

BERLINER

Wirtschaft



Das Magazin
der Industrie- und
Handelskammer zu
Berlin 11/2021
berliner-wirtschaft.de

IHK-Gast

Georg Kofler wirbt
für ein Unternehmertum
aus Leidenschaft

Seite 10

Konjunktur

Viele Branchen in der
Hauptstadt sind nach Corona
auf Erholungskurs

Seite 18

Unternehmer
aus den Gremien der
IHK Berlin formulieren
FORDERUNGEN
an den Senat. Gespräch
und Presetermin:
S. 14 u. 20

Made in Berlin für die Welt

Wachstum heißt für Sigrid Bachert, Chefin
des Getränkeherstellers Thomas Henry:
Export. Es ist nicht die einzige international
erfolgreiche Marke aus der Hauptstadt

Seite 22, Interview Seite 30

SCHWERPUNKT
Außenwirtschaft





BERLINER BOTSCHAFTER

Brexit, Corona-Pandemie und Chinas harte Handelspolitik: Viele Unternehmen, deren Geschäft stark von Im- und Export geprägt ist, erleben spannende Zeiten. Und solche für neue Ideen und Märkte

VON *Eli Hamacher*

Müssen Fluggäste am Airport Scheremetjewo in Moskau auf ihren Flieger warten, können sie sich bald mit digitalen Technologien Made in Berlin die Zeit verkürzen. Auf riesigen Globen erzählen Filme und handgefertigte Skulpturen die Geschichte der Luftfahrt und ihrer Pioniere. „Von der Idee bis zum fertigen Produkt begleiten wir den gesamten Prozess“, erklärt Olaf Mordelt, Geschäftsführer der One World Studio GmbH. In der ehemaligen Königlich Sächsischen Schokoladen- und Marzipanmanufaktur am Prenzlauer Berg tüftelt er mit seinem Team an digitalen, aber auch haptischen Projekten, um an Flughäfen, in Freizeitparks und Shoppingcentern Highlights für die Besucher zu kreieren.

Über Mangel an Arbeit konnte Mordelt bislang nicht klagen, doch jetzt liegt hinter dem 56-jährigen eine lange Durststrecke. „Da wir nach Ausbruch der Pandemie nicht mehr reisen konnten, wurden fast alle Aufträge auf Eis gelegt.“ So langsam sieht Mordelt aber wieder Licht am Ende des Tunnels. Für einen Auftraggeber in Zentral- »

FOTO: URBAN DRIVESTYLE

Vorige Doppelseite:
Andreas Krankl
Geschäftsführer
Urban Drivestyle GmbH
 Das 2017 gegründete Unternehmen mit seinen 25 Mitarbeitern hat sich auf die Fertigung höherpreisiger E-Bikes spezialisiert, die eher an Retro-Mofas erinnern. Die Produkte richten sich an eine urbane Kundschaft im In- und Ausland.



Für eine kleine Firma mit 15 Mitarbeitern bedeutet das Erschließen neuer Märkte einen großen Aufwand.

Isabel Riele

Isabel Riele
Prokuristin Robert Riele GmbH & Co. KG
 Photometer für die Untersuchung von Blutproben und Lebensmitteln stellt das Familienunternehmen mit seinen 15 Mitarbeitern her. Der Markt dafür besteht weltweit. Weil das wichtige China-Geschäft neuerdings Restriktionen erfährt, muss Riele umsteuern.

asien plant One World Studio, die überwiegend für Kunden im Ausland arbeiten, gerade ein rund 1.000 Hektar großes Gelände mit Hotels und Freizeitparks. „Größtes Potenzial sehen wir künftig in Nordafrika, den arabischen Ländern, den Staaten entlang der Neuen Seidenstraße sowie in Südosteuropa“, so Mordelt.

Corona führt zu Exportrückgang

Wie One World macht die Corona-Pandemie vielen international tätigen Berliner Unternehmen zu schaffen. Weniger Geschäftsreisen, Messen und Aufträge sowie Unterbrechungen in den Lieferketten setzen die Wirtschaft unter Druck. Hinzu kommen Probleme in der Logistik: Frachtkapazitäten fehlen, weil Flugzeuge am Boden bleiben und die Schifffahrt nicht wie gewohnt liefert. Nachdem der Berliner Außenhandel in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen war, verzeichneten die Unternehmen im vergangenen Jahr laut einer Ende Mai 2021 veröffentlichten Umfrage der IHK Berlin einen Exportrückgang von 5,5 Prozent, bei den Importen fiel das Minus nach IHK-Angaben mit 1,9 Prozent deutlich schwächer aus. Insgesamt zeige sich Berlin damit aber stabiler als der Bund.

Die beste Wirtschaftsentwicklung erwarten die Berliner mittelfristig in Nordamerika und Asien, gefolgt von Europa. Wichtigste Handelspartner bleiben Nordamerika, Asien und Europa (vor allem Frankreich, Polen, Großbritannien, Niederlande, Italien, Schweiz, Österreich und Spanien). Zu den Top-Ausfuhrsgütern zählen pharmazeutische Erzeugnisse, Maschinen sowie Datenverarbeitungsgeräte, elektrische und optische Erzeugnisse. Eingeführt werden Bekleidung, Leder, elektrische Ausrüstungen sowie Datenverarbeitungsgeräte, elektrische und optische Erzeugnisse.

Gute Nerven brauchen die auf Aus- und Einfuhren angewiesenen Unternehmen aktuell allemal. Zum Beispiel im Umgang mit Berlins dritt-wichtigstem Export- und wichtigstem Importpartner – China. Wie stark eine Kehrtwende in der Außenwirtschaftspolitik die Handelspartner treffen kann, bekommt gerade die Robert Riele GmbH & Co. KG zu spüren. Während das Berliner Familienunternehmen das erste Corona-Jahr ohne Exporteinbrüche überstanden hatte, wird dieses Jahr zur Zerreißprobe. Riele liefert Photometer zur Blutuntersuchung und für Lebensmitteltests an Großhändler in mehr als 40 Ländern. Bei Weitem größter Kunde ist jedoch China, wo

Riele seit mehr als zehn Jahren vertrauensvoll mit einem Familienunternehmen zusammenarbeitet, das die Photometer an Blutbanken und Blutspendedienste vertreibt. „Seitdem China die Devise ‚China First‘ ausgegeben hat, können wir nicht mehr liefern“, sagt Prokuristin Isabel Riele, die darauf hofft, dass der Importstopp doch noch gekippt wird.

Auch auf der Importseite spielen die Chinesen eine wichtige Rolle. „Unsere Vorprodukte hatten wir überwiegend in Deutschland geordert. Doch als sich die Konditionen immer weiter verschlechterten, mussten wir verstärkt ausländische Lieferanten in Betracht ziehen“, erklärt Riele. Um Sicherheitspuffer einzubauen, haben die Berliner ein größeres Lager aufgebaut, statt auf Just in Time zu setzen. Rahmenverträge mit ihren Lieferanten sollen zudem sicherstellen, dass die Vorprodukte zur Stelle sind, wenn sie benötigt werden. Künftig will Riele noch stärker als bislang neue Märkte erschließen, allen voran in Südamerika und Asien. „So reduzieren wir die Abhängigkeit von einem großen Exportmarkt“, sagt Riele, die auch Mitglied im IHK-Ausschuss Internationalisierung ist. Sie räumt allerdings ein: „Für eine kleine Firma mit 15 Mitarbeitern bedeutet das Erschließen neuer Märkte natürlich einen großen Aufwand.“ Entsprechend wichtig sei eine offensive Außenwirtschaftsförderung von Land und Bund.

Laut der IHK-Umfrage von Mai 2021 gaben mehr als 40 Prozent der Befragten an, dass für sie internationale Events, Vernetzungsprojekte und Messen die relevantesten Förderangebote seien. Gleichzeitig sind allerdings Angebote wie das Berliner Förderprogramm für Internationalisierung kaum bekannt und werden entsprechend zu wenig genutzt. Mehr als 80 Prozent der Befragten kannten das Programm gar nicht. Nicht viel besser sieht es bei den vom Land betriebenen Wirtschaftsbüros in Peking und New York aus. Von denen haben 70 Prozent noch nie gehört.

Marketingkampagne und gezielte Förderung

Als Konsequenz erhofft sich die IHK Berlin vom Land, dass das Internationalisierungsprogramm auf Bekanntheit und Nutzbarkeit geprüft werde. Neben einer flankierenden Marketingkampagne fordert die IHK die Aufnahme neuer förderbarer Maßnahmen wie länderspezifische Beratungsleistungen und Marktstudien direkt vor Ort. „Insbesondere der Förderrahmen mit dem bisherigen Fokus auf die Top-4-Zielmärkte China, »



Jan Ijspeert
Geschäftsführer
BAE Batterien GmbH
Vier Fünftel der Produktion gehen beim Hersteller hochwertiger Bleibatterien in den Export. Überall dort, wo Strom in sensibler Infrastruktur auch in Notfällen fließen muss, kommen die Aggregate zum Einsatz, etwa in Kliniken und Datenzentren. Corona hat das Geschäft eher beflügelt als behindert.

Polen, Großbritannien und USA sollte auf weitere, noch weniger erschlossene, aber Erfolg versprechende Zukunftsmärkte ausgeweitet werden“, so die IHK-Forderung.

Wie Unternehmerin Riele liefert Jan Ijspeert den mit mehr als 80 Prozent weitaus größten Teil seiner Produkte ins Ausland. Seine wichtigsten Kunden sitzen in den USA, in Ägypten, Australien, Belgien, Kanada und Vietnam. Dorthin exportiert die Berliner BAE Batterien GmbH Bleibatterien für stationäre Anlagen, in denen Strom ohne Unterbrechung fließen muss, etwa bei der Notstromversorgung in Datenzentren, Krankenhäusern, für Energieversorgungsanlagen und Telekommunikationseinrichtungen. Die im oberen Preissegment angesiedelten, sehr langlebigen Produkte sind vor allem in Ländern gefragt, die kräftig in ihre Infrastruktur investieren. Ägypten etwa baut aktuell die TK-Infrastruktur aus. „Wir sind der Miele unter den Batterien“, sagt Ijspeert und lacht.

Noch gut kann sich der Unternehmer an den 11. März 2020 erinnern. Damals erklärte die Weltgesundheitsorganisation, dass es sich bei Corona um eine Pandemie handele. „Wir hatten große Sorgen, dass wir nicht mehr regulär beliefert werden“, sagt Ijspeert. Rohstoffe und Komponenten für die in Berlin produzierten Batterien kommen ausschließlich aus den 27 Staaten der EU. Letztlich waren die Sorgen unbegründet. Aufgrund ihrer Systemrelevanz liefen die Geschäfte reibungslos. „Wir haben sogar das zweitbeste Ergebnis der Firmengeschichte erzielt, weil unsere Ausgaben für Messen und Reisen während der Pandemie so stark gesunken sind“, so der Holländer, der allerdings seit September 2021 feststellt, dass sich die Lage verschlechtert.

Knappe Rohstoffe, lange Lieferzeiten

Die Knappheit bei einigen Rohstoffen und die damit verbundene Preissteigerung sowie die verlängerten Lieferzeiten bekäme auch die BAE

FOTO: SERGEI GLANZE/FUNKE FOTO SERVICES





Wir haben das zweitbeste Ergebnis der Firmengeschichte erzielt, weil Ausgaben für Messen und Reisen in der Pandemie gesunken sind.

Jan Ipsert

Wartezeiten wegen der neuen Zollbürokratie treiben Kurek um. „Bei Lebensmitteln spielt das natürlich eine Rolle.“ Bis zum Jahresende müssen Kurek und EcoFinia nun entscheiden, ob sie einen britischen Importeur einschalten oder eine Niederlassung gründen.

Brexit beendete Geschäftsbeziehungen

Anders als Kurek hat manch deutsches Unternehmen nach dem britischen Austritt aus der EU und aus der Zollunion zum 31. Januar 2020 gar keine Perspektive mehr für sich gesehen. Fast zehn Prozent der im Vereinigten Königreich tätigen Unternehmen hätten ihre Geschäftsbeziehungen seitdem eingestellt, ergab eine Umfrage der IHK Berlin bei ihren Mitgliedern. Für mehr als 30 Prozent der Befragten hätten sich die Geschäfte mit den Briten verschlechtert, für mehr als 30 Prozent seien sie unverändert. Belastend wirkten vor allem die neuen Rahmenbedingungen. Fast 70 Prozent fühlen sich laut Umfrage durch die »

Batterien GmbH zu spüren. Höhere Bleipreise etwa könne BAE zwar dank Preisgleitklauseln an die Kunden weiterreichen, aber andere Preisanstiege, etwa für Kunststoffe oder Holz, auf denen die Batterien gelagert würden, gingen direkt auf die Margen. Alles in allem habe sich BAE aber trotz Pandemie gut gehalten, findet der Chef. Was ihn jedoch richtig in Rage bringt, sind die immer neuen bürokratischen Hürden. Zum Beispiel das Lieferkettengesetz, das vom 1. Januar 2023 an zunächst für Unternehmen mit mehr als 3.000 Beschäftigten und ab 2024 auch für Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeiter gelten soll. Ziel ist es, einen rechtlichen Rahmen zu schaffen, um Umwelt-, Menschen- und Kinderrechte entlang der globalen Lieferketten zu verbessern. Bei Verstößen droht ein Bußgeld oder Schadenersatz der Mitbewerber.

Mit 175 Mitarbeitern wird Ipsert zwar gar nicht direkt vom neuen Gesetz betroffen sein, aber indirekt sind wir es natürlich schon. Wir beliefern große Kunden, die wiederum ihre Lieferketten transparent machen müssen“, so der CEO, der mit Blick auf seine europäische Lieferkettenstruktur keinerlei Gefahr im Verzug sieht. „Wieder schafft ein Gesetz zusätzliche bürokratische Lasten. Schließlich müssen wir den Nachweis über korrekte Lieferketten antreten.“ Gerade für die mittelständischen produzierenden Unternehmen wäre eine Entbürokratisierung wichtig, fordert der Unternehmer.

Noch heißt es für Marco Kurek „business as usual“. Der selbstständige Handelsagent, der für den Schokoladenproduzenten EcoFinia GmbH den Vertrieb in Großbritannien verantwortet, blickt allerdings mit Sorge auf das kommende Jahr. „Nach aktuellem Stand brauchen wir dann eine englische Adresse auf unseren Schokoladentafeln, müssen also den Vertrieb über einen britischen Importeur abwickeln“, sagt der 54-jährige. Noch sei die rechtliche Situation unklar. Fest stehe aber, dass bei Einschalten eines Importeurs die Schokolade wohl um 20 Prozent teurer wird. „Schon jetzt zahlen die Kunden Zollgebühren von rund 50 Pfund pro Palette mit 3.000 bis 4.000 Tafeln, geben diese Gebühren aber nicht an die Endkunden weiter“, so Kurek, der Verträge mit britischen Großhändlern und kleineren Ketten direkt abschließt. Verkauft werden die Bioprodukte unter den Marken Vivani und IChoc zum Beispiel bei Planet Organic, Whole Foods und weiteren Lebensmittelhändlern, die sich auf Bio spezialisiert haben. Auch die längeren

Über 50% sparen!*

Deine besten Mitarbeiter*innen treiben davon?

Wir haben was dagegen.

Unser Firmenicket.

WEIL WIR DICH LIEBEN.

BVG.de/Firmenicket

Schon ab 5 Mitarbeiter*innen möglich: Das BVG-Firmenicket für dein Unternehmen. Jetzt beantragen, BVG-Rabatt sichern und vom Steuervorteil profitieren.

*50% Ersparnis im Abonnement inkl. Arbeitsgebührensatz und BVG-Rabatt im Vergleich zum Einzelkauf von 12 Monatskarten



Olaf Mordelt
Geschäftsführer
One World Studio GmbH
Die Berliner schaffen analoge und digitale Erlebniswelten rund um den Globus. Die Corona-Pandemie hat das Unternehmen ausgebremst: keine Reisen zu Kunden und Projekten, stornierte Aufträge. Nun ziehen die Geschäfte wieder an. Neue Märkte, etwa in Nordafrika sowie im arabischen Raum, rücken in den Fokus.

entstandene Zollbürokratie beeinträchtigt. Mehr als jeder zweite Befragte beklagt die neuen Logistikprobleme und rechtliche Unsicherheiten. Und dennoch hat mit mehr als 80 Prozent das Gros der Unternehmen keine Großbritannien-Investitionen verlagert.

Regionalisierte Lieferkette

Auch für Andreas Kranki haben sich die Handelsstrukturen mit dem Brexit komplett verschoben. Mit seiner 2017 gegründeten Urban Drivestyle GmbH designt, produziert und vertreibt der Geschäftsführer in Berlin E-Bikes für den urbanen Alltag. Besonderes Markenzeichen: sehr dicke Reifen mit starkem Profil. „Nach Deutschland war für uns Großbritannien der zweitwichtigste Markt mit einem Anteil von 20 Prozent am Verkauf“, so der 42-Jährige, der 25 Mitarbeiter beschäftigt.

Jetzt seien es deutlich weniger, weil „zum einen die Logistiker völlig überlastet sind und man zum anderen ohne Einbinden einer ortsansässigen Firma kaum noch importieren kann“.

Bis 2020 war es den Berlinern noch gelungen, jährlich den gesamten Absatz und Umsatz der hochpreisigen Gefährte – die Preise liegen zwischen 2.000 und 4.000 Euro – zu verdoppeln. In diesem Jahr stagnierten die Verkäufe. Verantwortlich seien aber nicht nur der Einbruch im Vereinigten Königreich, sondern auch der generell schwächelnde Absatz. „Wegen des schlechten Sommers hielten sich die Kunden zurück. Nach Abflauen der dritten Corona-Welle sind viele zudem erst einmal in den Urlaub gefahren“, so Kranki. Gleichzeitig hatte der Unternehmer mit den Importen zu kämpfen. Bremsen, Schaltungen und Elektroantriebe kommen vor allem aus Taiwan und China nach Berlin. Drastisch gestiegene Rohstoffpreise für Metalle, Plastik und Halbleiter sowie deutlich längere Lieferzeiten treffen Manufakturen sehr viel stärker als die Volumenhersteller.

„Als eher kleiner Produzent haben wir gegen die großen Player bei den Lieferanten das Nachsehen.“ Urban Drivestyle habe die Lieferkette deshalb fast komplett regionalisiert, um so nachhaltig und zuverlässig produzieren zu können. „Seit Beginn des Jahres liegt die

Lieferkette nahezu vollständig in Deutschland.“ Seinen Optimismus lässt sich der Geschäftsführer trotzdem nicht nehmen. Trotz der jetzt kälteren Jahreszeit laufe das Geschäft seit Beginn des Herbstes wieder erstaunlich gut. Und statt in die Ferne zu schweifen, will sich die Urban Drivestyle GmbH künftig neben dem Heimatmarkt vor allem auf die unmittelbaren europäischen Nachbarn konzentrieren. Außer den Niederlanden, Belgien und Skandinavien gehört dazu auch Frankreich. „Unsere Gespräche über den Aufbau einer lokalen Repräsentanz sind schon weit fortgeschritten.“ Noch stärker als bisher will Kranki zudem Geschäftskunden, etwa in Südeuropa, ins Visier nehmen, etwa in der Touristik.

Olaf Mordelt und sein Team von One World Studio haben die Auftragsflaute während der Pandemie trotzdem gut genutzt. „Zum einen hat-

ten wir unsere Eigendarstellung etwas vernachlässigt und haben deshalb Website und Auftritt in den sozialen Netzwerken aktualisiert. Zum anderen haben wir unsere Märkte sehr genau mit Blick auf künftige Krisen analysiert, um besser vorbereitet zu sein“, so der CEO. In die künftigen Planungen müssten zudem viel stärker die sogenannten Sustainable Development Goals einbezogen werden – 17 politische Zielsetzungen der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung. Transparente Lieferketten, ein stärkerer lokaler Bezug von Materialien oder etwa der Einsatz erneuerbarer Energien werden eine immer größere Rolle bei neuen Projekten spielen.

Technische Highlights aus Berlin

Dass die Berliner auch weiterhin weltweit technologische Highlights umsetzen können, davon ist Mordelt überzeugt. Zu seinem langjährigen Lieblingsprojekt musste man nur zwei Stunden fliegen. Vor der Corona-Pandemie hatten die Berliner über zehn Jahre während der Weihnachtszeit die 38 Meter breite Schaufensterfront des Traditionskaufhauses Fenwick in Newcastle in Szene gesetzt. 1,8 Millionen Besucher strömten jährlich in die nordostenglische Universitätsstadt und bestaunten die Dekoration. Das Eröffnungsspektakel, wenn etwa die Figuren aus „Charlie und die Schokoladenfabrik“ vorweihnachtliche Stimmung verbreiteten, war im Fernsehen und auf YouTube zu sehen. „Und alle Ideen haben wir aus Berlin exportiert.“ ■

IHK-Service

Informationsangebote zur Außenwirtschaft:
Zollworkshops und Zoll Update 2022

Zollworkshops Die IHK Berlin bietet Workshops zu den Themen Zoll und Außenwirtschaft an: Basiswissen Export, Basiswissen Import, Grundlagen des Exportkontrollrechts, Warenursprung und Präferenzen im Export, Internationale Lieferbedingungen Incoterms® 2020, Exportdokumente, Carnet ATA und vorübergehende Ausfuhr ohne Carnet und Export im E-Commerce. Die praktische Abwicklung internationaler Geschäfte steht im Vordergrund. Wesentliche Außenwirtschaftsthemen sowie die formale und technische Abwicklung von Außenwirtschaftsdokumenten beim Zoll werden behandelt. Die Workshops eignen sich für Newcomer, aber auch als Update.

Zoll Update Für die jährliche Veranstaltung „Zoll Update“ gibt es zwei Termine: Montag, 10. Januar 2022 (Präsenz) oder Donnerstag, 13. Januar 2022 (online via Cisco Webex). Interessant ist sie für Unternehmen, die aktiv im Außenhandel sind und täglich über alle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht informiert sein müssen. Erläutert werden neue Entwicklungen im Zollrecht, im nichtpräferentiellen und präferentiellen Ursprungsrecht, bei der Einfuhr und Exportkontrolle sowie im Zolltarif.



Zollworkshops

Infos zu allen Workshops und Anmeldung: ihk-berlin.de/zoll-workshops

Zoll Update

Detaillierte Infos und Anmeldung: ihk-berlin.de/zoll-update



Rafaela Schmidt,
IHK-Bereich Außenwirtschaft & Recht
Tel.: 030 / 315 10-245
rafaela.schmidt@berlin.ihk.de

Dr. Valentina Knezevic,
IHK-Geschäftsfeld Wirtschaft & Politik
Tel.: 030 / 315 10-243
valentina.knezevic@berlin.ihk.de

Sami Bettaieb,
IHK-Geschäftsfeld Wirtschaft & Politik
Tel.: 030 / 315 10-241
sami.bettaieb@berlin.ihk.de

Design - Bau - Service

Büro- und Gewerbeimmobilien mit System

GOLDBECK Niederlassung Berlin-Brandenburg, 14974 Ludwigsfelde,
Seestraße 35, Tel. +49 3378 8653-0, berlin-brandenburg@goldbeck.de

GOLDBECK Niederlassung Büro- und Wohngebäude Berlin, 10787 Berlin,
Kurfürstenstraße 84, Tel. +49 30 2541089-10, berlin-brandenburg@goldbeck.de

building excellence
goldbeck.de

 **GOLDBECK**