



# GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

## Nr.09 Thema: Import und Export

### Import



chemische Endprodukte, Nahrungsmittel und Maschinen bis hin zu elektrotechnischen Erzeugnissen.

#### Risiken beim Import

Wie bei jedem Geschäft gibt es nicht nur Vorteile. Es gibt auch Risiken (Rechtsunsicherheit, höhere Finanzierungskosten, längere Transportwege, hoher administrativer Aufwand), die zumindest teilweise durch eine gründliche Vorbereitung und Planung minimiert

Die Bundesrepublik Deutschland ist Exportweltmeister. Im öffentlichen Bewusstsein wird dabei übersehen, dass Deutschland auch eine Importnation ist. Im Jahr 2007 importierte die Bundesrepublik Waren im Wert von rund 770 Mrd. Euro aus dem Ausland. In den Jahren 2005 und 2006 stieg der Wert der importierten Waren sogar stärker als das Ausfuhrvolumen. Die Gründe für einen Import sind vielfältig:

- ▶ Rohstoffe gibt es nicht in Deutschland.
- ▶ Waren werden nicht in Deutschland hergestellt.
- ▶ Waren werden in anderen Ländern in besserer Qualität hergestellt.

- ▶ Waren sind in anderen Ländern günstiger einzukaufen. Einer der Hauptgründe dafür sind niedrige Produktionskosten, die besonders bei lohnkostenintensiven Produkten zu Buche schlagen.

#### Wichtigster Importmarkt: EU

Die Waren kommen in erster Linie aus den anderen EU-Mitgliedstaaten, allen voran Frankreich, gefolgt von den Niederlanden. Auf den Plätzen 3 und 4 folgen die Volksrepublik China und die USA als Lieferländer.

#### Typische Importgüter

Die Palette der am meisten eingeführten Produkte reicht dabei von Elektronik, Kfz und Kfz-Teilen über Erdöl und -gas,

#### Inhalt

Importbedingungen .....	2
Wichtige Import-Dokumente .....	3
Export .....	4
Übersichten:	
Exportförderung (Auswahl) .....	I
Exportfinanzierung (Auswahl) .....	II
Checklisten:	
Importgeschäft gut vorbereiten .....	III
Exportvorhaben gut vorbereiten .....	IV
Top 10-Handelspartner Deutschlands ...	5
Tipps fürs Auslandsgeschäft .....	5
Warenhandel innerhalb der EU .....	5
Exportkreditversicherung:	
Risiko mindern .....	6
eTraining: Export-Vorbereitung .....	7
Kontakte, Kontakte, Kontakte .....	7
Die Vor- und Nachteile der einzelnen Zahlungsarten .....	7
SOLVIT für Probleme im Binnenmarkt ..	8
Print- und Online-Informationen, Kontakte (Auswahl) .....	8

werden können. Eine Möglichkeit ist, einen Importhändler im Inland einzuschalten. Damit wird der Import für das importierende Unternehmen zu einem reinen Inlandsgeschäft.

**Unternehmen für Import prüfen**

Prüfen Sie zunächst, ob Ihr Unternehmen überhaupt für den Import gerüstet ist. Wichtige Fragen dabei: Verfügen die Mitarbeiter im Einkauf über die nötigen Sprachkenntnisse? Sind die Gepflogenheiten (Zahlungswege, traditionelle Liefer- und Versicherungskonditionen, kulturelle Besonderheiten) des Importlandes bekannt? Sind Kenntnisse/Erfahrungen mit der Einfuhrabwicklung (Zollabwicklung, Einfuhrgenehmigungspflichten) vorhanden?

**Beschaffungsmarkt identifizieren**

Wenn für Sie feststeht, welche Waren Sie einführen wollen, müssen Sie mögliche Beschaffungsmärkte identifizieren. Die Kriterien hierfür dürften in erster Linie Qualität und Preis sein. Aber auch die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen spielen ebenso wie die Ausfuhrvorschriften eine Rolle. Wichtige Informationen dazu liefern die Industrie- und Handelskammern, die Auslandshandelskammern, die Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH und Ländervereine.

**Geschäftspartner finden**

Wenn Sie einen oder auch mehrere Beschaffungsmärkte ausgewählt haben, müssen Sie dort geeignete Geschäftspartner finden. Dies stellt für viele Unternehmen häufig das größte Problem dar. Organisierte Kontaktbörsen, Inserate in Fachpublikationen, Aushänge auf Messen, die Auswertung von Messekatalogen, Branchenbüchern usw. sind gangbare Wege, an Kontaktadressen zu kommen. Der wahrscheinlich erfolgreichste Weg führt zur Auslandshandelskammer, die von der einfachen Adressrecherche bis hin zur Gesprächsbegleitung mit potenziellen Lieferanten vielerlei Dienstleistungen anbietet. Doch bevor der Weg auf den Auslandsmarkt startet, sollte die zuständige Industrie- und Handelskammer oder die Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH konsultiert werden.

**Importbedingungen**

**Import aus EU-Mitgliedstaaten**  
(innergemeinschaftlicher Erwerb)

► **Keine Zölle:** Der Warenverkehr zwischen den EU-Mitgliedstaaten ist für Gemeinschaftswaren zollfrei, da die Zollgrenzen innerhalb der EU weggefallen sind. Bei Gemeinschaftswaren handelt es sich um Waren, die entweder in der EU hergestellt worden sind oder bei der Einfuhr aus Drittländern schon verzollt und versteuert wurden.

► **Nationale Vorschriften:** Es gibt allerdings in den einzelnen Mitgliedstaaten nationale Rechtsvorschriften und unterschiedliche Richtlinien für die Etikettierung, die Sie beim Import beachten müssen. Letzteres trifft z. B. vor allem für Agrarerzeugnisse, Lebensmittel und pharmazeutische Erzeugnisse zu.

► **Mehrwertsteuer (Umsatzsteuer):** Derzeit gibt es in den verschiedenen EU-Mitgliedstaaten unterschiedlich hohe Mehrwertsteuersätze. Daher gilt für die Mehrwertsteuer derzeit eine Übergangslösung: So werden Lieferun-

gen von Unternehmen an Unternehmen im Käuferland besteuert (Erwerbsbesteuerung). Um sich als Unternehmen auszuweisen, wird auf den Rechnungen sowohl die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt.-Id.Nr.) des Lieferanten als auch des Beziehers angegeben. Privatpersonen bezahlen in der Regel die Mehrwertsteuer im Verkäuferland. Sonderregelungen gelten für den Versandhandel: für Privatpersonen, für die es je nach Land Liefer-schwellen gibt, oder für den Erwerb eines neuen Fahrzeugs. Die USt.-Id.Nr. erteilt das Bundeszentralamt für Steuern mit Dienstsitz in Saarlouis.

► **Auskunftspflicht:** Alle natürlichen und juristischen Personen, die jährlich für mehr als 400.000 Euro Waren aus der EU beziehen, sind gegenüber dem Statistischen Bundesamt in Wiesbaden auskunftspflichtig. Sie müssen eine so genannte Intrastat-Meldung abgeben. Von der Auskunftspflicht befreit sind Privatpersonen und Unternehmen, deren Wareneingänge unterhalb des Schwellenwertes liegen.



**Import aus Drittländern**

► **Einfuhrbeschränkungen oder -verbote:** Generell ist die Einfuhr von Waren aus Drittländern ohne besondere Förmlichkeiten möglich. Dennoch gibt es für bestimmte Waren Einfuhrbeschränkungen oder gar -verbote. So dürfen beispielsweise Textilien und Schuhe aus einigen asiatischen Ländern aus handelspolitischen und wirtschaftspolitischen Gründen nur in beschränkten Mengen eingeführt werden. Daneben dürfen bestimmte Produkte generell nicht oder nur unter bestimmten Voraussetzungen importiert werden. Dies können z. B. international geschützte, vom Aussterben bedrohte Tier- und Pflanzenarten sein. Klären Sie also vor der Einfuhr, ob die Waren, die Sie einführen wollen, Einfuhrbeschränkungen oder gar -verbote unterliegen. Genehmigungsbehörde für Waren der gewerblichen Wirtschaft ist das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle ([www.bafa.de](http://www.bafa.de)), für landwirtschaftliche Produkte die

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) ([www.ble.de](http://www.ble.de)).

Wenn die Einfuhr mengenmäßig beschränkt ist, müssen Sie vor der Einfuhr klären, ob noch Kontingente zur Verfügung stehen oder ob sie bereits ausgeschöpft sind. Sind Kontingente verfügbar, müssen Sie für diese Produktgruppen eine Einfuhrgenehmigung beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle einholen. Weitere Informationen gibt die Zentralstelle für Zollkontingente.

► **Einfuhrlizenzen:** Ob Sie für Ihre Ware eine Einfuhrlizenz benötigen, kann man anhand des Einfuhrzolltarifs bzw. der Einfuhrliste ermitteln. Falls Sie eine Einfuhrlizenz brauchen, müssen Sie rechtzeitig vor der Einfuhr bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung mit dem EU-einheitlichen Vordruck (Einfuhrlizenz-AGRIM) die Genehmigung zur Einfuhr beantragen. Auskünfte erteilt das BLE ([www.ble.de](http://www.ble.de)) telefonisch.

► **Zölle:** Importe aus Drittländern werden in allen EU-Ländern (falls über-

haupt) mit den gleichen Zöllen belastet. Genauere Informationen enthält der Zolltarif der EU ([www.ezt-online.de](http://www.ezt-online.de)). Um hier Informationen abrufen zu können, benötigen Sie die richtige Zolltarifnummer (elfstellige Warennummer). Gibt es Zweifel an der vom ausländischen Lieferanten genannten Warennummer, so können Sie sich an die Zolltechnischen Prüfungs- und Lehranstalten (ZPLA) wenden. Die für Ihre Ware zuständige ZPLA sowie weitere Details finden Sie unter [www.zoll.de](http://www.zoll.de). Ein Warenverzeichnis mit Zolltarifnummern ist auch im Buchhandel oder beim Statistischen Bundesamt ([www.destatis.de](http://www.destatis.de) → Außenhandel → Klassifikationen) erhältlich. Auskünfte erteilen auch die Industrie- und Handelskammern und die Zollämter. Ihre Einfuhrware müssen Sie beim Einfuhrzollamt – in der Regel das Grenzzollamt – oder im Rahmen besonderer Verfahren (Versandverfahren) beim Bestimmungszollamt – in der Regel das Zollamt am Unternehmenssitz – vorführen.

**Wichtige Import-Dokumente****Präferenznachweis Ursprungszeugnis Form A (UZ Form A)**

Einige Industrieländer, so auch die EU, gewähren zahlreichen Entwicklungsländern Zollpräferenzen. Damit soll bestimmten Waren mit Ursprung in diesen Entwicklungsländern ein leichter Zugang zum EU-Markt ermöglicht werden.

Kontakt: [www.zoll.de](http://www.zoll.de)

**Präferenznachweis Warenbescheinigungen EUR.1 und A.TR**

Neben den einseitigen Zollpräferenzen hat die EU mit zahlreichen Ländern bilaterale Abkommen geschlossen, d. h. der gegenseitige Austausch von in diesen Ländern hergestellten Waren ist zollbegünstigt. Im Rahmen der Zollunion EU-Türkei gilt als Präferenznachweis die Warenbescheinigung A.TR.

Kontakt: [www.zoll.de](http://www.zoll.de)

**Überwachungsdokument**

Das Überwachungsdokument dient einer besseren Beobachtung ungewöhnlicher Einfuhrentwicklungen im Bereich der einfuhrgenehmigungsfreien Einfuhr von Nicht-EU-Waren. Vor allem bestimmte Textil- und Bekleidungserzeugnisse sowie Eisen- und Stahlerzeugnisse aus bestimmten Ländern sind betroffen.

Kontakt: [www.bafa.de](http://www.bafa.de), [www.ble.de](http://www.ble.de)

**Internationale Einfuhrbescheinigung/Wareneingangsbescheinigung**

Bei der Einfuhr von Waffen, Munition, Rüstungsgütern und ähnlichen Waren (auch Computern für Präzisionswerkmaschinen) kann der Einführer von seinem ausländischen Vertragspartner aufgefordert werden, ihm eine Internationale Einfuhrbescheinigung und eine Wareneingangsbescheinigung zukommen zu lassen. Die Internationale Einfuhrbescheinigung ist in der Regel Voraussetzung für die Erteilung einer Ausfuhrgenehmigung im Exportland. Mit der Wareneingangsbescheinigung wird der tatsächliche Eingang der Ware im Bestimmungsland bestätigt.

Kontakt: [www.bafa.de](http://www.bafa.de)

**Zollanmeldung und Einfuhr**

Die Zollanmeldung wird über das elektronische Verfahren ATLAS erledigt. Einzelne Einzelzollanmeldungen sind weiterhin auch über das so genannte „Einheitspapier“ möglich. Darüber hinaus müssen die Handelsrechnung des ausländischen Lieferanten und bei einem Warenwert über 10.000 Euro eine Zollwertanmeldung bereitgestellt werden.

Kontakt: [www.zoll.de](http://www.zoll.de)

## Export

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

### Wichtigster Exportmarkt: EU

Die wichtigsten Exportmärkte Deutschlands liegen mit über 60 Prozent der Ausfuhren eindeutig innerhalb der Europäischen Union, wobei der wichtigste Handelspartner Frankreich ist, gefolgt von den USA, Großbritannien, Italien und den Niederlanden. Bei den zehn wichtigsten Absatzländern, die zwei Drittel der Exporte aufnehmen, handelt es sich ausschließlich um hoch industrialisierte Länder. Da deutsche Unternehmen international Spitzenpositionen im Investitionsgüter- und im Zulieferbereich einnehmen, finden sie in diesen Märkten auch kaufkräftige Kunden.

### Typische Exportgüter

Die höchsten Anteile an den deutschen Ausfuhren haben der Maschinenbau, die Produkte der Elektrotechnischen Industrie, die Automobilindustrie und die Chemische/Pharmazeutische Industrie.

### Exportmarkt identifizieren

Für viele kleine und mittlere Unternehmen spielt vor allem die Marktnähe zu dem einen oder anderen Nachbarland eine sehr entscheidende Rolle. Schweizer Kunden beziehen z. B. über ein Viertel ihrer Einfuhren aus dem deutschen Baden-Württemberg. Das sieht an den Grenzen zu anderen Nachbarländern Deutschlands ähnlich aus. Es ist leicht nachzuvollziehen, dass sich Unternehmen, die gerade ihr Exportgeschäft aufbauen, zuerst einmal vor ihrer „Haustüre“ umsehen. Meist sind die Sprachprobleme viel geringer und die Exportabwicklung leichter zu handhaben.

Ein wichtiges Auswahlkriterium für einen geeigneten Exportmarkt ist auch die Sprache. Es ist erstaunlich, in wie vielen Ländern man mit Deutsch zu-rechtkommt: im französischen Grenzgebiet, in Dänemark, in den Niederlanden, in Belgien, Luxemburg und Österreich, in der Schweiz, aber auch in Tschechien und Ungarn.

### Typischer Fehler: keine Marktkennntnis

Ein typischer Fehler bei kleinen und mittleren Unternehmen ist beispielsweise, dass viele überhaupt nicht prüfen, ob ihr Produkt auf dem ausländischen Markt abgesetzt werden kann. Es fehlt sowohl an Markteintrittsstrategien als auch an Marktanalysen, die ein klares Bild über Kaufkraft, Kundenstruktur, Absatzwege usw. vermitteln. Fehler werden aber auch sehr häufig bei der Auswahl des Exportlandes gemacht: Für ein kleines oder mittleres Unternehmen ist es oft nicht sinnvoll, auf exotischen Exportmärkten nach

Kunden zu suchen. Vor allem diejenigen, die ihren Export erst aufbauen wollen, sollten sich in der Regel zunächst einmal in ihren Nachbarländern umschauen, denn schließlich kommt es auf die Absatzchancen und nicht auf die Entfernung des Marktes an.

### Kosten: oft unterschätzt

Mit dem Aufbau von Exportstrategien ist ein nicht unerheblicher finanzieller und zeitlicher Aufwand verbunden: Man muss die Produkte an den anderen Markt anpassen, angefangen bei der Übersetzung der Produktbeschreibung über die Verpackung bis hin zur Produktpassung an den Kundenwunsch. Hohe Umsatzerwartungen können sich auch nur dann erfüllen, wenn in den Vertriebsweg investiert wird. Wichtig ist außerdem eine Budgetplanung, die gemeinsam mit dem ausländischen Geschäftspartner erstellt werden muss. Klar muss sein: Wer kauft mein Produkt? Warum soll

*Fortsetzung auf Seite 5*

## Top 10 der Export-Güter

Angaben in Mio. Euro, 2007

180.850	Kraftwagen und Kraftwagenteile
138.668	Maschinen
127.577	chemische Erzeugnisse
62.254	Metalle und Halbzeuge daraus
48.762	Geräte der Elektrizitätserzeugung und -verteilung
39.859	Medizin-, mess-, steuerungs-, regelungstechnische und optische Erzeugnisse; Uhren
36.936	Nachrichtentechnik, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie elektronische Bauelemente
34.957	Erzeugnisse des Ernährungsgewerbes
32.229	Metallerzeugnisse
31.977	Gummi- und Kunststoffwaren

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2008

**Exportförderung (Auswahl)**

Programm	Maßnahme	Laufzeit/Konditionen	Ansprechpartner
<b>Staatliche Förderung von Unternehmensberatungen</b>	z. B. Fragen der Exportfähigkeit von Produkten, Aufbau Absatzorganisation, Kooperation	Zuschuss zu Beratungskosten	Leitstellen für die staatliche Förderung von Unternehmensberatungen. Leitstellenverzeichnis unter <a href="http://www.bafa.de">www.bafa.de</a>
<b>Auslandsmesseförderung<sup>1)</sup></b>	Firmengemeinschaftsausstellungen, Fachsymposien, Sonderausstellungen u. a. für Unternehmen mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland sowie deren ausländische Niederlassungen auf ausgesuchten Fachmessen und -ausstellungen sowie deutschen Industrieausstellungen im Ausland	technisch-organisatorische Betreuung, Überlassung der Ausstellungsfläche, Preisermäßigung für Ausstellungsflächen	Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (AUMA) Tel.: 030 24000-0 Fax: 030 24000-330 <a href="http://www.auma.de">www.auma.de</a>
<b>Vermarktungshilfeprogramm</b>	Exportförderung für mittelständische Hersteller von Investitions- und Konsumgütern mit Betriebsstätte/ Geschäftsbetrieb in den neuen Bundesländern	Die Unterstützung erfolgt insbesondere durch Beratung der teilnehmenden Unternehmen, Unterstützung bei der Entwicklung von vorbereitenden Werbeunterlagen, Kontaktabahnung zu potenziellen Partnern, Durchführung von Vermarktungsaktionen im konkreten Zielland (z. B. Informationsaustausch zwischen potenziellen Partnern, Vorbereitung und Durchführung von Kontakttreffen, Nachbereitung/ Follow-up)	Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) Tel.: 06196 908-673 Fax: 06196 908-500 <a href="http://www.bafa.de">www.bafa.de</a>
<b>KfW/ERP-Exportfinanzierungsprogramm</b>	Kredite zur Finanzierung von Investitionsgüterexporten in Entwicklungsländer	Darlehen mit festem Zinssatz, unterliegt Mindestzinsregelung des OECD-Konsensus <sup>2)</sup> , Exportkreditversicherung für mind. vier Jahre muss vorliegen; Laufzeit mind. vier Jahre	KfW IPEX-Bank Palmengartenstraße 5–9 60325 Frankfurt am Main Tel.: 069 7431-0 Fax: 069 7431-2944 <a href="http://www.kfw-ipex-bank.de">www.kfw-ipex-bank.de</a>
<b>Exportinitiative Erneuerbare Energien</b>	Netzwerkbildung und Koordination aller Beteiligten für den Export von Technologien zur Nutzung erneuerbarer Energien (BMW-i-Auslandsmesseprogramm, AHK-Geschäftsreiseprogramm, Länderinformationen, Auslandsmarketing)	Förderung je nach der Art des Vorhabens (meist indirekte Förderung durch Kostenersparnis)	Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena) Chausseestraße 128a 10115 Berlin Tel.: 030 726165-600 Fax: 030 726165-699 <a href="http://www.exportinitiative.de">www.exportinitiative.de</a>

**Hinweis:** Weitere Programme zur Exportförderung siehe Förderdatenbank des Bundes ([www.foerderdatenbank.de](http://www.foerderdatenbank.de))

1) Ergänzend zur Auslandsmesseförderung des Bundes bieten die Bundesländer Hilfe für exportorientierte Unternehmen an.

2) OECD-Konsensus: Übereinkommen über bestimmte Mindeststandards für öffentlich unterstützte Exportkredite der OECD-Länder (z. B. Mindestverzinsung)

**Exportfinanzierung (Auswahl)**

<b>Programm</b>	<b>Maßnahme</b>	<b>Laufzeit/Konditionen</b>	<b>Ansprechpartner</b>
<b>Exportfinanzierungskredite der AKA Ausfuhrkredit-Gesellschaft*</b>	a) Lieferantenkredit für Exporteure zur Finanzierung von Aufwendungen während der Produktionszeit und/oder von Zahlungszielen (Plafond* A) b) Bestellerkredit an ausländischen Besteller oder dessen Bank, der an den Exporteur ausbezahlt wird (Plafond* C, D und E) c) CIRR-Bestellerkredit d) Akkreditivbestätigung und Ankaufszusagen	(Plafond* A): Selbstfinanzierungsquote 10-15 Prozent des Auftragswertes (kann durch Befürwortung der Hausbank entfallen); bei Konsumgüterlieferungen und Abrufaufträgen auch in vereinfachter Form durch Globalkredit (Selbstfinanzierungsquote mind. 30 Prozent) mit max. Laufzeit von fünf Jahren (Plafond* C, D und E): Kredite sollen durch eine Exportkreditversicherung gedeckt sein; Laufzeit entspricht der Deckungsdauer durch die Exportkreditversicherung; AKA* hat Rahmenverträge mit verschiedenen ausländischen Banken, d. h. vereinfachter und schnellerer Vertragsabschluss für Exporteur (CIRR-Bestellerkredit): Festzinssatz ab Kreditvertragsabschluss; min. 48 Monate, Voraussetzung Deckung des Bundes (Euler Hermes) Akkreditivbestätigungen und Ankaufszusagen: Hausbank zahlt Warenwert an Exporteur; AKA* beteiligt sich in stiller oder offener Form	Beantragung durch die Hausbank
<b>Bankkredit</b>	neben der AKA und der KfW gewähren auch die Geschäftsbanken, Girozentralen und der Volksbankbereich langfristig gedeckte und ungedeckte Exportfinanzierungen sowie Projektfinanzierungen		
<b>Kundenvorauszahlung, Kundenanzahlung</b>	Käufer bezahlt die Warenlieferung im Voraus oder zahlt einen Teil an	laut Vereinbarung im Liefervertrag	Vertragspartner im Ausland und dessen Hausbank
<b>Wechselfinanzierung</b>	Käufer (Importeur) verpflichtet sich durch Auslandswechsel, Exportwaren zu bezahlen; Exporteur reicht den Wechsel vor Fälligkeit bei der Bank ein; Bank schreibt Gegenwert gut, räumt somit Kredit ein	laut Wechselvereinbarung; die Wechsel können von deutschen Banken entweder über das deutsche Zentralbanksystem oder über Banken im Ausland zum Rediskont gegeben werden; in der Regel daher günstige Form kurzfristiger Exportfinanzierung	Hausbank
<b>Exportfactoring</b>	Factoringgesellschaft (Factor) kauft Lieferanten (Exporteur) Forderungen gegenüber ausländischen Kunden ab; Kunde bezahlt direkt an den Factor	in der Regel bis zu 12 Monate; Factor übernimmt Mahn- und Inkassowesen* und Delcredereisiko*	Hausbank, Deutscher Factoring-Verband e.V. Tel.: 030 20 654 654 Fax: 030 20 654 656 www.factoring.de
<b>Forfaitierung**</b>	Forfaiteur kauft eine Forderung	ab 12 Monate; Abschlagszahlung richtet sich nach Kreditdauer, dem vom Forfaiteur berechneten Zinssatz, Forderungsrisiko; Forfaiteur übernimmt wirtschaftliche und politische Risiken im Ausland sowie Mahn- und Inkassowesen*	Hausbank

**Hinweis:** Auch in der Exportfinanzierung haben sich besondere Formen für den Außenhandel entwickelt. Sie helfen u. a., auf die unterschiedliche Zahlungsmoral ausländischer Kunden besser zu reagieren. Unternehmen können so z. B. längere Zeiträume zwischen Geschäftsabschluss und Zahlungseingang überbrücken.

\* Erläuterungen: **Ausfuhrkredit-Gesellschaft mbH (AKA)**: ein von 27 deutschen Banken (sog. Konsortial- bzw. Gesellschafterbanken) getragenes Institut, das seit 1952 deutsche Exportgeschäfte finanziert. **Plafond**: oberer Grenzbetrag bei der Kreditgewährung.

\*\* Erläuterungen: **Inkassowesen**: Einziehung fälliger Forderungen, insb. von Wechseln, Schecks, Wertpapieren und Rechnungen. **Delcredere**: Übernahme der Ausfallbürgschaft; Delcredereisiko meint Wagnis der Einbringlichkeit von Forderungen. **Forfaitierung**: Exporteur verkauft seine Forderungen an einen Forfaiteur. Vorteil: Exporteur erhält sofort sein Geld. In der Regel verlangt der Forfaiteur z. B. eine Bankbürgschaft vom Schuldner.

## Importgeschäft gut vorbereiten

### 1. Ihr Unternehmen

- ▶ Verfügen Ihre Mitarbeiter im Einkauf über die nötigen Sprachkenntnisse?
- ▶ Sind Kenntnisse/Erfahrungen mit der Einfuhrabwicklung (Zollabwicklung, Einfuhrgenehmigungspflichten) vorhanden?
- ▶ Sind Sie über die rechtlichen Aspekte der Vertragsgestaltung (anwendbares Recht, Streitbeilegung) ausreichend informiert?

### 2. Der Beschaffungsmarkt

- ▶ Wie ist die Qualität der Rohstoffe oder Produkte?
- ▶ Wie teuer sind Rohstoffe oder Produkte?
- ▶ Wie sehen die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aus?
- ▶ Gibt es besondere Ausfuhrvorschriften für bestimmte Rohstoffe oder Produkte?
- ▶ Sind Ihnen die Gepflogenheiten (Zahlungswege, traditionelle Liefer- und Versicherungskonditionen, kulturelle Besonderheiten) des Herkunftslandes bekannt?
- ▶ Welche Transport- und Verpackungsbedingungen sind zu beachten?
- ▶ Gelten die gleichen technischen Vorschriften (DIN, VDE, CE-Kennzeichen, GS-Zeichen)?

### 3. Import aus EU-Mitgliedstaaten

- ▶ Sie müssen eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer beantragen.

### 4. Import aus Drittländern

- ▶ Prüfen Sie, ob Einfuhrbeschränkungen oder -verbote vorliegen.
- ▶ Beantragen Sie evtl. eine Einfuhrgenehmigung/Einfuhrlizenz.
- ▶ Holen Sie Informationen über Einfuhrabgaben (Zoll, Einfuhrumsatzsteuern, Verbrauchssteuern usw.) ein.
- ▶ Stellen Sie fest, welche Zollpapiere und Präferenznachweise benötigt werden.
- ▶ Prüfen Sie, welche Schutzvorschriften zu beachten sind.

### 5. Ihre Partner

- ▶ Wie finden Sie Geschäftspartner auf Ihrem Beschaffungsmarkt?

### 6. Ihr Budget

- ▶ Reicht Ihre Liquidität, um eine längere Kapitalbindung (Vorauszahlung, höhere Finanzierungskosten, längere Abwicklungszeiten) durchzustehen?
- ▶ Stehen ausreichende Finanzierungsmittel zum Aufbau einer Import-Abteilung (Mitarbeiter-Qualifizierung, Einstellung von Fachpersonal, Informationsbeschaffung) zur Verfügung?

### 7. Ihr Risiko

- ▶ Besteht ein Wechselkursrisiko? Wenn ja, nutzen Sie Wechselkurssicherungsinstrumente.
- ▶ Reduzieren Sie das Lieferrisiko durch die Nutzung unterschiedlicher Bezugsquellen.
- ▶ Minimieren Sie das Qualitätsrisiko durch Vor-Ort-Kontrollen.
- ▶ Schalten Sie das Transportrisiko durch die Wahl der richtigen INCOTERMS-Klausel oder durch entsprechende Transportversicherungen aus.

## Exportvorhaben gut vorbereiten

### 1. Ihr Unternehmen

- ▶ Ist Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung für den Export geeignet?
- ▶ Ist bei Geschäftsführung und Mitarbeitern genügend Zeit für Auslandsaktivitäten vorhanden?
- ▶ Verfügen Sie über genügend Mitarbeiter?
- ▶ Reicht das Know-how der Mitarbeiter?
- ▶ Reichen die Sprachkenntnisse der Mitarbeiter?
- ▶ Besteht genügend Kapazität, um bei gutem Anlaufen eine steigende Nachfrage befriedigen zu können?
- ▶ Müssen andere Unternehmensbereiche (z. B. Produktentwicklung, andere Marketingaktivitäten) eingeschränkt werden, um Zeit und Geld zu sparen?
- ▶ Müssen Kapazitäten zusätzlich aufgebaut werden (z. B. Produktion, Logistik, Rechnungswesen, Verkauf, Vertrieb)?

### 2. Der Zielmarkt

- ▶ Ist Ihr Zielmarkt der richtige?
- ▶ Wie genau sieht der neue Auslandsmarkt aus?
- ▶ Welche (anderen) Bedürfnisse haben die Kunden?
- ▶ Welche spezifischen Kundengruppen wollen Sie ansprechen?
- ▶ Wie decken Ihre Produkte oder Dienstleistungen diese Bedürfnisse ab?
- ▶ Welche Preise zahlt man für Ihre Produkte oder Dienstleistungen?
- ▶ Wie wollen Sie sich in dieses Preisgefüge einordnen?
- ▶ Sind besondere Kennzeichnungspflichten für Ihr Erzeugnis zu beachten?
- ▶ Welche finanziellen Möglichkeiten haben die Kunden, die Sie ansprechen wollen?
- ▶ Über welche Vertriebswege erreichen Sie diese Kunden?
- ▶ Welche Konkurrenten gibt es?
- ▶ Sind Ihnen die Gepflogenheiten (Zahlungswege, traditionelle Liefer- und Versicherungskonditionen, kulturelle Besonderheiten) des Zielmarktes bekannt?

### 3. Ihre Partner

- ▶ Wie können Sie auf dem Zielmarkt die Kunden/Geschäftspartner am besten erreichen?
- ▶ Wie können Sie auf dem Zielmarkt Produkte/Dienstleistungen mit Erfolg vertreiben?
- ▶ Was sollten Sie bei Geschäftsgesprächen (mit ausländischen Kunden/Geschäftspartnern) beachten?

### 4. Ihr Budget

- ▶ Welche finanziellen Mittel stehen Ihnen zur Verfügung?
- ▶ Welches Budget planen Sie für Ihre Exportaktivitäten ein (ein im Vorfeld festgelegtes Budget macht den Schritt ins Ausland auch im Fall eines Misserfolges finanziell kalkulierbar)?
- ▶ Sind Sie liquide genug, um das Auslandsengagement zu finanzieren?
- ▶ Können Sie bei schleppendem Verlauf (z. B. in der Anlaufphase) nicht genutzte Kapazitäten auslasten bzw. finanzieren?
- ▶ Müssen Sie Werbematerialien übersetzen, drucken und verbreiten lassen?
- ▶ Müssen Sie Berater und Dolmetscher bezahlen?

### 5. Ihr Risiko

- ▶ Wie wird der Export die finanzielle Situation Ihres Unternehmens beeinflussen?
- ▶ Wie werden Exportvorhaben finanziell gefördert?
- ▶ Welche Versicherungen reduzieren das Exportrisiko?

Fortsetzung von Seite 4

der Kunde mein Produkt kaufen? Wie will ich mein Produkt absetzen? Wie viel will ich absetzen? Was ist bisher erreicht worden?

## Unterstützung: Auslandshandelskammern

Wer Auslandsmärkte erschließen möchte, sollte sich zur Beratung und Unterstützung an die deutschen Auslandshandelskammern bzw. an die Delegiertenbüros der deutschen Wirtschaft wenden, die in über 80 Ländern vertreten sind. Sie helfen bei der Beurteilung der Marktchancen in den jeweiligen Branchen und bieten direkte Unterstützung beim Exportaufbau. Sie können auch wichtige Hinweise zu den Geschäftsgepflogenheiten in den einzelnen Ländern geben. Die Kontaktadressen und persönlichen Ansprechpartner sind bei den Industrie- und Handelskammern unter der Webadresse [www.ahk.de](http://www.ahk.de) zu bekommen.

## Tipps fürs Auslandsgeschäft

- ▶ Nehmen Sie jeden auch noch so kleinen ausländischen Markt ernst. Betrachten Sie ihn als eigenständigen Markt und fassen Sie niemals mehrere ausländische Märkte zusammen.
- ▶ Ausländische Kunden wollen individuell betreut werden. Respektieren Sie landesspezifische Vorschriften und Usancen und vermeiden Sie es, ausländische Geschäftspartner auf die heimischen Vorgehensweisen zu verpflichten.
- ▶ Versuchen Sie nicht, Marketing-, Vertriebs- oder sonstige Konzeptionen einfach zu übertragen. Jeder Markt ist anders.
- ▶ Informieren Sie sich über das Land, über die Menschen, Besonderheiten, Gewohnheiten usw. Sie müssen nicht nur um die Märkte wissen, sondern auch um die Menschen.
- ▶ Kritisieren Sie niemals ausländische Geschäftspartner in Bezug auf deren nationale Besonderheiten.

Quelle: Handelskammer Deutschland-Schweiz

## Top 10-Handelspartner Deutschlands

### Import

1. Frankreich
2. Niederlande
3. Volksrepublik China
4. USA
5. Italien
6. Vereinigtes Königreich
7. Belgien
8. Österreich
9. Schweiz
10. Russische Föderation

### Export

1. Frankreich
2. USA
3. Vereinigtes Königreich
4. Italien
5. Niederlande
6. Österreich
7. Belgien
8. Spanien
9. Schweiz
10. Polen

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2008

## Warenhandel innerhalb der EU

### Umsatzsteuer

Für eine steuerfreie Lieferung aus einem EU-Land in ein anderes EU-Land muss die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer des Lieferanten und des Käufers in der Rechnung angegeben sowie auf die Steuerfreiheit der Lieferung hingewiesen werden: „steuerfrei nach § 4 Nr. 1b UstG“. Die Rechnung muss außerdem die genaue Warenbezeichnung und alle handelsüblichen Angaben (z. B. Name und Anschrift des Käufers, Einzel- und Gesamtpreis der Ware, genaue Warenbezeichnung, Gewicht der Ware sowie Liefer- und Zahlungsbedingungen) enthalten. Der Importeur entscheidet über die Anzahl der Rechnungen.

### Verbrauchssteuer

Für verbrauchssteuerpflichtige Waren (Tabak, alkoholhaltige Stoffe, Bier, Kraftstoffe) werden innerhalb der EU Verbrauchsteuern erhoben. Verbrauchsteuern sind indirekte Steuern auf den Verbrauch oder die Nutzung bestimmter Erzeugnisse. Im Gegensatz zur Mehrwertsteuer sind dies in der Regel spezifische Steuern, d. h. sie werden als Geldbetrag je Erzeugnismenge angegeben. Die Einnahmen aus den Verbrauchsteuern fließen in vollem Umfang den Mitgliedstaaten zu.

### Ursprungszeugnisse

Ursprungszeugnisse sind in der Regel für EU-Ursprungswaren sowie für Waren aus Drittländern, die sich in der EU

im zollrechtlich freien Verkehr befinden (verzollte Waren) nicht erforderlich. Für Re-Exporte können jedoch Ursprungszeugnisse in einfacher Ausfertigung gefordert werden. Unterliegt die Ware einer Importbeschränkung, ist in jedem Fall ein Ursprungszeugnis erforderlich. Eine Warenverkehrsbescheinigung T 2 M (zweifach) ist nur für Fischereierzeugnisse notwendig, die von einem in der EU beheimateten Schiff angelandet werden. Die vom Kapitän des Schiffes auszufüllende Bescheinigung wird von den Zollstellen ausgestellt. Konnossemente müssen nicht beglaubigt werden.

### Verpackung, Etikettierung

Zu beachten ist die EU-Verpackungsrichtlinie 94/62 vom 20. Dezember 1994, die Regelungen zur Vermeidung, Verminderung und Verwertung von Verpackungsabfällen enthält. Seit dem 20. Mai 1998 ist derjenige für die Verpackungsentsorgung verantwortlich, der die Waren in den Verkehr bringt. D. h., die Verpackungen müssen wieder zurückgenommen und verwertet werden. Für die Markierung der Packstücke bestehen in der Regel keine Sondervorschriften. Bezüglich der Sonderregelungen sollte jeweils der Importeur befragt werden. Was die Etikettierung betrifft, gibt es vor allem für Agrarerzeugnisse, Lebensmittel und pharmazeutische Erzeugnisse eine Reihe von Sondervorschriften.

## Exportkreditversicherung: Risiko mindern

### Staatliche Exportkreditversicherung

Zur Absicherung der mit Exportgeschäften verbundenen Käuferrisiken und Länderrisiken können deutsche Exporteure sowie deutsche und ausländische Finanzinstitute die Exportkreditgarantien des Bundes (Hermesdeckungen) in Anspruch nehmen. Die staatlichen Ausfuhrbürgschaften stehen deutschen Exporteuren in Form von Ausfuhrbürgschaften, d. h. Versicherung von Exportgeschäften deutscher Unternehmer mit staatlichen Abnehmern im Ausland, und Ausfuhrgarantien, d. h. Versicherung von Exportgeschäften mit privaten Abnehmern, zur Verfügung. Der Exporteur kann die Risiken vor dem Versand der Ware (Fabrikationsrisiken) und nach dem Versand der Ware (Ausfuhrisiken) versichern lassen. Deutsche und ausländische Kreditinstitute können sich die mit der Finanzierung deutscher Exporte verbundenen Risiken durch eine Finanzkreditbürgschaft/Garantie absichern lassen.

### Fabrikationsrisikodeckung

**Schadenstatbestand:** Die Fertigstellung bzw. der Versand der Ware ist aufgrund politischer oder wirtschaftlicher Umstände über einen Zeitraum von sechs Monaten unmöglich oder dem Exporteur nicht mehr zumutbar.

### Gedekte Risiken:

- ▶ allgemeine politische Risiken: gesetzgeberische oder behördliche Maßnahmen, kriegerische Ereignisse, Aufruhr oder Revolution im Ausland
- ▶ wirtschaftliche Risiken: Insolvenz des ausländischen Bestellers (nur bei Garantien)
- ▶ darüber hinaus: schwerwiegende Vertragsverstöße des Bestellers, Kündigung des Vertrages durch den Besteller bei Nichtzahlung von Stornierungskosten, Risiken aus deutschen Embargomaßnahmen

**Deckungsumfang:** Die Absicherung bezieht sich auf die Selbstkosten, die dem Exporteur bis zum vorzeitigen Ende der Fertigung infolge des Eintritts gedeckter Risiken, abzüglich einer an-

derweitigen Verwertung der Ware, entstanden sind.

### Ausfuhrdeckung

**Schadenstatbestand:** Die Exportforderung ist nach Versand der Ware oder Beginn der Leistung bis zur vollständigen Bezahlung aufgrund politischer oder wirtschaftlicher Umstände uneinbringlich.

### Gedekte Risiken:

- ▶ allgemeine politische und wirtschaftliche Risiken (s. Fabrikationsrisikodeckung)
- ▶ Nichtkonvertierung und Transferierung der vom Schuldner in Landeswährung eingezahlten Beträge infolge von Beschränkungen des zwischenstaatlichen Zahlungsverkehrs

**Deckungsumfang:** Die mit dem ausländischen Schuldner im Exportvertrag als Gegenleistung vereinbarte Geldforderung einschließlich der Kreditzinsen bis zur Fälligkeit

### Formen der Ausfuhrdeckung:

- ▶ als Einzeldeckung für die Forderungen aus einem Ausfuhrvertrag mit einem ausländischen Besteller
- ▶ als revolvingende Ausfuhrgarantie oder -bürgschaft, wenn wiederholt Belieferung eines ausländischen Bestellers zu kurzfristigen Zahlungsbedingungen (Sammeldeckung) erfolgt
- ▶ als Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistungen (APG) und Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistungen-Light (APGLight), wenn ein Exporteur laufend eine Mehrzahl von

ausländischen Kunden in verschiedenen Ländern zu kurzfristigen Zahlungsbedingungen beliefert (vereinfachtes Verfahren mit günstigen Entgeltsätzen)

▶ Ferner werden Sonderdeckungen angeboten: z. B. Deckungen gegen Beschlagnehmerisiken für Verkaufslager im Ausland, gegen die widerrechtliche Inanspruchnahme vom Exporteur zu stellender Gegengarantien, Deckungen für Bauleistungs- und Leasinggeschäfte

**Selbstbeteiligung:** Der Deckungsnehmer ist in jedem Schadensfall mit einer bestimmten Quote am Ausfall beteiligt. Sie beträgt in der Regel für die politischen Risiken fünf Prozent vom Ausfall und für die wirtschaftlichen Risiken sowie den Fall der Nichtzahlung 15 Prozent. Bei der Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung beträgt die Selbstbeteiligung für politische Risiken ebenfalls fünf Prozent, während sie für wirtschaftliche Risiken auf zehn Prozent reduziert ist. Die Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung-Light kennt nur den Nichtzahlungsfall mit einer Selbstbeteiligung von zehn Prozent. Nähere Informationen und Unterlagen über die Möglichkeiten und Abwicklungen der Exportkreditgarantien des Bundes erhalten Sie durch die Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, Friedensallee 254, 22763 Hamburg, Tel.: 040 8834-9000, [www.agaportal.de](http://www.agaportal.de).

### Private Ausfuhrkreditversicherung

Die Allgemeine Kreditversicherung Aktiengesellschaft in Mainz, der Gerling-

### So arbeitet eine Exportkreditversicherung



Konzern Speziale Kreditversicherungs-AG in Köln und die Euler Hermes Kreditversicherungs-AG in Hamburg bieten auch private Ausfuhrkreditversiche-

rungen an. Sie versichern im Wesentlichen nur die wirtschaftlichen und unter bestimmten Voraussetzungen auch politischen Risiken im Ausland.

## Kontakte, Kontakte, Kontakte

Erfahrene Exporteure antworten auf die Frage nach dem Geheimnis eines erfolgreichen Auslandsgeschäfts meistens: Kontakte, Kontakte, Kontakte. Vor allem Geschäftspartner sind wichtig als „Türöffner“ zum Zielmarkt. Nur wer es schafft, die richtigen Geschäftspartner kennenzulernen, mit ihnen ins Gespräch zu kommen und die Kontakte auch zu pflegen, wird langfristig Erfolg im Auslandsgeschäft haben. Ziele solcher Kontakte sind:

- ▶ Informationen über den Zielmarkt erhalten
- ▶ Kontakt zu Kunden bekommen (Kunden im „unbekannten“ Markt zu erreichen ist das größte Problem und die größte Herausforderung)

Kontakte zu knüpfen ist relativ einfach, Geschäftskontakte über einen längeren Zeitraum zu pflegen sehr viel schwieriger. Doch mit einem bestehenden Kunden Geschäfte zu machen, ist viel einfacher und auch billiger als stete Neuakquisition. Die folgenden Tipps erleichtern die Kontaktpflege:

- ▶ **Information:** Informieren Sie von sich aus Ihre Kunden fortlaufend über Veränderungen – neue Ansprechpartner oder Durchwahlnummern, neue Produkte und Standorte, neue Vertriebswege oder Exporterfolge. Auf diese

Weise ermutigen Sie Kunden auch, ähnliche Informationen an Sie weiterzugeben. So bleiben Sie aktuell informiert.

- ▶ **Persönliches:** Scheuen Sie sich nicht, auch persönliche Informationen über Ihre wichtigsten Geschäftspartner zu sammeln: Geburtstag, Familie, Hobbys usw. So haben Sie die Möglichkeit, auch außerhalb der Geschäftsbeziehung Kontakt zu halten – auf einem sehr persönlichen Niveau.
- ▶ **Einladungen:** Laden Sie Kunden immer wieder zu sich ein, wenn es Neues gibt oder wenn Sie sich auf einer Messe oder Ähnlichem präsentieren.
- ▶ **Kulturelle Besonderheiten:** Bei ausländischen Kunden ist es wichtig, die Gepflogenheiten des Exportlandes genauer zu kennen. Welche Feste werden gefeiert? Wann sind Feiertage? Was schenkt man zu bestimmten Anlässen? Nutzen Sie diese Gelegenheiten, um sich als aufmerksamer Geschäftspartner in Erinnerung zu bringen.
- ▶ **Förderung:** Weisen Sie ausländische Kunden auch auf veränderte Fördermöglichkeiten oder neue Exportbestimmungen hin. Sie zeigen damit, dass Sie nicht nur aktuelle Geschäfte machen wollen, sondern im Sinne einer ganzheitlichen Kundenbeziehung das Wohl des Kunden im Auge haben.
- ▶ **Spontaneität:** Scheuen Sie sich

## Die Vor- und Nachteile der einzelnen Zahlungsarten

### Vorauszahlung oder Anzahlung

- ▶ Erhalt des Verkaufserlöses oder zumindest eines Teiles schon vor der Lieferung
- ▶ dadurch geringeres Risiko
- ▶ sehr günstig, da keine Zinskosten anfallen
- ▶ Nachteil: häufig nicht durchsetzbar

### Rechnung

- ▶ Zahlung nach Lieferung der Ware
- ▶ Exporteur trägt das volle Risiko
- ▶ Liquidität wird beansprucht
- ▶ Einzusetzen nur bei Vertrauen in den Kunden

### Dokumenteninkasso

- ▶ Dokumente und Ware werden erst nach Bezahlung ausgehändigt
- ▶ Geschäft wird über die jeweilige Hausbank abgewickelt
- ▶ schwierige Umsetzung, da Kunde zustimmen muss
- ▶ außerdem wird das Risiko gemildert

### Dokumentenakkreditiv

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

Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag

## eTraining: Export-Vorbereitung

Ist Ihr Unternehmen für den Export gerüstet? Welcher Zielmarkt ist der richtige für Sie? Wie müssen Sie Ihr Angebot an den Zielmarkt anpassen? Was können Sie tun, um Kontakt zu Geschäftspartnern und Kunden zu bekommen? Welche Möglichkeiten gibt es, ein Exportvorhaben zu finanzieren und abzusichern? Das BMWi-eTraining „Export-Vorbereitung“ unterstützt Sie dabei, diese und weitere



Fragen zum Einstieg in das Auslandsgeschäft zu beantworten: durch vielfältige Informationstexte, Übungen und Lernkontrollen. Das eTraining wurde mit Unterstützung des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrums der Deutschen Wirtschaft e.V. erarbeitet. [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de) (→ Gründungswerkstatt → Online-Training)

nicht davor, „spontan“ anzurufen, wenn beispielsweise bei der Auftragsabwicklung ein wichtiger Zwischenschritt erreicht ist. Ihr Kunde dankt es Ihnen, da er sich immer ausreichend informiert fühlt.

- ▶ **Sekretärin, Assistent, Mitarbeiter:** Pflegen Sie nicht nur Kontakte zu Ihren eigentlichen Geschäftspartnern, sondern auch zum jeweiligen Arbeitsumfeld. Sekretärin, Assistent oder wichtige Mitarbeiter sind entscheidende Multiplikatoren für zukünftige Aufträge.

Quelle: Gernot Meyer & Partner Unternehmensberatung, Münsing

## SOLVIT für Probleme im Binnenmarkt

Die SOLVIT-Stelle im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie prüft und erfasst Verstöße gegen Binnenmarktvorschriften. Wenn z. B. Probleme des Marktzugangs für Waren und Dienstleistungen oder mit Grenzkontrollen, Steuerfragen, Kraftfahrzeugzulassung, Unternehmensgründung usw. auftreten, ist die SOLVIT-Stelle der richtige Ansprechpartner für betroffene Bürger und Unternehmen. Kontakt: Tel.: 03018 615-6444 Fax: 03018 615-5379, solvit@bmwi.bund.de

## Print- und Online-Informationen

### Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

#### Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbstständigkeit
- ▶ GründerZeiten Nr. 20 „Marketing“

#### CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

#### Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 03018 615 4171  
bmwi@gvp-bonn.de  
Download u. Bestellfunktion:  
www.existenzgruender.de

#### Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal  
www.existenzgruender.de

**BMWi: iXPOS Außenwirtschaftsportal**  
www.ixpos.de

**AUMA – Messe-Guide Deutschland**  
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (AUMA)  
Bestelladresse: Littenstraße 9, 10179 Berlin,  
Postfach 021281, 10124 Berlin  
Tel.: 030 24000-0, Fax: 030 24000-330  
www.auma.de

#### Erfolgreiche Messebeteiligung

AUMA  
Download unter www.auma.de

#### Übersicht aller deutschen Vertretungen im Ausland und aller ausländischen Vertretungen in Deutschland

Auswärtiges Amt  
Download unter www.auswaertiges-amt.de

#### E-Trade-Center

www.e-trade-center.com

#### Weltweit handeln

Bundesministerium der Finanzen (BMF)  
Download unter  
www.bundesfinanzministerium.de

KfW-Literaturliste zur **Export- und Projektfinanzierung**  
Download unter www.kfw-ipex-bank.de

## Kontakte (Auswahl)

**Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH**  
Hauptsitz: Friedrichstraße 60, 10117 Berlin,  
Tel.: 030 200 099-0, Fax: 030 200 099-111  
Nebensitz: Agrippastrasse 87–93, 50676 Köln,  
Postfach 10 05 22, 50445 Köln,  
Tel.: 0221 20 57-0, Fax: 0221 20 57-2 12  
Internet: www.gtai.de

Informationsdienstleistungen über ausländische Märkte für deutsche Exporteure

**Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA)**  
Frankfurter Straße 29–35, 65760 Eschborn  
Tel.: 06196 9080  
www.bafa.de

Genehmigungsbehörde für die Einfuhr und Ausfuhr von Waren der gewerblichen Wirtschaft, Ein- und Ausfuhrkontrolle, Wirtschaftsförderung, Umsetzung von Fördermaßnahmen

**Zentralstelle für Zollkontingente**  
Fontanestraße 2, 40470 Düsseldorf  
Tel.: 0211 9088-302/-303, Fax: 0211 9088-304  
poststelle@zzk.bfinv.de

#### Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)

Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn  
Tel.: 0228 6845-0  
info@ble.de, www.ble.de  
Genehmigungsstelle für den grenzüberschreitenden Waren- und Dienstleistungsverkehr mit Erzeugnissen der Ernährungs-, Land- und Forstwirtschaft

#### Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM)

Kurt-Georg-Kiesinger-Allee 3, 53175 Bonn  
Tel.: 0228 207-30  
poststelle@bfarm.de, www.bfarm.de  
Zulassung von Fertigarzneimitteln, Registrierung homöopathischer Arzneimittel, Erfassung von Arzneimittelwirkungen, Überwachung des legalen Verkehrs von Betäubungsmitteln und Grundstoffen

#### Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL)

Bundesallee 50, 38116 Braunschweig  
Tel.: 0531 21497-0  
poststelle@bvl.bund.de, www.bvl.bund.de  
Zulassung von Tierarzneimitteln, Prüfung von Pflanzenschutz- und Schädlingsbekämpfungsmitteln, Chemikalien, Zulassung von Lebensmitteln, die mit gentechnisch veränderten Organismen hergestellt wurden

#### Industrie- und Handelskammern

Die für Ihr Unternehmen zuständige IHK finden Sie unter www.ihk.de.

#### Julius Kühn-Institut – Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen (JKI)

Messeweg 11–12, 38104 Braunschweig  
Tel.: 0531 299-5, www.jki.bund.de  
Informationen zu Holzverpackungen

#### Bundeszentralamt für Steuern – Dienstsitz Saarouis

Ahornweg 1–3, 66740 Saarouis  
Tel.: 06831 456-0  
poststelle-saarouis@bzst.bund.de  
www.bzst.bund.de

#### Zoll-Infocenter

Friedrichsring 35  
63069 Offenbach am Main  
Tel.: 069 46997600  
info@zoll-infocenter.de,  
www.zoll.de

#### AKA Ausfuhrkredit-Gesellschaft mbH

Große Gallusstraße 1–7  
60311 Frankfurt am Main  
Tel.: 069 29891-00  
Fax: 069 29891-150  
www.akabank.de

#### Deutsche Auslandshandelskammern

www.ahk.de

#### Enterprise Europe Network

www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu  
Hilfe bei der Internationalisierung von KMU mit innovativen Produkten und Dienstleistungen.

#### Deutsche Handelszentren weltweit

www.germancentre.com

#### Euler Hermes Kreditversicherungs-AG

Friedensallee 254  
22763 Hamburg  
Tel.: 040 8834-9000  
Fax: 040 8834-9175  
www.agaportal.de

## Redaktionsservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit  
PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR

Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef  
Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1  
info@pid-net.de

## Impressum

#### Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
info@bmwi.bund.de  
www.bmwi.de

#### Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

#### Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Ralf Bopp, Direktor, Handelskammer Deutschland-Schweiz, Zürich  
Dagmar Guillén García, Norbert Claus, IHK Kassel  
Dr. Elfi Schreiber, bfai Köln (jetzt Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH)

#### Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

#### Druck:

Harzdruckerei GmbH, Wernigerode

Auflage: 20.000