

6. IHK-Außenwirtschaftstag NRW in Münster

Erste Schritte ins europäische Ausland

Europa wächst immer weiter zusammen – eine Erfolgsgeschichte auf leisen Sohlen. Allein der Warenverkehr NRWs mit dem europäischen Ausland beläuft sich – trotz Rückgangs um ein Viertel in 2009 - auf rund 80 Mrd. Euro. Fast jedes zehnte Unternehmen tätigt zumindest sporadisch Geschäfte über die Grenze, wie die Umsatzsteuerstatistik belegt. Und was könnte mehr für das Zusammenwachsen sprechen als die Überlegung eines Einzelhandelsunternehmers aus dem Münsterland: „Gehe ich nun nach Bayern oder Polen – beides scheint mir gleich schwierig.“

Erste Schritte in europäische Ausland ist Thema eines von zwölf Workshops auf dem 6. IHK-Außenwirtschaftstag NRW am 21. September 2010 in Münster. Hiermit sollen vor allem solche Unternehmen angesprochen werden, die „handelbare“ Waren oder Dienstleistungen anbieten und vor dem Eintritt ins Auslandsgeschäft stehen. Obwohl die meisten auslandsorientierten Unternehmen Europa mittlerweile als Heimatmarkt ansehen und nicht allzu viel Aufhebens über die alltäglichen Geschäfte dort machen, gibt es doch noch mehr Unternehmen, die diesen Schritt erfolgreich gehen könnten.

Beispiele sind etwa Fliesenleger, die Discountern plötzlich bei deren Expansion ins europäische Ausland und sogar bis in die USA folgen, was sie noch vor ein paar Jahren für undenkbar gehalten hätten; oder Umzugsunternehmen, die mit einem Einrichtungshaus zusammen arbeiten, das einen Auftrag eines amerikanischen Pharmakonzerns für eine einheitliche Ausstattung aller europäischen Filialen ergattern konnte. Da kann man nur feststellen: „Exporte sind machbar, Herr Nachbar!“

Die Hürden zum ausländischen Kunden sind in der EU nicht nur durch den Binnenmarkt fast gänzlich beseitigt worden. Hinzu kommt auch, dass die Länder in 2010 wieder aus dem Konjunkturtief herausfinden werden – nach jüngsten Prognosen haben alle europäischen Länder, bis auf Spanien, bei den Wachstumsraten positive Vorzeichen. Ein Mutmacher ist auch die Umfrage „Going International 2009“, die unter den Top 10 Zielregionen für auslandsorientierte Unternehmen acht aus Europa auflistet (die anderen beiden Regionen sind China und Vereinigte Arabische Emirate). Das Top-Trio sind Schweiz, Österreich und Niederlande, also die unmittelbaren Nachbarländer.

Auf dem Außenwirtschaftstag soll motiviert werden, Anfragen aus dem europäischen Ausland, vor allem aus der EU, als Chance zu nutzen, der überschaubare Ab-

wicklungsrisiken gegenüber stehen. Der innergemeinschaftliche Warenverkehr ist technisch kein besonderes Problem mehr, auch wenn man den verbleibenden Bürokratismus nicht ganz auf die leichte Schulter nehmen sollte: wichtig ist sich die Unternehmereigenschaft des Geschäftspartners mit einer Umsatzsteuer-Identnummer bestätigen zu lassen und einen Verbringungsbeleg vorweisen zu können, etwa den Transportbeleg des Logistikers, dass die Ware auch tatsächlich Deutschland verlassen hat.

Schwierigkeiten gib es aber immer wieder bei Reihengeschäften und der Frage, wer die Mehrwertsteuer dann schuldet – also Drei- oder Mehrecksgeschäfte nach dem Muster: Käufer sitzt in Italien, Maschinenbauer in Deutschland, und die Werkzeugmaschine wird nach Spanien geliefert. Hier kann im Zweifelsfall neben dem Steuerberater auch die zuständige IHK weiterhelfe.

Als dritten Schritt müssen dann noch die statistischen Meldungen abgegeben werden – die Meldepflicht beginnt bei einem Jahresumsatz mit EU-Staaten von über 400.000 Euro. Nicht gerade viel, wenn das Geschäft gut läuft. Die IHKs setzen sich daher dafür ein, die Meldeschwelle auf mindestens 600.000 Euro anzuheben.

Mit diesem Dreisprung sind die wesentlichen Abwicklungsfragen zunächst einmal gelöst. Die technische Harmonisierung ist über EU-Richtlinien vorangebracht worden, so dass meist eine Anerkennung nationaler Normen nach dem Ursprungslandprinzip sicher gestellt ist. Allerdings gibt es darüber hinaus noch zahlreiche nationale Vorschriften, vor allem in den Bereichen Umwelt und Verbraucherschutz. Ein Beispiel sind etwa die Feuerschutzvorschriften für Möbelstoffe in Großbritannien. Da empfiehlt es sich, um Geld zu sparen, mit dem ausländischen Kunden zusammen zu arbeiten, aber auch TÜV, SGS oder andere Gesellschaften helfen weiter, und nicht zuletzt die deutschen Auslandshandelskammern (AHKs), die in allen europäischen Ländern vertreten sind.

Seit Jahresbeginn 2010 ist es zudem leichter geworden, auch Dienstleistungen im europäischen Ausland zu erbringen, vor allem durch das sog. „Reverse Charge“-Verfahren bei der Mehrwertsteuer. Auch wenn immer noch nationale Zugangsvoraussetzungen beachtet werden müssen, erleichtert dieses Besteuerungsverfahren doch gerade kleineren Dienstleistungsunternehmen sehr, mit ausländischen Kunden ins Geschäft zu kommen. Einschränkungen gibt es allerdings dort, wo Arbeitnehmerfreizügigkeit immer noch nicht gilt und wo es um Montage- oder Bauleistungen geht.

Kein Patentrezept gibt es für den ersten Kontakt mit ausländischen Kunden – nichts ist unmöglich, kann man hier nur feststellen. Häufig wird er angebahnt auf Messen, auch und gerade im Inland, über befreundete Unternehmen und Lieferanten oder auch auf Unternehmerreisen, wie sie die IHKs in NRW etwa 20 Mal im Jahr anbieten. Aber hier gilt dann eine alte Erkenntnis aus dem internationalen Vertrieb erst recht, nämlich „Das Geschäft sind die Menschen“.

In der Untersuchung „Going international“ ist die „Auswahl verlässlicher Partner“ bei dreiviertel der Unternehmen ein gelegentliches Hindernis, bei einem Drittel sogar ist es ein K.O.-Kriterium. Dies ist der am häufigsten genannte Knackpunkt, an dem sich der Erfolg des Auslandsgeschäfts bemisst. Je austauschbarer die Produkte, desto wichtiger die persönliche Note.

Bodo Risch

Wichtige Links für Ihre ersten Schritte

www.ihk-aussenwirtschaftstag-nrw.de

www.ahk.de

<http://www.bzst.bund.de/>

www.ihk-nordwestfalen.de/P00082

www.nrw-international.de

www.auma.de

www.portal21.de