

„Made in Germany“ – Wann würfen wir damit werben?

„Made in Germany ist nicht mehr gefragt!“ So oder so ähnlich titelten noch Ende letzten Jahres diverse Wirtschaftsartikel – nur um im Frühjahr von einem rasanten Anstieg der deutschen Exporte überrascht zu werden. Trotz Konjunkturflaute sind und bleiben deutsche Produkte weltweit gefragt. Viele Unternehmen möchten dies nutzen und ihre Waren mit der „Made in Germany“ – Kennzeichnung versehen. Doch gibt es häufig Unsicherheiten, ob und wann die Angabe überhaupt gemacht werden darf und ob sie freiwillig oder verpflichtend ist.

Was ist „Made in Germany“?

Ursprünglich als Warnzeichen aus einem britischen Verbraucherschutzgesetz heraus entstanden, steht „Made in Germany“ seit vielen Jahrzehnten als Zeichen besonderer Produktqualität und einem guten Preis-Leistungsverhältnis. Heutzutage ist der Begriff eine geschützte geografische Ursprungsbezeichnung für in Deutschland hergestellte Waren. Unternehmen nutzen die „Made in Germany“ – Kennzeichnung daher häufig zu Marketingzwecken und als Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz aus anderen Ländern.

Ist eine Kennzeichnung vorgeschrieben?

Sowohl in Deutschland als auch der EU gilt für die meisten Produkte, dass die Angabe des Herstellungslands an der Ware nicht verpflichtend ist. Ausnahmen von dieser Markierungsfreiheit gibt es beispielsweise im Lebensmittelbereich. Die Kennzeichnung „Made in Germany“ erfolgt daher üblicherweise freiwillig und eigenverantwortlich durch den Hersteller.

Beim Export muss allerdings beachtet werden, dass die Markierungspflichten vieler Drittländer eine „Made in...“ – Kennzeichnung vorschreiben! Je nach Land kann eine fehlende Kennzeichnung zu Verzögerungen bei der Einfuhr oder gar Strafen führen. Zu beachten ist auch, dass die Kennzeichnung „Made in EU“ von einigen Staaten nicht akzeptiert wird, beispielsweise den USA.

Tipp

Markierungspflichten für Waren können beispielsweise auf der Datenbank Access2Markets auf Basis der Zolltarifnummer recherchiert werden.

Wann darf eine „Made in Germany“ Kennzeichnung angebracht werden?

Das große Problem und Ursache vieler Unsicherheiten bei der Kennzeichnung von Waren als „Made in Germany“ ist die unklare Rechtslage. Einerseits dürfen geschützte Ursprungsbezeichnungen

selbstverständlich nur bei einer tatsächlichen deutschen Herkunft verwendet werden, da sonst gegen das Wettbewerbs- und Markenrecht verstoßen werden würde. Andererseits gibt es keine klaren Regeln und keine Kontrollinstanz bezüglich der Frage, wann die Herkunftsangabe erlaubt ist und wann nicht.

Das häufig als Basis für Warenmarkierungen verwendete Madrider Abkommen von 1891(!) stellt zwar ein Rahmenwerk für den Schutz von Herkunftsbezeichnungen dar, bleibt in der genauen Ausführung allerdings oft vage.

Eindeutig ist, dass vollständig in Deutschland hergestellte bzw. gewonnene Waren immer mit „Made in Germany“ gekennzeichnet werden können. Dies trifft in der Praxis allerdings nur auf wenige Waren zu, wie beispielsweise Lebensmittel, Rohstoffe sowie direkt daraus hergestellte Produkte. Die meisten Industriegüter beinhalten allerdings auch Vormaterialien ausländischer Herkunft, ebenso werden bestimmte Arbeitsschritte häufig in andere Länder ausgelagert. In solchen Fällen ist eine genaue Betrachtung der Wertschöpfungskette unabdinglich.

IN DIESER AUSGABE:

FACHBEITRÄGE:

- „Made in Germany“ – Wann würfen wir damit werben?..... S. 1
- Forfaitierungsgarantie – Allheilmittel für Small Tickets?..... S. 4
- EU-Richtlinie: Darauf müssen Lieferanten jetzt achten S. 6

NACHRICHTEN

- Verstärkte Prüfung von Auslandsinvestitionen in den USA?... S. 3
- US-Wirtschaft investiert verstärkt in Industrie-Roboter..... S. 8

- VERANSTALTUNGSKALENDER..... S. 8



Auf Basis mehrerer Gerichtsentscheidungen und Erfahrungswerten lassen sich folgende Hauptkriterien konkretisieren:

- Maßgebliche Herstellung in Deutschland
- Letzter wesentlicher Bearbeitungsschritt in Deutschland
- Produktqualität in Deutschland erzeugt

Was bedeuten „Maßgebliche Herstellung“ und „Wesentliche Bearbeitung“?

Potenzielle Regeln für die beiden oben genannten Begrifflichkeiten lassen sich aus dem Zollrecht ableiten, genauer gesagt der Bestimmung des nichtpräferenziellen Ursprungs. Durch diese wird das zollrechtliche Herkunftsland einer Ware festgelegt. Da die Regeln zur Bestimmung des Ursprungs auf die Welthandelsorganisation (WTO) zurückgehen, finden diese international Anwendung.

Der nichtpräferenzielle Ursprung wird auf Basis der Zolltarifnummer über die Listenregeln bestimmt. Informationen dazu und die Regeln selbst finden sich u.a. online auf der Homepage der EU und der Datenbank „Access2Markets“. Für die meisten Produkte kann mindestens eine der folgenden Regeln angewendet werden:

- **Positionswechsel** (engl. Change of Tariff Heading, CTH): Bei dieser Regelung werden die Zolltarifnummern der Vormaterialien aus anderen Ländern mit der des Endprodukts verglichen. Materialien, die bereits einen deutschen Ursprung haben, werden nicht betrachtet. Die Ware erlangt die Ursprungseigenschaft, wenn sich die HS-Positionen (die erste vier Ziffern der Zolltarifnummern) der Vormaterialien von der des Produkts unterscheiden
- **Wertschöpfungsklausel**: Zum Erfüllen des Ursprungskriteriums muss nachgewiesen werden, dass ein bestimmter Anteil der Wertschöpfung in Deutschland stattgefunden hat. Dazu wird der Preis der Vormaterialien mit dem Ab-Werk-Preis der Ware nach der Be- bzw. Verarbeitung verglichen, wobei Material mit deutschem Ursprung ausgenommen wird. Die Wertschöpfung (inkl. Arbeit, Maschinennutzung,

Prüfung, Marge) ergibt sich aus der Differenz der beiden Werte. Für die Ursprungserzeugung ist eine Mindestwertschöpfung von 45% üblich.

Hinweis

Aufgrund des starken Bezugs der „Made-In“ - Kennzeichnung zum Wertzuwachs sollte grundsätzlich unabhängig der tatsächlichen Listenregel eine Mindestwertschöpfung von 45% erreicht werden.

Es muss allerdings beachtet werden, dass die Ursprungsbestimmung zwar ein starkes Indiz, aber kein eindeutiger Nachweis der Rechtmäßigkeit einer „Made in“ - Kennzeichnung ist, da auch wettbewerbsrechtliche Faktoren in die Bewertung mit einfließen. Dies bedeutet im Umkehrschluss aber auch, dass in Einzelfällen auch Waren ohne deutsche Ursprungseigenschaft mit „Made in Germany“ gekennzeichnet werden können.

Hinweis

Im Gegensatz zum nichtpräferenziellen Ursprung kann ein Präferenzursprung nicht als Indiz gewertet werden, da die jeweiligen Ursprungsregeln nur innerhalb der jeweiligen Handelsabkommen gültig sind.

Was bedeutet „Produktqualität“?

Hinweise zur Frage nach der Produktqualität finden sich im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Dort ist festgelegt, dass Werbung mit falschen Ursprungsmarkierungen verboten ist. Bei dem Kunden dürfen keine falschen Erwartungen bezüglich der Qualität des Produktes geweckt werden. Wesentlich ist hierbei die Irreführung des Kunden bezüglich der für die erwartete Qualität wesentlichen Produktmerkmale.

Welche Merkmale dies genau sind, ist letztendlich eine vom je-

weiligen Produkt abhängige Einzelfallentscheidung. Nichtsdestotrotz können auf Basis von Erfahrungen, Handelsbräuchen und gerichtlichen Entscheidungen zumindest zur Orientierung häufig genannte Erwartungskriterien an eine „Made in Germany“ - Kennzeichnung ermittelt werden:

- **Qualität und Zuverlässigkeit:** Hohe Fertigungsgenauigkeit, geringe Fehlerquote, lange Produktlebenszeit, lange Garantie, qualitativ hochwertige Materialien
- **Sicherheitsstandards:** Strenge Sicherheitskriterien, unabhängige Kontrollen und Prüfungen, hoher Verbraucherschutz
- **Umwelt:** Hohe Umweltstandards, geringe Abfall- und Schadstoffbelastung
- **Arbeit und Soziales:** Hoher Arbeitnehmerschutz, geringes Verletzungsrisiko, soziales Engagement des Unternehmens

Was bringt eine „Made in Germany“ – Zertifizierung?

Für Unternehmen gibt es zahlreiche Angebote zu einer Zertifizierung ihrer „Made in Germany“ – Kennzeichnungen, was oft auch mit Nutzungsrechten zu Logos, Sigeln etc. einhergeht. Hier muss beachtet werden, dass es sich nicht um offizielle Prüfstellen, sondern private Dienstleistungen handelt. Nichtsdestotrotz können seriöse Anbieter durch ihre Kenntnis der potenziellen Bewertungskriterien und aktuellen Rechtslage sowie ihre praktischen Erfahrungen wertvolle Unterstützungsarbeit leisten. Unternehmen müssen letztendlich selbst entscheiden, ob sie die Frage nach einer „Made in Germany“ – Kennzeichnung eigenständig oder mit externer Hilfe beantworten wollen.

Fazit

Die Kennzeichnung von Produkten als „Made in Germany“ ist ein komplexes Thema, zu dem es trotz seiner großen Tragweite bis heute leider keine wirklich konkreten Bewertungskriterien gibt. Die Praxis zeigt allerdings, dass sowohl der zollrechtliche Ursprung als auch die erwartete Produktqualität als besonders relevant für die Rechtmäßigkeit der Markierung angesehen werden. Im besten Fall (und das sind meiner persönlichen Erfahrung nach glücklicherweise die meisten) ergibt die Bewertung dieser beiden Faktoren bereits ein klares Bild und eine sichere Grundlage für eine Markierung. Bei Zweifeln und Unklarheiten (z.B. bei Abweichungen des zollrechtlichen Ursprungs) sind eine wirtschaftliche Abwägung sowie eine logisch und nachvollziehbar dokumentierte Begründung der Entscheidung unabdingbar.

Autor



Jonas Bazan
Export- und Zollberatung für KMUs
Tel.: +49 176 97716755
Mail: bazan@exportstart.de

Verstärkte Prüfung von Auslandsinvestitionen in den USA?

Das US-Finanzministerium hat laut Newsletter der Representative of German Industry & Trade (RGIT) eine Notice of Proposed Rulemaking (NPRM) veröffentlicht. Darin sollen das Verfahren des Committee on Foreign Investment in the United States (CFIUS) verbessert und seine Sanktions- und Durchsetzungsbefugnisse vergrößert werden. Die neuen Regeln sollen die Prüfung ausländischer Käufer von US-amerikanischen Unternehmen verstärken, um die nationale Sicherheitsmission der Vereinigten Staaten mit ihrer offenen Investitionspolitik in Einklang zu bringen.

Die vorgeschlagene Regelung sieht vor, dass der Ausschuss mehr Informationen über Transaktionen anfordern kann, auch wenn die Unternehmen den Ausschuss nicht selbst über die Investition informiert haben. Die neue Vorschrift würde auch die Vorladungsbefugnis des Ausschusses auf Drittunternehmen ausweiten, die an einer Transaktion beteiligt sind.

Von „erforderlich“ zu „angemessen“

Nach der derzeitigen Regelung kann das CFIUS Informationen über eine Transaktion vorladen, wenn dies für „erforderlich“ befunden ist. Die vorgeschlagene Regelung würde dieses Kriterium lockern und es dem Ausschuss ermöglichen, Parteien vorzuladen, wenn „angemessen“. Die Strafen für die Nichteinhaltung der Vorschriften würden von derzeit 250.000 US-Dollar oder dem Wert der Transaktion auf 5 Mio US-Dollar oder den Wert der Transaktion deutlich erhöht.

Kommentare zu der vorgeschlagenen Regelung können 30 Tage lang nach der Veröffentlichung im Federal Register elektronisch über das eRulemaking-Portal der US-Regierung eingereicht werden (<http://www.regulations.gov>).

Lisa Wick

Praxisnahe Unterstützung für den Fachbereich Ausfuhrkontrolle:

Das Exportjahr – Embargos 2024

Sichern Sie sich Ihr Update:

- Praxisnahe Beispiele, Anmerkungen und Tipps für die betriebliche Umsetzung
- Unterstützung für den Umgang mit Exportrestriktionen und Embargos
- Ratschläge für die Vermeidung von Bußgeldern und Strafen im Zusammenhang mit Embargos

JETZT VORBESTELLEN

Print / E-Book für € 39,-



[www.mwm-medien.de/
das-exportjahr-embargos/](http://www.mwm-medien.de/das-exportjahr-embargos/)



Forfaitierungsgarantie – Allheilmittel für Small Tickets?

Mit Einführung der Forfaitierungsgarantie sollte dem Ziel Rechnung getragen werden, den Fokus der staatlichen Exportförderung auf KMU zu legen. Welche Erfahrungen konnten Exporteure und Banken schon sammeln?

Im Kampf gegen die Inflation wurde 2022 das Ende der Nullzinsphase eingeläutet. Lag die Teuerungsrate 2022 noch bei 6,9%, konnte sie durch das gestiegene Zinsniveau gesenkt werden – das ifo-Institut rechnet für 2024 mit einer Inflationsrate von 2,7%. Die gestiegenen Zinsen haben einen weiteren Effekt: Bis zur Zinswende konnten sich Unternehmen zu günstigen Finanzierungskosten Liquidität am Markt beschaffen. Diese kostengünstige Liquidität wurde und wird dem Markt nun entzogen. Dazu kommen die geopolitischen Spannungen, die auf die Unternehmen einprasseln. Ganz zu schweigen von einer sinkenden Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Deutschlands Anteil am globalen Export ist seit 2011 rückläufig, während der chinesische Anteil stetig zunimmt. Auf dem Weltmarkt müssen sich deutsche Unternehmen verstärkt chinesischen Wettbewerbern stellen.

Exportkreditgarantien des Bundes sind ein wichtiges Instrument der Bundesregierung, um die deutsche Wirtschaft gerade in unsicheren Zeiten in ihren weltweiten Aktivitäten zu unterstützen und das, wie im Koalitionsvertrag der Bundesregierung explizit verankert, auch mit Blick auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Mit der Einführung der Forfaitierungsgarantie zum 1. Juli 2023 sollte diesem Ziel Rechnung getragen werden. Welche Praxiserfahrungen konnten Exporteure und Banken bislang mit dem neuen Produkt sammeln? Ist die Forfaitierungsgarantie die Lösung für kleinvolumige Exportfinanzierungen, sog. Small Tickets, und ist es wirklich ein Produkt, das den Mittelstand unterstützt? Wirtschaftsförderung gerade in Krisenzeiten, dafür sind die Instrumente der Exportkreditgarantien da. Für Mittelständler ist es essenziell, ihren Finanzierungsmix hinsichtlich Kosten und Risiko passgenau zu bestimmen. Die Forfaitierungsgarantie des Bundes soll die bisherige Lücke im Small-Ticket-Segment schließen.

Wie funktioniert das Produkt?

Verkaufen Exporteure ihre Ware ins Ausland, sind sie häufig wettbewerbsfähiger, wenn sie dem Abnehmer ein Zahlungsziel gewähren. Das Risiko, dass der Käufer aus politischen oder wirtschaftlichen Gründen nicht bezahlt, kann der Exporteur über die etablierte Lieferantenkreditdeckung vom Bund absichern lassen. Auch wenn damit die Ausfallrisiken abgesichert sind, muss der Exporteur immer noch bis zum Zahlungsziel auf die Bezahlung durch den Käufer warten. Um diese Liquidität zeitnah zu erhalten, kann er die Forderung an seine Bank verkaufen. Allerdings zeigt die Praxis, dass die von den Banken angebotenen Konditionen nicht immer attraktiv waren.

Ein Grund dafür: Die Banken sind nicht direkter Deckungsnehmer der Lieferantenkreditdeckung und profitieren somit aus regulatorischen Gründen nicht von einer günstigen Refinanzierung. Zudem waren und sind nicht alle Forderungsankäufe in ihrer Ausgestaltung „True Sale“-fähig, d.h., dass die Forderung in der

Bilanz des Exporteurs verbleibt. Bei einem „True Sale“-fähigen Forfaitierungsvertrag gehen sämtliche politischen und wirtschaftlichen Risiken des Importeurs auf die Bank über. Die in der Sphäre des Exporteurs liegenden Veritätsrisiken verbleiben auch nach dem Forderungsankauf beim Exporteur.

Neu ist, dass Exporteure für Geschäfte bis 10 Mio EUR zusätzlich die Forfaitierungsgarantie (FFG) beantragen können. Wie funktioniert und wirkt die Kombination dieser beiden Deckungen? Der Exporteur profitiert weiterhin von der Absicherung seiner politischen und wirtschaftlichen Risiken mittels Lieferantenkreditdeckung – die Forfaitierungsgarantie wird nunmehr on top zugunsten der Banken draufgesetzt. Die FFG deckt das Veritätsrisiko – also bspw. das Risiko, dass die Forderung rechtlich nicht existent und durchsetzbar ist – in Höhe von 80% der angekauften Forderung ab. Dies ermöglicht es den Banken, wenigstens für einen Betrag in Höhe von 80% der angekauften Forderung eine günstigere Refinanzierung zu erhalten.

Der Blick der Bankenseite ist nur die eine Seite der Medaille. Die wichtigere Seite ist die des Exporteurs: Ist die Forfaitierungsgarantie ein praxistaugliches Produkt, das Liquidität sowie einen Bilanzabgang der Exportforderung beim Exporteur schafft? Und was sind die Herausforderungen für die Exporteure?

Es werden gute Kenntnisse des Instrumentariums der Exportkreditgarantien gefordert. Seit Einführung der FFG werden nur erfahrene Exporteure zugelassen, die über ausreichend Erfahrung mit dem Hermes-Instrumentarium und mit Exportgeschäften im Importland verfügen. Letztere müssen dabei zuvor nicht zwingend über Euler Hermes abgesichert worden sein. Der Exporteur ist Antragsteller der Forfaitierungsgarantie und muss sich um die Beschaffung der Bonitätsunterlagen (Bilanzen, Büroauskunft, Firmenregisterauszug etc.) kümmern.

Fragen von Euler Hermes zum Importeur muss der Exporteur, wie bei der reinen Lieferantenkreditdeckung auch, Euler Hermes gegenüber unmittelbar beantworten. Da die ankaufende Bank, unabhängig von der Prüfung durch Euler Hermes, selbst eine vollumfängliche Bonitäts- und KYC-Prüfung durchführen muss, benötigt die Bank diese Unterlagen ebenfalls. „Die FFG erfüllt aus Exporteurssicht alle Voraussetzungen, um die Liquidität und den ‚True Sale‘ eines Exportgeschäftes zu erhalten“, erklärt Ralf Steger, Leiter Global Financial Services bei der Heidelberger Druckmaschinen AG: „Die enge Abstimmung der Exporteure mit ihren Banken ist dabei entscheidend, um die durchaus komplexen Herausforderungen zu meistern.“

Attraktives Instrument für den Mittelstand?

„Bei all den Vorteilen, die die Forfaitierungsgarantie für deutsche Exporteure mit sich bringt, sind die damit verbundenen Kosten nicht unerheblich“, sagt Stefanie Schwankner, Manager Export



Finance & Accounts Receivable der Windmüller & Hölscher KG, eines Maschinenbauspezialisten für die Herstellung und Verarbeitung flexibler Verpackungen. Neben den Forfaitierungskosten gegenüber der Bank, die im Vergleich zu Geschäften ohne FFG günstiger würden oder mindestens gleichbleiben dürften, werde die Hermes-Deckung deutlich teurer. „Denn zum einen kann man nicht von den Vorteilen des ‚Click & Cover‘-Produkts für Small Tickets profitieren, das u.a. auf eine Antragsgebühr verzichtet“, so Schwankner. Zum anderen richte sich das Risikoentgelt nicht nach der Bonität des Exporteurs, sondern vielmehr nach der Bepreisung des Kundenrisikos. Insgesamt werde die Deckung dadurch um ca. 5 bis 10% teurer. Inwiefern es Windmüller & Hölscher gelingen werde, diese Kosten an die Kunden weiterzugeben, bleibe abzuwarten.

Momentan läuft eine dreijährige Pilotphase der Forfaitierungsgarantie, in welcher die Bundesregierung das neue Produkt erproben möchte. Nach rund einem halben Jahr wurden bislang knapp zwei Handvoll an FFG vom Bund genehmigt. Allerdings können die Exportforderungen von den Banken erst angekauft werden, sofern die Betriebsbereitschaft der verkauften Güter erreicht ist – dies ist vielfach noch nicht der Fall.

Auch Jasmin Damann, Contract Manager bei der westfälischen Thies GmbH & Co. KG, berichtet von ihren Erfahrungen mit dem Instrument der Forfaitierungsgarantie: „Vom Zeitpunkt der Auslieferung bis zur vollständigen Inbetriebnahme beim Besteller können im Maschinen- und Anlagenbau viele Monate vergehen. Losgelöst von den mitunter längeren Transportzeiten hat der Exporteur nur bedingt Einfluss auf den Prozess der Entzollung, den Transport zum Zielort und die bestellerseitige Schaffung der notwendigen Bedingungen zur finalen Inbetriebnahme.“ Vor diesem Hintergrund, so Damann weiter, wäre es wünschenswert, wenn der Forderungsankauf an das B/L-/CMR-Datum, also das Datum der Bill of Lading (B/L) bzw. das Datum nach der Internationalen Vereinbarung über Beförderungsverträge auf Straßen (CMR), gekoppelt werden könne, bzw. Pro-Rata-Zahlungen möglich wären. Auf diese Weise würde der Mechanismus der Forfaitierungsgarantie noch mittelstands- und praxisnäher gestaltet werden.

Die beschriebenen Herausforderungen können noch zu Änderungen führen. Denn Ziel der FFG soll ja sein, dass der Exporteur zeitnah Liquidität erhält und nicht auf teils langfristige Zahlungsziele warten muss. Damit kann der Exporteur seinem ausländischen Kunden attraktivere Zahlungsbedingungen einräumen, was seine Position im internationalen Wettbewerb stärkt. Wir als LBBW haben alle internen Voraussetzungen für einen For-

derungsankauf mit einer Forfaitierungsgarantie geschaffen und sind sozusagen „ready to go“.

Autor

Frank Schmitz

Executive Director,
Export Finance Origination, LBBW
frank.schmitz@lbbw.de
www.lbbw.de

ExportManager digital



Die einzigartige Kombination aus aktuellen Fachinformationen & Nachrichten

„ExportManager digital“ bietet Ihnen eine umfassende Sammlung von anschaulichen Materialien, die Ihnen dabei helfen, Ihre Export- und Importaktivitäten zu optimieren.

Hier erwartet Sie alles, was Sie für ein erfolgreiches internationales Geschäft benötigen. Entdecken Sie die neuesten Entwicklungen im Außenhandel, profitieren Sie von praxisorientierten Hilfen und aktuellen Formularen und lassen Sie sich von unserer umfangreichen Sammlung anschaulicher Materialien inspirieren.

- **Alles auf einen Blick**
Sparen Sie Zeit mit dem Wegfall aufwendiger Recherchen
- **Immer auf dem aktuellen Stand**
Seien Sie immer vollumfassend informiert zu den Themen des Außenhandels

Jetzt kostenfrei 14 Tage testen
[www.mwm-medien.de/
exportmanager-digital](http://www.mwm-medien.de/exportmanager-digital)



EU-Richtlinie: Darauf müssen Lieferanten jetzt achten

Nachdem auch die Europäische Union eine Lieferkettenrichtlinie beschlossen hat, ist es wichtig, die Unterschiede zum deutschen Lieferkettengesetz zu kennen. Mit der neuen Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) wird in der EU ein „nachhaltiges und verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten entlang aller globalen Wertschöpfungsketten“ gefordert. Was ändert sich konkret? Unternehmen sollen negative Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die Menschenrechte und auf die Umwelt ermitteln und verhindern oder zumindest vermindern. Ein umstrittener Ansatz. Während es für Menschenrechtsorganisationen nicht weit genug geht, sehen Wirtschaftsverbände darin vor allem Wettbewerbsnachteile und ein Bürokratiemonster. „Das Ergebnis ist kein Sieg für die Menschenrechte, sondern ein Sieg für die Bürokratie“, erklärt der Präsident des Bundesverbands Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA), Dirk Jandura. Und nicht selten wird angezweifelt, ob dieses Gesetz überhaupt dazu beiträgt, dass die Umwelt geschont und die Arbeitsbedingungen

verbessert werden. Im Alltag haben sich hilfreiche IT-Tools bewährt, um den gesetzlichen Anforderungen nachzukommen. Wir ziehen eine erste Bilanz und geben eine Reihe praktischer Tipps. Die EU will mit der neuen Richtlinie sicherstellen, dass bei der Produktion von in Europa verkauften Waren auch in Drittstaaten keine Kinderarbeit zum Einsatz kommt oder die Umwelt verschmutzt wird. Das Europäische Parlament muss der Vorlage zwar noch zustimmen, dies gilt aber als sicher. Deutschland enthielt sich bei der Abstimmung, was faktisch wie ein Nein zählt. Doch durch die Zustimmung Italiens kam eine Mehrheit zustande – für viele Experten überraschend. Die FDP hatte Anfang des Jahres ihre Unterstützung für das EU-Gesetz zurückgezogen, sodass sich die Ampelkoalition enthielt. Auch Wirtschaftsverbände befürchten mehr Bürokratie und rechtliche Risiken.

Pro und Contra Lieferkettengesetz

Dem widerspricht Antje von Dewitz. „Europa braucht ein starkes Lieferkettengesetz“, sagt die Geschäftsführerin von Vaude, einem Familienunternehmen aus Baden-Württemberg, das auf Outdoor-Bekleidung spezialisiert und für nachhaltiges Handeln bekannt ist. „Verantwortung für die gesamte Lieferkette muss verbindlich werden, um faire Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten und unternehmerische Verantwortung als Standard zu etablieren.“ Die engagierte Unternehmerin betont, dass es möglich sei, Verantwortung in der Lieferkette zu übernehmen und gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

Was kommt auf die Unternehmen zu?

Der Brüsseler Gesetzentwurf ist eine stark abgeschwächte Version des einst geplanten EU-Lieferkettengesetzes. Zunächst sollte es bereits für Unternehmen ab 500 Beschäftigten mit einem globalen Umsatz von mehr als 150 Millionen Euro im Jahr gelten. Der neue Entwurf gilt nun für Unternehmen ab 1.000 Beschäftigten. Die jährliche Umsatzschwelle liegt bei 450 Millionen Euro. Einschränkungen gab es bei den Sorgfaltspflichten für die nachgelagerte Lieferkette. So wurden einzelne Bereiche wie Entsorgung, Demontage oder das Recycling von Produkten komplett ausgeschlossen. Das bedeutet, dass Unternehmen bei diesen Tätigkeiten keine Risiken und Schäden erkennen und darauf reagieren müssen. Nachgelagerte Aktivitäten wie Vertrieb, Transport und Lagerung müssen im Rahmen der Sorgfaltspflichten betrachtet werden, wenn sie im Auftrag des Unternehmens erfolgen. Wichtig: Dabei müssen jedoch nur die direkten und nicht die indirekten Geschäftsbeziehungen in den Blick genommen werden. Weiterhin gilt aber: Die betroffenen Unternehmen müssen einen Plan erstellen, der sicherstellt, dass ihr Geschäftsmodell und ihre Strategie mit dem Pariser

Klimaschutzabkommen vereinbar sind. Allein der Finanzsektor ist zunächst von den Vorgaben ausgeschlossen worden. Eine entscheidende Änderung gegenüber dem deutschen Gesetz ist, dass Betroffene von Menschenrechtsverletzungen Unternehmen unter bestimmten Voraussetzungen auf Schadenersatz verklagen können. Prof. Markus Kaltenborn, Direktor des Instituts für Entwicklungsforschung und Entwicklungspolitik an der Ruhr-Universität Bochum, ist überzeugt: „Insbesondere in den Ländern des Globalen Südens sind mangelnder Arbeitsschutz, Hungerlöhne und Diskriminierung am Arbeitsplatz leider immer noch Massenphänomene, die im klaren Widerspruch zu menschenrechtlichen Kernanliegen stehen. Mithilfe der neuen Richtlinie können hier wesentliche Verbesserungen erreicht werden.“ Eine Allianz europäischer Konzerne von Aldi über Ikea bis hin zu Unilever und Hapag-Lloyd begrüßten die EU-Regelung. „Insbesondere für deutsche Unternehmen, die das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz einhalten, bedeutet eine europaweite Regelung, dass Wettbewerbsvorteile auf Kosten von Mensch und Umwelt unterbunden werden“, hieß es von den Unternehmen. Ganz ähnlich sieht es auch die Hans-Böckler-Stiftung. Laut einer neuen Studie erfüllen bereits gut zwei Drittel der großen Unternehmen heute im Wesentlichen auch die EU-Anforderungen. Zum anderen würden deutsche Unternehmen davon profitieren, dass gleiche Spielregeln in ganz Europa gelten.

Kritik hagelt es von den Verbänden

Aus Sicht von BDI-Präsident Siegfried Russwurm beruht die EU-Richtlinie auf wirklichkeitsfremden Vorstellungen und bürdet Unternehmen uneinlösbare Pflichten auf, die einen enormen bürokratischen Aufwand verursachen. Er befürchtet, dass sich Unternehmen aufgrund rechtsunsicherer Bestimmungen und dadurch drohender Sanktions- und Haftungsrisiken aus wichtigen Drittländern zurückziehen. Zwar würden Unternehmen Nachhaltigkeit in den Lieferketten befürworten. Angesichts der Größe der Herausforderung sei es aber falsch, die Aufgabe des Schutzes von Menschenrechten und Umwelt von der zwischenstaatlichen Ebene vorrangig auf Unternehmen zu verlagern. Ablehnung erntet die Richtlinie auch beim Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA). „Das Ergebnis ist kein Sieg für die Menschenrechte, sondern ein Sieg für die Bürokratie“, erklärte der Präsident des Außenhandelsverbandes, Dirk Jandura. Wettbewerbsfähigkeit lasse sich nicht steigern, indem eine schlechte Regelung auf ganz Europa ausgeweitet wird. „Der reduzierte Anwendungsbereich hilft dem Mittelstand bei der Weiterreichung von Berichtspflichten innerhalb der Lieferketten wenig. Eine einheitliche digitale Lösung, die alle Berichtspflichten vereint, ist nicht in Sicht.“ Vor allem die geplante Sanktionsstrafe in Höhe von 5 % des globalen Nettoumsatzes, gepaart mit der zivilrechtlichen Haftung für mit-

telbare Zulieferer, erweitere den Druck auf die betroffenen Unternehmen, so Jandura. „Wir befinden uns mitten in der Rezession und in einem globalen Wettrennen um Marktzugänge, Lieferketten und Rohstoffe. Die Unternehmen stehen unter einem enormen wirtschaftlichen Druck. Wer nun eine solche Zusatzregulierung beschließt, hat wenig von wirtschaftlichen Zusammenhängen begriffen“, so der BGA-Präsident. „Auch wenn Anforderungen an die menschenrechtliche Sorgfalt auf den ersten Blick überfordernd wirken können, ist es auch KMU möglich, diese umzusetzen“, sagt Katharina Hermann. Die Juristin leitet den Helpdesk „Wirtschaft & Menschenrechte“, eine Einrichtung der Bundesregierung, die Unternehmen kostenfrei bei der Umsetzung des LkSG unterstützt. Dazu gehört auch ein „CSR Risiko-Check“, der sich an Unternehmen richtet, die aus dem Ausland importieren oder Produktionsstätten im Ausland haben. Das Online-Tool ermöglicht einen Überblick über potenzielle CSR-Risiken entlang der Lieferkette.

Unterstützung und IT-Tools

Hermann: „Mit einer strukturierten Herangehensweise lassen sich entsprechende Prozesse mit angemessenem zeitlichem und finanziellem Aufwand umsetzen.“ Die gute Nachricht: „Nicht für jedes identifizierte Risiko ist ein umfangreiches Paket an Maßnahmen nötig. Das Lieferkettengesetz enthält keine Erfolgspflicht, sondern eine Bemühenspflicht“, sagt Hermann. Mit der Einführung des Gesetzes haben auch IT-Unternehmen, die Lösungen für das Nachhaltigkeitsmanagement in der Lieferkette oder auch Risiko- und Nachhaltigkeitsmonitoring anbieten, Hochkonjunktur. Dazu gehört unter anderem das Institut Fresenius, ein führendes Prüf-, Inspektions- und Zertifizierungsunternehmen. Es hat ein Tool entwickelt, das einen einfachen und umfassenden Überblick über die Leistung der Lieferanten in Bezug auf Umwelt- und Menschenrechtsaspekte liefern soll. Mit Hilfe von individuell anpassbaren Dashboards bietet es nach Angaben des Instituts einen Überblick über das Risiko der eigenen Lieferanten in den einzelnen Umwelt- und Menschenrechtskategorien und ermöglicht zudem ein Benchmarking verschiedener Lieferanten. Damit sollen sowohl die Anforderungen des deutschen Lieferkettengesetzes als auch die der CSDDD erfüllt werden. Auch Unternehmensberatungen wie PwC haben den Markt entdeckt. Sie bieten die Software „Check Your Value Chain“ an. Mit dem cloud-basierten Tool sollen Unternehmen Risiken in ihren Lieferketten identifizieren und bewerten können. Die gesamten Anforderungen aus dem LkSG und der CSDDD würden sich damit in einem „systemischen und revisionssicheren End-to-End-Prozess“ abbilden lassen. Kern des Tools ist nach An-

gaben von PwC eine umfassende und automatisierte Risikoanalyse des Geschäftspartnerportfolios. Damit sollen sich risikobehaftete Geschäftspartner leicht und einfach identifizieren lassen. „Mit unserer Software unterstützen wir Unternehmen dabei, die gesetzlichen Pflichten mit überschaubarem Aufwand umzusetzen und die Prozesse transparent zu gestalten“, so Dr. Jan Joachim Herrmann von der Procurement & Sustainable Supply Chain bei PwC Deutschland.

LkSG und wie die Unternehmen damit umgehen

Vor einem Jahr ist das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) in Kraft getreten, das die Unternehmen verpflichtet, ihre Lieferketten systematisch auf Ausbeutung oder Zwangsarbeit zu durchleuchten. Anfangs galt es für Unternehmen mit 3.000 Beschäftigten, seit Anfang des Jahres fallen auch Unternehmen mit 1.000 Mitarbeitenden darunter – unabhängig vom Umsatz. Doch von Anfang an waren auch kleinere Unternehmen davon betroffen. Der Grund: Betriebe, die unter die Regelung fallen, müssen darauf achten, dass die Sorgfaltspflichten sowohl im eigenen Geschäftsbereich als auch bei ihren Zulieferern eingehalten werden. Große Unternehmen geben die an sie gestellten Vorgaben daher als Anspruch an ihre Lieferanten weiter. Welche Herausforderungen damit verbunden sind, erläutert DIHK-Präsident Peter Adrian mit Beispielen aus seinem eigenen Unternehmen: „Wir liefern Maschinen an große Unternehmen, die von uns erwarten, dass wir die Vorgaben einhalten. Wir haben allein schon 157 Vorlieferanten, von denen wir wiederum Produkte beziehen, bei denen wir dann die Einhaltung der Standards von Beginn an überprüfen müssen. Das ist teilweise schier unmöglich, das funktioniert nicht.“ Eine Ansicht, die viele Unternehmen teilen. Bei einer BDI-Umfrage, an der knapp 400 Unternehmen teilnahmen, gaben 92 Prozent der unter das Gesetz fallenden Betriebe an, der bürokratische Mehraufwand sei „hoch“ oder sogar „sehr hoch“. Auch 88 Prozent der meist mittelständischen Unternehmen, die nur indirekt vom LkSG betroffen sind, sehen sich danach einer „sehr hohen“ oder „hohen“ Belastung gegenüber. Knapp jedes vierte direkt vom Gesetz betroffene Unternehmen reduziert die Anzahl seiner Zulieferer. 14 Prozent prüfen gar einen Rückzug aus risikoreichen Ländern. 77 Prozent der Unternehmen geben an, dass das Gesetz ihre Attraktivität im Ausland reduziert.

VR International

IMPRESSUM: Außenhandelspraxis Aktuell | Mai 2024

Informationen für Außenhandelskaufleute, Unternehmer und Berater

Herausgeber:

Pro Management Verlag GmbH
Halderstraße 25
86150 Augsburg
Tel. 0821/24280-0
Fax 0821/24280-49
info@promv.de, www.mwm-medien.de

Erscheinungsweise:

12-mal jährlich
ISSN 2195-2361

Bildnachweis:

Adobe Stock, Freepik

Redaktion:

Pro Management Verlag GmbH
Halderstraße 25
86150 Augsburg
Tel. 0821/24280-0
Fax 0821/24280-49
info@promv.de, www.mwm-medien.de

Preise:

Jahresbezug: 168,00 EUR
Quartalsbezug: 52,80 EUR
jeweils zzgl. Porto + ges. MwSt.

mwm 
Märkte Weltweit Medien



www.mwm-medien.de

US-Wirtschaft investiert verstärkt in Industrie-Roboter

Die verarbeitende Industrie in den Vereinigten Staaten investiert verstärkt in Automation: Die Zahl der Installationen stieg 2023 auf insgesamt 44.303 Einheiten – ein Plus von 12% im Vergleich zum Vorjahr. Spitzenreiter ist die Automobilindustrie, gefolgt von der Elektro- und Elektronikbranche. Dies sind vorläufige Ergebnisse der International Federation of Robotics (IFR).

„Der Fertigungssektor in den USA zählt zu den fortschrittlichsten weltweit“, sagt Marina Bill, Präsidentin der International Federation of Robotics. „Unser IFR-Ausblick mit den ersten vorläufigen Ergebnissen für das Jahr 2023 zeigt erneut eine starke Roboter-nachfrage in allen wichtigen Segmenten der US-Produktion.“



US-Automobilindustrie

Die Verkäufe in der Automobilindustrie stiegen 2023 auf einen Rekord von 14.678 installierten Robotern – ein Plus von 1 %. Bereits im Jahr davor verzeichnete das Segment eine starke Konjunktur: Die Installationen stiegen 2022 sprunghaft um 47% auf 14.472 Einheiten. Die Automobil- und Komponentenhersteller kommen 2023 auf einen Marktanteil von 33% der installierten Industrieroboter. Im internationalen Vergleich rangiert das Produktionsvolumen von Autos und leichten Fahrzeugen in den USA hinter China auf dem zweiten Platz weltweit.

„Die Automobilhersteller investieren derzeit verstärkt in Robotik,

um auf die Produktion von Elektrofahrzeugen umzustellen sowie einen Mangel an Arbeitskräften zu kompensieren“, sagt Marina Bill.

US-Elektro- und Elektronikindustrie

Die Installationen in der Elektro- und Elektronikindustrie stiegen 2023 um 37% auf 5.120 Einheiten. Das jüngste Ergebnis entspricht einem Marktanteil von 12% der installierten Industrieroboter und erreicht fast das Rekordniveau von der Zeit vor der Pandemie: 2018 wurden 5.284 Einheiten installiert.

In diesem Segment wird die Nachfrage nach Industrierobotern entscheidend durch den Trend zur Stärkung der heimischen Lieferketten und durch Projekte beeinflusst, die die Energiewende vorantreiben.

Andere starke US-Sektoren

Die Anzahl der Installationen in anderen Branchen, die die 3.000-Einheiten-Marke in den USA überschreiten, ist: Metall- und Maschinenbau (4.123 Einheiten, plus 6%) sowie Kunststoff- und Chemieprodukte (3.213 Einheiten, plus 5%). Sie repräsentieren einen Marktanteil von 9 beziehungsweise 7% der Industrieroboterinstallationen im Jahr 2023.

In Kanada installierte das produzierende Gewerbe im Jahr 2023 insgesamt 4.616 Industrie-Roboter – das ist ein Anstieg um 43 %. Auf die Automobilindustrie entfällt ein Marktanteil von 55 %. Mit 2.549 installierten Einheiten stieg der Absatz in der Automobilbranche 2023 um 99 % und erreicht damit ein Allzeithoch.

Die Roboterinstallationen in der verarbeitenden Industrie Mexikos bleiben mit 5.868 Einheiten im Jahr 2023 nahezu unverändert. Hauptabnehmer ist die Automobilindustrie, auf die 69 % der Roboterinstallationen im Jahr 2023 entfallen: der Absatz erreichte 2023 insgesamt 4.068 Einheiten (0%) - das drittbeste Ergebnis seit dem Spitzenwert von 4.805 Einheiten im Jahr 2017.

Maximilian Kling

VERANSTALTUNGSKALENDER

Eine Übersicht über aktuelle Fachforen finden Sie unter: www.mwm-medien.de/veranstaltungen

MITTWOCH
24.05.

Online-Forum zum Thema:
Vereinfachte Zollanmeldung: SDE-A

Uhrzeit: 15:00 – 16:00 Uhr

Anmeldung unter:
www.mwm-medien.de/veranstaltungen



DONNERSTAG
19.06.

Online-Forum zum Thema:
Ermächtiger und Registrierter Ausfühler

Uhrzeit: 15:00 – 16:00 Uhr

Anmeldung unter:
www.mwm-medien.de/veranstaltungen

