

LESEZEICHEN
Thomas Volk

Weit über Europas Grenzen hinaus

EuropaService. Zahlreiche Chancen im Ausland.

Iris Hemker, EuropaService

Selbst streng kirchenorientierte Bank-Experten kämen nicht unbedingt auf die Idee, das Geschäftsmodell der Sparkassen und die Bibel in einen Topf zu werfen. Dabei entspricht der Psalm 37,5 „Bleibe im Land und nähre Dich redlich“ durchaus der Leitidee der Sparkassen.

Doch in Zeiten der Internationalisierung und Globalisierung stehen gerade viele Firmenkunden der Sparkassen mit einem Bein auch im Ausland. Und diese Mittelstandskunden benötigen neben Beratungsangeboten auch Finanzierungsangebote sowie ein modernes Forderungs- und Liquiditätsmanagement.

Beim Angebot entsprechender Leistungen erfahren die Sparkassen Unterstützung durch das internationale Netz der Sparkassen-Finanzgruppe, das sich über 100 Länder erstreckt. Im S-Country-Desk arbeiten Landesbanken, Deutsche Leasing, German Centres, EuropaService und das deutsch-polnische Kooperationsbüro Hand in Hand.

Neben Finanzdienstleistungen benötigen Firmenkunden Orientierungshilfen für ihr Auslandsgeschäft. Wo wachsen die Märkte am stärksten, wo sind die größten Erfolgsaussichten? Da richtet sich der Blick trotz politischer Konflikte (Russland) und Fehlallokationen von Kapital (China) weiterhin Richtung Osten.

Der asiatische Raum gilt neben Schwellenländern wie Brasilien als Top-Region für deutsche Firmen.

Die Aussage ist eindeutig. „Wir müssen uns umfassend in das internationale Firmenkundengeschäft hineintrauen“, sagte jüngst Georg Fahrenschon, Präsident des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands (DSGV).

Eine Möglichkeit, im Non-Banking-Bereich die Firmenkunden anzusprechen, bietet der EuropaService der Sparkassen-Finanzgruppe – der Partner für Beratung und Hilfestellung „rund um Europa“. Anders als der Name EuropaService vermuten lässt, reichen seine Dienstleistungen dabei über die EU-Binnenmarktgrenzen und Europa hinaus.

So bietet der EuropaService beispielsweise Länderinfos zu 41 Ländern an, die geschäftliche Rahmenbedingungen enthalten. Neben den EU-Staaten gehören zum Beispiel auch Belarus oder die Türkei dazu.

Auslandsaktivitäten ausbaufähig

Weißrussland liegt dabei sogar auf Platz drei der Top 10 der meistgefragten Länderinfos. Das Land bietet deutschen Unternehmen zahlreiche Chancen, wie jüngst auf dem Tag der belarussischen Wirtschaft in Berlin deutlich wurde.

So ist Belarus dabei, sich massiv zu modernisieren, wie zum Beispiel in den Sektoren Holzbearbeitung, Ener-

giegewinnung, kommunale Infrastruktur, Schwerindustrie, Chemie, Lebensmitteltechnologie, Logistik und Transport. Bereits jetzt ist die deutsche Wirtschaft dort mit rund 360 Unternehmen und 100 Repräsentanzen vertreten, so die AHK Belarus. „Bislang sind jedoch gerade einmal 13 Prozent der europäischen kleinen und mittleren Unternehmen auf Märkten außerhalb der EU aktiv“, konstatiert der Deutsche Industrie- und Handelskammertag.

Wachstum auch außerhalb der EU nutzen

Um kleinen und mittleren europäischen Unternehmen wichtige internationale Wachstumsmärkte zu eröffnen, wurde das Enterprise Europe Network (EEN), mit dem der EuropaService assoziiert ist, schrittweise erweitert. „Ökonomen erwarten, dass in den nächsten fünf Jahren 90 Prozent des Weltwirtschaftswachstums außerhalb der EU stattfinden wird“, erklärt Thomas Steiert, Projektberater der Exekutiv-Agentur für kleine und mittlere Unternehmen (EASME).

Im Fokus der Erweiterungsbemühungen bleiben vor allem die wachstumsstarken Märkte in Südostasien und in Südamerika sowie die sich entwickelnden Länder Afrikas. Allein in diesem Jahr sind folgende Länder in das Netzwerk aufgenommen worden: Singapur, Taiwan, Indonesien, Weißruss-

land, Neuseeland, Georgien, Argentinien, Peru, Paraguay und Jordanien.

Die wichtigsten Auswahlkriterien bei der Aufnahme neuer Länder seien die Wachstumsstärke, die Größe des Marktes sowie die Rechtssicherheit für europäische Unternehmen, so Steiert.

Durch seine Zusammenarbeit mit dem weltgrößten Geschäfts- und Innovationsnetzwerk EEN mit etwa 4500 Mitarbeitern in rund 600 Partnerorganisationen kann der EuropaService der Sparkassen-Finanzgruppe den Sparkassen dabei helfen, Partner für ihre Firmenkunden in mittlerweile 63 Ländern zu finden.

Die deutschen Unternehmen können ihr Profil und ihre Wünsche an ausländische Kooperationspartner in der geschützten Datenbank des Netzwerks veröffentlichen lassen – oder sie suchen in bereits eingestellten Profilen ausländischer Unternehmen einen passenden Partner.

Der Service kommt an. „Man kann nur gewinnen“, bewertet Uschi Maion, Geschäftsführerin der Esslinger Hautpflegemittel-Vertriebsfirma Maion, die Geschäftspartnervermittlung des EuropaService. Er sei erstaunt gewesen, „dass uns bei der Suche nach Vertriebspartnern im Ausland ausgerechnet unsere Sparkasse helfen konnte“, sagt Heinrich Schulte-Altdorneburg, Geschäftsführer des Raumgestaltungs-Spezialisten HS Objektraum aus Greven.



Hinaus in die Welt: Viele Mittelständler benötigen

In zwölf Sprachen und auf 19 Märkten aktiv

Netzwerk. Gebündelte Kompetenz führt zum Erfolg.

Frank Steinmeyer, Stadt- und Kreissparkasse Leipzig

Am Anfang stand die Idee junger Existenzgründer, das Medium Internet als Vertriebskanal für individuell gestalteten Textildruck zu nutzen. Was 2002 als Start-up eines Absolventen der Handelshochschule Leipzig und eines online-affinen Elektroingenieurs begann, hat sich zwischenzeitlich zu einer der weltweit führenden E-Commerce-Plattformen für den On-Demand-Druck von Kleidung und Accessoires entwickelt – mit einem Jahresumsatz von rund 72 Millionen Euro und Handelspartnern rund um den Globus.

Die Sparkasse Leipzig begleitet das Unternehmen Spreadshirt seit der Gründung als Finanzierungspartner und stellt über ihr Kompetenzzentrum Ausland auch Finanz-Know-how und Produkte für das internationale Geschäft der Plattform zur Verfügung.

„Die hohe Internationalisierung und der starke Wachstumskurs des Unternehmens

verlangen ständig nach qualifizierten und professionellen Lösungen“, beschreibt Claudia Szuba, Auslandskundenberaterin der Sparkasse Leipzig, die besonderen Anforderungen in der Betreuung eines global agierenden Kunden.

Das Leipziger Unternehmen unterhält Produktionsstätten in Deutschland, Polen, Tschechien, Brasilien und den USA und beliefert Direktkunden in 200 Ländern. Spreadshirt ist in zwölf Sprachen und auf 19 Märkten aktiv.

Für die sehr differenzierten Anforderungen dieser Märkte und Kunden stellt die Sparkasse Leipzig über ihr Kompetenzzentrum Ausland (KCA) die passenden Lösungen zur Verfügung. „In unserer langjährigen Partnerschaft ist es uns gelungen, auch ein so international agierendes Unternehmen wie Spreadshirt von Leistungsstärke und Kompetenz unseres KCA zu überzeugen“, betont Szuba. Zum Portfolio zählen neben dem Auslandszahlungsverkehr auch alle Formen von Fremdwährungsgeschäften,



Das Team der Auslandsexperten bei der Sparkasse Leipzig arbeitet mit den Verbundpartnern zusammen. Foto: Sparkasse

insbesondere auch Konten in verschiedenen Währungen, das Zinsmanagement, Importakkreditive als Zahlungs- und Absicherungsinstrumente sowie Bankgarantien.

Die Sparkasse Leipzig nutzt dabei die Möglichkeiten des internationalen Netzes der Sparkassen-Finanzgruppe S-CountryDesk und bezieht auch Verbundpartner wie die Deutsche Leasing in die Entwicklung von Finanzierungslösungen im Ausland ein.

Wenn es etwa um die Eröffnung von Konten im Ausland geht, sucht Sparkassenberaterin Szuba mit dem Lan-

des-Relationshipmanager des S-CountryDesks den passenden Bankpartner im jeweiligen Land.

Gleichzeitig bereitet sie alle notwendigen Schritte zur Kontoeröffnung vor, vermittelt dem Kunden den richtigen Ansprechpartner vor Ort und informiert über landesspezifische Besonderheiten. Auch die Zahlungsverkehr-Software der Sparkasse kann weiter genutzt werden.

Wie auch andere Sparkassen das Know-how des Auslandscenters nutzen, schildert der Autor auf sparkassenzeitung.de/dossier45

Landessparkasse zu Oldenburg

Passende

Das Ziel der neuen Kooperation mit

Harald Tölle, Landessparkasse zu Oldenburg

Deutschland ist eine der führenden Export-Nationen der Welt. Deutsche Sparkassen hingegen gelten international als regionale Finanzdienstleister; sie sind schlicht nicht sichtbar in den Handels- und Finanzzentren der Welt. Ein asiatischer Geschäftsmann müsste sehr lange suchen, bis er auf eine deutsche Sparkasse, zum Beispiel die Landessparkasse zu Oldenburg (LzO), käme, um ein Akkreditiv an sie zu leiten.

Es ist notwendig, Grenzen zu überschreiten

Sparkassen laufen damit Gefahr, nach und nach neben dem Auslandsgeschäft ihre traditionelle Hausbankfunktion ganz zu verlieren. Es ist also strategisch notwendig, „die Grenzen zu überschreiten“. Was ist zu tun? Die neue Verbindung



nicht nur zu Hause, sondern auch im Ausland professionelle Finanzdienstleistungen.

Foto: dpa

Partner weltweit

der Helaba und der BNY Mellon ist die Ergänzung im Akkreditivgeschäft.

mit der Hessischen Landesbank und der Bank of New York Mellon (BNY) bietet sehr gute Chancen für die Sparkassen, sichtbar zu werden, zum Beispiel im Apac-Raum.

Die BNY Mellon ist für Unternehmen und institutionelle Anleger tätig und an den wichtigen Handelsplätzen präsent. Der Fokus ist nicht das klassische Kundengeschäft, sondern die Abwicklung internationaler Banktransaktionen; es droht uns also von daher kein Wettbewerb.

Ziel der neuen Kooperation ist es, sich im Akkreditivgeschäft auf allen Ebenen zu ergänzen. Sparkassen sollen die Importakkreditive ihrer deutschen Kunden an die BNY Mellon leiten, die diese über ihr globales Filial- und Korrespondenzbankennetz weiter verarbeitet. Im Gegenzug wird die BNY Mellon ihre frei leitbaren Exportakkreditive über ihre deutschen Partner leiten.

Für mittelständische Betriebe wird das Auslandsge-

schäft zunehmend zum Kerngeschäft. Mit der Kooperation können die deutschen Sparkassen diesen Unternehmen helfen, sich neue und interessante Märkte für ihr Exportgeschäft zu erschließen und dabei die finanzielle Abwicklung leichter zu gestalten.

Vereinbarung gilt es,
mit Leben zu erfüllen

Bei allen Exporten in den asiatischen Raum kann der deutsche Hersteller gleich im Liefervertrag die Stellung des Akkreditivs über die BNY an die Sparkasse vereinbaren. Da die BNY international bekannt und vernetzt ist, werden der Besteller oder seine Bank dieser Weisung auch Folge leisten können – das Akkreditiv ist auf der richtigen Spur zu uns.

Und es ist einfach. Häufig scheiterte dieser Weg bisher daran, dass man für jedes Land eine andere Landesbank hätte angeben müssen. Dies ist den

Kundenzukompliziert. Oder die Bank des Bestellers schaltete bei Zahlungen nach Deutschland gleich die bekannten und allerorts präsente Deutsche Bank oder die Commerzbank ein, weil sie keinen passenden Partner in der Sparkassen-Finanzgruppe fand. Wird das Akkreditiv aber über den örtliche Wettbewerber dem Kunden avisiert, so ist die Tür geöffnet für das Aufbrechen unserer Geschäftsverbindung zum Kunden. Wir können und müssen jetzt die Kunden ansprechen und die Vereinbarung mit Leben erfüllen.

In Deutschland sind die Sparkassen der größte Verbund an Finanzdienstleistern, international gelten andere Größenordnungen. Aber das ist mitunter nur eine Frage der Wahrnehmung. Da wird die Kooperation mit der Bank of New York Mellon manchen Blickwinkel objektiv erweitern.

Der Autor ist stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Landessparkasse zu Oldenburg.

Punkten mit „Made in Germany“

German Centre Shanghai. China ist für Deutschland einer der wichtigsten Handelspartner. Maßgebliches Argument: das große Kundenpotenzial. Jetzt schwächelt die Binnenkonjunktur. Doch China bleibt vielversprechend. Natürlich spüren auch deutsche Firmen momentan eine Kaufzurückhaltung, doch sollte man die langfristigen Chancen nutzen.

Laut einer McKinsey-Studie wächst die kaufkräftige Mittelschicht in China kontinuierlich. „Wer hier eine deutsche Automarke fährt, legt auch Wert darauf, dass deutsches Öl im Motor ist. Da können wir mit Qualität ‚Made in Germany‘ punkten“, sagt Robert Niegel, Leiter des China-Büros des Unternehmens Liqui Moly. Der Anbieter von Motorenölen aus Ulm ist seit 2005 vor Ort – mit einem Büro im German Centre Shanghai, einer hundertprozentigen Tochter der BayernLB. Shanghai und

das Umland sind Zielort für 50 Prozent der deutschen Investitionen. Neben praktischer Beratung für die Geschäftsanbahnung und -tätigkeit bietet das German Centre bilaterale Wirtschaftskontakte zu lokalen Firmen und Institutionen.

Der Informations- und Erfahrungsaustausch unter Mietern sowie Kontakte zu lokalen Netzwerken werden vom deutschen Management gefördert, um den Start zu erleichtern. Davon profitieren auch die bayerischen Sparkassen als maßgebliche Finanzpartner des Mittelstands im Freistaat bei der Begleitung ihrer internationalen Firmenkunden nach China – aber auch die anderen Sparkassen in Deutschland mit China-Interesse ihrer Mittelstandskunden.

Warum es wichtig ist, ständig vor Ort zu sein, schildert Christian Sommer, CEO German Centre Shanghai, auf sparkassenzeitung.de/dossier45

Von der Analyse bis zur Schulung

Unterstützung. „Die Globalisierung ist längst beim Mittelstand angekommen“, sagt Klaus-Jörg Mulfinger, im Vorstand der Helaba für das Verbundgeschäft verantwortlich. Auch kleine und mittlere Unternehmen sind heute im Auslandsgeschäft aktiv: Sie vertreiben ihre Produkte und Dienstleistungen in vielen Ländern der Welt, verfügen über Vertriebs- oder sogar Produktionsstandorte im Ausland und kaufen häufig Rohstoffe, Vorprodukte oder Services im Ausland ein.

Die Sparkassen stehen damit im Auslandsgeschäft vor neuen Herausforderungen. Die Helaba macht es sich zur Aufgabe, die Sparkassen dabei nachhaltig und professionell zu unterstützen. „Wir haben das Auslandsgeschäft zur Chefsache gemacht“, so Mulfinger. Die Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft mit dem Mittelstand sind eine professionelle Beratung und eine

reibungslose Abwicklung der Produkte.

In ihrem Projekt „Außenhandelsfinanzierung“ hat die Helaba 22 Leistungsmodulare zusammengestellt, die von der einzelnen Sparkasse je nach deren Strategie und Ausgangslage individuell eingesetzt werden können. Sie umfassen Marktanalysen, Schulungen der Firmenkundenbetreuer oder gemeinsame Kundenbesuche.

Auch auf der Abwicklungsseite haben Sparkassen die Wahl: Ob sie nun selbst abwickeln oder sich ausschließlich auf den Vertrieb konzentrieren wollen – die Helaba bietet viele Varianten an, mit denen sich die Sparkasse vor Ort auch kostengünstig entlasten kann.

Wie die Helaba Finanzierungsmöglichkeiten auch in „schwierigen Ländern“ erarbeitet, beschreibt Andrea Jost, Helaba Verbundbank, auf sparkassenzeitung.de/dossier45

Keine Zahlungsverzögerungen

S-International Rhein-Ruhr. Das Thema Liquiditätsmanagement im internationalen Geschäft gehört für die S-International Rhein-Ruhr zur Basis einer service- und kundenorientierten Begleitung ihrer Kunden. Die Vermeidung von Zahlungsverzögerungen und die Bereitstellung ausreichender Liquidität sind für international agierende Unternehmen in einer zunehmend globalisierten Welt von immer größerer Bedeutung.

Unternehmen, die ihren Kunden über Grenzen hinweg Zahlungsziele anbieten, können sich vom Wettbewerb abheben und ihren Geschäftspartnern bei der kalkulatorischen Berechnung des Zinses ein attraktives Euro-Zinsniveau bieten. Entsprechend hat die Sparkasse Duisburg das Handelsunternehmen Thenex beim aktiven Liquiditätsmanagement beraten. Thenex

hat sich auf die Anforderungen der Beschaffungsmärkte spezialisiert und beliefert Industrieunternehmen mit Ersatzteilen und Ausrüstungsgegenständen. Dabei steht die Branche der Öl- und Gasindustrie im Vordergrund. Sämtliche Exporte dieses Bereichs erfolgen in außereuropäische Länder und sind, soweit keine anderen Sicherungsinstrumente wie Akkreditive in Anspruch genommen werden, seit Jahren gesichert durch die Euler Hermes AG, Exportkreditgarantien der Bundesrepublik Deutschland. Zur Liquiditätssicherung nutzt die thenex GmbH die von der Sparkasse Duisburg bereit gestellten Möglichkeiten der Refinanzierung der Zahlungsziele.

Wie die Sparkasse Duisburg Exporte ihrer Firmenkunden über Akkreditive absichert, schildert Hanns-W. Dahm, S-International Rhein-Ruhr, auf sparkassenzeitung.de/dossier45