

MARKETS

INTERNATIONAL

1/23



BUNTE BESETZUNG

Ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für Unternehmen: die Vielfalt der Mitarbeitenden. Sie gilt es zu respektieren und zu nutzen.

Schwerpunkt Diversität. Ab Seite 8

ERSTE ARBEITEN

In Madrid startet das größte Bauprojekt Europas. Deutsche Beteiligung ist erwünscht.

Seite 22

ERSTE WAHL?

Afrikas Märkte sind vielfältig, herausfordernd – und bieten enormes Geschäftspotenzial.

Seite 26

ERSTE SCHRITTE

GTAI-Experten beantworten in einer neuen Serie wichtige Fragen rund um den Export.

Seite 48



»Die Vielfalt der Mitarbeitenden bietet für Unternehmen eine Riesenchance.«

Liebe Leserinnen und Leser,

alle Menschen sollten dieselben Rechte und Chancen haben, gleiche Arbeit, gleiches Geld, Gleichberechtigung ist selbstverständlich. Na klar, werden die meisten von uns jetzt denken und auch sagen. Allerdings sieht die Realität meist anders aus, in Deutschland und weltweit. Der Markets-International-Schwerpunkt „Anders zum Erfolg“ widmet sich der Diversität in der Arbeitswelt. Expertinnen und Experten sind sich sicher: Die Vielfalt der Mitarbeitenden zu schützen, zu fördern und zu nutzen, ist für Unternehmen vor allem auch eine Riesenchance. Ob und wie sie in unterschiedlichen Ländern genutzt wird und was Unternehmen grundsätzlich beachten sollten, hat das Redaktionsteam für Sie recherchiert.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz ist am 1. Januar 2023 in Kraft getreten. Für dessen Umsetzung ist das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) verantwortlich. Welche Rolle das BAFA in diesem Zusammenhang spielen wird, erklärt die zuständige Referatsleiterin Cathrin Brechtel im Interview.

150.000 Arbeitsplätze, 10.500 Wohnungen, 400.000 Quadratmeter Grünflächen. Madrid Nuevo Norte heißt das Megaprojekt in der Hauptstadt Spaniens. Das neue Stadtviertel soll modern, nachhaltig und lebenswert werden. Die Bauarbeiten beginnen bereits in diesem Jahr, 2040 soll Nuevo Norte Realität sein. Profitieren können davon auch deutsche Unternehmen. Lesen Sie mehr dazu in „Stadt der Zukunft“.

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

SCHWERPUNKT



ANDERS ZUM ERFOLG

Warum Unternehmer auch im Ausland das Thema Diversität im Blick behalten sollten – und worauf es ankommt.

Seite 8

MÄRKTE



STADT DER ZUKUNFT

Das neue Stadtviertel Nuevo Norte soll Madrid und ganz Spanien nachhaltiger und moderner machen.

Seite 22

MÄRKTE

NEUES SPIEL, NEUES GLÜCK

Was Unternehmer von Italiens neuer Regierung unter Giorgia Meloni zu erwarten haben.

Seite 20



SPEZIAL

BRANCHEN



GUTE KARTEN

Afrika hat viel zu bieten. Drei Korrespondenten von GTAI berichten über Potenziale und Herausforderungen.

Seite 26



„SPEICHERUNG IST WICHTIG“

Alexandra Sdoukou erklärt, wie Deutschland von Griechenlands Energiewende profitiert.

Seite 34

ENTSCHEIDENDES ELEMENT

China will in den kommenden Jahren eine komplette Wasserstoffwertschöpfungskette aufbauen.

Seite 36



BRANCHEN



EWIGES ELDORADO

Auch nach dem Einbruch der Techwerte bleiben die USA für Gründer aus Deutschland attraktiv.

Seite 38

WISSEN

ERSTE SCHRITTE IM EXPORT

Endlich Kunden im Ausland? GTAI erklärt, was zu beachten ist. Die neue Serie – diesmal: Kanada.

Seite 48

WEITERE THEMEN

KOMPAKT Seite 4
ÜBERMORGEN! Seite 50
IMPRESSUM Seite 51

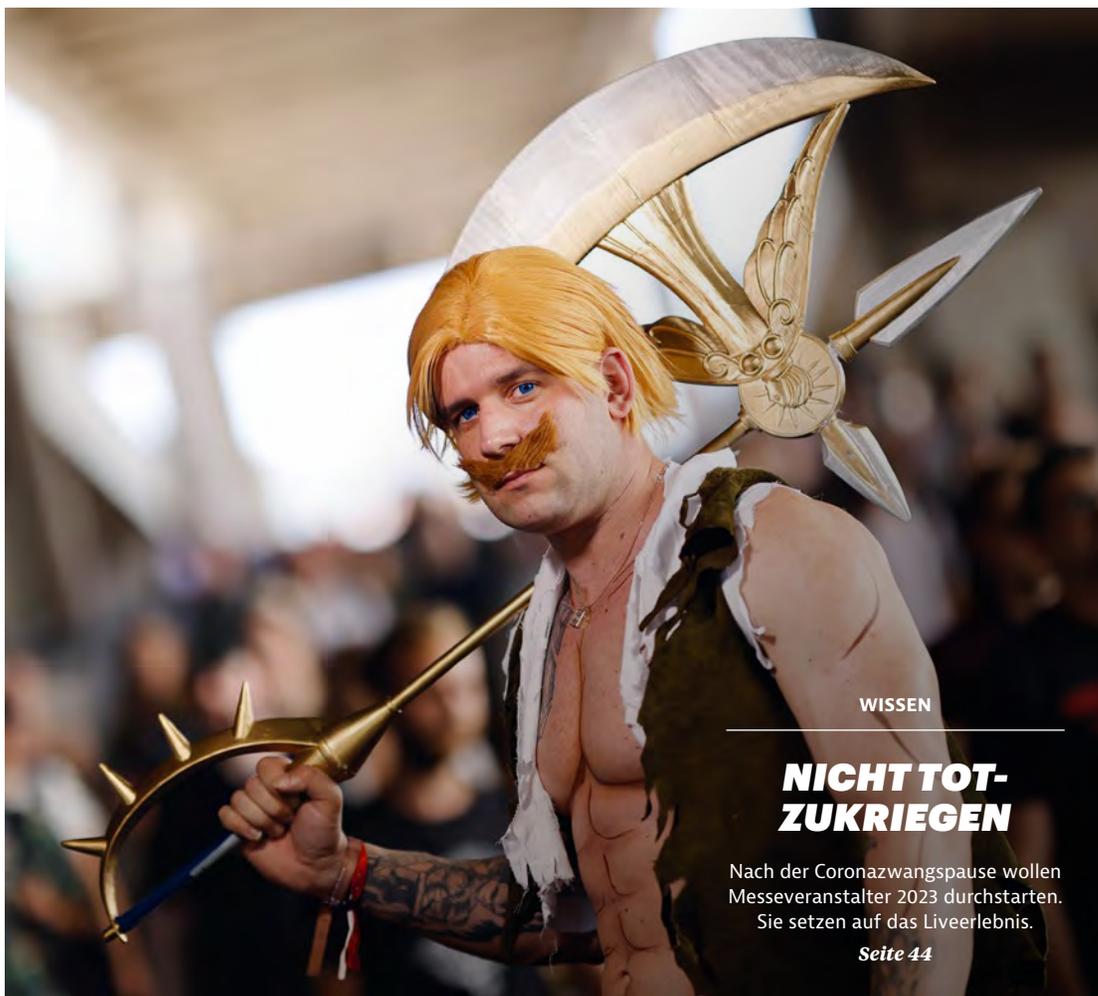


WISSEN

„UMSETZUNG MIT AUGENMASS“

BAFA-Expertin Cathrin Brechtel erklärt, wie das Bundesamt Unternehmen beim Lieferkettengesetz unterstützt.

Seite 42



WISSEN

NICHT TOT-ZUKRIEGEN

Nach der Coronazwangspause wollen Messeveranstalter 2023 durchstarten. Sie setzen auf das Liveerlebnis.

Seite 44



Das Digitalmagazin
 Online unter:

WWW.MARKETSINTERNATIONAL.DE

Für Sie in

ABIDJAN

Germany Trade & Invest (GTAI) beschäftigt Korrespondenten an mehr als 40 Standorten weltweit. **Wolfgang Karg** berichtet aus der Elfenbeinküste.



Seit Juli 2022 berichtet Wolfgang Karg als GTAI-Korrespondent aus der Elfenbeinküste. Er wird die Berichterstattung über das Wirtschaftsgeschehen im frankofonen West- und Zentralafrika zusammen mit einer neuen Delegation der AHK in Abidjan ausbauen. Zuvor war er lange für ARD-Anstalten tätig sowie jeweils mehrere Jahre in Frankreich und in China.

Ist Sicherheit für Ausländer ein Thema?

Die bislang von mir besuchten Länder Côte d'Ivoire, Senegal und die Großstädte Kameruns habe ich als unerwartet sicher wahrgenommen. Hohe Mauern, Sicherheitsdienste, Stacheldraht und Videokameras sind dennoch allgegenwärtig. Trotz der sozialen Gegensätze kann man sich ziemlich frei bewegen, aber natürlich gibt es Kleinkriminalität wie überall. Die größte Gefahr ist der teilweise etwas chaotische Verkehr.

Reicht Englisch zur Verständigung?

Ein klares Nein. In West- und Zentralafrika ist Französisch die historisch dominante Geschäftssprache – mit Ausnahmen wie den anglofonen Regionen Kameruns. Gut ausgebildete, mehrsprachige Mitarbeiter lassen sich jedoch in den Wirtschaftszentren überall finden. Interessant ist die starke Bedeutung regionaler Sprachen wie Wolof im Senegal. Mit Geduld, Lächeln sowie Händen und Füßen kommt man trotzdem weiter.

Wie sind Deutsche in den Ländern angesehen?

Deutschland genießt einen guten Ruf, aber die Enttäuschung über die überschaubaren wirtschaftlichen Beziehungen mit uns ist groß. Die Mittelschicht wünscht sich mehr und höherwertige Produkte für Konsum und Produktion aus Deutschland. Auch durch die Anstrengungen der Entwicklungszusammenarbeit haben wir ein gutes Image. Viele Menschen mit höherer Bildung haben zudem Deutsch gelernt und freuen sich, es anzuwenden.

GEMEINSAM IM AUSLAND

durchstarten

Das Bundeswirtschaftsministerium bietet neue Verbundprojekte im Rahmen seines Markterschließungsprogramms (MEP) an.

Gesundheitswirtschaft in Frankreich, Abfall und Recycling in Ghana oder Zivile Sicherheitstechnologien anlässlich der Fußballweltmeisterschaft 2026 in Nordamerika und Mexiko: Das sind Themen und Märkte, zu denen das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) kürzlich sogenannte Verbundprojekte im Rahmen seines Markterschließungsprogramms gestartet hat. Mit dem Modul „Partner für internationale Geschäftsentwicklung“ unterstützt das BMWK kleine und mittlere Unternehmen. Sie erhalten die Möglichkeit, einen Zielmarkt gemeinsam strategisch zu bearbeiten und sukzessive zu erschließen. Denn Unternehmen gelingt es

im Verbund besser, auch in schwierigen oder unbekanntem Märkten Fuß zu fassen, Geschäftsbeziehungen aufzubauen oder Aufträge und konsortiale Projekte zu gewinnen.

Im Rahmen dieser Verbundprojekte laufen über einen Zeitraum von zwei bis drei Jahren aufeinander abgestimmte Maßnahmen, um den gewählten Auslandsmarkt zu erschließen. Ebenso ist die Teilnahme am Auslandsmesseprogramm des BMWK möglich. Der Eigenbeitrag liegt je nach Unternehmensgröße und Umsatz zwischen 1.500 und 3.000 Euro (netto).

Weitere Informationen zu aktuellen Projekten: www.gtai.de/mep



Arbeiter in Accra zerlegt einen Bildschirm: Recycling in Ghana ist Thema eines MEP-Verbundprojekts.

Save the DATE



Deutsch-Brasilianische Wirtschaftstage, 12. bis 14. März 2023

Erneuerbare Energien, Klimaschutz, Nachhaltigkeit und Digitalisierung stehen bei den Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstagen 2023 im Fokus, die vom 12. bis 14. März 2023 in Belo Horizonte stattfinden. In verschiedenen Panels tauschen sich zu diesen Themen hochrangige Vertreter der Wirtschaft aus. Ebenfalls im Programm: das Freihandelsabkommen EU-Mercosur und das Doppelbesteuerungsabkommen mit Deutschland. Mehr dazu unter: www.bdi.eu

Lesetipps

3x1

Bei der Produktion des Magazins stoßen unsere Autoren und Redakteure immer wieder auf neue Plattformen, interessante Webinare oder lohnende Foren.

[Hier die besten Empfehlungen.](#)



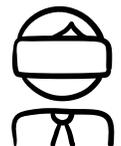
1 EU-INITIATIVE Charta der Vielfalt

Die Plattform führt rund 12.800 Organisationen aus 26 EU-Ländern zusammen, die sich für mehr Diversität am Arbeitsplatz einsetzen. www.eudiversity2022.eu



2 WEBINAR Zukunft der Autoindustrie

Aufzeichnung des Webinars „Zukunft der Automobilindustrie“, veranstaltet von GTAI und der AHK USA – San Francisco. www.tinyurl.com/us-automobil



3 STUDIE Sourcing in Südostasien

GTAI beleuchtet das Beschaffungspotenzial der Asean-Mitgliedsstaaten für verschiedene Branchen. www.gtai.de/asean-beschaffung



Sebastian Möller **VORDENKER**

Die Herausforderung

Technische Geräte wie Autos, Flugzeuge oder Waschmaschinen unterscheiden sich zwar von Modell zu Modell, aber die wesentlichen Strukturen sind immer gleich. Trotzdem müssen Ingenieure alle Teile bei jedem Modell neu entwickeln. Oft sind nur minimale Änderungen nötig: eine andere Größe, eine leicht veränderte Form oder ein neues Material. Solche Anpassungen machen Entwicklungsingenieure ständig, und sie kosten enorm viel Zeit und Geld.

Die Lösung

Synera ist eine Software, für die keine großen Programmierkenntnisse nötig sind – eine sogenannte Low-Code-Anwendung. Mit ihrer Hilfe sollen sich Ingenieure viele der sich wiederholenden Arbeitsschritte sparen. Beim Autobau bedeutet das zum Beispiel: Die Ingenieure programmieren einmal ein Schema mit allen Schritten, die man braucht,

um ein Auto zu entwickeln. Und wenn beim nächsten Modell der Motorblock angepasst werden muss, läuft das dank Synera automatisch ab. „Unsere Kunden sparen teilweise bis zu 95 Prozent der Entwicklungszeit“, sagt Sebastian Möller, Mitgründer des gleichnamigen Bremer Start-ups, das Synera entwickelt hat.

Der Markt

Mehr als 40 Unternehmen sind heute Synera-Kunden. Neben großen deutschen Firmen wie BMW, Miele und MAN nutzen inzwischen Firmen aus anderen europäischen Ländern, Nordamerika und Asien die Software des Start-ups. 2023 will das Unternehmen weiter auf dem US-Markt expandieren. Grundsätzlich sieht Synera Ingenieure auf der ganzen Welt als potenzielle Zielgruppe: „Die Frage ist nicht, ob wir in bestimmten Ländern Kunden gewinnen“, sagt Gründer Möller selbstbewusst, „sondern wann.“

AUF DIE OHREN:

der neue GTAI-Podcast



In der neuen Podcast-Reihe „Weltmarkt“ rückt Germany Trade & Invest die großen und auch die kleinen Champions ins Scheinwerferlicht. Wir stellen

Unternehmen vor, die exportieren, ins Ausland expandieren – und damit erfolgreich sind. Wir schauen ihnen im Labor, der Produktionshalle oder im Büro über die Schulter. Mal in Kiel, mal in Dresden oder auf der Schwäbischen Alb, wo immer sie zu Hause sind.

Warum sind sie ins Auslandsgeschäft eingestiegen, was waren die größten Herausforderungen, was würden sie heute anders machen, woran festhalten? Was raten sie anderen Unternehmen, und welches war und ist ihr Erfolgsgeheimnis? Wir fragen nach.

Wir sprechen mit Experten aus der Wissenschaft über die neuesten Chancen auf den internationalen Märkten – und wir haken nach. Dort, wo die Weichen gestellt werden für Europas größte Volkswirtschaft, in der Politik.

Bei uns hören Sie ab sofort jeden Monat, was sich Neues tut in der Exportnation Deutschland.

Weltmarkt – der Podcast der deutschen Außenwirtschaft – jetzt abonnieren.

ONLINE



Weitere Informationen zu Podcast und Abo unter:

www.gtai.de/podcast

GEBERPROJEKTE AUF GTAID.DE:

kostenfrei und mit
Weckerfunktion

Alle Ausschreibungshinweise zu geberfinanzierten Vorhaben auf www.gtai.de sind seit Anfang 2023 kostenfrei. Unternehmer können sich dort über Geschäftschancen in der Entwicklungszusammenarbeit informieren und finden auf der GTAIAusschreibungsplattform jährlich rund 16.000 Meldungen zu internationalen Ausschreibungen. Zu den Finanziers gehören die KfW Entwicklungsbank, die Europäische Union, die Weltbank und die regionalen Entwicklungsbanken.

Auch Frühinformationen zu Entwicklungsprojekten erhalten Unternehmen bei GTAIA kostenfrei. Dazu gehören Bewilligungen für Entwicklungsprojekte oder Strategiepapier der Entwicklungsbanken. Sie bekommen außerdem Informationen zu ausgewählten privat und öffentlich finanzierten Projekten weltweit. Der E-Mail-Service „Tenders & Projects daily“ liefert täglich die neuesten öffentlichen Ausschreibungen und Projekte aus der ganzen Welt – direkt ins Postfach.

PATT NACH DEN MIDTERMS

bremst die Biden-Reformen

von **ULLRICH UMANN**, *Germany Trade & Invest Washington, D. C.*

Das politische Patt zwischen Demokraten und Republikanern nach den vergangenen Zwischenwahlen zum US-Kongress engt den wirtschaftspolitischen Spielraum des Weißen Hauses ein. Zwar ist es der Biden-Regierung in ihren ersten beiden Amtsjahren gelungen, Finanzhilfen im Gesamtumfang von circa drei Billionen US-Dollar auf den Weg zu bringen, deren geschäftsfördernde Wirkung in den kommenden zwei Jahren anhalten wird. Doch wird in künftigen Gesetzen die Handschrift der Republikaner deutlicher herauszulesen sein als bisher.

Das könnte unter anderem eine geringere Neuverschuldung, ein langsames Reformtempo in der Klimapolitik sowie eine Teilrenaissance fossiler Energieträger bedeuten. Grundlegende Weichenstellungen jedoch, etwa zur Digitalisierung und Automatisierung, zum Ausbau grüner Energiequellen oder zur Serienfertigung von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben werden kaum angetastet. Ausgesprochen kritisch, speziell für deutsche Exporteure, bleibt, dass beide Parteien sich beim Protektionismus in der staatlichen Förderpolitik einig sind.

Das Kapitol in der US-Hauptstadt Washington D. C.: Bei den Zwischenwahlen zum Kongress haben die Demokraten ihre Mehrheit verloren.





Danil Krivoruchko ist Schöpfer der Ksoids, die diesen Schwerpunkt „Diversität“ illustrieren. Der Motion Designer schuf seit 2013 insgesamt 1.000 Exemplare. Sie sind die ersten softwarekreierten 3-D-Figuren, die online zum Leben erwachten. Mehr Infos: www.ksoids.com

ANDERS zum Erfolg

Die Vielfalt der Mitarbeitenden zu respektieren und zu nutzen, ist das Ziel des Diversitätsmanagements. Markets International zeigt, warum dieser Aspekt auch für Unternehmen im Auslandsgeschäft wichtig ist.

von **LEONIE SCHNEIDERHÖHN** und **EDDA VOM DORP**, Germany Trade & Invest Bonn

Der internationale Duft- und Geschmacksstoffhersteller Symrise aus dem niedersächsischen Holzminden setzt auf Diversitätsmanagement. Angefangen hat alles fernab des Headquartiers an seinem Produktionsstandort in Brasilien. Hier, im größten Land Südamerikas, leben sehr viele verschiedene Ethnien aus Europa, Afrika, Asien sowie indigene Ureinwohner. Doch diese

Vielfalt spiegelte sich nicht in den einzelnen Unternehmensbereichen wider. „2019 haben wir ein großes Ungleichgewicht in der Belegschaft festgestellt – das wollten wir ändern“, sagt Eder Ramos im Symrise-Mitarbeitermagazin „Team Spirit“.

Ramos, Global President der brasilianischen Fragrance-Division im Konzern, ist Initiator und Motor der Initiative Diver Sym.

Sie wurde im März 2019 ins Leben gerufen und setzt sich mittlerweile unternehmensweit für Diversität und Inklusion ein. So sollen zum Beispiel bis 2025 mindestens 45 Prozent der Führungskräfte in der zweiten Ebene weiblich sein. Außerdem gibt es heute bei Symrise, das weltweit 11.000 Mitarbeitende beschäftigt, Arbeitsgruppen zu Themen wie Geschlechtergerechtigkeit, Rasse, ethnische Zugehörig-



keit und LGBTQ+ (lesbisch, schwul, bisexuell, transsexuell, queer). Dabei spielt Diversitätsmanagement nicht nur im Hinblick auf die Mitarbeiterzufriedenheit eine Rolle. „Als modernes Unternehmen haben wir verstanden, welchen Wert eine vielfältige Belegschaft hat“, sagt die globale Personalchefin Katharina Dürbaum. Sie weiß: Nicht nur die Belegschaft selbst, auch Kunden und Lieferanten interessieren sich heute mehr denn je für den sozialen Fußabdruck eines Unternehmens.

Globaler Handel fördert Diversität

Ursprünglich wurde die Diversitätsdebatte in den USA geführt. Dort ging es in den 1960er-Jahren um die Benachteiligung von Frauen und um People of Color, also um Menschen, die in weißen Mehrheitsgesellschaften rassistische Diskriminierung erfahren. In Deutschland steht das Vielfaltsmanagement erst seit den 1990er-Jahren auf der Agenda. Die Globalisierung der Wirtschaft hat es auch in die Unternehmen getragen: Die Verlagerung von Produktionsstätten ins Ausland, weltweite Exporte, neue Freihandelsabkommen und die Beschäftigung von Fachkräften aus der gan-



„Betriebsklima, Produktivität und die Rekrutierung hängen von der Diversität eines Unternehmens ab.“

Ullrich Umann, GTAI Washington, D. C.



ANNE COCQUYT »DIVERSITÄT IST GUT FÜRS BUSINESS.«

Anne Cocquyt, Gründerin des Unternehmerinnen-Networks The Guild

Frau Cocquyt, Sie leben seit fast elf Jahren im Silicon Valley. Wie haben Sie den Start in dieser Männerdomäne erlebt?

Also zugegeben, das In-Turnschuhen-Verstecken kostete mich schon Überwindung. Das Valley ist eine Welt der Westenträger und Tech-Bros. Es ist nicht leicht, sich da als Frau wiederzufinden. Überspitzt gesagt, lässt es sich in Stöckelschuhen schlecht über das nächste große Ding reden.

Aber es geht doch sicher nicht nur ums Outfit?

Nein, aber Gründerwettbewerbe, Innovationsteams, Investoren und Business-Angelgruppen – alles ist hier stark von Männern dominiert. Weibliche Talente in der Techwelt brauchen ein besseres Netzwerk. Deshalb habe ich 2016 eine Plattform für Frauen gegründet, um soziale Bindungen untereinander zu stärken. Gleichzeitig fördern wir mit Konferenzen unserer Start-up-Akademie den weiblichen Unternehmergeist und machen Frauen fit für Investitionen.

Was muss Ihrer Meinung nach geschehen, damit sich Diversität und Inklusion in der Hightechwelt des Silicon Valley stärker durchsetzen?

Da müssen wir früh ansetzen. Schon die Schulklassen sind in den USA zu wenig sozial durchmischt. Dabei gehört Diversität von Anbeginn ins grundlegende Mindset. Gerade bei sportlichen Aktivitäten gäbe es hier viel Potenzial, denn die fördern den Teamgeist. Oder es müssten sich Themen wie Unternehmensgründung bereits in den Lehrplänen der Schulen wiederfinden – dann käme in der Start-up-Welt der Zukunft gewiss auch eine größere kulturelle, ethnische und Geschlechtervielfalt zustande.

Interview: Heiko Steinacher

zen Welt erfordern, dass Unternehmen ihre diversen Teams besser in die Gesamtstruktur einbinden. Dies kann mithilfe des Diversitätsmanagements entlang der gesamten Wertschöpfungskette gelingen.

„Gerade exportorientierte Unternehmen profitieren vom Diversitätsmanagement“, weiß Juliane Schlei von der Charta der Vielfalt, einem Verein, der sich für mehr Diversitätsförderung in der Arbeitswelt einsetzt. Diversität zu managen, heißt, in den Unternehmen die individuellen Unterschiede der Mitarbeitenden und die damit oft einhergehenden Vorurteile zu bemerken und aktiv ein Umdenken anzuregen. „Diversität im eigenen Team abzubilden, bedeutet, die internationale Kundschaft besser verstehen und mit ihnen verhandeln zu können. Auch die Menschen am Ende der Lieferkette sind in allen Vielfaltsdimensionen divers. Wer für potenzielle Kundschaft attraktiv sein möchte, tut gut darin, sie auch intern vertreten zu wissen. So ergibt sich aus Vielfaltsförderung nicht nur ein Beitrag zur sozialen Verantwortung von Unternehmen, sondern auch ein messbarer wirtschaftlicher Vorteil.“

USA: Diversität als Qualitätsmerkmal

Diversität und Political Correctness wird im Vielvölkerstaat USA auch aktuell großgeschrieben. Initiativen zur Förderung von Menschen mit Behinderungen, von Mitarbeitenden unterschiedlicher Hautfarbe, Herkunft, Religion oder sexueller Orientierung sowie zur Gleichstellung von Frauen im Berufsleben werden von zahlreichen Firmenvorständen unterstützt, Angestellte für die organisatorische Arbeit freigestellt.

Der US-amerikanische Telekommunikationsriese Verizon etwa lebt das Thema bis in die Unternehmensspitze: Der Vorstand, das Board of Directors, ist multiethnisch besetzt, vier von zwölf Mitgliedern sind weiblich. Geschlechtsspezifische Lohngefälle existieren nach eigenen Angaben nicht. Über zehn Themengruppen bringen Mitarbeitende Vorschläge ein und stehen als Ansprechpartner zur Verfügung. Seit Neuestem umfassen die konzerninternen Diversitätsansprüche sogar das Zuliefernetz: Wer als Lieferant weiterhin



USA

50,5%

Weiblicher Anteil an der Gesamtbevölkerung



44,9%

Weiblicher Anteil an der erwerbstätigen Bevölkerung



Prozentualer Anteil der Menschen mit Behinderung an der Gesamtbevölkerung in Prozent

9,7



14,5

Anteil an Immigranten an der Gesamtbevölkerung in Prozent



16,8

Prozent der Bevölkerung ist über 65 Jahre alt

#44

Ranking im Gender Inequality Index

Verträge mit Verizon abschließen will, muss Vielfältigkeitsfortschritte nachweisen.

Auch der US-amerikanische Fachverband für Medizintechnikhändler AdvaMed – Advanced Medical Technology Association hält seine Mitgliedsunternehmen dazu an, die Patientenvielfalt in den Unternehmensvorständen widerzuspiegeln. Der Aufruf zeigte Wirkung: So hat Medtronic, das sich als weltweiter Marktführer in Gesundheitstechnologie bezeichnet, Sally Saba als Diversitätsverantwortliche in leitender Stellung etabliert. Unter ihrer Verantwortung ist das Unternehmen zu einem Modell übergegangen, bei dem Führungskräfte Vielfältigkeitsziele zu erfüllen haben. Von den

Ergebnissen hängt am Ende ihre Vergütung ab. Sean Palacio, Personalchef Abbott, einem weiteren Gesundheitsunternehmen und Mitglied von Adva Med, unterstreicht ebenfalls den positiven Einfluss von Diversität auf die Innovationskraft: „Frische Ideen entstammen nicht selten unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlichen Blickwinkeln“, stellt er fest und ergänzt: „Aus diesem Grund werden wir den Anteil bislang unterrepräsentierter Gruppen an Führungspositionen bis 2025 auf mindestens 30 Prozent aufstocken.“

Dass diverse Teams die Wettbewerbsfähigkeit steigern, stellte auch die Beratungsgesellschaft Pricewaterhouse Coopers im Rahmen einer Studie fest: Eine Gruppe, die sich aus unterschiedlichen Nationalitäten, Geschlechtern und sozialen Hintergründen zusammensetzt, wird außergewöhnlichere Ideen haben als ein homogenes Team. Ein weiteres Ergebnis: Die Wahrscheinlichkeit, innovativer zu sein als der Wettbewerber, ist um 14 Mal höher, wenn das Unternehmen einen hohen Diversitäts- und Inklusionsgrad, den D & I-Reifegrad, erreicht. „Vielfalt hat einen kla-



Indien



„Indien sieht Diversität als Chance, doch bis zur Gleichstellung ist es noch ein langer Weg.“

Boris Alex, GTAI Neu-Delhi

ren Einfluss auf die Kundenzufriedenheit und die Gewinnung neuer Zielgruppen: Während 66 Prozent der Unternehmen mit einem hohen D & I-Reifegrad von einer sehr zufriedenen Kundschaft berichten, trifft dies lediglich auf 35 Prozent der Vertreter mit niedrigem Reifegrad zu“, schreiben die Autoren der Studie.

Und auch im Hinblick auf den Fachkräftemangel kann der Schritt zu mehr Diversität ein Ausweg sein. Konkret heißt das, ältere Arbeitskräfte besser in die Organisation einzubinden, Menschen mit Behinderungen zu inkludieren, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu gewährleisten, um Frauen als (Ganztags-)Arbeitskräfte zu gewinnen, sowie Zuwanderung aus dem Ausland zu fördern. Doch Unternehmen

können dies nicht allein umsetzen. Staat und Gesellschaft müssen mitziehen und entsprechende Rahmenbedingungen schaffen.

Wie stark Diversitätsmanagement ein Unternehmen beeinflussen kann, zeigt das

Beispiel von Mercedes-Benz in Polen. Das Werk in Jawor hat geschafft, was anderen Unternehmen schwerfällt: Frauen stellen 45 Prozent der Produktionsbelegschaft. Zum Vergleich: Der Frauenanteil in Polens gesamter



Prozentualer Anteil der Menschen mit Behinderung an der Gesamtbevölkerung

2,6

#122

Ranking im Gender Inequality Index



0,4

Anteil an Immigranten an der Gesamtbevölkerung in Prozent



6,9

Prozent der Gesamtbevölkerung ist über 65 Jahre alt



„Japan tut sich als homogene Gesellschaft mit Diversität grundsätzlich schwer.“

Jürgen Maurer, GFAI Tokio

Fahrzeugindustrie liegt bei nur rund einem Drittel. Mercedes-Benz will sich nicht auf dem Erreichten ausruhen. Ab 2023 sollen Frauen in Jawor die Hälfte des Produktionspersonals ausmachen.

Um dieses Ziel zu erreichen, bemüht sich das Unternehmen vor allem um Bewerberinnen. Das Problem aber ist, dass viele Frauen sich generell nicht trauen, einen technischen Beruf zu ergreifen. Es fehlt vor allem an Schnupperangeboten. Im Oktober 2022 startete Mercedes-Benz deshalb nun schon die fünfte Auflage des Programms „Girls Go Technology“. In den mehrwöchigen Workshops zur Orientierung erhalten die jungen Teilnehmerinnen Einblicke in moderne Produktionstechnologien.

Rund 200 Absolventinnen hat das Programm bereits hervorgebracht. Viele von ihnen arbeiten heute in technischen Unternehmen. „Ich wage zu behaupten, dass sie sich nicht auf diese Stellen beworben hätten, wenn sie nicht im Rahmen unseres Projekts mit technischen Berufen in Berührung gekommen wären“, sagt Ewa Łabno-Fałęcka, Leiterin Unternehmenskommunikation von Mercedes-Benz Manufacturing Poland. Darüber hinaus baut der Konzern die Kooperation mit Schulen aus. Das Unternehmen hat bereits in drei Bildungseinrichtungen die Schirmherrschaft für Mechatrik- und Elektromechanikkurse übernommen.

Doch nicht nur Bildungsoffensiven machen Frauen auf Mercedes-Benz aufmerksam. Auch die Arbeitsbedingungen stimmen. „Unsere Produktion ist nach Industrie-4.0-Standard automatisiert und digitalisiert. Es gibt hier praktisch keine Position mehr, an der Frauen aufgrund der vorgeschriebenen körperlichen Belastungsrichtlinien nicht arbeiten könnten“, sagt Personalleiterin Ewa Korwek.

Die Angst vorm Regenbogen

Viele deutsche Unternehmen haben einzelne Vielfaltsdimensionen bereits gut aufgegriffen und Veränderungen angestoßen. „Insbesondere im Bereich Geschlecht und geschlechtliche Identität investieren sie viel. Flexibilität in Arbeitszeit und -ort für alle Geschlechter, aber auch Quoten und genderechte Sprache sind wichtige Maßnahmen, die Unternehmen vielerorts bereits umgesetzt haben“, sagt Juliane Schlei von der Charta der Vielfalt. Doch Diversitätsmanagement umfasst noch viel mehr – die Charta der Vielfalt spricht von insgesamt sieben Vielfaltsdimensionen und sieht in einigen Punkten noch Handlungsbedarf. So auch in der Unterstützung von LGBTQ+-Personen. „Es muss noch viel passieren. In der Studie Diversity Trends 2020 wurde deutlich, dass gerade der Umgang mit unterschiedlichen sexuellen Orientierungen und Religionen am Arbeitsplatz sich weiterhin als schwierig erweist, da hier noch immer wenig

Handlungsbedarfe gesehen werden“, so Schlei. Tatsächlich haben viele Menschen, die der LGBTQ+-Gruppe angehören, am Arbeitsplatz schon Erfahrung mit Diskriminierung gemacht oder haben Angst davor. Laut der Studie „A long way to go for LGBTI equality“ der Europäischen Union aus dem Jahr 2020 gab einer von vier Befragten an, seine sexuelle Orientierung am Arbeitsplatz noch nie offengelegt zu haben.

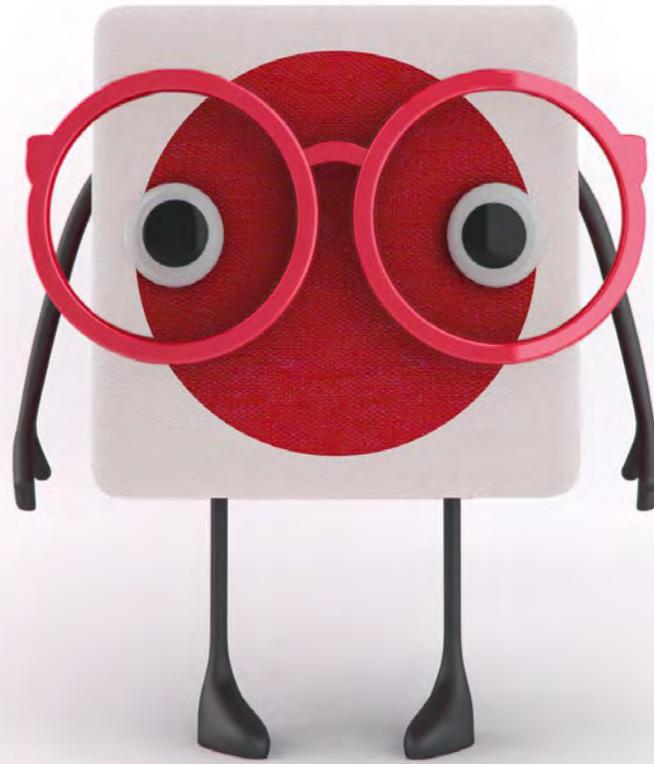
Das kann für Unternehmen und für die Personalentwicklung ein erhebliches Problem darstellen. Wenn zum Beispiel eine potenzielle Nachwuchsführungskraft ins Ausland entsandt werden soll, diese Person aber plötzlich und aus unerklärlichen Gründen ablehnt, kann es schnell zu Missverständnissen und einem

Vorsicht vor Pinkwashing!

Angelehnt an den Begriff Greenwashing thematisiert Pinkwashing das Vorgeben von Unternehmen, sich mit der LGBTQ+-Bewegung zu solidarisieren. Besonders offensichtlich wird Pinkwashing etwa durch die Nutzung von Regenbogenfarben im Marketing, um den Umsatz während des Pride-Monats Juni zu steigern.

Aber was, wenn sich das Unternehmen jenseits des Pride-Monats nicht für die Belange der LGBTQ+-Community einsetzt? Dann droht ein Shitstorm oder ein Kaufboykott. Erfahren hat das etwa der Lebensmittelkonzern Barilla 2013: In einem Interview äußerte sich der Konzernchef homophob, was zum Boykott seitens der Kunden führte. Wären direkt danach Werbekampagnen in den Regenbogenfarben erschienen, hätte es sich um Pinkwashing gehandelt. Stattdessen setzte Barilla einen Chief Diversity Officer ein. Heute gilt der Konzern weltweit als Vorreiter für Diversität.

Übrigens: Pinkwashing bezieht sich nicht nur auf sexuelle Orientierung, sondern etwa auch auf die Ungleichbehandlung von Mann und Frau oder die Ausgrenzung von Minderheiten.



Japan



1,6

Anteil an Immigranten an der Gesamtbevölkerung in Prozent

#22

Ranking im Gender Inequality Index



29,2

Prozent der Gesamtbevölkerung ist über 65 Jahre alt

Durch Diversitätsmanagement können bis zu 4,6 Millionen zusätzliche Fachkräfte für den deutschen Arbeitsmarkt aktiviert werden.



Zahlen zu Deutschland im Vergleich

Ranking im Gender Inequality Index:	19
Weiblicher Anteil an Gesamtbevölkerung:	50,7 %
Weiblicher Anteil an der erwerbstätigen Bevölkerung:	47,2 %
Anteil an Immigranten:	14,9 %
Anteil von Menschen mit Behinderung:	9,4 %
Bevölkerung über 65 Jahre:	22 %

Quellen: Weltbank, Statista

Gefühl der Enttäuschung kommen. Hat der Mitarbeitende keinen Ehrgeiz mehr? Wurde bisher die falsche Person gefördert? Fühlt sich der Mitarbeitende der neuen Aufgabe nicht gewachsen? Nur wenige Führungskräfte und Personaler vermuten hinter einer plötzlichen Absage einen Grund, der mit der sexuellen Identität zusammenhängt.

Zumal sich bei manchen Ländern, aus denen Mitarbeitende entsendet werden sollen, das Problem nicht direkt erschließt. So hat die Studie „All Hands In? Making Diversity Work for All“ der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) aus dem Jahr 2020 ergeben, dass nur rund 55 Prozent der OECD-Staaten der Meinung sind, dass ihre Gemeinschaft ein guter Ort zum Leben für ethnische Minderheiten, LGBTQ+-Menschen und Einwanderer ist. Einwohner von Ländern wie Island, Kanada und Neuseeland sehen sich hier als Spitzenreiter, wohingegen die Einwohner von Ungarn, der Türkei oder Polen sich als Schlusslicht einschätzen. Und tatsächlich: Homosexualität etwa ist auch heute noch in weltweit 69 Ländern illegal, in elf Ländern droht Betroffenen sogar die Todesstrafe.

LGBTQ+-Themen offen ansprechen

An genau dieser Stelle ist es die Aufgabe eines Diversitätsmanagers, für die Mitarbeitenden eine Umgebung zu schaffen, in der sie offen und vorurteilsfrei über ihre sexuelle Orientierung sprechen können. Somit können Missverständnissen direkt vorgebeugt und geeignete Optionen für den Mitarbeitenden gesucht werden, um weder die bisherige Förderung noch das fachliche Potenzial der Person zu verlieren.

Doch wie schafft man es, eine solche Atmosphäre herzustellen? „Durch ständige Wiederholung“, sagt Fabienne Mainz, Diversitymanagerin bei Covestro. Ihr Credo: „Man darf nicht nur einmal im Jahr vor dem Hauptgebäude des Unternehmens die Regenbogenflagge während des Pride Month hissen. Man muss kontinu-

Europäische Union führt Geschlechterquote ein

Im Juni 2022 haben sich die Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) auf eine Geschlechterquote in den Vorstandsetagen geeinigt. Ab 2026 müssen alle Spitzenpositionen in der Wirtschaft ausgewogener zwischen Männern und Frauen besetzt werden. Die neue Regelung sieht zwei Modelle vor. Entweder gehen mindestens 40 Prozent der Aufsichtsratsposten börsennotierter Unternehmen an das jeweils unterrepräsentierte Geschlecht. Alternativ müssen etwa 33 Prozent der Vorstands- sowie der Aufsichtsratsposten an das jeweils unterrepräsentierte

Geschlecht gehen. Unternehmen, die diese Ziele nicht erfüllen, müssen dies begründen und Maßnahmen zur Abhilfe umsetzen. Für Länder, die bereits Maßnahmen zur Geschlechtergerechtigkeit eingeführt haben, soll es eine Ausnahmeregelung geben. Nach Angaben der Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland haben demnach aktuell nur acht Mitgliedstaaten verbindliche Geschlechterquoten eingeführt, darunter die Bundesrepublik. In zehn weiteren EU-Staaten existieren lediglich Quoten mit Empfehlungscharakter.



ierliche Aktivitäten und Austauschmöglichkeiten über das ganze Jahr hinweg anbieten, damit sich die Belegschaft mit dem Thema auseinandersetzt. Dabei hilft es, wenn die Kommunikationsabteilung des Unternehmens die Bemühungen unterstützt.“

Erfolgreiche Frauenförderung in Indien

Ein solch offenes, kommunikatives Arbeitsklima konnte zum Beispiel SAP Labs in Indien schaffen. In dem Vielvölkerstaat mit seinen zahlreichen Ethnien, Sprachen, Kulturen und Religionen gilt Diversität gemeinhin als Stärke. Die unterschiedlichen Perspektiven, Ideen und Fähigkeiten der Menschen bilden dabei die Basis für eine positive Entwicklung des Landes. Dieser Grundidee folgt auch SAP Labs India mit ihrer Diversity-and-Inclusion-Strategie.

Der Forschungs- und Entwicklungszweig der Walldorfer Softwareschmiede beschäftigt an seinen fünf indischen Standorten mehr als 9.000 Menschen. Dabei steht die Förderung von Frauen in der nach wie vor von Männern dominierten IT-Branche im Mittelpunkt. Ihr Anteil in Führungspositionen soll auf 30 Prozent steigen. Ein Back-to-Work-Programm soll Mitarbeiterinnen nach einer Schwangerschaft den Wiedereinstieg in den Job erleichtern. Einrichtungen zur Kinderbetreuung, flexible Arbeitszeiten, Homeoffice-Regelungen und Sabbaticals helfen dabei, Familie und Karriere für beide Partner unter einen Hut zu bringen.

Auch die Inklusion von Mitgliedern der LGBTQ+-Community steht bei SAP Labs auf der Agenda. Erst 2018 hat das oberste Gericht Indiens gleichgeschlechtliche Beziehungen entkriminalisiert. Von einer breiten gesellschaftlichen Akzeptanz ist das Land zwar noch weit entfernt. Die konzernweite Initiative Pride@SAP ist aber auch bei SAP Labs India inzwischen fester Bestandteil der Diversity-and-Inclusion-Strategie. So sind die gleichgeschlechtlichen Partnerinnen und Partner der SAP-Beschäftigten mit krankenversichert.

Tipps für erfolgreiches LGBTQ+-Marketing

1

Das Topmanagement des Unternehmens unterstützt für die Öffentlichkeit sichtbar und persönlich die LGBTQ+-Community.

2

LGBTQ+ wird als Teil einer größeren Diversitätsstrategie im Unternehmen gelebt und durch budgetierte Maßnahmen unterstützt.

3

Es existiert ein Mitarbeiternetzwerk für LGBTQ+-Personen, das vom Management unterstützt wird und als Ansprechpartner dient.

4

Es gibt eine Talentförderung für LGBTQ+-Personen in einem möglichst diskriminierungsfreien Arbeitsumfeld.

5

Die Kommunikation von LGBTQ+-Themen erfolgt nicht nur bei besonderen Anlässen, sondern kontinuierlich. Das firmeninterne Netzwerk wird bei wichtigen Entscheidungen in die Maßnahmenentwicklung einbezogen.

6

Das Unternehmen kooperiert kontinuierlich mit der LGBTQ+-Community in der Region, in der es ansässig oder tätig ist.

7

Es wird auch im Zulieferernetzwerk und bei allen anderen Geschäftspartnern auf eine positive Einstellung gegenüber LGBTQ+ geachtet.

Quelle: Sisi-Agentur und Faktor 3

Das Unternehmen unterstützt zudem gleichgeschlechtliche Paare bei der Adoption und leistet finanzielle Hilfe bei geschlechtsangleichenden Operationen. Im Rahmen von Workshops werden Führungskräfte und Mitarbeitende für LGBTQ+- und Genderthemen sensibilisiert. Um auch öffentlich ein Zeichen zu setzen, hat SAP Labs im Juni 2022 nach einer zweijährigen Coronapause auch wieder eine Pride-Parade am Hauptsitz in Bengaluru organisiert.

Das Mini-Me umgehen

Doch wie geht man das Thema Diversität im Unternehmen an? Laut Fabienne Mainz von Covestro sollte man zunächst analysieren, in welchem gesellschaftlichen Umfeld sich das Unternehmen bewegt. Wie ist die ethnische Zusammensetzung der Bevölkerung? Welche Minderheiten gibt es? Wie viele Menschen haben einen Migrationshintergrund, und wie viele fühlen sich der LGBTQ+-Community zugehörig? „Im Anschluss schaue ich mir an, welche Informationen ich über meine Mitarbeitenden habe. Wenn ich starke Abweichungen zwischen der Zusammensetzung der Gesellschaft, in der ich agiere, und der Belegschaft sehe, kann ich erste Aktionsfelder für ein Diversitätsmanagement definieren“, so die Managerin für Diversity, Equity & Inclusion.

In einem weiteren Schritt sollten Unternehmen Mitarbeitende, die Minoritäten angehören, kontaktieren und in die Umsetzung der geplanten Diversitätsmaßnahmen einbeziehen. Als Letztes sorgen eigens gegründete Netzwerke dafür, dass sich die Mitarbeitenden auch in Zukunft mit den verschiedenen Diversitätsthemen auseinandersetzen.

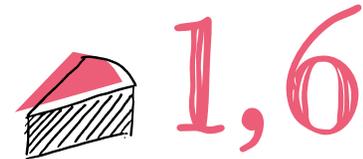
Eine ähnliche Vorgehensweise wählte auch der Duft- und Geschmacksstoffhersteller Symrise. So identifiziert sich zwar die Hälfte der brasilianischen Gesellschaft selbst als schwarz oder mit gemischtem ethnischen Hintergrund. Dies traf auf die Belegschaft von Symrise Brasilien 2019 aber gerade einmal auf 19 Prozent

Polen



#31

Ranking im Gender Inequality Index



Anteil an Immigranten an der Gesamtbevölkerung in Prozent



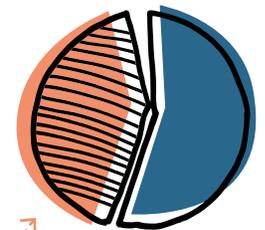
18,7

Prozent der Bevölkerung ist über 65 Jahre alt



51,8 %

Weiblicher Anteil an der Gesamtbevölkerung



46,3 %

Weiblicher Anteil an der erwerbstätigen Bevölkerung

Prozentualer Anteil der Menschen mit Behinderung

10,8



»Der soziale Fußabdruck eines Unternehmens spielt eine immer größere Rolle für Mitarbeitende, Kunden und Lieferanten.«

*Leonie Schneiderhöhn,
GTAI-Redakteurin Bonn
leonie.schneiderhoehn@gtai.de*



»Diversität ist kein Nischenthema mehr. Unternehmen weltweit sind gut beraten, sich konkret damit zu befassen.«

*Edda vom Dorp,
GTAI-Redakteurin Bonn
edda.vom-dorp@gtai.de*

zu. Dank des Diversitätsengagements stieg der Anteil auf 29 Prozent. „Wenn wir mit unseren Produkten alle Konsumenten erreichen wollen, müssen wir intern genauso vielfältig sein wie die Gesellschaft“, sagt Barbara Zabori, Diversity und Inclusion Lead bei Symrise.

Damit ist die Arbeit für Diversitymanager aber noch längst nicht getan. Laut einer Studie der Charta der Vielfalt aus dem Jahr 2018 reicht es nicht, ein homogenes Team mit neuen Mitarbeitenden zu bestücken, die sich auf dem Diversitätsspektrum befinden. Trotz unterstützender Impulse kann es zu Kommunikationsschwierigkeiten und ineffizienterer Entscheidungsfindung kommen. Im schlimmsten Fall entstehen Konflikte und Widerstände. „Die Arbeit in einem divers besetzten Team kann zunächst herausfordernder sein. Die Diskussionen zu Beginn der Zusammenarbeit dauern länger, man muss sich aufeinander einstellen und besser kennenlernen – erst dann können diverse Teams kreativere und innovativere Lösungen als homogen besetzte Arbeitsgruppen erzielen“, sagt Mainz von Covestro.

Japans Frauenpotenzial liegt brach

Im asiatischen Raum zeigt besonders das Land Japan, dass auch die Wirtschaftsleistung beim Diversitätsmanagement im Vordergrund stehen kann. Ein Beispiel: Der eigentü-

geführte Bekleidungskonzern Fast Retailing will mit seinen größten Marken UNIQLO und GU das Interesse einer Vielzahl von Kunden weltweit wecken, sozusagen „Apparel made for all“. Die Unternehmensphilosophie setzt auf die Einbindung diverser Gruppen von Leuten, die viele Aspekte und Erfahrungen in die Entwicklung und Produktion von Lifewear einbringen.

Zwar hat Fast Retailing erst im Mai 2020 ein globales Diversity Leadership Team eingerichtet, um die weltweiten Aktivitäten zu koordinieren. Jedoch sind verschiedene Diversitätsaspekte bereits längere Zeit gelebter Alltag. So stellt das Unternehmen seit 2001 gezielt Menschen mit Behinderung ein. Im Geschäftsjahr 2021 betrug ihr Anteil 4,6 Prozent, deutlich mehr als die gesetzlich vorgeschriebenen 2,2 Prozent.

Auch der Automobilzulieferkonzern Denso übertrifft diese gesetzliche Vorgabe, wenn auch nur knapp. Beim Thema Diversität stellt Denso die Vereinbarkeit von Beruf und Familie in den Fokus. So gewährt der Konzern umfangreiche Arbeitsfreistellungen für die Zeit vor und nach der Geburt, es gibt auch einen Betriebskindergarten. Damit will der Denso-Konzern Frauen – als dem größten ungenutzten Arbeitskräftepool in Japan – den Arbeitswunsch erleichtern. Baby- und Kinderbetreuungsangebote stehen auch Männern offen, ebenso wie etwa die Freistellung für die Pflege von Angehörigen. Zudem hat das Unternehmen weitere Angebote für Work-Life-Balance geschaffen, unter anderem die Möglichkeit für flexiblere Arbeitszeiten und Homeoffice. Um die Diversität noch stärker zu fördern, will der Konzern bestimmte Aspekte, wie die Förderung von weiblichen Führungskräften, ab dem Fiskaljahr 2022 bei der Beurteilung von Managern einführen.

Die japanischen Großunternehmen Fast Retailing und Denso wollen Arbeitsumgebungen bieten, die die Fähigkeiten des Personals unterstützen, unabhängig von Geschlecht und sexueller Orientierung. Als international agierende Konzerne sind Diversitätsfragen für sie nichts Neues – und als börsennotierte Unternehmen sind sie gegenüber den Stakeholdern zur Rechenschaft verpflichtet. **M**



„Diversität kann Polens Industrie dabei helfen, den Fachkräftemangel zu überwinden.“

Christopher Fuß, GTAI Warschau

ONLINE



Ausführliche Interviews mit Anne Cocquyt und Juliane Schlei sowie weiterführende Infos und Links zu interessanten Webseiten unter:

www.marketsinternational.de/fokus-diversitaet

NEUES SPIEL, NEUES GLÜCK

Italiens neue Ministerpräsidentin Giorgia Meloni jubelt. Doch die europäischen Nachbarn blicken mit Sorge auf den Wahlsieg des Bündnisses rechtspopulistischer und konservativer Parteien.



Nach häufigen Wechseln regiert in Italien seit November nun eine vermeintlich stabilere Exekutive. Doch was ist wirtschaftlich vom Kabinett um Ministerpräsidentin Giorgia Meloni zu erwarten?

von **OLIVER DÖHNE**,
Germany Trade & Invest Mailand

Finanzminister Giancarlo Giorgetti skizziert den künftigen Kurs seines Landes mit den Worten „umsichtig, aber auch pragmatisch“. Kein Wunder, liegt doch Italien beim Verhältnis der Staatsschulden zum Bruttoinlandsprodukt in der Europäischen Union (EU) nur noch vor Griechenland. Jeden finanziellen Spielraum müssen sich die Italiener hart erkämpfen.

Mit Umsicht will die neue Regierung deshalb in den kommenden Jahren die Schulden verringern, mit Steuersenkungen möglichst vorsichtig sein und die Hilfgelder des Auf-

bau- und Resilienzfonds der EU wie vereinbart in nachhaltige und innovative Projekte investieren. Dabei scheint die Energie- und Rohstoffpolitik den Vorrang vor der Umwelt- und Klimapolitik zu haben.

Nach den ersten Wochen im Amt sind bereits einige politische Schwerpunkte der neuen Regierung erkennbar.

Energie: mehr Tempo nötig

Beim Ausbau von Windkraft und Solarenergie ist Italien momentan noch weit davon entfernt, die Ziele für 2030 zu erreichen. Die neue Regie-

3 FRAGEN ZUM MARKT



Oliver Döhne,
GTAI Mailland

»Italien und Deutschland sind sich industriell ähnlich und daher oft beides: Konkurrent und Partner.«

Welche Branchen sind besonders stark in den Welthandel eingebunden?

Mode, Möbel, Luxusartikel und Lebensmittel aus Italien sind international beliebt. Dank seiner hohen Industrie- und Forschungskompetenz ist das Land zudem ein Global Player im Maschinen- und Anlagenbau. Besonders stark sind italienische Unternehmen im Bereich Verpackungs- und Werkzeugmaschinen sowie bei der Planung industrieller Großanlagen. Auch in der Spezialchemie und Pharmazie sind italienische Produkte Export-

schlager. Dazu kommen die starken Branchen Metallverarbeitung, Automobilzulieferindustrie, Schiffbau und Raumfahrtindustrie.

Wer ist der wichtigste Handelspartner des Landes?

Deutschland ist sowohl der größte Absatzmarkt im Ausland als auch der wichtigste Lieferant Italiens. Mit der Bundesrepublik wickelte Italien im Jahr 2021 laut Eurostat wertmäßig rund 14,4 Prozent seines Außenhandels ab, insgesamt rund 142 Milliarden Euro. Beide Länder sind industriell eng vernetzt und

nicht selten beides: Partner und Konkurrenten. Weitere wichtige Handelspartner Italiens sind Frankreich, die USA, China und Spanien.

Welche deutschen Unternehmen sind derzeit gut in Italien vertreten?

Aufgrund der geografischen Nähe beliefern viele Firmen das Land von Deutschland aus. Dennoch produzieren Unternehmen wie zum Beispiel Bayer, Bosch, BASF oder Fresenius auch in Italien. Ein Grund ist die hohe Spezialisierung von Mitarbeitern und Umfeld. Auch im Einzelhandel sind deutsche Firmen wie Lidl, Aldi und DM verstärkt auf der Halbinsel aktiv. In der Energiewirtschaft setzen deutsche Firmen wie Eon und RWE Renewables auf Italien.



Europäischen Stabilitätspakt vorgesehen. Dabei kommt ihm die mittlerweile flexiblere Linie Brüssels entgegen.

Umwelt: EU-Vorgaben reduzieren

Von Europa will sich die neue Regierung in Sachen Umweltpolitik weniger vorschreiben lassen. Anfang November verkündete Umwelt- und Energieminister Gilberto Pichetto Fratin bereits seine Absage an die geplante EU-Norm für die Wiederverwendung von Verpackungen. Italien befürchtet Nachteile für seine fortgeschrittene Recyclingwirtschaft und will wohl auch die einheimische Verpackungsmittelindustrie schützen.

Digitalisierung: Pioniere profitieren

Unternehmen, die Industrie-4.0-Ausrüstung anschaffen, die sie digitaler, aber auch energieeffizienter und schadstoffärmer produzieren lässt, erhalten Steuergutschriften, auch wenn die dafür notwendige Technologie oder Software aus Deutschland kommt. Das macht Italien schon jetzt für viele deutsche Exportbranchen zu einem der wichtigsten Absatzmärkte und auch in der digitalen Umwelt- und Energietechnik zunehmend interessant. Allerdings: Für die Themen digitaler Wandel und Innovation ist künftig kein Minister, sondern nur noch ein Staatssekretär zuständig. Das wirft die Frage auf, welche Priorität diese Themen künftig tatsächlich haben werden.

Infrastruktur: große Projekte geplant

Der Hafenausbau rückt künftig in den Fokus, um Italiens zentrale Lage am Mittelmeer besser zu nutzen. Ein Herzensprojekt des Regierungspartners Lega ist eine Brücke zwischen Kalabrien und Sizilien. Auch der Bahnausbau, an dem bereits zahlreiche deutsche Lieferanten beteiligt sind, umfasst hohe Milliardeninvestitionen.

Bildung: mehr Geld fürs Lernen

Dem Präsidenten des Industriedachverbands Confindustria, Carlo Bonomi, gefiel an Melonis Antrittsrede laut Medienberichten besonders ihr Fokus auf den Bildungssektor, einer Schwachstelle Italiens. Mangels Perspektiven wandern viele Talente ins Ausland ab und fehlen den Unternehmen im digitalen und grünen Wandel. Bessere Löhne für Lehrer, mehr technisches Equipment und auf Leistung basierende Stipendien sind hier die Ansatzpunkte.

Insgesamt adressiert das Regierungsprogramm die meisten wirtschaftlichen Herausforderungen des Landes, auch wenn in den Punkten Nachhaltigkeit und Digitalisierung noch einige Fragezeichen bleiben. Da sich die Regierungskoalition in den Grundsätzen einig ist, könnte sie eine längere Lebenszeit haben, als in Italien üblich. Von einer solchen Stabilität und dauerhaften und kohärenten Modernisierungsprojekten würden auch deutsche Unternehmen profitieren. **M**

rung will deshalb die Genehmigungsprozesse radikal beschleunigen. Zudem sollen Energie und kritische Rohstoffe aus Abfällen wiedergewonnen werden. Trotz Green Deal will Italien künftig wieder mehr Gas fördern und erneut an Nuklearenergie forschen, um die Energiesicherheit zu gewährleisten. Für die zahlreichen Vorhaben und Reformen des Resilienzfonds wünscht sich Italien mehr Zeit als nur bis 2026.

Pragmatisch soll die Hilfe für Familien und Unternehmen gegen die hohen Energiekosten ausfallen. Dazu will Giorgetti im Jahr 2023 zunächst mehr neue Schulden machen, als vom

Stadt der ZUKUNFT

Spaniens Hauptstadt und Wirtschaftsmetropole Madrid bekommt ein neues Stadtviertel: Madrid Nuevo Norte zählt zu den größten Bauvorhaben Europas. Die ersten Bauarbeiten sollen 2023 beginnen.

von **OLIVER IDEM**, Germany Trade & Invest Madrid

Wer sich auf Madrids Prachtstraße Paseo de la Castellana in Richtung Norden bewegt, gelangt zur Plaza de Castilla. Hier neigen sich die beiden Hochhäuser der Puerta de Europa zur Straßenmitte. In einem der 24-stöckigen Bürotürme schmieden Städteplaner, Architekten und Ingenieure große Pläne. Hier befindet sich das Projektbüro von Madrid Nuevo Norte, zu Deutsch: Madrids Neuer Norden. Unter diesem Namen erhält die Stadt ein neues Viertel, das viele Ansprüche erfüllen soll: bezahlbare Wohn- und Geschäftsräume, attraktive Naherholungsgebiete, nachhaltige Energieversorgung, intelligentes Verkehrs- und Abfallmanagement, um nur einige Stichworte zu nennen.

Der Blick aus dem Fenster des Projektbüros fällt gleich auf das künftige Betätigungsfeld nördlich des Bahnhofs Chamartín. Desse Gleise durchschneiden das Baugebiet, genauso wie stillgelegte Industriegebiete, Brachflächen und Autobahntrassen – insgesamt rund drei Millionen Quadratmeter, eine Fläche, die fast so groß ist wie der Central Park in New York.

Eine Brache wird In-Viertel

Was heute öde und grau aussieht, soll künftig ein attraktives, nachhaltiges Stadtviertel sein. Vier Zonen wollen die Planer in einem 5,6 Kilometer langen und einem Kilometer breiten Streifen bebauen. In Estación de Chamartín und Centro de Negocios Chamartín sollen vor allem Büros entstehen, in Malmea-San Roque-Tres Olivos Wohnungen. Und das Viertel Las Tablas Oeste soll einen Mix aus Wohnen und Arbeiten beherbergen.

Madrid Nuevo Norte soll den Norden der Hauptstadt zusätzlich beleben. Tagsüber verödete Schlafstädte oder nachts ausgestorbene Gewerbegebiete soll es hier nicht geben. Deshalb ist die Einbindung von Wohnraum, Arbeitsplätzen und Handelsflächen zentraler Bestandteil des Projekts. Die neuen Ansätze sehen zudem vor, das neue Viertel mit der bestehenden Umgebung zu verzahnen. Schon heute befinden sich in der Nähe unter anderem mehrere Gewerbegebiete, Krankenhäuser und ein Gesundheitscluster. Neben der Eisenbahn verfügt Madrid Nuevo Norte auch über Anbindungen an die Metro, das Busnetz und mehrere Autobahnen.

Für das Megabauprojekt ziehen private und öffentliche Akteure bei der Umsetzung an einem Strang. In ungewohnter Einigkeit unterstützen die Parteien im Stadtrat und der Regionsversammlung das Vorhaben. Die Verwaltung vereinfachte sogar einige Regeln, um die Realisierung zu erleichtern. Das Verkehrsministerium der Zentralregierung und die Bahninfrastrukturgesellschaft Adif verleihen Madrid Nuevo Norte ebenfalls Rückenwind. In der privatwirtschaftlichen Betreibergesellschaft haben sich die Bank BBVA, das Bau- und Energieunternehmen Grupo San José und die Immobilienfirma Merlin Properties zusammengeschlossen. Nahezu 30 Jahre nach den ersten Gedankenspielen kann Madrid sein Vorzeigeprojekt nun umsetzen.

Wie die politischen Akteure ergänzen sich auch die Investitionen von privater und staatlicher Seite. Das Prognoseinstitut Lawrence R. Klein der Universidad Autónoma de Madrid hat für einen Zeitraum von 25 Jahren ein In-

vestitionsvolumen von 25,2 Milliarden Euro für Madrid Nuevo Norte errechnet. Davon sind 87 Prozent dem privaten Bau- und Immobiliensektor zuzurechnen. Der Rest entfällt auf öffentliche Investitionen in Bau und Infrastruktur. Dabei ist die Regionalregierung zuversichtlich, dass die öffentlichen Investitionen sich durch entsprechende Steuereinnahmen in der Zukunft rechnen werden.

Die Baupläne sind im Entstehen

Aufgrund der langen Umsetzungsphase von nahezu 20 Jahren sind noch nicht alle Details des Bauvorhabens festgelegt. Der flexible Ansatz bietet Möglichkeiten, auf Details Einfluss zu nehmen und das Vorhaben mitzuprägen. „Madrid Nuevo Norte birgt für viele deutsche Unternehmen mittel- und langfristig sehr interessante Geschäftsmöglichkeiten. Der starke Fokus auf Energieeffizienz und Nachhaltigkeit sowie Digitalisierung und Innovation ermöglicht es deutschen Anbietern, mit ihren etablierten und modernen Lösungen an diesem Projekt teilzuhaben“, sagt Markus Kemper, Leiter des Bereichs Marktberatung der deutschen Auslandshandelskammer (AHK) in Madrid.

Die spanische Bauwirtschaft befindet sich zwar fest in einheimischer Hand. Der Fokus von Madrid Nuevo Norte liegt aber nicht nur auf dem klassischen Hoch- und Tiefbau. Vor allem das starke Interesse an nachhaltigen und kreativen Lösungen eröffnet lukrative Beteiligungschancen auch für deutsche Unternehmen mit entsprechender Technik und Expertise. „Der Schlüssel zum Erfolg von Madrid Nuevo Norte liegt in der Gewinnung von Talenten und in der Innovation. Zahlreiche

Im Norden Madrids entsteht ein neues Stadtviertel mit mehr als 10.500 Wohnungen, 400.000 Quadratmetern Grün- und rund 1,6 Millionen Quadratmetern Bürofläche.

LÄNDERCHECK

SPANIEN



✓ BIP-Prognose 2022/2023*

+5,5

+4,5

Marktpotenzial

Bau	●
Maschinenbau	●
Kfz	●
Nahrungsmittelindustrie	●

* EU-Kommission, Stand: November 2022

3 FRAGEN ZUM MARKT



*Oliver Idem,
Germany Trade &
Invest Madrid*

»Neben den Fakten entscheiden oft auch Harmonie und Vertrauen.«

Wie lauten die Prognosen zum Wirtschaftswachstum 2023 in Spanien?

Die EU-Kommission rechnet mit real ein Prozent Wachstum der Wirtschaftsleistung. Damit würde noch nicht das Niveau des Jahres 2019 erreicht. Zudem trüben sich die Aussichten wegen der hohen Inflation ein. Der Aufbau- und Resilienzplan kommt in der Umsetzung langsam voran und gibt noch keine starken Impulse.

Wer ist der wichtigste Handelspartner des Landes?

Deutschland ist das wichtigste Bezugsland. Viele deutsche Industrie- und Handelsunternehmen sind seit Jahrzehnten in Spanien aktiv. Ihre Aktivitäten beleben den Handel zwischen beiden Ländern. Dennoch ist Frankreich das wichtigste Abnehmerland für spanische Exporte, noch vor Deutschland.

Was müssen deutsche Unternehmen beachten, die den spanischen Markt jetzt erschließen möchten?

Sie sollten auf jeden Fall den iberischen Markt vorab gründlich sondieren. Und bedenken, dass die oft lockere Kommunikation mit den Spaniern manchmal den Blick auf mögliche Hindernisse verstellt. Neben den Fakten entscheiden oft auch Harmonie und Vertrauen. Außerdem gilt, dass sich Geduld am Ende meist auszahlt: Bereits in Spanien vertretene deutsche Unternehmen sind zumeist zufrieden mit ihrer Lage und den Perspektiven.

Unternehmen aus den Bereichen Ingenieurwesen, Infrastruktur und Bauwesen, Architektur und Technologieberatung, Immobilien, Telekommunikation, Finanzen und Recht werden daran beteiligt sein“, sagt José Luis Moreno, Managing Director des Madrid Nuevo Norte Office der Regionalregierung. Ein breites Spektrum also, in dem sich auch deutsche Unternehmen positionieren können. „Die Dimensionen des Vorhabens sind zwar außergewöhnlich groß. Aber davon sollten sich kleine und mittelständische Unternehmen nicht abschrecken lassen, sondern sie sollten vielmehr versuchen, sich ihren Anteil zu sichern“, sagt Kemper.

Nachhaltigkeit wird großgeschrieben

Zum Beispiel, indem sie sich an das Innovationslabor wenden. Die Stadt Madrid und der Verband Asociación Madrid Capital Mundial de la Construcción, la Ingeniería y la Arquitectura haben im Juli 2022 das Laboratorio de Soluciones Urbanas gegründet. Es nimmt Vorschläge entgegen, die sich auf die Gestaltung von Madrid Nuevo Norte beziehen. Der Fokus liegt dabei auf Nachhaltigkeit, Mobilität, Energie, Innovationen bei dekarbonisierten Baumaterialien, Wasser und Abfallwirtschaft. Bei der Planung kommt eine dreidimensionale Bauwerksdatenmodellierung zum Einsatz. Zudem setzen die Planer auf Transparenz und Wettbewerb bei der Projektvergabe. „Alle öffentlichen Aufträge von Stadtverwaltung, Regionalregierung und Adif werden auf → WWW.BOE.ES und → WWW.BOCM.ES publiziert, private Aufträge auf → WWW.CREAMADRIDNUEVO-NORTE.COM kündigt Moreno an.

Die Größenordnung des Projekts Madrid Nuevo Norte ist auch für die Maßstäbe von Spaniens Hauptstadt erheblich. Die Metropolregion zählt zu den größten Ballungsräumen der Europäischen Union: Im Umkreis einer Stunde Fahrt leben etwa 8,6 Millionen Menschen. Madrid und das Umland sind stark vom Dienstleistungssektor geprägt und Sitz vieler nationaler und internationaler Unternehmen. Zwei von drei Aktiengesellschaften aus dem Index Ibex 35 haben hier ihren Sitz. Die Wirtschaftsleistung der Region lag 2020 bei rund 240 Milliarden Euro – jeder fünfte in Spanien

erwirtschaftete Euro stammt von dort. Zudem hat sich Madrid zu einem Magneten für ausländisches Kapital entwickelt: Im Jahr 2021 vereinigte die Region 73 Prozent der Bruttozuflüsse in neue Projekte, Erweiterungen und Übernahmen in Spanien auf sich.

Dieser Erfolg hat seinen Preis, vor allem, wenn es um die Verfügbarkeit von Grundstü-

**»DEUTSCHE
UNTER-
NEHMEN
SOLLTEN
SICH IHREN
ANTEIL
SICHERN.«**

MARKUS KEMPER,
AHK Madrid

cken geht. Baugrund in der Stadt ist knapp und teuer. Madrid Nuevo Norte profitiert jedoch von der Verlegung der Bahngleise unter die Erde. Damit entsteht ein ungewöhnlich großer städtischer Raum, auf dem sich viele Ideen umsetzen lassen, zum Beispiel einige markante Gebäude. So sollen den Hochhäusern der Hauptstadt noch drei weitere hinzugefügt werden, die Bürotürme Torre MNN 1 bis MNN 3. Der größte Wolkenkratzer wird mit mindestens 250 Meter Höhe alle bereits existierenden weit überragen. Da es sich um moderne Gebäude in bester Lage handelt, sind Experten optimistisch, die neuen Flächen auch vermieten zu können. Für diese Annahme spricht, dass in der Umgebung hochwertige Büroflächen gut ausgelastet sind und Homeoffice nach einem Höhepunkt in der Coronakrise wieder rückläufig ist.

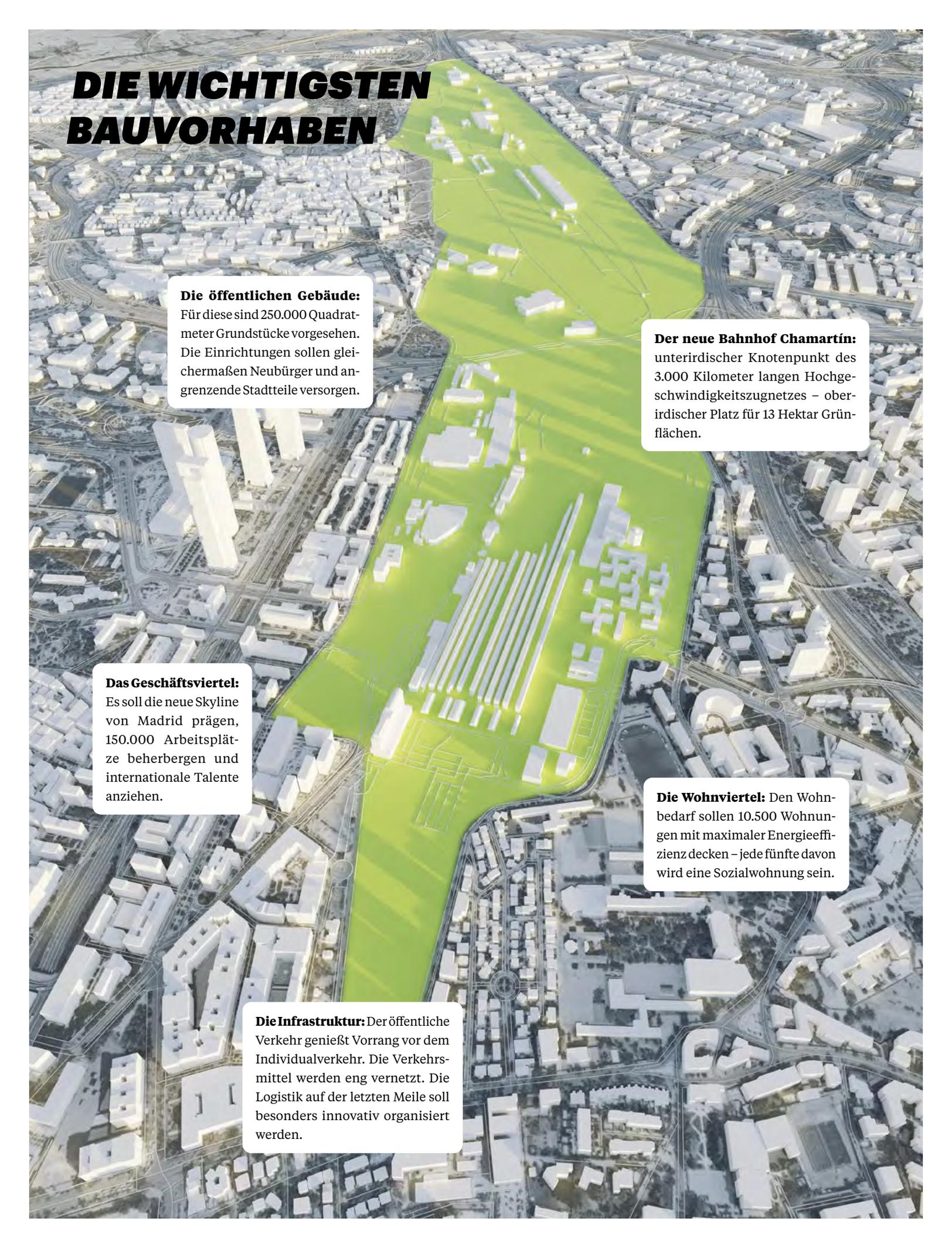
Bei der Realisierung einzelner Bauprojekte achten die Planer von Madrid Nuevo Norte besonders darauf, Ressourcen zu schonen und eine umweltfreundliche Versorgung sicherzustellen. Nachhaltigkeit ist von Anfang an wichtiger Bestandteil der Pläne. Davon zeugen auch zwei Präzertifizierungen der höchsten Kategorie: Leadership in Energy and Environmental Design, v4.1 Cities and Communities Plan and Design und Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology, Urbanismo 2020. Außerdem hat die Europäische Kommission das Projekt als Innovationsmodell eingestuft, sodass Madrid Nuevo Norte zu einem Referenzvorhaben für Gebäude- und Städtebau aufsteigt. Mit der Integration in- und ausländischer Technik soll ein Testfeld entstehen, dessen Elemente künftig in anderen Teilen von Madrid und weiteren Städten der Welt verwendet werden können.

Geothermie und Nahkälte sind geplant

Einige Eckpunkte für die nachhaltige Gestaltung stehen bereits heute fest. Zu den Ansätzen gehören Geothermie im Gebiet Las Tablas West und die Nutzung von Solarenergie, inklusive Speichertechnik zur besseren Koordination von Angebot und Nachfrage. Erneuerbare Energiequellen sollen auch das vorgesehene Nahwärme- und Nahkältenetz speisen, Passivhauskonzepte zu mehr Energieeffizienz beitragen. Und auch der öffentliche Personennahverkehr spielt eine zentrale Rolle: Wer im Neuen Norden Madrids arbeitet, wohnt oder seine Freizeit verbringt, legt maximal zehn Minuten Fußweg zur nächsten Haltestelle zurück. Zudem wird vom Bahnhof Chamartín aus eine Metrolinie ins Projektgebiet verlängert. Als erste Linie in der Stadt soll diese autonom ohne Fahrpersonal unterwegs sein. In der Umgebung der Bahnhaltstellen ist vorgesehen, ein Angebot an Carsharing und anderen Mobilitätslösungen als Ergänzung zu schaffen.

Madrid Nuevo Norte soll bis zum Jahr 2040 Realität sein. Einer der ersten Schritte auf diesem langen Weg ist der Baubeginn im Gebiet Las Tablas – dieser ist für das Jahr 2023 anvisiert. **M**

DIE WICHTIGSTEN BAUVORHABEN



Die öffentlichen Gebäude:

Für diese sind 250.000 Quadratmeter Grundstücke vorgesehen. Die Einrichtungen sollen gleichermaßen Neubürger und angrenzende Stadtteile versorgen.

Der neue Bahnhof Chamartín:

unterirdischer Knotenpunkt des 3.000 Kilometer langen Hochgeschwindigkeitszugnetzes – oberirdischer Platz für 13 Hektar Grünflächen.

Das Geschäftsviertel:

Es soll die neue Skyline von Madrid prägen, 150.000 Arbeitsplätze beherbergen und internationale Talente anziehen.

Die Wohnviertel:

Den Wohnbedarf sollen 10.500 Wohnungen mit maximaler Energieeffizienz decken – jede fünfte davon wird eine Sozialwohnung sein.

Die Infrastruktur:

Der öffentliche Verkehr genießt Vorrang vor dem Individualverkehr. Die Verkehrsmittel werden eng vernetzt. Die Logistik auf der letzten Meile soll besonders innovativ organisiert werden.

GUTE KARTEN

Afrika bietet Exporteuren viele Möglichkeiten, auch weil kein Land ist wie das andere. Die GTAI-Afrika-Korrespondenten liefern Schlaglichter auf die Potenziale des Kontinents und erklären, warum Geschäfte dort herausfordernd bleiben.

von **MICHAEL SAUERMOST, ULRICH BINKERT** und **FRIEDRICH HENLE**, *Germany Trade & Invest*

Beim Quartett können Spieler mit allen Kategorien trumpfen. So ähnlich ist es auch in Afrika: Ein kleines afrikanisches Land – dafür mit hoher Kaufkraft – kann genauso ein Gewinn sein wie ein großer Markt mit niedriger Kaufkraft. Kluge Afrikaunternehmen mischen also Märkte, mit allen ihren Herausforderungen, Ecken und Kanten. Und auch, wenn sich kein Unternehmen mal eben so zufällig in Afrika engagiert, und deutsche Investoren zu Recht den Ruf haben, besonders vorsichtig zu sein: Es wäre ein Fehler, sich auf dem Chancenkontinent automatisch an den Schwergewichten wie Südafrika oder Ägypten zu orientieren, also – um im Bild zu bleiben – nur auf die Supertrumpf-Karten zu setzen.

Ein Team von GTAI-Korrespondenten hat exklusiv für Markets International wichtige afrikanische Märkte analysiert. Die Kurzprofile mit den besonderen Eigenschaften und Entwicklungsstadien einzelner Länder finden Sie auf den folgenden Seiten: in Form von Quartettkarten. Denn Afrika ist nicht nur kein Land, Afrika ist ein ausgesprochen diverser Kontinent, seine Märkte sind sehr unterschiedlich.

Das bedeutet, dass Unternehmer sich genau überlegen müssen, was sie wollen – und welcher afrikanische Markt sich für sie eignet. In jedem Land sind andere Branchen im Aufbau, gelten andere Spielregeln. Und wie beim Quartett geht es dabei nicht um mehr oder weniger, besser oder schlechter, sondern im-

mer um die Frage: Was passt für den einzelnen Exporteur am besten? Wo besteht Potenzial?

Zunächst gilt: Deutsche treffen im frankofonen Afrika auf die traditionell verankerte Konkurrenz aus Frankreich und anderen europäischen Ländern. Bei Infrastrukturprojekten sind in weiten Teilen des Kontinents chinesische Investoren offensiv unterwegs.

Eine für Afrika bisher einzigartige Messe könnte im Frühjahr zumindest für etwas ausgeglichene Chancen sorgen. Vom 2. bis 4. März 2023 findet in Äthiopiens Hauptstadt Addis Abeba die „Made in Germany – Africa“ (MiGA) statt. Mehr als 100 deutsche Unternehmen sollen dort einem Fachpublikum aus ganz Afrika ihre Produkte und Leistungen

S1 BOTSUANA

Der kleine Markt ist reich an Diamanten



Einwohner (Mio.)	2,5
BIP pro Kopf in US\$	7.337
Anteil erneuerbarer Energien in %	26
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	4,0
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	5.100
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	135
OECD Länderrisikokategorie ³	3

S2 NAMIBIA

Das dünn besiedelte Land lebt von seinen Rohstoffen



Einwohner (Mio.)	2,6
BIP pro Kopf in US\$	4.825
Anteil erneuerbarer Energien in %	31
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	3,2
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	6.348
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	138
OECD Länderrisikokategorie ³	6

S3 SAMBIA

Investitionsboom führte in die Schuldenfalle



Einwohner (Mio.)	20,0
BIP pro Kopf in US\$	1.095
Anteil erneuerbarer Energien in %	85
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	4,0
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	18.912
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	147
OECD Länderrisikokategorie ³	7

S4 SÜDAFRIKA

Größter Industriestandort in Subsahara-Afrika



Einwohner (Mio.)	61,1
BIP pro Kopf in US\$	6.995
Anteil erneuerbarer Energien in %	11
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	1,1
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	173.056
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	31
OECD Länderrisikokategorie ³	4

N1 ÄGYPTEN

Drittgrößter Binnenmarkt in Afrika



Einwohner (Mio.)	102,1
BIP pro Kopf in US\$	4.144
Anteil erneuerbarer Energien in %	5
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	4,4
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	137.543
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	46
OECD Länderrisikokategorie ³	5

N2 ALGERIEN

Abhängigkeit von Rohstoffen bleibt bestehen



Einwohner (Mio.)	44,9
BIP pro Kopf in US\$	3.660
Anteil erneuerbarer Energien in %	0
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	2,6
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	33.977
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	57
OECD Länderrisikokategorie ³	5



präsentieren. Die Veranstalter erwarten „eine starke deutsche Beteiligung bei erneuerbaren Energien, dem Kfz-Bereich sowie Transport und Logistik“.

Verschiedene Staaten positionieren sich jetzt als Hub, wollen also Sprungbrett für europäische Unternehmen in die Region sein. Einen riesengroßen Sprung will der Kontinent als Ganzes machen, wenn die Freihandelszone AfCFTA umgesetzt ist. Doch das dürfte noch dauern. Denn die Vertragsstaaten müssen die politischen Rahmenbedingungen klären und infrastrukturelle Hürden überspringen.

Natürlich ist für die Auswahl des passenden Zielmarktes in erster Linie entscheidend, welche Sektoren im jeweiligen Land stark sind. Für viele Staaten des Kontinents ist das vor allem der Agrarsektor. Er ist nicht nur ökonomisch, sondern auch versorgungstechnisch von lebenswichtiger Bedeutung. Die Landwirtschaft benötigt je nach Entwicklungsstand elementare Landtechnik, oder sie entwickelt sich bereits



ALEXANDER KOLDAU »ÖL, GAS, BERGBAU, DIE ENERGIEWENDE UND WASSER«

Alexander Koldau, Experte für Nordafrika beim Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), zu den Potenzialen afrikanischer Märkte für Industrielieferer.

Welche afrikanischen Märkte sind für deutsche Maschinenbauer besonders interessant?

Im VDMA unterscheiden wir 40 verschiedene Sektoren. Da wird es mitunter schon in den einzelnen Sektoren schwer, ein Ranking der Absatzmärkte zu erstellen. In den öl- und gasreichen Ländern Afrikas sind die Chancen andere als in agrarisch geprägten Regionen.

Sehen Sie denn übergeordnete Trends, die den ganzen Kontinent betreffen?

Als übergreifende Herausforderung in Afrika ist die Energieversorgung zu nennen. Eng damit verknüpft sind dann die Bereiche Öl und Gas sowie der Bergbau. Dabei sprechen wir auch über wichtige Rohstoffe wie Lithium, Kobalt und Kupfer. Vor dem Hintergrund der Energietransformation wird von europäischer Seite den erneuerbaren Energien und grünem Wasserstoff eine wichtige Rolle zugesprochen.

Wo gibt es die größten Engpässe?

In manchen Ländern beim Thema Nahrungsmittelproduktion. Der Aus- und Aufbau von gekühlten Vertriebswegen gehört auch dazu. In vielen Ländern spielt neben der Abwasserbereitung auch die Trinkwasserversorgung und effiziente Trinkwassernutzung eine herausragende Rolle.



in Richtung Smart Farming. Wegen des Klimawandels brauchen afrikanische Farmer zudem intelligente Bewässerungssysteme.

Maschinenbauer entwickeln Industrien

Für deutsche Maschinenlieferanten birgt jeder Fortschritt in Sachen afrikanischer Industrialisierung neues Absatzpotenzial → **INTERVIEW LINKS**. Seit Jahren schon haben verschiedene Länder Pläne zur Diversifizierung ihrer Wirtschaft – bisher jedoch oft mit überschaubarem Erfolg. Die Coronakrise hat den Ambitionen der Afrikaner wieder Auftrieb verliehen. Als die weltweiten Lieferketten rissen, verständigten sich etliche afrikanische Regierungen auf strengere Regeln zur Importsubstitution und förderten vermehrt den Aufbau heimischer Industrien. Der generelle Trend zu mehr lokaler Wertschöpfung nach der Pandemie dürfte den Effekt nun verstärken.

Während Südafrika im Süden als Supertrumpf gesetzt ist, hat sich Marokko im Norden als Industriestandort einen Namen gemacht. Ein Trend dort heißt Nachhaltigkeit. Wie auch in anderen afrikanischen Exportnationen wird der Druck größer. Mit Blick auf die CO₂-Ausgleichsabgabe der Europäischen Union, umgangssprachlich als Carbon Border Tax bekannt, müssen lokale Firmen auf umweltfreundliche Fertigungsverfahren umstellen.

W1 CÔTE D'IVOIRE

Der Küstenstaat profitiert von Öl und Gas



Einwohner (Mio.)	27,7
BIP pro Kopf in US\$	2.534
Anteil erneuerbarer Energien in %	62
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	6,5
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	12.821
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	92
OECD Länderrisikokategorie ³	5

W2 GHANA

Kleiner Markt mit großer politischer Stabilität



Einwohner (Mio.)	31,4
BIP pro Kopf in US\$	2.521
Anteil erneuerbarer Energien in %	42
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	2,8
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	41.021
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	90
OECD Länderrisikokategorie ³	7

W3 NIGERIA

Das bevölkerungsreichste Land des Kontinents



Einwohner (Mio.)	218,5
BIP pro Kopf in US\$	2.089
Anteil erneuerbarer Energien in %	81
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	3,0
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	91.857
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	68
OECD Länderrisikokategorie ³	6

W4 SENEGAL

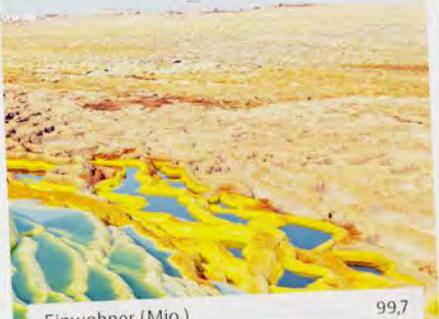
Aufschwung durch Infrastrukturprojekte



Einwohner (Mio.)	17,2
BIP pro Kopf in US\$	1.607
Anteil erneuerbarer Energien in %	37
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	8,1
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	10.505
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	102
OECD Länderrisikokategorie ³	5

O1 ÄTHIOPIEN

Großer Markt kämpft mit Herausforderungen



Einwohner (Mio.)	99,7
BIP pro Kopf in US\$	995,7
Anteil erneuerbarer Energien in %	89
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	5,3
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	31.596
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	109
OECD Länderrisikokategorie ³	7

O2 KENIA

Die Handelsdrehscheibe in der Region



Einwohner (Mio.)	49,8
BIP pro Kopf in US\$	2.219
Anteil erneuerbarer Energien in %	68
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	5,1
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	10.458
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	100
OECD Länderrisikokategorie ³	7

„Das sehen die Firmen erst mittelfristig“, sagt Mehdi Bensouda, der die Geschicke des deutschen Antriebstechnikers SEW Eurodrive in Marokko leitet. Immer noch stehe bisweilen der Kostenaspekt ohne Weitblick im Vordergrund. SEW Eurodrive arbeitet im Königreich ebenfalls an Effizienzsteigerungen. Moderne Antriebstechnik soll mittelständische Betriebe auf die Überholspur bringen.

Marokko ist nicht zuletzt eines der Länder in Afrika, in denen deutsche Firmen mit der Digitalisierung von Fertigungsabläufen punk-

DAS GTAI-AFRIKA-QUARTETT

Die Kategorien:

- S** – Südliches Afrika
- N** – Nordafrika
- W** – Westafrika
- O** – Ostafrika
- Z** – Zentralafrika
- B** – Im Blick

¹ Prognose

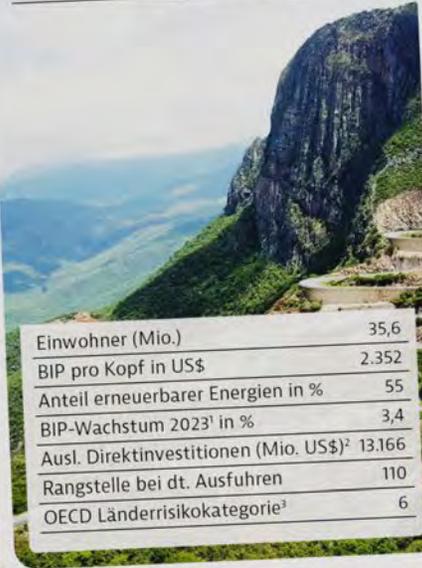
² Bestand 2021

³ 1 = beste Kategorie,

7 = schlechteste Kategorie

Z1 ANGOLA

Auf der Suche nach Erdölalternativen



Einwohner (Mio.)	35,6
BIP pro Kopf in US\$	2.352
Anteil erneuerbarer Energien in %	55
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	3,4
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	13.166
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	110
OECD Länderrisikokategorie ³	6

O3 RUANDA

Guter Ruf als Investitionsstandort



Einwohner (Mio.)	13,8
BIP pro Kopf in US\$	854,1
Anteil erneuerbarer Energien in %	78
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	7,4
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	2.912
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	129
OECD Länderrisikokategorie ³	6

O4 TANSANIA

Investitionen in Infrastruktur stehen an



Einwohner (Mio.)	65,5
BIP pro Kopf in US\$	1.177
Anteil erneuerbarer Energien in %	85
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	8,5
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	17.153
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	112
OECD Länderrisikokategorie ³	6

Z2 DR KONGO

Zweitgrößtes Land lebt von Rohstoffen



Einwohner (Mio.)	99,0
BIP pro Kopf in US\$	603,2
Anteil erneuerbarer Energien in %	96
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	6,7
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	29.149
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	121
OECD Länderrisikokategorie ³	7

Z3 GABUN

Kleiner Markt mit großer Kaufkraft



Einwohner (Mio.)	2,4
BIP pro Kopf in US\$	9.483
Anteil erneuerbarer Energien in %	90
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	3,7
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	15.592
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	153
OECD Länderrisikokategorie ³	6

Z4 KAMERUN

Das Land investiert in die Infrastruktur



Einwohner (Mio.)	27,9
BIP pro Kopf in US\$	1.667
Anteil erneuerbarer Energien in %	79
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	4,5
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	9.781
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	114
OECD Länderrisikokategorie ³	6

tungen und den Aftersales-Service extrem wichtig“, sagt Andreas Gremels, der für KSB das südliche Afrika und den Handel in Subsahara-Afrika betreut. Für die Expansion in den kommenden Jahren setzt er nun auf die Afrikanische Freihandelszone AfCFTA – und auf eine bessere Infrastruktur.

Autobauer produzieren vor Ort

Für die prestigeträchtige Automobilindustrie stehen Südafrika und Marokko in der Poleposition, wobei Marokko derzeit mehr Geschwindigkeit zu haben scheint. Dort hat die lokale Integrationsrate der Fertigung bereits die 60-Prozent-Marke überschritten. In Südafrika liegt sie bei rund 40 Prozent. Für Unternehmen und Investoren der Zulieferindustrie aus Deutschland heißt das: Wenn sie mit Unternehmen dort ins Geschäft kommen wollen, sollten sie am besten vor Ort sein.

Bei den Kfz-Zulieferern sind dabei zwei Trends erkennbar. Zum einen haben sie einen Schritt in Richtung Engineering vor Ort gemacht. Zum anderen sind sie längst nicht mehr ausschließlich vor Ort, um die lokalen Hersteller zu beliefern. Teilweise ist ihre Fertigung bis zu 90 Prozent für den Export vorgesehen. Und einige arbeiten bereits daran, zu den First Movern für Afrikas künftige Elektroautos zu gehören.

Der Verband der afrikanischen Automobilindustrie (AAAM) hat längst die Vision, die Automobilindustrie auf dem gesamten Kontinent zu erweitern. „In Zusammenarbeit mit afrikanischen Regierungen sollen Richtlinien und Ökosysteme entstehen“, sagt Issaka Lawerh Tetteh, der ein Kooperationsprojekt des AAAM mit dem deutschen Branchenverband VDA leitet. „Es geht darum, Drehscheiben für die Automobilmontage zu entwickeln, die Fahrzeuge zusammenbauen, wobei benachbarte Volkswirtschaften an der Wertschöpfungskette teilhaben.“ Der AAAM ermutigt afrikanische Länder auch, eine unabhängige, aber mit der kontinentalen Strategie kompatible, nationale Automobilpolitik umzusetzen.



Investoren in der Autoindustrie legen ihr Geld immer in den Ländern an, in denen es fortschrittliche Rahmenbedingungen gäbe, die ein gutes Return on Investment garantieren, erklärt Tetteh. Aus seiner Sicht haben Ägypten, Tunesien, Ghana, Kenia und die Elfenbeinküste das größte Potenzial, Südafrika und Marokko nachzueifern. AAAM und seine Partner, darunter die African Export-Import Bank und der deutsche VDA, haben Studien in ganz Afrika durchgeführt, um herauszufinden, welche spezifischen Komponenten einzelne Länder herstellen könnten. „Die gute Nachricht ist, dass fast jedes afrikanische Land mit natürlichen Ressourcen gesegnet ist, die potenziell für die Autoindustrie nützlich sein könnten“, sagt Tetteh.

Sambia hat beispielsweise viel Kupfer, das zu Kupferkabeln verarbeitet werden könnte, die für Kabelbäume und andere Autokompo-



ten können. Ein Indiz: Obwohl Unternehmen und Experten die vernetzte Produktion im frankofonen Afrika sonst oft mit dem französischen Begriff Industrie du Future betiteln, benutzt Marokko den deutschen Begriff: Industrie 4.0.

Generell eröffnet die digitale Transformation in Afrika neue Geschäftsfelder: etwa im Bereich Cybersecurity. „Es ist erstaunlich, dass das trotz hoher Risiken für viele Unternehmen noch ein vernachlässigtes Geschäftsfeld ist“, sagt Alen Avdic, Gründer des Softwareunternehmens Tectag. Der Beratungsbedarf ist groß. Von Casablanca aus will Tectag weitere Märkte auf dem afrikanischen Kontinent erschließen.

Der deutsche Pumpen- und Armaturenersteller KSB hat erkannt, dass es wichtig ist, in den Märkten Afrikas vor Ort präsent zu sein. Aus dem südafrikanischen Johannesburg steuert KSB Stützpunkte in Nigeria, Kenia, Angola, Sambia und Namibia. „Kundennähe ist für die notwendigen Servicedienstleis-

B3 SUDAN

Öl und Gold sorgen für Potenzial – mit Risiko



Einwohner (Mio.)	46,9
BIP pro Kopf in US\$	772,3
Anteil erneuerbarer Energien in %	62
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	3,9
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	29.728
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	120
OECD Länderrisikokategorie ³	7

nenten benötigt werden. Gemeinsam mit der Demokratischen Republik Kongo will das Land in die Herstellung von Elektrobatterien einsteigen. Die Elfenbeinküste, Ghana und Liberia verfügen über genügend Kautschukplantagen, um Latex für die Herstellung entsprechender Fahrzeugkomponenten zu liefern. Und mit etwas Unterstützung könnte Togo, eines der kleinsten Länder Afrikas, Stahlfelgen, Bremsbeläge und andere Komponenten produzieren.

Ein großes Thema auf dem Kontinent bleibt weiter die Finanzierung. Bei der Auswahl ihrer Zielländer ist der Blick ausländischer Investoren und Zulieferer deshalb mit Interesse dahin gerichtet, wo die Fördermittel internationaler Institutionen hinfließen. Oder dahin, wo es viele Rohstoffe gibt. Den Staaten mit Öl- und Gasförderung sowie lukrativen Bergbauprojekten geht es nämlich gut – soweit es die politischen Drahtzieher des Landes zulassen.

Rohstoffprojekte sind beliebt

Auch der Mittelstand kann davon profitieren. Das zeigt das Beispiel des spanischen Werkzeugherstellers EGA Master. Zu dessen wichtigsten Absatzländern zählen die diversen afrikanischen Champions der fossilen Energien mit ihren Öl- und Gasfeldern: etwa Nigeria, Gabun, Republik Kongo und Algerien. Auch die Demokratische Republik Kongo mit ihren Bergwerken gehört dazu. In Sudan, Äthiopien und Senegal beliefert das Unternehmen auch andere Branchen.

Geschäftspartner sind dabei weniger die Öl- oder Minengesellschaften selbst, sondern die Vertragsfirmen, die deren Projekte umsetzen. Überwiegendes Einsatzfeld: Ega Master hält den Betrieb am Laufen, übernimmt Wartung und Reparaturen. Seltener geht es um den Aufbau neuer Projekte, um Planung und Beschaffung.

Manch ein afrikanischer Markt steckt also mitten in der Industrialisierung, braucht dafür deutsches Maschinenbau-Know-how. Automobilzulieferer können vielerorts auf dem Kontinent schon tiefe, lokale Wertschöpfungsketten erwarten. Und wo Öl, Gas und Erze lagern, braucht es Explorations- und Fördertechnik. Manche Länder stehen wegen der schieren Größe des Marktes im Fokus: Ägypten zum Beispiel. Marokko und Tunesien sind unter anderem deshalb interessant, weil sie so nah an Europa liegen und großes Potenzial als Nearshoring-Standorte bieten. Aber sonst?

Kann sich ein Blick auf die Länder der zweiten Reihe lohnen. Mauretanien ist beispielsweise eine der Nationen, die kaum jemand auf dem Schirm hat. Dabei schickt sich das Land an, zukünftig auf der grünen Wasserstoffwelle mitzuschwimmen. Gute klimatische Bedingungen und große verfügbare Flächen wären vorhanden. Auch Algerien hat große Pläne für den Ausbau der erneuerbaren Energien und setzt dafür auf deutsche Expertise. Die finanziellen Spielräume der Regierung sind mit hohen Einnahmen durch Gasexporte wieder gestiegen.

Angespannter ist die politische Lage im Sudan. Im Nilanrainer bestehen prinzipiell gute landwirtschaftliche Bedingungen. Nur

B4 UGANDA

Ölprojekte sollen Investoren anlocken



Einwohner (Mio.)	2,8
BIP pro Kopf in US\$	1.012
Anteil erneuerbarer Energien in %	90
BIP-Wachstum 2023 ¹ in %	5,9
Ausl. Direktinvestitionen (Mio. US\$) ²	16.605
Rangstelle bei dt. Ausfuhren	116
OECD Länderrisikokategorie ³	6

ein Fünftel des gesamten Anbaupotenzials ist bisher erst erschlossen. Auch das Rohstoffland Libyen profitiert aktuell von den hohen Öl- und Gaspreisen. Allerdings zögern ausländische Unternehmen wenig überraschend mit Investitionen: Sowohl die politische Lage als auch die Sicherheitslage sind vollkommen unübersichtlich. Langfristig locken jedoch große Geschäftschancen in den Bereichen Infrastruktur und Energieversorgung.

Alle Karten können gewinnen

Nicht zuletzt verfolgt Deutschland mit Hochdruck die Strategie, den Energiesektor in Afrika auszubauen. Denn das Potenzial für erneuerbare Energien ist in vielen Ländern des Kontinents riesig. Im Visier steht vor allem die Produktion von grünem Wasserstoff. Die Derivate ließen sich dann von dort importieren, entsprechende Partnerschaften gibt es schon, auch die Länder selbst sollen profitieren. Die Vision: Alle können gewinnen – wie die Karten im Quartett. **M**

WER? WIE? WAS?

Hintergrundinformationen lesen, Gleichgesinnte kennenlernen, Berater mit Ortskenntnis finden, Fördermittel und Netzwerke nutzen. Wo an Afrika Interessierte Hilfe erhalten:

DURCHS AFRIKA- GESCHÄFT LOTSEN LASSEN

Der Africa Business Guide von GTAI ist die zentrale Plattform des Wirtschaftsnetzwerks Afrika und der digitale Lotse für das Afrikgeschäft der deutschen Wirtschaft. Hier finden Unternehmen Informationen zu Geschäftschancen und -bedingungen in allen 54 afrikanischen Märkten, Erfahrungsberichte und Einblicke von Experten, Beratungs- und Unterstützungsangebote, die richtigen Ansprechpartner in Deutschland und vor Ort sowie Hinweise zu Veranstaltungen und Ausschreibungen.

www.africa-business-guide.de



GUT BERATEN AUF DEM KONTINENT STARTEN



Das Wirtschaftsnetzwerk

Afrika informiert und berät insbesondere KMU. Die Afrikapartner der Geschäftsstelle des Netzwerks stehen während des gesamten Markteinstiegs als persönliche Ansprechpartner zur Verfügung – von der Projektidee bis hin zum Markteintritt. Sie verweisen zur passenden Beratung an das IHK-Netzwerkbüro Afrika, zur Außenwirtschaftsförderung und an die Agentur für Wirtschaft und Entwicklung zur Entwicklungszusammenarbeit. Branchenexperten an ausgewählten Auslandshandelskammern identifizieren Geschäftsmöglichkeiten in aussichtsreichen Branchen. Mit den Beratungsgutscheinen Afrika können KMU Zuschüsse zu vertiefter und passgenauer Beratung erhalten.

www.wirtschaftsnetzwerk-afrika.de

FÖRDERMITTEL VON GEBERN NUTZEN

Länder in Afrika erhalten viel Geld von Entwicklungsbanken und internationalen Organisationen, um Entwicklungsprojekte umzusetzen. Die Lieblinge der Geber sind dabei Äthiopien, Côte d'Ivoire, Kenia und Marokko. Weltbank, KfW Entwicklungsbank, EU und Co. fördern neben der Wasserversorgung und der Stromerzeugung Projekte in fast allen Sektoren. Die afrikanischen Staaten schreiben die dafür benötigten Leistungen oft international aus und deutsche Firmen können sich bewerben.

Der Vorteil: Die internationalen Geldgeber garantieren transparente Ausschreibungsverfahren und die Bezahlung der Auftragnehmer. Der Markets-Schwerpunkt „Buntes Hilfspaket“ (www.tinyurl.com/MI123-14) informiert über Chancen in der Entwicklungszusammenarbeit (www.tinyurl.com/MI123-13). Germany Trade & Invest veröffentlicht außerdem mehr als 18.000 Projektfrühinformationen und Ausschreibungshinweise pro Jahr – und bietet damit die größte deutschsprachige Plattform für Auftragsmöglichkeiten in der EZ.

NETZ- WERKE NUTZEN



Mit dem Markterschließungsprogramm (MEP) fördert die Bundesregierung KMU beim Markteintritt im Ausland: mit Markterkundungsreisen und Infoveranstaltungen. Im

Jahr 2022 gab es 29 MEP-Projekte zu Afrika.

www.tinyurl.com/MEPAfrika

Die deutschen Auslandshandelskammern (AHK) haben Standorte in Angola, Ghana, Kenia (mit Außenstelle in Tansania), Nigeria und Südafrika (mit Regionalbüros in Sambia und Mosambik). Côte d'Ivoire ist im Aufbau. In Nordafrika finden Sie die AHKn in Ägypten, Algerien, Marokko und Tunesien. www.ahk.de

Der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft hilft mit Konferenzen und Delegationsreisen Kontakte zwischen deutschen und afrikanischen Unternehmen und Institutionen zu knüpfen. www.afrikaverein.de

WEITERE INFOS

- 1 Gemeinschaftspublikation „Erfolgreich in Südafrika – Wirtschaftsführer“ von GTAI und der AHK Südliches Afrika: www.tinyurl.com/MI123-01
- 2 Fact Sheet „Afrika – Nachbarkontinent mit Zukunft“ mit Branchenüberblick: www.tinyurl.com/MI123-03
- 3 Im Fokus „Wirtschaftspartner Afrika – Chancen durch Wandel“: www.tinyurl.com/MI123-04

„Energiespeicherung ist **BESONDERS WICHTIG**“

Die Anträge für Erneuerbare-Energien-Anlagen bringen das Stromnetz bereits an seine Grenzen. Dennoch bietet Griechenland lukrative Geschäftschancen für deutsche Unternehmen, wie die Generalsekretärin für Energie und mineralische Rohstoffe des griechischen Umwelt- und Energieministeriums, Alexandra Sdoukou, im Interview erläutert.

Interview von **MICHAELA BALIS**, Germany Trade & Invest Athen

Die konservative griechische Regierung, die seit Juli 2019 im Amt ist, setzt sich im Nationalen Energie- und Klimaplan (NECP) ehrgeizige Ziele. Glauben Sie, dass sie erreicht werden?

ALEXANDRA SDOUKOU: Umweltbewusstsein zeichnet den griechischen Premierminister aus. Aber auch die Überzeugung, dass der Klimawandel einer gemeinsamen Herangehensweise auf europäischer Ebene bedarf. Gemäß dem aktuellen NECP sollen bis 2030 mindestens 61 Prozent der Stromerzeugung aus erneuerbaren Energiequellen stammen. Wir sind davon überzeugt, dass wir dieses Ziel schon im Jahr 2025 erreichen. Im Jahr 2021 wurden rund 1,2 Gigawatt aus Wind- und Fotovoltaikanlagen ans Netz angeschlossen. Im Jahr 2022 sollen 1,5 Gigawatt hinzukommen. Wir haben 2022 zudem einen Meilenstein in unserer Energierealität geschafft, der Wegweiser für die Zukunft sein soll: Anfang Oktober 2022 deckte Griechenland seinen gesamten Strombedarf für fünf Stunden aus erneuerbaren Energien.

Was macht den griechischen Markt der erneuerbaren Energien besonders attraktiv?

UMWELTPOLITIK GRIECHENLAND

Griechenlands Pläne sind klar: Das Land will bis 2030 mehr als 60 Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energien speisen. Der Anteil des grünen Stroms am gesamten Bruttoendenergieverbrauch soll auf 35 Prozent steigen. Das Umwelt- und Energieministerium arbeitet an der Aktualisierung des Nationalen Energie- und Klimaplan von 2019 und plant, höhere Ziele zu setzen. Der Ausstieg aus der Kohleförderung wird für Ende 2028 angepeilt.

Die Pläne sind realistisch. Investoren von Fotovoltaik- und Windanlagen mit einer maximalen Leistung von rund zwölf Gigawatt stellten Anträge für Netzanschlüsse. Mehr Energie kann das Netz kaum aufnehmen. Mit einem Ministerialerlass vom August 2022 werden die Kategorien, die prioritär behandelt werden, festgelegt. Die zugrunde gelegten Kriterien variieren von bilateralen Stromlieferverträgen über die Gesamtkapazität bis zum Standort eines Projekts.

In Griechenland sind bereits zahlreiche deutsche Unternehmen aktiv, zum Beispiel RWE, Juwi, Baywa, Abo Wind, Aleo Solar, WPD und Enercon.

ALEXANDRA SDOUKOU: Weltweit führende Unternehmen aus der Solar- und Windbranche sind schon jetzt auf dem Markt aktiv und wollen ihre Tätigkeiten ausweiten, beispielsweise in Richtung Offshorewindanlagen. Griechenland bietet ihnen ein sicheres Investitionsklima sowie hohes Wind- und Sonnenpotenzial. Zudem beschleunigen, vereinfachen und digitalisieren wir die administrativen Verfahren. Hinzu kommt, dass griechische Unternehmen und Arbeitnehmer über hohes Branchen-Know-how verfügen. Und nicht zuletzt ist die gute geostrategische Lage des Landes in Südosteuropa positiv zu erwähnen.

Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um Investitionen in erneuerbare Energien zu fördern?

ALEXANDRA SDOUKOU: Wir haben bereits eine Reihe von Reformen umgesetzt. Mit zwei Gesetzen haben wir das Genehmigungsverfahren für erneuerbare Energieprojekte vereinfacht: Es dauert nun anstelle von sechs bis sieben Jahren nur noch zwei Jahre. Über ein von der EU-Kommission genehmigtes Ausschreibungsverfahren für erneuerbare



Energien bieten wir Investoren einen sicheren und transparenten Investitionsrahmen bis 2025. Zudem behandeln wir bilaterale Stromlieferverträge zwischen Stromerzeugern aus erneuerbaren Energien und Verbrauchern prioritär bei Anträgen für Netzanschlussverträge. Außerdem genehmigte die EU-Kommission unser Fördersystem für Energiespeicher und für Hybridstationen, also Erneuerbare-Energien-Anlagen inklusive Speicher, auf Inseln, die nicht an das kontinentale Stromsystem angebunden sind. Die erste Ausschreibung für Speicher wird im Jahr 2023 stattfinden.

Wo ergeben sich Investitionschancen?

ALEXANDRA SDOUKOU: Beispielsweise bei Offshorewindparks: Um das Windpotenzial der griechischen Meere zu nutzen, haben wir den gesetzlichen Rahmen für Offshorewindparks verabschiedet. Die Leistung wird auf mindestens zehn Gigawatt für feste Anlagen und auf mehr als 30 Gigawatt für schwimmende Windparks geschätzt. Unser Ziel liegt bei zwei Gigawatt bis 2030. Was die Energiespeicher angeht: Diese sind vielleicht die wichtigste Technologie

ZUR PERSON

Alexandra Sdoukou, gebürtige Nordgriechin, ist Generalsekretärin für Energie und mineralische Rohstoffe im Umwelt- und Energieministerium in Griechenland. Die Rechtsanwältin und Energieexpertin beriet den Vorsitzenden der Partei Nea Dimokratia sowie Umwelt- und Energieminister.

für den Übergang zu einem Energiesystem, das hauptsächlich, wenn nicht sogar vollständig, auf erneuerbaren Quellen basiert. Um Investitionen in diesem Bereich anzukurbeln, stehen 250 Millionen Euro aus dem EU-Aufbaufonds bereit. Griechenland unterstützt auch Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie die Entwicklung und Nutzung innovativer Energietechnologien. Gefördert wird unter anderem die Herstellung von Ausrüstungsteilen für erneuerbare Energien und Elektromobilität. Schließlich konzentrieren wir uns in Abstimmung mit der EU-Kommission auf Wasserstofftechnologien. Zwei Projekte, die zu den Projekten von gemeinsamem europäischem Interesse, den sogenannten IPCEI, zählen, werden mit 800 Millionen Euro ko-

finanziert. Und nicht zuletzt gibt es ein Pilotprojekt für schwimmende Fotovoltaikanlagen auf dem Meer.

Wie geht Griechenland die Probleme mit dem gesättigten Stromnetz an?

ALEXANDRA SDOUKOU: Wir sind unserem Erfolg zum Opfer gefallen: Die Förderung der erneuerbaren Energien hat zu einem hohen Interesse für Investitionen geführt, sodass das System überlastet ist. Um das zu ändern, setzen der Übertragungsnetz- und der Verteilnetzbetreiber ein großes Investitionsprogramm für den Netzausbau um. Aus dem EU-Aufbaufonds fließen etwa 300 Millionen Euro in den Ausbau der Stromnetze. Auch Finanzmittel aus dem EU-Partnerschaftsprogramm und aus dem Fonds für die Dekarbonisierung der Inseln sind hierfür vorgesehen. **M**

ONLINE



Informationen zu aktuellen Entwicklungen der griechischen Wirtschaft finden Sie unter: www.gtai.de/griechenland

ENTSCHEIDENDES ELEMENT

Wasserstoff soll Wind- und Sonnenstrom speichern, könnte Verbrennungsmotoren und Schwerindustrie klimaneutral machen. Die Strategien für die Transformation unterscheiden sich je nach Weltregion deutlich. GTAI stellt sie vor. Diesmal: China.

von **CORINNE ABELE**, Germany Trade & Invest Shanghai

Lange hat China Wasserstoff als Beitrag zur eigenen Energiesicherheit und als Teil seiner Klimastrategie nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Zwar sollen laut dem ersten mittel- bis langfristigen Entwicklungsprogramm der Wasserstoffwirtschaft nun bis 2025 etwa 100.000 bis 200.000 Tonnen grünen Wasserstoffs erzeugt werden. Bislang wird nach Einschätzung des Center for Strategic and International Studies nur etwa 1,5 Prozent des Wasserstoffs durch Elektrolyse mittels Solar- oder Windenergie produziert. Doch einer jüngsten Studie des China Hydrogen Alliance Research Institute vom Juni 2022 zufolge, könnte Wasserstoff bis 2030 bereits zehn Prozent des Endenergieverbrauchs stellen.

Branche boomt durch Staatsnachfrage

Wasserstoff soll künftig verstärkt zur industriellen Dekarbonisierung Chinas beitragen – vor allem in der Stahl- und Chemiebranche. Selbstverständlich werden auch Fahrzeuge mit Brennstoffzellentechnologie mit ihm betankt. Derzeit erhalten sie viel Förderung. Ende Oktober 2022 befanden sich etwas mehr als 10.000 Brennstoffzellenfahrzeuge auf Chinas Straßen – zumeist handelt es sich dabei um Busse oder Lieferfahrzeuge. Nach wie vor spielt der staatliche Sektor als Abnehmer eine wichtige Rolle. Von Januar bis Oktober 2022 wurden mit 2.400 Fahrzeugen 1,5-mal so viele Brennstoffzellenfahrzeuge wie im Vorjahreszeitraum verkauft.

Seit Wasserstoff als strategisch wichtig anerkannt wurde, fördert China seine Wasserstoffwirtschaft nach bewährtem Muster mit Subventionen. Die Regierung subventioniert nicht nur die Erzeugung, sondern beispielsweise auch den Aufbau von Wasserstofftankstellen, Pilot-

WASSERSTOFFSTRATEGIE DER VOLKSREPUBLIK CHINA

Fokus

Aufbau einer diversifizierten Wasserstoffwirtschaft mit Anwendungen im Transportbereich, in der Energiespeicherung und bei industriellen Prozessen. China will die ganze Wertschöpfungskette im Land haben. Grüner Wasserstoff wird erst ab 2030 relevant.

Klimaneutral

bis 2060

Prognostizierte Elektrolyseleistung bis 2030

38 Gigawatt / Jahr

Geplante grüne H₂-Erzeugung bis 2025 / Jahr

**100.000 – 200.000
metrische Tonnen**

Geplanter Anteil nicht fossiler Energien am Primärenergieverbrauch 2030

25 Prozent

Jährlicher CO₂-Ausstoß pro Kopf/Jahr (2021)

8,05 Tonnen

Geplante Anzahl von Brennstoffzellen- fahrzeugen bis 2025

50.000

projekte in der Stahl- oder Chemieindustrie, den Aufbau smarterer grüner Stromnetze mit integrierter intelligenter wasserstoffbasierter Speichertechnologie oder den Einsatz von Wasserstoff in der Schifffahrt und beim Hafenbetrieb.

Die meisten Projekte befinden sich in den Provinzen mit den größten, zumeist staatlich kontrollierten Wind- und Solarparks, wie etwa in der Inneren Mongolei oder in Gansu. Mithilfe des grünen Wasserstoffs als Energiespeicher können sie Spitzen in der Stromerzeugung nutzen und über Stromhandelsplätze verkaufen.

Sollte das seit Juli 2021 eröffnete nationale Emissionshandelssystem ETS künftig nicht nur den Energiesektor, sondern wie ankündigt unter anderem auch die Sektoren Stahlerzeugung, Petrochemie und Chemie erfassen, wird die Nachfrage weiter steigen. Entsprechende Pilotprojekte wie zur wasserstoffbasierten Stahlerzeugung laufen bereits.

Bei der Förderung seiner Wasserstoffwirtschaft geht es China auch um die Beherrschung von Zukunftstechnologien. Dies zeigt sich in den Wasserstoffstrategien von Provinzen wie Guangdong oder Zhejiang, von Städten wie Foshan oder Shenzhen (beide Provinz Guangdong) oder sogar von Bezirken wie Lingang in Shanghai oder von Beijings Bezirk Daxing. Chinas führende Branchenunternehmen setzen entlang der Wasserstoffwertschöpfungskette auf schnelle Skalierung. Sie versuchen, Technologielücken durch Beteiligungen und Aufkäufe im Ausland zu schließen. Bereits jetzt stammen laut dem Fachmagazin Recharge rund ein Drittel aller alkalischen Elektrolyseure weltweit aus China – ihr Preis liegt etwa 75 Prozent unter dem europäischer Hersteller. **M**

Solarpark im Norden der Inneren Mongolei: Dort befinden sich viele Wasserstoffprojekte – wie auch in anderen chinesischen Provinzen mit großen Solar- und Windparks. Mit dem Strom der Anlagen will die Regierung grünen Wasserstoff erzeugen.

**ONLINE**

Weitere Informationen finden Sie im
GTAI-Wasserstoffspezial:
www.gtai.de/wasserstoff

SERIE WASSERSTOFF
In der nächsten Ausgabe:
Marokko

EWIGES GRÜNDER-ELDORADO

Der Einbruch einst starker Techwerte seit Frühjahr 2022 schlug zwar auch auf die US-Gründerszene durch. Doch dank starker Wagniskapitalkultur und neuer Chancen für grüne Start-ups wagen weiterhin viele deutsche Unternehmen den Sprung über den Atlantik.

von **HEIKO STEINACHER**, Germany Trade & Invest San Francisco

Martin Schichtel ist Realist. „Industrielle Wärme ist verantwortlich für 28 Prozent des weltweiten CO₂-Ausstoßes – wenn es uns gelingt, die Wärmeerzeugung zu dekarbonisieren, haben wir gute Chancen, unser Rennen gegen den Klimawandel zu gewinnen.“ Schichtel weiß, wovon er spricht. Sein Unternehmen Kraftblock stellt thermische Energiespeichersysteme her. Das Ziel: Industrielle Gaskessel und Feuerungen durch grüne Wärme ersetzen und somit CO₂-frei produzieren.

In den großen US-Markt zu expandieren, ist für ihn besonders spannend. Das saarländische Start-up nahm deshalb im November 2022 neben elf weiteren deutschen Jungunternehmen an einem Gründer-Pitch im Silicon Valley teil, der von der AHK USA – San Francisco organisiert wurde. „Taktgebende Forschungsinstitutionen sowie zahlreiche Wagniskapitalfonds locken immer mehr innovative Start-ups auch im Bereich Climate-Tech hierher“, sagt

AHK-Chef Sven Thorsten Potthoff. „Um diese mit den wichtigsten Playern im Valley zu vernetzen, haben wir das Programm Launchpad Silicon Valley ins Leben gerufen.“

Viele Wege führen in die USA

Der Erfolg deutscher Start-ups in den USA hat viele Gesichter: Mal gelingt es, aufgrund der risikofreudigeren Mentalität von US-Investoren schnell und viel Wagniskapital einzusammeln. Mal dringen sie mithilfe von Vor-Ort-Partnern tiefer in den Markt ein, als es allein möglich wäre. Im Frühjahr 2022 schafften es gleich sieben deutsche Firmen in den begehrten Accelerator Y Combinator (YC) aus dem Silicon Valley. Ausgerechnet YC verlangt aber von deutschen Start-ups meist einen sogenannten Flip, bei dem die Unternehmen in eine US-amerikanische Holding-Struktur zu überführen sind.

Durch diesen Schritt verbessert sich zwar häufig ihr Zugang zur Frühphasenfinanzierung. Doch der US-Flip birgt auch Nachteile:

Laut Rechtsanwaltskanzlei Orrick, Herrington and Sutcliffe kann er etwa bei einer eventuell später gewollten Umwandlung in eine deutsche Holdinggesellschaft zu einer hohen Steuerbelastung führen und praktische Probleme verursachen. „Der German Accelerator berät Gründer daher sehr früh, sodass sie nicht notwendigerweise einen Flip machen müssen“, sagt Christian Jorg, Managing Partner US beim vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz geförderten Gründerprogramm.

Der Schritt in die USA kann aber auch ganz anders ablaufen. Anstatt die ganze Firma in die USA zu übertragen, gründen manche Start-ups, die dorthin expandieren wollen, eine Niederlassung vor Ort. So beispielsweise ImageBiopsy Lab: Das Wiener Unternehmen hat 2019 eine US-Dependance in New Jersey eröffnet und bereits im gleichen Jahr die US-Zulassung für seine erste auf KI-basierende medizinische Software bekommen. „Mitte 2023 könnten wir ein weiteres KI-Produkt in den USA am Markt

DREI HELFER FÜR DIE USA

Der **German Accelerator (GA)** unterstützt deutsche Start-ups bei der internationalen Expansion in die USA mit Know-how, Mentoring, Trainings und lokalen Anlaufstellen. Hierfür existieren Büros in den Hubs New York, Silicon Valley und Boston. „Mehr als 500 Start-ups haben bisher an GA-Programmen teilgenommen und mehr als zwölf Milliarden US-Dollar an Finanzierungsvolumen eingesammelt, davon einige Unicorns“, sagt Christian Jorg, Managing Partner US beim vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) geförderten Gründerprogramm.

www.germanaccelerator.com

Ein wichtiges Kompetenznetzwerk stellt die **Digital Hub Initiative** des BMWK dar: Die Hubs haben einen enormen praktischen Erfahrungsfundus und nehmen regelmäßig an internationalen Start-up-Summits teil.

www.de-hub.de

Die **AHK USA – San Francisco** baut eine Brücke in den Westen der USA und ins Silicon Valley. Mithilfe eines Netzwerks an Experten hilft die Kammer Unternehmen, konkrete Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern. www.gaccwest.com

Das Gründerparadies der USA aus der Vogelperspektive: San Francisco und das Silicon Valley.



SVEN THORSTEN
POTTHOFF

»DEUTSCHE UNTERNEHMEN KÖNNEN VIEL VOM SILICON VALLEY LERNEN.«

Das Interesse am Digitalisierungs-Know-how in den USA ist ungebrochen, weiß Sven Thorsten Potthoff, Geschäftsführer der AHK USA – San Francisco.

Die Digitalisierung hat die Techszene beflügelt. Wie erlebte die AHK USA die Zeit?

Wir verstehen uns als Brückenbauer in den Westen der USA und ins Silicon Valley. Hier sind digitale Lösungen längst an der Tagesordnung. Delegationen waren zur Zeit der Lockdowns aber unmöglich. Um deutschen Unternehmen weiterhin Zugang zum Ökosystem vor Ort zu ermöglichen, hatten wir uns daher einiges überlegt, was wir aus der Ferne umsetzen konnten. Der Bedarf an Informationen, um konkrete Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern, war in der Pandemiezeit gestiegen, vor allem, weil Robotikanwendungen in neue Bereiche Eingang fanden.

Beim digitalen Umstieg haben GTAI und AHK schon oft ihre Kräfte gebündelt.

Absolut. Etwa bei unserem gemeinsamen Wasserstoff-Webinar oder als wir zusammen mit der AHK Atlanta und Unternehmern die Zukunft der Automobilindustrie ausgelotet haben: Julian Bartschs Erfahrungen damals bei Zoox haben gezeigt, was die deutsche Kfz-Industrie vom Silicon Valley lernen kann. Als die Reisebeschränkungen gelockert wurden, stieg die Nachfrage nach unseren Vor-Ort-Programmen und -Veranstaltungen rasant an und 2022 haben wir einiges davon nachgeholt, wie etwa den German American Mobility Dialogue, eine Konferenz zum Thema autonomes Fahren oder ein Event in Los Angeles für die Veranstaltungsbranche.

Eines der wichtigsten Programme ist das Innovation Camp. Was ist das Ziel?

Unser Innovationsprogramm, das wir zusammen mit dem Land Baden-Württemberg ins Leben gerufen haben, hilft Unternehmen, die Auswirkungen von disruptiven Geschäftsmodellen und Technologien frühzeitig zu erkennen. Mithilfe von Mentoren und Best Practices der Akteure des Silicon Valley werden neue Innovationsprojekte aufgesetzt, die zu Hause weiter vorangetrieben werden sollen.

haben“, sagt Geschäftsführer Richard Ljuhar.

Hotspots für innovative Start-ups in den Bereichen Hightech und Robotik sind neben Kalifornien auch New York und Massachusetts. In diesen US-Bundesstaaten treffen sie auf viel Wagniskapital sowie große Innovationsnetzwerke und Inkubatoren. Außerdem haben sich in den vergangenen Jahren zahlreiche kleinere Technologiehubs herausgebildet. Aufstrebende Start-up-Zentren locken Gründerinnen und Gründer mit Steueranreizen und schaffen ständig neue Co-Working-Spaces. Auch auf Networking setzen die Initiatoren: So bringen zum Beispiel mehrere Events auf der in Austin alljährlich im März ausgetragenen Veranstaltung South by Southwest die Start-up- mit der Venturecapital-Szene in einem kreativen Umfeld zusammen und haben die Hauptstadt von Texas in eine Brutstätte für Jungunternehmer und revolutionäre Technologien verwandelt.

Texas avanciert zum Techhub

Die Enterprise-Cloud-Plattform Approve.com kürte Texas 2021 zum günstigsten US-Bundesstaat, um ein Unternehmen zu führen. Wesentliche Faktoren bei der Entscheidung waren der Durchschnittslohn, die Höhe der Körperschaftsteuer und die Energiepreise. Konzerne wie Apple und Google haben in Austin bereits Tausende Jobs geschaffen. Auch Investitionen von Oracle und Tesla tragen dazu bei, dass derzeit keine andere US-Metropole so stark wächst. Weitere interessante Start-up-Hubs sind die jeweiligen Regionalkonkurrenten Atlanta und Miami beziehungsweise Denver und Kansas City. Stark gestiegen sind die Wagniskapitalinvestitionen auch in der Metropolregion Seattle, die vor allem für ihr Know-how im Bereich Cloud-Computing bekannt ist.

Der durch die Coronakrise befürchtete Rückschlag für die Gründerszene ist großenteils ausgeblieben. Dabei hatte sich gerade für Start-ups in frühen Phasen anfangs der Zugang zu Wachstumskapital verschlechtert. Viele Risikokapitalgeber konzentrierten sich zunächst weitgehend darauf, bestehende Investitionen sicher durch die Krise zu bekommen. Von deutscher Seite waren davon besonders innovative Softwareunternehmen betroffen, die in Europa nicht genug Abnehmer fanden. Spätestens im Herbst 2020 zeigte sich dann,

dass Technologie der klare Gewinner der Krise war. Unternehmen investierten nun massiv in die Digitalisierung – was Start-ups in allen Finanzierungsphasen zugutekam. Dass viele Jungfirmen auch ohne staatliche Hilfen in den USA immer noch gut finanziert blieben, belegt die Statistik: In den ersten drei Quartalen 2022 brachten Venturecapital-Firmen in den USA laut Pitchbook rund 195 Milliarden US-Dollar an Risikokapital auf. Das war zwar knapp ein Viertel weniger als von Januar bis September 2021, aber immer noch über die Hälfte mehr als im gleichen Zeitraum 2020.

Auch vor dem Hintergrund, dass vorbörsliche Finanzierungsrunden im Zuge der allgemeinen Börsenschwäche 2022 weitgehend zum Erliegen kamen, erscheint das Ergebnis mehr als passabel. Es bestätigt: Die USA bleiben der weltweit größte Markt für Wagniskapital. So wollen junge deutsche Techfirmen auch künftig den Sprung über den Atlantik wagen. Dies liegt vor allem auch an der größeren Risikobereitschaft der Investoren. Besonders in späteren Finanzierungsrunden bekommen sie hier leichter eine Anschlussfinanzierung.

Doch beim Gang in die USA geht es nicht nur um die Finanzierung, sondern auch um den Markt selbst. „Wir erwarten durch das neue Klimagesetz in den USA einen Boom für Energiespeicher, was uns große Chancen eröffnen würde“, sagt Jungunternehmer Schichtel. „Nur in Kombination beider Technologien – grüne Energieerzeugung und Energiespeicherung – lässt sich CO₂-Ausstoß vermeiden. Somit profitieren sowohl Energieerzeuger als auch Industriebetriebe von den zu erwartenden Steuergutschriften.“ Das Klima- und Energiepaket der USA von August 2022 sieht Ausgaben für mehr Klimaschutz in Höhe von 369 Milliarden US-Dollar vor – Unternehmen dürften daher künftig mehr in Energiespeichersysteme und kohlenstofffreie Energieerzeugung investieren. Eine große Chance also für Kraftblock. **M**

ONLINE



GTAI-Meldungen zu internationalen Entwicklungen der Gründerszene erhalten Sie hier:

<https://tinyurl.com/MI123-19>



MILLIARDEN FÜR GRÜNDER

Die USA sind weltweit der größte Markt für Wagniskapital. Dabei unterscheidet sich die Investitionsbereitschaft in den einzelnen Bundesstaaten stark. Das meiste Geld bekommen Start-ups in Kalifornien.

Quellen: National Venture Capital Association 2021, Pitchbook 2022, Angaben in Milliarden US-Dollar

Textilarbeiterin in Bangladesch: Unternehmen müssen nachweisen, dass ihre Zulieferer die Menschenrechte achten.



„UMSETZUNG MIT AUGEN-MASS“

Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – auch als Lieferkettengesetz bekannt – ist am 1. Januar 2023 in Kraft getreten. Für die Umsetzung ist das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) verantwortlich. Die zuständige BAFA-Referatsleiterin Cathrin Brechtel erklärt, wie.

Interview: **ACHIM KAMPF**, Germany Trade & Invest Bonn



ZUR PERSON

Cathrin Brechtel leitet seit Juli 2022 das Grundsatzreferat Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle. Die Juristin war zuvor als Rechtsanwältin im Bereich der Außenwirtschaftsförderung beratend tätig.

CATHRIN BRECHTEL: Unternehmen dürfen und sollen ihre Ressourcen zielgerichtet einsetzen: Die menschen- und umweltrechtlichen Risiken müssen zwar umfassend, systematisch und für das BAFA nachvollziehbar erfasst werden. Aber: Die Unternehmen haben einen großen Spielraum bei der Entscheidung, welche Risiken zuerst angegangen werden und welche Maßnahmen sinnvoll sind, das heißt, Unternehmen dürfen priorisieren. Diesen Spielraum wird das BAFA bei der behördlichen Kontrolle berücksichtigen. Das BAFA wird – besonders auch im ersten Berichtszeitraum – die Anstrengungen der Unternehmen bei seinen Prüfungen, Entscheidungen und möglichen Sanktionen besonders beachten. Ansonsten bemisst sich der Aufwand am Risikoprofil des jeweiligen Unternehmens. Je risikoaffiner ein Unternehmen ist, desto mehr Angaben müssen im Rahmen der Berichtspflicht gemacht werden. Wenn ein Unternehmen zudem plausibel darlegt, dass keine menschenrechtlichen oder umweltbezogenen Risiken vorliegen und dass entsprechende Pflichten nicht verletzt werden, dann sind auch keine weiteren Ausführungen nötig.

Und wie kontrolliert das BAFA die Angaben?

CATHRIN BRECHTEL: Das BAFA wird bei den Prüfungen risikobasiert vorgehen. Bei der Auswahl der Unternehmen, die das BAFA intensiver prüfen wird, werden verschiedene Kriterien angelegt. Teilweise werden wir uns schwerpunktmäßig auf Unternehmen konzentrieren, die in sensitiven Bereichen tätig sind – das können Unternehmen sein, die in speziellen Ländern oder Branchen aktiv sind. Risikobasierte Kontrolle bedeutet auch, zufällige Stichproben näher zu überprüfen.

Ein wichtiger Punkt wird unter anderem sein, wie plausibel der eingereichte Bericht eines Unternehmens ist. Reicht ein Unternehmen einen Bericht ein, der schlüssig und plausibel ist, hat das natürlich Einfluss auf die risikobasierte Kontrolle. Es ist wichtig, dass das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz gut – und das heißt mit Augenmaß – umgesetzt wird. Alle Unternehmen, die sich ernsthaft und aktiv mit den Anforderungen des Gesetzes beschäftigen, werden diese erfüllen können. **M**

Wie versteht das BAFA seinen Auftrag im Rahmen des Lieferkettengesetzes?

CATHRIN BRECHTEL: Wir verstehen uns grundsätzlich als Partner der Unternehmen. Es geht darum, gemeinsam dafür zu sorgen, dass sie ihren Sorgfaltspflichten nachkommen. Deshalb hat das BAFA bereits im vergangenen Jahr einen Stakeholder-Prozess initiiert, in dem wir gemeinsam mit Akteuren aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft über die Umsetzung des Gesetzes beraten haben. Dieser Gedanke spiegelt sich auch in unserem Beirat wider, der sich im Frühjahr letzten Jahres konstituiert hat und das BAFA berät. Er setzt sich aus sechs Mitgliedern aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Gewerkschaften und Wissenschaft zusammen. Darüber hinaus unterstützen wir die betroffenen Unternehmen mit Handreichungen.

Wie sehen die Handreichungen des BAFA konkret aus?

CATHRIN BRECHTEL: Wir haben bereits eine Handreichung zum Herzstück des Gesetzes, zur Risikoanalyse, veröffentlicht. Außerdem haben wir eine weitere zum Beschwerdeverfahren in Unternehmen veröffentlicht. Sie beschreibt die Anforderungen des Gesetzes, zeigt die Rolle des Beschwerdeverfahrens im Sorgfaltsprozess auf und bietet Hilfestellungen und praktische Tipps für die Umsetzung. Eine weitere Handreichung zur Angemessenheit ist ebenfalls veröffentlicht. Weitere, auch branchenspezifische Handreichungen werden folgen. Diese werden bald in weiteren Sprachen zur Verfügung gestellt, geplant ist die Veröffentlichung auf Englisch, Französisch und Spanisch. Die Handreichung zur Risikoanalyse steht bereits in englischer Fassung zur Verfügung. Zudem beantwortet das BAFA Fragen zur Umsetzung des Gesetzes, die uns besonders häufig erreicht haben. Diesen FAQ-Katalog entwickeln wir fortlaufend weiter und aktualisieren ihn auf unserer Webseite.

Außerdem ist das BAFA dabei, ein elektronisches Verfahren für Beschwerden über Sorgfaltspflichtenverstöße durch Unternehmen einzurichten. Die Onlineeingabemaske für dieses Auftragsverfahren steht seit Beginn dieses Jahres zur Verfügung.

Unternehmen sind verpflichtet, einen Bericht über die Erfüllung der im Gesetz verankerten Sorgfaltspflichten zu veröffentlichen. Wie hilft das BAFA ihnen dabei?

CATHRIN BRECHTEL: Das BAFA unterstützt die Unternehmen bei der Erfüllung ihrer Sorgfaltspflichten in vielerlei Hinsicht. Der jährliche Bericht über die Erfüllung der unternehmerischen Sorgfaltspflichten muss beim BAFA eingereicht und veröffentlicht werden. Aus dem Bericht muss hervorgehen, wie Unternehmen die Anforderungen des Gesetzes umsetzen. Das Verfahren zur Berichtspflicht ist nicht kompliziert: Die Unternehmen müssen einen elektronischen Fragebogen ausfüllen, aus dessen Antworten generiert sich der Bericht. Der Fragebogen übersetzt die gesetzlichen Anforderungen der Berichtspflicht in konkrete und leicht verständliche Fragen. Wird der Fragebogen vollständig und wahrheitsgemäß beantwortet, gilt die Berichtspflicht als erfüllt. Der Aufwand für den Fragebogen bemisst sich am individuellen Risikoprofil des Unternehmens.

Selbstverständlich berücksichtigen wir die unterschiedlichen unternehmerischen Realitäten insbesondere im ersten Berichtszeitraum. Daher enthält der Fragebogen auch Freitextfelder. Dort können Unternehmen begonnene, aber nicht abgeschlossene Prozesse sowie Inhalte aus bereits bestehenden Berichten in den Bericht einbringen. Insgesamt orientiert sich der Fragebogen an der „Bemühenspflicht“, die auch im Gesetz angelegt ist. Der Fragenkatalog wird demnächst auch in elektronischer Form verfügbar sein. Er wird zudem, wie auch die Handreichungen, in Englisch, Französisch und Spanisch zur Verfügung stehen.

Welche Kriterien legt das BAFA an die Berichte an?

NICHT TOT- ZUKRIEGEN

Die Coronapandemie hat die Messebranche weltweit in eine tiefe Krise gestürzt. Veranstalter mussten pausieren oder Formate ganz neu erfinden. Das Messejahr 2023 könnte die Wende bringen – mit frischen Ideen und mehr Freude an der persönlichen Begegnung.

von **ANNA FRIEDRICH**, wortwert Köln

Abgesagt, verschoben, aus dem Programm genommen: Die vergangenen Jahre waren für die weltweite Messebranche keine leichten. 2021 konnten hierzulande nur gut 100 der 380 geplanten Messen stattfinden. Das waren nicht nur für den Messestandort Deutschland schlechte Nachrichten, sondern vor allem für Exporteure: Zwei Drittel aller Leitmesse der Weltwirtschaft finden in Deutschland statt. „Die Internationalität deutscher Messen ist ein gewichtiger Punkt für die deutsche Außenwirtschaft“, sagt Anne-Cathrin Böhl, Pressesprecherin im Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA. Auf heimischen Leitmesse können Unternehmen direkt vor der Haustür Kontakte anbahnen, ausbauen und pflegen.

Doch mit den Coroneinschränkungen fiel die Mehrzahl der einst so wichtigen Branchentreffen weg. Das hat wie in ande-

ren Bereichen einen Umbruch beschleunigt, in dem sich die Messewirtschaft auch vor der Pandemie schon befand. Messen, die Unternehmen aus schrumpfenden Märkten bedienen, kämpfen jetzt ums Überleben oder haben bereits aufgegeben. Gleichzeitig entstehen neue Messen in Branchen, die Umsatzschübe verzeichnen. Dazu gehören Technologien für Entlüftungen, Luftreinhaltung, Filtersysteme, medizinisches Zubehör und Labortechnik. Im Jahr 2022 gab es allein in Deutschland fast 20 Messen zu Energie, Klima und Umweltschutz.

Das Messejahr 2023 dürfte zeigen, wohin die Reise der Branche geht. Eine Umfrage des AUMA zeigt, dass Messeveranstalter in Deutschland bei Besucher- und Ausstellerzahlen erst mittelfristig wieder ein Vor-Corona-Niveau erwarten. Das liegt vor allem an dem noch fehlenden internationalen Publikum in

gewohnter Stärke, aber auch an den instabilen Lieferketten und zunehmenden Unwägbarkeiten für die Weltwirtschaft.

Peter Ottmann, CEO der Nürnberg Messe Group, sieht zwei Entwicklungen, die die Branche in den kommenden fünf Jahren prägen werden: Der erste Trend ist die Dekarbonisierung. „Wie die gesamte deutsche Industrie wird sich auch unser Geschäftsmodell in den kommenden Jahren massiv den Emissionsreduktionen widmen müssen“, sagt er. „Dazu gehört auch, dass wir große Teile unserer benötigten Energie regenerativ auf unseren Geländen erzeugen werden.“

Messen werden digitaler

Der zweite Trend heißt Digitalisierung. „Wir werden unsere realen und digitalen Formate, Angebote und Services noch stärker miteinander verknüpfen.“ In diesem Punkt haben

Cosplayer auf der Computerspiele-
messe Gamescom 2022 in Köln:
Kein virtuelles Event kann bisher
den Showeffekt eines solchen Auf-
tritts echter Menschen ersetzen –
oder die Streitaxt aus Kunststoff.



WOLFGANG MARZIN

»**MENSCHEN
WOLLEN DAS
ERLEBEN
VOR ORT.**«

Die Coronapandemie hat die Messebranche digitalisiert. Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, erklärt im Interview, warum der persönliche Kontakt trotzdem wichtiger denn je ist.

Herr Marzin, wie hat sich die Messebranche durch Corona verändert?

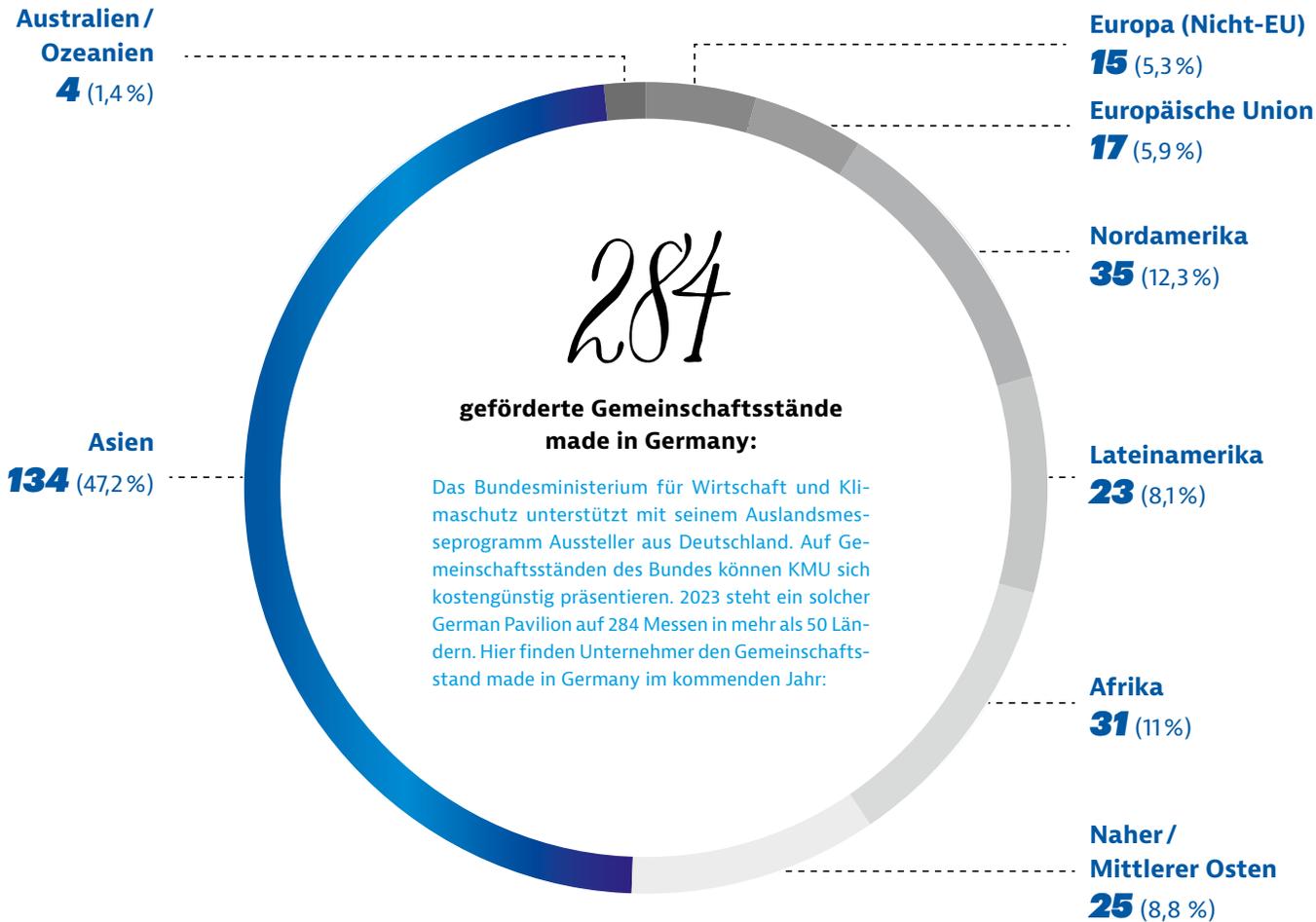
Für uns hat Corona und die damit verbundene beschleunigte Digitalisierung eine strategische Neuausrichtung mit sich gebracht: Als Messeveranstalter setzen wir künftig an 365 Tagen im Jahr auf Content – ob physisch oder digital. Messen nur noch zu einem bestimmten Zeitpunkt zu veranstalten, reicht in vielen Bereichen künftig nicht mehr aus.

Wie haben sich hybride oder reine Onlineformate etabliert?

In Zeiten, in denen so gut wie keine haptischen Begegnungsplattformen realisiert werden konnten, waren digitale Formate das beste – beziehungsweise einzige – Mittel der Wahl. Die Pandemie hat uns aber auch deutlich gemacht, dass digitale Editionen die persönlichen Begegnungen vor Ort niemals ersetzen können. Die physische Begegnung auf Messen behält ihre Bedeutung und Funktion für den Geschäftserfolg hundertprozentig bei. Es gibt zwar digitale Plattformen, aber es gibt keine digitalen Messen.

Haben Vor-Ort-Messen in anderen Kulturen eine andere Bedeutung?

Gerade die Coronapandemie mit ihren Lockdowns und den damit verbundenen unzähligen Messeverboten hat allen Marktteilnehmern und uns deutlich gemacht, dass Präsenzmessen in allen Kulturen von gleich großer Bedeutung sind. Das Bedürfnis der Menschen nach persönlicher Begegnung und einem Erleben vor Ort und der haptischen Erfahrung mit Produkten ist zweifellos kulturübergreifend.



Quelle: AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft, Stand: Dezember 2022

viele Messen in der Pandemie eine Feuertau- fe erlebt. Innerhalb kürzester Zeit schalteten sie auf virtuelle oder hybride Formate um. Auf der Euroblech 2021, einer Leitmesse für Umformungstechnologie, konnten Aussteller digitale Showrooms buchen. Die Messe Düsseldorf bietet jetzt digitale Ausstellerprofile an. „Je gepflegter und umfangreicher die Profile sind, etwa durch News oder Produktvideos, desto besser werden Unternehmen und Produkte gefunden und bevorzugt angezeigt – wie bei einer Suchmaschine“, erklärt Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf.

Aussteller sehen Digitalformate kritisch

Doch diese rasante Virtualisierung des Messewesens hatte auch Schattenseiten. Sebastian Busch, beim Antriebsspezialisten Voith Tur-

**„DIGITAL-
 FORMATE
 MÜSSEN
 INHALTLICH
 ZIEL-
 FÜHREND
 SEIN.“**

SEBASTIAN BUSCH,
 Messeverantwortlicher bei Voith Turbo

bo verantwortlich für die globale Kommunikati- on, hat an digitalen Messen weltweit in unterschiedlichsten Industrien teilgenommen – und zieht ein klares Fazit: „Viele Veranstalter waren nicht gut darauf vorbereitet. Digitale Formate funktionieren nur, wenn sie neben einer gewissen Attraktivität und Nutzerfreund- lichkeit auch inhaltlich zielführend sind“, sagt er. Auch eine AUMA-Umfrage Ende 2020 hat gezeigt: Digitale Events sind für die meisten Aussteller keine oder keine dauerhafte Alter- native. 80 Prozent sagen, sie vermissen es, sich persönlich auszutauschen.

Nun war 2020 geprägt von Kontaktbe- schränkungen, die Regierungen zuerst nach und nach lockerten – und Deutschland dann im Dezember doch wieder in einen langen, harten Lockdown führten. Sprich: Der Leidensdruck war hoch. Obwohl es hierzu keine aktuelle Er-

5

hebung gibt, lässt sich dennoch eine Tendenz erkennen: Seit Ende des Messeverbots im Frühjahr 2022 ist die Nachfrage nach rein digitalen Formaten zurückgegangen, hat der AUMA festgestellt. Der Grundtenor in der Branche ist: Digitale Veranstaltungen waren zwar eine dringend benötigte Überbrückung, doch eine Präsenzveranstaltung ganz ersetzen, das können sie nicht. Der Nürnberger Messechef Peter Ottmann nennt es den „Lagerfeuer-Effekt“: „In den kommenden Jahren werden wir erleben, wie sehr es unsere Kunden genießen, sich wieder persönlich treffen zu können.“

Messen, die beispielsweise Möbel, Maschinen oder Lebensmittel ausstellen, sind einfach auf die physische Präsenz angewiesen. Manche Produkte muss man ausprobieren. Und das Händeschütteln ersetzen Videotelefonate ebenfalls nicht. Vor Corona waren es vor allem zwei Weltregionen, die besonderen Wert auf das persönliche Kennenlernen legten: die arabische Welt und Asien. „Geschäftspartner aus Ländern dort treffen sich mehrmals, bevor es überhaupt zu einem Geschäftsabschluss kommt“, erklärt Heike Schöttle, die beim AUMA für weltweite Messen zuständig ist. Jetzt – nach zweieinhalb Jahren im Ausnahmezustand – ist das Bedürfnis nach menschlicher Nähe im Business auch bei den sonst eher zugeknöpften Nordeuropäern groß.

Europäer stellen die Mehrheit

Die Messebranche hat Corona zwar überlebt, doch die Kräfteverhältnisse haben sich verschoben. Die meisten Aussteller auf internationalen Messen hierzulande kommen inzwischen aus Italien, Frankreich und Spanien. Jahrelang hatten chinesische Aussteller den Spitzenplatz belegt – inzwischen sind sie auf Platz sechs abgerutscht. AUMA-Auslandsexpertin Schöttle ordnet ein: „Viele Unternehmen durften das Land nicht verlassen, für Heimkehrer galten strenge Quarantäneregeln.“ Auch die USA mussten Federn lassen: Aussteller aus den Vereinigten Staaten landeten auf Platz sieben im Ranking der wichtigsten Ausstellernationen.

Die Bedeutung von Messen dürfte künftig noch stärker davon abhängen, ob alle wichtigen Protagonisten einer Branche zusammenkommen. Die Automobilbranche zeigt beispielhaft, dass Unternehmen genau hinschauen,

AUMA: FÜNF THESEN ZUR MESSEWIRTSCHAFT

1

Messen sind Teil der Lösung großer Herausforderungen unserer Zeit.

Ob Klima, Verkehr, Gesundheit, digitale Sicherheit, Automatisierung, Energie oder nachhaltiges Bauen: Messen sind Schaufenster für Innovationen und Plattformen für Problemlösungen.

2

Messen bleiben der beste Ort für die Präsentation neuester Technologien und innovativer Produkte.

Die persönliche Begegnung ist trotz digitaler Formate unersetzlich. Persönlich lassen sich neue Partner am besten finden, die Kundenbindung vertiefen und der Wettbewerb beobachten.

3

Aussteller und Besucher erwarten eine digitale Verlängerung von Messen.

Digitale Angebote von Messen gehören künftig dazu: nicht zwangsläufig parallel zur Messe, sondern auch davor oder danach. Sie können ein erster Einstieg in eine neue Messe sein und ermöglichen eine Teilnahme, wenn die Reise zum Branchentreff nicht möglich ist.

4

Messen bleiben im Marketingmix der Unternehmen das Highlight in einer Vielfalt digitaler Kanäle und Medien.

Politische Unsicherheiten führen dazu, dass Unternehmen ihren Fokus auf neue Regionen und neue Kunden richten müssen. Messen bieten dafür die beste Bühne. Laut AUMA-Befragungen ist Markterschließung eines der wichtigsten Messeziele.

5

Messen werden noch flexibler.

Die Pandemie hat neue digitale Gewohnheiten hervorgebracht. Volatile Märkte und unsichere politische Rahmenbedingungen führen dazu, dass Unternehmen kurzfristigere Entscheidungen treffen. Darauf müssen und werden Messeveranstalter reagieren.

wie sie ihre Kunden noch erreichen. Auf der einst wichtigen Messe Pariser Autosalon im Oktober 2022 stellten deutsche Autobauer gar nicht mehr aus. Auch die Japaner und Südkoreaner blieben fern. Denn Privatkunden, die auf Messen gern die neuesten Modelle besichtigen, lassen sich häufig durch kostengünstigere Alternativen erreichen – für einen einwöchigen Messeauftritt dagegen müssen Unternehmen mitunter siebenstellige Beträge in die Hand nehmen.

Aussteller prüfen Beteiligung genau

Auch B2B-Messen spüren den Druck. Voith Turbo sieht Messen zwar als wichtigen Bestandteil des Kommunikationsmixes. Die Planer im Marketing haben aber streng selektiert, welche Messen sie für das Jahr 2023 noch ins Programm nehmen. 30 Messeteilnahmen sollen es global werden. Rein digitale Veranstaltungen kommen für Kommunikationschef Sebastian Busch nicht infrage. „Messen werden künftig hybrid sein müssen, aber unser Fokus ist nach wie vor, live mit unseren Kunden zusammen dabei zu sein.“

Der Bagger- und Ladekranhersteller Atlas GmbH hat im Jahr 2022 seine Teilnahme an IAA, Innotrans und der Bauleitmesse Bauma sogar ganz abgesagt. „Sowohl die lang andauernde Coronasituation wie auch der Krieg in der Ukraine haben spürbare Probleme bei Lieferanten und auch deutliche Preissteigerungen gebracht“, sagt Geschäftsführer Brahim Stitou. „Wir haben das gesparte Geld in ein dauerhaft eingerichtetes Demo-Center mit einer Fläche von mehr als 12.000 Quadratmetern investiert.“ Heißt: Kunden können Atlas nun flexibel am Firmensitz im niedersächsischen Ganderkesee besuchen, die Neuheiten ausprobieren und durchs Werk geführt werden. Die gute alte Hausmesse also. Dauerhaft reicht Stitou das allerdings nicht. Im Jahr 2023 will er wieder mit von der Partie sein. Die Messe ist eben einfach nicht totzukriegen. **M**

ONLINE

Alle Informationen rund um das Auslandsmesseprogramm des Bundes für das Jahr 2023:

www.tinyurl.com/MI123-06

Mehr erfahren Sie auch im Schwerpunkt Messen auf Markets International Online:

www.tinyurl.com/MI123-08

1

DARF ICH MEIN PRODUKT NACH KANADA LIEFERN?

Die Einfuhr einiger Produkte ist in Kanada verboten. Dazu zählen zum Beispiel gefälschte Münzen oder Streichhölzer mit Kopf aus weißem Phosphor, Veröffentlichungen mit obszörem Inhalt, Produkte, die in Zwangsarbeit hergestellt wurden, oder Flugblätter, die Gewaltszenen darstellen. Der Export and Import Permits Act kann besondere Einfuhrkontrollen und Mengenbeschränkungen definieren, zum Beispiel für Produkte, die in der sogenannten Import Control List aufgeführt sind. Dies sind unter anderem Waffen, chemische Produkte und Textilprodukte. Die Gesundheitsbehörde Health Canada prüft zudem in- und ausländische Lebensmittel und Arzneimittel zunächst eingehend, bevor sie die Produkte zum Verkauf in Kanada freigibt. Sie müssen sicher und wirksam sein und bestimmte Qualitätskriterien erfüllen.

GIBT ES FÜR MEIN PRODUKT SOGAR VORTEILE?

Kanada hat mit der Europäischen Union das umfassende Freihandelsabkommen Ceta abgeschlossen. Ceta ist seit dem Jahr 2017 vorläufig in Kraft, weil es noch nicht von allen Mitgliedstaaten ratifiziert ist. Daher gelten bisher nur einige Vereinbarungen des Abkommens, die unmittelbar für den Handel relevant sind, zum Beispiel Bestimmungen zum Zollabbau und zu öffentlichen Aufträgen. Industriegüter wie Maschinen oder Fahrzeuge lassen sich nun auf beiden Seiten fast ohne Ausnahme zollfrei handeln, wenn sie alle Ursprungsregeln erfüllen. Dagegen sind beispielsweise Bestimmungen zum Investitionsschutz noch nicht in Kraft. Kanada ist außerdem seit Juli 2020 mit den USA und Mexiko Mitglied des Nafta-Nachfolgeabkommens United States-Mexico-Canada Agreement. Für deutsche Unternehmen ist dies unter anderem entscheidend, wenn sie zum Beispiel in Kanada oder Mexiko für den US-Markt produzieren.

2

3 WAS MUSS ICH BEI VERTRÄGEN BEACHTEN?

Das kommt auf die Provinz an. In neun von zehn Provinzen beruht das Zivilrecht auf dem Common Law und ist durch ein komplexes Verhältnis von Fallrecht und Gesetzesrecht charakterisiert. Allein in Quebec bildet ein geschriebener Gesetzestext die Basis des Zivilrechts, der Code Civil. Auch die grundlegenden Voraussetzungen für den Abschluss und die Durchsetzung von Verträgen beruhen in allen Common-Law-Provinzen auf den entsprechenden Regelungen des Common Laws. Für den in der Exportpraxis relevantesten Vertrag, den Kaufvertrag über Waren, existieren in allen Common-Law-Provinzen Warenverkaufsgesetze (Sale of Goods Acts). Im Rahmen von internationalen Verträgen akzeptieren kanadische Gerichte im Allgemeinen die Rechtsordnung und den Gerichtsstand, die die Parteien einer vertraglichen Vereinbarung gewählt haben. Ebenso üblich ist die Vereinbarung von Schiedsklauseln.

ERSTE S IM EX

Sie wollen Ihr Produkt auch im Ausland verkaufen? Sie haben erste Kontakte zu Abnehmern geknüpft – wissen aber nicht, was Sie in Sachen Recht und Zoll beachten müssen? Die Experten von GTAI beantworten wichtige Fragen für wichtige Märkte. Diesmal: **KANADA.**

von **JAN SEBISCH**, Ausländisches Wirtschaftsrecht, und **SUSANNE SCHOLL**, Bereich Zoll

CHRITTE PORT

STAATSFORM	Konstitutionelle Monarchie
DEUTSCHE AUSFUHREN	10,1 Mrd. €
RANG als Handelspartner	26 ¹
FREIHANDELSABKOMMEN mit der EU?	Ja
RECHTSSICHERHEIT	0,8 (Tendenz steigend) ²
OECD LÄNDERRISIKOKATEGORIE	keine ³

Quellen: 1 Statistisches Bundesamt; 2 Rule of Law-Index 2022 (0 = sehr schlecht; 1 = sehr gut); 3 OECD Länderrisikokategorie: 1=niedrigste Risikokategorie, 7=höchste

WELCHER PAPIERKRAM ERWARTET MICH?

4

Es gibt zwei Möglichkeiten. Erstens: Grundsätzlich können Unternehmen Waren mit dem Anmeldeformular Canada Customs Coding Form und allen weiteren Dokumenten wie Frachtbrief und Handelsrechnung persönlich im Zollamt anmelden. Sie zahlen die Einfuhrabgaben in bar, mit Scheck oder Kreditkarte. Die Zollbehörde gibt die Waren nach sorgfältiger Prüfung frei. Zweitens: Als besonders vertrauenswürdige eingestufte Importeure können Waren auch vereinfacht auf Basis vorläufiger Dokumente mit dem elektronischen Bearbeitungssystem Electronic Data Interface anmelden. Die Zollbehörde erteilt die Freigabe dann schon vor Zahlung der Einfuhrabgaben. Vollständige Dokumente sind innerhalb bestimmter Fristen nachzureichen. Bei Warensendungen mit einem Wert von mehr als 2.500 kanadischen Dollar beträgt sie fünf Werktage ab Freigabe. Importeure können für die Zollabfertigung einen Zollagenten als Vertreter einsetzen.

5

WELCHE RECHTE HAT MEIN KUNDE?

Wenn Sie eine Pflicht aus dem Vertrag verletzen, stehen dem Kunden verschiedene Rechtsbehelfe zur Verfügung. Üblicherweise wird er einen etwaigen Anspruch auf Schadensersatz geltend machen oder es in Betracht ziehen, vom Vertrag zurückzutreten. Nur in Ausnahmefällen kann er eine Erfüllungspflicht geltend machen, also versuchen, die Leistung einzuklagen, die Sie ihm versprochen haben. Wichtig: Das Gewährleistungsrecht liegt in der Regelungskompetenz der einzelnen Provinzen. In allen Common-Law-Provinzen existieren Warenverkaufsgesetze, die zwei gesetzliche Gewährleistungen enthalten: Erstens müssen Waren für den generellen Gebrauch gebrauchstauglich sein, zu dem sie gedacht sind. Zweitens muss das zum Verkauf angebotene Produkt von handelsüblicher Qualität sein.

UND WELCHE RECHTE HABE ICH?

6

Sofern ein kanadischer Geschäftspartner seinen vertraglichen Verpflichtungen nicht nachkommt und sich beide Parteien nicht gütlich einigen können, können Sie eine Schiedsgerichtsbarkeit in Betracht ziehen. Kanada ist Mitglied des New Yorker Übereinkommens über die Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Schiedssprüche. Dieses Abkommen regelt sowohl die Durchsetzung von Schiedsvereinbarungen als auch die Anerkennung ausländischer Schiedssprüche. Dadurch sind diese praktisch weltweit vollstreckbar. Sofern die kanadischen Gerichte für den Rechtsstreit zuständig sind, bleibt ansonsten nur die Möglichkeit, vor einem kanadischen Gericht zu klagen.



Deutsche Unternehmen, die Produkte nach Kanada liefern wollen, müssen das Exportkontrollrecht beachten. Fragen dazu beantwortet in Deutschland das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA).

ONLINE

Mehr zum Thema Recht in Kanada: www.tinyurl.com/MI123-17
Mehr zum Thema Zoll gibt es hier: www.gtai.de/zek

ÜBERMORGEN!

Welche Technologien werden wichtig, worauf sollten Unternehmen jetzt schon achten? Die Antworten geben Visionäre an dieser Stelle.

Dieses Mal: Julia Kraye (Foto oben) und Lina Vieres forschen am Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT in Oberhausen an pilzbasierten Werkstoffen.

Wer ein Haus gegen Kälte isolieren will, greift meist zu Dämmstoffen aus geschäumtem Polystyrol. Auch die meisten Schallabsorber bestehen aus konventionellen Kunststoffen, die auf Basis von Erdöl hergestellt werden und nicht biologisch abbaubar sind.

Pilzwerkstoffe könnten hier eine Alternative sein. Im Rahmen des von der Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe geförderten Projekts Fungi Facturing, das bis Juli 2021 lief, haben wir gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Bauphysik IBP untersucht, inwieweit sich Pilzmaterialien als Schallabsorber eignen. Im Jahr 2022 haben wir in Kooperation mit anderen Fraunhofer-Instituten unter anderem das Anwendungsgebiet Wärmedämmstoff bearbeitet.

Die Vorteile von Pilzwerkstoffen: Sie werden aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt und sind biologisch abbaubar. Pilze, die Holz abbauen, haben den Vorteil, dass sie auf verschiedenen Nährböden wachsen, zum Beispiel auf pflanzlichen Reststoffen wie Stroh oder Holzfasern, und diese Stoffe binden können – ohne Einsatz chemischer Klebstoffe. Wohlgemerkt: Bei der Herstellung unseres Werkstoffs kommt nicht der Fruchtkörper des Pilzes zum Einsatz, sondern Pilzmyzel – ein feines Geflecht fadenförmiger Zellen, den sogenannten Hyphen, das sich ausbreitet und den eigentlichen Organismus bildet.

Wir forschen am Institut an Materialien und Verfahren, mit denen sich pilzbasierte Werkstoffe herstellen lassen. Dazu werden pflanzliche Reststoffe aus der Agrarindustrie mit Wasser und gegebenenfalls zusätzlichen nährstoffreichen Additiven zu einem Grundsubstrat verarbeitet. Dieses wird anschließend sterilisiert, um sicherzustellen, dass keine Fremdkontaminationen entstehen. Ist das Substrat abgekühlt, wird es mit einer Pilzbrut beimpft. Unter geeigneten klimatischen Bedingungen durchwächst das Pilzmyzel innerhalb weniger Wochen das Substrat, sodass eine feste Struktur entsteht. Am Ende werden die Pilzwerkstoffe unter Hitze getrocknet: Das Pilzmyzel stirbt ab und wächst nicht weiter. Während dieses Herstellungsverfahrens testen wir auch, welches Substrat oder welche pflanzlichen Reststoffe sich am besten als Pilzwerkstoff eignen.

Die bisher getesteten Pilzwerkstoffe weisen vielversprechende Materialeigenschaften in Bezug auf Druckfestigkeit und Brandverhalten auf. Erste Messungen zeigen auch gute thermische Eigenschaften – vergleichbar mit anderen pflanzlichen Dämmstoffen. Der nächste Schritt wäre eine Hochskalierung aus dem Labormaßstab. Perspektivisch lassen sich Pilzwerkstoffe für weit mehr als nur Dämmmaterial einsetzen – etwa als Verpackungsmaterial oder Spanplatten. Wir sind uns sicher: Das Potenzial von Pilzen als Werkstoff ist groß.



Markets International wird verlegt von Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn, Tel.: +49/228/249 93-0, Fax: +49/228/249 93-212, info@gtai.de, www.gtai.de, Ausgabe 1/23: Bestell-Nr. 21358 (Print), Bestell-Nr. 21359 (PDF), Bestellung unter: www.gtai.de

Chefredaktion: Andreas Bilfinger

Stellv. Chefredaktion: Samira Akrach, Achim Haug, Stephanie Hennig

Redaktion: Nadine Bauer, Nadja Beyer, Viktor Ebel, Jenny Eberhardt, Katrin Grünwald, Mareen Haring, Benedict Hartmann, Inge Koziel, Klaus Möbius, Fabian Nemitz, Leonie Schneiderhöhn, Melanie Volberg, Martin Walter

Autorinnen und Autoren: Corinne Abele, Michaela Balis, Ulrich Binkert, Cathrin Brechtel, Oliver Döhne, Anna Friedrich, Friedrich Henle, Josefine Hintze, Oliver Idem, Michael Sauermost, Leonie Schneiderhöhn, Susanne Scholl, Jan Sebisch, Heiko Steinacher, Ullrich Umann, Edda vom Dorp, Martin Walter

Layout, Produktion und redaktionelle Umsetzung:

Kammann Rossi (www.kammannrossi.de) zusammen mit wortwert – die Wirtschaftsredaktion (www.wortwert.de)

Projektleitung: Jürgen Jehle und David Selbach

Kreativdirektion: Arne Büdts

Schlussredaktion: Elke Weidenstraß

Produktion: Arne Büdts, Polina Polonski

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

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

Druckauflage: 10.000 Exemplare, Ausgabe 1/23

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Aboservice: markets@gtai.de

Redaktionsschluss: 19. Januar 2023

Hauptsitz der Gesellschaft: Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Geschäftsführer:in: Julia Braune (Sprecherin der Geschäftsführung); Dr. Robert Hermann

Registergericht: Amtsgericht Charlottenburg

Registernummer: HRB 107541 B

Bildnachweise: Titelseite: Danylo Kryvoruchko, S. 4: Jürgen Jehle/Kammann Rossi, S. 5–6: picture alliance/KEYSTONE/Anthony Anex, dpa picture alliance, S. 7: schools/Getty Images, S. 8–9: Danylo Kryvoruchko, S. 10: Anne Cocquyt/privat, S. 11–19: Danylo Kryvoruchko, S. 20: Gianni Cipriano/NYT/Redux/laif, S. 22–23: SKYLINE/Cercan/REV3/Madrid Nuevo Norte, S. 25: Manuel Köpp/Kammann Rossi, S. 27: Adobe Stock, S. 27: Delphostock, S. 27: rtushFoto, S. 27: Juergen Wallstabe/Adobe Stock, S. 27: CHAO/Adobe Stock, S. 27: Marla/Adobe Stock, S. 28: Ekaterina Pokrovsky, S. 29: Amine, demerzel21, Janos, Pablo, Marcin, Aleksandar Todorovic, Adobe Stock Peeterv/iStock, S. 30: cribe, canvasofflight, Uryadnikov Sergey, gustavofraza, Inge, rita rocha/EyeEm, S. 31: Gérard, Myroslava, S. 32: Yiannis-Mantas, Diponkar Banerjee, S. 35: Alexandra Sdoukou/privat, S. 37: Liu Lei Xinhua/eyevine, S. 38–39, Frank Ramspott/Getty Images, S. 40: Sven Thorsten Potthoff/privat, S. 41: Manuel Köpp/Kammann Rossi, S. 42: Allison Joyce/Redux/laif, S. 43: Cathrin Brechtel/privat, S. 45: picture alliance/Panama Pictures/Christoph Hardtpa, S. 45: Wolfgang Marzin/Messe Frankfurt, S. 48–49: Polina Polonski/Kammann Rossi, S. 50: Jörg Schneider/Kammann Rossi. Sofern nicht gesondert angegeben, liegen die Urheberrechte von Aufnahmen von Mitarbeitern von GTAI dieser Ausgabe bei Illing & Vossbeck, Frank May, Rheinfoto oder Studio Prokopy. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt. Die kartografische Darstellung dient nur dem informativen Zweck und beinhaltet keine völkerrechtliche Anerkennung von Grenzen und Gebieten. GTAI übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit oder Vollständigkeit des bereitgestellten Kartenmaterials. Jegliche Haftung für Schäden, die direkt oder indirekt aus der Benutzung entstehen, wird ausgeschlossen. Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

ERSTE ARBEI
In Madrid startet das Bauprojekt Europas Beteiligung Isterv...

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



Markets International ist IVW-geprüft.

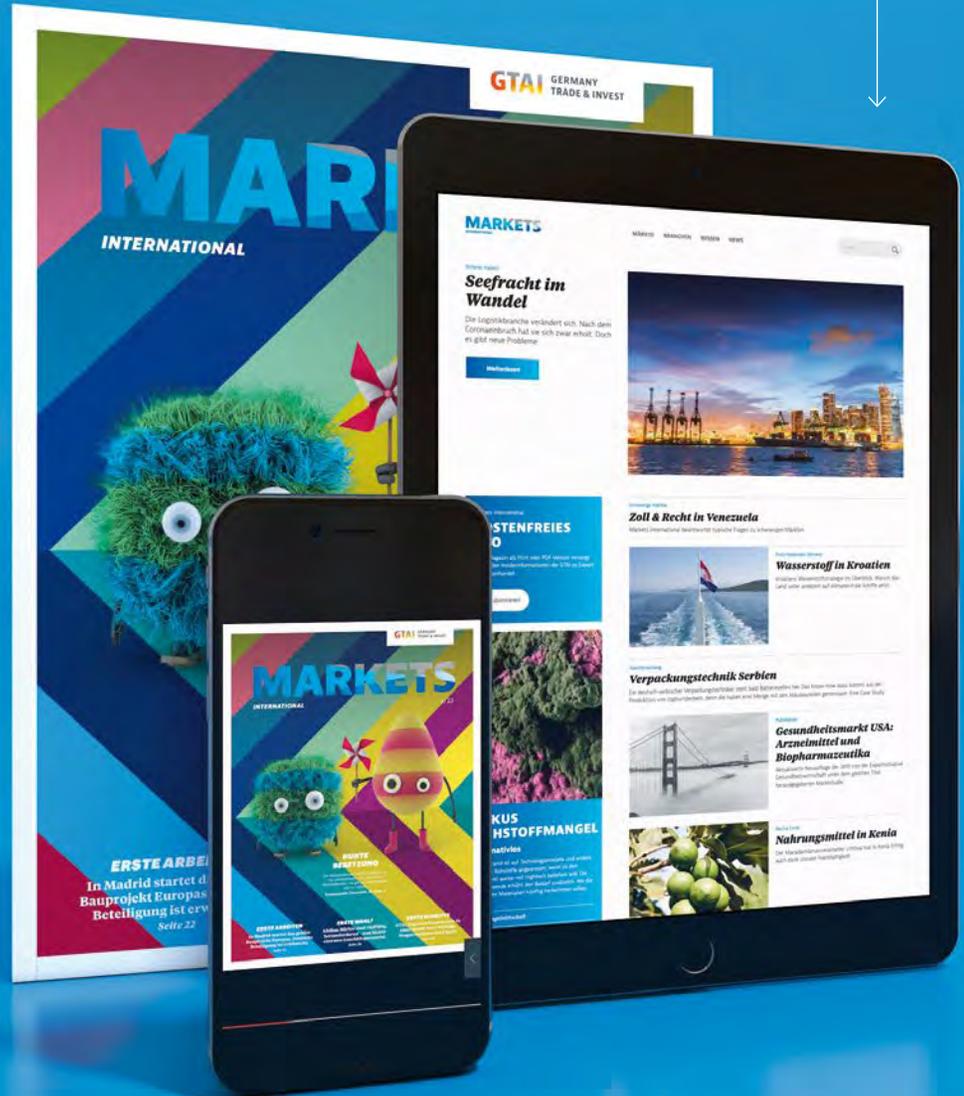
Alles im Blick mit einem Klick!

DAS MARKETS INTERNATIONAL DIGITALMAGAZIN



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

→ www.marketsinternational.de



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

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

Empfehlen Sie das kostenlose Markets-International-Abo Ihren Kollegen, Geschäftspartnern und Freunden: www.tinyurl.com/MI122-7

„Afrika braucht mutige
Unternehmerinnen mit
Knowhow und Weitsicht.

Und ich eine Plattform
für große Fragen und
Kleingedrucktes.“



Africa Business Guide.
Ihr Kompass für die
Märkte von morgen.



Anna Lena Blanke
CEO TIA GmbH



Start here:

AFRICA BUSINESS
GUIDE

africa-business-guide.de