



GründerZeiten 12

Import und Export



07/2019 Import und Export

Gerade für kleine und mittlere Unternehmen wird das Auslandsgeschäft immer wichtiger. Dabei geht es sowohl darum, spezielle oder günstigere Waren aus dem Ausland einzuführen, als auch darum, neue Absatzmärkte für die eigenen Angebote zu erschließen.

Chancen auf vielen Auslandsmärkten

Viele kleine und mittlere Unternehmen zögern dennoch mit dem Schritt in die weite Welt. Sie bezweifeln, dass ihre Produkte oder Dienstleistungen auf ausländischen Märkten eine Chance hätten, auch wenn diese Angebote auf dem einheimischen Markt reichlich Absatz finden. Die Realität sieht meist ganz anders aus: Die weltweiten Handelsströme eröffnen Chancen für Produkte und Dienstleistungen jeder Art auf allen Märkten. Geschäftspartner und Geschäftspartnerinnen* für Import und Export sind dabei heute nicht nur in den EU-Mitgliedstaaten zu finden, sondern auch weltweit.

Hilfen reduzieren Aufwand

Auch wenn sie sich bei Import und Export gute Chancen ausrechnen, verzichten viele kleine und mittlere Unternehmen auf das Auslandsgeschäft. Begründung: Sie halten den Aufwand für Vorbereitung und Abwicklung für zu groß. Aber: Die vielfältigen Informationen und Hilfen erleichtern den Weg ins Auslandsgeschäft beträchtlich. Damit werden Import- und Export-Geschäfte für Unternehmen jeder Größe machbar. Kein Wunder also, dass Deutschland im Jahr 2018 wieder Exportweltmeister wurde.

Wichtig: Gute Vorbereitung

Überstürzen Sie dennoch nichts. Prüfen Sie beim Import zunächst, ob Ihr Unternehmen dafür fit genug ist. Dabei geht es vor allem darum, inwieweit Sie die erforderlichen Kenntnisse und Qualifikationen mitbringen. Beim Export genügt es nicht, ein Produkt um jeden Preis in einen bestimmten ausländischen Markt zwingen zu wollen. Klären Sie vor allem, auf welchen ausländischen Markt Ihr Produkt passt.

* Hinweis der Redaktion: Aus Platzgründen verwenden wir bei zweigeschlechtlichen Substantiven in der Regel nur die männliche Form.

Import

Unternehmen für Import fit machen

Prüfen Sie zunächst, ob Ihr Unternehmen überhaupt für den Import gerüstet ist. Wichtige Fragen dabei: Verfügen die Mitarbeiter im Einkauf über die nötigen Sprachkenntnisse? Sind die Gepflogenheiten (Zahlungswege, traditionelle Liefer- und Versicherungskonditionen, kulturelle Besonderheiten) des Lieferlandes bekannt? Sind Kenntnisse zur Einfuhrabwicklung (Zollabwicklung, Einfuhrgenehmigungspflichten) vorhanden?

Risiken beim Import

Wie bei jedem Geschäft gibt es nicht nur Chancen. Es gibt auch Risiken (Rechtsunsicherheit, höhere Finanzierungskosten, längere Transportwege, hoher administrativer Aufwand), die zumindest teilweise durch eine gründliche Vorbereitung und Planung verringert werden können. Eine Möglichkeit ist, einen Importhändler im Inland einzuschalten. Damit wird der Import für das importierende Unternehmen zu einem reinen Inlandsgeschäft.

Beschaffungsmarkt identifizieren

Wenn für Sie feststeht, welche Waren Sie einführen wollen, müssen Sie mögliche Beschaffungsmärkte identifizieren. Die Kriterien hierfür dürften in erster Linie Qualität, Preis und Lieferzuverlässigkeit sein. Aber auch die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen spielen ebenso wie die Ausfuhrvorschriften eine Rolle. Wichtige Informationen dazu liefern die Industrie- und Handelskammern (www.ihk.de), die Auslandshandelskammern (www.ahk.de), die Germany Trade & Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH (www.gtai.de), Ländervereine sowie das Dienstleistungsportal www.portal21.de.

Geschäftspartner finden

Wenn Sie einen oder auch mehrere Beschaffungsmärkte ausgewählt haben, müssen Sie dort geeignete Geschäftspartner finden. Dies stellt für viele Unternehmen häufig das größte Problem dar. Organisierte Kontaktbörsen, Inserate in Fachpublikationen, Aushänge auf Messen, die Auswertung von Messekatalogen, Branchenbüchern usw. sind gangbare Wege, an Kontaktadressen zu kommen. Informationen gibt es bei der Industrie- und Handelskammer vor Ort, der Germany Trade & Invest und vor allem bei der zuständigen Auslandshandelskammer, die von der einfachen Adressrecherche bis hin zur Gesprächsbegleitung mit potenziellen Lieferanten vielerlei Dienstleistungen anbietet.

Import aus EU-Mitgliedstaaten

Keine Zölle: Der Warenverkehr zwischen den EU-Mitgliedstaaten ist für Gemeinschaftswaren zollfrei, da die Zollgrenzen innerhalb der EU weggefallen sind. Bei Gemeinschaftswaren handelt es sich um Waren, die entweder in der EU hergestellt worden sind oder bei der Einfuhr aus Drittländern schon verzollt und versteuert wurden.

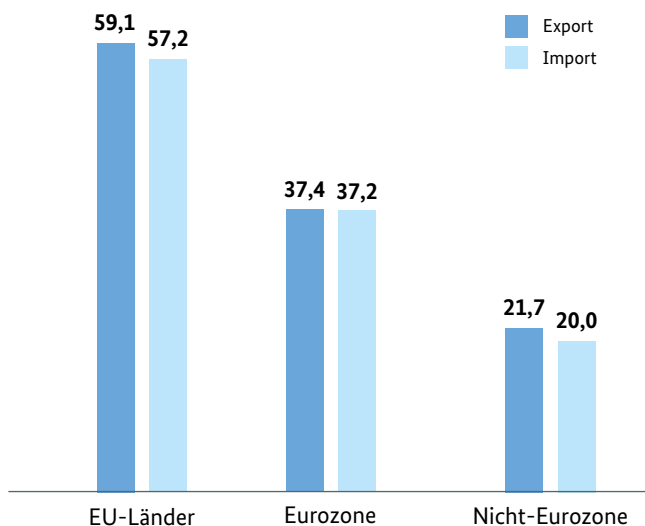
Nationale Vorschriften: Es gibt allerdings in den einzelnen Mitgliedstaaten nationale Rechtsvorschriften wie z. B. unterschiedliche Richtlinien für die Etikettierung, die Sie beim Import beachten müssen. Letzteres trifft z. B. vor allem für Agrarerzeugnisse, Lebensmittel und pharmazeutische Erzeugnisse zu.

Mehrwertsteuer (Umsatzsteuer): Derzeit gibt es in den verschiedenen EU-Mitgliedstaaten unterschiedlich hohe Mehrwertsteuersätze. Daher gilt für die Mehrwertsteuer derzeit eine Übergangslösung: So werden Lieferungen von Unternehmen an Unternehmen im Käuferland besteuert (Erwerbsbesteuerung). Um sich als Unternehmen auszuweisen, wird auf den Rechnungen sowohl die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.) des Lieferanten als auch des Beziehers angegeben. Privatpersonen bezahlen in der Regel die Mehrwertsteuer im Verkäuferland. Sonderregelungen gelten für den Versandhandel mit Privatpersonen, für die es je nach Land Liefereschwellen gibt, oder für den Erwerb eines neuen Fahrzeugs. Die USt-IdNr. erteilt das Bundeszentralamt für Steuern:

www.bzst.bund.de



Anteil EU-Handel am deutschen Außenhandel 2018 in %



Quelle: Statistisches Bundesamt 2019

Auskunftspflicht: Alle natürlichen und juristischen Personen, die jährlich für mehr als 800.000 Euro Waren aus der EU beziehen, sind gegenüber dem Statistischen Bundesamt auskunftspflichtig. Sie müssen eine so genannte Intrastat-Meldung abgeben. Von der Auskunftspflicht befreit sind Privatpersonen und Unternehmen, deren Wareneingänge unterhalb des Schwellenwertes liegen.

Import aus Drittländern

Einfuhrbeschränkungen oder -verbote: Generell ist die Einfuhr von Waren aus Drittländern ohne besondere Förmlichkeiten möglich. Dennoch gibt es für bestimmte Waren Einfuhrbeschränkungen oder gar -verbote. So dürfen beispielsweise Textilien und Bekleidung aus Nordkorea aus handelspolitischen und wirtschaftspolitischen Gründen nur in beschränkten Mengen eingeführt werden. Daneben dürfen bestimmte Produkte generell nicht oder nur unter bestimmten Voraussetzungen importiert werden. Dies können z.B. international geschützte, vom Aussterben bedrohte Tier- und Pflanzenarten sein (Washingtoner Artenschutzabkommen). Klären Sie also vor der Einfuhr, ob die Waren, die Sie einführen wollen, Einfuhrbeschränkungen oder gar -verboten unterliegen. Genehmigungsbehörde für Waren der gewerblichen Wirtschaft ist das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (www.bafa.de), für landwirtschaftliche Produkte die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) (www.ble.de). Wenn die Einfuhr mengenmäßig beschränkt ist, müssen Sie vor der Einfuhr klären, ob noch Kontingente zur Verfügung

stehen oder ob sie bereits ausgeschöpft sind. Sind Kontingente verfügbar, müssen Sie für diese Produktgruppen eine Einfuhrgenehmigung bei der zuständigen Bundesbehörde einholen. Zudem gibt es Einfuhrverbote auf Grund von Embargos (z. B. Russland, Halbinsel Krim). Weitere Informationen gibt es beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA): www.bafa.de

Einfuhrlicenzen: Ob Sie für Ihre Ware eine Einfuhrlizenz benötigen, kann man anhand des Einfuhrzolltarifs bzw. der Einfuhrliste ermitteln. Die Einfuhrliste ist im Elektronischen Zolltarif (EZT) integriert: www.zoll.de. Falls Sie eine Einfuhrlizenz brauchen, müssen Sie rechtzeitig vor der Einfuhr bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung mit dem EU-einheitlichen Vordruck (Einfuhrlizenz-AGRIM) die Genehmigung zur Einfuhr beantragen. Auskünfte erteilt das BLE (www.ble.de) telefonisch.

Zölle: Importe aus Drittländern werden in allen EU-Ländern (falls überhaupt) mit den gleichen Zöllen belastet. Genauere Informationen enthält der Zolltarif der EU (www.ezt-online.de). Um hier Informationen abrufen zu können, benötigen Sie die richtige Zolltarifnummer (elfstellige Warennummer). Gibt es Zweifel an der vom ausländischen Lieferanten genannten Warennummer, so können Sie sich an das Hauptzollamt Hannover, Waterloostraße 5, 30169 Hannover, Tel.: 0511 101-2480, wenden. Weitere Details finden Sie unter www.zoll.de. Ein Warenverzeichnis mit Zolltarifnummern ist auch im Buchhandel oder beim Statistischen Bundesamt (www.destatis.de – Außenhandel – Klassifikationen) erhältlich. Auskünfte erteilen auch die Industrie- und Handelskammern und die Zollämter. Ihre Einfuhrware müssen Sie beim Einfuhrzollamt – in der Regel das Grenzzollamt – oder im Rahmen besonderer Verfahren (Versandverfahren) beim Bestimmungszollamt – in der Regel das Zollamt am Unternehmenssitz – vorführen.

Weitere Bestimmungen: Für Importwaren müssen die zahlreichen Kennzeichnungs- und Schutzvorschriften beachtet werden, die sich aus deutschen und EU-Vorschriften ergeben, wie z. B. für Lebensmittel, Kosmetika und Medizinprodukte. Ebenfalls einzuhalten sind die technischen Regelwerke nach der EG-Konformitätserklärung und der CE-Kennzeichnung für Maschinen, elektrische und elektronische Apparate, Spielwaren usw.



INFORMATION IM INTERNET
www.existenzgruender.de
 Import

Checkliste: Importgeschäft gut vorbereiten



1. Ihr Unternehmen

- Verfügen Ihre Mitarbeiter im Einkauf über die nötigen Sprachkenntnisse?
- Sind Kenntnisse/Erfahrungen mit der Einfuhrabwicklung (Zollabwicklung, Einfuhrgenehmigungspflichten) vorhanden?
- Sind Sie über die rechtlichen Aspekte der Vertragsgestaltung (anwendbares Recht, Streitbeilegung) ausreichend informiert?

2. Der Beschaffungsmarkt

- Wie ist die Qualität der Rohstoffe oder Produkte?
- Wie teuer sind Rohstoffe oder Produkte?
- Wie sehen die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aus?
- Gibt es besondere Ausfuhrvorschriften für bestimmte Rohstoffe oder Produkte?
- Sind Ihnen die Gepflogenheiten (Zahlungswege, traditionelle Liefer- und Versicherungskonditionen, kulturelle Besonderheiten) des Herkunftslandes bekannt?
- Welche Transport- und Verpackungsbedingungen sind zu beachten?
- Gelten die gleichen technischen Vorschriften (DIN, VDE, CE-Kennzeichen, GS-Zeichen)?

3. Import aus EU-Mitgliedstaaten

- Sie müssen eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer beantragen.

4. Import aus Drittländern

- Prüfen Sie, ob Einfuhrbeschränkungen oder -verbote vorliegen.
- Beantragen Sie evtl. eine Einfuhrgenehmigung/Einfuhrlizenz.

- Holen Sie Informationen über Einfuhrabgaben (Zoll, Einfuhrumsatzsteuern, Verbrauchsteuern usw.) ein.
- Stellen Sie fest, welche Zollpapiere und Präferenznachweise benötigt werden.
- Prüfen Sie, welche Schutzvorschriften zu beachten sind.

5. Ihre Partner

- Wie finden Sie Geschäftspartner auf Ihrem Beschaffungsmarkt?

6. Ihr Budget

- Reicht Ihre Liquidität, um eine längere Kapitalbindung (Vorauszahlung, höhere Finanzierungskosten, längere Abwicklungszeiten) durchzustehen?
- Stehen ausreichende Finanzierungsmittel zum Aufbau einer Import-Abteilung (Mitarbeiter-Qualifizierung, Einstellung von Fachpersonal, Informationsbeschaffung) zur Verfügung?

7. Ihr Risiko

- Besteht ein Wechselkursrisiko? Wenn ja, nutzen Sie Wechselkurssicherungsinstrumente.
- Reduzieren Sie das Lieferrisiko durch die Nutzung unterschiedlicher Bezugsquellen.
- Minimieren Sie das Qualitätsrisiko durch Vor-Ort-Kontrollen.
- Schalten Sie das Transportrisiko durch die Wahl der richtigen INCOTERMS® 2010-Klausel oder durch entsprechende Transportversicherungen aus.

Export

Exportmarkt identifizieren

Für viele kleine und mittlere Unternehmen spielt vor allem die Marktnähe zu dem ein oder anderen Nachbarland eine sehr entscheidende Rolle. Schweizer Kunden beziehen z. B. über ein Viertel ihrer Einfuhren aus dem deutschen Bundesland Baden-Württemberg. Das sieht an den Grenzen zu anderen Nachbarländern Deutschlands ähnlich aus. Es ist leicht nachzuvollziehen, dass sich Unternehmen, die gerade ihr Exportgeschäft aufbauen, zuerst einmal vor ihrer „Haustür“ umsehen. Ein wichtiges Auswahlkriterium für einen geeigneten Exportmarkt ist außerdem die Sprache. Es ist erstaunlich, in wie vielen Ländern man mit Deutsch zurechtkommt: im französischen Grenzgebiet, in Dänemark, in den Niederlanden, in Belgien, Luxemburg und Österreich, in der Schweiz, aber auch in Tschechien und Ungarn. Wie auch immer: Wichtiger Ansprechpartner in dieser Phase ist Germany Trade & Invest (GTAI).

Typischer Fehler: keine Marktkennntnis

Ein typischer Fehler bei kleinen und mittleren Unternehmen ist z. B., dass viele überhaupt nicht prüfen, ob ihr Produkt auf dem ausländischen Markt abgesetzt werden kann. Es fehlt sowohl an Markteintrittsstrategien als auch an Marktanalysen, die ein klares Bild über Kaufkraft, Kundenstruktur, Absatzwege usw. vermitteln. Fehler werden auch sehr häufig bei der Auswahl des Exportlandes gemacht: Für ein kleines oder mittleres Unternehmen ist es oft nicht sinnvoll, auf exotischen Exportmärkten nach Kunden zu suchen.

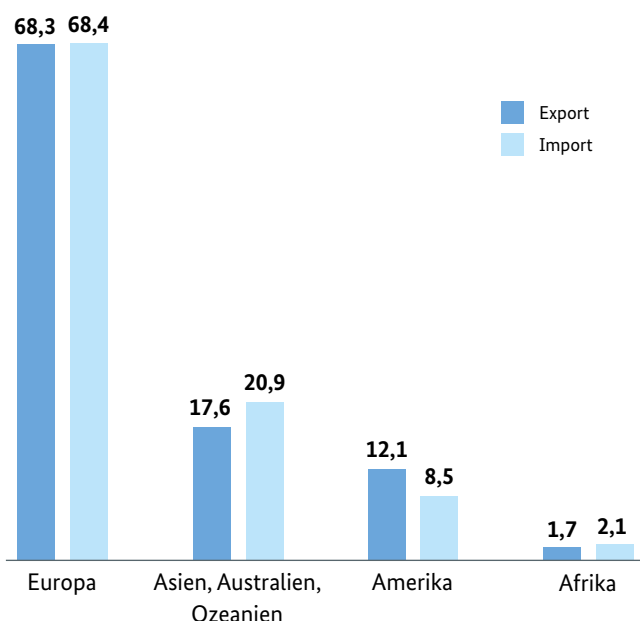


TIPP: Vor allem diejenigen, die ihren Export erst aufbauen wollen, sollten sich in der Regel zunächst einmal in ihren Nachbarländern umschaun, denn schließlich kommt es auf die Absatzchancen und nicht auf die Entfernung des Marktes an.

Kosten: oft unterschätzt

Mit dem Aufbau von Exportstrategien ist ein nicht unerheblicher finanzieller und zeitlicher Aufwand verbunden: Man muss die Produkte an den ausländischen Markt anpassen, angefangen bei der Übersetzung der Produktbeschreibung über die Verpackung bis hin zur Produkthanpassung an den Kundenwunsch. Hohe Umsatzerwartungen können sich nur dann erfüllen, wenn auch in den Vertriebsweg investiert wird. Wichtig ist außerdem eine Budgetplanung, die gemeinsam mit dem ausländischen Geschäftspartner erstellt werden muss. Klar muss sein: Wer kauft mein Produkt? Warum soll der Kunde mein Produkt kaufen? Wie will ich mein Produkt absetzen? Wie viel will ich absetzen? Was ist bisher erreicht worden?

Anteil der Erdteile am deutschen Außenhandel 2018 in %



Quelle: Statistisches Bundesamt 2019



INFORMATION IM INTERNET

www.existenzgruender.de

Export

Checkliste: Exportgeschäft gut vorbereiten



1. Ihr Unternehmen

- Ist Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung für den Export geeignet?
- Ist bei Geschäftsführung und Mitarbeitern genügend Zeit für Auslandsaktivitäten vorhanden?
- Verfügen Sie über genügend Mitarbeiter?
- Reicht das Know-how der Mitarbeiter?
- Reichen die Sprachkenntnisse der Mitarbeiter?
- Besteht genügend Kapazität, um bei gutem Anlaufen eine steigende Nachfrage befriedigen zu können?
- Müssen andere Unternehmensbereiche (z. B. Produktentwicklung, andere Marketingaktivitäten) eingeschränkt werden, um Zeit und Geld zu sparen?
- Müssen Kapazitäten zusätzlich aufgebaut werden (z. B. Produktion, Logistik, Rechnungswesen, Verkauf, Vertrieb)?

2. Der Zielmarkt

- Ist Ihr Zielmarkt der richtige?
- Wie genau sieht der neue Auslandsmarkt aus?
- Welche (anderen) Bedürfnisse haben die Kunden?
- Welche spezifischen Kundengruppen wollen Sie ansprechen?
- Wie decken Ihre Produkte oder Dienstleistungen diese Bedürfnisse ab?
- Welche Preise zahlt man für Ihre Produkte oder Dienstleistungen?
- Wie wollen Sie sich in dieses Preisgefüge einordnen?
- Sind besondere Kennzeichnungspflichten für Ihr Erzeugnis zu beachten?
- Welche finanziellen Möglichkeiten haben die Kunden, die Sie ansprechen wollen?
- Über welche Vertriebswege erreichen Sie diese Kunden?
- Welche Konkurrenten gibt es?
- Sind Ihnen die Gepflogenheiten (Zahlungswege, traditionelle Liefer- und Versicherungskonditionen, kulturelle Besonderheiten) des Zielmarktes bekannt?

3. Ihre Partner

- Wie können Sie auf dem Zielmarkt die Kunden/Geschäftspartner am besten erreichen?
- Wie können Sie auf dem Zielmarkt Produkte/Dienstleistungen mit Erfolg vertreiben?
- Was sollten Sie bei Geschäftsgesprächen (mit ausländischen Kunden/Geschäftspartnern) beachten?

4. Ihr Budget

- Welche finanziellen Mittel stehen Ihnen zur Verfügung?
- Welches Budget planen Sie für Ihre Exportaktivitäten ein (ein im Vorfeld festgelegtes Budget macht den Schritt ins Ausland auch im Fall eines Misserfolges finanziell kalkulierbar)?
- Sind Sie liquide genug, um das Auslandsengagement zu finanzieren?
- Können Sie bei schleppendem Verlauf (z. B. in der Anlaufphase) nicht genutzte Kapazitäten auslasten bzw. finanzieren?
- Müssen Sie Werbematerialien übersetzen, drucken und verbreiten lassen?
- Müssen Sie Berater und Dolmetscher bezahlen?

5. Ihr Risiko

- Wie wird der Export die finanzielle Situation Ihres Unternehmens beeinflussen?
- Wie werden Exportvorhaben finanziell gefördert?
- Welche Versicherungen reduzieren das Exportrisiko?
- Schalten Sie das Transportrisiko durch die Wahl der richtigen INCOTERMS® 2010-Klausel oder durch entsprechende Transportversicherungen aus.

Exportförderung (Auswahl)



Programm	Maßnahme	Laufzeit/Konditionen	Ansprechpartner
Staatliche Förderung von Unternehmensberatungen	Beratungen zu Fragen der Exportfähigkeit von Produkten, Aufbau Absatzorganisation, Kooperation usw.	Zuschuss zu Beratungskosten	Leitstellen für die staatliche Förderung von Unternehmensberatungen. Leitstellenverzeichnis unter www.bafa.de
Auslandsmesseförderung¹	Firmengemeinschaftsausstellungen, Informationszentren, Sonderveranstaltungen usw. für Unternehmen mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland sowie deren ausländische Niederlassungen	Teilnahme an Firmengemeinschaftsständen des BMWi zu günstigen Kosten und mit reduziertem Organisationsaufwand	Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) Tel.: 030 24000-0 Fax: 030 24000-330 www.auma.de
Markterschließungsprogramm	Unterstützung bei der internationalen Vermarktung von Angeboten durch Informationsveranstaltungen, Markterkundungs- bzw. Geschäftsanbahnungsreisen usw.	Vermittlung von fach- und länderbezogenen Informationen, Beratung der teilnehmenden Unternehmen, Vorbereitung und Durchführung von Geschäftstreffen in Deutschland oder im jeweiligen Zielland usw.	Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) Tel.: 06196 908-2670 Fax: 06196 908-500 www.bafa.de
ERP-Exportfinanzierungsprogramm	Kredite zur Finanzierung von Lieferungen von Investitionsgütern und Leistungen in Entwicklungsländer	Darlehen über max. 85 Mio. Euro für Lieferungen von Investitionsgütern und Leistungen in Entwicklungsländer; Exportkreditversicherung muss vorliegen	KfW IPEX-Bank Palmengartenstr. 5-9 60325 Frankfurt am Main Tel.: 069 7431-0 Fax: 069 7431-2944 www.kfw-ipex-bank.de
Exportinitiative Energie	Unterstützung bei der Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland durch Marktinformationen, Kontaktabahnung mit internationalen Kooperationspartnern, Marketingunterstützung usw.	Förderung je nach der Art des Vorhabens (meist indirekte Förderung durch kostenlose Teilnahme an Veranstaltungen oder Maßnahmen) und Bereitstellung von Informationen, Studien und Analysen und aktueller Marktnachrichten	Geschäftsstelle Exportinitiative Energie Französische Straße 12, 10117 Berlin Tel.: 030 20188-546/-551 office@german-energy-solutions.de www.german-energy-solutions.de
Exportinitiative Sicherheitstechnologien und -dienstleistungen	Unterstützung bei der Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland durch Marktinformationen, Kontaktabahnung mit internationalen Kooperationspartnern, Marketingunterstützung usw.	Förderung je nach der Art des Vorhabens (meist indirekte Förderung durch kostenlose Teilnahme an Veranstaltungen oder Maßnahmen) und Vermittlung von fach- und länderbezogenen Informationen und Spezialwissen	Geschäftsstelle Markterschließung für KMU Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Villemombler Straße 76, 53123 Bonn Tel.: 0228 996154291 markterschliessung@bmwi.bund.de www.ixpos.de

Hinweis: Weitere Programme zur Exportförderung siehe Förderdatenbank des Bundes (www.foerderdatenbank.de)

¹ Ergänzend zur Auslandsmesseförderung des Bundes bieten die Bundesländer Hilfe für exportorientierte Unternehmen an.

Exportfinanzierung (Auswahl)



Programm	Maßnahme	Laufzeit/Konditionen	Ansprechpartner
Exportfinanzierungskredite der AKA Ausfuhrkredit-Gesellschaft*	a) Bestellerkredit an ausländischen Besteller oder dessen Bank, der an den Exporteur ausbezahlt wird b) CIRR-Bestellerkredit c) Akkreditivbestätigung und Ankaufszusagen	Kredite werden durch eine Exportkreditversicherung gedeckt; Laufzeit entspricht der Deckungsdauer durch die Exportkreditversicherung; AKA* hat Rahmenverträge mit verschiedenen ausländischen Banken, d.h. vereinfachter und schnellerer Vertragsabschluss für Exporteur CIRR-Bestellerkredit: Festzinssatz ab Kreditvertragsabschluss; mind. 48 Monate, Voraussetzung Deckung des Bundes (Euler Hermes), Akkreditivbestätigungen und Ankaufszusagen: Hausbank zahlt Warenwert an Exporteur; AKA* beteiligt sich in stiller Form	Beantragung durch die Hausbank
Bankkredit	KfW, Geschäftsbanken, Girozentralen und der Volksbankenbereich gewähren langfristig gedeckte und ungedeckte Exportfinanzierungen sowie Projektfinanzierungen		
Kundenvorauszahlung, Kundenanzahlung	Käufer bezahlt die Warenlieferung im Voraus oder zahlt einen Teil an	laut Vereinbarung im Liefervertrag	Vertragspartner im Ausland und dessen Hausbank
Wechselfinanzierung	Käufer (Importeur) verpflichtet sich durch Auslandswechsel, Exportwaren zu bezahlen; Exporteur reicht den Wechsel vor Fälligkeit bei der Bank ein; Bank schreibt Gegenwert gut, räumt somit Kredit ein	laut Wechselvereinbarung; die Wechsel können von deutschen Banken entweder über das deutsche Zentralbanksystem oder über Banken im Ausland zum Rediskont gegeben werden; in der Regel daher günstige Form kurzfristiger Exportfinanzierung	Hausbank
Exportfactoring	Factoringgesellschaft (Factor) kauft Lieferanten (Exporteur) Forderungen gegenüber ausländischen Kunden ab; Kunde bezahlt direkt an den Factor	in der Regel bis zu 12 Monate; Factor übernimmt Mahn- und Inkassowesen** und Delcredereisiko**	Hausbank, Deutscher Factoring-Verband e.V. Tel.: 030 20 654 654 Fax: 030 20 654 656 www.factoring.de
Forfaitierung**	Forfaiteur kauft eine Forderung	ab 12 Monate; Abschlagszahlung richtet sich nach Kreditdauer, dem vom Forfaiteur berechneten Zinssatz, Forderungsrisiko; Forfaiteur übernimmt wirtschaftliche und politische Risiken im Ausland sowie Mahn- und Inkassowesen**	Hausbank

Hinweis: Auch in der Exportfinanzierung haben sich besondere Formen für den Außenhandel entwickelt. Sie helfen u. a., auf die unterschiedliche Zahlungsmoral ausländischer Kunden besser zu reagieren. Unternehmen können so z. B. längere Zeiträume zwischen Geschäftsabschluss und Zahlungseingang überbrücken.

* Erläuterungen: **Ausfuhrkredit-Gesellschaft mbH (AKA)**: ein von 19 deutschen Banken (sog. Konsortial- bzw. Gesellschafterbanken) getragenes Institut, das seit 1952 deutsche Exportgeschäfte finanziert.
 ** Erläuterungen: **Inkassowesen**: Einziehung fälliger Forderungen, insb. von Wechseln, Schecks, Wertpapieren und Rechnungen. **Delcredere**: Übernahme der Ausfallbürgschaft; **Delcredereisiko** meint Wagnis der Einbringlichkeit von Forderungen. **Forfaitierung**: Exporteur verkauft seine Forderungen an einen Forfaiteur. Vorteil: Exporteur erhält sofort sein Geld. In der Regel verlangt der Forfaiteur z. B. eine Bankbürgschaft vom Schuldner.
 Quellen: BMWi, AKA, KfW, 2013

Staatliche Exportkreditversicherung

Staatliche Exportkreditgarantien (Hermesdeckungen) bieten Exporteuren und Banken die Möglichkeit, sich gegen wirtschaftlich und politisch bedingte Forderungsausfälle im Zusammenhang mit Exportgeschäften abzusichern. Das Risiko des Zahlungsausfalls liegt dann nicht mehr beim Exporteur und auch nicht bei der finanzierenden Bank, sondern wird zu einem Großteil auf die Bundesrepublik Deutschland übertragen.

Hermesdeckungen stehen grundsätzlich allen deutschen Exporteuren zur Verfügung, unabhängig von der Größe des Unternehmens oder des abzusichernden Geschäfts. Maßgebliche Kriterien für die Übernahme einer Deckung sind die Förderungswürdigkeit und die risikomäßige Vertretbarkeit des Geschäfts.

Die Absicherungsmöglichkeiten erstrecken sich über die gesamte Wertschöpfungskette und reichen von der Produktionsphase bis zur Bezahlung der letzten Tilgungsrate des finanzierten Geschäfts.

Zu den wichtigsten Produkten gehören:

Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung: Für Exporteure geeignet, die vornehmlich Nichtinvestitionsgüter liefern und Geschäftsbeziehungen zu mehreren Kunden in verschiedenen Ländern unterhalten.

Lieferantenkreditdeckung: Richtet sich an Unternehmen, die eine bestimmte Lieferung und/oder Leistung ins Ausland absichern möchten. Mit der Deckung des klassischen Lieferantenkredits lassen sich sowohl politische als auch wirtschaftlich begründete Zahlungsausfälle absichern.

Fabrikationskreditdeckung: Sichert das Risiko während der Fabrikation ab. In Kombination mit einer Lieferantenkreditdeckung sorgt die Fabrikationsrisikodeckung für einen umfassenden Risikoschutz – von der Fabrikation bis zur Begleichung der Forderung.

Finanzkreditdeckung: Finanziert eine Bank das Exportgeschäft über einen gebundenen Finanzkredit, kann sie ihr Ausfallrisiko über eine Hermesdeckung absichern.



Für die Indeckungnahme seines Geschäfts bezahlt der Deckungsnahmer eine risikoadäquate Versicherungsprämie (Entgelt). Die Höhe des Entgelts hängt im Wesentlichen von drei Komponenten ab:

- der Länderkategorie, in die das Empfängerland von der OECD eingestuft wurde,
- der Kreditlaufzeit des Vertrags,
- die Bonität und Art des Bestellers (staatlich oder privat).

Der Selbstbehalt liegt je nach Deckungsart zwischen 5 und 15 Prozent. Seit Anfang 2015 können Exporteure im Rahmen einer unverbindlichen Voranfrage prüfen lassen, ob für ihr Geschäft eine Bundesdeckung übernommen werden kann. Die Voranfrage umfasst die Angabe wichtiger Eckdaten zum Geschäft wie beispielsweise den Gegenstand des Exportgeschäfts, den abzusichernden Risiken sowie den vorgesehenen Zahlungsbedingungen. Auf Basis der Angaben prüfen die AGA Firmenberater die Geschäftsstruktur und geben Exporteuren im Rahmen eines persönlichen Beratungsgesprächs eine erste Indikation, ob das Geschäft deckungsfähig ist. Die endgültige und rechtsverbindliche Entscheidung über die Deckungsfähigkeit eines Geschäfts erfolgt schließlich nach formaler Antragstellung und Prüfung durch den Bund.

Hermesdeckungen sind jedoch nicht nur ein wichtiges Instrument des Risikomanagements. Bundesgedeckte Geschäfte lassen sich leichter und zu attraktiveren Konditionen finanzieren als Geschäfte ohne staatliche Rückendeckung.

2016 sicherte die Bundesregierung Lieferungen und Leistungen in Höhe von über 20 Mrd. Euro drei Viertel aller Anträge mit Exportkreditgarantien ab. Drei Viertel aller Anträge wurden im vergangenen Jahr von kleinen und mittelständischen Unternehmen gestellt.

Quelle: Euler Hermes Deutschland AG
Exportkreditgarantien des Bundes kommen dort zum Einsatz, wo kein entsprechendes Angebot privater Versicherungsunternehmen besteht (Subsidiaritätsprinzip). Mit dem Management der drei Außenwirtschaftsförderinstrumente hat der Bund die Euler Hermes Aktiengesellschaft sowie die PricewaterhouseCoopers Wirtschaftsprüfungsgesellschaft beauftragt.

So arbeitet eine Exportkreditversicherung



Grafik BMWi, Quelle: Euler Hermes Kreditversicherungs-AG

Warenhandel innerhalb der EU

Umsatzsteuer

Für eine steuerfreie Lieferung aus einem EU-Land in ein anderes EU-Land muss die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer des Lieferanten und des Käufers in der Rechnung angegeben sowie auf die Steuerfreiheit der Lieferung hingewiesen werden: „steuerfrei nach § 4 Nr. 1b UstG“ oder „steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferung“. Die Rechnung muss außerdem die genaue Warenbezeichnung und alle handelsüblichen Angaben (z. B. Name und Anschrift des Käufers, Einzel- und Gesamtpreis der Ware, genaue Warenbezeichnung, Gewicht der Ware sowie Liefer- und Zahlungsbedingungen) enthalten. Der Importeur entscheidet über die Anzahl der Rechnungen.

Verbrauchssteuer

Für verbrauchsteuerpflichtige Waren (Tabak, Spirituosen, Schaumwein, Bier, Kraftstoffe) werden innerhalb der EU Verbrauchssteuern erhoben. Verbrauchssteuern sind indirekte Steuern auf den Verbrauch oder die Nutzung bestimmter Erzeugnisse. Im Gegensatz zur Mehrwertsteuer sind dies in der Regel spezifische Steuern, d. h. sie werden als Geldbetrag je Erzeugnismenge angegeben. Die Einnahmen aus den Verbrauchssteuern fließen in vollem Umfang den Mitgliedstaaten zu.

Ursprungszeugnisse

Ursprungszeugnisse sind in der Regel für EU-Ursprungswaren sowie für Waren aus Drittländern, die sich in der EU im zollrechtlich freien Verkehr befinden (verzollte Waren) nicht erforderlich. Für Re-Exporte können jedoch Ursprungszeugnisse in einfacher Ausfertigung gefordert werden. Unterliegt die Ware einer Importbeschränkung, ist in jedem Fall ein Ursprungszeugnis erforderlich. Eine Warenverkehrsbescheinigung T2 M (zweifach) ist nur für Fischereierzeugnisse notwendig, die mit einem in der EU beheimateten Schiff angelandet werden. Die vom Kapitän des Schiffes auszufüllende Bescheinigung wird von den Zollstellen ausgestellt. Eine Urkunde über einen abgeschlossenen Seefrachtvertrag (Konnossement) muss nicht beglaubigt werden.

Verpackung, Etikettierung

Zu beachten ist die EU-Verpackungsrichtlinie, die Regelungen zur Vermeidung, Verminderung und Verwertung von Verpackungsabfällen enthält. Seit dem 20. Mai 1998 ist derjenige für die Verpackungsentsorgung verantwortlich, der die Waren in den Verkehr bringt. Das heißt, die Verpackungen müssen wieder zurückgenommen und verwertet werden. Für die Markierung der Packstücke bestehen in der Regel keine Sondervorschriften. Bezüglich der Sonderregelungen sollte jeweils der Importeur befragt werden. Was die Etikettierung betrifft, gibt es vor allem für Agrarerzeugnisse, Lebensmittel und pharmazeutische Erzeugnisse eine Reihe von Sondervorschriften.

Quelle: Handelskammer Deutschland-Schweiz

Exportkontrolle und Embargos

Die Außenwirtschaftsverordnung (AWV) enthält für bestimmte Produkte (z. B. Waffen und Rüstungsgüter) Verbote und Genehmigungspflichten. Daneben bestehen Exportkontrollvorschriften der Europäischen Union. So ist z. B. bei Waren, die einen doppelten Verwendungszweck haben können, die EG-Dual-Use-Verordnung zu beachten. Daneben bestehen verschiedene Embargos, die sich gegen Länder, aber auch gegen einzelne Personen oder Personengruppen richten (z. B. zur Terrorismusbekämpfung). Besonders zu beachten sind auch die zum Teil noch bestehenden Sanktionen nach dem Iran-Embargo. Nähere Informationen gibt es beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle unter: www.bafa.de



Die fünf wichtigsten Handelspartner Deutschlands 2018

Importe

1. Volksrepublik China (106,2 Mrd. Euro)
2. Niederlande (98,2 Mrd. Euro)
3. Frankreich (65,2 Mrd. Euro)
4. Vereinigte Staaten (64,6 Mrd. Euro)
5. Italien (60,2 Mrd. Euro)

Exporte

1. Vereinigte Staaten (113,5 Mrd. Euro)
2. Frankreich (105,3 Mrd. Euro)
3. Volksrepublik China (93,1 Mrd. Euro)
4. Niederlande (91,3 Mrd. Euro)
5. Vereinigtes Königreich (82 Mrd. Euro)

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2019

Tipps fürs Auslandsgeschäft

- Nehmen Sie jeden auch noch so kleinen ausländischen Markt ernst.
- Betrachten Sie ihn als eigenständigen Markt und fassen Sie niemals mehrere ausländische Märkte zusammen.
- Ausländische Kunden wollen individuell betreut werden.
- Respektieren Sie landesspezifische Vorschriften und Gepflogenheiten und vermeiden Sie es, ausländische Geschäftspartner auf Ihre heimischen Vorgehensweisen zu verpflichten.
- Versuchen Sie nicht, Marketing-, Vertriebs- oder sonstige Konzeptionen einfach zu übertragen. Jeder Markt ist anders.
- Informieren Sie sich über das Land, über die Menschen, Besonderheiten, Gewohnheiten usw. Sie müssen nicht nur die Märkte kennen, sondern auch die Menschen.
- Kritisieren Sie niemals ausländische Geschäftspartner in Bezug auf deren nationale Besonderheiten.

Kontakte, Kontakte, Kontakte

Erfahrene Exporteure antworten auf die Frage nach dem Geheimnis eines erfolgreichen Auslandsgeschäfts meistens: Kontakte. Vor allem Geschäftspartner sind wichtig als „Türöffner“ zum Zielmarkt. Nur wer es schafft, die richtigen Geschäftspartner kennenzulernen, mit ihnen ins Gespräch zu kommen und die Kontakte auch zu pflegen, wird langfristig Erfolg im Auslandsgeschäft haben. Ziele solcher Kontakte sind:

- Informationen über den Zielmarkt erhalten
- Kontakt zu Kunden bekommen (Kunden in einem neuen Markt zu erreichen ist die größte Herausforderung.)

Kontakte zu knüpfen ist relativ einfach, Geschäftskontakte über einen längeren Zeitraum zu pflegen sehr viel schwieriger. Doch mit einem bestehenden Kunden Geschäfte zu machen, ist viel einfacher und auch billiger als stete Neuaquise. Die folgenden Tipps erleichtern die Kontaktpflege:

Information: Informieren Sie von sich aus Ihre Kunden fortlaufend über Veränderungen – neue Ansprechpartner oder Durchwahlnummern, neue Produkte und Standorte, neue Vertriebswege oder Exporterfolge. Auf diese Weise ermutigen Sie Kunden auch, ähnliche Informationen an Sie weiterzugeben. So bleiben Sie aktuell informiert.

- **Persönliches:** Interessieren Sie sich auch für Persönliches Ihrer wichtigsten Geschäftspartner: Geburtstage, Familie, Hobbys usw.? So haben Sie die Möglichkeit, auch außerhalb der Geschäftsbeziehung Kontakt zu halten – auf einem sehr persönlichen Niveau.
- **Einladungen:** Laden Sie Kunden immer wieder zu sich ein, wenn es Neues gibt oder wenn Sie sich auf einer Messe oder Ähnlichem präsentieren.
- **Kulturelle Besonderheiten:** Bei ausländischen Kunden ist es wichtig, die Gepflogenheiten des Exportlandes genauer zu kennen. Welche Feste werden gefeiert? Wann sind Feiertage? Was schenkt man zu bestimmten Anlässen? Nutzen

Sie diese Gelegenheiten, um sich als aufmerksamer Geschäftspartner in Erinnerung zu bringen.

- **Förderung:** Weisen Sie ausländische Kunden auch auf veränderte Fördermöglichkeiten oder neue Exportbestimmungen hin. Sie zeigen damit, dass Sie nicht nur aktuelle Geschäfte machen wollen, sondern im Sinne einer ganzheitlichen Kundenbeziehung das Wohl des Kunden im Auge haben.
- **Spontanität:** Scheuen Sie sich nicht davor, „spontan“ anzurufen, wenn beispielsweise bei der Auftragsabwicklung ein wichtiger Zwischenschritt erreicht ist. Ihr Kunde dankt es Ihnen, da er sich immer ausreichend informiert fühlt.
- **Arbeitsumfeld:** Pflegen Sie nicht nur Kontakte zu Ihren eigentlichen Geschäftspartnern, sondern auch zum jeweiligen Arbeitsumfeld. Sekretär, Assistent oder wichtige Mitarbeiter sind entscheidende Multiplikatoren für zukünftige Aufträge.

Vor- und Nachteile der einzelnen Zahlungsarten

Vorauszahlung oder Anzahlung

- Erhalt des Verkaufserlöses oder eines Teiles schon vor der Lieferung
- dadurch geringeres Risiko
- sehr günstig, da keine Zinskosten anfallen
- Nachteil: oft nicht durchsetzbar

Rechnung

- Zahlung nach Lieferung der Ware
- Exporteur trägt das volle Risiko
- Liquidität wird beansprucht
- Einzusetzen nur bei Vertrauen in den Kunden

Dokumenteninkasso

- Dokumente und Ware werden erst nach Bezahlung ausgehändigt
- Geschäft wird über die jeweilige Hausbank abgewickelt
- schwierige Umsetzung, da Kunde zustimmen muss
- das Risiko wird gemildert

Dokumentenakkreditiv

- In Zusammenarbeit mit der Hausbank des Kunden wird vereinbart, dass die Warendokumente zuerst an die Hausbank des Kunden übergeben werden und dass diese gleichzeitig zusagt, dann den Kaufpreis zu bezahlen.
- weitestgehende Sicherheit für den Exporteur

Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag

Export-Beratung & -Information



Länderschwerpunkte der IHKs

Da Unternehmen beim Schritt in internationale Märkte oftmals ein vertieftes Wissen benötigen, haben sich einige der deutschen Industrie- und Handelskammern zu Schwerpunktkammern für einige Länder entwickelt. Sie stellen ihre Leistungen im Rahmen eines Netzwerkes den anderen IHKs zur Verfügung. Ansprechpartner für die Unternehmen ist die örtlich zuständige IHK. www.info-weltweit.de



Auslandshandelskammern (AHKs)

Ansprechpartner der Unternehmen im Ausland ist das Netz der Auslandshandelskammern, die Delegierten und Repräsentanzen der Deutschen Wirtschaft, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie anteilig finanziert werden. An 130 Standorten in über 90 Ländern erhalten deutsche Unternehmen Beratung zum jeweiligen Auslandsmarkt, Hilfen beim Markteintritt, bei Messeteilnahmen und der Personalsuche sowie Rechtsauskünfte. www.ahk.de, www.deinternational.de



Außenwirtschaft im Handwerk

Das deutsche Handwerk richtet seinen Blick zunehmend auf ausländische Märkte. Daher wird die außenwirtschaftliche Beratung im Handwerk weiter ausgebaut. So unterstützen derzeit bundesweit über 90 Außenwirtschaftsexperten in den Handwerkskammern und Fachverbänden die Betriebe beim Schritt über die Grenzen. www.zdh.de



Germany Trade & Invest GmbH (GTAI)

Germany Trade & Invest ist die Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland für Außenwirtschaft und Standortmarketing. Die Gesellschaft informiert deutsche Unternehmen über Auslandsmärkte und begleitet ausländische Unternehmen bei der Ansiedlung in Deutschland. Germany Trade & Invest hält ein umfangreiches außenwirtschaftliches Informationsangebot für Unternehmen bereit, die in ausländische Märkte expandieren möchten. www.gtai.de



Außenwirtschaftsportal iXPOS

An iXPOS beteiligen sich alle wichtigen Akteure der deutschen Außenwirtschaftsförderung, die deutsche Unternehmen bei ihrem Weg ins Ausland unterstützen. Hier findet man praktische Tipps zu Exportvorbereitung und Markteintritt, Länder- und Brancheninformationen und Hilfe dabei, Kontakte und Geschäftspartner zu finden. www.ixpos.de



Portal 21

Das Portal 21 informiert Sie über die jeweiligen Landesvorschriften, wenn Sie in oder aus anderen EU-Staaten sowie Norwegen, Island oder Lichtenstein als Unternehmen Dienstleistungen in Anspruch nehmen bzw. anbieten wollen. Sie finden Informationen darüber, ob eine Dienstleistung in einem anderen EU-/EWR-Staat ausgeübt und wie sie dort ausgeübt werden darf bzw. muss. www.portal21.de



Nationale Kontaktstelle OECD-Leitsätze (NKS)

Die NKS ist Ansprechpartner für Fragen zu den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen. Diese sind eines der wichtigsten internationalen Instrumente zur Förderung verantwortungsvollen unternehmerischen Verhaltens bei Auslandsaktivitäten, u. a. bzgl. Menschenrechte, Soziales, Umwelt und Korruptionsbekämpfung. Bei potenziellen Verstößen gegen die Leitsätze fungiert die NKS als Beschwerdestelle. www.oecd-nks.de

Broschüren und Infoletter

Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

Internet

www.bmwi.de
www.existenzgruender.de
www.existenzgruenderinnen.de
www.exist.de
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
gruenderplattform.de

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für
Wirtschaft und Energie
(BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin

Stand

Juli 2019

Druck

Druck- und Verlagshaus
Zarbock GmbH & Co. KG,
60386 Frankfurt

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, 80801 München

Bildnachweis

fololia
markus dehlzeit / S. 10
Thierry Hoarau / Titel
Sergey Nivens / S. 9
Gina Sanders / S. 8
iStock
catscandotcom / S. 4
ewg3D / S. 7
pierivb / S. 5
scanrail / S. 2
The-Tor / S. 6

Bestellmöglichkeit

Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09, 18132 Rostock
Servicetelefon: 030 18 272 2721
Servicefax: 030 1810 272 2721
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Bestellung über das Gebärdentelefon:
gebaerdentelefon@sip.bundesregierung.de
Online-Bestellung: www.bundesregierung.de/breg-de/service/publikationen

Diese Publikation wird von der Bundesregierung im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament.

