

**-Wo wir stehen
wohin wir gehen-**

2 0 0 9

Vorwort



Sehr geehrte Damen und Herren,

gemeinsam mit den Gesellschaftern der S-CountryDesk GmbH – Großsparkassen, Landesbanken, Deutsche Leasing, Deutsche Factoring Bank – blicken wir auf ein bewegtes, herausforderndes und erneut sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2009 zurück.

Ziel seit Gründung des S-CountryDesk im Jahr 2003 ist es, Firmenkunden aller Sparkassen umfassend bei der Erschließung neuer Märkte im Ausland zu begleiten und für jeden ganz individuell das passende Leistungspaket zusammenzustellen. Dieses Angebot fand bei Sparkassen und deren mittelständischen Kunden auch im Geschäftsjahr 2009 eine sehr hohe Akzeptanz.

Wir freuen uns, dass sich der S-CountryDesk als Modell einer effektiven Verbundeinrichtung Jahr für Jahr bewährt. Und mehr als das. Grundlage für die große Leistungsfähigkeit und den nachhaltigen Erfolg des S-CountryDesk ist die kontinuierliche, strategische Weiterentwicklung des Netzwerks, die ständige Ausrichtung des Leistungsangebots an den Anforderungen unserer Kunden, sowie last but not least das große, persönliche Engagement aller Partner. Damit sind Sparkassen in hohem Maße in der Lage, ihren Firmenkunden zeitnahe, individuelle und oftmals auch innovative Lösungen bei der Internationalisierung zu liefern.

Durch das Angebot des S-CountryDesk entwickelte sich die Gruppe zum Marktführer bei der Begleitung mittelständischer Unternehmen ins und im Ausland. Dies spornt uns an, uns nicht auf unseren Lorbeeren auszuruhen, sondern stetig besser zu werden. Es ist unser strategisches Ziel, das internationale Netzwerk gemeinsam weiter auszubauen und zu pflegen sowie unser Leistungsangebot auch weiterhin an den Anforderungen der Sparkassen und ihrem mittelständischen Klientel auszurichten.

Anspruchsvolle Ziele bedürfen eines soliden organisatorischen Rahmens und entsprechender personeller Ressourcen. Darauf haben die Gesellschafter der S-CountryDesk GmbH bereits 2009 reagiert. Die Umsetzung der Maßnahmen, die zum Teil bereits erfolgte, wird im aktuellen Geschäftsjahr ihre Fortsetzung finden.

Lesen Sie dazu und mehr im Geschäftsbericht 2009. Viel Spaß bei der Lektüre!

Mit herzlichen Grüßen

Christoph Holzem

Arno Bach

Michael Nißl



Inhalt



Das Geschäftsjahr 2009	4
S-CountryDesk weiterhin erfolgreich	4
Stärkere Nutzung des Netzwerkes	4
S-CountryDesk - ein starker Partner	5
Planen und informieren beim Kunden im Fokus	5
Im ständigen Kontakt mit Partnern im Ausland	6
Personelle Veränderungen	6
Vorständetagung Würzburg 2009	7
Neuer Internetauftritt	7
Neuausrichtung des Arbeitskreises Marketing	8
Internationale Aktionswochen 2009	8
Das internationale Netzwerk	9
Umfassendes Leistungsspektrum	9
Weltweite Begleitung in nahezu 100 Länder	9
Polen	10
Südafrika	11
Deutsche Leasing – stark für S-CountryDesk	12
Mit dem EuropaService gut aufgestellt	13
German Centres - Weltweit wie zu Hause fühlen	14

Das Geschäftsjahr 2009



Die Gesellschafter der S-CountryDesk GmbH – Großsparkassen, Landesbanken, Deutsche Leasing, Deutsche Factoring Bank – blicken auf ein erneut sehr bewegtes und erfolgreiches Geschäftsjahr.

Durch das weltweite Netzwerk konnte auch im vergangenen Jahr einer Großzahl von Unternehmen der Weg ins Ausland geebnet werden. Ende 2009 verzeichnete die S-CountryDesk GmbH insgesamt weit über 30.000 Aktivitäten.

Zum wiederholten Male waren die USA Hauptzielregion. Hier konnte trotz des Krisenjahrs 2009 ein Nachfrageanstieg, - sowohl für Vermittlungen in und aus den USA nach Deutschland -, von ca. 15 % verzeichnet werden.

Die bisher für Firmenkunden attraktiven Märkte im westlichen Europa wiesen eine gleichbleibende Resonanz im Vergleich zum Vorjahr auf.

Auch der bisherige Boommarkt China war 2009 nach wie vor interessant für Kunden der Sparkassen.

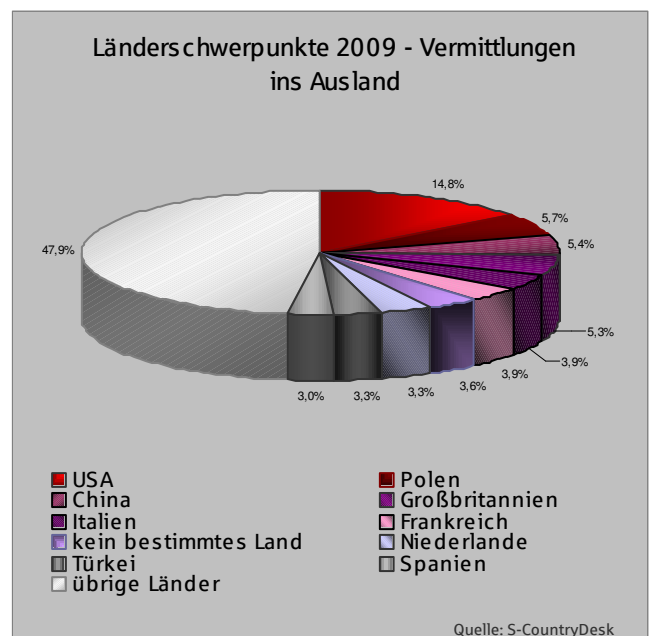
In den 2008 noch expandierenden Zielmärkten Türkei, Polen und Rumänien war eine abwartende Haltung vieler Unternehmen spürbar.

2009 nutzten besonders polnische Firmenkunden den S-CountryDesk als Helfer für einen erfolgreichen Markteintritt in Deutschland.

Dieser erfreuliche Trend von Unternehmensaktivitäten nach Deutschland zeigte sich 2009 in nahezu allen Ländern, in denen der S-CountryDesk aktiv ist. Die Partner im Ausland erwarteten vermehrt auch von den deutschen Sparkassen ein entsprechendes Engagement.

Die im Verhältnis zu allen Anfragen gestiegenen Aktivitäten aus dem Ausland sprechen auch für die Leistungsfähigkeit des Netzwerkes zur Förderung des Standortes Deutschland im Ausland.

 **CountryDesk weiterhin erfolgreich**



Stärkere allseitige Nutzung des Netzwerkes

Angesichts der globalen Finanzkrise geht es bei Auslandsvorhaben deutscher Mittelständler umso mehr darum, möglichst viele und maßgeschneiderte Lösungsansatzpunkte für die Begleitung und Finanzierung dieser Vorhaben herauszufiltern und zu entwickeln. Hier sind die Sparkassen mit dem S-CountryDesk im Vorteil, denn sie kombinieren lokale Betreuung mit internationaler Reichweite. Durch die Vielzahl von kompetenten und renommierten Partnern können sie für ihre Firmenkunden das passende Leistungspaket im In- und Ausland zusammenstellen.

Unter diesen schwierigen Marktbedingungen war es für den S-CountryDesk mehr als erfreulich, dass die Firmenkunden die umfassende Leistungsvermittlung weiterhin sehr aktiv in Anspruch nahmen.

Aufgrund der krisenhaften Wirtschaftslage des Jahres 2009 war jedoch eine kundenseitige Verschiebung der Interessen deutlich erkennbar. Planen und genau informieren stand - mehr als in den Vorjahren - im primären Fokus.

Deshalb verzeichneten aktuelle und zielgerichtete Informationen über Länder und Branchen einen regen Zuwachs von 17%.

Die Entscheidungsfreude der Unternehmer, die in den Vorjahren zu erkennen war, setzte sich in 2009 nicht in gleichem Maße fort. Geplante Vorhaben wurden teilweise verworfen beziehungsweise zurückgestellt, wenngleich die Bedeutung von Auslandsengagements für die Sicherung von Märkten und insbesondere von Arbeitsplätzen in Deutschland von allen erkannt wurde.

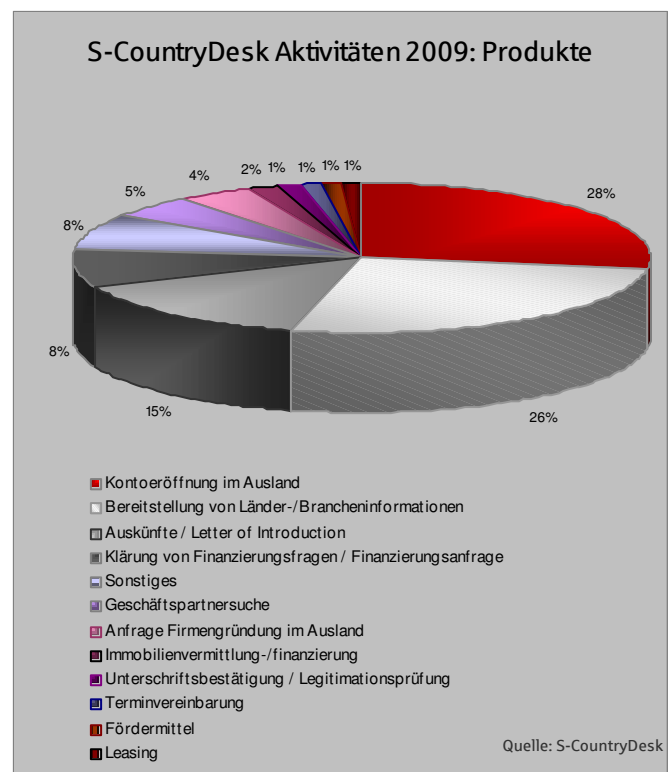
So zeigte sich im Berichtszeitraum ein Rückgang bei der Klärung von Finanzierungsanfragen, bei der Geschäftspartnersuche sowie bei Terminvereinbarungen im Ausland.

Bei Vermittlungen aus dem Ausland nach Deutschland wird diese Beobachtung bestätigt. Die Nachfrage nach Kontoeröffnungen sowie Anfragen nach Firmengründungen in Deutschland waren 2009 ebenfalls rückläufig.

Dennoch: Weit über 3000 Aktivitäten in einem weltwirtschaftlich schweren Jahr 2009 zeigen, dass die Sparkassenfinanzgruppe mit dem S-CountryDesk ein starker Partner für die international tätigen Firmenkunden von heute und morgen ist.

Im ständigen Kontakt mit Partnern im Ausland

Planen und informieren bei Kunden im Fokus



Gute, persönliche Beziehungen zu ausländischen Kreditinstituten ermöglichen eine unbürokratische und ergebnisorientierte Bearbeitung der Anfragen.

Die S-CountryDesk-Geschäftsführung und Länder- und Dienstleistungsverantwortlichen, - allesamt Experten aus dem Gesellschafterkreis für das internationale Geschäft mittelständischer Unternehmen -, pflegten wie auch in den letzten Jahren sehr intensiv die Kontakte zu den Netzwerkpartnern.

Wenngleich 2009 aus organisatorischen Gründen kein S-CountryDesk Workshop stattfinden konnte, standen die Relationship Manager auf bilateraler Ebene im regelmäßigen Kontakt zu den Partnern. Relationship Manager besuchten darüber hinaus Partner im Ausland. Diesem großen Engagement ist es zu verdanken, dass den deutschen Firmenkunden stets aktuelle Informationen und kompetente Beratung zur Verfügung standen.

Im Geschäftsjahr 2009 schufen die Gesellschafter der S-CountryDesk GmbH geeignete Strukturen für das weitere nachhaltige Wachstum des Unternehmens. Zu den Maßnahmen gehören die Neuorganisation und personelle Verstärkung der S-CountryDesk GmbH. Damit stellen die Gesellschafter sicher, dass S-CountryDesk und Sparkassen auch in Zukunft den steigenden Anforderungen ihrer Kunden und gleichzeitig der wachsenden Anzahl an Geschäftsanfragen gerecht werden können.

Nachdem Rainer Virnich aus persönlichen Gründen im Juli 2008 sein Amt als Geschäftsführer niederlegte, übernahm Christoph Holzem, S-International Rhein-Ruhr, die vakante Position des zweiten Geschäftsführers. Mit Wirkung zum 1. Januar 2009 vertritt er gemeinsam mit Arno Bach, Sparkasse Hannover, die Gesellschaft nach innen und außen,

Ebenfalls zum 1. Januar 2009 wurde Michael Nißl, Sparkasse KölnBonn, zum Gesamtprokuristen ernannt. Er vertritt die Gesellschaft zusammen mit einem Geschäftsführer.

CountryDesk – ein starker Partner



Personelle Veränderungen



Arno Bach



Christoph Holzem



Michael Nißl

Mit der fortschreitenden Globalisierung nutzen auch zunehmend kleinere und mittelständische Unternehmen die Vorteile einer internationalen Arbeitsteilung. Sowohl ausländische Beschaffungsmärkte, wie auch die Entwicklung der Absatzmöglichkeiten im Ausland stehen für deutsche Unternehmen bei strategischen Überlegungen an vorderster Stelle. Für die Sparkassen in Deutschland gehört es mittlerweile zu ihrem Selbstverständnis, für diese Zielgruppe ein attraktives Dienstleistungsangebot bereit zu halten.

Auf der Tagung der Großsparkassen am 1./2. Oktober 2009 in Würzburg folgten die Sparkassenvorstände dem Vorschlag der Geschäftsführung, eine wesentliche Weichenstellung für den qualitativen und quantitativen Ausbau des Netzwerkes S-CountryDesk vorzunehmen. Zeitgleich wurde das Konzept auch den übrigen Gesellschaftern, Landesbanken, Deutsche Leasing und Deutsche Factoring-Bank vorgestellt. Der mit einer großen Mehrheit gefasste Gesellschafterbeschluss umfasst ein deutlich erweitertes Budget, die Bereitstellung zusätzlicher Personalressourcen sowie weitere Investitionen in Kommunikation, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Zudem wurde ein neues Beitragskonzept für alle nutzenden Sparkassen und Kompetenzcenter eingeführt, welches eine Staffelung des finanziellen Engagements nach Größenklassen vorsieht. Damit ist das Fundament für einen weiteren Ausbau des Netzwerkes und die Verbreiterung der Kundenbasis gelegt.

Für Unternehmen und ihre Berater in den Sparkassen ist das Internet zur schnellen Informationsbeschaffung und Kommunikation ein wichtiges Medium.

Der S-CountryDesk hat dies seit langem erkannt und arbeitet kontinuierlich an der Verbesserung seines Webauftritts.

Aus diesem Grund erhielt der Internetauftritt eine neue Startseite. Auf einer interaktiven Weltkarte sind durch Anklicken eines Landes die dafür verfügbaren Leistungen sofort einsehbar.

Ziel ist es, Firmenkunden umfassend und zielsicher über den Leistungsumfang und die Funktionsweise des Netzwerkes zu informieren. Gleichzeitig soll www.countrydesk.de aber auch dem Firmenkundenbetreuer als hilfreiche und Mehrwert schaffende Unterstützung für Beratungsgespräche dienen.

Diesem Ziel sind wir 2009 näher gekommen. An dessen Erreichung werden wir auch im folgenden Geschäftsjahr mit hohem Engagement arbeiten.

Vorständetagung Würzburg 2009

Neuer Internetauftritt



In 2009 stand der Ausbau und die Intensivierung der Marketingmaßnahmen des S-CountryDesk deutlich im Fokus. Seit diesem Jahr wird der Arbeitskreis für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit zentral durch das Team der Landesbank Berlin koordiniert und geleitet. So konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr die Arbeit in diesem Bereich konzentriert vorangetrieben werden.

Bereits durch die Neuauflage der zweisprachigen S-CountryDesk Broschüre zu Beginn des Jahres wurden Gesellschafter und Nutzersparkassen durch ein attraktives Werbemittel unterstützt. Dies erwies sich auch im Hinblick der sparkassenweiten „Internationalen Aktionswochen“ als wertvoll.

Um den Bekanntheitsgrad und die Nutzung des S-CountryDesk weiter auszubauen, fand 2009 in Bonn ein Praxisworkshop statt. Zu diesem wurden die Gesellschafter und erstmals auch Nutzersparkassen eingeladen. Innerhalb dieser Austausch- und Informationsplattform konnte die Zusammenarbeit zwischen Relationship Managern und anfragenden Firmenkundenbetreuern um die Kundenbedürfnisse optimal zu erfüllen.

Auch in Zukunft wird der Arbeitskreis Marketing geeignete Lösungen finden und implementieren, um den Auftritt des S-CountryDesk innerhalb der Sparkassenorganisation sowie seine Wirkung nach außen noch klarer und effektiver zu gestalten.

Im zweiten Jahr in Folge hat die Sparkassen Finanzgruppe 2009 das internationale Geschäft zum zentralen und wichtigen Thema in der Außenkommunikation gemacht.

Im Aktionsmonat März gab es zahlreiche Kundenveranstaltungen in den Sparkassen zu vielfältigen Themen des internationalen Geschäfts.

S-CountryDesk unterstützte diese Kommunikationsoffensive nachhaltig.

Die Sparkassen konnten die zweisprachige Broschüre, den S-CountryDesk Imagefilm sowie eine Druckvorlage zur Erstellung eines Roll-Up Banners für sich nutzen.

Referenten aus dem Gesellschafterkreis der S-CountryDesk GmbH boten gern ihre Hilfe für Veranstaltungen an.

Auch im laufenden Geschäftsjahr können die Sparkassen auf die partnerschaftliche Unterstützung durch den S-CountryDesk bauen.

Neuaufrichtung des Arbeitskreises Marketing



Internationale Aktionswochen 2009



Das internationale Netzwerk



Sparkassen und S-CountryDesk begleiteten auch 2009 zahlreiche kleine und mittelständische Unternehmen auf dem Weg ins und im Ausland.

Die Erfolgsgeschichte der Sparkassen basiert nicht darauf, dass diese plötzlich weltweit unterwegs sind – es geht darum, kleine und mittelständische Unternehmen bei ihrer Internationalisierung zu unterstützen und dafür ein Netzwerk und Leistungsspektrum bereitzuhalten. Und weil die Planung und Steuerung von Auslandsvorhaben üblicherweise von Deutschland aus geschieht, sind die Sparkassen als Hausbank des Mittelstands erster Ansprechpartner.

Der vertraute Firmenkundenberater am Heimatstandort öffnet mit dem Netzwerk die nötigen Türen ins und im Ausland und kombiniert klassische Bankprodukte des Auslandsgeschäfts mit fallbezogenen Beratungs- und Serviceleistungen.

Die regionale Nähe der Sparkassen plus die internationale Kompetenz des Verbundes – das ist unser Angebot an den deutschen Mittelstand.

Über S-CountryDesk verknüpfen die Sparkassen Informationen, Betreuung und Finanzierungen im Inland mit Kontakten und Bankleistungen im Ausland - für nahezu 100 Länder.

Erste Anlaufstelle für interessierte Unternehmen ist die Sparkasse am Heimatstandort. Sie schaltet den S-CountryDesk ein und aktiviert so ein engmaschiges Netz von Partnern aus dem Banking- und Non-Banking-Bereich.

Im Ausland treffen Unternehmer dann auf Menschen, die entweder Teil der Sparkassen-Finanzgruppe sind oder mit der Sparkasse eng zusammenarbeiten - in den wichtigsten Zielmärkten Europas, Amerikas, Asiens, Afrikas und Australiens.

Dazu gehören die Niederlassungen und Repräsentanzen der Landesbanken und der Deutschen Leasing, die Deutsche Factoring Bank ebenso wie ausgewählte ausländische Retailbanken.

Umfassendes Leistungsspektrum

Die vermittelten Leistungen von S-CountryDesk umfassen:

- Regelmäßig überarbeitete Länderinformationen
- Individuelle Recherche nach Außenwirtschaftsinformationen
- Suche nach Kooperationspartnern
- Standortberatung und Ansiedlungshilfe
- Liquiditäts- und Debitorenmanagement
- Kontoeröffnungen weltweit
- Internationale Finanzierungsangebote
- Leasingangebote für Absatz- und Investitionsfinanzierung
- Fertige Büroflächen für den einfachen Markteinstieg in Emerging Markets
- Betreuung am Zielstandort durch ausgewählte (Bank)Partner
- Hilfestellung auch abseits der Hauptstädte in vielen wichtigen Zielländern

Weltweite Begleitung in nahezu 100 Länder

Partner des Netzwerks sind zudem der EuropaService der Sparkassen-Finanzgruppe, die German Centres der Landesbanken und das Deutsch-Polnische Kooperationsbüro der Sparkassen. Sie geben den Sparkassen und deren Kunden die Möglichkeit, auf Infrastruktur, Produkte, lokale Expertise und Mitarbeiter-Know-How im Ausland zugreifen zu können.

Das S-CountryDesk Netzwerk reicht über die Hauptstädte Europas, Amerikas und die Boomtowns aufstrebender Märkte hinaus: also nicht nur nach Warschau, sondern auch nach Poznan, und nicht nur nach Chicago, sondern auch nach Cincinnati. Das ist wichtig, denn genau wie in Deutschland findet mittelständisches Geschäft gerade auch in den Regionen statt.

Damit bieten Sparkassen allen mittelständischen Unternehmen einen unschlagbaren Vorteil bei der Erschließung neuer Märkte, was sich in der stetig steigenden Zahl an Anfragen und Erfolgsgeschichten ausdrückt.

Deutschlands östlicher Nachbar war das ganze Krisenjahr 2009 eine Insel der Seligen. Mit einem Durchschnittswachstum von 1,5% ist Polen das einzige Land der EU, das 2009 mit einem signifikanten Plus beendete.

Polen hat sich das ausschließlich sich selbst zu verdanken:

Polen hat einen großen Binnenmarkt, der Konsum trägt am Inlandsprodukt einen Anteil von rund 60%. Weil die Löhne in den Jahren vor der Krise ordentlich zugelegt hatten und eine schon vor dem globalen Einbruch beschlossene Steuersenkung zusätzlich Geld in die Taschen der Verbraucher spülte, blieben die Kaufhäuser auch 2009 voll.

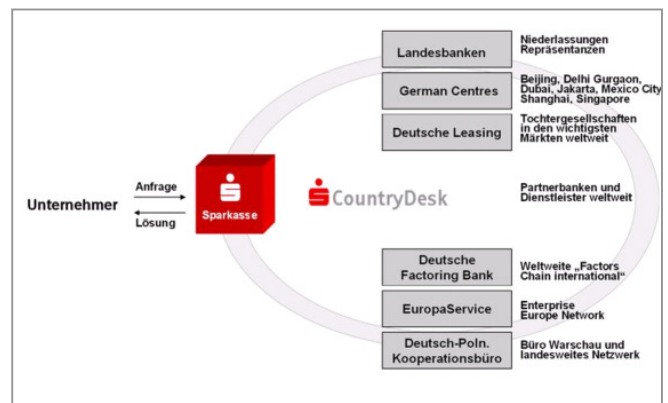
Zugleich half Polen seine geringe Abhängigkeit vom Export; nur rund ein Viertel seines Inlandprodukts erwirtschaftete es mit dem Export.

Andere Faktoren kamen hinzu:

Das galt vor allem für die geringe Verschuldung von Haushalten und Unternehmen. In dem von Töchtern ausländischer Institute dominierten Bankensektor stand das normale Kreditgeschäft im Vordergrund, Spekulationen mit risikoreichen Wertpapieren gab es so gut wie gar nicht.

Das ungebrochene Interesse an unserem Nachbarland widerspiegeln auch die 2009 gestiegenen Anfragen im S-CountryDesk und im Deutsch-Polnischen Kooperationsbüro zu den Geschäftsmöglichkeiten in Polen.

In diesem Zusammenhang lohnt es sich auch auf das im Jahre 2009 gegründete Business-Netz Brandenburg Polen (BBP) der



Polen

Arbeitsgemeinschaft Deutsch-Polnische Sparkassen-Kooperation und des Wirtschaftsministeriums des Landes Brandenburg hinzuweisen. Das BBP hat sich insbesondere die Begleitung Brandenburger Unternehmen in den polnischen Markt sowie die Ansiedlung polnischer Investoren in Brandenburg zum Ziel gestellt, steht aber auch für den S-CountryDesk und deren Nutzer zur vollen Verfügung.

Das Business-Netz Brandenburg Polen ist permanent im Zentrum Warschaus mit einem Servicebüro und einem zweisprachigen Team vertreten und damit auch vor Ort jederzeit ansprechbar.

Südafrika ist im Blickpunkt. Fußball WM 2010. Und dann?

Dann wird weiter investiert. Als wachstumsstärkste Volkswirtschaft des Kontinents schaut das demokratische Südafrika optimistisch in die Zukunft. Folgerichtig wird ein ehrgeiziges Infrastrukturprogramm von ca. 100 Mrd. Euro aufgelegt. Der Ausbau und die Effizienz des Energiesektors mit erneuerbaren Energien wird neben Straßenbau, Gesundheitswesen und weiteren Maßnahmen gefördert. Damit wird ein solides Fundament für die Wachstumsverstärkung gelegt. Gleichzeitig bietet es deutschen Exporteuren die Möglichkeit, sich neue und interessante Märkte zu erschließen. „Made in Germany“ ist auch am Kap begehrt.

Südafrika

Die Deutsche Leasing ist eingebettet in die Sparkassen-Finanzgruppe. Die Sparkassen sind für die Deutsche Leasing mehr als ein wichtiger Vertriebspartner – sie sind Gesellschafter und Finanzierer. Mit seinem umfassenden Leistungsangebot für Asset-Finance im In- und Ausland stützt der deutsche Leasing-Marktführer als Kompetenzzentrum Leasing die Position der Sparkassen als Allfinanzanbieter.

Die Deutsche Leasing Gruppe – die seit März 2007 zum Gesellschafterkreis des S-CountryDesk zählt – begleitet ihre Kunden und Geschäftspartner weltweit in die wichtigsten Handelsländer Deutschlands. Dazu hat sie ihre Tochtergesellschaften in 22 Ländern und an 42 Standorten – von den USA und Kanada bis nach Russland und China – gegründet. Seit dem Frühjahr 2009 wird der europäische Marktauftritt der Deutschen Leasing durch Tochtergesellschaften in Belgien, den Niederlanden und Luxemburg (die Deutsche Leasing Benelux) und in Österreich durch die Deutsche Leasing Austria, verstärkt. Durch die hohe Dichte an Auslandsgesellschaften kann die Deutsche Leasing ihren Geschäftspartnern rechtliche Sicherheit in den Zielländern gewährleisten und hilft auch Sprachbarrieren zu überwinden.

Die Deutsche Leasing Gruppe steht für innovative Dienstleistungen rund um mobile und immobile Investitionsgüter im In- und Ausland. Als zentraler Verbundpartner der Sparkassen gewährt sie ihnen und deren Kunden Zugang zu ihrem Komplettangebot an Finanzdienstleistungen: Leasing von Maschinen und betrieblichen Einrichtungen, von Informations- und Kommunikationstechnik sowie von Transportmitteln für den Personen- und Güterverkehr. Serviceleistungen wie Wartung und Reparatur, Versicherungen oder Full-Service ergänzen das Angebot im Mobilien-Leasing. Über ihre Tochter Deutsche Anlagen-Leasing bietet die Deutsche Leasing den Sparkassen und deren Kunden zudem Leasing von Immobilien, Großmobilen, immateriellen Vermögenswerten sowie Strukturierte Finanzierungen.

Gerade Sparkassen, die regional aufgestellt sind, können diese Möglichkeit nutzen, um ihren Kunden Auslandskompetenz zu zeigen. Damit können sie Angebote von Wettbewerbern in der eigenen Kundschaft abwehren und ihre Kundenbeziehung stärken.



Ein wichtiger Bestandteil des internationalen S-CountryDesk Netzwerks ist der EuropaService. Als zentrale Beratungseinrichtung der Sparkassen-Finanzgruppe informiert der EuropaService schwerpunktmäßig zu Rahmenbedingungen für Investitionen im europäischen Ausland sowie zu Förderprogrammen der EU. Hinzu kommt die Vermittlung von Geschäftskontakten zwischen deutschen und ausländischen Unternehmen.

Zwischen dem S-CountryDesk und dem EuropaService herrscht selbstverständlich ein reger Austausch, um Unternehmen beim Gang ins Ausland beziehungsweise im internationalen Geschäft zu unterstützen. Egal wo der Kunde seine Frage stellt, Informationen werden schnell und unkompliziert ausgetauscht, damit der Kunde rasch mit den nötigen Angaben versorgt wird.

Erste Informationsquelle sind dabei häufig die Länderinfos mit Hintergrundinformationen zu europäischen Ländern, die der EuropaService zur Verfügung stellt. Sie enthalten einen kompakten Überblick zu Investitionsbedingungen in den Ländern, Informationen zu Fördermitteln sowie weiterführende Kontaktadressen. Im letzten Jahr wurden über die Webseiten des EuropaService auf die Länderinfos rund 1,6 Mio. Mal zugegriffen. Auf größtes Interesse sind 2009 dabei die Länderinfos über Kroatien, Russland, Rumänien und die Türkei gestoßen.

Wenn es um die Vermittlung von Geschäftskontakten geht, greift der EuropaService auf die Business Cooperation Database des Enterprise Europe Network zu. Der EuropaService ist Affiliate Member dieser EU-Einrichtung mit 572 Partnern in 45 Ländern. Die Datenbank enthält rund 7.000 Profile von kleinen und mittleren Unternehmen, die Geschäfts- und Vertriebspartner suchen beziehungsweise ihre Partnerschaft anbieten. Auch dieser Service wurde im vergangenen Jahr von Sparkassen und Unternehmen häufig in Anspruch genommen, bis zum 31.12.2009 wurden knapp 530.000 Zugriffe auf die „Eurokontakte“ verzeichnet. Am interessantesten waren im letzten Jahr die Eurokontakte aus Frankreich, gefolgt von - mit Abstand - Litauen, Italien und Rumänien.

Zur Geschäftsanbahnung eignen sich natürlich auch Unternehmertreffen und Unternehmerreisen, die beispielsweise von den Handelskammern, dem Bundesministerium für Wirtschaft und anderen Organisationen angeboten werden. Eine Auswahl veröffentlicht der EuropaService ebenfalls auf seinen Internetseiten. Der Fokus liegt hier auf Treffen, die konkrete Gespräche zwischen den teilnehmenden Unternehmen anbieten und die dazu bereits im Vorfeld die jeweiligen Interessen abklären und entsprechende Gespräche („Matchmaking“) vorbereiten.

Sichere Häfen in Wachstumsmärkten

Für die über 300 Mieter in den German Centres in Asien und Mexiko war das Jahr 2009 durch die anhaltende Wirtschaftskrise geprägt. Durch Konsolidierungen oder strenge Sparmaßnahmen konnten viele Mieterfirmen jedoch ihre Positionen in den Emerging Markets halten. Bei Einsteigern in neue Märkte verzeichneten die German Centres bis Mitte des Jahres einen leichten Nachfragerückgang. Ende des Jahres zog der Bedarf wieder an, besonders in den German Centre in China und Singapur, aber auch in Indien und Mexiko. Die meisten Unternehmen suchen nach Unterstützung beim Markteintritt, passende Dienstleister und kleinen Büroeinheiten. Tendenziell wird eher mit einem kleinen Vertriebsengagement begonnen. Anfragen kommen aus allen Bundesländern und Industriezweigen, aber auch Dienstleister suchen vermehrt die Gemeinschaft, die ein German Centre bietet.

Ein Konzept bewährt sich: im Jahr 2010 wird das German Centre-Netzwerk 15 Jahre alt

1.500 Mieterfirmen wurden bis heute begleitet, zigtausende beraten oder auf Veranstaltungen informiert. Drei große Krisen haben die German Centres mit ihren Mietern gemeinsam durchlebt und daraus gelernt: Ende der Neunziger die Südostasienkrise, die Rezession nach dem 11. September 2001 und die andauernde Wirtschaftskrise. Die wenigsten Firmen haben sich dabei krisenbedingt aus dem Markt zurückgezogen. In Veranstaltungen, vor allem aber im persönlichen Gespräch zwischen German Centre Management und Mieterfirma wurde gemeinsam erarbeitet, wie man den neuen Aufgabenstellungen gerecht werden kann. Praktische Lösungswege stehen dabei immer im Vordergrund, ist es doch Aufgabe der German Centres, deutschen Firmen durch eine starke Gemeinschaft sichere Häfen im Ausland zu bieten. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zeigt sich, wie wichtig funktionierende Infrastrukturen, Netzwerke und der Erfahrungsaustausch im Ausland sind. Und genau das bieten die German Centres.

German Centres gibt es in Beijing (LBBW), Delhi Gurgaon (ein Gemeinschaftsunternehmen von BayernLB und LBBW), Jakarta (L-Bank), Mexiko-Stadt (LBBW), Shanghai (BayernLB) und Singapur (LBBW), ein weiteres Haus in Moskau geht Anfang 2011 an den Start. Die German Centres unterstützen deutsche Mittelständler mit Büros, Konferenzräumen, Dienstleistungen rund um Markteintritt und -bearbeitung und Netzwerken. Da die German Centres Tochtergesellschaften deutscher Landesbanken sind, sind diese in den Häusern oft mit Filialen oder Bankrepräsentanzen vertreten. Unterstützt werden die German Centres vor allem durch die

Sparkassen Finanzgruppe, die Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft sowie Länder- und Bundesministerien. Der Regierung vor Ort symbolisieren sie das starke und vor allem langfristige Interesse Deutschlands im jeweiligen Land und fördern die bilaterale Zusammenarbeit. Mehr Informationen unter www.germancentre.com.



Gesellschafter: Sparkasse Aachen, Sparkasse Bielefeld, Sparkasse Bochum, Sparkasse Bremen AG, Sparkasse Dortmund, Ostsächsische Sparkasse Dresden, Stadtparkasse Düsseldorf, Sparkasse Essen, Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen, Frankfurter Sparkasse AG, Hamburger Sparkasse AG, Sparkasse Hannover, Kreissparkasse Heilbronn, Sparkasse KölnBonn, Kreissparkasse Köln, Sparkasse Krefeld, Stadt- und Kreissparkasse Leipzig, Kreissparkasse Ludwigsburg, Stadtparkasse München, Kreissparkasse München Starnberg, Sparkasse Nürnberg, Landessparkasse zu Oldenburg, Sparkasse Osnabrück, Mittelbrandenburgische Sparkasse in Potsdam, Sparkasse Pforzheim Calw, Kreissparkasse Waiblingen, Nassauische Sparkasse Wiesbaden, Sparkasse Mainfranken Würzburg, Deutsche Leasing International GmbH, Deutsche Factoring GmbH & Co., WestLB AG, Landesbank Berlin AG, Nord/LB Norddeutsche Landesbank Girozentrale, Bayerische Landesbank, Landesbank Baden-Württemberg

Geschäftsführer: Arno Bach, Sparkasse Hannover, Christoph Holzem, S-International-Rhein-Ruhr GmbH

www.countrydesk.de