Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.

GründerZeiten 12

Import und Export

INHALT

2 Import
4 Checkliste: Importgeschäft gut vorbereiten
5 Export
6 Checkliste: Exportvorhaben gut vorbereiten
7 Exportförderung (Auswahl)
8 Exportfinanzierung (Auswahl)
9 Warenhandel innerhalb der EU
10 Exportkreditversicherung
11 Tipps fürs Auslandsgeschäft
12 eTraining: Export-Vorbereitung
12 BMWi-Außenwirtschaftsoffensive

Import und Export

Import

Die Bundesrepublik Deutschland ist derzeit Vize-Exportweltmeister. Im öffentlichen Bewusstsein wird dabei übersehen, dass Deutschland auch eine Importnation ist. Im Jahr 2012 stiegen die aus dem Ausland importierten Waren auf einen Rekordwert von 909 Milliarden Euro.

Die Palette der am meisten eingeführten Produkte reicht dabei von Erdöl und Erdgas, Datenverarbeitungsgeräten, elektrischen und optischen Erzeugnissen, Kraftfahrzeugen, chemischen Erzeugnissen bis hin zu Maschinen, Metallen und elektrischen Ausrüstungen.

Die Waren kommen in erster Linie aus den anderen EU-Mitgliedstaaten, allen voran die Niederlande, Frankreich und Italien. Die Hauptlieferanten außerhalb der EU sitzen in der Volksrepublik China, in den USA, Russland und der Schweiz.

Export

Beinahe jeder vierte Arbeitsplatz hängt in Deutschland direkt oder indirekt vom Export ab. Der Export ist somit für die Wirtschaft Deutschlands eine der tragenden Säulen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Das Auslandsengagement von kleinen und mittleren Betrieben ist aber gegenüber dem der Großunternehmen eher bescheiden. Dabei könnten die Aktivitäten und der Erfolg der kleinen und mittleren Unternehmen auf den internationalen Märkten durchaus gesteigert werden.

Auch 2012 war für die deutschen Exporteure ein erfolgreiches Jahr. Sie steigerten ihre Ausfuhren um 3,4 Prozent zum Vorjahr auf mehr als 1 Billion Euro. Besonders kräftig stieg der Absatz von Kfz, Maschinen, Chemieerzeugnissen und Elektrowaren. Der größte Anteil der deutschen Exporte (rund 60 Prozent) geht in die Mitgliedstaaten der EU. Mit Abstand der bedeutendste Absatzmarkt für deutsche Waren ist und bleibt Frankreich, gefolgt von den USA, Großbritannien und den Niederlanden. An die fünfte Stelle aufgerückt ist die Volksrepublik China, mit weiterhin wachsender Bedeutung.

Diese Ausgabe der GründerZeiten zeigt Ihnen, was Sie beim Import und Export von Waren und Rohstoffen wissen und beachten sollten.

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/Erfahrungen mit der Einfuhrabwicklung (Zollabwicklung, Einfuhrgenehmigungspflichten) vorhanden?

Risiken beim Import

Wie bei jedem Geschäft gibt es nicht nur Vorteile. 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, die Auslandshandelskammern, 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 – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH (www.gtai.de) 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 und 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 Lieferschwellen gibt, oder für den Erwerb eines neuen Fahrzeugs. Die USt-IdNr. erteilt das Bundeszentralamt für Steuern:
→ www.bzst.bund.de

Auskunftspflicht: Alle natürlichen und juristischen Personen, die jährlich für mehr als 500.000 Euro Waren aus der EU beziehen, sind gegenüber dem Statistischen Bundesamt auskunftspflichtig. Sie müssen eine so genannte

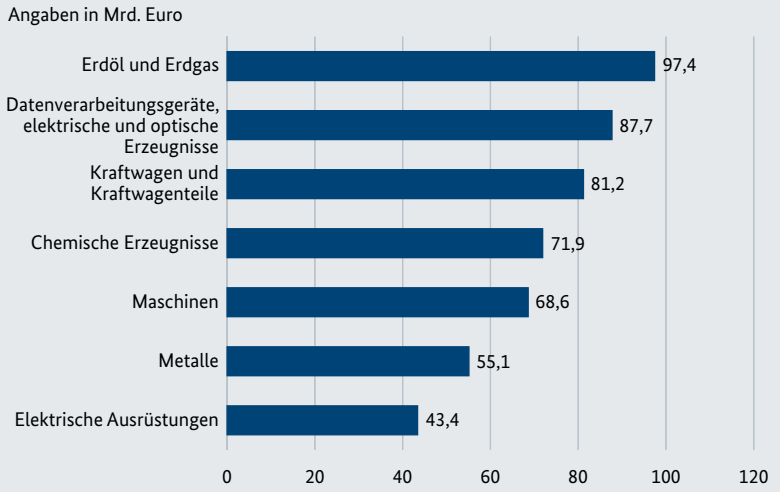
Intrastat-Meldung abgeben. Von der Auskunftspflicht befreit sind Privatpersonen und Unternehmen, deren Wareneingänge unterhalb des Schwellenwertes liegen.

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 Schuhe aus einigen asiatischen Ländern 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. Weitere Informationen gibt die Zentralstelle für Zollkontingente.

Einfuhrlizenzen: 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.

TOP 7 der Import-Güter



Quelle: Statistisches Bundesamt 2013

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.

Informationen im Internet

Absatz/Import
www.bmwi-unternehmensportal.de

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 „Haustüre" 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.

Typischer Fehler: keine Marktkenntnis

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. Vor allem diejenigen, die ihren Export erst aufbauen wollen, sollten sich in der Regel zunächst einmal in ihren Nachbarländern umschauen, 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 anderen Markt anpassen, angefangen bei der Übersetzung der Produktbeschreibung über die Verpackung bis hin zur Produktanpassung an den Kundenwunsch. Hohe Umsatzerwartungen können sich auch nur dann erfüllen, wenn 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?

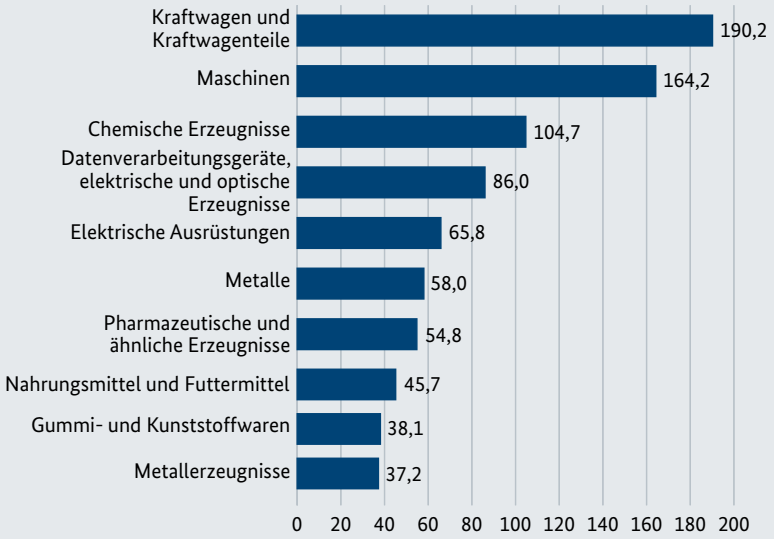
Unterstützung: Deutsche Auslandshandelskammern

Wer Auslandsmärkte erschließen möchte, sollte sich zur Beratung und Unterstützung an die deutschen Auslandshandelskammern bzw. an die Delegiertenbüros der deutschen Wirtschaft wenden, die in über 80 Ländern vertreten sind. Sie helfen bei der Beurteilung der Marktchancen in den jeweiligen Branchen und bieten direkte Unterstützung beim Exportaufbau. Sie

können auch wichtige Hinweise zu den Geschäftsgepflogenheiten in den einzelnen Ländern geben. Die Kontaktadressen und persönlichen Ansprechpartner sind bei den Industrie- und Handelskammern unter der Webadresse www.ahk.de zu bekommen.

TOP 10 der Export-Güter

Angaben in Mrd. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt 2013

Checkliste: Exportvorhaben 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?

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
Auslandsmesseförderung[1]	Firmengemeinschaftsausstellungen, Informationszentren, Sonderveranstaltungen usw. für Unternehmen mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland sowie deren ausländische Niederlassungen	technisch-organisatorische Betreuung, Überlassung der Ausstellungsfläche, Preisermäßigung für Ausstellungsflächen	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. Geschäftsanbahnungssreisen 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 908-673 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 Erneuerbare Energien	Unterstützung bei der Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland durch Marktinformationen, Geschäftsanbahnung, Marketingunterstützung usw.	Förderung je nach der Art des Vorhabens (meist indirekte Förderung durch kostenlose Teilnahme an Veranstatungen oder Maßnahmen	Geschäftsstelle Exportinitiative Erneuerbare Energien im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Tel.: 030 18615-7386 Fax: 030 18615-5400 eee@bmwi.bund.de www.exportinitiative.bmwi.de
Exportinitiative Energieeffizienz	Unterstützung bei der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen im Bereich der Energieeffizienz auf ausländischen Märkten durch Messebeteiligungen, Marktinformationen, Einkaufsreisen usw.	Förderung je nach der Art des Vorhabens (meist indirekte Förderung durch kostenlose Teilnahme an Veranstaltungen oder Maßnahmen)	Geschäftsstelle Exportinitiative Energieeffizienz im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Tel.: 030 18615-6300 Fax: 030 18615-5300 eee@bmwi.bund.de www.exportinitiative.bmwi.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 Delcredererisiko**	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; Delcredererisiko 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

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.

Verbrauchsteuer

Für verbrauchsteuerpflichtige Waren (Tabak, Spirituosen, Schaumwein, Bier, Kraftstoffe) werden innerhalb der EU Verbrauchsteuern erhoben. Verbrauchsteuern 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 Verbrauchsteuern 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 2004/12/EG vom 11. Februar 2004, 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

Die wichtigsten Handelspartner Deutschlands 2012

Importe (insg. ca. 909 Mrd. Euro)

1. Niederlande (86,6 Mrd. Euro)
2. Volksrepublik China (77,3 Mrd. Euro)
3. Frankreich (64,8 Mrd. Euro)
4. USA (50,6 Mrd. Euro)
5. Italien (49,2 Mrd. Euro)
6. Großbritannien (43,5 Mrd. Euro)
7. Russland (42,5 Mrd. Euro)
8. Belgien (38,4 Mrd. Euro)
9. Schweiz (37,7 Mrd. Euro)
10. Österreich (37,2 Mrd. Euro)

Exporte (insg. 1.097 Euro)

1. Frankreich (104,5 Mrd. Euro)
2. USA (86,8 Mrd. Euro)
3. Großbritannien (72,2 Mrd. Euro)
4. Niederlande (71 Mrd. Euro)
5. Volksrepublik China (66,6 Mrd. Euro)
6. Österreich (57,9 Mrd. Euro)
7. Italien (56 Mrd. Euro)
8. Schweiz (48,8 Mrd. Euro)
9. Belgien (44,6 Mrd. Euro)
10. Polen (42,2 Mrd. Euro)

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2013

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 sehr weitgehenden Sanktionen nach dem Iran-Embargo. Nähere Informationen gibt es beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle unter www.bafa.de

Exportkreditversicherung

Staatliche Exportkreditversicherung

Zur Absicherung der mit Exportgeschäften verbundenen Käuferrisiken und Länderrisiken können deutsche Exporteure sowie deutsche und ausländische Finanzinstitute die Exportkreditgarantien des Bundes (Hermesdeckungen) in Anspruch nehmen. Damit können sie sowohl Exportgeschäfte mit staatlichen Abnehmern als auch mit privaten Abnehmern im Ausland gegen einen Zahlungsausfall absichern. Versichern kann man Risiken vor dem Versand der Ware (Fabrikationsrisiken) und nach dem Versand der Ware (Ausfuhrrisiken). Kurzfristige Lieferungen in EU-Länder und OECD-Kernländer können grundsätzlich nicht mit Hermesdeckungen abgesichert werden. Allerdings kann die EU-Kommission ein Land vorübergehend als nicht marktfähig einstufen und damit eine Absicherung möglich machen.

Fabrikationsrisikodeckung

Mit einer Fabrikationsrisikodeckung sichert der Exporteur Selbstkosten (Einzel- und Gemeinkosten) für die im Ausfuhrvertrag mit dem ausländischen Besteller vereinbarten Lieferungen und Leistungen bis zur Höhe des Auftragswertes ab. Gedeckte Risiken: Produktionsabbruch aufgrund

- der Insolvenz des ausländischen Bestellers,
- der Lossagung vom Vertrag oder schwerer Vertragsverletzungen,
- staatlicher Maßnahmen und kriegerischer Ereignisse,
- von in der Bundesrepublik Deutschland geltenden Embargo-Maßnahmen oder von Embargo-Maßnahmen am Exportgeschäft beteiligter Drittländer,
- der Nichtzahlung von Stornierungskosten bzw. Teilvergütungsansprüchen nach einer berechtigten Kündigung durch den Besteller.

Lieferantenkreditdeckung

Mit einer Lieferantenkreditdeckung (gegen Ausfuhrrisiken) sichert ein deutscher Exporteur eine Forderung mit kurz- oder langfristigem Zahlungsziel aus einem einzelnen Ausfuhrgeschäft ab. Gedeckte Risiken: Zahlungsausfall aufgrund

- der Nichtzahlung der Forderung innerhalb von sechs Monaten nach Fälligkeit (protracted default),
- der Insolvenz eines Bestellers,
- staatlicher Maßnahmen und kriegerischer Ereignisse,
- der Nichtkonvertierung/-transferierung von Landeswährungsbeträgen,
- der Beschlagnahme der Ware aufgrund politischer Umstände,
- der Unmöglichkeit der Vertragserfüllung aufgrund politischer Umstände.

Selbstbeteiligung

Der Deckungsnehmer ist in jedem Schadensfall mit einer bestimmten Quote am Ausfall beteiligt. Sie beträgt in der Regel für die politischen Risiken fünf Prozent vom Ausfall, für die wirtschaftlichen Risiken und den Fall der Nichtzahlung 15 Prozent. Bei der Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung beträgt die Selbstbeteiligung für politische Risiken auch fünf Prozent, während sie für wirtschaftliche Risiken auf zehn Prozent reduziert ist.

Quelle und weitere Informationen: Euler Hermes Deutschland AG, Exportkreditgarantien des Bundes. www.agaportal.de

Private Ausfuhrkreditversicherung

Die Atradius Kreditversicherung AG in Köln, die Coface Kreditversicherung AG in Mainz, die Euler Hermes Deutschland AG in Hamburg und weitere Versicherungsgesellschaften bieten auch private Ausfuhrkreditversicherungen an, die insbesondere vor wirtschaftlichen Risiken, aber auch vor politischen Risiken schützen.

So arbeitet eine Exportkreditversicherung

Grafik: BMWi, Quelle: Euler Hermes Kreditversicherungs-AG

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 Usancen 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 um die Märkte wissen, sondern auch um 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 im „unbekannten" Markt zu erreichen ist das größte Problem und 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 Neuakquisition. 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:** Scheuen Sie sich nicht, auch persönliche Informationen über Ihre wichtigsten Geschäftspartner zu sammeln: 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.
- **Spontaneität:** 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.
- **Sekretärin, Assistent, Mitarbeiter:** Pflegen Sie nicht nur Kontakte zu Ihren eigentlichen Geschäftspartnern, sondern auch zum jeweiligen Arbeitsumfeld. Sekretärin, 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

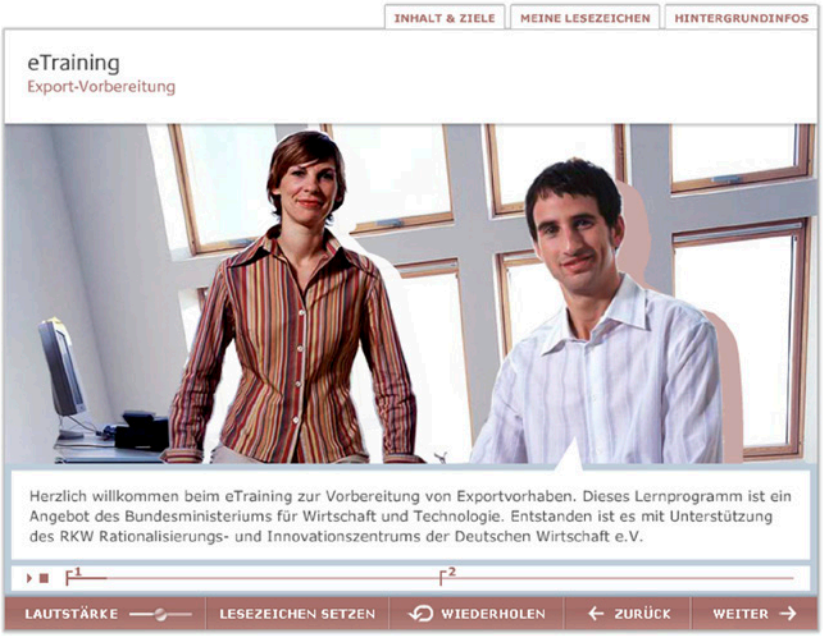
- In Zusammenarbeit mit der Hausbank des Kunden wird vereinbart, dass die Warendokumente zuerst an die Hausbank des Kunden übergeben werden und dass diese gleichzeitig zusagt, dann den Kaufpreis zu bezahlen.
- weitestgehende Sicherheit für den Exporteur

Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag

eTraining: Export-Vorbereitung

Das BMWi eTraining „Export-Vorbereitung“ unterstützt Sie beim Einstieg in das Auslandsgeschäft: durch vielfältige Informationstexte, Übungen und Lernkontrollen. Das eTraining wurde mit Unterstützung des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrums der Deutschen Wirtschaft e.V. erarbeitet

→ www.existenzgruender.de



BMWi-Außenwirtschaftsoffensive

- Programm „Maßnahmen zur Erschließung von Auslandsmärkten für KMU des produzierenden Gewerbes und für Dienstleister“
- Exportinitiativen „Erneuerbare Energien“ und www.efficiency-from-germany.info
- Exportinitiative „Health – Made in Germany“
- Exportinitiative „Zivile Sicherheitstechnologien“
- Besondere Berücksichtigung innovativer KMU bei Minister- und Staatssekretärsreisen
- Initiative „Neue Zielmärkte“ (in Schwellenländern)
- Unterstützung von KMU bei Ausschreibungen
- Begleitung der Luft- und Raumfahrtindustrie in Wachstumsmärkte
- Flankierung der Akquisitionsbemühungen der Verteidigungsindustrie unter Beachtung der Exportbestimmungen
- Förderung des Exportes kultureller und kreativer Produkte und Dienstleistungen
- Fokussierung auf wissensintensive Bereiche wie die Pharma- und Biotechnologie und die Medizin- und Umwelttechnik
- Erweiterung der Beschaffungsinformationsstellen und Durchführung von Beschaffungsseminaren an Standorten der Vereinten Nationen
- www.bmwi.de

Informationen im Internet

Absatz/Export
www.bmwi-unternehmensportal.de

Print- und Online-Informationen

Broschüren und Infoletter

→ **Starthilfe** – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

Bestellmöglichkeiten

Bestelltelefon: 01805 778090
publikationen@bundesregierung.de

Download und Bestellfunktion:

www.existenzgruender.de

Internet

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

Gründerland Deutschland
Guten Start

Impressum

Herausgeber
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Hinweise und Anregungen senden Sie bitte an:
gruenderzeiten@bmwi.de

Stand
Juni 2013

Druck
Bonifatius GmbH, Paderborn

Gestaltung und Produktion
PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis
Thierry Hoarau – Fotolia (S. 1), imagemonkey – iStockphoto (S. 2), catscandotcom – iStockphoto (S. 4), pierivb – iStockphoto (S. 5), The-Tor – iStockphoto (S. 6), Shestakoff – Fotolia (S. 7), Gina Sanders – Fotolia (S. 8), industrieblick – Fotolia (S. 9), markus dehlzeit – Fotolia (S. 10)

Redaktion
PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin.

Auflage
30.000