



Außenwirtschaftsförderung in Niedersachsen

Herausgeber:
Niedersächsisches Ministerium für
Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
Friedrichswall 1
30159 Hannover

www.mw.niedersachsen.de

Stand: Juni 2014

Diese Broschüre darf, wie alle Publikationen
der niedersächsischen Landesregierung, nicht zur
Wahlwerbung in Wahlkämpfen verwendet werden.



Niedersachsen

Inhalt

1. Zielrichtung	4
2. Status Quo der niedersächsischen Außenwirtschaft	5
3. Niedersächsische Außenwirtschaftsförderung	6
3.1. Rahmenbedingungen	6
3.2. Akteure	6
3.3. Branchenorientierung	7
3.4. Zielregionen	7
4. Perspektiven und Instrumente der Außenwirtschaftsförderung	8
4.1. Information von Unternehmen	8
4.2. Reisen mit Unternehmen in ausgewählte Zielregionen	9
4.3. Auslandsvertretungen	10
4.4. Förderung der Außenwirtschaftsberatung und der Beteiligung an Messen	10
4.5. Kontakte zu Kooperationspartnern und Fachkräften	11
4.6. Programme des Bundes/der EU und Finanzierungshilfen	11
5. Chancen durch Kooperation der norddeutschen Länder	12
6. Internationales Standortmarketing	12
7. Unternehmensansiedlung und Außenwirtschaftsförderung effektiv vernetzt	12
8. Außenwirtschaftsförderung und Menschenrechte	13
9. Faire Arbeitsbedingungen weltweit	13
10. Fazit: KMU bei Markterschließung unterstützen	14

1. Zielrichtung

Internationalisierung ist ein zentrales Thema für die niedersächsische Wirtschaft und zählt zu den Schwerpunkten der Niedersächsischen Landesregierung. In jüngster Vergangenheit hat sich gezeigt, dass Wachstumsmöglichkeiten nicht nur für die großen international aufgestellten Unternehmen, sondern auch gerade für die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) bestehen, wenn sie ganz neu internationale Kontakte aufbauen oder ihre bereits bestehenden internationalen Verbindungen ausbauen.

Die Unternehmen suchen ihre Geschäftschancen in den Wachstumsregionen weltweit und diversifizieren ihr Auslandsgeschäft immer stärker. Die internationale Ausrichtung der deutschen und niedersächsischen Unternehmen ist längst Unternehmensalltag, die Umsätze aus dem Ausland nehmen einen immer größeren Raum ein. Der Export ist der Motor auch der niedersächsischen Wirtschaft. Laut der bundesweiten IHK-Unternehmensumfrage „Going International 2013“¹ erreicht der Auslandsumsatz bereits bei mehr als 60 % der Unternehmen mehr als 20 % des Gesamtumsatzes. Jedes vierte außenwirtschaftlich aktive Unternehmen erwirtschaftet sogar mehr als 60 % seines Umsatzes im Ausland.

Zahlreiche Studien und Untersuchungen belegen, dass gerade die international erfolgreichen Unternehmen besonders innovativ sind und positive Beschäftigungsimpulse an ihren inländischen Standorten schaffen. Das gilt sogar dann, wenn man sich Unternehmen ansieht, die auch Produktionsverlagerungen ins Ausland durchgeführt haben. Internationalität schafft Wachstum und steigert die Wettbewerbsfähigkeit, dies wiederum sichert unseren Wohlstand und schafft Arbeitsplätze.

Für KMU ist die Erschließung ausländischer Märkte und die Anbahnung internationaler Kontakte eine ganz besondere Herausforderung, der sie sich stellen müssen. Ziel der Außenwirtschaftsförderung der Niedersächsischen Landesregierung ist es deshalb, den breiten Mittelstand, vor allem die KMU, nachhaltig bei den

einzelnen Schritten auf dem Weg der Internationalisierung zu unterstützen. Zur Zielgruppe zählen aber auch Unternehmen und Institutionen im Ausland, die als potentielle Geschäfts- oder Kooperationspartner für niedersächsische Unternehmen interessant sind.

Dies soll durch

- die Förderung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen und damit die Steigerung des Internationalisierungsgrades der niedersächsischen Wirtschaft,
- die nachhaltige Unterstützung unserer Unternehmen bei der Erschließung vielversprechender internationaler Märkte,
- die Förderung der bilateralen außenwirtschaftlichen Beziehungen des Landes Niedersachsen,
- die konsequente Vermarktung des Standortes Niedersachsen im Ausland und
- die Gewinnung ausländischer Unternehmen für eine Ansiedlung in Niedersachsen erreicht werden.

Im Rahmen der Neuausrichtung der Außenwirtschaftsförderung der Niedersächsischen Landesregierung werden die Förderinstrumente, beispielsweise Delegationsreisen, Messebeteiligungen und Informationsveranstaltungen, an den niedersächsischen Schwerpunktbranchen und den ausgewählten Zielregionen konsequent ausgerichtet.

Das Konzept zur Außenwirtschaftsförderung ist zusammen mit Vertretern der Wirtschaft in einem offenen Dialog erarbeitet worden und soll kontinuierlich fortgeschrieben werden. Der Außenwirtschaftsrat unter Leitung des Wirtschaftsministers begleitet diesen Prozess.

¹ Going International 2013, Erfahrungen und Perspektiven der deutschen Wirtschaft im Auslandsgeschäft, Ergebnisse der IHK-Unternehmensumfrage, Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Januar 2013 (DIHK-Unternehmensumfrage).



2. Status Quo der niedersächsischen Exportwirtschaft

Nach der konjunkturellen Schwäche durch die Finanz- und Wirtschaftskrise Ende des letzten Jahrzehnts war es vor allem der Export, der die niedersächsische Wirtschaft wieder auf einen Wachstumspfad geführt hat. Im Verarbeitenden Gewerbe wuchsen die Auslandsumsätze seit dem Krisenjahr 2009 sehr viel stärker als die Inlandsumsätze und haben damit maßgeblich dazu beigetragen, dass das Umsatzniveau im Verarbeitenden Gewerbe in Niedersachsen im Jahr 2012 das Niveau von 2008 wieder überstiegen hat.

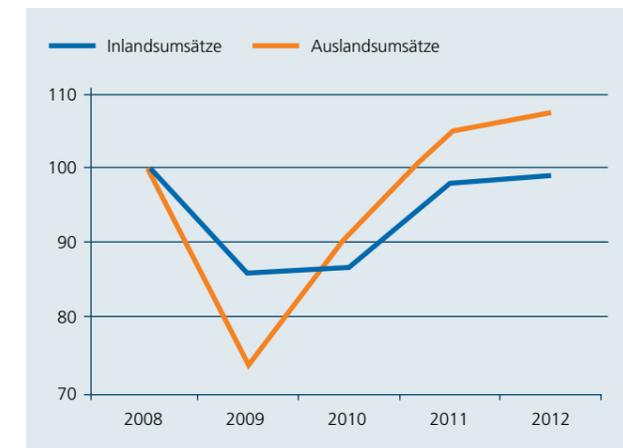
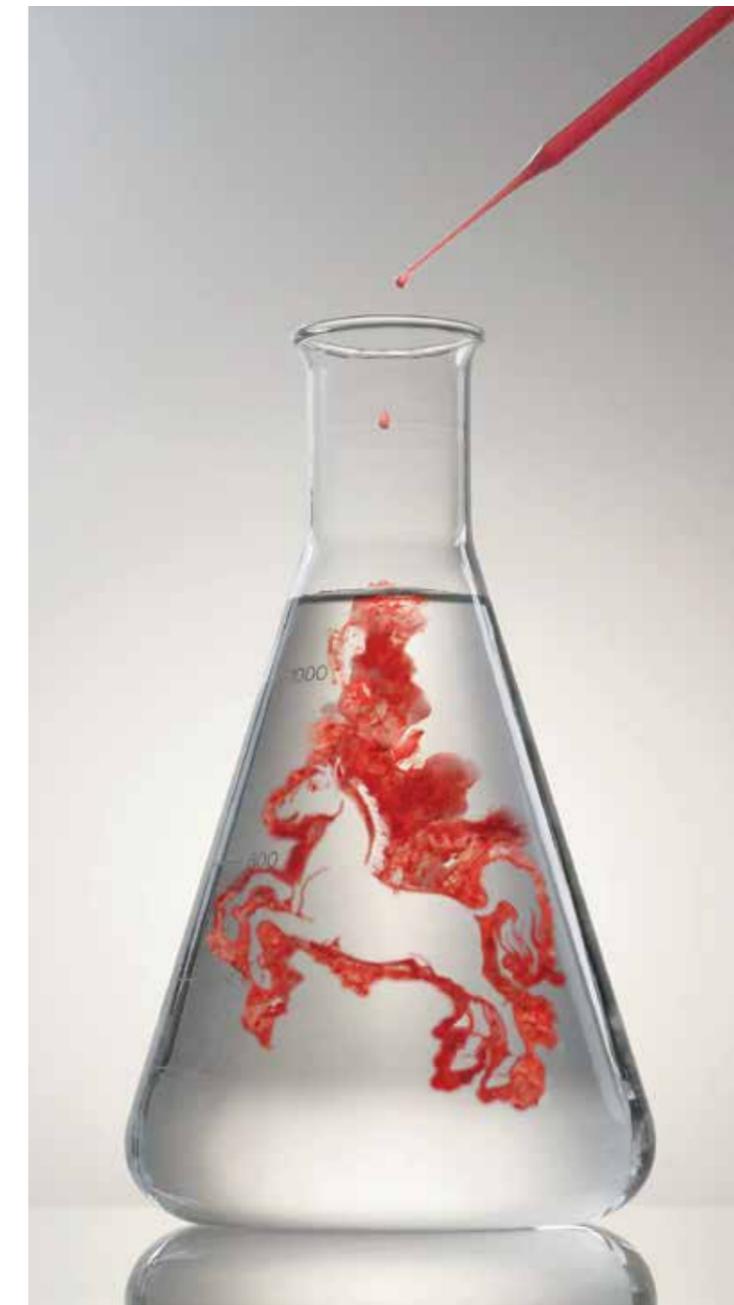


Abb. 1: Entwicklung der Umsätze der Betriebe des Verarbeitenden Gewebes² in Niedersachsen 2008 bis 2012 (Index: 2008 = 100)

Die unterschiedlichen Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise in den einzelnen Ländern hat zu Verschiebungen in der Bedeutung der Exportmärkte für niedersächsische Unternehmen geführt. Auf dem für Niedersachsen bedeutendsten Absatzmarkt, der EU, sind die Exporte zwischen 2008 und 2012 um 6 % zurückgegangen. Die niedersächsischen Unternehmen konnten diesen Rückgang durch Absatzsteigerungen auf anderen Märkten kompensieren: Umsätze in Asien stiegen um fast zwei Drittel, in Mittel- und Südamerika gar um 80 %. Exporte in die NAFTA-Länder (USA, Kanada und Mexiko) sowie die europäischen Nicht-EU-Staaten wuchsen um über 20 %.

² Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes sowie Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden mit 20 und mehr Beschäftigten. Quelle:LSKN

Trotz der recht positiven Entwicklung der niedersächsischen Exportwirtschaft existieren weiterhin unausgeschöpfte Potenziale. So erreicht die Exportbeteiligung der niedersächsischen Wirtschaft noch nicht den bundesdurchschnittlichen Grad und insbesondere die KMU in Niedersachsen leisten einen unterdurchschnittlichen Beitrag zum Export.



3. Niedersächsische Außenwirtschaftsförderung

3.1. Rahmenbedingungen

Im stetig steigenden weltweiten Wettbewerb ist es für Unternehmen, die mit dem Erhalt und der Schaffung neuer Arbeitsplätze zur Sicherung des Wohlstands in Niedersachsen maßgeblich beitragen, von größter Bedeutung, auf ihrem Weg qualifiziert und effektiv unterstützt zu werden. Durch die Vernetzung der Förderangebote der Landesregierung mit den Angeboten von Vertretern der Industrie, des Handwerks und der Finanzwirtschaft sollen eine hohe Effizienz in der Außenwirtschaftsförderung erreicht und die Exportquote insbesondere der niedersächsischen KMU verbessert werden.

Das bedeutet zunächst die Vorbereitung auf den Export, als wichtigstem Standbein der außenwirtschaftlichen Aktivitäten deutscher Unternehmen, der in Niedersachsen im Vergleich zu den anderen Bundesländern unterdurchschnittlich entwickelt ist. Gerade der Anteil der KMU am niedersächsischen Ausfuhrvolumen liegt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Hier ist noch Potenzial vorhanden, das durch Hilfen bei der individuellen Auswahl des Ziellandes bis hin zur Vorbereitung auf den Export der jeweiligen Produkte aktiviert werden soll.

Im Zuge der Internationalisierung der niedersächsischen Wirtschaft steht aber nicht ausschließlich die Frage des Exportes von Waren im Mittelpunkt. Bei Vorliegen der entsprechenden Rahmenbedingungen kann sich auch durch Unternehmenskooperationen die Produktion bzw. Teilfertigung von Waren im Ausland entwickeln.

Ein stärkeres Augenmerk wird darauf gelegt, die Außenwirtschaftsförderinstrumente des Landes Niedersachsen mit weiteren Angeboten der Wirtschaftsförderung wie z. B. in den Bereichen Innovationsförderung oder Wissens- und Technologietransfer zu verzahnen. Im Fokus steht dabei die Steigerung der Wettbe-

werbsfähigkeit. Die positive Wirkung von im Ausland besonders erfolgreichen bekannten niedersächsischen Unternehmen soll weiterentwickelt und für andere entlang der gesamten Wertschöpfungskette genutzt werden. Zu nennen sind an dieser Stelle die weltweit bekannten, global agierenden Unternehmen der Automobil- und deren Zulieferindustrie.

Des Weiteren kommt dem internationalen Standortmarketing künftig ein höherer Stellenwert zu, um die Aktivitäten niedersächsischer Unternehmen im Ausland angemessen zu flankieren.

3.2. Akteure

Den Unternehmen in Niedersachsen steht eine große Auswahl von Fördermöglichkeiten zur Verfügung, die ihnen das Auslandsgeschäft erleichtern sollen. Neben den Förderprogrammen der Niedersächsischen Landesregierung sind die Angebote der Industrie- und Handelskammern, der Handwerkskammern, der Norddeutschen Landesbank (Nord/LB), der Deutschen Messe AG (DMAG), der Investitions- und Förderbank Niedersachsen (NBank), der Innovationszentrum Niedersachsen Strategie GmbH (IZ) sowie der Deutsche Management Akademie Niedersachsen gGmbH (DMAN) zu nennen.

Eine optimale Abstimmung aller Akteure ist unerlässlich, um die Angebote möglichst effektiv einsetzen zu können und den Unternehmen bei der Auswahl der für sie relevanten Unterstützungsmöglichkeiten zu helfen. Synergieeffekte sollen genutzt werden. Die Angebote sollen sich ergänzen und nicht miteinander konkurrieren. Dazu ist eine möglichst klare Aufgabendefinition und -abgrenzung erforderlich. Auch das Marketing füreinander ist wichtiger Bestandteil der Zusammenarbeit, damit die Angebote bei den Unternehmen ankommen.

Die Zusammenarbeit mit unseren Partnern stellt zudem den engen Kontakt zur Zielgruppe, den niedersächsischen KMU, sicher und ermöglicht eine kundenorientierte Ausrichtung der niedersächsischen Außenwirtschaftsförderung. In den einzelnen Organisationen über globale Märkte vorhandenes Wissen wird möglichst transparent und für die Partner nutzbar gemacht.

Die Errichtung des Niedersächsischen Außenwirtschaftsrats ist ein Element zur Erreichung einer besseren Netzwerkarbeit. Der Außenwirtschaftsrat wird als Expertenkreis, der mehrmals jährlich zusammenkommt, die Ausrichtung der Außenwirtschaftsförderung intensiv begleiten. Themenbezogen werden weitere

Fachleute zur Mitwirkung im Außenwirtschaftsrat eingeladen. Das können z. B. die Außenwirtschaftsspezialisten kleiner und großer niedersächsischer Unternehmen sein.

3.3. Branchenorientierung

Zu den stärksten Branchen und Technologiefeldern Niedersachsens mit besonderen Wachstumsaussichten und damit zu den Kernkompetenzen des Landes zählen in erster Linie die Bereiche

- Mobilität (Fahrzeugbau, Logistik, Luftfahrt),
- Ernährungswirtschaft,
- Hafengewirtschaft / Spezialschiffbau,
- Maschinenbau,
- erneuerbare Energien,
- CFK und Leichtbau,
- Medizintechnik.

Von besonderer Relevanz für die niedersächsische Außenwirtschaftsförderung sind daher solche Länder, die eine besonders hohe Nachfrage bzw. ein besonders hohes Kooperationspotenzial in diesen Schwerpunktbranchen und Schwerpunkttechnologiefeldern vorweisen oder erwarten lassen.

3.4. Zielregionen

Die Auswahl der für die niedersächsische Außenwirtschaftsförderung relevanten und interessanten Zielregionen ist in erster Linie auf die Bedürfnisse bzw. Produkte der Unternehmen abzustellen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass eine zielführende Unterstützung im Auslandsgeschäft je nach Aufstellung des Unternehmens stark variieren kann. Die KMU, die noch keine bzw. nur sehr geringe Erfahrungen auf ausländischen Märkten haben, orientieren sich erfahrungsgemäß zunächst stärker auf die näher liegenden europäischen Märkte. Generell schätzen alle Unternehmen eine politische Flankierung ihrer Aktivitäten in Ländern, in denen der staatlichen Unterstützung von Projekten eine besondere Bedeutung zukommt oder bei denen mit schwierigeren Rahmenbedingungen zu rechnen ist.

Wesentliche Auswahlkriterien sind neben der Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklungsmöglichkeiten des Landes (Marktgröße und die Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts) die Interessen der Unternehmen, die von den Partnern im Außenwirtschaftsrat eingebracht werden. Darüber hinaus können im Einzelfall auch für die niedersächsische Wirtschaft

interessante Messen im Ausland Anknüpfungspunkt oder verstärkendes Argument für Delegationsreisen in bestimmte Zielländer sein.

Eine Befragung niedersächsischer Unternehmen hat ergeben, dass aus ihrer Sicht den Ländern China, Russland und Indien eine hohe Priorität beigemessen wird. Aber auch Europa – immerhin bearbeiten 89 % der außenwirtschaftlich aktiven deutschen Unternehmen diesen Markt – gehört zu den Favoriten. Weitere Märkte mit prognostizierten hohen Wachstumsraten sind beispielsweise Südamerika und die Türkei. Grundsätzlich interessant sind aber auch große hochentwickelte Volkswirtschaften wie die USA.

Das NIW hat in seinem Gutachten zu außenwirtschaftlichen Beziehungen des Landes Niedersachsen aus dem Jahre 2010 eine Übersicht über regionale Exportdiversifizierungspotenziale für kleine und mittlere Unternehmen aus Niedersachsen erstellt. Auswahlkriterien waren neben Importwachstum, Importvolumen und Importdynamik auch „weiche“ Faktoren, wie beispielsweise das politische und kulturelle Umfeld. Ausgehend davon wurden die Länderschwerpunkte BRIC-Länder, USA, Mittel- und Südamerika, GCC-Mitglieder (VAE, Bahrain, Katar, Kuwait, Oman, Saudi-Arabien) und deutsche Anrainerstaaten identifiziert. Auch die Partnerländer der Hannover Messe und der CeBIT sollen Berücksichtigung finden.

Neuere Untersuchungen wie die der Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH (GTAI), Top-Exportmärkte 2013, oder der des DIHK, Going International 2013, haben als weitere aussichtsreiche mögliche Zielregionen die Türkei, die ASEAN-Region, die baltischen Staaten, Kanada sowie die afrikanischen Staaten Ghana und Nigeria identifiziert.

Alle diese Märkte bieten grundsätzlich interessante Wachstumsperspektiven für Unternehmen. Um die vorhandenen Ressourcen optimal einzusetzen, ist eine Fokussierung der niedersächsischen Außenwirtschaftsförderung auf wichtige Zielmärkte für die niedersächsischen Schwerpunktbranchen und Schwerpunkttechnologiefelder unerlässlich. Diese Schwerpunktsetzung erfolgt durch Abwägung im Einzelfall und kann ausnahmsweise bei Zugrundelegung der genannten Kriterien zur Berücksichtigung weiterer Länder, die aus Sicht der niedersächsischen Wirtschaft aktuell von großem Interesse sind, führen. Geografisch und kulturell naheliegende Märkte dürfen dabei nicht per se ausgeschlossen werden.



4. Perspektiven und Instrumente der Außenwirtschaftsförderung

Grundsätzlich gilt, dass alle Maßnahmen zur Unterstützung der Internationalisierung der niedersächsischen Unternehmen im Ergebnis auf die ausgewählten Zielregionen und Schwerpunktbranchen abgestimmt werden.

4.1. Information von Unternehmen

Elementare Voraussetzung für eine Förderung der niedersächsischen Unternehmen ist, dass diese über die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten gut informiert sind. Nur wenn die vorhandenen Instrumente bekannt sind, können sie genutzt werden. Daher ist ein Schwerpunkt der niedersächsischen Außenwirtschaftsförderung die Information über die Fördermöglichkeiten des Landes. So soll ein möglichst großer Kreis an niedersächsischen Unternehmen erreicht werden, um vor allem das Potenzial der KMU, die innovative, hochentwickelte Produkte in den Schwerpunktbranchen anbieten und sich noch nicht oder nur wenig auf Auslandsmärkten engagieren, zu aktivieren.

Die Bemühungen, genau diese Zielgruppe besser zu informieren und Hemmschwellen zum Einstieg in die Außenwirtschaft abzubauen, werden verstärkt und speziell auf KMU abgestimmte Informationskampagnen intensiviert. Ziel ist es, die Sensibilität für vorhandene Chancen auch der mittelständischen Unternehmen zu erhöhen und über die Startschwierigkeiten hinweg zu helfen.

Eine Information niedersächsischer Unternehmen in der Breite kann nur im gemeinsamen Vorgehen der wichtigsten außenwirtschaftlichen Partner, insbesondere der Industrie- und Handelskammern sowie der Handwerkskammern, erreicht werden.

Außenwirtschaftliche Veranstaltungen

Das Land Niedersachsen unterstützt seine Unternehmen mit verschiedenen außenwirtschaftlichen Veranstaltungsformaten, um aktuelle Informationen zu ausländischen Zielmärkten, Informationen rund um das Thema Export und Best-Practice-Beispiele bei der internationalen Markterschließung weiterzugeben bzw. vorzustellen.

Zu diesen herausgehobenen Veranstaltungen zählt zuallererst der Niedersächsische Außenwirtschaftstag, der im Jahr 2013 zum zehnten Mal durchgeführt wurde und seit mittlerweile vier Jahren auch die Verleihung des von großer medialer Aufmerksamkeit begleiteten Niedersächsischen Außenwirtschaftspreises beinhaltet. Dabei handelt es sich um die zentrale und größte Außenwirt-

schaftsveranstaltung des Landes Niedersachsen, die von Anfang an regelmäßig am zweiten Tag der HANNOVER MESSE stattfindet. Der Außenwirtschaftstag hat sich über die Jahre bewährt.

Die Veranstaltungsreihe „Export vor Ort“, die regelmäßig zu Gast bei wechselnden niedersächsischen Unternehmen durchgeführt wird, dient dazu, interessierte Mittelständler über die Instrumente der Außenwirtschaftsförderung zu informieren. Gleichzeitig präsentiert sich das gastgebende Unternehmen jeweils als Best-Practice-Beispiel für eine bereits erfolgreich auf den internationalen Märkten agierende Firma, von deren Erfahrungen interessierte Unternehmer profitieren können.

Die Vorstellung der wirtschaftlichen Chancen in einzelnen Weltregionen durch die Auslandsvertreter des Landes Niedersachsen anlässlich der jährlich im September an verschiedenen Orten in Niedersachsen stattfindenden Internationalen Beratertage gibt Unternehmen die Möglichkeit, sich in direkten Gesprächen mit den Repräsentanten und Partnern des Landes aus erster Hand über die einzelnen Länder und Regionen zu informieren.

Diese von der niedersächsischen Landesregierung organisierten herausragenden Veranstaltungsformate ergänzen sinnvoll die Vielzahl von außenwirtschaftsorientierten Fachveranstaltungen und Seminaren, die mehrheitlich von den Industrie- und Handelskammern oder weiteren Partnern flächendeckend angeboten werden. An entsprechenden Veranstaltungen der Kammern oder anderer Akteure der Außenwirtschaftsförderung wirkt die Landesregierung an geeigneter Stelle als Kooperationspartner mit.

Im Fokus der NBank stehen Länderveranstaltungen, die einen konkreten Bezug zur Umsetzung von Förderprogrammen oder zu den Aktivitäten des Enterprise Europe Network (EEN) haben. Diese Informationsveranstaltungen werden in enger Abstimmung mit dem Wirtschaftsministerium durchgeführt.

Weitere Informationsquellen

Die Bereitstellung einer aktuellen Website und weiterer Internetangebote als schnellem Zugang für Interessierte gehört genauso wie aktuelle Pressearbeit und Publikationen zum grundlegenden Informationsangebot.

4.2. Reisen mit Unternehmen in ausgewählte Zielregionen

Delegationsreisen unter politischer Leitung vor allem in schwierige Märkte sind als wichtiges Instrument der Außenwirtschaftsförderung insbesondere für KMU unbestritten. Sie stellen eine hervorragende Gelegenheit dar, die wirtschaftliche Situation im Zielland aus eigener Anschauung kennenzulernen und vor Ort Geschäftskontakte zu knüpfen. Die politische Begleitung öffnet dabei häufig Türen, die den Unternehmern ansonsten verschlossen blieben, spielt doch die staatliche Flankierung unternehmerischer Tätigkeit in vielen Regionen der Welt eine wichtige Rolle. Unternehmerreisen (Delegationsreisen ohne politische Leitung) sind darüber hinaus eine gute Ergänzung dieses Instrumentariums.

Bei der Auswahl der Länder bzw. Zielregionen werden die Interessen niedersächsischer Unternehmen sowie wichtige niedersächsische Branchenschwerpunkte verstärkt berücksichtigt. Dies erfolgt nicht zuletzt über die frühzeitige Einbindung der Industrie- und Handelskammern, Landesinitiativen und Unternehmensnetzwerke.

Die an Delegationsreisen interessierten Unternehmen werden auf die besonderen Marktchancen des jeweiligen Ziellandes hingewiesen und durch eine gezielte Programmausgestaltung hinsichtlich ihrer Branchen unterstützt. Für den Erfolg einer Delegationsreise ist eine sachgerechte, auf die teilnehmenden Unternehmen ausgerichtete Vorbereitung erforderlich, insbesondere in Zusammenarbeit mit und durch die jeweiligen Partner vor Ort wie z. B. die Auslandshandelskammern oder die Auslandsvertretungen. Zur Verbesserung der Effektivität einer Delegationsreise wird im Vorfeld bei den Teilnehmern abgefragt, welche Zwecke mit der Delegationsreise primär verfolgt werden (z. B. Markterkundung oder Knüpfung von Geschäftskontakten), um dies bei der Organisation des Programms und der Vorbereitung der Gespräche zwischen den Unternehmen berücksichtigen und damit den Erwartungen der Delegationsteilnehmer besser entsprechen zu können. Ein wichtiger Baustein von Delegationsreisen sind Kooperationsbörsen, bei deren Durchführung bestimmte Qualitätsanforderungen berücksichtigt werden sollten. Zur Vorbereitung der Reise werden von den Teilnehmern detaillierte Angaben zu dem eigenen Unternehmen, den Zielen und Aktivitäten im Zielmarkt sowie zu gewünschten Gesprächspartnern (Branche, Geschäftsfeld etc.) abgefragt und an die Partner vor Ort übermittelt. Diese Partner müssen über gute Kenntnisse der Unternehmensstrukturen in der Zielregion verfügen sowie in entsprechende Netzwerke eingebunden sein, um geeignete Gesprächspartner ermitteln zu können. Ziel ist





es, bereits vor Reisebeginn für die niedersächsischen Unternehmen feste Termine für individuelle Gespräche mit Unternehmen in der Zielregion zu vereinbaren.

Die Durchführung politisch begleiteter Delegationsreisen sowie Unternehmerreisen ist eine klassische Aufgabe des Wirtschaftsministeriums. Die Zusammenarbeit vor allem mit den niedersächsischen Industrie- und Handelskammern bietet sich an.

4.3. Auslandsvertretungen

Zielgerichtete Marktinformationen und persönliche Ansprechpartner vor Ort sind für Unternehmen ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für ein erfolgreiches Auslandsgeschäft. Die Niedersächsische Landesregierung bietet daher für niedersächsische Unternehmen in besonders ausgewählten Märkten den Service von Auslandsvertretungen an, die zum Nutzen der niedersächsischen Wirtschaft nachhaltige wirtschaftliche und politische Kontakte aufbauen und vermitteln, bei der Suche nach Geschäftspartnern unterstützen und die Umsetzung unternehmerischer Aktivitäten hilfreich begleiten.

Dieses Angebot in Ergänzung zu den Dienstleistungen der deutschen Auslandshandelskammern ist sinnvoll und hat sich bewährt. Nur so kann sichergestellt werden, dass vor allem niedersächsische Interessen vertreten und den regionalen Gegebenheiten und Be-

sonderheiten Niedersachsens und seiner Unternehmen Rechnung getragen werden kann. Potentielle Interessenskonflikte, die bei der Inanspruchnahme der örtlichen Auslandshandelskammern, die zudem häufig die Interessen mehrerer deutscher Bundesländer vertreten, zu erwarten sind, werden so von vornherein vermieden.

Aufgabe der Auslandsvertretungen ist es darüber hinaus auch, aktiv für den Standort Niedersachsen zu werben. Zusammen mit den Partnern in Niedersachsen arbeiten sie daran, unser Bundesland als internationalen Wirtschafts- und Investitionsstandort zu positionieren und damit für Ansiedlungen in Niedersachsen zu werben.

4.4. Förderung der Beteiligung an Messen

Speziell auf das Unternehmen abgestimmte Hilfe kann über das von Niedersachsen und von der Europäischen Union finanzierte Programm „Enterprise Europe Network“ (EEN), das von der NBank als Konsortialpartner begleitet wird, beansprucht werden. Die Internationalisierungsaudits, an denen die Industrie- und Handelskammern beteiligt sind, stellen ein besonders intensives Beratungsangebot dar. In einer strukturellen Analyse werden die Möglichkeiten der Unternehmen, international erfolgreich zu sein, analysiert. Eine verstärkte Nutzung dieses Angebots durch systematische Ansprache der Unternehmenszielgruppe ist anzustreben.

KMU können des Weiteren für die Beteiligung an Messen im In- und Ausland eine finanzielle und organisatorische Unterstützung erhalten. Diese Förderung erleichtert den Unternehmen die Ausstellung ihrer Produkte und die Demonstration ihrer Leistungen und gilt als wichtiger Schritt zur Eroberung neuer Märkte. Mit der Organisation von niedersächsischen Gemeinschaftsständen auf technologieorientierten Weltleitmesse in Deutschland wird ein repräsentativer Auftritt für die Unternehmen geschaffen. Der Erfolg dieses Instruments hat sich in Unternehmensbefragungen bestätigt. Die Landesregierung wird die Geltungsdauer der Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Messepräsentationen kleiner und mittlerer Unternehmen sowie Angehöriger Freier Berufe fortschreiben.

4.5. Kontakte zu Kooperationspartnern und Fachkräften

Die Exporterfolge deutscher Unternehmen beruhen auch auf ihrer ausgeprägten Kundenorientierung, die an dem Produktschnitt auf den Kunden und dem After Sales Service gemessen werden kann. Wichtig dafür ist ein enger Kontakt zum Kunden, welcher durch die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern sichergestellt wird, ein wegen des geringen Betriebsrisikos gerade für KMU interessantes Modell.

Kooperationsbörsen – meist als Bestandteil von Delegationsreisen – sind ein wichtiges Mittel, die richtigen Kontakte zu knüpfen. Sie werden auch von der NBank im Rahmen des Programms EEN durchgeführt. Eine weitere Möglichkeit, über persönliche Kontakte mögliche Kooperationspartner zu finden, bietet die DMAN durch Qualifizierungsseminare für ausländische Führungskräfte und die Vermittlung von Praktikanten.

Die DMAN unterstützt niedersächsische Unternehmen des Weiteren bei der Qualifizierung von Fachkräften, die für das Gelingen ihrer Auslandsunternehmungen erforderlich sind.

4.6. Programme des Bundes/der Europäischen Union (EU) und Finanzierungshilfen

Die Instrumente des Landes sind durch die Nutzung der Angebote von Förderprogrammen des Bundes und der EU zu ergänzen. In diesen Bereichen stehen zusätzliche Mittel zur Verfügung, die auch für niedersächsische Unternehmen relevant sind. Hier ist es Aufgabe aller niedersächsischen Außenwirtschaftsakteure, die entsprechenden Informationen im Rahmen ihrer Beratungstätigkeit publik zu machen. Als Beispiel sei hier das Programm zur Förderung der Teilnahme junger innovativer Unternehmen an internationalen Leitmessen in Deutschland genannt, an dem im Jahr 2012 die übrigen deutschen Flächenländer bis zu viermal so viele Teilnehmer aktivieren konnten wie Niedersachsen. Alle Akteure wirken gemeinsam daraufhin, dass niedersächsische Unternehmen zukünftig stärker von derartigen Förderangeboten profitieren.

Zur Finanzierung von Exporten und Projekten im Ausland stehen weitere Instrumente zur Verfügung. Zum Beispiel bieten die Ausfuhrkreditgesellschaft (AKA) und die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW-IPEX) die Finanzierung internationaler Projekte durch Besteller- und Lieferantenkredite an. Auch die Nord/LB unterstützt niedersächsische Unternehmen im Außenwirtschaftsbereich durch Finanzierungshilfen. Die Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) ist auf Finanzierungsmöglichkeiten für nachhaltig wirksame Projekte in Entwicklungs- und Schwellenländern spezialisiert. Die Exportkreditgarantien des Bundes schützen überdies im Exportgeschäft vor einem Zahlungsausfall aus wirtschaftlichen oder politischen Gründen (Hermesdeckungen).

5. Chancen durch Kooperation der norddeutschen Länder

Die Zusammenarbeit der norddeutschen Länder Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein hat eine lange Tradition. Im Bereich des Marketings sind hier für die maritime Wirtschaft „German Ports“ sowie das „Maritime Cluster Norddeutschland“ zu nennen. Eine bessere Kooperation in weiteren Bereichen der Außenwirtschaftsförderung ist anzustreben. Daher sollten gemeinsame Branchenreisen angestrebt werden.



6. Internationales Standortmarketing

In Zeiten der Globalisierung ist einem konsequenten internationalen Standortmarketing eine immer größere Bedeutung beizumessen. Um einerseits im Wettstreit der Regionen der Welt als Investitionsstandort bestehen zu können und andererseits die hiesigen Unternehmen bei ihren Aktivitäten auf den internationalen Märkten zu unterstützen, ist die Schaffung eines wahrnehmbaren positiven Images des Wirtschafts- und Investitionsstandortes Niedersachsen im Ausland unerlässlich.



7. Unternehmensansiedlung und Außenwirtschaftsförderung effektiv vernetzt

Mit dem Thema Internationalisierung der niedersächsischen Wirtschaft ist untrennbar die Gewinnung von Investoren aus dem Ausland für das Land Niedersachsen verbunden. Die beiden Bereiche greifen bei ihrer Arbeit in weiten Teilen auf die gleichen Informationsquellen und Netzwerke zurück und profitieren gegenseitig von einem engen Informationsaustausch untereinander.

So können sich Projekte, die zunächst allein auf den Einkauf niedersächsischer Produkte von ausländischen Unternehmen ausgerichtet sind, also den Export niedersächsischer Unternehmen betreffen, in Investitionsprojekte, die das Know-how hier im Lande nutzen wollen, wandeln. Erst eine flexible Handhabung und kurze Kommunikationswege zwischen den niedersächsischen Experten machen es möglich, Chancen zu erkennen, zu ergreifen und in den entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu verwandeln.

Die Auslandsvertretungen des Landes Niedersachsen sind Zentren zur Beschaffung von Hintergrundinformationen, Markteinschätzungen und Kontakten in den jeweiligen Ländern, die sowohl die Außenwirtschaftsförderung niedersächsischer KMU als auch die Unternehmensansiedlung ausländischer Unternehmen in Niedersachsen betreffen. Sie fungieren auch als Kommunikatoren des für die Investorenwerbung wichtigen internationalen Standortmarketings.

Weitere für beide Aufgabenbereiche bedeutende Foren für gemeinsame Aktionen sind Messen im In- und Ausland sowie die in Niedersachsen bestehenden Netzwerke z. B. im Rahmen der Landesinitiativen.

8. Außenwirtschaftsförderung und Menschenrechte

Der Niedersächsischen Landesregierung ist es wichtig, neben der Förderung der wirtschaftlichen Interessen Niedersachsens im Ausland die Menschenrechtssituation in den jeweiligen Ländern in den Blick zu nehmen. Das Engagement für universelle Menschenrechte zählt zu den niedersächsischen Interessen im Ausland. Die Niedersächsische Landesregierung verurteilt Menschenrechtsverletzungen ausdrücklich, unabhängig davon, in welchem Staat sie verübt werden.

Vor dem Antritt von Auslands- oder Delegationsreisen ist die Lage der Menschenrechte in dem Zielstaat regelmäßig Gegenstand von Kontakten mit der für die auswärtige Politik zuständigen Bundesregierung. Die Informationen des Auswärtigen Amtes werden ergänzt durch eigene Recherchen und Erkenntnisse. Diese Vorinformationen werden vor Ort abgerundet durch das üblicherweise zu Beginn einer Reise vorgesehene Briefing durch den Botschafter oder andere hochrangige Repräsentanten unserer Auslandsvertretungen. Zudem wird in politischen Gesprächen und bei anderen Gelegenheiten, z.B. in Gesprächen mit zivilgesellschaftlichen Organisationen, Oppositionsgruppen oder Menschenrechtsanwälten die Einhaltung der Menschenrechte in angemessener Form angesprochen und ggf. angemahnt.

Die Niedersächsische Landesregierung hat den Beschluss des Landtages vom 20.06.2013 (Drs. 17/341) zum Anlass genommen, die Berücksichtigung der Menschenrechte bei der Vorbereitung und Durchführung von Auslands- und Delegationsreisen nochmals mit

besonderer Sensibilität zu betrachten. Sie wird menschenrechtliche Aspekte bei der Konzeption und Durchführung von Auslands- und Delegationsreisen noch stärker als bisher berücksichtigen.

Die Niedersächsische Landesregierung setzt dabei insbesondere auf eine gezielte Information der Unternehmen. Im Vorfeld von Delegationsreisen ins Ausland wird sie die Unternehmen umfassend über die Lage der Menschenrechte im Besuchsland informieren. Sie wird auf die UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte (A/HRC/17/31), die handlungsorientierte Empfehlungen an international tätige Unternehmen beinhalten, hinweisen.

Die Auslandsvertretungen sind gebeten worden, Menschenrechtsfragen bei ihrer Arbeit noch stärker zu berücksichtigen. Sie werden niedersächsische Unternehmen, die in dem betreffenden Land wirtschaftliche Kontakte aufbauen oder unterhalten, auf die besondere Relevanz menschenrechtlicher Aspekte und die UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte hinweisen.

Die Neuausrichtung der Außenwirtschaftsförderung erstreckt sich auch auf die Schnittstellen zur Entwicklungszusammenarbeit und zu anderen Politikbereichen. Entwicklungspolitische, umweltpolitische, sozial- und wirtschaftspolitische Ziele werden noch stärker verzahnt. Dieser Weg ist bereits in der Zusammenarbeit der Landesregierung mit unserer Partnerprovinz Eastern Cape in Südafrika und der Projektzusammenarbeit mit Tansania beschrritten worden.

9. Faire Arbeitsbedingungen weltweit

Die Niedersächsische Landesregierung hat klare Ziele für eine neue Arbeitsmarktpolitik formuliert. Dazu gehören insbesondere auskömmliche und faire Löhne, die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern am Arbeitsleben einschließlich der Entgeltgleichheit sowie angemessene und faire Arbeitsbedingungen. Vor diesem Hintergrund vertritt die Niedersächsische Landesregierung die Auffassung, dass die uneingeschränkte Achtung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) - die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen, das Diskriminierungsverbot, die Beseitigung der Zwangsarbeit und die Abschaffung der Kinderarbeit - eine Voraussetzung des globalen Handels und der globalen Produktion sein muss.

Viele niedersächsische Unternehmen arbeiten heute über weitverzweigte Lieferketten mit Zulieferern zusammen, die den gesamten Globus umspannen. Die Arbeitsbedingungen, unter denen Produkte in den Entwicklungs- und Schwellenländern hergestellt

werden, stehen bereits seit langem in der Kritik. Laut der Internationalen Arbeitsorganisation kommen Jahr für Jahr mehr als zwei Millionen Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen durch Arbeitsunfälle oder durch arbeitsbedingte Erkrankungen ums Leben. Rund 170 Millionen Kinder arbeiten weltweit. Mehr als die Hälfte davon verrichtet Arbeiten, die als gefährlich eingestuft werden.

Niedersachsen will mit seiner Außenwirtschaftsförderung dazu beitragen, wirtschaftliches Wachstum zu unterstützen, aber auch helfen, menschenwürdige Arbeitsbedingungen global durchzusetzen. Die Landesregierung sieht die grundsätzliche Verantwortung für die Einhaltung der internationalen Kernarbeitsnormen bei allen niedersächsischen Unternehmen und fordert diese bei ihrem weltweiten Engagement auf, die relevanten Übereinkommen der ILO sowohl an ihren Standorten als auch entlang der Wertschöpfungskette einzuhalten, ihre Umsetzung zu überwachen und stetig zu verbessern.

10. Fazit: Unterstützung von KMU bei der Markterschließung

Die wichtigste Zielgruppe der Außenwirtschaftspolitik des Landes Niedersachsen sind die KMU, die im Vergleich zum Bundesdurchschnitt beim Ausfuhrvolumen deutlich unterrepräsentiert sind. KMU profitieren ganz besonders von der Beteiligung an Messeprogrammen, Außenwirtschaftsberatung und Delegationsreisen. Größere Unternehmen können im Vergleich dazu besser mit ihren eigenen Kapazitäten den Weg ins Ausland beschreiten, auch wenn die politische Flankierung bei schwierigen Märkten wichtig für sie ist.

Die Außenwirtschaftsförderung des Landes Niedersachsen ist also besonders auf die mittelständischen Unternehmen ausgerichtet und wird zunächst in den folgenden Bereichen weiterentwickelt:

- auf die Zielgruppe, innovative KMU mit hochentwickelten Produkten, abgestimmte Informationskampagnen,
- Auswahl der Zielländer und -regionen anhand der entwickelten Kriterien unter Berücksichtigung der niedersächsischen Technologie- und Branchenschwerpunkte für Delegationsreisen,

- Ausrichtung der Außenwirtschaftsinstrumente auf diese Gebiete,
- Prüfung der Option Unternehmerreisen, also Reisen ohne politische Begleitung durchzuführen,
- stärkere Nutzung der vom Bund angebotenen Maßnahmen durch die niedersächsischen Unternehmen,
- bessere Verknüpfung anderer Bereiche, z. B. Innovationsförderung, mit der Außenwirtschaftsförderung,
- Verstärkung des internationalen Marketings,
- Vernetzung von Außenwirtschaftsförderung und Ansiedlung,
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit den norddeutschen Ländern zur Erschließung ausgewählter Branchen.

Grundsätzlich ist die Außenwirtschaftsförderung ein wichtiger Bestandteil der Wirtschaftsförderung insgesamt. Einerseits geht es darum, niedersächsische Unternehmen bei ihren Aktivitäten im Ausland zu unterstützen, andererseits ausländische Unternehmen für eine Investition oder Ansiedlung in Niedersachsen zu bewegen.

