

MARKETS

INTERNATIONAL

4/24

KI-CHAMPIONS MADE IN GERMANY

Die KI-Revolution findet nicht allein in den USA und China statt. Deutsche Hidden Champions zielen mit ihren KI-Lösungen vor allem auf die Industrie. Auch wenn noch längst nicht alles glattläuft.
Der Schwerpunkt ab Seite 8

GESCHÄFTSPARTNER

Politisch waren die Beziehungen zu Frankreich schon mal besser – ökonomisch läuft es rund.

Seite 22

WETTBEWERBER

Die Angst vor billigen E-Autos aus China ist groß. Dabei haben die Hersteller dort eigene Probleme.

Seite 32

EXPORTSCHLAGER

Die Messer von Wüsthof aus Solingen sind weltweit gefragt. Teil eins der neuen Serie.

Seite 46



»Ein Leben ohne Amazon, Zalando & Co. ist für die meisten unvorstellbar. Jetzt steigen die Plattformen ins B2B-Geschäft ein.«

Liebe Leserinnen und Leser,

mit KI in die Zukunft und ohne KI keine Zukunft. Davon sind Wissenschaftler, Unternehmen und Regierungen weltweit überzeugt. Und beim Wettlauf um die Spitzenposition in Sachen künstliche Intelligenz (KI) liegen die USA weit vorn, gefolgt von China. Deutschland liegt irgendwo weit abgeschlagen hinten. Wirklich? Das stimmt nur bedingt, hat das Markets-International-Team recherchiert. Wo Deutschland spitze ist, was die wichtigsten Konkurrenten besser machen und was eine generative KI ist, erfahren Sie in „KI fürs Business“.

Wir bleiben digital. Ein Leben ohne Amazon, Zalando & Co. ist wohl für die meisten Mitglieder des Markets-International-Teams eher unvorstellbar, bei unserer Leserschaft dürfte es ähnlich sein. Sie sind Teil unseres Lebens geworden und haben die Kaufgewohnheiten maßgeblich verändert. Es ist da nur folgerichtig, dass die großen Plattformen jetzt auch ins B2B-Geschäft einsteigen – Unternehmen finden dort ihre gewerblichen Kunden und diese ihre Produkte. Welche Plattformen es gibt und welche Produkte dort angeboten werden sollten, erfahren sie in „Boomende B2B-Basare“.

Ab dieser Ausgabe gibt es eine neue Reihe in Markets International: Exportschlager! Im Mittelpunkt steht diesmal ein Messer beziehungsweise ein Messerhersteller. Es könnte aber auch ein Produkt Ihres Unternehmens sein – ich hoffe, dass ich Ihre Neugierde geweckt habe.

Andreas Bilfinger/Chefredakteur
andreas.bilfinger@gtai.de
Twitter: @GTAI_de

SCHWERPUNKT



KI FÜRS BUSINESS

Deutsche KI-Unternehmen setzen auf Industrie und Gewerbe als Zielgruppe – und tiefes Fach-Know-how.

Seite 8

MÄRKTE



WEISSER FLECK AM ROTEN MEER

Eritrea war bisher nicht auf dem Radar der deutschen Exportwirtschaft. Unser Korrespondent hat sich dort umgesehen.

Seite 20



MÄRKTE

SCHULTERSCHLUSS IN SCHWEREN ZEITEN

Die deutsch-französischen Wirtschaftsbeziehungen bleiben trotz aller Herausforderungen gut.

Seite 22

MÄRKTE



»KEIN NULL-SUMMENSPIEL«

Er wirbt um Investoren und erklärt, was es für ein Freihandelsabkommen braucht: der Handelsminister von Malaysia.

Seite 26

MÄRKTE



DIE NEUEN TIGERSTAATEN?

Die Länder Zentralasiens setzen zum Entwicklungssprung an. Dafür brauchen sie ausländische Technologie.

Seite 28

MÄRKTE

RENNEN UM DIE ZUKUNFT

Chinas E-Auto-Bauer drängen auf westliche Märkte. Ihre Motivation und Strategie sind dabei ganz anders als vermutet.

Seite 32



VON DER HERKULESAUFGABE ZUR INNOVATION

Heidelberg Materials baut in Bulgarien eine Pilotanlage für die CO₂-freie Zementproduktion. Die Case Study.

Seite 36

WISSEN



GEFRAGTE TALENTE

Fachkräfte sind knapp, ein Blick auf ausländische Arbeitsmärkte lohnt. Teil zwei der Serie blickt auf: Kenia.

Seite 42

WEITERE THEMEN

KOMPAKT	Seite 4
ERSTE SCHRITTE IM EXPORT	Seite 44
EXPORTSCHLAGER!	Seite 46
IMPRESSUM	Seite 47



Markets International
im Web:

WWW.GTAI.DE/MARKETS

WISSEN

BOOMENDE B2B-BASARE

An Privatkunden verkaufen viele Unternehmen online per Handelsplattform. Das geht auch B2B – und im Export.

Seite 38

Der 143 Meter hohe Michelangelo Towers prägt die Skyline von Sandton. Der Stadtteil ist der Geschäfts- und Finanzdistrikt Johannesburgs.

Für Sie in **JOHANNESBURG**

Germany Trade & Invest (GTAI) beschäftigt Korrespondenten an mehr als 50 Standorten weltweit. **Jenny Tala** berichtet aus Johannesburg.



Jenny Tala ist seit Anfang 2024 am Standort Johannesburg tätig und berichtet von dort über Chancen und Herausforderungen für deutsche Unternehmen in Südafrika sowie acht weiteren Ländern im südlichen Afrika. Zuvor war sie von Berlin aus am Aufbau des Wirtschaftsnetzwerks Afrika beteiligt und leitete bei GTAI das Projekt Afrika.

Wie wohnen Expats in Johannesburg?

Viele Expats wohnen in den nördlichen Vororten der Stadt. Das liegt vor allem daran, dass sich die meisten Unternehmen nach dem Ende der Apartheid aus der Johannesburger Innenstadt zurückgezogen haben und im Norden ein neues Geschäftszentrum, Sandton City, entstanden ist. Drumherum wurden viele neue Siedlungen gebaut, die aus Sicherheitsgründen oftmals bewacht sind. Es gibt aber auch Expats, die in frei stehenden Häusern oder Apartments wohnen.

Reicht Englisch, um sich zu verständigen?

Englisch ist Geschäftssprache und im Arbeitskontext Standard. Jeder Südafrikaner spricht aber mindestens noch eine weitere Sprache. Am weitesten verbreitet sind Zulu und Xhosa, gefolgt von Afrikaans. Seitdem 2023 Gebärdensprache in die Liste der Amtssprachen aufgenommen wurde, gibt es in Südafrika zwölf offizielle Sprachen.

Sind ein eigenes Auto und Selbstfahren empfehlenswert?

Auf ein eigenes Auto kann man in Südafrika kaum verzichten, da es keinen funktionierenden öffentlichen Nahverkehr gibt. Aber Vorsicht: Es gilt Linksverkehr! Nach meinem Empfinden fahren die meisten Südafrikaner aber relativ rücksichtsvoll – mit Ausnahme der Minibusse, denen man zur eigenen Sicherheit immer den Vortritt lassen sollte. Wer nicht selbst fahren möchte, kann Fahrdienste wie Uber nutzen.

INDIEN – rundum informiert

Lesen und hören Sie interessante Details zu diesem wichtigen Beschaffungsmarkt.

Deutsche Unternehmen suchen derzeit verstärkt nach Beschaffungsalternativen, um die Stabilität ihrer Lieferketten zu verbessern und Risiken zu verringern. Indien kann als momentan weltweit am schnellsten wachsende große Volkswirtschaft die bisherigen Sourcingmärkte deutscher Einkäufer gut ergänzen. In der Broschüre „Sourcingchancen in Indien – Branchenüberblick für Einkäufer“ analysieren die Indienexperten von GTAI Beschaffungspotenziale in wichtigen Branchen wie Textil und Leder, Metalle, Chemie und Pharma, Kunststoffe, Nahrungsmittel, Elektronik und Elektrotechnik sowie im IT-Dienstleistungssektor. Wem das Lesen zu anstrengend wird, bekommt was auf die Ohren: Im Podcast „Weltmarkt“ beschäftigen sich GTAI-Managerin Mareen Haring und GTAI-Auslandskorrespondent Florian Wenke sowie Clas Neumann von SAP mit dem Beschaffungsmarkt auf Wachstumskurs.

www.tinyurl.com/gtai-sourcing-indien

www.tinyurl.com/gtai-Beschaffungsmarkt-Indien



MEP Viermal gemeinsam Märkte erschließen

Im Rahmen des Markterschließungsprogramms für KMU des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz gehen in diesem Jahr vier neue Verbundprojekte zu folgenden Ländern und Branchen an den Start: Schweden (Leichtbau für die Mobilität der Zukunft), Indien (Bahnindustrie), Côte d'Ivoire (Wasserwirtschaft) und Marokko (Automobilindustrie für die Mobilität der Zukunft).

Bei einem Verbundprojekt bearbeiten kleine und mittlere Unternehmen (KMU) einen Zielmarkt gemeinsam strategisch und erschließen ihn sukzessive. Dadurch soll ihnen ermöglicht werden, auch in schwierigen beziehungsweise eher unbekanntem Märkten Fuß zu fassen, nachhaltige Geschäftsbeziehungen aufzubauen und gemeinsam Aufträge und konsortiale Projekte zu gewinnen.

Dabei werden über einen Zeitraum von mindestens einem Jahr verschiedene, aufeinander abgestimmte Maßnahmen zur Erschließung eines bestimmten Auslandsmarktes durchgeführt. Ebenso ist die Teilnahme am BMWK-Auslandsmesseprogramm möglich. Der Eigenbeitrag für die Teilnehmenden beträgt je nach Unternehmensgröße und Umsatz zwischen 1.500 und 3.000 Euro (netto).

www.gtai.de/mep

Save the **DATE**

Asien-Pazifik-Konferenz der Deutschen Wirtschaft, 24. bis 26. Oktober 2024, Neu-Delhi

Die Asien-Pazifik-Konferenz (APK) der Deutschen Wirtschaft ist der Top-Event für Wirtschaftsführer und politische Vertreter zur Förderung der Beziehungen zwischen Deutschland und der asiatisch-pazifischen Region. Sie bietet eine Plattform für den Austausch von Ideen, Geschäftsmöglichkeiten und strategische Partnerschaften. Die APK fördert Dialog und Zusammenarbeit zwischen deutschen Unternehmen und asiatisch-pazifischen Ländern, um Handel, Investitionen und Innovationen zu stärken. GTAI-Experten sind ebenfalls vor Ort vertreten.

www.asiapacificconference.com





Uwe Steinkamp, Altosens GmbH

VORDENKER

Die Herausforderung

Schrauben verbinden die Bauteile von Maschinen und Anlagen. Dabei sind sie hohen Belastungen ausgesetzt und können sich lockern oder gar lösen. Die Folgeschäden können in die Millionen gehen: Reißt etwa ein Rotorblatt einer Windkraftanlage ab, müssen Betreiber teils ganze Windparks stilllegen. Denn oft ist unklar, ob hinter dem Defekt Material- oder Wartungsfehler liegen.

Die Lösung

Um die Zuverlässigkeit und Sicherheit von Maschinen und Anlagen zu überwachen und zu verbessern, hat das Osnabrücker Start-up Altosens eine digitale Unterlegscheibe entwickelt. Über einen Sensor misst sie die Temperatur und Vorspannkraft einer Schraubverbindung. KI-gestützte Algorithmen

werten die Daten anschließend für Kunden aus. „Wir sehen schon Wochen vor einem Defekt, ob und warum eine Schraube sich löst und wann eine Anlage gewartet werden muss“, erklärt Geschäftsführer Uwe Steinkamp.

Der Markt

Seit April 2023 testet Altosens mit seiner Beta-version mögliche Anwendungsfälle. Hierzu arbeitet das Start-up mit zwölf Kunden aus Branchen wie Automotive oder dem Schienenverkehr zusammen. „Das Produkt ist einzigartig am Markt und lässt sich industrieübergreifend einsetzen“, sagt Steinkamp. Die künftige Serienproduktion soll sich aber vor allem an Betreiber von Windkraftanlagen richten. Auch der Export ins europäische Ausland ist dann geplant.

NEUSTART IN MEXIKO

Anfang Juni hat Mexiko gewählt, jetzt steht zum ersten Mal eine Frau an der Spitze des Staates: die 61-jährige Physikerin Claudia Sheinbaum. In einer neuen Folge des Podcasts „Weltmarkt“ geht Germany Trade & Invest (GTAI) der Frage nach: Was verspricht sich die Wirtschaft von Sheinbaum? Wird sie für mehr grüne Energie sorgen? Für mehr Sicherheit? Für vernünftige Infrastrukturprojekte?

Zu Gast ist Timm Jenisch, seit knapp acht Jahren für Kern-Liebers im Land – das Unternehmen ist auf Federn und komplexe Stanzteile spezialisiert – und verantwortlich für alle Standorte in Nordamerika. Zuletzt war er vier Jahre im Vorstand der Deutsch-Mexikanischen Industrie- und Handelskammer. Ebenfalls im Studio ist Edwin Schuh, seit 2021 Korrespondent von Germany Trade & Invest (GTAI) für Mexiko und die Karibik. Thema unter anderem: Kann Mexiko immer noch ein Einfallstor in den großen US-Markt sein?

„Weltmarkt“ finden Sie überall, wo es Podcasts gibt (Spotify, Apple, Google, Deezer und Amazon) oder unter www.gtai.de/podcast



NEUER STANDORT ASEAN-HUB JETZT AUCH IN SINGAPUR

Germany Trade & Invest (GTAI) hat in Singapur einen neuen Standort eröffnet. Der neue ASEAN-Hub ist der sechste Standort in der Region Südostasien, neben Bangkok, Hanoi, Jakarta, Kuala Lumpur und Manila. Das neue Büro teilt sich GTAI mit der Auslandshandelskammer Singapur. Damit will GTAI der Entwicklung Rechnung tragen, dass immer mehr deutsche Unternehmen eine „China-plus-X“-Strategie verfolgen, ihre Absatz- und Beschaffungsmärkte diversifizieren und Produktionsstandorte aus China

verlagern oder zumindest zusätzliche Standorte in anderen Ländern in Südostasien eröffnen. Firmen aus Südostasien ziehen umgekehrt immer öfter auch Deutschland als potenziellen Investitionsstandort in Erwägung. So haben zwischen 2015 und 2023 Unternehmen aus Singapur, Indonesien, Malaysia und Vietnam bereits 99 Ansiedlungsprojekte (Foreign Direct Investment, FDI) in Deutschland realisiert.

Mehr Informationen unter:
www.gtai.de/asean

DATENSCHUTZ in den USA verstehen

Während in der EU mit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ein einheitlicher Standard geschaffen wurde, gibt es weltweit erhebliche Unterschiede beim Datenschutz – auch innerhalb der USA. Ein einheitliches Bundesdatenschutzgesetz existiert dort nach wie vor nicht. Deutsche Unternehmen können im Rahmen ihrer

geschäftlichen Tätigkeiten in den USA jedoch in den Anwendungsbereich eines einzelstaatlichen Datenschutzgesetzes fallen. Die GTAI-Publikation „Datenschutz in den US-Bundesstaaten“ bietet Lesern einen Überblick über die Datenschutzgesetze der einzelnen US-Bundesstaaten. www.tinyurl.com/datenschutz-usa

LILIUM

im Drohnen-Cluster

In Shenzhen bringen Drohnen Kunden ihren Kaffee in den Park. Die pulsierende Stadt in der südchinesischen Provinz Guangdong hat sich zu einem wichtigen Drehkreuz für die Drohnenindustrie entwickelt. Mehr als 1.300 Drohnenhersteller sind hier ansässig, für 2024 wird ein Gesamtumsatz von 13 Milliarden US-Dollar erwartet. Dazu trägt insbesondere DJI bei, ein weltweit führendes Unternehmen mit einem globalen Marktanteil von 70 Prozent im Bereich Verbraucherdrohnen. Auch deutsche Unternehmen wie der Münchner Lufttaxi-Entwickler Lilium sind in Shenzhen aktiv. Lilium ist Partner der Firma Shenzhen Eastern General Aviation Co. (Heli-Eastern), einem Anbieter von Hubschraubertransportdiensten. Heli-Eastern will bis zu 100 batteriebetriebene Lilium-Flugzeuge kaufen. Lilium hat eigens dafür ein Büro im Bao'an-Distrikt von Shenzhen eingerichtet.



KI FÜRS BUSINESS

Open AI oder Google aus den USA dominieren das Thema künstliche Intelligenz (KI). Doch auch hierzulande tut sich etwas. Deutsche Start-ups setzen auf das, was Deutschland gut kann: Lösungen für Industrie und Gewerbe zu entwickeln.

von **NIKLAS BECKER, CHRISTINA OTTE, FRANK ROBASCHIK, FRAUKE SCHMITZ-BAUERDICK, HEIKO STUMPF** und **CHRISTIANE SÜSSEL**, *Germany Trade & Invest*

Die KI-Revolution? Für Andreas Zerfas kommt sie keine Sekunde zu früh. „Viele Aufgaben wie etwa die Energiewende sind ohne künstliche Intelligenz kaum zu schaffen“, sagt er. Auch der Fachkräftemangel zwingt Unternehmen, immer mehr auf KI zurückzugreifen.

Zerfas ist Chief Technology Officer (CTO) bei German Edge Cloud (GEC), einem Tochterunternehmen der Friedhelm Loh Group. Das Unternehmen aus Hessen bietet ein System an, das als Datendrehscheibe auch als Wegbereiter für KI in Fabriken dient: das Oncite Digital Production System. „Bislang sichten in vielen Unternehmen noch Mitarbeiter tatsächlich acht Stunden lang Qualitätsmerkmale

und bewerten sie“, sagt Zerfas. Oncite bereitet die Daten so auf, dass eine KI das weitgehend automatisch schafft. Im Einsatz ist das System bereits beim Schwesterunternehmen Rittal, dem Global Player, der Schaltschränke in die ganze Welt exportiert.

Seit das US-amerikanische Start-up Open AI seinen Chatbot Chat GPT vorgestellt hat, ist KI oder auch Artificial Intelligence (AI) in aller Munde. Und bei dieser Revolution der generativen KI per Sprachmodell → **SIEHE SEITE 11, WAS IST KI?** werden Europa und Deutschland von den USA und China rechts überholt, hat die Expertenkommission Forschung und Entwicklung (EFI) jüngst noch einmal betont: Während die beiden Supermächte

bei der Technologieentwicklung im Bereich KI führen, drohen Deutschland und Europa zurückzufallen. Im Jahr 2022 gingen mehr als ein Drittel aller weltweit eingereichten KI-Publikationen auf das Konto von Chinesen. Auch bei transnational angemeldeten Patenten führt die Volksrepublik das Ranking an (28,5 Prozent). Auf Platz zwei liegen die USA (26,6 Prozent), gefolgt von der EU (16,2 Prozent). Deutschland rangiert mit 6,5 Prozent auf Platz sechs.

Von 2010 bis 2020 hat China seinen Anteil massiv ausgebaut, um 25 Prozentpunkte. Die USA, Deutschland und Europa fielen im gleichen Zeitraum zurück. Bei generativer KI wiederum führen die USA. Immerhin gehören mit Bosch und Siemens zwei deutsche

→



Jonas Andrusis (links) und Samuel Weinbach, Gründer von Aleph Alpha.

» Ich glaube, wir haben eine Chance, und die ist es wert, dafür zu kämpfen.«

JONAS ANDRULIS, CEO Aleph Alpha

ALEPH ALPHA SETZT VOLL AUF DATENSCHUTZ

Aleph Alpha aus Heidelberg ist 2019 angetreten, eine generative KI zu schaffen, die Datenschutz und Eigentumsrechte garantiert. Die Server stehen in Deutschland und entsprechen europäischen Regularien. Für den Chatbot Luminous nutzt Aleph Alpha Large Language Models (LLM), die anders als Open AI in fünf Sprachen (Englisch, Deutsch, Französisch, Italienisch und Spanisch) trainiert werden. Die neueste Version arbeitet mit 300 Milliarden Parametern. Im Vergleich: Open AIs Chat GPT 3 basiert auf 175 Milliarden Parametern. Aleph Alpha arbeitet mit Unternehmen wie Bosch oder IBM, hat inzwischen eine halbe Milliarde US-Dollar Kapital eingesammelt und gilt als europäische KI-Hoffnung.

NAME

Aleph Alpha

KI-ANWENDUNGSGEBIET

Wissensmanagement

GRÜNDER

Jonas Andrusis und Samuel Weinbach

GRÜNDUNGSJAHR

2019

SITZ

Heidelberg

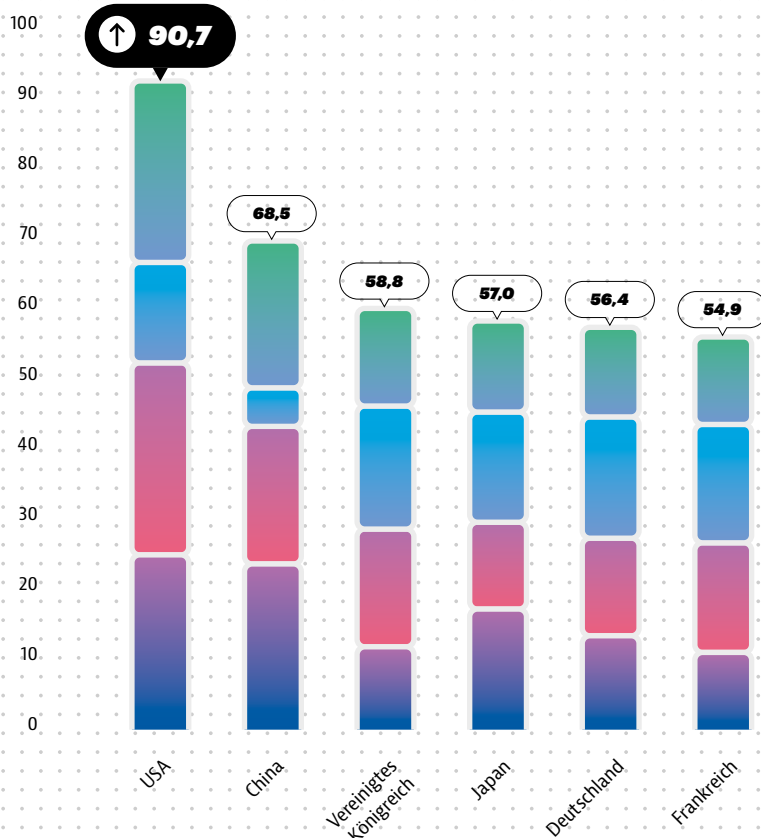
HAUPTINVESTOREN

Bosch Ventures, Schwarz Gruppe und SAP

DIE FÜHRENDE KI-NATIONEN

Ranking der Top-Volkswirtschaften in Sachen Künstlicher Intelligenz: Nach Innovationskraft, Zugang zu Kapital, Regelrahmen und Datenqualität zum Training der Modelle. Indexpunkte von 0 bis 100, Stand: Dezember 2023.

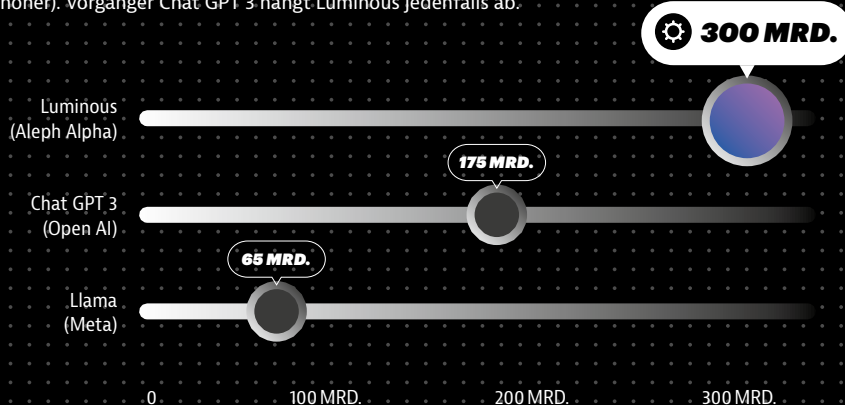
- Datenqualität
- Regelrahmen
- Kapitalzugang
- Innovationskraft



Quellen: Digital Planet, The Fletcher School of Tufts University, and Mastercard

HÄLT MIT

300 Milliarden Parameter nutzt Aleph Alpha für sein Luminous-Modell. Für Konkurrent Chat GPT 4o ist die Zahl nicht bekannt (aber wohl höher). Vorgänger Chat GPT 3 hängt Luminous jedenfalls ab.



Quelle: Unternehmensangaben, eigene Recherchen



» Wir haben das Glück, in dieser einzigartigen Zeit zu leben, in der neue KI-Technologien ganze Branchen verändern können.«

ANDREAS LOY, CEO von Konux

KONUX KI AUF DIE SCHIENE GESETZT

Das Start-up aus München ist in zehn Ländern in Europa und Asien aktiv. Die gut 100 Mitarbeiter werten mit KI-Unterstützung Schienenverkehrsdaten aus. So wollen sie die altgediente und expandierende Bahnindustrie effizienter machen. Die Analyseplattform des 2014 aus der TU München ausgegründeten Unternehmens analysiert in Echtzeit Sensoren im Bahnnetz und sagt voraus, wann die Infrastruktur gewartet werden muss. Das minimiert Ausfälle, was wiederum Kosten einspart. Inzwischen hat Konux zahlreiche Patente angemeldet. Das Weltwirtschaftsforum hat Konux zu den 30 innovativsten Start-ups der Welt gekürt.

NAME
Konux

KI-ANWENDUNGSGEBIET
Vorausschauende Wartung (Predictive Maintenance) im Schienenverkehr

GRÜNDER
Andreas Loy, Vlad Lata, Maximilian Hasler, Dennis Humhal

GRÜNDUNGSJAHR
2014

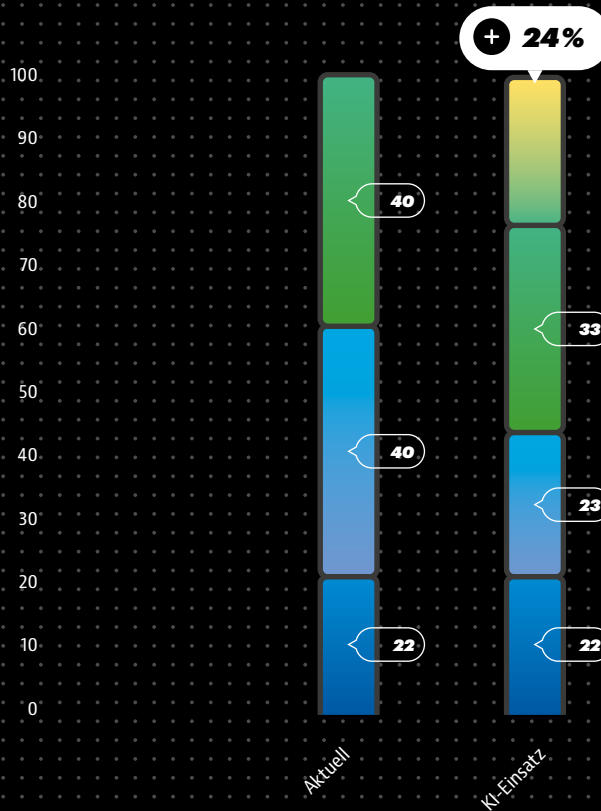
SITZ
München

HAUPTINVESTOREN
NEA, Sanno Capital, Athos (Strüngmann Family Office)

VIRTUELLER WÄCHTER

KI-Unterstützung bei vorausschauender Wartung könnte die Arbeitszeit von Flugzeugwartungstechnikern um 15 bis 35 Prozent verkürzen – Zeit, in der sie andere Dinge tun könnten. (Arbeitszeitanteil in Prozent)

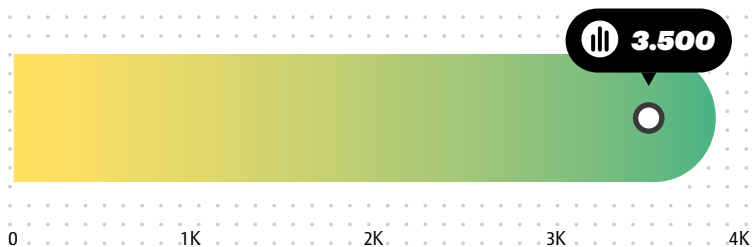
- Zusätzliche Kapazität durch KI
- Geplante Aufgaben
- Ungeplante Aufgaben
- Meetings, Administratives etc.



Quelle: McKinsey & Company, Summe der Prozentangaben über 100 Prozent aufgrund von Rundungsdifferenzen.

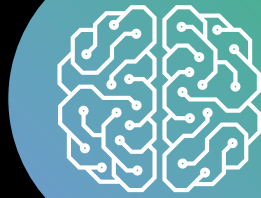
WEICHEN

3.500 Weichen will die Deutsche Bahn mit dem Konux-System ausrüsten. Die Echtzeitanalyse senkt die Kosten um 25 Prozent.



Quellen: Deutsche Bahn, Konux

WAS IST KI?



→ Unternehmen zu den 20 Organisationen, die zwischen 2010 und 2020 die meisten transnationalen KI-Patente angemeldet haben – neben jeweils fünf Organisationen aus Japan und den USA und vier aus China.

Deutsche KI hat B2B-Kunden im Sinn

Doch das zeigt zumindest nicht das ganze Bild. Bei deutschen Start-ups ist KI das Trendthema schlechthin – die Zahl der Neugründungen mit KI-Schwerpunkt ist 2023 um beachtliche 67 Prozent gestiegen, seit 2019 hat sich der Anteil von KI-Firmen an den Start-up-Gründungen mehr als verdoppelt. Und diese deutschen KI-Start-ups richten sich zu 93 Prozent auf das Geschäft mit Unternehmenskunden aus – traditionell eine Kernkompetenz der deutschen Exportwirtschaft. Auch die Hidden Champions der KI richten sich also vielfach an Industriekunden. Das ist auch das Erfolgsrezept von Deep L, einem KI-gestützten Übersetzungsdienst, der im Jahr 2017 in Köln gegründet wurde und inzwischen mit mehr als zwei Milliarden US-Dollar bewertet ist. Oder die deutschen KI-Start-ups versuchen, damit zu punkten, dass sie europäische Datenschutzbestimmungen einhalten – wie die Heidelberger Firma Aleph Alpha.

Die neue Generation der generativen KI eignet sich nämlich bestens für Anwendungen in der Wirtschaft. Da ist ein im Service eingesetzter Chatbot, der die Fragen von Kunden beantwortet, nur der Anfang. Forschungsinstitute wie auch private Firmen entwickeln immer neue Anwendungsmöglichkeiten. Doch die vielversprechenden deutschen Spezialisten für

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Der Branchenverband Bitkom definiert künstliche Intelligenz (KI) „als Eigenschaft eines IT-Systems, menschenähnliche, intelligente Verhaltensweisen zu zeigen“. Dazu ermöglichen spezielle Algorithmen, dass Computer beim maschinellen Lernen (ML) Daten auswerten und Vorhersagen oder Entscheidungen treffen. Künstliche neuronale Netzwerke (auch Deep Learning genannt) erkennen ähnlich wie ein Gehirn in Daten auch komplexe Muster und Anomalien. Sie kommen in der Spracherkennung, medizinischen Bildgebung und Sprachverarbeitung zum Einsatz.

Noch weiter gehen Large Language Models (LLM). Mit riesigen Datenmengen gefüttert kann diese generative KI Sprache nicht nur erkennen und verstehen, sondern auch selbst Texte und Videos erstellen oder Computer-codes programmieren – Dinge, die bislang Menschen vorbehalten waren. Der nächste hypothetische Schritt sind perspektivisch komplett autonome künstliche Systeme, die den Menschen in seiner Kreativität noch übertreffen. Diese künstliche allgemeine Intelligenz würde Wissen verstehen und in einer Vielzahl von Anwendungen einsetzen.

B2B-KI → **CASE STUDIES** haben mit schwierigen Rahmenbedingungen zu kämpfen.

Erstens fehlen ihnen hierzulande bisweilen die Kunden. Auch wenn sich KI-Start-ups auf das Geschäft mit Unternehmenskunden eingeschossen haben: Es fehlt vor allem mittelständischen Unternehmen in Deutschland oft der Mut, sich auf die neuen Technologien einzulassen. Das bemerken immerhin zwei Drittel der deutschen KI-Start-ups: Sie suchen die Kooperation mit der etablierten Wirtschaft. Doch die KMU wollen nicht so recht.

Wenn es um den Einsatz von KI geht, zeigt die deutsche Unternehmenslandschaft ein gemischtes Bild: Vor allem große IT-Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten setzen KI ein (48 Prozent) oder planen dies zu tun (34 Prozent), so eine Umfrage des Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) aus dem dritten Quartal 2023. Bei den großen Firmen aus dem verarbeitenden Gewerbe sind es bislang nur 25 Prozent, 39 Prozent haben es vor. Je kleiner das Unternehmen, desto geringer die KI-Nutzung. Im Durchschnitt nutzt im verarbeitenden Gewerbe nur jedes zehnte Unternehmen die neue Technik.

Doch warum die Zurückhaltung? Die ZEW-Umfrage zeigt: Den meisten Unternehmen fehlen nach eigenen Angaben Zeit und Leute. Viele sind unsicher, ob die Lösungen wirklich schon ausgereift sind und ihnen etwas bringen. Oder sie scheuen den Aufwand und die Kosten. Etablierte deutsche IT-Firmen wiederum halten sich selbst und auch die gesamte Branche hierzulande oft nicht für wettbewerbsfähig genug. Zweitens arbeitet die Politik zwar mit Hoch-

druckan mehr KI-Förderung und einer besseren Infrastruktur, doch die Expertenkommission EFI vermisst zum Beispiel Rechenkapazitäten. Sie fordert auch mehr Forschung und staatliche Förderung zu Open-Source-KI, also Modellen, bei denen sowohl die Codes als auch die Trainingsdaten und die Modellarchitektur offengelegt werden. Sie empfiehlt, den Artificial Intelligence Act (AI Act) der EU → **SEITE 15** nicht zu bürokratisch zu gestalten. Die Regierung solle

die dort vorgesehenen Reallabore möglichst bald anschieben: kontrollierte Umgebungen also, um innovative KI-Modelle zu entwickeln und zu testen.

Die EFI-Fachleute mahnen: „Es besteht die Gefahr, dass Deutschland und Europa in einseitige Abhängigkeiten geraten und so technologische Souveränität einbüßen.“ Es müssten vor allem auch europäische Werte bei der Weiterentwicklung von KI gewahrt bleiben:

die Nichtdiskriminierung, der Datenschutz und die Sicherung der Privatsphäre.

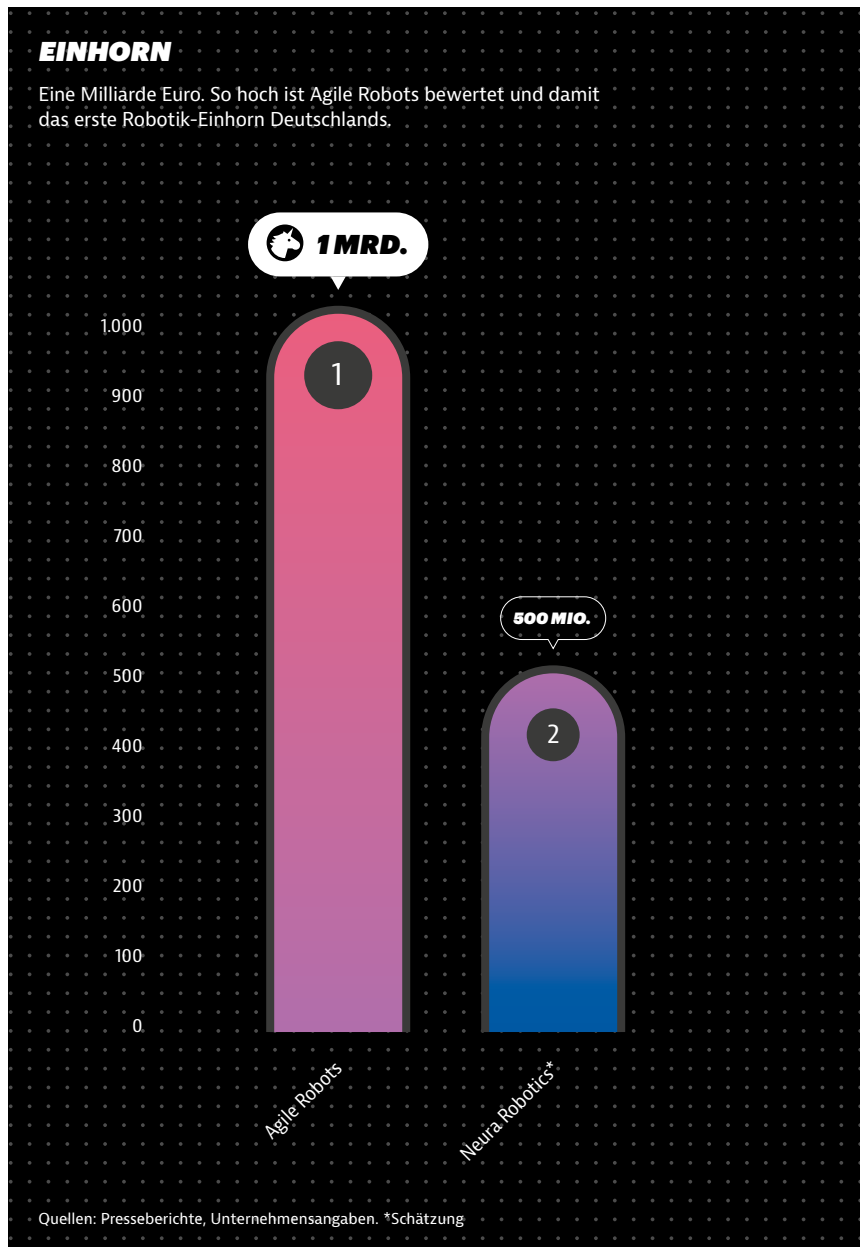
USA sind das KI-Powerhouse

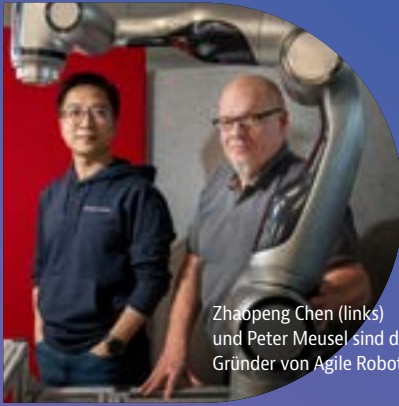
Drittens klappt beim Thema Finanzierung in Deutschland eine eklatante Lücke – besonders im Vergleich zu den USA: Auf die Gesamtbevölkerung gerechnet haben US-amerikanische KI-Start-ups insgesamt zwölfmal mehr Kapital eingeworben als ihre deutschen Mitbewerber. Allein die beiden großen KI-Player Open AI und Anthropic haben seit 2018 rund viermal mehr Investorengeld erhalten als alle europäischen KI-Start-ups zusammen. „Nicht nur fehlen in Europa starke Techplayer, sondern auch Großinvestoren“, resümiert der deutsche Start-up-Verband in einer Studie. Geldgeber blickten generell skeptisch auf das regulative Umfeld in Europa.

Ganz anders in den USA. Insbesondere von den großen Techunternehmen wie Microsoft, Google oder Meta geht dort eine einzigartige Dynamik aus. Im Wettlauf um die Vorherrschaft im KI-Bereich brennt die US-Techindustrie ein regelrechtes Investitionsfeuerwerk ab. So wurden im Jahr 2023 in den USA private KI-Investitionen in Höhe von rund 67 Milliarden US-Dollar getätigt. Etwa neunmal so viel wie in China und 35-mal mehr als in Deutschland.

„Durch die enormen finanziellen Ressourcen verfügt Big Tech über eine Schlagkraft für die Entwicklung von KI, bei der staatliche Stellen und Universitäten schlichtweg nicht mithalten können“, sagt Thomas Neubert. Er ist AI Evangelist, eine Mischung aus Vordenker und Marketingexperte, der Netzwerkplattform Transatlantic AI Exchange. In Zukunft dürfte sich der Vorsprung der USA sogar noch vergrößern, denn die Techgiganten legen bei der Investitionstätigkeit noch mal eine Schippe drauf.

Zur Entwicklung von KI will Microsoft die Investitionen im laufenden Geschäftsjahr 2024 um 47 Prozent auf 52 Milliarden US-Dollar steigern. Die Google Mutter Alphabet erhöht die Investitionen laut Analysten um 37 Prozent auf 45 Milliarden US-Dollar. Das zahlt sich bereits aus: Allein im Jahr 2023 wurden in den USA 109 komplexe KI-Grundmodelle entwickelt, was einem Weltmarktanteil von rund 73 Prozent entspricht. Zwar gibt es auch in den USA staatliche Förderprogramme für KI, doch die Staaten können sich vor allem auf den Unter-





Zhaopeng Chen (links) und Peter Meusel sind die Gründer von Agile Robots.

»Wir sehen uns selbst als Anbieter einer Robotik-Software-Plattform mit einem tiefen Verständnis der Hardware.«

ZHAOPENG CHEN, Gründer von Agile Robots

AGILE ROBOTS MENSCHEN-ÄHNLICHE ARME

Das Hightech-Start-up Agile Robots arbeitet an der Schnittstelle von KI und Robotics. Die Münchener kombinieren Roboterarme und -hände mit intelligenter Software, die visuelle und haptische Daten zu einer KI verarbeiten. Die Lösungen nutzen so visuelle Intelligenz und haben einen menschenähnlichen Tastsinn. Das macht die Interaktion von Mensch und Roboter sicherer und schafft die Grundlage dafür, dass Robotics-Lösungen künftig auch in anderen Kontexten als in der industriellen Fertigung eingesetzt werden können. Agile Robots ist ein Spin-off des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) und hat mittlerweile rund 1.900 Mitarbeiter.

NAME
Agile Robots

KI-ANWENDUNGSGEBIET
Robotik

GRÜNDER
Zhaopeng Chen und Peter Meusel

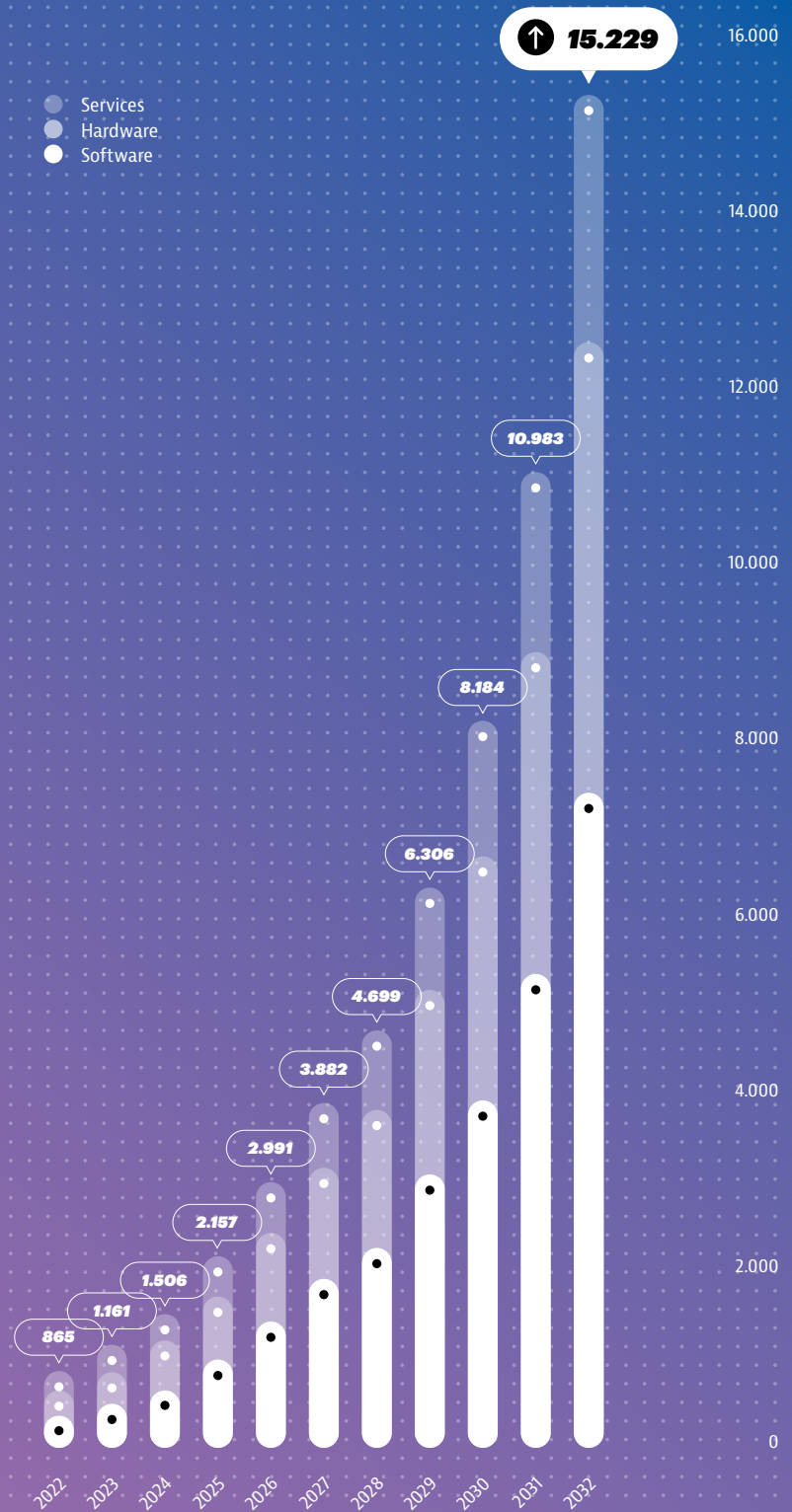
GRÜNDUNGSJAHR
2018

SITZ
München

HAUPTINVESTOREN
Softbank, Foxconn, Chimera, Hillhouse, Linear Capital, Sequoia und Temasek

WELTMARKT FÜR KI-ROBOTIK

Marktgröße in Millionen US-Dollar



Quelle: marketresearch.biz



»Häufig wissen Firmen gar nicht, wozu ihre Lieferanten überhaupt in der Lage sind.«

GREGOR STÜHLER, CEO von Scoutbee

SCOUTBEE KI SUCHT DIE PASSENDEN LIEFERANTEN

Scoutbee will das Lieferkettenmanagement revolutionieren: Die KI des Würzburger Start-ups sucht im Netz selbstständig und dauerhaft neue Lieferanten – eine Aufgabe, die bisher die Einkaufsabteilung von Hand übernommen hat. Konkret lädt die KI dazu im Monat bis zu 180 Millionen Webseiten herunter und wertet diese danach aus, ob sie zu den Auswahlkriterien des Unternehmens passen. Dabei bildet sie bestehende Liefernetzwerke ab und hat auch die Vertrauenswürdigkeit des Lieferanten im Blick. Scoutbee arbeitet mit SAP zusammen und zählt unter anderem namhafte Unternehmen wie Audi, Siemens und Kärcher zu seinen Kunden.

NAME
Scoutbee

KI-ANWENDUNGSGEBIET
Lieferkettenoptimierung

GRÜNDER
Fabian Heinrich, Christian Heinrich, Gregor Stühler und Lee Galbraith

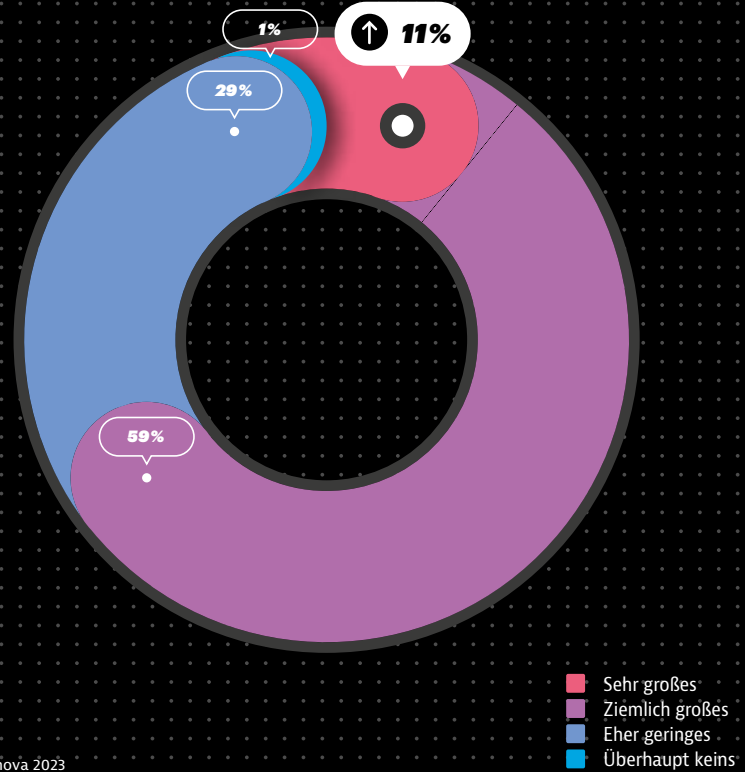
GRÜNDUNGSJAHR
2015

SITZ
Würzburg und Berlin

HAUPTINVESTOREN
Wagniskapitalgeber Atomico und HV Capital

VIEL LUFT NACH OBEN

Wie viel Potenzial hat Ihr Unternehmen noch, das Supply-Chain-Netzwerk effizienter zu machen?

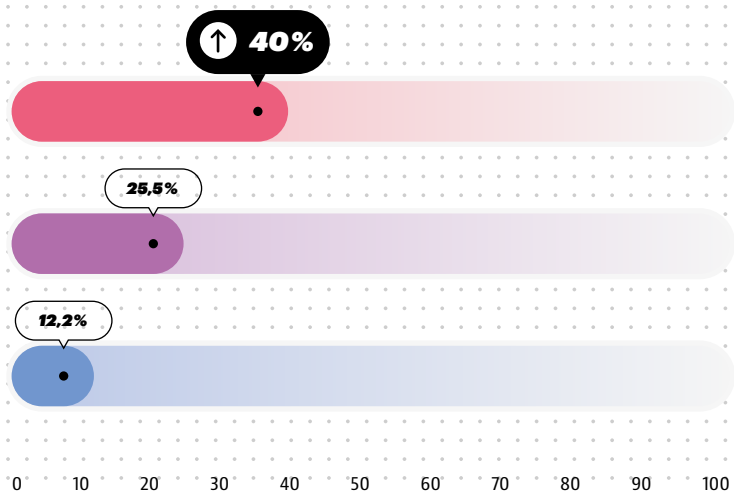


Quelle: Staufe.Inova 2023

KI GIBT RÜCKENWIND

Experimente zeigen, dass KI Wissensarbeiter schneller und besser arbeiten lässt.

- Bessere Arbeitsergebnisse (Qualitätszuwachs in Prozent)
- Aufgaben werden schneller erledigt (Geschwindigkeitszuwachs in Prozent)
- Mehr Aufgaben geschafft (zusätzliche Tasks in Prozent)



Quelle: Harvard Business School of Technology & Operations Management, Umfrage aus dem Jahr 2023.

WAS IST DER AI ACT?

→ nehmergeist des Silicon Valley verlassen. Im Jahr 2023 sind in den USA 897 neu finanzierte KI-Unternehmen entstanden, mehr als in jedem anderen Land der Welt. Während sich die großen Techkonzerne stark auf die Entwicklung großer KI-Modelle und Hardware wie spezielle KI-Chips und Rechenzentren konzentrieren, stehen bei Start-ups Anwendungen im Vordergrund. Laut Silicon Valley Bank gab es Anfang 2024 bereits mehr als 7.500 mit Wagniskapital finanzierte US-Start-ups, deren Geschäftsmodell auf KI-Anwendungen beruht.

China wünscht sich sozialistische KI

Auch in China trifft KI auf ein ideales Umfeld: 1,4 Milliarden Menschen, die täglich riesige Datenmengen erzeugen und gegenüber neuen Technologien aufgeschlossen sind, dazu ein Staat, der KI für seine Zwecke einsetzt. Ob künstliche Moderatoren, Serviceroboter in Restaurants oder Gesichtserkennung – im chinesischen Alltag ist KI längst angekommen. Auch autonomes Fahren wird in vielen chinesischen Städten in fortgeschrittenem Stadium getestet. Ein entscheidender Vorteil: Forscher erhalten umfangreichen Zugang zu den Daten, sodass Produkte schneller in die Marktreife und -zulassung kommen. Das ist auch im Gesundheitswesen der Fall, wo die Regierung die KI-Forschung und den KI-Einsatz fördert, um vor allem Menschen in ländlichen Regionen mittels Gesundheits-Apps besser an die Gesundheitsversorgung anzuschließen.

Die großen chinesischen Softwareunternehmen Baidu, Huawei, Alibaba und Tencent sind globale KI-Technologieführer. Baidu hat

auf dem Höhepunkt des Chat-GPT-Hypes im März 2023 einen eigenen Sprach-Chatbot namens Ernie vorgestellt, mitsamt eigens entwickeltem KI-Chip für die notwendige Rechenleistung. Die Hardware könnte für China der Engpass werden, denn die USA haben ihren Export fortschrittlicher Halbleiter und Maschinen zur Chipherstellung nach China untersagt. Daher könnte Chinas globaler Marktanteil bei KI von 2023 rund 25 Prozent auf 16 Prozent bis 2027 sinken.

Ausländische KI-Anwendungen haben es in China nicht leicht und viele wie Chat GPT sind sogar gesperrt. Laut den weltweit ersten Vorschriften für generative KI von 2023 müssen KI-Inhalte in China die „Grundwerte des Sozialismus“ widerspiegeln.

Japan erwartet einen Boom

Chinas Nachbar Japan belegt beim Global Artificial Intelligence Index 2023 der britischen Tortoise Media Rang zwölf weltweit. Es ist stark in der Entwicklung und verfügt über eine gute digitale Infrastruktur. Das Land ist der größte Hersteller von Industrierobotern weltweit. Wegen knapper Arbeitskräfte und der starken Alterung der Bevölkerung kann es besonders stark von KI profitieren. Große Firmen wie Fujitsu, Hitachi, NEC, Panasonic, Toshiba, Canon, Toyota, NTT, Mitsubishi Electric und Ricoh entwickeln KI-Technologien. Hinzu kommen große Forschungsinstitute und Start-ups.

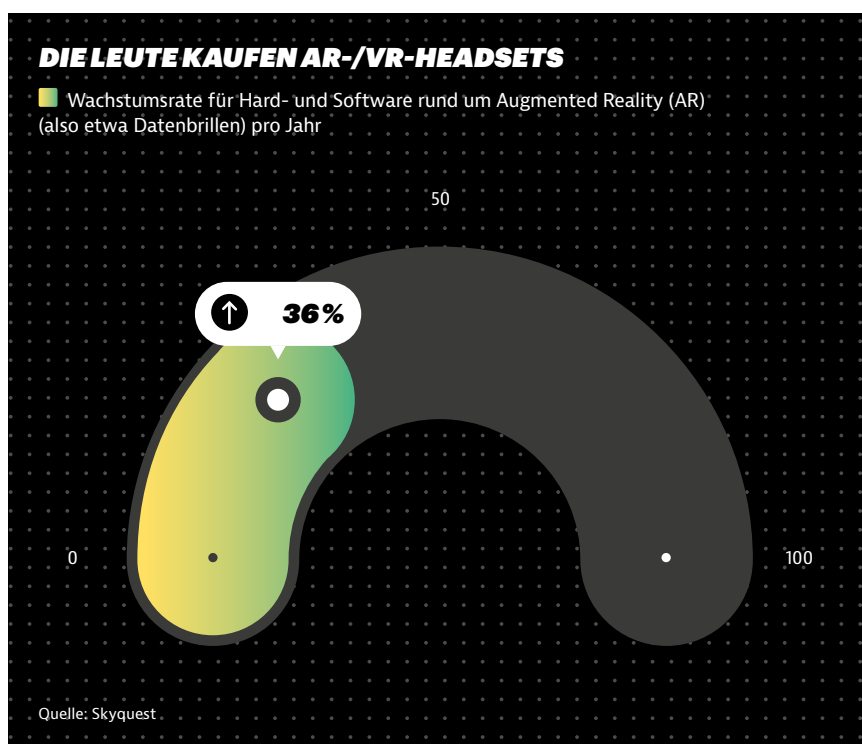
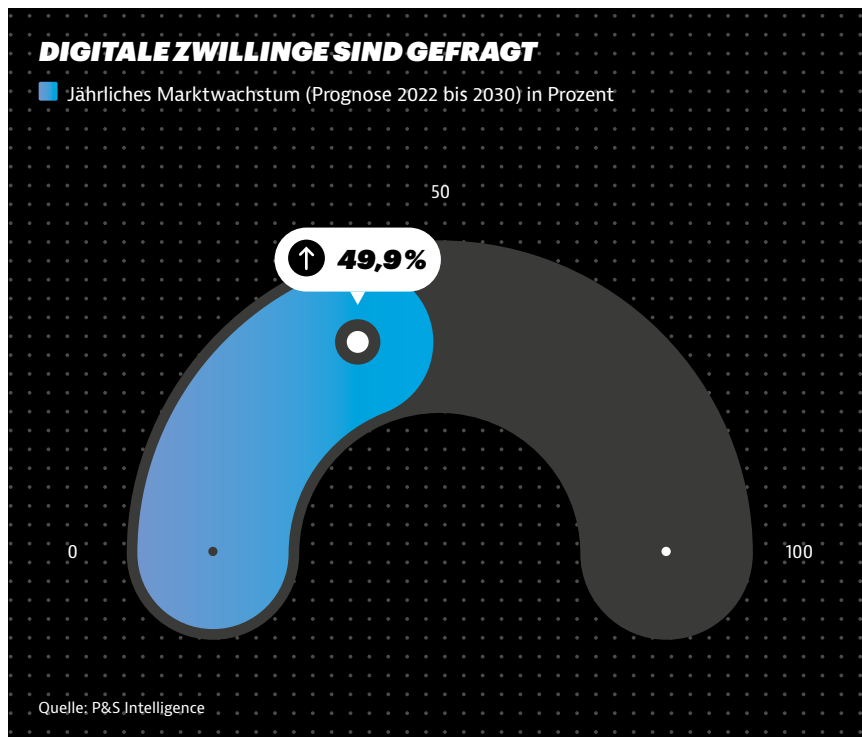
Japans KI-Strategie setzt auf Anwendungen in Chemie, Maschinenbau und Robotik sowie Gesundheitswesen, Arzneimittelentwicklung

DER AI ACT DER EU

Einerseits will man in Europa die Potenziale der künstlichen Intelligenz nutzen. Andererseits gilt es, ihre Risiken zu beherrschen und zu minimieren. Der AI Act soll dieses Spannungsfeld auflösen. Er teilt KI-Modelle in vier Risikokategorien ein: unakzeptabel, hoch, begrenzt und gering. Anwendungen der Kategorie „unakzeptables Risiko“ sind verboten (Artikel 5). Hierunter fällt zum Beispiel Verhaltenssteuerung durch sogenannte Sozialkreditpunkte. Als Hochrisiko-KI (Artikel 6 ff.) gilt Technik, die ein Risiko für die Gesundheit, Sicherheit oder die Grundrechte der Anwendenden darstellt – zum Beispiel, weil sie die Bonität natürlicher Personen bewertet. Sie muss eine Vielzahl von Anforderungen erfüllen, insbesondere ist ein Risikomanagement verpflichtend, außerdem gelten besondere Dokumentations- und Transparenzpflichten. Je kleiner das Risiko, desto weniger streng ist die Regulierung.

Der AI Act betrifft nicht nur die Hersteller der Systeme, sondern auch Importeure, Händler und Nutzer (Artikel 23 ff.). Importeure müssen zum Beispiel für Hochrisiko-KI Konformitätsbewertungen nachweisen, Händler müssen überprüfen, ob erforderliche CE-Kennzeichnungen vorliegen. Wenn sie Zweifel an der Konformität der KI haben, müssen sie diese ausräumen, bevor sie die Produkte verfügbar machen. Verstöße werden strikt geahndet, und zwar je nach Schweregrad des Verstoßes mit bis zu 35 Millionen Euro oder sieben Prozent des globalen Umsatzes des vergangenen Jahres (Artikel 99).

Autor: Karl-Martin Fischer, GTAI



und Pflege. Auch bei Smart Farming, Katastrophenmanagement, Verkehr und Logistik sieht die Strategie viel Potenzial für KI. Japan hat zwar in den vergangenen Jahren in KI-Rankings Plätze verloren, zurzeit herrscht aber Aufbruchstimmung, die Prognosen für die kommenden Jahre sind optimistisch. US-Firmen befeuern den Boom. In den ersten vier Monaten des Jahres 2024 haben Amazon, Microsoft und Oracle In-

vestitionen von mehr als 25 Milliarden US-Dollar für den Ausbau ihrer Cloud- und KI-Infrastruktur in Japan angekündigt. Auch Google, Softbank und Sakura Internet investieren kräftig. Open AI, die Firma hinter Chat GPT, eröffnete im April 2024 ihr erstes Asienbüro in Tokio.

Deutschlands Nachbarland Frankreich will sich in den kommenden fünf Jahren als einer der weltweit führenden Anbieter im Bereich

KI etablieren. Gegen die US-amerikanische Übermacht setzt das Land auf Investitionen in Start-ups, Universitäten und Forschungszentren. 2,2 Milliarden Euro will die Regierung zwischen 2021 und 2025 in die Entwicklung einer international konkurrenzfähigen Branche investieren. Das dürfte allerdings nicht ausreichen. Eine regierungsseitig eingesetzte KI-Kommission kommt in einem im März 2024 veröffentlichten Bericht zu dem Ergebnis, dass 15 Milliarden Euro nötig wären: pro Jahr.

Das Potenzial zur Entwicklung einer starken Industrie ist auf jeden Fall gegeben. Mit dem erst im Juni 2023 gegründeten Start-up Mistral AI schickt Frankreich einen eigenen Champion in das Rennen um die Vorherrschaft im KI-Bereich. Mistral AI wird Zeitungsberichten zufolge mit mehreren Milliarden Euro bewertet. Vor allem Frankreichs starke Luft- und Raumfahrt- und nicht zuletzt Verteidigungsunternehmen haben KI an erste Stelle ihrer Forschungs- und Entwicklungsvorhaben gesetzt.

Auch Start-ups, nicht selten Ausgründungen aus den universitären Kaderschmieden des Landes – traditionell stark in Mathematik und Informatik –, wirbeln den Sektor durcheinander. 590 KI-Jungunternehmen zählt France Stratégie, davon allein 76 im Bereich generativer KI. Die französische Regierung schiebt über ihr Innovationsförderprogramm France 2030 und die Investitionsförderbank Banque Publique d'Investissement mit Fördermitteln und individueller Begleitung und Coaching die Start-up-Entwicklung an. Google, Meta, IBM und Samsung sind bereits mit eigenen AI-Forschungszentren vor Ort. Amazon, Accenture und Equinix haben auf dem Choose-France-Gipfel im Mai 2024 ihrerseits KI-Investitionen in Milliardenhöhe angekündigt.

Finland ist Vorreiter in der EU

Als eins der digitalsten Länder in der EU aber gilt Finnland, und dort spielt auch KI bereits eine wichtige Rolle. 2023 kam nach Zahlen von Eurostat bei 15,1 Prozent der finnischen Firmen mit mindestens zehn Angestellten bereits KI zum Einsatz. Im EU-Vergleich sind es nur in Dänemark mehr (15,2 Prozent). Finnland hat bereits seit 2017 eine KI-Strategie. Ziel des Landes: führend bei der KI-Anwendung zu werden.

Die Regierung will den Einsatz von KI zur Automatisierung von Entscheidungen der





»Wir wollen eine mit Google Maps vergleichbare Plattform für Gebäude schaffen.«

FELIX REINSHAGEN, CEO von Navvis

NAVVIS DIGITALE ZWILLINGE VON GEBÄUDEN

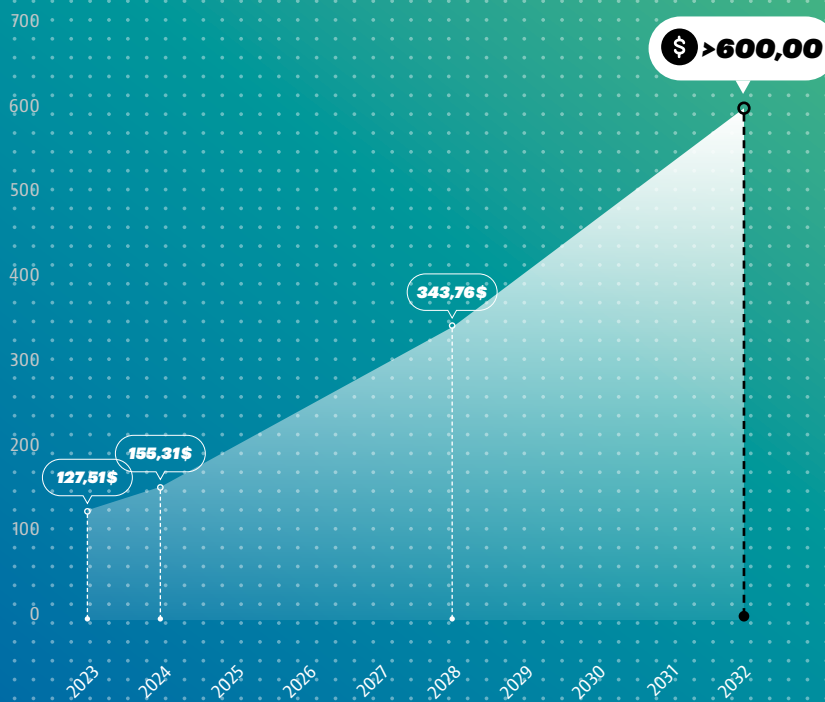
Navvis, ein Spin-off der TU München, hat ein mobiles Kartierungssystem für Innenräume entwickelt, die auf der Technologie Simultaneous Localisation and Mapping (SLAM) basiert, die vor allem bei der Navigation autonom fahrender Autos zum Einsatz kommt. Die Technologie von Navvis erstellt mit hochpräzisen Scannern fotorealistische digitale Zwillinge in 2-D und 3-D von Gebäuden und Anlagen. Das

soll Kunden aus der Automobil-, Bau-, Immobilien- und Versicherungsbranche helfen, effizientere Entscheidungen im Produktionsprozess zu treffen, etwa bei der Planung, im Betrieb, bei der Wartung oder bei Reparaturen. Inzwischen haben die Münchener mehr als 300 Mitarbeiter sowie Büros in München, China und den USA, und sie sind in mehr als 40 Ländern weltweit vertreten.

NAME Navvis	
KI-ANWENDUNGSGEBIET Fabrikplanung	HAUPTINVESTOREN Kozo Keikaku Engineering (Japan), TargetPartners (Risikokapitalfonds), Yttrium (Wachstumsfinanzierer), MIG Capital (Risikokapitalfirma), Cipio Partners (Wachstumsfinanzierer), Bay BG
GRÜNDER Sebastian Hilsenbeck, Robert Huitl, Felix Reinshagen, Georg Schroth	
GRÜNDUNGSJAHR 2013	SITZ München

DAS METAVERSE KOMMT INS GESCHÄFT

Wachstum des Weltmarkts für Spatial-Computing (virtuelle 3-D-Umgebungen auf Basis der realen Welt, in der sich Nutzer mit Datenbrillen bewegen) in Mrd. US-Dollar



Quellen: The Business Research Company, Deloitte Consulting

AKKURATE TECHNIK



Millimeter: So genau können die Lasersensoren von Navvis Gebäude vermessen.

Quelle: Navvis



»KI IST EVOLUTIONÄR UND REVOLUTIONÄR ZUGLEICH.«

LUKAS KLINGHOLZ leitet beim Branchenverband Bitkom das Team Cloud und künstliche Intelligenz (KI). Er beschäftigt sich mit regulatorischen Themen und der Marktentwicklung im Bereich KI. Mit Markets International sprach er über den KI-Standort Deutschland.

Interview: **CHRISTIANE SÜSSEL** und **CHRISTINA OTTE**, Germany Trade & Invest

Herr Klingholz, künstliche Intelligenz (KI) wird mitunter als ähnlich revolutionär wie die Erfindung der Dampfmaschine angesehen. Welche Potenziale bietet sie für Unternehmen?

LUKAS KLINGHOLZ: Die Potenziale von KI sind sehr groß. Es dauert aber, bis Unternehmen verstehen, wie sie KI-Technologien ganz konkret nutzen können. Der nächste Schritt ist es, mit KI neue Geschäftsmodelle zu designen. KI ist evolutionär und revolutionär zugleich.

Was müssen Unternehmen beachten, wenn sie KI im Unternehmen einführen?

KI, quasi von der Stange, lässt sich relativ schnell anwenden. Daten der eigenen Organisation zu nutzen, um vorhandene Technologien auf Basis der eigenen unternehmensspezifischen Daten weiterzuentwickeln, ist dahingegen die Königsdisziplin. Hierfür ist die Qualität, die Beschaffenheit und Verfügbarkeit der Daten wichtig. Beim KI-Training sollte ich den Datenschutz und Urheberrechte beachten und mich im Rahmen des AI Acts der EU bewegen. Mitarbeiter sollten KI zudem als Partner und nicht als Gegner begreifen.

Was ist zu bedenken, wenn ein Unternehmen nicht nur im deutschen Mutterhaus KI einsetzen möchte, sondern auch im Ausland?

Je nachdem, in welchem Teil der Welt ich unterwegs bin, muss ich sowohl als Anbieter als auch als Nutzer unterschiedliche rechtliche Vorgaben beachten. Insbesondere, wenn man Produktentwicklungskosten optimieren will, sollte man Synergien bei der Umsetzung von Regulatorik heben.

Die USA sind Deutschland ziemlich weit voraus in der KI-Nutzung und Anwendung. Ist das so?

Deutschland hat eine ausgeprägte Kompetenz im produzierenden Gewerbe, bei Automobil, Pharmazie und Chemie und ist historisch gesehen weniger stark in der IT-Industrie. Für die starken mittelständischen und exportorientierten Unternehmen geht es jetzt darum, KI in den traditionell starken Domänen zu nutzen und dort ihre Marktführerschaft zu erhalten. In den nächsten Jahren wird sich zeigen, ob europäische und deutsche Player ihre Nischen mit KI erfolgreich besetzen können.

Wie können wir Anbieter stärken?

Zunächst gilt es, die Regulierung effizient umzusetzen, etwa den AI Act der EU. Dann müssen sich die Rahmenbedingungen für Start-ups verbessern, und der Staat als großer Nachfrager nach IT sollte bei der Beschaffung seine Gestaltungsmacht einsetzen.

Was muss geschehen, damit wir beim Thema KI nicht abgehängt werden?

Der zentrale Punkt ist, KI wirklich in der Breite zu nutzen, verschiedene Technologien auszuprobieren und weg von abstrakten Visionen zu kommen. Ziel muss es sein, domänenspezifische Modelle voranzubringen, die Antworten auf bestimmte Fragestellungen für die gesamte Branche bieten.

ONLINE

Das Interview in voller Länge finden Sie online unter:

www.tinyurl.com/interview-Klingholz

→ öffentlichen Hand ermöglichen. Auch im Gesundheits- und Sozialwesen soll KI größere Bedeutung zukommen. Das Land ist bekannt für seine Verfügbarkeit von Daten aus dem Gesundheits- und Sozialbereich. Unternehmen können diese Daten für Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten erwerben. Das verkürzt die Forschungszeit massiv, und es ist zudem die ideale Grundlage, um KI-Diagnoseverfahren zu testen. Das Land wird von vielen Firmen daher als Testmarkt für neue Technologien genutzt. In Finnland tätige Unternehmen berichten zudem über eine sehr gute Zusammenarbeit zwischen Forschungseinrichtungen und der Industrie.

Was tut sich in Deutschland?

Und Deutschland? Auch hier gibt es bereits seit 2018 eine nationale KI-Strategie. Schon vor mehr als 35 Jahren wurde das DFKI – das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz – ins Leben gerufen. Darüber hinaus gibt es an fünf Hochschulen KI-Kompetenzzentren.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung hat Ende 2023 einen Aktionsplan KI ausgearbeitet. Er soll den Weg von KI made in Germany an die Weltspitze ebnen. „Wir müssen agiler werden und brauchen jetzt dringend neue Impulse für das deutsche KI-Ökosystem“, mahnt Bundesbildungsministerin Bettina Stark-Watzinger. „In den Bereichen Robotik, Gesundheit, Bildung und auch bei KI-Startups wollen wir an die Spitze.“ Den Weg dafür bereiten sollen Daten, Rechnerkapazitäten, Fachkräfte und mehr Forschung.

Als Leuchtturm für Forschung und Entwicklung einer ethisch und nachhaltig eingesetzten KI soll mit dem Innovation Park Artificial Intelligence (Ipa) in Heilbronn das größte Ökosystem für KI in Europa entstehen. Ab 2025 soll ein Campus gebaut werden. Schon jetzt arbeiten Unternehmen und Wissenschaftler hier an KI-basierten Softwareprodukten und -lösungen. Hinter Ipa stehen das Land Baden-Württemberg, die Stadt Heilbronn, die Schwarz Gruppe (Lidl, Kaufland) und die Stiftung des Lidl-Inhabers Dieter Schwarz.

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) bescheinigt der deutschen KI-Forschungslandschaft mit ihrem menschenzentrierten Ansatz eine Anziehungskraft auf Fachkräfte und Talente. Auch bei Rechenkapazitäten in der Forschung sieht die OECD Deutschland sehr gut aufgestellt und hob in ihrem Bericht vom Juni 2024 die gute Ausgangsposition Deutschlands, insbesondere im Bereich Forschung hervor.

Wettbewerbsfähigkeit erhalten

Zurück beim hessischen Unternehmen GEC, das zeigt, wo die Stärken Deutschlands in dieser neuen, technologischen Revolution liegen können. Denn GECs System Oncite ist tief im industriellen Produktionsprozess verankert, gleichzeitig erhebe es Daten fast in Echtzeit und stelle sie sofort KI-gerecht zur Verfügung, erklärt CTO Zervas. „So können auch KMU, ohne großen Aufwand, relativ schnell KI-Anwendungen einsetzen.“

Und auch den Export hat GEC von Anfang an mitgedacht und berücksichtigt die unterschiedlichen rechtlichen Regelungen in einzelnen Ländern für den Umgang mit Daten. „KI-Lösungen brauchen viele Daten, um das System anzulernen, aber auch, um zu validieren, ob die Algorithmen auch stimmig sind“, sagt Zervas. „Wenn sie aber eine Grenze passieren müssen und sie bestimmte Daten nicht von A nach B transferieren dürfen, allein schon aus politischen Gesichtspunkten, ist das natürlich schwierig.“ In China etwa müssen Unternehmen ihre kompletten Daten, teilweise bis hin zu den Quellcodes, offenlegen, ohne dass sie wüssten, wofür sie die chinesische Seite nutze, berichtet Zervas.

Insgesamt bescheinigt der GEC-Experte dem Standort Deutschland ein vielversprechendes Wachstumspotenzial. Wenn es um industrielle KI-Anwendungen geht, belegt Deutschland immer noch eine Spitzenposition. Unternehmen aller Branchen könnten ihre Wettbewerbsfähigkeit schließlich nur erhalten, wenn sie moderne KI-Systeme einsetzen.

Doch Zervas hält Eile für geboten. „Vor allem gegenüber China und den USA, die ein Vielfaches in KI investieren, muss sich Deutschland behaupten“, sagt der KI-Experte. Er glaubt: Es gibt noch ein Zeitfenster bis Ende 2024, in dem sich im B2B-Bereich Partnerschaften der Industrie mit KI-Anbietern bilden können. „Deutsche Anbieter müssen also jetzt handeln.“ **M**

MEHR ZUM THEMA



Deutsche Strategie

Darum geht es: Die Strategie der Bundesregierung „KI – Made in Germany“ zum Nachlesen.

Wichtig, weil Anbieter und Anwender von KI erfahren, ob und wie ihre Vorhaben vielleicht gefördert werden.

www.ki-strategie-deutschland.de



Ausführliches Interview

Darum geht es: Das Interview mit GEC-CTO Andreas Zervas (Beispiel aus dem Artikel) in der ausführlichen Langfassung.

Wichtig, weil das Unternehmen zeigt, wie anwendungsorientierte KI-Technik aus Deutschland aussieht.

www.tinyurl.com/interview-zervas



Repräsentative Umfrage

Darum geht es: Umfrage des ZEW zum KI-Einsatz in Unternehmen.

Wichtig, weil Deutschland führenden KI-Märkten wie China und den USA in vielen Bereichen hinterherhinkt und B2B-Anwendungen die Wende bringen könnten.

www.tinyurl.com/zew-studie-ki

Das Hauptpostamt in Asmara ist ein bedeutendes historisches Gebäude aus der italienischen Kolonialzeit der 1910er-Jahre und ein herausragendes Beispiel für die Architektur dieser Epoche.



Fischer verladen Eis aus einer deutschen Maschine im Hafen Massawa.

WEISSER FLECK

AM ROTEN MEER

Eritrea ist eine der letzten Leerstellen auf der Weltkarte deutscher Exportunternehmen. **Ulrich Binkert**, GTAI-Reisekorrespondent für Ostafrika, hat sich am Horn von Afrika umgeschaut.

Der Manager des Zementwerks in Massawa hat sich intensiv auf den Besuch aus dem Ausland vorbereitet. Es war schon länger niemand mehr aus Deutschland da – und er braucht Hilfe. Dringend, denn er leitet den einzigen Zementhersteller in Eritrea. Schon seit 1963 arbeitet die ältere von zwei Anlagen hier am Roten Meer. Mittlerweile allerdings nur noch so halb. Es fehlt an Ersatzteilen des Anlagenbauers, „Krupp Eisen- und Stahlbau Rheinhausen“ hat der Mann auf einen Zettel geschrieben. Bei der Absackvorrichtung für den Zement, auch made in Germany, klemmt es ebenfalls. „Wir hatten immer eine sehr gute Zusammenarbeit mit den

deutschen Firmen“ – bei diesen Worten blättert der Manager in Fotos aus den 90er-Jahren mit gut gelaunten Geschäftspartnern – „und waren mit der Qualität ihrer Technik immer sehr zufrieden.“ Er habe keine Ahnung, ob die Teile noch produziert werden. Auf Anfragen bekomme er keine Antwort. Vielleicht lasse sich ja so etwas ausrichten ...

Diese Art Vermittlung ist zwar nicht so, wie Exportförderung bei GTAI normalerweise funktioniert, aber normal ist hier in Eritrea sowieso nichts. In diesem abgeschotteten, kleinen Land am Horn von Afrika ist von Aktivitäten deutscher Firmen nichts bekannt. Eritreas Regierung beklagt eine „große Zurück-

haltung“ westlicher Unternehmen. Müsste es doch auch hier Marktchancen für deutsche Exporteure geben?

Vielleicht in der Telekommunikation. Wenn jemand erleben will, wie sich Freunde bei einem Treffen noch unterhalten, statt nur aufs Handy zu starren, sollte nach Eritrea gehen. Facebook, Whatsapp oder auch nur Telefon-Roaming, alles Fehlanzeige. Noch nicht mal Internet gibt es, jenseits der paar Inseln von Firmen oder Hotels. Sie verschaffen sich mit Tausenden von US-Dollar im Monat einen Zugang zum Netz. Wenn das Handy dann „Das Netzwerk wird eventuell überwacht“ meldet, kommt unwillkürlich die Frage auf: Ist das

nun ein Relikt der Apps, welche die freundliche Dame von der Rezeption zwecks Netzverbindung installiert hat? Oder doch ein Gruß vom Überwachungsstaat?

„Jeder Zehnte von den Leuten hier ist ein Spitzel“, meint auf einem belebten Platz in Eritreas Hauptstadt Asmara ein Ausländer, der schon eine Weile hier lebt. Die Regierung muss sich bei der Kontrolle der Bevölkerung ihrer Sache inzwischen allerdings recht sicher sein. Polizei ist in Asmara oder in der Hafenstadt Massawa kaum zu sehen. Selbst beim Besuch im Büro von einem der obersten Vertreter der Staatspartei gibt es keinen Sicherheitscheck: kein Personal außer der Sekretärin, niemand will in die Tasche sehen.

Harte Fakten? Fehlanzeige

Das Thema des Besuchs: die Wirtschaft Eritreas. Vieles weiß man nicht darüber. Schon bei den grundlegenden Daten zum Land herrscht Unklarheit. Leben nun gut sechs Millionen Menschen im Land, wie der US-Geheimdienst CIA meint? Oder sind es doch eher drei Millionen, was näher bei der Angabe der Weltbank wäre? Der Parteigewaltige lächelt. „Gehen Sie mal von 4,5 Millionen aus.“ Kennt er denn selbst die wirkliche Zahl? Natürlich, kommt es zurück, wie sonst wolle man ein Land regieren?

Auf die Frage nach der Größe der Volkswirtschaft gibt er keine Antwort. Deren Wachstum scheint man immerhin bis auf die Nachkommastelle ausgerechnet zu haben: „3,5 bis 4 Prozent im Jahr.“ Ob sich das jetzt auf dieses, das nächste oder auf das vergangene Jahr bezieht? Man weiß es nicht so genau.

Westliche Unternehmen tun sich schwer in einem Land, mit dem die politischen Beziehungen kompliziert sind. Wo in einem Ministerium jemand erklärt: „Erst müssen die Menschen genügend zu essen bekommen und ein Dach über dem Kopf haben, bevor man sich um Bürgerrechte kümmern kann.“ Gefragt ist bei dieser Sachlage, werden sich manche Wirtschaftsvertreter denken, eine strikte Trennung von Politik und Geschäft. Und ein sehr pragmatisches Handeln. So wie man das gemeinhin den Chinesen nachsagt.

Was man weiß: Chinas Firmen dominieren den Bergbau, die mit Abstand wichtigste Exportbranche für Eritrea. Zijin, Sichuan & Co. haben in den vergangenen Jahren westliche Firmen aus sämtlichen großen Bergwerken und Minenprojekten herausgekauft. Aber auch sie scheinen nicht vollkommen zufrieden mit den Dingen, wie sie im Land laufen. So werde es

schwierig mit den Erträgen im Bergbau, wenn die Kupferminen nicht einmal, wie allgemein üblich, ihre Nebenerzeugnisse als Dünger für die Landwirtschaft verkaufen dürfen. In Eritrea haben sie es sich nämlich in den Kopf gesetzt, dass Dünger künftig nur noch aus organischen Quellen stammen soll.

Die Eigensinnigkeit, die Beobachter der eritreischen Regierung zuordnen, mag zu tun haben mit dem langen Unabhängigkeitskampf gegen den großen Nachbarn Äthiopien. Auch für die Wirtschaft gilt: Bloß nicht alle Eier in einen Korb legen – so ließe sich ein vielfach in Ministerien geäußertes Wunsch zusammenfassen. Ein leises Verständnis für diese Haltung dämmert dem Besucher bei Vorbeifahrt an einem festungsartigen Riesengelände, das sich als Chinas Botschaft in Asmara entpuppt.

Auch schaut das Bergbauministerium den Chinesen auf die Finger, lässt sich aus einem Gespräch in der Behörde mitnehmen. Ein Beispiel: Im Goldbergwerk Zara soll der neue chinesische Haupteigner viel Gerät von zu Hause mitgebracht haben, nachdem er den australischen Vorbesitzer herausgekauft hatte. Allerdings kamen die Chinabrecher nicht mit dem harten eritreischen Gestein zurecht. Man habe mit dafür gesorgt, dass jetzt westliche Technik den Job macht, so der Vertreter des Ministeriums.

„Ich will keine Maschinen aus China!“, sagt auch der Chef des Hafens Massawa. „Wir brauchen hier die beste Technik und eine gute Ersatzteilversorgung“, bekräftigt der Mann, der auch oberster Herr von Eritreas Hafenbehörde ist. Was für ihn beste Technik ist? Er zeigt auf seine Verladekräne: allesamt europäische Marken. Der neueste Ship-to-Shore-Kran stammt

ERITREA DIE WICHTIGSTEN FAKTEN

Fläche

117.600 km²

Einwohner

4,5¹⁾ Mio.

BIP in Kaufkraftparitäten²⁾

6,4 Mrd. US-Dollar

BIP/Kopf in Kaufkraftparitäten²⁾

1.831 US-Dollar

BIP-Wachstum

3,5–4 Prozent²⁾

Quellen: 1) Regierung; 2) IWF, 2019

aus Deutschland. Für den mobilen Kran, dessen Beschaffung ansteht, liegt dem Hafenchef schon ein Angebot des deutschen Unternehmens auf dem Tisch.

Unterm Strich macht die Visite in Eritrea klar: Marktpotenzial gibt es schon, die Chinesen machen es vor. Und wenn es zum Teil nur aus dem Ersatzbedarf für uralte Maschinen besteht. Da könnte der Besuch im Zementwerks schon was gebracht haben. „Wir kümmern uns“, heißt es, dann wieder in Deutschland, bei einem der Lieferanten von damals. **M**

Denkmal ohne Schutz: das historische Zentrum der Hafenstadt Massawa.



SCHULTERSCHLUSS IN SCHWEREN ZEITEN

Die deutsch-französischen Beziehungen haben schon bessere Zeiten gesehen. Dass der Präsident nach den Neuwahlen mit schwierigen Mehrheiten zu tun hat, macht die Sache nicht einfacher.

Zwischen Unternehmen läuft es runder.

von **FRAUKE SCHMITZ-BAUERDICK**, *Germany Trade & Invest Paris*



NACH DEN NEUWAHLEN: WAS ÄNDERT SICH?

Der gefürchtete Erdrutschsieg des rechtsextremen Rassemblement National (RN) ist ausgeblieben. Stärkste Kraft in der neu gewählten Assemblée Nationale ist das Linksbündnis Nouveau Front Populaire, gefolgt vom bisherigen Regierungsbündnis Ensemble. Der RN ist – anders als erwartet – nur dritte Kraft. In der Nationalversammlung stehen sich nunmehr drei ideologisch entgegengesetzte Blöcke gegenüber. Die große Schwierigkeit wird darin liegen, eine arbeits- und abstimmungsfähige Mehrheit zu finden. Die parlamentarische Zusammenarbeit mehrerer Parteien in festen Koalitionen ist in Frankreich bislang nicht üblich.

Die Rede von Emmanuel Macron beim Europäischen Jugendfest vor der Dresdner Frauenkirche. Der französische Präsident war Ende Mai zum Staatsbesuch in Deutschland.

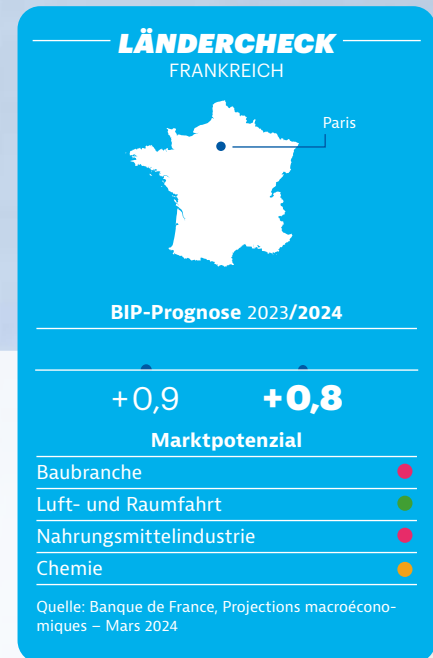
Das **Deutsch-Französische**, sagt David Alexandre, „ist unsere DNA.“ Alexandre ist einer von fünf Geschäftsführern des deutsch-französischen Umwelt- und Energieunternehmens Tilia. Gegründet 2009 in Leipzig durch zwei Franzosen, ist Tilia seit 2012 in Frankreich vertreten. Und profitiert mittlerweile von seiner binationalen Herkunft.

„Heute hilft uns unsere deutsche Seite. Das bringt ein Plus, ein Differenzierungsmerkmal“, sagt Alexandre. Tilia gelte als offener und globaler als rein französische Unternehmen, vor allem bei großen Klienten. „Kunden wissen, dass Deutschland bei erneuerbaren Energien, Wasserstoff oder Müllverwertung weiter als Frankreich ist und dass wir, als deutsch-französisches, europäisches Unternehmen, einen anderen Blickwinkel haben.“

Das war nicht immer so. Als Tilia in Frankreich an den Start ging, stellten die Gründer die deutschen Wurzeln des Unternehmens nicht in den Vordergrund, erinnert sich Alexandre. Tilia arbeitet viel mit der öffentlichen Hand, gemeinsam mit Kommunen entwickelt man Konzepte im Bereich Wasser, Abfall und Energie. „Wir mussten sicherstellen, dass wir ins französische Gefüge eingebettet sind und französisches Know-how haben, die Normen und Gepflogenheiten kennen“, sagt Alexandre.

Tilia ist nur eines von annähernd 2.500 Unternehmen, das von Deutschland aus nach Frankreich expandiert ist. Im Jahr 2021 stellten deutsche Unternehmen laut französischem Statistikamt Insee 25 Prozent aller ausländischen Investitionen im Land. Und das deutsche Engagement in Frankreich zieht weiter an. Mit 183 Projekten war Deutschland im Jahr 2023 wie schon im Jahr 2022 zweitwichtigster Investor in Frankreich. Nur aus den USA kamen mehr Unternehmen ins Land.

Auch für 2024 planen deutsche Unternehmen Großinvestitionen in Frankreich. So



werden Schäffler und Continental ihre Präsenz ausbauen. Und Mercedes wird seinen E-Bus Citaro ab 2024 in Ligny-en-Barrois in der Region Grand Est produzieren.

Pro-Business-Politik kommt gut an

Dass Frankreich bei deutschen Unternehmen hoch im Kurs steht, wundert Patrick Brandmaier nicht. „Die Regierung Macron hat es in den vergangenen Jahren geschafft, Frankreich zu einem der führenden Investitionsziele der Welt zu machen“, sagt der Geschäftsführer der Deutsch-Französischen Auslandshandelskammer (AHK) in Paris. Reformen im Arbeits- und Steuerrecht und interessante Investitions- und Innovationsförderprogramme zögen ausländische Investoren an. Frankreich sei im Jahr 2023 zum fünften Mal in Folge der attraktivste Investitionsstandort Europas gewesen. „Internationale Unternehmen honorieren die Pro-Business-Politik von Macron“, sagt Brandmaier. Ob dies auch in Zukunft so bleibt, bleibt abzuwarten. Dass Macron erheblich an Rückhalt in der Bevölkerung verloren hat und nun mit der Opposition und instabilen Mehrheiten kooperieren muss, macht nicht nur die Börse, sondern auch ausländische Unternehmen nervös.

Die Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Frankreich laufen bislang jedenfalls auf Hochtouren. Der deutsch-französische Außenhandel erreichte im Jahr 2023 gut 190 Milliarden Euro. Deutschland exportierte im Jahr 2023 Güter im Wert von 120 Milliarden Euro nach Frankreich, 20 Prozent mehr als

in die Volksrepublik China. Maschinen und Anlagen sind die wichtigsten deutschen Ausfuhr Güter. Für Frankreich ist Deutschland Handelspartner Nummer eins.

Politisch nicht immer auf einer Linie

Dennoch ist nicht alles gut. Auch abgesehen von den schwierigen Mehrheitsverhältnissen im französischen Parlament läuft es seit Beginn des Jahres 2022 auf politischer Ebene zwischen Deutschland und Frankreich nicht immer rund. Unterschiedliche Positionen in Fragen wie Energie, Verteidigung, Handel oder budgetäre Disziplin stellen die politischen Beziehungen auf die Probe.

Die deutsche Haushaltsdisziplin gefährdet nicht nur Investitionen in Deutschland, sondern belastet alle Länder der Eurozone. So lautet ein in Frankreich nicht selten gehörter Vorwurf. In Deutschland hingegen hat man wenig Verständnis für Frankreichs eher laxen Umgang mit europäischen Schuldengrenzen. Nach Griechenland und Italien ist es 2023 das Land mit der höchsten Schuldenquote Europas. Knapp 111 Prozent des französischen Bruttoinlandsprodukts beträgt die Schuldenlast des Landes: gut 3.000 Milliarden Euro.

Auch Energie ist und bleibt ein Streitthema. Die Franzosen sind stolz auf ihre Atomkraftwerkflotte und verstehen Deutschlands Atomausstieg nicht. Der Vorwurf: Deutschland poche auf Dekarbonisierung, aber stoße wegen seiner Abhängigkeit von der Kohle immer noch wesentlich mehr CO₂ aus als Frankreich.

Und im Umgang mit Verteidigungsfragen oder China ist gerade Präsident Macron zumindest verbal gelegentlich forscher, als die deutsche Seite es gern sieht. Die Franzosen wiederum halten Deutschland bisweilen für zu zögerlich.

Bislang musste man sich deswegen keine Sorgen machen, hört man aus Diplomatenkreisen. Kein Land ist so eng mit Deutschland verflochten, kein Land so intensiv bis in die höchsten Regierungsebenen eingebunden wie Frankreich. Deutschland und Frankreich waren die „Lokomotive Europas“ und haben auf europäischer Ebene Programme wie den Innovationsfonds oder den Net Zero Industry Act vorangetrieben. Gemeinsames Ziel: die internationale Wettbewerbsfähigkeit des alten Kontinents auch in Zeiten extremer Konkurrenz mit China und den USA zu sichern.

Beobachter aber bezweifeln, dass diese aktive gemeinschaftliche Europapolitik auch in Zukunft noch Bestand haben wird. Die Schwächung Macrons im eigenen Land wird auch auf sein europäisches Engagement und Gewicht durchschlagen. Auch auf politischer Führungsebene könnte die deutsch-französische Kommunikation schwieriger werden. Diplomaten hoffen darauf, dass die guten Wirtschaftsbeziehungen in diesen politisch bewegten Zeiten für Stabilität sorgen.

Denn: „Die deutsch-französische Freundschaft ist Realität, auch wirtschaftlich. Und das gilt trotz politischer Dissonanzen“, stellt Patrick Brandmaier klar. Aber auch auf wirtschaftlicher Ebene sehen er und Unternehmen noch Verbesserungspotenzial.

Trotz der Pro-Business-Reformen ist und bleibt Frankreich ein Land mit einer komplexen Bürokratie. David Alexandre von Tilia weiß ein Lied davon zu singen. „Gerade im Wasserbereich herrscht ein Wirrwarr an überlappenden

3 FRAGEN ZUM MARKT



Frauke Schmitz-Bauerdick,
GTAI-Korrespondentin
Paris

»Frankreich ist auf den ersten Blick ein Selbstläufer, aber der Teufel steckt im Detail.«

Wie lauten die Prognosen zum Wirtschaftswachstum?

Frankreich wächst, wenn auch nur schwach. Für 2024 liegen die Prognosen der Banque de France bei lediglich 0,8 Prozent. Grund ist die gedämpfte Konsumfreude der Verbraucher. Allerdings steigen die Gehälter, und die Inflation geht zurück. Damit dürfte sich die Kaufkraft zumindest mittelfristig verbessern. So erwartet die französische Zentralbank im Jahr 2025 ein Wachstum von 1,5 Prozent und dann 1,7 Prozent im Jahr 2026.

Wo liegen die Wirtschaftskluster, die sich auch für deutsche Unternehmen anbieten?

31 Prozent des Bruttoinlandsprodukts werden in der Hauptstadtregion um Paris generiert. Regionale Cluster aber gewinnen an Gewicht. Das Vallée de la Chimie bei Lyon ist ein Zentrum der Chemiewirtschaft. Grenoble und Toulouse sind Vorreiter in Sachen Luft- und Raumfahrtindustrie. Fos-sur-Mer bei Marseille will mit Gigainvestitionen zum Zentrum für erneuerbare Energien und

die Produktion grünen Wasserstoffs werden. Und im Norden, in der Region Hauts-de-France, entwickelt sich mit dem Vallée de la Batterie ein Cluster für E-Mobilität und grüne Industrien.

Wo liegen die größten Hürden?

Frankreich ist auf den ersten Blick ein Selbstläufer, aber der Teufel steckt im Detail. Mangelnde Sprachkenntnisse auf beiden Seiten erschweren die Kommunikation. Unterschiedliche Auffassungen in Bezug auf Vorgehen, Ziele und Umsetzung von Planungen können Kooperationen belasten. Da sind Flexibilität und Offenheit gefragt, aber auch ein lösungsorientiertes Management.

822

Millionen Euro Investitionen in Frankreich haben deutsche Firmen im Mai 2024 angekündigt.

347K

Zahl der Beschäftigten in deutschen Unternehmen in Frankreich im Jahr 2021

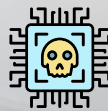
10,8%

Anteil der verarbeitenden Industrie (ohne Kokerei und Mineralölverarbeitung) an der Wertschöpfung im ersten Quartal 2024



Bundeskanzler Olaf Scholz (links) mit Frankreichs Präsident Emmanuel Macron beim Festakt zum 60. Jubiläum des Élysée-Vertrags: Nach den Neuwahlen werden die Karten im Nachbarland politisch neu gemischt.

NISCHENMÄRKTE



Cybersecurity: Frankreich leidet unter immer mehr und heftigeren Cyberangriffen. Unternehmen und die öffentliche Hand investieren in ihre IT-Infrastruktur. Der Cyberschutzsektor expandiert und erzielte im Jahr 2023 Umsätze von 3,8 Milliarden Euro. Für das Jahr 2024 erwartet der Branchenverband Numeum starke Umsatzsteigerungen von 10,2 Prozent.



Wasserwirtschaft: Wasser wird zu einer raren Ressource. Wasser wiederzuverwerten, kann bei der Bewältigung der Wasserkrise helfen. Bis 2030 soll die Wiederverwertungsquote von bislang knapp einem Prozent auf zehn Prozent steigen. Die Furcht vor Wasserknappheit in der Produktion schiebt Industrieinvestitionen an.



Fotovoltaik: Solarstrom boomt. Die installierten Solarkapazitäten werden Prognosen zufolge von gut 19 Gigawatt Ende 2023 auf 35 Gigawatt im Jahr 2030 wachsen. Die Regierung will die heimische Solarindustrie stärken. 2030 sollen 40 Prozent der in Frankreich verbauten Fotovoltaiktechnologie auch in Frankreich produziert worden sein.



Wasserstoff: Frankreich will Weltmarktführer im Bereich Wasserstoff werden. Bis 2035 soll die installierte Produktionskapazität von dekarbonisiertem Wasserstoff bei zehn Gigawatt liegen. Die Regierung fördert Unternehmen unter anderem durch Steuergutschriften und das Innovationsprogramm France 2030. Neun Milliarden Euro stehen bis 2030 an Fördermitteln bereit.

Ratingagenturen erzwingt die Kehrtwende. Der Schuldendienst belastet den Staatshaushalt immer mehr und erzwingt eine neue Ausgaben disziplin. Unternehmen fürchten, dass die attraktive Förderpolitik für grüne und innovative Technologien in Zukunft unter die Räder kommen könnte. Dies gilt verstärkt unter der neuen Rechtsregierung, die nicht nur ihren wirtschaftlichen Kurs, sondern auch Finanzmittel zur Umsetzung der im Wahlkampf angekündigten Programme sucht.

Trotzdem bleiben deutsche Unternehmen dem französischen Markt bisher treu. Aber: „Wir brauchen weniger Verwaltung und mehr Zeit für unsere Arbeit“, fordert David Alexandre. Er wünscht sich „weniger Pläne und mehr Anreize“. Damit dürfte er nicht nur deutschen, sondern auch französischen Unternehmen aus der Seele sprechen. **M**

ONLINE



Mehr Informationen zu Frankreich finden Sie auf unserer Website: www.gtai.de/Frankreich

Kompetenzen“, sagt der Unternehmer. „Wir brauchen dringend eine administrative Vereinfachung“, sagt der Tilia-Geschäftsführer: bei Zuständigkeiten, bei Verwaltungs- und bei Genehmigungsprozessen.

„Nichts geht wirklich schnell hier“, bestätigt AHK-Chef Brandmaier trocken. Insbesondere für Unternehmen aus dem Bereich Pharma und Medizintechnik wird Frankreich zu einem zunehmend unattraktiven Markt, zumindest was den lokalen Absatz angeht. Umständliche, im europäischen Vergleich langsame Zulassungsverfahren und eine niedrige Vergütung für Medizin und Medizintechnik behindern die Branche. Deutsche Unternehmen wie B. Braun sind zwar stark im lokalen Markt verankert. Dennoch geht 80 Prozent der französischen Produktion von B. Braun in den Export. Der Aufwand für die Positionierung innovativer Produkte ist zu hoch, der Erlös zu gering.

Sorgen bereitet Unternehmen auch die finanzielle Lage des Landes. Auch die neue Regierung muss sparen – und das trotz Wahlversprechen in geschätzt zweistelliger Milliardenhöhe. Nicht nur der Druck des heimischen Rechnungshofes und internationaler

»KEIN NULL-SUMMENSPIEL«

Der Handelsminister von Malaysia, Zafrul Aziz, besuchte im März 2024 gemeinsam mit Premierminister Anwar Ibrahim Deutschland. Im Exklusivinterview erklärt Zafrul Aziz, warum Malaysia ein guter Standort für deutsche Unternehmen ist. Und was es für ein Freihandelsabkommen mit der EU braucht.

Interview: **NIKLAS MAHLKE**, Germany Trade & Invest Berlin



GROSSE PLÄNE

Malasias New Industrial Masterplan 2030 (NIMP 2030) ist die aktuelle Industriestrategie der malaysischen Regierung. Das Strategiepapier definiert fünf Prioritätssektoren: Luft- und Raumfahrt, Chemie, Elektronik und Elektrotechnik, Pharmazeutik und Medizintechnik. Um diese und andere Sektoren auszubauen, setzt das Land insbesondere auf ausländische Direktinvestitionen.

Auch mit der National Energy Transition Roadmap (NETR) verfolgt die malaysische Regierung ambitionierte Ziele: Bis zum Jahr 2035 soll der Erneuerbarenanteil der installierten Kapazität beim Strommix 40 Prozent, im Jahr 2050 sogar 70 Prozent betragen. Die benötigten Investitionen für die Energiewende bis 2050 werden auf etwa 253 Milliarden US-Dollar geschätzt. Die Regierung will dafür auch vermehrt ausländische Direktinvestitionen anziehen.

Herr Minister, welchen Eindruck nehmen Sie von Ihrer Deutschlandreise mit?

ZAFRUL AZIZ: Der Premierminister und ich haben uns in den vergangenen Tagen mit 28 Unternehmen getroffen. Viele von ihnen sind schon seit etwa 50 Jahren in Malaysia ansässig. Es gibt aber auch einige, die sich jetzt Länder der ASEAN-Region anschauen, weil sie weg von China wollen. Ein Ziel unseres Besuches war es, diese Unternehmen zu treffen. Wir konnten in Malaysia aufgrund der Handelsspannungen zuletzt große Investitionsströme verzeichnen und feststellen, dass das Interesse europäischer, insbesondere deutscher sowie amerikanischer Unternehmen gestiegen ist.

Warum sollten sich deutsche Unternehmen für Malaysia entscheiden?

Wenn Sie europäische Investoren nach den größten Vorteilen Malaysias befragen, dann sagen sie: Der erste Vorteil ist die Verfügbarkeit von Energie und die Bewegung hin zu sauberer Energie. Nummer zwei ist Talent. Unsere Bevölkerung spricht hauptsächlich Englisch und hat Erfahrung in den relevanten Sektoren. Drittens hat die ASEAN-Region eine Bevölkerung von 680 Millionen Menschen. Es ist die wirtschaftlich am schnellsten wachsende Region der Welt. Die Unternehmen gehen also dorthin, um die Lieferkette neu auszurichten und zu diversifizieren. Nicht um ihr Chinageschäft zu schließen, sondern ihre Aktivitäten in ASEAN zu erweitern.

In welchen Industrien sehen Sie mögliche Synergien zwischen deutschen und malaysischen Unternehmen?

Wir sind schon mehr als 50 Jahre in der Halbleiterindustrie tätig. Wir haben einen Weltmarktanteil von 14 Prozent und gehören zu den fünf größten Akteuren der Welt. Deshalb kommen große Unternehmen wie Intel zu uns, und natürlich auch deutsche Unternehmen wie Infineon. Ich habe einige Unternehmen aus dem Automobilsektor getroffen, darunter Volkswagen und BMW, die beide eine große Präsenz in Malaysia haben. Sie treiben dort Forschung und Entwicklung und wollen Malaysia zu einem Hub für Elektrofahrzeuge machen, weil ein großer Teil der

Lieferkette schon vorhanden ist. Ein weiterer Sektor, in dem wir stark aufgestellt sind, ist die Medizintechnik – zum Beispiel ist die deutsche B. Braun in Malaysia vertreten.

Die EU hat sich Klimaneutralität bis 2050 zum Ziel gesetzt. Ein Baustein dafür ist ein CO₂-Preis für importierte Güter, der Carbon Border Adjustment Mechanism, kurz CBAM. Bereiten malaysische Unternehmen sich darauf vor?

Ja, die EU ist da frühzeitig auf uns zugekommen. Das betrifft aktuell etwa zwei, drei Prozent unserer Waren, Tendenz steigend. Für die größeren Unternehmen ist es einfacher, aber die kleineren Unternehmen müssen sich vorbereiten, sonst werden sie verlieren. Denn es geht nicht nur um den Marktzugang, sondern auch um die Lieferkette. Einige Sektoren sind besser vorbereitet als andere. Wir müssen also beim Kapazitätsaufbau und auch beim Übergang dazu helfen. Aber: Malaysia hat ebenfalls ein Netto-Null-Ziel bis 2050.

Die Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen zwischen der EU und Malaysia liegen seit zwölf Jahren auf Eis. Was muss passieren, damit das Freihandelsabkommen weiter verhandelt werden kann?

Seit dem vergangenen Jahr haben wir wieder Sondierungsgespräche geführt, um bestehende Lücken in der Handels- und Investitionspolitik zu ermitteln und um über Möglichkeiten nachzudenken, die beide Seiten bei einer Wiederaufnahme der Verhandlungen nutzen können. In diesen zwölf Jahren haben sich die EU und Malaysia weiter auseinanderentwickelt: was den raschen technologischen Fortschritt in der EU angeht, außerdem Handel und Investitionen. Aber wir sind zuversichtlich, dass diese Unterschiede in Bereiche von gemeinsamem Interesse umgewandelt werden können, in

denen wir zusammenarbeiten können. Wir glauben, dass ein Freihandelsabkommen kein Nullsummenspiel ist. Im Wesentlichen sollte ein Freihandelsabkommen nicht nur die Vorteile für bestimmte Segmente des Unternehmensökosystems untersuchen, wie multinationale Konzerne, sondern auch die Frage beantworten, wie kleine und mittlere Unternehmen von der Symbiose und den Synergien mit ihren EU-Kollegen lernen und profitieren können.



Regier Austausch: GTAI-Redakteur Niklas Mahlke (rechts) im Gespräch mit Malaysias Handelsminister Zafrul Aziz.

Offensichtlich gibt es von der EU-Seite ein enormes Interesse daran, ein Freihandelsabkommen zu unterzeichnen, ähnlich wie das bei Vietnam und Singapur schon der Fall ist. Würden Sie sagen, Malaysia ist genauso interessiert?

Die Zunahme des Handels zwischen der EU und Vietnam hat Vietnam zum wichtigsten Partner der EU in der Region für den Warenhandel werden lassen. Es ist der zweitwichtigste ASEAN-Partner der EU für den Handel mit Waren und Dienstleistungen nach Singapur. Als Land mit einer Außenhandelsquote von 147 Prozent ist für uns jede Gelegenheit, unsere Märkte zu vergrößern und zu erweitern, von Vorteil. Wie bereits erwähnt, müssen wir jedoch sicherstellen, dass das Freihandelsabkommen sowohl der EU als auch Malaysia gleichermaßen zugutekommt. **M**

DIE NEUEN **TIGER- STAATEN?**

Die Länder Zentralasiens wollen ihre Wirtschaft diversifizieren und zu Wohlstand kommen. Eine Schlüsselrolle spielen dabei das verarbeitende Gewerbe – und ausländische Technologie.

von **VIKTOR EBEL**, Germany Trade & Invest Bonn

Steel Service hat Kasachstan voll im Visier. Das Unternehmen sammelt auf Messen und bei GTAI gerade Informationen zu dem Land. Besonders interessiert sind die Krefelder an den Industriestandorten, vor allem in den Branchen Metallurgie, Rohstoffe und Produktion. Dort sind potenzielle Kunden. Dass in Zentralasien gerade Industrialisierungsoffensiven laufen und deutsche Produkte gefragt sind, hat sich bis an den Niederrhein herumgesprochen. Es kommt der Firma und vielen weiteren deutschen Unternehmen zugute, dass einige Mitarbeiter Wurzeln in Zentralasien haben und deswegen gut mit den Ländern, der Sprache und der Kultur vertraut sind.

Immer mehr Unternehmen interessieren sich für die aufstrebende Region Zentralasien. Tiger gibt es dort zwar schon lange nicht mehr in freier Wildbahn. Wohl aber Ambitionen, in die Riege der sogenannten Tigerstaaten aufgenommen zu werden. Damit sind die Länder in Ost- und Südostasien gemeint, die in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts innerhalb weniger Jahrzehnte von Agrarstaaten zu exportorientierten Industrieländern aufgestiegen oder auf dem Weg dahin sind, allen voran Südkorea, Taiwan, Hongkong und Singapur. Ihr Wirtschaftsaufschwung fußte auf einer unternehmerfreundlichen Wirtschaftspolitik und kostengünstiger Produktion.

In Zentralasien ist die Ausgangssituation ähnlich, die Länder sind landwirtschaftlich geprägt und gehören mit Ausnahme von Kasachstan beim Bruttoinlandsprodukt pro Kopf zu den Schlusslichtern in Asien. Doch die Aufholjagd hat begonnen, wie die Wachstumszahlen zeigen. Das hat auch mit Industrieinitiativen zu tun, die das verarbeitende Gewerbe fördern. Reformfreudige Regierungen in Usbekistan und Kasachstan wollen die Wirtschaft breiter aufzustellen, indem sie Rohstoffe nicht nur exportieren, sondern sie auch zu Produkten mit hoher Wertschöpfung weiterverarbeiten. Etwas schwieriger ist die Ausgangslage in den anderen Republiken.

Die Industrie erlebt ein Revival

Der Zusammenbruch der Sowjetunion läutete das Ende für viele Industriebetriebe in Zentralasien ein. Dieser Trend soll nun umgekehrt werden, um Jobs und Wohlstand für die rasant wachsende, junge Bevölkerung zu schaffen. Die demografische Entwicklung ist eben nicht nur eine Herausforderung, sondern auch ein Standortvorteil, weil sie ein großes Angebot an erschwinglichen Arbeitskräften schafft. Das macht die Region interessant für ausländische Unternehmen.

Das traditionell als Werkbank der Welt geltende China leidet gleichzeitig unter einer alternden Gesellschaft und stark steigenden

3 FRAGEN ZUM MARKT



Viktor Ebel,
GTAI Bonn

»Die Länder sind bemüht, Sanktionsumgehungen zu verhindern.«

Welche Bedeutung hat der Binnenmarkt für das Wirtschaftswachstum?

Die Bedeutung nimmt zu. Nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion waren die gegenseitigen Beziehungen geprägt von Wasser- und Grenzkonflikten, was für den Handel nicht förderlich war. In den vergangenen Jahren wurden viele Streitfragen beigelegt, es lassen sich verstärkt grenzübergreifende Projekte beobachten, was auch positive Auswirkungen auf Handel und Wachstum hat.

Welche Großprojekte werden gegenwärtig umgesetzt?

In Kasachstan entwickelt die deutsche Svevind Energy Group das Projekt HyrAsia One, das in den südkasachischen Steppen Wind- und Fotovoltaikanlagen mit einer Nennleistung von etwa 40 Gigawatt vorsieht. Sie sollen grünen Wasserstoff produzieren, auch für Europa.

Werden über Zentralasien Sanktionen umgangen?

Die Länder sind bemüht, Sanktionsumgehungen über ihr Territorium zu verhindern. Das würdigen auch die EU und Deutschland. Aufgrund der Zollunion zwischen Russland, Kasachstan und Kirgisistan sowie der über 7.000 Kilometer langen Grenze zwischen Russland und Kasachstan kann eine Umgehung in Einzelfällen aber nicht ausgeschlossen werden.

LÄNDERCHECK

ZENTRALASIEN

**DIE WACHSTUMSRATEN DES
BRUTTOINLANDSPRODUKTS IM VERGLEICH:**





Bundeskanzler Olaf Scholz (SPD) und Außenministerin Annalena Baerbock (Bündnis 90/Die Grünen) empfangen im September 2023 die Staatschefs von Kasachstan, Kirgisistan, Tadschikistan, Turkmenistan und Usbekistan zum ersten Zentralasien-Gipfel.

Lohnkosten. Wer nach alternativen Produktionsstandorten sucht, findet in Zentralasien eine breite Rohstoffbasis und ein großes Arbeitskräfteangebot. Zudem punktet die Region mit einer günstigen geografischen Lage. Initiativen wie Global Gateway lassen die Region enger mit Europa zusammenwachsen. Engagements in Zentralasien sind daher auch ganz im Sinne der Diversifizierung der Lieferketten.

Auch Volker Treier, Außenwirtschaftschef der Deutschen Industrie- und Handelskammer, unterstreicht diesen Aspekt in einem Interview: „Für uns heißt die große Überschrift Diversifizierung. Das gilt für Bezugsquellen, Absatzmärkte, Transportwege und Produktionsstandorte. Nimmt man all diese vier Bereiche, dann ist Zentralasien – gemessen an anderen Regionen – besonders spannend.“

Vor allem die Entwicklung in den folgenden Ländern ist vielversprechend.

Usbekistan, das Powerhouse

Usbekistan ist der mit 36 Millionen Einwohnern bevölkerungsreichste Staat in Zentral-

asien und hat sich lange abgeschottet. Nun reformiert das Land seine Wirtschaft aber im Rekordtempo. Bis 2030 will die Regierung ein Einkommensniveau erreichen, das vergleichbar ist mit den Ländern des Westbalkans.

Ein wichtiger Pfeiler der Reformstrategie ist der Ausbau des verarbeitenden Gewerbes, das in Usbekistan auf eine breite industrielle Basis zurückgreifen kann. Das Produktportfolio reicht von Metallernzeugnissen, Bekleidung, Lebensmitteln und Getränken bis hin zu chemischen Erzeugnissen, Baustoffen und Fahrzeugen. Deutsche Anbieter von Maschinen und Ausrüstungen sind in Usbekistan bereits gut vertreten – Tendenz steigend.

Das Potenzial ist auch ausländischen Investoren nicht entgangen: Im Schnitt gingen in den vergangenen Jahren 40 Prozent der Investitionen auf das Konto der verarbeitenden Industrie, die damit ganz vorn liegt. Dabei haben ausländische Unternehmen nicht nur den sich dynamisch entwickelnden usbekischen Markt im Auge, sondern wollen das Land auch als Sprungbrett für die Erschließung der

gesamten Region nutzen. Denn: Usbekistan grenzt an alle zentralasiatischen Staaten, inklusive Afghanistan.

Kasachstan: Ambitionen für die Top 30

Das ölfreiche Kasachstan hat sich derweil das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis 2050 zu den führenden 30 Industrienationen weltweit zu gehören. Dafür aber muss es seine Wirtschaft breiter aufstellen und die Wertschöpfung im Land erhöhen. Das verarbeitende Gewerbe wird dominiert von der Metallindustrie (mehr als 40 Prozent) sowie der Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung (knapp 20 Prozent). Weitere noch junge, aber perspektivreiche Felder sind die Chemie- und Kunststoffindustrie und der Fahrzeug- und Maschinenbau.

Die kasachische Regierung hat mit dem Investment Pool eine Internetplattform geschaffen, die Informationen zu branchenübergreifenden, prioritären Projekten enthält und dabei helfen soll, den Ausbau des verarbeitenden Gewerbes zu beschleunigen. Präferierter Partner bei der Modernisierung

und Diversifizierung der kasachischen Wirtschaft ist Deutschland. Man wolle Produkte nach der Formel „Made in Kazakhstan with German Quality“ produzieren, brachte es der stellvertretende kasachische Premierminister Roman Sklyar bei seinem Deutschlandbesuch im November 2023 auf den Punkt. Deutschland ist bereits einer der wichtigsten Lieferanten von Maschinen in Kasachstan.

Und die Chancen stehen gut, dass es in Zukunft noch mehr werden könnten. Hovsep Voskanyan, der Delegierte der Deutschen Wirtschaft für Zentralasien mit Sitz in Almaty, beobachtet, dass Kasachstan zuletzt immer stärker in den Fokus der deutschen Wirtschaft gerückt ist. „Dazu trugen vor allem die gegen Russland verhängten Sanktionen bei“, sagt Voskanyan. Mehrere Unternehmen hätten ihre Präsenz aus Russland in Nachbarländer verlegt, auch nach Kasachstan. „Darüber hinaus engagieren sich aber auch mehr Firmen aus Deutschland neu auf dem kasachischen Markt, ohne zuvor in Russland aktiv gewesen zu sein.“

Tadschikistan und Kirgisistan machen kleine Schritte

Die Gebirgsrepubliken Tadschikistan und Kirgisistan sind aktuell noch immer stark von Landwirtschaft und Handel geprägt. Doch auch hier tut sich etwas. So hat die tadschikische Regierung eine Industrialisierungsoffensive gestartet, in deren Rahmen zwischen 2022 und 2026 etwa 870 kleine und mittlere Betriebe zur Produktion von Nahrungsmitteln, Bekleidung, Baustoffen und Metallerzeugnissen entstehen sollen.

Kirgisistans verarbeitende Industrie profitiert aktuell von den Aktivitäten seiner Nach-

BEST PRACTICE STEEL SERVICE KREFELD GMBH



Steel Service Krefeld GmbH (SSK) ist ein führender herstellerunabhängiger Großhändler für Präzisionsflachstahl, vorbearbeiteten Werkzeugstahl, helle Rundstäbe, EDM-Blöcke und P-Platten. Der Hauptsitz befindet sich in Krefeld in der Nähe von Düsseldorf. Mit einem Lagerbestand von mehr als 6.000 Quadratmetern und zusätzlichen Lagern im englischen Sheffield und Montreal, Kanada, beliefert SSK Kunden weltweit. Wenn es nach SSK geht, sollen Kunden in Kasachstan und Usbekistan bald hinzukommen. Gegenwärtig sondiert das Unternehmen die Nachfrage in der verarbeitenden Industrie und im Bergbau. Die Kernkompetenzen des Unternehmens liegen bei Stahlprodukten, für die SSK intelligente Lagerverwaltungssysteme und schlanke Bestellprozesse vorsieht.

barländer. In Kooperation mit Usbekistan entsteht etwa die erste Automobilfabrik des Landes. Ein chinesisches Unternehmen plant den Bau einer Fabrik zur Produktion von Mineraldünger. Mit Knauf will sich demnächst auch ein namhafter deutscher Baustoffproduzent in Kirgisistan ansiedeln.

Viele Neuerungen lassen auf sich warten

Beim Geschäftsklima und bei Reformen hingegen besteht in allen neuen Tigerstaaten Nachholbedarf. Das gilt vor allem für das abgeschottete Turkmenistan, das derzeit unter dem Radar ausländischer Unternehmen bleibt und kaum Chancen bietet.

Ein weiteres Problem, das alle fünf Länder betrifft, ist ihre Binnenlage. Im Gegensatz zu den Staaten Ost- und Südasiens haben die Länder Zentralasiens keinen Zugang zu den Weltmeeren. Besserung ist zwar in Sicht: Zusammen mit der EU arbeiten die Länder am Mittleren Korridor. Dieses Netz von Straßen, Schienen- und Schiffsverbindungen über das Kaspische Meer soll die Region besser mit Europa und China verbinden. Bis es so weit ist, gehen aber viele Güter- und Öltransporte weiter über Russland, was ungeliebte Abhängigkeiten schafft.

Die echten Tiger sollen 2025 nach Zentralasien zurückkehren – man will sie dort auswildern und wieder ansiedeln. Bis die Staaten aber zu den Tigerstaaten aufgeschlossen haben, dürfte es deutlich länger dauern. Mit Malaysia → **SIEHE INTERVIEW MIT DEM MALAYSISCHEN HANDELSMINISTER, SEITE 26**, erreicht in den kommenden Jahren voraussichtlich der erste Tigerstaat der zweiten Generation den Status eines Landes mit hohem Einkommen – nach über 40 Jahren. Ob dieses Wachstumsmodell in der Welt des 21. Jahrhunderts noch Bestand haben wird, wird die Zukunft zeigen.

Immerhin: Über mehr Aufmerksamkeit seitens Politik und Wirtschaft können sich Kasachstan, Usbekistan und Co. bereits jetzt freuen. Nie gab es mehr bilaterale und multilaterale Treffen mit Staatschefs aus Zentralasien. **M**

MEHR ZUM THEMA



Zentralasien und Südkaukasus treten aus Russlands Schatten

Darum geht es: Zahlen, Fakten und Prognosen zu vielen Ländern der Region.

Wichtig, weil die zentralasiatischen Staaten ihren soliden Wachstumskurs fortsetzen werden.

www.tinyurl.com/beitrag-zentralasien



Kasachstan will wirtschaftliche Abhängigkeit von Erdöl überwinden

Darum geht es: Der Bauindustrie und den erneuerbaren Energien gehören in Kasachstan die Zukunft.

Wichtig, weil die guten Perspektiven künftig mehr deutsche Firmen anlocken dürften.

www.tinyurl.com/erdoel-kasachstan



Usbekistan rückt mehr in den Fokus der deutschen Wirtschaft

Darum geht es: Erneuerbare Energien, Rohstoffe und die verarbeitende Industrie sind auf dem Vormarsch.

Wichtig, weil das usbekische Handelsministerium auf Auslandsinvestitionen setzt.

www.tinyurl.com/beitrag-usbekistan

RENNEN UM DIE ZUKUNFT

In den USA und der EU ist die Angst vor unfairer E-Auto-Konkurrenz aus China groß, beide setzen auf Strafzölle. GTAI-Korrespondentin Corinne Abele wirft einen Blick auf den chinesischen Heimatmarkt von BYD, NIO und Co. und zeigt: Die Sache ist komplizierter.

von **CORINNE ABELE**, Germany Trade & Invest Shanghai

Das Geschäft laufe nicht gut, erklärt Zhang hinterm Lenkrad seines zwei Jahre alten BYD-Modells Han in Shanghai. Die Wirtschaftslage ist schlecht, die Kunden bleiben aus. Der Fahrer des chinesischen Taxidienstes Didi kann sich über sein Auto eigentlich nicht beklagen: Nach 22 Uhr kann er es günstig an öffentlichen Ladesäulen laden; Reparaturen sind bislang ausgeblieben, und für die Autobatterie hat er – so sein Verständnis – eine lebenslange Herstellergarantie. Geht sie kaputt, wird sie ausgewechselt.

Für europäische Ohren klingt das bedrohlich. Die Sorge vor der Konkurrenz durch chinesische E-Auto-Bauer ist hierzulande groß, denn sie werden immer innovativer. Deutsche Medien überschlugen sich zuletzt geradezu mit Schlagzeilen wie „Billige E-Autos aus China“, „Deutsche Autobauer mit China-Sorgen“ oder „Chinas E-Auto-Flut“.

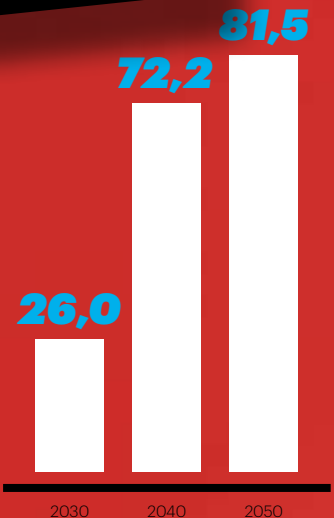
Dabei haben chinesische E-Auto-Hersteller in China durchaus zu kämpfen: Für Kunden wie Zhang sind die Anschaffungskosten noch zu hoch, für Chinas E-Auto-Bauer selbst sind die erzielbaren Verkaufspreise mager – trotz Subventionen. Selbst Platzhirsch BYD fährt nur mit dünner Gewinnmarge. Andere wie HiPhi, Byton oder der Sportwagenbauer mit dem teutonischen Namen Weltmeister sind den roten

Zahlen bereits zum Opfer gefallen. Nio war schon im Jahr 2020 unter den Rettungsschirm der Provinzhauptstadt Hefei geschlüpft.

Chinas Automarkt, insbesondere der für Fahrzeuge mit alternativem Antrieb (New Energy Vehicles; NEV) läuft – wenn auch schwächer als erhofft – dennoch relativ gut. In den ersten vier Monaten 2024 wurden laut Zahlen der China Association of Automobile Manufacturers (CAAM) 32,3 Prozent mehr NEV als im Vorjahreszeitraum verkauft. Von zehn neu erworbenen Pkw fahren damit fast vier (genau: 38,6 Prozent gemäß der China Passenger Car) als Battery Electric Vehicle (BEV) oder Plug-in-Hybrid Electric Vehicle (PHEV).

Aber: „In China tobt ein heftiger Preiskrieg“, erklärt Jochen Siebert, der im Jahr 2007 das auf die Automobilbranche in China spezialisierte Beratungsunternehmen JSC Automotive gegründet hat. Weil Kunden fest davon ausgehen, dass die Preise in Zukunft sinken werden, schieben sie Neuanschaffungen im NEV-Bereich auf die lange Bank. Siebert betont: „Für die meisten Unternehmen ist es fast unmöglich, Geld zu verdienen.“

Siebert bezieht das sowohl auf chinesische wie ausländische Automobilhersteller. So sank allein der Listenpreis für den Mittelklasse-Tesla Model 3 von Ende 2023 um elf Prozent auf rund 30.000 Euro, meldet der Autobauer. Der Preis



SO ENTWICKELT SICH DER WELTMARKT

Anteil reiner Elektroautos an den weltweiten Pkw-Verkäufen (Prognose) in Prozent¹⁾

50%

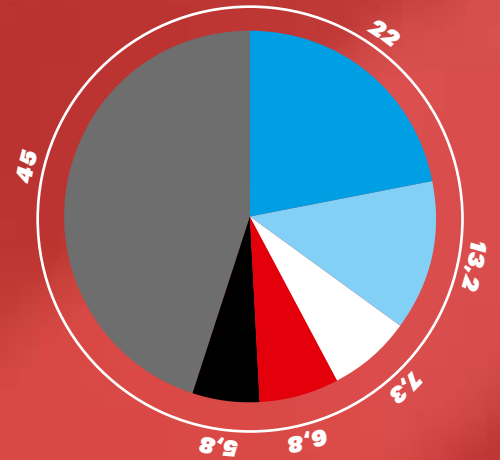
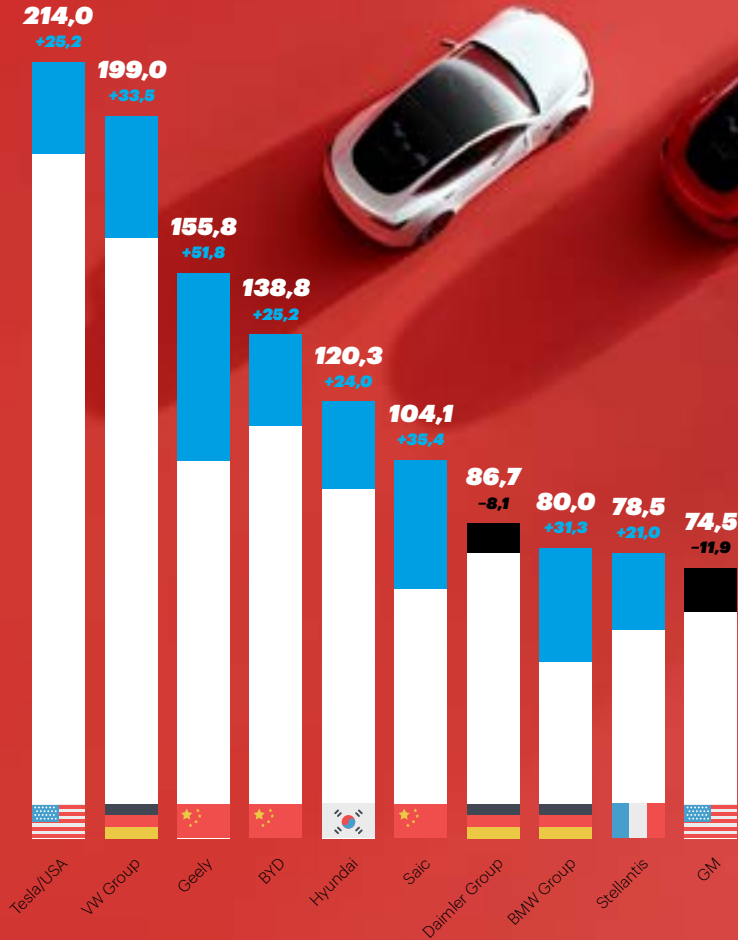
Überkapazitäten haben Pkw-Hersteller in China derzeit – einheimische wie ausländische, schätzen die Experten von JSC Automotive.

>20%

Preisnachlass gaben chinesische Hersteller ihren Kunden im Heimatmarkt im April 2024 im Durchschnitt, meldet der Verband der chinesischen Pkw-Hersteller CAAM.

CHINESEN HOLEN SCHNELL AUF

Innovationsstärke internationaler NEV-Hersteller 2024 (Punkte für Serieninnovationen und Weltneuheiten); blau: Veränderung zum Vorjahr²⁾



DIE TOP-E-AUTO-BAUER WELTMARKTANTEILE

in Prozent 2023⁴⁾

- BYD
- Tesla Inc.
- VW Group
- Geely-Volvo Car Group
- Saic
- Others

DASSIND DIE GRÖSSTEN E-AUTO-MÄRKTE DER WELT

Zahl der verkauften batterieelektrischen Pkw³⁾



Quellen: 1) Morgan Stanley 2020, 2) Electromobility Report 2024, Center of Automotive Research (CAM), 3) Global EV Outlook, Internationale Energie-Agentur IEA, 4) Insideevs.com



HILDEGARD MÜLLER
**»ZÖLLE LÖSEN DIE
 HERAUSFORDE-
 RUNGEN NICHT.«**

des BYD-Standardmodells Seal fiel im gleichen Zeitraum um fünf Prozent auf umgerechnet etwa 23.500 Euro.

Subventionen nicht allein das Problem

Doch woher kommt dieser ruinöse Preiskampf, der nun auch den Weltmarkt in Bedrängnis zu bringen droht? „Es fängt zwar an mit Subventionen, aber der Hauptgrund sind systemische Überkapazitäten“, sagt Jochen Siebert. Gerade von neuen NEV-Werken hätten sich viele Regionen schnell Arbeitsplätze und einen Beitrag zum Wirtschaftswachstum erhofft, erklärt der Experte. Deshalb begrüßte die lokale Politik Investitionen in die Branche nicht nur, sondern unterstützte sie auch finanziell.

Eine Auswertung der JSC-Automotive-eigenen Datenbank über Produktionsanlagen in Bau und Planung ergab 2023 eine Kapazitätsauslastung der internationalen OEM von 50 Prozent und chinesischer OEM von 55 Prozent. Bei Letzteren ist die Auslastung gestiegen, bei Ersteren in den vergangenen Jahren gesunken. „Das ist alles grottenschlecht“, kommentiert Siebert.

Inzwischen sind die nationalen Förderprogramme (bis auf die reduzierte Sales Tax für Pkw beim NEV-Kauf bis Ende 2027) ausgelaufen, die regionalen Kassen sind leer. Wie andere in der Branche rechnet auch Siebert mit einer deutlichen Konsolidierung. „Falls China endlich Firmenbankrotte erlaubt, dürfte es zwei bis drei Jahre dauern, um die Überkapazitäten zu beseitigen.“ Die Preisspirale nach unten sei daher erst am Anfang. Die Markenkonsolidierung hat bereits eingesetzt.

Mit Modellen wie dem ET5 oder dem Zeekr 001 zielen NIO oder die NEV-Marke Zeekr von Geely auf den Premiummarkt in Europa – und auf dessen Preis- und Gewinnspanne → **SIEHE RECHTS**. Zwar sind in chinesischen Modellen für Deutschland häufig teurere Komponenten internationaler Tier-1-Zulieferer eingebaut, um die Zulassung einfacher zu gestalten. Das erklärt aber nur einen Teil der im Vergleich zu

Hildegard Müller ist Präsidentin des Verbands der Deutschen Automobilindustrie (VDA). Im Interview erklärt sie, warum die deutschen Autobauer gegen Strafzölle auf chinesische E-Autos sind – und warum der Standort Europa trotzdem in Gefahr ist.

Welche Rolle spielen Subventionen im internationalen Wettbewerb?

Subventionen gibt es weltweit leider in vielen Sektoren. Auch in Europa und in den USA, zum Beispiel für den Aufbau der Batterieherstellung und den Hochlauf der Elektromobilität. Die wichtige Frage für uns ist, ob Subventionen unfair und wettbewerbsverzerrend sind, ob sie daher schaden und welche Maßnahmen in solchen Fällen die richtigen wären. Zuerst braucht es dazu einen kritisch konstruktiven Dialog aller Beteiligten. Fest steht: Die deutsche Automobilindustrie setzt sich für freien und fairen Handel ein.

Sind Strafzölle das Mittel der Wahl?

Zusätzliche Zölle lösen die Herausforderungen für die europäische und deutsche Automobilindustrie nicht, im Gegenteil: Der von der EU-Kommission beabsichtigte Zweck von Ausgleichszöllen könnte sich bei einem Handelskonflikt entsprechend schnell negativ auswirken. Es braucht vielmehr eine aktive Industriestrategie, einschließlich einer aktiven Handelspolitik.

Machen Sie sich denn keine Sorgen um den Automobilstandort Deutschland?

Standortattraktivität und Wettbewerbsfähigkeit müssen in Berlin und Brüssel entschlossener angegangen werden. Viele unterschätzen die globale Wettbewerbssituation. Notwendig ist ein Ansatz, der die Stärken unserer Industrienation fördert, den Standort international wettbewerbsfähig entwickelt, neue Märkte eröffnet, auf Innovationen und Handelsabkommen setzt und uns somit Wohlstand und Wachstum sichert. So behalten wir auch eine relevante Rolle auf der Weltbühne. Die deutsche Autoindustrie gehört zu den innovativsten Branchen der Welt, wir setzen auf Investitionen und Innovationen – und wir wollen das natürlich auch gerne weiter hierzulande tun.

China häufig höheren Preise. Auch an Strafzöllen kann der Preisunterschied bislang nicht liegen, im Gegenteil: Während China Kfz-Importe aus der EU derzeit mit 15 Prozent besteuert und Sätze von 25 Prozent diskutiert werden, erhebt die EU auf chinesische Autos bisher nur zehn Prozent – beschlossen ist aber eine Anhebung auf bis zu 38 Prozent.

Zwar steigt ihr Importanteil an, aber von einer Flut chinesischer Modelle auf dem deutschen Markt kann bislang nicht die Rede sein. „Es ist für die chinesischen OEM schwierig, die richtige Positionierung im europäischen Markt zu finden“, sagt Jochen Siebert über die ersten Gehversuche chinesischer Hersteller wie NIO, Polestar, Lynk & Co. Die Modelle seien zu teuer, der Vertrieb laufe schlecht: „Keiner kauft ein No-Name-Auto für 60.000 Euro.“ Eine Ausnahme stellt die von SAIC zugekaufte und weiterentwickelte Marke MG dar. Sie hat 2023 bereits 230.000 Fahrzeuge in Europa verkauft – mit Verbrenner- und Elektromotoren – und bietet häufig zehn Prozent unter dem Preis des jeweiligen Marktführers an.

Die EU hat beschlossen herstellerbezogene Zusatzzölle von 17,4 bis 37,6 Prozent auf E-Autos aus China zu erheben. Noch sind es vorläufige Zölle, die seit Juli 2024 für zunächst vier Monate gelten. Die USA haben zuvor im Mai 2024 bereits die Strafzölle für NEV aus China auf 100 Prozent angehoben. Dabei handelt es sich vor allem um ein politisches Zeichen an China – aber auch an die EU. Tatsächlich importierten die USA 2023 nur an die 12.400 Pkw mit reinem Batterieantrieb aus China, darunter kein Tesla, so firmeneigene Angaben. Dabei produzierte Tesla 2023 in seiner Gigafabrik in Shanghai mit 947.000 Teslas fast die Hälfte seines globalen Outputs. Je nach Absatzlage in China werden Tesla-Modelle aus Shanghai vor allem nach Europa verschifft.

Auch BMW führt den in Shenyang produzierten iX3 bereits nach Europa aus. Die Produktion der Elektroversionen der Marken Smart und Mini findet in China für China und

BYD DOLPHIN

13.013,06 € **35.990,00 €**

Preis* in China Preis* in Deutschland

VW ID.3

16.415,40 € **39.995,00 €**

Preis* in China Preis* in Deutschland

NIO ET5

38.858,30 € **69.500,00 €**

Preis* in China Preis* in Deutschland

BMW i4 M50

70.705,30 € **71.100,00 €**

Preis* in China Preis* in Deutschland

**CHINASE-AUTOS
KÖNNEN GANZ
SCHÖN TEUER SEIN!**

*) Umrechnung zum Jahresdurchschnittskurs 2023 der Deutschen Bundesbank: 1 Euro = 7,66889 Renminbi; jeweils Basispreis. Quellen: Herstellerangaben (Website); Insideevs.de; Carwow

die Welt statt. VW plant ebenfalls aus China heraus zu exportieren. Strafzölle treffen damit auch europäische Automobilbauer in China. Insgesamt kam bereits fast jedes fünfte von Europa importierte Elektroauto aus China. Nach Einschätzung der European Federation for Transport and Environment könnte es 2024 bereits jedes vierte Elektroauto sein.

Lokalisierung der Globalisierung

Die immense Preiskonkurrenz im heimischen Markt, gepaart mit steigender geopolitischer Fragmentierung zwingt Chinas aufstrebende NEV-Spitze eher früher als später zur Globalisierung. Ins Ausland expandieren und gleichzeitig lokalisieren – so beschrieb BYD-Chairman Wang Chuanfu die Strategie des Unternehmens auf einem Quartalsmeeting Mitte April 2024. Auch andere chinesische

Firmen entlang der NEV-Wertschöpfungskette verfolgen diesen Ansatz.

Er sieht vor, Produktionsstandorte in oder nahe der Zielmärkte aufzubauen. Europa steht neben dem als Absatzmarkt zweitplatzierten Südostasien ganz oben auf der Lokalisierungsliste chinesischer NEV-Hersteller. Vor allem chinafreundliche Länder wie die Slowakei oder Ungarn haben chinesische Investoren im Fokus. So baut BYD eine große Fabrik im ungarischen Szeged. Der weltweit größte Hersteller von Diaphragmen für Lithiumbatterien, Semcorp aus der chinesischen Provinz Yunnan, produziert bereits in Debrecen. Auch CATL, Huayou Cobalt, Ningbo Zhenyu Technology oder Eve Energy haben Investitionsprojekte im Land. Eve Energy wird künftig die benachbarte BMW-Fabrik in Debrecen beliefern. Gegen chinesische Autos

made in Ungarn schützen europäische Strafzölle nicht. „Standortattraktivität und Wettbewerbsfähigkeit müssen in Berlin und Brüssel entschlossener angegangen werden“, betont VDA-Präsidentin Hildegard Müller im Interview mit GTAI. Sie mahnt: Deutschland müsse als NEV-Produktionsstandort und Partner für ausländische und damit auch chinesische NEV-Bauer attraktiv und relevant bleiben.

Jüngste Meldungen stimmen nicht gerade positiv: So will Great Wall Motor seine Europazentrale in München bis Ende August 2024 schließen, wie die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ Ende Mai 2024 berichtete. Und auch Svolt hat seine Investitionspläne in eine Batteriefabrik in Brandenburg gestoppt. Chinesische Konkurrenz droht eben nicht nur aus China, sondern zunehmend auch aus benachbarten europäischen Ländern. **M**

VON DER HERKULESAUFGABE ZUR INNOVATION

In Bulgarien will Heidelberg Materials Zement ab 2028 ohne Abgase produzieren. Eigentlich unmöglich, denn Emissionen sind bei dem Prozess unvermeidbar. Doch es gibt eine Lösung – das zeigt ein Pilotprojekt.

von **DOMINIK VORHÖLTER**, Germany Trade & Invest Sofia

Heidelberg Materials Devnya zählt zu den größten Zementherstellern in Bulgarien. Die Produktionsanlage existiert bereits seit 1958 und befindet sich seit 2016 im Besitz von Heidelberg Materials. Der deutsche Zementproduzent modernisiert die Produktionslinie kontinuierlich. Bisher investierte Heidelberg Materials am Standort in Bulgarien mehr als 175 Millionen Euro. Das Zementwerk befindet sich in der Stadt

Devnya und im Einzugsgebiet des Hafens Varna, dem größten Schwarzmeerhafen Bulgariens. Heidelberg Materials produziert und vertreibt Zement sowie Zuschlagstoffe für die Bauindustrie, etwa Sand und Kies. Zum Portfolio gehören auch Transportbeton und Asphalt. Das Unternehmen beschäftigt weltweit rund 51.000 Mitarbeiter an mehr als 3.000 Standorten in mehr als 50 Ländern.

Name des Projekts:

ANRAV: ERSTES FULL-CHAIN-CCUS-PROJEKT IN OST-EUROPA (CARBON CAPTURE, UTILISATION AND STORAGE)

Name des Unternehmens:

HEIDELBERG MATERIALS DEVNYA

Branche:

BAUSTOFFE



In Devnya, im Nordosten Bulgariens, steht das größte Zementwerk des Landes, betrieben von Heidelberg Materials.

DIE AUSGANGSLAGE

Bulgarien steht vor einer Herkulesaufgabe: der Dekarbonisierung der Industrie. Bis 2030 will das Land seinen ökologischen Fußabdruck von 43 Millionen Tonnen CO₂ um zwölf Prozent senken. Dabei konzentriert sich die politische Strategie zur Dekarbonisierung hauptsächlich auf die Energiewirtschaft des Landes. Diese Branche ist mit 43 Prozent der größte Luftverschmutzer, weil Bulgarien hauptsächlich noch Strom und Wärme aus Kohlekraftwerken nutzt. Bulgariens Industrie steht an zweiter Stelle: Sie hat einen Anteil von 20 Prozent an den CO₂-Emissionen des Landes. Einen nicht unerheblichen Anteil trägt auch die Zementproduktion bei, die die Umwelt sehr belastet. Die Zementanlage von Heidelberg Materials in Devnya allein würde die Klimawende der bulgarischen Industrie deutlich voranbringen.

DIE LÖSUNG

Kohlenstoff in alte Erdgasfelder

Der Zementhersteller Heidelberg Materials hat im Oktober 2023 das Projekt Anrav.beta am Standort in Devnya gestartet. Es ist die erste Pilotanlage, um Kohlenstoff abzuscheiden, zu speichern und dann andernorts zu nutzen (Carbon Capture, Utilisation and Storage, kurz CCUS genannt). Damit will das Unternehmen Bulgarien als Innovationszentrum für die CCUS-Technologie voranbringen und dort ab 2028 eine komplette Wertschöpfungskette etablieren. Die Anlage spaltet CO₂, das bei der Zementproduktion entsteht, durch einen chemischen Prozess ab. Pipelines leiten es ins Schwarze Meer zu ausgebeuteten Erdöl- und Erdgasfeldern, um es dort zu speichern. Damit will das Unternehmen pro Jahr etwa 800.000 Tonnen CO₂ einsparen, was den ökologischen Fußabdruck der bulgarischen Industrie um rund neun Prozent senkt.



Arbeiter feiern den Baustart der Pilotanlage Anrav.

DAS ERGEBNIS

Testlauf für die Zukunft

Mit dem Pilotprojekt, das voraussichtlich bis 2026 laufen wird, will Heidelberg Materials Devnya die Effizienz und Skalierbarkeit der Oxycal-Abscheidetechnologie demonstrieren. Aktuell geht es darum, die Anlage zu testen und Mitarbeiter auf den dauerhaften Betrieb vorzubereiten. Für das gesamte Projekt hat das Unternehmen eine Förderung aus dem Innovationsfonds der EU in Höhe von 189,7 Millionen Euro erhalten. Das Management bereitet nun technische Unterlagen vor und beschafft Genehmigungen. Dabei ist das größte Hindernis, dass es in Bulgarien noch keine Gesetze für Transport und Speicherung von CO₂ gibt. „Wir haben die Möglichkeit, die endgültige Investitionsentscheidung um ein Jahr, maximal um drei Jahre zu verschieben, da wir die Gesetzgebung nicht beeinflussen können“, sagt Projektleiter Konstantin Bojinov.



Die Ministerin für Innovation, Milena Stoycheva, mit Heidelberg-Materials-Vorstand Ernest Jelito (links) und Antonio Clausi, dem Leiter der Zementsparte.

DAS LEARNING

Jetzt muss die Regierung liefern

Anrav zählt zu den Leuchtturmprojekten der bulgarischen Dekarbonisierung. Damit schmücken sich bulgarische Politiker, weil sie ihren Wählern so Fortschritte bei der Dekarbonisierung präsentieren können. Doch die Regierung muss nun auch ihren Beitrag leisten und neue Gesetze erlassen, die den Einsatz der neuen Technologien erlauben. Sie muss etwa die Nutzungsregeln für das Galata-Feld im Schwarzen Meer und Umweltrichtlinien neu bestimmen. Der bulgarische Gesetzgeber genehmigt aktuell dort nur, die „Erschließung und Ausbeutung der dortigen Ressourcen“, erklärt Krassimir Nenov, stellvertretender Energieminister, auf Nachfrage. Der gesetzgeberische Prozess dauert und kann in Bulgarien auch schnell stocken. Die Regierungskoalition ist so instabil, dass ein Streit im Parlament leicht eine Regierungskrise auslösen kann.



Hier soll die CO₂-Abscheideanlage gebaut werden.

The background features an isometric illustration of several white cubes with blue outlines. Some cubes have icons on their faces, including a grid of blue squares, a document with a checkmark, and a stylized 'W' logo. Three gold coins with blue outlines are scattered around the cubes. The scene is set on a light blue surface with white grid lines and perspective lines.

BOOMENDE B2B-BASARE

Längst wickeln viele Unternehmen ihr Privatkundengeschäft über digitale Marktplätze wie Amazon oder Ebay ab. Doch auch für Firmen mit gewerblichen Kunden im Ausland lohnen sich die Plattformen.

von **NADJA CHRIST** und **MARIE WELLING**, wortwert Köln

BEREIT FÜR DEN DIGITALEN WELTMARKT?

Um diese Frage leichter beantworten zu können, hat Digitalisierungsberaterin Mailin Schmelter eine Checkliste für B2B-Unternehmen zusammengestellt. Haben alle Punkte einen Haken, ist der Weg zum digitalen Marktplatz frei.

ZIELGRUPPE DEFINIERT?

Auf welcher Plattform sind die Kunden unterwegs?

PRODUKTE AUSGEWÄHLT?

Günstigere Produkte, die regelmäßig nachbestellt werden, eignen sich besser als sperrige und teure Produkte.

FOTOS AKZEPTIERT?

Unternehmen müssen hier in der Regel spezifische Anforderungen der Marktplätze einhalten.

INFORMATIONEN GEBÜNDELT?

Neben Fotos sind detaillierte Produktspezifikationen für die Kaufentscheidung und für gute Kundenbewertungen ausschlaggebend.

LOGISTIK ABGEKLÄRT?

Unterstützt die Plattform das Unternehmen bei Lagerung und Lieferung?

KOSTEN KALKULIERT?

Zusätzlich zu Mitgliedschaftsgebühren oder Provision können Kosten für Marketing auf der Plattform anfallen.

TECHNIK ANGEPAST?

Eine Schnittstelle zwischen Unternehmen und Plattform ist wichtig, um zum Beispiel Informationen über die Produktverfügbarkeit aktuell zu halten.

gistrierten, gewerblichen Käufern. Das birgt einen weiteren Vorteil: Plattformen mit einem großen Kundenstamm genießen oft auch das Vertrauen der Menschen, die dort einkaufen. Unternehmen, die über diese Marktplätze verkaufen, profitieren von diesem Vertrauen und müssen weniger Kapazitäten in die eigene gute digitale Reputation stecken. Diesen nachhaltig auszubauen, kann online schwieriger sein als offline, da die Unternehmen im Gegensatz zum klassischen, analogen Vertrieb im Internet häufig keinen persönlichen Kontakt mit der Kundschaft haben.

Unternehmen sparen sich den Webshop

Während Unternehmen bei einem eigenen Onlineshop die komplette IT-Infrastruktur selbst aufbauen und betreiben müssen, ist auf digitalen Marktplätzen die grundlegende IT-Struktur bereits vorhanden. Zum Beispiel müssen sich die Unternehmen keine Gedanken über Layout und Webdesign machen, da die Plattform in der Regel beides vorgibt. „Die Unternehmen können sich dann eher darauf konzentrieren, welche Produkte sie zu welchen Preisen anbieten und wie sie diese vermarkten wollen“, erklärt Schmelter.

Hat sich ein Unternehmen dazu entschieden, auf einem digitalen Marktplatz ins B2B-Geschäft einzusteigen, heißt es: Preise vergleichen. Doch das ist gar nicht so einfach. Über Amazon Business ist bekannt, dass eine Mitgliedschaft exklusive Umsatzsteuer 39 Euro im Monat kostet. Zusätzlich erhebt Amazon eine Verkaufsgebühr, die je nach Produktkategorie pro Verkauf zwischen sieben und 15 Prozent liegt. Komplizierter wird es bei der Preispolitik von Alibaba. Laut Unternehmenswebsite kostet eine einjährige Mitgliedschaft ab 2.500 US-Dollar, umgerechnet circa 2.300 Euro. Ob das tatsächlich auch die Preise für die Mitgliedschaft deutscher Unternehmen sind, geht daraus jedoch nicht klar hervor. Zudem gibt Alibaba auch auf Nachfrage der Redaktion keine Informationen zu den Preispaketen heraus. Auch die Plattform Global Sources veröffentlicht keine Preise auf ihrer Website. Digitalisierungsberaterin Schmelter

Werauf dem chinesischen Online-marktplatz Alibaba.com nach Kaustangen für Hunde sucht, bekommt vor allem Ergebnisse von chinesischen Anbietern angezeigt. Zwischendrin taucht jedoch auch der Hersteller Mascota Vital GmbH aus dem niedersächsischen Nordhorn auf. Im Sortiment: getrocknete Hirschohren, Gänsefleisch und kleine Würfel aus Ziegenlunge. Interessierte Kunden können 200 Kilogramm in dem Shop bestellen, eine Abnahmemenge, die private Kunden vor Lagerprobleme stellen würde. Doch Alibaba richtet sich an Geschäftskunden (B2B). „Über Alibaba haben wir bisher an Unternehmen in Portugal und Polen verkauft“, sagt Constantin Klose, der bei Mascota Vital für den internationalen Verkauf zuständig ist. B2B-Verkaufsplattformen können vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen eine Chance sein, ausländische Märkte zu erschließen. Und das, ohne sich dabei in den Ländern niederlassen zu müssen oder Ressourcen im Exportgeschäft zu binden. Auch Mascota Vital will über Alibaba weitere Märkte innerhalb Europas erschließen. „In Deutschland sind wir mittlerweile sehr gut vertreten“, sagt Klose. „Daher versuchen wir über den digitalen Marktplatz auch in die umliegenden Staaten zu exportieren.“

Wie der Futtermittelhersteller machen es mittlerweile viele Unternehmen: Im Jahr 2022 haben deutsche Hersteller und Großhändler insgesamt 1.336 Milliarden Euro Umsatz im E-Commerce-Bereich verbucht. Zwar wird etwas mehr als die Hälfte davon im Inland abgewickelt, doch mit 353 Milliarden Euro im EU-Ausland und 279 Milliarden Euro im Nicht-EU-Ausland gibt es auch außerhalb Deutschlands ein großes Verkaufspotenzial. Tendenz steigend. Allein zwischen 2018 und 2022 haben B2B-Marktplätze ein Umsatzwachstum von 42 Prozent verzeichnet.

Kunden vertrauen den Plattformen

Digitale B2B-Marktplätze lohnen sich vor allem für Unternehmen, die beispielsweise wenig Zeit und Kapazitäten dafür haben, einen eigenen Onlineshop aufzubauen. „Im Gegensatz zu

einem eigenen Onlineshop können Unternehmen auf einem digitalen Marktplatz mit überschaubaren Investitionen sehr schnell einen eigenen Vertriebskanal aufbauen und dort auch Umsätze machen“, sagt Mailin Schmelter. Sie ist Geschäftsführerin der Digitalisierungsberatung ECC Next und berät unter anderem Firmenkunden, die ihren Vertrieb online schalten wollen. B2B-Onlineshops wie Amazon Business oder auch das indische Indiamart verfügen bereits über eine große Reichweite und einen existierenden Kundenstamm und können folglich sehr effizient arbeiten. Indiamart wirbt beispielsweise nach eigener Angabe mit 194 Millionen potenziellen Käufern, die in Hongkong ansässige B2B-Plattform Global Sources mit zehn Millionen international re-

DIE WICHTIGSTEN PLATTFORMEN IM ÜBERBLICK

B2B-Plattformen können sich aus drei Richtungen entwickeln: Erstens werden bereits existierende B2C-Marktplätze für den B2B-Handel weiterentwickelt wie im Fall von Amazon Business. Zweitens können Großhändler, wie zum Beispiel der Stahlhändler Klöckner, Initiatoren für eine neue digitale Plattform sein. Der deutsche Stahl- und Metallhändler

ist 2017 mit seiner Plattform Xom Materials an den Start gegangen. Und drittens bringen Start-ups wie Schüttflix – das ist eine digitale Plattform für Schüttgut – zusätzliche neue Ideen in den B2B-Onlinehandel ein. Markets International stellt die fünf größten, globalen Digitalmarktplätze vor.



AMAZON BUSINESS, USA

<https://business.amazon.com>

Geografischer Schwerpunkt: Nordamerika, Europa, insgesamt aber weltweit

Kosten: 39 Euro exklusive Umsatzsteuer und sieben bis 15 Prozent Verkaufsprovision

Besonderheiten: Der Service Fulfillment by Amazon übernimmt außerdem Verpackung, Lagerung und Versand.



ALIBABA, CHINA

www.alibaba.com

Geografischer Schwerpunkt: Ostasien

Kosten: Vier Gebührenmodelle (umgerechnet von US-Dollar in Euro, pro Jahr): Basic für 2.299 Euro, Plus für 2.759 Euro, Plus+ für 3.679 Euro, Premium für 5.519 Euro

Besonderheiten: Unternehmen zahlen keine Provision auf verkaufte Produkte.



GLOBAL SOURCES, HONGKONG

www.globalsources.com

Geografischer Schwerpunkt: Asien, Nordamerika

Kosten: Verhandlungssache

Besonderheiten: Global Sources veranstaltet Messen, an denen die Verkäufer teilnehmen und sich vernetzen können.



INDIAMART, INDIEN

www.indiamart.com

Geografischer Schwerpunkt: Indien

Kosten: Basismodell kostenfrei, Kosten für Premiummodelle nicht öffentlich bekannt

Besonderheiten: Unternehmen können ohne hohe finanzielle Investitionen in den digitalen Handel eintreten.



EBAY BUSINESS UND INDUSTRIE, USA

www.ebay.com

Geografischer Schwerpunkt: USA, Vereinigtes Königreich, Deutschland

Kosten: Angebotsgebühr von 0,35 Euro und eine zusätzliche Verkaufsprovision zwischen zwei und 14 Prozent je nach Produktkategorie und gebuchtem Shoppaket. Ein Basisshop kostet ab 39,95 Euro pro Monat. Zusätzlich berechnet Ebay eine prozentuale Gebühr, wenn sich die Lieferadresse außerhalb der Eurozone befindet.

Besonderheiten: Ebay gibt Tipps, wie Unternehmen auf der Plattform besser international verkaufen können.



→ vermutet: „Viele Marktplatzbetreiber wollen sich Spielraum für Verhandlungen lassen.“ Auf der indischen Plattform Indiamart ist das klarer ersichtlich: Dort können Unternehmen sogar kostenlos verkaufen.

Doch für welche Plattform ein Unternehmen sich am Ende entscheidet, sollte nicht nur vom Preis abhängen. Für eine erfolgreiche B2B-Digitalisierungsstrategie lohnt es sich, folgende Punkte zu beachten:

SCHRITT 1 ZIEL DEFINIEREN

„Hersteller haben oftmals das Ziel, ihre Marke bekannter zu machen und damit ihre Reichweite zu vergrößern“, sagt Digitalisierungsberaterin Schmelter. Händlern gehe es dagegen eher darum, gezielt zusätzliche Umsätze zu generieren. Denn eine digitale Marktplatzstrategie ist für die meisten B2B-Unternehmen eine Ergänzung zum analogen Handel oder zu einem bereits existierenden, eigenen Onlineshop.

SCHRITT 2 MARKTPLATZ AUSWÄHLEN

Welcher digitale Marktplatz am besten geeignet ist, hängt davon ab, welches Zielland und welche Zielgruppe ein Unternehmen erreichen will. Ist das geklärt, sollten Unternehmen nachforschen, auf welchen Plattformen die Zielgruppe unterwegs ist. Schmelter empfiehlt dafür ein Marktforschungsinstitut. Auch Mitarbeitende im Außendienst mit enger Kundenbindung können nachhaken. Zudem sollten Unternehmen auf ihr Wettbewerbsumfeld achten: Wenn ein Mitwettbewerber zum Beispiel bereits stark auf einer Plattform performt, kann das den eigenen Einstieg auf derselben Plattform erschweren. Im Zweifel muss ein Unternehmen preisaggressiver vorgehen oder ein hohes Marketingbudget ansetzen. Um das zu vermeiden, kann das Unternehmen auf eine andere Plattform ausweichen.

SCHRITT 3 PRODUKTE AUSWÄHLEN

Verkaufsschlager aus dem analogen Handel sind nicht automatisch auch für den Onlinehandel geeignet. Expertin Schmelter weiß: Alle Produkte, die Kunden nur ein- oder zweimal im Jahr brauchen und daher selten nachbestellen, sind ungeeignet. Auch beratungsintensive Produkte aus dem Premiumbereich eignen sich weniger für den digitalen Handel als solche aus dem mittleren oder unteren Preissegment. „Standardisierte Produkte, die zu regelmäßigen Be-

stellungen führen, sind dagegen wie gemacht für einen digitalen Marktplatz“, erklärt Schmelter. Als Beispiel verweist sie auf den Sanitärbereich. Gerade bei Renovierungen benötigen die Gewerke viele Einzelteile, die sie oft nachbestellen müssen. Große und sperrige Produkte, wie sie zum Beispiel in der Baubranche benötigt werden, haben es eher schwer. Da außerdem der Preiskampf und Wettbewerbsdruck auf B2B-Plattformen im Netz sehr hoch ist, sollten sich Unternehmen gut überlegen, welches Sortiment sie zu welchen Preisen verkaufen wollen. Mascota Vital vertreibt auf Alibaba beispielsweise nur 50 ihrer 200 Produkte. „Wir verkaufen dort nur Produkte, von denen wir auch große Mengen vorrätig haben“, sagt Klose.

SCHRITT 4 INFORMATIONEN AUFBEREITEN

Da der persönliche Kontakt im Onlinehandel größtenteils wegfällt, steigt der Druck auf Unternehmen, die Stammdaten ihrer Produkte aktuell zu halten. Dabei geht es neben der Quantität vor allem auch um die Qualität. Statt vieler Hochglanzfotos interessieren den Kunden viel mehr relevante, detaillierte Produktspezifikationen. Diese Informationen liegen oft in verschiedenen Abteilungen innerhalb eines Unternehmens vor. Schmelter erklärt daher: „Ein Unternehmen muss in der Lage sein, diese Informationen zu bündeln und über nur eine Schnittstelle an den Marktplatz zu senden.“

SCHRITT 5 IT-INFRASTRUKTUR ANPASSEN

Wollen Unternehmen über einen digitalen Marktplatz verkaufen, brauchen sie oft eine Schnittstelle zwischen dem eigenen System und dem der Plattform. Bei vielen Anbietern funktioniert das über Excel-Dokumente. Die Verkäufer aktualisieren regelmäßig den Bestand über die Liste, sodass auf dem digitalen Marktplatz stets aktuelle Bestandszahlen angezeigt werden.

SCHRITT 6 LOGISTIKMODELL WÄHLEN

Nun geht es ans Verschicken. Amazon bietet einen zusätzlichen Service an, das sogenannte Fulfillment by Amazon. Das Unternehmen kümmert sich um die Lagerung, die Verpackung und den Versand. Bei Plattformen wie Alibaba, Indiamart oder Global Sources sind die Verkäufer hingegen selbst für Verpackung und Versand verantwortlich. **M**

MEHR ZUM THEMA



STRATEGIEGIPFEL

Darum geht es: Auf dem Strategiegipfel B2B-E-Commerce erfahren Teilnehmer etwas über B2B-Service-Management, Digital Touchpoints und die Customer Journey.

Wichtig, weil sich Geschäftsleute und Experten über Plattformen austauschen und neue Kontakte knüpfen können.

www.tinyurl.com/b2b-gipfel



WTO-STUDIE

Darum geht es: Die Studie der Welthandelsorganisation zeigt, dass Staaten mit großen B2B-Plattformen global auch für den größten Anteil an B2B-E-Commerce verantwortlich sind.

Wichtig, weil die Studie eine Liste mit internationalen B2B-Plattformen aus vielen verschiedenen Staaten enthält.

www.tinyurl.com/WTO-Studie



MITTELSTANDSFORUM

Darum geht es: Das Digitalzentrum Handel bietet Seminare, Webinare, Workshops und Thementage sowie Informationsmaterial für kleine und mittlere Unternehmen.

Wichtig, weil kostenlos und unverbindlich – gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz.

www.digitalzentrumhandel.de

GEFRAGTE TALENTE

WAS ARBEIT- GEBER BEACHTEN MÜSSEN

In Kenia sind Fachkräfte immer noch leichter und in größerer Anzahl zu bekommen als in den Nachbarländern. Die Bevölkerung ist mit durchschnittlich etwas über 19 Jahren extrem jung.

Für einfache Tätigkeiten findet man schnell günstiges Personal, aber wer auf der Suche nach Fachkräften ist, muss mitunter länger suchen. Viele deutsche Unternehmen betreiben in Kenia regionale Vertriebsniederlassungen für ganz Ostafrika. Die hierfür benötigten Mitarbeitenden in Verwaltung und Vertrieb sind ohne größere Probleme verfügbar. Schwieriger wird es beim technischen Support. „Die Wartung von Anlagen ist die große Herausforderung für Unternehmen hierzulande“, sagt Bruno Backes, seit 2018 Leiter des Bereichs Berufliche Aus- und Fortbildung bei der AHK Ostafrika in Nairobi. Sein Tipp: „Es bietet sich eine firmeninterne Ausbildung an, mit der Unternehmen mittelfristig hohe Kosten sparen.“

Die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) führen zudem seit 2020 das Programm Promotion of Youth Employment and Vocational Training durch, das sich am deutschen Modell der dualen Ausbildung orientiert und pro Jahr rund 1.500 bis 2.000 Schüler an staatlichen Berufsschulen erreicht. Beim Aufbau eines firmeneigenen Trainingszentrums gibt es zahlreiche Unterstützungsmöglichkeiten von Entwicklungsbanken, wie zum Beispiel der zur KfW gehörenden Deutschen Entwicklungsgesellschaft (DEG).

AKTIV AUF DEM KENIANISCHEN ARBEITSMARKT

Von den jährlich etwa eine Million Schulabgängern schafft es weniger als die Hälfte in den regulären Arbeitsmarkt. Zunehmend ins Gespräch kommt die Vermittlung kenianischer Arbeitskräfte vor allem in jenen Berufen, in denen in Deutschland ein Mangel besteht. Bernd Lakemeier, GIZ-Programmdirektor für Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung in Kenia, sieht Potenziale insbesondere für „Dienstleistungen im IT-Outsourcing, etwa Callcenter, Bildbearbeitungen, aber auch IT-Services. Englisch als Geschäftssprache, eine ähnliche Zeitzone und günstigere Lohnkosten sind gute Rahmenbedingungen hierfür“.

Das deutsche Fachkräfteeinwanderungsgesetz bildet hierfür die rechtliche Grundlage. Mit Leben gefüllt werden soll es über Fachkräftemigrationsabkommen. Im Mai 2024 besuchte Joachim Stamp, Sonderbevollmächtigter für Migrationsabkommen aus dem Bundesinnenministerium, Kenia und verhandelte das Abkommen weiter aus. In den meisten Fällen müssten vor der Fachkräftenwerbung jedoch zusätzliche Qualifikationen erfolgen. Organisationen wie die GIZ, AHK und das Goethe-Institut könnten mit weiteren Ressourcen ausgestattet werden, um die Prozesse zu unterstützen. **M**

ONLINE



Detaillierte Informationen liefert die GTAI-Publikation „Arbeitsmarkt Kenia“: www.tinyurl.com/arbeitsmarkt-kenia

FACHKRÄFTE sind in fast allen Branchen knapp. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, gutes Personal zu finden, nicht nur daheim, sondern vor allem auch bei der Expansion im Ausland. Alles Wissenswerte rund um die globalen Arbeitsmärkte – diesmal: **KENIA**.

von **CARSTEN EHLERS**, GTAI Nairobi

25 Mio.

Kenianerinnen und Kenianer gelten als Erwerbspersonen.

107 Euro

beträgt umgerechnet der monatliche Mindestlohn in Kenia.



5,3 PROZENT

der Bevölkerung Kenias befinden sich in einem ordentlichen Beschäftigungsverhältnis.

19 Jahre

ist das Durchschnittsalter in Kenia.

1 Million

junge Menschen strömen pro Jahr neu auf den Arbeitsmarkt.

BESONDERHEITEN

Mit Unterstützung der KfW werden in Kenia staatliche Berufsschulen zu Exzellenzzentren ausgebaut. Hierfür wurden zunächst drei Schulen im Großraum Nairobi ausgewählt, in denen jährlich 800 Auszubildende in Werkstätten auf Facharbeiterniveau lernen. Privatunternehmen, unter anderem VW und Krones, sind bei der Entwicklung der Lehrpläne eingebunden, legen Ausbildungsstandards fest und nehmen Prüfungen ab.

SERIE FACHKRÄFTE
In der nächsten Ausgabe:
Mexiko

Von **JULIA MERLE**, Ausländisches Wirtschaftsrecht,
und **JÜRGEN HUSTER**, Bereich Zoll

ERSTE S IM EX

Sie wollen Ihr Produkt auch im Ausland verkaufen? Sie haben erste Kontakte zu Abnehmern geknüpft – wissen aber nicht, was Sie in Sachen Recht und Zoll beachten müssen? Die GTAI-Experten beantworten wichtige Fragen für wichtige Märkte. Diesmal: Exporte nach **Singapur**.

DARF ICH MEIN PRODUKT NACH SINGAPUR LIEFERN?

Einfuhrlicenzen, -bewilligungen oder Vorabinformationen sind in der Regel erforderlich für Waren, die besonderen Anforderungen im Hinblick auf Schutz der Gesundheit, Umwelt, inneren Ordnung und so weiter unterliegen. Die Anträge sind vom Importeur in Singapur bei der für die Waren zuständigen Überwachungsbehörde (Competent Authority, kurz: CA) zu stellen. Dazu gehören unter anderem tierische und pflanzliche Erzeugnisse, Nahrungsmittel, Arzneimittel und Medizinprodukte, kosmetische Erzeugnisse, radioaktive Materialien und Strahlungsgeräte (etwa: Röntengeräte), Laser- und Ultraschallwerkzeugmaschinen, chemische Erzeugnisse, bestimmte Primärbatterien, gebrauchte elektronische Geräte, Filme, Videos, CD-ROM, Bücher, Zeitschriften sowie elektronische Kommunikationsgeräte und -ausrüstungen. Ein Einfuhrverbot besteht unter anderem für bestimmte Betäubungsmittel sowie Kaugummi, die die Gesundheitsbehörde nicht als medizinische Zahnpflegekaugummi einstuft.

2

GIBT ES FÜR MEIN PRODUKT SOGAR VORTEILE?

Die Mehrzahl der Waren ist in Singapur zollfrei. Mit dem 2019 in Kraft getretenen Freihandelsabkommen EU–Singapur sind inzwischen beim Import in Singapur auch alle verbliebenen Restzölle für EU-Ursprungswaren (unter anderem auch für Bier) beseitigt. Als Einfuhrnebenabgaben werden erhoben: eine Verbrauchsteuer (Excise Duty), unter anderem für Personenkraftfahrzeuge, Tabakerzeugnisse und alkoholische Getränke, sowie eine Umsatzsteuer (Goods and Services Tax, GST) in Höhe von neun Prozent mit Vorsteuerabzugsberechtigung für in Singapur registrierte Unternehmer.

1

WELCHER PAPIERKRAM ERWARTET MICH?

Für das Inverkehrbringen beziehungsweise die Inbetriebnahme von 45 Kategorien von Gebrauchsgütern – dazu zählen zum Beispiel elektrotechnische Haushaltsgeräte, Waren der Unterhaltungselektronik sowie bestimmte Gasgeräte – ist nach den Vorschriften des Verbraucherschutzes vorab eine Konformitätsbewertung durch in Singapur oder in Drittländern akkreditierte Stellen (Conformity Assessment Bodies) vorgeschrieben. Zuständig für das Verfahren ist die Behörde SPRING Singapore im Geschäftsbereich des Handels- und Wirtschaftsministeriums, bei der jeder Importeur solcher Waren registriert sein muss. Nach erfolgreicher Bewertung stellen die Bewertungsstellen ein Konformitätszertifikat aus, und die Waren können bei der Normenbehörde registriert und mit einer entsprechenden Kennzeichnung versehen werden.

Für die Inbetriebnahme von Maschinenbauerzeugnissen und elektrotechnischen Waren gelten in Singapur grundsätzlich die international anerkannten Normen (ISO, IEC). Nach dem Umweltschutz- und Energiespargesetz sind Registrier- und Kennzeichnungsvorschriften für Klimaanlage, Kühlschränke, Trockner sowie Energiesparlampen einzuhalten. Zuständige Überwachungsbehörde ist die singapurische Umweltschutzbehörde National Environment Agency (NEA). Sämtliche verpackten Nahrungsmittel sind in englischem Wortlaut mit folgenden Angaben zu kennzeichnen: Name des Produkts, Volumenmaß, Ursprungsland und Name des Importeurs, des Vertriebsunternehmens oder des Agenten in Singapur. Für alkoholische Getränke ist die Angabe des Alkoholgehalts sowie des Ursprungslands in englischem Wortlaut vorgeschrieben. Tabakerzeugnisse im steuerrechtlich freien Verkehr in Singapur sind mit der Markierung Singapore Duty-Paid Cigarette (SDPC) zu versehen.

3

CHRITTE PORT

STAATSFORM	Parlamentarische Demokratie
DEUTSCHE AUSFUHREN	7.430 Millionen € ¹⁾
RANG als Handelspartner	36 ¹⁾
FREIHANDELSABKOMMEN mit der EU?	Ja
RECHTSSICHERHEIT	0,78 (Tendenz sinkend) ²⁾
OECD-LÄNDERRISIKOKATEGORIE	7 ³⁾

Quellen: 1) Statistisches Bundesamt; 2) Rule of Law Index 2023 (0 = sehr schlecht; 1 = sehr gut); 3) OECD-Länderrisikokategorie: 1 = niedrigste Risikokategorie, 7 = höchste

4

WAS MUSS ICH BEI VERTRÄGEN BEACHTEN?

Als ehemalige britische Kolonie gehört Singapurs Rechtssystem zum Common-Law-Rechtskreis. Die englische Rechtstradition ist dort bis heute von Bedeutung. Im Application of English Law Act hat Singapur im Jahr 1993 festgeschrieben, dass beispielsweise der Sale of Goods Act 1979 zum Verkauf von Waren oder auch der Unfair Contract Terms Act 1977 bezüglich allgemeiner Vertragsbedingungen in das singapurische Recht übernommen werden. Im Vertragsrecht gibt es allerdings recht wenige gesetzliche Regelungen. Das Übereinkommen der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf (CISG), das sogenannte UN-Kaufrecht, ist in Singapur in Kraft. Es ist jedoch nur auf solche Verträge anwendbar, deren Parteien in Mitgliedstaaten des CISG ansässig sind. Deutschland ist ebenfalls Vertragsstaat des CISG.

6

UND WELCHE RECHTE HABE ICH?

Weist der Käufer unberechtigterweise die Ware zurück, kann der Verkäufer auf Kaufpreiszahlung und Schadensersatz klagen. Vertragliche Ansprüche verjähren innerhalb von sechs Jahren. Der Foreign Limitation Periods Act bestimmt, welches Verjährungsrecht in Bezug auf vertragliche Streitigkeiten mit Auslandsbezug Anwendung findet: Danach sind ausländische Verjährungsregelungen dann vor den Gerichten Singapurs anwendbar, wenn das entsprechende Recht zur Anwendung berufen ist. Die Zivilgerichtsbarkeit Singapurs unterteilt sich insbesondere in die State Courts und den Supreme Court of Judicature. Letzterer bildet das oberste Gericht und besteht aus dem High Court und dem Court of Appeal. Ferner gibt es den Singapore International Commercial Court, eine dem High Court zugeordnete Sonderkammer für internationale Wirtschaftssachen. Singapur ist, wie Deutschland, Mitglied des New Yorker Übereinkommens über die Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Schiedssprüche.

! Deutsche Unternehmen, die Produkte nach Singapur liefern wollen, müssen das Exportkontrollrecht beachten. Fragen dazu beantwortet in Deutschland das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA).

5

WELCHE RECHTE HAT MEIN KUNDE?

Der Käufer einer Ware kann Gewährleistungsansprüche geltend machen, wenn die Ware etwa eine nicht zufriedenstellende Qualität aufweist. Ein wichtiger Unterschied besteht zwischen conditions auf der einen, und warranties auf der anderen Seite: Bei einer unwesentlichen Vertragsverletzung (breach of warranty) kann der Käufer den Preis mindern. Zudem stehen ihm Schadensersatzansprüche zu, die Mangel- und Mangelfolgeschäden erfassen. Bei der Verletzung einer wesentlichen Vertragsbestimmung (breach of condition) hingegen, kann der Käufer die Ware zurückweisen. Dann liegt eine substantielle Verletzung der Vertragsgrundlage vor. Im Falle der Nichtlieferung kann der Käufer regelmäßig Schadensersatz, gegebenenfalls auch Erfüllung (specific performance) verlangen.

ONLINE



Mehr zum Thema Zoll gibt es hier: www.gtai.de/zek



Mehr zum Thema Recht in Singapur: www.tinyurl.com/recht-singapur

EXPORT-SCHLAGER!

Made in Germany ist weltweit gefragt. Allein 2023 exportierten Unternehmen Waren und Dienstleistungen im Wert von 1.562 Milliarden Euro. Wir stellen Produkte vor, die im Ausland besonderes beliebt sind. Diesmal:

DIE KÜCHENMESSER DER WÜSTHOF GMBH AUS SOLINGEN.

DAS UNTERNEHMEN:

Viola Wüsthof führt das Familienunternehmen gemeinsam mit ihrem Cousin Harald Wüsthof mittlerweile in siebter Generation. Während zu Beginn hauptsächlich Scheren geschliffen wurden, befanden sich im Jahr 1904 mehr als 1.100 verschiedene Taschenmessermodelle im Katalog. Heute liegt der Fokus auf Kochmessern. „Familiär ist übrigens nicht nur die Unternehmensführung – einige unserer 280 Angestellten arbeiten hier in der zweiten oder sogar dritten Generation“, berichtet die Geschäftsführerin.

DAS PRODUKT:

Aktuell hat Wüsthof acht Messerserien im Sortiment. Für jede Aufgabe in der Vor- und Zubereitung von Speisen ist also etwas dabei. Nach wie vor fertigt das Unternehmen in der Klingentadt Solingen. „Wir planen, auch in Zukunft hier zu produzieren, da wir nur hier alle Voraussetzungen finden, um unsere hoch-

wertigen Klingen auf gleichbleibend hohem Niveau herzustellen“, sagt Wüsthof und ergänzt: „Viele vergessen schnell, dass ein Messer das grundlegende Werkzeug in der Küche ist – und ein gutes Messer hält, auch bei täglichem Gebrauch, ein Leben lang.“

DIE MÄRKTE:

Nur rund 20 Prozent der Produktion bleiben in Deutschland. Mit zwei von drei Messern geht der Großteil in die USA, aber auch Europa, Kanada oder Japan sind wichtige Absatzmärkte. Das Angebot unterscheidet sich je nach Region leicht: In vielen Märkten sind asiatische Messer mit der breiten und vorn abflachenden Klingentform besonders beliebt. In den USA, Australien oder Südafrika verkaufen sich dagegen Messer mit buntem Griff sehr gut. Exportschlager der Premiummarke ist das Classic Kochmesser mit 20 Zentimeter Klinge. Es kostet 119 Euro und wird in mehr als 66 Länder exportiert.

DIE RANDNOTIZ:

„Zeitweise hat selbst die japanische Nationalmannschaft der Köche mit unseren Messern geschnitten“, erzählt Geschäftsführerin Wüsthof und führt fort: „Darauf sind wir natürlich ein bisschen stolz, da gerade Japan für seine Messertradition bekannt ist.“ Zufall ist das aber nicht: Ihr Vater, Wolfgang Wüsthof, ist ein großartiger Netzwerker und knüpfte in seiner Zeit als Geschäftsführer Freundschaften zu vielen Kunden. „Er hat alle 195 von den Vereinten Nationen anerkannten Länder bereist, um unser Qualitätssymbol, den roten Dreizack, weltweit zu der Bekanntheit zu bringen, die er heute hat“, sagt Viola Wüsthof. **M**

MITMACHEN:

Sie haben ebenfalls einen Exportschlager unter Ihren Produkten? Gern stellen wir ihn an dieser Stelle vor. Melden Sie sich unter exportschlager@gtai.de

Markets International wird verlegt von Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn, Tel.: +49/228/249 93-0, Fax: +49/228/249 93-212, info@gtai.eu, www.gtai.de, Ausgabe 4/24: Bestell-Nr. 21410, Bestellung unter: www.gtai.de

Chefredaktion: Andreas Bilfinger

Stellv. Chefredaktion: Achim Haug, Stephanie Hennig

Redaktion: Nadine Bauer, Viktor Ebel, Katrin Grünewald, Detlef Gürtler, Mareen Haring, Benedict Hartmann, Andrea König, Klaus Möbius, Miriam Neubert, Leonie Schneiderhöhn, Christiane Süßel, Martin Walter

Autorinnen und Autoren: Corinne Abele, Niklas Becker, Ulrich Binkert, Nadja Christ (wortwert), Viktor Ebel, Carsten Ehlers, Karl-Martin Fischer, Jürgen Huster, Niklas Mahlke, Julia Merle, Christina Otte, Frank Robaschik, Frauke Schmitz-Bauerdick, Heiko Stumpf, Christiane Süßel, Dominik Vorhölter, Marie Welling (wortwert)

Layout, Produktion und redaktionelle Umsetzung:

Kammann Rossi (www.kammannrossi.de) zusammen mit wortwert – die Wirtschaftsredaktion (www.wortwert.de)

Projektleitung: Jürgen Jehle, David Selbach und Susanne Widrat

Kreativdirektion: Arne Büdts

Schlussredaktion: Elke Weidenstraß

Produktion: Arne Büdts, Verena Matl

Druck: Kern GmbH, 66450 Bexbach, www.kerndruck.de

Anzeigen: Jürgen Jehle, Kammann Rossi GmbH, Niehler Str. 104,

50733 Köln, Tel.: 0221/97 65 41 44, E-Mail: j.jehle@kammannrossi.de

Druckauflage: 10.000 Exemplare, Ausgabe 4/24

Erscheinungsweise: zweimonatlich

Aboservice: markets@gtai.de

Redaktionsschluss: 8. Juli 2024

Hauptsitz der Gesellschaft: Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Geschäftsführer:in: Julia Braune (Sprecherin der Geschäftsführung); Dr. Robert Hermann

Registrierungsgericht: Amtsgericht Charlottenburg

Registernummer: HRB 107541 B

Bildnachweise: Titelseite: Kammann Rossi/Stable Diffusion/Verena Matl, S. 4: Adobe Stock/X Udo Kieslich, S. 5: Adobe Stock/Luismartin_fit, S. 5: Adobe Stock/Africa Studio, S. 6: Kammann Rossi/Jürgen Jehle, S. 7: Adobe Stock, Lilium, S. 9: Dirk Bruniecki/laif, S. 10: Konus, Pressefoto, Andreas Loy, S. 11: picture alliance/SZ Photo/Catherina Hess, S. 13: Scoutbee, Pressefoto, S. 17: Navis, Pressefoto, S. 18: Bitkom, Pressefoto, S. 20: Ulrich Binkert/GTAI, S. 21: Ulrich Binkert/GTAI, S. 22-23: picture alliance/dpa/Robert Michael, S. 25: picture alliance/dpa/Michael Kappeler, S. 26-27: Minister's Office/MITI Malaysia, S. 29: Manuel Köpp/Kammann Rossi, S. 30: picture alliance/dpa/Kay Nietfeld, S. 31: Adobe Stock, S. 33: Kammann Rossi/Stable Diffusion/Verena Matl, S. 34: VDA, S. 35: picture alliance/NurPhoto/Anusak Laowilas, S. 35: picture alliance/dpa/dpa-Zentralbild/Matthias Rietsche, S. 35: kittyfly/Adobe Stock, S. 35: VanderWolf Images, S. 36-37: Heidelberg Materials, S. 38-39: elenabsi, Adobe Stock, S. 43: Kammann Rossi/Stable Diffusion/Verena Matl, S. 44-45: Kammann Rossi, Arne Büdts, S. 46: Illustration: Verena Matl. Sofern nicht gesondert angegeben, liegen die Urheberrechte von Aufnahmen von Mitarbeitern von GTAI dieser Ausgabe bei Illing & Vossbeck, Frank May, Rheinfo oder Studio Prokopy. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt. Die kartografische Darstellung dient nur dem informativen Zweck und beinhaltet keine völkerrechtliche Anerkennung von Grenzen und Gebieten. GTAI übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit oder Vollständigkeit des bereitgestellten Kartenmaterials. Jegliche Haftung für Schäden, die direkt oder indirekt aus der Benutzung entstehen, wird ausgeschlossen. Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



Markets International ist IVW-geprüft.

Alles im Blick mit einem Klick!

DAS MARKETS INTERNATIONAL DIGITALMAGAZIN



Markets International – Ihren kompetenten Berater in Wirtschaftsfragen rund ums Auslandsgeschäft – gibt es auch als Digitalmagazin.

→ www.gtai.de/markets



Besuchen Sie uns und unsere Experten, die Ihnen erklären, wie Sie Ihr Auslandsgeschäft noch erfolgreicher machen und wo sich Geschäftschancen bieten durch:

- Exklusive Hintergrundinformationen
- Praktische Inhalte mit Mehrwert
- Sorgfältig recherchierte Best-Practice-Beispiele
- Entscheidungshilfen für Märkte, Branchen, Zoll und Steuern
- Verbesserte Suchfunktionen
- Tipps für themenverwandte Beiträge

Empfehlen Sie das kostenlose Markets-International-Abo Ihren Kollegen, Geschäftspartnern und Freunden: www.tinyurl.com/MI122-27

„Afrika braucht mutige
Unternehmerinnen mit
Knowhow und Weitsicht.

Und ich eine Plattform
für große Fragen und
Kleingedrucktes.“



Africa Business Guide.
Ihr Kompass für die
Märkte von morgen.



Anna Lena Blanke
CEO TIA GmbH



Start here:

AFRICA BUSINESS
GUIDE

africa-business-guide.de