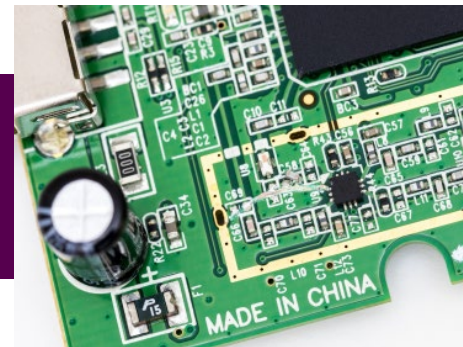


ExportManager

Ausgabe 9 | 11. November 2020
www.exportmanager-online.de

Ausgewählte Informationen für Exportverantwortliche



Schwerpunktthema dieser Ausgabe: Nordamerika

Vereinigte Staaten unter Joe Biden | Insolvenzrisiken durch Home-Office | Elektronikindustrie trotz Home-Office unter Druck | Tag der Exportweltmeister | Förderdatenbank für Zukunftsmärkte | Exportfinanzierung für Small Tickets | Verkauf in den USA | Rüstungsexporte nach Frankreich unter AGG 28

Der „Tag der Exportweltmeister“ ist vorüber, und die Präsidentschaftswahl in den USA am gleichen Tag ist entschieden. Nun blicken die deutschen Exporteure gebannt auf die Neuausrichtung der US-Politik. Diese werde jedoch in vielem der des bisherigen Präsidenten gleichen, meint Dr. Josef Braml in seiner Keynote.

In der aktuellen Ausgabe des „ExportManagers“ blicken wir auf die USA unter Joe Biden, die Sales-Tax in den USA sowie die Auswirkungen des Home-Office auf verschiedene Branchen. In der Rubrik „Vernetzen“ fassen wir die Ergebnisse der Digitalveranstaltungen des „ExportManagers“ in diesem Herbst zusammen.

Ein Schwerpunkt des diesjährigen „Tags der Exportweltmeister“ waren digitale Lösungen für kleine Auftragswerte, sogenannte Small Tickets. Schließlich analysieren wir die Auswirkungen der neuen AGG 28 auf die Rüstungszusammenarbeit mit Frankreich.

Ich freue mich über Ihr Interesse an unserer Veröffentlichung und wünsche Ihnen nützliche Erkenntnisse auf unserer Seite www.exportmanager-online.de.

Gunther Schilling

THEMEN

VERKAUFEN

3 Ein Ausblick auf die Vereinigten Staaten unter Joe Biden
Der demokratische US-Präsidentschaftskandidat Joe Biden hat eine Mehrheit im 538 Wahlmänner umfassenden „Electoral College“ erreicht und wird somit aller Voraussicht nach am 14. Dezember 2020 formal zum 46. Präsidenten der Vereinigten Staaten gewählt werden.
Uwe Burkert, Landesbank Baden-Württemberg

6 Für immer Home-Office: wo die Insolvenzrisiken dann steigen
Seit Beginn der Coronapandemie ist die Zahl der Home-Office-Stunden weltweit stark gestiegen.
Frank Liebold, Atradius Kreditversicherung

8 Elektronikindustrie trotz Home-Office unter Druck
Die Umsatzzuwächse durch Home-Office und Distanzunterricht können die Einbußen in der Fertigungsindustrie voraussichtlich nicht vollständig kompensieren.
Karsten Koch, Credendo

VERNETZEN

10 Rückenwind für Exportweltmeister
Der Wahlausgang in den USA hat die Teilnehmer am „Tag der Exportweltmeister“ eindrucksvoll bestätigt.
Gunther Schilling, F.A.Z. BUSINESS MEDIA

12 Förderdatenbank ebnet Weg in Zukunftsmärkte

Mit der Vorstellung der „Förderdatenbank Entwicklungsländer“ gab die Agentur für Wirtschaft & Entwicklung (AWE) am 22. Oktober 2020 den Startschuss für eine neue Qualität in der Förderberatung deutscher Unternehmen, die in Zukunftsmärkten tätig werden wollen.
Gunther Schilling, F.A.Z. BUSINESS MEDIA

FINANZIEREN

14 Exportfinanzierung für Small Tickets

Die Finanzierung kleiner Auftragswerte ist insbesondere im Maschinenbau ein wichtiger Baustein für den Vertriebs Erfolg.
Gunther Schilling, F.A.Z. BUSINESS MEDIA

LIEFERN

16 Verkauf in den USA: Know your Nexus

Der Nexus ist der Anknüpfungspunkt für die Besteuerung in den USA.
Sacha Wilson, Avalara

18 Neue AGG 28 für Zulieferungen zu französischen Rüstungsgütern

Im Februar 2020 ist die Allgemeine Genehmigung Nr. 28 (AGG 28) in Kraft getreten.
German Blödorn, PD Dr. Harald Hohmann, Hohmann Rechtsanwälte

21 STRATEGISCHE PARTNER UND IMPRESSUM

Ein Ausblick auf die Vereinigten Staaten unter Joe Biden

Der demokratische US-Präsidentenwahlkandidat Joe Biden hat eine Mehrheit im 538 Wahlmänner umfassenden „Electoral College“ erreicht und wird somit aller Voraussicht nach am 14. Dezember 2020 formal zum 46. Präsidenten der Vereinigten Staaten gewählt werden. Die Amtseinführung wird schließlich am 20. Januar 2021 stattfinden. Wie werden sich die Vereinigten Staaten unter Biden entwickeln? Wir wagen einen Blick voraus.



Uwe Burkert
Leiter Research/Chefvolkswirt,
Landesbank Baden-
Württemberg

LBBW_Analyseservices@
LBBW.de
www.LBBW.de



Enges Rennen um das „Weiße Haus“: Das Wahlsystem der USA setzt auf Mehrheitswahl in den Bundesstaaten.

Die US-Wahlen 2020 sind vorüber. Zwar hat sich der Rauch noch nicht vollständig verzogen, aber der Blick geht nach vorn: Was ist von einer Biden-Präsidentschaft zu erwarten? Was macht die US-Wirtschaft in der Ägide Biden? Wird Joe Biden in der Außenhandelspolitik einen protektionistischen Kurs wie sein Amtsvorgänger pflegen? Wie wird sich der Außenwert des US-Dollar entwickeln?

So viel vorweg: Die Erholung der US-Wirtschaft dürfte sich fortsetzen, und wir erwarten, dass die Schwäche des US-Dollar gegenüber dem Euro, wie sie seit

Mai zu beobachten ist, in abgemilderter Form andauert. In Summe keine schlechten Aussichten für europäische Exporteure.

Bidens Wahlprogramm ...

Hinweise darauf, welche Richtung die US-Politik unter Biden einschlagen wird, sind in „Joes Vision“ zu finden, Bidens Wahlprogramm. Dort wird unter anderem eine Vielzahl an Steuererhöhungen genannt. So soll der Körperschaftsteuersatz von derzeit 21% auf 28% ansteigen. Auf Aus-

landsgewinne soll ein Steuersatz in Höhe von 21% gelten. Auch wird ein Mindeststeuersatz in Höhe von 15% auf Buchgewinne gefordert. Die Verlagerung von Arbeitsplätzen in das Ausland soll, wie es heißt, steuerlich sanktioniert werden – ein Vorhaben, bei dem sich die Demokraten mit den zukünftig oppositionellen Republikanern wohl sehr schnell einig werden. Biden fordert des Weiteren eine Anhebung des Spitzensatzes in der Einkommensteuer von derzeit 37,0% auf 39,6%. Das US-Forschungsinstitut „Tax Policy Center“ schätzt, dass Bidens Vorschläge die Einnahmen des Zentralstaates über einen Zeitraum von zehn Jahren um insgesamt 2,4 Bill USD in die Höhe treiben werden.

„Die Erholung der US-Wirtschaft dürfte sich fortsetzen, und wir erwarten, dass die Schwäche des US-Dollar gegenüber dem Euro, wie sie seit Mai zu beobachten ist, in abgemilderter Form andauert.“

Aus Sicht in den Vereinigten Staaten arbeitender Unternehmen sind damit der schlechten Nachrichten nicht genug. Dem designierten US-Präsidenten schwebt auch vor, die Verhandlungsmacht der Gewerkschaft durch verschiedene Maßnahmen zu stärken, etwa durch die ausschließliche Vergabe öffentlicher Aufträge an tarifgebundene Unternehmen oder durch die landesweite Einfüh-

zung einer Pflicht zur Leistung von Gewerkschaftsbeiträgen auch durch nicht organisierte Arbeitnehmer. Zudem soll der landesweit geltende Mindestlohn verdoppelt werden, und zwar von derzeit 7,25 USD pro Stunde auf 15 USD pro Stunde.

Darüber hinaus befürchten manche Unternehmer, dass sich Joe Biden dem Ansinnen des linken Lagers innerhalb der Demokratischen Partei nach einer Zerschlagung der großen Silicon-Valley-Konzerne nicht widersetzen wird. Hier ist jedoch einzuräumen, dass die Monopolstellung von Google & Co. auch vielen republikanischen Politikern ein Dorn im Auge ist.

... trübt die Stimmung der Unternehmen, ...

Nach der überraschenden Wahl Donald Trumps zum US-Präsidenten im Jahr 2016 schoss die Stimmung der Unternehmen in den Vereinigten Staaten steil nach oben. Nachfolgend hielt sie sich auf erhöhtem Niveau, bis zum Ausbruch der Coronapandemie.

Die Vermutung liegt nahe, dass angesichts der Pläne der Demokraten für die kommenden Jahre die Stimmung unter den US-Unternehmen nachhaltig leiden könnte. Selbst wenn die Coronapandemie demnächst einmal wieder zurückweichen sollte, würde die Stimmung nicht wieder

anziehen. Im Ergebnis hieße dies, dass die Investitionspläne des Unternehmenssektors längerfristig zusammengestrichen würden.

... stärkt aber die Konsumnachfrage

Dem steht entgegen, dass „Joes Vision“ umfangreiche Steuergutschriften für Kinder und für die Kinderbetreuung vorsieht. Derartige Transfers werden, sollten sie Wirklichkeit werden, besonders Bevölkerungsgruppen mit geringem Einkommen zugutekommen. Diese weisen eine niedrige Sparquote auf.

Aus konjunktureller Perspektive hieße dies: Derjenige fiskalpolitische Stimulus, der mit den Steuergutschriften einherginge, dürfte der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage ohne große Abstriche zugutekommen. Darüber hinaus wird auch nur eine ansatzweise Umsetzung des Wahlkampfversprechens von Joe Biden, innerhalb seiner Amtszeit 2 Bill USD für Infrastruktur und Umweltschutz auszugeben, die Verbrauchs- und Investitionsausgaben des Staates in die Höhe treiben.

Die Wachstumsstory bleibt intakt, ...

Unterm Strich ist die Wirkung aller Maßnahmen, die Biden angekündigt hat, vorderhand nur schwierig zu bestimmen. Ins

Kalkül zu ziehen ist, dass eine erhöhte Konsumnachfrage üblicherweise nachfolgend die Investitionen antreibt. Dieser „Akzelerator-Effekt“ wird nach aller Erfahrung eine etwaige steuerinduzierte Eintrübung der Investitionslaune weit überkompensieren.

Die Umsetzung der von Joe Biden angekündigten Maßnahmen wird entscheidend davon abhängen, ob es den Demokraten gelingen wird, den Republikanern die Mehrheit im US-Senat abzunehmen. Das Rennen ist auch hier noch offen. Ohne eine Mehrheit in beiden Häusern des US-Kongresses wäre Joe Biden darauf angewiesen, Kompromisse mit den Republikanern einzugehen und mit Hilfe von Dekreten zu regieren.

„Die Vermutung liegt nahe, dass angesichts der Pläne der Demokraten für die kommenden Jahre die Stimmung unter den US-Unternehmen nachhaltig leiden könnte. Selbst wenn die Coronapandemie demnächst einmal wieder zurückweichen sollte, würde die Stimmung nicht wieder anziehen.“

Die von verschiedenen Seiten geäußerte Einschätzung, dass ein Wahlsieg Donald Trumps besser für die US-Wirtschaft gewesen wäre, ist durch nichts gedeckt und erheblich in Zweifel zu ziehen. Wir erwarten, dass die US-Wirtschaft im

Schlussquartal 2021, und damit eher als der Euro-Raum oder das Vereinigte Königreich, ihr Vorkrisenniveau wieder erreichen wird. Diese Prognose setzt freilich voraus, dass eine etwaige Eskalation der Coronapandemie nicht einen erneuten „Lockdown“ der US-Wirtschaft erzwingt. Für das Gesamtjahr 2021 ergibt sich für uns die Prognose einer Zuwachsrates des US-Bruttoinlandsprodukts von 3,6%.

... doch auch die Schulden steigen weiter

Die Kehrseite eines derartigen, im internationalen Vergleich guten Wirtschaftsverlaufs wäre ein rasanter Anstieg der Staatsverschuldung. Nach unserer Berechnung belief sich die US-Staatsverschuldung im Jahr 2019 auf knapp 109% des Bruttoinlandsprodukts. Der Einbruch der Staatseinnahmen infolge der Coronapandemie in Verbindung mit diversen Rettungspaketen dürfte die Staatsverschuldung im Jahr 2020 auf über 130% des Bruttoinlandsproduktes hieven.

Eine vollständige Umsetzung der demokratischen Ausgabenvorschläge aus Wahlkampfzeiten würde die US-Staatsverschuldung in noch schwindelerregendere Höhen treiben. Die Ausgabenvorschläge summieren sich über ein Fenster von zehn Jahren auf mehr als 7 Bill USD, und sie werden durch die geplanten Steuererhöhungen nur teilweise zu finanzieren sein.

Protektionismus setzt sich fort

Die Hoffnung mancher Exporteure auf dieser Seite des Atlantiks, dass die Wirtschaftspolitik des designierten US-Präsidenten Joe Biden weniger protektionistisch ausfallen wird als die seines Amtsvorgängers, dürfte im Kern enttäuscht werden. Ein Wahlkampflogan Joe Bidens lautete: „Made in All of America“. Der designierte Präsident möchte unter Zuhilfenahme der Einkaufsmacht des Staates die Rückverlagerung von Lieferketten in die Vereinigten Staaten erreichen. Die Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland soll, wie bereits erwähnt, zudem steuerlich sanktioniert werden.

„Der designierte Präsident möchte (...) die Rückverlagerung von Lieferketten in die Vereinigten Staaten erreichen.“

Bei alledem gehen politische Beobachter davon aus, dass Joe Biden den Schulterchluss mit der Europäischen Union suchen wird, um mit der geballten Macht des Westens gegen unlautere Aktivitäten der VR China vorzugehen. Europa ist für Biden ein Verbündeter und kein Feind.

US-Dollar wird schwächer

Nach der überraschenden Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten im

Jahr 2016 gewann der US-Dollar gegenüber dem Euro sprunghaft an Wert. Wenn es auch nach all den geopolitischen Krisen in den zurückliegenden Jahren eine Vielzahl an Marktteilnehmern goutieren dürfte, dass im Weißen Haus bald ein Präsident sitzen wird, welcher nicht täglich neue Konflikte entfacht, wagen wir den Umkehrschluss und prognostizieren, dass nun, nach dem voraussichtlichen Wahlerfolg von Joe Biden, der Greenback gegenüber dem Euro an Wert verlieren wird.

Für diese Prognose spricht nicht nur die besagte Beobachtung aus dem Jahr 2016, sondern auch die Erwartung, dass mit dem unterstellten Abklingen der geopolitischen Risiken nach der Abwahl Trumps die Funktion des US-Dollar als „sicherer Hafen“ weniger gesucht sein wird. Im Ergebnis erwarten wir eine Aufwertung der Gemeinschaftswährung auf 1,23 USD per Mitte 2021. ◀

➤ *Uwe Burkert leitet seit 2013 als Chefvolkswirt das Research der LBBW und repräsentiert es seit etwa zwei Jahrzehnten nach innen und außen. Alle zwei Wochen schaut er in seinem Blog „Burkerts Blick“ auf die Weltwirtschaft. Er bewertet die Entwicklungen an den internationalen Finanzmärkten und kommentiert Entscheidungen in der Wirtschafts-, Notenbank- und Regierungspolitik. Den Blog mit dem aktuellen Beitrag „Wohin steuert Amerika?“ finden Sie [HIER](#).*

CONTENT-HUB

Außenwirtschaft 2021



In der Coronakrise steht die Außen- und Exportwirtschaft vor neuen Herausforderungen. Mit unserem Content Hub bieten wir Ihnen Zugang zu Expertenwissen zu den Märkten und Chancen sowie Informationen zu den Schwerpunkten Finanzierung, Recht und Logistik.

- Länder und Märkte im Überblick
- Handel und Investitionen in der Praxis
- Service

www.exportmanager-online.de/themen/aussenwirtschaft

Anzeige

Für immer Home-Office: wo die Insolvenzrisiken dann steigen

Seit Beginn der Coronapandemie ist die Zahl der Home-Office-Stunden weltweit stark gestiegen. Wenn Home-Office zur Normalität wird und Millionen von Menschen rund um den Globus nicht mehr jeden Tag in die Metropolen pendeln, was hieße das für das Forderungsrisiko im Firmengeschäft? In welchen Branchen steigen dann die Unsicherheiten?



Frank Liebold
Country Director Germany,
Atradius Kreditversicherung

frank.liebold@atradius.com
www.atradius.de

Weltweit wurden bis Anfang November 2020 mehr als 47 Millionen Infektionen mit dem Coronavirus registriert. Die weiter steigenden Ansteckungszahlen intensivieren auch den Trend des mobilen Arbeitens in den Industrienationen. Das stellt exportierende Unternehmen vor Herausforderungen, da die Auswirkungen in diversen Branchen zu spüren sind. Denn das erste Fazit fällt nach gut einem halben Jahr bei vielen Unternehmen überwiegend positiv aus. Global Player wie Google und SAP verlängern das Arbeiten von zu Hause offiziell bis Mitte 2021. Umfragen des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) und des ifo Instituts zeigen, dass zahlreiche Firmen sich vorstellen können, auch nach der Corona-

krise an einer Ausweitung der Telearbeit festzuhalten. Forscher der Universität Chicago gehen davon aus, dass 20% der bisherigen Präsenzarbeitszeit ins Home-Office verlagert wird.

„Die seit Monaten verwaisten Schreibtische haben in vielen Unternehmen das Controlling auf den Plan gerufen.“

Die vergangenen Monate verdeutlichten vielen Firmenchefs, dass Home-Office für mehr Aufgaben funktioniert und somit effizienter ist, als sie vor der Covid-19-Pandemie angenommen haben. Nur wenige Unternehmen dürften zum noch

alten Präsenzmodell zurückkehren wollen. Kaum eine Firma erlitt ernsthafte Produktivitätseinbußen durch das mobile Arbeiten.

Durch diesen Trend werden sich die Geschäftsaktivitäten örtlich stark verschieben. Das führt vor allem in denjenigen Branchen zu zunehmenden Unsicherheiten, deren Umsätze von den zahlreichen Pendlern in die Städte und der Vermietung von Büroarbeitsplätzen abhängen. Wie stark das Forderungsrisiko bei Geschäften mit diesen Unternehmen steigt, ist von Abnehmer zu Abnehmer sicher unterschiedlich. Der Prozess wird den Druck in mehreren Branchen insgesamt jedoch erheblich erhöhen – in einigen je nach der zukünftigen Entwicklung der Covid-19-Fälle auch schon kurz- bis mittelfristig.

**Home-Office für alle:
Vermieter von Gewerbeimmobilien,
institutionelle Investoren und Gast-
ronomen werden die Folgen spüren**

Die seit Monaten verwaisten Schreibtische haben in vielen Unternehmen das Controlling auf den Plan gerufen, um zu analysieren, ob es in Zukunft überhaupt noch notwendig ist, für jeden Mitarbeiter einen festen Arbeitsplatz bereitzustellen und dafür entsprechende Flächen anzumieten. Gerade bei großen Unternehmen liegen die jährlichen Mietausgaben häufig in Millionenhöhe. Hier verbirgt sich



Der Rückzug in die eigenen vier Wände spart Kosten, kann aber auf Dauer auch der Innovationskraft schaden.

enormes Einsparpotential. In der Folge dürften zahlreiche Firmen ihre bestehenden Mietverträge in den kommenden Jahren kündigen bzw. Teile der Flächen abgeben.

Den Trend weg von einem festen Arbeitsplatz pro Mitarbeiter gibt es nicht erst seit März. Die Pandemie hat ihn aber noch einmal beschleunigt. Diese Entwicklung wird – sofern kein profitables Nachnutzungskonzept für die leeren Flächen vorliegt – die Erträge von Büroimmobilienfonds erheblich schmelzen lassen.

Leidtragende dieser Entwicklung sind außer Privatanlegern zahlreiche institutionelle Investoren, die auf die Anlagegewinne angewiesen sind. Zu ihnen zählen unter anderem Banken, Versicherungen und Investment- und Kapitalgesellschaften. Bei ihnen könnten teilweise erhebliche Liquiditätslücken entstehen.

„Das führt vor allem in denjenigen Branchen zu zunehmenden Unsicherheiten, deren Umsätze von den zahlreichen Pendlern in die Städte und der Vermietung von Büroarbeitsplätzen abhängen.“

Dauerhaft weniger gewerbliche Nutzung hieße auch dauerhaft weniger Nachfrage und geringere Umsätze für Kantinenbetreiber. Das Insolvenzrisiko dürfte sich bei einem solchen Szenario in kurzer Zeit

stark erhöhen. Ebenso werden dann bei vielen Restaurants erhebliche Liquiditätsmängel auftreten und zu einem hohen Insolvenzrisiko führen. Die Coronapandemie und die Ausweitung des Home-Office reduzierten die Zahl der Geschäftsessen und -reisen erheblich. Dienstgespräche und Verhandlungen werden vermehrt über Videokonferenzen oder telefonisch durchgeführt – ganz gleich, ob im In- oder Ausland. Auch hier besteht Einsparungspotential, was wiederum zu erhöhten Unsicherheiten für die internationale Hotelbranche führt, die von den Geschäftsreisenden lebt. Die Fluggesellschaften spüren die rückläufigen Zahlen von Geschäftsreisenden ebenfalls massiv.

Als weitere Folge hat das Arbeiten von zu Hause die Digitalisierung von Büroprozessen beschleunigt, z. B. wird Druckerpapier in geringeren Mengen benötigt. Dadurch verstärkt sich der Druck auf die Papierindustrie weiter. Atradius hatte bereits 2019 auf beträchtliche Insolvenzrisiken hingewiesen.

Folgt dem Ende der Krawatte auch das Aus von Bekleidungsanbietern?

Auch der Bedarf an Bürokleidung wie Anzügen, Krawatten oder Businesskostümen sinkt. Dies wiederum wirkt sich erheblich auf Anbieter aus, die einen hohen Umsatzanteil mit Businessklei-

dung erzielen. Unter allen deutschen Branchen bewertet Atradius die Textilbranche derzeit als diejenige mit dem höchsten Insolvenzrisiko. Die Bruttowertschöpfung dürfte 2020 um 13% gegenüber 2019 zurückgehen, nachdem sie bereits in den vergangenen Jahren gefallen war.

Bei einem flächendeckenden Home-Office-Szenario wird sich auch die Zahl an Pendlerkilometern erheblich verringern. Das wiederum belastet die Automobilbranche, die sich bereits seit rund zwei Jahren in einer schwierigen Situation mit erhöhtem Insolvenzrisiko bei zahlreichen Zulieferern befindet. Ende 2019 war Atradius schon von einem deutlichen Anstieg der Insolvenzen in der deutschen Automobilbranche ausgegangen. So würde sich der Druck zusätzlich erhöhen, zum Beispiel auch auf Werkstätten und Tankstellen.

Weniger Menschen in den Innenstädten heißt weniger Umsätze in den Fußgängerzonen

Auch bei den Einzelhandelsgeschäften werden erhebliche Folgen spürbar werden, sollte ein Großteil der Arbeitnehmer künftig hauptsächlich von zu Hause aus arbeiten. Zusätzlich schwächen würde dies vor allem jene stationären Einzelhändler, die über keinen Onlinevertriebskanal verfügen und von den Lockdown-Maßnahmen bereits schwer getroffen

wurden. Das „neue Arbeiten“ könnte zahlreiche, in den Städten etablierte Wertschöpfungsketten unterbrechen. Das wird sich mittelfristig auch auf das Zahlungsrisiko bestimmter Branchen auswirken.

Nur verantwortbare Risiken eingehen

In der aktuellen Situation empfiehlt es sich, nur verantwortbare Risiken einzugehen. Unternehmen sollten vor Abschluss von Geschäften auf Rechnung die Abnehmer individuell auf mögliche Zahlungsrisiken hin prüfen lassen. Als einer der international führenden Kreditversicherer unterstützt Atradius dabei und vergibt – je nach Ausfallrisiko – Versicherungsschutz in entsprechender Höhe. Auf diese Weise etabliert das Unternehmen eine Frühwarnfunktion, mit der sich Zahlungsausfälle häufig vermeiden lassen.

Kommt es dennoch zu einem Schaden, sichert Atradius die Liquidität von Lieferanten und Dienstleistern, indem der Kreditversicherer Forderungsausfälle in der Regel bis zu einer Höhe von 90% ersetzt. Bei zu unsicheren Abnehmern sollten Lieferanten und Dienstleister auf Bar- oder Vorauszahlungen bestehen. ◀

► *Weitere Analysen von Atradius finden Sie auf unserer Website www.atradius.de im Menüpunkt Publikationen.*

Elektronik- industrie trotz Home-Office unter Druck

Die Umsatzzuwächse durch Home-Office und Distanzunterricht können die Einbußen in der Fertigungsindustrie voraussichtlich nicht vollständig kompensieren.



Karsten Koch
Country Manager,
Credendo

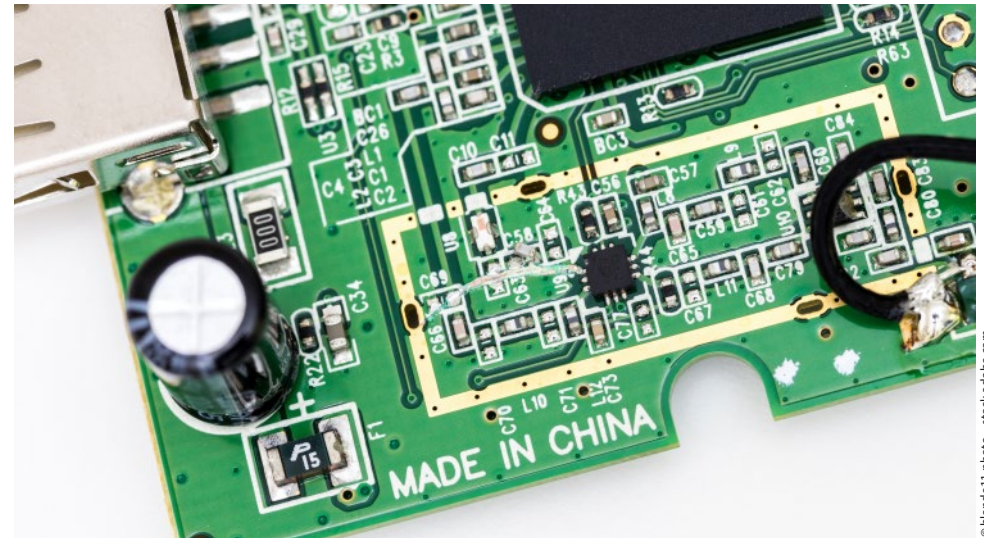
K.Koch@credendo.com
www.credendo.com

Unterhaltungselektronik sowie Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) wurden von der Covid-19-Krise schwer erschüttert. Dabei ist diese Krise einzigartig, da sie nicht von einem Nachfrage- oder Produktionsrückgang ausgelöst wurde. Drei Probleme müssen gleichzeitig bewältigt werden: Störungen der Lieferkette, ein Wegbrechen der Nachfrage sowie Unterbrechungen in der Produktion.

Covid-19 blockierte die Lieferketten

Der Lieferkette der Elektronikindustrie wird in den Segmenten Unterhaltungselektronik und ITK von China dominiert, das wichtige Vorgänge in der Gerätemontage ausführt. Die zu montierenden Produkte stammen im Allgemeinen aus Japan, Südkorea, Taiwan, Singapur oder einigen chinesischen Provinzen. Als China als erstes Land von der Covid-19-Pandemie heimgesucht wurde, führte dies zu einer Störung der weltweiten Lieferketten.

Als Nächstes brach die Pandemie in anderen asiatischen sowie in europäischen Ländern aus. Das veranlasste Regierungen und Unternehmen zu drastischen Maßnahmen wie Grenzschließungen, die die internationalen Lieferketten ebenfalls schwächten. Seit vergangener Juni ist China jedoch eine rasche Erholung des Exports gelungen, die sich vorwiegend im



Elektronik „made in China“ bleibt ein wichtiger Baustein der internationalen Wertschöpfungsketten.

Computer- und Medizintechnikbereich vollzog und darauf hindeutet, dass die meisten Probleme in Bezug auf Lieferkettenstörungen behoben sind.

Der in europäischen Ländern angeordnete Lockdown hat zum einen die Produktion beeinträchtigt, da viele Arbeitnehmer sich nicht an ihren Arbeitsplatz begeben konnten. Zum anderen mussten nicht systemrelevante Geschäfte schließen, und Bürger wurden daran gehindert, sich frei zu bewegen oder geplante Käufe zu tätigen. Zwar ließ der weitreichende Umstieg auf Home-Office und Distanzunterricht zu Beginn der Pandemie die Umsätze bei Computerhardware und Bürogeräten steigen. Doch die Einkommensverluste unter den Arbeitnehmern, die herrschende Unsicherheit und die

vorübergehende Unmöglichkeit, nicht systemrelevante Produkte physisch zu erwerben, führten im Verlauf des Jahres 2020 zu einem rückläufigen Umsatz von IKT-Produkten. Nicht zuletzt die Verschlechterung der Geschäftslage in den Fertigungsindustrien – insbesondere in der Automobilfertigung, die ein wichtiger Abnehmer von Elektronikprodukten ist – bildet einen maßgeblichen Treiber für den Umsatzrückgang im IKT-Bereich.

Hauptrisiken

Im Einzelhandelssegment könnte der Kaufkraftverlust in Privathaushalten infolge der Krise die Tendenz bestärken, Computerhardware, Laptops und andere Geräte durch ein einziges Smartphone zu

ersetzen. Weiterhin kann davon ausgegangen werden, dass viele Verbraucher Einkäufe auch nach der Krise weiterhin online tätigen. Unternehmen, die nicht auf den Markt reagieren und die Umstellung auf den Onlineverkauf verpassen, dürften das Nachsehen haben.

Weiterhin dürften die Unsicherheit rund um die Entwicklung der Pandemie und die wirtschaftliche Lage zu vermehrtem Vorsorgesparsen und zur Aufschiebung (oder Reduzierung) geplanter Käufe führen. In ihrem Bestreben, Geld zu sparen, könnten Verbraucher sich schließlich preisgünstigen Herstellern/Marken zuwenden, während die für das Wiederhochfahren der Produktion und die Vermeidung künftiger Unterbrechungen notwendige Neugestaltung der internationalen Lieferkette auch die Kosten europäischer Unternehmen in die Höhe treiben könnte.

„Solange es für Covid-19 weder Impfstoff noch Behandlung gibt, werden die Unterhaltungselektronik- und die IKT-Branche weiterhin von erheblicher Ungewissheit belastet.“

Auch nach einer Erholung bleibt die wirtschaftliche Aktivität im Fertigungsbereich gedämpft. Für die Automobilbranche ist die Krise ein besonders schwerer Schlag. Es dürfte mehrere Jahre dauern, bis die

Produktions- und Verkaufszahlen wieder auf Vor-Corona-Niveau liegen, was die Erholung in der IKT-Branche verlangsamt.

Hinzu kommen die Auswirkungen des Brexits und der Handelsspannungen zwischen den USA und Europa sowie den USA und China, die die Automobilbranche durch die Verhängung von Einfuhrzöllen und Sanktionen gegen bestimmte Unternehmen zusätzlich schwächen.

Fazit

Solange es für Covid-19 weder Impfstoff noch Behandlung gibt, werden die Unterhaltungselektronik- und die IKT-Branche weiterhin von erheblicher Ungewissheit belastet. Tatsächlich würde ein anhaltend starker Neuanstieg der Covid-19-Infektionen den zaghaften Aufschwung bedrohen (bei Ländern, deren Wirtschaftstätigkeit sich erholt) oder den anhaltenden Rückgang verschärfen (bei Volkswirtschaften, die weiterhin stark unter Druck stehen).

Für die IKT-Branche könnte ein solches Szenario auf der Angebotsseite zu neuerlichen Lieferketten- und Produktionsunterbrechungen führen. Auf der Nachfrageseite kann die Unsicherheit sowohl die Verbraucher- als auch die Industrienachfrage unter Druck setzen. ◀

➤ *Weitere Informationen finden Sie unter www.credendo.com.*

Anzeige



Die Bank für Ihr internationales Geschäft

Als führender Spezialanbieter für Länderrisikomanagement unterstützen wir Sie bei der Erschließung neuer und Sicherung bestehender Absatzmärkte: mit erfahrenen Spezialisten, einem weltweiten Netz von Korrespondenzbanken und exzellenter Qualität.

Überzeugen Sie sich selbst:

Andrejana Wächter, International Banking
Tel.: +49 69 718-2383
E-Mail: Andrejana.Waechter@oddo-bhf.com

Jutta Röller, International Banking
Tel.: +49 69 718-2235
E-Mail: jutta.roeller@oddo-bhf.com

www.oddo-bhf.com

Rückenwind für Exportweltmeister

Der Wahlausgang in den USA hat die Teilnehmer am „Tag der Exportweltmeister“ eindrucksvoll bestätigt. Zwei Drittel der Befragten hatten auf einen Wahlsieg Joe Bidens getippt. Die Sprecher des Eröffnungspanels hatten zuvor klargemacht, dass die USA unabhängig von der Politik ein unverzichtbarer Markt bleiben werden.



Gunther Schilling
Leitender Redakteur
ExportManager,
F.A.Z. BUSINESS MEDIA

gunther.schilling@faz-bm.de
www.faz-bm.de



Den Blick auf die Märkte gerichtet: Exportweltmeister suchen nach neuen Wegen aus der Krise.

Die Coronapandemie hat die deutsche Exportwirtschaft noch fest im Griff. Zwar gingen die Exporte im September nur noch um 3,8% gegenüber dem Vorjahr zurück, doch für die ersten neun Monate schlägt weiterhin ein Minus von 11,7% zu Buche. Für viele Unternehmen verlief das Geschäft in schnellen Aus- und Abwärtsbewegungen. Nach einem noch recht guten Jahresbeginn brach der Umsatz im zweiten Quartal ein. Viktoria Schütz, geschäftsführende Gesellschafterin des Maschinenbauers DEGUMA-Schütz GmbH, berichtete von einer leichten Erholung der Aufträge im Sommer. Die Nachfrage sei jedoch weiterhin geschwächt, da die Reserven in vielen

Unternehmen aufgebraucht seien und neue Investitionen aufgeschoben würden.

Absatzmärkte unterschiedlich betroffen

Michael Pfaff, Vice President der Binder GmbH, berichtete von einer zunehmend unterschiedlichen Entwicklung der Absatzmärkte. Während die meisten Länder noch stark unter der Pandemie litten, habe sich China schnell erholt. Dort nehme der Absatz mit zweistelligen Raten zu und liege damit deutlich über den Erwartungen. Ebenfalls gut entwickel-

sich Amerika, wo der Umsatz leicht über Vorjahr liege. In Russland seien Aktivitäten in der Batterie- und Impfstoffforschung für einen guten Geschäftsverlauf verantwortlich.

Dr. Andreas Hettich bestätigte die Auf- und Abwärtsbewegung im Umsatz in der Möbelbranche, für die sein Unternehmen Beschläge liefert. Es gebe eine Hinwendung zur heimischen Wohnung, der von den geringeren Ausgaben für Reisen und Mobilität getrieben werde. Allerdings gelte die relativ gute Nachfrage nicht für alle Länder. So sei die Situation beispielsweise in Indien schwierig.

Innovative Lösungen gesucht

„Innovation wird getrieben durch den Austausch mit den Kunden und der Mitarbeiter untereinander. Wir arbeiten gerade daran, das digitale Erlebnis für den Kunden auf der Website zu verbessern“, berichtete Pfaff. Dr. Hettich bestätigte, dass es in der aktuellen Situation eine besondere Herausforderung sei, die Kunden zu erreichen. Sein Unternehmen habe einen Transporter zum Showroom ausgebaut und sei damit zu den Kunden gefahren, um die Produkte auch haptisch zu präsentieren.

Schütz berichtete von einer virtuellen Kundenveranstaltung, die die jährliche Hausmesse ersetzen sollte. An dem digitalen Format wolle man festhalten, sie

solle aber noch stärker auch auf ausländische Kunden ausgerichtet werden.

Lieferketten bleiben bestehen

Die Lieferketten hätten erstaunlich gut funktioniert. Dabei habe eine große Entfernung zum Lieferanten den Vorteil, dass man während der langen Transportzeit noch reagieren könne. Bei näherliegenden Lieferanten sei der zeitliche Spielraum wesentlich kürzer. Mit Blick auf den voraussichtlich harten Brexit konsolidiere die Hettich Group die Lieferwege und stocke die Lager auf. Allerdings brächten Lagerbestände nicht viel, wenn das falsche Teil auf Lager liege, schränkte Hettich ein.

„Die Lieferketten haben erstaunlich gut funktioniert. Dabei hat eine große Entfernung zum Lieferanten den Vorteil, dass man während der langen Transportzeit noch reagieren kann.“

Pfaff beschrieb Großbritannien als wichtigen Markt, da es dort viele innovative mittelständische Unternehmen gebe. Gemeinsam mit den Partnern vor Ort bereite sich Binder auf den Brexit vor. Eine Risikoanalyse zeige, dass das Unternehmen von Lieferhemmnissen zwischen Großbritannien und der EU nicht besonders betroffen wäre.

USA bleiben wichtigster Überseemarkt

„Für uns hat der amerikanische Markt, was das ganze Thema Pharma, Automotive, Food & Beverages betrifft, ein sehr großes Potential“, erklärte Pfaff. Amerika sei für sein Unternehmen mit Abstand der größte Markt. Dort habe man noch einiges zu leisten und aufzuholen – unabhängig davon, welcher Präsident nun gewählt werde.

US-Experte sieht anhaltende Handelskonflikte

Dr. Josef Braml betonte in seiner Keynote zum „Tag der Exportweltmeister“, dass die Marktbedingungen härter würden, unabhängig von dem Ausgang der Präsidentschaftswahl. Die eigentliche Herausforderung für die US-Politik sei die Coronapandemie, insbesondere die hohe Verschuldung und die wirtschaftliche Misere.

Die USA würden weiterhin versuchen, aus der wirtschaftlichen und militärischen Abhängigkeit der Verbündeten Kapital zu schlagen. Zudem habe sich der Konflikt zwischen den USA und China durch Corona noch einmal verschärft. China brauche einen äußeren Feind, um von den Schwierigkeiten im Inneren abzulenken. Auch Biden neige zum China-Bashing, das von der Bevölkerung geteilt werde.

Anzeige



Tag der Exportweltmeister

Strategien, Praxiswissen und Networking für internationale Märkte

DIGITALKONFERENZ AM 3. NOVEMBER 2020





Gunther Schilling,
Leitender Redakteur,
ExportManager



Michael Dietz,
Global Head of Trade
Finance Flow,
Deutsche Bank AG

Der ExportManager dankt allen Teilnehmern, Referenten und Sponsoren des „Tages der Exportweltmeister 2020“ für eine spannende Veranstaltung. Mitschnitte und Präsentationen finden Sie im Veranstaltungsrückblick unter www.exportmanager-online.de/events/tag-der-exportweltmeister/rueckblick/

VERANSTALTER	MITVERANSTALTER	PARTNER	
			 
FÖRDERER	MEDIENPARTNER	KOOPERATIONSPARTNER	
  			

www.tag-der-exportweltmeister.de

Förderdatenbank ebnet Weg in Zukunftsmärkte

Mit der Vorstellung der „Förderdatenbank Entwicklungsländer“ gab die Agentur für Wirtschaft & Entwicklung (AWE) am 22. Oktober 2020 den Startschuss für eine neue Qualität in der Förderberatung deutscher Unternehmen, die in Zukunftsmärkten tätig werden wollen. Das Webinar des ExportManagers diskutierte darüber hinaus die Folgen der Coronapandemie und die Reaktion der ausländischen Unternehmen.



Gunther Schilling
Leitender Redakteur
ExportManager,
F.A.Z. BUSINESS MEDIA

gunther.schilling@faz-bm.de
www.faz-bm.de

In ihrer Begrüßung zum Webinar beschrieb die Leiterin der AWE, Dr. Corinna Franke-Wöllner, den Beratungsauftrag ihres Hauses für kleine und mittelständische deutsche und europäische Unternehmen, die sich in Entwicklungs- und Schwellenländern engagieren wollen. Die von der DEG – Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) mbH getragene Agentur verfüge über ein internationales Team erfahrener Berater, die bei der Nutzung staatlicher Förder- und Finanzierungsangebote kostenlos und vertraulich behilflich sein könnten. Ein weiterer Schwerpunkt der Agentur sei die Beratung zum NAP-Monitor, dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte.

Coronapandemie verzögert Projekte

Klaus Hepp, Präsident von Vulkan do Brasil, berichtete von der wirtschaftlichen Situation in Brasilien in der Pandemie. Die eigentliche Industrie könne als Wirtschaftsmotor des Landes weiterarbeiten. Die Projekte, die von Brasilien aus in Afrika gestartet wurden, seien im März jedoch komplett zum Stillstand gekommen. Die Industriemessen seien weltweit abgesagt worden. Lediglich die bereits begonnenen Aktivitäten hätten aufrechterhalten werden können. Martin Walter, GTAI, berichtete von einer weltweiten Einrü-



Zur Vorstellung der Förderdatenbank äußerten sich am 22. Oktober 2020 Unternehmer und Berater.

bung der wirtschaftlichen Situation, auf die die GTAI durch gezielte Informationen zum Thema Covid-19 reagiert habe.

Engagement bleibt stark

Dr. Franke-Wöllner berichtete von der Beratungstätigkeit der Agentur zu den Covid-19-Maßnahmen beispielsweise im Rahmen des develoPPP.de-Programms. So wandten sich in den vergangenen Monaten über 90 Unternehmen an die Agentur, um ihre Ideen für dieses Förderangebot vorzustellen. Positiv überrascht zeigte sie sich vom anhaltend starken Interesse der Unternehmen im Verlauf dieses Jahres. Sie hätten die Zeit während der Kontakteinschränkungen offenbar genutzt, um neue Projekte zu entwickeln und sich über Fördermöglichkeiten zu informieren.

Teilnehmer nutzen Förderangebote

In einer Kurzumfrage unter den Teilnehmern wurde deutlich, dass 62% der antwortenden Unternehmen bereits mit der Vorbereitung eines Engagements in Entwicklungsländern befasst waren. 47% haben bereits dorthin exportiert und 44% dort Investitionsvorhaben durchgeführt. An Messen in Entwicklungsländern waren bislang lediglich 29% beteiligt. Eine weitere Befragung ergab, dass 65% der Unternehmen dafür bereits eine Förderung in Form von Informationen, Kontakten und Beratung nutzten, 27% erhielten einen Zuschuss für ihr Vorhaben, und 24% sicherten ihr Engagement mit einer Garantie ab. Darlehen (10%) und Beteiligungen (8%) wurden dagegen weniger stark genutzt.

Informationsbedarf weiterhin hoch

Walter bestätigte insbesondere die starke Nachfrage nach Berichterstattung zu Coronathemen. Die Unternehmen suchen nach neuen Märkten und nach speziellen Informationen zu Ländern und Branchen. Hepp berichtete von den eigenen Aktivitäten in afrikanischen Märkten, die vor allem wegen der Erfahrungen mit dem Industriegeschäft von Brasilien aus betrieben werden. Dort habe man, von Südafrika ausgehend, Cluster identifiziert und Leuchtturmprojekte gewonnen, die nun durch die Coronapandemie unterbrochen worden seien. Als mittelständisches Familienunternehmen mache sich Vulkan zunächst mit dem Umfeld vor Ort vertraut, knüpfe Kontakte und suche Partner. Bereits im Vorfeld habe das Unternehmen sehr rege an Markterkundungs- und Geschäftsanbahnungsreisen sowie an den deutschen Pavillons auf Messen teilgenommen.

Entwicklungsinstitutionen als Partner

Dr. Franke-Wöller wies auf die Voraussetzungen für ein Engagement hin. Das seien vor allem Personal, Zeit und Geld. Unternehmen würden ihr Engagement zunächst an betriebswirtschaftlichen Erwägungen ausrichten. Wenn alle Voraussetzungen erfüllt seien, stelle sich die Frage nach den geeigneten Partnern für die Marktbearbeitung. Da kämen die Ins-

titutionen der Entwicklungszusammenarbeit vor Ort mit ihrer großen Erfahrungen mit dem Zielland und seinen Rahmenbedingungen ins Spiel. Allerdings verfolgten diese Institutionen vor allem entwicklungspolitische Ziele und seien nicht für die Erfüllung betriebswirtschaftlicher Ziele zuständig.

„68% der befragten Teilnehmer des Webinars planen neue Aktivitäten in Entwicklungsländern.“

Walter beschrieb die Zusammenarbeit von Außenwirtschaftsförderung und Entwicklungszusammenarbeit als Zusammenspiel wie in einem Orchester, das eine gute Abstimmung erfordere. Die Förderdatenbank werde in diesem Orchester gut mitspielen. Am Beispiel der Flüchtlingskrise zeige sich, dass das entwicklungspolitische Ziel des Aufbaus von Strukturen in Afrika mit der zunehmenden wirtschaftlichen Bedeutung des Kontinents einhergehe. Es gelte, in diesem Zukunftsmarkt einen Fuß in die Tür zu bekommen.

Neue Aktivitäten geplant

Die teilnehmenden Unternehmen sagten in einer weiteren Umfrage mehrheitlich, dass sie neue Aktivitäten in Entwicklungsländern planten. Das teilten 68% der Befragten mit. Weitere 26% antworteten mit Vielleicht und 6% mit Nein. Befragt

nach den Formen der geplanten Aktivitäten, sagten 30%, dass sie eine Marktstudie planten, 28% nannten eine Markterkundungsreise und 13% eine Messebeteiligung. Deutlich häufiger wurden die klassischen Auslandsaktivitäten Export (41%) und Investitionsvorhaben (46%) genannt.

Einfacher Zugang zu Förderangeboten

Bei der Vorstellung der Förderdatenbank wies Hans Joachim Heben, Senior Berater der AWE, auf den Bedarf an einer Erfassung und Strukturierung der vielfältigen Förder- und Finanzierungsangebote bei Engagements in Entwicklungsländern hin. Dabei werden nicht nur die Angebote deutscher Institutionen wie der Bundesregierung und der Bundesländer dargestellt, sondern auch die der EU und europäischer Entwicklungsbanken sowie Angebote auf multinationaler Ebene und regionaler Entwicklungsbanken. Mit der Förderdatenbank seien nun rund 140 Angebote verfügbar, die den Beratern der AWE eine gezielte Auswahl passender Förder- und Finanzierungsinstrumente ermöglichten und Unternehmen eine Erstinformation über zur Verfügung stehende Angebote. ◀

► *Ein Mitschnitt der Veranstaltung und der Vorstellung der Förderdatenbank ist HIER verfügbar. Die Förderdatenbank finden Sie auf der Website der Agentur für Wirtschaft & Entwicklung HIER.*

Anzeige

New: GoingDigital



GoingDigital is the new online-magazine for the changing legal market. It reports quarterly on all issues of digitization that are essential for business practice and the legal market, as well as on the topics of cyber security, data protection and IT.

www.goingdigital-magazine.com

Published by



Ein Unternehmen der FA.Z.-Gruppe



www.germanlawpublishers.com

Strategic Partners















F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH – Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe
Frankenallee 71-81 • 60327 Frankfurt/Main, Germany

Exportfinanzierung für Small Tickets

Die Finanzierung kleiner Auftragswerte ist insbesondere im Maschinenbau ein wichtiger Baustein für den Vertriebs Erfolg. Daher widmete sich der „Tag der Exportweltmeister“ Lösungen für die sogenannten Small Tickets.



Gunther Schilling
Leitender Redakteur
ExportManager,
F.A.Z. BUSINESS MEDIA

gunther.schilling@faz-bm.de
www.faz-bm.de

Die deutschen Exporteure müssen sich angesichts der Nachfrageschwäche auf den etablierten Märkten verstärkt neuen Märkten zuwenden. Am Beispiel der internationalen Expansion der Weber Maschinenbau GmbH erläuterte Carmen Eckardt, Leiterin der dortigen Finanzbuchhaltung, die dabei entstehenden Herausforderungen. Im Themenforum „Small Tickets: Digitalisierung eröffnet neue Absatzchancen“ wurden die Wettbewerbsvorteile eines Finanzierungsangebots für die Abnehmer hervorgehoben. In bekannten Märkten könne Finanzierungsanfragen der Kunden noch mit eigenen Mitteln entsprochen werden, sagte Carmen Eckardt. In weniger transparenten Märkten falle die Beurteilung von Länder- und Debitorenrisiken schwerer. Dann müssten geeignete Absicherungsinstrumente eingesetzt werden.

Finanzierungsbedarf steigt

Die Finanzierungsanfragen erreichen bei Weber Maschinenbau, einem Hersteller von Schnittmaschinen für die Lebensmittelindustrie, inzwischen 5% bis 10% des Umsatzes. Die gewünschten Laufzeiten liegen zwischen sechs Monaten und fünf Jahren, die benötigten Summen reichen bis zu zweistelligen Millionenbeträgen. Stefan Götzinger, der bei der Deutsche Bank AG für Handels- und Exportfinanzierung zuständig ist, bestätigte die wachsende Bedeutung der Bestellerkredite.



Michael Dietz erläutert auf dem „Tag der Exportweltmeister“ die Aussichten für die Exportfinanzierung.

Zudem nehme die Nachfrage nach staatlicher Risikoabdeckung gerade in der aktuellen Unsicherheit zu, die die Pandemie in den Markt gebracht habe. Selbst bei langjährigen Kunden setzten viele Unternehmen jetzt auf eine Absicherung der Forderungen. Zudem stehe zunehmend die Liquiditätssicherung im Fokus der Lieferanten wie der Abnehmer.

Bei der Gestaltung der Bestellerkredite stellen sich nach den Erfahrungen von Carmen Eckardt zahlreiche Fragen: Wer wird Kreditgeber, welche Laufzeiten werden gewünscht, wie soll das Rückzahlungsprofil aussehen? Das Spektrum der möglichen Strukturen gehe dabei häufig über das hinaus, was das Unternehmen selbst organisieren könne. Es würden beispielsweise Leasingfinanzierungen, For-

faitierungsstrukturen und Lösungen für Einzelfälle bei Bestellerkrediten benötigt. So habe ein Kunde aus Uruguay darum gebeten, ein Finanzierungsangebot über 2 Mio EUR unterbreitet zu bekommen. Er habe schon gute Erfahrungen mit der Hermesdeckung gemacht. Daher nutzte die Weber Maschinenbau GmbH ein Onlinetool, das ein schnelles Finanzierungsangebot mit Hermesdeckung darstellen konnte.

Angebot wird digitaler

Im Themenforum „Digitale Lösungen für Bestellerkredite bis 10 Mio EUR“ wurden einige Akteure im Bereich der Finanzierung von Small Tickets vorgestellt. Dazu gehören Banken und spezielle Finanzie-

rungsinstitutionen ebenso wie Kreditversicherer und die sogenannten Fintechs. Im deutschsprachigen Raum sind insbesondere die staatlichen Exportkreditversicherer (ECAs) Euler Hermes, Österreichische Kontrollbank und die schweizerische Serv verfügbar. Durch das Zusammenspiel dieser Anbieter sind inzwischen leistungsfähige Lösungen für die Vermittlung und Absicherung von Small Tickets entstanden.

„Alle Marktteilnehmer im Finanzierungsgeschäft gehen davon aus, das die Pandemie ein überschaubares Event ist.“

So nutzt Weber Maschinenbau etwa die Plattform Smatix (Small Ticket Express) der AKA, die an das Onlinetool Click & Cover von Euler Hermes angebunden ist. Der Exportfinanzierungsspezialist AKA wird von verschiedenen Banken getragen, die dann für die Finanzierung zur Verfügung stehen. Damit konnte die Finanzierungsanfrage des Kunden aus Uruguay dargestellt werden.

Die Raiffeisenbank International aus Österreich bietet mit eSpeedtrack ein Onlinetool, das den Prozess aus Kundenprüfung (Know your Customer – KYC), Identifikation des Antragstellers (Video-identifikation) und digitaler Unterschrift (E-Signature) beschleunigt und vereinfacht.

Finanzierung des Aufschwungs

„Alle Marktteilnehmer im Finanzierungsgeschäft gehen davon aus, das die Pandemie ein überschaubares Event ist“, fasste Michael Dietz, Head of Trade Finance Flow der Deutsche Bank AG, im Auftaktinterview die Stimmung bei den Exportfinanzierern zusammen. Er konstatierte eine erhöhte Nachfrage nach Krediten und nach Flexibilität bei den Kunden. Aber es bleibe eine Lieferkette bestehen, die auch geschickt genutzt werde. In der Handelsfinanzierung ergäben sich völlig neue Möglichkeiten durch die Digitalisierung und die schnellere Nachvollziehbarkeit der entsprechenden Warenströme.

Die aktuellen Daten aus dem Maschinenbau zeigen für September und für die ersten neun Monate zwar weiterhin zweistellige Rückgänge im Auftragsingang. Doch gegenüber diesem Niveau dürften sich bereits im Frühjahr 2021 deutliche Steigerungsraten ergeben. Nicht alle Märkte werden im gleichen Maß davon profitieren, doch die Auslandsnachfrage für die gesamte deutschen Industrie sollte im kommenden Jahr weit im Plus liegen. Dann bieten einfache und schnelle digitale Finanzierungswege wichtige Unterstützung für die Exporteure. ◀

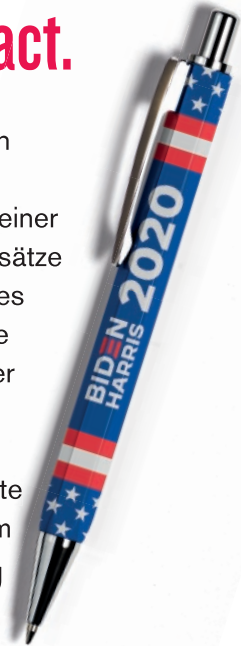
► *Die Mitschnitte des Interviews mit Michael Dietz und der Themenforen zu Small Tickets sind im „Rückblick“ auf der Eventseite [HIER](#) verfügbar.*

Anzeige

RSF REPORTER
OHNE GRENZEN

MR BIDEN, BECAUSE FREEDOM OF THE PRESS IS PART OF THE AMERICAN SOUL, SIGN THE #PressFreedomPact.

“ Ich verpflichte mich, in meinen Worten und Taten, in meiner Innen- und Außenpolitik und in meiner Regierungsführung für die Grundsätze des Ersten Verfassungszusatzes einzustehen, die unerlässliche Rolle einer freien Presse in der amerikanischen Demokratie zu schützen und bei der Wahrung demokratischer Werte überall auf der Welt mit gutem Beispiel voranzugehen. ”



www.reporter-ohne-grenzen.de/usawahlen

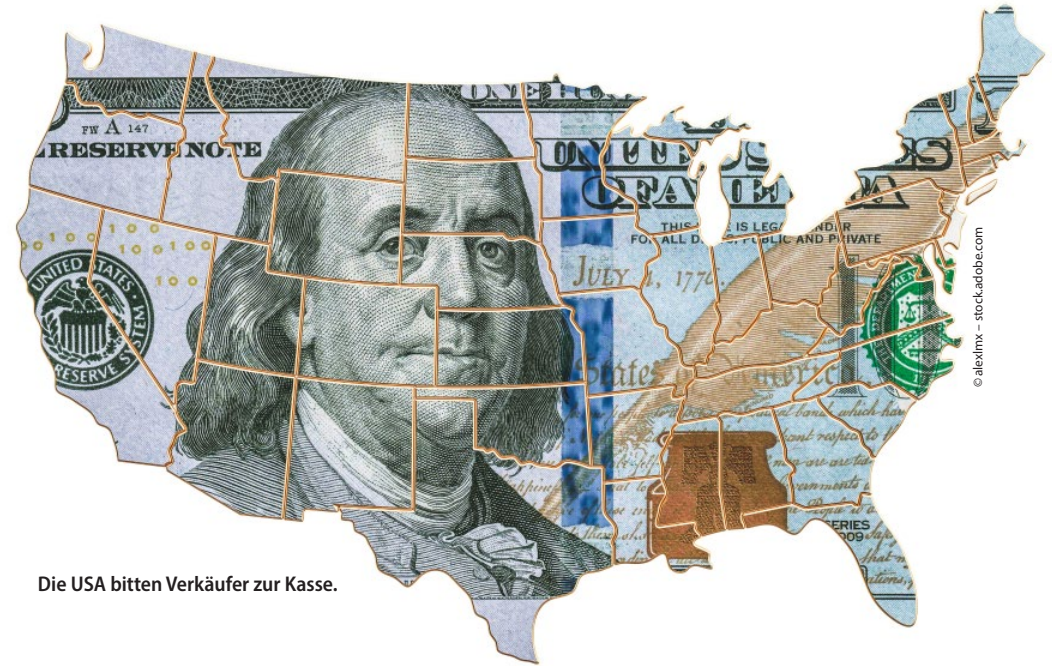
Verkauf in den USA: Know your Nexus

Der Nexus ist der Anknüpfungspunkt für die Besteuerung in den USA. Unternehmen, die in den USA Waren verkaufen möchten, sollten wissen, wo und wann sie die amerikanische Sales-Tax einziehen und abführen müssen.

Beim Verkauf in die USA ist es wichtig, dass Unternehmen die Sales-Tax (richtig) abführen. Der erste Schritt zur Einhaltung der Steuervorschriften beginnt damit, zu verstehen, wo das Unternehmen überhaupt einen Nexus geschaffen hat – denn das amerikanische Steuersystem funktioniert gänzlich anders als das deutsche. Das Konzept eines Nexus ergibt sich aus der Verfassung der USA. Nexus bedeutet, dass in einem Geltungsbereich ausreichend steuerrelevante Tätigkeiten vorliegen, um eine Person oder ein Unternehmen besteuern zu können. Zahlreiche Aktivitäten können neue Steuererhebungspflichten für Unternehmen auslösen, insbesondere aufgrund der wachsenden Anzahl von Staaten, die die Einnahmen mit Hilfe von Steuern auf Fernverkäufe erhöhen wollen. Unternehmen können somit plötzlich mit neuen Steuerverpflichtungen konfrontiert werden, auch wenn sich nichts an ihrem Verkaufsprozess geändert hat.

„Nexus bedeutet, dass in einem Geltungsbereich ausreichend steuerrelevante Tätigkeiten vorliegen, um eine Person oder ein Unternehmen besteuern zu können.“

Im District of Columbia sowie in weiteren 44 Bundesstaaten wird die Sales-Tax erhoben. Unternehmen, die eine physische Präsenz (englisch „Physical Nexus“) in



Die USA bitten Verkäufer zur Kasse.

einem Bundesstaat aufweisen und steuerpflichtige Verkäufe tätigen, sind verpflichtet, die Sales-Tax dieses Bundesstaates einzuziehen und abzuführen. Im Juni 2018 ermächtigte der Oberste Gerichtshof der Vereinigten Staaten die Bundesstaaten zudem dazu, Fernverkäufe von ausländischen Unternehmen zu besteuern. Der „Economic Nexus“, der auf die wirtschaftliche Präsenz abzielt, wurde somit eingeführt. Bisher haben 43 Staaten und der District of Columbia Gesetze verabschiedet, nach denen Unternehmen im Rahmen der Festlegung der Complianceanforderungen den Standort ihrer Kunden beim Verkauf verwenden müssen. Demnach kann sowohl eine physische als auch eine wirtschaftliche Präsenz einen Nexus auslösen.

Physical Nexus

Neben dem Mieten oder Besitzen von Immobilien können Home-Office, Fernarbeiter, Außendienstmitarbeiter, der Besuch von Messen sowie Events und die Lagerung von Waren einen Physical Nexus auslösen. Aufgrund des Wachstums des E-Commerce und der Tatsache, dass viele Internetverkäufe unbesteuert blieben, erweiterten viele Bundesstaaten die Definition der physischen Präsenz auf andere Geschäftsaktivitäten. Drop-Shipping¹⁾ oder ein Vertrag mit einem Händler, der

1) Drop-Shipping ist eine Methode der Einzelhandelsabwicklung, die verwendet wird, wenn ein Einzelhändler Artikel nicht auf Lager hat, sondern sie bei einem Drittanbieter bestellt und direkt an den Kunden liefern lässt.



Sacha Wilson
Director Tax Technology
Solutions, Avalara

avalara_de@berkeleypr.de
www.avalara.com

als Drop-Shipper fungiert, ist in vielen Staaten steuerpflichtig.

In einigen Fällen ist der Einzelhändler steuerpflichtig, in anderen Fällen macht der Staat den Drop-Shipper haftbar. Auch Werbung – egal, ob in Printmedien, Fernsehen, Radio, per Post oder im Internet – kann zu einer Steuerpflicht führen.

Economic Nexus

Online- und Remote-Verkäufer, die in einem Bundesstaat nicht präsent sind, jedoch Umsatz in diesem Staat verzeichnen beziehungsweise eine gewisse Summe an Transaktionen durchführen, sind verpflichtet, die Sales-Tax von Käufern in diesem Staat einzutreiben und abzuführen.

Wie alle Verkaufssteuergesetze unterscheidet sich die Gesetzeslage hinsichtlich des Economic Nexus von Staat zu Staat. Vor allem der Schwellenwert, der einen Nexus auslösen kann, variiert stark – er liegt zwischen 0 und 500.000 USD. In Alabama beispielsweise muss ein Unternehmen von außerhalb des Bundesstaates materielle Einzelhandelsverkäufe von mehr als 250.000 USD im vergangenen Kalenderjahr getätigt haben, um einen Economic Nexus zu schaffen. Ein Fernverkäufer in South Dakota muss dagegen Bruttoeinnahmen aus materiellen Verkäufen, elektronisch gelieferten Produkten oder Dienstleistungen in Höhe von

100.000 USD oder mindestens 200 Transaktionen während des vergangenen oder laufenden Kalenderjahrs durchgeführt haben, damit er einen Economic Nexus auslöst.

„Die Sales-Tax wird nur auf der Einzelhandelsebene auf den Verkauf oder das Leasing von Waren sowie Dienstleistungen in den Vereinigten Staaten erhoben.“

Wenn Unternehmen einen Nexus in einem Bundesstaat hervorgerufen haben, kann dieser über einen längeren Zeitraum bestehen bleiben. Er kann auch nach der Einstellung der Geschäftstätigkeit oder der Präsenz in einem Staat für einen Zeitraum bestehen bleiben, der bis zum Ende des Kalenderjahrs oder sogar noch länger dauern kann. Daran sollten Unternehmen unbedingt denken, insbesondere wenn sie den Nexus durch eine vorübergehende Präsenz, wie beispielsweise durch die Teilnahme an Veranstaltungen, ausgelöst haben.

Sales-Tax

Neben dem Nexus ist außerdem die Sales-Tax zu beachten, die in etwa mit der deutschen Umsatzsteuer vergleichbar ist. Die Sales-Tax wird nur auf der Einzelhandelsebene auf den Verkauf oder das Leasing von Waren sowie Dienstleistungen in den

Vereinigten Staaten erhoben. Es gibt keine nationale allgemeine Sales-Tax, stattdessen bestimmen die Bundesstaaten, wann diese abgeführt werden muss.

Die Sales-Tax ist komplex und variiert nicht nur nach Bundesstaat, sondern auch nach Bezirken (den Counties) und Städten. So können zu der bundesstaatlich festgelegten Sales-Tax gegebenenfalls lokal weitere Aufschläge der Counties beziehungsweise Städte hinzukommen. Unternehmen drohen Strafgebühren bei einer nicht korrekten beziehungsweise fehlenden Steuerabführung.

Eine konventionelle Sales-Tax wird am Verkaufsort erhoben, vom Einzelhändler eingezogen und an die Regierung weitergeleitet. In Fällen, in denen Artikel mehr als einmal verkauft werden, wie beispielsweise Gebrauchtwagen, kann die Sales-Tax unbegrenzt auf denselben Artikel erhoben werden.

Den Durchblick behalten

Gerade für nichtamerikanische Unternehmen ist es schwierig zu verstehen, wann sie einen Nexus geschaffen haben und somit die Sales-Tax abführen müssen. Jedoch ist es für sie von entscheidender Bedeutung zu wissen, wo sie bereits einen Nexus ausgelöst haben und wo sie in Zukunft einen haben könnten, um Strafen und Bußen zu vermeiden. ◀

Anzeige

From lawyers for companies



The BusinessLawMagazine reports quarterly on all important questions related to German corporate, commercial, tax, labor, compliance and IP/IT law. Featuring articles written with real-world legal practice in mind, the online English language magazine primarily targets company lawyers, managing directors, judges, prosecutors and attorneys in Germany's leading trade partners.

www.businesslaw-magazine.com

Published by



Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe



www.germanlawpublishers.com

Strategic Partners

ashurst



ReedSmith

F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH – Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe
Frankenallee 71-81 • 60327 Frankfurt/Main, Germany

Neue AGG 28 für Zulieferungen zu französischen Rüstungsgütern

Im Februar 2020 ist die Allgemeine Genehmigung Nr. 28 (AGG 28) in Kraft getreten. Sie erfasst als Folge des deutsch-französischen „Abkommens über Ausfuhrkontrollen im Rüstungsbereich“ aus dem Oktober 2019 bestimmte Fälle von Rüstungsgüterzulieferungen nach Frankreich und soll diese entsprechend vereinfachen.



German Blödorn
angestellter Anwalt,
Hohmann Rechtsanwälte

info@hohmann-
rechtsanwaelte.com
www.hohmann-
rechtsanwaelte.com



PD Dr. Harald Hohmann
Rechtsanwalt,
Hohmann Rechtsanwälte

info@hohmann-
rechtsanwaelte.com
www.hohmann-
rechtsanwaelte.com



Auch in französischen Hubschraubern ist das eine oder andere deutsche Teil verbaut.

Ausgangsfall

Die Firma D in Deutschland möchte Teile, die als Rüstungsgüter auf Teil I Abschnitt A der Ausfuhrliste (AL) gelistet sind, an F in Frankreich liefern. F möchte diese Güter in ein Rüstungssystem einbauen und dieses dann an Endverwender A in den USA exportieren. D fragt sich, ob sie hierfür die AGG 28 verwenden kann. Abwandlung: Der Endverwender des Rüstungssystems ist die Firma S in Saudi-Arabien.

Informationen zu Allgemeinen Genehmigungen (AGGs)

Generell ist bei den Allgemeingenehmigungen zu unterscheiden zwischen sol-

chen der EU (EU001–EU006) und den nationalen deutschen AGGs (AGG 12–28 und AGG 30). Nationale Allgemeingenehmigungen bestehen sowohl für den Export von Dual-Use-Gütern (z.B. AGG Nr. 12 für Güter mit geringem Wert) als auch für den von Rüstungsgütern (z.B. AGG Nr. 19 für geländegängige Fahrzeuge). Die AGGs müssen nicht beantragt werden. Sie wirken aber, sofern das genehmigungspflichtige Exportvorhaben ihre Voraussetzungen erfüllt, wie eine erteilte Einzelausfuhrgenehmigung der zuständigen Behörde. Greift also eine AGG für ein Exportvorhaben ein, kann der Ausführer liefern, ohne vorher ein Antragsverfahren durchlaufen zu müssen. Aus dieser zeitlichen Ersparnis resultieren Vorteile für das exportierende Unternehmen.

Für die Benutzung der AGGs sind jedoch auch einige Punkte zu beachten. Erstens ist zu prüfen, ob sie von den erfassten Gütern und den erfassten Bestimmungs-ländern her passen und ob kein Ausnahmetatbestand eingreift. Zweitens sind die Nebenbestimmungen zu prüfen: So existieren regelmäßig bestimmte Registrierungs- und zum Teil auch Meldepflichten, die dem BAFA gegenüber erfüllt werden müssen, und in der Ausfuhranmeldung ist für die Nutzung jeder AGG ein bestimmter Atlas-Code (z.B. „X002/A12“ für die AGG 12) einzutragen.

Werden diese Voraussetzungen nicht eingehalten, besteht die Gefahr, einen sanktionsbewehrten Tatbestand (etwa den der ungenehmigten Ausfuhr) zu erfüllen, wie aktuelle Erfahrungen immer wieder zeigen. Bei der Organisation ihrer internen Kontrollprozesse sollten exportierende Unternehmen deshalb darauf achten, passende Vorgaben zur Prüfung der Voraussetzungen und der entsprechenden Dokumentation zu installieren.

Informationen zur AGG 28

Die AGG 28 kann für Verbringungen von Rüstungsgütern (Güter in Teil I Abschnitt A der Ausfuhrliste) nach Frankreich genutzt werden (mit Ausnahme von Gütern auf der Kriegswaffenliste). Diese AGG betrifft in erster Linie die Lieferung von Gütern, die zum Einbau in Frankreich bestimmt sind, wenn dem Nutzer durch das einbau-

ende Unternehmen in Frankreich (Integrator) unter Beifügung einer „Integrationserklärung“ mitgeteilt wurde, dass der Wert der Güter inländischer Unternehmen einen wertmäßigen Anteil von maximal 20% am Gesamtsystem nicht überschreitet. Hier kommt eine De-minimis-Regelung zur Anwendung, wie sie auch aus dem US-Exportkontrollrecht bekannt ist. Für die Integrationserklärung ist (ähnlich wie bei Endverbleibserklärungen) ein Formularmuster zu nutzen, das auf den Briefbogen des Integrators zu übertragen ist. Dabei stellen sich einige praktische Fragen: So muss z.B. beachtet werden, dass die zutreffende der drei Alternativen in Sektion C (Verpflichtungserklärung bzgl. der Integration von Gütern) – je nach der Fallgruppe – ausgewählt wird. Aus deren Wortlaut ergibt sich, dass für die Reexporte französisches Recht eingehalten werden muss. Die Zustimmung des BAFA für Reexporte, die in anderen Endverbleibsdokumenten vorgesehen ist (z.B. im EUC A1 für die Verbringung von Rüstungsgütern), wird dagegen nicht gefordert. Wenn ein Vorverfahren stattfindet, sollten die Angaben in den Abschnitten A und B der Integrationserklärung mit den entsprechenden Angaben in der Sonstigen Anfrage übereinstimmen.

Zu den Nebenbestimmungen

Eine Besonderheit ist, dass die Registrierung für die Nutzung der AGG 28 zwingend vor der ersten Lieferung zu erfolgen

hat. Die bei anderen AGGs bestehende Möglichkeit, die Registrierung binnen 30 Tagen nach der ersten Inanspruchnahme vorzunehmen, ist hier nicht gegeben. Die halbjährlichen Meldepflichten sind zu beachten.

„Es handelt sich um eine innovative deutsche Allgemeingenehmigung, die für die Exportpraxis bei deutsch-französischen Rüstungskoooperationen eine sehr große Bedeutung entfalten kann.“

Ein besonderes Vorverfahren ist dann zu durchlaufen, wenn der Verwender dieser AGG Kenntnis davon hat, dass die von ihm nach Frankreich gelieferten Güter nach dem Einbau in ein Gesamtsystem oder als Ersatzteile zu einer endgültigen Verwendung in Ländern bestimmt sind, die nicht zu den folgenden unproblematischen Endverwendungsländern im Sinne der AGG 28 gehören: EU-Mitgliedstaaten, EU001-Länder sowie drei weitere Länder: Albanien, Island und Montenegro.

Lösung Ausgangsfall

Weil die Waren, die D an F in Frankreich senden möchte, auf der AL gelistet sind, besteht nach § 11 Abs. 1 der AWV eine Genehmigungspflicht für diese Verbringung. Anstelle einer Einzelausfuhrgenehmigung (EAG) kann D für diese Verbrin-

gung nach Frankreich möglicherweise die AGG 28 nutzen. Es sollen hier auf der AL genannte Teile, die keine Kriegswaffen sind, an F in Frankreich verbracht werden, und F will diese Güter in ein Rüstungssystem einbauen.

Wenn D von F mittels einer Integrationserklärung mitgeteilt wird, dass die zuzuliefernden Güter einen Wertanteil von 20% am Gesamtsystem nicht überschreiten, ist eine der von der AGG 28 begünstigten Fallgruppen gegeben. Es geht um eine Verbringung nach Frankreich, welches das einzige zugelassene Bestimmungsziel im Rahmen der AGG 28 ist. Weil die endgültige Verwendung in den USA stattfindet, ist kein Vorverfahren zu durchlaufen.

Allerdings muss D darauf achten, die von F bereitgestellte Integrationserklärung zu den Geschäftsunterlagen zu nehmen; sie ist dem BAFA auf Verlangen vorzulegen. Außerdem ist die Einhaltung der übrigen Voraussetzungen und Nebenbestimmungen (z.B. Registrier- und Meldepflicht) sicherzustellen. Demnach kann D hierfür die AGG 28 ohne ein Vorverfahren verwenden.

Lösung Abwandlung

Weil es jetzt um eine Weiterlieferung an S in Saudi-Arabien geht, ist ein Vorverfahren erforderlich, da dieses Land nicht zu den unproblematischen Endverwen-

dungsländern im Sinne der AGG 28 gehört. In diesem Fall ist die Integrationserklärung im Rahmen einer „Sonstigen Anfrage“ über das ELAN-K2-System hochzuladen. Es wird dann geprüft, ob die Anwendung der AGG 28 in diesem Fall unmittelbare Interessen oder die nationale Sicherheit Deutschlands beeinträchtigt. Möglicherweise werden die Prüfbefugnisse Deutschlands durch das deutsch-französische Abkommen etwas eingeschränkt, so dass eventuell nur „erhebliche“ nationale (Sicherheits-)Interessen Deutschlands ausreichend sein dürften – dies ist aber nicht sicher.

Eine Nutzung der AGG 28 kann dann erst nach der Mitteilung des BAFA darüber, dass keine entsprechenden Beeinträchtigungen bestehen, erfolgen. Diese Rückmeldung soll spätestens binnen 45 Kalendertagen nach Eingang der entsprechenden Mitteilung beim BAFA eintreffen. Wird das Vorverfahren in den genannten Fällen nicht durchlaufen, ist die AGG 28 für dieses Geschäft nicht anwendbar.

Praxisfragen bei der Anwendung

Eine erste Frage ist, wann der Exporteur „Kenntnis“ davon hat, welches das Endverwendungsland ist. Über die positive Kenntnis hinaus dürfte hierfür auch das Kennenmüssen ausreichen, wenn also entsprechend deutliche Anhaltspunkte für einen solchen Reexport bestehen. Eine zweite Frage ist, welche Grundsätze

für die De-minimis-Berechnung in diesem Fall gelten. Nicht ganz klar ist, ob hier die Berechnung wie im US-Reexportrecht stattfindet. Eine dritte Frage ist, ob auch für Güter, die nicht in Frankreich eingebaut werden, die Notwendigkeit eines solchen Vorverfahrens bei einer Weiterlieferung in ein nicht unproblematisches Endverwendungsland besteht. Dies betrifft etwa in Teil I A gelistete Güter, die für den Einbau, die Reparatur oder die Wartung des Gesamtsystems genutzt werden, oder Ersatzteile, die für solche Einbauten erforderlich sind; sie fallen in den Güterkreis der AGG 28, ohne dass sie in Frankreich in ein Rüstungsgut eingebaut werden. Vom Sinn und Zweck her dürfte hier ebenfalls ein Vorverfahren erforderlich sein. Eine vierte Frage entsteht, wenn ein deutscher Exporteur Anhaltspunkte dafür hat, dass der französische Integrator F einen Wertanteil von maximal 20% auf dem Integrationszertifikat bescheinigt, obwohl F von einem höheren deutschen Wertanteil ausgeht. In diesem Fall dürfte der deutsche Exporteur im Zweifel nicht blind auf das Integrationszertifikat vertrauen, das einen maximalen Wertanteil von 20% bescheinigt, weil sich ihm die fehlerhafte Bescheinigung hätte aufdrängen müssen.

Resümee

Es handelt sich um eine innovative deutsche Allgemeingenehmigung, die für die Exportpraxis bei deutsch-französischen

Rüstungsk Kooperationen eine sehr große Bedeutung entfalten kann. Zustimmungserfordernisse des BAFA für Reexporte, die sich bei Einzelverbringungs genehmigungen ergeben können, werden nun dadurch ersetzt, dass der Reexport im Einklang mit französischem Recht stehen muss.

Es ist u.E. noch fraglich, ob die AGG „im Ergebnis einen erheblichen internen Prüf-, Organisations- und Abstimmungsaufwand mit dem Integrator“ verlangt, weswegen die verfahrenserleichternde Wirkung der AGG „eher bescheiden“ ausfällt, so dass der deutsche Exporteur ein Wahlrecht haben sollte, die AGG 28 oder eine Einzelverbringungs genehmigung zu nutzen (Damm/Esser in: AW-Prax 10/2020, S. 425 ff.). Liefern verschiedene deutsche Unternehmen einem Integrator in Frankreich zu, kann sich tatsächlich ein gewisser Abstimmungsaufwand zwischen Integrator und deutschen Unternehmen ergeben. Solange aber der französische Integrator seinen Prüfpflichten bei der Ausfüllung des Integrationszertifikats nachkommt, dürfte u.E. der Aufwand für den deutschen Zulieferer nicht sehr hoch sein und die Zeitersparnis bestehen. Dies zeigen unsere ersten Erfahrungen. ◀

➤ *Wegen aktueller Hinweise zum EU-Exportrecht vgl. [HIER](#).*

Digitaler Roundtable:

Sanierung ohne Insolvenz – Überblick über die geplanten Neuregelungen zur präventiven Restrukturierung

8. Dezember 2020

11:00–13:00 Uhr

Kooperationspartner:



Der **Roundtable** richtet sich an Banken, Private und Distressed Debt Investoren sowie Finanz- und Rechtsabteilungen von Unternehmen. Nähere Informationen zum Programm sowie das Anmeldeformular finden Sie unter

<https://www.deutscheranwaltspiegel.de/veranstaltungen/roundtable/>

Strategische Partner



Atradius
Kreditversicherung
Stefan Deimer
Advisor Marketing & Communication
Opladener Straße 14
50679 Köln
(02 21) 20 44-20 16
stefan.deimer@atradius.com



Bayerische Landesbank
Peter Grätz
Abteilungsleiter
Trade & Export Finance
Lorenzer Platz 27
90402 Nürnberg
(09 11) 23 59-299
peter.graetz@bayernlb.de



Coface
Niederlassung in Deutschland
Erich Hieronimus
Pressesprecher
Isaac-Fulda-Allee 1
55124 Mainz
(0 61 31) 323-541
erich.hieronimus@coface.de



Commerzbank AG
Frank-Oliver Wolf
Global Head of Sales Germany
Trade Finance & Cash Management
Kaiserstraße 16
60311 Frankfurt am Main
(069) 136-412 09
frank-oliver.wolf@commerzbank.com



Credendo
Karsten Koch
Country Manager
Luisenstraße 21
65185 Wiesbaden
(06 11) 50 40 52-02
k.koch@credendo.com



Deutsche Bank AG
Corporate Bank
Kerstin Schirduan
Regional Marketing Head
EMEA
Taubusanlage 12
60325 Frankfurt am Main
(069) 910-322 96
kerstin.schirduan@db.com



GvW Graf von Westphalen
Dr. Lothar Harings
Rechtsanwalt
Poststraße 9 – Alte Post
20354 Hamburg
(040) 359 22-278
l.harings@gvw.com



Hagemann Trade Compliance Consulting
Dirk Hagemann
Rechtsanwalt,
Trade Compliance Consultant
und Zertifizierter SAP Berater
Westhafenplatz 1
60327 Frankfurt am Main
(069) 710 45 60 75
office@hagemann-tcc.eu



Helaba
Andrej Rempel
Director,
Teamhead Origination
Neue Mainzer Straße 52–58
60311 Frankfurt am Main
(069) 91 32-54 70
andrej.rempel@helaba.de



Hohmann Rechtsanwälte
PD Dr. Harald Hohmann
Rechtsanwalt
Schlossgasse 2
63654 Büdingen
(0 60 42) 95 67-0
info@hohmann-rechtsanwaelte.com



KfW IPEX-Bank GmbH
Dr. Axel Breitbach
Stellvertretender Direktor
Kommunikation
Palmengartenstraße 5–9
60325 Frankfurt am Main
(069) 74 31-29 61
axel.breitbach@kfw.de



Landesbank Baden-Württemberg
Michael Maurer
Global Head
Export Finance
Am Hauptbahnhof 2
70173 Stuttgart
(0711) 127-760 18
michael.maurer@lbbw.de



ODDO BHF Aktiengesellschaft
Andrejana Wächter
International Banking Sales
Bockenheimer Landstraße 10
60323 Frankfurt am Main
(069) 718-23 83
andrejana.waechter@oddo-bhf.com



TraFinScout GmbH
Eckhard Creutzburg
Geschäftsführer
Solmsstr. 4
60486 Frankfurt a.M.
(069) 153 259 341
eckhard.creutzburg@trafinscout.com

IMPRESSUM

Verlag:
F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH –
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe
Frankenallee 71–81,
60327 Frankfurt am Main
HRB Nr. 53454,
Amtsgericht Frankfurt am Main

Geschäftsführung:
Dominik Heyer, Hannes Ludwig

Herausgeber:
Ole Jendis

Redaktionsleitung:
Gunther Schilling (verantwortlich)
Telefon: (069) 75 91-21 96
E-Mail: gunther.schilling@faz-bm.de

Anzeigen:
Jens Walther

Layout:
Christine Lambert

Korrektorat:
Vera Pfeiffer

Jahresabonnement:
Bezug kostenlos, zehn Ausgaben,
Registrierung unter
www.exportmanager-online.de

Strategische Partner:
Atradius, Bayerische Landesbank,
Coface, Commerzbank, Credendo,
Deutsche Bank, GvW Graf von
Westphalen, Hagemann Trade
Compliance Consulting, Helaba,
Hohmann Rechtsanwälte, KfW
IPEX-Bank, Landesbank Baden-
Württemberg, ODDO BHF,
TraFinScout

Haftungsausschluss:
Alle Angaben wurden sorgfältig
recherchiert und zusammen-
gestellt. Für die Richtigkeit und
Vollständigkeit des Inhalts des
„ExportManagers“ übernehmen
Verlag und Redaktion keine
Gewähr.

Eine Publikation von: F.A.Z. BUSINESS MEDIA
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe