ExportManager

Ausgabe 9 | 10. November 2021
www.exportmanager-online.de

Ausgewählte Informationen für Exportverantwortliche

Schwerpunktthema dieser Ausgabe: Nordamerika

Die USA regeln ihren Außenhandel neu | Europa zwischen den Stühlen | Globale Lieferketten bis 2023 im Stresstest | China läuft den USA in Lateinamerika davon | Nachhaltigkeit in Brasiliens Bekleidungsbranche | Polen nach Pandemie und Brexit | Investitionen in den USA: Nachholeffekte lassen Finanzbedarf steigen | US-Einfuhrzoll: Einsparpotenzial?

Die USA bleiben ein wichtiger und dynamischer Absatzmarkt der deutschen Wirtschaft. Auch im September 2021 legten die Exporte dorthin um 15,1% zu – nach einem Plus von 19,5% in den ersten acht Monaten. Wir haben uns den US-Handel genauer angesehen. Auch die Situation Europas zwischen den USA und China sowie die Schwierigkeiten in den internationalen Lieferketten stehen im Fokus. Mit Blick auf Südamerika haben wir die neue Ausrichtung der dortigen Wirtschaft nach China und die Ansätze für nachhaltige Bekleidung in Brasilien zum Thema gemacht.

In der aktuellen Ausgabe haben wir einen breiten thematischen Fächer ausgebreitet. Die weltweite Arbeitsteilung steht vor einer Neuausrichtung, die Unternehmen passen sich an. So haben wir im „**ExportManager**-Forum" Polen als interessanten Standort nach Pandemie und Brexit vorgestellt. In der Rubrik Finanzieren wenden wir uns wieder den USA zu, wo die rege Investitionstätigkeit zusätzlichen Finanzbedarf erzeugt. Und zu guter Letzt geht es um Einsparpotenziale beim Einfuhrzoll in den USA.

Gunther Schilling

THEMEN

VERKAUFEN

3 Die USA regeln ihren Außenhandel neu
Lange dominierten die Handelsstreitigkeiten der USA die Schlagzeilen. Seit dem 1. Juli 2020 ist das neue Abkommen zwischen den USA, Mexiko und Kanada in Kraft. Auch der Streit mit der EU ist beigelegt.
Gunther Schilling

5 Zwischen den Stühlen
Amerika hat den Kapitalmarkt, China den geduldigen Staat. Europa hat beides nicht – und braucht doch dringend eine Finanzierung für den Umbau der Volkswirtschaft.
Deutsche Bank

7 Globale Lieferketten bis 2023 im Stresstest
In vielen Branchen richten die Pandemie-Lockdowns weiterhin Chaos an. Die Schwierigkeiten ergeben sich aus einer Kombination aus vorläufigen und strukturellen Faktoren.
Karsten Koch, Credendo

9 China läuft den USA in Lateinamerika davon
Die Handelsbeziehungen zwischen China und Lateinamerika haben sich zuletzt erheblich ausgeweitet und heben sich allmählich von den Beziehungen zwischen den USA und Lateinamerika ab.
Patricia Krause, Coface

11 Nachhaltigkeit in Brasiliens Bekleidungsbranche
Eine Kooperation ambitionierter Mode- und Textilunternehmen – die Sustainable Fashion League Brazil (SFLB) – will die Zukunft der brasilianischen Mode- und Textilindustrie neu definieren.
Maria Paula Sobral Velloso, Apex-Brasil

VERNETZEN

13 Polen nach Pandemie und Brexit
Polen steht aktuell in der Pandemie vor ähnlichen Herausforderungen wie Deutschland, z.B. Materialengpässe und Brexit. In Polen haben sich daraus neue Geschäftsmöglichkeiten ergeben, wie das zweite „ExportManager-Forum Polen" am 27. Oktober 2021 zeigte.
Gunther Schilling

FINANZIEREN

16 Investitionen in den USA: Nachholeffekte lassen Finanzbedarf steigen
Das Jahr 2020 war für das US-Geschäft deutscher Firmen herausfordernd: Die Pandemie hat das Wirtschaftsleben gelähmt, zu Reisebeschränkungen geführt und viele haben Investitionen aufgeschoben.
Dr. Martin Breckheimer und Markus Schmauder, LBBW

LIEFERN

18 US-Einfuhrzoll: Einsparpotenzial?
Viele Unternehmen möchten bei Ware, die sie in den USA anbieten, US-Zoll einsparen. Eine solche Möglichkeit stellt in den USA vor allem die „First Sale Rule" dar.
Harald Hohmann, Hohmann Rechtsanwälte

21 STRATEGISCHE PARTNER UND IMPRESSUM

Die USA regeln ihren Außenhandel neu

Jahrelang dominierten die Handelsstreitigkeiten der USA mit China, der EU, aber auch mit den direkten Nachbarstaaten Kanada und Mexiko die Schlagzeilen. Seit dem 1. Juli 2020 ist das neue Handelsabkommen zwischen den USA, Mexiko und Kanada in Kraft. Und auch der Streit mit der EU ist seit Kurzem beigelegt.

Gunther Schilling
Redaktion ExportManager

redaktion@exportmanager-online.de
www.exportmanager-online.de

Das neue Handelsabkommen zwischen den USA, Mexiko und Kanada (United States–Mexico–Canada Agreement, USMCA) ist seit dem 1. Juli 2020 in Kraft. Es trat an die Stelle des Nordamerikanischen Freihandelsabkommens (NAFTA). Vor allem die Lohnunterschiede zwischen den USA und Mexiko sollten verringert werden, um die Wettbewerbsfähigkeit der US-Industrie zu stärken. Mindestens 40% der Pkw-Produktion sollten zu einem Mindestlohn von 16 USD erfolgen. Auch die Ursprungsregeln im wichtigen Automobilsektor wurden verschärft, um die reine Montage von Teilen zu erschweren. Der für den zollfreien Handel geforderte Anteil lokaler Wertschöpfung liegt nun bei 70% (Nutzfahrzeuge) bzw. 75% (Kfz).

Abhängigkeit von Importen bleibt hoch

Das USMCA sollte vor allem den Handel zugunsten der USA verändern. 2021 verzeichnet jedoch vor allem Kanada Absatzerfolge in den USA. Zwar fiel der Beginn des neuen Handelsregimes in die Ausnahmesituation der Covid-19-Pandemie, die den regionalen Handel erschwerte. Doch seit Inkrafttreten des USMCA konnten die USA keine nennenswerten Verbesserungen ihrer Handelsbilanz erreichen. So lag der Negativsaldo im Warenhandel in den ersten neun Monaten 2020 mit 655 Mrd USD sogar leicht über dem Niveau des gleichen Vorjahreszeitraums (648 Mrd USD). Von Januar bis September 2021 stieg der Fehlbetrag auf 790 Mrd USD. Im Handel mit Kanada erhöhte sich das Handelsdefizit von 10 auf 34 Mrd USD. Gegenüber Mexiko sank es von 80 Mrd USD auf 78 Mrd USD.

© WorldPictures/Shutterstock

Ein neues nordamerikanisches Handelsabkommen belebt den grenzüberschreitenden Gütertransport.

Die Veränderungsraten im regionalen Handel in den ersten neun Monaten 2021 sind aus Sicht der USA aktuell zwar beeindruckend, resultieren jedoch vor allem aus der niedrigen Vergleichsbasis im Vorjahr. So stiegen die US-Exporte nach Kanada um 20,6% und die nach Mexiko sogar um 34,0%. Gegenüber dem gleichen Zeitraum 2019 betrug der Zuwachs Richtung Kanada jedoch nur 1,5% und nach Mexiko waren es 5,1%. Auf der Importseite verzeichneten die USA von Januar bis September 2021 einen Anstieg der Bezüge aus Kanada um 31,8%, aus Mexiko erhöhten sie sich um 21,4%. Im Vergleich zu 2019 waren ebenfalls deutlich geringere Veränderungsraten festzustellen. Die Importe aus Kanada waren um 8,7% höher, die aus Mexiko um 4,6%.

Für den Anstieg der US-Exporte waren in den ersten neun Monaten 2021 vor allem Öl und Gas sowie Pkw und Pharmazeutika verantwortlich. Die US-Importe von Öl und Pkw stiegen jedoch noch deutlich stärker. Hinzu kamen höhere Bezüge von Elektro- und Medizintechnik sowie diverser Konsumgüter, die zum Anstieg der Importe entscheidend beitrugen. Allerdings kamen diese Waren eher aus Europa und Asien als aus den nordamerikanischen Nachbarländern. Kanada lieferte vor allem Rohstoffe, Mexiko Kraftfahrzeuge und Haushaltsgeräte.

Deutschland holt in Nordamerika auf

Die gute Nachricht für europäische Unternehmen kam am Rande des G20-Gipfels Ende Oktober aus Rom: Die USA und die EU legen ihren Handelsstreit bei. Zunächst für zwei Jahre werden die US-Zölle auf Stahl und Aluminium sowie die EU-Zölle auf amerikanische Kultprodukte wie Whiskey, Jeans, Motorräder und Erdnussbutter ausgesetzt. Neue Leitlinien im transatlantischen Handel sind die klimaschonende Herstellung von Stahl und Aluminium sowie die Vermeidung von schmutzigem Stahl und Dumpingpreisen aus China.

Deutschland konnte seine Exporte nach Nordamerika in den ersten acht Monaten 2021 deutlich erhöhen. In den USA betrug der Zuwachs 19,5%, nach Kanada legten die Exporte lediglich um 2,7% zu und in Richtung Mexiko wurde ein Anstieg von 27,2% zum Vorjahr registriert. Allerdings liegen die deutschen Exporte noch unter dem Niveau der ersten acht Monate 2019 – in den USA um 0,8%, in Mexiko um 3,6% und in Kanada um 10,3%.

Auf der Importseite waren die Zuwächse gegenüber dem Vorjahr in den ersten acht Monaten 2021 ausgeglichener als auf der Exportseite. Aus den USA wurde ein Plus von 6,5% gemeldet, aus Kanada +17,1% und aus Mexiko +13,5%. Gegenüber dem Vergleichszeitraum 2019 fielen die Veränderungen jedoch weit auseinander. Einem Importzuwachs aus den USA von 0,9% stand ein Importrückgang aus Mexiko von 9,4% gegenüber. Die Einfuhr aus Kanada stieg zwischen 2019 und 2021 sogar um 15,9%.

Hintergrund des kräftigen Importzuwachses aus Kanada sind wohl die Preissteigerungen bei Rohstoffen, da in den ersten acht Monaten 2021 rund 30% der deutschen Importe aus Kanada auf Erze entfielen und die Einfuhr um 41,8% stieg. Die deutschen Exporte nach Kanada bestanden zu je rund 21% aus Maschinen (–7,2%) und Kraftfahrzeugen (+20,1%) sowie zu 13,5% aus Pharmazeutika (+8,1%). Nach Mexiko lieferte Deutschland von Januar bis August 2021 vor allem Maschinen (Anteil: 22,9%, Zuwachs: +23,3%) und Kraftfahrzeuge (20,0%, +41,7%) sowie elektrotechnische Erzeugnisse (15,3%, +23,2%). Die Einfuhr aus Mexiko bestand überwiegend aus Kraftfahrzeugen (42,0%, +8,8%).

Im deutschen Handel mit den USA dominierten Maschinen, Kraftfahrzeuge, optische und fotografische, elektrotechnische sowie pharmazeutische Erzeugnisse mit Anteilen zwischen 8% und 20%. Insbesondere die deutschen Kraftfahrzeugexporte in die USA legten in den ersten acht Monaten 2021 kräftig um 33,7% zu. Im gleichen Vorjahreszeitraum waren sie allerdings um 39,3% gefallen. In den anderen Warengruppen waren die Rückgänge geringer. Die Importe von Kraftfahrzeugen aus den USA und die pharmazeutischen Exporte dorthin stiegen 2020 sogar an.

Anzeige

Das Qi für Ihr
ASIENGESCHÄFT!

::: ASIA BRIDGE IM TESTABO

Jetzt Sonderkonditionen sichern!

15,90 € statt 20,65 € monatlich
als Drei-Monate-Kurzabo

ASIA BRIDGE

zusätzlich zu Business und Politik mit spannenden Rubriken wie

- Messen & Kongresse
- Recht & Steuern
- Transport & Logistik
- Business Travel & Lifestyle

Weitere Informationen unter: Email: abo@maerkte-weltweit.de Tel.: +49 (0)69 66 56 32 15

::: Jeden Monat **topaktuelle** Nachrichten und Analysen!

Das Kurz-Abonnement beginnt mit der ersten Lieferung und läuft drei darauffolgende Monate. Es kann mit einer Frist von einem Monat zum Ende des dritten Monats gekündigt werden. Wenn Sie weiter beziehen wollen, müssen Sie nichts tun, dann geht Ihr Abo in ein reguläres Abo über mit 3-monatiger Kündigungsfrist zum Jahresende. Die Abonnementgebühr ist im Voraus fällig. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Martin Brückner Medien GmbH, die ich auf Wunsch zugeschickt bekomme, die auf der Website www.maerkte-weltweit.de zu lesen oder herunterzuladen sind. Alle genannten Preise verstehen sich monatlich zzgl. gesetzlicher Mwst. Versandkosten werden zusätzlich berechnet, Inland 3 € pro Monat, Ausland je nach Entfernung. Dieses Angebot ist gültig bis zum 01. Oktober 2021.

Firma : .....

Name : .....

Straße : ..... Nr. .....

PLZ : ..... Ort: .....

E-Mail : .....

Ich bezahle per: Bankeinzug* ○ Rechnung ○

Ort, Datum, Unterschrift:

** Bitte senden Sie mir die Unterlagen zu.*

Zwischen den Stühlen

Amerika hat den Kapitalmarkt, China den geduldigen Staat. Europa hat beides nicht – und braucht doch dringend eine Finanzierung für den Umbau der Volkswirtschaft.

Bastian Frien und Boris Karkowski, Chefredakteure „results. FinanzWissen für Unternehmen". Veröffentlichung mit freundlicher Genehmigung der Deutschen Bank. Den dazugehörigen Link finden Sie HIER

Die USA und China sind nicht nur die Gegenspieler in der Weltpolitik, sondern stehen auch für zwei ganz unterschiedliche Wirtschaftssysteme. „In China lenkt der Staat bzw. die Partei die wirtschaftliche Entwicklung, in den USA finanziert der Kapitalmarkt unternehmerische Innovation", sagt Stefan Schneider, Chefvolkswirt für Deutschland bei Deutsche Bank Research.

Das ist natürlich etwas zugespitzt. In China gibt es zwar viele Staatsunternehmen und klare Leitplanken für die wirtschaftliche Entwicklung, das Wachstum wird aber von Unternehmen in Privatbesitz erwirtschaftet. Und in den USA gründet der Erfolg von Innovationsleuchttürmen wie Apple oder Tesla auch auf staatlicher Hilfe: Grundlegende Technologien wie GPS, Touchscreen, Siri und das Internet sind dank öffentlicher Forschungsgelder in Instituten, Universitäten oder auch beim Militär entwickelt worden. Tesla profitiert ebenfalls von Staatshilfen, Steuernachlässen und Absatzsubventionen.

Klar ist aber: Auch wenn China Markt zulässt und die USA Industriepolitik betreiben, so haben beide Volkswirtschaften einen eindeutigen USP in ihrem Geschäftsmodell. In China verfolgt ein Staat mit sehr langfristiger Perspektive unerschütterlich den Weg zu einer hoch entwickelten Volkswirtschaft und Weltmacht. Die USA verfügen nicht nur über die Leitwährung der Welt, sondern auch über einen ebenso breiten wie tiefen Kapitalmarkt, der für den richtigen Preis fast jedes Risiko finanziert – und Amazon 20 Jahre lang immer wieder begeistert mit Kapital versorgte, obwohl das Unternehmen praktisch keinen Gewinn auswies.

Der unaufhaltsame, auch qualitative Aufstieg Chinas und die Vormachtstellung der USA in den Zukunftstechnologien beweisen, dass beide Geschäftsmodelle funktionieren. Was hat Europa dem entgegenzusetzen? Das westliche Anhängsel der gigantischen asiatischen Landmasse war einige Jahrhunderte lang das Powerhouse der Welt, das Innovation, Wachstum und Weltmachtstatus vereinte. Die Führungsrolle in der Welt ist zwar seit mehr als 100 Jahren an die Amerikaner übergegangen, doch noch heute profitieren die Europäer von der alten Stärke: Global vernetzte Volkswirtschaften, hervorragend ausgebildete Menschen, viel investierbares Kapital, stabile soziale Strukturen in Rechtsstaaten und ein hoher technologischer Standard haben sich erhalten.

Drei Köpfe, drei Systeme

Xi Jinping verkörpert einen strategischen Staat, der geduldig Wirtschafts- und Militärmacht aufbaut. Joe Biden setzt, obwohl im amerikanischen Spektrum eher staatsnah verortet, vor allem auf den Markt. Ursula von der Leyen steht für eine EU, die ihre Rolle in der Welt neu definieren muss und noch eine Strategie sucht.

Das sind gute Zutaten – doch es fehlt ein Rezept für die Zukunft. Mit dem Aufstieg Chinas und dem teilweisen Rückzug der USA als Ordnungsmacht in der Welt ist aus einem unipolaren ein bipolares System entstanden. Das Ringen der beiden Großmächte hat auch Folgen für die Ökonomie. Insbesondere sind beide Staaten nicht (mehr) davon überzeugt, dass ein

© AndyLIU/Shutterstock

Kein Platz zwischen den Stühlen: China und die USA sitzen sich teils unverrückbar gegenüber.

regelbasiertes System auf einem „Level Playing Field“ ihnen zum größtmöglichen Vorteil gereicht. Auch einige Mittelmächte verstehen Ökonomie und Handel zunehmend als Teil von Machtpolitik. Dadurch ist die Akzeptanz lange gültiger Spielregeln gesunken, das Recht des Stärkeren hält vermehrt Einzug.

In diesem Spiel nach neuen Regeln droht ein Europa, das sich an die alten Spielregeln hält, als Verlierer vom Platz zu gehen. Darauf muss Europa strategisch reagieren und die eigene Stärke ausbauen und zeigen. Chefvolkswirt Schneider stützt diese Forderung: „Wenn ein Staat ein Investitionsschutzabkommen abschließt, muss er auch für die Durchsetzung sorgen.“

Darüber hinaus ist Schneider zurückhaltend bei staatlichen Eingriffen. Ein paar Ansatzpunkte kann er sich aber vorstellen: „Ich kann verstehen, wenn der Staat in einer Schlüsselindustrie wie der Automobilbranche Investitionen übernimmt, die der Sektor nicht schultern kann. Und ich sehe eine Aufgabe in der Bildung von Plattformen, die etwa dem Mittelstand Kooperationen beim Thema Künstliche Intelligenz erleichtern.“

Nicht gelöst ist damit die Finanzierung. Der durch die digitale Transformation und die Nachhaltigkeitsmaxime notwendige Umbau der Volkswirtschaften erfordert gigantische Investitionen. Die Unternehmen allein können das nicht stemmen. Aber auch die in Europa traditionell starke Kreditwirtschaft kommt an ihre Grenzen. Kredit kann nur moderate Risiken tragen, viele Investitionen sind aber langfristig und unsicher – dafür braucht es einen leistungsfähigen Kapitalmarkt oder einen weitsichtigen Staat.

Europa hat beides nicht. Die Marktkapitalisierung US-amerikanischer Firmen betrug Ende 2020 das Zweieinhalbfache, die der EU-Unternehmen nur gut die Hälfte des jeweiligen BIP. Auch der Venture-Capital-Markt und der Markt für Unternehmensanleihen sind ungefähr fünfmal so groß. Und die EU ist kein Visionär, sondern eher ein Bürokrat auf der Suche nach dem größten gemeinsamen Nenner seiner Mitglieder.

Wo die Struktur fehlt, braucht es pragmatische Lösungen. In einem Arbeitspapier vom Frühjahr 2021 schlägt die Deutsche Bank einen Umbau der staatlichen Förderung vor, um mehr privates Kapital für den digitalen und nachhaltigen Umbau der Volkswirtschaft zu mobilisieren. Chefvolkswirt Schneider setzt klar auf den Markt: „Die Investitionen kann und muss der Kapitalmarkt stemmen. Die Banken müssen dem Sparer das Eigenkapitalrisiko schmackhaft machen und es durch Streuung abschwächen.“ Keine einfache Aufgabe. An Geldmangel dürften Europas Investitionen in die Zukunft allerdings nicht scheitern: Rund eine viertel Billion Euro exportieren allein die Deutschen netto Jahr für Jahr an Kapital.

Anzeige

Globale Lieferketten bis 2023 im Stresstest

Als die Covid-19-Pandemie den internationalen Handel lähmte und Lieferketten zum Stillstand brachte, wurde angenommen, dass die Unterbrechungen der Lieferketten vorübergehend sein würden. In vielen Branchen richten sie jedoch weiterhin Chaos an. Die Schwierigkeiten ergeben sich aus einer Kombination aus vorläufigen und strukturellen Faktoren.

Karsten Koch
Country Manager,
Credendo

k.koch@credendo.com
www.credendo.com

Mit der Wiedereröffnung der Volkswirtschaften hat sich auch die weltweite Nachfrage schnell erholt. Dies erklärt sich zum Teil durch die während der Pandemie angehäuften Ersparnisse, die sehr günstige Steuer- und Geldpolitik sowie die umfangreichen Konjunkturprogramme, die weltweit umgesetzt wurden und vor allem auf ökologischen Wandel abzielen. Dieser Wandel verbraucht viel Metall, Holz und Energie (mehr Gas und weniger Kohle). Auf der Verbraucherseite verdeutlichen viele Zahlen den jüngsten Anstieg der Verbrauchernachfrage, wie die hohe Zahl der in den Vereinigten Staaten verkauften (stahl- und aluminiumintensiven) Fahrzeuge im April 2021 (laut U.S. Bureau of Economic Analysis so hoch wie seit 2005 nicht mehr) und der Verkauf neuer Häuser in den USA, der einen 14-Jahres-Rekord erreicht und u.a. viel Holz und Zement verbraucht. Während die Nachfrage groß ist, kann das Angebot nur schwer Schritt halten.

Warenangebot bleibt hinter Nachfrage zurück

Die starke Nachfrage bei gleichzeitig begrenztem Angebot hat viele Folgen, u.a. für die Rohstoffpreise. Viele Rohstoffpreise sind seit Anfang des Jahres aufgrund von Ungleichgewichten zwischen Angebot und Nachfrage sowie aufgrund von Wetterbedingungen, Unterbrechungen infolge von Covid-19, OPEC+-Beschlüssen, Naturkatastrophen und Arbeitnehmerstreiks in kritischen Produktionsstätten in die Höhe geschossen. Der Anstieg der Rohstoffpreise wirkt sich auf die Gewinnspanne von Herstellern aus, die von Rohstoffen abhängig sind. Das Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage hat nicht nur Folgen für die Rohstoffe, sondern auch für den Preis und die Verfügbarkeit von Zwischenprodukten (z.B. Halbleiter) und Arbeitskräften.

In Anbetracht dieser schwierigen Situation haben Unternehmen oft keine andere Wahl, als diese Preiserhöhungen ganz oder teilweise an die Verbraucher durchzureichen, was die Inflation anheizt. In einigen Fällen bleibt ihnen nichts anderes übrig, als die Produktion zu drosseln (u.a. aufgrund von Material- und Arbeitskräftemangel) oder in Ausnahmefällen die Produktion vorübergehend einzustellen (z.B. die großen industriellen Düngemittelfabriken des Vereinigten Königreichs und der Automobilsektor). Laut einer Umfrage unter europäischen Herstellern ist der Mangel an Material und/oder Ausrüstung das größte Produktionshemmnis. Die am stärksten von den Lieferengpässen betroffenen Sektoren sind die Automobilindustrie, die Elektrogeräteindustrie, die Werkstoffindustrie, der Transportsektor und das Baugewerbe. Laut einer OECD-Analyse hat die Entfernung, die importierte Produkte zurücklegen, im Jahr 2020 zugenommen. Das lässt sich teilweise auf die vielen weltweiten Lockdowns zurückführen, die die Produktion beeinträchtigt haben. Daher wandten sich die meisten importierenden Unternehmen an China (und die Region Südostasien), um die von westlichen/näher gelegenen Unternehmen hinterlassene Versorgungslücke zu schließen.

Diese Zunahme der Entfernungen, über die Waren transportiert werden, sowie der

© MSPhotographic/Shutterstock

Wenn es in Asien zu Hafenschließungen kommt, dann stauen sich in Amerika irgendwann die Frachtschiffe.

Wettbewerb zwischen den Importeuren, um den Transport aus China zu sichern, haben somit zum Anstieg der Transportkosten beigetragen. Unternehmen müssen nicht nur Lieferanten wechseln, sondern sehen sich auch mit Problemen bei der Lieferung ihrer Bestellungen konfrontiert, was zu einem weiteren Kostenanstieg führt. Die weltweite Schifffahrt leidet nach wie vor unter einem Mangel an Schiffen, Verspätungen und Staus in den Häfen als Folge der steigenden Nachfrage nach Warentransporten, was wiederum einen Mangel an Containern zur Folge hat, sowie unter Problemen im Zusammenhang mit Covid-19, die zu sporadischen Hafenschließungen führen. Die Lage spitzte sich durch die Blockade des Suezkanals im März 2021 und die Schließung internationaler Häfen zu, wie die Schließung eines Terminals des chinesischen Hafens von Ningbo im August 2021 zeigte.

Geopolitische Spannungen behindern zusätzlich

Lieferketten werden auch sehr stark vom geopolitischen Kontext beeinflusst. Insbesondere die Technologie ist neben den Engpässen aufgrund der sehr starken Nachfrage- und Versorgungsprobleme zu einem geopolitischen Thema geworden. Halbleiter sind dabei Teil des Streits zwischen den USA und China, in den Taiwan hineingezogen wird. Die USA haben Sanktionen gegen den Sektor verhängt, mitunter zum Nachteil ihrer eigenen Industrie, um die Entwicklung chinesischer Technologien einzudämmen, was die Unternehmen dazu veranlasst hat, ihre Logistikstrategien zu revidieren.

Außerdem sind Lieferketten oft nicht vollständig durchschaubar, auch nicht für die verschiedenen Beteiligten derselben Lieferkette. Das macht es unmöglich, die unterschiedlichen Liefer- und Transportengpässe zu identifizieren und somit eine Lösung zu finden. Darüber hinaus sind die Lieferketten je nach Sektor geografisch sehr weit verstreut und weisen eine große Anzahl an Lieferanten auf. Das trifft z.B. auf Automobile zu, für die mehr als 30.000 Einzelteile benötigt werden, was die Lieferketten noch komplizierter macht. Wenn die Lieferketten unterbrochen werden, steigen die Preise, grundlegende oder hochentwickelte Materialien sind weniger verfügbar. Importeure konkurrieren darum, den kleinsten Container auf einem Frachtschiff zu füllen. Infolgedessen verfügen die Unternehmen über nur geringe Lagerbestände. US-Unternehmen haben für 38 Tage Lagerbestände (im „normalen" Jahr 2019 waren es 43 Tage), im Einzelhandel ist diese Zahl sogar noch niedriger (33 Tage im Juli 2021 gegenüber 44 Tagen für das „normale" Jahr 2019). Zu Beginn der Pandemie waren die Lagerbestände sehr hoch.

Kurzfristig dürften die Unterbrechungen der Lieferketten auch 2022 anhalten, aber allmählich nachlassen. Weitere mögliche Rückschläge könnten die Störungen jedoch bis 2023 verlängern. Alles in allem könnten Unterbrechungen in der Lieferkette zwar den laufenden Wirtschaftsaufschwung begrenzen, sie werden ihn aber wahrscheinlich nicht aufhalten, da andere Faktoren wie große Infrastrukturpläne in den USA, der europäische Aufbauplan „Next Generation EU" und die starke Nachfrage die Auswirkungen von Engpässen in der Lieferkette höchstwahrscheinlich ausgleichen werden.

Neuaufstellung der Lieferketten

Die Covid-19-Pandemie und ihre Folgen für die Lieferkette führen außerdem dazu, dass Unternehmen sich neu positionieren. Das derzeitige Just-in-Time-Lieferkettenmodell mit einer Vielzahl von Lieferanten in einer Vielzahl von Ländern hat einige Schwächen aufgezeigt. Heutzutage scheint das Thema der Rückverlagerung (Reshoring) der Industrieproduktion immer mehr an Bedeutung zu gewinnen. Obwohl das Thema Rückverlagerung nicht neu ist – nach dem von Donald Trump ausgelösten Handelskrieg wurde es bereits diskutiert und in einigen Fällen von Unternehmen wie Ford, Whirlpool, Harley-Davidson und Universal Electronics umgesetzt –, wirkte Covid-19 als Katalysator. Der Übergang von einer globalen zu einer regionalen Lieferkette dürfte jedoch einige Zeit in Anspruch nehmen und viele regionale Unterschiede aufweisen.

Die Handelsbarrieren (z.B. Subventionen, Zölle, Quoten, Vorschriften, Sanktionen), die vor der Pandemie aufgrund geopolitischer Spannungen eingeführt wurden, werden nicht so bald verschwinden. Im Gegenteil, solche Praktiken dürften in den kommenden Jahren noch zunehmen. Insbesondere der Transfer von technischem Design und Ausrüstung zwischen Volkswirtschaften und multinationalen Unternehmen dürfte zunehmend Gegenstand staatlicher Eingriffe werden. Das dürfte außerdem zur Entwicklung regionaler Produktionskapazitäten führen, insbesondere in den Bereichen Technologie (siehe das Beispiel Halbleiter) und lebenswichtige Medikamente (wie die aktuelle Gesundheitskrise zeigt).

Der Übergang zu regionalen Lieferketten und die Entwicklung regionaler Produktionskapazitäten dürften mit neuen Investitionen in Technologie (Internet der Dinge, 5G, Künstliche Intelligenz usw.) und Automatisierung einhergehen. Das könnte zur Umstrukturierung ganzer Sektoren (z.B. Einzelhandel, Automobilindustrie, Luft- und Raumfahrt) und zu einem Missverhältnis auf dem Arbeitsmarkt führen. Mittel- bis langfristig ist daher mit einer Umverteilung von Kapital und Arbeit in großem Ausmaß zu rechnen. Die Anpassung könnte einige Zeit in Anspruch nehmen und der derzeitige wirtschaftliche Übergang könnte noch viel länger dauern (wie der Brexit zeigt).

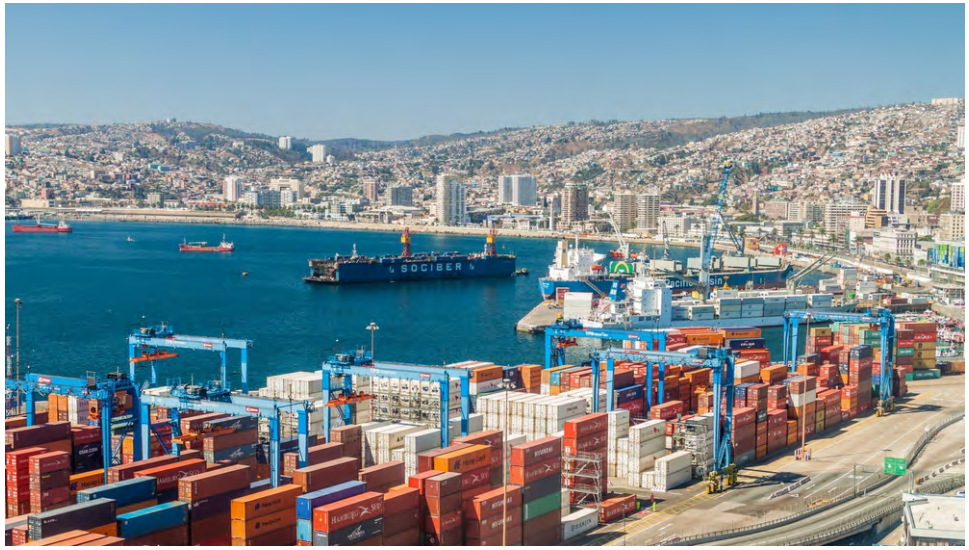
Ausführliche Länderberichte finden Sie auf der Seite www.credendo.com

China läuft den USA in Lateinamerika davon

Die Handelsbeziehungen zwischen China und Lateinamerika haben sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten erheblich ausgeweitet und heben sich allmählich von den Beziehungen zwischen den USA und Lateinamerika ab. Die Gründe für diesen anhaltenden Trend reichen von den unterschiedlichen Wachstumsraten der beiden größten Volkswirtschaften der Welt bis hin zu ihrer Handelspolitik.

Patricia Krause
Volkswirtin für Lateinamerika, Coface

patricia.krause@coface.com
www.coface.de



© ESB Professional/Shutterstock

Auch in der chilenischen Hafenstadt Valparaíso kommen zunehmend mehr Container aus China an.

Die sechs größten lateinamerikanischen Volkswirtschaften (Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Ecuador und Peru)* werden in Zukunft voraussichtlich stärker im Exportgeschäft wachsen als in der Binnenwirtschaft. Die Erholung der Wirtschaftstätigkeit in der Region dürfte geringer ausfallen als im weltweiten Durchschnitt (u.a. wegen des geringen Impffortschritts) und insbesondere schwächer als die Erholung in China und den Vereinigten Staaten. Daher sollten sich die Verkäufe nach China und in die USA im Jahr 2021 positiv entwickeln.

* Mexiko wurde nicht mit einbezogen, da es historisch gesehen strukturell enge Handelsbeziehungen zu den USA unterhält, die durch die geografische Nähe und das 1994 in Kraft getretene NAFTA-Handelsabkommen unterstützt werden, das schließlich im Juli 2020 durch das USMCA-Freihandelsabkommen abgelöst wurde.

Was die Bedeutung für die lateinamerikanischen Exporte angeht, so wird wohl China gegenüber den USA weiter an Boden gewinnen.

China hat bereits 2010 die USA als wichtigsten Exportmarkt für die genannte Gruppe von Ländern abgelöst. Die Bedeutung des asiatischen Riesen nahm auch nach dem Ende der „Rohstoffpreis-Bonanza“ im Jahr 2014 weiter zu, während der Anteil der USA an den Exporten der Gruppe von 2010 bis 2019 relativ stabil blieb. Was die Vereinigten Staaten betrifft, so kann ihr geringerer Anteil an den Exporten auf das mangelnde Interesse an der Vertiefung der Handelsbeziehungen mit Südamerika zurückgeführt werden. Besonders deutlich wurde dies während der Amtszeit von Donald Trump (2017–2021), da die Regierung sich auf die Verringerung des US-Handelsdefizits mit Mexiko und China konzentrierte. Das mangelnde Engagement der USA in der Region hat ein Vakuum geschaffen, die China allmählich gefüllt hat. Schließlich hat der Handelskrieg zwischen den USA und China unter Trump auch dazu geführt, dass sich einige Exportrouten des globalen Agrar- und Ernährungssektors verändert haben, wovon südamerikanische Erzeuger wie Brasilien – zum Nachteil der US-Erzeuger – profitieren. Derzeit haben die USA Handelsabkommen mit Chile, Kolumbien und Peru, während China Abkommen mit Chile und Peru hat. Argentinien, Brasilien und Ecuador haben keine umfassenden Abkommen mit einem der beiden Giganten.

Exportstruktur wenig diversifiziert

Der Anteil der Warenexporte am BIP ist in den sechs ausgewählten lateinamerikanischen Ländern unterschiedlich hoch. Im Jahr 2020 verzeichnete Chile den höchsten Anteil der Exporte am BIP (29%), gefolgt von Peru (21%), Ecuador (20%), Brasilien (15%), Argentinien (14%) und Kolumbien (11%). Darüber hinaus variiert der Anteil der USA und Chinas an den Exporten von Land zu Land. China ist der wichtigste Markt für Brasilien, Chile und Peru, während die USA das wichtigste Exportziel für Kolumbien und Ecuador sind. Für Argentinien ist Brasilien der Hauptabnehmer von Waren, gefolgt von

der Europäischen Union (EU), China und den USA. In Brasilien kommen die USA an dritter Stelle, während China in Kolumbien und Ecuador an dritter Stelle kommt. Für alle drei Länder ist die EU der zweitwichtigste Exportmarkt. Schlussendlich bleibt ein wichtiger Fakt, dass die Ausfuhren allein in die USA und China den intraregionalen Handel in Lateinamerika selbst überwiegen.

„Die Zusammensetzung der lateinamerikanischen Exporte nach China und in die USA ist insgesamt wenig divers und stark rohstofflastig. Diese Konzentration ist im Handel mit China noch stärker ausgeprägt als im Handel mit den USA."

Die Zusammensetzung der lateinamerikanischen Exporte nach China und in die USA ist insgesamt wenig divers und stark rohstofflastig. Diese Konzentration ist im Handel mit China noch stärker ausgeprägt als im Handel mit den USA. Insgesamt machen die Ausfuhren von Metallen (40%), landwirtschaftlichen Erzeugnissen (35%) und Energie (18%) zusammen 93% der Auslandsverkäufe der sechs Länder nach China aus. Der Schwerpunkt der Warenausfuhren nach China liegt in Argentinien und Ecuador bei Agrarprodukten, in Chile und Peru bei Metallen und in Kolumbien bei Energie. Dieselben drei Warengruppen sind auch in Bezug auf den Handel mit den USA vorherrschend, auch wenn die Abhängigkeit geringer ist (72%).

Auch Lateinamerika war nicht immun gegen die Auswirkungen der Covid-19-Krise auf den globalen Außenhandel. Die sechs Länder verzeichneten im Jahr 2020 einen Rückgang der Gesamtausfuhren um 8% gegenüber dem Vorjahr. Von dieser Entwicklung waren die Ausfuhren in die USA generell stärker betroffen als die nach China. Während Erstere um 19% gegenüber dem Vorjahr zurückgingen, stiegen Letztere gar um 4% an. Die stärkere Widerstandsfähigkeit der Ausfuhren nach China erklärt sich aus der Tatsache, dass sich die chinesische Wirtschaft schneller erholt hat als die US-amerikanische. Zudem ist der Anteil der Agrar- und Nahrungsmittel an den Gesamtexporten nach China höher. Hier gilt das Motto: Gegessen wird immer – auch und ganz besonders in einer Pandemie.

Konzentration bleibt bestehen

Im Jahr 2021 werden die Auslandsverkäufe der betrachteten Länder voraussichtlich stärker wachsen als die Umsätze auf den Inlandsmärkten. Die nur geringen Impffortschritte in der Region, die erneute Pandemiewellen mit vielen Toten im Jahr 2021 nicht verhindern konnten, haben eine umfassende wirtschaftliche Erholung, wie sie in anderen Märkten beobachtet werden konnte, verhindert. Coface erwartet, dass die durchschnittliche BIP-Wachstumsrate in Lateinamerika im Jahr 2021 bei 5,2% liegen wird – im Vergleich zu den Raten in den USA und China, die im selben Zeitraum um 6,5% bzw. 7,5% steigen sollten.

„Der in diesem Jahr zu beobachtende Anstieg der internationalen Rohstoffpreise gibt der Region als wichtigem Nettoexporteur Rückenwind. So übertrafen die Durchschnittspreise für Eisenerz, Kupfer und Sojabohnen alle ihre bisherigen Höchststände."

Immerhin, der in diesem Jahr zu beobachtende Anstieg der internationalen Rohstoffpreise gibt der Region als wichtigem Nettoexporteur Rückenwind. So übertrafen die Durchschnittspreise für Eisenerz, Kupfer und Sojabohnen zwischen Januar und Ende September 2021 allesamt ihre bisherigen jährlichen Höchststände. Die starke chinesische Nachfrage und die derzeitigen diplomatischen Spannungen zwischen China und Australien, dem größten Eisenerzproduzenten der Welt, haben zu diesem Anstieg beigetragen. Für Brasilien, den zweitgrößten Eisenerzproduzenten der Welt, verheißt diese Konstellation Gutes. Bei Kupfer kommt das aktuelle Preisniveau (4% über dem Rekordwert von 2011) Chile und Peru zugute, den beiden weltweit größten Produzenten. In der Landwirtschaft profitieren vor allem Brasilien und Argentinien von den Rekordpreisen.

China dürfte seine Rolle als wichtigster „Empfänger" südamerikanischer Exporte im Vergleich zu den USA behalten. Der Einzug von Präsident Biden ins Weiße Haus hat zwar die harte Anti-Handelsrhetorik der USA abgemildert, die während Trumps Amtszeit zu hören war – doch ist es unwahrscheinlich, dass Biden seinen außenpolitischen Schwerpunkt auf eine Vertiefung der Handelsbeziehungen oder neue Handelsabkommen mit Lateinamerika legen wird. Viel wahrscheinlicher ist es, dass sich die neue US-Regierung auf die Bewältigung der derzeit starken Migrationsströme aus Guatemala, El Salvador und Honduras sowie auf die Umsetzung des USMCA-Freihandelsabkommens mit Mexiko und Kanada konzentrieren wird.

Mit Blick auf die Zukunft dürfte sich die Preisrallye bei einzelnen Rohstoffgruppen fortsetzen, da die globale Umweltagenda an Dynamik gewinnt und mehr Kupfer und Lithium benötigt werden, z.B. zum Bau von Batterien für Elektrofahrzeuge. Dieser Ausblick hellt die Aussichten für den Kupfermarkt auf, was Chile und Peru Rückenwind verleihen dürfte. Allerdings könnte das politische Umfeld in diesen beiden Ländern die Gewinne der dort ansässigen Bergbauunternehmen schmälern. Die derzeit hohen internationalen Preise und die starken sozialen Spannungen, die insbesondere durch die Covid-19-Krise ausgelöst wurden, haben dazu beigetragen, die Diskussion über die Erhöhung der Abgaben in beiden Ländern zu verstärken.

Nachhaltigkeit in Brasiliens Bekleidungsbranche

Eine Kooperation ambitionierter Mode- und Textilunternehmen tritt für einen nachhaltigen Umgang mit endlichen Ressourcen ein. Die Sustainable Fashion League Brazil (SFLB) will die Zukunft der brasilianischen Mode- und Textilindustrie neu definieren.

Maria Paula Sobral Velloso
Exportmanagerin für Industrie und Dienstleistungen, Apex-Brasil

maria.velloso@apexbrasil.com.br
www.apexbrasil.com.br/en/home

Denkt man über den Klimawandel und die ökologischen Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte nach, so kommt man an einem Konzept aktuell kaum noch vorbei: Nachhaltigkeit. Sowohl in mittelständischen Betrieben als auch in multinationalen Konzernen, in wohlhabenden Industrienationen als auch in aufkommenden Schwellen- und Entwicklungsländern: Die enorme Bedeutung einer nachhaltigen Lebensweise, die unsere natürlichen Ressourcen und damit unseren Planeten schont, ist heute fester Bestandteil unzähliger Firmenleitbilder und Politikerreden. Blickt man auf die brasilianische Rolle im weltweiten Aufbruch für Nachhaltigkeit und Klimaschutz, rückt mit der Sustainable Fashion League Brazil (SFLB) eine nationale Initiative der Mode- und Textilindustrie in den Fokus.

Erste Gespräche im Oktober 2020

Im Oktober 2020 begannen neun Mode- und Textilunternehmen (Cedro, Contextura, Dellas Thork, Digitale, Lunelli, Gato Mia, Santista, Textilfio and Vicunha) mit ersten Gesprächsrunden, die bis zum Juni 2021 vielfältige Perspektiven für eine Internationalisierung des landeseigenen Mode- und Textilsektors hervorbrachten. Unterstützt von interdisziplinären Experten sowie der brasilianischen Handels- und Investitionsagentur Apex-Brasil, diskutierten die Vertreter der brasilianischen Mode- und Textilindustrie gemeinsam über die Erschließung internationaler Märkte mit nachhaltiger Ausrichtung. Dabei kamen neben Fragen zur Kreislaufwirtschaft auch potenziell neue Materialien und Nachhaltigkeitszertifikate zur Sprache, um nachhaltigen brasilianischen Unternehmen den Weg in den globalen Markt zu ebnen. Die involvierten Unternehmen hatten zudem dauerhaften Zugriff auf verschiedene thematische Module, die sich in über acht Stunden mit dem Klimawandel, der Kreislaufwirtschaft oder Nachhaltigkeitszertifikaten auseinandersetzten. Darüber hinaus arbeiteten die Teilnehmer individuell an möglichen Prioritäten, Richtlinien und Aktionsplänen, um die erfolgreiche Durchführung der eigenen Pläne zu garantieren. Für die beteiligten Unternehmen stehen dabei die Bedeutung von Diversität und Inklusion, die Erreichung der selbst auferlegten Nachhaltigkeitsziele sowie die Entwicklung geeigneter Verfahren zur Verbesserung der Kreislaufwirtschaft an oberster Stelle ihrer Gesamtstrategie.

Wege zu mehr Nachhaltigkeit

Obgleich alle beteiligten Unternehmen sich auf eine gemeinsame Vision verständigen und kollektive Leitlinien formulieren

©Fascinadora/Shutterstock

Der aus der Verpackungsindustrie bekannte Recyclingkreislauf kommt im Textilsektor stärker zum Tragen.

konnten, bringt jeder einzelne Teilnehmer spezifische Nachhaltigkeitsprojekte in die SFLB ein:

Cedro, ein fast 150 Jahre altes Unternehmen, hat sich bspw. in den vergangenen Jahren verstärkt der Entwicklung brasilianischer Nanotechnologie gewidmet, die auf organischen Verbindungen basiert und einen hocheffektiven Wirkmechanismus gegen SARS-CoV-2 generieren kann.

Contextura legt einen besonderen Wert auf Slow Fashion, also Kleidung, die überdurchschnittlich lange getragen werden kann. Darüber hinaus greift das Unternehmen auf das sogenannte Circular-Design zurück. Darunter versteht man den Ansatz, Kleidung so zu entwickeln, dass möglichst gar kein Abfall entsteht und auch gebrauchte Stücke weiterverwendet werden können.

Auch Dellas Thork verfolgt einen individuellen Pfad auf dem Weg zu einer ökologisch nachhaltigen Produktionsweise: Als einer der ersten brasilianischen Kleidungshersteller bezieht das Unternehmen 100% seiner Energie aus Sonneneinstrahlung. In nur gut zwei Monaten der Umstellung auf Solarenergie hat Dellas Thork seine CO_2-Emissionen insgesamt um etwa 10 t reduziert – das Äquivalent zu 300 gepflanzten Bäumen. Zudem werden Teile aus endlichen Ressourcen wie Plastik an mehreren Stellen im Produktionsprozess wiederverwendet, wodurch die Klimabilanz weiter aufgebessert wird.

Das Unternehmen Digitale setzt in der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie hingegen verstärkt auf digitale Druckverfahren, die im Vergleich zu herkömmlichen Verfahren zehnmal weniger Wasser verbrauchen. Außerdem ist das genutzte Wasser nicht nur frei von Schwermetallen, sondern wird auch zu 100% für weitere Arbeitsprozesse recycelt.

Auch Lunelli arbeitet auf dem Weg zu einer nachhaltigen Produktion mit einer spezifischen Herangehensweise, indem bspw. eigene Abfälle im Sinne der Kreislaufwirtschaft wiederverwendet und nicht etwa final entsorgt werden. Im Oktober 2021 rief die Marke ihr „Circular Fashion Movement“ offiziell ins Leben.

Das Konzept von Santista basiert demgegenüber auf einem speziellen Weichmacher, der zu 100% aus der brasilianischen Frucht Cupuaçu gefertigt wird. Darüber hinaus wird beim Bügeln auf biologisch abbaubare Materialien zurückgegriffen, die aus modifizierter Maniokstärke und Rückständen aus der Produktion von Kartoffelchips gewonnen werden. Für die Neutralisierung seiner Abwässer nutzt das Unternehmen CO_2, das sonst in die Atmosphäre gelangen würde, und verzichtet dafür auf die üblicherweise verwendete Schwefelsäure.

Die Produkte von Textilfio werden mithilfe spezieller Fertigungsmechanismen auf eine eigens entwickelte Art und Weise produziert, die nicht nur viermal weniger Wasser verbraucht, sondern auch 100% natürliche Materialien nutzt.

Das Pionierprojekt Vicunha verwendet hingegen seine ganz eigene Metrik, um den Wasserverbrauch bei der Produktion von Jeanshosen zu bestimmen und von der Baumwollplantage bis zum Verbraucher möglichst gering zu halten.

Und für den Kindermodehersteller Gato Mia geht es bei der Herstellung seiner Produkte besonders um die Einhaltung eines nachhaltigen Produktionszyklus, der während des gesamten Verarbeitungsprozesses eine minimale Emissionshöhe ermöglichen soll.

Diese ausgewählten Projekte der beteiligten Unternehmen zeigen, dass in der brasilianischen Mode- und Textilindustrie zahlreiche Ideen und Konzepte existieren, um dem Klimawandel effektiv entgegenzutreten. Die kommenden Jahre werden zeigen, ob und inwiefern sich weitere Unternehmen der SFLB anschließen, um die brasilianische Wirtschaft auf einen nachhaltigen Kurs zu führen, der global Aufmerksamkeit generiert.

Zukunftsfokus auf gemeinsamer Öffentlichkeitsarbeit

Die SFLB wird in der Zukunft versuchen, die Dringlichkeit der globalen Nachhaltigkeitsagenda verstärkt in die Öffentlichkeit zu tragen. Dazu sollen sowohl Content-Marketing-Maßnahmen genutzt als auch klassische internationale PR-Arbeit betrieben werden. Die beteiligten Unternehmen wollen dabei als kollektiver Akteur auftreten, der die individuellen Projekte in den Vordergrund stellt und die Positionierung der Gruppe auf dem internationalen Parkett verbessert. Insbesondere solche Märkte, die für ihre Nachhaltigkeitsstandards weltweite Reputation genießen und wichtige Exportziele darstellen, sollen zukünftig stärker in den Blick genommen werden. Dazu gehören vor allem die europäischen Märkte, im besonderen Deutschland und die Niederlande.

Die vorgestellten Gründungsmitglieder der SFLB stehen stellvertretend für eine ganze Reihe weiterer brasilianischer Unternehmen und Institutionen, die in den vergangenen Jahren den Weg zu einer nachhaltigeren Lebens- und Produktionsweise eingeschlagen haben. Der Klimawandel, der nicht zuletzt von der Gesundheit der brasilianischen Amazonasregion abhängt, stellt die lokalen Player vor eine besondere Verantwortung. Cedro, Contextura, Dellas Thork, Digitale, Lunelli, Gato Mia, Santista, Textilfio and Vicunha haben nun einen ersten Schritt in Richtung einer ökologischen und zukunftsfähigen Produktionsweise unternommen, der in der nächsten Zeit hoffentlich zahlreiche Nachahmer finden wird.

Polen nach Pandemie und Brexit

Polen steht aktuell in der Pandemie vor ähnlichen Herausforderungen wie Deutschland. In der vierten Welle weisen beide Länder trotz fortgeschrittener Impfkampagnen steigende Infektionszahlen auf. Die bedeutende Automobilindustrie kämpft mit Materialengpässen und der Brexit hat die Arbeitsteilung in der EU verändert. In Polen haben sich daraus neue Geschäftsmöglichkeiten ergeben, wie das zweite „ExportManager-Forum Polen" am 27. Oktober 2021 zeigte.

Gunther Schilling
Redaktion ExportManager

redaktion@exportmanager-online.de
www.exportmanager-online.de

© rawf8/Shutterstock

Polen entwickelt sich für die deutsche Industrie zu einem immer attraktiveren Markt. Einen großen Sprung hat zuletzt der polnische IT-Sektor hingelegt.

Polen ist ein kostengünstiger Produktionsstandort der internationalen Automobilindustrie. Doch auch andere Branchen sind für deutsche Unternehmen interessant. Anna Polanska, Expertin der Investitions- und Handelsagentur Polens, wies in ihrem Vortrag während des „ExportManager-Forums Polen" auf Bauwirtschaft und Logistik sowie auf Kosmetik, Möbel, Medizintechnik und Datencenter hin. Insbesondere die IT-Branche profitiere von Spezialisten aus Weißrussland. Und zahlreiche ausländische Unternehmen setzten auf Polen als Standort für Forschung und Entwicklung. Diese Diversifizierung habe mit dazu beigetragen, dass Polen für Deutschland der viertwichtigste Lieferant ist. Und Polen habe gerade das Vereinigte Königreich von Rang 5 der deutschen Absatzmärkte verdrängt.

Günstige Investitionsbedingungen

Als wichtige Argumente für den Standort Polen nannte Polanska das kräftige Wachstum der Wirtschaft und die Verfügbarkeit von Arbeitskräften. Dazu zählten nicht nur die erwähnten IT-Spezialisten aus Weißrussland und z.B. Lkw-Fahrer aus der Ukraine, sondern auch Polinnen und Polen, die nach dem Brexit aus Großbritannien nach Polen zurückgekehrt seien – u.a. mit hervorragenden Englischkenntnissen. Als weitere Vorteile, die sich in den vergangenen Jahren entwickelt haben, nannte Polanska die Infrastruktur u.a. für Transport und Logistik, die transparente und unternehmensfreundliche Verwaltung, wettbewerbsfähige Städte und niedrige Steuersätze.

IT-Sektor wächst kräftig

Eine schnell wachsende Branche mit großem Zukunftspotenzial ist aus Sicht von Polanska die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT). Sie mache bereits 8% des polnischen BIP aus. Die Dienstleistungen der Entwickler, z.B. im Bereich der Computerspiele, würden u.a. in den angelsächsischen Raum (UK und USA) sowie in die Schweiz und nach Deutschland exportiert. Vor allem Shared Services Center im Bereich der Business

Services erfreuten sich bei ausländischen Unternehmen großer Beliebtheit. Ausländische Investitionen seien zuletzt u.a. von Google und Microsoft gekommen, die Rechenzentren für Cloudlösungen bauen. Als führende polnische IT-Unternehmen nannte Polanska Asseco Polen und Comarch, die auch in Deutschland vertreten sind.

Umfangreiche Förderprogramme

Ausländische Unternehmen können in Polen in den Genuss von Beihilfen kommen, die je nach Standort bis zu 50% der Investitionssumme betragen können. Zudem gibt es Befreiungen von der Körperschaftsteuer für 10 bis 15 Jahre, Zuschüsse für strategische Projekte in Höhe von bis zu 10% oder 15% der Investitionskosten sowie eine Befreiung von der Grundsteuer für bis zu fünf Jahre. Hinzu kommen EU-Fördermittel für innovative Projekte. Während Investitionen im Westen Polens und in der Region um Warschau mit 10% bis 35% der Investitionssumme gefördert werden, sind es im Osten Polens bis zu 50%. Im Fokus der Förderung stehen Forschung und Entwicklung sowie Nachhaltigkeit.

Steuerrecht mit vielen Besonderheiten

Das polnische Steuerrecht zählt nach Einschätzung von Katarzyna Judkowiak, polnische Steuerberaterin und Partnerin bei Rödl & Partner Polska, zu den kompliziertesten weltweit. Auch dabei konkurriere das Nachbarland offenbar mit Deutschland. Allerdings seien die Steuersätze deutlich niedriger: 19% bei der Körperschaftsteuer, maximal 32% bei der Einkommensteuer. Allerdings belaste der hohe Umsatzsteuersatz von 23% die Verbraucher stärker als in Deutschland. Bei der Besteuerung der verschiedenen Rechtsformen von Unternehmen habe Polen zum Jahresbeginn 2021 die Kommanditgesellschaft als körperschaftsteuerpflichtig eingestuft. Auch Offene Handelsgesellschaften, an denen nicht nur natürliche Personen beteiligt sind, würden zur Körperschaftsteuer herangezogen.

Digitalisierung der Steuerverwaltung

Judkowiak schilderte die Digitalisierungsfortschritte in der polnischen Steuerverwaltung. Auch in diesem Bereich weise Polen einige Besonderheiten auf. „Man muss relativ viel melden im Vergleich zu anderen Ländern", erläuterte Judkowiak. Die Einführung der digitalen Berichterstellung und der Online-Registrierkassen hätten die Steuerbehörde in die Lage versetzt, die Steuerdaten zu analysieren. Auch für Unternehmen bedeuteten sie eine Erleichterung – zumindest „wenn man gute Systeme hat, wenn man von Anfang an alles geplant hat und sich gut organisiert hat", nannte Judkowiak als notwendige Voraussetzungen. In einer sogenannten Weißen Liste seien die Steuerpflichtigen mit ihrem Umsatzsteuerkonto erfasst, um Steuerbetrug zu verhindern.

Eine Herausforderung stelle das neue E-Rechnungssystem (KSeF) dar, das ab 2022 freiwillig und ab 2023 obligatorisch sein soll. Das System sehe vor, dass strukturierte Rechnungen von den Unternehmen auf der neuen Plattform KSeF an die Steuerbehörden übertragen werden. Allerdings seien bislang noch keine Schnittstellen zu z.B. SAP-Systemen bekannt. Daher könnte sich die Übergangsfrist noch verlängern, meinte Judkowiak. Zu den Vorteilen des neuen Systems sollen neben der Sicherheit und Transparenz der Rechnungsstellung die Verkürzung der Umsatzsteuererstattung auf 40 Tage zählen.

Finanzierungslösungen für Unternehmen

Exporteure und Investoren stehen bei der Finanzierung des Geschäfts in Polen ebenfalls vor einigen Fragen. Die Realisierung von Forderungen oder deren Verkauf ist in Polen etwas aufwendiger als in Deutschland. Doch Factoring in Polen ist möglich und durchaus attraktiv, wie Agnieszka Schütte, International Business Manager am German Desk der Santander Bank Polska, erläuterte. Dazu gehörten auch Lösungen für die Lieferantenfinanzierung – ein Thema, das gerade in der jüngeren Vergangenheit an Bedeutung gewonnen habe. Für ausländische Unternehmen in Polen stünden auch Finanzierungen zur Verfügung, z.B. für Betriebsmittel, Handel und Investitionen.

Positiver Ausblick trotz Kostenanstieg

Schütte zitierte zum Abschluss die positiven Ergebnisse einer Umfrage der Deutsch-Polnischen Industrie- und Handelskammer unter ausländischen Unternehmen in Polen. Von den unterbrochenen Lieferketten seien vor allem große Unternehmen betroffen, der Mittelstand sei weitgehend verschont. Die Umsätze würden im ersten Halbjahr 2022 das Niveau vor Ausbruch der Pandemie erreichen. Die Zustimmung zur EU in Polen sei weiterhin hoch. Aktuell würden die hohen Energiepreise die Industrie und vor allem die Transportbranche belasten. Polanska betonte, dass die Energie- und Treibstoffpreise in Deutschland noch höher seien als in Polen. Allerdings belasteten die höheren Kosten polnische Unternehmen und Verbraucher relativ zum Einkommen stärker als in Deutschland.

Ein Rückblick auf die Veranstaltung mit den Präsentationen von Anna Polanska und Katarzyna Judkowiak steht auf der Veranstaltungsseite HIER bereit.

Anzeige

Trade finance. Made *seamless.*

miti
mitigram.com

Get complete visibility of your entire transaction portfolio and processes. Automatically structure all trade financing data, regardless of format or channel. Open up communication with any bank, for any instrument, with any message delivery technology. Do it all with MitiManager, without any installation or system integration.

Leveraging AI and democratising SWIFT for corporates, new MitiManager gives you access to the largest and most secure network in corporate-to-bank communication for trade financing execution.

miti·Manager

See just how seamless your trade finance can be. Get in touch today to arrange your personalised MitiManager demo.

Christian Zürcher
Sales Director
christian.zurcher@mitigram.com

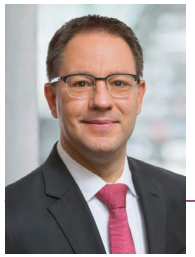
Meet Mitigram, the world's leading global trade finance platform at:
Stand B70 Halle 2, Structured Finance Conference, Stuttgart, 24-25 November 2021

Investitionen in den USA: Nachholeffekte lassen Finanzbedarf steigen

Das Jahr 2020 war für das US-Geschäft deutscher Firmen herausfordernd: Die Pandemie hat das Wirtschaftsleben gelähmt, zu Reisebeschränkungen geführt und viele haben Investitionen aufgeschoben. Jetzt müssen sie wieder den Anschluss finden.

Dr. Martin Breckheimer
Leiter Corporate and Institutional Banking, LBBW New York Branch

martin.breckheimer@lbbwus.com
www.lbbw.de



Markus Schmauder
Leiter Fachberatung International Business Bayern, Sachsen und Süd-Ost Württemberg, LBBW

markus.schmauder@lbbw.de
www.lbbw.de

Im Krisenjahr 2020 lieferten sich die USA und China ein Kopf-an-Kopf-Rennen. Jahrelang flossen in kein anderes Land so viele Direktinvestitionen wie in die Vereinigten Staaten. Im vergangenen Jahr holte die Volksrepublik auf – und landete mit Zuflüssen von 149 Mrd USD knapp auf Platz 2. Von den 156 Mrd USD Direktinvestitionen in die USA stammten knapp 21 Mrd EUR von deutschen Firmen – die damit die wichtigsten Investoren im US-Markt waren. Andere Europäer wie die Schweiz, Frankreich, Großbritannien und Schweden landeten immerhin noch in den Top 7.

Die Zahlen unterstreichen eindrucksvoll die Bedeutung der transatlantischen Wirtschaftsbeziehungen. Von den weltweiten grenzüberschreitenden Investitionen kamen im Jahr 2019 rund zwei Drittel aus den USA und aus Europa. Betrachtet man die Zielländer der Investitionen, sind die USA und Europa ebenfalls ganz vorne: 61% der ausländischen Direktinvestitionen flossen in die beiden Märkte.

Deutsche Unternehmen investieren in den USA vor allem in erneuerbare Energien, Technologien zum Ressourcenschutz, Energieeffizienz, neue Materialien, Leichtbau, alternative Antriebe und Komponenten für die Luft- und Raumfahrt. In elf US-Bundesstaaten kommen die meisten Auslandsinvestitionen aus Deutschland. Traditionell siedeln sich deutsche Unternehmen vor allem in vier Regionen an: Im nördlichen Staat Wisconsin sitzen vor allem Maschinenbauer, in den Südstaaten Georgia, North Carolina und Alabama die deutschen Automobilhersteller bzw. deren Zulieferer. Hier fertigen bspw. Volkswagen, Mercedes-Benz und BMW. In der Metropolregion Boston haben sich zahlreiche Medizinspezialisten niedergelassen und Texas ist zur zweiten Heimat der deutschen chemischen Industrie geworden.

©Pixels Hunter/Shutterstock

Nach dem Einbruch der Investitionen durch Trump und Corona engagieren sich deutsche Firmen wieder stärker.

Deutsche Firmen holen zurückgehaltene Investitionen nach

Jetzt kommt neuer Schwung ins transatlantische Verhältnis. Viele Exporteure, die eigentlich investieren wollten, hatten ihr Kapital in den vergangenen Monaten und Jahren nämlich zurückgehalten. Die Politik Donald Trumps hatte Unsicherheit geschürt: Er sorgte für Strafzölle und verschärfte die Einreisebedingungen für Expats. Und natürlich brachte die Corona-Krise nie dagewesene Herausforderungen. EU-Bürger durften monatelang nicht in die Vereinigten Staaten einreisen. Dazu kam der Wahlkampf – niemand konnte mit Sicherheit sagen, was nach der Wahl kommt.

Trotz der Handelsbarrieren zwischen China und den USA sowie anfälliger Lieferketten herrscht mittlerweile mehr Planbarkeit und das Investitionsklima hat sich deutlich verbessert. Die Unternehmen schauen positiv in die Zukunft und wollen das Geld endlich ausgeben, das sie in den

vergangenen Monaten und Jahren zurückgehalten haben. Ein Großteil der Mittel dürfte in den Umwelt- und Klimaschutz sowie in die Infrastruktur fließen. Die Regierung von Präsident Joe Biden bringt gerade milliardenschwere Finanzierungsprojekte auf den Weg, an denen auch deutsche Exporteure teilhaben können.

Finanzpartner wie die Landesbank Baden-Württemberg ermöglichen solche Geschäfte oft überhaupt erst. Wer in den USA investieren will, benötigt mitunter einen sogenannten Standby Letter of Credit (SBLC), um das laufende Projekt abzusichern. Als Beispiel sei hier ein europäischer Energiespezialist angeführt, der in den USA Wind- und Solarparks errichtet: Die Gemeinde, in der die Parks entstehen sollen, und andere Zulieferer werden Sicherheiten verlangen, dass das Projekt auch wirklich gebaut und fertiggestellt und produzierte Ware auch bezahlt wird. Andernfalls erwarten sie eine finanzielle Entschädigung von der Bank des Kreditnehmers. Die LBBW stellt ihrem Kunden eine größere Standby-Kreditlinie zur Absicherung dieses und anderer laufender Projektrisiken zur Verfügung.

Weitere Möglichkeiten der Expansion oder des Markteintritts

Ein weiteres Mittel zur Expansion wählte ein anderes Unternehmen: Nach erfolgreichem Markteintritt in den USA nutzte der Inhaber eines in Deutschland und den USA aktiven Zweiradspezialisten den Teilverkauf seiner Unternehmensanteile und konnte so das notwendige Kapital zur strategischen Expansion der Firma mobilisieren. Er fand einen globalen Investor – und die Landesbank Baden-Württemberg kofinanzierte die Transaktion im mittleren dreistelligen Millionenbereich.

Oft folgen deutsche Mittelständler auch ihren bereits aus Europa bekannten Kunden in den Absatzmarkt USA. Abnehmer dort verlangen oft ausdrücklich, dass der deutsche Zulieferer auch vor Ort präsent ist. Nicht nur diese Nähe zum Kunden ist für deutsche Firmen ein Erfolgsfaktor. Vielmehr entstehen aus der engen Zusammenarbeit auch Wettbewerbsvorteile: Wenn US-Spezialisten mit deutschen Produktentwicklern zusammenarbeiten, kommen weltweit gefragte innovative Produkte heraus.

Wer hier investieren will, benötigt dafür natürlich eine passende Finanzierung. Doch aufgrund ausländischer Eigentümerstrukturen und fehlender Kredithistorie können lokale Banken meist keine attraktive Lösung für landesfremde Firmen anbieten. Als Ausweg erscheint häufig nur eine sogenannte Intercompany-Finanzierung, bei der das Kapital durch eine gruppeninterne Struktur bereitgestellt wird. In den meisten Fällen ist das allerdings nicht die beste Alternative: Für die kreditgebende Muttergesellschaft kann es dabei nämlich zu bilanziellen Nachteilen kommen. Intercompany-Finanzierungen sind Forderungen gegen verbundene Unternehmen; sie senken die Eigenkapitalquote, sie können Währungsrisiken mit sich bringen und das Unternehmer muss Verrechnungspreise finden, die auch für die Steuerbehörden passen.

Lokale Finanzierungslösungen sind deswegen häufig die bessere Option. Diese bilateralen Verträge haben zahlreiche Vorteile: Sie schonen die Eigenkapitalquote der Muttergesellschaft, vermeiden Währungsrisiken, lösen die Verrechnungspreisproblematik und es gibt keine Diskussion über die Bewertung der Intercompany-Forderung. Dazu kommen insolvenzrechtliche Vorteile, denn Gesellschafterdarlehen können in den USA u.U. als Eigenkapital klassifiziert werden. Gerade hat die LBBW-Niederlassung in New York einen bilateralen Kredit mit einem deutschen Werkzeugmaschinenbauer abgeschlossen. Das Unternehmen will in den USA ein Grundstück kaufen und darauf sein US-Headquarter sowie ein Technologiezentrum errichten.

Doch es gibt noch eine dritte Finanzierungsart, die viele außer Acht lassen: den sogenannten Ancillary-Kredit, also einen Untervertrag eines in Deutschland bestehenden Konsortialkredits. Unternehmen, die einen Konsortialkreditvertrag in Deutschland abschließen, können dabei ihre weltweiten Tochterunternehmen als weitere mögliche Kreditnehmer mit in den Vertrag aufnehmen.

Finanz-Drehscheibe New York

Wer hier die richtige Entscheidung treffen will, braucht also einen kompetenten Finanzpartner, der das Wachstum nicht nur begleitet, sondern der sowohl in Deutschland als auch in den USA präsent ist. Um Kunden in Nordamerika bestmöglich zu bedienen, hat die LBBW den „Hub Americas“ gegründet, zu dem neben der Niederlassung New York auch Repräsentanzen in Toronto und São Paulo sowie eine Finanzierungsgesellschaft in Mexiko-Stadt gehören. Drehscheibe für den nordamerikanischen Markt ist New York: Die Koordinationsstelle für die Region reicht auch Kredite an kanadische Kreditnehmer aus und arbeitet eng mit der mexikanischen Finanzierungsgesellschaft zusammen. Das schafft Vorteile für Firmen, die in mehreren Ländern des amerikanischen Kontinents aktiv sind. Beim LBBW German Desk in New York steht ein Team zweisprachiger Mitarbeiter bereit, das die Unternehmenskunden der LBBW, der BW-Bank sowie der Sparkassen vor Ort begleitet. Die Experten beraten u.a. in Sachen Markteintritt, informieren über die aktuelle Wirtschaftslage und das regulatorische Umfeld. Und: Sie vermitteln Kontakte zu lokalen Netzwerken, Behörden und Dienstleistern. Eine Partnerschaft vor Ort braucht nämlich nicht nur einen zuverlässigen Bankpartner – auch wenn das den Grundstein legt für einen gut geplanten Markteintritt, eine Investition oder Expansion jenseits des Atlantiks.

US-Einfuhrzoll: Einsparpotenzial?

Viele Unternehmen möchten bei Ware, die sie in den USA anbieten, US-Zoll einsparen. Eine solche Möglichkeit stellt in den USA vor allem die „First Sale Rule" dar. Da deren Anforderungen jedoch sehr strikt und im Geschäftsverkehr oft nicht einfach zu handhaben sind, fragt sich, ob es hierzu Alternativen bei der Berechnung des Zollwertes gibt.

PD Dr. Harald Hohmann
Rechtsanwalt,
Hohmann Rechtsanwälte

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

Ausgangsfall: Firma D aus Deutschland handelt international mit Fahrzeugen und Teilen. Sie möchte wissen, wie sie optimal Möglichkeiten nutzen kann, den Einfuhrzoll in den USA so gering wie möglich zu halten, um konkurrenzfähig zu bleiben. Da nicht alle ihre Zulieferer bereit sind, ihr den eigenen Einkaufspreis der zugelieferten Güter zu bescheinigen, die unverändert weitergeliefert werden sollen, ist ihr die Anwendung der „First Sale Rule" leider nicht möglich. Welche anderen Punkte sollte D bei der Einfuhr von Gütern in die USA daher beachten?

In der Regel versendet D Teile im Wert von 50.000 EUR. Für Transport, Versicherungen auf dem Transportweg und Verpackung werden zusätzliche 4.000 EUR aufgewendet. An Hilfsmitteln für die Güter fügt sie noch Waren im Wert von 500 EUR hinzu. Zusätzlich gewährt D ihren Kunden in den USA einen Rabatt in Höhe von 2% des Kaufpreises, wenn die Ware nicht zu einem bestimmten Stichtag beim Kunden in den USA ankommt.

Abwandlung

Für einige Fahrzeugteile, die D in die USA exportieren will, ist ausschließlich P (aus Polen) Zulieferer. P weiß, dass die Teile für den Export in die USA bestimmt sind, und fertigt diese nach den entsprechenden Spezifikationen für den US-Markt an. P stellt einen üblichen Marktpreis in Rechnung, der jedoch unter dem Preis liegt, den D ihren amerikanischen Kunden berechnet.

©Talaj/Shutterstock

Bei klassischen US-Exportwaren wie Kfz-Teilen kann man unter Umständen Zölle verringern.

Die Berechnung des US-Zollwertes

Grundlage für die Berechnung der geschuldeten Einfuhrabgaben ist regelmäßig der Zollwert der Güter. Je geringer der Zollwert, desto geringer dann auch die zu leistenden Einfuhrabgaben. Der Zollwert für in die USA eingeführte Waren entspricht dabei dem Transaktionswert der Waren, d.h. dem Wert, der auf der Handelsrechnung als der zu zahlende Preis beim Verkauf zur Ausfuhr in die USA ausgewiesen ist.

Hierbei gibt es Besonderheiten, deren Beachtung den Wert der Sendung bereits an dieser Stelle mindern könnte. Ist bspw. vertraglich vereinbart, dass es Rabatte bei einer verspäteten Lieferung gibt, dann gilt der reduzierte Preis als gezahlter oder zu zahlender Preis. Vorsicht ist jedoch geboten, wenn eine nachträgliche Rabattierung der bereits eingeführten Waren stattfindet, wenn keine Verspätung und kein Mangel vorliegen. Dann kann diese Preisreduzierung nicht für die Berech-

nung des Zollwertes herangezogen werden.

„Die größten Einsparpotenziale beim US-Einfuhrzoll bestehen dann, wenn die ‚First Sale Rule' angewendet werden kann. Hierfür müssen umfassende Nachweispflichten beachtet werden (sonst drohen hohe Zollnachzahlungen und US-Bußgelder)."

Hinzu- oder herauszurechnende Positionen

Dem auf der Rechnung ausgewiesenen Wert sind diverse Positionen hinzuzurechnen bzw. davon abzuziehen. Dabei gilt jedoch, dass es der Hinzurechnungen nur dann bedarf, wenn diese Kosten nicht ohnehin bereits im ausgewiesenen Verkaufspreis enthalten sind und sie auf Informationen beruhen, die den jeweiligen Betrag genau ermitteln.

Zum Transaktionswert **hinzuzurechnen** sind somit etwa:

- Verpackungskosten, die dem Käufer entstehen
- Verkaufsprovisionen, die der Käufer zu zahlen hat (allerdings nicht die Einkaufsprovision)
- Beistellungen
- Lizenzgebühren, die der Käufer als Bedingung für den Verkauf direkt oder indirekt zu zahlen hat,
- Erlöse aus späteren Weiterverkäufen, die direkt oder indirekt dem Verkäufer zustehen

Demgegenüber sind aus dem Transaktionswert **herauszurechnen** (was diesen insoweit mindert):

- Kosten für den Transport und die Versicherung für die Lieferung der Güter vom Exportland bis zum Ort der Einfuhr in die USA
- Kosten für den Transport der Güter nach der Einfuhr
- Kosten für den Auf- bzw. Zusammenbau der Waren
- Kosten für die Wartung oder die Bereitstellung technischer Hilfe bezüglich der Waren nach der Einfuhr in die USA
- Zollabgaben sowie Bundessteuern (inklusive der Verbrauchssteuern), für die die Verkäufer in den USA für gewöhnlich verantwortlich sind

Zu beachten ist, dass Rabatte oder Preisermäßigungen, die erst nach der Einfuhr in die USA gewährt werden, nicht berücksichtigt werden. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass Rabatte, die von Beginn an gewährt werden, grundsätzlich berücksichtigt werden können.

Für Fälle, in denen der Transaktionswert nicht herangezogen werden kann (z.B. weil kein Preis existiert), können die folgenden Methoden in absteigender Reihenfolge zur Wertermittlung genutzt werden:

1: Transaktionswert für gleiche Waren (*transactional value of identical merchandise*)

2: Transaktionswert für gleichartige Waren (*transactional value of similar merchandise*)

3: abgeleiteter Wert (*deductive value*) oder

4: errechneter Wert (*computed value*) oder – weiter hilfsweise –

5: Zollwert in anderen Fällen (*values if other values cannot be determined*)

Zudem sind Präferenzabkommen oder Veredelungsregelungen zu berücksichtigen, wenn die in die USA einzuführenden Waren für eine präferenzielle Behandlung oder für besondere Zollverfahren wie Veredelungen etc. in Betracht kommen. (Hinweis: Die ersten vier Hilfsmethoden für die Bestimmung des US-Zollwertes entsprechen auch denen des EU-Zollrechts; vgl. Art. 74 Abs. 2 UZK.)

Zum Ausgangsfall

Für den Transaktionswert nicht berücksichtigen muss D somit die Kosten für Fracht und Versicherung von Deutschland in die USA, Rabatte für Verspätungen, den Transport der Güter nach der Einfuhr, Kosten für den Auf- bzw. Zusammenbau der Waren, die Wartung oder die Bereitstellung technischer Hilfe bezüglich der Waren nach der Einfuhr in die USA sowie die Zollabgaben selbst sowie die Bundessteuern (inklusive der Verbrauchssteuern), für die die Verkäufer in den USA für gewöhnlich verantwortlich sind.

Konkret hieße das: Von den 50.000 EUR des Rechnungswertes kann D zunächst 2% Verspätungsrabatt abziehen, somit also 1.000 EUR. Ebenso können von den verbleibenden 49.000 EUR 4.000 EUR für Fracht-, Verpackungs- und Versicherungskosten abgezogen werden, solange diese bei D entstehen, nicht in der Rechnung enthalten sind und nicht an den Käufer in den USA weitergegeben werden. Damit wären nur noch 45.000 EUR als Transaktionswert maßgeblich. Da D aber noch Beistellungen mit einem Warenwert von 500 EUR vornimmt, sind diese Beistellungen dem Warenwert hinzuzurechnen. Im Ergebnis wird daher ein Transaktionswert in Höhe von 45.500 EUR anzunehmen sein. Auf dieser Basis wird dann der US-Einfuhrzoll berechnet. (Hinweis: Diese Regelungen entsprechen weitgehend denen, die im EU-Zollrecht durch Hinzu- oder Herausrechnungen nach Art. 71 und 72 UZK gelten.)

Zur Abwandlung

Hier könnten die Voraussetzungen zur Anwendung der „First Sale Rule“ vorliegen, denn schon beim ersten Verkauf von P an D waren die Produkte für den Export in die USA bestimmt und spezifisch für diesen Markt angefertigt.

> *„Auch außerhalb der ‚First Sale Rule‘ gibt es Einsparpotenziale beim US-Einfuhrzoll, weil einige Positionen (ähnlich wie im EU-Zollrecht) aus dem US-Transaktionswert herausgerechnet werden können, wie z.B. die Kosten für den internationalen Transport.“*

Nach dieser Rule ist nicht auf den Transaktionswert des letzten Verkaufs in der Transaktionskette abzustellen: Stattdessen ist es bei Erfüllen umfassender Nachweise zulässig, dass für die Verzollung auf den Transaktionswert für den ersten Verkauf in die USA oder für einen früheren Verkauf abgestellt wird: Wenn z.B. ein Gut in China produziert, an einen Mittelsmann/Zwischenhändler in Hongkong und später an einen Importeur in Los Angeles verkauft wird, würde das US-Zollrecht erlauben, dass der US-Importeur für die Verzollung auf den Transaktionswert der ursprünglichen China-Hongkong-Transaktion abstellt. Das setzt aber voraus, dass hierfür umfassend Belege erbracht werden können. Daher gilt hier: Wenn D entsprechende Nachweise vorlegt, kann D für die US-Verzollung auf den Transaktionswert des Geschäftes zwischen P und D abstellen – dies kann zu sehr hohen Einsparungen beim US-Zoll führen; ohne solche Nachweise muss D für die US-Verzollung auf den Wert des Geschäftes mit dem amerikanischen Kunden abstellen.

Fazit

Die größten Einsparpotenziale beim US-Einfuhrzoll bestehen dann, wenn die „First Sale Rule“ angewendet werden kann. Hierfür müssen aber umfassende Nachweispflichten beachtet werden (sonst drohen hohe Zollnachzahlungen und US-Bußgelder). Auch außerhalb der „First Sale Rule“ gibt es ein gewisses Maß an US-Zollsparmöglichkeiten bei der Einfuhr von Gütern in die USA, weil einige Positionen – ähnlich wie im EU-Zollrecht – aus dem US-Transaktionswert herausgerechnet werden können. So kann etwa die Herausrechnung der Kosten für den internationalen Transport bzw. für den Transport innerhalb der USA zu einer Zolleinsparung führen, wenn der Ausführer dies belegen kann. Eine Rechtsberatung dürfte sich hier lohnen, weil sie zu entsprechenden Einsparungen führen kann.

Wegen aktueller Hinweise zum US-Exportrecht vgl. HIER und wegen Hinweisen zum Zollrecht vgl. HIER.

Anzeige

Strategische Partner

Bayerische Landesbank
Matthias Öffner
Abteilungsleiter für Chapter
Trade & Export Finance
Lorenzer Platz 27
90402 Nürnberg
(09 11) 23 59-271
matthias.oeffner@bayernlb.de

Coface
Niederlassung in Deutschland
Sebastian Knierim
Pressesprecher
Isaac-Fulda-Allee 1
55124 Mainz
(0 61 31) 323-335
sebastian.knierim@coface.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
Taunusanlage 12
60325 Frankfurt am Main
(069) 910-322 96
kerstin.schirduan@db.com

ecovium GmbH
Darya Basarhina
Director, Sales
Customs Division
Adlergasse 7
73560 Böbingen
(0 71 73) 91 25-44
01 70 635 90 76
darya.basarhina@ecovium.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
Executive Director
Structured Trade &
Export Finance
Neue Mainzer Straße 52–58
60311 Frankfurt am Main
(069) 91 32-43 86
andrej.rempel@helaba.de

Hohmann Rechtsanwälte
RA Dr. Harald Hohmann
Am Galgenfeld 14–16
63571 Gelnhausen
(0 60 51) 88 88-644
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
Nanette Bubik
Head of Export Finance
Am Hauptbahnhof 2
70173 Stuttgart
(07 11) 127-760 18
nanette.bubik@lbbw.de

Mitigram AB
Christian Zürcher
Sales Director
Kömmendorsgatan 16
114 48 Stockholm
Schweden
(0 70 82) 416 96 17
christian.zurcher@
mitigram.com

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
Solmsstraße 4
60486 Frankfurt am Main
(069) 153 25 93 41
eckhard.creutzburg@
trafinscout.com

IMPRESSUM

Verlag:
MBM Martin Brückner Medien GmbH
Rudolfstraße 22–24
60327 Frankfurt am Main
HRB Nr. 42035
Amtsgericht Offenbach
Ust.-Idnr. DE246197823

Geschäftsführung:
Martin Brückner

Redaktionsleitung:
Gunther Schilling (verantwortlich)
Telefon: (069) 75 91-21 96
E-Mail: g.schilling@exportmanager-online.de

Anzeigen:
Jens Walther

Gestaltung/Lektorat:
Jörg Rieger, Juliane Streicher

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

Strategische Partner:
Bayerische Landesbank, Coface, Credendo, Deutsche Bank, ecovium, GvW Graf von Westphalen, Hagemann, Helaba, Hohmann Rechtsanwälte, KfW IPEX-Bank, Landesbank Baden-Württemberg, Mitigram, ODDO BHF, TraFinScout

Haftungsausschluss:
Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts des ExportManagers übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr.

Eine Publikation von:
MBM Martin Brückner Medien GmbH