



# Außenwirtschaft 2016

Fallstricke im  
internationalen Geschäft

# INHALT

<b>I. Internationales Geschäft mit Gegenwind</b>	<b>3</b>
<b>II. Sanktionen und Boykotte</b>	<b>6</b>
<b>III. Wachsende praktische Bedeutung von Handelsabkommen</b>	<b>8</b>
<b>IV. EU-Abkommen erleichtern Marktzugang</b>	<b>10</b>
<b>V. Verträge und Abkommen</b>	<b>13</b>
<b>VI. Neue Märkte, neue Ufer</b>	<b>16</b>

# I. Internationales Geschäft mit Gegenwind

Das Geschäft mit ausländischen Kunden war eine wesentliche Triebfeder von Wachstum und Wohlstand in Nord-Westfalen in den vergangenen Jahrzehnten. Gerade die mittelständischen Unternehmen aus dem Münsterland und der Emscher-Lippe-Region haben, wenn man einmal eine Generation zurückblickt, von günstigen Umfeldbedingungen und offenen Märkten profitiert: Katalysatoren des internationalen Geschäfts waren insbesondere der Umbruch in Osteuropa und die Öffnung Chinas, der europäische Binnenmarkt sowie der Siegeszug der Container und des Internets.

Allerdings: In jüngerer Vergangenheit ist es schwergefallen, an alte Erfolgsgeschichten anzuknüpfen. Der Auslandsumsatz im IHK-Bezirk hat 2014 das Niveau von 2008 noch nicht wieder erreicht, die Zuwachsraten sind seit 2008 im Trend eher schwach. Der Gesamtexport bewegt sich um gut 16 Mrd. Euro, der Zuwachs liegt im Schnitt bei nur rund 300.000 Euro pro Jahr – fast nichts gegenüber den Boomphasen früherer Jahre.

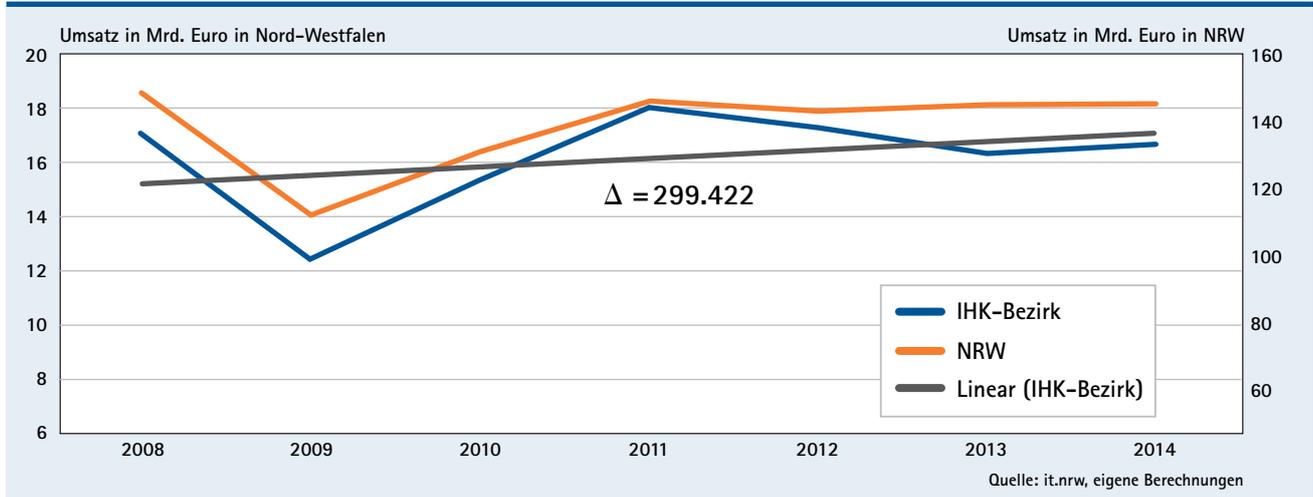
Dasselbe Phänomen – Stagnationstendenzen am aktuellen Rand – lässt sich auch in anderen Landesteilen NRW nachweisen sowie im Bundesland insgesamt. Inzwischen gibt es eine lebhaft diskutierte „Glasdecke“, die scheinbar nicht durchstoßen werden kann, konjunkturell begründet ist oder strukturelle Ursachen hat.

Geklärt ist dieser Punkt noch nicht, zumal auch die Zeitspanne für eine fundierte Deutung noch zu kurz ist. Dennoch ist nicht ausgeschlossen, dass in den vergangenen drei Jahrzehnten ein besonders günstiges Umfeld für das internationale Geschäft geherrscht hat, das so nicht länger anhält. Förderlich dürfte eine Kombination von Faktoren gewesen sein, die gerade die deutsche und auch nord-westfälische Wirtschaft stark begünstigt haben: starke Nachfrage nach Investitionsgütern durch rasante Industrialisierung (Asien, Russland, MOE-Staaten), sinkende Transaktionskosten (Binnenmarkt, Internet) und Früchte multilateraler Handels erleichterungen.

Diese nahezu zeitgleich auftretenden Effekte, die die Welt „flacher“ im Sinne von Thomas L. Friedman gemacht haben, haben sich nach der weltweiten Krise 2009 verflüchtigt. Das zeigt sich an Berichten der WTO, das zeigt sich aber auch im täglichen Beratungsgeschäft der IHK Nord Westfalen.

In der Gesamtschau ist der Außenhandel derzeit ein Spiegelbild verschiedener Brüche und Verwerfungen, die sich in der

## Flacher Exporttrend nach der Finanzkrise



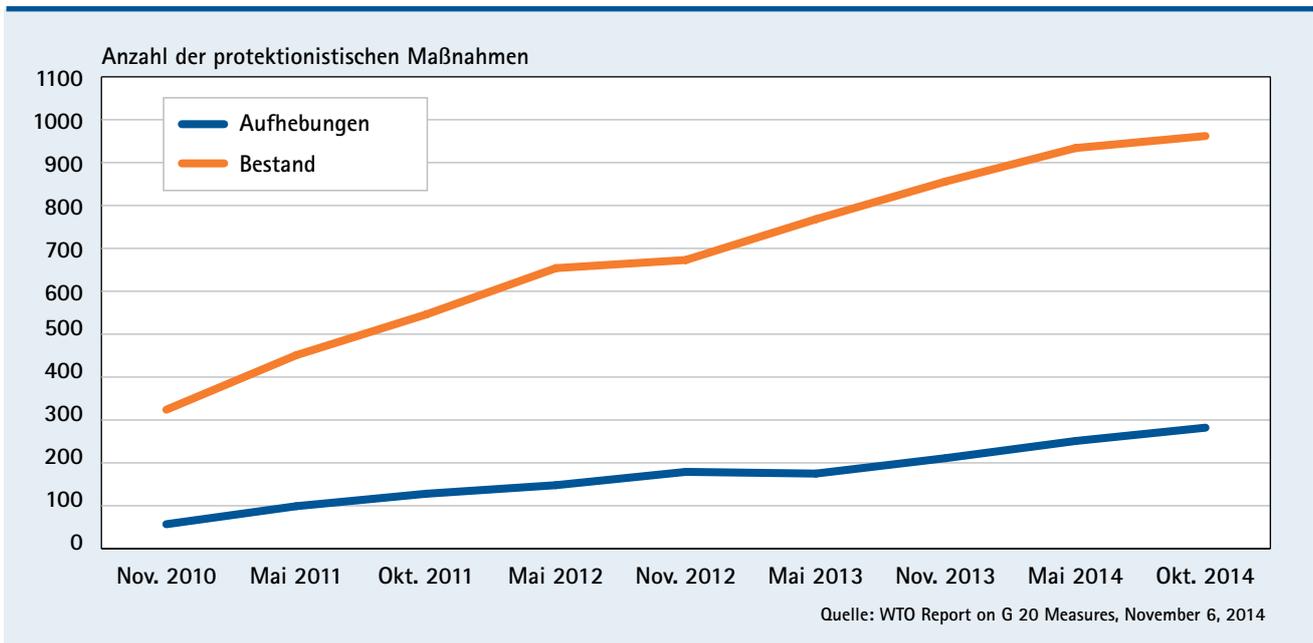
internationalen Politik zeigen:

- Sanktionen gegen Russland, Bürgerkrieg im Nahen Osten
- Stagnation in Brasilien und Südafrika
- Neuorientierung der chinesischen Politik in Richtung Binnenwirtschaft
- Deutliche Überschuldungstendenzen in vielen Industriestaaten, insbesondere auch in der Eurozone
- Starker Anstieg protektionistischer Maßnahmen, nicht selten unter dem Deckmantel von Sicherheit, Umwelt- und Verbraucherschutz

- Neudefinition der Ursprungsvoraussetzungen durch den neuen Unionszollkodex (UZK) der EU
- Immer stärkere Konkurrenz von Schwellenländern durch deren Aufstieg in den Wertschöpfungsketten, d. h. anhaltender oder gar noch steigender Preisdruck.

Diese Tendenzen zeigen sich am Ende des Tages auch in den mühevollen Versuchen, eine zumindest zweitbeste handelspolitische Lösung als Ersatz für die WTO zu schaffen: Sowohl das asiatische Freihandelsabkommen TPP wie auch

## Anstieg der Protektion in wichtigen Industrie- und Schwellenländern



das europäisch-amerikanische Parallelprojekt TTIP kämpfen mit Gegenwind, und es ist derzeit unklar, ob sie in absehbarer Zeit zu einem (sehr wünschenswerten) erfolgreichen Abschluss kommen werden. Immerhin: TPP wurde inzwischen unterschrieben, wenn auch noch nicht ratifiziert.

Die These von eher strukturellen Gründen für die schleppende Entwicklung des Außenhandels wird im Übrigen auch dadurch gestützt, dass die Situation zumindest für europäische Firmen im Augenblick noch durch zwei Faktoren spürbar gestützt wird: einmal einen immer noch günstigen Ölpreis, der wie ein Konjunkturdoping wirkt, und zum anderen durch die extreme Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank, die zu einer Euroabwertung geführt hat. Insofern sind die Schwierigkeiten im internationalen Geschäft momentan nicht so merklich, wie es bei einer Normalisierung der Ölmärkte und der Geldpolitik der Fall wäre.

Der Gegenwind auf einzelnen Auslandsmärkten nimmt zu. Ebenso wird die Volatilität in der Entwicklung verschiedener Absatzregionen größer. Dies führt zu einer zumindest teilweisen Neuausrichtung der Unternehmen. Nach einer KfW-Untersuchung hatten mittelständische Unternehmen im Schnitt bereits vor mehreren Jahren 35 Auslandsmärkte im Visier – angesichts der augenblicklichen Herausforderungen dürfte es wichtiger werden, bestehende Märkte zu sichern und zu halten, als weitere (marginale) hinzuzugewinnen. Aber der dafür zu leistende Einsatz wird größer, und die Fallstricke, die umgangen werden müssen, nehmen zu.

Wenn dem so ist, dann folgen daraus andere Akzentsetzungen für international ausgerichtete Unternehmen, als es in der Vergangenheit zu beobachten war. Der Unternehmensfokus liegt eher weniger auf neuen Märkten als vielmehr auf

- Verteidigung von Marktanteilen, stärkerem Gewicht für das Kostenmanagement
- Defensiv Steuerungs immer komplexerer Wertschöpfungsketten
- Bewältigung des steigenden dokumentären Aufwands.

Mit anderen Worten: Die Unternehmen werden, um Erfolge im internationalen Geschäft auch in Zukunft einfahren zu können, sich stärker mit dem Management ihrer Prozesse, einschließlich des „global sourcing“, befassen müssen.

Auch wenn sich das Augenmerk aus den genannten Gründen verschieben könnte: Es bleibt grundsätzlich dabei, dass das internationale Geschäft nach wie vor lukrative Absatzchancen eröffnet – nur dürfte das deutsche Exportwachstum nicht mehr in der Größenordnung von 6 Prozent und mehr liegen,



wie es in der Vergangenheit häufig der Fall war, sondern eher bei vier Prozent oder weniger. Auch das wären noch sehr ansehnliche Werte, aber eben doch rund ein Drittel weniger, als in Zeiten stürmischer Globalisierung erreicht werden konnte.

Unter diesen Vorzeichen befasst sich der aktuelle Außenwirtschaftsreport Nord-Westfalen mit Tipps und Hinweisen, wie man einige Fallstricke im internationalen Geschäft vermeiden kann, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Insbesondere geht es um folgende Themen:

- Wie geht man mit Sanktionen und Boykotten um?
- Wie kann die zunehmende Zahl von Handelsabkommen strategisch genutzt werden?
- Worauf ist bei vertraglichen Abmachungen zu achten?
- Wie minimiert man die Sicherheitsrisiken im internationalen Geschäft?

Der Report befasst sich also mit den eher technisch-administrativen Themen, die im Unternehmensalltag nicht immer so im Fokus stehen. Dabei geht es auch um Compliance-Risiken und wie sie eingedämmt werden können. Wenn die Diagnose stimmt, dass Prozesse gegenüber Marktanteilsgewinnen wichtiger werden, dann wird das Auslandsgeschäft vermutlich etwas langweiliger – aber auch sicherer und nachhaltiger. Dazu soll dieser Report beitragen.



## II. Sanktionen und Boykotte

In Deutschland ist der Grundsatz der Freiheit des Außenhandels gesetzlich verbrieft. Neben dem Qualitätsbegriff „Made in Germany“ hat die Einhaltung dieses Kerngedankens den deutschen Außenhandel seit Jahrzehnten positiv bestärkt. Im Unterschied z. B. zu den USA (grds. Exportverbot mit Erlaubnisvorbehalt) gilt in Deutschland gemäß § 1 Abs. 1 Außenwirtschaftsgesetz (AWG) der Grundsatz der Außenwirtschaftsfreiheit, d. h. Freiheit des Waren-, Kapital- und sonstigen Wirtschaftsverkehrs mit dem Ausland.

Ausnahmen von dieser Regel können Beschränkungen sein, z. B. um

- die wesentlichen Sicherheitsinteressen der Bundesrepublik Deutschland zu gewährleisten,
- eine Störung des friedlichen Zusammenlebens der Völker zu verhüten oder
- zu verhüten, dass die auswärtigen Beziehungen der Bundesrepublik Deutschland erheblich gestört werden,
- Beschlüsse des Rates der Europäischen Union über wirtschaftliche Sanktionsmaßnahmen im Bereich der Außen- und Sicherheitspolitik umzusetzen.

Mit diesen Prämissen konnte die deutsche Exportwirtschaft bisher gut leben und umgehen. Durch einen sehr maßvollen Umgang mit den Regulationsmechanismen der Außenwirtschaftsverordnung war es gerade dem heimischen Mittelstand möglich, die Wünsche der Exportmärkte schnell zu bedienen.

Mehr und mehr werden nun aber die Mittel der Exportkontrolle genutzt, um mannigfaltige politische Ziele zu erreichen, die mitunter nur am Rande mit dem Außenhandel verknüpft sind. Sanktionsmaßnahmen gegenüber Staaten und Staatengruppen, aber auch gegen Wirtschaftsbeteiligte aus dem Ausland sind in den letzten Jahren vermehrt aufgekommen.

Folge: Das bisher gut funktionierende System der Exportfreiheit wird immer weiter ausgehöhlt. Gesetzliche Vorschriften werden somit immer komplexer und undurchsichtiger. Für Unternehmen ist diese Regelungsdichte kaum noch nachvollziehbar. Mit Schnellschüssen werden dann oft Verordnungen herausgebracht, die ungenau formuliert sind und daher bei Wirtschaft und Verwaltung zu Verunsicherung führen.

Zurzeit hat die deutsche Wirtschaft folgende Einschränkungen zu beachten:

- Länderbezogene Maßnahmen
- Maßnahmen gegen bestimmte Personengruppen
- Warenbezogene Maßnahmen

### Länderbezogene Maßnahmen

Diese Maßnahmen können darin bestehen, dass die Lieferung bestimmter Güter in ein bestimmtes Land verboten wird oder genehmigungspflichtig ist. Ebenso kann es vorkommen, dass die Lieferung an bestimmte Empfänger im betreffenden Land verboten oder genehmigungspflichtig ist.

Zu unterscheiden sind grundsätzlich

- **Totalembargos:** Diese verbieten den Außenwirtschaftsverkehr umfassend. Ausnahmen bilden meist nur Güter zur humanitären Hilfe. Ein Totalembargo besteht derzeit nicht.
- **Teilembargos:** Sie enthalten Beschränkungen und Verbote, die nur für bestimmte Wirtschaftsbereiche gelten und nur bestimmte Handlungen verbieten oder beschränken.
- **Waffenembargos:** Sie verbieten die „Lieferung von Waffen, Munition und sonstigen Rüstungsmaterialien im Sinne der Ausfuhrliste sowie für paramilitärische Ausrüstung und die Erbringung damit in Zusammenhang stehender technischer Unterstützung“.

Eine Übersicht sämtlicher Embargomaßnahmen ist der Internetseite des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) zu entnehmen: [www.ausfuhrkontrolle.info](http://www.ausfuhrkontrolle.info).

### Maßnahmen gegen Personengruppen

In den sogenannten Finanz-Sanktionslisten werden Personengruppen benannt, mit denen aus verschiedensten Gründen die Zusammenarbeit nicht erlaubt ist. Es spielt dabei keine Rolle, welche Güter geliefert werden sollen und in welcher Art die Zusammenarbeit besteht. Diese Liste unterliegt laufenden Veränderungen. Bedingt durch den Umfang diverser Listen, ist es für ein Unternehmen kaum möglich, ohne eine Softwarelösung die geforderten Prüfpflichten zu erfüllen.

### Warenbezogene Maßnahmen

Sind Güter oder Technologien von der Ausfuhrliste oder der EU-Dual-Use-Verordnung erfasst, dürfen diese nur exportiert werden, wenn eine Genehmigung des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle vorliegt.

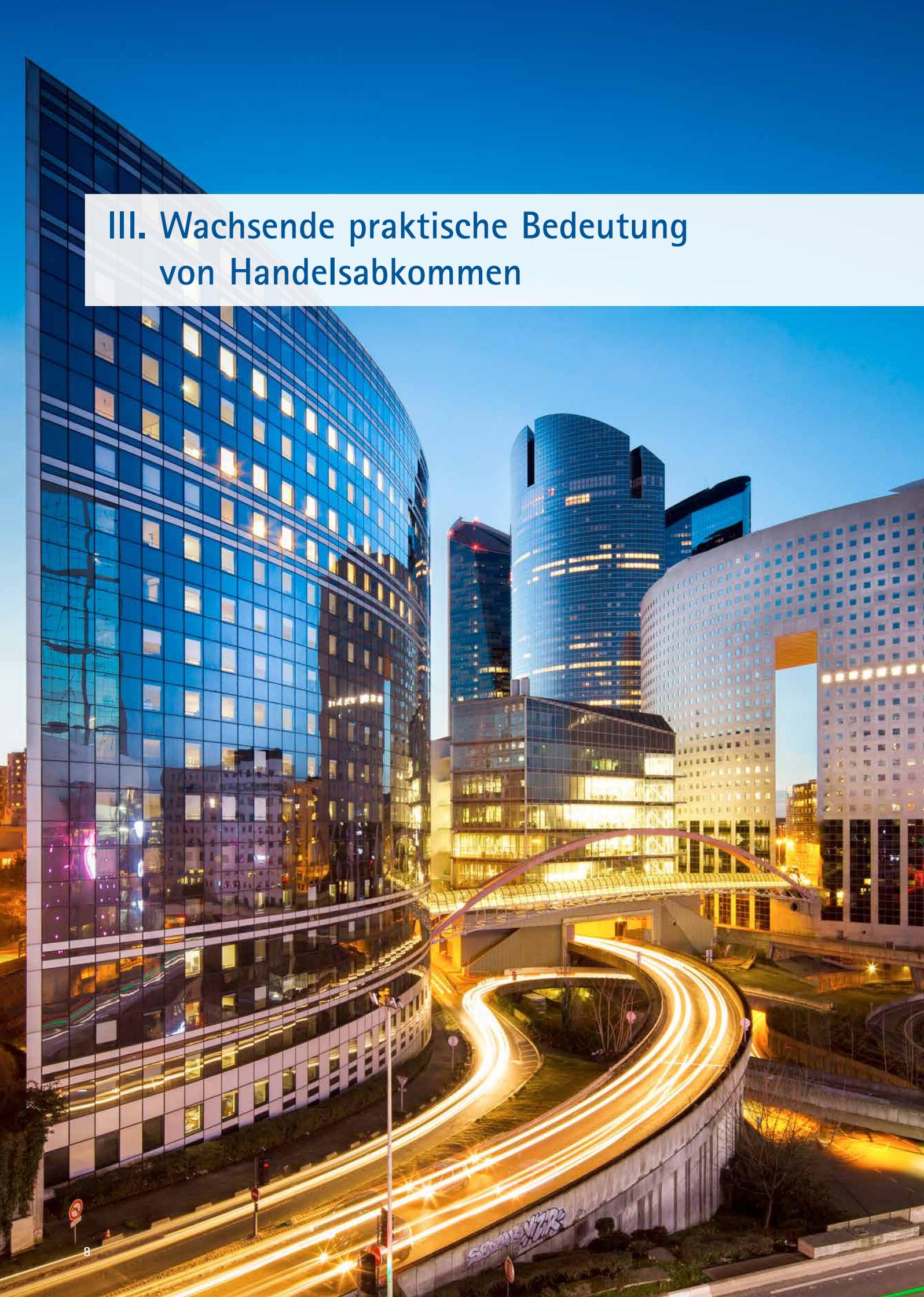


Als wesentliche Erleichterung für den Ausführer bietet sich in bestimmten Fällen die Inanspruchnahme einer „Allgemeinen Genehmigung“ an. Diese bietet dem Exporteur den Vorteil der sofortigen Liefermöglichkeit und entsprechender Planungssicherheit, da hier eine langwierige Antragstellung entfällt.

### Was tun?

1. Verschiedene Ebenen von Außenhandelsanktionen im Blick behalten
2. Complianceverstöße bedeuten nicht nur Reputationsschäden, sondern auch strafrechtliche Konsequenzen für die Geschäftsführung
3. Informieren Sie sich beim BAFA über Einzelheiten ([www.bafa.de](http://www.bafa.de))
4. Unterschätzen Sie nicht die Informationslage zu Ihren Geschäften
5. Sorgen Sie für einschlägiges internes Reporting, Weiterbildung und klare Zuständigkeiten – vorsätzliche Verstöße oder grobe Fahrlässigkeit begründen ein gravierendes Organisationsversagen

### III. Wachsende praktische Bedeutung von Handelsabkommen



**F**reier Handel ist einer der wichtigsten Wachstumsmotoren für die Weltwirtschaft. Verbraucher wie auch Unternehmen können davon in großem Maße profitieren – das zeigt die Geschichte der Europäischen Union. Die WTO ist zwar bemüht, durch ein weltweites Abkommen den Freihandel zu fördern, scheitert aber in der jüngeren Vergangenheit daran, die vielfältigen divergierenden Interessen der Mitglieder unter einen Hut zu bringen. So ist es zwar Ende 2014 gelungen, auf der Bali-Konferenz die Voraussetzungen für Verfahrenserleichterungen zu schaffen, bis zur praktischen Umsetzung wird es aber noch eine Zeit brauchen.

Deshalb haben sich in den letzten Jahren viele bilaterale und regionale Handelsabkommen zu einem zweitbesten Instrument globaler Handelspolitik entwickelt. Einzelstaaten, aber auch Ländergruppen wie die Europäische Union, verfolgen damit eine neue strategische Ausrichtung, um bessere Zugangsmöglichkeiten zum internationalen Businessparkett zu schaffen.

Bei den bilateralen Abkommen handelt es sich um eine Abmachung zweier Länder oder Ländergruppen. Bei den regionalen sind meist mehr als drei Parteien beteiligt. Zweck dieser Übereinkünfte ist es in erster Linie neben gegenseitigen Investitionsvereinfachungen und Dienstleistungsliberalisierungen, gezielt nicht-tarifäre Handelshemmnisse sowie noch verbliebene Zölle zwischen den beteiligten Vertragspartnern weiter abzubauen.

Weltweit existieren fast 400 registrierte Freihandelsabkommen (<http://rtais.wto.org/UI/PublicAIIRList.aspx>).

Mit 42 Abkommen nimmt die Europäische Union weltweit eine Spitzenposition ein. Wobei ein Teil dieser Abkommen nur einseitigen Charakter hat, wie z. B. das Abkommen mit Ecuador.

Die strategische Bedeutung der Abkommen wird am Beispiel Südkorea klar. Das Freihandelsabkommen zwischen der EU und Korea (Rep.) wird seit Mitte 2011 angewendet. In den ersten drei Jahren wuchsen die deutschen Exporte nach Südkorea, angeführt vom steigenden Absatz deutscher Pkw, in fast allen wichtigen Warengruppen kräftig. So sind die Ausfuhren im dritten Jahr der Anwendung (Juli 2013 bis Juni 2014) im Vergleich zum Zeitraum Juli 2010 bis Juni 2011 um mehr als 30 Prozent gestiegen.



## Was tun?

1. Informieren Sie sich über die eingeräumten Präferenzzölle und Einfuhrmodalitäten Ihrer Zielländer
2. Die kompliziertere Welt stellt höhere Anforderungen an die formalen Verfahrenkenntnisse der MitarbeiterInnen – stellen Sie das sicher, sonst haften Sie auch hier wegen Organisationsverschulden
3. Nicht jeder Zollvorteil aufgrund eines Präferenzabkommens muss sich lohnen – rechnen Sie den administrativen Aufwand gegen! Beispielrechnungen zeigen im Fall Koreas, dass der Aufwand bis zum Dreifachen der Zollvergünstigung ausmachen kann.

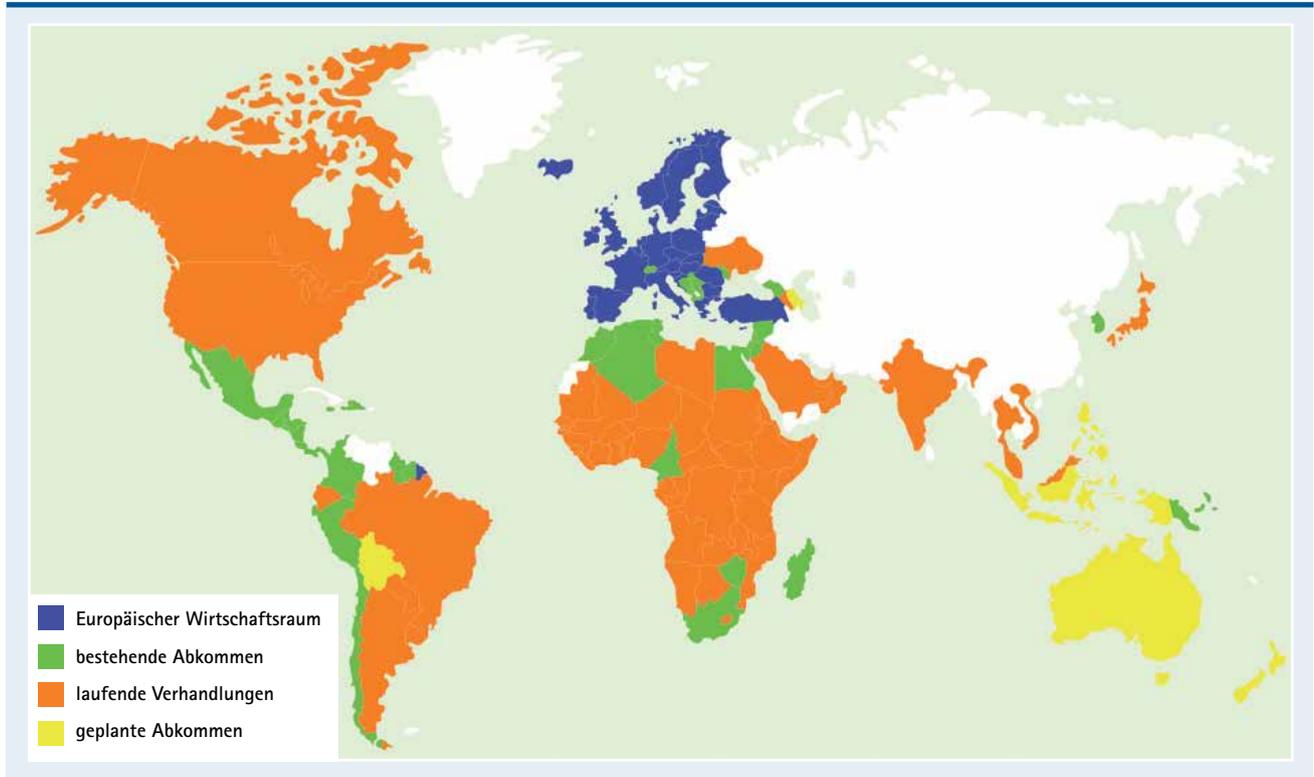
## IV. EU-Abkommen erleichtern Marktzugang

Von diesen Abkommen können die Unternehmen in der EU direkt profitieren. Bei den einseitigen Handelsabkommen können Waren aus den jeweiligen Abkommensländern mit niedrigeren Zollsätzen, als es die Meistbegünstigungsklausel der WTO hergibt, oder sogar zollfrei eingeführt werden. Dies stellt ein Entgegenkommen der Europäischen Union für die Abkommensländer dar. Durch die niedrigeren Abgaben profitieren auch die europäischen Importeure – zumeist kommt dies auch dem letzten Glied in der Kette, den Endkunden, zugute.

Bei den gegenseitigen Handelsabkommen können Waren mit günstigeren Zollsätzen gegenüber der gängigen WTO-Regelung oder sogar zollfrei im- und exportiert werden. Aus der Zolltarifdatenbank Market Access der EU (<http://madb.europa.eu>) sind die begünstigten Abgabensätze für Lieferungen aus der EU abzulesen. Wettbewerbsvorteile, die heimische Unternehmen verstärkt nutzen.

**DUTY FREE**

## Freihandelsabkommen der EU



Quelle: BMEL, Stand: Oktober 2015

Allerdings müssen formell- und materiell-rechtliche Voraussetzungen eingehalten werden, damit die einseitigen oder gegenseitigen Abkommen in die Tat umgesetzt werden können. Folgende vier Grundregeln sind bei der Anwendung der beidseitigen Abkommen zu beachten:

- Ursprungsbegründung der Ware auf dem Abkommensterritorium
- Direktbeförderungsprinzip
- Einhaltung der Zollrückvergütungsklausel (Draw-Back-Verbot)
- Dokumentationsprinzip.

Zu beachten ist hier, dass jedes Abkommen individuell zwischen den Vertragspartnern ausgehandelt wird. Es kann daher zu großen Abweichungen zwischen den verschiedenen Abkommen führen.

### Probleme lauern in der Praxis

Wie bereits geschildert, bieten die Freihandelsabkommen durch den Wegfall von Zöllen deutschen Exporteuren einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Marktbeteiligten in Drittstaaten. Diese Zollvorteile bekommt man aber nicht umsonst.

Beispiel Chile: Hier kann ein deutscher Exporteur von rotierenden Verdrängerpumpen seinem Kunden bis zu 6 Prozent Zollerleichterung gewähren. Voraussetzung: Die Ware wird ursprungsbegründend in der EU hergestellt. Die Bedingungen sind im Abkommen EU-Chile für jede Warengruppe individuell beschrieben. Die Einhaltung der Bedingungen ist durch einen Präferenznachweis zu dokumentieren. Außerdem sind die Pumpen direkt von der EU nach Chile zu befördern. Für sämtliche in die EU importierten Vormaterialien sind die Einfuhrabgaben vollständig entrichtet worden (Verbot der Zollrückvergütung).

## Auszug aus dem Abkommen EU-Chile

Präferenzregelungen	HS-Position	Warenbezeichnung	Be- oder Verarbeitung von Vormaterialien ohne Ursprungseigenschaft, die Ursprung verleihen	
	1	2	3 oder 4	
CL	ex Kapitel 84	Kernreaktoren, Kessel, Maschinen, Apparate und mechanische Geräte; Teile davon ausgenommen:	Herstellen <ul style="list-style-type: none"> <li>• aus Vormaterialien jeder Position, ausgenommen aus Vormaterialien derselben Position wie die hergestellte Ware und</li> <li>• bei dem der Wert aller verwendeten Vormaterialien 40 v.H. des Ab-Werk-Preises der hergestellten Ware nicht überschreitet</li> </ul>	Herstellen, bei dem der Wert aller verwendeten Vormaterialien 30 v.H. des Ab-Werk-Preises der hergestellten Ware nicht überschreitet
	ex 8413	Rotierende Verdrängerpumpen	Herstellen <ul style="list-style-type: none"> <li>• aus Vormaterialien jeder Position, ausgenommen aus Vormaterialien derselben Position wie die hergestellte Ware und</li> <li>• bei dem der Wert aller verwendeten Vormaterialien 40 v.H. des Ab-Werk-Preises der hergestellten Ware nicht überschreitet</li> </ul>	Herstellen, bei dem der Wert aller verwendeten Vormaterialien 25 v.H. des Ab-Werk-Preises der hergestellten Ware nicht überschreitet

Quelle: [www.wup.zoll.de/wup\\_online/](http://www.wup.zoll.de/wup_online/) > Gegenüberstellung der Verarbeitungslisten

Oben stehender Auszug aus dem Abkommen EU-Chile besagt, dass bei der Herstellung von rotierenden Verdrängerpumpen maximal ein Anteil von 25 Prozent, bemessen vom „Ab-Werk-Preis“, aus sogenannten Drittländern verwendet werden darf. Dies bedeutet für exportierende Unternehmen, dass diese anhand von Stücklisten bzw. Rezepturen genau nachweisen müssen, welche Vorprodukte verwendet werden. Mithilfe von sogenannten Lieferantenerklärungen ist dann der Ursprung der Vormaterialien zu dokumentieren. Ein enormer Aufwand, der rechtssicher zu dokumentieren ist.

Die IHK-Organisation hat in 2013 eine Onlineumfrage zur Bewertung des Freihandelsabkommens EU-Südkorea durchgeführt. Das Ergebnis: Damit kleine und mittlere Unternehmen die im Abkommen definierten Vorteile und Erleichterungen

vollständig nutzen können, sind noch bestehende bürokratische Hürden abzubauen. Die Vielzahl der Abkommen mit evtl. unterschiedlichen Anforderungen ist für den Mittelstand schwer umzusetzen. Wer im Auslandsgeschäft erfolgreich sein will, dem bleibt aber kaum eine Alternative.

In den Unternehmen muss demzufolge der Aufbau von Sachkunde bei den Mitarbeitern vorangetrieben werden. Softwarelösungen sind dabei nur bedingt einsetzbar. Denn Fehler bei der ungerechtfertigten Inanspruchnahme von Zollvorteilen im Rahmen der Freihandelsabkommen können teuer werden. Strafzölle, Bußgelder und verärgerte Kunden sind die Folge. Es ist deshalb besser, möglichst früh auch im dokumentären Bereich in das Know-how der Mitarbeiter zu investieren, als später die negativen Folgen zu spüren.

### Was tun?

1. EU-Abkommen beseitigen klassische Einfuhrhemmnisse – aber nur unter Nebenbedingungen. Das Ursprungsrecht bestimmt die Fertigungstiefe und die „Tiefe“ der Wertschöpfungskette. Ihre IHK hilft Ihnen hier weiter!
2. Informationsquellen im Unternehmen sicherstellen – darunter <http://madb.europ.eu>
3. Mit dem UZK setzt sich der Trend fort: Erleichterungen werden an organisatorische Voraussetzungen wie den „ermächtigten Ausführer“ geknüpft. Diesen Status zu erreichen ist meist unerlässlich, kostet aber Geld und vor allem Zeit.



## V. Verträge und Abkommen

**D**urch geschickte Vertragsgestaltung können viele Fallstricke und Klippen bereits im Vorfeld umgangen werden. Unternehmen sollten daher Zeit und Know-how in die Vertragsvorbereitung investieren, um die sich bietenden Chancen der Gestaltungsfreiheit nutzen zu können.

Für den Vertragsschluss genügen zwei übereinstimmende Willenserklärungen. Da dies sogar auch mündlich, quasi per Handschlag, funktioniert, sind viele Vertragsbestandteile vorher zu überdenken. In aller Regel gibt es keine Formvorschriften im Sinne einer Schriftformerfordernis, dennoch sollte die Schriftform aufgrund der besseren Beweislage der Standard sein. Ein Vertragsentwurf sollte zur Unterschrift ruhig auf dem Postwege verschickt werden. Hierdurch wird gleich die Zustellfähigkeit geprüft. Klarheit über die Identität des Kunden im internationalen Geschäft ist noch wichtiger als im inländischen. (Tipp: ggf. weitere Auskünfte über den Vertragspartner über AHKs einholen, zustellfähige Adresse prüfen, Vertretungsregelungen bei ausländischen Gesellschaftsformen beachten.)

Bevor der Vertrag allerdings unterschriftsreif verschickt wird, sind die nachfolgenden Anregungen zumindest gedanklich durchzugehen.

Da die Vertragspartner das auf den Vertrag anzuwendende Recht frei wählen können, sollten die außervertraglichen Risiken bedacht werden, bevor man sich auf eine Rechtsordnung festlegt. Ohne hierbei für die deutsche Gesetzgebung eine Lanze brechen zu wollen: Die Rechtsdurchsetzbarkeit in Deutschland ist im internationalen Vergleich überdurchschnittlich, zumindest hinsichtlich Zeit, Kosten und Vorhersehbarkeit. Die Vorteile des deutschen Rechts sind in der Broschüre „Law – Made in Germany“ gut zusammengefasst: [www.lawmadeingermany.de](http://www.lawmadeingermany.de)

Innerhalb der EU ist eine fehlende Rechtswahlklausel unproblematisch. Die sogenannte „Rom-I-Verordnung“ gilt für alle vertraglichen Schuldverhältnisse in Zivil- und Handelssachen. Bei Kaufverträgen über bewegliche Sachen gilt das Recht des Staates, in dem der Verkäufer seinen gewöhnlichen Aufenthalt oder Sitz hat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>) Bei Verträgen mit Verbrauchern sind allerdings die Besonderheiten des Artikel 6 der Rom-I-VO zu beachten.



Handelt es sich um ein Geschäft, das über die Grenzen der EU hinausgeht, sind erst bi- oder multilaterale Vereinbarungen der Vertragsstaaten zu prüfen. In über 80 Staaten weltweit führt die Prüfung zum UN-Kaufrecht, in Deutschland ist es sogar Bestandteil der eigenen Rechtsordnung geworden.

**Formuliert man also zum Beispiel:** „Für diesen Vertrag sowie Fragen, die seine Durchführung, Gültigkeit und Auslegung betreffen, finden die Vorschriften des deutschen Rechts Anwendung“, so gilt das UN-Kaufrecht, da es unmittelbar Teil des deutschen Rechts ist. Soll es hingegen nicht zur Anwendung kommen, so muss es ausdrücklich ausgeschlossen sein. **Beispiel:** „...finden die Vorschriften des deutschen Rechts Anwendung. Die Vorschriften des UN-Kaufrechts werden ausgeschlossen.“

**Wichtiges zum UN-Kaufrecht:** Inhaltlich regelt das UN-Kaufrecht nicht alle denkbaren Problemstellungen, die sich aus einem Kaufvertrag ergeben könnten. Es bestehen also Regelungslücken. Es enthält beispielsweise keine Vorschriften über die Verjährung von Ansprüchen oder über die Produzentenhaftung. Diese Lücken müssen dann von dem jeweils anwendbaren innerstaatlichen Recht ausgefüllt werden.

Ist nun die Fragestellung des anzuwendenden Rechts – mit oder ohne Vereinbarung – geklärt, ist die Rechtsdurchsetzbarkeit von entscheidender Bedeutung. Auch wenn grundsätzlich der Beklagenschutz gilt, sind zwischen Unternehmen Gerichtsstandsvereinbarungen möglich und üblich. Auch Schiedsgerichtsklauseln sind möglich. Diese sind aber nur bei höheren Streitwerten zu empfehlen, da die Verfahren sehr teuer sind. Wie auch immer: Prozesswege sind durch die Instanzen bis zur Zwangsvollstreckung zu betrachten. D. h. Gerichtsstand, anzuwendendes Recht und Vollstreckungsmöglichkeiten müssen aufeinander abgestimmt sein.

Sollte z. B. kein Vollstreckungsabkommen mit dem Staat, in dem der Geschäftspartner seinen Sitz hat, vorliegen, ist der Gerichtsstand in den Vertragsstaat des Vertragspartners zu legen. Hier besteht zwar das Problem der fremden Rechtsordnung und des damit einhergehenden höheren Prozessrisikos. Jedoch könnte im Falle des Obsiegens zumindest vollstreckt werden.

Alternativ könnte folgende **Beispielsvereinbarung** getroffen werden: „... ist der Käufer Kaufmann i. S. d. deutschen Handelsgesetzbuches, juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher – auch internationaler – Gerichtsstand für alle sich aus diesem Vertragsverhältnis unmittelbar oder mittelbar ergebenden Streitigkeiten 45894 Gelsenkirchen (Deutschland). Der Verkäufer ist jedoch berechtigt, Klage am allgemeinen Gerichtsstand des Käufers zu erheben.“ Damit hat der Exporteur die Wahlmöglichkeit, falls kein Vollstreckungsabkommen für deutsche Titel mit dem Zielland existiert. All diese Vertragsbestandteile werden nicht nur in Deutschland gern in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) geregelt. Daher ist es umso wichtiger, dass sie auch wirksam in den Vertrag miteinbezogen wurden. Im grenzüberschreitenden Handelsverkehr ist es erforderlich, einen für den ausländischen Adressaten verständlichen Hinweis auf die Geltung der eigenen AGBs zu geben und dies in einer für ihn verständlichen Sprache.

Die Vertragssprache bietet sich in einem solchen Fall nur an, sofern sie eine Weltsprache ist oder die Muttersprache des Vertragspartners. Die Richter verlangen, dass dem ausländischen Vertragspartner in zumutbarer Weise die Gelegenheit gegeben werden muss, die AGBs zur Kenntnis zu nehmen und zwar vor bzw. bei Vertragsschluss. Ein Verweis auf den entsprechenden AGB-Link der eigenen Homepage ist an dieser Stelle nicht ausreichend.

Der nächste Fallstrick im internationalen Geschäft lauert bei der Absicherung der Kaufpreisforderung. Ebenso wie bei den großen Exporteuren taucht auch bei mittelständischen Unternehmen schnell die Frage auf, wie sie ihre Auslandsgeschäfte finanzieren und absichern. Denn nicht immer ist der ausländische Käufer bereit und in der Lage, die zu liefernden Güter im Voraus zu bezahlen oder eine Anzahlung zu leisten, die möglicherweise bereits die Selbstkosten des Verkäufers abdeckt.

Oft benötigt also der Exporteur Kapital für den Kauf und die Produktion seiner Exportgüter. Erst wenn der ausländische Käufer gezahlt hat, ist der entsprechende Gegenwert verfügbar. Auch Transportlaufzeiten, Transferfristen oder Lieferkredite binden das eingesetzte Kapital. Unterm Strich wird die Finanzierungslaufzeit im Wesentlichen von der Zahlungskondition abhängig sein, die zwischen Exporteur und Importeur vereinbart wurde.

Die Frage ist also, wie sichert man einen Kaufpreisanspruch im Außenhandel vertraglich ab? Übliches Sicherungsmittel des Verkäufers im innerdeutschen Geschäftsverkehr ist der Eigentumsvorbehalt. **Beispiel:** „Bis zur endgültigen Bezahlung der Ware bleibt der Verkäufer Eigentümer der Ware.“

Im internationalen Geschäft ist die Frage des Eigentumsvorbehalts auch immer eine Frage des jeweiligen Lagerortes der Ware. Das Recht des Ortes, an dem sich die Ware befindet, entscheidet also über die Zulässigkeit und Wirkung einer solchen Vereinbarung. Auch wenn üblicherweise ein größeres geschäftliches Vorhaben über ein Akkreditiv gesichert wird und somit andere Sicherungsmittel überflüssig erscheinen, kann eine zusätzliche Eigentumsvorbehaltsklausel im Vertrag nicht schaden. Sollte das Akkreditiv z. B. aus formalen Gründen nicht greifen, so bliebe immer noch der Eigentumsvorbehalt.



### Was tun?

1. Vertragspartner überprüfen; ladungsfähige Anschrift prüfen, ggf. AHK einschalten ([www.ahk.de](http://www.ahk.de))
2. Rechtswahl treffen
3. Rechtsdurchsetzbarkeit prüfen
4. Gerichtsstand auswählen
5. Wirksame Einbeziehung der eigenen AGBs prüfen
6. Zahlungsbedingungen regeln

## VI. Neue Märkte, neue Ufer

Trotz der Tendenz, die strategische Auslandsmärkte abzusichern, ist der Trend vieler Unternehmen, ihre Auslandstätigkeiten auszubauen, weiterhin vorhanden. Dabei werden die angestrebten Märkte immer exotischer. Die Gründe liegen zum einen in der doch schleppenden Entwicklung der BRICS-Staaten. Hier sind insbesondere die Stagnation in Brasilien und Südafrika und die nachlassende Dynamik in China zu nennen. Aber auch die Folgen der Sanktionen gegen Russland und die damit einhergehende Abwertung des Rubels bereiten einigen Betrieben zunehmend Schwierigkeiten.

Diese Faktoren bedingen die Motivation für die Erschließung von neuen Nischenmärkten, wie z. B. Myanmar, Angola oder Kenia. Unternehmen, die einen dieser Märkte ins Auge gefasst haben, müssen sicherlich eine gewisse Risikobereitschaft entwickeln, um dort geschäftlich tätig zu werden. Denn eines ist klar: Wären die Nischenmärkte einfach zu bearbeiten, dann wären die Wettbewerber auch schon vor Ort.

Gerade in Entwicklungs- und Schwellenländern ticken Politik, Wirtschaft und Gesellschaft häufig anders. Wenn man aber die Herausforderungen kennt, sind diese mit der entsprechenden Vorsicht auch zu meistern. Informationen und Unterstützungsmaßnahmen sind in vielfältiger Form erhältlich. Eine gute Vorbereitung bleibt der Schlüssel zum Erfolg.

## Wohin tendiert die Welt?

Erste Ansatzpunkte liefert die Studie „Going International“, die auf einer Befragung der Industrie- und Handelskammern bei über 2000 außenhandelsorientierten Unternehmen fußt. Die Einschätzung von Wachstumsmärkten, aber auch die Identifikation von schwächelnden Regionen aus Sicht verschiedener Marktteilnehmer ist daraus zu entnehmen. Gepaart mit den statistischen Angaben der Market Access Datenbank (<http://madb.europ.eu>) und den ebenfalls weitgehend kostenfreien Informationen der zum Bundeswirtschaftsministerium gehörenden Gesellschaft „Germany Trade and Invest“ ([www.gtai.de](http://www.gtai.de)) geben diese Daten schon aussagekräftige Hinweise auf mögliche Zukunftsmärkte.

Vorteil: Alle Informationen können schnell vom eigenen Schreibtisch aus beschafft und analysiert werden. Aufwendige Marktstudien sind für eine erste Einschätzung nicht unbedingt notwendig. Unabhängig davon gibt es das Netzwerk befreundeter Unternehmen, das ohnehin kontaktiert werden dürfte.

## Überblick vor Ort verschaffen

Stimmen die statistischen Rahmendaten für ein Land, dann wird es sich auch im Zeitalter der digitalen Kommunikation nur selten vermeiden lassen, dass sich der Unternehmer ein Bild vor Ort verschafft, um damit auch die Kontaktaufnahme mit möglichen Partnern zu verbinden. Gerade für Nischenmärkte und exotische Länder werden von den IHKs, aber auch von Verbänden und weiteren Organisationen, sogenannte Markterkundungsreisen angeboten. Kontakte knüpfen und Marktchancen ausloten sind die Hauptziele einer solchen Reise. Angebote erhalten Unternehmen z. B. über das Außenwirtschaftsportal NRW (<http://www.nrw-international.de/veranstaltungen/>). Die Reisen werden meist von im Außenhandel erfahrenen Anbietern organisiert und bieten ein kompaktes auf die mitreisenden Unternehmen ausgerichtetes Programm. Messe- und Firmenbesuche vor Ort runden die Reise ab.

## Individuelle Reise auf eingefahrenen Märkten

Aber nicht nur kleinere Nischenländer stehen im Focus der Exportwirtschaft. Nach langen Jahren der Stagnation bilden z. B. die USA wieder ein attraktives Zielland. Zwar werden Richtung USA auch Unternehmerreisen durchgeführt, oftmals ist aber aufgrund der Größe des Landes die geeignete Zielregion oder auch Branche nicht im Angebot. Hier kann die direkte Kontaktaufnahme mit einer deutschen Auslands-



handelskammer vor Ort Abhilfe schaffen. Die AHKs können individuell abgestimmte Programme ausarbeiten, Kontakte schaffen, und einen Überblick über die Marktstrukturen vermitteln (<http://www.ahk.de>).

## Messen liefern Marktinformationen

Messen und Ausstellungen sind perfekte Marktplätze und daher besonders geeignete Informationsquellen. Dort können sowohl Informationen über die Wettbewerbslage der eigenen Branche gewonnen als auch (potenzielle) Kunden oder Handelsmittler über das eigene Unternehmen informiert werden.

Grundsätzlich können Messen in dreierlei Weise genutzt werden:

- Katalogstudium: Das Sichten eines Messekatalogs verschafft einen exzellenten Überblick über die internationalen Wettbewerber und die Themenschwerpunkte der Branche. (Zugang zu Messekatalogen erhält man über [www.auma.de](http://www.auma.de)).
- Messebesuch: Er empfiehlt sich (auch im Inland) zur Kontaktaufnahme mit Kunden, Lieferanten oder Wettbewerbern, um erste Markt- und Kooperationsmöglichkeiten zu sondieren.
- Messeteilnahme: Zur Teilnahme sollte man sich erst entschließen, wenn ausreichendes Potenzial bei Zielmärkten und Zielgruppen identifiziert wurde. Eine Messeteilnahme kann für KMU unter bestimmten Voraussetzungen gefördert werden. (<http://www.ihk-nordwestfalen.de/wirtschaft/international/laender-und-maerkte/>).

## Interkulturelles Verständnis ist unabdingbar

Ob Unternehmerreise oder Messebesuch – erfolgreiches wirtschaftliches Handeln bleibt „people business“: Dies ist geprägt von langfristig wirkenden kulturbedingten Wertvorstellungen, die wiederum von Land zu Land variieren. Daher ist das Wissen um die kulturellen Besonderheiten einer der Schlüssel für den Auslandserfolg.

Unternehmen und Mitarbeiter müssen für kulturelle Unterschiede sensibilisiert sein und auf diese eingehen. Elementar und gleichermaßen kritisch sind das Verständnis der unterschiedlichen Wertesysteme, Umgangsformen, mentalen Befindlichkeiten sowie der landestypische Gebrauch von Sprache und Symbolen. Führungsverhalten und Entscheidungsfindungsprozesse können sich je nach Landeskultur grundlegend unterscheiden.

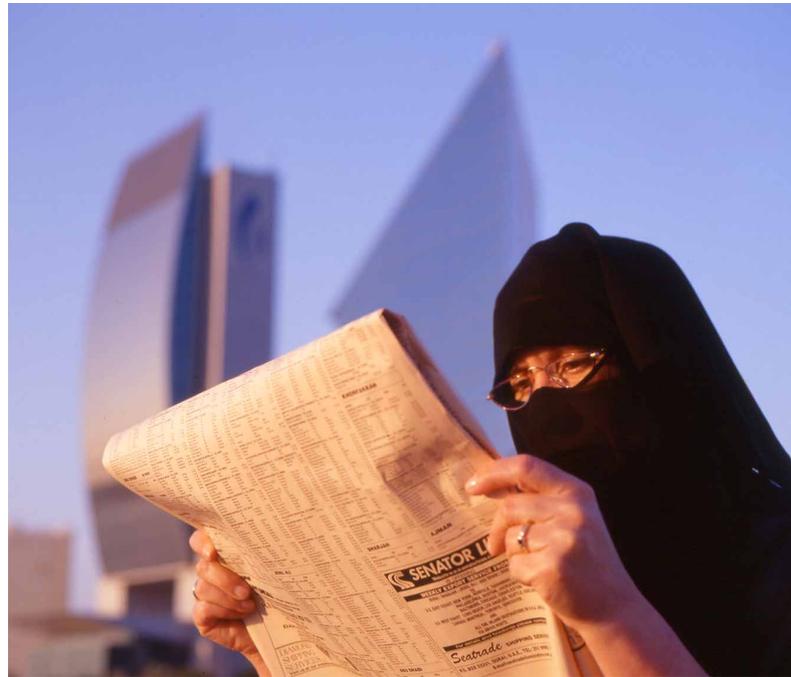
## Produktanpassung und Zertifizierung beachten

Oftmals ist eine Anpassung des Produktes an die Besonderheiten des Landes, sogar bis hin zu einer Änderung des Produkt- bzw. des Markennamens erforderlich. Zertifizierungs- und Zulassungserfordernisse in den Zielmärkten wirken manchmal als k.-o.-Kriterium. Gerade auf kleineren Zielmärkten mag es sich kaum lohnen, teure Zertifizierungsprozedere zu durchlaufen, die sich allenfalls langfristig rechnen. Eine Vereinheitlichung technischer Normen weltweit ist zwar kurzfristig kaum machbar, aber das derzeit verhandelte TTIP-Abkommen mit den USA könnte hier eine wichtige Vorreiterrolle spielen.

## Gute Vorbereitung durch Marktanalysen

Wo Marktkenntnisse fehlen, helfen Analysen Dritter. Deutsche Außenhandelskammern etwa bieten hier umfangreiche Dienstleistungen an. Markteintrittsbarrieren, Marktgröße sowie rechtliche Rahmenbedingungen werden beleuchtet und das eigene Produkt auf dessen Marktgängigkeit geprüft:

- Ist es für den Export in das Zielland geeignet?
- Ist der Preis wettbewerbsfähig?
- Welche lokalen Absatzwege bieten sich an?



## Was tun?

1. Neue Märkte bieten eine Vielzahl von Fallstricken – besonders bei den „unknown unknowns“. Angeblich scheitern 60 Prozent der Anläufe auf dem US-Markt – bereiten Sie sich vorher gut vor: Gutes Desk Research bietet mehr Informationen als oft gedacht. Viele Anbieter, die Sie unterstützen, sind hier auf dem Markt.
2. Nutzen Sie beim Markteintritt die Kenntnisse befreundeter Unternehmen und der AHKs – preiswerte erste Schritte eröffnen „Office in Office“-Repräsentanzen, die Sie mit Informationen direkt vor Ort versorgen.
3. AHKs sind in über 80 Ländern der Welt mit 130 Büros vertreten, oftmals seit vielen Jahrzehnten. Nutzen Sie deren Querschnitts- und Erfahrungswissen! Glauben Sie nicht, dass nur Sie das Problem haben, mit dem Sie sich gerade auseinandersetzen!

## Impressum

### Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen  
Sentmaringer Weg 61 | 48151 Münster  
Telefon 0251 707-0  
[www.ihk-nordwestfalen.de](http://www.ihk-nordwestfalen.de)

### Redaktion:

Geschäftsbereich International und Volkswirtschaft, Markus Krewerth, Gerhard Laudwein, Christian Ludwig und Prof. Dr. Bodo Risch (verantwortlich), in Zusammenarbeit mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit

### Ansprechpartner:

im Münsterland  
Gerhard Laudwein  
Telefon 0251 707-199 | E-Mail [laudwein@ihk-nw.de](mailto:laudwein@ihk-nw.de)  
Christian Ludwig  
Telefon 0251 707-286 | E-Mail [ludwig@ihk-nw.de](mailto:ludwig@ihk-nw.de)

### in der Emscher-Lippe-Region

Markus Krewerth  
Telefon 0209 388-304 | E-Mail [krewerth@ihk-nw.de](mailto:krewerth@ihk-nw.de)

### Stand:

Januar 2016

### Gestaltung:

C. Rommel, Werbekonzepte & Design, Steinfurt

### Fotonachweise:

#### Titelseite:

[www.fotolia.com](http://www.fotolia.com): Marek Brandt, pmphoto, Nicola Vernizzi, Wilson Wong, Jan Becke, AVAVA, winni, mamahoohooba, Ine Beerten, JohnKwan;

#### Innenteil:

[www.fotolia.com](http://www.fotolia.com): c (S. 3), JohnKwan (S. 5), Martina Berg (S. 6), c (S. 7), Jan Becke (S. 8), Kzenon (S. 9), pmphoto (S. 10), AVAVA (S. 13), Ludovic Lanoî (S. 14), Erwin Wodicka (S. 15), Luciano Mortula (S. 16), Dimitry Ersler (S. 17), Udo Kroener (S. 18);

Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt.  
Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen keine Gewähr.



Industrie- und Handelskammer  
Nord Westfalen

Sentmaringer Weg 61  
48151 Münster  
muenster@ihk-nordwestfalen.de  
Telefon 0251 707-0  
Telefax 0251 707-325

[www.ihk-nordwestfalen.de](http://www.ihk-nordwestfalen.de)

mit Standorten  
in Bocholt und Gelsenkirchen

Willy-Brandt-Straße 3  
46395 Bocholt  
bocholt@ihk-nordwestfalen.de  
Telefon 02871 9903-0  
Telefax 02871 9903-40

Rathausplatz 7  
45894 Gelsenkirchen  
gelsenkirchen@ihk-nordwestfalen.de  
Telefon 0209 388-0  
Telefax 0209 388-101