

## Resolution der Wirtschaft in Westbrandenburg

### **Erfolgreich in ausländische Märkte Passgenaue Förderung für eine echte Außenwirtschaftsoffensive**

### **Vorschläge für eine optimierte Außenwirtschaftsförderung**

Die Außenwirtschaft Brandenburgs stagniert seit Jahren auf niedrigem Niveau. Beim Export liegt Brandenburg auf dem vorletzten Platz im Bundesländervergleich. Hier müssen Wirtschaft und Politik mutiger werden, denn bestehende Außenwirtschaftsinstrumente werden nicht so genutzt, wie es sein sollte. Kleine und mittelständische Unternehmen schrecken vor hohen bürokratischen Hürden bei der Beantragung und Abrechnung der Mittel zurück. Sehr häufig sind sie nicht einmal ausreichend über Chancen und Fördermittel informiert.

Alle Partner im Bereich der Außenwirtschaft sollten zusammenwirken, um die ansässigen Firmen umfassend zu Fördermöglichkeiten zu informieren und Brandenburgs Exporte zu steigern. Darüber hinaus muss der Standort Brandenburg als lohnenswerter Beschaffungs- und Investitionsstandort international bekannter gemacht werden.

Eine stärkere Zusammenarbeit mit den Partnern in Berlin ist erforderlich, um als gemeinsame Hauptstadtregion die Stärken zu bündeln und zusammen aufzutreten. Die bestehenden Fördermöglichkeiten müssen im Zuge dessen an die Realität der KMUs angepasst werden.

In Zusammenarbeit mit dem Außenwirtschaftsausschuss hat die IHK Potsdam Vorschläge für eine optimierte Außenwirtschaftsförderung erarbeitet, die passgenau auf die regionale Wirtschaft zugeschnitten ist. Das vorgelegte Papier enthält Handlungsempfehlungen, Verbesserungsvorschläge und zeigt auf, an welchen Stellen es ein Optimierungspotenzial in Bezug auf die bestehende Förderung gibt. Fokussiert wird hier vor allem auf die M2-Richtlinie zur Förderung der Markterschließung und Messeteilnahme durch KMUs.

### **Status Quo – Wo steht Brandenburg mit der Förderung?**

#### **Kritik an der M2-Richtlinie:**

1. **Verfahren zur Beantragung und Abrechnung von Fördermitteln:** Generell bemängeln die Unternehmen die geringe Praxistauglichkeit der Richtlinie, zu viel Bürokratie in Bezug auf die Beantragung und Abrechnung von Projekten, teilweise nicht erfüllbare Voraussetzungen, zu starke und nicht nachvollziehbare Kontrolle bei der Abrechnung und damit zu wenig Vertrauen in das rechtskonforme Handeln hiesiger Unternehmen. Zusammenfassend wird das Antragsprozedere von der Wirtschaft überwiegend als wenig anwenderfreundlich empfunden.
2. **Aufwand und Nutzen der Fördermittel im Ungleichgewicht:** Viele Unternehmen stellen sich bereits vor einer Beantragung von möglichen Fördermitteln die Frage nach Aufwand (zur Beantragung) und Nutzen (Output, wenn eine Förderung erfolgreich beantragt wurde). Da der Arbeitsaufwand zur Beantragung und Abrechnung von Förderanträgen oftmals höher ist als der Output, wird von einer Antragstellung insbesondere von KMU, oftmals Abstand genommen.
- **Fördertatbestände in bestehender Richtlinie nicht mehr zeitgemäß:** Suboptimal verlief aus Sicht der Wirtschaft der Übergang von der M4- zur M2-Richtlinie. Die M2-Richtlinie enthält speziell für die Außenwirtschaft zwar generell mehr Fördertatbestände als die ehemalige M4-Richtlinie, diese werden von der Wirtschaft jedoch als nicht mehr zeitgemäß hinsichtlich der heutigen Anforderungen an die Unternehmen im internationalen Geschäft empfunden. Bestehende Fördertatbestände sind perspektivisch nicht ausreichend für eine echte Außenwirtschaftsoffensive!

- **Zielgerichtete Außenwirtschaftsberatung tritt in der M2-Richtlinie nicht deutlich hervor:** Eine passgenaue Außenwirtschaftsberatung im Sinne von Exportscouts oder in Anlehnung an das Projekt der IHKs „Fit für ausländische Märkte“ bzw. „Fitness Check International“ wird in der M2-Richtlinie nicht mehr als einzelner Fördertatbestand aufgerufen. Dies sollte geändert werden.
- **Pauschalierte Messförderung:** Andere Bundesländer – z.B. Sachsen – bieten eine pauschalierte Messförderung und freie Messewahl. Bestimmte Beträge für Messeausgaben sollten pauschal abgerechnet werden können ohne besonderen Nachweis. Hierin würde sich spürbarer Bürokratieabbau und das Vertrauen in das rechtskonforme Handeln von Brandenburger Unternehmen zeigen. Darüber hinaus sollte auch die Teilnahme an Messen gefördert werden, die nicht im AUMA-Katalog gelistet sind. Reisekosten, die Unternehmen z.B. im Rahmen einer Messeteilnahme entstehen, sollen generell mit gefördert werden (ggf. als Reisekostenpauschalen).

## Empfehlungen der Wirtschaft für eine optimierte Außenwirtschaftsförderung

### 1. Information zu bestehenden Förderprogrammen

- Die bestehenden Fördermittel in der Außenwirtschaftsförderung werden nicht wie gewünscht abgerufen. Dies liegt vielfach daran, dass die regionalen Unternehmen die Förderlandschaft nicht oder nur unzureichend kennen.

→ Die Informationswege zu bestehenden Programmen der Außenwirtschaftsförderung sollten daher landesweit ausgebaut werden. Hierfür bieten sich regelmäßige Informationsveranstaltungen und regionale Workshops an, die sich gemeinsam mit den Wirtschaftspartnern, insbesondere den IHKs und der Wirtschaftsförderung des Landes Brandenburg initiieren lassen.



Geplant ist von Seiten der IHK Potsdam eine Roadshow Außenwirtschaft gemeinsam mit der ILB. Weiterhin könnte das mit großem Erfolg durchgeführte Projekt „Fitness Check International“ wiederbelebt werden.

### 2. Beantragung von Fördermitteln

- Die Beantragung und Abrechnung von Fördermitteln im Land Brandenburg sollte anwenderfreundlich und bürokratiearm sein. Insbesondere Nachweise, die durch die Unternehmen bereits bei der Beantragung, aber vor allem auch bei der Abrechnung von durchgeführten Projekten abgefordert werden, sollten deutlich verschlankt werden.

→ Eine zügige Beantragung von Fördermitteln und deren Abruf sollte für Unternehmen möglich werden

Hiesige Unternehmen sollten eine Förderung als hilfreich für den Unternehmensauf- und ausbau ansehen und nicht darüber nachdenken, ob die Beantragung auf Grund der bürokratischen Hürden wirtschaftlich überhaupt Sinn macht.

Mit diesem Punkt einhergehend, sollte unbedingt auch die Empfehlung zur Inanspruchnahme einer Fördermittelberatung vor Antragstellung seitens der ILB, der Kammern oder der Wirtschaftsförderung Land Brandenburg GmbH, für Firmen in die Richtlinie mit aufgenommen werden!

→ Prozess der (digitalen) Antragstellung sollte dringend evaluiert und optimiert werden



Die IHK Potsdam bietet einen Praxisaustausch zwischen Unternehmen und der ILB an, bei dem (digitale) Antragsverfahren vorangebracht werden, wie auch eine gemeinsame Durchsicht der geforderten Dokumente sowie eine Erarbeitung von Verbesserungsvorschlägen.

→ Idee: Webinar-Formate entwickeln, um gemeinsam als IHK mit Partnern wie der ILB / WFBB „live“ Schulungen (Antragsunterlagen, angeforderte Dokumente, Fristen) zum richtigen Fördermittel-Antrag mit Experten und Q&A-Runde zu entwickeln und anzubieten. Eine sinnvolle Ergänzung des Instrumentariums im Flächenland neben der allgemeinen Beratung zu Fördermitteln.

### **Vorschläge für den Ausbau und die Weiterentwicklung bestehender Förderrichtlinien:**

- **Gemeinsame Außenwirtschaftsstrategie für die Hauptstadtregion:** Für viele und immer mehr Unternehmen sind Brandenburg und Berlin ein gemeinsamer Wirtschaftsraum. Die Außenwirtschaftsstrategie für die Hauptstadtregion muss zur Nutzung der Potenziale und der Positionierung im nationalen und internationalen Wettbewerb aus einem Guss erfolgen.
- **Länderübergreifende Zusammenarbeit bei der Förderung:** Die Beantragung einer Förderung sollte für KMU, die in der Hauptstadtregion ansässig sind, länderübergreifend und nach einheitlichen Maßstäben möglich sein.
- **Entwicklung eines Außenwirtschaftsportals für die Hauptstadtregion:** Das Ziel dabei ist, Informationen zu Förderangeboten übersichtlicher und aus einer Hand zur Verfügung zu stellen: Sinnvoll ist in diesem Zusammenhang der Aufbau einer Förderplattform für die Metropolregion im Netz, die Unternehmen passgenau Auskunft gibt, welche Förderung für welches Anliegen in Frage kommt. Hier sollten auch alle für die Unternehmen relevanten Kontakte zu Wirtschaftspartnern aufgenommen werden.

Seit 2012 veröffentlicht die WFBB zweimal jährlich eine Übersicht für die Außenwirtschaft relevanter Termine aller sechs Kammern und der WFBB selbst, sendet diese an einige tausend Adressaten im Land und hält sie zum Herunterladen auf der WFBB-Webseite vor. Für ein ganzes Jahr werden hier ca. 80-100 Veranstaltungen, Messebeteiligungen und Unternehmensreisen aufgeführt, mit Datum, Inhalt und Ansprechpartner. Den Unternehmen und interessierten Wissenschaftlern, den Kammern, regionalen Wirtschaftsförderern und der WFBB selbst verhilft diese Übersicht dazu, langfristig planen zu können, keine Doppelangebote zu machen und Interessensbekundungen für ihre Maßnahmen einzuholen. Mittlerweile erstellt auch Berlin Partner eine ähnliche Übersicht für das Land Berlin, die etwa doppelt so umfangreich ist wie die aus Brandenburg.

MWE und SenWEB haben deshalb entschieden, diese Information in Zukunft online bereit zu stellen, als relationale Datenbank, die noch benutzerfreundlicher ist als die bisherige Papierversion. Diese Online-Version sollte zum **Ausgangspunkt einer umfassenderen Plattform zur Außenwirtschaftsförderung in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg** werden. Die Seite sollte zwar nicht überladen werden, jedoch die wichtigsten laufenden und ständigen Maßnahmen und Ansprechpartner benennen, wobei eine nahtlose Verzahnung mit den Webauftritten der beteiligten Einrichtungen gewährleistet werden sollte.

Zu überlegen wäre auch, inwiefern die Unternehmensdatenbank im Brandenburg Business Guide (BBG) so ausgebaut und einbezogen werden könnte, dass daraus auf dem Außenwirtschaftsportale eine Zulieferdatenbank für externe Bedarfsträger werden kann (ähnlich, aber besser als die des Freistaates Sachsen).

Das AuWi-Portal (mindestens eine in die bestehenden Webauftritte integrierte Terminvorschau-Online) und auch eine Zulieferdatenbank auf Basis von BBG ist in grundsätzliche Strategien des Landes zum Thema Digitalisierung einzureihen.

- **Messeförderung flexibilisieren:** Die Förderung einer Messeteilnahme sollte geöffnet und an die Bedürfnisse der Unternehmen in Brandenburg besser angepasst werden. Dies bedeutet auch die

Möglichkeit zur Teilnahme an Messen, die nicht im AUMA-Katalog enthalten sind, jedoch für das antragstellende Unternehmen geschäftlich relevant sind. Dies gilt insbesondere für die Erschließung von Auslandsmessen auf wachsenden Märkten, die ein hohes Geschäftspotenzial bieten. Dazu sollten auch andere Formen der Präsentation gehören, wie z.B. hauseigene Firmenmessen zur Produkttestung auf dem Markt oder auch über Wettbewerbe zugängliche und kostenpflichtige Pitchings/Heckathons. Deren Durchführung sollte ebenfalls mit einer Förderung möglich sein.

- **Erleichterte Förderung und Organisation von Gemeinschaftsständen:** Antragstellende Wirtschaftspartner, Verbände und Vereine sollten die Antragstellung über eine Förderung an Dritte auslagern können, um so mehr Kapazitäten für die Akquise von teilnehmenden Firmen und der inhaltlichen Planung eines Standes zu haben. Kompetenzen können hier zwischen den Wirtschaftspartnern des Landes Brandenburg gebündelt und so zum besseren Erfolg der Durchführung von Gemeinschaftsständen eingesetzt werden.
- **Bonusförderung für Exportnewcomer:** Eine innovative Außenwirtschaftsförderung nimmt z.B. die Belange von weniger erfahrenen Unternehmen genauso in den Blick wie die etablierter Unternehmen. Exportnewcomer benötigen eine andere Förderung, als bereits lang bestehende Firmen. Heutige Start-Ups starten zudem oft schon mit einem internationalen Kontaktnetzwerk, benötigen aber an anderer Stelle Unterstützung. Denkbar wäre, Neulinge in der Exportwirtschaft mit einem zusätzlichen Bonus auf die Förderung zu entlasten.

Denn: Gerade in der Start-up-Phase sind finanzielle Zuwendungen nicht nur hilfreich, sondern oft notwendig, um die Entwicklungskosten durch Markterschließung und Produktabsatz zu amortisieren. Oft ist der finanzielle Background nicht robust genug, die Fördermittel zwischen zu finanzieren oder die Hausbank kann diese Zwischenfinanzierung durch andere Regulierungen nicht genehmigen. Deshalb ist eine zügige Bearbeitung und ein Mittelzufluss - ggf. direkt an den Rechnungssteller oder an den "Geförderten"- unbedingt zu ermöglichen.

Darüber hinaus braucht es weiterhin stabile Förderungen für Unternehmen, die bereits entwickelt sind, nun aber weiter expandieren wollen bzw. überprüfen möchten, ob ein bestimmter neuer Markt für ihr Produkt in Frage kommt.

- **Außenwirtschaftspatenschaften als Teil eines gelingenden Wissenstransfers im Bereich der Außenwirtschaft:** Ein Einstieg in ausländische Märkte gelingt oft schneller, wenn man erfahrene Partner an seiner Seite hat. Im Rahmen einer Patenschaft könnte ein Transfer von Exportwissen direkt von langjährig im Export tätigen Firmen hin zu Exportnewcomern erfolgen. Ihren Zeitaufwand könnten sich erfahrene Unternehmen im Rahmen eines Export-Mentorings fördern lassen. Dies würde zur Erhöhung der Anzahl von mit Export befassten Unternehmen führen und damit insgesamt zu einer Erhöhung der Exporte des Landes Brandenburg.
- **Außenwirtschaftscoaching als neuer Fördertatbestand:** Die Möglichkeit eines umfassenden Außenwirtschaftsberatungscoachings sollte mit in die Liste der Fördertatbestände aufgenommen werden. Unternehmen sollten sich je nach Lebensphase und Bedarf Unterstützung durch externe Coaches holen können. In Gesprächen mit Experten lassen sich Defizite feststellen und Strategien erarbeiten, die das Unternehmen in seiner Weiterentwicklung und letzten Endes auch in seinem Fortbestehen unterstützen können. Auch hier sollte eine Antragstellung einfach und gut handhabbar sein für die Unternehmen. Auch Fördergutscheine für eine Beratung direkt bei der Gründung eines Unternehmens wären denkbar.  
→ Exportscouts als Vorschlag der IHK Potsdam
- **Außenwirtschaftsgutschein:** Analog zum Innovationsgutschein des Landes könnte Brandenburg einen Fördertatbestand „Außenwirtschaftsgutschein“ (AuWi-Gutschein) in die M2-Richtlinie integrieren – möglicherweise als Ergänzung zu dem jetzt bestehenden Fördertatbestand Markterschließungsberatung. Mit dem AuWi-Gutschein könnten sich KMU aus Brandenburg die oben genannten Coachingleistungen von Experten zum Marktzugang und zur Marktbearbeitung im Ausland einkaufen. Dabei sollte es einen „kleinen“ Gutschein geben (z.B. 3.000 € als 100%-Zuschuss), und einen „großen“ (z.B. 10.000 € max. als 70% Anteilsfinanzierung).

Für die Zuwendungsempfänger sollte es Offenheit für Coaches ihrer Wahl geben. Alternative Dienstleister, bei denen sich unsere KMU die Beratungsleistung per AuWi-Gutschein einkaufen, könnten die Auslandshandelskammern sein oder auch andere Unternehmen. Wichtig wäre, dass die Verfahren zur Antragstellung möglichst einfach sind und zeitlich kurz getaktet; außerdem sollte es pro Förderfall kurze Laufzeiten geben (noch zu definieren).

Es muss geprüft werden, ob der AuWi-Gutschein im Rahmen der bestehenden M2-Richtlinie eingeführt werden könnte; wenn nicht, so kann eine Richtlinienänderung noch in der laufenden Förderperiode überlegt werden, oder der neue Fördertatbestand müsste bei der Neuauflage der Richtlinie nach 2020 eingeführt werden.

- **Außenwirtschaftsstipendien:** Ein Außenwirtschaftsstipendium könnte wie folgt funktionieren: Im Januar eines jeden Jahres (oder im November) schreibt das Land oder die WFBB 100 Außenwirtschaftsstipendien aus. Erfolgreiche Bewerbungen erhalten einen noch zu findenden Betrag von z.B. jeweils 2.500 € (bis 5.000 €), um damit eine außenwirtschaftlich relevante Aktivität im gerade angelaufenen oder kommenden Jahr zu finanzieren. Was das ist, darin sollen die Unternehmer so frei wie möglich sein, es darf nur keine Urlaubsreise sein oder Anschaffung von Investitionsgütern. Es kann aber sein: Reisekosten zur Aufsuchung potentieller Kunden, Gebühren für die Teilnahme an Hausmessen oder Branchenkonferenzen, Erarbeitung einer fremdsprachigen Webseite oder eines Angebotskatalogs u.ä.m. Die Bewerber müssen auf 1 Seite darstellen, was sie mit der Förderung machen wollen und auf einer Seite berichten, was sie damit gemacht haben. Die WFBB begutachtet die Bewerbungen und bestimmt, ggf. in einem Auswahlgremium mit MWE, ILB und Kammern, die Gewinner für das kommende Jahr.

Das Programm brächte die Neuerung eines Wettbewerbs (und dadurch weitaus höhere öffentliche Beachtung als es die M2-Richtlinie hat), es wäre unaufwendig und hinterließe viele dankbare Unternehmer, die man damit an neue Märkte heranzuführte. Mitnahmeeffekte sollten durch Regularien vermieden werden.

- **Entwicklung eines Exportpreises für Brandenburg:** Ziel wäre, das Unternehmen mit herausragender Leistung im Außenhandel, z.B. größter Exportquote/Wachstum/etc., zum „Exportchampion“ auszuzeichnen. Das würde eine Strahlkraft haben und andere Unternehmen dazu motivieren, über Exporte nachzudenken. Die Entwicklung und Ausgestaltung eines solchen Projektes sollte gemeinsam mit den wichtigsten Wirtschaftspartnern des Landes wie der WFBB und den Kammern erfolgen.
- **Unterstützung beim Aufbau von Exportnetzwerken:** Das Land Brandenburg sollte zusammen mit relevanten Wirtschaftspartnern Unternehmensnetzwerke fördern, in denen sich Betriebe zum Thema Internationalisierung und der Abwicklung von Exportgeschäften austauschen können. Branchenübergreifende aber auch branchenspezifische Netzwerke bieten sich hier an. Derartige Netzwerke stellen die Basis für gemeinsame Projekte sowie Synergien zwischen den teilnehmenden Unternehmen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit dar. Auch Auslandsmärkte lassen sich im Verbund und durch sich ergänzende Kompetenzen leichter erschließen. → Arbeitskreis Internationalisierung als Idee der IHK Potsdam
- **Besseren Zugang zu Wachstumsmärkten gewährleisten:** Ein Teil der im Land bereitgestellten Außenwirtschaftsförderung sollte für Aktivitäten in Weltregionen mit besonders hohem Wachstum oder auch besonderen Potenzialmärkten zur Verfügung stehen. Diese könnten jährlich oder nach einigen Jahren wechseln, je nach Region, die besonders in den Weltmarktfokus rückt. Auch Brandenburger Firmen sollten die Möglichkeit bekommen, Unterstützung beim Markteintritt in besonders boomende Weltregionen zu erhalten. Dies trägt auch zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit hiesiger Firmen bei.

**Schwerpunktländer oder -regionen** könnten z.B. die sich zum Teil rasant entwickelnden **Schwellen- und Entwicklungsländer** sein: Einer Entfaltung von geschäftlichen Aktivitäten in diesen Märkten sollte durch das Land Brandenburg in Zukunft mehr Aufmerksamkeit zukommen. Es handelt sich hierbei in vielen Fällen um junge dynamische Märkte mit einem durchaus sehr hohen Wachstumspotenzial.

Brandenburg sollte hierbei im Vergleich mit anderen Bundesländern nicht das Schlusslicht bilden sondern eher aktiv mit guten Beispiel und innovativen Förderangeboten in diesem Bereich vorangehen.

Maßnahmen aller Außenwirtschaftspartner – wie Ländersprechtage und Länderseminare, Einladung von Delegationen, Zusammenarbeit mit den Botschaften und – als jeweiliger Höhepunkt – eine politisch begleitete Unternehmensreise könnten diese Schwerpunktregionen dann untersetzen.

**Damit im Zusammenhang steht:** Hiesige Unternehmen sollten unbedingt kompetente Ansprechpartner für die Vermittlung von spezifischen Kontakten und generellen Fragen zum Markteinstieg in bestimmten Boomregionen der Welt im Land Brandenburg vorfinden.

In vielen wichtigen Zielländern stehen zudem als fachkundige Partner u.a. die mit 140 Vertretungen in 92 Ländern ansässigen Auslandshandelskammern (AHKs) als Ansprechpartner zur Verfügung.

Das Papier wurde am 21. November 2019 von der Vollversammlung der IHK Potsdam beschlossen.

Gern steht die IHK Potsdam dem Land gemeinsam mit ihrem Außenwirtschaftsausschuss zur konkreten Ausgestaltung von neuen Angeboten im Rahmen der Außenwirtschaftsförderung beratend zur Seite. Die Vorschläge sollten in die Überarbeitung der Außenwirtschaftsstrategie des Landes einfließen.