Außenwirtschaft aktuell

09 -10/2023

Im Innenteil:

Special zum Internationalen Beratungstag IBT 2023

Das Messegeschäft: Wegbereiter zur Internationalisierung Seite 4

IBT-Special: Aktuelles von den Auslandshandelskammern Seite 12

ICC-Incoterms: Die Verwendung in der vertraglichen Praxis Seite 18

IHK Region Stuttgart

Inhalt

Außenwirtschaft Spezial

Zeitenwende im deutschen Außenhandel 3

Titelthema

Wegbereiter zur Internationalisierung:
Das Messegeschäft 4–7

Internationaler Warenverkehr 8–11

Internationaler Beratungstag – IBT Special

Aktuelles von den Auslandshandelskammern:
AHK Ägypten und Deutsch-Baltische Handelskammer 12–13
AHK China und AHK Kolumbien 14
AHK Saudi-Arabien und AHK Südafrika 15
AHK USA 16
Deutsch-Britische Handelskammer 17

Rechtssicher auf Auslandsmärkten

Die Verwendung der ICC-Incoterms in
der vertraglichen Praxis 18–19

Finanzierung, Förderung und Ausschreibungen 20

Regional

Internationale Fachkräftegewinnung:
Projekt „Hand in Hand for International Talents“ 21–22

Impressum 22

Kurz vor Schluss

Wir stellen vor: Das Managerfortbildungsprogramm 23

Foto: gettyimages
4

Foto: gettyimages
12

Foto: gettyimages
18

Foto: gettyimages
23

Veranstaltungstipp:
IBT 2023

Zeitenwende im deutschen Außenhandel

Weltpolitische Veränderungen und globale Risiken haben immer größere Auswirkungen auf Märkte, Lieferketten und Unternehmen. Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine hat diese Entwicklung beschleunigt und deutlich gemacht, dass Geopolitik alles andere als verstaubte Vergangenheit ist.

Geopolitische Entwicklungen sind komplex. Es geht nicht nur um das wirtschaftliche Wachstum und selbstbewusste Auftreten Chinas auf der politischen Weltbühne, sondern auch um Europa, das sich von Russland unabhängig zu machen versucht, während Russland sich immer weiter Richtung Asien orientiert. Auch geht es um den Krieg in der Ukraine, die Tendenz der USA, den Blick vom Euro-Atlantik auf den Indo-Pazifik zu richten, das Ringen um Indien und den Wettbewerb um den afrikanischen Kontinent.

Claus Paal,
IHK-Präsident,
IHK Region Stuttgart

Sanktionen beeinflussen unternehmerische Entscheidungen

„Mit der Verschiebung geopolitischer Machtachsen ist eine Trennung von Wirtschaft und Politik für Unternehmen kaum noch möglich", sagt IHK-Präsident Claus Paal vor dem Hintergrund dieser weltpolitischen Umwälzungen. Sanktionen dienen längst auch dem Erreichen geopolitischer Ziele und sind geeignet, Unternehmen zu veranlassen, sich aus einem Markt zurückzuziehen oder in diesen einzutreten.

Dabei wollen Unternehmen global agieren und nicht Objekt handelspolitischer Konflikte sein. Sie sind auf die globalen Märkte und Gewinne angewiesen. Eine aktive Auseinandersetzung mit potenziellen Risiken und Krisen ist entscheidend für den zukünftigen Erfolg.

Kenntnisse über die eigenen Wertschöpfungsketten werden immer wichtiger

„Aktuell sind offene Märkte und die tiefe Integration der deutschen, insbesondere auch der baden-württembergischen Wirtschaft, entlang der globalen Wertschöpfungsketten gefährdet oder stehen gar zur Disposition", sagt der für den Außenhandel zuständige IHK-Geschäftsführer Tassilo Zywietz. Der Handel und die internationalen Beziehungen werden neu justiert und die Unternehmen sind gezwungen, geopolitische Risiken in Gänze zu erfassen und in ihren Geschäftsstrategien zu berücksichtigen.

Tassilo Zywietz,
Geschäftsführer
Außenwirtschaft,
IHK Region Stuttgart

„Eine tiefe Kenntnis der eigenen Wertschöpfungsketten wird immer wichtiger, denn diese sind besonders von den geopolitischen Veränderungen betroffen", so Zywietz.

Damit rückt die Resilienz von Unternehmen in den Vordergrund. „Für Unternehmen bedeutet die Fähigkeit, sich anzupassen und auf Störungen zu reagieren einen erheblichen Wettbewerbsvorteil", betont Paal. Gleichzeitig müssen Unternehmen deutlich mehr Ressourcen aufwenden, um Investitionsentscheidungen auf geopolitische Risiken zu überprüfen, Lieferketten zu diversifizieren und dabei wertebegleitend zu wirtschaften. ■

Silke Helmholz,
Syndikusrechtsanwältin,
IHK Region Stuttgart

Internationaler Beratungstag (IBT) am 20. November 2023 in der IHK Region Stuttgart

Die Erschließung neuer Märkte und Investitionsstandorte zur Absicherung bestehender Investitionen kann auf dem IBT mit Experten der Außenhandelskammern ausgelotet werden.

Vereinbaren Sie Ihren persönlichen Gesprächstermin unter:
https://internationaleberatungstage.de

Das Auslandsmesseprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) unterstützt kleine und mittlere Unternehmen bei der Durchfürung internationaler Messen.

Foto: gettyimages

Wegbereiter zur Internationalisierung: Das Messegeschäft

Wie lässt sich der Auftritt auf einer wichtigen Fachmesse finanzieren? Kleine und mittelständische Unternehmen oder innovative Startups stehen oft vor der Kostenfrage. Der Bund und die Länder unterstützen deutsche Unternehmen bei ihren Messebeteiligungen im In- und Ausland.

Messen spielen für den Export deutscher Unternehmen eine enorme Rolle: Nach einer repräsentativen Studie bestätigen 59 Prozent der Aussteller auf Fachbesuchermessen, dass Beteiligungen an internationalen Messen in Deutschland wichtig oder sehr wichtig für ihr Exportgeschäft sind. Von den Ausstellern aus dem Verarbeitenden Gewerbe sagen dies sogar rund 70 Prozent. Ausstellende Unternehmen können generell als besonders exportstark beschrieben werden. Fast vier von fünf deutschen Ausstellern (79 Prozent) exportieren.

Messen dienen der Anbahnung von Geschäften ebenso wie der Imagepflege, dem fachlichen Networking, der Suche nach Partnern oder der Marktforschung. Messen haben auch im Online-Zeitalter nicht an Bedeutung eingebüßt. Im Gegenteil: Viele Aussteller verfolgen heute – nach den einschneidenden Jahren der Corona-Pandemie – sogar mehr Messeziele als noch vor Jahren. Denn kluge digitale Erweiterungen sorgen für noch höhere Reichweiten.

Die Bedeutung der internationalen deutschen Messen ist besonders groß. Rund 30 Prozent der Messebesucher hierzulande kommen aus dem Ausland. Damit bieten Messen in Deutschland gerade für kleine und mittelständische Unternehmen einen perfekten Einstieg in den Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen.

Unterstützung durch das Auslandsmesseprogramm des Bundes

Deutsche Unternehmen, die auf Messen im Ausland ausstellen, sichern und stärken zusätzlich den Export deutscher Waren und Dienstleistungen. Deshalb unterstützt die Bundesrepublik Deutschland vornehmlich kleine und mittlere Unternehmen mit dem Auslandsmesseprogramm, das es 2024 seit 75 Jahren geben wird. Es ist nachweislich eines der erfolgreichsten Instrumente der Außenwirtschaftsförderung. Das Stichwort heißt hier „German Pavilion", der Gemeinschaftsstand des Bundes unter der Dachmarke „Made in Germany".

Die Bundesministerien für Wirtschaft und Klimaschutz sowie für Ernährung und Landwirtschaft unterstützen in Zusammenarbeit mit dem Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft als Dachverband der deutschen Messewirtschaft (AUMA) heimische Unternehmen bei der Teilnahme an Messen im Ausland. Der Etat für das Auslandsmesseprogramm wird jedes Jahr vom Bundestag bereitgestellt. Die Entscheidung darüber, welche Messen aus der Sicht der Wirtschaft in das Auslandsmesseprogramm aufgenommen werden, wird vom AUMA koordiniert. Diese Messen sind in der frei zugänglichen Messedatenbank (siehe Link im Kasten auf der nächsten Seite) des AUMA zu finden.

Wichtig: Gute Vorbereitung und Auswahl der richtigen Messe

Auf deutschen Messen wird die starke Konkurrenz in vielen Branchen besonders deutlich, denn hierzulande ist auf den Leitmessen der Weltmarkt präsent wie kaum andernorts. Maximalen Messe-Erfolg erreichen ausstellende Unternehmen, wenn sie sich optimal vorbereiten und die goldrichtigen Messen auswählen. Der AUMA hat jüngst seinen bewährten Leitfaden zur erfolgreichen Messebeteiligung aktualisiert, der diesen und weitere wichtige Aspekte ausführlich beschreibt:

Schritt 1: Messen im Marketingmix

Mehr als noch vor einigen Jahren stehen heute die Bedürfnisse des Marktes und der Nachfragenden im Fokus des Marketings.

Die Entscheidung für eine Messebeteiligung ist daher im Kontext der Marketingstrategie des Unternehmens, insbesondere der Informations- und Kontaktbedürfnisse der Kundschaft, zu treffen. Diese Bedürfnisse zu befriedigen, wird ganzjährig und auf allen Kanälen von Kundinnen und Kunden erwartet – nicht nur zu Messeterminen.

Schritt 2: Ziele der Messebeteiligung

Die Frage ist: Welche Zielgruppe hat das Unternehmen und welche Ansprechpartner möchte man auf der Messe treffen, um Kontakte zu generieren? Weitere Ziele ergeben sich aus der Schlüsselrolle einer Messe. Sie bieten einen klaren Zusatznutzen im Vergleich zu anderen Marketingkommunikations-Instrumenten und spiegeln die Schlüsselfaktoren einer Präsenzmesse wider: Präsenz beim wichtigsten Branchenereignis, Wahrnehmung im Wettbewerbsvergleich, Networking mit allen Stakeholdern der Branche, hohe Qualität der Live-Kontakte, interaktive Erlebnisse, Erleben mit allen Sinnen und unerwartete Begegnungen.

Schritt 3: Auswahl- und Entscheidungskriterien

Messen sind Marktplätze. Um eine geeignete Messe zu finden, sollten sich ausstellende Unternehmen folgende Fragen stellen:

- Kann das Unternehmen seine spezifischen Beteiligungsziele erreichen gemäß Messetyp und Ausrichtung der Messe?
- Entspricht das Angebot den Themen und der Nomenklatur der Messe, in der die erlaubten Produkte und Warengruppen festgelegt sind?
- Wie hoch ist die Bedeutung und Akzeptanz der Messe innerhalb der Branche und sind alle Marktteilnehmer vertreten?

Steffen Schulze, Verband der deutschen Messewirtschaft, AUMA

Schritt 4: Planung und Organisation

Nach der Auswahl der Messe beginnt die Planung und Organisation der Messebeteiligung. Marketingbudgets sind Investitionen in die Zukunft des Unternehmens und werden gemäß den Unternehmens- und Marketingzielen lang-, mittel- und kurzfristig geplant. Auch Messebeteiligungen gehören dazu. Gefragt ist eine objektive Kosten-Nutzen-Rechnung.

Auch die organisatorische Abwicklung braucht klare Vorgaben: Damit Aussteller bei der Vorbereitung, beim Standbetrieb und der Nachbearbeitung den Überblick haben, sollten sie einen genauen Ablaufplan erstellen, in dem alle wichtigen Aufgaben festgehalten sind; von der rechtzeitigen Anmeldung über Versicherungsfragen und die Logistik des Warentransports bis zur Buchung von Tickets und Unterkünften.

Schritt 5: Digitale Erweiterungen und hybride Messebeteiligungen

Physische Messebeteiligungen mit digitalen Erweiterungen und hybride Messebeteiligungen stehen im Mittelpunkt des Interesses, wenn es um die Weiterentwicklung von Messebeteiligungen geht.

Merkmal der Modelle ist, dass die Grenzen fließend ineinander übergehen können. Sie greifen zwar auf bestehende Werkzeuge zurück, die Herausforderung jedoch ist die individuelle Zusammenstellung der Tools, um am Ende erfolgreich zu sein.

Effiziente Messeplanung mit dem MesseNutzenCheck

Der MesseNutzenCheck (MNC) ist ein Software-Tool, das ausstellende Unternehmen bereits bei der Planung einer Messebeteiligung effektiv unterstützt: Definition der Messeziele, Festlegen der angestrebten Nutzwerte und Budgetplanung.

Nach der Messe erstellen Sie mit dem MNC den Kosten-Nutzen-Vergleich.

Das Tool ist als Online-Version verfügbar:
www.toolbox.auma.de

Weitere Infos des AUMA unter www.auma.de:

- AUMA-Ansprechpartner
- TRENDS 2023/2024
- Erfolgreiche Messebeteiligung
- Messen finden

Aussteller haben die Chance, Ihre Markenkommunikation mit digitalen Hilfsmitteln komplett zu individualisieren.

Schritt 6: Nachhaltiger Messeauftritt

Viele sehen in der Digitalisierung, in virtuellen und hybriden Eventformaten und phygitalen (physisch und digital) Messen den Heiligen Gral der Nachhaltigkeit. Der Wandel hin zu digitalen Formaten ist aber nicht zwingend nachhaltiger. Erst die ganzheitlich nachhaltige Messebeteiligung ist das ideale Medium, nachhaltige Geschäftsmodelle glaubwürdig zu kommunizieren, zu verbreiten und auch neue Kundinnen und Kunden hinzuzugewinnen.

Eine vollumfängliche Nachhaltigkeit wird nur mit allen Beteiligten – Ausstellern, Veranstaltern und Messebauern – erzielt. Jeder muss sich zur Zielerreichung einbringen.

Schritt 7: Kommunikation und Besuchermarketing

Messeveranstalter geben einen erheblichen Teil ihrer Etats für Besucherwerbung aus. Sie werben jedoch nur für die Messe beziehungsweise für einzelne Angebotsschwerpunkte selbst, nicht jedoch für einzelne Unternehmen. Es liegt also an den ausstellenden Unternehmen selbst, die eigene Beteiligung im Vorfeld der Messe zu bewerben und das Publikum für einen Standbesuch zu begeistern. Wenn ausstellende Unternehmen schlüssige Kommunikationskonzepte entwickeln, die auf relevante Zielgruppen abgestimmt sind, stehen die Chancen gut, diese für einen Standbesuch zu aktivieren.

Schritt 8: Das Standpersonal

Wenn Messen als Begegnungsstätten für Live-Kommunikation und für den persönlichen Kontakt mit den Zielgruppen, Lieferfirmen und Beschäftigten unersetzbar sind, müssen Aussteller ein besonderes Augenmerk auf die Vorbereitung der Standcrew legen.

Je motivierter und qualifizierter das Standpersonal ist, umso größer sind die Chancen für qualitative Gesprächsresultate und neue Kontakte. Eine gezielte Auswahl und eine intensive Schulung der Teammitglieder sind genauso wichtig, wie eine wirkungsvolle Präsentation des Unternehmens, der Produkte und Dienstleistungen.

Schritt 9: Der Standbetrieb

Man kann Messen mit Hochleistungssport vergleichen: Sowohl das Unternehmen wie auch die Mitarbeitenden geben ihr Bestes. Und es braucht gleichfalls Motivatoren – häufig auch Standleitung genannt. Besonderes Augenmerk liegt außerdem auf einem gut vorbereiteten Standteam und einer Standordnung. Ein gut organisierter Messestand und ein gut geführtes Messeteam gewährleisten einen guten Ablauf an allen Messetagen.

Darüberhinaus ist die Erfassung der Besucherkontakte unabdingbar, um eine effektive Nacharbeit und konkrete Aussagen zum Messeerfolg oder Return of Invest machen zu können.

Schritt 10: Nachbearbeitung und Erfolgskontrolle

Vor der Messe ist nach der Messe: Mit welchen Maßnahmen in welcher Zeit und durch wen (Vertrieb, Außendienst, Marketing) die Nacharbeit erfolgt, muss bereits vor der Messe festgelegt und vorbereitet werden.

Die Ergebnisse werden bei künftigen Standkonzeptionen, der Auswahl und Anzahl des Personals, der Einladungsaktionen sowie dem Einsatz des Messebudgets berücksichtigt. ■

Steffen Schulze,
Leiter Bereich Kommunikation und Marketing,
Verband der deutschen Messewirtschaft – AUMA

Internationaler Warenverkehr

Neuseeland und EU unterzeichnen weitreichendes Handelsabkommen

Das Abkommen wird Unternehmen in der EU ab dem ersten Jahr der Anwendung einen Zollabbau in Höhe von jährlich etwa 140 Millionen Euro bringen. Erwartet wird ein deutlicher Zuwachs des bilateralen Handels um bis zu 30 Prozent in zehn Jahren. Exporte aus der EU nach Neuseeland könnten jährlich um bis zu 4,5 Milliarden Euro, EU-Investitionen in Neuseeland sogar um bis zu 80 Prozent ansteigen. Erstmals enthält ein bilaterales Agreement Nachhaltigkeitsklauseln: so haben sich die beiden Handelspartner den Beschlüssen des Übereinkommens von Paris und der Einhaltung grundlegender Arbeitnehmerrechte verpflichtet. Sobald das Ratifizierungsverfahren in der EU und in Neuseeland abgeschlossen ist, tritt es voraussichtlich 2024 in Kraft.

Deutsche Unternehmen exportieren vor allem Fahrzeuge, Maschinen und pharmazeutische Produkte nach Neuseeland. Die EU und Deutschland beziehen in erster Linie Wein, Obst und Fleisch aus Neuseeland. ■

Regelungen zur Angabe der Warennummer im Versandverfahren NCTS5

Das elektronische System zur Anmeldung von Versandverfahren NCTS (New Computerised Transit System) tritt in Phase 5 ein. Mit NCTS5 greifen neue Verpflichtungen. Die deutsche Zollverwaltung hat darüber informiert, dass die Angabe der sechsstelligen Warennummer im Versandverfahren in folgenden Fällen bis zum Ende der Übergangsphase von NCTS 4 auf NCTS 5 weiterhin nicht verpflichtend ist. Das betrifft die Versandverfahren bei der Einfuhr in die EU und Transitverfahren, insbesondere T2-Verfahren durch die Schweiz. Der Übergang von Phase 4 zu Phase 5 endet in Deutschland zum 29. Oktober 2023, EU-weit gilt der Stichtag 1. Dezember 2023. Exportseitig sieht das anders aus: Falls dem Versandverfahren ein Ausfuhrverfahren aus der EU vorangegangen ist, muss die aus dem Ausfuhrverfahren bekannte achtstellige Warennummer im Versandverfahren verpflichtend angegeben werden. Das gilt in Deutschland ab dem 29. Oktober 2023. ■

Verlängerung des bisherigen APS-Systems vorgeschlagen

Am 4. Juli hat die EU-Kommission vorgeschlagen, das Allgemeine Präferenzsystem (APS) der EU, welches Zollpräferenzen für Entwicklungsländer regelt, bis 2027 zu verlängern. Die derzeit geltenden Regeln laufen voraussichtlich Ende 2023 aus. Mit der Verlängerung könnten 65 betroffene Staaten weiterhin von Handelspräferenzen profitieren, die bis zur Zollfreiheit für die am wenigsten entwickelten Länder reichen. Im Jahr 2022 beliefen sich die Gesamteinfuhren in die Union im Rahmen des APS auf 80 Milliarden Euro. Nach einem Kommissionsvorschlag im September 2021 hatten sich die Mitgesetzgeber Rat und Europäisches Parlament bisher nicht auf eine Aktualisierung der APS-Regeln einigen können. ■

Access2Markets: Ursprungstool erweitert

Die EU-Datenbank Access2Markets enthält neben umfassenden Informationen zu den Zolltarifen und Einfuhrdokumenten in über 140 Staaten auch ein Ursprungstool für die EU-Handelsabkommen.

Dieses EU-Self-Assessment-Tool zu Ursprungsregeln deckt inzwischen den Großteil der EU-Handelsabkommen sowie das EU-Präferenzsystem für Entwicklungsländer ab und ist inzwischen in allen EU-Amtssprachen verfügbar. Die DIHK hat sich seit vielen Jahren für das EU-Ursprungstool eingesetzt, um die Nutzung von EU-Handelsabkommen für Unternehmen zu erleichtern.

Sie finden das Ursprungstool (rules origin self assessment tool) auf der Webseite der Europäischen Kommission: https://trade.ec.europa.eu. ■

ATLAS AES 3.0: Stichtag zur Umstellung 29.10.23

Die am häufigsten gestellten Fragen zur Umstellung des Ausfuhrverfahrens betrafen bislang die Angabe des (mutmaßlichen) Beförderers, die Angabe des (mutmaßlichen) Ursprungslandes und die Angabe des (mutmaßlichen) Kennzeichens. Hinweise zur praktischen Handhabung finden Sie auf unserer Webseite unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 9060. ■

EU verschärft Russland-Embargo mit dem 11. Sanktionspaket

Am 23. Juni 2023 ist mit der Verordnung (EU) 2023/1214 das mittlerweile 11. Sanktionspaket der EU gegen Russland im EU-Amtsblatt veröffentlicht worden. Die Regelungen sind seit 24. Juni 2023 in Kraft.

Die neuen Sanktionen enthalten folgende Kernpunkte:

- Ausweitung der Ausfuhrbeschränkungen, Erweiterung der Güterlisten (Anhang VII und Anhang XXIII).
- Ausweitung des Transitverbots durch russisches Staatsgebiet auf High-Tech und Güter zur Entwicklung des Verteidigungs- und Sicherheitssektors (Anhang VII). Betroffen sind auch Güter, die für die Verwendung in der Luft- oder Raumfahrtindustrie geeignet sind (Anhang XI) sowie Flugturbinenkraftstoffe und Kraftstoffadditive (Anhang XX).
- Ausweitung des Beförderungsverbots von Gütern durch die EU auf in Russland zugelassene Anhänger und Sattelanhänger.
- Einführung einer gesetzlichen Grundlage, um durch Verkaufs- und Ausfuhrverbote gelisteter Güter in gelistete Drittländer das Risiko von Umgehungsgeschäften zu minimieren.
- Einführung einer Nachweispflicht über den Ursprung von Vormaterialien bestimmter Eisen- und Stahlprodukte bei Einfuhr (Anhang XVII).
- Sanktionen gegen weitere Personen und Organisationen.

Besonderheit PKW: Bitte beachten Sie, dass der Verkauf und die Ausfuhr von PKW und anderen Kraftfahrzeugen der Warenverzeichnisnummer 8703 nicht mehr von ihrem Wert abhängig sind.

Diese Fahrzeuge sind aus der Liste der Luxusgüter nunmehr weitgehend in den wertunabhängigen Anhang XXIII gewandert. Die Ausfuhr, der Verkauf, die Lieferung oder die Verbringung dieser Fahrzeuge ist somit unabhängig von deren Wert grundsätzlich verboten.

Transit und Einfuhrverbote treffen viele Unternehmen ohne direkten Russland-Bezug: Auch wenn Sie glauben, dass die Russland-Sanktionen Ihr Unternehmen und Ihre Geschäftsvorgänge nicht betreffen:

- Wer Waren über die Schiene nach Kasachstan oder China liefert, kann von den Transitverboten betroffen sein.
- Wer Eisen- und Stahlwaren aus dem Drittland einführt, auch wenn dieses nicht Russland ist, ist betroffen. ■

BAFA-Umschlüsselungsverzeichnis jetzt auf aktuellem Stand

Mit dem Umschlüsselungsverzeichnis stellt das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) ein pragmatisches Hilfsmittel zur Verfügung, mit dem Unternehmen prüfen können, ob ihre Güter von der Ausfuhrliste oder der Dual-Use-Güterliste der EU erfasst sind. Das Verzeichnis geht von der Zolltarifnummer aus und stellt eine mögliche Listenposition gegenüber. Voraussetzung für verlässliche Ergebnisse ist, dass das Verzeichnis alle Änderungen sowohl der Warennummern als auch der Güterlisten abbildet. Jetzt hat das BAFA das Umschlüsselungsverzeichnis wieder auf den neuesten Stand gebracht.

Hinweise zum Umgang mit dem Umschlüsselungsverzeichnis finden Sie unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 6689. ■

Zollaussetzungen und Zollkontingente

Für bestimmte, genau definierte Waren können bei Einfuhr in die EU Zollbefreiungen genutzt werden: Diese Aussetzungen werden in jedem Halbjahr angepasst.

Mehr Informationen unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 675240.

Heißer Herbst: Neue Regeln erschweren Einfuhr von Eisen und Stahl

Für Unternehmen, die Eisen- und Stahl(waren) importieren, stehen ab 1. Oktober 2023 viele neue Melde-, Nachweis- und Dokumentationspflichten bevor. Sowohl die Regelungen des CBAM (CO_2-Grenzausgleichsabgabe Carbon Border Adjustment Mechanism / CBAM) als auch die des Russland-Embargos sorgen für einen gewaltigen zusätzlichen Aufwand bei deutschen Importeuren.

Foto: jesan – stock.adobe.com

Um die CBAM-Meldepflichten einhalten zu können, müssen Unternehmen Kenntnis über den Ursprung einer Vielzahl von importierten Waren haben. Zum meldepflichtigen Warenkreis gehören auch Eisen- und Stahlwaren. Umfassende Hinweise zu Carbon Border Adjustment Mechanism finden Sie auf der Webseite der IHK unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 5761850.

Die Anforderungen des Russland-Embargos verlangen, den Ursprung der verwendeten Eisen- und Stahlvorprodukte zu kennen und diesen bei Einfuhr nachweisen zu können: Artikel 3g der VO (EU) 833/2014 verbietet nämlich ab 30. September 2023 nicht nur den Kauf und die Einfuhr von Eisen- und Stahlerzeugnissen mit Ursprung Russland oder aus Russland, sondern auch aus jedem anderen Drittland, sofern sie mit Vormaterialien russischen Ursprungs produziert wurden.

Zum erfassten Warenkreis gehört unter anderem das komplette Kapitel 73, das auch Allerweltsprodukte wie Schrauben, Nägel, Bolzen und andere umfasst. Wer also zum Beispiel einfache Schrauben aus China einführt, muss zum Zeitpunkt der Einfuhr einen Nachweis über das Ursprungsland der Eisen- und Stahlvorprodukte, die für die Verarbeitung der Schrauben in China verwendet wurden, vorlegen. Die EU-Kommission hat als möglichen Nachweis ein Werkszeugnis (Mill Test Certificate) genannt.

Aus Sicht der Wirtschaft wäre eine formlose (Langzeit-) Erklärung des Herstellers praktikabler. Importeure müssten in einem ersten Schritt die Lieferanten der betroffenen Eisen- und Stahlprodukte identifizieren. Diese erhalten eine zu unterzeichnende Erklärung, nach der sie sich verpflichten, für die Produktion keine Stahl- oder Eisen-Vorprodukte russischen Ursprungs zu verwenden. Ziel muss sein, den Prozess möglichst klein und griffig zu halten. ■

Ihre IHK-Ansprechpartner

Das Team Zoll und Exportkontrolle der IHK Region Stuttgart stellt alle wichtigen Neuerungen rund um den internationalen Warenverkehr für das Magazin Außenwirtschaft aktuell zusammen und informiert Sie fortlaufend auf unserer Webseite.

Auch telefonisch oder persönlich vor Ort stehen Ihnen die IHK-Ansprechpartner für Beratungsgespräche zur Verfügung.

Team Zoll und Exportkontrolle

Telefon 0711 2005-1466
auwi@stuttgart.ihk.de

Schweizer Zoll ist bald vollständig digital

„Passar", das neue Warenverkehrssystem des Schweizer Bundesamts für Zoll und Grenzsicherheit (BAZG) für die digitale Abwicklung der Zollverfahren löst seit Juni 2023 die bisherigen Frachtanwendungen NCTS und E-dec schrittweise ab.

Bis Ende 2026 werden alle Prozesse im Zusammenhang mit der Durchfuhr, der Ausfuhr, der Einfuhr, den Spezialverzollungen sowie die Erhebung weiterer Abgaben über Passar laufen. Wirtschaft wie Zollverwaltung profitieren von der Vereinfachung und Standardisierung der Prozesse: der bürokratische Aufwand sinkt, das Papier-Handling wird reduziert und Schaltergänge entfallen. Kurz: Wer gewerblich Waren über die Grenze bringt, spart Zeit und muss künftig nur noch bei Kontrollen anhalten.

Passar 1.0 ist jetzt schon relevant für Speditions- und Transportunternehmen sowie Schweizer Exporteure.

(Noch) nicht betroffen sind Unternehmen, die ausschließlich Waren in die Schweiz einführen (Importeure). Diese können die Anwendungen e-dec Import und e-dec Web bis Mitte 2025 weiter nutzen.

Weitere Informationen zu Passar erhalten Sie auf der Webseite des Bundesamts für Zoll und Grenzsicherheit (BZAG) unter www.bzag.admin.ch. ■

IHK bietet Exportinfos als kostenlose App – Know-how und Beratung im Außenhandel

Exportwissen von A wie Ausfuhrverfahren bis Z wie Zolldatenbanken, dazu Statistiken, Berichte, interaktive Beratung, IHK-Podcasts: Das und mehr finden Sie in der Export-App der IHK-Exportakademie.

Erhältlich unter www.export-app.de oder im App-Store.

Neu auf LinkedIn: Zoll und Wirtschaft. Die IHK-Community

ABD, LLE, AGG? Sie stehen vor einer Frage und wissen nicht weiter? Die IHK-Community „Zoll und Wirtschaft" auf LinkedIn hilft Ihnen weiter. Hier finden Sie Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner, die mit ihrer Erfahrung und praktischen Tipps Antworten auf Ihre Fragen geben.

So funktioniert Austausch auf Augenhöhe.

Schweiz schafft Industriezölle zum 1. Januar 2024 ab

Die Schweiz setzt zum 1. Januar 2023 die lange angekündigte Abschaffung der Zölle auf Industriewaren vollständig um.

Damit einher geht eine Vereinfachung der Zolltarifstruktur für Industrieprodukte. Ursprungserklärungen und Warenverkehrsbescheinigungen EUR1 für die Schweiz werden daher bald der Vergangen angehören. ■

Änderungen bei Antidumpingverfahren

Die Europäische Union kann Antidumping- und Antisubventionszölle verhängen, um die heimische Industrie vor gedumpten Waren zu schützen. Antidumpingzölle sollen dabei den zu niedrigen Preis ausgleichen.

Für Importeure ist es deshalb wichtig, rechtzeitig über geplante Antidumping-Maßnahmen informiert zu werden.

Eine umfassende und aktuelle Information über bestehende und geplante Antidumping-Maßnahmen finden Sie im Antidumpingregister der Handelskammer Hamburg und der Handelskammer Bremen.

Die dort hinterlegten Erläuterungen helfen, die Tabelle zu verstehen.

Weitere Informationen unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 10588.

Veranstaltungstipp:
IBT 2023

Internationaler Beratungstag 2023: Go Global – Grow Stronger

Powered by GlobalConnect

Als Brückenbauer, Netzwerker und kompetente Berater bieten die deutschen Auslandshandelskammern qualifizierte Unterstützung für Geschäftsaktivitäten im Ausland und sind dabei immer am Puls der Zeit. Wir stellen Ihnen aktuelle Entwicklungen und Trends in acht Märkten vor.

#PartnerWeltweit an 150 Standorten in 93 Ländern – hierfür stehen die Deutschen Auslandshandelskammern (AHKs) sowie Delegationen und Repräsentanzen der deutschen Wirtschaft.

Durch die Präsenz vor Ort und ausgeprägte Beziehungen in die lokale Wirtschaft sind die Beraterinnen und Berater der AHKs frühzeitig über aktuelle Entwicklungen und Trends informiert und somit die idealen Ansprechpartner für Ihre geplanten Auslandsaktivitäten.

Die Weltwirtschaft ist in sich diversifizierter, komplexer und schnelllebiger geworden. Wer hier mithalten und vor allem von aktuellen Marktchancen profitieren möchte, kann über lokale Expertinnen und Experten einen enormen Wissens- und Zeitvorsprung gewinnen.

Das AHK-Netzwerk hat neben den Interessen der deutschen Wirtschaft auch immer das Interesse der Wirtschaft im Zielland vor Augen und unterhält wertvolle Kontakte zu ausländischen Unternehmen aller Größen. Dadurch können in vielen Fällen sehr präzise Prognosen und branchenspezifische Einschätzungen gegeben werden, die weit über einschlägige Studien und Wirtschaftsnachrichten hinausgehen.

Das Know-how des Netzwerks lebt dabei vom direkten Austausch mit Unternehmen im In- und Ausland. Charakteristisch für den Service der Auslandshandelskammern sind außerdem die umfangreichen und auf wirtschaftliche Besonderheiten des Landes abgestimmten Dienstleistungen. Im Folgenden erhalten Sie kurze exemplarische Einblicke darin, was international gerade in Bewegung ist.

Foto: gettyimages

Ägypten

Partner mit Potenzial

Ägypten bietet vielfältige Chancen für die deutsche Wirtschaft: In der Wasserwirtschaft setzt Ägypten neben Meerwasserentsalzung und effizienter Nutzung auch auf Wiederaufbereitung. Im Bereich Logistik möchte sich Ägypten bis 2030 zu einem internationalen Produktions- und Vertriebszentrum für Europa, den Nahen Osten und Afrika entwickeln. Über den Suez-Kanal werden bereits über 12 Prozent des weltweiten Schiffsverkehrs abgewickelt. Gefragt sind Know-how im Bereich Intralogistik, Lagerverwaltung, IT-Lösungen für die gesamte Logistikkette, Ausrüstungen für Terminals und Ladezonen sowie Ausrüstungen für das Lagern, Fördern und Verteilen von Gütern unterschiedlicher Art.

Mit mehr als 250.000 hervorragend ausgebildeten IT-Ingenieurinnen und -Ingenieuren verfügt Ägypten über sehr gutes Potenzial, das Land bei seiner Digitalisierungsstrategie weiter voranzubringen.

Auch für deutsche Unternehmen bieten sich hierdurch Chancen für die eigenen Entwicklungsprojekte.

Vor dem Hintergrund einer wachsenden Bevölkerung mit steigender Lebenserwartung und einer geplanten Positionierung des Landes als Zielort für Gesundheitstourismus ist Ägypten ein wachsender Markt für die gesamte Bandbreite an Gesundheitsprodukten. Als idealer Standort für erneuerbare Energien mit Wind und Sonnenschein bietet sich Ägypten außerdem als dauerhafter Partner der europäischen Energiewirtschaft an. Die Bereiche Automobil, Landwirtschaft und Infrastruktur inklusive dem Bahnsektor deuten auf ein großes Potenzial hinsichtlich zukünftiger Aktivitäten hin. ■

Sonja Miekley, Head of DEinternational, Egypt, German-Arab Chamber of Industry and Commerce

Baltikum

Europas Innovations-Hotspot

Innovationen sind kein Zufall, vielmehr bedarf es der passenden Rahmenbedingungen – politisch, gesellschaftlich und wirtschaftlich. Diese Rahmenbedingungen waren in den Baltischen Staaten in den letzten 20 Jahren sehr innovationsfreundlich.

So hat Estland bereits Mitte der neunziger Jahre entscheidende Weichen gestellt mit seinem „Tigersprung" und der damit verbundenen Digitalisierung des Bildungssystems sowie im Anschluss der gesamten Gesellschaft. Heute erntet man die Früchte und hat mit Platz 1 in Pisa sogar Finnland überholt.

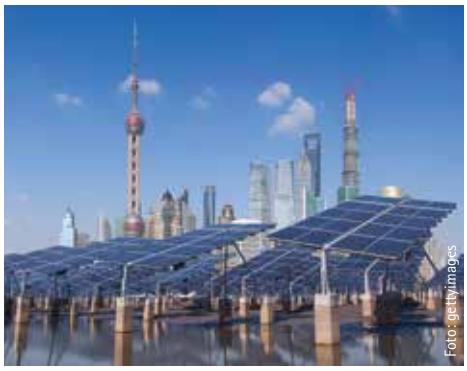
Aber auch Lettland und Litauen haben einiges zu bieten, ob es nun Cyberverteidigung, autonome unbemannte Robotersysteme, Lösungen für künstliche Intelligenz, Drohnen, hochpräzise Laser-Technik, weltraumtaugliche Gesundheitstechnologien oder Autoteile und Informationssysteme sind.

Im Global Innovation Index 2022 liegt Estland auf Platz 18, Litauen auf Platz 39 und Lettland auf Platz 41.

Wichtig sind auch das weit verbreitete unternehmerische Denken und die Start-up-Kultur, die sich bis in die Eliten fortsetzt. Im Laufe der Jahre hat Estland zehn Unicorns hervorgebracht und damit die höchste Zahl pro Kopf in Europa. „Deutschland müsste mit seinen aktuell 32 Unicorns somit noch über 600 Unicorns hervorbringen, um mit Estland gleichzuziehen", so Florian Schröder, Geschäftsführender Vorstand der Deutsch-Baltischen Handelskammer in Estland, Lettland und Litauen. Dies hat auch Bundesminister Dr. Volker Wissing erkannt und deshalb die drei Baltischen eingeladen, gemeinsam mit Deutschland einen Innovations-Club zu gründen. ■

Dominic Otto, Deputy CEO, Head of Commercial Services & VET, Deutsch-Baltische Handelskammer (AHK)

Veranstaltungstipp:
IBT 2023



China

The New China Story

Die Zeiten haben sich in China geändert. China ist nicht mehr die verlängerte Werkbank der Welt, sondern ein anspruchsvollerer, in Teilen komplizierterer und doch mit Chancen und Wachstumspotenzial versehener Zukunftsmarkt für deutsche Unternehmen. Heute ist China kein Billigproduktionsstandort mehr, sondern hat technologisch aufgeholt. Die Verbraucher sind anspruchsvoller geworden, Umweltthemen spielen eine wichtige Rolle und das politische Umfeld hat an Komplexität gewonnen.

Und doch gibt es unter den Veränderungen Chancen, die wir ergreifen können. Dies betrifft vor allem die Industrielle Modernisierung (Chancen für deutsche Unternehmen: Robotisierung, Digitalisierung, Smart Manufacturing), Dekarbonisierung (Umwelttechnologien, energieeffiziente Produktion) und den Binnenkonsum (Qualitätsprodukte „Made in Germany").

Gleichzeitig stehen deutsche Unternehmen vor Herausforderungen, zum einen durch geopolitische Risiken, zum anderen durch den stärker werdenden lokalen Wettbewerb. Schlagworte wie Diversifizierung und De-Risking sind dabei in aller Munde und können unter Strategien wie „China plus Eins" oder „In China für China" ein sinnvoller Ansatz sein.

Für die meisten deutschen Unternehmen bleibt China in seiner „New Story" ein attraktiver Markt und ein großes, weiter anwachsendes Industriecluster sowie ein immer wichtigerer Innovationsstandort, an dem sie zunehmend von der Innovationsdynamik profitieren und lernen können. ■

Jonathan Schoo,
Vice President,
AHK Greater China

Kolumbien

Aufbruch zu einem grünen Wirtschaftsmodell

Kolumbien hat unter Präsident Gustavo Petro, seit 2022 erster linker Staatschef, einen Transformationsprozess hin zu einem „grünen Wirtschaftsmodell" eingeleitet. Das enorme Potenzial bei erneuerbaren Energien und grünem Wasserstoff sollen eine Reindustrialisierung und den Ausstieg aus der Kohleförderung im Land vorantreiben.

Bei erneuerbaren Energien gehört das Land zu den vielversprechendsten Akteuren in der Region; bis 2050 will Kolumbien die Klimaneutralität erreichen.

Das birgt viel Potenzial für „grüne Technologien" und Know-how-Transfer. Deutschland kommt hierbei eine zentrale Rolle zu. Beide Staaten haben erst kürzlich eine gemeinsame Absichtserklärung für eine Klima-Allianz und eine gerechte Energiewende unterzeichnet. Darüberhinaus gibt es auch ein „Memorandum of Understanding" zwischen den Ministerien für Bergbau und Energie sowie für Handel, Industrie und Tourismus.

Auch in anderen Bereichen wartet Kolumbien mit Geschäftschancen für den deutschen Mittelstand auf. Beispiele sind im Dienstleistungssektor der große Ausbaubedarf bei der Transportinfrastruktur oder die Automatisierung der (Agrar-)Industrie.

Aus dem Andenstaat kommen zunehmend auch gut qualifizierte Fachkräfte. Neben Elektronikern, Gärtnern und medizinischem Personal stehen auch Erzieher auf dem Wunschzettel deutscher Firmen. Basis ist eine Vermittlungsabsprache zwischen Deutschland und Kolumbien.

Seit 2022 konnte die AHK Kolumbien gemeinsam mit der Bundesagentur für Arbeit bereits über 150 kolumbianische Fachkräfte auf ihrem Weg nach Deutschland erfolgreich begleiten. ■

Mischa Groh,
Geschäftsführender Präsident,
AHK Kolumbien & AHK Venezuela

Saudi Arabien

Markt der Zukunft

Das Königreich Saudi-Arabien ist mit 32,2 Millionen Einwohnern die größte Volkswirtschaft und einziges G20-Mitglied der Nahost- und Nordafrika-Region (MENA). Mit 2,1 Millionen Quadratkilometer Gesamtfläche ist Saudi-Arabien fast sechsmal so groß wie Deutschland und verfügt über die zweitgrößten Ölreserven weltweit.

Foto: gettyimages

Seit der Veröffentlichung der „Saudi Vision 2030" Mitte 2016 befindet sich das Land in einem großen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umbruch. Mit dem ambitionierten Regierungsprogramm soll die Wirtschaft diversifizierter und damit unabhängiger vom Erdöl werden.

Im Fokus der Vision 2030 stehen Nachhaltigkeitsaspekte, insbesondere der Privatsektor, die Förderung von KMUs und die Frauenbeteiligung am Arbeitsmarkt.

Das bietet ausländischen Investoren zahlreiche Chancen, zum Beispiel als Lieferanten oder Dienstleister. Ein weiterer wichtiger Bestandteil sind Mega-Projekte im Städtebau und für den Tourismus. Auch in anderen Branchen bestehen sehr gute Beteiligungschancen, wie zum Beispiel in der Kreislaufwirtschaft, in der Automobilbranche, im Medizin- und Gesundheitswesen und im Bereich Nahrungsmittel.

Dieses Jahr feiert die Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen (GESALO) ihr 45-jähriges Jubiläum. Unter der Marke „DEinternational" bietet GESALO deutschen und saudi-arabischen Unternehmen Dienstleistungen zur Unterstützung ihrer Auslandsaktivitäten an. Dazu zählen Marktinformationen, Kontakte zu lokalen Unternehmen, Organisation von Geschäftsreisen, Messemarketing und -beteiligung und weitere relevante Dienstleistungen. ■

Sherine Fakoussa, Deputy Delegate of German Industry & Commerce for Saudi Arabia, Bahrain and Yemen

Südafrika

Handel auf Höhenflug

Der Handel zwischen Deutschland und Afrika ist weiterhin auf einem Höhenflug – der Außenhandel mit Afrika stieg in 2022 auf ein neues Rekordniveau von 59,8 Milliarden Euro.

Südafrika ist dabei weiterhin der Wirtschaftsstandort Nummer eins für deutsche Unternehmen auf

Foto: vegefox.com – stock.adobe.com

Veranstaltungstipp:
IBT 2023

dem Kontinent: Auf das Land entfallen 40 Prozent des Handelsvolumens zwischen Deutschland und Afrika.

Besonders in den Bereichen Erneuerbare Energien (Solar und Wind), Kreislaufwirtschaft, Rohstoffe und Mineralien (Sicherheit und Automatisierung), Wasserstoff, Landwirtschaft, Wassermanagement, der Chemie- und Nahrungsmittelindustrie sowie dem Automobil- und Gesundheitssektor gibt es für deutsche Unternehmen weiterhin gute Geschäftschancen.

Das Investitionsklima wird durch eine freie Presse, eine unabhängige Justiz und einen soliden Rechtssektor, stabile Institutionen, einen starken Finanz- und Dienstleistungssektor und eine gute Infrastruktur gestärkt.

Trotzdem steht das Land auch vor einigen Herausforderungen. Dazu gehören eine hohe Arbeitslosigkeit von mehr als 30 Prozent und anhaltende Probleme bei der Stromversorgung. Die dynamische und marktorientierte Geschäftswelt ist der wirtschaftliche Wachstumstreiber und durch zahlreiche Geschäftsmöglichkeiten zieht Südafrika weiterhin Investoren an, die einen vergleichsweise risikoarmen Standort in Afrika suchen, von dem aus sie Zugang zu der Region Subsahara-Afrika mit einem Verbrauchermarkt von ungefähr 1,1 Milliarden Menschen haben. ■

Bastian Lidzba, Deputy CEO,
Southern African – German Chamber of Commerce and Industry NPC

USA

Produkthaftung im Fokus

Jedes Unternehmen, das in die USA exportiert, wird zwangsläufig mit dem Thema Produkthaftung konfrontiert. Auch wenn das Bild vom amerikanischen Produkthaftungsrecht als Schreckgespenst nicht unbedingt der Realität entspricht – die berühmte Katze in der Mikrowelle hat es nie gegeben – ist es eine Tatsache, dass in den USA die meisten Produkthaftungsklagen eingereicht werden.

Hier gilt es zu berücksichtigen, dass jedes Unternehmen, das Produkte in den USA veräußert, auch dem US-amerikanischen Produkthaftungsrecht unterliegt. Zwar sind Punitive Damages (Strafschadensersatz), die bei groben Produktfehlern oder schwerem Verschulden zugesprochen werden können, nicht in Deutschland vollstreckbar.

Ein Schadensfall kann trotzdem gravierende wirtschaftliche Auswirkungen haben. Insbesondere Bedienungsanleitungen, Warnhinweise, Webseiten und Werbebroschüren sollten deshalb an die gesetzlichen Anforderungen angepasst werden und auf keinen Fall lediglich übersetzt werden.

Foto: ariffhawari – stock.adobe.com

Unbedingt zu empfehlen ist zudem der Abschluss einer Produkthaftungsversicherung für den US-Markt. In diesem Zusammenhang entscheiden sich viele Unternehmen für die Gründung einer US-Tochtergesellschaft, um so Zugriff auf geeignete Versicherungsprodukte in den USA zu bekommen. Ein Sitz in den USA signalisiert außerdem dortigen Geschäftspartnern die Beständigkeit sowie Ernsthaftigkeit der unternehmerischen Tätigkeit, wodurch die Vertrauensbasis gestärkt und das Image der Produkte und Dienstleistungen verbessert wird. ■

Susanne Gellert, LL.M.
President & CEO, Attorney at Law,
German American Chamber of Commerce,
New York

Vereinigtes Königreich

Weiterhin starker Partner

Die Verunsicherung der letzten Jahre machte sich in den Handelsbeziehungen Deutschlands zu Großbritannien bemerkbar, doch die Stimmung unter den Unternehmen scheint sich aufzuhellen:

Die Unterzeichnung des sogenannten „Windsor Framework" sorgte für Erleichterung in der deutsch-britischen Wirtschaft und hilft die Basis für ein neues Kapitel in der Beziehung zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich zu schaffen. Auch mit Blick auf die deutsch-britische Handelsbeziehung ist eine Entspannung der Lage in Aussicht.

In der kürzlichen Frühlingsumfrage der Deutsch-Britischen Industrie- und Handelskammer rechnen mehr als 40 Prozent der befragten Unternehmen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftsaussichten auf dem britischen Markt. Die Zahlen belegen, dass im Jahr 2022 deutsche Exporte im Vergleich zum Vorjahr um 18 Prozent zunehmen konnten. Aus britischer Sicht ist Deutschland weiterhin der zweitwichtigste Handelspartner.

Der Umgang mit tarifären wie nicht-tarifären Handelshemmnissen (Stichwort: UKCA) bereitet deutschen Unternehmen allerdings weiterhin Schwierigkeiten bei ihrem Zugang zum britischen Markt.

Nach wie vor verfolgen Deutschland und das Vereinigte Königreich aber ähnliche Interessen. Globale/europäische Herausforderungen und gemeinsame Werte bilden weiterhin das Fundament für diese ausbaufähige Handelsbeziehung.

Die Deutsch-Britische Industrie- und Handelskammer wird deutschen Unternehmen auch in Zukunft bei der Navigierung des britischen Markts zur Seite zu stehen. ■

George Farthing,
Manager Marketing Services,
German-British Chamber of
Industry & Commerce

Internationaler Beratungstag Baden-Württemberg 2023

Go Global – Grow Stronger

Ein Tag zum Netzwerken, Wissen erweitern und Diskutieren.

Die baden-württembergischen Industrie- und Handelskammern laden ein zum Internationalen Beratungstag am 20. November 2023 in der IHK Region Stuttgart.

Sie treffen vor Ort die weltweit vertretenen Expertinnen und Experten der Auslandshandelskammern und können Ihre individuellen Themen besprechen sowie Ihr Netzwerk erweitern.

Melden Sie sich jetzt online an und vereinbaren Sie rechtzeitig Gesprächstermine auf unserer Webseite: https://internationaleberatungstage.de

Ihre IHK-Ansprechpartnerinnen

Ulrike Modery
Telefon 0711 2005-1243
ulrike.modery@stuttgart.ihk.de

Barbara Effenberger
Telefon 0711 2005-1407
barbara.effenberger@stuttgart.ihk.de

Mehr Infos über Länder und Märkte unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 366.

Foto: gettyimages

Die Verwendung der ICC-Incoterms in der vertraglichen Praxis

Aus den meisten internationalen Kauf- und Lieferverträgen sind die ICC-Incoterms mittlerweile nicht mehr wegzudenken. Um rechtliche Risiken zu vermeiden, müssen bei ihrer Einbeziehung in den Vertrag jedoch einige Aspekte beachtet werden.

Egal ob als Käufer, Verkäufer oder Dienstleister – wer im grenzüberschreitenden Warenverkehr tätig ist, kommt zwangsläufig mit den als Incoterms bekannten Handelsklauseln der internationalen Handelskammer ICC in Berührung. Dennoch kommt es bei ihrer Verwendung in der vertraglichen Praxis häufig zu Fehlern, die im schlimmsten Fall zu hohen Kosten für die Vertragsparteien führen können.

Fallstricke bei der Einbeziehung vermeiden

Die erste Hürde bei der Verwendung von Incoterms besteht bereits in der Auswahl der richtigen Klausel. Diese muss sowohl zum Vertrag als auch zu den Vertragsparteien passen. Ein häufiger Fehler ist zum Beispiel die Vereinbarung der Abholklausel „ab Werk" (EXW) bei Käufern, die außerhalb des EU-Binnenmarkts ansässig sind. Bei EXW obliegt es dem Käufer, die notwendigen Ein- und Ausfuhrformalitäten durchzuführen. Nach dem EU-Zollkodex kann die Ausfuhrgenehmigung jedoch nur von dem im Binnenmarkt ansässigen Verkäufer beantragt werden. Derartige Widersprüche können in der Praxis schnell zu Verzögerungen und mithin zu hohen Kosten für die Vertragsparteien führen.

Ebenfalls wichtig ist die korrekte Einbeziehung der Klausel in den Vertrag. So muss abhängig vom Incoterm der Liefer- beziehungsweise

Foto: gettyimages

Foto: Sabine Kugler

Robert Kuss,
KUSS Rechtsanwälte GmbH

Bestimmungsort der Ware genannt werden. Hier ist auf die vollständige und möglichst genaue Bezeichnung des Ortes zu achten. Denn ansonsten ist unklar, von wo oder wohin die Ware zu liefern ist. Ebenso sollte stets die verwendete Version der Incoterms angegeben werden, da der Regelungsgehalt mancher Klauseln der Incoterms 2020 von denen der Vorgängerversionen abweicht. Um die Auswahl der richtigen Klausel und ihre Einbeziehung zu erleichtern, bietet die ICC auf ihrer Webseite verschiedene Hilfsmittel wie Checklisten, Regelwerke und einen digitalen Guide an.

Harmonisierung von Kauf- und Ausführungsverträgen

Die Incoterms regeln nur die kaufvertraglichen Pflichten der Geschäftspartner, das heißt, wer die Ware zu versenden, zu versichern, zu verpacken, und zu verzollen hat. Um diese Pflichten zu erfüllen, müssen jedoch weitere Verträge mit den Dienstleistern abgeschlossen werden, die den Transport, die Versicherung, die Verpackung und die Verzollung der Ware tatsächlich vornehmen („Ausführungsverträge"). Dabei ist es wichtig, dass die Ausführungsverträge mit dem verwendeten Incoterm im Kaufvertrag harmonieren. Kommt es hier zu Abweichungen, kann es zum Beispiel passieren, dass die Ware auf der Rampe liegen bleibt, weil weder den Verkäufer noch den Transporteur die Pflicht zur Beladung des abfahrbereiten LKWs trifft.

Auch ist es riskant, die Verwendung bestimmter Incoterms als bloße Frage der verhandelten Kostentragung zu betrachten. Denn dadurch verliert man schnell die Abstimmung mit den Regelungen der Ausführungsverträge aus dem Blick. Gleichzeitig kann dies zu einer erheblichen Verschiebung des vertraglichen Risikos führen. So wird die mit dem Wechsel des Incoterm möglicherweise einhergehende Übernahme der Transportgefahr die eingesparten

Transportkosten wirtschaftlich oft überwiegen. Auch sollte man stets bei seiner Versicherung ausloten, ob die aktuelle Vertragssituation noch von den bestehenden Policen abgedeckt wird.

Augenmaß bewahren bei Abänderungen und Ergänzungen

Wie jede andere Klausel können auch die Incoterms grundsätzlich von den Vertragsparteien abbedungen und an die Umstände des vorliegenden Vertrags angepasst werden. So kann die Problematik bei der Verwendung der Klausel EXW bei Käufern außerhalb des EU-Binnenmarkts dadurch behoben werden, dass der Verkäufer sich zur Abwicklung der Ausfuhrformalitäten verpflichtet. Allerdings sollte nur im Ausnahmefall von den Standard-Incoterms abgewichen werden. Mit ihrer Abänderung verlieren die Klauseln nämlich einen ihrer wichtigsten Vorteile: ihren über verschiedene Kultur- und Rechtskreise hinaus verständlichen Regelungsgehalt. Auch besteht das Risiko, dass die verwendete Klausel plötzlich nicht mehr zu dem vorliegenden Geschäft passt. Daher sollte man zuerst prüfen, ob nicht auch die Verwendung eines anderen Incoterm in Betracht kommt. Um rechtliche Fallstricke durch eine abgeänderte Klausel zu vermeiden, sollte auch die Beratung durch einen Spezialisten in Betracht gezogen werden.

Das „Battle of Forms" und wie man damit umgeht

Die meisten Verträge im internationalen Handel werden nicht im Detail ausverhandelt, sondern durch Angebot, Bestellung und Auftragsbestätigung unter Verwendung der Incoterms und der AGB der Vertragspartner geschlossen. Da diese oft nicht deckungsgleich sind, stellt sich dann die Frage, wessen Bedingungen Vertragsinhalt geworden sind (sogenannte „Battle of Forms"). Das ist insbesondere im internationalen Geschäft problematisch, weil verschiedene Rechtsordnungen hier unterschiedliche Lösungen verfolgen. Während kollidierende Bedingungen nach deutschem Recht unwirksam sind, gelten nach anderen Rechtsordnungen nur die Bedingungen, auf die zuletzt Bezug genommen wurde.

Um die mit dieser unklaren Rechtslage verbundenen Probleme und Risiken zu vermeiden, sollten sich die Parteien ausdrücklich auf die Verwendung eines bestimmten Incoterm einigen und diesen nach den Regeln der ICC im Vertrag benennen. Gegebenenfalls kann auch der ausdrückliche Hinweis auf die Geltung der Auslegungsregeln der ICC erfolgen, wenn deren Anwendung im Land des Vertragspartners zweifelhaft ist. ■

Tim Hagemann, IHK Region Stuttgart,
Robert Kuss, Fachanwalt für internationales Wirtschafts- und Transportrecht, KUSS Rechtsanwälte GmbH

Die Serie „Rechtssicher auf Auslandsmärkten" informiert über rechtliche Anforderungen und steuerrechtliche Aspekte im Auslandsgeschäft sowie Länderrisiken und -chancen.

Ihre IHK-Ansprechpartner der Stabsstelle Internationales Wirtschaftsrecht und Handelspolitik:

Silke Helmholz, Syndikusrechtsanwältin
Telefon 0711 2005-1533, silke.helmholz@stuttgart.ihk.de

Tim Hagemann, Rechtsassessor
Telefon 0711 2005-1269, tim.hagemann@stuttgart.ihk.de

Mehr Informationen rund um das Internationale Wirtschaftsrecht unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 16597.

Finanzierung, Förderung und Ausschreibungen

Exportkreditgarantien: Vereinfachte Verfahren für die Ukraine; Erweiterung von Exportkreditgarantien; Auswertung der EU-Forschungsrahmenprogramme Horizon 2020 und Horizon Europa

Bei Exportkreditgarantien gibt es vereinfachte Verfahren für die Ukraine, denn die Erfordernis von Banksicherheiten entfällt. Zur Unterstützung der exportorientierten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) wird die derzeitige spezielle Regelung für Sammeldeckungen, nach der Deckungsschutz nur unter der Voraussetzung von Banksicherheiten gewährt wurde, aufgehoben. Künftig sind neue Sammeldeckungen regelmäßig auch ohne Banksicherheiten möglich, sofern die risikomäßige Vertretbarkeit gegeben ist.

Auch Einzeldeckungen mit dem privaten Sektor sind ab jetzt ohne Banksicherheiten möglich. Das gilt sowohl für Bestands- als auch Neukunden entsprechend der Bonitätsprüfung. Deckungen für Geschäfte mit dem öffentlichen Sektor können nach Einzelfallprüfung mit einer Garantie des ukrainischen Finanzministeriums oder der ukrainischen Zentralbank übernommen werden. Nachdem die Ukrainische Nationalbank durch Exportkreditgarantien abgesicherte Finanzierungen per 16. Juni 2023 von ihrer Devisenausfuhrbeschränkung ausgenommen hat, sind auch neue Finanzkreditdeckungen möglich. Weitere Infos finden Sie auf der Webseite des Wirtschaftsministeriums unter www.exportkreditgarantien.de.

Bund erweitert Exportkreditgarantien um Forfaitierungsgarantie

Zum 1. Juli 2023 hat der Bund sein Produktangebot im Bereich der Exportkreditgarantien um eine Forfaitierungsgarantie erweitert. Sie macht es insbesondere KMU einfacher, kleinvolumige Geschäfte zu finanzieren. Aktuell müssen Exporteure den Lieferantenkredit bis zur Tilgung in ihrer Bilanz halten.

Mit der neuen Forfaitierungsgarantie können Exporteure die Kreditforderung an eine Bank verkaufen und erhalten so direkt die Kreditsumme von der Bank. Das sichert gerade die im KMU-Bereich so wichtige Liquidität.

Im Gegenzug fordert die Bank die Forderung bei den Auslandskunden ein. Bislang waren Banken aufgrund des hohen Ausfallrisikos zurückhaltend beim Ankauf von Kreditforderungen. Im Rahmen der Forfaitierungsgarantie springt nun der Bund ein und sichert die Rechtsbeständigkeitsrisiken zu einem großen Teil (Deckungsquote 80 Prozent) ab. Dies bedeutet, bei Zahlungsunfähigkeit des ausländischen Bestellers ersetzt der Bund der Bank den Forderungsausfall zu 80 Prozent.

Lesen Sie mehr zur Einführung der Forfaitierungsgarantie online auf der Webseite www.exportkreditgarantien.de. ■

Steinbeis Europa Zentrum ist das Nummer-eins-Unternehmen für EU-Projekte in Deutschland

In Deutschland liegt das Steinbeis Europa Zentrum als Unternehmen mit 146 Projektteilnahmen auf Platz eins. (1/2014–1/2023). Das zeigt eine Auswertung zur Beteiligung von Organisationen an den europäischen Forschungsrahmenprogrammen Horizont 2020 (2014–2021) und Horizont Europa (2021–2027) (Stand 1/2023). Darüber hinaus ist die Erfolgsquote in der EU-Antragstellung dreimal höher als der Durchschnitt. Das Steinbeis Europa Zentrum unterstützt Unternehmen, Hochschulen und andere Organisationen bei der Antragstellung, beteiligt sich selbst als Projektpartner und begleitet das Konsortium bei der Umsetzung. ■

Thomas Bittner, IHK Region Stuttgart

Wir stehen Unternehmen zur Seite

Die IHK Region Stuttgart ist Partner im EU-Beratungsnetzwerk Enterprise Europe Network zur Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen, kofinanziert durch die Europäische Union. Gern informieren und beraten wir Sie zu Ihren Möglichkeiten.

www.ihk.de/stuttgart, Nr. 75517

EU-Forschungsrahmenprogramm Horizon Europa

www.horizont-europa.de

EU-Antragsunterstützung und Projektumsetzung

www.steinbeis-europa.de

Bezuschusste beziehungsweise geförderte Projekte

EU-Forschungsrahmenprogramme (Cordis-Datenbank) sowie Innovations-Förderung KMU (EISMEA Datenbank): https://eismea.ec.europa.eu/eismea-datahubs_en

Projekt „Hand in Hand for international Talents“: Fachkräftegewinnung aus Drittstaaten

Projekt-Erfahrungen der IHK Reutlingen

Laut IHK-Fachkräftemonitor werden allein in Baden-Württemberg bis 2035 rund 829.000 beruflich qualifizierte Personen fehlen, Tendenz steigend. Dabei stehen gerade kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) vor der Herausforderung, geeignete Mitarbeitende zu finden. Die Suche nach Fachkräften in Nicht-EU-Ländern wird daher zunehmend relevant. Das Pilotprojekt „Hand in Hand for International Talents“ (HIHFIT) unterstützt den Mittelstand dabei.

Gemeinsam tragfähige Strukturen erproben und umsetzen

Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz bringt HIHFIT das im März 2020 in Kraft getretene Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) in die Praxis. Ziel ist es, Kooperationen und idealtypische Prozesse für die Fachkräfteeinwanderung zu etablieren.

Umgesetzt wird HIHFIT durch die DIHK Service GmbH, die Bundesagentur für Arbeit, drei Auslandshandelskammern (Brasilien, Indien, Vietnam) sowie sieben IHKs. Sie begleiten die teilnehmenden Unternehmen und Fachkräfte im gesamten Prozess – vom Anerkennungsverfahren der Berufsqualifikation über das Matching, die Visabeantragung und Arbeitsmarktzulassung bis zur betrieblichen und gesellschaftlichen Integration. Die Bewerberinnen und Bewerber erlernen noch im Drittstaat die deutsche Sprache bis Level B1. Nach der Einreise werden sie unter anderem bei Aufenthaltsfragen und Behördengängen betreut.

Foto: IHK Region Stuttgart

Das Pilot-Projekt HIHFIT nimmt nach der Corona-Pandemie an Fahrt auf

Der Start im Jahr 2020 war durchaus schwierig, die Unsicherheiten in den Unternehmen wegen der Corona-Pandemie und des russischen Angriffskrieges waren groß. Zudem ist für viele KMU die Rekrutierung aus dem Ausland neu. Bedenken hinsichtlich der Fertigkeiten der Fachkräfte und deren Akzeptanz in der Belegschaft wurden geäußert.

Erfolgsfaktoren und Herausforderungen

Die Erfahrungen aus HIHFIT werden regelmäßig an die Politik reflektiert, um Hürden bei der Erwerbsmigration aufzuzeigen. Neben der Doppelbelastung im Drittstaat durch Vollzeitarbeit und Sprachkurs sind es auch Gebühren für Flug, Visum und Aufenthaltstitel, die für auswanderungswillige Fachkräfte oft schwer zu stemmen sind.

Ebenso hapert es oft beim so wichtigen Familiennachzug: Einige der Partner von HIHFIT-Fachkräften fanden ebenfalls eine Anstellung in Deutschland. In anderen Fällen führten jedoch lange Bearbeitungszeiten beim Aufenthaltstitel dazu, dass Fachkräfte ins Heimatland zurückkehrten oder Monate in Unsicherheit darüber lebten, wann die Familie nachziehen kann.

Fundamental ist auch das Engagement der teilnehmenden Unternehmen. Viele der teilnehmenden Firmen unterstützen die Fachkraft etwa bei der Wohnungssuche oder bezuschussen die Sprachweiterqualifizierung.

Was generell bei der Gewinnung von Mitarbeitenden gilt: Je individuell angepasster das Onboarding im Unternehmen, desto erfolgreicher die Integration.

Sandra Schorrer, IHK Reutlingen

Ausblick: Fachkräfteeinwanderung gesamtheitlich denken

Auch nach 2023 soll das Projekt HIHFIT weitergehen – dann mit weiteren Projektländern, Berufsgruppen und IHKs.

Für eine faire Erwerbsmigration aus Drittstaaten bedarf es künftig aber noch mehr projektexterner „Kümmererstrukturen", effizienterer Prozesse bei Behörden und Botschaften sowie mehr kultureller Offenheit. ■

Sandra Schorrer, IHK Reutlingen

Ihre Ansprechpartnerin der IHK Reutlingen:

Sandra Schorrer
Projektkoordination „Hand in Hand for International Talents"
Telefon 07121 201-221
schorrer@reutlingen.ihk.de

Unternehmensservice Fachkräftesicherung der IHK Region Stuttgart:

Fachkräfte finden, halten und qualifizieren:
www.ihk.de/stuttgart, Nr. 3696786

Impressum

Herausgeber
Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart
Jägerstraße 30, 70174 Stuttgart
Telefon 0711 2005-0
www.ihk.de/stuttgart, info@stuttgart.ihk.de

Konzeption
Geschäftsbereich International

Verantwortung Inhalt und Herausgabe
Dorothee Minne, Tassilo Zywietz

Redaktion, Satz und Layout
Silke Taubert-Vikuk

Design
SANSHINE Communications GmbH

Bilder
gettyimages (Titel), Fotolia (Seite 11, 24), Adobe Stock (Seite 13)

Druck
Druckhaus Waiblingen Remstal-Bote GmbH

© 2023 IHK Region Stuttgart
Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisungen in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Die Außenwirtschaftsnachrichten der Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart werden unter anderem in Zusammenarbeit mit Germany Trade und Invest (GTAI) verfasst.

GTAI GERMANY TRADE & INVEST

Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart keine Gewähr.

Das Magazin Außenwirtschaft aktuell können Sie auf unserer Website unter www.ihk.de/stuttgart, Nr. 5359684 bestellen.

Brücken schlagen, Unternehmen verbinden: Das Managerfortbildungsprogramm des BMWK

Erfolgsgeschichte über ein Instrument der Außenwirtschaftsförderung, das 2023 sein 25-jähriges Jubiläum feiert.

Foto: gettyimages

Das Managerfortbildungsprogramm (MP) ist ein wichtiges Instrument der deutschen Außenwirtschaftsförderung, finanziert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK).

Unter dem Motto „Fit for Partnership with Germany" bereitet das MP Führungskräfte ausländischer Unternehmen gezielt auf die Geschäftsanbahnung mit deutschen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) vor.

Die IHK Region Stuttgart ist einer der bundesweiten Durchführungspartner

Im Rahmen dieses Programms absolvieren jährlich Führungskräfte der 17 Partnerländer aus Asien, Osteuropa, Afrika und Lateinamerika ein zweiwöchiges MP in Deutschland. Das Ziel sind die Erschließung neuer Absatzmärkte und die Schaffung neuer Wirtschaftskooperationen zwischen den deutschen KMU und den jeweiligen Unternehmen aus den Partnerländern.

Die Delegation der anreisenden Manager ist branchenübergreifend – zum Beispiel aus den Bereichen IT, aus der Automobil-, Verpackungs- und Lebensmittelindustrie, aus der Rohstoffindustrie, der Metallverarbeitung, der Dienstleistungs-, oder Logistikbranche.

Die Teilnehmerinnern und Teilnehmer sprechen gut Englisch und nehmen konkrete Kooperationsprojekte mit nach Deutschland. Ihr Anliegen ist es, vielversprechende Kontakte zu knüpfen und den Grundstein für eine langfristige Zusammenarbeit mit deutschen Unternehmen zu legen. Diese sind zum Beispiel der Import von deutschen Waren oder Maschinen sowie der Export von ausländischen Produkten nach Deutschland. Viele der teilnehmenden Unternehmen streben über das Programm auch Joint Venture Verträge mit deutschen Unternehmen an.

Erfolg für beide Seiten

In den vergangenen 25 Jahren haben über 17.000 Führungskräfte erfolgreich an dem Programm teilgenommen und sich so der deutschen Geschäftskultur angenähert. Unternehmen aus Baden-Württemberg können in vielerlei Hinsicht von der Teilnahme am MP profitieren:

- Es besteht die Möglichkeit, eine Gruppe von circa 20 Personen einzuladen und Dienstleistungen, Produkte und Produktionsstätten des eigenen Unternehmens vorzustellen. Entweder in Präsenz oder virtuell.
- Wenn Unternehmen auf der Suche nach einem konkreten Geschäftspartner aus Ihrer Branche sind, vermittelt die IHK Region Stuttgart gerne Einzelgespräche mit einem oder mehreren Programmteilnehmern.

Aktuell befindet sich eine MP-Delegation aus Vietnam bis zum 29. September 2023 in Stuttgart. Weitere MP-Delegationen aus Ägypten und aus der Ukraine sind im Zeitraum vom 13. November 2023 bis zum 24. November 2023 geplant.

Die Teilnahme deutscher Unternehmen am Programm ist kostenlos. Sprechen Sie uns gerne an! ■

Fulvia Scarioni, IHK Region Stuttgart

Ihre IHK-Ansprechpartnerinnen

Nahida Amado
Telefon 0711 2005-1920
nahida.amado@stuttgart.ihk.de

Fulvia Scarioni
Telefon 0711 2005-1473
fulvia.scarioni@stuttgart.ihk.de

Weitere Informationen

Webseite des BMWK:
www.managerprogramm.de/
www.bmwk.de, Suchwort:
Managerfortbildungsprogramm

Webseite der IHK Region Stuttgart:
www.ihk.de/stuttgart, Nr. 4345710

Veranstaltungshinweise

Die Veranstaltungen der IHK Region Stuttgart finden als Präsenzveranstaltungen, in virtueller oder in hybrider Form statt. Wir behalten uns vor, die Veranstaltungsform anzupassen. Auf unserer Website www.ihk.de/stuttgart finden Sie unter dem Suchbegriff „Veranstaltungen" stets aktuelle Informationen. Weitere Angebote finden Sie unter www.bw.ihk.de/taetigkeitsfelder/veranstaltungen/international, weitere Angebote der IHK-Exportakademie unter www.ihk-exportakademie.de.

	Veranstaltung	Ansprechpartnerin/Ansprechpartner
Oktober 2023		
9. Oktober	Auftaktveranstaltung IHK-Netzwerk Afrika	Thomas Bittner, Telefon 0711 2005-1230 thomas.bittner@stuttgart.ihk.de
11. Oktober	Geschäftsreisen in die USA: Welches Visum ist das Richtige? (Webinar)	Dagmar Jost, Telefon 0711 2005-1419 dagmar.jost@stuttgart.ihk.de
17. Oktober	Absicherung und Finanzierung von Auslandsgeschäften in turbulenten Zeiten	Thomas Bittner, Telefon 0711 2005-1230 thomas.bittner@stuttgart.ihk.de
25. Oktober	Die zoll- und außenwirtschaftliche Betriebsprüfung (Webinar)	Petra Lau, Telefon 0711 2005-1207 petra.lau@stuttgart.ihk.de
November 2023		
14. November	Seminar: Lieferantenerklärungen	Petra Lau, Telefon 0711 2005-1207 petra.lau@stuttgart.ihk.de
20. November	Internationaler Beratungstag 2023	Ulrike Modery, Telefon 0711 2005-1243 ulrike.modery@stuttgart.ihk.de
20. November	IHK-Exportakademie GmbH: Incoming Delegation Baltikum – High-Tech, Informations- und Kommunikationstechnologien	Boris Wittkowski, Telefon 0171 8131793 boris.wittkowski@ihk-exportakademie.de
29. November bis 1. Dezember	Italien – Branchenübergreifende Geschäftsanbahnungsreise	Barbara Effenberger, Telefon 0711 2005-1407 barbara.effenberger@stuttgart.ihk.de
Dezember 2023		
4.–8. Dezember	IHK-Exportakademie GmbH: Türkei – Geschäftsanbahnungsreise zum Thema „Nearshoring & Sourcing"	Boris Wittkowski, Telefon 0171 8131793 boris.wittkowski@ihk-exportakademie.de
6. Dezember	Fokus Brasilien: Marktchancen und Branchenentwicklungen (Webinar)	Fulvia Scarioni, Telefon 0711 2005-1473 fulvia.scarioni@stuttgart.ihk.de
7. Dezember	ATLAS Ausfuhr – ein Spezialseminar (Webinar)	Petra Lau, Telefon 0711 2005-1207 petra.lau@stuttgart.ihk.de

Bitte beachten Sie, dass es sich bei den obigen Veranstaltungshinweisen nicht um abschließende Empfehlungen handelt. Wir weisen vielmehr ausdrücklich darauf hin, dass es eine Vielzahl weiterer Anbieter und Angebote gibt.

Newsletter

Mit unserem Newsletter-Service erhalten Sie die neuesten IHK-Wirtschaftsinformationen zu von Ihnen gewählten Themengebieten tagesaktuell per Mail: www.ihk.de/stuttgart/newsletter

Online-Magazin Außenwirtschaft aktuell

Aktuelle Themen, interaktive Services, weiterführende Informationen – das und mehr finden Sie auf unserer Webseite unter www.ihk.de/stuttgart/aussenwirtschaft-aktuell