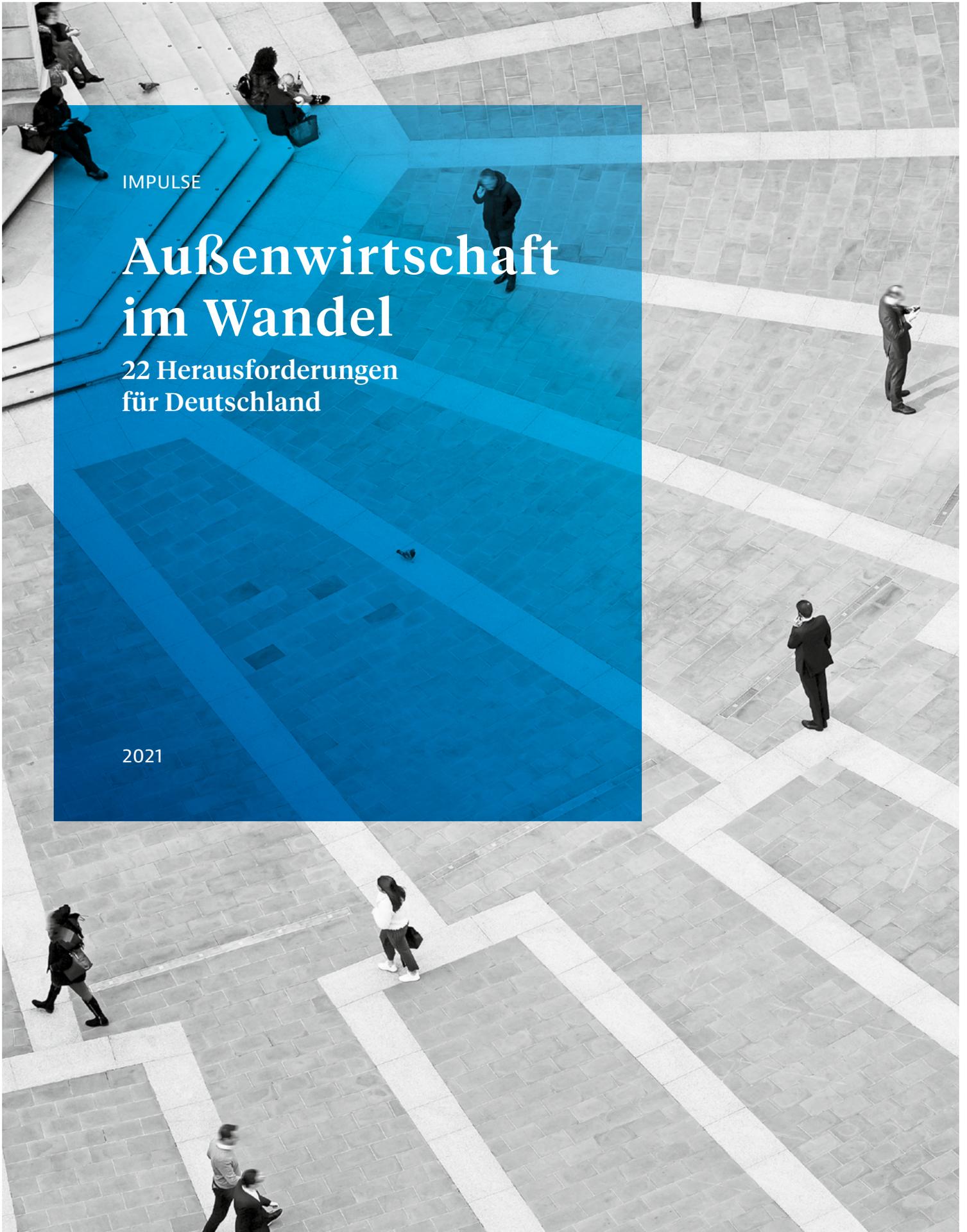


IMPULSE

# Außenwirtschaft im Wandel

22 Herausforderungen  
für Deutschland

2021



## 22 Herausforderungen für die deutsche Außenwirtschaft

Die Weltwirtschaft kämpft auch im zweiten Jahr nach Ausbruch der Coronapandemie mit den Auswirkungen der Krise. Neben den akuten Problemen rücken ihre langfristigen Effekte immer stärker ins Blickfeld. Zahlreiche und oft massive staatliche Hilfsprogramme werden über die Bewältigung der Pandemie hinaus Spuren hinterlassen. Weltweite Megatrends wie die Diversifizierung von Lieferketten, Digitalisierung oder der Klimawandel entwickeln sich ohnehin bereits in atemberaubendem Tempo – und erhalten durch COVID-19 eine neue Dynamik.

Was kommt auf deutsche Unternehmen im internationalen Geschäft zu? Wie gut ist Deutschland für diese Trends gewappnet? Der Blick in die Zukunft und über den eigenen Tellerrand hinaus ist eine Grundvoraussetzung, um mit den rasanten Entwicklungen der Außenwirtschaft Schritt zu halten. Um dem Rechnung zu tragen, veranstaltet das Bundeswirtschaftsministerium vom 19. bis 23. April mit den BMWi Außenwirtschaftstagen 2021 eine in Form und Umfang bislang einzigartige Online-Veranstaltungsreihe. Germany Trade and Invest übernimmt die Koordinierung der rund 70 Fachforen und veröffentlicht zu diesem Anlass die vorliegende Publikation.

Über 50 GTAI-Expertinnen und -Experten haben in 22 Beiträgen die wichtigsten außenwirtschaftlichen Trends aus fünf thematischen Bereichen zusammengefasst. Sie sind gleichermaßen Bestandsaufnahme und Grundlage für eine weitere Debatte darüber, auf welche Herausforderungen alle Akteure der deutschen Außenwirtschaft Antworten finden müssen.



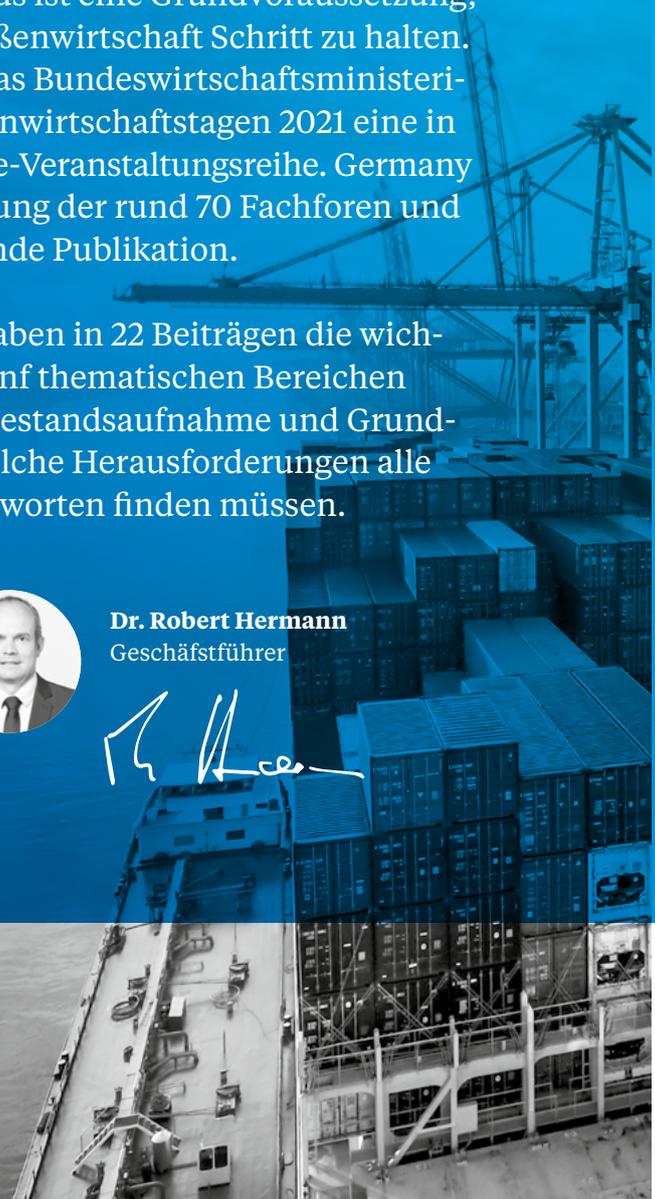
**Dr. Jürgen Friedrich**  
Geschäftsführer,  
Sprecher der Geschäftsführung

A stylized, handwritten signature in white ink, appearing to be 'J.F.'.



**Dr. Robert Hermann**  
Geschäftsführer

A stylized, handwritten signature in white ink, appearing to be 'R. Hermann'.



# Inhalt

## **RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DEN AUSSENHANDEL**

- 6 Pandemie und Protektionismus
- 8 Internationale Lieferketten und Beschaffungsmärkte
- 10 Nach dem Brexit
- 12 Coronamaßnahmen und Wirtschaftsförderung
- 14 Wettbewerb der Systeme

## **REGIONALE UND SEKTORALE ZUKUNFTSMÄRKTE**

- 18 Wachstumsdynamik in Asien-Pazifik
- 20 China zwischen Wettbewerber und Partner
- 22 Engagement in Afrika
- 24 Transatlantische Beziehungen
- 26 Gesundheitswirtschaft nach Corona
- 28 Fachkräftemangel und Innovationskraft

## **KLIMAWANDEL**

- 32 Klimawandel und Außenwirtschaft
- 34 Grüner Wasserstoff
- 36 Industrie ohne Emissionen

## **DIGITALISIERUNG**

- 40 Gefahren für digitale Souveränität
- 42 Geschäftspraxis nach Corona
- 44 E-Commerce verändert Geschäftswelt
- 46 Digitalisierung sichert Hochlohnstandort

## **AUSSENWIRTSCHAFTSFÖRDERUNG**

- 50 Entwicklungszusammenarbeit und Außenwirtschaft
- 52 Projekterfolg dank Konsortien
- 54 Deutsches Image kein Selbstläufer
- 56 Komplexe Außenwirtschaftsförderung

- 59 IMPRESSUM





# Rahmenbedingungen für den Außenhandel

Internationaler Handel trägt zu Wachstum und Wohlstand bei. Die Coronapandemie hat die bestehenden Herausforderungen für den Außenhandel verdeutlicht. Geopolitische Spannungen nehmen zu, der Zugang zu Märkten wird erschwert, die Werteordnung des Welthandelsregimes steht unter Druck.

- 6 Pandemie und Protektionismus
- 8 Internationale Lieferketten und Beschaffungsmärkte
- 10 Nach dem Brexit
- 12 Coronamaßnahmen und Wirtschaftsförderung
- 14 Wettbewerb der Systeme

# Die Coronapandemie hat den Trend zum Protektionismus weiter beschleunigt.

Der multilaterale Ansatz der WTO ist ins Stocken geraten. Neben bilateralen Freihandelsabkommen sind regionale Abkommen eine wichtige Antwort darauf. Ist die EU an solchen regionalen Abkommen nicht beteiligt, droht sie, auf diesen Märkten abgeschnitten zu werden.

Die Zahl protektionistischer Maßnahmen schoss 2020 in die Höhe. Der „Global Trade Alert“ der Universität St. Gallen zählte in den ersten zehn Monaten 2020 insgesamt 2.031 staatliche Interventionen mit Auswirkungen auf den zwischenstaatlichen Handel. Das sind 74 Prozent mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres und 147 Prozent mehr als im Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2017. Lediglich 27 Prozent dieser Interventionen wirkten sich zugunsten der Handelspartner aus.

Der Bericht der Welthandelsorganisation (WTO) über den globalen Handel von Oktober 2019 bis Oktober 2020 geht in eine ähnliche Richtung: Zwar sind danach 58 Prozent der covidbezogenen Maßnahmen handelsfördernd und 42 Prozent handelsbeschränkend. Die handelsfördernden Maßnahmen sind aber auf kurzfristige Deckung nationaler Bedarfe an bestimmten Waren wie medizinischen Gütern ausgerichtet oder solchen, bei denen es zu coronabedingten Engpässen kommt – und nicht darauf, dem zwischenstaatlichen Handel neue Impulse zu geben.

## Handelsbeschränkende Maßnahmen 2020\* Maßnahmen der WTO-Mitglieder

Kategorie	In Kraft
Technische Hemmnisse	6.615
Schutz-/Vergeltungsmaßnahmen	2.178
Landwirtschaftsspezifische Maßnahmen	2.355
Weitere	1.773

\* in Kraft am 31. Dezember 2020  
Quelle: World Trade Organization 2020

## Regional statt global

Corona hat damit eine Entwicklung verstärkt, die bereits seit Längerem zu beobachten ist. Denn protektionistische Maßnahmen nehmen schon seit Jahren stetig zu. 2019, also bereits vor der Pandemie, hatte sich ihre Zahl gegenüber dem Anfang des Jahrzehnts mehr als verdoppelt – sowohl bei

## INTERVENTIONEN

*In den ersten zehn Monaten 2020 gab es 2.031 staatliche Interventionen mit Auswirkungen auf den zwischenstaatlichen Handel. 74 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.*

tarifären wie bei nichttarifären Maßnahmen, wie Konformitätsnachweisen und Zulassungsverfahren.

Das spüren deutsche Unternehmen besonders: Laut einer Umfrage des DIHK vom April 2020 geben immer mehr Firmen an, dass sie von Hemmnissen bei ihren internationalen Geschäften betroffen sind.

Dieser zunehmende Protektionismus wird flankiert durch fehlende Fortschritte der Handelsliberalisierung auf multilateraler Ebene. Die letzte Welthandelsrunde mit globaler Liberalisierung erfolgte 1994. Gleichzeitig schließen Staaten vermehrt Freihandelsabkommen (FHA) ab – sowohl bilateral als auch regional. Neben den großen regionalen Freihandelszonen wie der neuen asiatisch-

pazifischen Freihandelszone (Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP) und der reformierten nordamerikanischen Freihandelszone (United States-Mexico-Canada-Agreement, USMCA) sind für deutsche Exporteure vor allem die jüngsten Abkommen der EU von Bedeutung.

Zu nennen sind hier etwa die jeweiligen Abkommen mit Japan, Singapur, Kanada (CETA), Vietnam und das vorläufig in Kraft getretene Handels- und Kooperationsabkommen mit dem Vereinigten Königreich. Sie alle gehen über eine Liberalisierung des Warenhandels hinaus und enthalten auch Regelungen etwa zu Dienstleistungen, Investitionen oder Wettbewerbsfragen.

### **Erleichterungen mit Einschränkungen**

Sofern Zölle und nichttarifäre Hemmnisse reduziert werden oder wegfallen, können die in diesen Abkommen geregelten Maßnahmen für Unternehmen eine deutliche Erleichterung sein. Doch häufig sind die an den Ursprung einer Ware geknüpften Voraussetzungen sehr kompliziert gefasst. Wie stark die Abkommen genutzt werden, wird daher auch davon abhängen, ob es gelingt, die Regeln künftig praxisnah zu gestalten.

Unabhängig davon bleibt ihre Bedeutung immer regional, sodass sie eine weltweite Liberalisierung nicht ersetzen können. Zudem können Exporteure mit Sitz in EU-Ländern nur dann von ihnen profitieren, wenn die EU Vertragspartei ist. Sofern sie nicht beabsichtigen, durch Gründung von Tochtergesellschaften oder Zweigniederlassungen von den Liberalisierungen solcher Zonen zu profitieren, drohen hiesige Firmen also, von wichtigen Absatzmärkten verdrängt zu werden.

### **Reform der WTO notwendig**

Ein umfassender multilateraler Abbau von Handelshemmnissen ist jedoch nur durch die WTO realisierbar. Doch das Konsensprinzip der WTO-Beschlüsse macht multilaterale Verhandlungen schwerfällig. Hinzu kommt die institutionelle Krise der letzten Jahre. Das Streitschlichtungssystem, von vielen auch als „Herzstück“ der Organisation beschrieben, ist faktisch außer Kraft gesetzt. Seit dem 10. Dezember 2019 verfügt das Berufungsgremium, der Appellate Body, nicht mehr über die Mindestzahl von drei Richtern.

Die angestrebte Reform der WTO ist deshalb wichtig, um den Multilateralismus zukunftsfähig aufzustellen. Parallel können plurilaterale Liberalisierungen unterstützend wirken. Denn eines hat die Coronakrise klar aufgezeigt: Bewältigen lassen sich globale Probleme nur auf globaler Ebene.



Lesen Sie mehr auf:

[www.gtai.de/offene-maerkte](http://www.gtai.de/offene-maerkte)

# Die Pandemie unterstreicht die Verletzlichkeit internationaler Lieferketten und verstärkt den Trend zu Relokalisierung.

Neben den Unternehmen überdenken auch Regierungen Beschaffungs- und Absatzstrategien. Ein wichtiger Baustein für mehr Resilienz und Versorgungssicherheit ist die Diversifizierung von Märkten. Dies geht aber auch mit komplexen logistischen Anforderungen einher. Unternehmen sind mehr denn je auf verlässliche Rahmenbedingungen für grenzüberschreitenden Handel und Mobilität angewiesen.

Naturkatastrophen, politische Konflikte, Protektionismus: Gerade bei kritischen Komponenten stehen globale Lieferketten zunehmend unter Druck. Die Coronapandemie führt in extremem Maße vor Augen, wie verletzlich sie seien können. Bislang verließen sich viele Unternehmen häufig auf die Strategie des Single Sourcing. Das bietet Effizienzgewinne, erhöht aber auch das Risiko von Engpässen.

Nun wägen viele die Kosten und Risiken ihrer Produktionsstrukturen neu ab. Einer aktuellen Umfrage von Euler Hermes zufolge prüft etwa die Hälfte der rund 1.200 befragten Unternehmen eine Verlagerung des Produktionsstandortes oder sucht neue Lieferanten.

## **Auch Ostafrika und Osteuropa im Fokus**

Einerseits tendierten deutsche Einkäufer dazu, Lieferketten zu verkürzen, um so die Planbarkeit der Logistikprozesse zu erhöhen, beobachtet der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME). Andererseits versuchen immer mehr Unternehmen, ihre Beschaffung geografisch möglichst breit aufzustellen, um Ausfallrisiken besser zu streuen.

Ein wichtiger Aspekt dabei: Die Gefahr einer Abhängigkeit von China und eine entsprechende Suche nach zusätzlichen Sourcing-Standorten – Stichwort „China+1“. Für arbeitsintensive Produkte sind die Länder Süd- und Südostasiens längst etablierte Alternativen zur Produktion in der Volksre-

publik. Aber auch ostafrikanische Staaten wie Äthiopien gewinnen hier Marktanteile. Bei Elektronik und Informationstechnik verlagert sich die Endfertigung unter anderem zunehmend nach Vietnam oder Indien. In Europa rücken die Länder des Westbalkans in den Fokus. Innerhalb der Europäischen Union (EU) wollen sich die Staaten Ostmitteleuropas als Standort für forschungsintensive und innovationsträchtige Produktionsschritte neu positionieren.

## **Regierungen greifen aktiv ein**

Neu ist, dass Regierungen immer häufiger aktiv in die Ausgestaltung von Wertschöpfungsketten eingreifen. Das gilt beispielsweise für die USA mit ihren unilateralen handelspolitischen Maßnahmen gegen China, ebenso wie für China selbst, das Handelsabhängigkeiten anderer Länder instrumentalisiert. Japan, Südkorea, Taiwan und Australien reagieren entsprechend. Sie fördern die Produktion im eigenen Land (Reshoring), erschließen aktiv neue Zulieferquellen und sanktionieren unerwünschte Abhängigkeiten.

Japan etwa fördert heimische Unternehmen bei der Verlagerung ihrer Aktivitäten aus China hinaus und zurück in den heimischen Markt ebenso wie nach Südostasien. Die Programme werden rege angenommen, zum Beispiel bei medizinischer Ausrüstung und Kfz-Teilen. In Taiwan hat ein Programm zur Zurückverlagerung insbesondere von IKT-Ausrüstern 2019 alle Erwartungen übertroffen. Nun wird mit einer zweiten Welle von Reinvestiti-

onen gerechnet, auch von Firmen aus den USA und Europa, die ihre Lieferketten unabhängiger von China aufstellen wollen. In den USA wird eine finanzielle Förderung des Reshoring debattiert. Eine Umlenkung von Lieferketten hat bereits 2018 durch US-amerikanische Strafzölle auf chinesische Produkte eingesetzt. Ende Februar 2021 startete die Regierung in Washington eine Untersuchung der Lieferketten für kritische Produkte. Solche Programme erhöhen für Unternehmen aus Drittländern die Unsicherheit, bieten aber auch Chancen: Auch deutsche Firmen können sich häufig für Fördergelder qualifizieren. Dazu entstehen neue Lieferchancen in Märkten abseits von China.

#### **Diversifizierung beherrschbar machen**

Diversifizierte und somit robustere Lieferketten leisten einen wichtigen Beitrag zur Resilienz und Versorgungssicherheit der deutschen Wirtschaft. Mit steigender Anzahl von Lieferanten wachsen jedoch nicht nur die logistischen Anforderungen, auch der Umgang mit Sorgfaltspflichten ist für die Unternehmen eine komplexe Herausforderung. Der Einsatz von Software und Sensoren sowie die Auswertung großer Datenmengen durch künstliche Intelligenz können beispielsweise dabei helfen, Lieferengpässe besser zu prognostizieren und frühzeitig flexibel zu reagieren. Digitalisierte Produktionsverfahren wie 3D-Druck verringern die Abhängigkeit von Lohnkosten und Transporten. Dafür ist ein Land wie Deutschland mit hoher Industrieroboterdichte gut gerüstet, soweit der Umbau zur digitalisierten Wirtschaft gelingt.

Nur sehr eingeschränkte Handlungsmöglichkeiten haben Unternehmen hingegen bei akuten und extremen Behinderungen der Mobilität – etwa wenn der Grenzverkehr stillsteht und Unternehmen ihre Mitarbeitenden nicht mehr an ihre

---

#### **REINVESTITIONEN**

---

***Ausländische Reshoring-Programme erhöhen für Unternehmen aus Drittländern die Unsicherheit, bieten aber auch Chancen.***

---

Standorte bringen können. Bei langfristigen und absehbaren Störungen wie dem Brexit sind die Firmen auf geeignete Rahmenbedingungen für grenzüberschreitenden Handel und Mobilität angewiesen. Bei kurzfristig eintretenden Behinderungen wie durch die Coronapandemie benötigen sie schnelle Unterstützung.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/special-lieferketten](http://www.gtai.de/special-lieferketten)

# Das Freihandelsabkommen zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich ist ein Erfolg, die Umstellungen auf den neuen Drittlandstatus sind jedoch groß.

Die Zwischenbilanz nach 100 Tagen zeigt: Die Hürden im Handel wachsen, aber der Markt bleibt attraktiv. Deutsche Unternehmen benötigen mehr verlässliche Informationen und Unterstützung.

Das europäisch-britische Trade & Cooperation Agreement gilt als Erfolg. Die Last-Minute-Einigung verhindert das No-Deal-Szenario, das den gemeinsamen Handel ins Chaos gestürzt hätte. Außenhandel unter den Mindestbedingungen der Welthandelsorganisation, Zölle und Mengenbeschränkungen werden so zwar vermieden, deutlich wird aber einmal mehr: Ein Freihandelsabkommen kann die Vorteile von Binnenmarkt und Zollunion nicht ersetzen. Und so resultieren erstmals Verhandlungen über den Freihandel nicht im Abbau, sondern im Aufbau von Handelshürden.

## **Errichtung, nicht Abbau von Hürden**

Eine Zollgrenze kann das Abkommen nicht verhindern – im Warenverkehr sind seit 1. Januar 2021 Zollvorschriften zu beachten. Die vielgepriesene Zollfreiheit für Waren widerspricht diesem Befund nur auf den ersten Blick. Denn sie gilt nur für Ursprungszeugnisse. Also müssen Exporteure nunmehr nachweisen, dass ihre Produkte die Ursprungsregeln erfüllen – ein erheblicher administrativer Aufwand.

Schlimmer noch: Das Abkommen sieht keine gegenseitige Anerkennung von Standards vor – weder bei Industrieprodukten noch bei Lebensmitteln. Die Folge: Nachweise, Konformitätsbewertungen, doppelte Zertifizierungen, Veterinär- oder Gesundheitszeugnisse verursachen Verwaltungsaufwand und höhere Kosten. Im Dienstleistungsverkehr ist vor allem die Erbringung von Dienstleistungen im jeweils anderen Gebiet

betroffen, typischerweise im Rahmen einer Entsendung. Hier wird vieles, was bisher selbstverständlich war, entweder deutlich komplizierter – oder sogar ganz unmöglich. Aber auch andere Arten der Dienstleistungserbringung werden eingeschränkt und die gegenseitige Anerkennung von Qualifikationen fällt deutlich hinter die bisherige Praxis zurück.

Hinzu kommt: Da die britische Seite nach dem Brexit nicht mehr an europäisches Recht gebunden ist, hat sie nun mehr Möglichkeiten, Normen, Standards oder auch ganze Regelwerke zu ändern. Daraus können neue Hürden entstehen, auf die sich Handelspartner aus der EU einstellen müssten.

## **Auslegungsbedarf in Detailfragen**

Insgesamt erscheinen einzelne Kapitel des Abkommens angesichts der beträchtlichen praktischen Relevanz für Wirtschaft und Verbraucher in Detailfragen recht allgemein gehalten und auf Grundsätze beschränkt. Hier wird es auf die Umsetzung und Ausfüllung ankommen. Das Ziel sollten gemeinsame Handelsbedingungen sein, um strukturelle Hürden abzumildern, die den grenzüberschreitenden Handel erschweren und verteuern. Besonders hilfreich wäre im Bereich der Tier- und Pflanzenprodukte eine Harmonisierung oder eine Anerkennung der Gleichwertigkeit der Standards. Im Dienstleistungsbereich ist insbesondere der Abbau von Beschränkungen bei der Entsendung von Arbeitskräften oder Dienstleistern wünschenswert.

### **Der Markt bleibt attraktiv**

Das Vereinigte Königreich wird sich nach dem Brexit aktiv im internationalen Standortwettbewerb positionieren – auch gegenüber der EU. Mit einem verschlechterten Marktzugang europäischer Firmen im Königreich durch die Zollgrenze und der außenwirtschaftlichen Neuausrichtung von „Global Britain“ schwinden zusätzlich einstige Wettbewerbsvorteile für deutsche Exporteure. Der langwierige Brexitprozess und die schwierigen Verhandlungen über das Freihandelsabkommen haben die Beziehungen zum Vereinigten Königreich bereits belastet. Waren die Briten 2017 noch fünftgrößter deutscher Handelspartner, ist die Insel bis 2020 auf den achten Platz abgerutscht.

---

#### **BEDEUTUNGSVERLUST**

---

*Seit dem Referendum 2016 rutschte das Vereinigte Königreich von Platz 5 auf Platz 8 in der Rangliste deutscher Handelspartner.*

---

Dennoch bleibt das Königreich mit seinen 67 Millionen Einwohnern ein großer Absatzmarkt in unmittelbarer Nähe und damit ein wichtiger Faktor für Deutschlands außenwirtschaftlichen Erfolg. Für deutsche Exporteure bieten sich zahlreiche

Chancen, unter anderem beim Ausbau des weltgrößten Offshore-Windenergiemarkts, der Umsetzung eines milliardenschweren Krankenhausbauprogramms und Europas größtem Schieneninfrastrukturprojekt HS2.

### **Unterstützung ist essenziell**

Viele Unternehmen haben durch den Brexit erstmals Berührung mit Zollformalitäten und Visumsfragen. Sie können daher nicht auf Erfahrungswissen in ähnlich gelagerten Situationen zurückgreifen. Dienstleister, insbesondere Zollagenten, haben wegen der hohen Nachfrage derzeit keine Kapazitäten für dringend benötigte Unterstützung. Insbesondere mittelständische Unternehmen werden von den neuen Hürden überproportional belastet. Außerdem fehlt in der medialen Berichterstattung eine ausgewogene Darstellung der brexitbedingten Marktrisiken und neuen Chancen.

In dieser Situation sind zuverlässige und unabhängige Außenwirtschaftsinformationen für den Geschäftserfolg deutscher Exporteure entscheidend. Das Abkommen sieht in den Artikeln SME eine Informationsplattform sowie eine Kontaktstelle für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ausdrücklich vor. Die deutsche Außenwirtschaftsförderung bietet darüber hinaus von Anfang an persönliche Ansprechpartner und Informationen in deutscher Sprache.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/brexit](http://www.gtai.de/brexit)

# Weltweit werden Coronahilfen auch als strategische Wirtschaftsförderung genutzt.

Sie gehen über die Krisenbewältigung hinaus und prägen Investitionen in Technologien und Marktzugänge im Export.

Weltweit nehmen Regierungen viel Geld in die Hand, um die negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronapandemie im Zaum zu halten. Rettungsschirme stützen wichtige Branchen. Finanzhilfen und Kurzarbeit helfen Konsumenten und Arbeitnehmern über die Durststrecke. Priorität haben oft die Unternehmen im eigenen Land.

## Beschleuniger für technologischen Wandel

Viele Regierungen nutzen ihre Coronahilfsprogramme auch, um über die Krisenbewältigung hinaus wirtschaftliche und technologische Entwicklungen mitzugestalten. Denn mit der Bereitstellung von Geldern verknüpfen Regierungen und Geberorganisationen Vorgaben. Einige setzten dabei auf die Förderung klassischer Branchen. Für Indien stehen beispielsweise in erster Linie Arbeitsplätze auf der Agenda. Eine breite Industrieförderung mit

Ausgaben in Höhe von 17 Milliarden Euro bis 2025 wird dort durch ein Förderpaket von 2 Milliarden Euro für die Bauwirtschaft ergänzt.

Andere zielen darauf ab, ihre Wirtschaften fit für globale Herausforderungen zu machen. Die skandinavischen Länder etwa nutzen ihre Konjunkturprogramme, um die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen weiter zu verringern. Kanada setzt mit seinem im November 2020 beschlossenen Programm „Building Back Better“ vor allem auf die Bereiche Bildung und Klimaschutz. Frankreich legt den Fokus in erster Linie auf zentrale Industriebranchen wie den Flugzeugbau, Automobil und Technologieförderung.

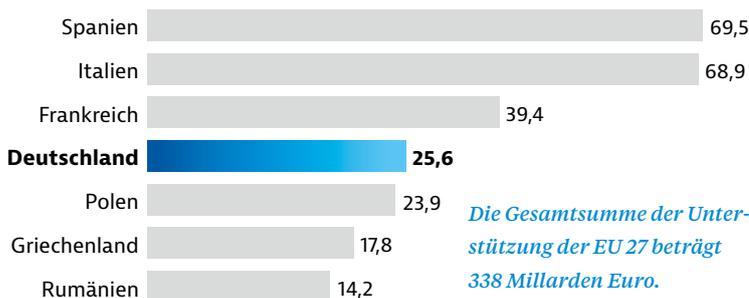
Auch die Coronahilfsgelder der Europäischen Union (EU) sind teilweise an die Förderung strategisch wichtiger Wirtschaftsbereiche geknüpft. Als Antwort auf die Krise stellt die EU im Rahmen der Aufbau- und Resilienzfazilität 672,5 Milliarden Euro zur Verfügung. Immerhin 37 Prozent der ihnen zugeteilten Mittel sollen die Mitgliedsstaaten für den Klimaschutz ausgeben, 20 Prozent für die Digitalisierung. Der Gedanke dahinter ist, dass die Verwendung der Mittel dazu beitragen soll, dass die Staaten nachhaltiger und resilienter aus der Krise hervorgehen.

## Eingriffe bergen Gefahren

Derartige Maßnahmen setzen gute Vorbereitung, ausgewogene Planung und Offenheit für technische Alternativen auch aus Drittstaaten voraus, um Fehlallokationen möglichst zu vermeiden. Dies gilt insbesondere, wenn es um die Förderung neuer Technologien für Energietechnik, künstliche Intelligenz oder den Ausbau von Dateninfrastrukturen geht.

## Größte Empfängerländer der Recovery and Resilience Facility der Europäischen Union

Anteile der Unterstützung in Milliarden Euro



Quelle: Europäische Kommission 2020

Eine einseitige Unterstützung heimischer Unternehmen kann schnell dazu führen, dass dauerhafte protektionistische Maßnahmen eingeführt werden. Das kann auch den Marktzugang für deutsche Unternehmen beeinträchtigen. Laut einer Studie der Welthandelsorganisation (WTO) hatten von weltweit 335 untersuchten Maßnahmen gegen die Coronakrise 42 Prozent eine handelsbeschränkende Wirkung. Auch viele deutsche Unternehmen registrierten 2020 zunehmende Handelsbeschränkungen auf ihren Exportmärkten, wie eine aktuelle Befragung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) zeigt.

Die USA setzen trotz Rekordverschuldung auf weitere Milliardenhilfen. Über die Grenzen der Kreditvolumina und darüber, wie viel Konjunkturstütze nötig ist, gehen die Meinungen unter Experten und Wirtschaftsvertretern weit auseinander. Unternehmen im internationalen Geschäft müssen sich darauf einstellen, dass die Pandemie auch nach ihrer ökonomischen Bewältigung in vielen Märkten nachhaltige Spuren durch staatliche steuernde Maßnahmen hinterlassen wird.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/wege-aus-der-coronakrise](http://www.gtai.de/wege-aus-der-coronakrise)

---

#### HANDELSBESCHRÄNKUNGEN

---

***Eine einseitige Unterstützung heimischer Unternehmen kann schnell dazu führen, dass dauerhafte protektionistische Maßnahmen eingeführt werden.***

---

Zudem steigen die Staatsschulden vieler Länder. Zur Finanzierung der oft milliardenschweren Programme haben Länder rund um den Globus die öffentliche Verschuldung hochgefahren. Laut dem Internationalen Währungsfond (IWF) ist die globale Staatsverschuldung innerhalb des Jahres 2020 um 14 Prozentpunkte auf 98 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukts (BIP) gestiegen. In den Euroländern wird die Maastricht-Obergrenze von 60 Prozent vielfach nicht eingehalten. Erste Länder in Afrika stehen vor der Zahlungsunfähigkeit.

# Der globale Wettbewerb der Systeme fordert Antworten auf unfaire Handelspraktiken, unilaterale Vorstöße und die staatliche Subventionierung von Unternehmen.

Die Rolle des Staates in der Marktwirtschaft steht auf dem Prüfstand. Unternehmen sind verunsichert. Das Nebeneinander verschiedener Systeme wird die Weltwirtschaft weiter prägen.

Der globale Wettbewerb der Systeme ist in vollem Gange. Lange galten Marktwirtschaft sowie freier und regelbasierter Handel unangefochten als Erfolgsmodelle. Doch spätestens mit dem Aufstieg der Volksrepublik China konkurrieren sie mit anderen wirtschaftspolitischen Systemen. Regierungen vieler aufstrebender Länder bedienen sich einer

## NEUER NORMALZUSTAND

*Unternehmen müssen sich darauf einstellen, dass der Wettbewerb der Systeme und seine Auswirkungen ihre Geschäfte noch lange begleiten werden.*

umfangreichen Industriepolitik, Staatskapitalismus oder gar Planwirtschaft. Mit gezielten Eingriffen in die Wirtschaft verschaffen sie sich Wettbewerbsvorteile.

### **Einflussnahme reicht bis nach Europa**

Diese Eingriffe geschehen auf vielen Ebenen: Sie beschränken den Marktzugang für ausländische Unternehmen durch Handelsbarrieren, restriktive Investitionsgesetze, Local-Content-Quoten und die Abschottung öffentlicher Ausschreibungen. Ausländische Marktteilnehmer können sich dabei

oft nicht auf Rechtsstaatlichkeit und den Schutz geistigen Eigentums verlassen.

Gleichzeitig werden heimische Unternehmen etwa durch umfangreiche Subventionen und vergünstigte Kredite gefördert. Wichtige Konzerne werden verstaatlicht. Ausländische Direktinvestitionen und M&A werden gezielt eingesetzt, um an wichtige Technologien oder Ressourcen zu gelangen. So wird strategischer Einfluss gewonnen – auch in Europa, vor allem aber auf neuen Märkten in Asien und Afrika.

### **Suche nach Antworten als Balanceakt**

Marktwirtschaftlich und demokratisch organisierte Gesellschaften müssen Antworten auf diese Herausforderungen finden. Das hat zu einer Debatte geführt, wie weit Industriepolitik und andere staatliche Eingriffe in der sozialen Marktwirtschaft gehen dürfen.

Wirtschaftsverbände wie der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) fordern einerseits, dass der Staat einen „wirksamen Schutz der öffentlichen Sicherheit und Ordnung“ garantiere, so eine Stellungnahme des DIHK Anfang 2021. Andererseits warnen sie davor, dass derartige Maßnahmen nicht die „Attraktivität des Investitionsstandorts Deutschlands verringern“, oder den „Schutz des Eigentums und Kapitalverkehrsfreiheit infrage stellen“ dürften. Geeignete Maßnahmen zu formulieren wird so zum Balanceakt –

etwa wenn es um den Schutz kritischer Infrastruktur und heimischer Unternehmen vor Übernahmen durch staatlich geförderte Konzerne geht.

### **Systemwettbewerb belastet Unternehmen**

Sicherlich können solche Maßnahmen Gegenmaßnahmen der systemischen Wettbewerber nach sich ziehen. Es besteht das Risiko einer handelspolitischen Negativspirale, die den Druck auf deutsche Unternehmen in diesen Märkten zusätzlich erhöhen kann. Gleichzeitig können komplexere Investitionskontrollen und Anpassungen der Rahmenbedingungen in ihren Heimatmärkten für die Firmen weitere Belastungen bedeuten. Auch die Planungsunsicherheit nimmt zu.

Deutschland und die Europäische Union sind bemüht, systemische Wettbewerber in globale marktwirtschaftliche Regelsysteme einzubinden. Auf bilateraler Ebene ist aktuell das EU-China-Investitionsabkommen ein Beispiel dafür. Doch das BMWi weist auch darauf hin, dass dieses zwar ein „wichtiger Baustein einer handelspolitischen Strategie der EU gegenüber China“ sei, aber nur ein erster Schritt. Weitere Maßnahmen, multilateral im Rahmen der WTO und unilateral auf EU-Ebene sollen folgen.

Unternehmen müssen sich darauf einstellen, dass der Wettbewerb der Systeme und seine Auswirkungen ihre Geschäfte noch lange begleiten werden, gerade im prominenten Fall China. Dafür spricht auch ein Blick auf dessen Entwicklung:

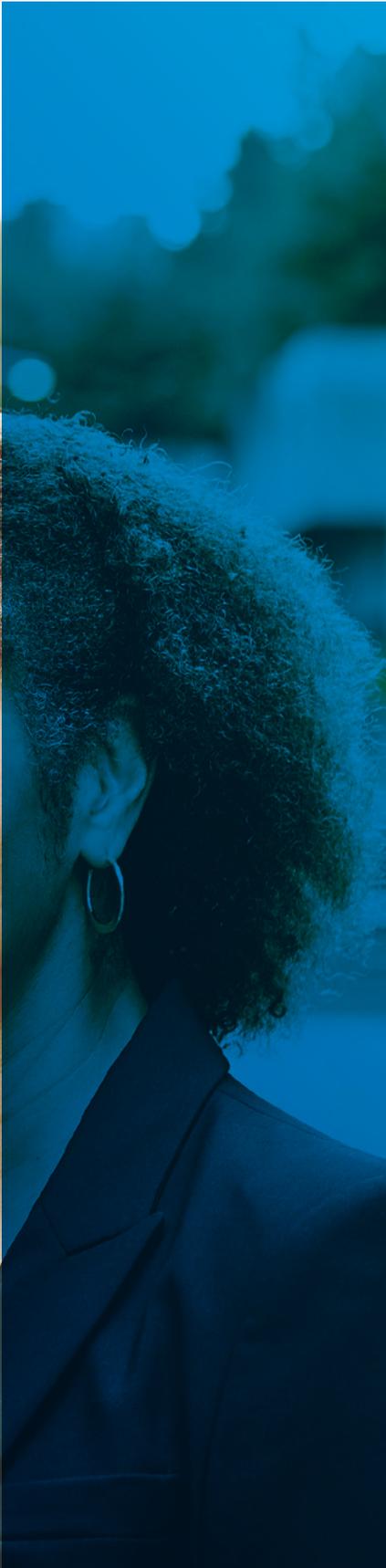
Entgegen der Anfang der Tausenderjahre gängigen Annahme, China werde sich zu einer Demokratie und liberalen Marktwirtschaft entwickeln, hat sich gezeigt: Sein wirtschaftlicher Erfolg hat das chinesische System gefestigt.

Angesichts des weiterhin hohen globalen Konfliktpotenzials auch im Wirtschaftsbereich müssen Unternehmen derzeit sogar mit einer Verschärfung des Systemwettbewerbs rechnen.



Lesen Sie mehr auf:

[www.gtai.de/wege-aus-der-coronakrise](http://www.gtai.de/wege-aus-der-coronakrise)



# Regionale und sektorale Zukunftsmärkte

In Folge der Coronapandemie ist die deutsche Außenwirtschaft noch stärker herausgefordert, weltweit Wachstumsmärkte zu identifizieren und zu erschließen. Gleichzeitig haben sich die Voraussetzungen für Innovationsführerschaft in zentralen Zukunftsmärkten und strategisch bedeutsamen Technologien verschoben.

- 18 Wachstumsdynamik im Asien-Pazifik-Raum
- 20 China zwischen Wettbewerber und Partner
- 22 Engagement in Afrika
- 24 Neue alte transatlantische Beziehungen
- 26 Gesundheitswirtschaft nach Corona
- 28 Fachkräftemangel bedroht Innovationskraft

# Asien-Pazifik ist die wichtigste globale Wachstumsregion.

Mit Ansätzen wie den Indo-Pazifik-Leitlinien trägt Deutschland dem zwar Rechnung. Die deutsche Außenwirtschaft könnte das ökonomische und strategische Potenzial der gesamten Region aber noch stärker nutzen.

Asien-Pazifik ist die wirtschaftlich dynamischste Region weltweit und hat in den vergangenen Jahrzehnten weiter enorm an Gewicht gewonnen. Mit China und Japan befinden sich dort zwei der heute drei größten Volkswirtschaften der Welt. Indien hat sich in den vergangenen Jahren auf den fünften Rang hochgearbeitet. Seit 1990 kletterte der asiatische Anteil an der globalen Wirtschaftsleistung um 14 Prozentpunkte auf aktuell rund 36 Prozent. Im selben Zeitraum stieg der Anteil der Region an den weltweiten Einfuhren von einem Fünftel auf über ein Drittel.

Getragen wird das rasante Wachstum vor allem von China, das sich im Zuge der Coronapandemie erneut als Zugpferd erwiesen hat. Die Wirtschaft

der Volksrepublik steht inzwischen für die Hälfte des Bruttoinlandsprodukts (BIP) der Asien-Pazifik-Region. Entsprechend bedeutet „Asien“ in Deutschland oft vor allem „China“. Die Hälfte der deutschen Ausfuhren in die Region geht inzwischen in das Reich der Mitte.

### Abhängigkeit von China birgt Risiken

In anderen Teilen der Asien-Pazifik-Region ist die deutsche Wirtschaft noch vergleichsweise wenig präsent – hier liegt bedeutendes Potenzial. Die Coronakrise verdeutlicht einmal mehr die Risiken einer starken Abhängigkeit von einzelnen Zuliefer- oder Abnehmermärkten. Geopolitische Entwicklungen wie die sich verschärfende strategische Rivalität zwischen China und den USA sorgen für weitere Unsicherheit.

Die Notwendigkeit, die Beziehungen zu der Region thematisch und geografisch zu diversifizieren, betont auch die Bundesregierung in ihren „Leitlinien zum Indo-Pazifik“ von 2020. Darin trägt sie dem ökonomischen, aber auch immer größeren politischen Gewicht Asiens Rechnung und zeigt Anknüpfungspunkte für eine verstärkte Zusammenarbeit mit diversen asiatischen Partnern auf.

### Der Blick wandert nach Südostasien

Schon heute setzt ein Teil der deutschen Unternehmerschaft nicht mehr ausschließlich auf China, sondern zusätzlich auf andere Märkte im Asien-Pazifik-Raum – Stichwort „China+1“. Insbesondere einige südostasiatische Länder, allen voran Vietnam, sind als Produktionsstandorte mit guten Rahmenbedingungen in den Fokus gerückt. Auch Indien bemüht sich um ausländische Investoren. Als Absatzmärkte bieten diese Länder vor allem für Anlagegüter beträchtliches Potenzial, ange-

## Anteil am globalen BIP in Prozent

● Asien (15)\* ● restliche Welt



\* umfasst: Australien, Bangladesch, China, Hongkong, Indien, Indonesien, Japan, Malaysia, Neuseeland, Philippinen, Singapur, Südkorea, Taiwan, Thailand, Vietnam  
Quellen: Weltbank, Internationaler Währungsfonds 2021

sichts rasch wachsender, immer kaufkräftigerer Mittelschichten zunehmend aber auch für Konsumgüter.

Themen wie Klimawandel und Umweltschutz rücken auch in Asien zunehmend auf die Agenda und bieten Möglichkeiten für die deutsche Wirtschaft, zukunftsweisende Akzente zu setzen. Gerade der notwendige Ausbau der Infrastruktur und der Gesundheitssysteme schafft konkrete Geschäftschancen für deutsche Firmen. Um bei begrenzten Ressourcen auf neuen Märkten erfolgreich zu agieren, könnten insbesondere für kleine und mittlere deutsche Unternehmen Konsortien und andere Partnerschaften mit Anbietern von Komplementärgütern zielführend sein.

#### **Exporte steigen – Wettbewerbsdruck auch**

Die Ausfuhren der Bundesrepublik nach Asien-Pazifik stiegen in den vergangenen drei Jahrzehnten um nominal rund 600 Prozent. Der Anteil der Region an den gesamten deutschen Exporten verdoppelte sich dabei auf aktuell 16 Prozent. Während die USA, ein wichtiger Wettbewerber Deutschlands auf dem asiatischen Markt, dort in den vergangenen drei Jahrzehnten wichtige Lieferanteile verloren haben, konnte Deutschland seine Stellung als verlässlicher Lieferant hochwertiger Waren halten. Zahlreiche deutsche Unternehmen produzieren außerdem inzwischen selbst vor Ort – für die lokalen Märkte und für den Export innerhalb der Region sowie in den Rest der Welt.

Die lokale Konkurrenz dürfte sich in Zukunft jedoch verschärfen, angetrieben durch die technologische Entwicklung sowie die zunehmende Integration innerhalb des asiatisch-pazifischen Raumes. Das Ende 2020 unterzeichnete Freihandels-

abkommen Regional Comprehensive Economic Partnership wird zwar erst auf längere Sicht und nur bei bestimmten Produkten für Wettbewerbsnachteile sorgen. Es wird aber als Weckruf an die Europäische Union gewertet, noch weitergehende Angebote an asiatische Partner zu machen. Umso bedeutender sind die Freihandelsabkommen der Europäischen Union mit einzelnen Staaten Asiens, die aktuell verhandelt werden oder bereits abgeschlossenen sind.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/asien-pazifik](http://www.gtai.de/asien-pazifik)

# China strebt in immer mehr Branchen konkret die Technikführerschaft an und gewinnt Marktanteile.

Zugleich bleibt das Land selbst einer der wichtigsten Märkte. Zwischen Wettbewerber und Partner die Balance zu halten, wird schwieriger.

Chinesische Wettbewerber werden in deutschen Kernbranchen immer stärker. Eine Analyse von Germany Trade & Invest zeigt, dass China Weltmarktanteile zulasten deutscher Lieferanteile ausbauen konnte: Von 1,8 Prozent 1990 stieg der Anteil Chinas an den weltweiten Exporten auf 13,7 Prozent 2019. Rechnet man den Anteil ausländischer in China produzierender Firmen heraus, ergibt sich noch ein Anstieg auf immerhin 9,1 Prozent. Demgegenüber sank der deutsche Exportanteil weltweit von 11,4 auf 8,2 Prozent. Etwas weni-

ger hoch fielen die Anteilsgewinne bei Maschinen, Kfz und chemischen Erzeugnissen aus, besonders stark hingegen bei Elektronik und Elektrotechnik.

## Auf dem Weg zum Technologieführer

Bereits heute gehören chinesische Konkurrenten in einigen Branchen beziehungsweise Segmenten zur Spitzengruppe und sind auf dem Weg zur Technologieführerschaft. Beispielsweise gehören sie in der Windkraftbranche, bei Solarzellen und -modulen sowie bei der Batterieherstellung bereits zu den Marktführern.

Bei Kommunikationstechnik, E-Mobilität (vor allem E-Busse) sowie bei digitalen Technologien wie Bezahlssystemen und künstlicher Intelligenz (etwa Gesichtserkennungssoftware) halten chinesische Firmen ebenfalls eine starke Position. Doch Schlüsselkomponenten kommen häufig noch aus dem Ausland. Auch hinkt China vielfach in der Grundlagenforschung hinterher, trotz sehr hoher Zahl an Patentanmeldungen.

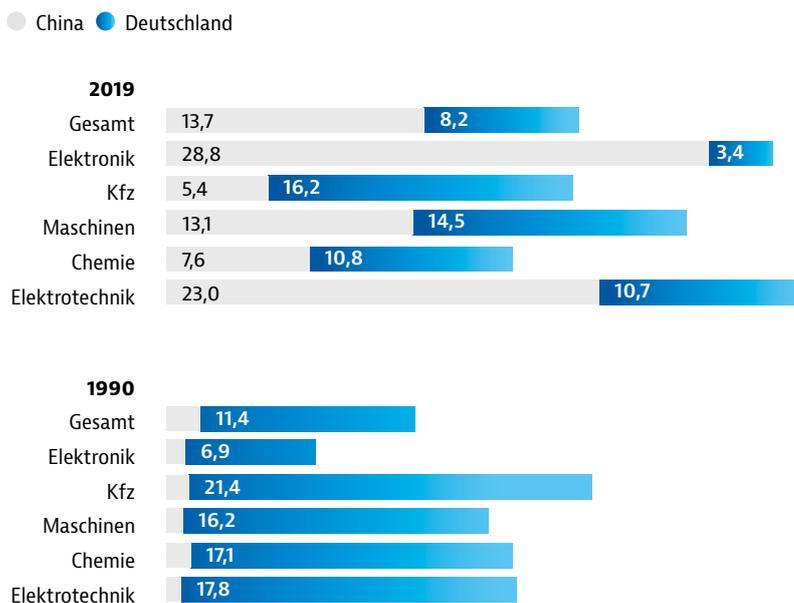
Laut einer Geschäftsklimaumfrage der Deutschen Handelskammer in China vom Februar 2021 antworteten lediglich 2 Prozent der Befragten, dass es in ihrer Branche bereits chinesische Innovationsführer gebe. Doch mit 41 Prozent hielten es so viele deutsche Firmen wie noch nie für wahrscheinlich, dass ihre chinesischen Wettbewerber in den nächsten fünf Jahren in Sachen Innovationen ganz vorne mitspielen werden.

## Der Staat mischt mit

Dass China in immer mehr Branchen aufholt und sich Weltmarktanteile sichert, liegt aber nur zum Teil an der Innovationsfähigkeit der Unternehmen. Stärker fallen Preisvorteile wie Skaleneffekte, ver-

## China gewinnt Weltmarktanteile

In Prozent des Weltexports insgesamt bzw. der jeweiligen Branche



Quellen: UN Comtrade; Berechnungen von Germany Trade & Invest 2021

tikale Unternehmenskonzentration sowie staatliche Unterstützung im Inland und im Auslandsgeschäft ins Gewicht. Mit langfristigen Strategien wie made in China 2025 sollen Technologieführer entstehen, inländische Fertigungs- und Wertschöpfungsanteile erhöht sowie die Abhängigkeit von Schlüsselkomponenten reduziert werden. Dabei setzt die chinesische Führung auch auf ausländisches Know-how etwa durch weltweite Firmenübernahmen, Bevorteilung heimischer Marktteilnehmer und dem erschwerten Zugang ausländischer Unternehmen zu öffentlicher Beschaffung. Gleichzeitig profitiert China von offenen Märkten in Europa, während es den Zugang zum eigenen Markt für ausländische Unternehmen in der Vergangenheit immer wieder beschränkt hat. Im sogenannten „Wettbewerb der Systeme“ setzt China staatskapitalistische Mittel ein.

### **Deutsche Firmen setzen weiter auf China**

Dennoch gilt: Wollen deutsche Firmen weiterhin zur Spitzengruppe gehören, führt kein Weg an China als Absatzmarkt vorbei. In immer mehr Branchen gewinnt dieser an Bedeutung. Für die Zukunft sehen viele Firmen gute Geschäftsmöglichkeiten. Gerade auch in Covid-19-Zeiten war die Volksrepublik als eines der wenigen Länder weltweit mit einem positiven Wirtschaftswachstum ein wichtiger Rettungsanker. Für die deutsche Wirtschaft war sie 2020 mit einem bilateralen Handelsvolumen von 212 Milliarden Euro erneut der größte Handelspartner und erstmals auch der zweitwichtigste Absatzmarkt nach den Vereinigten Staaten.

Auf globale Entkopplungstendenzen, vor allem der USA und der Volksrepublik, wollen deutsche Firmen gemäß der Umfrage der Deutschen Handels-

kammer mit einer verstärkten Lokalisierung reagieren. Außerdem beabsichtigen sie, ihre Investitionen in Forschungs- und Entwicklungskapazitäten zu erhöhen. Dies liegt nicht zuletzt an den günstigen Marktbedingungen vor Ort, wo Technologien häufig schneller zur Marktreife gelangen als in Europa.

Wie sich allerdings mittel- bis langfristig das Streben Chinas nach mehr Autarkie und Unabhängigkeit von ausländischen Produkten, wie es aktuell im neuen Fünfjahresplan angelegt ist, für die deutsche Wirtschaft auswirken kann, ist bislang unklar. Hier können zusätzliche Chancen entstehen, aber auch zunehmend Verdrängung durch chinesische Wettbewerber.

Der Umgang mit China bleibt damit für deutsche Unternehmen ein Balanceakt zwischen Wettbewerb und Partnerschaft. Auch die Kommission der Europäischen Union (EU) betrachtet China gleichzeitig als Partner, Wettbewerber und systemischen Rivalen. Wirtschaft und Politik in Deutschland und der EU fordern jedoch, sich noch stärker für gleiche und faire Wettbewerbsbedingungen einzusetzen und die handelspolitischen Instrumente der EU anzupassen. Ein Schritt in diese Richtung ist das im Dezember 2020 vereinbarte EU-China Comprehensive Agreement on Investment, von dem sich deutsche Firmen eine Verbesserung in Sachen Reziprozität beim Marktzugang und den Wettbewerbsbedingungen erhoffen.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/china](http://www.gtai.de/china)

# In Afrika finden sich alle globalen Megatrends, die Wachstum versprechen – ob Klimawandel, Digitalisierung, Konnektivität oder Urbanisierung.

Doch ein Engagement in den 54 Staaten bleibt herausfordernd.

Ob Klimawandel, Digitalisierung, Konnektivität oder Urbanisierung – die global bestimmenden Themen unserer Zeit sind auch für die Entwicklung Afrikas von zentraler Bedeutung. Sie fordern die 54 teils sehr heterogenen Staaten des Kontinents heraus und bieten zugleich zahlreiche Chancen. Auf der einen Seite locken Märkte mit hohen Wachstumsraten, einer im Durchschnitt jungen Bevölkerung und einer wachsenden Mittelschicht. Auf der anderen Seite sind Staaten mit nur geringen finanziellen Mitteln ausgestattet und es besteht oft umfangreicher Bedarf an Wissenstransfer sowie dem Ausbau von Kapazitäten im öffentlichen Sektor. Einige Länder sind zudem von politischen Spannungen geprägt.

Die deutsche Wirtschaft kann und sollte an dem rasanten Wandel teilhaben, ihre Technologie und ihr Know-how sind gefragt. Doch ein Engagement in Afrika bleibt für deutsche Unternehmen ob der komplexen Rahmenbedingungen herausfordernd. Es bedarf Neugier, Mut und Geduld, um die sich bietenden Chancen zu ergreifen. Anderenfalls bauen die neuen Wettbewerber aus Asien ihre Anteile an Handel und Investitionen weiter aus.

## Keine Elektrifizierung ohne Investitionen

Nach Angaben des Weltklimarats befinden sich 27 der 33 am stärksten vom Klimawandel betroffenen Länder in Afrika. Obwohl der Pro-Kopf-Verbrauch an Energie und damit auch an Ressourcen derzeit in Afrika weltweit am niedrigsten ist, spürt der Kontinent die Folgen des fossilen Zeitalters am stärksten.

Die erneuerbaren Energien bieten Afrika die Chance, die Elektrifizierung dezentral und klimaneutral zu gestalten. Die Afrikanische Union schätzt die Finanzierungskosten jährlich auf 25 Milliarden US-Dollar. Afrika wird dem VN-Nachhaltigkeitsziel, dass alle Menschen bis 2030 einen Zugang zu Strom haben, nur nahekommen, wenn die afrikanischen Staaten die richtigen Rahmenbedingungen setzen. Eine weitere Voraussetzung ist, dass ausländische Investoren die Chancen erkennen und staatliche Institutionen aus den weiter entwickelten Ländern mutige Unternehmen bei ihrem Engagement flankieren.

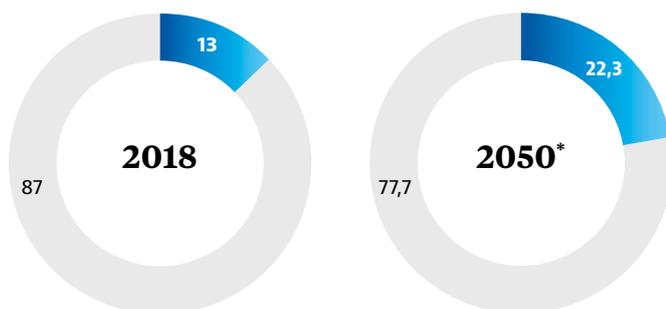
## Städte als Zentren des Wachstums

Der Großteil der Menschen, die in den kommenden Jahrzehnten den ländlichen Raum verlassen, wird das auf dem afrikanischen Kontinent tun. In den vergangenen 30 Jahren verzeichneten afrika-

## Afrikas Anteil an der globalen Bevölkerung in Städten

In Prozent

● Afrika ● restliche Welt



\* Prognosen

Quellen: United Nations (2019): World Urbanization Prospects – The 2018 Revision

nische Metropolen einen Zuwachs von rund 13 Millionen Menschen pro Jahr. In den kommenden zehn Jahren werden es 23 Millionen pro Jahr sein, zwischen 2030 und 2050 voraussichtlich sogar 33 Millionen Menschen.

Zum einen wächst damit die Mittelschicht. Neue Konsumgewohnheiten entstehen. Die junge Bevölkerung wird die Digitalisierung weiter vorantreiben, die bereits in einigen Sektoren, etwa der Kommunikation, dem Finanzwesen und der Logistik, einen enormen Wachstumsschub ausgelöst hat.

Zum anderen erzeugt die Urbanisierung einen enormen Bedarf an Infrastruktur im Verkehr, in der Kommunikation und allgemein der Daseinsvorsorge. Aber auch innerhalb der Staaten und der afrikanischen Regionen spielt der Ausbau der Konnektivität eine sehr wichtige Rolle. Bei vielen Projekten hat China zuletzt eine wichtige Funktion eingenommen.

Die seit Anfang 2021 bestehende African Continental Free Trade Area (AfCFTA) bietet Europa mit seiner jahrzehntelangen Erfahrung der Integration neue Ansätze, mit der Afrikanischen Union zusammenzuarbeiten. Die AfCFTA hat sich das Ziel gesetzt, in einem ersten Schritt 90 Prozent der Zölle zu beseitigen. Der Handel in und mit Afrika wird dadurch einfacher, Investitionen werden attraktiver.

#### **Kein Erfolg ohne Absicherung von Risiken**

Kein Kontinent wird sich in den kommenden Jahrzehnten stärker verändern als Afrika. Die Unternehmen wünschen sich in diesem Umfeld eine noch stärkere Absicherung ihrer Risiken. Die klassischen Instrumente der deutschen Außenwirt-

schaftsförderung bleiben zwar wichtig. Aber auch neue Ansätze der politischen Flankierung und Förderung sind angesichts des zunehmenden Wettbewerbs gefragt und werden im Dialog mit der Wirtschaft entwickelt. Ein Beispiel dafür ist das Wirtschaftsnetzwerk Afrika.

Es gilt, dass Gesellschaft, Politik und Wirtschaft – in Afrika und Europa sowie Deutschland – das Potenzial der Megatrends jetzt nutzen.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/afrika](http://www.gtai.de/afrika)

## Das Verhältnis zu den USA befindet sich im Aufwind, auch wenn Differenzen bleiben.

Die Bedeutung der transatlantischen Beziehungen steht nicht in Frage, der Politikstil der neuen Regierung ist berechenbarer. Die US-Handelspolitik wird aber weiterhin stark nationalen Interessen folgen. Besondere Chancen für transatlantische Kooperationen bieten sich beim Klimaschutz und der Infrastruktur.

Die Erwartungen dies- wie jenseits des Atlantiks sind groß. Während die Europäische Union (EU) in den transatlantischen Beziehungen in vielen Politikfeldern wie beim Klima, Handel oder der North Atlantic Treaty Organization (NATO) auf mehr Multilateralismus hofft, wünscht sich die neue US-Regierung unter Präsident Joe Biden vor allem im Umgang mit China eine enge Zusammenarbeit mit Europa.

### USA weiten „Buy American“ aus

Der neue Präsident hat sich gegen einseitige Sonderzölle ausgesprochen. Das stimmt viele deutsche Exporteure hoffnungsvoll. Beide Seiten, EU

wie USA, sind zudem bestrebt, zu einer dauerhaften Lösung im Streit um die unerlaubten Beihilfen für die Flugzeugbauer Airbus und Boeing zu gelangen. Außerdem dürften die so oft von seinem Amtsvorgänger Donald Trump angedrohten Sonderzölle auf Autoimporte aus Europa vom Tisch sein. Konkret wurde bislang allerdings lediglich angekündigt, dass man bestehende Zölle „kritisch prüfen“ wolle. Gleichzeitig stellte Biden kurz nach seinem Amtsantritt strengere Vorgaben für die öffentliche Beschaffung aller Bundesbehörden zu Gunsten amerikanischer Produkte in Aussicht. Dieser Schritt war zwar erwartet worden und es geht dabei nur um größere Aufträge, die nicht sehr vie-

### Zölle erhöhen nicht nur die Inputkosten

Beispiel Stahl- und Aluminiumprodukte: Zwar können die Unternehmen Ausnahmen von den vorerst weiter bestehenden US-Sonderzöllen beantragen. In vielen Fällen werden diese auch genehmigt. Probleme gibt es in der Regel nur, wenn ein Hersteller in den USA Einspruch erhebt.

Doch gibt es für Zollbefreiungen Mengen- und Wertgrenzen, und da sie maximal zwölf Mona-

te lang gelten, müssen sie laufend neu beantragt werden. Das kann Unternehmen Hunderte von Stunden Verwaltungsarbeit kosten. Diese, wie auch die höheren Inputkosten durch die Zölle selbst, belasten das Geschäft vieler Firmen sowie das ihrer US-Kunden. Besonders gilt dies in der Coronakrise, da die Frachtkosten heute deutlich über dem Vorkrisenniveau liegen.

le deutsche Unternehmen betreffen. Dennoch deutet er darauf hin, dass die US-Handelspolitik weiterhin spürbar innenpolitisch geprägt sein wird.

### **US-Klimakehrtwende bietet große Chancen**

Darüber hinaus belegen Ereignisse wie die Stürmung des Kapitols vom Januar dieses Jahres, dass die USA ein tief gespaltenes Land bleiben. Der Erfolg der neuen Regierung wird wesentlich davon abhängen, ob es ihr gelingt, es wieder zu einen. Vordringlich ist dabei der Kampf gegen die Pandemie, der Biden mit dem zusätzlichen, 1,9 Billionen US-Dollar schweren, Hilfspaket begegnen will, das im März verabschiedet wurde. Entscheidend wird ferner sein, inwieweit der Präsident die US-Wirtschaft wieder ankurbeln kann, wofür es weiterer Hilfsmittel bedarf: Sein Investitionsprogramm „Plan for Climate Change and Environmental Justice“, mit dem er den wirtschaftlichen Wiederaufbau nach Corona zugleich für einen ökologischen Umbau nutzen will, könnte weitere 2 Billionen US-Dollar oder mehr umfassen. Angesichts der hauchdünnen Mehrheit der Demokraten im Senat wird der Präsident auf die Republikaner zugehen müssen. Auf der anderen Seite könnte der linke Flügel der Demokraten noch tiefgreifendere Reformen von Biden fordern.

Überparteiliche Unterstützung benötigt der Präsident zum Beispiel auch, um seine im Wahlkampf angekündigten Projekte im Bereich Klimapolitik umzusetzen: So will der Demokrat bis 2030 bis zu

500.000 neue öffentliche Ladestationen errichten. Außerdem sollen 1,5 Millionen nachhaltige Häuser gebaut sowie 4 Millionen Geschäftsgebäude und 2 Millionen Privathäuser energetisch saniert werden. Insbesondere deutsche Anbieter können dort mit ihrem guten Ruf punkten, zumal die USA gut zehn Jahre hinter europäischen Energieeffizienzstandards zurückliegen.

### **Gretchenfrage China**

Ein weiterer wichtiger Faktor für das künftige transatlantische Verhältnis und damit die wirtschaftlichen Beziehungen dürfte die Chinapolitik der EU und der USA sein. Hier erwartet Washington angesichts ähnlicher Streitpunkte mit China von der EU Rückendeckung. Präsident Biden ist, im Gegensatz zu seinem Vorgänger Trump, dazu bereit, die Europäer stärker in die China-Politik einzubinden. Was den Zugang Chinas zu US-Technologie betrifft, hat sich an der Position Washingtons aber wenig geändert: Auch die neue US-Regierung sieht Chinas Politik zu großen Teilen als Bedrohung an, darunter den unzureichenden Schutz geistigen Eigentums. Und auch sie denkt, dass weder die EU noch die Welthandelsorganisation diesen Problemen bislang angemessen begegnen.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/usa](http://www.gtai.de/usa)

# Corona rückt die Gesundheitspolitik weltweit in den Fokus.

Das regt die Nachfrage nach neuen Gesundheitslösungen an und bietet Deutschland die Möglichkeit, seine Position auszubauen.

Seit der Ausbreitung des neuen Coronavirus beherrscht das Thema Gesundheit Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Bis heute hat die Pandemie fast 2,5 Millionen Menschen das Leben gekostet. Extrem wirkt sich Covid-19 zudem auf die globale Wirtschaft und den internationalen Warenverkehr aus. Die deutsche Gesundheitswirtschaft zeigt in der Krise, wie leistungsfähig sie ist – in Deutschland und weltweit.

Die Pandemie bringt auch neue Geschäftschancen mit sich. Doch um die zu heben und ihre Wettbewerbsposition und Innovationskraft auszubauen, müssen sich die Branchenunternehmen veränderten Anforderungen anpassen. Gleiches gilt für die Außenwirtschaftsförderung.

## **Wirtschaftsfaktor Gesundheit**

Bei Impfstoffprojekten belegt Deutschland einen Spitzenplatz: Zwölf Unternehmen und Forschungseinrichtungen arbeiten an Coronavakzinen. 19 Unternehmen und Forschungsinstituten wirken unterstützend bei der Impfstoffentwicklung oder -produktion mit. Der erste weltweit zugelassene mRNA-Impfstoff gegen Covid-19 wurde in Deutschland entwickelt.

Auch im Bereich der Medizintechnik konnten hiesige Firmen einen Beitrag leisten: Hierzulande hergestellte Geräte für Sauerstoff- und Beatmungs-therapie spielten unmittelbar nach Ausbruch der Pandemie eine wichtige Rolle für die optimale Versorgung und maschinelle Beatmung der Erkrankten. Zwischen Januar und November 2020 stiegen die Exporte dieser Apparate dem Statistischen Bundesamt zufolge um 88 Prozent. Zu den besonderen Stärken des deutschen Gesundheitsmarktes zählt – neben einer umfassenden

Gesundheitsversorgung – eine starke industrielle Gesundheitswirtschaft. Die Branche war bereits vor Corona auf Expansionskurs: Zwischen 2010 und 2019 wuchs sie jährlich um 4,1 Prozent. Im Jahr 2019 exportierte sie Waren im Wert von knapp 120 Milliarden Euro bei einem Plus von durchschnittlich 6 Prozent, so Zahlen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

Schließlich spielt die Gesundheitswirtschaft eine wichtige Rolle für den technischen Fortschritt. Weltweit investiert kein anderer Wirtschaftszweig außer der Datenverarbeitungs- und Elektronikindustrie so viel in F&E wie die Gesundheitsbranche. Die Bedeutung für den Innovationsstandort Deutschland zeigt sich auch an der Anzahl der europäischen Patentanmeldungen. Deutschland belegt hier laut Bundesgesundheitsministerium Platz 2.

## **SICHTBAR IM AUSLAND**

***In der vom öffentlichen Sektor geprägten Gesundheitswirtschaft müssen auch mittelständische Unternehmen dafür sorgen, gegenüber ausländischen ausschreibenden Behörden sichtbar zu sein.***

Die Chancen für Wachstum und Beschäftigung in der industriellen Gesundheitswirtschaft steigen weiter. Vor dem Hintergrund von Covid-19 investieren die wichtigsten Zielmärkte Milliarden in ihre

Gesundheitssysteme. Die USA haben in 2020 zusätzlich 8,6 Milliarden US-Dollar für die Entwicklung von Impfstoffen, Schutzausrüstung etc. aufgewendet. Die neue US-Regierung verfolgt überdies das Ziel, allen US-Bürgern den Zugang zu medizinischer Versorgung zu garantieren. China mobilisierte 2020 zusätzliche 1,4 Milliarden US-Dollar, um das Gesundheitssystem gegen die Pandemie zu rüsten – entsprechend wuchsen die nationalen Gesundheitsausgaben um 12,5 Prozent.

### **Innovationskraft kontinuierlich ausbauen**

Die Anforderungen an die Branchenunternehmen verändern sich: Das Spektrum reicht von der Digitalisierung von Vertrieb, Kundendienst und Messen, der Diversifizierung und räumlichen Umstrukturierung von Lieferketten bis zur steigenden Nachfrage nach Produkten aus den Bereichen Diagnostik und E-Health.

In der vom öffentlichen Sektor geprägten Gesundheitswirtschaft müssen auch mittelständische Unternehmen dafür sorgen, gegenüber ausländischen ausschreibenden Behörden sichtbar zu sein. Die chinesische Initiative der „Gesundheitsseidenstraße“ droht, den staatlich geförderten Konkurrenzdruck international weiter anzuheben. Die im Entstehen begriffene Europäische Gesundheitsunion könnte ein Gegengewicht dazu schaffen.

Auch die Außenwirtschaftsförderung spielt eine wichtige Rolle dabei, die deutsche Branche international wettbewerbsfähig zu halten. Schließlich gilt es, innovative Unternehmen in besonders wichtigen Segmenten noch besser zu identifizieren und ihnen stärker Zugang zu ausländischen Partnern zu eröffnen. Die Exportinitiative Gesundheitswirtschaft von GTAI begleitet vor allem KMU

aus dem Sektor beim Gang ins Ausland. In engem Schulterschluss mit Fachverbänden nimmt sie wichtige Zielmärkte in den Blick, stellt Marktinformationen bereit, hilft Produkte zu vermarkten und unterstützt das BMWi bei der politischen Flankierung.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/gesundheitsmaerkte](http://www.gtai.de/gesundheitsmaerkte)

# Der internationale Wettbewerb um Fachkräfte wird intensiver.

Deutschland als attraktiver Wirtschaftsstandort muss seine Anstrengungen verstärken, um auch zukünftig im internationalen Wettbewerb um die klügsten Köpfe und innovativsten Unternehmen konkurrenzfähig zu bleiben. Gefordert sind zudem Lösungsansätze auf europäischer Ebene.

Deutschland steht im Wettbewerb um Wissenschaftler und Fachkräfte mit attraktiven Technologie- und Forschungsstandorten, zum Beispiel in Asien und den USA. Bei einem jährlichen Abwanderungsverlust von 50.000 Fachkräften wird es Deutschland immer schwerer fallen, qualifiziertes Personal zu finden und somit weitere wichtige Standortfaktoren, wie die für das Land erfolgskritische Innovationskraft, aufrechtzuerhalten

## MINT-Bereich besonders betroffen

Im Bereich Forschung und Innovation nimmt Deutschland nach wie vor eine Spitzenstellung ein. Es profitiert hier unter anderem von der

hohen Qualität seiner Fachkräfte, einer Vielzahl von Patentanmeldungen, einer guten Verzahnung von Wirtschaft und Wissenschaft und einer hohen Forschungsintensität der Industrie – gerade für potenzielle ausländische Investoren einer der unabdingbaren und unverzichtbaren Standortfaktoren. Doch die hohe Leistungsfähigkeit des Innovationsstandortes Deutschland darf nicht über zukünftige Anpassungserfordernisse hinwegtäuschen. Denn der stetig wachsenden Nachfrage nach hochqualifiziertem Personal steht der Rückgang der absoluten Zahl gut ausgebildeter Arbeitskräfte infolge des demografischen Wandels entgegen.

## Engpässe in Schlüsselindustrien und -regionen

Kein flächendeckendes Phänomen, jedoch sich verfestigende Engpässe in Schlüsselbranchen und -regionen: Besonders vom Fachkräftemangel betroffen sind Baden-Württemberg und Bayern. Aber auch Unternehmen in den östlichen Bundesländern sowie in Rheinland-Pfalz und Niedersachsen klagen darüber. Im Jahr 2019 konnten 263.000 Stellen in den MINT-Berufen nicht besetzt werden. Im IT-Bereich blieben 2019 bis Oktober 124.000 Stellen frei. Über 80 Prozent der deutschen Betriebe sind mittlerweile der Meinung, dass hierzulande ein IT-Fachkräftemangel existiert.

Bereits vor der Pandemie zeigten aktuelle Zahlen des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi), dass 55 Prozent der Unternehmen den Fachkräftemangel gegenwärtig als Risiko sehen. Mit einem insgesamt sinkenden und alternden Arbeitskräftepotenzial werden sich die bereits jetzt sichtbaren strukturellen Fachkräfteengpässe weiter verschärfen. Besonders betroffen sind das Handwerk, die Metall- und Elektroindustrie, die IT sowie der MINT-Bereich. Die sogenannte „Ingenieurlücke“ in Deutschland wird auf 35.900 gegenwärtig offene Stellen beziffert, Tendenz weiter steigend. Schon 2030 könnten dem Wirtschaftsforschungsunternehmen Prognos zufolge knapp 3 Millionen Fachkräfte fehlen.

Auch eine gemeinsame Studie des Kieler Instituts für Weltwirtschaft mit McKinsey im Auftrag des BMWi vom Mai 2020 sieht die Fachkräftesicherung als eine der wesentlichen Zukunftsaufgaben zur Standortsicherung – und stellt gleichzeitig fest, dass dies nicht nur ein deutsches Problem ist.

### **Potenziale heben, europäischer denken**

Noch schwieriger sind Fachkräfte demnach in Polen und der Tschechischen Republik, aber auch in Frankreich, Italien und Spanien zu finden. So handelt es sich um eine europäische Herausforderung, für die immer häufiger auch europäische Lösungen gefragt sind. Denn eine derart komplexe gesellschaftliche Herausforderung ist nicht mit Einzelmaßnahmen zu bewältigen. Bei der Ausbildungs- und Forschungspolitik kommen beispielsweise umfassende europäische Initiativen zur breiten und einheitlichen Förderung der betrieblichen Ausbildung und Weiterqualifizierung infrage. Zudem könnte eine Verbesserung der örtlichen und beruflichen Mobilität innerhalb der EU insbesondere für Fachkräfte einen wichtigen Beitrag leisten.

Daneben ist es wichtig, vorhandene Potenziale zu nutzen. Zu diesen zählen vor allem Frauen, ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie solche mit Qualifizierungs- und Karrierewunsch und Fachkräfte aus der Europäischen Union (EU) und Nicht-EU-Ländern. Das am 1. März 2020 in Kraft getretene Fachkräfteeinwanderungsgesetz wird dazu beitragen, Deutschland für Fachkräfte aus Nicht-EU-Ländern deutlich attraktiver zu machen, vorausgesetzt, es gelingt, die Anerkennung ausländischer Bildungsabschlüsse zu vereinfachen. Die am 1. Februar 2020 eingerichtete „Zentrale Servicestelle Berufsankennung“ leistet hierzu einen wichtigen Beitrag durch Beratung und Information.

Auch der von der Bundesregierung geplante weitere Ausbau des Informationsangebots des Dachportals „Make it in Germany“ ist ein wichtiger Schritt. Laut Fachkräftestatistik arbeiten derzeit

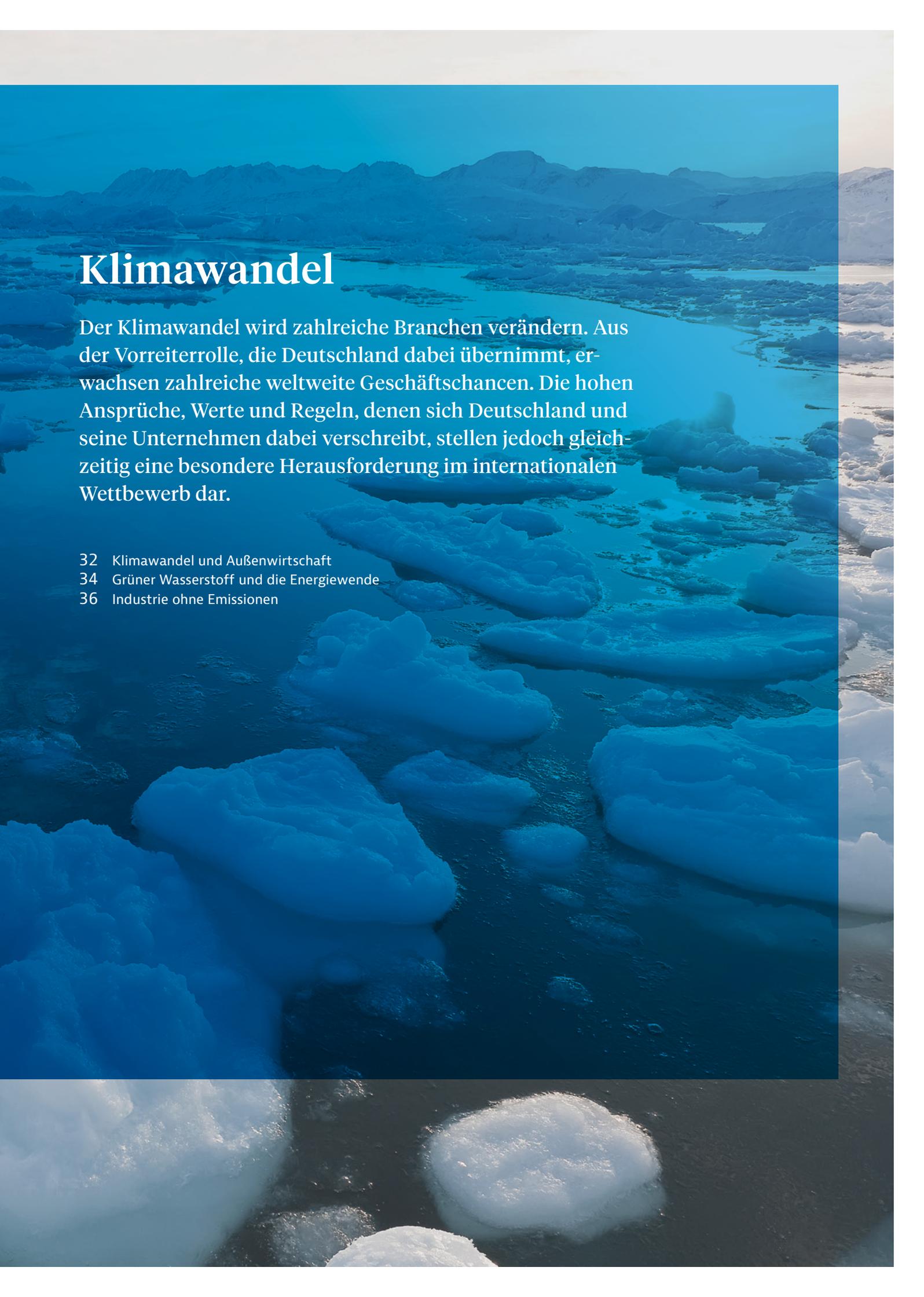
zudem mehr als 200.000 hoch qualifizierte Deutsche in EU-Ländern und den USA. Könnten sie mit erleichterten Rückkehrbedingungen dazu motiviert werden, ihre Karriere hierzulande fortzuführen, käme dies ebenfalls der Wirtschaft zugute.



Lesen Sie mehr auf:

[www.gtai.de/business-location-germany](http://www.gtai.de/business-location-germany)





# Klimawandel

Der Klimawandel wird zahlreiche Branchen verändern. Aus der Vorreiterrolle, die Deutschland dabei übernimmt, erwachsen zahlreiche weltweite Geschäftschancen. Die hohen Ansprüche, Werte und Regeln, denen sich Deutschland und seine Unternehmen dabei verschreibt, stellen jedoch gleichzeitig eine besondere Herausforderung im internationalen Wettbewerb dar.

- 32 Klimawandel und Außenwirtschaft
- 34 Grüner Wasserstoff und die Energiewende
- 36 Industrie ohne Emissionen

# Der Klimawandel wird den deutschen Außenhandel massiv beeinflussen.

Importseitig ist mit Veränderungen traditioneller Beschaffungswege und Lieferketten zu rechnen. Exportseitig ergeben sich aber auch Chancen durch die Bereitstellung umweltfreundlicher Technologien.

Die deutsche Wirtschaft ist von den globalen Auswirkungen des Klimawandels aufgrund ihrer Handelsverflechtungen und des enormen Außenhandelsvolumens besonders stark betroffen. Die Maßnahmen, die weltweit im Kampf gegen die globale Erwärmung ergriffen werden, bieten gleichzeitig neue Möglichkeiten für den Absatz grüner Technologien.

## **Umfangreiche indirekte Auswirkungen**

Bereits 2015 zeigte eine Vulnerabilitätsstudie von Umweltbundesamt (UBA) und adelphi, dass sich zahlreiche Bereiche der deutschen Wirtschaft für die Auswirkungen des Klimawandels wappnen müssen, vor allem Maschinen, Fahrzeuge und Fahrzeugteile, chemische Erzeugnisse sowie Anlagenteile. Aber auch landwirtschaftliche Importe, Erze, Datenverarbeitungsgeräte und optische Erzeugnisse gelten als anfällige Handelsgüter. Dies liegt weniger an der klimatischen Vulnerabilität Deutschlands selbst, als daran, dass diese Waren aus klimavulnerablen Ländern wie Brasilien oder Indien stammen.

Extremwetterereignisse wie Überschwemmungen, Stürme oder extreme Hitze und Dürre können den Produktionsanlagen, Lagern und Gebäuden in klimavulnerablen Ländern immer stärker zusetzen. Dadurch steigt das Risiko, dass es zu Produktionseinbußen vor allem bei Vorleistungsgütern und Lieferverzögerungen kommt. Das kann zu höheren Produktionskosten in Deutschland führen oder es gar notwendig machen, Lieferanten und Produktionsstandorte kurzfristig zu ersetzen. Infolge der zunehmenden globalen Verflechtung von Lieferketten könnte sich dieses Problem in den kommenden Jahren noch verschärfen. Zudem könnte es verstärkt zu einem Carbon Leakage kommen –

also der Verlagerung der Emissionen in Schwellenländer, in denen die CO<sub>2</sub>-Bepreisung niedriger ausfällt oder überhaupt nicht etabliert ist – warnt ein 2019 veröffentlichtes Sondergutachten des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung Deutschlands.

Insgesamt ist damit zu rechnen, dass der Klimawandel ein Dämpfer für das globale Wirtschaftswachstum sein wird. Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet in einer Studie von 2019 mit einem Rückgang des globalen BIP von 2,5 Prozent bis 2050 und sieht damit „substanzielle“ Leistungsverluste der Weltwirtschaft. Dieses laut den Autoren moderate Szenario basiert auf einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß auf heutigem Niveau und einer durchschnittlichen Erderwärmung um 0,04 Grad Celsius pro Jahr in den nächsten 30 Jahren.

## **Druck auf Landwirtschaft und Infrastruktur**

In Ländern, deren BIP stark von der Landwirtschaft abhängt, könnte die Wirtschaft besonders unter Druck geraten, so der IWF. In Deutschland könnten die weltweiten Auswirkungen auf Angebot und Qualität landwirtschaftlicher Erzeugnisse die lebensmittelverarbeitende Industrie beeinträchtigen. Sie importiert landwirtschaftliche Produkte, verarbeitet sie und exportiert sie wieder. Bei Kaffee ist Deutschland beispielsweise weltweit führend, aber in hohem Maße von ausländischen Erträgen abhängig. Tchibo, die Nummer Zwei auf dem deutschen Kaffeemarkt nach Marktanteilen, sieht im Klimawandel die größte Herausforderung für die Branche.

Der Klimawandel beeinflusst auch die Infrastruktur für den internationalen Warenhandel. Besonders betroffen ist der Schiffsverkehr, der sich

direkt mit Extremwetterereignissen und dem Meeresspiegelanstieg konfrontiert sieht. Auch die Betreiber von Hafenanlagen, Containerterminals und Kanälen werden Strategien entwickeln müssen, um diesen Herausforderungen zu begegnen. Andererseits konstatiert das UBA, dass auch der

#### BETROFFENE BRANCHEN

***Zahlreiche Bereiche der deutschen Wirtschaft sind von den Konsequenzen des Klimawandels betroffen, darunter besonders Hersteller von Maschinen, Fahrzeugen und Fahrzeugteilen, chemischen Erzeugnissen sowie Anlagenteilen.***

deutsche Import von einer längeren Schifffahrtsaison aufgrund des zurückgehenden Meereis oder der Erschließung der Nord-West-Passage profitieren würde.

#### **Der Exportwirtschaft bieten sich auch Chancen**

Der Klimawandel selbst werde sich auf die deutschen Exporte laut einer Studie des McKinsey Global Institute aus dem Jahr 2020 im Allgemeinen weniger stark auswirken. Veränderungen werden dennoch in Form von sich wandelnden ökonomischen Strukturen klimaexponierter Volkswirtschaften zu spüren sein, was Auswirkungen auf die Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen

aus Deutschland mit sich bringen könne. Chancen ergeben sich zum einen durch weltweite Investitionen in Infrastruktur und Technologien, um die unmittelbaren Auswirkungen wie Dürren, Starkregenereignisse und Überschwemmungen in den Griff zu kriegen. Davon dürfte beispielsweise die deutsche Wasserbranche profitieren.

Zum anderen steigern die zunehmenden klimapolitischen Maßnahmen rund um den Globus die Nachfrage nach Low-Carbon-Konsumgütern, klimaresilienten Baumaterialien und Investitionen in Technologien zur Emissionsminderung und Steigerung der Ressourcen- sowie Energieeffizienz.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/umwelttechnik](http://www.gtai.de/umwelttechnik)

# Grüner Wasserstoff ist für die Energiewende unverzichtbar.

Zudem eröffnet der flexible Energieträger neue Märkte. Doch er kann nur eine tragende Rolle spielen, wenn erneuerbare Energien im In- und Ausland massiv ausgebaut werden.

Wasserstoff spielt für die Energieversorgung der Zukunft eine Schlüsselrolle. Der vielseitig verwendbare Brennstoff kann Kohle, Erdöl und Erdgas ersetzen. Wasserstoff macht es möglich, Energie zu speichern, zu transportieren und damit überall einzusetzen – ob in der Industrie, im Verkehr oder im Energiesektor. Nur wenn grüne Energie in allen Lebensbereichen zum Einsatz kommt, können sämtliche Treibhausgase vermieden und der Klimawandel gestoppt werden.

## Konkurrenz um die beste Wasserstoffstrategie

Die Europäische Kommission hat in ihrem „Green Deal“ die Klimaneutralität bis 2050 beschlossen. Die USA sind dem Pariser Klimaschutzabkommen wieder beigetreten. Selbst China will bis zum Jahr 2060 CO<sub>2</sub>-Neutralität erreichen. Weltweit werden

---

***300 Terawattstunden Wasserstoff wären nach Expertenschätzungen für den klimafreundlichen Umbau der gesamten Industrie in Europa notwendig.***

---

gegenwärtig zahlreiche Initiativen zur Förderung der Wasserstofftechnologie gestartet. Die Dynamik im Markt ist enorm. Deutschland wird dabei mit seiner „Nationalen Wasserstoffstrategie“ zu einem globalen Vorreiter. Für den Erfolg der Wasserstofftechnologie sind ein massiver Ausbau der Elektrolysekapazitäten und kostengünstige, wett-

bewerbsfähige H<sub>2</sub>-Transportlösungen erforderlich. Eigens entwickelte Technik und Dienstleistungen werden dafür sorgen, dass Wasserstoff industriell hergestellt, gespeichert, transportiert und am Einsatzort bereitgestellt werden kann. Deutsche Forschung und Unternehmen gehören zur Weltspitze bei Wasserstofftechnologien. Die einzigartige Chance, mit deutschem Know-how zum Ausstatter der globalen Energiewende zu werden, gilt es zu nutzen.

## Schlüssel zur Dekarbonisierung

Damit die energieintensive Erzeugung von Wasserstoff umweltfreundlich erfolgt, muss er mit grünem Strom durch Elektrolyse aus Wasser gewonnen werden. Daraus ergibt sich, dass ein massiver Ausbau der erneuerbaren Energien notwendig ist. Die Gestehungskosten von Strom aus Windkraft und Fotovoltaik müssen zudem drastisch sinken, sonst bleibt grüner Wasserstoff gegenüber „anderen Farben“ zu teuer.

Kann das gelingen? Die Stromgestehungskosten der erneuerbaren Energien sinken jedenfalls unaufhaltsam und das rascher als erwartet. Laut „Hydrogen Insights 2021 Report“ sind bereits 228 Wasserstoffprojekte in 30 Ländern weltweit im Gesamtwert von über 300 Milliarden US-Dollar angekündigt worden. Der entstehende Wettbewerb ist optimal, um die Kosten schnell zu drücken.

Um die gesamte deutsche Industrie mit grünem Wasserstoff zu versorgen und den daraus folgenden Bedarf an Elektrolysekapazitäten zu decken, wird die Erzeugung von grünem Strom in Deutschland allein jedoch nicht ausreichen. Damit könnten Prozesse bei Stahl- und Chemiekonzernen, in Raf-

finerien oder der Ammoniakproduktion komplett dekarbonisiert werden, heißt es in einer Studie der Berliner Denkfabrik Agora Energiewende.

Deutschland wird auf Importe von Wasserstoff aus dem Ausland angewiesen sein. Traditionelle Exporteure von Energieträgern wie Saudi-Arabien und Russland konkurrieren dabei mit Newcomern wie Marokko und Chile. Die Bundesregierung plant, strategische Wasserstoff-Partnerschaften in Europa und der Welt anzubahnen. Nach dem Motto „Shipping the sunshine“ soll grüner Wasserstoff in Regionen mit viel Wind, Sonne und Wasser produziert und von dort exportiert werden, um den Energiebedarf zu decken.

### **Neue Märkte entstehen**

Deutsche Wind- und Solarfirmen sind bereits weltweit tätig. Der Ausbau der Stromerzeugung für die Wasserstoffgewinnung wird ihren Absatzmarkt erheblich erweitern. Als Vorreiter bei erneuerbaren Energien kann Deutschland seinen technologischen Vorsprung nutzen, um in strategischen Wasserstoff-Produktionsstandorten die notwendige Wind- und Solartechnik mit Beratungsleistungen anzubieten. Dadurch entstehen neue Absatzchancen für innovative Technologieunternehmen: beim Export von Technologien für Wasserstoff und erneuerbare Energien, sowie beim Import von kostengünstig im Ausland produziertem grünem Wasserstoff für die deutsche Industrie. In den nächsten zehn Jahren wird sich ein globaler Wasserstoffmarkt herausbilden, in dem Deutschland eine Führungsrolle anstrebt.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/greentech](http://www.gtai.de/greentech)

# Ohne klimaneutrale Grundstoffindustrien wird Deutschland in einer emissionsfreien Zukunft kein wettbewerbsfähiger Industriestandort bleiben.

Deutschland und Europa haben wichtige Weichen bereits gestellt – müssen aber noch große Herausforderungen bewältigen.

Die Klimaziele der Europäischen Union sind ehrgeizig. Bis 2050 sollen die Treibhausgasemissionen innerhalb der EU laut European Green Deal auf Netto-Null reduziert werden. Damit würde Europa die erste klimaneutrale Industrieregion der Welt sein. Für den Wirtschaftsstandort Deutschland mit seiner sehr breit aufgestellten industriellen Produktionsbasis wird der Weg dahin kein leichter sein. Ein wesentlicher Faktor beim grünen Transformationsprozess werden die kohlenstoffintensiven Grundstoffindustrien sein. Nur durch die Wahrung dieser Schlüsselindustrien ist eine nachhaltige

internationale Wettbewerbsfähigkeit des Industriestandortes Deutschland auch in einer klimaneutralen Zukunft gesichert.

So zeichnen sie etwa laut einer Studie der Stiftung Mercator für rund 550.000 hochwertige Arbeitsplätze in Deutschland verantwortlich und sind als Basis vieler Wertschöpfungsketten ein elementarer Pfeiler der Volkswirtschaft. Auf dem Weg zur Klimaneutralität und sauberer Produktion dürfen sie nicht in andere Regionen dieser Welt ohne strenge Umweltauflagen abwandern, wenn Dekarbonisierung nicht Deindustrialisierung bedeuten soll.

## Erste Weichen bereits gestellt

Da schon bald der letzte Investitionszyklus für eine saubere, emissionsfreie Produktion von Gütern wie zum Beispiel „grünem Stahl“ im Jahr 2050 beginnt, werden bereits heute wichtige politische Weichen für den Aufbau einer klimaneutralen Grundstoffproduktion gestellt.

Hierbei soll in Zukunft insbesondere Wasserstoff den Kohlenstoff im Produktionsprozess ersetzen. So sind im Rahmen der Nationalen Wasserstoffstrategie Investitionen von 7 Milliarden Euro für die Förderung von Wasserstofftechnologien am Standort Deutschland geplant. Weitere 2 Milliarden Euro sollen in internationalen Projekten und Partnerschaften in verschiedenen Regionen der Welt eingesetzt werden. Ziel dabei ist, zukünftig mit Hilfe von „grünem Wasserstoff“ – produziert mit dem Einsatz von erneuerbaren Energien im In-

## Anteil einzelner Branchen an Emissionen der Industrie 2019

In Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent

Branche	Emissionen
Eisen und Stahl	35,6
Raffinerien	23,2
Zementklinker	20,0
Chemische Industrie	16,9
Sonstige mineralverarbeitende Industrie	8,2
Industrie- und Baukalk	6,9
Papier und Zellstoff	5,1
Nichteisenmetalle	2,6
Sonstige Verbrennungsanlagen	0,6

Quelle: Deutsche Emissionshandelsstelle im Umweltbundesamt, Mai 2020

und Ausland – neben den Grundstoffindustrien auch weitere Bereiche wie den Verkehr zu dekarbonisieren. Durch den raschen Aufbau einer Wasserstoffindustrie und -infrastruktur sollen so auch

#### INVESTITIONSPLÄNE

***Die Nationale Wasserstoffstrategie sieht vor, 7 Milliarden Euro für die Förderung von Wasserstofftechnologien in Deutschland auszugeben.***

energie- und emissionsintensive Industrien klimaneutral und somit zukunftsfähig gemacht werden. Deutschland kann sich dabei eine internationale Vorreiterrolle im Bereich Wasserstoff sichern.

#### **Viele Herausforderungen bleiben**

Doch mit der Umstellung auf eine Produktion von beispielsweise „grünem Stahl“ allein ist es nicht getan. Daher setzt sich unter anderem das Handlungskonzept Stahl des BMWi aus dem Jahr 2020 zusätzlich das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Stahlindustrie auf den Weltmärkten zu sichern und faire Wettbewerbsbedingungen für klimaneutral produzierten Stahl zu schaffen. So werden auch die gegenwärtig bestehenden Überkapazitäten auf den Weltmärkten für Produkte

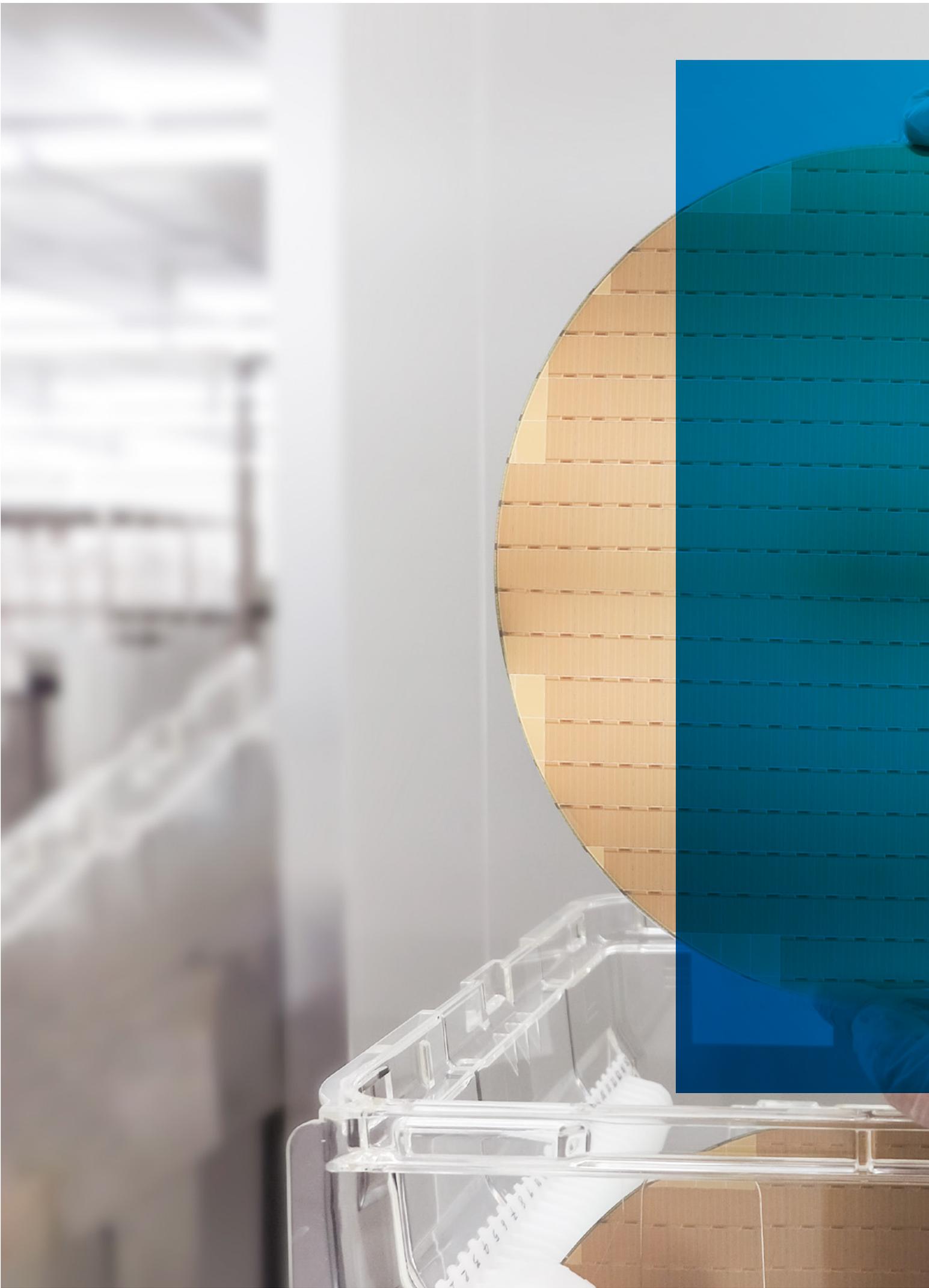
wie Stahl zu Hürden auf dem Weg zur Klimaneutralität des Industriestandortes Deutschland. Auch eine konsequente Umsetzung des Emissionshandelssystems ist in diesem Zusammenhang wichtig. Des Weiteren muss noch ein zuverlässiges Versorgungskonzept für „grünen Wasserstoff“ ausgearbeitet werden. Er muss unter Verwendung von erneuerbaren Energien möglichst kostengünstig hergestellt und zum Standort Deutschland geliefert werden. Auch die Kosten der Wasserstoffproduktion müssen noch merklich fallen, um eine Wettbewerbsfähigkeit zu ermöglichen.

Der Industriestandort Deutschland steht also vor großen Herausforderungen. Gleichzeitig bietet die anstehende grüne Transformation eine vielleicht umso größere Chance, sich als zukunftsfähiger Industrie- und Produktionsstandort in einer internationalen Vorreiterrolle bei der Bekämpfung des Klimawandels zu etablieren.



Lesen Sie mehr auf:

[www.gtai.de/green-hydrogen](http://www.gtai.de/green-hydrogen)



# Digitalisierung

Die Coronapandemie führt zu einem weiteren, dauerhaften Digitalisierungsschub. Die deutsche Wirtschaft droht, daraus entstehende Marktchancen zu verpassen und bestehende Innovationsvorsprünge zu verlieren.

- 40 Gefahren für digitale Souveränität
- 42 Geschäftspraxis nach Corona
- 44 E-Commerce verändert Geschäftswelt
- 46 Digitalisierung sichert Hochlohnstandort

# Deutschlands Abhängigkeit bei Halbleitertechnik bedroht seine digitale Souveränität.

Die für die weitere Digitalisierung notwendigen IKT-Komponenten kommen vor allem aus Asien und den USA.

Die Halbleiterfertigung ist überaus konzentriert. 2019 kamen rund 73 Prozent der weltweit produzierten Halbleiter aus China, Taiwan, Südkorea und Japan, so Zahlen einer Analyse des Zentralverbands Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI). Die USA kamen auf 11 Prozent, die EU auf 8 Prozent. Auch Standardchips wie etwa Speicherbausteine für die Unterhaltungselektronik werden fast ausnahmslos in Asien und den USA hergestellt.

Vor allem in China, Taiwan und Südkorea werden neue Kapazitäten aufgebaut. Südkorea ist führend in der Produktion von Speicherchips und hat große Ambitionen bei Logikchips sowie in der Auftrags-

fertigung von Chips für Dritte. Bereits heute ist der südkoreanische Konzern Samsung nach TSMC, dem Primus aus Taiwan in diesem Bereich, der zweitgrößte Auftragsfertiger weltweit. Taiwan ist derweil dabei, seine zentrale Position in der globalen Halbleiterlieferkette weiter auszubauen. Japan galt in den 90er-Jahren als das unangefochtene Zentrum der globalen Halbleiterindustrie, liegt aber lediglich bei Speicherchips und Bildsensoren mit Kioxia (ehemals Toshiba Memory) und Sony noch auf Spitzenpositionen. In China werden viele Chips verbaut. Das Land versucht aufzuschließen, leidet aber stark unter dem US-chinesischen Handelskonflikt.

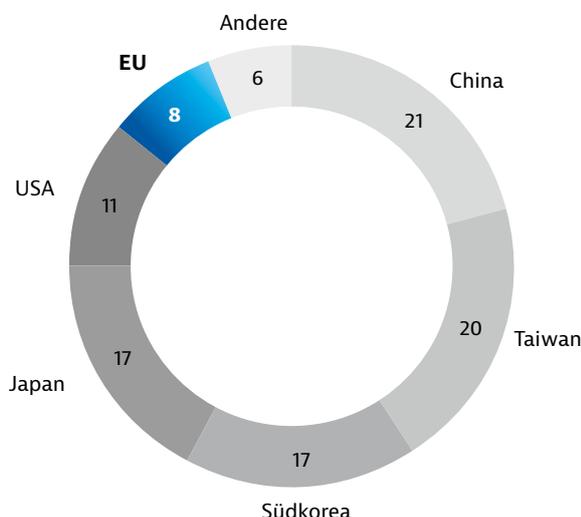
„Europa hat aber immer noch die Spitzenposition inne, wenn es um Spezialchips etwa für Autos, Industrieanlagen oder Medizintechnik geht – je komplexer die Anwendung, desto höher der europäische Marktanteil“, stellt Christoph Stoppok fest, im ZVEI für Mikroelektronik verantwortlich. „Aber es ist kein guter Ausblick, wenn die europäische Industrie von nur zwei Produzenten von Standardchips abhängig ist, von denen der eine in den USA und der andere in Fernost sitzt“, ergänzt Stoppok.

## Nachfragedruck nimmt zu

In der Tat sind Deutschland und Europa auf Zulieferungen aus Übersee angewiesen. Hierzulande fragen vor allem die Automobilindustrie und die verarbeitende Industrie ständig mehr Halbleiterprodukte nach. Eingebettete Sensoren, Computerchips und andere elektronische Bauelemente machen digitale Technologien wie 5G, künstliche Intelligenz, automatisiertes Fahren oder Industrie 4.0 erst möglich und gelten dadurch als kritische Infrastrukturkomponenten. Der ZVEI geht von

## Halbleiterproduktion 2019

Nach Standort der Wafer-Fabrik, Anteile in Prozent\*



\* Front-End-Fertigung, inkl. Foundries  
Quelle: ZVEI

einem mittleren jährlichen Wachstum des europäischen Mikroelektronikmarktes um 3,1 Prozent bis 2024 aus. Die Covid-19-Pandemie hat gezeigt, wie schnell die Abhängigkeiten zum Problem werden. So kam es Anfang 2021 zu einem Mangel an Elektronikchips in der Automobilindustrie, da einerseits während der Pandemie die weltweite Nachfrage nach Elektronikprodukten wie Mobiltelefonen, Notebooks und Fernsehern stark gestiegen war und zum anderen früher als erwartet der Automobilabsatz wieder anzog. Hinzu kam noch ein Produktionsrückgang von Silizium in chinesischen Werken, die 2019 für rund 64 Prozent der weltweiten Herstellung verantwortlich waren. Die Folge: Deutsche Autofabriken bekamen nicht genügend der begehrten Halbleiterprodukten zugeliefert.

### **Verbände fordern EU-Engagement**

Um die Wettbewerbsfähigkeit des Industriestandorts Europa zu erhöhen und sich für die digitale Souveränität einzusetzen, investiert die EU schon seit einigen Jahren in den Ausbau der eigenen Halbleiterfertigung. Im Dezember 2020 einigte sich eine Allianz aus 19 EU-Mitgliedsstaaten, darunter Deutschland, auf einen Dreijahreshorizont: Bis 2023 sind rund 145 Milliarden Euro für den Ausbau der Kapazitäten im Bereich der Halbleitertechnologie vorgesehen. Sie stammen größtenteils aus den Töpfen der Coronakonjunkturprogramme.

In diesem Rahmen können die Mitgliedstaaten die Industrie mobilisieren, um ein neues „Wichtiges Projekt von Gemeinsamem Europäischem Interesse“ (Important Project of Common European Interest, IPCEI) aufzusetzen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie führte zwischen Januar und März 2021 ein Interessenbekundungsverfahren für ein solches Projekt zur Förderung von Mik-

roelektronik und Kommunikationstechnologien durch.

Allerdings reichten die bisherigen Maßnahmen nicht aus, so der Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik (VDE). Er fordert in seinem im Januar 2021 veröffentlichten Positionspapier einen langfristigen Zehnjahres-Masterplan zur Fertigung von mikroelektronischen Komponenten in Europa.



Weiter Informationen finden Sie unter:  
[www.gtai.de/digitalisierung](http://www.gtai.de/digitalisierung)

# Der Digitalisierungsschub durch Corona verändert die Kommunikationspraktiken in der Geschäftswelt nachhaltig.

Digitale und hybride Plattformen bei Messen, Veranstaltungen und Meetings werden ein zunehmend wichtiges Mittel zur Kontaktpflege und Geschäftsanbahnung.

Was als Notlösung für abgesagte Dienstreisen und Konferenzen gedacht war, findet bei Betrieben zunehmend Akzeptanz: virtuelle Meetings, Webinare und andere digitale Formate, die es ermöglichen, mit Kunden und Kollegen in Kontakt zu bleiben. Unternehmen haben den Nutzen für sich erkannt. Im Vergleich zu persönlichen Treffen sparen sie Zeit und Geld – und schonen die Umwelt. Fast 90 Prozent der Betriebe sind durch ihre Erfahrungen in der Coronakrise in der Lage, kritischer zu prüfen, ob eine Dienstreise nicht durch einen Videocall abgewickelt werden kann, heißt es in einer Studie des Fraunhofer-Institutes für Arbeitswirtschaft und Organisation. Für einen Tag nach Tokio fliegen? Das wird es in Zukunft seltener geben.

Zusätzlich erhöhen digitale Formate die Reichweite, da sich praktisch jeder auf der Welt zuschalten kann. Nach einem Jahr Coronapandemie sind Firmen geschulter im Umgang mit digitalen Medien als zuvor.

## Messen bleiben bei ihrem Geschäftsmodell

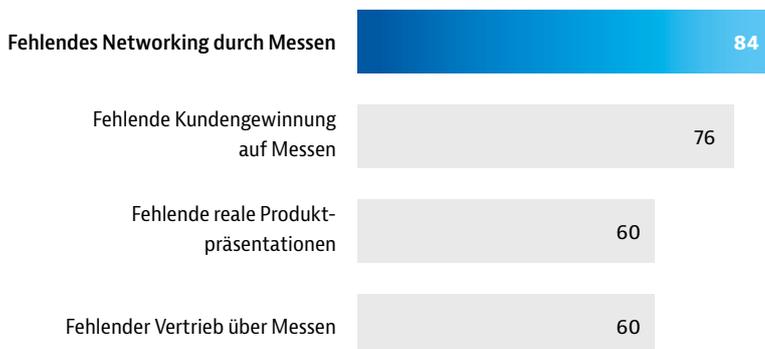
Dennoch werden virtuelle Tools den persönlichen Austausch nach Corona nicht ersetzen können. Wo der Nutzen aus einem persönlichen Kontakt überwiegt, werden die Menschen zu ihren gewohnten Kommunikationspraktiken zurückkehren, sobald es wieder möglich ist. In Deutschland haben im vergangenen Jahr fast 50 virtuelle Messen stattgefunden – als Ersatz für über 300 reale Messen, die gestrichen oder verschoben wurden.

Die Bilanz der Unternehmen ist durchwachsen. Laut einer Umfrage unter Mitgliedern der Industrieverbände VDMA, ZVEI, SPECTARIS sowie des Verbandes der deutschen Messewirtschaft AUMA haben die Aussteller mit einer digitalen Beteiligung im Schnitt nur ein Viertel des Nutzens einer realen Messebeteiligung erreicht. Gerade einmal für jeden Fünften ist eine virtuelle Präsentation eine ernsthafte Alternative zu realen Messen. Immerhin will aber fast jeder zweite Befragte künftig digitale Ergänzungen zusätzlich zur realen Messepräsenz nutzen.

Die Messebranche sieht sich in ihrem Geschäftsmodell bestätigt. Selbst in China, wo Internetgiganten wie Alibaba das Geschäft mit digitalen Angeboten aufmischen, vertrauen etablierte Veranstalter auf ihren USP – den persönlichen Kontakt und das direkte Networking. Dort, wie auch in Taiwan, wurden Messen im 2. Halbjahr 2020 größtenteils nachgeholt, auch zahlreiche andere

## Geschäftschancen sinken durch Messeabsagen

Anteile der Nennungen in Prozent\*



\*Umfrage unter 427 ausstellenden Mitgliedern der Industrieverbände Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI), Spectaris  
Quelle: Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der deutschen Wirtschaft (AUMA)

Events fanden wieder im gewohnten Rahmen statt. Beide Länder haben die Coronapandemie im Vergleich zu anderen Staaten deutlich schneller in den Griff bekommen und Beschränkungen für Veranstaltungen entsprechend gelockert.

#### **Persönlicher Kontakt ist unersetzbar**

Digitale Formate werden persönliche Kommunikation auch deshalb nicht ersetzen können, weil bei einer Begegnung oftmals nicht der reine Informationsaustausch im Vordergrund steht, sondern das soziale Miteinander. Digitale Tools sind zudem weit davon entfernt, Emotionen für das Gegenüber gut sichtbar zu machen. Die kleinen Gesichter am Bildschirm übertragen Gefühle nicht so wie persönliche Begegnungen. Für Neurowissenschaftler und Psychologen ist das ein Grund, warum die meisten Menschen digitale Konferenzen als anstrengend empfinden.

Nach der Coronapandemie werden Unternehmen ein neues Gleichgewicht aus persönlicher Präsenz und digitaler Distanz finden; physische und virtuelle Interaktion werden zukünftig koexistieren und sich ergänzen, sagen Veranstaltungsexperten einstimmig voraus: „Kongresse und Veranstaltungen werden auf unterschiedlichen Medien zeitgleich stattfinden, ja sogar parallel in unterschiedlichen Städten“, heißt es im Abschlussbericht zum Kongress „Pfade in die Zukunft“. Bei diesem Treffen im Februar 2021 kamen über 450 Teilnehmer zusammen, um über Strategien für die Zukunft der Veranstaltungsbranche zu sprechen.

Zudem werden sich die Erfolgsparameter verändern, lautet eine weitere Prognose der Branchenkenner: „Die Attraktivität zum Beispiel von Kongressen wird künftig weniger von der Besucher-

zahl bestimmt sein als von Begegnungsmomenten und Begegnungstiefe der Teilnehmenden.“ Standortfaktoren wie Lage, Attraktivität

#### **DIGITALE MESSEN**

***Aussteller erreichen mit einer digitalen Messepräsenz im Schnitt nur ein Viertel des Nutzens einer realen Beteiligung. Aber: Fast jedes zweite Unternehmen will in Zukunft digitale Ergänzungen zusätzlich zur realen Messebeteiligung nutzen.***

oder Wohlfühlatmosphäre würden zunehmend in den Fokus rücken, da sie einen merklichen Unterschied zu digitalen Treffen bieten. Und bei der Ausgestaltung virtueller Formate werden Kreativität, Agilität und Flexibilität stärker über den Erfolg entscheiden.



Lesen Sie mehr auf:

[www.gtai.de/wege-aus-der-coronakrise](http://www.gtai.de/wege-aus-der-coronakrise)

# Die Bedeutung von E-Commerce nimmt weiter rasant zu.

Das hat weitreichende Folgen für Kundenbeziehungen, Vertrieb, Logistik und Aftersaleservice, aber auch für das internationale Handelsregime.

Mit dem immer rasanteren E-Commerce-Boom geht eine große Disruption einher: Neue Geschäftsmodelle wachsen schnell, alte werden obsolet. Diese Herausforderungen kann kein deutscher Anbieter ignorieren. Sie erfordern allerdings vielfach noch Umstellungen und Investitionen, denn Deutschland hinkt der Entwicklung hinterher: Der Onlineanteil am deutschen Einzelhandel soll Prognosen zufolge bis 2023 auf 11 Prozent steigen. Weltweit soll der Marktanteil dann allerdings im Schnitt bei 22 Prozent liegen. 2018 betrug er noch 12,2 Prozent. Der weltweite E-Umsatz soll sich laut eMarketer 2022 gegenüber 2018 mit einem Plus von 91 Prozent auf 5,7 Billionen US-

Dollar fast verdoppeln. Im selben Zeitraum soll der Einzelhandel insgesamt nur um 13,3 Prozent wachsen. Allein im Coronajahr 2020 konnten Onlineplattformen um 19 Prozent zulegen, während der Handel insgesamt um 5,7 Prozent einbrach.

## Neue (virtuelle) Realitäten

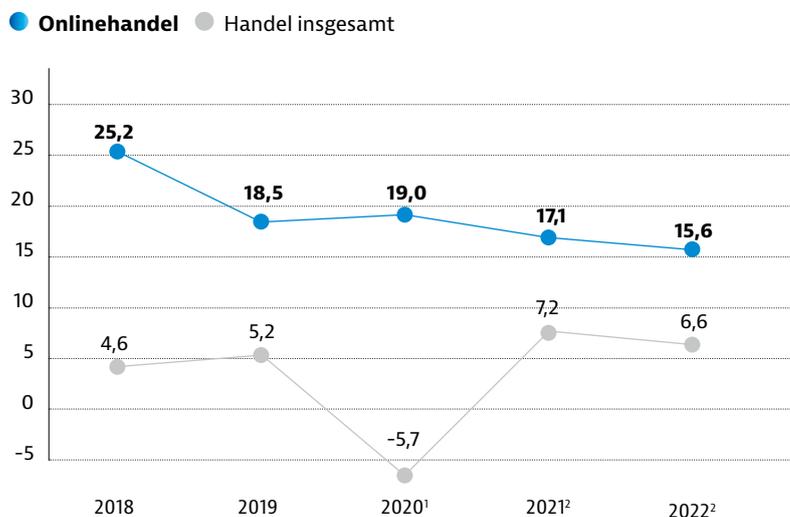
Dreidimensionale Produktvorführungen dank erweiterter und virtueller Realität: So können Anbieter das Einkaufen im Internet zum ganz neuen Shopperlebnis machen. Und das nicht nur pauschal für alle Konsumenten, sondern auch auf den einzelnen Kundenwunsch zugeschnitten. Der Onlinehandel generiert riesige Datenmengen. Deren Analyse mittels künstlicher Intelligenz macht die Verbraucher für Hersteller in vielerlei Hinsicht gläserner.

Damit wird aber gleichzeitig klar: Der Onlinekauf birgt große Risiken für die Sicherheit von Daten und Bezahlvorgängen. Zudem steigt das Paket- und Verkehrsaufkommen durch den Onlinehandel rasant an. Auch die Anforderungen an den Liefervorgang selbst verändern sich schnell. Dies betrifft zum einen die „letzte Meile“: Für die Zustellung wird es eine boomende Nachfrage nach kleinen, auch selbstfahrenden Elektrofahrzeugen oder Drohnen mit geringem Stromverbrauch geben. Zum anderen bedarf es auch für überregionale Lieferwege neuer digitalgesteuerter und energieeffizienter Lösungen.

Der Onlinehandel hat zudem erhebliche Implikationen für den Aftersaleservice. Da selbst komplexe Störungen vollständig in Echtzeit erfasst werden können, erwarten Kunden eine entsprechend schnelle Behebung. Zwar lassen sich manche Probleme ferngesteuert lösen. Für viele Fehler ist

## Weltweite Umsatzentwicklung im Handel

Nominale Veränderungsrate ggü. Vorjahr in Prozent\*



1) Schätzung, 2) Prognose  
Quelle: eMarketer 2020

jedoch ein engmaschiges Wartungsnetz vonnöten. Dieses ist auch dann zu unterhalten, wenn das Vertriebsnetz im Zuge steigender Onlineverkäufe ausgedünnt wird.

#### **Globale Vertriebspartner werden mächtiger**

Im Jahr 2019 haben die vier größten Onlinehändler Taobao, Tmall, Amazon und JD über die Hälfte des weltweiten E-Commerce-Umsatzes erwirtschaftet. Die Konzerne stammen durchweg aus Asien und den USA. Für Hersteller kann das den Vertrieb vereinfachen, wenn dieser über eine Plattform in einer ganzen Weltregion läuft und nicht mehr über viele nationale Einzelhändler.

Große globale Internethändler haben aber wegen ihrer schieren Reichweite schon jetzt eine stärkere Machtposition als selbst die führenden Ladenketten in einem großen Markt. Zudem generieren auch sie viele Daten, nicht nur über Käufer, sondern auch über Verkäufer. Hersteller laufen somit Gefahr, gegenüber Onlinehändlern selbst immer transparenter zu werden. International präsente Unternehmen bauen daher ihre eigenen Internetpräsenzen immer mehr zu direkten Vertriebskanälen aus. Dies erfordert jedoch hohe Investitionen und die Wahl von strategischen Logistikpartnern.

#### **Reglementierung durch Handelsabkommen**

Um weltweit bessere Rahmenbedingungen mit höherer Transparenz, Verlässlichkeit und Datenschutz zu schaffen, verhandelt eine Gruppe von Mitgliedern der Welthandelsorganisation (WTO) einschließlich der Europäischen Union (EU) seit Anfang 2019 über globale Regeln zum elektronischen Handel. Ende 2020 wurde ein konsolidierter Textentwurf entwickelt, der die Grundlage für weitere Verhandlungen bieten soll. Da ein Über-

einkommen auf multilateraler Ebene bislang fehlt, finden sich Regeln zum digitalen Handel auf internationaler Ebene häufig im Rahmen von Freihandelsabkommen wie etwa im Vertrag zwischen der EU und Japan, der reformierten nordamerikanischen Freihandelszone (USMCA) oder der neuen

#### **DIREKTVERTRIEB**

***International tätige Hersteller setzen immer stärker auf eigene Internetpräsenzen. Dafür müssen sie jedoch stark investieren und mit strategischen Logistikpartnern kooperieren.***

asiatisch-pazifischen Freihandelszone (RCEP). Hierfür auch im multi- oder zumindest plurilateralen Rahmen verlässliche Regelungen zu schaffen, ist eine der künftigen Herausforderungen der WTO.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/ecommerce](http://www.gtai.de/ecommerce)

# Deutschlands Wirtschaft ist produktiv, aber kostenintensiv.

Die Digitalisierung der Industrie wird den Standort für digitale Produktionsanlagen attraktiver machen. Ein Hochlohnstandort wird er trotzdem bleiben.

Unter den G7-Staaten gibt es nur zwei Länder, deren Industriesektor mehr als 25 Prozent zur Bruttowertschöpfung beiträgt – Japan und Deutschland. Beide sind aber gleichzeitig Hochlohnländer. Das können sie sich nur leisten, wenn die Produktivität mindestens ebenso hoch ist.

Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund des sich verstärkenden Standortwettbewerbs. Viele deutsche Unternehmen eröffneten in den vergangenen Jahren Fertigungsstätten im Ausland, sei es zur Markterschließung oder zur Kostensenkung. Seit 2010 wurden knapp 17.000 deutsche Greenfield-Projekte im Ausland registriert – davon 4.200 Produktionsvorhaben.

## Produktionsstruktur bereit für die Zukunft Ranking „Readiness for the Future of Production 2018“\*

Rang	Land
1	Japan
2	Südkorea
3	<b>Deutschland</b>
4	Schweiz
5	China
6	Tschechien
7	USA
8	Schweden
9	Österreich
10	Irland

\* unter 100 Ländern  
Quelle: Weltwirtschaftsforum

Doch dass jeden Tag mehr als ein Produktionsvorhaben deutscher Firmen im Ausland entsteht, bedeutet nicht, dass Deutschland sich nicht als Industriestandort im internationalen Wettbewerb behaupten kann. Es gilt unter ausländischen Investoren als der attraktivste Standort Europas und in verschiedenen Rankings als einer der wettbewerbsfähigsten der Welt. Öffentliche Hand und Privatwirtschaft investieren jedes Jahr hohe Summen. In den letzten Jahren stiegen die Bruttoanlageinvestitionen wieder deutlich an und waren gemessen am Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2018 und 2019 die höchsten seit der Jahrtausendwende. Ein wichtiger Grund ist die Digitalisierung.

## Industrie steht gut da

Deutschland geht diesen Wandel konsequent an und gilt innerhalb der Europäischen Union (EU) mit 346 Robotern pro 10.000 Beschäftigten in der Produktion, als das Land mit dem höchsten Automatisierungsgrad. Laut dem Branchenverband Bitkom verwenden mittlerweile fast 60 Prozent der deutschen Industrieunternehmen Anwendungen aus dem Bereich Industrie 4.0 in ihrem Betrieb – Tendenz steigend. Digitalisierung beeinflusst Produkte und Dienstleistungen, erhöht damit die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und spornt den Wettbewerb in Branchen an.

Voraussetzung für vernetzte Werke sind die richtigen Standortfaktoren. Dass Deutschland diese bietet, zeigt unter anderem der dritte (Produktionsstruktur) beziehungsweise sechste Platz (Produktionstreiber) im jüngsten Readiness for the Future of Production-Report des Weltwirtschaftsforums von 2018. So ist es nicht verwunderlich, dass man in jüngster Vergangenheit von milliardenschweren Investitionen in- und ausländischer

Unternehmen in Deutschland lesen konnte, darunter in Branchen wie Automobilindustrie, Batterietechnik, Halbleiter, Pumpwerke, Biotechnologie und Bekleidungsindustrie.

#### **Innovationskraft mit blinden Flecken**

Die Innovationsfähigkeit wird der „Key-Driver“ für die deutsche Wirtschaft bleiben. Die hervorragenden Rahmenbedingungen der deutschen Forschungslandschaft erlauben den Unternehmen – vor allem Hidden Champions – stets Vorreiter in ihrer Branche zu sein. Mit 109 Milliarden Euro werden mehr als 3,1 Prozent des BIP in Forschung und Entwicklung investiert. Laut Weltwirtschaftsforum liegt Deutschland auf Platz 1 in der Rubrik „Innovationsfähigkeit“.

Zudem melden deutsche Firmen in fast allen Unterkategorien der Digitalisierung die meisten Patente in Europa an. Das gilt jedoch nicht für die wichtigen Subkategorien Nanotech, Internet of Things, Big Data und Robotics. Diese Felder machen deutlich weniger als 1 Prozent aller deutschen Patentanmeldungen aus.

Gute Rahmenbedingungen für Innovation zu schaffen, ist eine Grundvoraussetzung, darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass an anderen Stellen mehr investiert und gefördert werden kann – sei es in das 5G-Netz und Wifi 6 oder in die Start-Up-Finanzierung. Auch sie sind Grundvoraussetzungen, um internationale Investitionen anzulocken.

#### **Neue Anforderungen für Mitarbeiter**

Diese Entwicklungen erfordern ebenfalls einen Anpassungsprozess bei der Belegschaft. Hochqualifizierte Mitarbeitende, die sowohl Ingenieurswis-

sen mitbringen als auch Informatik anwenden können, werden vermehrt nachgefragt. Unternehmen, die sich stark mit Industrie 4.0 oder Künstlicher Intelligenz beschäftigen, stellen bereits seit einigen Jahren vermehrt neue Mitarbeitende für diese

---

### **PATENTE**

---

*Deutsche Firmen melden in allen Unterkategorien der Digitalisierung die meisten Patente in Europa an. Einige wichtige Subkategorien werden jedoch stark vernachlässigt.*

---

Bereiche ein. Digitale Bildung und Weiterbildungen sind eine Grundvoraussetzung dafür, dass Deutschland führender Industriestandort und Hochlohnland zugleich bleiben wird.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/business-location-germany](http://www.gtai.de/business-location-germany)





# Außenwirtschaftsförderung

Die deutsche Außenwirtschaftsförderung ist ein wichtiger Faktor für die Wettbewerbsposition deutscher Unternehmen. Ihre dezentrale Organisation, Arbeitsteilung und weite Vernetzung sind Stärken, die jedoch von immer komplexeren, schnelleren Entwicklungen und anderen Nationen mit hoher Schlagkraft in deren Außenwirtschaftspolitik herausgefordert werden.

- 50 Entwicklungszusammenarbeit und Außenwirtschaft
- 52 Projekterfolg dank Konsortien
- 54 Deutsches Image kein Selbstläufer
- 56 Komplexe Außenwirtschaftsförderung

# Bei der Ausweitung der Auslandsgeschäfte in Entwicklungs- und Schwellenländern haben deutsche Unternehmen weitergehenden Unterstützungsbedarf.

Andere Länder stellen ihre Entwicklungszusammenarbeit in den Dienst der Außenwirtschaft und verschaffen ihren Unternehmen so Wettbewerbsvorteile.

Weltweit spielen über Entwicklungszusammenarbeit (EZ) geförderte Projekte bei der Erschließung neuer Märkte eine wichtige Rolle. Viele Geberländer folgen dabei anderen Vorgaben und Praktiken als Deutschland und verschaffen ihren Unternehmen so Wettbewerbsvorteile.

## **Niedrigere Preise, weniger Regeln**

In der Entwicklungszusammenarbeit gilt oft noch: Das Unternehmen, das die Anforderungen zum niedrigsten Preis erfüllt, erhält den Zuschlag. Für den Hightech- und Hochkostenstandort Deutschland bedeutet das hohen Druck durch Konkurrenz aus Ländern wie China – obwohl deutsche Anbieter oft argumentieren können, dass ihre in der Anschaffung hochpreisigeren Lösungen auf lange Sicht nicht nur ökologischer, sondern auch wirtschaftlicher sind.

Zum Wettbewerbsnachteil gerät deutschen Unternehmen zudem der Mangel an großen international aufgestellten Bauunternehmen. Hier punktet die Konkurrenz aus China und Südkorea, Indien oder der Türkei. Gerade im Bereich der Infrastruktur, beobachtet der Hauptverband der Deutschen Bauindustrie, sind Großprojekte hart umkämpft und werden seitens anderer Geberländer schon bei Auftragswerten ab 50 Millionen Euro massiv politisch begleitet.

Viele Geberländer verschaffen ihren Unternehmen dadurch Wettbewerbsvorteile, dass sie, anders als Deutschland, ihre EZ in den Dienst der Außenwirt-

schafts- und Außenpolitik stellen und damit nicht zuletzt nationale Interessen verfolgen. So finanzieren sie im großen Maßstab Projekte in Entwicklungsländern unter der Bedingung, dass eigene Unternehmen bei der Auftragsausführung zum Zuge kommen. Wenn Deutschland im Rahmen der EZ im Ausland Vorhaben finanziert, unterliegen diese Vorhaben dem offenen Wettbewerb und richten sich nach den Vorgaben der OECD. Deutsche Anbieter genießen keine Vorteile, etwa durch eine Quote bei den Vergaben.

Andere Staaten gehen eigene Wege, wie Österreich: Obwohl Leistungen ungebunden ausgeschrieben werden, erringen österreichische Unternehmen vier Fünftel der Aufträge. Experten erklären dies mit intensivem Netzwerken im Vorfeld, um die Bedarfe der Empfängerländer genau zu kennen und dafür passende Anbieter vorzustellen.

## **Nachhaltigkeit als Kriterium aufwerten**

Die Weltbank, die bereits seit zwei Jahrzehnten als Vorreiterin einer umfassenderen Betrachtung des ganzen Lebenszyklus von Projekten agiert, gestaltete 2016 ihre Sozial- und Umweltstandards für die Prüfung und Umsetzung für Investitionsvorhaben neu. Ziel ist, die Vergabe von Projekten enger an Nachhaltigkeitsaspekte zu knüpfen. Das sollte den bestehenden Wettbewerbsnachteil deutscher Anbieter verringern.

Regionale Entwicklungsinstitutionen wie die Asiatische Entwicklungsbank zogen nach. Auch die

KfW Entwicklungsbank als Trägerin der deutschen finanziellen Zusammenarbeit handelt in diesem Sinne. Bereits 2014 stellte sie ihre „Toolbox“ für nachhaltige Auftragsvergaben vor. Zunächst konnten die Partnerländer die Kriterien zur Umwelt- und Sozialverträglichkeit freiwillig anwenden. Aus Kostengründen entschieden sich die meisten dagegen. Seit 2019 gilt nun eine verbindliche Nachhaltigkeitsrichtlinie.

Um die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Anbieter zu erhöhen, hat die Bundesregierung in den letzten Jahren die Außenwirtschaftsförderinstrumente kontinuierlich modernisiert. Zum Beispiel wurden bei den Exportkreditversicherungen die Schwellenwerte lokaler Kosten angehoben.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.gtai.de/geber](http://www.gtai.de/geber)

## OECD-Richtlinien für die Lieferbindung

**Die OECD gibt für ihre Mitgliedsländer Richtlinien heraus, die für Projekte der Entwicklungszusammenarbeit eine faire Auftragsvergabe garantieren sollen. Folgende Grundsätze gelten dabei:**

- Anwendungsbereich seit 2019 für vier Länderkategorien: am wenigsten entwickelte Länder (LDC), hochverschuldete Entwicklungsländer (HIPC), andere Länder mit niedrigem Einkommen (OLIC) und als „IDA-only“ eingestufte Länder und Gebiete.
- Länder sollen mit Hilfe von Indikatoren erkennen, in welchen Bereichen sie vergleichsweise schlechter als andere Geberländer abschneiden.
- Beim Beschaffungswesen sollen Geberländer OECD-Vereinbarungen gegen Korruption und Bestechung befolgen und Sozial- und Umweltstandards einhalten.
- Zur Transparenz müssen Informationen über Ausschreibungen 30 Tage vor Beginn des Bieterverfahrens veröffentlicht werden.
- In Ausnahmefällen sind Abweichungen von den Grundsätzen möglich.
- Zum Zweck des Monitorings und der Evaluation veröffentlicht der Entwicklungsausschuss Informationen zur Einhaltung der Grundsätze.

# Deutsche Unternehmen haben einen erhöhten Bedarf für Flankierung und Unterstützung bei der Projektanbahnung.

Im Wettbewerb um den Zugang zu ausländischen Projekten sind sie zunehmend auf Konsortien und andere Partnerschaften angewiesen.

Die Teilnahme an internationalen Großprojekten ist für den deutschen Mittelstand ein wichtiger Teil des Auslandsgeschäfts und somit ein wesentlicher Pfeiler der Exportwirtschaft. Deutschland zählt rund 1.300 mittelständische Weltmarktführer in traditionellen Branchen wie Elektroindustrie, Maschinen- und Anlagenbau sowie Industrieprodukten. Viele der Unternehmen sehen sich im Ausland jedoch seit einiger Zeit mit rückläufigen Marktanteilen konfrontiert.

## Deutsche geraten ins Hintertreffen

Zum einen liegt das daran, dass immer weniger deutsche Anbieter diese Art von Großprojekten als Hauptauftragnehmer durchführen.

### WETTBEWERB

*Der internationale Wettbewerb um Projekte wird ständig intensiver. Kostengünstige Konkurrenten nehmen deutschen Firmen Marktanteile ab, wodurch diese immer weiter ins Premiumsegment abgedrängt werden.*

So gibt es beispielsweise kaum noch große deutsche Bauunternehmen und immer weniger Großanlagenbauer, die internationale Konsortien bilden und bei denen heimische Mittelständler als Zulieferer leichter zum Zug kommen würden. Deutsche Hersteller spezialisierter Komponenten machen Geschäfte als internationale Zulieferer, beratende Ingenieure bewerben sich erfolgreich auf Mach-

barkeitsstudien und Projektüberwachungen. Geschlossen als Systemanbieter aufzutreten – auch mit einem Mix aus Großunternehmen und Mittelständlern – fällt ihnen jedoch oft schwer.

Eine Studie der Bundesregierung zur EPC-Fähigkeit (Engineering, Procurement & Construction) in Bauwirtschaft, Maschinen- und Anlagenbau, Bahnindustrie, Planung und Beratung sowie Elektro- und Elektronikindustrie kam 2017 zu dem Schluss, es bedürfe neuer Impulse, um die Chancen deutscher Unternehmen im globalen Wettbewerb um strategische Großprojekte zu verbessern.

Zum anderen hat sich der internationale Wettbewerb dadurch intensiviert, dass eine wachsende Zahl an kostengünstigeren Konkurrenten auf den Plan tritt. Deutsche Anbieter werden immer weiter in ein hochpreisiges Premiumsegment abgedrängt. Dadurch wird es schwieriger, die angestrebten internationalen Wachstumsziele zu erreichen.

Ein weiterer Faktor ist die international üblich gewordene politische Flankierung des Auslandsgeschäfts. Diese Art staatlicher Unterstützung hat in den letzten Jahren als Erfolgsfaktor bei der Projektanbahnung an Gewicht gewonnen. Vor allem die Wettbewerber aus Asien vermögen den verfügbaren Spielraum politischer Unterstützung zu ihrem eigenen Vorteil zu nutzen.

## Erfolgsfaktor Partnerschaften

Die Studie der Bundesregierung zur EPC-Fähigkeit verweist darauf, dass sich insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) nur unzureichend durch die Politik unterstützt fühlen. Die deutsche Außenwirtschaftsförderung hat auf diese zuneh-

menden Herausforderungen im internationalen Projektgeschäft reagiert und ihr Instrumentarium geschärft.

Ein erfolgversprechender Ansatz ist die Unterstützung strategischer Partnerschaften beispielsweise in Form von Konsortien. Sie ermöglichen es deutschen Anbietern, ihr Auftragsportfolio, technische Fähigkeiten und lokale Expertise zu erweitern sowie Kosten zu senken und mögliche Risiken zu teilen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) setzt dabei auf eine enge Zusammenarbeit mit den betroffenen Unternehmen und Wirtschaftsverbänden.

### **Markteinstieg durch Verbundprojekte**

Ein Beispiel sind die Verbundprojekte „Partner für internationale Geschäftsentwicklung“ des BMWi-Markterschließungsprogramms. Die Maßnahmen sind auf mehrere Jahre ausgelegt und sollen den teilnehmenden Unternehmen einen nachhaltigen Einstieg in die Zielmärkte ermöglichen. Konkret bildet sich jeweils eine Gruppe von Unternehmen, die zwei bis drei Jahre als Verbund verschiedene Maßnahmen im Zielland unternehmen, beispielsweise Geschäftsanbahnungsreisen, Messeauftritte und Leistungsschauen. Sie verfolgen das Ziel, einen Markt partnerschaftlich und strategisch zu erschließen sowie gemeinsam Projekte zu entwickeln.

Ein weiteres Beispiel ist das Projektformat „Konsortialbildung“ aus dem Programm der Exportinitiative Energie, das ähnliche Ziele – vor allem im Bereich der erneuerbaren Energien – verfolgt.

Beim ersten Verbundprojekt im BMWi-Markterschließungsprogramm „Bahnindustrie in Marokko &

Tunesien“ haben sich inzwischen acht Unternehmen der Bahnindustrie zusammengefunden, um gemeinsame Geschäftschancen und Projekte in beiden Ländern zu entwickeln. Ein weiteres Verbundprojekt „Luftfahrtindustrie Indien“ wurde im Januar 2020 mit dem Ziel gestartet, ein deutsches Luftfahrt-Cluster in Indien aufzubauen.



Lesen Sie mehr auf:

[www.ixpos.de/markterschliessung](http://www.ixpos.de/markterschliessung)

# Deutschland hat weltweit ein positives Image – doch das ist kein Selbstläufer

Made in Germany und die Kampagne „Germany Works.“ müssen systematischer für Außenwirtschaft und Standortmarketing genutzt werden.

Der gute Ruf eilt Deutschland im Ausland voraus – das gilt sowohl für Deutschland als Wirtschaftsstandort als auch für deutsche Produkte und Dienstleistungen. Im Nation Brands Report belegt Deutschland 2020 zum wiederholten Male Platz 1 der Länder mit dem stärksten Markenimage weltweit. Viele deutsche Unternehmen verwenden das Label made in Germany als Verkaufsargument für ihre Waren im Ausland. Ein Selbstläufer für mehr Absatz ist dies aber nicht.

## Internationale Konkurrenz kann auch Qualität

Eine 2018 von Germany Trade & Invest erstellte Studie kommt zu dem Schluss, dass sich deutsche Unternehmen nicht auf dem guten Ruf von made in Germany ausruhen sollten – und ganz genau hinschauen müssen, wo ein Einsatz des Labels sinnvoll ist.

In Frankreich beispielsweise hängt Deutschland bei Lebensmitteln eher der Ruf eines Massenherstellers an. Und in den USA führt ein gewisser Konsumpatriotismus dazu, dass eher zum heimischen als zum importierten Produkt gegriffen wird. Deutsche Firmen verzichten dort manchmal bewusst auf das Logo. Sinnvoll ist die Nutzung von made in Germany in der Regel bei technologieintensiven Produkten, gerade in Entwicklungs- und Schwellenländern. Besonders kleine und mittelständische Unternehmen, deren Marken im Ausland noch wenig bekannt sind, können davon profitieren.

Doch die internationale Konkurrenz nimmt zu. Qualität wie made in Germany ist etwa für viele chinesische Unternehmen nicht mehr unerreichbar. Dazu sind lokale Produkte oft deutlich günstiger als deutsche. Um den höheren Preis zu rechtferti-

gen, müssen deutsche Unternehmen sich stärker darauf fokussieren, ein attraktives Gesamtpaket anzubieten – das kann auch Finanzierungsmöglichkeiten, Schulungen oder einen umfassenden Aftersaleservice beinhalten. Zuverlässigkeit für Investoren

Laut dem Nation Brands Index punktet Deutschland international neben der Qualität seiner Produkte insbesondere durch seinen Arbeitsmarkt – einer der Standortvorteile, an denen die Standortmarketingkampagne „Germany Works.“ ansetzt. Im Jahr 2018 gestartet, ergänzt sie das Qualitätssiegel made in Germany. Der Fokus liegt dabei auf den Gründen für den Erfolg Deutschlands als Investitionsstandort und greift die für Wirtschaftsentscheider größte Stärke des Landes auf: Zuverlässigkeit.

Die Kampagne entstand aus dem Wunsch, den vielfältigen Außendarstellungen unterschiedlichster Akteure im deutschen Standortmarketing eine Klammer zu verleihen und mit einer Stimme für die deutsche Außenwirtschaft zu sprechen. Beispielsweise ist die regionale Identität der einzelnen Bundesländer eine wichtige Stärke, birgt aber auch Irritationspotenzial. Internationale Messebesucher, die mit dem Konzept der Bundesländer nicht vertraut sind, sehen sich oft mit einem föderalen Flickenteppich konfrontiert und verlieren die Orientierung.

Durch die Dachkampagne können alle Partner des deutschen Standortmarketings ihre internationalen Auftritte analog ebenso wie digital um die Kampagnenelemente von „Germany Works.“ ergänzen, ohne dass dies auf Kosten ihrer regionalen Identität ginge. Partner sind explizit dazu ein-

geladen, die Kampagne für ihre Marketingzwecke zu nutzen und damit auch ihren eigenen Auftritt um eine starke Marke zu ergänzen. Eine noch systematischere Verwendung von „Germany Works.“ durch alle Partner der deutschen Außenwirtschaft und über alle Instrumente hinweg würde Streuverluste reduzieren und helfen, Deutschland klarer und wiedererkennbarer im internationalen Wettbewerb zu positionieren.

### Qualitätsversprechen einhalten

Schlussendlich gilt sowohl beim Standortmarketing als auch für Produkte und Dienstleistungen made in Germany: Das gute Image Deutschlands ist ein Türöffner und Vertrauensvorschuss, von

dem deutsche Akteure profitieren und der – wann immer es Sinn macht – genutzt werden sollte. Damit die Marke Deutschland auch in Zukunft stark bleibt, müssen Unternehmen und Außenwirtschaftsförderer gemeinsam die Botschaft mit Leben füllen – und so zeigen, dass Deutschland das Qualitätsversprechen, mit dem es wirbt, auch einhält.



Lesen Sie mehr auf:  
[germanyworks.com](http://germanyworks.com)

### Welche Begriffe werden mit dem Label „made in Germany“ assoziiert?

Antworten der GTAI-Auslandsmitarbeiter aus 43 Ländern



Quelle: Germany Trade & Invest

## Die Arbeitsteilung in der Außenwirtschaftsförderung ist komplex, der Zugang zu den Förderinstrumenten für KMU wird dadurch erschwert.

Mit mehr Transparenz, gemeinsamen Plattformen, Lotsenfunktionen und der Verzahnung aufeinander abgestimmter Maßnahmen kann ein größerer Beitrag zu Internationalisierung und erfolgreichem Markteintritt geleistet werden.

Deutschland ist eine der erfolgreichsten Exportnationen der Welt und zeigt sich selbst in der Krise vergleichsweise robust. Die Exporte sanken 2020 zwar um 9,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Nach einem historischen Einbruch erreichten die Wareneinfuhren im Dezember jedoch beinahe wieder Vorkrisenniveau. Der Erfolg lenkt den interessierten Blick der Konkurrenz auf die deutsche Außenwirtschaftsförderung als Benchmark.

*„Wir haben keinen Zugang zu Fördermitteltöpfen oder wissen zu wenig davon. Ich wüsste nicht, wo ich da ansetzen sollte.“*

Anonymer Unternehmer, Nutzeruntersuchung Africa Business Guide

Dieser positiven Wahrnehmung steht eine kritischere Binnenperspektive gegenüber: Gerade kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) können in der deutschen Förderlandschaft die Orientierung verlieren. Zwar zeigen sie sich in Befragungen des Bonner Instituts für Mittelstandsforschung sowie in Positionspapieren von Kammern und Verbänden grundsätzlich zufrieden mit Umfang und Portfolio existierender Fördermaßnahmen. Wenn zusätzliche Angebote gewünscht werden, dann in erster Linie bei der Ausgestaltung wettbewerbsfähiger Finanzierungsinstrumente.

Doch viele Unternehmer, Kammer- und Verbandsvertreter fordern einen einfacheren Zugang durch Bündelung und bessere Abstimmung bestehender Angebote.

### **Förderstruktur ist komplex und unübersichtlich**

Denn das Zusammenspiel zwischen verschiedenen Ministerien, Kammern, Verbänden, Bundesländern, Ländervereinen und anderen Organisationen ist ausdifferenziert und komplex. Es hat sich eine über Jahrzehnte gewachsene, erfolgreiche Arbeitsteilung etabliert, die den Kernkompetenzen der jeweiligen Organisationen Rechnung trägt.

Doch die Suche nach verlässlichen und passenden Information zu den vielen Maßnahmen ist aufwändig. Und aus Sicht vieler Unternehmen wird die Förderlandschaft der unterschiedlichen Ministerialressorts und deren Durchführungsorganisationen zunehmend unübersichtlicher. Vielen fehlt hierfür die Zeit: „Wir haben keinen Zugang zu Fördermitteltöpfen oder wissen zu wenig davon. Ich wüsste nicht, wo ich da ansetzen sollte“, kommentierte beispielsweise ein Unternehmen im Rahmen einer Nutzeruntersuchung zum Launch des Africa Business Guide. „Wir sind zu klein, um ewig zu recherchieren“, antwortete ein anderes. In einem Positionspapier schreibt der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e. V. (VDMA), dass „mittelständische Maschinenbauer [...] wegen mangelnder Transparenz und Abstimmung die von den verschiedenen Akteuren angebotenen Maßnahmen nicht adäquat nutzen“ könnten.

Ein One-Stop-Shop für die Außenwirtschaftsförderung ist ein naheliegender nächster Schritt. Das gilt insbesondere für aktuelle Themen wie „Afrika“, „Umwelt“ oder „Digitalisierung“. Die zahlreichen Verästelungen sowie neue Aktivitäten der Entwicklungszusammenarbeit tragen hierzu bei.

---

#### LOTSENFUNKTION

---

*Angesichts der Coronapandemie sind leicht zugängliche Unterstützungsangebote von besonderer Bedeutung. Ein One-Stop-Shop für die Außenwirtschaftsförderung ist ein naheliegender nächster Schritt.*

---

Hinzu kommen neue Förderschwerpunkte der Ressorts zu Megatrends wie Umwelt oder Digitalisierung, wodurch sich die Anzahl der Akteure und Instrumente noch einmal erhöht.

#### **Gemeinsame Plattform schafft Transparenz**

Doch gerade in der Coronapandemie sind transparente und leicht zugängliche Förderstrukturen besonders wichtig, um die negativen wirtschaftlichen Folgen abzufedern und die einsetzende Wachstumsdynamik zu unterstützen.

Unternehmen wird dieser Zugang erleichtert, wenn sie zentral über alle relevanten Instrumente der Außenwirtschaftsförderung informiert und an die für sie richtige Stelle gelotst werden. Bislang unternommene Schritte, um Angebote unterschiedlicher Organisationen zusammenzuführen, zum Beispiel der Veranstaltungskalender bei iXPOS oder der neue Africa Business Guide, kommen bei den Unternehmen und deren Vertretungen gut an, gehen vielen aber nicht weit genug. Eine digitale Plattform als One-Stop-Shop für die Außenwirtschaftsförderung mit aktiver Nutzerführung ist daher ein naheliegender nächster Schritt. Die Basis für solch einen „Business Guide“ der Außenwirtschaftsförderung und damit für einen noch einfacheren Zugang der KMU zu internationalen Märkten, sind mehr Koordination und Kooperation zwischen allen Akteuren.



Lesen Sie mehr auf:  
[www.ixpos.de](http://www.ixpos.de)



# Germany Trade & Invest eröffnet Ihnen Perspektiven in Auslandsmärkten

Diese Broschüre bietet Ihnen einen Einblick in unser Informationsangebot zu Auslandsmärkten. Viele weitere Informationen erhalten Sie auf unserer Internetseite unter [www.gtai.de](http://www.gtai.de)

## Globale Expertise

Detailliertes Wissen über die Absatzmärkte ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft. Unsere gesamtwirtschaftlichen Länderinformationen verschaffen Ihnen den Überblick. Wir analysieren die Wachstumsperspektiven von Regionen und Märkten und erleichtern Ihnen den Vergleich. Die GTAI-Fachpublikationen zu Zoll-, Steuer- und Handelsrecht erläutern die Bestimmungen und die Rechtspraxis auf Ihrem Zielmarkt. Sie finden länderspezifische Informationen zu allen Themen des Außenwirtschaftsrechts sowie Tipps zur Geschäftspraxis von erfahrenen Fachleuten.

## Aktualität garantiert

Täglich informieren wir Sie auf unserer Internetseite zu Ausschreibungen, Entwicklungsprojekten und Investitionsvorhaben.

## Persönlicher Kontakt

GTAI unterstützt Sie gerne auch persönlich: Unsere Experten weisen Sie in die richtige Richtung bei der Suche nach Informationen und Kontakten. Rufen Sie uns einfach an: **0228 24993-0**

## bleiben Sie auf dem Laufenden



Aktuelle Neuigkeiten zu Exportthemen erhalten Sie auch auf **Twitter**: @gtai\_de



Unser **Magazin** „Markets international“ erscheint sechs Mal jährlich. Jetzt abonnieren: [www.gtai.de/markets-abo](http://www.gtai.de/markets-abo)



Auch auf **Youtube** informieren wir in spannenden Videos über die Weltwirtschaft: [www.youtube.com/gtai](http://www.youtube.com/gtai)

# Impressum

## Herausgeber

Germany Trade and Invest  
Gesellschaft für Außenwirtschaft  
und Standortmarketing mbH  
Villemombler Straße 76  
53123 Bonn

T +49 228 249 93-0  
F +49 228 249 93-212  
info@gtai.de  
www.gtai.de

## Hauptsitz

Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

## Geschäftsführung

Dr. Jürgen Friedrich, Geschäftsführer,  
Sprecher der Geschäftsführung;  
Dr. Robert Hermann, Geschäftsführer

## Autoren

Corinne Abele, Nadine Bauer, Angela Bley, Quentin Blommaert, Thomas Bozoyan, Jenny Eberhardt, Stefanie Eich, Karl-Martin Fischer, Martin Gaber, Thomas Grigoleit, Achim Haug, Sofia Hempel, Charlotte Hoffmann, Melanie Hoffmann, Oliver Höflinger, Kirsten Hungermann, Judith Illerhaus, Martin Kalhöfer, Achim Kampf, Marcus Knupp, Eva-Maria Korfanty-Schiller, Jutta Kusche, Marc Lehnfeld, Marion Lükemann, Robert Matschoß, Michael Monnerjahn, Fabian Möpert, Jens Nagel, Christina Otte, Annika Pattberg, Torsten Pauly, Marcus Rohr, Bernhard Schaaf, Verena Schüren, Dörte Schütz, Loan Schwedler, Oliver Seiler, Heiko Steinacher, Christian Tippelt, Daniela Vaziri, Katharina Viklenko, Edda vom Dorp, Martin Walter, Joachim Weber, Anna Westenberger, Edda Wolf, Kim Zietlow

## Redaktion

Patrick Bessler, GTAI; Florian Steinmeyer, GTAI

## Ansprechpartner

Patrick Bessler  
T +49 30 200 099 396  
patrick.bessler@gtai.com

## Layout

Danielle Röbbenack, GTAI

## Druck

Kern GmbH, 66450 Bexbach  
www.kerndruck.de

## Bildnachweise

Titelfoto: GettyImages/Alexander Spatari;  
S.2: Fotolia/donvictori0, Dr. Jürgen Friedrich,  
Dr. Robert Hermann/GTAI-Illing & Vossbeck  
Fotografie; S.4-5: GettyImages/Peter Macdiarmid;  
S.16-17: GettyImages/Thomas Barwick; S.30-31:  
GettyImages/Peter Adams; S.38-39: GettyImages/  
Thongchai Thapthong / EyeEm; S.48-49: GettyIma-  
ges/delectus; S.58: Fotolia/donvictori0

## Disclaimer

Die Prognosen und Einschätzungen in dieser  
Publikation spiegeln nicht notwendigerweise  
die Meinung des Bundesministeriums für Wirt-  
schaft und Energie wider.

## Rechtlicher Hinweis

©Germany Trade & Invest, April 2021  
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch  
teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher  
Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt  
keine Haftung für den Inhalt.

## Bestellnummer

21269

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Außenwirtschaftstage 2021



**Global agieren, vorwärts denken.**

Seien Sie dabei, wenn Deutschland vom 19. - 23. April 2021 gemeinsame Herausforderungen und Perspektiven am Weltmarkt diskutiert.



Jetzt Ihren Platz bei den Außenwirtschaftstagen sichern unter  
[www.bmwi-aussenwirtschaftstage.de](http://www.bmwi-aussenwirtschaftstage.de)

Bei Fragen zur Teilnahme erreichen Sie uns unter  
[bmwi-auwi-2021@gtai.com](mailto:bmwi-auwi-2021@gtai.com).

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages