



Malereien: Carla Schmettler (Rheinische Post)



Donald Trump und Xi Jinping:
Während der US-Präsident auf „America first“ setzt und Konkurrenten mit Strafzöllen droht, strebt der chinesische Staatspräsident eine Technologieführerschaft seines Landes in vielen Bereichen an und verschafft sich durch die „Seidenstraßen-Strategie“ Einfluss in vielen Teilen der Welt. Die Konkurrenz der beiden Mächte führt zu Handelskonflikten, die nicht zuletzt der deutschen Wirtschaft schaden.

Der neue Egoismus:

Welthandel im Krisenmodus

Immer mehr Länder setzen auf Protektionismus. Wie schlagen sich die Außenhandelsunternehmen am Niederrhein in diesen turbulenten Zeiten?
Welche neuen Chancen gibt es?

Ein jahrelang gültiges Credo ist in Misskredit geraten. Der Glaube, dass offene Märkte Wachstum und technologischen Fortschritt generieren und den Wohlstand mehrten, hatte nachweislich die Konjunktur in vielen Ländern der Erde beflügelt. Über drei Jahrzehnte galt die Globalisierung als eine Art ökonomisches Grundgesetz. Weltweiter freier Waren- und Kapitalverkehr über Grenzen hinweg, Standardisierung von Normen und multilaterale Vereinbarungen waren Ziele, die bei politischen Verhandlungen und öffentlichen Bekundungen mit großer Selbstverständlichkeit vorausgesetzt wurden.

Jetzt ist plötzlich alles anders. Ausgerechnet einer der Haupttreiber der Globalisierung, die USA, tritt auf die Bremse. US-Präsident Donald Trump verfolgt seit Beginn seiner Amtszeit das Ziel, die vermeintlich ungerechten internationalen Handelsbeziehungen wieder stärker nationalen Interessen unterzuordnen, „America first“. Vor allem China steht im Fokus des US-Präsidenten. Ein wahrer Handelskrieg mit Zöllen und Gegenzöllen brach aus. Zuletzt eskalierten die USA auch gegenüber der Europäischen Union (EU) den Zollkonflikt. Darüber hinaus gerät die Globalisierung aus anderen Richtungen unter Beschuss. Und immer wieder geht es um die Durchsetzung nationaler Interessen gegenüber globalen Regelungen.

„Für Deutschland als stark vom Export abhängiges Industrieland sind die derzeitigen Einschränkungen besonders gefährlich“, bewertet Bernhard Steinrücke, Hauptgeschäftsführer der Deutsch-Indischen Handelskammer und Sprecher aller deutschen Auslandshandelskammern (AHK), diesen Paradigmenwechsel. „Deshalb muss die Bundesregierung auf allen internationalen Ebenen für den Freihandel kämpfen. Aber die Abhängigkeit vom Export muss auch relativiert werden.“ Überzeugungsarbeit ist jetzt gefragt, so Steinrücke: „Sicherlich besteht die hohe Kunst darin, unseren weltweiten Handelspartnern noch mehr deutlich zu machen, wie sehr auch sie von Deutschland als Importland



Wladimir Putin, Präsident der Russischen Föderation: Die Sanktionen gegen sein Land haben Spuren hinterlassen. Ein Viertel der deutschen Unternehmen hat sich inzwischen aus dem russischen Markt zurückgezogen. Ein neues Problem sind die Russland-Sanktionen der USA, die das Geschäft deutscher Firmen beeinträchtigen.

profitieren, und dass die Einschränkung der Globalisierung schädlich ist.“

Aktuell lassen sich die Folgen des neuen Protektionismus an jedem neuen Konjunkturbarometer ablesen, wobei natürlich nicht nur die großen handelspolitischen Konflikte zur Abkühlung beitragen. Kürzlich erst haben fünf führende deutsche Wirtschaftsforschungsinstitute ihre Konjunkturprognose für Deutschland deutlich nach unten korrigiert. Waren sie im Frühjahr noch von einer Zunahme des Bruttoinlandsprodukts von 0,8 Prozent im Jahr 2019 ausgegangen, erwarten sie nun nur noch 0,5 Prozent. „Die deutsche Industrie befindet sich in einer Rezession, die inzwischen auch auf die unternehmensnahen Dienstleister durchschlägt“, sagte Claus Michelsen, Leiter der Abteilung Konjunkturpolitik des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, bei der Vorstellung der Zahlen Anfang Oktober.

Dass die Wirtschaft überhaupt noch wachse, sei vor allem auf die anhaltende Kaufkraft der privaten Haushalte zurückzuführen. „Vor allem die Risiken, ausgehend von einer Eskalation des Handelskonflikts, sind hoch“, sagt Michelsen. Gründe für die schwache Entwicklung sind demnach die nachlassende weltweite Nachfrage nach Investitionsgütern, auf deren Export die deutsche Wirtschaft spezialisiert ist, politische Unsicherheit, aber auch strukturelle Veränderungen in der Automobilindustrie.

Von alledem sind auch die Wachstumsperspektiven am Niederrhein betroffen, wie der Außenwirtschaftsexperte Stefan Enders von der IHK Mittlerer Niederrhein betont: „Die hiesige Wirtschaft ist geprägt durch Industriebetriebe, die über die Hälfte ihres Umsatzes im Ausland machen. Kühlt sich der Welthandel ab, dann trifft es überdurchschnittlich exportstarke Regionen wie den Niederrhein besonders deutlich.“

Die zwischen Kempen und Rommerskirchen, Niederkrüchten und Dormagen angesiedelten Maschinen- und Anlagenbauer, Chemieunternehmen und Logistiker sind daher gute „Vorboten der wirtschaftlichen Entwicklung“, stellt Enders fest.

Der aktuelle Konjunkturbericht der IHK Mittlerer Niederrhein zeigt, wohin der Weg in der Region geht (s. S. 39). Grundtenor: Das weltwirtschaftliche Umfeld wird rauer. Fast die Hälfte (44,2 Prozent) der befragten Export-Unternehmen sehen in der Entwicklung der Auslandsnachfrage ein wesentliches Konjunkturrisiko. Zuletzt war der Anteil vor fünf Jahren so hoch. Fast ein Viertel (24 Prozent) möchte die Auslandsinvestitionen im Jahr 2020 im Vergleich zu diesem Jahr senken. Nur zweimal in den vergangenen 20 Jahren waren die Pläne der Unternehmen nach Angaben der IHK-Konjunkturexperten noch restriktiver: im Spätsommer 2001 nach den Terroranschlägen

in New York und zu Jahresbeginn 2009 zum Höhepunkt der Wirtschafts- und Finanzkrise (s. Seite 17).

Viele Unternehmen äußern sich auch im Gespräch mit dem IHK-Experten pessimistisch – vor allem beim Thema Brexit. Die IHK hatte in einer Umfrage herausgefunden, dass ein Drittel der Unternehmen in der Region mit negativen Auswirkungen in den nächsten sechs Monaten rechnet. Zwei Drittel äußerten sich neutral, „aber kaum jemand positiv“, bemerkt Enders.

Freihandelsabkommen als Lichtblicke

Die neuen Restriktionen und Unsicherheiten belasten die Unternehmen auch finanziell, und sie binden Kapazitäten. „Die zunehmenden Handelskonflikte in der Welt verursachen aktuell einen beispiellosen finanziellen und bürokratischen Aufwand, der das globale Geschäft für deutsche Unternehmen immer schwieriger macht“, heißt es im Anfang Oktober publizierten DIHK-Außenwirtschaftsreport.

Aber es gibt auch Lichtblicke. Dem neuen Protektionismus und den Handelskriegen stehen Freihandelsabkommen gegenüber, die die Europäische Union zum Beispiel mit Südkorea, Japan und Kanada abgeschlossen hat. Ein Abkommen mit den südamerikanischen Mercosur-Staaten könnte demnächst in Kraft treten. Das seien „gute Signale“, sagt Enders: „Sie zeigen, dass die EU in der Lage ist, die Rahmenbedingungen für Freihandel auf globaler Ebene zu gestalten. Und sie haben eine emanzipierende Wirkung.“ Europa könne sich damit ein wenig von den USA abkoppeln.

Problem: Freihandelsabkommen sind bilaterale Regelwerke, die nicht in allen Punkten aufeinander abgestimmt sind und daher in der Gesamtschau mehr als „Flickenteppich“ erscheinen als ein Werk aus einem Guss. Der IHK-Experte vermutet, dass deshalb manche Unternehmen den Abkommen mit Zurückhaltung begegnen. „Insbesondere Mittelständler haben häufig nicht die Fachabteilungen mit Analysten und Juristen, die die steigende Zahl an Freihandelsabkommen analysieren können.“ Insofern werde das Potenzial der Abkommen nur beschränkt genutzt.

Ein Blick auf die Märkte der Welt zeigt, wie sich das wirtschaftliche Klima verändert hat. Etwa in den USA: Unternehmen, die dort aktiv sind, spüren einen Stimmungsumschwung, der nicht nur von der Politik ausgeht. Axel Hebmüller, Geschäftsführer des in Kaarst ansässigen Unternehmens Hebmüller Aerospace, erlebt dies bei seinen Besuchen etwa in der Whiskey-Region Tennessee. Dort werde in den Medien groß über die neuen europäischen Zölle auf das Getränk berichtet. „Aber wenn ich etwas über die Handelsbarrieren gegenüber China oder Europa lesen will, finde ich nicht viel.“ Man trage eben die regionale Brille. Und auch eine patriotische. „Buy USA“ sei ein Slogan, dem auch US-Unternehmen folgen.

Das ist einer der Gründe, warum Hebmüller eine zweite Fertigung – neben der deutschen – in den USA aufbauen will. Das Unternehmen, das dort bislang mit einem Verkaufsbüro vertreten ist, entwickelt Ventil-Lösungen für die Luftfahrtindustrie. Mit amerikanischer Adresse und US-Personal sieht der Unternehmer bessere Chancen, „das erwarten die Amerikaner“. Wirtschaftliche Gründe sprechen ebenfalls für diese Investition, zum Beispiel zur Währungsabsicherung.

Hebmüller wirbt außerdem als Vertreter von NETVRIDA, einer unternehmerischen Wirtschaftsförderung der Region Northeast Tennessee, um die Ansiedlung deutscher Unternehmen. „Wir suchen kleine und mittelständische Unternehmen, die in den USA investieren wollen.“ Deren Qualität und Wirtschaftskraft sei in Tennessee gefragt. Hebmüller stößt dabei hierzulande auf offene Ohren – „eben aus den gleichen Gründen, weswegen wir dort investiert haben“.

Andere Unternehmen richten ihr Augenmerk nach Osten, vor allem nach China. Und umgekehrt sucht das Reich der Mitte den Schulterchluss mit Europa. Ein Vehikel dazu: die Neue Seidenstraße. Ein Zweig des Handelsweges führt über die Schiene seit einem Vierteljahr auch nach Neuss. „Darauf sind wir stolz“, sagt Karsten Scheidhauer, Geschäftsführer des Hafenunternehmens Neuss Trimodal. Einmal pro Woche werden auf diesem Weg je Richtung 45 mal 40 Fuß große Container



Blaue Erdbeere
Werbetchnik-Manufaktur

**LICHTWERBUNG
KONTURBUCHSTABEN
MESSE- & LADENBAUSYSTEME
FOLIENBESCHRIFTUNGEN
FAHRZEUGBESCHRIFTUNGEN
KONZEPT, GRAFIK & CO.
REBRANDING VON FILIALISTEN
WERBEARTIKEL UVM.**



SHOWroom

blaeuerdbeere.de

tel. +49 (0) 2151 - 56 57 010

kleinewefersstraße 150 | 47803 krefeld



Boris Johnson: Der britische Premierminister will den Brexit – komme, was wolle. Ein Drittel der Unternehmen am Niederrhein geht davon aus, dass der Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union negative Folgen für die Wirtschaft in der Region haben wird.

von und zum Industriezentrum Hefei über 11.000 Kilometer an den Rhein transportiert. Die Fahrt dauert zwei Wochen.

Neben der politischen Großwetterlage spielen für China vor allem wirtschaftliche Gründe eine Rolle beim Ausbau der Seidenstraße. Hefei ist die Hauptstadt der Provinz Anhui und Heimat von rund acht Millionen Menschen, sie liegt rund 400 Kilometer westlich von Shanghai. „Die Chinesen wollen eine Abwanderung der Menschen aus West- und Zentralchina vermeiden. Deshalb fördern sie diese Region“, erklärt Scheidhauer. Hefei diene als Plattform, an die zehn weitere Standorte

angebunden sind. Mit aller Macht baue China das Netz auf; auch die Strecke nach und von Neuss sei „zu hundert Prozent ausgelastet“.

Mit einer weiteren Destination neben Duisburg wolle das Land auf ein zweites Standbein setzen. „Bereits im Oktober werden die ersten zusätzlichen Sonderzüge implementiert, um den Transportbedarf auf höchstem Qualitätsniveau zu decken“, sagt Scheidhauer. Allgemein spürt indes auch das Terminal-Unternehmen den schärferen Wind. Schon im Februar habe man bemerkt, dass der Welthandel nachlasse.

Unabhängigkeit als Pluspunkt

China ist auch für die Krefelder Unternehmensgruppe CST GmbH/AKK GmbH ein interessanter Markt. „Wir liefern viel dorthin“, sagt Geschäftsführer Peer Kesper. Der China-Anteil am Umsatz liege bei bis zu zehn Prozent. Das Unternehmen produziert Komponenten und Komplettlösungen für die Auto-, Elektro- und andere Branchen, unter anderem Prägeformen für Zulieferer der Kfz-Hersteller. „Wir merken aber, dass die Investitionsbereitschaft zurückgeht“, stellt Kesper fest. Man spüre eine große Verunsicherung wegen

möglicher Zölle, zudem wachse das Land nicht wie gewollt. Dazu beeinflusse eine restriktivere Umweltpolitik die Produktion. So sei zum Beispiel in Shanghai die Verchromung von Teilen kurzfristig untersagt worden.

Andererseits sieht Kesper neue Chancen: Aktuell hat er beobachtet, dass chinesische Staatsunternehmen nach Partnern suchen, die nicht aus den USA kommen. „Sie wollen unabhängig sein und sich wappnen für den Fall, dass sie aufgrund von US-Sanktionen nicht mehr bedient werden“, erklärt sich Kesper den Trend. „Damit sind wir im Boot.“ In den USA selbst hat das Unternehmen keine Probleme. Der Umsatzanteil beträgt 15 Prozent. „Wir besetzen eine Nische. Unser Produkt wird in den USA nicht hergestellt“, erklärt sich Kesper den Umstand, dass man keine Umsatzeinbrüche verzeichnet. Zudem seien die Waren als Vorprodukte nicht von Zöllen betroffen. Komplette zum Erliegen gekommen sei indes das Großbritannien-Geschäft.

Einen weiteren Wirtschaftsgiganten haben viele Unternehmen ebenfalls auf dem Radar: „Indien ist einer der großen globalen Wachstumsmärkte. Das Pro-Kopf-Einkommen liegt bei rund 2.100 US-Dollar im Jahr“, erklärt Indien-Experte Steinrück. Zum Vergleich: Das indische Durchschnittseinkommen beträgt damit nur etwa ein Viertel des Pro-Kopf-Einkommens in China, Russland oder Brasilien und weniger als die Hälfte im Vergleich zu Südafrika. „Damit ist es das Schlusslicht unter den BRICS-Ländern Brasilien, Russland, Indien, China, Südafrika, aber das wird sich ändern“, ist Steinrück überzeugt: „Mit der Abschottung vieler Märkte nimmt die Bedeutung Indiens zu.“ Allerdings wartet die Wirtschaft noch auf neue politische Rahmenbedingungen: „Das seit Jahren verhandelte EU-Indien-Freihandelsabkommen stockt“, sagt Steinrück. „Das ist zwar unerfreulich, aber der Handel und die Investitionen sind in den vergangenen Jahren dennoch erheblich gestiegen.“

Die neuen Chancen der regionalen Freihandelsabkommen wissen einige Unternehmen bereits zu schätzen. Etwa in Südkorea. Blau Kunststofftechnik, die Grevenbroicher Zweigniederlassung des Unternehmens Magna Steyr Fuel Systems,

liefert seit Anfang 2018 zum Beispiel Verschlüsse für „Ad Blue-Autotanks auf die koreanische Halbinsel. „Wir legen auf dem südkoreanischen Markt gerade zu“, stellt Dr. Dirk Ickenroth, Supply Chain Manager Fuel Systems bei Blau Kunststofftechnik, fest.

Das Unternehmen profitiert von Zollbefreiungen, die die Produkte acht Prozent günstiger machen. Das Freihandelsabkommen verschaffe den Unternehmen also Wettbewerbsvorteile, sagt Ickenroth, zumal die Zollermäßigungen rückwirkend für zwölf Monate gelten. „Das hat unser Geschäft belebt.“ Aus den bisherigen Lieferungen entwickelten sich Folgeprojekte. Neben der Qualität sei Lieferpünktlichkeit ein weiteres Plus, mit dem das Unternehmen überzeugte. „Wir sind für unsere südkoreanischen Kunden interessanter geworden“, so Ickenroth.

Auch mit Japan hat die EU ein Freihandelsabkommen abgeschlossen. Und hier sieht die Wirtschaft ebenfalls neue Chancen. „Für die am Niederrhein angesiedelten japanischen Unternehmen sowie auch die Unternehmen, die Waren aus Japan beziehen beziehungsweise dorthin exportieren, wird die Reduzierung der Zollbelastung eine wichtige Rolle spielen“, ist Bernd Kowollik, Prokurist bei Ikegami Electronics (Europe) mit Sitz in Neuss, überzeugt. Das Unternehmen stellt Kameras unter anderem für den medizinischen Sektor her. „Wir beziehen die Teile zur Fertigung der Kameras von unserer Muttergesellschaft in Japan. In der Spitze liegt die Zollbelastung bei 14 Prozent. Deshalb führen wir ein Zolllager, um die Abgabenbelastung zu steuern. Mit dem Abkommen entfallen nun die Zölle. Neben der Reduzierung der Abgabenbelastung können wir uns auch den bürokratischen wie kostenintensiven Aufwand für das Zolllager ersparen.“

Viel Handel vor dem Brexit

Die Befürchtungen um den Brexit sorgen schon seit Langem für Unruhe bei den Unternehmen. Davon weiß Christoph Rochow ein Lied zu singen. Der Geschäftsführer des Krefelder Spedition- und Logistikdienstleisters Stromps & Co. hat anhand der eigenen Geschäfte gewaltige Umbrüche be-

obachten können. So wurden auf der Insel einige Produktionskapazitäten abgebaut – immer da, wo man auf Vormaterial-Lieferungen aus dem Ausland angewiesen bleiben dürfte und auch die Absatzmärkte außerhalb Großbritanniens liegen. „Wir haben auch die eine oder andere Verlagerung von Produktionskapazitäten nach Kontinentaleuropa erlebt“, berichtet Rochow. Im Maschinen- und Anlagenbau gingen nach seiner Beobachtung 90 Prozent der Liefermengen aus Großbritannien heraus und nur zehn Prozent hinein. Auf der anderen Seite bauten produzierende Unternehmen, deren Maschinen nicht von Europa abhängig sind, ebenso wie Handelsunternehmen ihre Lagerbestände auf.

Seit Ende der 60er-Jahre macht das Unternehmen dort Geschäfte. „Wir sind auf Großbritannien- und Irland-Verkehr spezialisiert“, sagt Rochow. Der Umsatzanteil beträgt mehr als 80 Prozent. „Wir richten uns auf Staus infolge des Brexits ein“, sagt Rochow. Er fürchtet zudem einen höheren administrativen Aufwand. Dennoch ist der Logistiker überzeugt: „Es wird weitergehen.“ Wie auch immer.

Jürgen Grosche

AKTUELLE UMFRAGE

Die aktuelle IHK-Konjunkturumfrage (s. S. 39) zeigt deutlich, dass die Außenwirtschaftsunternehmen am Niederrhein die Entwicklung des Welthandels zunehmend kritisch sehen.

Konjunkturrisiko Auslandsnachfrage: 44,2 Prozent der Exportwirtschaft sehen in der Entwicklung der Auslandsnachfrage ein wesentliches Konjunkturrisiko. Zuletzt war der Anteil vor fünf Jahren so hoch.

Aufträge aus dem Ausland: Im produzierenden Gewerbe melden 26 Prozent der Betriebe eine zunehmende Zahl an Aufträgen aus dem Ausland, 43 Prozent berichten über abnehmende Zahlen. So schlecht war dieses Verhältnis seit mehr als sechs Jahren nicht mehr.

Exportserwartungen: Zunächst ist keine spürbare Erholung zu erwarten. Für das Jahr 2020 gehen 24 Prozent der auslandsaktiven Betriebe von einem steigenden, 25 Prozent von einem sinkenden Exportabsatz aus.

„Ein Ende der Konflikte ist nicht in Sicht“

Dr. Volker Treier rät den Unternehmen, neue Märkte in den Blick zu nehmen. Ein Interview mit dem Außenwirtschaftschef des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) über Handelshemmnisse, Strafzölle und die Rolle der EU

Der Protektionismus ist weltweit auf dem Vormarsch. Der Handelskonflikt zwischen China und den USA bremst die globale Konjunktur aus. Das deutsche Export-Erfolgsmodell leidet darunter. Sind die fetten Jahre für die deutsche Außenwirtschaft vorerst vorüber oder gibt es auch Licht am Horizont?

Dr. Volker Treier: Die Weltwirtschaft wächst nur langsam – und das spüren die deutschen Unternehmen immer stärker. Die deutsche Wirtschaft ist wie kaum eine andere auf einen reibungslosen globalen Handel und gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen in der Welt angewiesen. Schließlich hängt jeder vierte Arbeitsplatz hierzulande vom Außenhandel ab. Derzeit schwächelt der weltweite Handel von Gütern und Dienstleistungen jedoch. Die Exporterwartungen der Unternehmen erreichen den niedrigsten Stand seit der weltweiten Finanzmarktkrise vor zehn Jahren. Den Kopf in den Sand zu stecken, kann aber nicht die Alternative für die deutsche Wirtschaft sein: Die schwierige Konjunkturlage sollte genutzt werden, um auch Märkte in den Blick zu nehmen, die bislang nicht im Fokus standen – wie etwa in Afrika, auf dem Westbalkan oder in Zentralasien.

Wie wird sich der Welthandel in den kommenden fünf bis zehn Jahren entwickeln? Werden die Konflikte überwunden oder nehmen Abschottung und Handelshemmnisse noch zu?

Treier: Der derzeitige US-Präsident ist nicht der erste, der eine protektionistische Handelspolitik für sich entdeckt hat. Die international aktiven deutschen Unternehmen spüren schon seit Längerem zunehmende Handelshemmnisse bei ihren Geschäften in vielen Weltregionen – vor allem im nichttarifären Bereich. Jetzt kommen noch US-Strafzölle, Wirtschaftssanktionen oder der Brexit hinzu. Diese Maßnahmen treffen die Betriebe konkret bei Aufträgen,

Margen und Lieferketten. Die Handelskonflikte haben das Potenzial, die bestehenden Lieferstrukturen deutscher Unternehmen zu erschüttern, und bremsen auch das weltweite Investitionsklima. Ein Ende ist derzeit leider nicht in Sicht.

Was erwarten die Unternehmen in dieser Situation von der Bundesregierung?

Treier: Nur mit wirtschaftspolitischem Rückenwind hierzulande können die deutschen Unternehmen die wachsenden internationalen Herausforderungen angehen.



Foto: DIHK/Paul Aidan Perry

„Nur mit wirtschaftspolitischem Rückenwind hierzulande können die deutschen Unternehmen die internationalen Herausforderungen angehen“, sagt DIHK-Außenwirtschaftschef Dr. Volker Treier.

Gerade jetzt ist es besonders wichtig, den Ausbau unserer Infrastruktur voranzutreiben, in Forschung und Bildung zu investieren und eine bezahlbare und sichere Energie- und Rohstoffversorgung zu gewährleisten. Nicht zuletzt kann eine Unternehmenssteuerreform die Zukunftsfähigkeit der deutschen Wirtschaft unterstützen. Das stärkt die Wettbewerbsfähigkeit deut-

scher Unternehmen, um auch in weltwirtschaftlich schwierigen Zeiten gut aufgestellt zu sein.

Wie sollte sich Europa positionieren?

Treier: Die ideale Lösung, um aus den Handelskonflikten herauszukommen und Märkte zu öffnen, stellt weiterhin der multilaterale Ansatz dar, mithin: die Welt handelsorganisation WTO. Sie garantiert grundlegende und weltweit einheitliche Regeln für den Handel, senkt die Bürokratiekosten und erleichtert damit die Geschäfte der Betriebe. Die WTO sollte allerdings modernisiert und gestärkt werden, um ihre Aufgaben erfüllen zu können. Zweifelsohne: Die Reform der WTO ist erheblich ins Stocken geraten. Bis dahin sind neue, ehrgeizige EU-Handelsabkommen der richtige Weg, um für die deutschen Unternehmen offene Märkte bei vernünftigen Spielregeln zu schaffen. Die EU sollte deshalb ihre positive Freihandelsagenda mit wichtigen Partnern ausbauen. Die Ratifizierung der Abkommen mit Mercosur und Vietnam, sowie der 2020 bevorstehende Abschluss der Abkommen mit Australien und Neuseeland bieten der Wirtschaft durch den Abbau von Handelshemmnissen große Chancen. Dabei ist es wichtig, dass vor allem kleine und mittelständische Unternehmen die komplexen Handelsabkommen einfacher nutzen können.

Brauchen wir europäische Champions – marktbeherrschende Großkonzerne im Stile der amerikanischen Tech-Riesen wie Google, Apple oder Amazon –, um mit China und den USA Schritt zu halten?

Treier: Größe bedeutet nicht automatisch mehr Wettbewerbsfähigkeit – das zeigt der Erfolg unserer vielen „Hidden Champions“ hierzulande. Damit diese und andere europäischen Unternehmen im globalen Markt jedoch bestehen können, brauchen sie ein funktionierendes

europäisches Wettbewerbsrecht, das den Wettbewerb schützt – und nicht einzelne Wettbewerber. Allerdings schafft das Wettbewerbsrecht allein keine europäischen Champions. Ihr Erfolg beruht auf unternehmerischen Initiativen, die auf gute Rahmenbedingungen angewiesen sind. Große US-Internet-Firmen finden in ihren Heimatmärkten oft bessere Bedingungen vor, um zum Beispiel Produkte und Geschäftsmodelle ohne großes Risiko zu testen, und verfügen zudem über einen großen homogenen Heimatmarkt. Gelingt dort eine entsprechende Skalierung, ist der Schritt zur Globalisierung des Unternehmens nicht mehr weit. Hiervon können wir lernen: Die Weiterentwicklung des europäischen digitalen Binnenmarkts ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass Europa auch in der digitalen Wirt-

schaft international wettbewerbsfähig bleibt. Wenn es zugleich gelingt, mehr Spielraum für Innovationen zu schaffen, etwa durch verbesserte Forschung, durch vereinfachte Fördermöglichkeiten oder durch Experimentierräume zum Einsatz neuer Technologien, dann ist es möglich, neue Standards zu setzen und Wettbewerbsvorteile zu realisieren.

Sanktionen und die schwierige Situation in Russland machen es Unternehmen mit Russland-Geschäft schwer. Wie könnten die deutsch-russischen Wirtschaftsbeziehungen verbessert werden?

Treier: Die Sanktionen bestehen seit fünf Jahren, und die negativen Effekte sieht man deutlich in den Handelszahlen. Ein Viertel der deutschen Unternehmen hat sich vom russischen Markt zurückgezogen.

Es sind aber nicht alle Firmen und Branchen betroffen, viele deutsche Unternehmen halten gute Geschäftsbeziehungen mit Russland aufrecht. Der eigentliche neuerliche Hemmschuh sind die US-Sanktionen mit extraterritorialer Wirkung. Dadurch besteht die Gefahr, dass das US-Geschäft deutscher Firmen erheblich beeinträchtigt wird. Zusätzliche Schwierigkeiten im Russland-Geschäft ergeben sich aus der unsicheren Entwicklung des Rubel-Wechselkurses. Dennoch: Der russische Markt bietet viel Potenzial für deutsche Unternehmen, zum Beispiel in den Bereichen Energieeffizienz und Digitalisierung. Eine gute Gelegenheit zum Austausch über Geschäftsmöglichkeiten ist die jährlich stattfindende Russlandkonferenz der AHK Russland.

Lutz Mäurer

VERANSTALTUNGEN, BERATUNGEN, DIENSTLEISTUNGEN

Strategieforum Außenwirtschaft mit Norbert Röttgen

„Außenpolitik in Zeiten globaler Herausforderungen – die Wirtschaftsmacht Europa zwischen internationalen Handelskriegen und nationalen Egoismen“: So lautet der Titel des Strategieforums Außenwirtschaft am 18. November, 18.30 bis 20 Uhr, im Zeughaus Neuss. Dazu lädt die IHK Mittlerer Niederrhein in Kooperation mit dem Rhein-Kreis Neuss und der Sparkasse Neuss ein. Keynote-Redner wird Dr. Norbert Röttgen, Mitglied des Deutschen Bundestags und Vorsitzender des Auswärtigen Ausschusses, sein.



www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/16483

Monatlicher Newsletter: „Außenwirtschaft Aktuell“

Der Newsletter „Außenwirtschaft Aktuell“ ist ein monatlich erscheinender Informationsdienst der IHK Mittlerer Niederrhein mit verschiedenen Rubriken: „Internetadressen des Monats“, „Veranstaltungen“, „Unternehmerreisen“, „Ländernotizen“, „Zölle und Verfah-

rensfragen“, „Messen und Ausstellungen“ sowie „Aktuelle Veröffentlichungen“. Der Newsletter kann kostenfrei abonniert werden.



www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/6630

Außenwirtschaftsberatung

Die Experten des IHK-Geschäftsbereichs International helfen Unternehmen beim Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen, informieren über Auslandsmärkte, vermitteln Kontakte und Netzwerke. Sie organisieren Unternehmerreisen, bieten individuelle Beratung und Workshops zu Kultur und Wirtschaft wachstumsstarker Länder.



www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/114660

Vermittlung von interkultureller Kompetenz

Interkulturelle Kompetenz ist das über rein geografische und sprachliche Kenntnisse hinausgehende Wissen über die Verhaltens- und Kommunikationsmuster fremder Kulturen. Nur wer

sich auf die kulturellen Besonderheiten seines Zielmarktes einstellt, kann dort auch geschäftlich erfolgreich sein. Um sich auf den Umgang mit ausländischen Geschäftspartnern vorzubereiten, bietet die IHK Pocket-Guides zu ausgesuchten Ländern an.



www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/6675

Auslandshandelskammern: Netzwerk der deutschen Wirtschaft

Ansprechpartner für Unternehmen, die sich im Ausland engagieren möchten, sind die Auslandshandelskammern (AHK). Es gibt sie in allen Ländern, die für die deutsche Wirtschaft von besonderem Interesse sind. Die AHKs sind offizielle Vertretungen der deutschen Wirtschaft vor Ort und deren Mitgliederorganisationen sowie Dienstleister für Unternehmen. Das Angebot der AHKs reicht von Marktinformationen bis hin zur individualisierten Markteinstiegsberatung und der Erarbeitung entsprechender Strategien.



www.ahk.de