

Einstieg in den Import

Einfuhr, Abwicklung, Beschaffungsaspekte



Inhalt

Teil 1: Einfuhr und Abwicklung

1. Grundlagen und Voraussetzungen	04
2. Einfuhrabgaben, Zollwert, Steuern	05
3. Deklaration, Dokumente, Anmeldung	06
4. Dokumente für die Einfuhr	07
5. In der EU: Umsatzsteuer und Meldepflichten	10
6. Ursprung, Präferenznachweise, Lieferantenerklärung	12

Teil 2: Beschaffungsaspekte

1. Einführung	14
2. Lieferantensuche	14
3. Verhandlungsstärke der Lieferanten	17
4. Risikoabschätzung & Informationen zum Lieferanten	18
5. Lieferketten & Lieferkettensorgfaltspflichtgesetz	19
6. Freihandelsabkommen & Handelsbarrieren	21
7. Internationale Verträge	23
8. EXKURS I : Business-Plan	24
9. EXKURS II : Anforderungen an "In-Verkehr-Bringer"	26

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

ob direkt oder indirekt, fast jedes Unternehmen bezieht Vorprodukte oder Leistungen aus dem Ausland, auch wenn ihr Händler in der EU oder sogar in Deutschland ansässig ist.

„Warenverkehr bricht zusammen“, „Lieferketten kommen ins Stocken“ und „Kurzarbeit wegen fehlender Bauteile“ – so lauten nur einige der Schlagzeilen der letzten Jahre. Die Corona-Pandemie und der Brexit haben gezeigt, wie stark die Verbindungen ins Ausland sind und wie wichtig es ist, die Zulieferungen sicher zu gestalten. Immer mehr Unternehmen wollen deswegen den Einkauf und die Beschaffung, auch aus dem Ausland, selbst in die Hand nehmen.

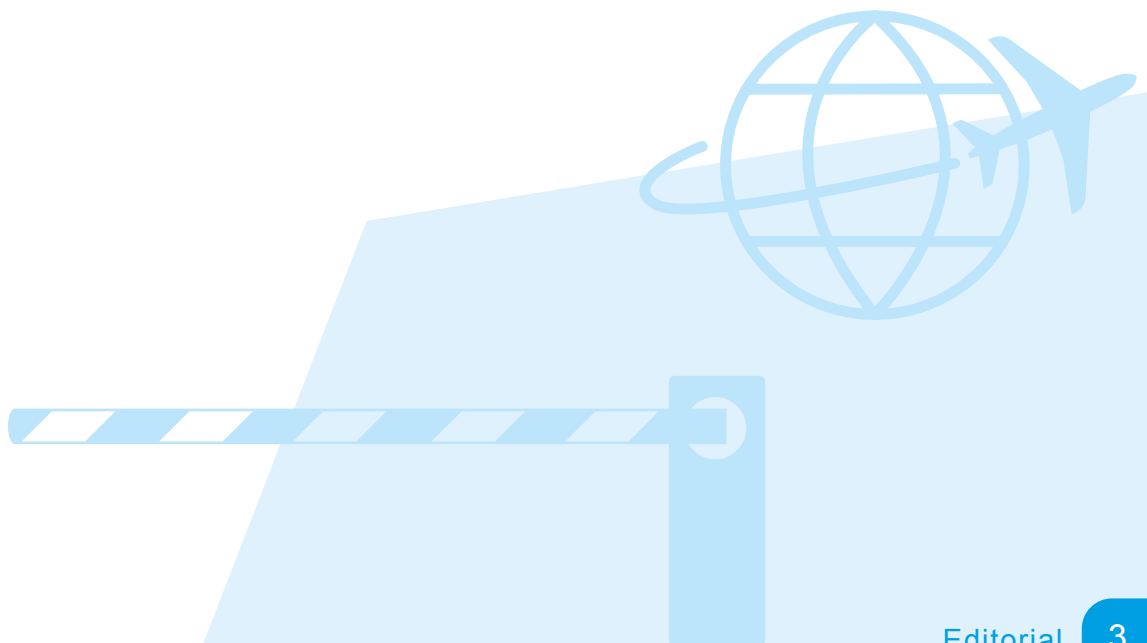
Die IHK Bonn/Rhein-Sieg möchte Sie mit dieser Broschüre beim erfolgreichen Einstieg in den Import unterstützen. Wir schildern, was Unternehmen ohne Auslandserfahrung tun können, um in fremden Märkten Geschäfte zu machen. Sie werden sehen: Es gehört weniger dazu, als Sie denken.

In der Broschüre „Einstieg in den Import“ werden die Grundlagen für innergemeinschaftliche Geschäfte sowie für Importe aus Drittländern aufgezeigt. Dabei geht es auch um einen Überblick zu den bei einem Import notwendigen Dokumenten & Nachweisen, Zöllen und um die Umsatzsteuer. Der Aufbau von Geschäftsbeziehungen und weiterer bei einer Beschaffung zu berücksichtigenden Aspekte runden den Inhalt ab.

Das Außenhandels-Team der IHK Bonn/Rhein-Sieg berät Sie zu allen Fragen rund um die Außenwirtschaft. Gern laden wir Sie zu einer unserer zahlreichen Veranstaltungen ein. In dieser Broschüre finden Sie viele Informationen. Unter www.ihk-bonn.de, Webcode 5, sind es noch mehr.

Bitte sprechen Sie uns an, wenn Sie Fragen zum Außenhandel haben.

Ihr Team International der IHK Bonn/Rhein-Sieg



1. Grundlagen und Voraussetzungen

Die geschäftsmäßigen Voraussetzungen für ein Importgeschäft

Beim zuständigen Ordnungs- bzw. Gewerbeamt der Stadt oder Gemeinde muss dafür eine Gewerbeanmeldung gemacht werden. Je nach Größenordnung des Unternehmens ist auch eine Eintragung ins Handelsregister beim zuständigen Amtsgericht erforderlich. Diese ist über einen Notar zu veranlassen. Gewerbebetreibende aus Drittländern benötigen eine Aufenthaltsgenehmigung für Deutschland, die eine selbstständige gewerbliche Tätigkeit ausdrücklich zulässt. Jedes Unternehmen, das Exporte oder Importe beim Zoll anmeldet, benötigt eine EORI-Nummer.

EORI Nummer

Der Begriff „EORI-Nummer“ steht für Economic Operators Registration and Identification number - Nummer zur Registrierung und Identifizierung von Wirtschaftsbeteiligten. Es ist die Kennung jedes Unternehmens oder Selbstständigen gegenüber dem deutschen Zoll. Die Pflicht zur Angabe der EORI-Nummer besteht bereits ab dem ersten Export- oder Importvorgang. Die EORI-Nummer wird auf Antrag vom Zoll zugeteilt. Das Antragsformular ist unter www.zoll.de zu finden.

Zolltarifnummer / statistische Warennummer

Um Einfuhrbestimmungen für einzelne Waren ermitteln zu können, muss die statistische Warennummer / Zolltarifnummer bekannt sein. Ein häufig verwendeter Begriff ist auch HS-Code. Die statistische Warennummer ist zudem bei der Zollanmeldung/Einfuhranmeldung anzugeben. Der Experteur kennt die Warennummer seiner Produkte zumeist. Anhand dieser statistischen Warennummern sind besondere Im- und Exportvorschriften festgelegt. Sie ist Grundlage für alle weiteren Entscheidungen und Maßnahmen im Rahmen der Zollbehandlung. Auf Basis dieser Warennummer ordnet der Zoll alle Waren ein. Sie kann anhand des „Warenverzeichnisses für die Außenhandelsstatistik“ ermittelt werden, welches auf www.destatis.de verfügbar ist. Auf der Internetseite des Zolls steht unter www.ezt-online.de ebenfalls eine Online-Version des statistischen Warenverzeichnisses zur Verfügung.



2. Einfuhrabgaben, Zollwert, Steuern

Einfuhrabgaben in der EU

Drei Formen von Einfuhrabgaben werden erhoben. Dies sind der Zoll für eingeführte Waren, die Einfuhrumsatzsteuer und Verbrauchsteuern. Die Erhebung anderer Abgaben bzw. Gebühren ist unzulässig. Allerdings können Gebühren für besondere Dienstleistungen fällig sein, z.B. für besondere Formen der Abfertigung. Der zu zahlende Zollbetrag ergibt sich aus dem Zollwert der Ware und dem entsprechenden Zollsatz. Zu den Zöllen gehören neben dem Einfuhrzoll auch die Antidumping- und Ausgleichszölle sowie die Agrarzölle. Die Abgabensätze sind einheitlich in der gesamten EU. So wendet z.B. die italienische Zollverwaltung dieselben Zollsätze an wie die deutsche Zollverwaltung. Im Agrarbereich können weitere Zusatzzölle anfallen. Die Einfuhrzölle finden sich online unter: [➤auskunft.ezt-online.de](https://auskunft.ezt-online.de)

Einfuhrumsatzsteuer

Bei der Einfuhrumsatzsteuer (EUST) handelt es sich um eine besondere Erhebungsform der Umsatzsteuer mit einem Regelsatz von derzeit 19%. Sie wird in ihrer Funktion als Grenzausgleich erhoben, um einen Importeur nicht besser zu stellen als einen Abnehmer, der eine Ware im Inland erwirbt. Für vorsteuerabzugsberechtigte Unternehmer ist die EUST lediglich ein „durchlaufender Posten“, weil gezahlte EUST als Vorsteuer abgezogen und damit als eine Forderung gegenüber dem Finanzamt geltend gemacht werden kann.

Verbrauchsteuern

Verbrauchsteuern existieren z.B. für Tabak, Kaffee, Bier, verschiedene Alkoholika, Strom und Energie. Je nach Warenkreis variieren diese Abgaben erheblich und sollten vor der geplanten Einfuhr der betroffenen Waren ermittelt werden. Nähere Informationen bei [➤www.zoll.de](https://www.zoll.de) Stichwortsuche „Verbrauchsteuersätze“.

Der Zollwert

Der Wert einer Ware ist die zentrale Bemessungsgrundlage für die Erhebung der Einfuhrabgaben. Der Zollwert ist daher besonders sorgfältig zu ermitteln. Im Regelfall ist der Zollwert der „Transaktionswert“, d.h. der tatsächlich gezahlte oder zu zahlende Rechnungspreis „frei Ort des Verbringens“ in das Zollgebiet der EU (frei Ort Außengrenze der EU). Dieser Wert muss alle Kosten beinhalten, die der Importeur bis zu dem Ort aufwenden muss, an dem die Ware die Außengrenze der EU überschreitet. Dies sind – neben den Kosten für die Ware – insbesondere die Transport- und Versicherungskosten.

3. Deklaration, Dokumente, Anmeldung

Einfuhranmeldung

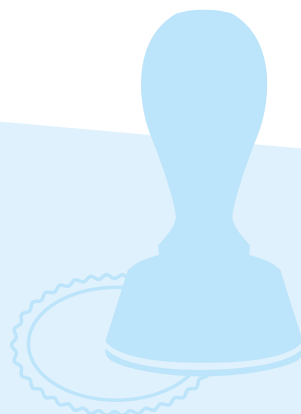
Wird Drittlandsware (Ware aus einem Land, das nicht der EU angehört) in die EU eingeführt, muss sie in ein Zollverfahren überführt und angemeldet werden. Dies geschieht i.d.R. mit der Einfuhranmeldung. Im kommerziellen Verkehr ist eine schriftliche Einfuhranmeldung ab einem Warenwert von 1.000 EUR oder einem Gewicht von mehr als 1.000 kg erforderlich. Bei einem Warenwert von weniger als 1.000 EUR kann der Antrag mündlich gestellt werden. Bei einem Warenwert ab 1.000 Euro oder einem Gewicht ab 1.000 kg ist eine Einfuhranmeldung Pflicht. Dies kann z.B. über die Anwendung „Internet-Zollanmeldung-Einfuhr“ (IZA) unter www.einfuhr.internetzollanmeldung.de vorgenommen werden. Die Anmeldung ist gemäß dem Merkblatt zu „Zollanmeldungen, summarischen Anmeldungen und Wiederausfuhrmitteilungen“ zu erstellen. Für die erste Einfuhranmeldung sollte etwas Zeit eingeplant werden. Das Merkblatt ist dabei eine unverzichtbare Orientierungshilfe.

Elektronische Vorabanmeldungen

Seit 2011 sind elektronische Vorabanmeldungen von Ein- und Ausfuhren (auch Eingangs- SumA/ESumA genannt) Pflicht. Die summarische Eingangsanmeldung ist grundsätzlich vom Beförderer, d.h. von der Person abzugeben, die die Waren in das Zollgebiet der Gemeinschaft verbringt oder die Beförderung übernimmt. In der Regel ist dies die Reederei, die Spedition, die Flug- oder Eisenbahngesellschaft. Die Bereitstellung der erforderlichen Daten durch den ausländischen Exporteur muss geregelt werden.

Deklaration von Importwaren

Zur Beurteilung der einschlägigen Einfuhrbestimmungen reichen allgemeine Angaben wie „Bekleidung“ oder „Chemikalien“ allein nicht aus. Jede Ware ist unter Angabe der 11-stelligen Zolltarifnummer zu einem Zollverfahren, in der Regel zur „Überführung in den zollrechtlich freien Verkehr“, anzumelden. Um prüfen zu können, ob die angegebene Zolltarifnummer korrekt ist, muss die Warenbezeichnung so genau sein, dass die sofortige und eindeutige Identifizierung und die Einreihung der Ware in den Zolltarif möglich sind. Es ist daher die übliche Handelsbezeichnung zu verwenden, die ggf. um besondere Beschaffenheitsmerkmalen ergänzt werden kann (z.B. H-Profil aus Eisen, warmgewalzt, Höhe weniger als 80 mm).



4. Dokumente für die Einfuhr

Einfuhranmeldung

Welche Dokumente sind bei der Einfuhrabfertigung noch erforderlich? Grundsätzlich benötigt wird die Handelsrechnung des ausländischen Lieferanten. Wenn weitere Dokumente benötigt werden, ist dies in der Datenbank Elektronischer Zolltarif (EZT) verzeichnet. Welche dies sein können, stellen die folgenden Punkte dar.

Zollwertanmeldung

Diese Erklärung ist auch unter dem Namen D.V. 1 (declaration of value) bekannt. Sofern die Importware einem Wertzoll unterliegt, ist neben der eigentlichen Einfuhranmeldung eine Anmeldung über den Zollwert abzugeben. Sie dient den Zollbehörden zur Prüfung und zur Ermittlung des Zollwerts.

Präferenznachweise

Sofern die Anwendung einer Zollvergünstigung (Präferenz) im Rahmen eines Freihandelsabkommens beantragt wird, ist ein Präferenznachweis erforderlich. Präferenznachweise können sein: Warenverkehrsbescheinigungen EUR.1, EUR-MED oder auch präferenzzielle Ursprungserklärungen auf Rechnungen (EZU). Die Inanspruchnahme einer Präferenz ist freiwillig und nicht zwingend. Der Lieferant aus dem Ausland kann diesen Nachweis nur bereitstellen, wenn die Ware in seinem Land hergestellt wurde und den Kriterien des Abkommens entspricht. Siehe dazu Kapitel 6 auf Seite 12 zu präferentiellen Ursprung.

Freihandelsabkommen der Europäischen Union

- ◄◄ Ägypten (EG)
 - ◄◄ Albanien (AL)
 - ◄◄ Algerien (DZ)
 - ◄◄ Andorra (AD)
 - ◄◄ Bosnien-Herzegowina (BA)
 - ◄◄ Ceuta (XC) und Melilla (XL)
 - ◄◄ Chile (CL)
 - ◄◄ Côte d'Ivoire (CI)
 - ◄◄ Ecuador (EC)
 - ◄◄ Färöer (FO)
 - ◄◄ Französisch-Polynesien (PF)
 - ◄◄ Georgien (GE)
 - ◄◄ Ghana (GH)
 - ◄◄ Island (IS)
 - ◄◄ Israel (IL)
 - ◄◄ Japan (JP)
 - ◄◄ Jordanien (JO)
 - ◄◄ Kanada (CA)
 - ◄◄ Kolumbien (CO)
 - ◄◄ Republik Korea (KR)
 - ◄◄ Kosovo (XK)
 - ◄◄ Libanon (LB)
 - ◄◄ Liechtenstein (LI)
 - ◄◄ Marokko (MA)
 - ◄◄ Nordmazedonien (MK)
 - ◄◄ Mexiko (MX)
 - ◄◄ Republik Moldau (MD)
 - ◄◄ Montenegro (ME)
 - ◄◄ Neukaledonien (NC)
 - ◄◄ Norwegen (NO)
 - ◄◄ Peru (PE)
 - ◄◄ Schweiz (CH)
 - ◄◄ Serbien (XS)
 - ◄◄ Singapur (SG)
 - ◄◄ Saint-Pierre und Miquelon (PM)
 - ▶ Syrien (SY)
 - ◄◄ Tunesien (TN)
 - ◄◄ Türkei (TR)
 - ◄◄ Ukraine (UA)
 - ◄◄ Vietnam (VN)
 - ◄◄ Westjordanland / Gazastreifen (PS)
 - ▶ afrikanischer, karibischer, pazifischer Raum (AKP/MAR)
 - ◄◄ CARIFORUM-Staaten (CAF)
 - ◄◄ ESA-Staaten
 - ▶ Entwicklungsländer (APS)
 - ◄◄ Ländergruppe südl. Afrika (SADC)
 - ▶ Überseeische Länder und Gebiete (ÜLG)
 - ◄◄ West-Pazifik-Staaten (WPS)
 - ◄◄ Zentralafrika (CAS)
 - ◄◄ Zentralamerika (CAM)
- ◄◄ zweiseitige Gewährung (Gegenseitigkeit) von Zollpräferenzen (bei Einfuhr in die EU und bei Einfuhr in das jeweilige Präferenzland)
 - ▶ nur einseitige Gewährung von Zollpräferenzen (bei Einfuhr in die EU)



Ursprungszeugnis (UZ)

Ein Ursprungszeugnis ist nur erforderlich, sofern die Waren im EZT unter „Einfuhrhinweise“ mit „U“ gekennzeichnet sind. Siehe dazu Kapitel 6 auf Seite 12 zu Ursprungszeugnissen.

Ursprungserklärung (UE)

Eine Ursprungserklärung ist nur erforderlich für Waren der Kapitel 50 bis 63 des EZT, die unter „Einfuhrhinweise“ mit „UE“ gekennzeichnet sind. Die UE ist vom Exporteur oder Lieferanten zu erstellen. Sofern ein Ursprungszeugnis vorgelegt wird, ist die UE entbehrlich. Diese Erklärung ist außenwirtschaftsrechtlicher Natur und ist nicht mit der Rechnungserklärung nach dem Präferenzrecht zu verwechseln.

Weitere Papiere

Einfuhrgenehmigung: Eine etwaige Genehmigungspflicht ist aus der Einfuhrliste als Anlage zum Außenwirtschaftsgesetz erkennbar. Die Hinweise aus der Liste sind auch im EZT unter „Einfuhrhinweise“ integriert.

Mengenmäßige Einfuhrbeschränkungen und Genehmigungserfordernisse ergeben sich insbesondere im Agrar- und Textilbereich. Besondere Verbote und Beschränkungen bestehen z.B. bei geschützten Tier- und Pflanzenarten und Produkten daraus. Als Genehmigungsbehörden sind für den Agrarbereich die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), www.ble.de, und für die gewerblichen Waren das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA), www.bafa.de, zuständig.

Einfuhrlizenz: Sie ist nur erforderlich für die Einfuhr bestimmter Agrarwaren, soweit sie im Rahmen einer gemeinsamen Marktordnung oder Handelsregelung vorgeschrieben sind.

Einfuhrkontrollmeldung (EKM): Die EKM ist ein besonderes Meldepapier, das z.B. der Marktbeobachtung, Freigabe von Kauttionen oder Überwachung von Einfuhrquoten, insbesondere bei Waren des Ernährungsbereichs, dient. Die EKM ist grundsätzlich vorzulegen, wenn die Ware in der Einfuhrliste mit den Buchstaben „EKM“ gekennzeichnet ist.

Internationale Wareneingangsbescheinigungen

Diese Endverbleibserklärungen sind erforderlich bei Rüstungsgütern, Gütern für kerntechnische Zwecke und Waren mit strategischer (militärischer) Bedeutung.

Überwachungsdokument (ÜD)

Das ÜD muss vorgelegt werden, wenn im EZT durch „ÜD“ darauf hingewiesen wird. Es ist nur abzugeben, sofern dies in außenwirtschafts- oder marktordnungsrechtlichen Vorschriften vorgesehen ist.

Normen

Die Übereinstimmung mit deutschen und europäischen Normen muss zwar nicht für den Import bestehen, wohl aber für die daran anschließende Verwendung im Inland, d.h. für den Vertrieb. Das CE-Kennzeichen bescheinigt z.B. diese Übereinstimmung. Die Vertriebsfähigkeit der Waren sollte auf jeden Fall im Vorfeld überprüft und mit

dem Lieferanten abgeklärt werden, so z.B. bei Lebensmitteln. Siehe dazu Kapitel Exkurs II auf Seite 26.

Meldepflichten im Kapitalverkehr

Weiterhin bestehen Meldepflichten im Kapitalverkehr. Dies betrifft zwar nicht den Warenverkehr aber z.B. Zahlungen für Dienstleistungen aus dem Ausland ab einem Wert von 12.500 Euro. Die Meldungen gehen an die Landeszentralbanken, häufig wird dies durch die Kreditinstitute erledigt. Dies sollte jedes Unternehmen aber dennoch prüfen. Die Außenwirtschaftsverordnung (AWV) sieht hier auch Strafen vor. Weitere Informationen erhalten Sie bei der Bundesbank.

➤ www.bundesbank.de Stichwortsuche „Meldewesen“.

GUT ZU WISSEN



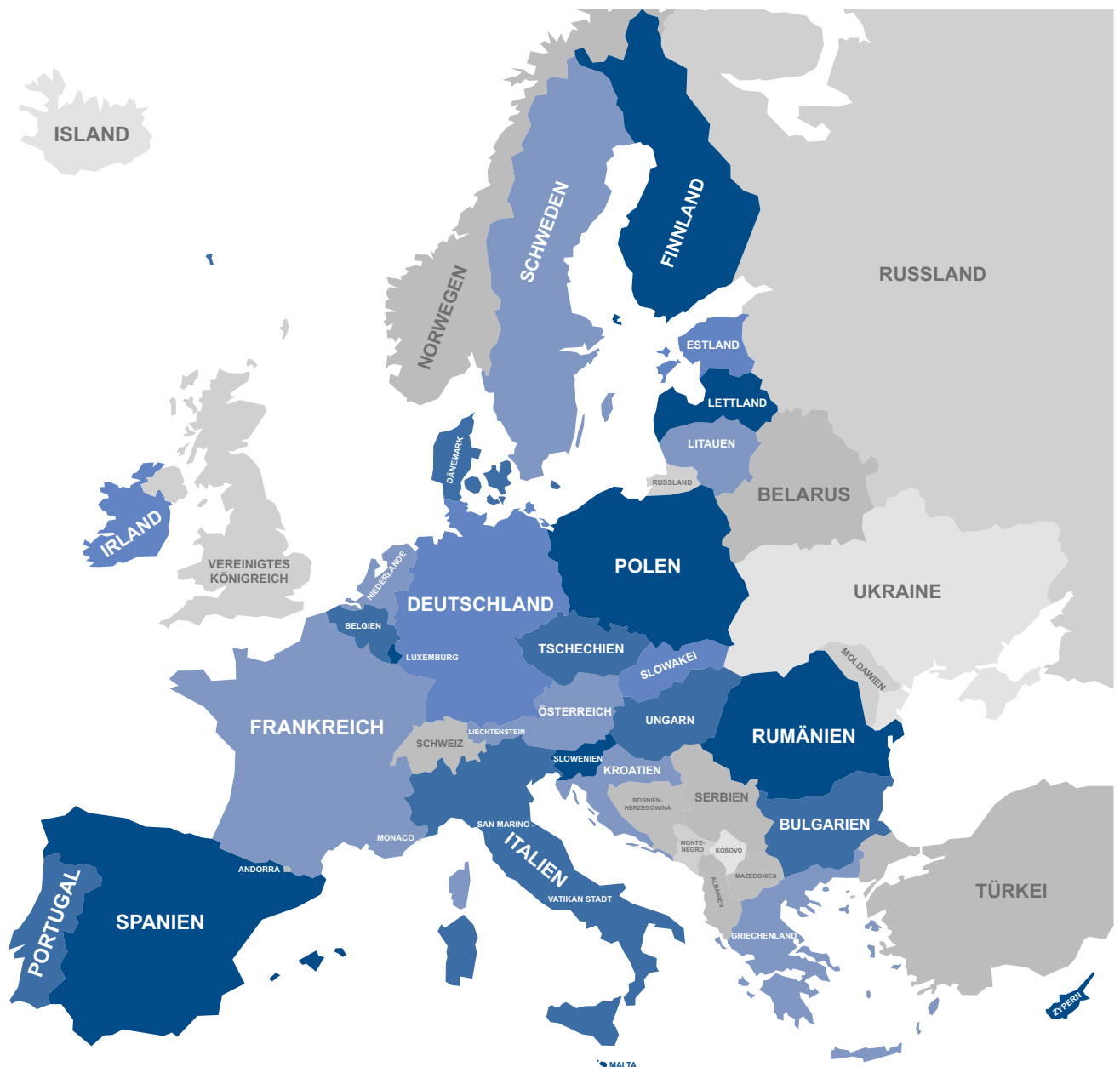
Ausfuhr aus dem Herkunftsland

Die Ausfuhr aus dem Herkunftsland ist ein vom Import getrennter Prozess. Die Ausfuhr aus dem Herkunftsland wird mit den Behörden in diesem Land abgewickelt. Hierbei kann der deutsche Importeur zumeist nicht selbst auftreten und muss vor Ort vertreten werden. Oft ist dies der Verkäufer im jeweiligen Land. Dieser trifft alle Absprachen mit dem Zoll und meldet die Ausfuhr vor Ort an. Andernfalls muss ein Beauftragter eingeschaltet werden, als Zollagent, was zuweilen auch Speditionen / Transportunternehmen anbieten. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abläufe und das notwendige Vorgehen dabei von Land zu Land unterscheiden. Die Ausfuhr aus dem Herkunftsland wird deswegen in dieser Broschüre nicht behandelt.

5. Umsatzsteuer und Meldepflichten

Lieferungen aus EU-Mitgliedstaaten

Werden Waren aus den EU-Mitgliedstaaten nach Deutschland geliefert, so spricht man nicht mehr von Warenimport, sondern von Warenerwerb. Eine zollamtliche Behandlung der Waren ist nicht notwendig, so dass keine Zollpapiere benötigt werden. Auf Grund der fehlenden Mehrwertsteuerharmonisierung muss für jede erhaltene Ware Erwerbssteuer in Höhe der deutschen Mehrwertsteuer gezahlt werden. Unternehmen, die ihren Sitz in Deutschland haben, müssen über die Finanzverwaltung in Saarlouis eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (Ust-IdNr.) beantragen. Zur Anerkennung der Steuerfreiheit müssen folgende Angaben erscheinen: Die eigene Ust-IdNr. und die des Abnehmers, sowie ein Hinweis auf die steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferung.



Umsatzsteuerfreie innergemeinschaftliche Lieferungen

Eine innergemeinschaftliche Lieferung an Geschäftskunden ist regelmäßig von der Umsatzsteuer

(auf Seite des Verkäufers) befreit, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- 1) Der Unternehmer oder der Abnehmer hat die Ware in einen anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union (EU) befördert oder versendet.
- 2) Der Abnehmer weist eine ausländische USt-IdNr. nach. Dies ist beim Einkauf eines deutschen Unternehmens aus einem anderen EU-Land die deutsche USt-IdNr., welche der Verkäufer im Ausland benötigt. Dies gilt nicht für Endverbraucher. Für Privatpersonen, im Versandhandel und für Lieferungen von Fahrzeugen gibt es Sonderbestimmungen. Werden verbrauchsteuerpflichtige Waren befördert, muss dafür ein „Warenbegleitschein für verbrauchsteuerpflichtige Ware“ im Abgangsmittgliedstaat ausgestellt werden. Grundsätzlich ist der Handel innerhalb der EU unkompliziert. Doch es bestehen einige Meldepflichten. Ihre eigene USt-IdNr. können deutsche Unternehmen beim Bundeszentralamt für Steuern beantragen. Das Antragsformular gibt es unter www.bzst.de.

Zusammenfassende Meldungen

Das Bundeszentralamt für Steuern (BZSt) überwacht die Umsatzsteuerbefreiung bei EU-internem

Handel, um die ordnungsgemäße Besteuerung und die Wettbewerbsgleichheit zu sichern. Deshalb müssen Unternehmen vierteljährlich „Zusammenfassende Meldungen“ (ZM) über ihre steuerfreien innergemeinschaftlichen Lieferungen erstellen. Der innergemeinschaftliche Erwerb einer Ware aus einem anderen Mitgliedstaat ist vom Erwerber in der Umsatzsteuervoranmeldung dem zuständigen Finanzamt zur Versteuerung anzumelden. Bemessungsgrundlage für die Steuer auf den Erwerb ist das vom Lieferant in Rechnung gestellte Entgelt. Bemessungsgrundlage und Steuerbetrag sind aufzuzeichnen und in der Umsatzsteuervoranmeldung anzugeben. Der Steuerbetrag kann mit gleicher Voranmeldung als Vorsteuer wieder abgezogen werden, sodass kein tatsächlicher Zahlungsvorgang damit verbunden ist.

Die Meldungen sind elektronisch abzugeben: www.bzst.de.

Intrahandelsstatistik

In der innergemeinschaftlichen Handelsstatistik – kurz Intrastat oder ICTS – werden Daten über den

Warenverkehr zwischen Deutschland und den übrigen EU-Ländern erhoben. Intrastat verpflichtet alle Unternehmer, ihre Versendungen und Eingänge monatlich beim Statistischen Bundesamt zu melden. Sie muss immer in dem Kalendermonat gemacht werden, in dem die innergemeinschaftliche Lieferung stattfand. Die Intrastat-Meldung muss online abgegeben werden. Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen, deren Lieferungen in die EU die Grenze von 500.000 Euro im Vorjahr nicht überschritten haben, sind von der Meldung befreit. Überschreiten sie die Grenze im laufenden Jahr, müssen sie die Intrastat-Meldung ab dem Folgemonat abgeben.

6. Ursprung, Präferenznachweise, Lieferantenerklärung

Im Außenhandel ist häufig vom „Ursprung“ einer Ware die Rede. Es geht um einen Nachweis über die Herkunft bzw. den Produktionsort einer Ware. Im Fall von Deutschland heißt dann das Ursprungsland offiziell Bundesrepublik Deutschland (Europäische Union). Dabei wird unterschieden zwischen nicht-präferenziellem Ursprung und präferenziellem Ursprung.

Der nicht-präferenzielle Ursprung

Hier geht es um Handelspolitik. Denn viele Staaten möchten ihre eigenen Märkte schützen. Sie stellen den Ursprung fest, um Warenströme zu steuern und zu kontrollieren, Antidumping-Maßnahmen durchzusetzen und Importbeschränkungen zu überwachen. Daher wird dieser Ursprung auch handelspolitischer Ursprung genannt. Jede Ware hat eine Geschichte. Ihr handelspolitischer Ursprung liegt in dem Land, in dem sie entweder vollständig gewonnen oder hergestellt wurde. Stammen die Rohstoffe oder Bestandteile aus anderen Ländern, ist entscheidend, wo die letzte wesentliche Be- oder Verarbeitung stattgefunden hat. Es geht immer um eine Gesamtbetrachtung. Details dazu sind in Art. 59 bis 63 des Zollkodex der Union (UZK) festgehalten. Im Extremfall können Waren, die nur ausländische Komponenten enthalten, auf diese Art deutschen Ursprung erhalten. Der Nachweis darüber ist das Ursprungszeugnis. In der Regel entscheidet das Zielland, ob ein Ursprungszeugnis nötig ist. Dann handelt es sich um eine staatliche Vorgabe. Denkbar ist auch, dass der Kunde einen Ursprungsnachweis wünscht. Ursprungszeugnisse werden im Herkunftsland bei der zuständigen Stelle beantragt, für Gewerbetreibende ist es in Deutschland die Industrie- und Handelskammer.

Präferenzierter Ursprung

Präferenz bedeutet Vergünstigung, Vorrecht oder Vorliebe. In diesem Fall hat die EU mit Drittländern ein Freihandelsabkommen geschlossen, das den Import begünstigt. Die Ware kann zollfrei oder zumindest zollermäßig eingeführt werden, sofern bestimmte Ursprungsregeln erfüllt sind. Das beim Zoll nachzuweisen, kann aufwändig sein. Das zuständige Zollamt im Ausland stellt z.B. die Warenverkehrsbescheinigungen EUR.1 oder EUR-MED aus. Bei kleinen Mengen bis zu einem Rechnungswert von 6.000 Euro reicht häufig eine selbst ausgestellte Ursprungserklärung (UE) auf der Handelsrechnung. Diese muss dann der Geschäftspartner im Ausland anbringen. Die Abkommen zwischen der EU und den Drittstaaten sind ein- oder zweiseitig: Einseitige Präferenzabkommen werden überwiegend Entwicklungsländern gewährt. Exporteure aus diesen Ländern können ihre Waren zollfrei (oder ermäßigt) in die EU einführen. Zweiseitige Präferenzabkommen gewähren die Vorteile auf beiden Seiten. Ermittlung der Einfuhrzölle z.B. unter: www.auskunft.ezt-online.de.

Lieferantenerklärungen

Die Europäische Union hat mit vielen Ländern Abkommen abgeschlossen, in denen Zollbegünstigungen (Präferenzen) vereinbart wurden. Um Zollbefreiungen bei der Einfuhr nutzen zu können, muss geprüft werden, ob die Ware auch den Kriterien des Abkommens entspricht. Damit wird die präferenzielle Ursprungseigenschaft festgestellt. Dies ist schwer, wenn der Exporteur nicht selber Hersteller der Ware ist, sondern sie als Handelsware von einem Vorlieferanten aus der EU bezogen hat. Denn das Dokument zum Nachweis der Ursprungseigenschaft darf nur ausgestellt werden, wenn der präferenzielle Ursprung nachgewiesen werden kann. Um diesen Nachweis der Ursprungseigenschaft zu ermöglichen, besteht das System der Lieferantenerklärungen

(LE) in der EU. Die erste Lieferantenerklärung muss immer vom Hersteller der Waren in der EU ausgestellt werden. Händler können eine LE nur ausstellen, wenn ihnen gültige Nachweise des Vorlieferanten vorliegen (z. B. LE, EUR. 1, EUR-MED). Die dann wieder ausgestellte LE darf maximal die Angaben des Vorlagedokumentes beinhalten, nur Absender- und Empfängerangaben sind zu ändern. Eine LE für Waren mit Präferenzursprung ist nur gültig, wenn die ausstellende Firma in der EU ansässig ist.

Made in ... ist eine Herkunftsangabe

„Made in Germany“ klingt nach Qualität. Viele Hersteller nutzen die Warenmarkierung als Aushängeschild, um für ihr Produkt zu werben. Ein Ursprung im Sinne der nicht-präferenziellen (handelspolitischen) oder präferenziellen Ursprünge ist „Made in ...“ nicht. Dennoch geht dieser Hinweis auf die Herkunft eines Produkts über reine Werbung hinaus. Er schützt vor einer fehlerhaften Kennzeichnung. Geregelt ist dieser Schutz im „Madrider Abkommen zur Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben“ und im deutschen Wettbewerbs- und Markenrecht, allerdings nicht so detailliert wie beim präferenziellen Ursprung. Einige Länder verlangen sichtbare „Made in...“-Markierungen auf den Waren. Dann müssen diese Waren beim Export gekennzeichnet sein. Ein Merkblatt dazu finden Sie unter www.ihk-bonn.de, Webcode @2223.

GUT ZU WISSEN



Lieferbedingungen

Bei einem Handelsgeschäft mit dem Ausland fallen Kosten und Risiken an (Transport, Versicherung, Zoll), deren Aufteilung zwischen dem ausländischen Exporteur und dem deutschen Importeur vorab geregelt werden muss. Diese Lieferbedingungen werden durch die INCOTERMS (Informationen unter www.iccgermany.de) international standardisiert.



1. Einführung

Den „richtigen“ Zulieferer ausfindig zu machen, entscheidet häufig über den Erfolg des eigenen Geschäftsmodells und bedarf daher größtmöglicher Sorgfalt. Ohne Frage ist es von Vorteil, wenn man über persönliche Kontakte auf ein Lieferanten-Netzwerk im Ausland zugreifen kann, doch kann dies allein nicht das alles entscheidende Kriterium der Auswahl sein. Es gilt festzustellen, ob denn bei zugesicherter Qualität auch die bestmöglichen Einkaufspreise zugestanden werden, wie es mit der Zuverlässigkeit/Kreditwürdigkeit (bei Vorkasse) aussieht, welche Verhandlungsmacht man dem Lieferanten gegenüber überhaupt hat, um seine Vorstellungen durchzusetzen und in wie weit sich der Lieferant ggf. sogar auf die durch das neue „Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz“ zu beachtenden Punkte festlegen lässt. Weiterhin sind mögliche Zollabgaben zu berücksichtigen, die bei einem bestehenden Freihandelsabkommen vielleicht nicht fällig werden, oder sonstige Handelshemmnisse, die auf ausländischer und/oder deutscher/europäischer Seite zum Tragen kommen. Last but not least ist der wichtigste Teil natürlich, die eingeführte Ware auch wie geplant weiterverkaufen zu können. Die detaillierte Kenntnis des Absatzmarktes, der Usancen und der Wettbewerber spielt dabei eine entscheidende Rolle. Nicht nur für Gründer, sondern auch für etablierte Unternehmen empfiehlt es sich immer, einen kompletten Geschäftsplan zu erstellen, um die Erfolgsaussichten und mögliche Risiken gegeneinander abwägen zu können. Im dem zweiten Teil der Broschüre werden diese Themen weiter ausgeführt.

2. Lieferantensuche

Der richtige Lieferant kann zum wichtigsten Erfolgsfaktor beim Geschäftsaufbau und -ausbau werden, den richtigen Partner erst einmal zu finden stellt jedoch oft eine große Herausforderung dar. Nicht selten berichten Unternehmer davon, dass sie ihren Geschäftspartner nach einem langen Messetag durch Zufall beim Absacker an der Hotelbar kennengelernt haben. Diese Zufälle sind zwar wünschenswert, doch sollte man doch strukturiert vorgehen, um mögliche Lieferanten ausfindig zu machen. Die Möglichkeiten dazu sind mannigfaltig und reichen von der direkten Ansprache in den sozialen Medien oder auf Messen über die eigene Recherche und der Eintragung auf Vermittlungsplattformen bis zur Beauftragung von Institutionen zur qualifizierten Vermittlung relevanter, potenzieller Lieferanten und der Teilnahme an Einkäuferreisen.

Direkte Ansprache

Soziale Medien wie Xing, Linked-In oder Facebook ermöglichen neben der Recherche nach Herstellern und Händlern der gewünschten Produkte auch eine unmittelbare persönliche Ansprache, um gleich im ersten Schritt notwendige Details abklären zu können. Ähnlich verhält es sich beim Besuch internationaler Messen im In- und Ausland, bei denen man zusätzlich das Produkt live in Augenschein nehmen und sich erläutern lassen kann. Nicht immer ist der Besuch einer Fachmesse möglich, hier kann man aber zumeist auf das Ausstellerverzeichnis zurückgreifen und Kontaktdaten der relevanten Aussteller aufnehmen. Ausstellerverzeichnisse sind oft auch für vergangene Messen erhältlich, so dass man nicht zwingend auf die nächste Ausrichtung einer Messe warten muss. So lassen sich auch Kontakte recherchieren, die z.B. allein auf Messen in Asien ausgestellt haben. Das Verzeichnis nationaler und internationaler Messen stellt der Verband der deutschen Messewirtschaft „Auma“ zur Verfügung, der unter folgendem Link einsehbar ist: www.auma.de



Recherche in Datenbanken

Eine weitere recht unmittelbare Möglichkeit der Recherche und Ansprache bieten Firmendatenbanken an. Exemplarisch seien folgende Seiten genannt:

➤ www.kompass.com Ein Firmenverzeichnis, in dem die Angebote von über 5 Millionen B2B Unternehmen in über 60 Ländern gelistet sind

➤ www.europages.de Eine Plattform mit über 3 Millionen Firmen und einem Fokus auf europäische Märkte

➤ www.wlw.de Wer liefert was? Ein führender B2B-Marktplatz für die internationale Produktsuche.

Weitere auf ➤ www.gruenderlexikon.de Stichwortsuche „Checkliste Lieferanten“

Auf diesen Webseiten findet man Anbieter der benötigten Waren und deren Kontaktdaten, so dass auch hier eine unmittelbare Anfrage gestartet werden kann.

Ein weiteres Angebot zur Kontaktaufnahme mit Lieferanten bieten die Plattformen „Business Finder“ auf „Ixpos“ und „EEN“.

Der „IXPOS Business Finder“ bringt deutsche Unternehmen mit potenziellen Geschäftspartnern weltweit zusammen. Er hilft, neue Geschäftskontakte, Kooperationen sowie Produkte und Dienstleistungen in Deutschland und weltweit zu finden. Dies ist ein Service von Germany Trade & Invest (GTI) unter Finanzierung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). ➤ www.ixpos.de

Das „Enterprise Europe Network“ (EEN), finanziert von der Europäischen Kommission, unterstützt Unternehmen ebenfalls dabei, weltweit Geschäftspartner zu finden. Das Netz verwaltet Europas größte Online-Datenbank für Geschäftsmöglichkeiten, in der nach Geschäfts- oder Hochschulpartnern für die Herstellung, den Vertrieb, die gemeinsamen Entwicklung und die Lieferungen von Produkten, Ideen und Dienstleistungen gesucht werden kann.

➤ <https://een.ec.europa.eu/partners>

Qualifizierte Vermittlung

Letztendlich bieten verschiedene Institute & Organisationen die Chance auf die Vermittlung

qualifizierter Lieferanten. Hier wären zum einen die in 92 Ländern vertretenen deutschen Auslandshandelskammern (AHKs) zu nennen, die im Auftrag die Suche nach geeigneten Lieferanten in ihrem Land übernehmen können. Zumeist sprechen die Kontaktpersonen deutsch, in einigen Fällen englisch, und sind mit der Geschäftswelt in dem jeweiligen Land bestens vertraut. Neben der Erstellung einer Adressliste findet in der Regel auch eine erste Qualifizierung der Lieferanten statt, so dass mögliche „schwarze Schafe“ gleich ausgesondert werden können und der Auftraggeber sich keine größeren Gedanken um die Zuverlässigkeit machen muss.

Auch bieten die meisten Handelsabteilungen der in Deutschland ansässigen Botschaften/Konsulate Unterstützung bei der Handelspartnersuche an. Häufig verfügen sie über eigene Listen der exportorientierten Unternehmen ihrer Heimatländer und können hier zu einem Match zwischen Angebot und Nachfrage beitragen. Zusätzlich gibt es in zahlreichen Ländern eigene staatlich initiierten Exportagenturen, die die Exporte weltweit und natürlich auch nach Deutschland forcieren sollen – ein perfekter Ansatzpunkt, um interessierte Lieferanten zu akquirieren.

Eine zusätzliche interessante Adresse stellt sicherlich das „Import Promotion Desk“ (IPD) dar, das im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) ausgewählte Produkte aus selektierten Ländern durch ihre Importförderung unterstützt. Die von ihnen ausgewählten Lieferanten aus den Schwellen- und Entwicklungsländern werden hier bereits qualifiziert und erfüllen alle Voraussetzungen zum Vertrieb in Deutschland. Ein Kontakt oder zumindest ein Blick auf deren Webseite ist sicherlich lohnend.

➔ www.importpromotiondesk.de

Verzeichnis der Auslandshandelskammern weltweit: ➔ www.ahk.de

Liste diplomatischer Vertretungen in Deutschland: ➔ www.auswaertiges-amt.de Stichwortsuche „Vertretungen fremder Staaten“

Einkäuferreisen

Letztendlich können Einkäuferreisen, die unter anderem regelmäßig von NRW Global Business in

Zusammenarbeit mit den NRW-IHKs angeboten werden, einen noch besseren Einblick bieten. Das Produktportfolio und seine Herstellung kann beim Besuch des ausländischen Unternehmens in Augenschein genommen werden, persönliche Beziehungen zu dem Lieferanten und Vertrauen aufgebaut und das Verständnis für die Mentalität der Menschen in dem Land zunehmen. Solch eine Reise kann sowohl zu Beginn oder auch zum Abschluss einer erfolgreichen Lieferantenbeziehung stehen.

Nähere Informationen zu Unternehmerreisen für Importeure, Exporteure und Investoren sind unter ➔ www.nrw-international.de verzeichnet.

Weitere Informationen, auch für Exporteure: ➔ www.ihk-bonn.de, Webcode @2239



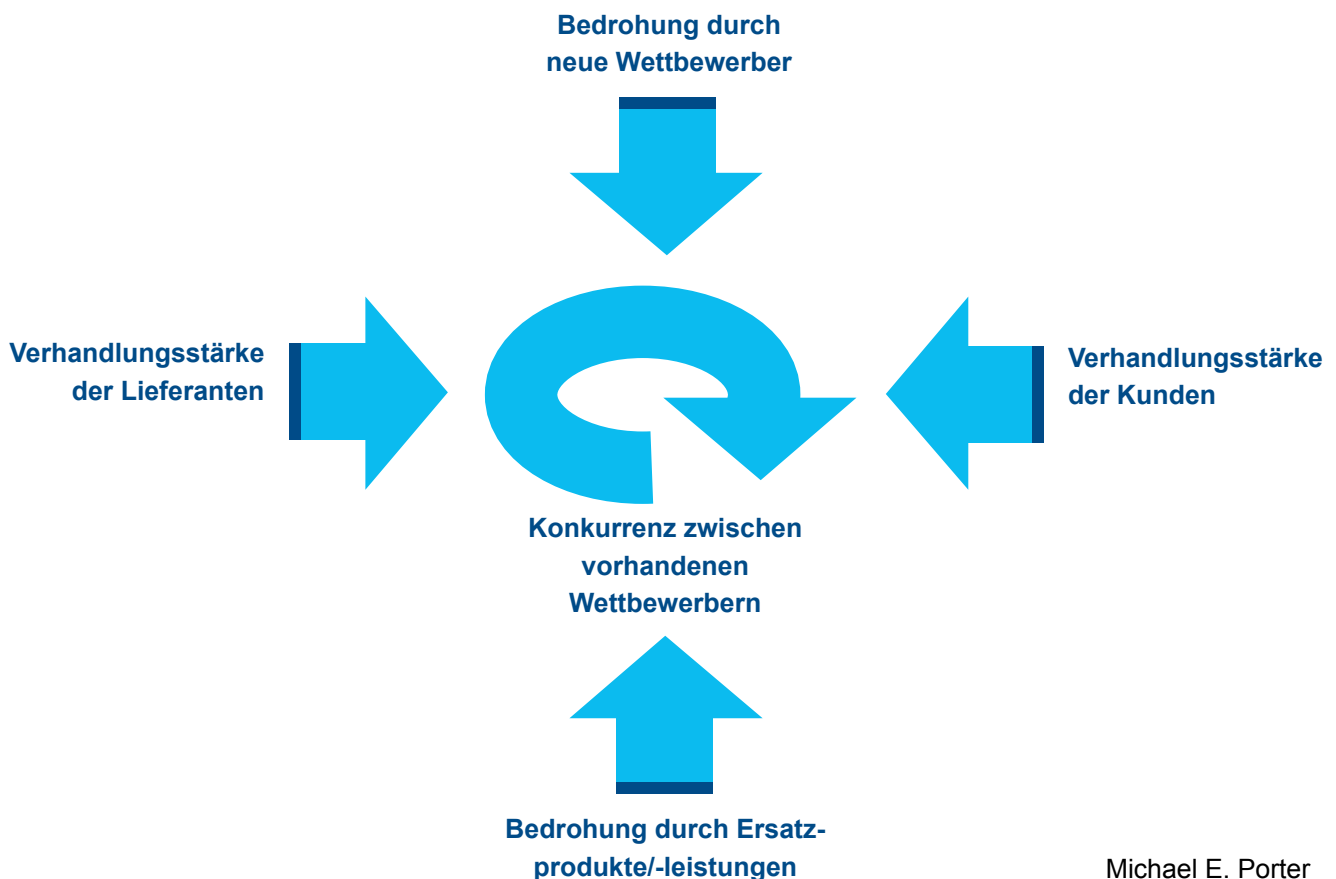
3. Verhandlungsstärke der Lieferanten

Nach Michael E. Porter, US-amerikanischer Universitätsprofessor für Wettbewerbsstrategien, fließt die Verhandlungsstärke der Lieferanten als eine der fünf maßgeblichen Wettbewerbskräfte in den Unternehmenserfolg ein. Von einer hohen Verhandlungsmacht der Lieferanten ist nach seinen Ausführungen unter anderem auszugehen, wenn der Markt von wenigen (großen) Lieferanten dominiert wird, es keine Substitute für diese Warengruppe gibt und der Abnehmer für den Lieferanten kein wichtiger Kunde ist.

Zu beachten wäre weiterhin, dass in aller Regel mit steigenden Bestellmengen Preisnachlässe gewährt werden. Als neuer Marktteilnehmer startet man in der Regel eher mit kleinen Bestellmengen, kann auf den Stückpreis gerechnet folglich selten die gleichen (niedrigen) Preise erzielen, wie die mit mutmaßlich größeren Bestellmengen operierenden Wettbewerber. Ebenso mag es Rabatte für langjährige Zusammenarbeit geben, die man selbst sich erst noch erarbeiten muss.

Um die erfolgreiche Umsetzung des Geschäftsmodells sicherzustellen, ist daher u.a. eine realistische Einordnung der eigenen, bzw. der Verhandlungsmacht des Lieferanten, unerlässlich.

Beschreibung der fünf Wettbewerbskräfte



4. Risikoabschätzung & Informationen zum Lieferanten

Für eine erste Abschätzung der Zuverlässigkeit des Lieferanten bieten heutzutage das Internet und die sozialen Medien einen perfekten Ausgangspunkt. Hier sind nicht nur mögliche Bewertungen des Unternehmens wichtig, sondern auch die Präsenz und öffentlichen Aktivitäten des Lieferanten sowie das „Alter“ der gefundenen Einträge. Sollten diese nur wenige Tage oder Wochen zurückreichen, ist auf jeden Fall erhöhte Vorsicht geboten. Darüber hinaus bieten verschiedene Auskunftsteien/ Institutionen tiefer gehende Auskünfte zu Unternehmen an. Zu nennen wären hier beispielhaft sicherlich „Creditreform“, „Genios“ oder auch „Euler Hermes“. Bei Kapitalgesellschaften wären im ersten Schritt auch die Eintragungen ins jeweilige Unternehmens-/Handelsregister eine gute Grundlage, um ergänzende Angaben zu dem potenziellen Lieferanten zu bekommen.

- www.creditreform.de
- www.genios.de
- www.eulerhermes.de

GUT ZU WISSEN



Zahlungsbedingungen

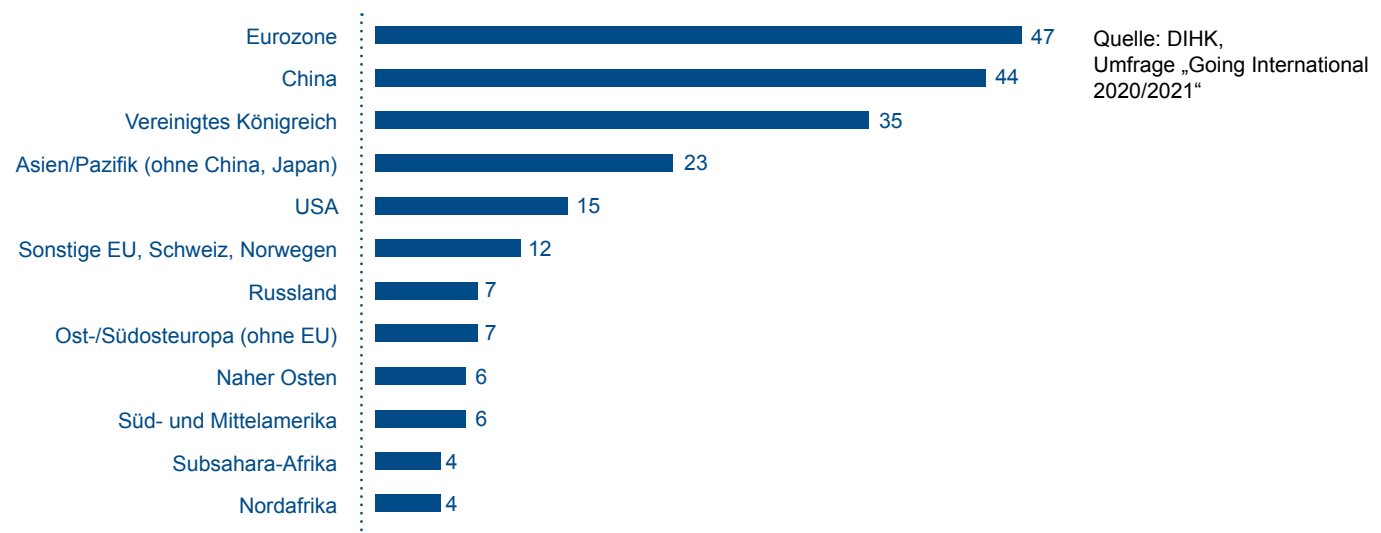
Die Zahlungsbedingungen reichen von der Vorkasse bis zu einer Rechnung mit langfristigen Zahlungsziel. Im Interesse des deutschen Importeurs liegt oft ein möglichst langfristiges Zahlungsziel. Akkreditive oder Zahlung gegen Dokumente sind ebenfalls möglich. Weitere Möglichkeiten sollten im Vorfeld mit der Hausbank besprochen werden.

5. Lieferketten & Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

Störungen in der Lieferkette

Gerade durch die jüngsten Vorkommnisse in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie und dem Brexit wurde die Sensitivität der Lieferketten bei internationalen wirtschaftlichen Verwerfungen offensichtlich. Die Abhängigkeit von wenigen oder sogar nur einem Lieferanten – sei es in Asien oder aktuell in Großbritannien – führte deutlich vor Augen, wie verletzlich Unternehmen beim Bezug ihrer Vorprodukte sein können. Selbst eine erweiterte Lagerhaltung konnte Engpässe in der Versorgung häufig nicht ausgleichen. Vielfach ist eine Neuorientierung in der Beschaffung zur Sicherstellung der Versorgung mit Vor- oder Handelsprodukten notwendig geworden, um keine erneuten Engpässe in der Versorgung zu bekommen. Ein ausgewogener Mix aus lokalen/regionalen und ggf. ausländischen Lieferanten Hilfstörungen zu vermeiden.

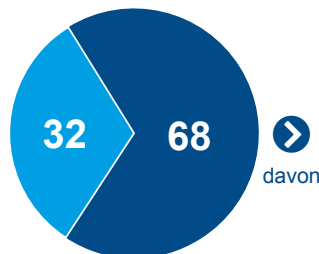
Übersicht der Länder mit den häufigsten Problemen in Lieferketten (in Prozent, Mehrfachantworten möglich):



Wie wird den Problemen begegnet?

Diversifizierung der Lieferketten

(Anteil der Unternehmen in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Bei der Wahl der künftigen Lieferanten sollte im Vorfeld daher auf mögliche Störfaktoren geachtet werden, um eine sichere Versorgung mit den benötigten Waren zu gewährleisten. Weitere Informationen:

➔ www.ihk-bonn.de, Webcode @2239

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

Das „Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten“ (LkSG) tritt zwar erst zum Januar 2023 für große Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern in Kraft, mit Auswirkungen auf die häufig kleineren Zulieferer ist allerdings schon vorher zu rechnen. Mit dem LkSG werden Unternehmen verpflichtet, Sorgfaltspflichten gegenüber ihren direkten Zulieferern wahrzunehmen und dafür Sorge zu tragen, dass beispielsweise weder gegen Menschenrechte, Kinderarbeit oder Umweltbestimmungen verstoßen wird. Dabei handelt es sich um „Bemühungspflichten“, nicht um „Garantiepflichten“. Im Zweifel muss folglich belegt werden können, dass Vorkehrungen zur Einhaltung der Pflichten getroffen wurden, was wiederum mitunter einen nicht unerheblichen Dokumentationsaufwand mit sich bringt. Auch wenn bis zum Inkrafttreten noch Zeit bleibt, steht dennoch zu erwarten, dass Großunternehmen ihre Geschäftsbedingungen / AGBs anpassen werden und nach und nach ihre oft kleineren Lieferanten zur Einhaltung bestimmter Grundsätze verpflichten. Selbst wenn die meisten der Bestimmungen für viele Unternehmen eine Selbstverständlichkeit sind und bereits heute eingehalten werden, so wird künftig doch der Nachweis verlangt, erfordert somit die besagte Dokumentationspflicht und bedeutet eine deutliche Zunahme der Bürokratie.

Weitere Infos: www.ihk-bonn.de, Webcode @2239

s. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz im Download-Bereich

GUT ZU WISSEN



Vertriebsfähigkeit einer Ware

Diese ist zwar nicht für den Import, aber für die spätere Verwendung / Vertrieb von Bedeutung und sollte vorab geklärt werden (z.B. CE-Kennzeichnung). Besonders sensible Produktgruppen sind alle Waren, die direkt an Endverbraucher verkauft werden. Das können neben elektrischen und elektronischen Waren typische Haushaltswaren sein, sog. Bedarfsgegenstände. Aber ebenso Kosmetika, Medikamente, Medizinprodukte oder auch Textilien unterliegen als Beispiele verschiedenen Beschränkungen in Bezug auf die Vertriebsfähigkeit.

6. Freihandelsabkommen & Handelsbarrieren

Die EU hat mit 77 Ländern Freihandelsabkommen geschlossen, bei 24 Ländern steht der Ratifizierungsprozess aus und sie verhandelt mit weiteren 6 Ländern neue Abkommen. Dies bedeutet für Importeure die Chance auf zollfreie Einfuhren aus eben diesen Ländern und damit einen Kostenvorteil im Bezug der Waren gegenüber Ländern, mit denen kein Abkommen besteht. Je nach Höhe des Zolls kann damit entweder die eigene Marge oder der Angebotspreis an die eigenen Abnehmer einen Unterschied von oft 2 bis 15% ausmachen, in Ausnahmefällen sogar noch deutlich mehr. Dadurch wird die Attraktivität zum Bezug der Vorprodukte aus einem der Abkommensländer gesteigert, da die eigene Wettbewerbsfähigkeit damit wächst. Hier sollte im Vorfeld auf jeden Fall geprüft werden, ob, und wenn ja, in welcher Höhe Zollreduktionen zugestanden werden, wenn die Voraussetzungen des Abkommens erfüllt sind. Siehe dazu Kapitel 6, Seite 12.

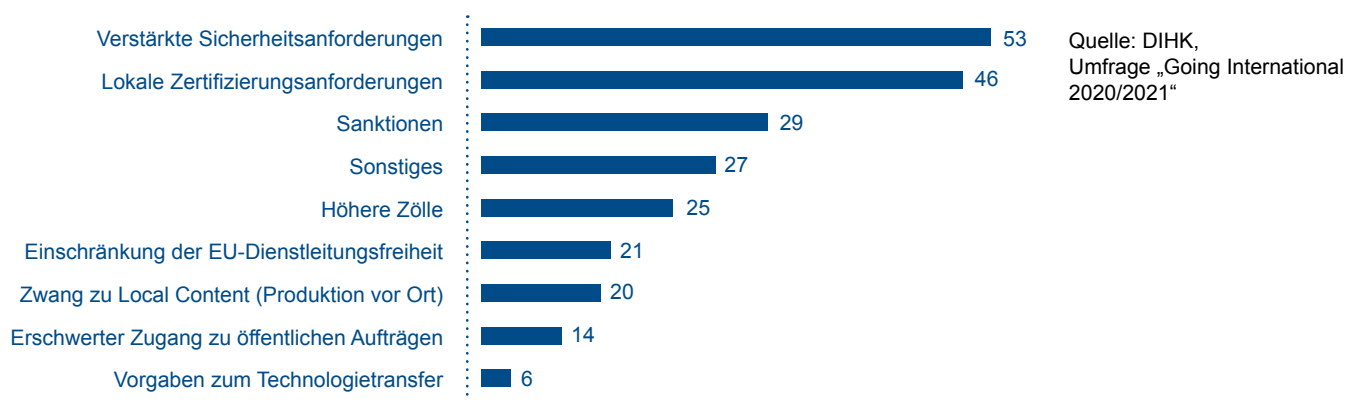
Weitere Informationen: GTAI & WUP Zoll

➤ www.gtai.de Stichwortsuche „Freihandelsabkommen im Überblick“

➤ www.wup.zoll.de

Auf der anderen Seite nehmen weltweit nicht-tarifäre Handelshemmnisse zu. Deutsche Unternehmen geben in Umfragen hier zunehmende Barrieren an, wobei in der letzten Umfrage „Going International“ zu Beginn des Jahres verstärkte Sicherheitsanforderungen, lokale Zertifizierungsanforderungen und Sanktionen zuvorderst genannt wurden.

Zunahme an Handelshemmnissen im internationalen Geschäft (in Prozent, Mehrfachantworten möglich):



Weitere Infos:

➤ www.ihk-bonn.de/Going_International_2021_Bundesweit.pdf

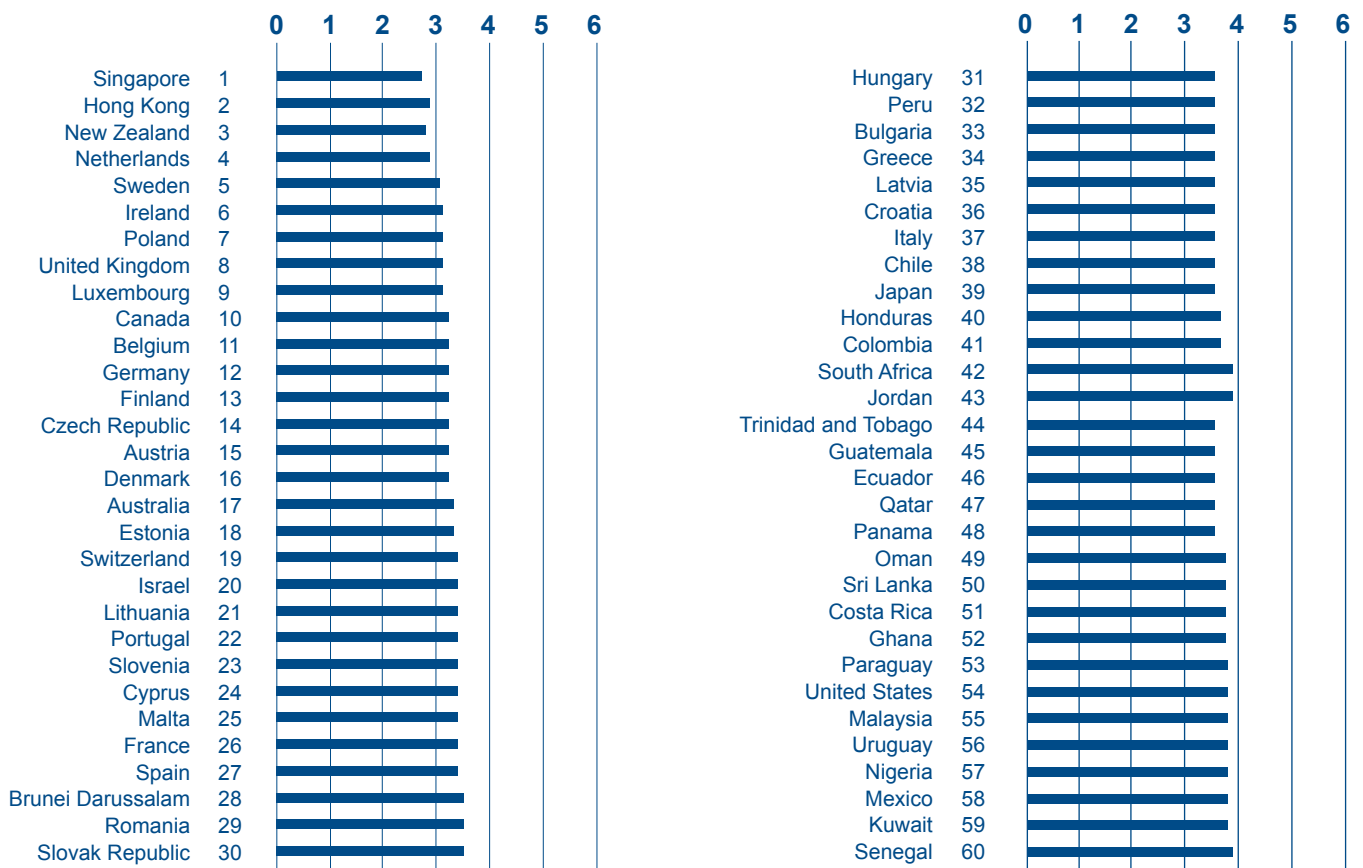
Handelsbarrieren im Überblick

Nach der Beobachtung zunehmender Handelsspannungen in der ganzen Welt wurde der Bedarf an einem Instrument deutlich, dass die Debatte über Handelshemmnisse in den Mittelpunkt stellt - die Vielfalt ihrer Formen und die Rolle, die sie bei den individuellen Entscheidungen einschränken. Der Handelshemmnis-Index (TBI) ist die Antwort auf diesen Bedarf.

Insgesamt bewertet der TBI Handelsbeschränkungen in 86 Ländern, die 83 Prozent der Weltbevölkerung repräsentieren, die für 91 Prozent aller gehandelten Waren und Dienstleistungen und 94 Prozent des weltweiten BIP verantwortlich sind.

Obwohl Deutschland stets für den freien Handel plädiert, bestehen auch bei der Einfuhr u.U. Barrieren, die überwunden werden müssen. In einem internationalen Ranking, dargestellt an dem „Trade Barrier Index“, rangiert Deutschland lediglich auf dem 12. Platz. Trotz des Verbunds in der EU sind die Handelsbarrieren von EU-Land zu EU-Land unterschiedlich.

2019 TBI Scores and Rankings (Auszug)



➤ https://atr-tbi19.s3.amazonaws.com/TBI_FullReport_2019.pdf

7. Internationale Verträge

Das internationale Vertragsrecht ist nicht immer einfach zu durchschauen. Denn die Vertragspartner haben in zwei verschiedenen Ländern ihren Sitz, gehören unterschiedlichen Rechtsordnungen an, haben andere Mentalitäten, Geschäftssitten und Handelsbräuche, sprechen verschiedene Sprachen & unterliegen voneinander abweichenden wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen.

Vor Abschluss des Vertrags sollte man zunächst die Bonität des künftigen Vertragspartners prüfen, die Verhandlungs- und Vertragssprache bestimmen (soweit nicht gesetzlich vorgeschrieben), den Vertragstext schriftlich! verfassen und die Vertragsklauseln nummerieren, ohne sich innerhalb des Vertrags zu widersprechen. Er sollte am besten von einem Juristen aufgesetzt werden. Sollte dies nicht in Betracht kommen, bietet es sich an ihn zumindest von einer vertrauten Person lesen zu lassen, bevor er in doppelter Ausführung unterzeichnet wird. Als Basis kann gegebenenfalls einer der auf der Webseite der IHK Frankfurt hinterlegten Musterverträge oder Vorlagen der Internationalen Handelskammer (ICC) genutzt werden.

Quelle: ➤ www.frankfurt-main.ihk.de Stichwortsuche „Mustervertrag“

Speziell für den internationalen Warenverkehr wurde das UN-Kaufrecht geschaffen. Es gilt häufig auch ohne besondere Vereinbarung und kann eine gemeinsame Basis für den Vertragspartner bilden. Einzelne Bestandteile können abgeändert werden. Das UN-Kaufrecht liegt in allen wichtigen Handelssprachen vor. Inhalte und Folgen sollten den Handelspartnern bekannt sein.



8. EXKURS I: Business-Plan

Ein Businessplan hilft dem Unternehmer die Chancen und Risiken seines Vorhabens zu beurteilen und dient als Planungs- und Kontrollinstrument. Er sollte auf maximal 20 bis 30 Seiten möglichst klar und deutlich das Konzept darstellen. Der Plan sollte Dritten ein deutliches Bild des Vorhabens und der Erfolgsaussichten vermitteln. Grundsätzlich besteht ein Businessplan aus einem Textteil, der die Geschäftsidee detailliert beschreibt, und einem Zahlenteil, der u. a. Planungsberechnungen zur Kapitalbedarfs-, Finanzierungs- und Liquiditätsplanung ausweist. Er setzt sich wie folgt zusammen:

1. Kurzbeschreibung

Die Zusammenfassung der wesentlichen Konzeptinhalte dient der schnellen Bewertung des Vorhabens. Sie sollte in fünf Minuten von Dritten gelesen und verstanden werden können. Idee, Gründungsform, Markt, Produkt und Konkurrenz, Stärken im Wettbewerb, die Höhe der Investitionen und die Finanzplanung sind hier wichtig.

2. Gründerperson

Der Lebenslauf des Gründers und der möglichen Partner belegen die unternehmerische Kompetenz. Sowohl der persönliche als auch berufliche Werdegang aller gründenden Personen, die Branchenkenntnisse, die Fach- und Schlüsselqualifikationen zur Unternehmensführung, die Nutzung von Beratung und Qualifizierung sowie die Unterstützung durch das eigene private Umfeld sollten hier aufgeführt werden.

3. Gründungs- und Unternehmensform

Auf die Unternehmens- bzw. Rechtsform und den organisatorischen Rahmen des Unternehmens sollte eingegangen werden. Bei einer Übernahme sollte die spezifische Qualifikation und die wirtschaftliche Lage des bestehenden Betriebes dargestellt werden – und die zu übernehmenden vertraglichen Verpflichtungen.

4. Produkt- und Leistungsangebot

Eine detaillierte Beschreibung des Angebots soll potenziellen Kunden den Nutzen verdeutlichen und im besten Fall auch ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber den Wettbewerbern herausstellen.

5. Markt, Standort und Wettbewerb

Die Erfolgsaussichten eines Unternehmens werden mit der Analyse der Branchen- und Marktbedingungen dargestellt. Die Zielgruppen, die Markt- und Branchensituation, aktuelle Trends, die Standortwahl und Absatzerwartungen müssen beschrieben werden.

6. Marketing und Vertrieb

Die Marketingstrategie, mit der das Unternehmen bekannt werden und die Produkte und Dienstleistungen verkaufen will, inklusive des Erscheinungsbilds des Unternehmens, muss angefertigt werden.

7. Betriebsorganisation und Personal

Die Personalbedarfs- und Personaleinsatzplanung muss beschrieben werden. Darzustellen ist, was vertraglich geregelt wird, welche Vorschriften für das Unternehmen zu beachten sind und ob ein Qualitätssicherungssystem, z. B. eine Zertifizierung, angestrebt wird.

8. Steuern und Versicherungen

Die steuerlichen Belastungen, Versicherungen und sonstige Beiträge müssen berücksichtigt werden. Welche Risiken ergeben sich für das Unternehmen und das Personal und welche Vorsorge trifft man? Die Aufwendungen zur Absicherung von persönlichen und familiären Risiken sind zu beachten.

9. Investitionsplanung und Kapitalbedarf

Der langfristige und kurzfristige Kapitalbedarf muss dargestellt werden. Wie soll die Finanzierung aussehen? Wie hoch ist der Eigenkapitalanteil?

10. Umsatz und Ergebnisplanung

Die Planzahlen im Berechnungsschema zur Umsatz- und Ergebnisplanung dienen der Einschätzung des späteren Erfolges. Eine Best- und Worstcase-Planung für die nächsten drei Jahre sollte beigefügt werden.

11. Liquiditätsplanung

Eine tabellarische Übersicht zur Planung der ständigen Zahlungsfähigkeit belegt, dass seriös geplant wird und ausreichend Reserven vorgehalten werden.

12. Risikoanalyse

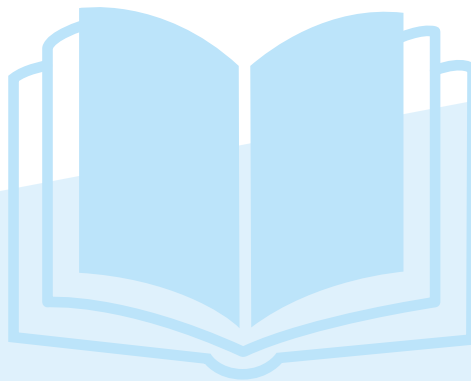
Die Risiken der Gründung sollten bekannt sein und auf das Eintreten des Worst-Case-Szenario sollte das Unternehmen vorbereitet sein. Wie reagiert das Unternehmen auf kritische Entwicklungen?

13. Zeitplanung

Eine gute Zeitplanung hilft bei der Umsetzung der Gründung und demonstriert, dass zielorientiert und systematisch vorgegangen wird. Mit Hilfe von Etappenzielen kontrolliert man den Gründungsprozess und schafft Motivationsanreize.

Quelle: ► www.startercenter.nrw/de Stichwortsuche „Businessplan“

Weitere Informationen: ► www.ihk-bonn.de, Webcode @142



9. EXKURS II: Anforderungen an „In-Verkehr-Bringer“

Importeure ausländischer Waren, die anschließend in Deutschland weiterverkauft werden, kommen die gleichen Rechte und Pflichten wie inländischen Herstellern zu: sie bringen Waren „in den Verkehr“. Damit übernehmen sie die Verantwortung für alle Ansprüche der Kunden und deren Kunden, die sich aus dem Verkauf und der Nutzung der Waren ergeben.

Beispielhaft sei im Folgenden auf einige zu berücksichtigende Gesetze verwiesen.

Verpackungsgesetz

Das Gesetz legt die Anforderungen an die Produktverantwortung nach § 23 KrWG für Verpackungen mit der Zielsetzung fest, die Auswirkungen von Verpackungsabfällen auf die Umwelt zu vermeiden oder zu verringern. Das VerpackG richtet sich primär an Hersteller und Inverkehrbringer verpackter Waren. Hersteller im Sinne des VerpackG ist gem. § 3 Abs. 14 „derjenige Vertreiber, der Verpackungen erstmals gewerbsmäßig in Verkehr bringt“. Als Hersteller gelten auch Importeure. Als Letztvertreiber gilt nach § 3 Abs. 13 VerpackG „derjenige Vertreiber, der Verpackungen an den Endverbraucher abgibt.“ Demnach ist das erstmalige Inverkehrbringen Anknüpfungspunkt unter anderem für die Systembeteiligungspflicht von bestimmten Verpackungen und nicht eine Herstellereigenschaft etwa im produkthaftungsrechtlichen Sinne.

Quelle & weitere Erläuterungen:

➤ www.ihk-bonn.de, Webcode @3357

Produkthaftung

Unter Produkthaftung versteht man die Haftung des Herstellers für Gesundheits- und Sachschäden, die aus der Benutzung eines fehlerhaften Produkts resultieren. Die Ansprüche entstehen unabhängig davon, ob zwischen Hersteller und Endkunde ein Vertrag geschlossen wurde. Geregelt ist sie im Produkthaftungsgesetz (ProdHaftG). Die Regeln des ProdHaftG treten neben die Haftung aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB).

Der Produkthaftung liegt der Gedanke zugrunde, dass derjenige, der Produkte herstellt oder in den Verkehr bringt, die Pflicht hat dafür zu sorgen, dass von diesen Produkten keine Gefahr ausgeht. Vor diesem Hintergrund schützt das ProdHaftG Schäden an Leben, Körper und Gesundheit der Nutzer.

Quelle & weitere Erläuterungen:

➤ www.ihk-bonn.de, Webcode @352

➤ www.ihk-bonn.de > Produkthaftung PDF

CE-Kennzeichnung

Ziel der EU ist es, im Rahmen der technischen Harmonisierung einen freien Warenverkehr und die Sicherheit und Gesundheit der Anwender einheitlich zu gewährleisten.

Die von der EU hierzu erlassenen Richtlinien verpflichten Hersteller und Importeure, bestimmte Produkte mit dem CE-Kennzeichen zu versehen. Das CE-Kennzeichen dokumentiert als „Europäischer Warenpass“ die Konformität der Produkte mit den Europäischen Richtlinien. Die CE-Kennzeichnung muss angebracht werden, wenn das Produkt von einer bzw. mehreren vom Rat der EU erlassenen Richtlinien erfasst wird, die eine Kennzeichnungspflicht vorsehen.

Quelle & weitere Erläuterungen:

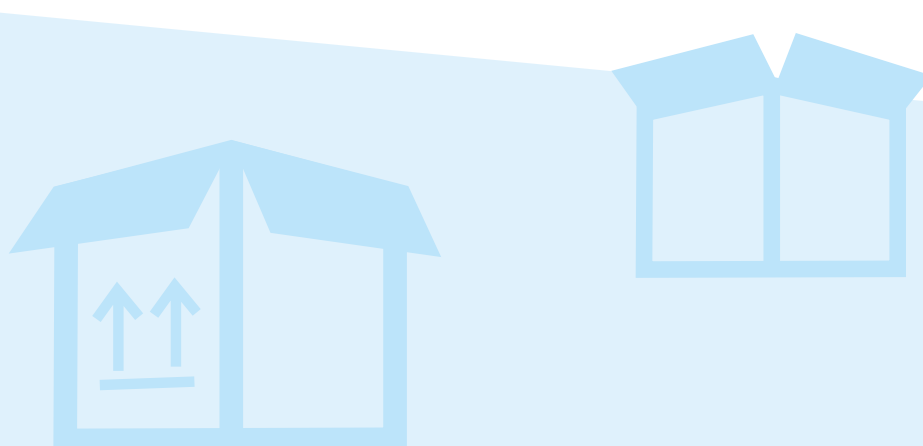
➤ www.ihk-bonn.de, Webcode @1019

Lebensmittelrecht

Die in Deutschland geltende Lebensmittelhygieneverordnung regelt in § 4, dass Lebensmittelhygiene-schulungen nach EG-VO 852/2004 verpflichtend vorgeschrieben sind. Davon betroffen sind alle Personen, die leichtverderbliche Lebensmittel herstellen, behandeln oder in Verkehr bringen. Nicht erforderlich ist eine Schulung, soweit ausschließlich verpackte Lebensmittel gewogen, gemessen, gestempelt, bedruckt oder in Verkehr gebracht werden, sowie für ausgebildetes Fachpersonal. Nach Deutschland eingeführte Lebensmittel müssen nicht nur dem europäischen Lebensmittelrecht entsprechen, sondern auch dem deutschen Lebensmittelrecht. Der Importeur von Produkten wird als Hersteller dieser Waren angesehen und hat zu gewährleisten, dass nur sichere Lebensmittel in den Verkehr gebracht werden. Er haftet in vollem Umfang für die eingeführten Produkte.

Quelle & weitere Erläuterungen:

➤ www.bmel.de Stichwortsuche „Lebensmittelkennzeichnung“



Profil Geschäftsfeld International

Unterstützung für Mitglieder der IHK Bonn/Rhein-Sieg

Wir unterstützen unsere Mitglieder beim Import und Export, sowie bei Fragen rund um das Auslandsgeschäft. Dabei stehen wir als Ansprechpartner für Fragen zum Zoll- und Außenwirtschaftsrecht zur Verfügung und informieren z.B. über öffentliche Fördermöglichkeiten und Messen im Bereich Außenwirtschaft oder über ausländische Märkte und Branchen. Wir bieten Seminare zu praktischen Aspekten der Import-/Exportabwicklung an, und organisieren Wirtschaftstage, Unternehmertreffen und andere Außenwirtschaftsveranstaltungen. Erforderliche Papiere wie Ursprungszeugnisse, Bescheinigungen und Carnets stellt das Service Center der IHK für unsere Mitglieder aus.

Schwerpunktkammer für Belarus, Indonesien & Schweiz

Die deutschen Industrie- und Handelskammern pflegen gute Kontakte zu den AHKs im Ausland. Jede IHK kümmert sich um die wirtschaftlichen Kontakte zu einem oder mehreren Staaten. Sie informieren zu aktuellen wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen, Branchen, Messen, Zöllen, Steuern und Visumpflichten.

Die IHK Bonn/Rhein-Sieg ist Schwerpunktkammer für Belarus. Maschinenbau und Agrarindustrie prägen dieses osteuropäische Land. Auch in der IT zeigt Belarus eine starke Dynamik.

Außerdem ist die IHK Bonn/Rhein-Sieg Schwerpunktkammer für Indonesien. Der südostasiatische Inselstaat ist mit 272 Mio. Einwohnern das viertbevölkerungsreichste Land der Erde. Die konsumfreudige Mittelschicht wächst stetig, das Wirtschaftswachstum liegt seit Jahrzehnten bei etwa fünf Prozent.

Auch die Schweiz wird im Schwerpunkt in NRW von Bonn betreut. Intensive Wirtschaftsbeziehungen mit der Schweiz im Waren- und Dienstleistungsverkehr charakterisieren das Verhältnis Deutschland – Schweiz. Die Schweiz ist der drittgrößte Handelspartner Deutschlands außerhalb der EU, Deutschland ist für die Schweiz nach den USA der zweitgrößte Exportmarkt.

Alle Länderschwerpunkte der NRW-IHKs unter www.ihk-nrw.de Stichwortsuche „Länderschwerpunkte“



Informationsangebote der IHK Bonn/Rhein-Sieg

Newsletter zur Außenwirtschaft

Unternehmen, die Wirtschaftskontakte ins Ausland pflegen, können sich für den „Newsletter International“ anmelden, der regelmäßig über aktuelle Änderungen und Neuerungen im Außenwirtschafts und Zollrecht informiert. Der Newsletter erscheint einmal im Monat per E-Mail und liefert Informationen zu Wirtschaftsentwicklungen, Veranstaltungen, Unternehmerreisen, Auslandsmessen, etc.

➤ www.ihk-bonn.de, Webcode @1009

Außenwirtschaftsseminare

Die IHK Weiterbildungsgesellschaft mit Sitz in Bonn-Holzlar bietet regelmäßig Seminare zur Außenwirtschaft an. Darin geht es z.B. um das Grundlagenwissen Außenhandel (Export und Import) und um aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht.

➤ www.ihk-die-weiterbildung.de

Die IHK Bonn/Rhein-Sieg richtet auch regelmäßig Veranstaltungen zu Außenwirtschaftsthemen und Ländern aus. Alle aktuellen Veranstaltungen finden Sie unter ➤ www.ihk-bonn.de, Webcode @666

Neues zum Zoll mit dem Erfakreis

Die Erfahrungsaustauschgruppe Zoll und Außenhandelspraxis trifft sich dreimal im Jahr. Themen der Gesprächsrunden sind Zollvorschriften, Berichte aus Berlin und Brüssel, Trends, Internationale Umsatzsteuer sowie Exportkontrolle.

➤ www.ihk-bonn.de, Webcode @333

Broschüren

Es stehen verschiedene Broschüren mit Informationen zum Auslandsgeschäft on- und offline zur Verfügung:

- „Ausländische Unternehmen im Rheinland“
- „Das Ursprungszeugnis“
- „Export für Einsteiger“
- „Global agieren im Internet“
- „Praktische Arbeitshilfe IHK“
- „Report Außenwirtschaft NRW“
- „Wirtschaftsfaktor Entwicklungszusammenarbeit“

Impressum

Herausgeber und Copyright

IHK Bonn/Rhein-Sieg | Bonner Talweg 17 | 53113 Bonn
Tel: 0228/22 84-0 | Fax: 0228/22 84-170
E-Mail: [info\(at\)bonn.ihk.de](mailto:info(at)bonn.ihk.de) | www.ihk-bonn.de

Redaktion

Armin Heider | IHK Bonn/Rhein-Sieg
Tobias Imberge | IHK Bonn/Rhein-Sieg

Layout & Herstellung

frischeminze, Grafik & Webdesign

Bildnachweise

© IHK
© iStock: PytyCzech, RoyFWylam, South_agency

Stand

Oktober 2021





Armin Heider

Bereichsleiter International

☎ 0228 2284 - 144

@ heider@bonn.ihk.de



Tobias Imberge

Referent International

☎ 0228 2284 - 167

@ imberge@bonn.ihk.de



Nilüfer Özdemir

Assistentin International

☎ 0228 2284 - 174

@ oezdemir@bonn.ihk.de



Industrie- und Handelskammer
Bonn/Rhein-Sieg

