

VDMA-Position

Der deutsche Maschinenbau braucht eine aktive Außenwirtschaftspolitik



Inhalt

Zusammenfassung	3
I. Der VDMA	4
II. Einleitung.....	4
1. Exportfinanzierung – Angebot für den Mittelstand bereitstellen.....	5
2. Finanzierung deutsche Außenwirtschaftsförderung auf solide Basis stellen	8
3. Politische Koordination der Außenwirtschaftsförderung verbessern.....	9
4. Germany Trade & Invest (GTAI) sollte Angebot über Auslandsmärkte ausbauen	10
5. Auslandshandelskammern (AHKn) von wirtschaftlichen Zwängen befreien	11
6. Auslandsmesseförderung ausbauen.....	12
7. Kooperation der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) mit Wirtschaft verbessern.....	13
8. Visaerteilung pragmatisch gestalten	15
Fazit: Außenwirtschaftsförderung als Aufgabe.....	15

Zusammenfassung

1. Exportfinanzierung – Angebot für den Mittelstand bereitstellen

Die Hermesdeckung für Auftragswerte unter fünf Mio. Euro für mittelständische Unternehmen sollte vereinfacht werden. Aufgrund des Marktversagens bei der Exportfinanzierung benötigen die Maschinenbauer außerdem eine eigene Institution, die sich auf „Small Tickets“ spezialisiert.

2. Finanzierung deutsche Außenwirtschaftsförderung auf solide Basis stellen

Für die klassischen Instrumente der Außenwirtschaftsförderung stehen im BMWi-Haushalt nur 107 Mio. Euro zur Verfügung. Angesichts der Abhängigkeit der deutschen Wirtschaft vom Export sollte die Außenwirtschaftsförderung finanziell gestärkt werden.

3. Politische Koordination der Außenwirtschaftsförderung verbessern

Das BMWi sollte die Federführung bei allen außenwirtschaftlichen Themen übernehmen und die unterschiedlichen Akteure der Außenwirtschaftsförderung (z. B. Auslandsvertretungen, AHK, GTAI) politisch koordinieren. Mittelständische Maschinenbauer können wegen mangelnder Transparenz und Abstimmung die von den verschiedenen Akteuren angebotenen Maßnahmen nicht adäquat nutzen.

4. Germany Trade & Invest (GTAI) sollte Angebot über Auslandsmärkte ausbauen

Das GTAI-Informationsangebot über Auslandsmärkte sollte erweitert werden. Dazu müssen zusätzliche Standorte der GTAI im Ausland aufgebaut werden. Der mittelständische Maschinenbau braucht für seine Auslandsmarktentscheidungen immer konkretere Informationen über die jeweiligen Absatzmärkte.

5. Auslandshandelskammern (AHKn) von wirtschaftlichen Zwängen befreien

Alle Aktivitäten der AHKn sollten sich vorrangig am neutralen Beratungsbedarf der Unternehmen orientieren, die sich stärker im Ausland engagieren wollen. Die AHKn sollten daher langfristig auf eine sichere finanzielle Basis gestellt werden.

6. Auslandsmesseförderung ausbauen

Das BMWi-Auslandsmesseprogramm ist für die mittelständisch geprägten Maschinenbau-Unternehmen ein unabdingbares Instrument der Exportunterstützung. Der Messeetat sollte deshalb auf 50 Mio. Euro erhöht werden.

7. Kooperation der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) mit Wirtschaft verbessern

Ansätze für eine intensivere Kooperation sind die stärkere Berücksichtigung der Bedürfnisse von Unternehmen bei der Konzeption von Entwicklungsmaßnahmen, die bedarfsnahe Berufsausbildung zusammen mit lokalen Partnern mit Finanzmitteln der Entwicklungszusammenarbeit.

8. Visaerteilung pragmatisch gestalten

Mitarbeiter aus Tochtergesellschaften im Ausland sollten ohne bürokratische Hürden für längere Weiterbildungen nach Deutschland reisen dürfen. Das Visaverfahren für Geschäftsreisende muss weiter vereinfacht und beschleunigt werden.

I. Der VDMA

Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) ist mit über 3.150 deutschen und internationalen Mitgliedsfirmen der größte europäische Verband der Investitionsgüterindustrie. In Deutschland beschäftigt die Branche mehr als 1 Million Menschen (August 2015). Die Branche weist einen Umsatz von ca. 212 Milliarden Euro (2014) auf.

II. Einleitung

Der deutsche Maschinenbau ist existenziell abhängig sowohl vom Export aus Deutschland heraus (Exportquote aktuell 77 Prozent, davon rund 55 Prozent in Drittstaaten außerhalb der EU) als auch von eigenen Aktivitäten direkt vor Ort in ausländischen Märkten.

Wirtschaftlicher Wohlstand und soziale Sicherheit in Deutschland hängen schon heute in viel größerem Umfang vom Thema Außenwirtschaft ab, als dies zumeist der Öffentlichkeit und der Politik bewusst ist.

Für die internationale Wettbewerbsfähigkeit werden Auslandsinvestitionen immer wichtiger, auch für mittelständische Unternehmen. Die deutsche Außenwirtschaftspolitik muss also beide Themen adressieren: Schutz und Stärkung der Exportfähigkeit Deutschlands sowie Optimierung der Rahmenbedingungen für Auslandsinvestitionen in den Gastländern. Wettbewerbsfähige und damit sichere Arbeitsplätze in Deutschland sind heute ohne Auslandsinvestitionen nicht mehr möglich.

Für die deutsche Volkswirtschaft ist der Maschinenbau eine strategische Schlüsselindustrie. Die Branche hat einen Jahresumsatz von rund 220 Milliarden Euro (Stand 2016) und beschäftigt in Deutschland mehr als eine Million Mitarbeiter. Dazu kommen noch einmal rund 390.000 Beschäftigte (2014) in den Tochterunternehmen im Ausland. Der VDMA hat auf diese Internationalisierung reagiert und ist der einzige deutsche Industrieverband mit eigenen Niederlassungen in Ländern außerhalb der EU, konkret in Brasilien, China, Indien, Japan und Russland. Er ist mit über 3.150 deutschen und internationalen Mitgliedsfirmen zudem der größte europäische Verband der Investitionsgüterindustrie.

Mehr als 85 Prozent aller VDMA-Mitglieder sind – gemäß EU-Definition – kleinere und mittlere Unternehmen (KMU). Ihre wirtschaftlichen und personellen Kapazitäten sind naturgemäß begrenzt und müssen primär für die Kernaufgaben eingesetzt werden: Das operative Geschäft sowie kontinuierliche Produktverbesserung und Innovationsentwicklung. In 14 von 32 international vergleichbaren Produktbereichen sind deutsche Maschinenbauer derzeit Weltmarktführer. Mit zunehmender Internationalisierung wird jedoch das Geschäft immer komplexer. Damit wächst der Bedarf an Informationen und Managementkapazität jenseits der klassischen Kernaufgaben, insbesondere im Bereich Außenwirtschaft. Je besser die deutsche Außenwirtschaftsförderung hier Unterstützung leistet, desto besser können die KMU trotz begrenzter Kapazitäten ihr Auslandsgeschäft erfolgreich betreiben.

1. Exportfinanzierung – Angebot für den Mittelstand bereitstellen

Hermes-Deckungen 2016 – die Faktenlage

Gedekte Exporte	20,6 Mrd. Euro (2015: 25,8 Mrd. Euro)
Kurzfristige Absicherung	11,4 Mrd. Euro (2015: 11,5 Mrd. Euro)
Schiffe und Flugzeuge	2,8 Mrd. Euro (2015: 7,1 Mrd. Euro)
Maschinen- und Anlagenbau	ca. 7,7 Mrd. Euro (2015: ca. 3 Mrd. Euro)
Einzeldeckungen 1 bis 5 Jahre	0,4 Mrd. Euro (2015: 0,7 Mrd. Euro)

Relevanz für den Maschinenbau und Anlagenbau

- 37 Prozent aller Hermeszusagen betreffen Maschinen und Anlagen (2015: 11,9%)
- 1,9 Prozent aller Hermeszusagen betreffen Einzel-Maschinen (2015: 0,27%)
- 4,4 Prozent der Gesamtexporte des Maschinen- und Anlagenbaus sind Hermesgedeckt (2015: 1,9%)

Hermes-Jahresüberschuss (Prämien+Rückflüsse-Schäden)

- Jahr 2016: 1,2 Mrd. Euro (344 Mio. Euro)
- Kumuliert 1950 bis 2016: 5,4 Mrd. Euro

Wichtigste Ergebnisse der VDMA-Umfrage zur Exportfinanzierung

Ein verlässliches Exportfinanzierungs-Angebot für kleine Auftragswerte bietet mehr Chancen im Wettbewerb, so das Ergebnis der VDMA „Small Ticket“-Umfrage vom August 2016. Allerdings stellen die Teilnehmer der Umfrage durchgängig die Forderung nach schnellen Kreditentscheidungen und Einfachheit der Prozesse bei der Bank und Hermes. Ein zentrales Anliegen ist die Entwicklung einer „schlanken“ Dokumentation.

VDMA-Mitglieder benötigen eine Exportfinanzierung für Maschinen vor allem für Kunden in Schwellenländern. Am häufigsten wurden Russland, Brasilien, Türkei, Indien, Mexiko, Iran, Argentinien und Indonesien genannt. Der stärkste Bedarf besteht also eindeutig für Schwellenländer, in denen das lokale Finanzierungsangebot begrenzt ist. Derzeit fehlt es an einem Bankenangebot im Bereich kleiner Exportkredite unter 5 Mio. Euro. Als Alternative kommen laut Umfrage teilweise Lieferantenkredite zum Einsatz, durchaus auch ohne Absicherung oder regresslose Finanzierung. Manche Geschäfte mit Finanzierungsanfragen kommen nicht zum Abschluss, oft gibt es dann noch weitere Gründe, etwa die Rezession. Ein speziell entwickeltes „Small Ticket“-Angebot an Exportkrediten wurde von der Hälfte der Rückmelder als vorteilhaft angesehen. Die Anforderungen an die Exportgeschäfte dürften aber nicht zu restriktiv sein.

Aktuelle Situation bei der Exportfinanzierung

Für eine Exportfinanzierung aus Deutschland arbeiten die staatliche Hermesdeckung und die Geschäftsbanken zusammen. Der Staat bietet Exporteuren und Banken eine Absicherung der Exportkredite an, die sogenannte Hermesdeckung oder Exportkreditversicherung. Die Geschäftsbanken stellen für diese abgesicherten Geschäfte die dazugehörige Exportfinanzierung bereit.

Derzeit ist jedoch ein Rückzug der Banken aus der Exportfinanzierung festzustellen. Diese verlieren das kommerzielle Interesse an kleinen Auftragswerten (1 bis 5 Mio. Euro), wie sie im Maschinenbau typisch sind. Die Ursache für diesen Rückzug liegt in verschärften Auflagen für die Banken und Finanzsanktionen, die hohe Kosten verursachen. Daher sind Exportfinanzierungen der Banken für Auftragswerte von 1 bis zu 5 Mio. Euro (sogenannte „Small Tickets“) so gut wie nicht mehr verfügbar.

Viele Exporteure behelfen sich heute, indem sie selbst ins Risiko gehen. Firmen gewähren häufig selbst Exportkredite und belasten damit ihre Liquidität. Die Erfahrung zeigt, dass Firmen mit hohem Auftragsbestand, aber ohne Absicherung, für Krisen anfällig sind. Solche Erfahrungen gab es beim Zusammenbruch der Sowjetunion, der Überschuldung des Iran in den 1990er Jahren und in der Asienkrise, um nur einige Beispiele zu nennen. Mittelständler sind außerdem auf einfache und schnelle Angebote der Exportfinanzierung angewiesen.

Damit die Exportfinanzierung für kleinere Auftragswerte wieder attraktiv wird, müssen neue Strukturen zwischen Banken, Hermes und dem Exporteur geschaffen werden, die für das „Small Ticket“-Geschäft passen. Alle Beteiligten haben beim Thema Exportkredit Restriktionen, die von den anderen berücksichtigt werden müssen. Bei den Banken sind es die Bankregularien, bei Hermes die Minimierung der Schadensquote nach dem Haushaltsgesetz und bei den Exporteuren der ungeduldige Kunde, der schnell eine Kreditzusage (ggf. auch Absage) braucht. Diese notwendige Koordination unter den Beteiligten fällt umso leichter, je einfacher die Kriterien gehalten werden.

Exkurs

In der hermesgedeckten Exportfinanzierung gibt es zwei unterschiedliche Finanzierungsarten. Beim Lieferantenkredit räumt der Exporteur seinem ausländischen Besteller ein Zahlungsziel ein, ohne dass eine Bank auf deutscher Seite eingeschaltet ist. Die Forderungen sichert der Exporteur mit einer Hermesdeckung ab. Für die Finanzierung setzt das Unternehmen seine Liquidität ein, wobei es die Forderungen grundsätzlich an eine deutsche Bank verkaufen kann. Zu einer Refinanzierung solcher Kredite sind deutsche Banken allerdings oft nur unter Rückgriff auf den Lieferanten oder die Belastung der Kreditlinien bereit.

Beim hermesgedeckten Finanz- oder Bestellerkredit gewährt die Bank des Exporteurs dem ausländischen Besteller oder seiner Hausbank einen Kredit. Das Darlehen wird an den Exporteur ausgezahlt und vom Importeur bedient. Es handelt sich um einen „gebundenen Finanzkredit“, bei dem der Kredit an die Lieferung des Exporteurs „gebunden“ ist. Der Exporteur profitiert von der Barzahlung der Lieferung.

Konkrete Erleichterungen für die Vergabe der Hermesdeckung

- Die mittelständische Wirtschaft benötigt standardisierte Vorgaben und Leitfäden für Lieferantenkreditverträge, die den Banken die Refinanzierung erleichtern.
- Außerdem muss es eine Vereinfachung der Kriterien für die Kreditabsicherung für Projekte kleiner als 5 Mio. Euro geben.
- Erforderlich ist die Standardisierung der Antragsbearbeitung und der notwendigen Dokumente.

Konkrete Erleichterungen für die Banken

Für viele Unternehmen ist es von zentraler Bedeutung, dass ein Finanzierungsangebot der Banken zur Verfügung steht.

- Erste Stufe: Möglichkeit des Forderungsverkaufs
Der hermesgedeckte Lieferantenkredit muss so ausgestaltet sein, dass ein bilanzentlastender Forderungsverkauf möglich ist. Dazu müssen komplizierte Auflagen in der Hermesdeckung abgebaut werden. Ein Beispiel für komplizierte Auflagen ist ein lokal zu vereinbarenden Eigentumsvorbehalt.
- Zweite Stufe: Schlanker Bestellerkredit
Der Bund muss sich stärker im Bereich der Bankenregulierung für die Belange der Exportindustrie einbringen, sonst droht das Ende der Hermesdeckung als Finanzierungsmodell im Auslandsgeschäft. Gegenwärtig verweisen die Banken auf Auflagen durch Eigenkapitalvorschriften, Bafin-Regeln, Geldwäschegesetz und Finanzsanktionen.
- Dritte Stufe: Exportbank für Small Tickets
Sollte sich ein anhaltendes Marktversagen zeigen, benötigen die Maschinenbauer eine eigene Institution („Export-Bank“), die sich auf „Small Tickets“ spezialisiert.

Von Vergleichsländern lernen

Auch die Auflösung der Schnittstelle von Versicherung und Bank wäre ein gangbarer Weg – in einigen Ländern (z. B. USA, Japan, Korea, Kanada) gibt es die Exportkreditversicherung und die Exportfinanzierungsbank aus einer Hand. Aktuell diskutieren auch andere Exportnationen, wie sie mehr für „Small Tickets“ tun können.

Darüber hinaus positionieren sich andere Wettbewerberländer in der Exportfinanzierung neu. So hat Frankreich ein eigenes Finanzierungsinstitut gegründet. Wir fordern daher die Politik auf zu prüfen, ob und welche Ideen für Deutschland übernommen werden können.

2. Finanzierung deutsche Außenwirtschaftsförderung auf solide Basis stellen

Die Außenwirtschaftsförderung des Bundes muss auf eine solide finanzielle Basis gestellt werden. Für ein Industrieland wie Deutschland sind die im Haushalt des BMWi zu Verfügung stehenden Finanzmittel für die klassischen Instrumente der Außenwirtschaftsförderung eher bescheiden. Für das Jahr 2016 sind dies 43 Mio. Euro für das Auslandsmesseprogramm, 40 Mio. Euro für die Auslandshandelskammern und 24 Mio. Euro für die Germany Trade & Invest (GTAI). Die Gesamtsumme von 107 Mio. Euro entspricht fast genau dem öffentlichen Zuschuss für die Bühne Frankfurt und dem Staatstheater Wiesbaden zusammen! Die Höhe dieser Mittel hat sich in den letzten Jahren trotz teilweise erheblicher Kostensteigerungen (z. B. durch die Abrechnung der Auslandsmessebeteiligungen in US-\$) kaum verändert. Außerdem findet häufig und je nach politischer Vorgabe ein „Nullsummenspiel“ statt, d.h. die Erhöhung des Etats für den einen Baustein der Außenwirtschaftsförderung wird zulasten einer anderen Maßnahme vorgenommen.

3. Politische Koordination der Außenwirtschaftsförderung verbessern

Das deutsche System der Außenwirtschaftsförderung wird von Staat und Wirtschaft gemeinsam getragen und steht grundsätzlich auf drei Säulen:

- 1) Den Auslandsvertretungen (Botschaften und Konsulaten),
- 2) Den Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanten der deutschen Wirtschaft (AHKs) sowie
- 3) Der Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing (Germany Trade & Invest (GTAI))

Die Botschaften und Generalkonsulate des Auswärtigen Dienstes sind wichtig für die Erschließung neuer Märkte und den Ausbau der bestehenden Marktpositionen. Deshalb muss das Engagement der Botschaften und Generalkonsulate vor Ort als „Bring-schuld“ verstanden und überall mit gleicher und nachhaltiger Intensität und nicht nur punktuell betrieben werden.

Auch die politische Flankierung von Auslandsprojekten ist wichtig. Hier sind uns eine Reihe europäischer und außereuropäischer Länder voraus, die durch hochrangige politische Begleitung Schlüsselprojekte in Drittmärkten unterstützen. Dabei spielt zum Beispiel das Finanzierungsthema eine wichtige Rolle. Immer wieder entscheidet hochrangige politische Unterstützung, verbunden mit konkreten Finanzierungspaketen, über den Zuschlag bei Projekten.

Grundsätzlich sollte die deutsche Außenwirtschaftsförderung als Einheit auftreten. Denn es gibt im Bereich der Außenwirtschaftsförderung viele unterschiedliche Akteure. Neben den Botschaften und Generalkonsulaten, Auslandshandelskammern und der GTAI sind dies z.B. Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft (AUMA), DEG, KfW-Entwicklungsbank sowie die Außenwirtschaftsförderungen der einzelnen Bundesländer und verschiedenen Bundesressorts. Dabei sollte das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) die Federführung bei allen außenwirtschaftlichen Themen übernehmen, die Einzelinitiativen der verschiedenen Ressorts bündeln und nach außen hin vertreten. Denn gerade die mittelständischen Unternehmen sind wegen der mangelnden Transparenz und Abstimmung nicht in der Lage, die von den verschiedensten Akteuren angebotenen Maßnahmen der Außenwirtschaftsförderung adäquat zu nutzen.

4. Germany Trade & Invest (GTAI) sollte Angebot über Auslandsmärkte ausbauen

Grundsätzlich hat die Germany Trade & Invest (GTAI) zwei Aufgaben: Zum einen die Information über Auslandsmärkte und zum anderen die Anwerbung ausländischer Investoren. Das Informationsangebot über Auslandsmärkte der GTAI ist ein wichtiges Hilfsmittel für VDMA-Mitglieder zur Erschließung neuer Märkte. Dies gilt umso mehr, als im Zuge der Krise der Zeitungs- und Presseverlage die Qualität und Quantität der wirtschaftsrelevanten Auslandsberichterstattung massiv zurückgeht, da es immer weniger Auslandskorrespondenten gibt. Aus unserer Sicht sollte deshalb das GTAI-Informationsangebot über Auslandsmärkte erweitert werden. Dazu müssen weitere Standorte der GTAI im Ausland aufgebaut werden. So ist das Korrespondentennetz in Lateinamerika und Asien noch ausbaufähig.

Gerade mittelständische Unternehmen brauchen für ihre Auslandsmarktentscheidungen immer konkretere Informationen über ihre jeweiligen Absatzmärkte. Der VDMA und die GTAI haben bereits anhand zahlreicher Beispiele bewiesen, dass durch gemeinsame Projekte zielgruppengerechte Berichte und Studien entstehen, die von den Unternehmen als qualitativ hochwertig geschätzt werden. Dabei sollten solche Märkte im Blickpunkt stehen, die Potenziale für die deutsche Investitionsgüterindustrie bieten und bei denen die Informationslage schwierig ist.

Ein großer Vorteil der Marktinformationen durch die GTAI-Korrespondenten im Ausland ist deren Neutralität. Um diese auch in Zukunft sicherzustellen, muss das unabhängige Korrespondentennetz der GTAI im Ausland unbedingt erhalten bleiben. Gleichzeitig dürfen sich nicht die personellen und finanziellen Ressourcen innerhalb der GTAI zu Gunsten der Investorenanwerbung und zu Lasten der Auslandsmarktinformationen verschieben. So darf es auch nicht zu einem Abbau von qualifizierten Arbeitsplätzen im Bereich Marktinformationen in der GTAI-Zentrale kommen. Auch dürfen die Auslandskorrespondenten der GTAI nicht mit der zusätzlichen Aufgabe der Investorenanwerbung belastet werden, weil dies die ohnehin schon begrenzten Kapazitäten für die Marktberichterstattung weiter reduziert. Wenn die GTAI ihr Netzwerk zur Investorenanwerbung im Ausland ausbauen möchte, dann muss dies durch spezielle Mitarbeiter vor Ort erfolgen.

5. Auslandshandelskammern (AHKn) von wirtschaftlichen Zwängen befreien

Die Auslandshandelskammern (AHKn) sind ein bedeutendes Instrument der deutschen Außenwirtschaftsförderung und müssen als wichtiges Informations- und Beratungsinstrument langfristig auf eine sichere finanzielle Basis gestellt werden. Dabei ist die vom BMWi finanzierte Kernaufgabe der Auslandshandelskammern - die Erstberatung deutscher Unternehmen auf den Auslandsmärkten – von den beiden weiteren zentralen Aufgaben klar zu trennen. Das sind zum einen die Betreuung der Kammermitglieder und zum anderen kommerzielle Serviceleistungen. Häufig ist den anfragenden Unternehmen nicht klar, von welcher der drei AHK-Säulen das Unternehmen gerade angesprochen wird.

Als Organisation mit eigenen wirtschaftlichen Interessen kann eine AHK nicht neutral zu seinem Gastland sein, was die Beratung erschweren kann. Außerdem kann die Vorgabe einer hohen Eigenfinanzierungsquote die AHKn häufig zu Aktivitäten zwingen, die vor allem hohe Einnahmen garantieren. Alle Aktivitäten der AHKn sollten sich jedoch vorrangig am neutralen Beratungsbedarf der Unternehmen orientieren, die sich stärker im Ausland engagieren wollen.

Grundsätzlich könnte die Inlandsanbindung der AHKn über Verbände und Kammern in Deutschland verbessert werden. Denn Umfang und Inhalt der Nachfrage nach Unterstützung auf Auslandsmärkten wird bereits im Inland festgestellt und deshalb benötigen deutsche Unternehmen schon im Inland eine erste wichtige Hilfestellung „aus einer Hand“.

Die deutschen AHKn sind mit Vertretungen in 90 Ländern und 130 Standorten grundsätzlich gut aufgestellt, aber gerade in Flächenstaaten wie China und Indien könnten noch weitere Standorte aufgebaut werden. Auch ist das AHK-Netz im aufstrebenden Kontinent Afrika erst im Aufbau. So gibt es in Subsahara-Afrika bisher nur 6 Auslandshandelskammern.

6. Auslandsmesseförderung ausbauen

Das BMWi-Auslandsmesseprogramm (AMP) ist insbesondere für die mittelständisch geprägten Unternehmen ein unabdingbares Instrument der Exportunterstützung. Der vom AUMA ermittelte Umsatz, der über Messeaktivitäten generiert wird, beträgt rund fünf Milliarden Euro jährlich.

Die Anzahl der genehmigten Projekte ist dennoch seit 2013 um fast 20 Prozent zurückgegangen. Der Bedarf ist dagegen eher gestiegen. Im Moment stecken wichtige Absatzmärkte wie China, Russland und Brasilien, die in der Vergangenheit im Fokus standen, in wirtschaftlichen Krisen. Das macht es nötig, in diesen Märkten die Messepräsenz aufrecht zu erhalten und damit den Kunden zu zeigen, dass wir auch in schlechten Zeiten zu ihnen stehen. Gleichzeitig müssen aber auch neue Märkte angesprochen werden, um die Umsatzrückgänge in den etablierten Märkten auszugleichen. Die mittelständischen Aussteller schätzen dabei die organisatorische Unterstützung des Programms, die Werbewirkung des Messeauftritts unter dem Logo „Made in Germany“ und profitieren vom gemeinsamen Auftritt mit im Markt bereits etablierten Unternehmen.

Derzeit hat das BMWi für das Jahr 2017 rund 40 Gemeinschaftsbeteiligungen weniger in der Planung als im Zeitraum 2012 bis 2015. Der VDMA fordert daher eine Anpassung des BMWi-Messeetats auf 50 Millionen Euro, damit künftig wieder rund 280 Messebeteiligungen in das Auslandsmesseprogramm aufgenommen werden können.

7. Kooperation der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) mit Wirtschaft verbessern

Ein relativ neuer Akteur im Bereich der Außenwirtschaftsförderung ist die Entwicklungszusammenarbeit. Die Förderprogramme der Entwicklungszusammenarbeit für die Wirtschaft sollen das langfristige und nachhaltige Engagement von Unternehmen in Entwicklungs- und Schwellenländern unterstützen.

Förderprogramme passen nicht zum Mittelstand

Häufig ist zu beobachten, dass die derzeitigen EZ-Förderprogramme nicht zur Mehrzahl der Exportgeschäfte des Mittelstands passen. Dadurch werden auch entwicklungspolitisch sinnvolle Exporte behindert. Ansätze für eine intensivere Kooperation von Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft wären die stärkere Berücksichtigung der Bedürfnisse der Unternehmen bei der Konzeption von Entwicklungsmaßnahmen und die bedarfsnahe Berufsausbildung zusammen mit lokalen Partnern. Eine weitere Möglichkeit wäre die Unterstützung der Finanzierung von Einzelprojekten mit kleinem Auftragswert sowie Infrastruktur- und Großprojekten mit Finanzmitteln der Entwicklungszusammenarbeit. Außerdem sollten die GIZ-Landesbüros ihr Wissen über lokale Märkte stärker der Wirtschaft zugänglich machen. Denn in vielen Ländern der Entwicklungszusammenarbeit sind die klassischen Instrumente der Außenwirtschaftsförderung nicht vertreten.

Lieferbindung bei Projekten der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) prüfen

Zum Thema "Lieferbindung" gibt es seit Jahrzehnten international eine rege Diskussion zu den Vor- und Nachteilen. Auf der einen Seite steht die Exportförderung der Wirtschaft des Geberlandes, auf der anderen Seite die Nachteile für das Empfängerland (eingeschränkter Wettbewerb hinsichtlich Preis, Produktqualität, etc. und folglich mögliche Effizienzeinbußen/Verschwendung von Ressourcen). Häufig ist die Vergabe von EZ-Mitteln an die Forderung nach marktwirtschaftlichen Reformen in den Empfängerländern gekoppelt - dies würde durch die Lieferbindung konterkariert.

Letztlich handelt es sich um die grundsätzliche Entscheidung eines Geberlandes, ob es eine Lieferbindung durchsetzen möchte. Beispielsweise schreibt der "Buy American Act" in den USA vor, dass die amerikanische Auslandshilfe vorzugsweise zum Kauf von Gütern und Dienstleistungen führen soll, die in den USA her- bzw. bereitgestellt wurden. Diese Politik wird von der amerikanischen Entwicklungsagentur USAID strikt befolgt. Die USA veröffentlichen aber keine Informationen über den Grad ihrer Lieferbindung.

Auch Chinas EZ-Engagement in Afrika ist sehr stark an die Lieferbindung gekoppelt. Dabei unterscheidet China nicht zwischen echter Entwicklungshilfe mit erheblicher Zuschusskomponente (entsprechend den OECD-Kriterien von Entwicklungshilfe) und der Exportförderung (die z. B. über Exportkredite finanziert wird), sondern die beiden Instrumente werden vermischt je nach Land und Projekt angeboten.

Top-OECD-Länder mit einer Lieferbindung waren 2015 Japan, Korea und – erstaunlicherweise – Belgien. Dabei stehen Japan und Korea durchaus im weltweiten Wettbewerb mit der deutschen Investitionsgüterindustrie.

Bei der deutschen Entwicklungszusammenarbeit durch das BMZ wird die Lieferbindung bisher abgelehnt. Vertreter der deutschen Wirtschaft sehen dies verständlicherweise anders.

Einfluss auf die Ausschreibungsverfahren der Empfängerländer nehmen

Unabhängig von einer Lieferbindung sehen wir auch bei den Ausschreibungsverfahren erheblichen Verbesserungsbedarf. Denn aktuell ist es den Empfängerländern der deutschen EZ freigestellt, nach welchen nationalen Kriterien sie die mit EZ-Mitteln finanzierten Projekte vergeben.

Es wird jedoch versucht, deutsche Unternehmen bei der Auftragsvergabe zu unterstützen, in dem die Empfängerländer stärker für "Nachhaltigkeit" bei Ausschreibungen sensibilisiert werden sollen. Dafür wurde von der KfW in Zusammenarbeit mit der Industrie die "KfW-Tool Box zur nachhaltigen Auftragsvergabe" entwickelt (Flyer siehe Anlage), um Nachhaltigkeitsaspekte bei Vergaben mit Partnerländern zu fördern. Dies soll dazu dienen, dass bei der Vergabe von öffentlichen Ausschreibungen nicht nur der Preis im Fokus steht, sondern weitere Aspekte, bei denen deutsche Unternehmen punkten können.

Der VDMA würde es sehr begrüßen, wenn die Möglichkeit der zumindest teilweisen Lieferbindung bei Mitteln der deutschen EZ geprüft würde und bei den Vergabeverfahren Instrumente wie die „KfW-Toolbox“ stärker berücksichtigt werden könnten.

8. Visaerteilung pragmatisch gestalten

Zur Außenwirtschaft gehört auch die Frage der Visa-Erteilung für ausländische Geschäftsreisende. Das Visaverfahren ist eine wichtige Visitenkarte für das Ansehen Deutschlands im Ausland und darf nicht zum Standortnachteil werden. Deshalb muss das berechnete Interesse der Wirtschaft an kalkulierbaren, kurzfristigen Reisemöglichkeiten stärker berücksichtigt werden. Zwar wurde das Visaverfahren in Brennpunkt-ländern wie China, Indien und Russland wesentlich vereinfacht und beschleunigt, aber in anderen Schwellenländern, wie z. B. dem Iran, laufen die Visaverfahren immer noch zu lange.

Auf der anderen Seite geht es auch darum, die Möglichkeit zu schaffen, Mitarbeiter aus eigenen Tochtergesellschaften im Ausland ohne bürokratische Hürden zu Weiterbildungsmaßnahmen, die über einen Zeitraum von mehr als 90 Tage laufen, nach Deutschland zu holen. Vor allem für mittelständische Unternehmen ist die aktuelle Praxis ein Hemmnis für den Ausbau der internationalen Geschäftsaktivitäten.

Fazit: Außenwirtschaftsförderung als Aufgabe

Es ist Aufgabe der Bundesregierung, durch eine zukunftsorientierte Politik dazu beizutragen, das Auslandsengagement der deutschen Investitionsgüterindustrie langfristig zu sichern und auszubauen. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass die deutsche Außenwirtschaft vom Mittelstand geprägt ist und daher einer besonderen Unterstützung bedarf.

VDMA-Ansprechpartner

Ulrich Ackermann

Abteilungsleiter Außenwirtschaft

Lyoner Straße 18

60528 Frankfurt

Tel: + 49 69 6603 1441

Email: ulrich.ackermann@vdma.org