

BERLINER

Wirtschaft



Das Magazin
der Industrie- und
Handelskammer zu
Berlin 11/2023
ihk.de/berlin

Wissenstransfer

Wirtschaft profitiert von
neuen KMU-Büros an
Hochschulen **Seite 12**

Zukunftsorte

Innovationsnetzwerke
verbinden Start-ups
und Etablierte **Seite 34**

IHK Berlin
**DIGITALISIERUNG
JETZT!**
Handlungsempfehlungen
der Wirtschaft an den
Senat aktualisiert
Seite 20

Fernbeziehungen

Export ist kein leichtes Geschäft in Krisenzeiten. Wie man dennoch Kontakte knüpft und Märkte behauptet, darüber sprechen Linda und Lorenz Riele, Chefs des Traditionsunternehmens Robert Riele

Seite 22, Interview Seite 30

FOKUS

INHALT

26

Jenseits von China

Sentech Instruments
drängt auf neue Märkte

28

Kurze Wege für Waren

Ferdinand Dameris: Türkei
als sicheres Lieferland

29

Akquise via LinkedIn

Evidentic setzt im Vertrieb
auf soziale Netzwerke

30

„Wir leiden unter den internationalen Krisen“

Dr. Linda und Lorenz Riele,
Robert Riele GmbH & Co.
KG, im Doppel-Interview



GRENZGÄNGER

Bewegte Zeiten für exportorientierte Unternehmen: Um sich gegen internationale Krisen zu wappnen, suchen sie neue Märkte und Kooperationen. Die IHK Berlin hilft ihnen dabei

VON *Eli Hamacher*



Container landen im Westhafen oder gehen auf Reisen. Auch Kraftwerksturbinen und Industrieanlagen werden hier verladen

Wenn Wirtschaftssenatorin Franziska Giffey über Berlins Exporte spricht, darf eine Zahl nicht fehlen: Die hiesigen Industrieunternehmen erwirtschaften gut 45 Prozent ihres Umsatzes im Ausland. Das zeigt, wie wichtig die Ausfuhren für eine florierende Wirtschaft sind. Doch die schwierige Gesamtlage seit Ausbruch der Corona-Pandemie, seit Beginn des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine und den damit verbundenen Auswirkungen auf die internationalen Lieferketten hinterlassen auch Spuren in der Außenhandelsbilanz. Im ersten Halbjahr 2023 sanken die Aus-

Sonja Jost, Geschäftsführerin DexLeChem und Vizepräsidentin der IHK Berlin, sieht, dass die Berliner Wirtschaft Lieferketten neu aufstellt, um das Auslandsgeschäft resilienter gegen Krisen und Lieferengpässe zu machen

fuhren laut Amt für Statistik leicht um 0,4 Prozent auf 8,1 Mrd. Euro, während die Einfuhren in die Hauptstadt um 18,2 Prozent auf 9,9 Mrd. Euro kletterten. Zum Vergleich: Im vergangenen Jahr hatten die Exporte noch um rund vier Prozent zugelegt und die Importe um nahezu zehn Prozent.

Das dicke Plus bei den Einfuhren erklären Experten vor allem mit dem hohen Konsum der Berliner und dem weiter anhaltenden Zuzug. Im Sommer vermeldeten die Statistiker einen neuen Höhepunkt bei der Einwohnerzahl. 3,87 Millionen Einwohnerinnen und Einwohner waren zum Stichtag 30. Juni dieses Jahres mit Hauptwohnsitz

in der Stadt gemeldet. Das waren noch mal knapp 15.580 Menschen mehr als am 31. Dezember 2022.

Unter Berlins Außenhandelspartnern sind vor allem die USA und die EU-Märkte Zugpferde. „Die USA entfalten mit ihren Konjunkturprogrammen eine wirtschaftliche Dynamik, die sich bei den Ein- und Ausfuhren der Berliner Unternehmen positiv niederschlägt“, heißt es in einer Halbjahresbilanz der IHK Berlin. In Europa sind Polen und Italien mit jeweils zweistelligen Steigerungen Wachstumstreiber. Auf der Verliererseite steht China, hinter den USA zweitwichtigstes Abnehmerland. Nach steilen Zuwächsen in den Vorjahren gingen die Exporte in den ersten sechs Monaten gegenüber dem Vergleichszeitraum 2022 erstmals wieder zurück – um knapp 14 Prozent. Die Lage in der zweitgrößten Volkswirtschaft der Welt ist nach Ende der Null-Covid-Politik noch sehr durchwachsen, vor allem wegen der Krise auf dem Immobilienmarkt, schwachen Exporten und einem niedrigen Konsum.

Exportschlager Motorrad

Zu den wichtigsten Exportgütern Berlins zählen laut Investitionsbank Berlin pharmazeutische Erzeugnisse, Fahrzeuge – darunter BMW-Motorräder aus Spandau – sowie Geräte zur Elektrizitätserzeugung und -verteilung. Wichtige Importgüter sind Datenverarbeitungsgeräte sowie elektronische und optische Erzeugnisse.



Leichter wird es für die Unternehmen nicht. Die seit Sommer 2022 stetig und deutlich gestiegenen Zinsen, die Investitionen und die Wirtschaftstätigkeit insgesamt bremsen, das Wegbrechen von Märkten wie Russland, die angespannte Lage in China, aber auch neue Gesetze wie das am 1. Januar 2023 in Kraft getretene Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) stellen die Wirtschaft vor große Herausforderungen. Ziel des neuen Gesetzes ist es, den Schutz der Umwelt sowie der Menschenrechte entlang globaler Lieferketten zu verbessern. Bislang betrifft das LkSG zwar nur Firmen mit mehr als 3.000 Beschäftigten. Von 2024 an gilt es aber schon ab einer Schwelle von 1.000 Mitarbeitern, sodass dann insgesamt 3.500 Firmen in Deutschland direkt betroffen sind. Indirekt gehören allerdings häufig auch kleinere Unternehmen dazu, die von ihren Großkunden aufgefordert werden, bei den Transparenzpflichten mitzuwirken. Und die EU plant, die Grenze auf 500 Angestellte zu senken. Stammt mindestens die Hälfte des Umsatzes aus Risikobereichen wie Textil oder Metall, soll die Beschäftigtengrenze sogar noch einmal auf die Hälfte fallen. Spätestens dann ist das LkSG mittendrin im deutschen und im Berliner Mittelstand.

Für IHK-Präsident Sebastian Stietzel steht fest: „Trotz ihrer internationalen Erfolge ist unsere mittelständisch geprägte Wirtschaft gezwungen, sich an die neuen Realitäten anzupassen, neue Märkte und Kooperationen zu erschließen und sich insgesamt breiter aufzustellen im Auslandsgeschäft.“ Mit vielen Angeboten unterstützt die IHK Berlin ihre Mitglieder dabei, dieser Herausforderung gerecht zu werden. Dazu gehört der Austausch auf der jährlichen Außenwirtschaftskonferenz Berlin-Brandenburg mit Experten und rund 200 Teilnehmenden aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Das Event organisiert die Kammer gemeinsam mit den IHKs in Brandenburg.

Um einen wirtschaftspolitischen Kompass für den künftigen Umgang mit dem wichtigen Handelspartner China bereitzustellen, hat die Bundesregierung im Sommer dieses Jahres erstmals eine ressortübergreifende, umfassende China-Strategie beschlossen. Die IHK Berlin hat deshalb eine neue Website eingerichtet, die den Mitgliedern eine solide Informations- und Kontaktbasis sowie politische Orientierungshilfen durch EU, Bund und Land bieten soll, um Perspektiven im und mit dem Reich der Mitte ausloten zu können. Auch Delegationsreisen nach China wie zuletzt im Juni und Anfang November dieses Jahres sollen die Berliner Wirtschaft unterstützen.



Berlin hat das Potenzial, zur internationalen Marke für nachhaltige Transformation durch Innovation entwickelt zu werden.

Sonja Jost
IHK-Vizepräsidentin

8,1 Mrd.

Euro betrug der Wert der Berliner Exporte im ersten Halbjahr, ein Minus von 0,4 Prozent.



Länder-Informationen
Berliner Wirtschaftsbüros
Peking und New York:
berlinoffice-china.com
berlinoffice-usa.com
Informationen zu China:
ihk.de/berlin/china



Dr. Valentina Knezevic,
IHK-Public-Affairs-
Managerin
Außenhandel
Tel.: 030 / 315 10-243
valentina.knezevic@berlin.ihk.de

Sami Bettaieb,
IHK-Public-Affairs-
Manager Außenhandel
Tel.: 030 / 315 10-241
sami.bettaieb@berlin.ihk.de

Gemeinsam mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe sowie der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH erkundet die IHK Berlin zudem weniger erschlossene Märkte. Im September dieses Jahres ging es deshalb nach Indonesien, wo neben der Eröffnung des Future City Hubs in Jakarta vor allem die Förderung von Wirtschafts-/Unternehmenskooperationen, die Entwicklungszusammenarbeit sowie die Vertiefung der Städtepartnerschaft Berlin-Jakarta auf der Agenda standen. Darüber hinaus sollte die Smart City Jakarta Impulse, Innovationen und aktuelle Entwicklungen für Berliner Unternehmen und Politik aufzeigen. Mit der weltweit viertgrößten Bevölkerung von 273 Millionen Menschen ist das Land von hohem wirtschaftlichem Interesse für Auslandsinvestitionen. Zu den Pluspunkten zählt auch die vorteilhafte Altersstruktur: Das Medianalter lag 2022 gerade einmal bei 29,7 Jahren.

Politik soll Chancen eröffnen

Sonja Jost, Geschäftsführerin und Mitgründerin des Start-ups für grüne Chemie DexLeChem sowie Vizepräsidentin der IHK Berlin, unterstreicht: „Die Berliner Wirtschaft stellt ihre Lieferketten neu auf, um nach den Corona-Jahren und wegen des Ukraine-Krieges ihr Auslandsgeschäft resilienter gegen internationale Krisen und Lieferengpässe zu machen. Von der Politik in der EU, im Bund und im Land Berlin brauchen die Berliner Unternehmen eine gleichsam stabilisierende und Chancen eröffnende Außenwirtschafts- und Handelspolitik, um angesichts der Transformationen auf den Weltmärkten bestehen zu können.“ Dafür müssten Hemmnisse im Außenhandel abgebaut und die EU-Freihandelsabkommen mit Zukunftsregionen endlich zum Abschluss gebracht werden. Auch der Senat müsse seine Internationalisierungsstrategie und sein Förderprogramm für die Außenwirtschaft neu ausrichten.

„Berlin hat das Potenzial, mit seiner vielfältigen Unternehmenslandschaft sowie als relevanter Tech-Standort zu einer internationalen Marke für nachhaltige Transformation durch Innovation entwickelt zu werden“, so Jost weiter. „Wenn die Berliner Unternehmen erfolgreich ihre Produkte und Lösungen für nachhaltiges Wirtschaften in die Welt transferieren, leisten sie damit einen Beitrag zu den globalen Nachhaltigkeitszielen und gewinnen neue Geschäftspotenziale.“ Daraus resultiere eine Win-win-Situation für die Welt und die Zukunftsfähigkeit unseres Wirtschaftsstandorts. ■



Marcel Schulze
ist stellvertretender
Geschäftsführer
der Sentech
Instruments GmbH

Jenseits von China

Die Sentech Instruments GmbH exportiert einen Großteil ihrer Produkte. Um weniger abhängig zu sein, erschließt sich der Anlagenbauer neue Märkte



Gut vernetzt
Der QR-Code führt
zum Unternehmen
auf LinkedIn:



Der chinesische Markt sichert Arbeitsplätze bei uns in Adlershof“, sagt Marcel Schulze, Leiter Applikation und Prozessentwicklung sowie stellvertretender Geschäftsführer bei der Sentech Instruments GmbH. Das 1990 gegründete Unternehmen baut mit aktuell rund 110 Mitarbeitenden auf dem

Wista-Gelände innovative Investitionsgüter für Forschung und Industrie. Die Geräte und Anlagen werden in der Halbleitertechnologie, Mikrosystemtechnik, Photovoltaik, Nanotechnologie und Materialforschung eingesetzt. Die in Berlin gefertigten Anlagen gehen zu 84 Prozent in den Export, davon der Löwenanteil nach China.

Weitere Abnehmer sitzen unter anderem in der DACH-Region, den Benelux-Staaten, Frankreich, USA. Kunden sind große Forschungseinrichtungen wie die Fraunhofer-Gesellschaften, Max-Planck-Gesellschaft oder auch Universitäten, die angewandte Forschung auf dem Gebiet der Mikroelektronik, Quantentechnologie, Optik und Photonik betreiben. Daneben kaufen bei Sentech Instruments mittelständische Halbleiterproduzenten Industriegüter ein.

Japan und Indien im Blick

Während die Konjunktur in der zweitgrößten Volkswirtschaft der Welt seit Monaten schwächelt, blieb die Sentech Instruments bislang von dem Tief verschont. „In diesem Jahr ist unser Geschäft mit China sehr erfolgreich gelaufen und sogar deutlich über den Erwartungen“, sagt Schulze. Im Sommer dieses Jahres besuchte der Manager die „Semicon China“ in Schanghai, eines der weltweit größten Events der Halbleiterbranche. „Die Messe war extrem gut besucht.“

FOTO: CHRISTIAN KIELMANN

Man habe jedoch die Auswirkungen des chinesisch-amerikanischen Handelskrieges klar gespürt. „Die Chinesen sind bemüht, möglichst viele Produkte selbst herzustellen, um unabhängiger zu werden. Deshalb wird sehr viel investiert, wovon wir profitieren.“ Die Diskussion über das sogenannte China-Decoupling sowie China-Derisking, also das Bestreben, sich unabhängiger von Deutschlands viertwichtigstem Exportland zu machen, verfolgt Schulze mit gemischten Gefühlen. „Einerseits bietet der große chinesische Markt für uns die Chance, stark zu wachsen. Andererseits sehen wir natürlich auch die Gefahr, die von einer zu großen Abhängigkeit ausgeht.“

Zu weiteren interessanten Märkten in Asien gehört für Sentech Instruments Japan. Auf der Liste der größten Exportpartner Deutschland rangierte das Land in Fernost 2022 laut Statistischem Bundesamt auf Platz 18. „Japan ist zwar kein einfacher Markt. Aber wir arbeiten in Asien mit Vertriebspartnern zusammen, die dort sehr gut vernetzt sind.“ Man merke zudem, dass der allerdings noch geringe Umsatz mit Indien deutlich zunehme. Indien hatte in diesem Jahr China als bevölkerungsreichstes Land der Erde abgelöst und ist unter den großen Staaten das aktuell wachstumsstärkste Land.

Wachstumspotenzial sieht Schulze auch in Europa sowie in den USA. Große Hoffnungen setzt

er unter anderem auf das in diesem Jahr erlassene Europäische Chipgesetz (European Chips Act), das das Halbleiterökosystem in der EU mit Milliardeninvestitionen stärken, die Widerstandskraft der Lieferketten gewährleisten und externe Abhängigkeiten verringern soll, um die technologische Souveränität der EU voranzubringen. „Wir hoffen, dass diese Investitionen auch bei uns zu Umsatz führen.“

Umsatz auf Rekordkurs

Trotz der eingetrübten weltweiten Konjunkturaussichten infolge des Angriffskriegs auf die Ukraine, gefährdeter Lieferketten und China-Flaute erwartet der Berliner Mittelständler ein weiteres Plus beim Umsatz von rund zehn Prozent und damit einen Rekordwert. „Aber natürlich machen uns die trüben Prognosen Sorgen“, räumt Schulze ein.

Importiert wird überwiegend aus Deutschland und Europa, darunter CNC-Fräser, Vakuumpumpen und Kühlaggregate. „Um die Lieferketten zu stabilisieren, versuchen wir, beim Einkauf zu diversifizieren und immer jeweils zwei oder drei Zulieferer zu haben.“ Seit Beginn der Corona-Pandemie hätten sich die Lieferfristen zum Teil deutlich verlängert. „Produkte, die früher in 14 Tagen geliefert wurden, kamen im schlechtesten Fall nach 50 Wochen an.“

”

Um Lieferketten zu stabilisieren, versuchen wir, beim Einkauf zu diversifizieren.

Marcel Schulze

84%

der Anlagen, die bei Sentech Instruments gefertigt werden, gehen ins Ausland, der Löwenanteil nach wie vor nach China.

Design - Bau - Service

Immobilien
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, 10557 Berlin, Heidestraße 8, Tel. +49 30 2541089-10, berlin-brandenburg@goldbeck.de

building excellence
goldbeck.de

 **GOLDBECK**



Birol Becer ist Geschäftsführer der Ferdinand Dameris GmbH & Co. KG und Mitglied im Präsidium der IHK Berlin

Kurze Wege für Waren

Bei der Produktion von Textilien setzt die Ferdinand Dameris GmbH & Co. KG vor allem auf die Türkei. Gerade in Krisenzeiten erweist sich das Land am Bosphorus als zuverlässiger Lieferant

”

Die Türkei ist wegen ihrer Nähe zu Europa für unsere Kunden extrem interessant geworden.

Birol Becer

B irol Becer hat aufs richtige Pferd gesetzt. Kein Wunder, dass der Berliner Unternehmer trotz schwacher Konjunktur optimistisch gestimmt ist. In diesem Jahr will die Ferdinand Dameris GmbH & Co. KG, die Socken und Strümpfe für Herren, Damen und Kinder, Frotteeartikel wie Handtücher und Unterwäsche sowie T-Shirts und Jeans produzieren lässt und als Großhändler vertreibt, ihren Umsatz deutlich steigern. Was vielen Unternehmen während der Corona-Pandemie die Bilanz verhagelte, davon profitiert der Mittelständler. „Die Textilbranche hat nach Ausbruch von Covid-19 ganz besonders unter den gestörten Lieferketten gelitten“, erklärt der Geschäftsführer.

Und da kommt die Türkei ins Spiel, für Dameris schon lange wichtigster Produktionsstandort. „Die Türkei ist wegen ihrer Nähe zu Europa für unsere Kunden extrem interessant geworden. Das Land liefert zuverlässiger, schneller und krisensicherer als die Wettbewerber in China, Indien, Pakistan oder Bangladesch.“ Der Wunsch der Kunden, aus der Türkei beliefert zu werden, sei nie so groß wie heute gewesen.

Becers Abnehmer sind große deutsche Filialisten aus den Bereichen Lebensmittel und Mode sowie Drogeriemarktketten, die mit ihren Geschäften europaweit vertreten sind, etwa in Polen, Italien, Tschechien oder den Niederlanden. Für sie produziert das 1870 in Rheinland-Pfalz gegründete und seit 2002 in Berlin beheimatete Traditionsunternehmen mit heute 15 Mitarbeitenden neben der Türkei auch in Polen, Italien und Usbekistan. Ein Teil der Waren wird ins 4.000 Quadratmeter große Dameris-Lager in Berlin-Tempelhof geliefert und dort palettiert, um dann die Reise zu den Standorten der europäischen Kunden anzutreten. Der andere Teil geht aus den Fabriken direkt an die Abnehmer.

„Made in Europe“ hat einen guten Klang

Ausgezahlt hat sich für Becer nicht nur die Nähe seiner Produktionsstätten: „Auch die jüngste Diversifizierung des Sortiments ist bei unseren Kunden gut angekommen.“ Das Gros seiner Abnehmer vertreibt die Produkte unter eigenen Labels, ein kleiner Teil firmiert unter den Brands „Dameris seit 1870“ oder „Dameris Home“. Becer: „Seit den großen Lieferproblemen während der Pandemie – China etwa hat monatelang gar nicht geliefert – hat ‚Made in Germany‘ beziehungsweise ‚Made in Europe‘ einen guten Klang. Die Kunden wollen sich verlassen können. Davon profitieren wir als Berliner Unternehmen.“ ■

FOTOS: CHRISTIAN KIELMANN

Akquise via LinkedIn

Der Arzneimittel-Spezialist Evidentic GmbH erwirtschaftet nahezu seinen gesamten Umsatz im Ausland. Vertrieb ist reine Chefsache

Ohne ausländische Märkte würde es die Evidentic GmbH gar nicht geben. Mit rund 90 Prozent erzielt der Mittelständler aus Berlin-Zehlendorf fast seinen kompletten Umsatz außerhalb Deutschlands. Wie für die gesamte exportorientierte Wirtschaft der Metropole sind auch für Evidentic die USA der größte Markt. Es folgen Frankreich und Großbritannien. Die derzeit 310 Auslandskunden kommen aus 37 Ländern. Für die Abnehmer aus der pharmazeutischen Industrie ebenso wie für Auftragsforschungsunternehmen bereitet die 2016 gegründete Evidentic analytisches Probenmaterial auf, sogenannte therapeutische Referenzstandards. Sie werden in frühen Forschungsphasen von Medikamenten benötigt. Welchen Mehrwert der Spezialist mit aktuell nur vier Mitarbeitenden seiner Klientel bietet, erläutert Geschäftsführer Dr. Christian Schmitz: „Als Großhändler kaufen wir im Markt Fertig-Arzneien ein und bereiten diese in kleinen Mengen für die Analytik vor.“

Um den Markt muss er sich keine Sorgen machen. „Bedarf besteht bei allen Pharmafirmen weltweit.“ Doch die meisten Abnehmer seien sehr klein. Und da beginnt die Herausforderung. Um den weltweiten Vertrieb kümmert sich der Chef persönlich. Mehrfach

im Jahr knüpft er Kontakte auf Konferenzen in den USA. Die eigentliche Arbeit findet am Rechner statt. „Ausschließlich über LinkedIn recherchieren wir potenzielle Kunden und schreiben per E-Mail direkt die zuständige Person im Unternehmen an“, so Schmitz. Anfängliche Versuche, Ansprechpartner telefonisch zu kontaktieren, seien gescheitert.

Medikamente in Europa günstiger

Sei das Exportklima Anfang 2023 etwa wegen des Kriegs gegen die Ukraine noch sehr schlecht gewesen, habe es sich im Laufe des Jahres wieder aufgehellt. Die starke Nachfrage aus den USA erklärt Schmitz mit den in Europa deutlich niedrigeren Medikamentenpreisen. Außerdem sei es für die Firmen oft schwierig, an Referenzmaterialien in der gewünschten Qualität zu kommen. Zurzeit vertreibt Evidentic seine Produkte in den USA nur in der Biotech- und Pharma-Hochburg Boston. Der dortige Markt sei größer als der gesamte europäische und ein Grund dafür, warum Evidentic ohne das Ausland nicht überleben könnte. „Wir werden noch das gesamte Jahr 2024 damit beschäftigt sein, alle Firmen in Boston kennenzulernen.“

Gleichzeitig streckt der Unternehmer seine Fühler in andere Regionen aus. China? „Ähnlich wie in Japan ist es nicht einfach, Geschäftskontakte dort aufzubauen“, sagt Christian Schmitz, „sehr großes Potenzial sehe ich speziell in der Biotechnologie, in der China auf dem Weg zur Weltmarktführerschaft zu sein scheint.“ Und ergänzt: „Die Ablösung Indiens als Apotheke der Welt steht in den nächsten Jahren bevor.“ ■

310

Kunden in 37 Ländern weltweit zählt die hoch spezialisierte Evidentic GmbH. Große Erwartungen knüpfen sich an Indien.



Gut vernetzt
Der Unternehmer auf LinkedIn unter dem QR-Code:



Dr. Christian Schmitz ist Geschäftsführer der Evidentic GmbH mit Sitz in Berlin-Zehlendorf

