

NRW-Außenwirtschaftsstrategie und Chancen in Japan



© tawatchai1990 / Adobe Stock

Welche Außenwirtschaftsstrategie verfolgt das Land Nordrhein-Westfalen, und welche Chancen bietet Japan deutschen Unternehmen? Diese beiden Fragen standen im Mittelpunkt der Sitzung des Außenhandelsausschusses der Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittlerer Niederrhein bei der Beko Technologies GmbH in Neuss. Nachdem die beiden Geschäftsführer des Druckluftspezialisten mit weltweit 600 Mitarbeitern, Norbert Strack und Manfred Lehner, dem Gremium das Unternehmen vorgestellt hatten, eröffnete Peer Kesper die Sitzung. Der Ausschussvorsitzende begrüßte Sabine Klaßmann-Voß. Die Leiterin des Grundsatzreferats in der Außenwirtschaftsgruppe des Wirtschaftsministeriums Nordrhein-Westfalen erläuterte die Außenwirtschaftsstrategie der Landesregierung. „NRW hat eine starke Exportwirtschaft, ist sehr international ausgerichtet und liegt im Zentrum der nachfragestärksten Region Europas“, erklärte Klaßmann-Voß. Die Rolle des Landes in der Außenwirtschaftspolitik sieht sie vor allem in der Vernetzung der Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sowie in der Kontaktpflege. „Wir unterstützen die Unternehmen bei der Marktpflege und der Markterschließung, indem wir Außenwirtschaftskontakte mit politischem Bezug herstellen und Kompetenzen verknüpfen“, erläuterte die Referatsleiterin. „Insbesondere das unternehmerische Engagement in schwierigen Märkten benötigt politische Begleitung.“

Klaßmann-Voß berichtete über die Schwerpunkte der neuen NRW-Außenwirtschaftsstrategie, die das Ministerium derzeit erarbeitet. „Nordrhein-Westfalen muss international präsenter und als profilierte Marke erkennbarer werden“, betonte sie. „Dabei wollen wir die Stärken des Standorts deutlicher herausarbeiten.“ NRW werde sich künftig nicht nur als Heimat traditioneller Industrien, sondern vor allem auch als digitaler und innovativer Standort präsentieren.

Als aktuelle Herausforderungen der Außenwirtschaft nannte Klaßmann-Voß „die Beeinträchtigung des freien Welthandels durch die politische Instrumentalisierung von Sanktionen und unfairen Wettbewerb durch Marktabschottung und Exportaktivitäten staatlich subventionierter Unternehmen“. Vor diesem Hintergrund sei die Zusammenarbeit mit den Vereinigten Staaten und China nicht einfacher geworden. Dennoch rangiere die Volksrepublik nach wie vor hinter den Niederlanden auf Rang zwei der wichtigsten Handelspartner Nordrhein-Westfalens – gefolgt von Japan als viertgrößter Volkswirtschaft der Erde.

Um die Chancen in diesem faszinierenden Land ging es im Vortrag von Michael Sauermost. Der Fernost-Experte von Germany Trade and Invest, der Außenwirtschaftsförderungsagentur

des Bundes, betonte zu Beginn seiner Ausführungen: „Nordrhein-Westfalen und vor allem Düsseldorf sind in Japan bekannt. NRW kann hinsichtlich des Bekanntheitsgrads durchaus mit dem Münchener Oktoberfest mithalten.“ Sauermost konstatierte: „Japan ist in – das war nicht immer so.“ Das Land könne mit handfesten Stärken punkten: einer hohen Forschungs- und Technologieintensität, qualifizierten Arbeitskräften, großer Kaufkraft und einer sehr guten Infrastruktur.

Wichtige Impulse, um die deutsch-japanischen Wirtschaftsbeziehungen zu beleben, könnte das Freihandelsabkommen JEFTA (Japan-EU Free Trade Agreement) zwischen der EU und Japan geben. „Die EU dürfte am meisten in den Bereichen Textilien, Chemie und Nahrungsmittel profitieren, Japan im Automobilssektor, bei Maschinen und ebenfalls im Chemiebereich“, erklärte Sauermost. „Der Abbau von Zöllen dürfte für japanische Unternehmen besonders wichtig sein, für europäische ist die Reduktion nicht-tarifärer Hemmnisse wichtiger.“

Deutsche Unternehmen, die in Japan Fuß fassen möchten, sollten sich gut vorbereiten und Geduld mitbringen, riet der Experte. Die Sprachbarriere sollte nicht unterschätzt werden. „Der japanische Mittelstand ist nicht so international ausgerichtet, wie oft angenommen wird“, so Sauermost. „Unter Umständen kann die Vermittlung von Dienstleistern wie Handelshäusern hilfreich sein, um Kontakte zu knüpfen und Geschäfte anzubahnen.“ Nach wie vor sei „Made in Germany“ ein starkes Argument. Und: Japan gelte als Testmarkt für Ostasien. „Wer es dort schafft, hat gute Chancen, auch in Nachbarländern Fuß zu fassen.“

Unternehmen, die sich für den japanischen Markt interessieren, lädt die IHK Mittlerer Niederrhein für den 2. Juli, 18.30 Uhr, zum deutsch-japanischen Netzwerkabend „Krefeld meets Japan“ in die Europa-Zentrale des japanischen Werkzeugmaschinenherstellers Okuma im Europark Fichtenhain ein. Unter anderem auf dem Programm: ein Vortrag von Gerhard Wiesheu, Vorstandsvorsitzender des Deutsch-Japanischen Wirtschaftskreises (DJW), zum Thema „Künstliche Intelligenz, Robotik und Co.“. Weitere Informationen und eine Anmeldemöglichkeit gibt es im Internet: www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/19076

Ansprechpartner

Lutz Mäurer

Telefon: +49 2151 635-358

Telefax: +49 2151 635-44358

E-Mail: maeurer@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Nordwall 39

47798 Krefeld

Stefan Enders

Telefon: +49 2131 9268-562

Telefax: +49 2151 635-44562

E-Mail: enders@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Friedrichstraße 40

41460 Neuss

Dokument-Infos

Webcode: 20633

Ausdrucksdatum: 24.05.2019