ist keine Müllkippe“ – und die Reform der Abfallwirtschaft nahm Fahrt auf.

Im ganzen Land wächst der Widerstand gegen übervolle Deponien mit giftigen Schwelbränden, Sickerwasser und Gasaustritt, gegen steigende Müllgebühren und Flächenfraß. Allein die 15.000 legalen Abfallhallen nehmen vier Millionen Hektar ein – eine Fläche so groß wie die Schweiz. Jährlich kommen 300.000 bis 400.000 Hektar hinzu.

Auch im Kreml sitzen nun Unterstützer einer modernen Abfallwirtschaft. Auf deren Initiative sieht Russlands Müllreform eine radikale Kehrtwende vor – weg von der flä-

ABFALLWIRTSCHAFT

So klappt Ihr Russlandgeschäft

- ✓ Nutzen Sie die Instrumente der Außenwirtschaftsförderung wie Zuschüsse für Messestände, Unternehmerreisen oder die Geschäftspartnersuche durch die AHK Russland.
- ✓ Registrieren Sie Ihre Technologie auf dem Portal Germantech der AHK Russland. Das Portal hilft bei der gezielten Vermarktung deutscher Abfallverwertungstechnologien auf dem russischen Markt.
- ✓ Nehmen Sie an wichtigen Fachmessen in Moskau teil wie Wastetech oder Wasma. Auch auf der Weltleitmesse Ifat in München treffen Sie wichtige Entscheider.
- ✓ Suchen Sie sich zuverlässige Vertriebspartner vor Ort, die enge Kontakte zu den Entsorgungsbetrieben und regionalen Verwaltungen aufbauen.
- ✓ Denken Sie bei entsprechendem Marktvolumen über eine Lokalisierung bestimmter Produktionsteile nach, um bei Ausschreibungen mit öffentlichen Zuschüssen zum Zuge zu kommen.



Alle Links finden Sie unter:
www.marketsinternational.de/die-muellrevolution

chendeckenden Deponierung hin zu Technologien der Ressourcenschonung und Wiederverwertung von Abfall. Dabei will das Land von anderen Staaten lernen.

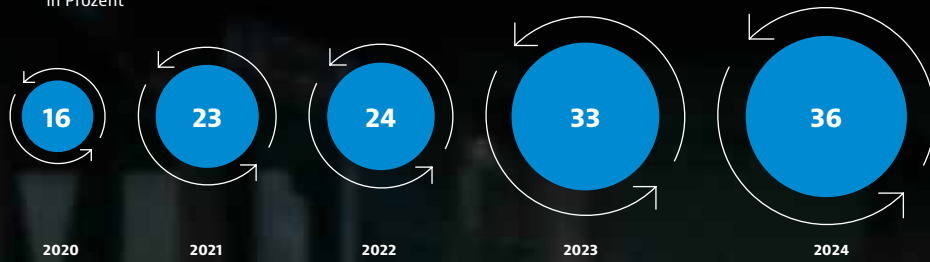
„Kompetenzen aus Deutschland sind gefragt, vor allem technologische Erfahrungen“, bestätigt Swetlana Bigesse, Geschäftsführerin des Recyclingdienstleisters Remondis Russland, der in der Republik Mordowien tätig ist. → *siehe „Aus Westfalen in den tiefen Osten“, Seite 32* „Viele russische Regionen bauen jetzt Anlagen zur Abfallsortierung und -vorbehandlung. Da besteht Bedarf an Ausrüstungen und Komponenten.“

Bis 2024 will Russland die Deponiequote bei Hausmüll von zurzeit 95 Prozent auf 64 Prozent senken. Das heißt: Ein Drittel des Mülls soll dann nicht mehr direkt auf der Deponie landen, sondern wieder aufbereitet werden. Dafür muss zunächst ein Netz von Wertstoffcontainern vor allen Wohnhäusern entstehen. Laut Greenpeace hatte Anfang 2020 erst jeder fünfte Russe die



Anstieg der Recyclingquote in Russland

in Prozent



Quelle: Roadmap für das Nationale Projekt Ökologie

Will Russland seine ambitionierten Ziele erreichen, müssen alle an einem Strang ziehen: auch das russische Abfallwirtschaftsunternehmen Ekolain – einer der zentralen Akteure der Müllreform.



→

Möglichkeit, seinen Hausmüll zu trennen. Außerdem sollen mehr als vier Milliarden Euro in die Rekultivierung von Deponien, in Sortier- und Recyclinganlagen fließen. Die Regierung plant außerdem den Bau von 250 Stationen zur groben Vorsortierung fester Siedlungsabfälle, 220 Werken zur Behandlung und Wiederverwertung von Abfall und 70 Ökotechnologieparks, in denen aus Müll neue Industrieprodukte entstehen.

Industrieabfälle wecken Interesse

Neben Hausmüll rückt die Verwertung von Industrieabfällen in den Fokus. Besonders Metallurgie- und Chemiebetriebe wollen so ihre Betriebskosten senken und sich Zugang zu westlichen Kapitalmärkten durch das Auflegen von Green Bonds verschaffen. Wirtschaftlich genutzt werden könnten Aschen und Schlacken für den Straßenbau, Phosphorgips als Baumaterial oder Forstabfälle als Brennstoffe.

Experten schätzen die möglichen Umsätze mit der Entsorgung und Verarbeitung von Industrieabfällen auf rund 18 Milliarden Euro pro Jahr. Die staatliche Industrieholding Rostec drängt in diesen Markt und strebt ein Monopol für die Abfallklassen III (mäßig gefährlich) bis V (nahezu ungefährlich) an.

Ein anderer Staatskonzern, Rosatom, hat bereits einen Exklusivvertrag für hochgefährliche Abfälle der Stufen I und II bekommen, darunter Säuren, Quecksilber und Asbest. Das für die Atomenergie zuständige Unternehmen soll über seine Tochterfirma Rosrao solche Gefahrenstoffe erfassen und sicher entsorgen.

Geschäftschancen gibt es auch bei Bauschutt. Besonders in Moskau entstehen durch die massiven Investitionen in den Ausbau des U-Bahn-Netzes und den Abriss von Wohnhäusern enorme Mengen Abbruchmaterial. Russlands Hauptstadt will die wilden Deponien eindämmen und mehr Verarbeitungskapazitäten für Bauschutt aufbauen. Andere Regionen wie Tatarstan wollen folgen.

Deshalb ist seit Anfang 2020 auch die süddeutsche Firma West Baumaschinen GmbH gut im Geschäft. Das Unternehmen verkauft in Russland vor allem Industrieschredder für Gebäudeabfall. „Für solche Maschinen gibt es keine lokalen Hersteller, sodass wir nicht

UNTERNEHMENS CASE

Aus Westfalen in den tiefen Osten

Der Abfallentsorger Remondis hat den Schritt nach Russland gewagt – und dort eine Marktlücke besetzt.

Der westfälische Dienstleister Remondis ist das einzige ausländische Unternehmen, das als regionaler Entsorgungsbetrieb in Russland arbeitet. Die Lünener organisieren die Abfallwirtschaft in der Republik Mordowien, etwa 600 Kilometer südöstlich von Moskau. „Wir haben schon seit 2011 in der Gebietshauptstadt Saransk die komplette Infrastruktur der Abfallentsorgung erneuert und ein System zur getrennten Wertstoff-Erfassung aufgebaut“, berichtet die Remondis-Generaldirektorin Svetlana Bigesse. Neben zusätzlichen neuen und farbig getrennten Containern klärt das Unternehmen mühsam die Verbraucher über den Sinn der Müllsortierung auf und wirbt in Kindergärten, Schulen und lokalen Medien dafür.



Svetlana Bigesse, Geschäftsführerin von Remondis in Russland, leitet seit Februar 2019 die AHK-Arbeitsgruppe „Umwelt und Abfallwirtschaft“, die einen Beitrag zur russischen Abfallreform leisten will.

Inzwischen gilt Mordowien als Musterbeispiel für die Modernisierung der russischen Abfallwirtschaft. Im Jahr 2018 gewann Remondis eine Ausschreibung zur Organisation der Hausmüllentsorgung in der gesamten Region und ist nun für 800.000 Einwohner in Mordowien zuständig. Aktuell plant Remondis eine neue Abfallvorbehandlungsanlage in Saransk sowie eine neue, moderne Deponie. „Für die kommunale Abfallentsorgung in Russland braucht man jahrelange Erfahrung und große Ausdauer. Man muss sich aber auch das Vertrauen bei den Behörden und staatlichen Partnern erarbeiten“, weiß Marktkennerin Bigesse.

von der Importsubstitution betroffen sind“, berichtet Geschäftsführer Donald West. Ein russischer Geschäftspartner hilft bei der Kundenakquise, bei Verzollung und Zertifizierung der Anlagen. „Das ist angesichts der Sprachbarrieren und Vertragsverhandlungen dringend notwendig“, empfiehlt Firmengründer West.

Auf Zulieferer angewiesen

Inzwischen ist Russland der zweitwichtigste Auslandsmarkt für das Unternehmen aus Baden-Württemberg. Am liebsten arbeitet Geschäftsführer West mit Privatkunden zusammen, „denn solche Geschäfte werden schneller abgewickelt als mit staatlichen Auftraggebern“. Als Vorteil habe sich erwiesen, potenzielle Käufer zu kostenlosen Schulungen nach Deutschland einzuladen.

Auch für das Kölner Handelsunternehmen Anton Ohlert ist Russland ein Kernmarkt für Abfalltechnologien. Die Firma vermittelt eine große Bandbreite an Recyclingmaschinen für Glas, Reifen, Metallspäne oder Elektrogeräte. „Das Geschäft verläuft in Wellen“, sagt Georg Böttinger, Verkaufsleiter für Industrieausrüstungen. „Im Moment sind Sortieranlagen für Siedlungsabfälle und Kompostieranlagen besonders gefragt.“

Halb automatische Linien für die Hausmüllsortierung könnten russische Hersteller inzwischen selbst herstellen, berichtet Marktexperte Böttinger. „Aber dafür brauchen sie hochwertige Komponenten wie Infrarotdetektoren für Plastik, Sackaufreißer, ballistische Separatoren oder Ballenpressen.“ Bei solchen Hightechgeräten seien russische Anlagenbauer weiter auf westliche Zulieferer angewiesen.

Importsubstitution erschwert Handel

Trotzdem bleibt das Thema Importsubstitution in Russlands Abfallwirtschaft aktuell. Viele Projekte werden mit öffentlichen Mitteln kofinanziert, dabei muss lokal produzierte Technik zum Einsatz kommen. Einige deutsche Maschinenbauer setzen daher auf eine Teilfertigung vor Ort. Die niedersächsische Husmann Umwelt-Technik GmbH etwa will künftig bei Moskau Komponenten für Müllsortieranlagen produzieren.



Bereit für den nächsten Schritt: Ein Drittel des Mülls soll nicht mehr direkt auf der Deponie landen, sondern recycelt werden. Wertstoffcontainer in Wohnsiedlungen sollen dabei helfen.

BLICK IN DIE ZUKUNFT

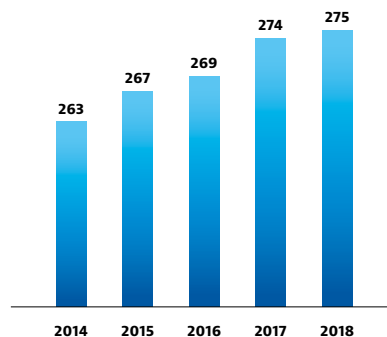
Russlands Abfallziele

70

Ökotechnologieparks sollen bis zum Jahr 2030 entstehen, in denen aus Abfällen neue Industrieprodukte werden.

Entwicklung der Hausmüllmenge

in Millionen Kubikmeter



Quelle: Russisches Umweltministerium, Jahresbericht 2018

struktur für Sortierung und Recycling lange dauert, setzt Russland jetzt auf Müllverbrennung. Bislang war das nur für den finanzstarken Großraum Moskau eine Option, wo vier Anlagen im Bau sind. Ende 2019 jedoch hat das Parlament per Gesetz die Verbrennung von Hausmüll zur Strom- und Wärmeerzeugung mit Recycling gleichgesetzt. Deshalb will die halbstaatliche Organisation RT-Invest nun landesweit 25 weitere Anlagen für umgerechnet mehr als sieben Milliarden Euro errichten. Perspektivisch könnte dadurch ein Fünftel der russischen Hausmüllmenge verwertet werden. Experten sind skeptisch, ob sich Müllkraftwerke in Russland rechnen. Schließlich ist die Energieerzeugung aus Gas und Kohle sehr billig im Land.



Auch interessant

Mehr Informationen unter:
www.gtai.de/rusland

Wichtiger Ansprechpartner für deutsche Lieferanten sind die regionalen Entsorgungsbetriebe und der Russische Ökologische Operator. Dieser neue Staatsbetrieb koordiniert den Fortgang der Abfallreform und soll bis zu 25 Prozent der Baukosten für Verarbeitungs- und Recyclinganlagen subventionieren. Bis März 2020 wurden 300 Projekte geprüft, Investitionen kamen bislang allerdings nicht in Gang.

Ein Grund für die schleppende Umsetzung sind die niedrigen Müllgebühren, mit denen sich kein modernes Entsorgungssystem aufbauen lässt. Jeder Einwohner zahlte 2019 pro Monat durchschnittlich nur 1,50 Euro für die Müllabfuhr. In Deutschland kostet die Dienstleistung meist fünfmal so viel.

Müllverbrennung – der richtige Weg?

Ohne staatliche Zuschüsse wird die Modernisierung der Abfallwirtschaft deshalb kaum Fahrt aufnehmen. Da der Aufbau von Infra-

Projektion mit Humor:
Wie im Videospiel Pac-Man jagt das
VW-Logo das Coronavirus. Bitterer
Humor in Zeiten, in denen die Covid-
19-Pandemie einer sowieso schon an-
geschlagenen Branche schwer zusetzt.



Im Kampfmodus

Die Covid-19-Pandemie hat den Druck auf die europäische Automobilindustrie enorm verschärft. Schaffen die Autobauer den Neustart aus der beispiellosen Krise?

von **Charlotte Schneider**, Germany Trade & Invest Bonn

Die vergangenen Monate waren harter Tobak für die europäische Automobilindustrie. Die Internationale Automobilmesse IAA? Abgesagt. Die Autohäuser? Geschlossen. Die Produktion? Im Totalstopp. Die Covid-19-Pandemie hat die Mobilitätsbranche weltweit wie ein Erdbeben erschüttert – ohne Frühwarnsystem.

Aber schon vor Corona kriselte es: 2019 war ein schwieriges Jahr, immerhin schrumpfte der weltweite Pkw-Markt bereits das zweite Jahr in Folge. Allein auf dem größten Absatzmarkt China waren die Rückgänge immens. Volkswagen, Marktführer auf dem chinesischen Pkw-Markt, musste 2019 im Vergleich zum Vorjahr einen Absatzeinbruch von fast 25 Prozent verkraften. Auch in den USA schwächelte der Markt. Mit einem Minus von einem Prozent und 17 Millionen abgesetzten Fahrzeugen im Light-Vehicle-Seg-

ment, also Pkw und leichte Nutzfahrzeuge, war der Rückgang aber nicht so dramatisch.

Für die europäische Automobilindustrie war 2019 zwar kein pechschwarzes Jahr, doch trotz Absatzplus von einem Prozent kriselte es schon gewaltig. Kopfschmerzen bereitete nicht nur der sinkende Absatz in China. Nachbeben der Dieselkrise, schleppende Elektrorevolution und ab 2021 drohende Strafzahlungen in Zusammenhang mit den CO₂-Flottenzielen der Europäischen Union (EU) sorgten für schlaflose Nächte. Der Anfang 2020 von der Europäischen Kommission vorgestellte Green Deal verschärfte den Druck weiter. Auch die anhaltenden internationalen Handelskonflikte und die ungewisse Zukunft der deutsch-britischen Beziehungen mit ihren eng verflochtenen Produktionsnetzen über den Ärmelkanal hinweg vertieften die Sorgenfalten.

Angesichts des schwierigen Marktumfelds prognostizierte der europäische Automobilherstellerverband Acea Anfang des Jahres den ersten Rückgang beim Pkw-Absatz seit sieben Jahren. Um rund zwei Prozent sollte der Verkauf von Neuwagen in der EU 2020 nach Verbandsangaben schrumpfen. Und dann kam Corona.

Beispiellose Krise

Die Auswirkungen von Covid-19 treffen die europäische Fahrzeugindustrie mitten ins Mark. Etwa 1,1 Millionen direkt im Automobilbau tätige Arbeitnehmer waren bis Ende April von den Werksschließungen betroffen. Den Verlust infolge des europaweiten Shutdowns der Produktionsbänder beziffert Acea Anfang Juni 2020 bereits auf 2,4 Millionen Fahrzeuge – Tendenz: steigend. Im vom Brexit gebeutelten Vereinigten Königreich verließen laut britischem Automobilverband SMMT wegen umfangreicher Produktionsstopps im April gerade einmal 197 Autos die Werke – ein Rückgang um 99,7 Prozent.

Wie hart die europäische Autoindustrie vom Virus getroffen wurde, zeigen auch die Absatzzahlen der ersten Monate 2020. In Europa wurden im ersten Quartal rund 26 Prozent weniger Neufahrzeuge zugelassen als noch im Vorjahreszeitraum – es war das zulassungsschwächste erste Quartal seit Anfang der 2000er-Jahre. Und es kam noch schlimmer: Durch die strengen Einschränkungen des öffentlichen Lebens brachen im April auch die Zulassungszahlen in einigen, vom Coronavirus stark betroffenen Ländern komplett ein. Spanien und Frankreich, nach Deutschland die größten Kfz-Hersteller in Europa, verzeichneten Zulassungseinbrüche von 97 beziehungsweise 89 Prozent.

Im Mai gingen die Coronafallzahlen langsam zurück – und die Bänder in Europa wurden vorsichtig wieder hochgefahren. Die Auswirkungen auf die Branche sind jedoch nachhaltig. Absatzmärkte sind weltweit weggebrochen. So verlängerte die französische



Hildegard Müller »35 Prozent weniger Absatz im ersten Halbjahr 2020«

Hildegard Müller ist seit Februar Präsidentin des Verbandes der Automobilindustrie. Zuvor war sie im Vorstand des Energieversorgers Innogy.

Wie kommt die Automobilindustrie durch die Krise?

Die Situation ist sehr kritisch, die Unternehmen stehen vor einer beispiellosen Herausforderung. Mit Ende der Lockdowns in Europa hat sich das Geschäft zwar etwas belebt, doch die Absatzzahlen sind weiterhin dramatisch gering. Die unsicheren Aussichten dämpfen die Kaufbereitschaft. Die Folge: Im ersten Halbjahr 2020 gingen die Pkw-Neuzulassungen in Deutschland um 35 Prozent zurück, in Europa sogar um 43 Prozent. Die Pkw-Produktion ist derzeit auf dem niedrigsten Stand seit 1975.

Anfang des Jahres prognostizierte der europäische Autoverband Acea einen Verkaufsrückgang von zwei Prozent. Das war vor Corona.

Auch wir hatten einen Rückgang von zwei Prozent erwartet. Mittlerweile gehen wir von einem Minus von rund 17 Prozent aus. Auf dem europäischen Lkw-Markt erwarten wir sogar einen Rückgang von 36 Prozent.

Kurzfristig kurbeln Hilfspakete auf nationaler und EU-Ebene den Absatz an.

Wie blickt die Branche in die Zukunft?

Zunächst müssen wir abwarten, ob und in welchem Maß die Mehrwertsteuersenkung auf 16 Prozent Wirkung zeigt und inwieweit sie sich positiv auf den Absatz von Pkw und Nutzfahrzeugen auswirkt. Die aufgestockte Kaufprämie für Elektrofahrzeuge kann allein keine Initialzündung sein, um die Konjunktur anzukurbeln. Dafür ist dieses Segment derzeit einfach zu klein. Ich befürchte vor 2021 wird kaum etwas wirksam – das könnte für viele Unternehmen zu spät kommen.



Gut zu wissen

Das Interview in voller Länge lesen Sie auf: www.marketsinternational.de/im-kampfmodus



PSA-Gruppe die Kurzarbeit in ihren spanischen Werken bis in den Sommer, aus organisatorischen und produktionstechnischen Gründen. Die Teileversorgung sei zwar gesichert, heißt es von dem Konzern, die erwartete Fahrzeugnachfrage allerdings zu gering. Bei anderen Autobauern läuft die Produktion gedrosselt – nicht zuletzt auch, um den Gesundheitsschutz der Beschäftigten sicherzustellen.

Laut Hildegard Müller, Präsidentin des deutschen Verbandes der Automobilindustrie (VDA) hat die Branche „derzeit eine beispiellose Herausforderung zu meistern“. Eine Rückkehr zum Vorkrisenmodus bleibt für die europäischen Autobauer eine Herkulesaufgabe.

Langzeiteffekte unklar

Nach der Krise ist also vor der Krise. Auch nach der langsamen Rückkehr in die neue Normalität verläuft der Pkw-Absatz schleppend. Coronabedingte Sorgen rund um Job- und Einkommensverlust drücken auf die Kauflaune der Verbraucher.

Zwar beeinflusse das Virus laut einer Analyse der Bank ING das Mobilitätsverhalten – weg von öffentlichen Verkehrsmitteln und zurück zum Individualverkehr. Auch der Aufwärtstrend von Carsharing-Angeboten ist kurzfristig gestoppt. Viele, gerade junge Erstkäufer, denken angesichts der Pandemie darüber nach, sich ein eigenes Auto zuzulegen. Das zeigen auch erste verhalten optimistische Zahlen aus China. Fraglich bleibt jedoch, wie nachhaltig diese Verschiebungen sind.

Die anhaltenden Folgen der Krise spiegeln sich auch in den aktualisierten Prognosen der nationalen Autoverbände wider: Diese wurden für 2020 drastisch nach unten geschraubt. So erwartet der tschechische Verband der Automobilindustrie Autosap einen Produktionsrückgang um zwölf Prozent. In Spanien kursierten im Mai erste Schätzungen, wonach die Fertigung 2020 um ein Vier-

tel einbrechen könnte. Welchen Einfluss eine zweite Infektionswelle haben könnte, wagt niemand zu beziffern.

Wenig verwunderlich ist es daher, dass sich Branchenverbände europaweit für Abwrack- oder Kaufprämien ausgesprochen haben. Die Lobby ist groß, viel hängt in Europa am Überleben der Autobauer.

Förderung unter Auflagen

Auf EU-Ebene sowie in einigen großen Mitgliedstaaten waren Anfang Juni bereits umfangreiche Förderprogramme im Gespräch oder bereits aufgelegt. Der übergreifende Tenor: Förderung ja, aber am besten für schadstofffreie Fahrzeuge, um so den Wandel hin zur Elektromobilität zu beschleunigen. Das Problem dabei zeigt sich am Beispiel Frankreich. Die Lager der Hersteller sind nach dem langen Lockdown voll – aber nicht mit förderungswürdigen Elektro- oder Hybridmo-

ZAHLEN & FAKTEN

30

Tage ruhten die Produktionsbänder der europäischen Automobilhersteller im Schnitt während der Coronakrise.

2,6

Millionen Arbeitsplätze hängen an der direkten Fertigung im EU-Automobilsektor. Mit 870.000 Jobs in der Fertigung führt Deutschland mit großem Abstand vor Frankreich, Polen, dem Vereinigten Königreich und Rumänien.

Quelle: Acea

dellen. Um die Lagerbestände zu reduzieren, gelten Kaufprämien in Frankreich daher zum Teil auch für Verbrenner.

Das Thema Lieferketten bleibt eine Kernsorge der Branche. Corona zeigte bereits Anfang des Jahres eindrucksvoll, wie abhängig Europas Autobauer von Lieferungen aus Asien sind. Bei Jaguar Land Rover war Schadensbegrenzung angesagt: Der Autobauer ließ im Februar für die Produktion wichtige Zulieferteile per Koffer aus China einfliegen.

Ob es zu Lieferkettenverschiebungen oder gar Re-Shoring, also der Rückverlagerung der Produktion, kommen wird, bleibt abzuwarten. Eine Abkehr von China ist allerdings unwahrscheinlich. Die Vorteile des Produktionsstandortes überwiegen. Nicht zuletzt ist das Reich der Mitte der größte Absatzmarkt – somit müssen viele Produktionsschritte im Land erfolgen und lassen sich mit der Vorfertigung gut kombinieren. Im Fokus stehen



**Frankreich
Kaufprämien
sollen Lagerbestände
abschmelzen**

von **Peter Buerstedde**, GTAI Paris

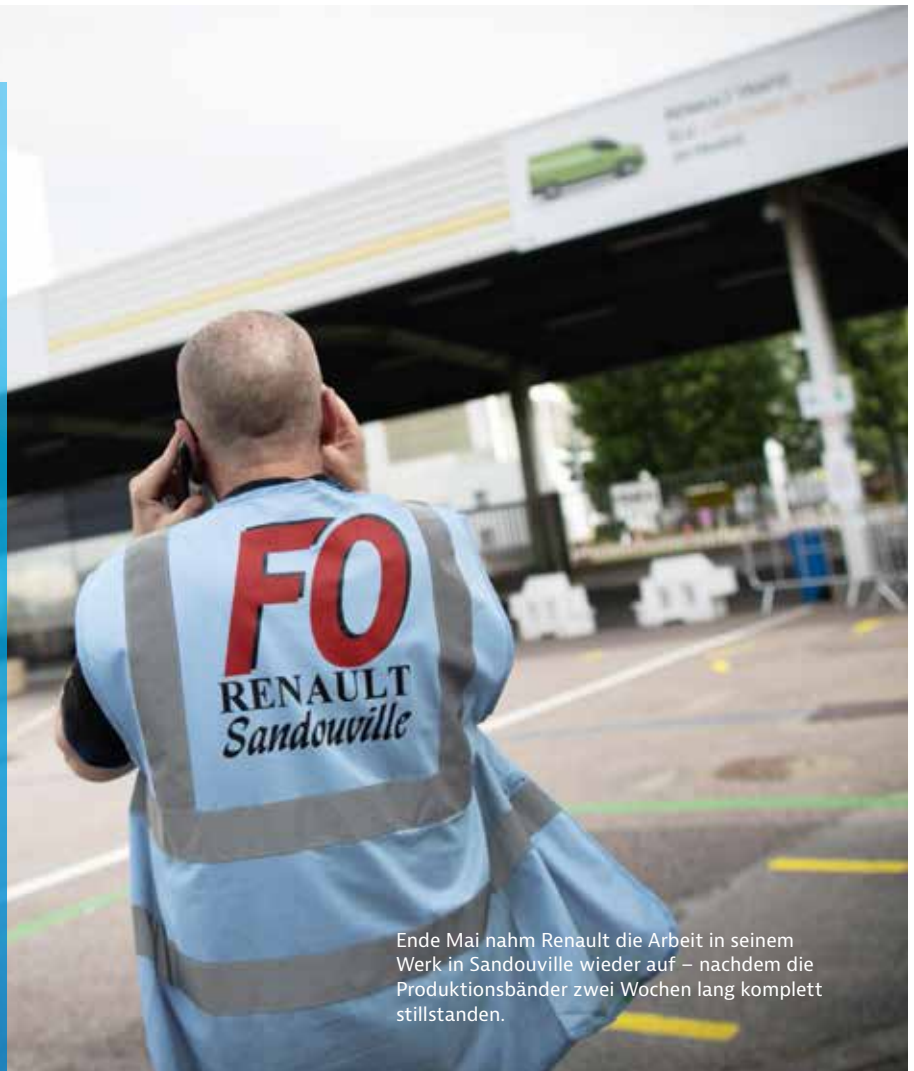
Mit dem strikten achtwöchigen Lockdown in Frankreich gingen auch die Prognosen für den Automarkt in den Keller. Marktforscher erwarten nur eine langsame Erholung und 2020 insgesamt einen Einbruch von 30 Prozent. Die Industrie hat die Produktion seit Mitte April inzwischen langsam wieder hochgefahren. Aber bei Lagerbeständen von etwa 400.000 Fahrzeugen und einer schwachen Nachfrage weiß sie gar nicht wohin mit den Wagen. Daher hat die Regierung Ende Mai ein Hilfspaket mit einer vorübergehenden Anhebung von Kauf- und Verschrottungsprämien vor allem für Elektroautos aufgelegt. Da in den Lagern allerdings vor allem Benziner und Dieselwagen stehen, hat die Regierung die Abwrackprämie nun auf Verbrenner erweitert.

Marktpotenzial¹⁾


Kfz gesamt	●
Pkw	●
Lkw	●
Busse	●

● Rückgang ● Stagnation ● Wachstum

1) In den kommenden zwölf Monaten, Einschätzung von Germany Trade & Invest



Ende Mai nahm Renault die Arbeit in seinem Werk in Sandouville wieder auf – nachdem die Produktionsbänder zwei Wochen lang komplett stillstanden.



Das Volkswagenwerk im polnischen Białeżyce: Seit Dezember 2016 fertigt der Autobauer dort seine Crafter-Kleintransporter. Die Covid-19-Pandemie hat die polnische Automobilindustrie allerdings hart getroffen.

Polen Lieferketten werden umstrukturiert

von **Niklas Becker**, GTAI Warschau

Der Automobilssektor gehört in Polen zu den am stärksten von der Coronakrise betroffenen Branchen. Für die Ausfuhren des exportorientierten Sektors prognostizieren Experten in diesem Jahr einen Rückgang von 25 bis 33 Prozent. Der ökonomische Schock in der Branche wird voraussichtlich bis ins Jahr 2021 hineinreichen. Von der Coronakrise sind keinesfalls nur die Fahrzeughersteller in Polen betroffen. Die Produktionsbänder laufen zwar wieder, aber noch mit geringerer Auslastung. Die negativen Auswirkungen der niedrigeren Produktion könnten für die vielen Zulieferbetriebe im Land noch deutlicher ausfallen. Mittel- und langfristig könnten einige von ihnen allerdings von einer Umstrukturierung der Lieferketten europäischer Fahrzeughersteller profitieren. Zugute kommen der polnischen Kfz-Branche viele Neuansiedlungen ausländischer Produzenten aus dem Bereich der Elektromobilität.

Marktpotenzial¹⁾

Kfz gesamt	●
Pkw	●
Lkw	●
Busse	●

● Rückgang ● Stagnation ● Wachstum

1) In den kommenden zwölf Monaten, Einschätzung von Germany Trade & Invest

daher flexiblere Lieferprozesse, durch größere Zwischenlager oder digitale Frühwarnsysteme. Auch die Verlagerung einiger Vorproduktionen nach Mittel- und Osteuropa ist nicht ausgeschlossen.

Krisenprofiteure

Dennoch ist nicht alles düster zu Coronazeiten. So brachen die Absatzzahlen im E-Mobilitäts-Bereich zu Beginn der Pandemie EU-weit weniger stark ein. Während Verbrenner im ersten Quartal 2020 massiv an Marktanteil verloren haben, verdoppelte sich der Anteil der elektrisch-aufladbaren Fahrzeuge im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal. Erst im April folgte dann der Einbruch.

Die aktuell diskutierten, auf CO₂-Reduzierung ausgelegten Förderprogramme könnten den Trend zur Elektrifizierung beschleunigen. Davon profitieren Produktionsstandorte, die schon auf alternative Antriebe setzen. So wie Ungarn: Seit zwei Jahren ist das Land ein Magnet für Batterieprojekte. Covid-19 brems die Realisierung großer Investitionsprojekte wie den Bau des neuen BMW-Werkes in Debrecen zwar aus. BMW verschob die Eröffnung coronabedingt um ein Jahr. Trotzdem ist klar: Es wird weitergehen.

Auch Polen investiert weiter in E-Mobilität. Die Regierung hilft mit Prämienzahlungen nach, um die Nachfrage anzukurbeln: Im Juni wurden verschiedene Kaufprämien eingeführt. Neben Privatpersonen können

auch Taxifahrer und gewerbliche Käufer von E-Lieferwagen (N1) davon profitieren. Insgesamt sind hierfür rund 33 Millionen Euro vorgesehen. Weitere Prämien für gewerbliche Kunden könnten folgen. Zusätzlich müssen die Fuhrparks der öffentlichen Einrichtungen in den kommenden Jahren zu einem bestimmten Teil elektrifiziert sein. So soll der Anteil an Elektrofahrzeugen der zentralen und lokalen öffentlichen Verwaltung ab 2022 mindestens zehn Prozent betragen. Im Jahr darauf sollen es bereits 20 Prozent sein.

Nicht in allen Werken in Polen standen die Bänder lange still: Der polnische E-Bus-Hersteller Solaris setzte seine Produktion aufgrund eines Covid-19-Falls gerade einmal für zwei Tage aus. Zum Vergleich: Im EU-Durch-

schnitt ruhten die Bänder der Automobilhersteller laut Acea bis Anfang Juni für 30 Tage, in Italien und im Vereinigten Königreich sogar für 41 Tage.

Der Grund für den fehlenden Totalstopp der Bänder bei Solaris: Das Unternehmen hat früh reagiert und bereits Mitte März umfangreiche Schutzmaßnahmen und ein Hygienekonzept eingeführt. Als dann ein Mitarbeiter an Covid-19 erkrankte, hat Solaris die Maßnahmen weiter verschärft. Das Unternehmen ist positiv gestimmt: Bereits 2019 war ein Rekordjahr für den polnischen Busbauer, auch für das laufende Jahr hatte sich das Unternehmen ehrgeizige Wachstumsziele gesetzt. Die Coronakrise verleiht auch alternativen Mobilitätsangeboten Schwung – unter ande-



Charlotte Schneider,
GTAI-Redakteurin Bonn
charlotte.schneider@gtai.de
Twitter: @GTAI_de

rem sogenannten Autoabonnements. So bietet das Stuttgarter Start-up Vive la Car ein Abo an, bei dem sich Kunden einfach ihr Wunschfahrzeug aussuchen und dann monatlich bezahlen. Die Schwaben sind seit vergangennem Jahr am Markt und auch in Österreich sowie in der Schweiz aktiv. Da Abomodelle in vielen anderen Bereichen bereits fester Lebensbestandteil sind, werde sich der Trend auch

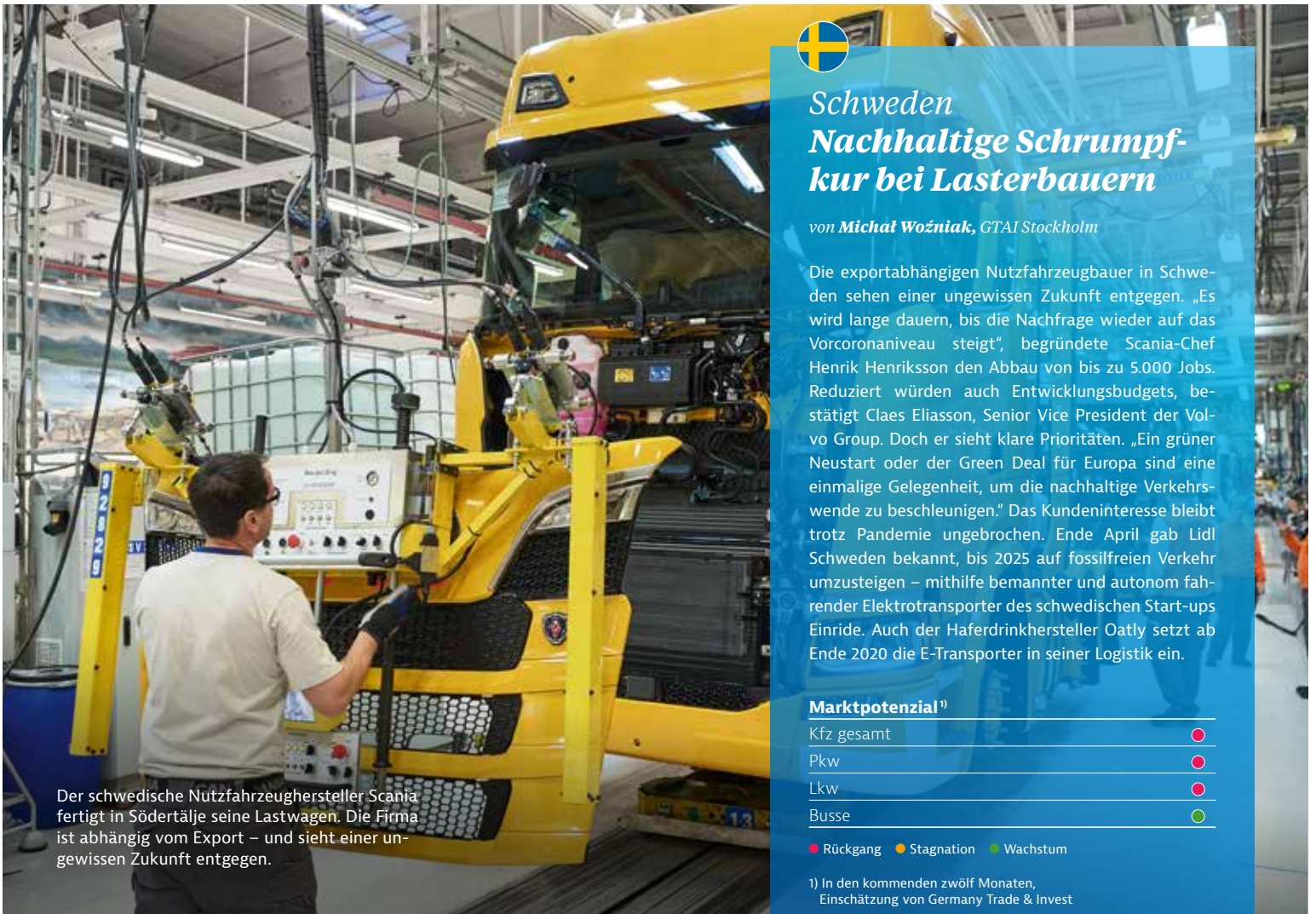
im Automobilgeschäft langfristig durchsetzen, ist Stefan Bratzel, Automobilexperte am Center of Automotive Management in Bergisch Gladbach, überzeugt. „Die Coronakrise lässt die Autoabonachfrage steigen“, sagt er. Nicht nur im Privatkundengeschäft gibt sich Vive la Car positiv – auch das Interesse gewerblicher Kunden nach mehr Flexibilität steigt laut der Firma. Es gibt sie also doch, die Chancen inmitten der Krise.



Auch interessant

Mehr zur Lage in China und den USA lesen Sie online unter:

www.marketsinternational.de/im-kampfmodus



Schweden Nachhaltige Schrumpfkur bei Lasterbauern

von **Michał Woźniak,** GTAI Stockholm

Die exportabhängigen Nutzfahrzeugbauer in Schweden sehen einer ungewissen Zukunft entgegen. „Es wird lange dauern, bis die Nachfrage wieder auf das Vorcoronaniveau steigt“, begründete Scania-Chef Henrik Henriksson den Abbau von bis zu 5.000 Jobs. Reduziert würden auch Entwicklungsbudgets, bestätigt Claes Eliasson, Senior Vice President der Volvo Group. Doch er sieht klare Prioritäten. „Ein grüner Neustart oder der Green Deal für Europa sind eine einmalige Gelegenheit, um die nachhaltige Verkehrswende zu beschleunigen.“ Das Kundeninteresse bleibt trotz Pandemie ungebrochen. Ende April gab Lidl Schweden bekannt, bis 2025 auf fossilfreien Verkehr umzusteigen – mithilfe bemannter und autonom fahrender Elektrotransporter des schwedischen Start-ups Einride. Auch der Haferdrinkhersteller Oatly setzt ab Ende 2020 die E-Transporter in seiner Logistik ein.

Marktpotenzial¹⁾

Kfz gesamt	●
Pkw	●
Lkw	●
Busse	●

● Rückgang ● Stagnation ● Wachstum

1) In den kommenden zwölf Monaten, Einschätzung von Germany Trade & Invest

Der schwedische Nutzfahrzeughersteller Scania fertigt in Södertälje seine Lastwagen. Die Firma ist abhängig vom Export – und sieht einer ungewissen Zukunft entgegen.

Energiewende im Tank

Japan baut seine Vorreiterrolle in der Wasserstofftechnik aus. Das Land führt bei Brennstoffzellen und Wasserstofffahrzeugen. Der Strom für die Herstellung per Elektrolyse soll künftig aus Wind- und Sonnenkraftwerken kommen.

von **Jürgen Maurer**, Germany Trade & Invest Tokio

Wasserstoff gilt vielen Industrienationen als emissionsfreier Energieträger der Zukunft – in Japan ist diese Zukunft schon zu besichtigen. Mit dem Mirai hat Toyota als einer der ersten Hersteller weltweit ein marktreifes Brennstoffzellenauto auf die Straße gebracht. In der ersten Modellgeneration war der Mirai – was auf Japanisch passenderweise Zukunft heißt – zwar eher Einzelstück als industrielles Massenprodukt, doch die Botschaft kam auch so rüber: Japan will in der Wasserstoffwirtschaft das Tempo vorgeben.

Für die zweite Generation des Mirai, die Toyota auf der Tokyo Motor Show 2019 vorgestellt hat und die 2021 in den Verkauf geht, wirbt der Autobauer mit dem Slogan „Fahrspaß ohne schlechtes Gewissen“. Denn Wasserstoff ist für Toyota die ultimative Zero-Emission Technology: nicht nur für den Individualverkehr, sondern genauso für Busse und Lkw. Außer Toyota entwickeln auch andere Unternehmen in Japan Wasserstoffantriebe für Straßenfahrzeuge, Züge und Schiffe, etwa Honda, Nissan und Toshiba.

Eigentlich hätten die Olympischen Spiele 2020 als Marketingplattform dienen sollen, um die Errungenschaften Japans rund um das Thema Wasserstoff vorzustellen. Die japanischen Gastgeber wollten Athleten und Funktionäre mit Brennstoffzellenbussen und -autos zu den Austragungsorten fahren und einem weltweiten Publikum die zukunftsweisende Technologie auf diese Weise näherbringen. Die Show muss nun warten, denn die Olympiade ist wegen der Covid-19-Pandemie um ein Jahr auf 2021 verschoben.

SCHNELLCHECK

Auf dem Weg zur Hydrogen Society

In ihrer Hydrogen Strategy hat die japanische Regierung den Fahrplan für die Umstellung von fossilen Brennstoffen auf sauberen Wasserstoff festgelegt.

Japan will unabhängiger von Energieimporten werden und herkömmliche fossile Transport- und Energiesysteme ersetzen. Dazu plant das Land eine inländische Wertschöpfungskette für die Wasserstoffwirtschaft, will Wasserstoff perspektivisch sogar exportieren, die Erzeugungskosten senken sowie neue Absatzfelder und Nischen für Unternehmen schaffen. Bis zum Jahr 2040 will Japan Wasserstoff ganz ohne CO₂-Emissionen erzeugen und bereitstellen können.

Andererseits muss die Show weitergehen. Auch ohne dieses Schaulaufen wollen Investoren ihre Pilotprojekte möglichst bald in tragfähige Geschäftsmodelle umsetzen. Noch ist Wasserstoff als Energieträger nicht wettbewerbsfähig – es ist zu teuer, ihn herzustellen. Gewinne sind daher bei den meisten Anwendungen vorläufig Zukunftsmusik.

Regierung fördert die Branche

Die japanische Regierung greift der Wasserstoffwirtschaft finanziell bereits unter die Arme, indem sie sich direkt oder indirekt an Pilotprojekten beteiligt. Zudem erleichtert sie die Zulassung von Wasserstoffanlagen, damit beispielsweise der Aufbau von Wasserstoff-

tankstellen in Wohn- und Geschäftsgebieten möglich wird. Nicht zuletzt gewährt sie hohe Kaufprämien und Steuervorteile für Brennstoffzellenautos.

Bereits seit 2014 hat die Regierung in Absprache mit Unternehmen eine detaillierte Hydrogen Strategy festgelegt. Ziel ist es, Japan in eine Wasserstoffgesellschaft zu wandeln. Die Regierung will das Land auf diese Weise unabhängiger von Energieimporten machen, seine ehrgeizigen Klimaziele leichter erreichen und nicht zuletzt eine neue Wachstumsindustrie schaffen.

„Der Ausbau der Wasserstofftechnologie hat hier hohen politischen Stellenwert, der auf die Industrie ausstrahlt“, weiß Nikolaus Boltze, CEO & Country Representative der japanischen Landesgesellschaft des deutschen Technologiekonzerns Thyssenkrupp. „Man geht hier pragmatisch an die Herausforderungen dieser neuen Technologie heran“, sagt Boltze. „Und man ist auch gewillt, bei nicht ganz ausgereiften Konzepten schon einmal erste Felderfahrten zu sammeln.“ Um seine ambitionierten Ziele umzusetzen, braucht Japan derweil ausländische Technologien und internationale Kooperationen. Eine Wasserstoffwirtschaft ist aus Expertensicht nur sinnvoll, wenn die Energie, um Wasser per Elektrolyse in Wasserstoff und Sauerstoff aufzuspalten, aus erneuerbaren Quellen stammt – Sonne und Wind zum Beispiel. Doch da gibt es in Sachen Technologie und Infrastruktur noch einiges zu tun.

Thyssenkrupp nutzt die Erfahrungen seiner Tochtergesellschaft Uhde mit der Elektrolysetechnologie und stellt sie japanischen Partnern schon seit mehreren Jahren

Montage eines Toyota Mirai: Das Modell war das weltweit erste marktreife Brennstoffzellenauto.



SWOT-Analyse Wasserstoff Japan

↑ Strengths (Stärken)

- Hohe Forschungs- und Technologieintensität, Vielzahl von Patenten
- Umfangreiches Know-how bei Unternehmen
- Hohe staatliche Unterstützung
- Roadmap mit detaillierten Zielen

↑ Opportunities (Chancen)

- Neue Wachstumsfelder
- Kooperation in Japan und im Drittmarktgeschäft
- Unterstützung von Klimazielen (Zero-Carbon Emission)

↓ Weaknesses (Schwächen)

- Abhängigkeit von Energieimporten
- Hohe Set-up-Kosten für Infrastruktur
- Fachkräftemangel
- Sehr hohe inländische Staatsverschuldung

↓ Threats (Risiken)

- Dauerhaft niedrigere Öl- und Gaspreise
- Absatz gering wegen hoher Beschaffungskosten bei sinkenden Subventionen
- Sicherheitsbedenken in der Öffentlichkeit über Speicherung, Transport und Nutzung von Wasserstoff
- Naturkatastrophen

für Pilotanlagen zu Verfügung, erklärt Boltze als Japanchef von Thyssenkrupp. „Sie bieten nicht nur für Thyssenkrupp, sondern auch für andere deutsche Anbieter hier die Möglichkeit zur gemeinsamen Projektentwicklung mit japanischen Partnern auf technischer Augenhöhe.“

Ein anderes deutsches Unternehmen will sich in Japan mit Energieversorgungslösungen hervortun. SFC Energy aus Brunntal bei München verkauft seine stationären Brennstoffzellen für Verkehrstechnik und Windprofilmesssysteme seit zehn Jahren auch in Japan. „Perspektivisch sehen wir bei der Energieversorgung für kritische Infrastrukturen einen guten Wachstumsmarkt“, erklärt Björn Ledergerber, Senior Vice President, Clean Energy & Mobility bei SFC Energy. Im Auge hat er Telekommunikation, Gasversorgung oder Bahntechnik.

In diesem Segment sei der Wettbewerb in Japan gegenwärtig noch überschaubar, sagt Ledergerber. SFC Energy sieht gute Chancen für einen Ausbau des Geschäfts, zumal das Unternehmen seit etwa fünf Jahren mit dem

Handelshaus Toyota Tsusho einen potenten, gut vernetzten Vertriebspartner in Japan hat. Überhaupt ist Japan offen für ausländische Ausrüstung oder Lösungen.

Japan führt bei Brennstoffzellen

Spezialisten für Wasserstofftechnik aller Art finden im Land Ansatzpunkte für ihr Geschäft. Zum Beispiel bei Brennstoffzellen, die Privathaushalte mit Wärme und Strom versorgen. Hier ist Japan weltweit führend. Bis Ende 2018 waren bereits rund 260.000 dieser sogenannten Ene-Farms im Einsatz. 2030 sollen es 5,3 Millionen Einheiten sein. Wie auch in anderen Bereichen will Japan dafür nicht nur einzelne Anwendungen von Wasserstofftechnik vorantreiben, sondern komplette Wertschöpfungsketten aufbauen.

Für die Erzeugung, die Speicherung und den Transport von Wasserstoff laufen bereits eine Reihe von Pilotprojekten. Damit sich Brennstoffzellenautos verkaufen, braucht es genügend Wasserstofftankstellen. Ohne Brennstoffzellenautos aber lohnt es sich nicht, solche Tankstellen zu betreiben. Um

das Henne-oder-Ei-Problem zu lösen, geht ein privates Unternehmenskonsortium nun in Vorleistung und baut ein Netz von Wasserstofftankstellen. Bis 2030 soll die Zahl der emissionsfreien Fahrzeuge so von heute 40.000 Einheiten auf 800.000 Einheiten steigen.

Der Bedarf an Wasserstoff in Japan dürfte laut der staatlichen Hydrogen Strategy im gleichen Zeitraum von 4.000 Tonnen auf 300.000 Tonnen pro Jahr steigen. Damit das klappt, müssen Produktion, Transport und Speicher billiger werden – oder der Ausbau wird nur mit enormen Subventionen gelingen. Klar ist: Um Japan zur Hydrogen Society zu machen, wird es viel öffentliche Unterstützung brauchen. Wie viel, das kann niemand genau abschätzen.



— Auch interessant

Das Spezial von GTAI zur Wasserstoffwirtschaft weltweit:

www.tinyurl.com/spezial-wasserstoff



Maßgeschneiderte Kleidung,
Schwimmstunden, Kostüme:
Viele Chinesen behandeln ihre
Hunde wie Menschen – doch
artgerecht ist etwas anderes.



Auf Kuschelkurs

Chinas Heimtiermarkt hat sich zu einem boomenden Sektor entwickelt. Viele Chinesen kaufen Hunde und Katzen als Kinderersatz – und verwöhnen ihre Vierbeiner nach Strich und Faden. Für Pharmafirmen, Tierausstatter und Futterproduzenten ist das eine Goldgrube.

von **Stefanie Schmitt**, Germany Trade & Invest Beijing

Fast jeder, der schon einmal nach China gereist ist, bekommt diesen Satz auf die ein oder andere Art zu hören: „In China essen sie doch Hunde. Pass bloß auf, dass dir kein Hundefleisch ins Essen gemischt wird.“ Was viele nicht wissen: Hundefleisch ist eine teure Spezialität – und kommt deshalb vergleichsweise selten auf den Teller. Während die Menschen im Nordosten des Landes und in bestimmten südlichen Landesteilen wie Guangxi gern Hundefleisch verzehren, ist es für die meisten Chinesen eine eher exotische Speise.

Das Reich der Mitte hat sich dagegen regelrecht zu einem Land der Hunde- und Katzenhalter entwickelt. Dabei ist China traditionell eigentlich eher ein Land der Fisch- und Vogelliebhaber. Nach wie vor stellen Fische mit fast 190 Millionen Exemplaren den Hauptbestand chinesischer Heimtiere. Doch Hunde und Katzen holen auf: Wie das Markt-

ZAHLEN & FAKTEN

35 %

Marktanteil in China hat US-Heimtierfuttermittelhersteller Mars (Royal Canin, Pedigree, Whiskas).

29,3

Milliarden US-Dollar beträgt umgerechnet das Marktvolumen im Segment Hunde und Katzen im Reich der Mitte.

Quelle: Zahlen für 2019, www.goumin.com

forschungsinstitut Euromonitor ermittelte, gab es im Jahr 2018 in China erstmals mehr Hunde und Katzen als in den USA. China steht damit nun an der Weltspitze. Bis zum Jahr 2024 sollen es sogar 248 Millionen sein – das wäre ein Achtel des Weltmarktes.

Tiere als Kinderersatz

Vor allem in den Städten gibt es immer mehr tierische Begleiter: Laut der chinesischen Heimtierinformationsplattform Goumin besaßen 2019 rund 99 Millionen der städtischen Haushalte Hunde oder Katzen – und damit dreimal so viele wie noch fünf Jahre zuvor. „Das liegt vor allem an der alternden Gesellschaft und der geringen Zahl von Kindern“, meint Liu Xiaoxia, Geschäftsführer von Goumin. Auch ein Verkäufer in der Beijinger Tierhandlung Xiao Tong Meng Chong bestätigt, dass viele Kunden Tiere als Kinderersatz kaufen.

Und denen soll es an nichts fehlen: Neben einer breiten Auswahl an Futter, Kleidung, Körbchen und Leinen bieten einige Tierhandlungen in der Hauptstadt auch Beauty- und Spa-Bereiche für die geliebten Vierbeiner an. Dort können die Herrchen wählen zwischen japanischem Sprudelbad von Pet Esthé und Badesalz direkt aus Frankreich, Föhnfrisur nach dem Bad inklusive. Es gibt sogar Geburtstagsorten für Hunde und Katzen, gebacken von Spitzenkonditoren und natürlich ohne künstliche Zusatzstoffe. Die hauptsächlich aus Kartoffelbrei bestehenden und für den Wechat-Post reich dekorierten Meisterwerke sind für rund 55 US-Dollar zu haben.

Auch sonst lassen sich Chinesen ihre neue Leidenschaft eine Menge kosten. Goumin ermittelte ein Marktvolumen von 29,3 Milliarden US-Dollar. Das entspricht fast einer Verdopplung in lediglich fünf Jahren. Mit 61 Prozent entfällt das Gros der Ausgaben auf Tierfutter gefolgt von Heimtierartikeln, medizinischen Behandlungen sowie Tiermedizin und Körperpflege. → **siehe „Der Heimtiermarkt“, Seite 45** Besonders gut im Geschäft bei Tierfutter sind Mars und Nestlé. Zu zweit decken sie, beide mit eigener Produktion vor Ort, mehr als die Hälfte des Marktes ab. Unter den chinesischen Wettbewerbern spielen lediglich Nature Bridge und Gambol Pet eine größere Rolle.

Gesundheitsmarkt zieht an

Angesichts seiner Vielfalt und Dynamik ist der chinesische Heimtiermarkt heiß umkämpft. Auf der Heimtiermesse Pet Fair Asia in Shanghai, die neben Modenschauen auch Massagekurse für Tierbesitzer anbietet, zeigten im vergangenen Jahr fast 1.600 Aussteller aus dem In- und Ausland ihre Produkte.



Daniel Laino »Keine artgerechte Haltung«

Interview mit Daniel Laino, Veterinär in der Tierklinik Drs. Beck & Stone, Beijing

Immer mehr Chinesen halten Haustiere. Was ist dabei anders als in Europa?

Es fehlt oft noch das Verständnis für das Verhalten und die Bedürfnisse der Tiere. Oder haben Sie schon einmal in Europa Hundehalter gesehen, die ihren Hund im Kleidchen im Kinderwagen spazieren schieben? Das liegt unter anderem daran, dass sich der kommerzielle Aspekt der Tierhaltung viel schneller entwickelt hat als das Wissen über das Tier.

Woran liegt das?

Ich freue mich über jeden, der zunächst zu mir in die Praxis kommt, um sich über tierfreundliche Haltung zu erkundigen, bevor er sich ein Tier anschafft. Noch viel zu oft erfolgt die Entscheidung aus rein ästhetischen Gründen. Viele Halter baden ihren Hund lieber einmal in der Woche oder bringen ihn zum Schönheitsstudio, als ihn einmal im Jahr in einer Tierklinik untersuchen zu lassen.

Welche Chancen haben ausländische Firmen auf dem Markt?

Es gibt großes Potenzial für professionell geführte Tierkliniken mit in Europa oder den USA ausgebildeten Veterinären. Außerdem ist es selbst in Beijing nicht einfach, für China exotische Tiere wie Meerschweinchen behandeln zu lassen.



Das vollständige Interview steht auf: www.marketsinternational.de/auf-kuschelkurs

Auch die Pharmaindustrie verdient kräftig an den Heimtieren. „Für uns dürfte der Absatz im Heimtiersegment im kommenden Jahr denjenigen im Bereich Schweinezucht/-mast überflügeln“, sagt ein deutscher Firmenvertreter. „Und dies im Land mit der weltweit größten Schweinepopulation.“ Wichtige Player im Reich der Mitte sind insbesondere Boeh-

ringer Ingelheim als weltweiter Marktführer und Bayer Animal Health.

Nach Informationen der Beijing Small Animal Veterinary Association gibt es in China gegenwärtig rund 12.000 Tierkliniken. Zwar spezialisieren sich immer mehr Tiermedizinstudenten auf Heimtiere, doch der Bedarf ist noch längst nicht gedeckt: Um die Gesundheitslücke zu schließen, müssten es Schätzungen zufolge mindestens 15.000 Tierkliniken sein.

Auch der Tod des geliebten Tiers wird zum Geschäft. Für trauernde Herrchen und Frauchen gibt es in Chinas Großstädten würdevolle Bestattungen mit Musik und einer Zeremonie. Die Urne mit den sterblichen Überresten kann man mit nach Hause nehmen. Landesweit soll es laut chinesischen Medien schätzungsweise 100 Tierkrematorien geben. Doch auch diese Zahl gilt als viel zu klein. Sie könnte durchaus das Zehnfache betragen; allein in Beijing gibt es mindestens drei.

Doppelt hält besser

In seltenen Fällen lassen sich betuchte Besitzer ihren Schatz klonen. Der erste chinesische Klonhund kam 2017 durch die in Beijing ansässige Biotechfirma Sinogene zur Welt, die erste Katze 2019. Umgerechnet etwa 55.000 US-Dollar kostet es, seinen Hund wieder zum Leben erwecken zu lassen, bei Katzen sind es 40.000 US-Dollar. Eines der ersten Unternehmen in diesem Bereich ist das chinesisch-koreanische Joint Venture Boyalife-Sooam in Tianjin, das auch auf internationale Kunden ausgerichtet ist.

Vorbei sind also die Zeiten, in der Hunde in China vor allem auf den Teller kamen. Das Landwirtschaftsministerium reagiert auf die

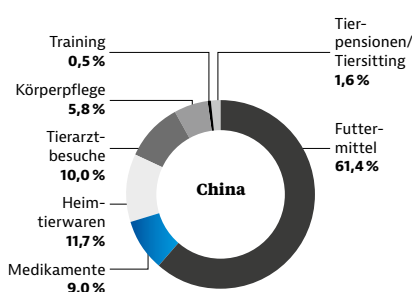
Der Großstadtdschungel ist anstrengend: Wer in Beijing mal eine Pause braucht und Ruhe sucht, kann Hunde der Rasse Shiba Inu in einem Café streicheln.



ZAHLEN & FAKTEN

Der Heimtiermarkt

Anteile nach Segmenten 2019



Marktvolumen (Hunde und Katzen in Städten)

in Mrd. US-Dollar ● 2019 ● 2015 ● Veränderung



Quellen: www.goumin.com, iiMedia Research, GTAI-Berechnungen, www.qianzhan.com

Entwicklung mit einer Revision des Nutztierkataloges. Der im April 2020 vorgestellte Entwurf enthält in der Liste der als Fleischlieferanten handelbaren Tiere unter anderem Schweine, Rinder, Hühner, Schafe, Ziegen und Kamele, jedoch keine Hunde und Katzen mehr. Wie das Ministerium erklärt, zeige dies den Fortschritt der menschlichen Zivilisation sowie die öffentliche Sorge für den Tierschutz. Speziell Hunde würden immer mehr als Gefährten des Menschen gesehen. Ein Verbot für den Verzehr von Hundefleisch ist die neue Kategorisierung allerdings nicht.

Tierschutz lässt zu wünschen übrig

Dessen ungeachtet liegt in China in puncto Tierschutz vieles im Argen. Häufig fehlt das Verständnis für die Bedürfnisse von Tieren. Das zeigt allein schon die Wortwahl: Tier heißt auf Chinesisch nämlich Dong Wu – wörtlich: sich bewegender Gegenstand.

Es ist noch ein weiter Weg, bis Rassehunde nicht mehr in engen Glaskästen unter ohrenbetäubender Musikbeschallung auf Käufer warten, bis Kinder keine Kaninchen mehr mit einem Strick um den Bauch durch Einkaufszentren zerren oder bis keine auf der Roten Liste stehenden Tiere wie chinesische Riesensalamander in sogenannten Spezialitätenrestaurants lebend zum Verzehr angeboten werden.

Zu einem wachsenden Problem werden überdies die zahlreichen von ihren Besitzern ausgesetzten Tiere. Dabei fehlt bei vielen der Blick fürs Wesentliche: Was Tiere wirklich brauchen, sind keine Torten und Spa-Besuche, sondern eine artgerechte Haltung.



Auch interessant

Informationen zur kommenden Pet Fair Asia unter: www.petfairasia.com

Schwierige Märkte

Manche Länder sind für Exporteure herausfordernder als andere: weil die Bedingungen komplizierter sind oder weil man die Regeln nicht kennt. Markets International beantwortet typische Fragen zu schwierigen Märkten.

von **Karin Appel**, Bereich Zoll, **Dmitry Marenkov**, Ausländisches Wirtschaftsrecht



Diesmal:
Russland

RUS

1 Müssen Exporteure für bestimmte Waren Einfuhrgenehmigungen beantragen?

Ja, das gilt für die Einfuhr vieler Waren: zum Beispiel ozonabbauende Substanzen, Pflanzenschutzmittel, Kulturgüter, lebende Tiere, Edelmetalle, Betäubungsmittel, radioelektrische Mittel und Hochfrequenzgeräte. Die entsprechende Genehmigung zur Vorlage bei den Zollbehörden beantragen Unternehmen bei den jeweiligen Abteilungen des Ministeriums für Industrie und Handel oder den speziellen Lizenzbehörden.

3 Wie hoch sind die Einfuhrzölle? Gibt es Vergünstigungen?

Die durchschnittliche Zollbelastung liegt derzeit bei elf Prozent und soll im Laufe des Jahres 2020 auf sieben Prozent sinken. Die meisten Zollsätze in Russland sind Wertzölle, die Behörden ermitteln sie in Prozent vom Zollwert der eingeführten Ware (zum Beispiel zehn Prozent auf Waschmaschinen). Es gibt auch spezifische Zollsätze (zum Beispiel 0,088 Euro/ein Kilogramm auf Äpfel) oder Mindestzölle, die eine Kombination aus dem Wertzoll und dem spezifischen Zoll darstellen (zum Beispiel 15 Prozent, aber mindestens 0,30 Euro/ein Kilogramm auf Emmentaler). Zollvergünstigungen gibt es nur im Rahmen von Freihandelsabkommen oder für Waren aus Entwicklungsländern.

2 Sind bei der Einfuhr besondere Normen und Qualitätsanforderungen zu beachten?

Für bestimmte Waren, die in einer einheitlichen Liste geregelt sind, werden nach und nach technische Reglements (TR) verabschiedet. Dazu zählen Spielzeug, Möbel und Kosmetik. Die TRs regeln Konformitätsanforderungen. Ohne ein TR-Zertifikat kann zertifizierungspflichtige Ware nicht verzollt werden. Bislang sind 48 technische Reglements in Kraft.

4 Gibt es besondere Etikettierungs- und Kennzeichnungsvorschriften?

Ja. In Sachen Kennzeichnung hat sich in Russland in den vergangenen Jahren einiges getan. Im März 2019 führte die Regierung zur Kennzeichnung von Waren ein nationales Digitalkennzeichnungs- und Produktrückverfolgungssystem ein. Das System nennt sich Chestnyy ZNAK (ehrliches Zeichen) und wird durch das Zentrum zur Entwicklung aussichtsreicher Technologien umgesetzt, einem öffentlich-privaten Partnerzentrum des Ministeriums für Industrie und Handel. Sowohl russische Hersteller als auch Importeure müssen alle in Verkehr gebrachten Produkte mit einem Data-Matrix-Code (2D-Code) bedrucken. Ziel ist es, den Umlauf gefälschter Waren zu bekämpfen, legale Unternehmen und Verbraucher zu schützen und die Steuereinnahmen des Staates zu erhöhen. Zunächst galt die Pflicht nur für Pelz- und Tabakwaren, seit Juni auch für Milchprodukte und seit Juli für Arzneimittel und Schuhe. Weiter geht es ab 1. Oktober 2020 mit Parfüms, Fotoapparaten und Blitzlichtgeräten, ab 1. November 2020 mit Reifen und schließlich gilt die Kennzeichnungspflicht ab dem 1. Januar 2021 auch für bestimmte Textilien.

Was ist bei der Vertragsgestaltung mit einem russischen Geschäftspartner zu beachten?

Verträge werden meist zweisprachig verfasst, der russische Wortlaut ist in der Regel für die Zollabfertigung und die russische Steuerbehörde notwendig. Es empfiehlt sich, festzulegen, welche Fassung maßgeblich ist. Vor Vertragsabschluss mit einem neuen Geschäftspartner ist es ratsam, einen Handelsregisterauszug und eine Bonitätsauskunft einzuholen. Die Deutsch-Russische Auslandshandelskammer leistet hierbei Unterstützung. Wichtig: Deutsche Gerichtsurteile können in Russland nicht vollstreckt werden. Einen deutschen Gerichtsstand zu vereinbaren ist nur dann sinnvoll, wenn der Geschäftspartner in Deutschland oder im EU-Ausland über Vermögen verfügt, in das vollstreckt werden kann. Will man bei der Rechtsdurchsetzung ein „Auswärtsspiel“ vor russischen Gerichten vermeiden, empfiehlt sich eine Schiedsklausel zugunsten einer renommierten Schiedsinstitution, zum Beispiel der Internationalen Handelskammer oder der Deutschen Institution für Schiedsgerichtsbarkeit. Dank des New Yorker UN-Übereinkommens von 1958 können ausländische Schiedssprüche in Russland vollstreckt werden. Das auf den Vertrag anwendbare Recht kann man frei vereinbaren. Da Deutschland und Russland Vertragsstaaten des UN-Kaufrechtsübereinkommens sind, findet es automatisch auf deutsch-russische Kaufverträge Anwendung. Es steht den Parteien frei, seine Geltung auszuschließen, zum Beispiel: „Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts“.

Das russische Investitionsrecht kennt das Konzept der öffentlich-privaten Partnerschaft. Vor Investitionen in sogenannte strategische Branchen (etwa die Atom- oder Telekommunikationsbranche) müssen Investoren ein Genehmigungsverfahren durchlaufen. Bei einem Engagement in einer Sonderwirtschaftszone winken Steuer- und Zollvergünstigungen. Investoren im Bereich hochtechnologischer Industrieproduktion können mit dem russischen Staat einen sogenannten Sonderinvestitionsvertrag abschließen, der Steuererleichterungen bringt und die Stabilität der Rahmenbedingungen gewährleistet.

Was ist der Rechtsrahmen für Investitionen?

6

Wie gründe ich eine Firma in Russland?

Für die Gründung einer Tochtergesellschaft kommt die Rechtsform der Gesellschaft mit beschränkter Haftung in Betracht. Die russische Abkürzung lautet: OOO. Das Mindeststammkapital beträgt umgerechnet nur circa 130 Euro. Die Gründung einer 100-Prozent-Tochter ist zulässig. Gesellschaften, die selbst nur einen Gesellschafter haben, dürfen jedoch keine weitere Einpersonengesellschaft in Russland gründen. Dieser Regel können Unternehmer Rechnung tragen, indem sie einen lokalen Partner mit einer geringen Beteiligung ins Boot holen. Die Einlagen sind spätestens vier Monate nach der staatlichen Registrierung der Gesellschaft zu leisten. Das Gründungsverfahren inklusive der Registrierung bei der Steuerbehörde dauert rund einen Monat. Alternative: die Eröffnung einer Repräsentanz oder Filiale. Beide agieren im Namen und im Auftrag des ausländischen Stammunternehmens und müssen beim russischen Steuerdienst akkreditiert werden. Die Repräsentanz darf lediglich unterstützend tätig sein, etwa im Marketing oder bei der Pflege von Geschäftskontakten. Die Filiale darf dagegen kommerziell tätig werden. Repräsentanzen und Filialen können nicht Träger von Rechten und Pflichten sein. Es bleibt daher bei der Haftung des Stammhauses. Auch dabei kann die Deutsch-Russische Auslandshandelskammer behilflich sein.

Im Schnellcheck: Russische Föderation

Rechtssicherheit

World Justice Project, Rule of Law Index (von 0–1)

0,47



Politische Stabilität

Marsh Political Risk Index 2019 (von 0–100)

65,6



Korruption

CPI 2019/Transparency International (180[sehr korrupt]–1)

137



Entwicklung: → wird besser = gleichbleibend ← wird schlechter

Kann man als Ausländer Grundeigentum in Russland erwerben?

Ausländische natürliche und juristische Personen dürfen grundsätzlich Grund und Boden in Russland erwerben. Eine Ausnahme bilden landwirtschaftliche Flächen, Grundstücke in Grenzregionen und an Seehäfen. Der Erwerb landwirtschaftlicher Flächen ist auch nicht über eine russische Gesellschaft möglich, wenn diese sich im ausländischen Mehrheitsbesitz befindet. Beim Kauf von Gebäuden gibt es keine Einschränkungen.



— Gut zu wissen

Mehr zu Zollfragen über Russland:

www.tinyurl.com/zoll-russland

Kontakt: zoll@gtai.de

Mehr zu Rechtsfragen über Russland:

www.tinyurl.com/recht-russland

Kontakt: recht@gtai.de



NEU!
CORONA-
UPDATE

Laufend informiert: Corona-Updates von GTAI

Unter www.gtai.de/coronavirus liefert die GTAI weiterhin täglich neue Artikel und Übersichten zu den Auswirkungen der Coronakrise auf weltweite Märkte, Recht und Zoll. Auch Ankündigungen für GTAI-Webinare zu der wirtschaft-

lichen Bedeutung der Coronakrise finden sich auf der Website.



— Gut zu wissen

Bleiben Sie informiert unter:
www.gtai.de/coronavirus

Coronavirus und Insolvenz

Weltweit geraten Unternehmen durch die Covid-19-Pandemie in finanzielle Turbulenzen – zahlreiche Insolvenzen nicht ausgeschlossen. In der neuen Reihe „Coronavirus und Insolvenz“ greift GTAI das Thema Insolvenzrecht auf, wird es doch zunehmend zur traurigen Gewissheit, dass die Coronakrise eine weltweite Pleitewelle auslösen könnte. Antworten gibt es unter anderem auf: Was tun bei Zahlungsunfähig-

keit des Geschäftspartners? Wie erfahre ich von der Insolvenz? Wo kann ich ausstehende Forderungen anmelden?



— Gut zu wissen

Für mehr als 20 Länder hat GTAI die Antworten auf diese und weitere Fragen zusammengestellt:
www.gtai.de/coronavirus-und-insolvenz

Wirtschaftsdaten kompakt

Die GTAI-Reihe „Wirtschaftsdaten kompakt“ gibt Auskunft über allgemeine Kennzahlen eines Landes wie die Fläche oder das Bevölkerungswachstum, über die Wirtschaftslage, den Außenhandel oder das Geschäftsumfeld. Zudem finden sich Statistiken zu den bilateralen Beziehungen des Landes mit der EU und Deutschland. Das Datenblatt vermittelt einen Überblick über die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen – und das zu über 140 Ländern.



— Gut zu wissen

Die Reihe wird zweimal jährlich aktualisiert und steht als Download bereit unter:
www.gtai.de/wirtschaftsdaten-kompakt



Neben der Energie- und Wasserversorgung bieten Infrastrukturprojekte wie der Ausbau des Lagos-Ibadan Expressway (Foto) in Nigeria Aufträge für deutsche Unternehmen.

West- und Zentralafrika: neues Fact Sheet

Eine heterogene Region im Wandel: West- und Zentralafrika spielen aufgrund ihrer wirtschaftlichen Kraft und Dynamik eine wichtige Rolle in Subsahara-Afrika. Die Wirtschaftsprognosen vor der Coronakrise waren vielversprechend: Chancen liegen in der regionalen Integration und der neuen panafrikanischen Freihandelszone (AfCFTA). Die GTAI hat ein neues Fact Sheet veröffentlicht, das Zahlen und Fakten zur Region, einen Überblick über Chancen und Risiken und Expertenmeinungen liefert.



— Gut zu wissen

Kostenfreier Download:
www.tinyurl.com/afrika-factsheet

Steuer-Check: Norwegen

Wer erfolgreich exportieren will, sollte sich mit den wichtigsten Steuergesetzen des Ziellandes auskennen. Markets International stellt die Steuergesetze der Länder vor, die für deutsche Exporteure wichtig sind. Diesmal: Norwegen.

KÖRPERSCHAFTSTEUER

1	Wer wird besteuert?	In- und ausländische Kapitalgesellschaften
2	Was ist steuerpflichtig?	Das gesamte Welteinkommen bei Gesellschaften nach norwegischem Recht oder mit Hauptsitz in Norwegen, ansonsten nur das in Norwegen generierte Einkommen
3	Was kann man abziehen?	Prinzipiell alle Ausgaben für Erzielung, Erhaltung oder Sicherung von Einkommen (Ausnahmen und Deckelungen existieren), Verlustvortrag zeitlich unbegrenzt
4	Wie hoch ist der Steuersatz?	22%, Ausnahme Finanzindustrie: 25%

UMSATZSTEUER

5	Was wird besteuert?	Verkauf von (fast allen) Waren und (den meisten) Dienstleistungen
6	Gibt es einen Vorsteuerabzug?	Ja
7	Kann man das Reverse-Charge-Verfahren anwenden?	Ja, aber nur für B2B-Dienstleistungen, die grenzüberschreitend vom Ausland aus erbracht werden können
8	Wie hoch ist der Steuersatz?	25%, 15% für Nahrungsmittel, 12% für bestimmte weitere Leistungen, zum Beispiel öffentlicher Nahverkehr und Hotels

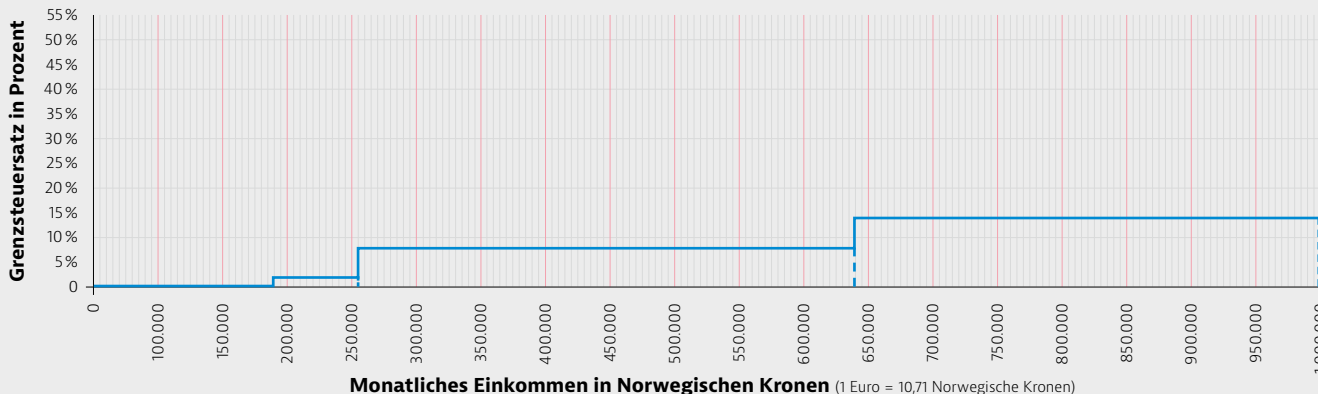
QUELLENSTEUER

Steuersatz in Prozent/ermäßigter Satz

9	Dividenden	25%, dank Doppelbesteuerungsabkommen mit Deutschland in bestimmten Fällen 0%
10	Lizenzgebühren	keine
11	Zinsen	keine
12	Geschäftsleitungsvergütungen	keine

EINKOMMENSTEUER

Die folgenden Werte gelten für voll steuerpflichtige Personen, die in Norwegen ansässig sind. In der Region Finnmark und in einigen Städten der Region Troms gelten ermäßigte Sätze. Beträge über 999.550: 16,2%.



Gut zu wissen

Mehr über Steuern und Wirtschaftsrecht unter:
www.gtai.de/recht

– Stand: Juni 2020 –



Die Brüder Martin (ganz links) und Simon Krech (ganz rechts) haben gemeinsam mit Markus Hessinger (2. von links) und Arthur Buchta kabellose Sensoren entwickelt.

Innere Werte

Das Start-up Core Sensing hat kabellose Sensoren entwickelt, die nicht mehr manuell an Bauteile angebracht, sondern direkt in deren Innerem verbaut werden, und mit der kompletten Fabrik vernetzt werden können. Potenzial gibt es vor allem im Maschinenbau und bei Nutzfahrzeugen.

von **Celine Schäfer**, wortwert

In modernen Antriebssträngen von Anlagen und Maschinen sind Echtzeitdaten unverzichtbar: Sie zeigen, ob der Motor einwandfrei läuft, wo Maximalkräfte wirken und wie stark die Kupplung beansprucht wird. Die Daten stammen von Sensoren, die herkömmlicherweise manuell an Bauteilen angebracht werden – was nicht nur für viel Aufwand sorgt, sondern obendrein auch teuer ist.

Martin Krech kennt sich mit diesem Problem bestens aus, denn er hat zum Thema Sensorintegration promoviert. Im Jahr 2016 hatte er bereits eine erste Idee für kabellose Sensoren, die sich direkt im Inneren einer

Antriebswelle oder anderen Rohren verbauen lassen. Die Idee hat Potenzial, denn integrierbare Messsensoren gab es bis dato nicht.

Also gründete Krech drei Jahre später gemeinsam mit seinem Bruder Simon sowie Markus Hessinger und Arthur Buchta Core Sensing. Die Besonderheit an ihrem Produkt: „Unsere Sensoren senden die Messergebnisse via Bluetooth in Echtzeit an eine App auf dem Smartphone“, sagt Simon Krech.

Die Sensoren fungieren quasi als Schnittstelle für das Internet der Dinge und legen damit den Grundstein für eine moderne Fertigung. „Aus einer klassischen Antriebswelle wird dank unserer Sensoren ein smartes

Bauteil, das seinen Wartungsbedarf proaktiv mitteilt“, sagt Krech. Algorithmen werten die Daten dann auf dem Smartphone aus. Core Sensing arbeitet mit namhaften Maschinenbauern zusammen, etwa dem Kupplungshersteller R+W. Der liefert auch ins Ausland. Ein Chance für die Gründer. „Wir wollen uns auf dem internationalen Markt noch stärker etablieren“, sagt Krech. Die Marschrichtung für die kommenden Jahre ist also gesetzt.

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 4/20: Bestell-Nr. 21183 (Print), Bestell-Nr. 21184 (PDF)
Bestellungen unter: www.gtai.de

Chefredaktion: Andreas Bilfinger

Stellv. Chefredaktion: Achim Haug, Stephanie Hennig, Josefine Hintze

Redaktion: Samira Akrach, Nadine Bauer, Jenny Eberhardt, Katrin Grünewald, Oliver Höflinger, Klaus Möbius, Charlotte Schneider, Dominik Vorhölter

Autoren: Karin Appel, Niklas Becker, Ulrich Binkert, Peter Buerstedde, Jenny Eberhardt, Karl Martin Fischer, Oliver Idem, Dimtry Marenkov, Jürgen Maurer, Fabian Möpert, Katrin Pasvantis, Frank Robaschik, Celine Schäfer (wortwert), Stefanie Schmitt, Charlotte Schneider, Gerit Schulze, Heiko Steinacher, Florian Steinmeyer, Ullrich Umann, Michał Woźniak

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: Jens Tappe

Schlussredaktion: Elke Weidenstraß

Produktion: Arne Büdts, Jens Tappe, Jörg Schneider

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 4/20

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Aboservice: markets@gtai.de

Redaktionsschluss: 7. Juli 2020

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: Jan Ladwig, S. 6–16: Jan Ladwig, S. 2: Lucas Sankey@lucassankey/lucassankey.com, S. 14: IfM Bonn, S. 17: © DIE JUNGEN UNTERNEHMER/Anne Großmann Fotografie, S. 18: Daniel Biskup/laif, S. 20: picture alliance /AP Photo, S. 21: picture alliance/dpa/CNP, picture alliance/Capital Pictures, S. 23: Bloomberg/Kontributor, S. 24: picture alliance /Photoshot, S. 25: The China Africa Advisory, S. 26: Denis Doyle/Getty Images, Creative Commons/CC by 3.0/Wikipedia, S. 28: Rödl & Partner, S. 29: Thomas Ernsting/laif, S. 31: picture alliance/Anton Novoderezhkin/TASS/dpa, S. 32 Remondis, S. 33: Gerit Schulze/GTAI-Moskau/Russland, S. 34: Ronny Hartmann/Getty Images, S. 36: VDA, S. 37: Lou Benoist/Getty Images, S. 38: Woljtek Laski/Getty Images, S. 39: SCANIA, S. 41: picture alliance/AP Images, S. 42: Fred Dufour/Getty Images, China Photos/Getty Images, VCG/Getty Images, Then Chih Wey Xinhua/eyevine/laif, S. 44: Daniel Laino/privat, S. 45: picture alliance/dpa, S. 48: Manuel Köpp/Kammann Rossi, picture alliance/NurPhoto, S. 50: Jürgen Jehle/Kammann Rossi. Sofern nicht gesondert angegeben liegen die Urheberrechte von Aufnahmen von Mitarbeitern von GTAI dieser Ausgabe bei Illing & Vossbeck, Frank May, Rheinfo 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

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

GTAI GERMANY
TRADE & INVEST

WISSEN FÜR IHR AUSLANDS- GESCHÄFT

Ist Ihr Export- und Auslandsgeschäft
von der Coronakrise betroffen?

Wir informieren Sie laufend über
alle wirtschaftlichen und rechtlichen
Entwicklungen in über 80 Ländern.

gtai.de/coronavirus

