

USA bleiben attraktiver Zielmarkt

Dorina Gutberlet, Deutsche Leasing

Seit über einem halben Jahr ist Donald Trump im Amt. Befürchtete Handelskonflikte sind bisher ausgeblieben. S-CountryDesk und die Deutsche Leasing sehen die USA nach wie vor als attraktiven Investitionsstandort für den deutschen Mittelstand.

Was gestern wie heute zählt, ist eine gute Vorbereitung für den Schritt über den großen Teich - sei es in Sachen Finanzierung oder auch bei Themen wie Recht und Steuern.

Trotz einiger Verunsicherungen durch die aktuelle US-Regierung sind die Investitionen deutscher Mittelständler in den USA auf einem weiterhin hohen Niveau. Die USA bleiben als Zielmarkt ungebrochen attraktiv - das können auch die in den USA ansässigen Verbundorganisationen S-CountryDesk und Deutsche Leasing beobachten. Hinzu kommt: „Deutsche Produkte sind gefragt wie noch nie. Besonders die Nachfrage nach deutschen Maschinen nimmt weiter zu“, berichtet Stefan Götz, German Desk Manager von der Deutschen Leasing USA.

Fast alle Branchen für Investitionen geeignet

Die Volkswirtschaft der USA ist der weltweit größte Abnehmer deutscher Exporte und Absatzmarkt für deutsche Produkte. Neben dem schieren Marktvolumen begünstigt besonders die Offenheit der Amerikaner gegenüber neuen Produkten und Trends die Expansionsbestrebungen und Investitionsvorhaben deutscher Mittelständler. „Wenn man eine gute Geschäftsidee hat, kann man mit der richtigen Marktstrategie gute Erfolge im US-Markt erzielen“, erklärt Stephen Peacock, Auslandsspezialist der Sparkasse KölnBonn und verantwortlicher Relationship Manager des S-CountryDesk.

Vor dem Hintergrund der Größe, aber auch der Kapitalausstattung des Marktes eignen sich grundsätzlich alle Branchen für Investitionsvorhaben in den USA. Das spiegelt sich auch in den Finanzierungsanfragen der deutschen Mittelständler wider, die entweder mit einem Produktionsstandort schon vor Ort sind, Direktinvestitionen planen oder zum ersten Mal den Schritt über den großen Teich wagen möchten.

Eigenheiten des Marktes beachten

„In der Vergangenheit haben wir viele Investitionen aus dem Bereich der Automobilindustrie gesehen. Darüber hinaus steigt das Interesse auch aus anderen Industriezweigen wie der Recycling und plastikverarbeitenden Industrie“, erklärt Götz. „Auch Branchen wie medizinische Geräte, technische oder Präzisionsgeräte, Werkzeugmaschinen, Umwelttechnologieverfahren oder Informationstechnologie sind bei unseren Kunden gut vertreten“, ergänzt Peacock.

Damit ein Markteintritt gelingt, sollten die Eigenheiten des US-Marktes beachtet werden. Götz weiß, wovon er spricht: Die Deutsche Leasing ist seit zehn Jahren mit inzwischen 24 Mitarbeitern vor Ort. Der Fokus liegt auf dem Angebot von Investitionslösungen für Sparkassenkunden. So zuletzt für einen deutschen Hersteller metallischer Präzisionsteile, der dieses Jahr im Frühjahr einen Standort in South Carolina eröffnet hat.

„Wir empfehlen, im Vorfeld sich eingehend mit dem Markt zu beschäftigen - allein schon wegen der geografischen Größe des Landes ist es besonders wichtig zu klären, wo Kunden und Lieferanten sitzen. Oft bietet sich hier eine direkte Niederlassung vor Ort an“, sagt Götz. Oder anders formuliert: „Je größer der Marktanteil, den man anstrebt, desto ausgeprägter die erforderliche Präsenz. Besonders im Servicefall bevorzugen viele amerikanische Kunden einen Lieferanten in der Region“, ergänzt Peacock.

Unterstützung schon in der Heimat

Weiter gilt es, möglichst früh eine Kredithistorie für die Finanzierung oder auch die Bewilligung von Versicherungen aufzubauen. „In der Heimat betreuen unsere Auslandsspezialisten gemeinsam mit der örtlichen Sparkasse die Vorbereitung des Kunden. Zusätzlich unterstützt das deutschsprachige German Desk Team in Chicago, das den Markt besonders gut kennt und den Kunden vor Ort begleitet“, so Götz weiter.

Und was ist mit Themen wie Produkthaftung und Zertifizierung? Auch rechtliche und steuerliche Aspekte spielen eine zentrale Rolle für den Markteintritt und die -durchdringung. Der S-CountryDesk unterstützt die Sparkassen und ihre Kunden mit Informationen und Kontakten zu lokalen Partnern wie Außenhandelskammern, Rechtsanwälten, Steuerberatern und Geschäftspartnern.

„Ob es um die Eröffnung eines US-Kontos geht oder die juristische Beratung für die Zulassung von Lebensmitteln und Medikamenten durch die sogenannte ‚Food and Drug Administration‘ (FDA) - wir unterstützen mit unserem internationalen Netzwerk an Partnern bereits in der Heimat und vor Ort“, erläutert Peacock.

Für ein Engagement in den USA lässt sich also festhalten: Die weiterhin günstigen Rahmenbedingungen für deutsche Mittelständler sind das eine, eine gute Vorbereitung für einen erfolgreichen Markteintritt oder weitere Expansionsbestrebungen das andere - hierbei gilt es vor allem, die Eigenheiten des US-Marktes bei der

Finanzierungsplanung von Anfang mit zu berücksichtigen. Zusammen mit den beiden Partnern S-CountryDesk und Deutsche Leasing USA können die Sparkassen ihre mittelständischen Kunden von Anfang an zu diesen Anforderungen mit individuellen Lösungen ganzheitlich begleiten.