



Außenwirtschaft kompakt

Projekte – Analysen – Perspektiven

Bericht über die Außenwirtschaftsaktivitäten
des Landes Nordrhein-Westfalen 2005/2006

Inhalt

	Seite	
1	Zwei Berichtsjahre – ein Bericht	3
2	Neues Außenwirtschaftskonzept – kompakt und auf zwei Säulen	3
3	Rückblick: Außenwirtschaftsaktivitäten in 2005/2006	6
3.1	Auslandsmesseprogramm: Auf die Messe – fertig – los!	6
3.1.1	Firmengemeinschaftsstände: Gemeinsam im Ausland	6
3.1.2	Kleingruppenförderung: Kleine Gruppen, große Wirkung	14
3.2	Nächster Halt „Ausland“: Delegations- und Unternehmerreisen	21
3.3	Inlandsmessen: Auslandskontakte schon im Inland machen	30
4	Außenwirtschaftsportal NRW: Nur ein Klick bis ins Ausland!	32
5	Außenwirtschaftskampagne NRW – „Ihr Weg ins Ausland“	34
6	Weitere übergreifende Außenwirtschaftsaktivitäten	37
7	Brancheninitiativen zeigen Präsenz im Ausland	39
7.1	EnergieAgentur.NRW	39
7.2	Fachverband für Mikrotechnik IVAM	41
7.3	Wasserwirtschaftsinitiative NRW	43
7.4	ZiMit – Zukunftsinitiative Möbelindustrie Nordrhein-Westfalen	46
	Impressum	48

1. Zwei Berichtsjahre – ein Bericht

Der Landtag von Nordrhein-Westfalen hat mit Beschluss vom 14.12.2001 (Nr. 13/1602) die Landesregierung dazu aufgefordert, die Internationalisierung des nordrhein-westfälischen Mittelstandes zu stärken. Hierzu gehört auch die Vorlage eines jährlichen Jahresaußenwirtschaftsberichtes. In dem hier vorliegenden Bericht werden die außenwirtschaftlichen Aktivitäten der Jahre 2005 und 2006 zusammenfassend vorgelegt, da im Rahmen der Neuordnung der Außenwirtschaftsförderung und der Gründung der NRW.International der Bericht für das Jahr 2005 nicht mehr von der alten Durchführungsgesellschaft erstellt werden konnte. Der Bericht für das Jahr 2007 wird von der NRW.International GmbH erstellt werden.

2. Neues Außenwirtschaftskonzept – kompakt und auf zwei Säulen

In der Kabinettsitzung vom 24.10.2006 hat die nordrhein-westfälische Landesregierung ihre internationalen Aktivitäten neu geordnet. **Das internationale Konzept** der Landesregierung Nordrhein-Westfalen bildet die konzeptionelle Grundlage und liefert die Rahmenbedingungen für alle internationalen Aktivitäten der Landesregierung.

Das **Standortmarketing** und die **Investorenwerbung** („Incoming“-Maßnahmen) sind in der Landesgesellschaft **NRW.INVEST GmbH**, der Nachfolgerin der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung NRW, neu konzipiert worden – mit dem Ziel einer größeren Nähe zur Wirtschaft.

Die **operative Außenwirtschaftsförderung** („Outgoing“-Maßnahmen) wurde der Gesellschaft **NRW.International GmbH** übertragen, die am 1.04.2007 ihre Arbeit aufgenommen hat. Die Gesellschafter sind die nordrhein-westfälischen Industrie- und Handelskammern, die nordrhein-westfälischen Handwerkskammern und die NRW.BANK. Das Land Nordrhein-Westfalen selbst zählt nicht zum Gesellschafterkreis.

Viele Player – ein Netzwerk

In Nordrhein-Westfalen gibt es zahlreiche außenwirtschaftliche Akteure und Aktionsfelder: Die Kammern der Wirtschaft, die Messegesellschaften, die Wirtschaftsförderungsgesellschaften, die Kommunen, Großunternehmen, kleine und mittelständische Firmen sowie Branchen- und Technologieinitiativen usw. Alle diese Akteure haben berechnete, zum Teil unterschiedliche Einzelinteressen.

Mit der NRW.International GmbH will das MWME seine Außenwirtschaftsaktivitäten als Kooperationsprojekt mit der Wirtschaft des Landes umsetzen – mit dem Ziel, die Rahmenbedingungen und Strukturen vor allem für kleine und mittlere Unternehmen zu stärken. Wo es möglich ist, sollen Kompetenzen und Erfahrungen der Verbände und Großunternehmen für die KMUs Erfolg versprechend nutzbar gemacht werden. Die NRW.International GmbH soll Maßnahmen zur Förderung der Marktchancen der NRW-Unternehmen in einem Netzwerk zusammenführen.

Abbildung 01
Export Nordrhein-Westfalens in die wichtigsten
Zielländer im Jahr 2005 in Mrd €

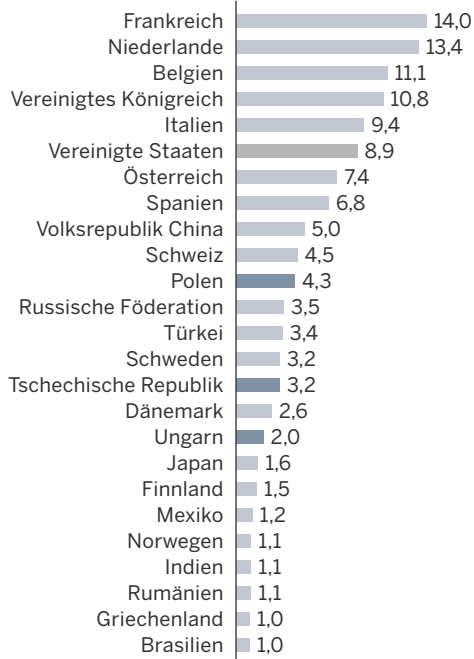
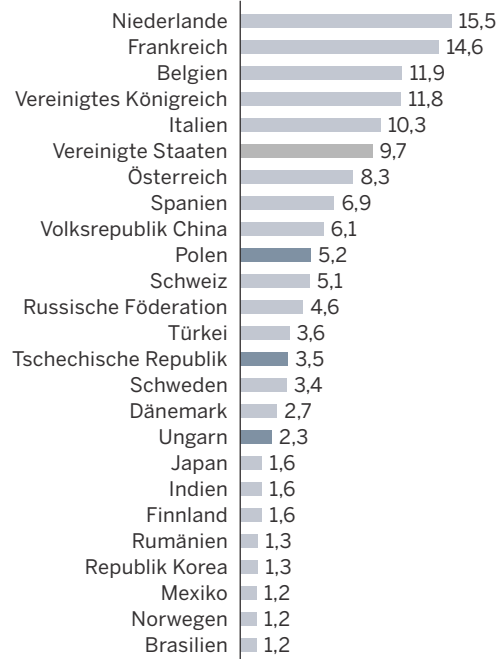


Abbildung 02
Export Nordrhein-Westfalens in die wichtigsten
Zielländer im Jahr 2006 in Mrd €



Im Fokus: Die außenwirtschaftliche Lage

Im Jahr 2006 exportierte Nordrhein-Westfalen Güter im Wert von 160,45 Mrd Euro (2005: 144,81 Mrd €) ins Ausland. Dies entspricht 17,9 Prozent der deutschen Exporte insgesamt. Damit ist das Land Nordrhein-Westfalen Spitzenreiter im Bundesländer-Vergleich – vor Baden-Württemberg (141,92 Mrd €) und Bayern (141,27 Mrd €). Dennoch bleibt festzuhalten, dass die Exportfähigkeit der NRW-Industrie ausgebaut werden muss.

Die Exportquote am Bruttoinlandsprodukt liegt bei rund 32 Prozent, die Importe kommen auf rund 34 Prozent. Vergleicht man die Export-Güter nach quantitativen Gesichtspunkten, befinden sich die chemischen Erzeugnisse, Maschinen, Kraftwagen und Kraftwagenteile sowie die Eisen- und Stahlerzeugnisse an der Tabellenspitze. In 2005 haben ausländische Unternehmen in Nordrhein-Westfalen insgesamt rund 101 Mrd Euro (2004: rund 96 Mrd €) investiert. Im Jahre 2005 betrug der NRW-Anteil an den ausländischen Direktinvestitionen nach Deutschland rund 26 Prozent (2004: rund 37 %).

Osteuropäische Nachbarländer mit starker Entwicklung

Zwischenzeitlich hat sich das Handelsvolumen mit den osteuropäischen Nachbarländern Polen, der Tschechischen Republik und Ungarn deutlich stärker entwickelt als mit den USA (siehe Abb. 01 – 04). In 2006 lag das NRW-Exportvolumen in die USA bei 9,7 Mrd Euro (2005: 8,87 Mrd €), das Importvolumen bei 5,2 Mrd Euro (2005: 4,7 Mrd €). Der Export in die drei vorgenannten osteuropäischen Länder lag in 2006 bei 11,0 Mrd Euro (2005: 9,5 Mrd €), der Import bei 11,2 Mrd Euro (2005: 9,8 Mrd €).

Abbildung 03
Import Nordrhein-Westfalens aus den wichtigsten Lieferländern im Jahr 2005 in Mrd €

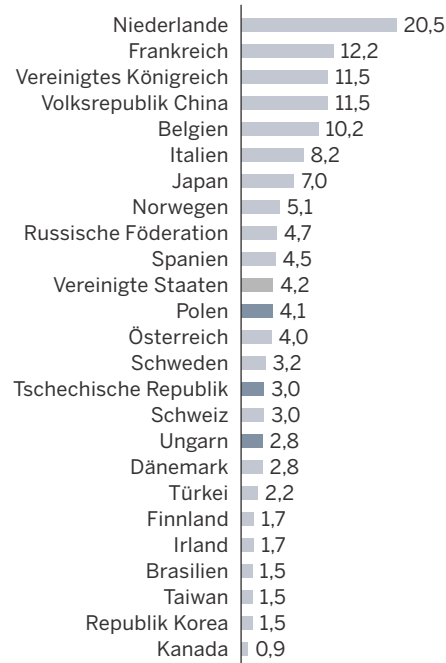
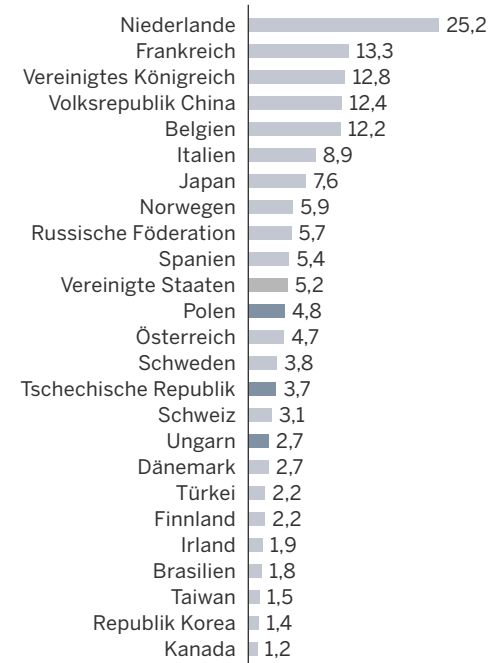


Abbildung 04
Import Nordrhein-Westfalens aus den wichtigsten Lieferländern im Jahr 2006 in Mrd €



Im Fokus: Die außenwirtschaftlichen Perspektiven

Es ist zu erwarten, dass der internationale Wettbewerb und die Globalisierungstendenzen weiterhin zunehmen und auf das Land Nordrhein-Westfalen neue Herausforderungen zukommen werden. Darum besitzt eine zielgerichtete Außenwirtschaftspolitik oberste Priorität, wenn es darum geht, wesentlich zur Stärkung der mittelständischen Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen beizutragen.

Sie ergänzt sich mit anderen Politikfeldern und Ressorts, z. B. im Bereich Energie, Life Science oder Umwelttechnik, um Zukunftsmärkte im Ausland vorzubereiten oder zu erschließen. Im Mittelpunkt der NRW-Außenwirtschaftspolitik stehen diejenigen Wirtschaftsbereiche, in denen das Land über besondere Kompetenzen verfügt und in denen besondere außenwirtschaftliche Marktchancen bestehen.

3. Rückblick: Außenwirtschaftsaktivitäten in 2005/2006

Im Blickpunkt der folgenden Abschnitte stehen die verschiedenen Außenwirtschaftsaktivitäten des Landes in den Jahren 2005 und 2006:

- Auslandsmesseprogramm mit Firmengemeinschaftsständen des Landes auf internationalen Messen im Ausland, Informations- und Service-Center des Landes bei Bundesbeteiligungen
- Kleingruppenförderprogramm NRW auf internationalen Messen im Ausland
- Delegations- und Unternehmerreisen
- Weitere Auslands- und Markterschließungsreisen
- Inlandsmesseprogramm mit Firmengemeinschaftsständen des Landes auf internationalen Messen im Inland

Auswertung und Analyse

Alle durchgeführten und hier erwähnten Außenwirtschaftsaktivitäten wurden mithilfe von Befragungen ausgewertet und analysiert. Befragt wurden Vertreter der an den Maßnahmen teilnehmenden Unternehmen (Mitglieder der Geschäftsführung, Vorstand, leitende Angestellte, sonstige Angestellte). Der durchweg hohe Anteil der Fragebogenrückläufe, die von Führungskräften und leitenden Angestellten ausgefüllt wurden, lässt Rückschlüsse auf die Qualität der erhobenen Daten zu.

Mit der Befragung wurden Daten zu folgenden Bereichen erhoben: Unternehmensgröße, Erreichung der Unternehmensziele als Kriterien für den Erfolg der Messebeteiligung bzw. der Teilnahme an Delegations- und Unternehmerreisen, Qualität der Gespräche und Kontakte, Einschätzung der Aussichten für das Nachmessegeschäft, Aktivitäten auf Auslandsmärkten, Zufriedenheit mit der Messedurchführung, der Organisation und den angebotenen Serviceleistungen, bevorzugte Ziel- bzw. Schwerpunktländer, Branchenzugehörigkeit.

3.1 Auslandsmesseprogramm: Auf die Messe – fertig – los!

3.1.1 Firmengemeinschaftsstände: Gemeinsam im Ausland

„Gemeinsam geht es leichter!“ – so könnte die Botschaft an die NRW-Unternehmen lauten, die im Rahmen eines NRW-Gemeinschaftsstandes Kontakte zu ausländischen Märkten aufnehmen wollen. Solche Firmengemeinschaftsbeteiligungen sind Exportplattformen, an denen sich NRW-Unternehmen zu günstigen finanziellen Bedingungen beteiligen können.

Es gibt zwei Möglichkeiten, wie sich auch kleine und mittlere NRW-Unternehmen auf Fachmessen im Ausland Erfolg versprechend präsentieren können – eingebunden in professionell gestaltete und organisierte Gemeinschaftsstände.

Zum einen besteht die Möglichkeit, sich in einen NRW-Firmengemeinschaftsstand einzugliedern. Zum anderen können sich die Unternehmen auch, eingebettet in einem Informations- und Service-Center des Landes im Rahmen einer Bundesbeteiligung unter Federführung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), den ausländischen Fachbesuchern vorstellen.

Die vom NRW-Wirtschaftsministerium mit der Organisation der offiziellen Messebeteiligungen beauftragten Durchführungsgesellschaften unterstützen die ausstellenden Firmen bei der organisatorisch-technischen Abwicklung ihrer Messepräsentationen.

Die überwiegende Besetzung der Firmenstände durch Führungskräfte ist ein Indiz für den hohen Stellenwert des Auslandsmesseauftrittes für die beteiligten Unternehmen. Unterstützt wird dieses Ergebnis durch die Tatsache, dass mehr Firmen als bisher die Bedeutung von Messen im Kommunikations-Mix als wichtig oder sehr wichtig einschätzen.

Abbildung 05
Messeübersicht 2005
12 Veranstaltungen in 10 Ländern mit 177 Teilnehmern

Messenname	Messeland	Zeitraum	Messthema	Unternehmen
100% Design	Großbritannien (UK)	22.09. – 25.09.05	Möbel, Design	13
BIO ¹⁾	USA	19.06. – 22.06.05	Biotechnologie, Wissenschaft und Forschung	12
China Mining & Coal ¹⁾	VR China	25.10. – 28.10.05	Bergbau, Geodäsie, Geoinformation	24
Enconex	Korea/Süd	27.09. – 30.09.05	Energiewirtschaft (konv. und erneuerbare Energien)	6
Environment & Energy ¹⁾	Vereinigte Arabische Emirate	30.01. – 02.02.05	Umwelt	10
Exposibram	Brasilien	20.09. – 23.09.05	Bergwerksmaschinen, Bergbauausrüstung, Fördertechnik	14
Extemin ¹⁾	Chile	12.09. – 16.09.05	Bergbau, Geodäsie, Geoinformation	6
Hospimedica Thailand ¹⁾	Thailand	06.09. – 08.09.05	Medizintechnik, Gesundheit, Pharmazie	6
Mebel ¹⁾	Russland	01.11. – 30.11.05	Holzbearbeitung, Möbelfertigung, Möbel, Innenausstattung	23
Pollutec Paris	Frankreich	29.11. – 02.12.05	Umwelt	14
Security&Safety Middle East ¹⁾	Vereinigte Arabische Emirate	14.11. – 17.11.05	Sicherheit, Katastrophenschutz	9
The Big 5 Show ¹⁾	Vereinigte Arabische Emirate	16.11. – 20.11.05	Bautechnik, Baumaschinen, Innenausbau, kommunale Dienstleistungen, Reinigung, Wassertechnik, Entsorgung	40
Unternehmen:				177

¹⁾ Info-Service-Center mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit im Rahmen einer Bundesbeteiligung

Abbildung 06
Messeübersicht 2006
14 Veranstaltungen in 11 Ländern mit 258 Teilnehmern

Messenname	Messeland	Zeitraum	Messthema	Unternehmen
100% Design	Großbritannien (UK)	21.09. – 24.09.06	Möbel, Design	12
Ankiros/Annofer ¹⁾	Türkei	09.11. – 12.11.06	Gießerei, Hüttenwesen, Eisen und Stahl	11
Arab Health ¹⁾	Vereinigte Arabische Emirate	22.01. – 25.01.06	Medizintechnik, Gesundheit, Pharmazie, Dentalmedizin, Dentaltechnik	30
Art Moscow	Russland	17.05. – 21.05.06	Zeitgenössische Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts	11
BIO ¹⁾	USA	09.04. – 12.04.06	Biotechnologie, Wissenschaft und Forschung	13
Expomin ¹⁾	Chile	23.05. – 27.05.06	Geodäsie, Geoinformation, Bergwerksmaschinen, Bergbauausrüstung, Fördertechnik	15
HOSPIMedica INDIA ¹⁾	Indien	10.03. – 12.03.06	Medizintechnik, Gesundheit, Pharmazie, Augenoptik	7
IFAT ¹⁾	China	27.06. – 30.06.06	Kommunale Dienstleistungen (öffentliche Arbeiten) Reinigung, Wassertechnik, Entsorgung, Umwelt	12
Mebel ¹⁾	Russland	21.11. – 25.11.06	Holzbearbeitung, Möbelfertigung, Möbel, Innenausstattung	18
Pollutec Lyon	Frankreich	08.11. – 01.12.06	Umwelt	14
QME	Australien	25.07. – 27.07.06	Bergbau, Geodäsie, Geoinformation	10
The Big 5 Show ¹⁾	Vereinigte Arabische Emirate	28.10. – 01.11.06	Bautechnik, Baumaschinen, Innenausbau, kommunale Dienstleistungen, Reinigung, Wassertechnik, Entsorgung	72
Transport Logistic China ¹⁾	China	19.09. – 22.09.06	Transport und Verkehr	11
WIN – World of Industry ¹⁾	Türkei	16.03. – 19.03.06	Mehrbranchen – Investitionsgütermessen	22
Unternehmen:				258

¹⁾ Info-Service-Center mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit im Rahmen einer Bundesbeteiligung

Im Jahr 2005 beteiligte sich das Land Nordrhein-Westfalen an 12 internationalen Messen in zehn Ländern mit einem gemeinschaftlichen Messeauftritt. Daran nahmen insgesamt 177 NRW-Unternehmen teil. Davon wurden acht Messeauftritte in Form eines Informations- und Service-Centers des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen einer Bundesbeteiligung umgesetzt (siehe Abb. 05).

In 2006 zeigten deutlich mehr Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen, nämlich 258, Präsenz im Rahmen von gemeinschaftlichen NRW-Messeauftritten (siehe Abb. 06). Bei sechs Fachmessen wurden Firmengemeinschaftsstände im Rahmen des offiziellen Auslandsmesseprogramms des Landes Nordrhein-Westfalen realisiert. Acht Messe-Beteiligungen fanden in Form eines Informations- und Service-Centers im Rahmen einer BMWI-Bundesbeteiligung statt.

Firmengemeinschaftsstände:

Ideale Plattform für die ersten Schritte ins Ausland

Je kleiner ein Unternehmen ist, desto wichtiger und interessanter wird das Instrument „Firmengemeinschaftsstände“. Sowohl aus Kostengründen als auch aus personaltechnischen und organisatorischen Gründen. Die Einbindung in einen Gemeinschaftsstand ist somit gerade für KMUs eine interessante Alternative zum eigenen Messeauftritt im Ausland. Die Auswertung der Fragebögen bestätigt dies eindrucksvoll.

Abbildung 07
Anzahl der Mitarbeiter
der beteiligten Unternehmen

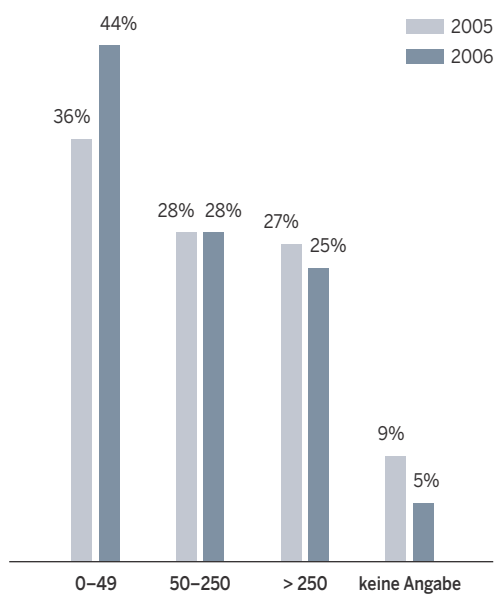
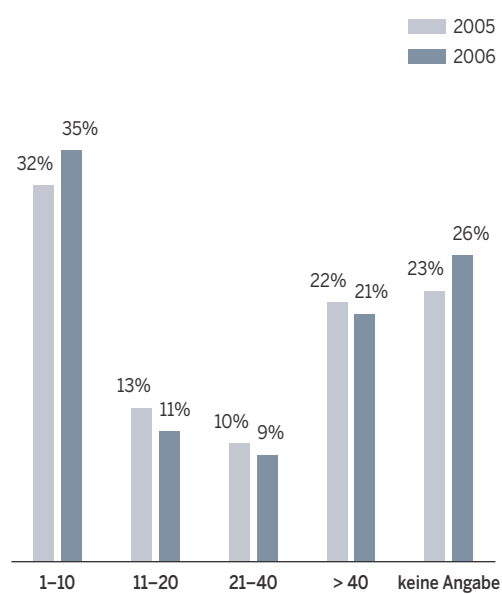


Abbildung 08
Jahresumsatzvolumen
der beteiligten Unternehmen in Mio €



Aus der Struktur der beteiligten Unternehmen ist ersichtlich (siehe Abb. 07), dass es sich bei der Mehrzahl der Unternehmen gemessen an der Mitarbeiterzahl (2005: 64%; 2006: 72%) um kleine und mittelständische Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen gemäß der bisher gültigen EU-Definition handelt. Größere Unternehmen (>250 Mitarbeiter/40 Mio € Jahresumsatz), die knapp ein Viertel der teilnehmenden Firmen ausmachten (siehe Abb. 08), konnten als „Zugpferde“ und „Besuchermagneten“ für den Gemeinschaftsauftritt gewonnen werden, in der Regel zu einem regulären Beteiligungspreis.

Unternehmensziele erreicht?

Es ist nahezu überall zu finden, in privatwirtschaftlich geführten Unternehmen, in börsennotierten Gesellschaften, in öffentlichen Institutionen und Einrichtungen der öffentlichen Hand, in Kommunalverwaltungen und Ministerien: Das intensive Bemühen um Kostenkontrolle und Kosteneffizienz. Controlling-Abteilungen erleben einen Boom. Jeder Chef will wissen, was mit den eingesetzten Mitteln passiert ist und ob seine Ziele damit ganz oder teilweise erreicht worden sind.

Auch beim Außenwirtschafts-Instrument Auslandsmessebeteiligung stellt sich am Ende der Messeveranstaltung die Frage nach dem erzielten Erfolg und damit auch nach dem Wirkungsgrad der eingesetzten Finanzmittel. Grundsätzlich kann man zwei wesentliche Qualitätsindikatoren für den Messe-Erfolg unterscheiden. Der erste Gradmesser ist die Erreichung der Ziele der beteiligten Unternehmen. Der zweite Erfolgsindikator ist die Qualität der Messedurchführung und die Professionalität der organisatorischen Arbeiten vor und während der Veranstaltungen.

Die beteiligten Firmen wurden befragt, welche Ziele in ihrem Unternehmen die größte Bedeutung haben und als besonders wichtig eingestuft werden sowie welche Ziele mithilfe des Instrumentes „Messebeteiligung“ am besten erfüllt wurden (Bewertung: Zielerfüllung zwischen 50 und 100%). Dieses Frage-schema wurde auch bei allen anderen Befragungen eingesetzt.

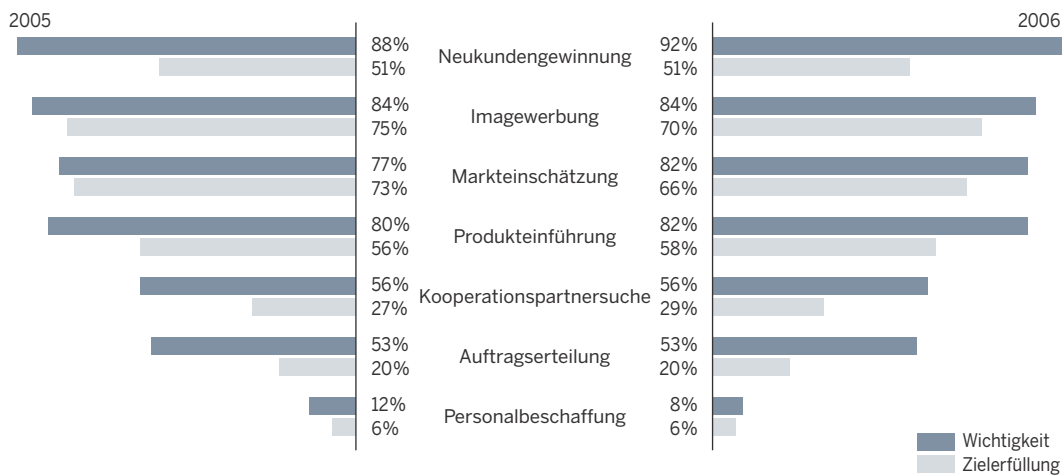
Nichts ist wichtiger: Neukundengewinnung ganz oben

Jeder Unternehmer braucht sie: Neue Kunden! Demzufolge ist es nicht überraschend, dass 88 Prozent der Unternehmen im Jahre 2005 (2006: 92%) die Neukundengewinnung als eines der wichtigen bis sehr wichtigen Unternehmensziele anführten. Mehr als die Hälfte der Unternehmen gaben an, dieses Ziel erreicht zu haben.

Dass die Messebeteiligung als Aussteller bei einer offiziellen NRW-Gemeinschaftsbeteiligung ein Erfolg versprechendes Marketinginstrument ist, zeigt die auf der nächsten Seite stehende Grafik (siehe Abb. 09). Die vier als besonders wichtig eingestuften Ziele wurden alle überdurchschnittlich gut erreicht. Bei allen vier Zielformulierungen gaben jeweils mehr als die Hälfte der Unternehmen an, diese Ziele mit einem Intensitätswert zwischen 50 und 100 Prozent erreicht zu haben.

Abbildung 09

Bedeutung der Unternehmensziele Zielerfüllungsgrad



Am Messestand fallen die Entscheidungen:

Gesprächsqualität und Kontaktzahlen müssen stimmen

Bei den Unternehmen stimmen beide Werte, die ausschlaggebend für eine erfolgreiche Messepräsenz sind. Im Jahr 2005 waren es 56 Prozent der Unternehmen (2006: 55%), die angaben, dass die Gespräche und Kontakte ihre Erwartungen erfüllt bzw. sogar übertroffen haben.

Im Jahr 2005 wurden rund 5.085 Kontakte, im Jahr 2006 sogar 6.808 Kontakte zu Entscheidern hergestellt. Obwohl es nur selten ein primäres Ziel der Unternehmen ist, Kooperationspartner zu finden, ergibt sich die Möglichkeit während der Messe dazu fast zwangsläufig und stellt sich für die Unternehmen als zusätzliches Plus der Messebeteiligung heraus. Hierdurch wurden in 2005 Kontakte zu mindestens 240 potenziellen Kooperationspartnern (2006: 301) aufgenommen.

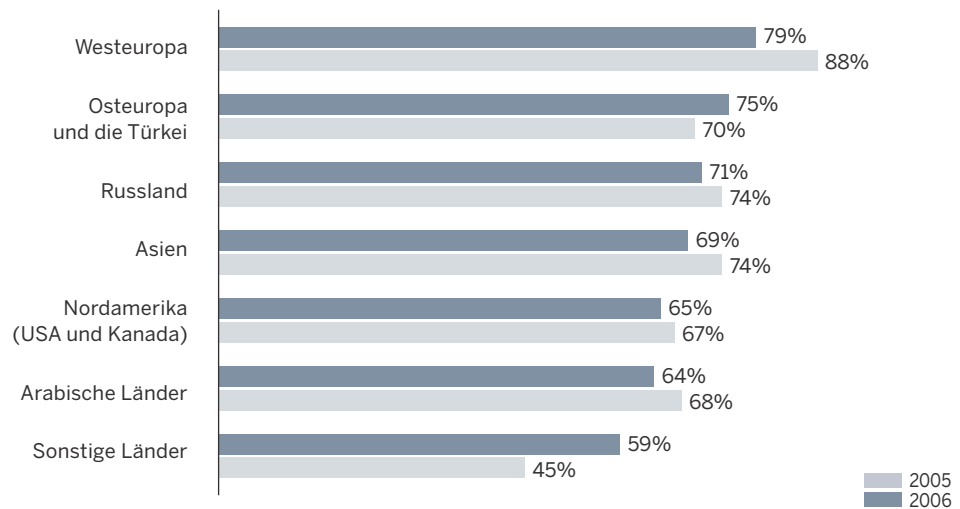
Westeuropa führt „Interessen-Rangliste“ an

Westeuropa liegt in der Interessenskala bei den beteiligten NRW-Unternehmen in beiden Jahren auf dem ersten Platz. Auffallend ist allerdings die breite Fächerung im Jahr 2005. Die Abstände zwischen den abgefragten sechs Wirtschaftsräumen sind eher gering. Sogar der an Position sechs eingestufte Raum „Arabische Länder“ hat nur 15 Prozentpunkte Rückstand auf den Tabellenführer „Westeuropa“.

In 2006 konnte sich „Westeuropa“ mit 88 Prozentpunkten deutlicher absetzen. Die anderen fünf Wirtschaftsräume liegen aber auch im Jahr 2006 relativ eng beieinander (siehe Abb. 10).

Abbildung 10

Interesse der beteiligten Unternehmen an Wirtschaftsräumen



Positive Einschätzung des Nachmessegeschäftes

Ein Großteil der Unternehmen (2005: 75%; 2006: 67%) sieht gute bis sehr gute Chancen für Geschäftsabschlüsse nach der Messe. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass ein Teil (2005: 10%; 2006: 4%) zum Zeitpunkt der Erhebung diese Frage noch nicht abschließend einschätzen konnte.

Nicht immer sind es „Debütanten“ – oft sind schon erste Auslandserfahrungen vorhanden

Die Auswertung zeigt, dass die teilnehmenden Firmen durchaus schon über Auslandserfahrung verfügen. 95 Prozent der Teilnehmer im Jahr 2005 (2006: ebenso 95%) sind bereits in Auslandsmärkten geschäftlich aktiv. 82 Prozent (2006: 74%) sind bereits in dem Land aktiv, in dem die Messe stattgefunden hat. 33 Prozent (2006: 32%) aller beteiligten Unternehmen sind davon überzeugt, dass die Messeteilnahme deutlich zum Markteintritt in das gewählte Land beiträgt. Für 41 Prozent (2006: 42%) der Firmen hatte die Teilnahme an den Messeveranstaltungen Premiercharakter. Abschließend kann man festhalten, dass die Firmen weitgehend in ihren Auslandsmesseaktivitäten auf eigenen Füßen stehen. Sie nutzen das Auslandsmesseprogramm vor allem für Märkte, die für sie besonders schwierig oder noch unbekannt sind.

Online auf dem Vormarsch: Portale zu den Weltmärkten

Bei den hier ausgewerteten Veranstaltungen zeigt sich, dass insbesondere im Bereich der internetbasierten Informationsmedien noch Optimierungspotenzial steckt. Onlineportale und Internetmedien nehmen gerade auf dem Gebiet der Messevorbereitung einen hohen Stellenwert ein.



Das Land Nordrhein-Westfalen hat als zusätzliches Informationsangebot das Auslandsmessen-Kommunikationsforum www.eFairs-nrw.de fortgeführt, um die Kommunikationsmöglichkeiten zwischen ausstellenden Unternehmen und Interessenten in den jeweiligen ausländischen Zielmärkten zu intensivieren.

Aus Erfahrung gut: Zufriedenheit mit den Durchführungsgesellschaften

Ob die einzelnen Unternehmen ihre Ziele erreichen, hängt sicher zu einem großen Teil davon ab, wie sich die Unternehmen selbst auf die Veranstaltung vorbereiten und wie sie sich als Firma bzw. als Firmenvertreter vor Ort im Messeareal präsentieren. Da es sich aber um gemeinschaftliche Messeauftritte handelt (im Gegensatz zu eigenen, unabhängigen Messestand-Beteiligungen), spielt die Organisation, die Messeplanung und -vorbereitung, die Betreuung vor Ort, die Standplatzierung, die technischen Services und Absprachen sowie die begleitenden Werbe- und PR-Maßnahmen eine besondere Rolle.

Diese Aufgaben liegen in den Händen der jeweiligen Messedurchführungsgesellschaft und in der Verantwortung des Landes Nordrhein-Westfalen. Wie die Auswertung zeigt, haben die Durchführungsgesellschaften durchweg gute Arbeit geleistet und durch die professionelle technische und organisatorische Abwicklung und ausstellernahe Vor-Ort-Betreuung ebenfalls zum Gelingen der gemeinschaftlichen Messeauftritte des Landes Nordrhein-Westfalen beigetragen. Im Jahr 2005 waren 76 Prozent (2006: 67%) der Unternehmen zufrieden mit der Standplatzierung. Die NRW-Firmengemeinschaftsstände sind als Landespavillon repräsentativ gestaltet, innerhalb des Messegeländes und der Messehallen strategisch gut platziert. Sie werden somit zu einem stark frequentierten Anziehungspunkt für das Fachpublikum. In 2005 waren 84 Prozent (2006: 82%) der Unternehmen zufrieden mit der Organisation durch die beauftragten Durchführungsgesellschaften.

Wichtiges Instrument: NRW-Landesempfang

Durch die kommunikative und öffentlichkeitswirksame Unterstützung durch die Politik bekommt diese Art der Messebeteiligung einen besonderen Stellenwert. Das Land Nordrhein-Westfalen unterstützt die gemeinsamen Messeauftritte sowohl im Verlauf der Messenvorbereitung durch fachliche und politische Begleitung als auch vor Ort während der Messelaufzeit in Form von Ministerbesuchen, Fachreferaten und dem NRW-Landesempfang, zu dem potenzielle Kunden und Multiplikatoren eingeladen werden. Im Jahr 2005 bewerteten 53 Prozent (2006: 56%) der Unternehmen den NRW-Landesempfang als positiven Baustein im Kommunikations-Mix.

Abbildung 11
Messe Länderübersicht – Unternehmensbeteiligung nach Wirtschaftsregionen

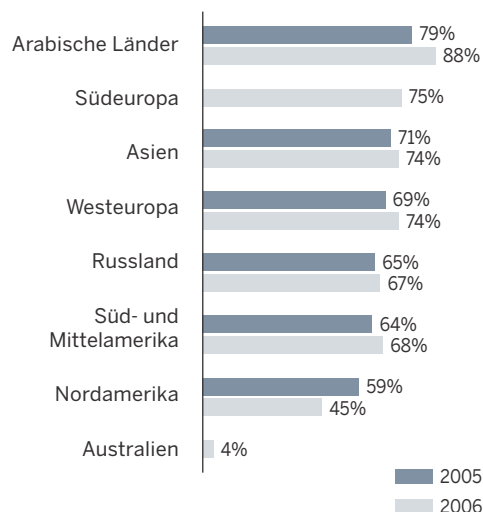
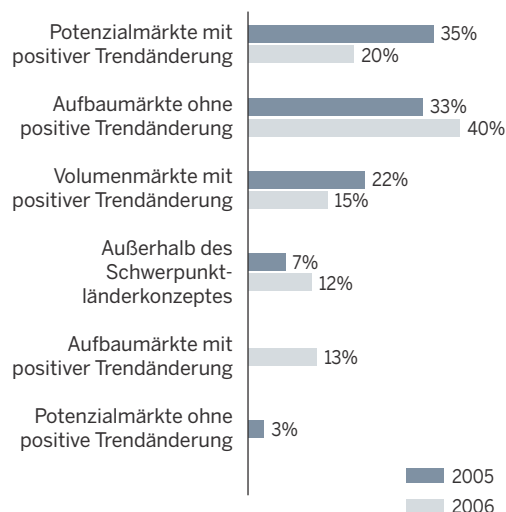


Abbildung 12
Messe Länderübersicht – Unternehmensbeteiligung gemäß NRW-Schwerpunktländerkonzept



Immer öfter geht es in die arabischen Länder

Die Abbildung 11 zeigt die Wirtschaftsregionen, in denen sich die Unternehmen an Messen beteiligt haben. Mittlerweile ist es bereits jedes dritte Unternehmen, das sich auf Messen in den arabischen Ländern im Rahmen von Firmengemeinschaftsständen präsentiert.

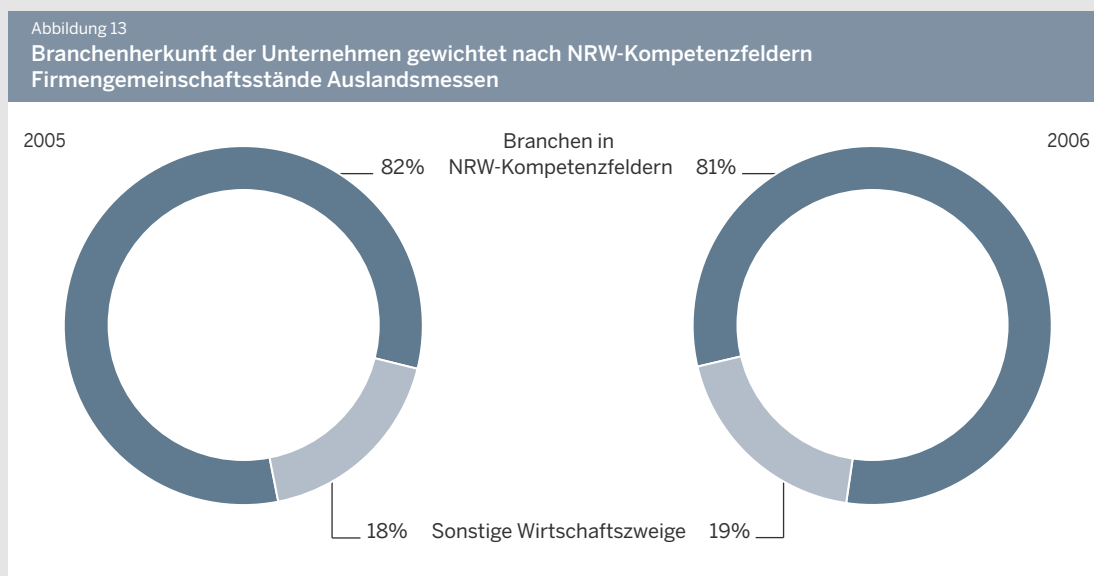
In der Abbildung 12 sind die Schwerpunktländer aufgeführt, in denen sich die NRW-Unternehmen an Firmengemeinschaftsständen des Landes Nordrhein-Westfalen auf Auslandsmessen beteiligt haben. Die Analyse der Zuordnung nach Märkten und Regionen zeigt, dass die Mehrzahl der Unternehmen an einer Beteiligung an Messen in den NRW-Schwerpunktländern (Belgien, Brasilien, China, Frankreich, Großbritannien, Japan, Kanada, Niederlande, Russland, USA, Polen, Singapur, Tschechische Republik, Ungarn, projektweise Australien, Indien, Südamerika, Türkei, Vereinigte Arabische Emirate) interessiert ist.

Diese Zahlen bestätigen das Außenwirtschaftskonzept des Landes und dokumentieren dessen positive Umsetzung. Gleichzeitig gewährt das Konzept der Politik aber auch genügend Freiraum, um ein stimmiges Umfeld für Unternehmensaktivitäten zu schaffen, die aufgrund aktueller Marktchancen durch die Unternehmen aktiv und eigeninitiativ umgesetzt werden.

Das verstärkte Engagement von NRW-Unternehmen in den Aufbaumärkten, wie zum Beispiel in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) in den beiden vergangenen Jahren, ist hierfür ein positives Beispiel.

Branchenverteilung: Großer Vorsprung für NRW-Kompetenzfelder

Die Branchenzuordnung der teilnehmenden Unternehmen erfolgte zunächst entsprechend dem NACE (European National Accounts in Europe), der EU-weit in standardisierter Form die Branchenzugehörigkeit der Unternehmen kennzeichnet. Um diese recht umfangreiche Zuordnung nachvollziehbar zu strukturieren, wurden dann die Branchen gewichtet und den NRW-Kompetenzfeldern (Medien- und Internetwirtschaft, Chemie, Elektrotechnik, Umwelt- und Entsorgungstechnik, Maschinen- und Anlagenbau, Fahrzeugbau und -zulieferer, Life Sciences, Zukunftsenergien, Engineering, Bergbautechnik, Textilwirtschaft, Möbel, Logistik, Verkehrstechnik – einschließlich Luft- und Raumfahrt – sowie neue Werkstoffe und Materialien, Mikro- und Nanotechnologien, Produktionstechnologien) zugeordnet.



Aus dieser Klassifizierung ergibt sich die Gewichtung in zwei Unternehmensgruppen (siehe Abb. 13). Zum einen die Unternehmen, die den Kompetenzfeldern zugeordnet werden können (2005: 82%; 2006: 81%), und zum anderen die Gruppe, die den sonstigen Branchen zugeordnet werden (2005: 18%; 2006: 19%).

Die Tatsache, dass in beiden Jahren jeweils acht von zehn Unternehmen der Gruppe der NRW-Kompetenzfelder zugeordnet werden konnten, zeigt die erfolgreiche Umsetzung des Kompetenzfelder-Konzeptes des Landes.

3.1.2 Kleingruppenförderung: Kleine Gruppen, große Wirkung. Eigeninitiative der Unternehmen ist gefragt – staatliche Förderung möglich!

Das Kleingruppenförderprogramm des Landes bringt sie zusammen: die unternehmerische Eigeninitiative und Entscheidungsfreiheit sowie die Möglichkeit der staatlichen Förderung. Die Unternehmen können beim Kleingruppenförderprogramm den Messeplatz und die Messeveranstaltung frei bestimmen,

wenn sich genügend Unternehmen für dieses Projekt zusammenfinden und den Messeauftritt als Kleingruppe in Eigeninitiative umsetzen.

Die einzige Auflage ist, dass die Messepräsenz weder vom Land noch vom Bund gefördert wird. Daraus ergibt sich für die Unternehmen maximale Entscheidungsfreiheit bei der Messebeteiligung. Verzichten müssen die Unternehmen bei dieser Form der Auslandsmesse-Beteiligung auf die organisatorische Unterstützung einer Durchführungsgesellschaft, wie sie bei einem Firmengemeinschaftsstand eingesetzt wird.

Abbildung 14
Kleingruppenförderung 2005

Messenname	Messeland	vom	bis	Unternehmen
3GSM World Congress	Spanien	14.02.	20.02.2005	3
50 Plus Beurs	Niederlande	21.09.	25.09.2005	10
AF – L'Artigiano in Fiera	Italien	03.12.	11.12.2005	2
Agra	Bulgarien	22.02.	26.02.2005	3
Art Basel	Schweiz	15.06.	20.06.2005	3
Art Brüssel	Belgien	14.04.	18.04.2005	3
Autonews am Wörthersee	Österreich	04.05.	08.05.2005	3
Beogold	Serbien	02.03.	05.03.2005	3
Busworld	Belgien	21.10.	26.10.2005	3
BWS	Österreich	06.04.	09.04.2005	4
C & US China	China	23.03.	26.03.2005	6
Calm Expo	China	31.05.	03.06.2005	3
Cityscape	Vereinigte Arabische Emirate (VAE)	17.09.	19.09.2005	3
Cosmoprof	Italien	01.04.	04.04.2005	6
Expo Apa	Bulgarien	15.06.	17.06.2005	3
Fieracavalli	Italien	03.11.	06.11.2005	5
Fitness China Beijing	China	02.07.	04.07.2005	3
IGTF	Vereinigte Arabische Emirate (VAE)	18.05.	20.05.2005	10
Interiors Moskau	Russland	04.04.	07.04.2005	6
International Hortifair	Niederlande	02.11.	05.11.2005	3
KISS	Kasachstan	24.05.	27.05.2005	6
KOP	USA	13.08.	15.08.2005	4
Lesprombusiness	Russland	23.05.	27.05.2005	2
MAJA	Lettland	16.03.	20.03.2005	3
MEM	Großbritannien	15.06.	16.06.2005	3
Mod'amont	Frankreich	09.03.	12.03.2005	3
ÖKOTECH	Ungarn	11.10.	14.10.2005	2
Plasa	Großbritannien	11.09.	14.09.2005	3
Polagra-Food	Polen	20.09.	23.09.2005	2
Poleko	Polen	15.11.	18.11.2005	4
Prêt-à-porter Paris	Frankreich	02.09.	05.09.2005	3
Reklama/Polygraf	Tschechien	02.03.	04.03.2005	4
SILMO	Frankreich	21.10.	24.10.2005	3
Technische Messe Belgrad	Serbien	09.05.	13.05.2005	9
Traffex	Großbritannien	19.04.	21.04.2005	3
Unternehmen:				139

Im Jahr 2005 beteiligten sich 139 NRW-Unternehmen an 35 Fachmessen in 21 Ländern im Rahmen des Kleingruppenförderprogramms des Landes Nordrhein-Westfalen und zeigten dort ihre Produkte und Dienstleistungen „Made in NRW“ (siehe Abb. 14). Im Jahr 2005 haben sich demnach im Durchschnitt nahezu vier Unternehmen an einem Messeauftritt im Rahmen des Kleingruppenförderprogramms beteiligt. Die Spannweite der Firmenbeteiligungen lag im Bereich von zwei bis zu zehn Unternehmen.

Abbildung 15

Kleingruppenförderung 2006

Messenname	Messeland	vom	bis	Unternehmen
3GSM World Congress	Spanien	13.02.	16.02.2006	3
AF – L'Artigiano in Fiera	Italien	02.12.	12.12.2006	3
Agritek Astana	Kasachstan	01.03.	03.03.2006	4
Aquatech	Niederlande	26.09.	29.09.2006	3
Art Brüssel	Belgien	21.04.	24.04.2006	3
Beautyworld Japan	Japan	08.05.	10.05.2006	3
C & US China	China	21.03.	24.03.2006	6
China World Elevator Expo	China	19.04.	22.04.2006	3
Construct	Vereinigte Arabische Emirate (VAE)	02.04.	05.04.2006	3
Cosmoprof	Italien	07.04.	10.04.2006	8
ESE	Belgien	09.05.	11.05.2006	3
Expo Apa	Bulgarien	21.06.	23.06.2006	4
Fieracavalli	Italien	09.11.	12.11.2006	3
Indigo	Belgien	09.09.	12.09.2006	4
Interbuild ^{*)}	Großbritannien	23.04.	27.04.2006	10
Interiors Moskau	Russland	04.04.	07.04.2006	3
Internationale Maschinenbaumesse	Slowakei	23.05.	26.05.2006	4
KISS	Kasachstan	25.04.	28.04.2006	4
Kunstrai	Niederlande	03.05.	07.05.2006	5
Middle East Pool	Vereinigte Arabische Emirate (VAE)	20.03.	22.03.2006	4
Mod'amont	Frankreich	21.02.	24.02.2006	3
PromZ Event ^{**)}	Niederlande	04.04.	06.04.2006	3
SILMO	Frankreich	27.10.	30.10.2006	3
Summer Residence	Russland	27.04.	29.04.2006	4
Technische Messe Belgrad	Serbien	16.05.	20.05.2006	5
TIAF	Kanada	09.11.	13.11.2006	4
WCM ^{**)}	China	25.05.	28.05.2006	7
Yapex W indoor-Tadilat	Türkei	14.12.	17.12.2006	3
Unternehmen:				115

^{*)} Gruppensprecher LGH ^{**)} mit Sondergenehmigung durch das MWME

Im Jahr 2006 waren es 115 Unternehmen bei 28 Messen in 16 verschiedenen Ländern (siehe Abb. 15). Die durchschnittliche Teilnehmerzahl lag bei Messeauftritten im Rahmen des Kleingruppenförderprogramms ähnlich wie im Jahr 2005 bei 4,1 Unternehmen. Die Bandbreite reichte von drei beteiligten Firmen bis hin zu zehn Unternehmen.

Klein – aber fein:

Kleine Unternehmen bilden Kleingruppen auf Auslandsmessen

Die Auswertung verdeutlicht, dass ausschließlich kleine und kleinste Unternehmen in 2005 und 2006 in den Genuss der Kleingruppenförderung gekommen sind. Die Auswertung zeigt auch, dass Kleinstunternehmen mit einer Anzahl von bis zu neun Mitarbeitern mit insgesamt rund 53 Prozent der beteiligten Unternehmen einen recht hohen Anteil darstellen.

Bei der Unternehmensgröße nach Jahresumsatzvolumen zeigt sich eine vergleichbare Konstellation. Hier stellen die Unternehmen mit bis zu 3 Mio Euro Jahresumsatz alleine die stärkste Unternehmensgruppe mit rund 67 Prozent in 2005 und rund 62 Prozent in 2006 aller beteiligten Unternehmen.

Das Kleingruppenförderprogramm ist auch ein ideales Programm für Einsteiger: 60 Prozent der beteiligten Unternehmen in 2005 (2006: 66 %) haben erstmals einen Antrag auf Kleingruppenförderung gestellt.

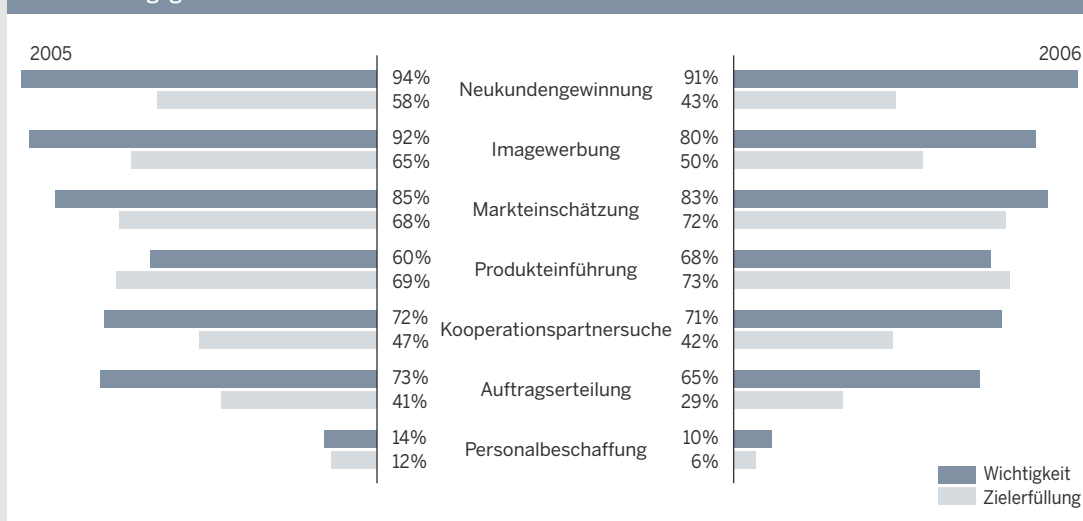
Auch beim Außenwirtschafts-Instrument Kleingruppenförderung auf Auslandsmessen stellt sich nach der Messeveranstaltung die Frage nach dem erzielten Erfolg und damit auch nach der Effizienz der eingesetzten Budgetmittel der Unternehmen und des Landes.

Das Ziel heißt: Markterfolg im Ausland

Alle Unternehmer sind stets auf der Suche nach neuen Kunden, nach Möglichkeiten der Umsatzsteigerung. Deshalb überrascht es nicht, dass fast alle beteiligten Unternehmen (2005: 94 %; 2006: 91 %) auch hier die Neukundengewinnung als eines der wichtigen bis sehr wichtigen Unternehmensziele anführten. Bei der Zielerfüllung gaben im Jahr 2005 weit mehr als die Hälfte (58 %), im Jahr 2006 etwas weniger als die Hälfte der Unternehmen (43 %) an, dieses Ziel mit einem Wert zwischen 50 und 100 Prozent erreicht zu haben.

Abbildung 16

Bedeutung der Unternehmensziele Zielerfüllungsgrad



Dass die Messebeteiligung als Aussteller im Rahmen einer Kleingruppenförderung ein erfolgreiches Marketinginstrument ist, zeigt die Abbildung 16. Bei den fünf als besonders wichtig eingestuften Zielformulierungen wurden in beiden Jahren die Zielerfüllung nach Angaben der Unternehmer überdurchschnittlich gut erreicht. Alle Zielerreichungswerte lagen bei den fünf Top-Zielen im Bereich von 41 bis 72 Prozent. Der hohe Grad der Zielerreichung zeigt, dass die Firmen, die als Unternehmen selbst aktiv wurden und aufgrund ihrer unternehmerischen Eigeninitiative die Kleingruppen-Beteiligung anstrebten, sich offensichtlich bestens im Vorfeld mit dem jeweiligen Auslandsmarkt und den jeweiligen Rahmenbedingungen auseinandersetzen und letztendlich auf das „richtige Pferd“ gesetzt haben.

Erfolg oder Misserfolg: Oft fällt bereits am Messestand die Entscheidung

Für die am Kleingruppenförderprogramm teilnehmenden Unternehmen stimmt beides, sowohl die Gesprächsqualität als auch die Kontakte zu Entscheidungsträgern. Im Jahr 2005 gaben 64 Prozent der Unternehmen (2006: 58%) an, dass die Gespräche und Kontakte ihre Erwartungen erfüllt bzw. sogar übertrafen haben. Im Jahr 2005 wurden ca. 4.800 Kontakte, im Jahr 2006 ca. 3.590 Kontakte zu Entscheidern aufgenommen. Obwohl es im Messegeschäft nur ein „Nebenschauplatz“ und nicht vorrangiges Ziel ist, Kooperationspartner zu finden, ergibt sich diese Möglichkeit dennoch für die Kleingruppen-Teilnehmer. Sozusagen als „Zugabe“ wurden in 2005 von 111 Unternehmen am Messestand Kontaktgespräche mit rund 264 potenziellen Kooperationspartnern (in 2006 von 77 Unternehmen mit rund 203 potenziellen Kooperationspartnern) geführt.

Ein Großteil der beteiligten Unternehmen verfügte bereits über Auslandskontakte und Erfahrungswerte. 77 Prozent der Teilnehmer im Jahr 2005 (2006: 75%) sind bereits in Auslandsmärkten geschäftlich aktiv. 81 Prozent (2006: 70%) sind bereits in dem Land aktiv, in dem die Messe stattgefunden hat.

Abbildung 17

Unternehmensbeteiligung nach Wirtschaftsregionen

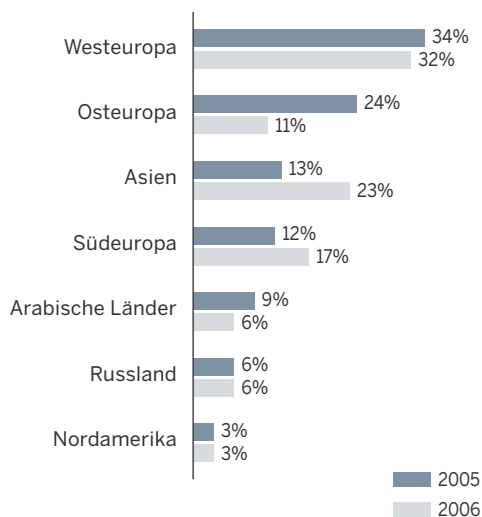
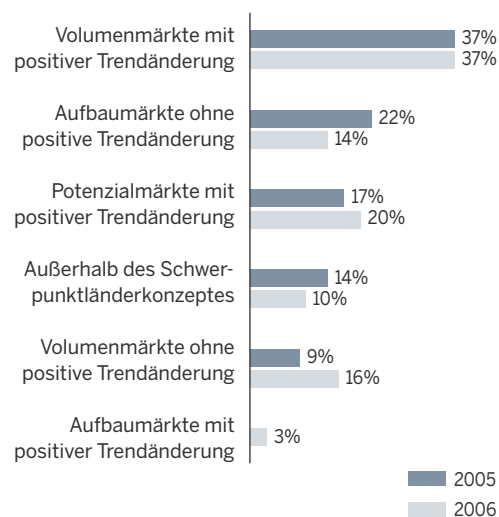


Abbildung 18

Unternehmensbeteiligung gemäß NRW-Schwerpunktländerkonzept



Westeuropa hoch im Kurs

Die Analyse lässt da nur einen Schluss zu: „Das Gute liegt so nah.“ Denn Europa mit den Regionen West-, Ost- und Südeuropa liegt mit 70 Prozent in 2005 und 60 Prozent in 2006 deutlich an der Spitze der Kleingruppenbeteiligungen (siehe Abb. 17). Das Hauptaugenmerk werfen die Unternehmen, wenn es um die für das Auslandsgeschäft besonders interessanten Wirtschaftsräume geht, auf den westlichen Teil Europas. Mit deutlichem Abstand folgt dann der Raum „Osteuropa und die Türkei“. Man kann zusammenfassend feststellen, dass die geografisch am nächsten liegenden Wirtschaftsregionen das stärkste Interesse hervorrufen.

Gute Noten für Organisation und Durchführung

Da es sich bei den Kleingruppen-Beteiligungen um Messeauftritte handelt, bei denen die Unternehmen von sich aus tätig werden und vieles eigenverantwortlich gestalten können, ist die Bewertung der Organisation, des Anmeldeverfahrens, der Standplatzierung und der technischen Services von großem Interesse. 73 Prozent der Unternehmen in 2005 (2006: 72%) zeigten sich mit dem Anmeldeverfahren und 71 Prozent in beiden Jahren mit den Beteiligungsbedingungen zufrieden. 76 Prozent der Unternehmen in 2005 und 2006 sind zufrieden mit der Standplatzierung sowie 82 Prozent in 2005 (2006: 79%) mit der Organisation. Diese überdurchschnittlichen Zufriedenheitswerte werden dadurch erzielt, dass die Unternehmen diese Bereiche eigenverantwortlich gestalten können. 79 Prozent der Beteiligten in 2005 (2006: 74%) möchten sich im Folgejahr erneut an der besuchten Messe beteiligen.

Schwerpunktländer sind bevorzugte Länder

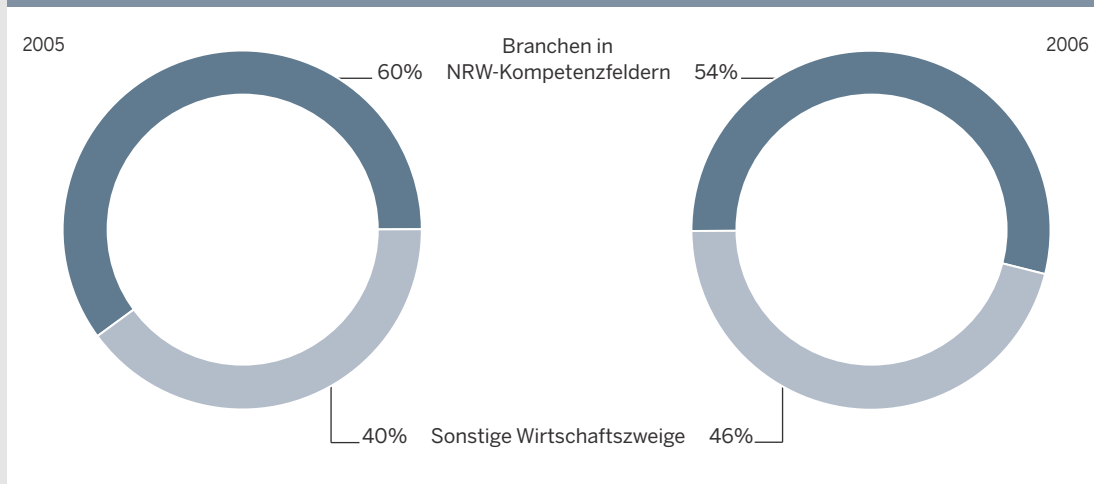
Bei der Ländergewichtung (siehe Abb. 18) wird deutlich, dass die Mehrzahl der Unternehmen (2005 und 2006: 37%) sich für Messebeteiligungen in den NRW-Schwerpunktländern und Märkten mit positiver Trendänderung (schwerpunktmäßig: Länder in Westeuropa) entschieden haben. Das sind Ergebnisse, die die Außenwirtschaftsaktivitäten des Landes und vor allem das Schwerpunktländerkonzept eindeutig bestätigen. Sie zeigen, dass mit dem Schwerpunktländerkonzept die Zielgruppe erreicht wird. Beachtenswert ist die Tatsache, dass 47 Unternehmen (2005: 22%; 2006: 14%) sich für Kleingruppenbeteiligungen in Aufbaumärkten mit negativer Trendänderung (Bulgarien, Serbien und die Vereinigten Arabischen Emirate) entschieden haben.

Volltreffer: Mehr als die Hälfte der Unternehmen kommt aus den NRW-Kompetenzfeldern

Die Unternehmen, die den NRW-Kompetenzfeldern (siehe Seite 14) zugeordnet werden können (siehe Abb. 19), sind deutlich in der Mehrzahl (2005: 60%; 2006: 54%). Die restlichen Unternehmen gehören zu den sonstigen Branchen (2005: 40%; 2006: 46%). Die meisten Unternehmen aus dieser Gruppe kommen aus dem Bereich Handel und sonstige Dienstleistungen.

Abbildung 19

Branchenherkunft der Unternehmen gewichtet nach NRW-Kompetenzfeldern Kleingruppenförderung



Die Tatsache, dass in beiden Jahren jeweils fast sechs von zehn Unternehmen der Gruppe der NRW-Kompetenzfelder zugeordnet werden konnten, zeigt die erfolgreiche Umsetzung des Kompetenzfelder-Konzeptes des Landes für den Bereich Kleingruppenförderung.

Fazit

Durch die Kleingruppenförderung wird es gerade kleinen und kleinsten Unternehmen ermöglicht, eine internationale Messebeteiligung in einem ansprechenden Rahmen durchzuführen. Sie ist ein wirkungsvolles und zielgerichtetes Instrument der Außenwirtschaftsförderung in Nordrhein-Westfalen.

3.2 Nächster Halt „Ausland“: Delegations- und Unternehmerreisen

Unternehmerreisen mit flankierender politischer Begleitung können „Türöffner“ in neue Märkte im Ausland sein. Delegations- und Unternehmerreisen sind geeignete Instrumente auch für NRW-Unternehmen, in dem jeweiligen Land erste fundierte und qualitativ hochwertige Kontaktgespräche zu führen – im Sinne einer exportorientierten Geschäftsanbahnung. Das Instrument der Delegationsreise wird von den Unternehmen genutzt, um im jeweiligen Zielland bei Flankierung durch die Politik neue Kontakte zu finden bzw. bestehende zu vertiefen.

Da die Reisen sowohl in Bezug auf die Anzahl der beteiligten Unternehmen als auch im Hinblick auf das Ziel und die Durchführung sehr unterschiedlich strukturiert sind, wird dieser Umstand in der Auswertung besonders berücksichtigt. Aufgrund des heterogenen Reiseverhaltens der Teilnehmer wurde die Auswertung jeweils im Hinblick auf repräsentativ auswertbare Teilaspekte vorgenommen.

Abbildung 20
Gesamtübersicht Delegationsreisen 2005

Reiseziel	Reiseland	vom	bis	Unternehmen
Investitionsforum Kostroma	Russland	26.05.	29.05.2005	14
Delegationsreise Energie Korea	Korea/Süd	26.09.	01.10.2005	12
Delegationsreise mit Workshop zu erneuerbaren Energien	Vietnam	01.10.	05.10.2005	4
Delegationsreise Energie zur GTS 05	Thailand	07.11.	10.11.2005	15
NRW-Unternehmerforum	Frankreich	29.11.	01.12.2005	13
Unternehmen:				58

Abbildung 21
Gesamtübersicht Delegationsreisen 2006

Reiseziel	Reiseland	vom	bis	Unternehmen
NRW-Unternehmerforum	Großbritannien	14.02.	16.02.2006	45
Delegationsreise Moskau	Russland	08.08.	11.08.2006	12
Markterschließungsreise	Ungarn	02.10.	04.10.2006	21
Unternehmen:				78

Im Jahr 2005 wurden fünf Delegationsreisen/Unternehmerreisen mit insgesamt 58 teilnehmenden Unternehmen bzw. deren Repräsentanten durchgeführt.

Im Jahr 2006 nutzen insgesamt 78 Unternehmen bzw. deren Repräsentanten die drei durchgeführten Delegationsreisen/Unternehmerreisen, um Kontakte in den jeweiligen Ländern zu knüpfen und das Auslandsgeschäft anzukurbeln.

Eine Frequenzprüfung, die vom MWME vorgenommen wurde, zeigt, dass im Zeitraum von Januar 2003 bis Juni 2006 insgesamt Vertreter von 765 Unternehmen an Reisen teilgenommen haben. Davon haben 82 Prozent einmal und 18 Prozent zwei bis sieben Mal an Delegationsreisen teilgenommen.

Was hat es gebracht? Erfolgskontrolle – auch bei Unternehmerreisen wichtig

Wichtige Indikatoren für den Erfolg von Unternehmerreisen sind eine gute Organisation und die professionelle Durchführung der Reisen. Bestimmend für den Unternehmenserfolg können auch generelle oder schon spezifische Erfahrungen der Reiseteilnehmer auf Auslandsmärkten sein. Eines der Hauptziele von Delegationsreisen ist die Anbahnung von Unternehmenskontakten zu Multiplikatoren und Kooperationspartnern. Insgesamt wurden während der Delegationsreisen 284 Kontakte zu Entscheidern und 36 Kooperationspartnern hergestellt. Die Mehrheit der Unternehmen (83%) würde sich erneut an einer Delegationsreise beteiligen.

Erfahrungen in Auslandsmärkten bereits vorhanden

Die Teilnahme an einer Unternehmerreise ist in den meisten Fällen nicht der erste Schritt bzw. das erste Instrument, für das sich am Auslandsgeschäft interessierte Unternehmer entscheiden.

Der überwiegende Teil der Reiseteilnehmer (2005: 100%; 2006: 83%) ist bereits auf Auslandsmärkten aktiv. 97 Prozent der Teilnehmer in 2005 (2006: 57%) sind bereits in dem Land aktiv, in dem die Messe stattfindet. So bestehen bei den Teilnehmern grundsätzlich schon gute Voraussetzungen für eine weitere Intensivierung des Auslandsengagements.

Westeuropa auch bei den Delegationsreisen am interessantesten

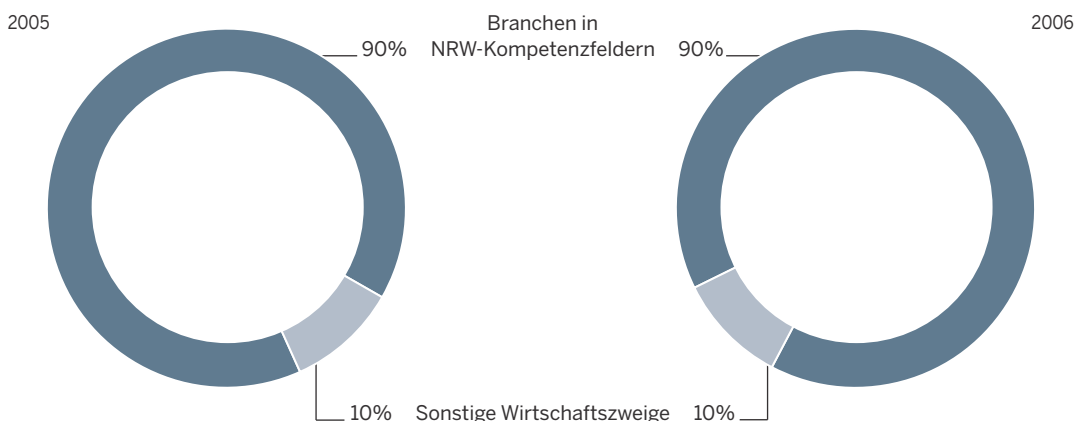
Wo lagen die Interessen bei den Reiseteilnehmern in den Jahren 2005 und 2006? Wie bei den Teilnehmern an den Firmengemeinschaftsständen im Ausland und bei den Kleingruppen-Teilnehmern ist auch hier die Interessenlage eindeutig. Für den Wirtschaftsraum Westeuropa besteht das größte Interesse (2005: 80%; 2006: 87%), mit großem Vorsprung vor Osteuropa und der Türkei, gefolgt von Russland.

Branchenstruktur zeigt deutliche Tendenz zu NRW-Kompetenzfeldern

Aus der zu Beginn beschriebenen Klassifizierung ergibt sich die Gewichtung in zwei Unternehmensgruppen.

Abbildung 22

Branchenherkunft der Unternehmen gewichtet nach NRW-Kompetenzfeldern Delegationsreisen



Zum einen die Unternehmen, die den NRW-Kompetenzfeldern zugeordnet werden können (2005 und 2006: 90 %) und zum anderen die Gruppe, die den sonstigen Branchen zugeordnet wird (2005 und 2006: 10 %). Da in beiden Jahren jeweils neun von zehn Unternehmen der Gruppe der NRW-Kompetenzfelder angehörten (siehe Abb. 22), kann man von einer äußerst positiven Praxis-Umsetzung des Kompetenzfelder-Konzeptes des Landes auch im Bereich der Delegationsreisen/Unternehmerreisen sprechen.

Kurz und bündig: Weitere Auslandsreisen im Jahr 2005 in der Rückschau

Delegationsreise in die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE)

Eine Delegation besuchte vom 29.01. bis 02.02.2005 die Fachmesse Environment in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE).

Reise von Staatssekretär Dr. Walter-Borjans nach Istanbul (Türkei)

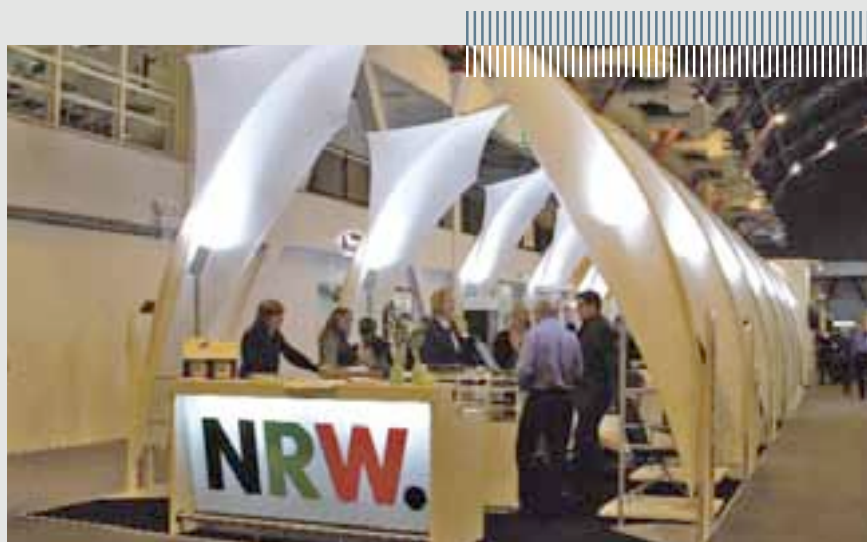
Anlass der Reise vom 04.05. bis 06.05.2005 war die Teilnahme am Deutsch-Türkischen Wirtschaftskongress der Türkisch-Deutschen Industrie- und Handelskammer (TD-IHK) in Zusammenarbeit mit der Türkischen Kammer- und Börsenunion (TOBB) und der Deutsch-Türkischen Industrie- und Handelskammer.

Besuch der Messe 100% Design in London

Staatssekretär Dr. Baganz besuchte am 28.09.2005 auf der Messe 100% Design den NRW-Gemeinschaftsstand, der mit ausgewählten Galeristen und jungen Nachwuchskünstlern aus Nordrhein-Westfalen die Kreativwirtschaft des Landes repräsentierte.

Delegationsreise von Staatssekretär Dr. Baganz nach Bukarest (Rumänien)

Staatssekretär Dr. Baganz führte vom 02. bis 04.11.2005 mit Unternehmen aus den Branchen Wassertechnik, Umwelttechnologien, Bauwesen und Food-Processing eine Delegationsreise mit Kooperationsbörse anlässlich der Messen Indagra, Expo-Drink und All Pack nach Bukarest durch.



Besuch der Messe Pollutec, Paris/Frankreich

Staatssekretär Dr. Baganz besuchte die Umweltmesse Pollutec vom 29.11. bis 01.12.2005 in Paris/Frankreich. Mehr als 30 NRW-Unternehmensvertreter, darunter 13 Aussteller des NRW-Firmengemeinschaftsstandes auf der Umwelttechnologiemesse Pollutec, begleiteten Herrn Dr. Baganz. Der Wirtschaftsstaatssekretär führte politische Gespräche mit der Region Île de France, dem Kabinettschef des französischen Industrieministeriums sowie mit weiteren Repräsentanten aus Politik und Unternehmen.

Markterschließungsreisen nach Asien 2005

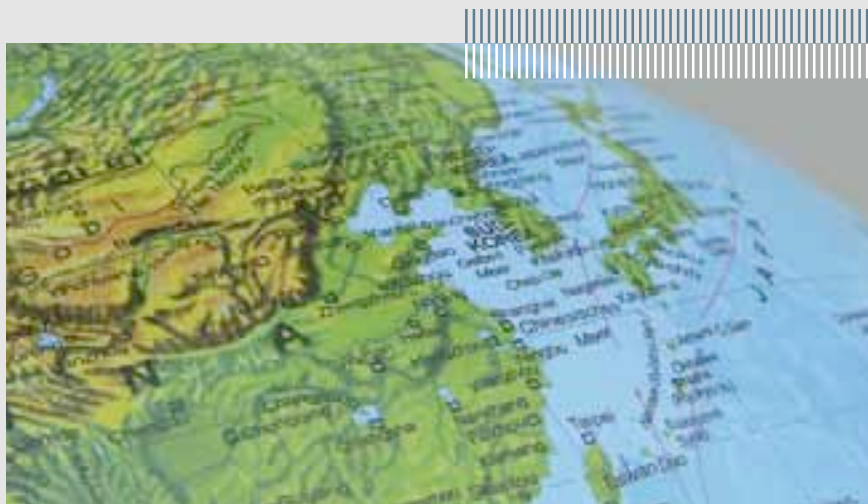
Januar 2005

Zu Beginn des Jahres fand vom 08.01. bis 14.01.2005 eine Reise in die chinesische Partnerprovinz Shanxi als Begleitung des damaligen MVEL statt.

Februar 2005

Im Bereich Asien arbeitet das MWME seit langem eng mit den NRW-Industrie- und Handelskammern zusammen. Das Ministerium begleitete auch 2005 eine IHK-Chinareise. Mit der Reise, an der 20 Unternehmensvertreter teilnahmen, wurde die bestehende Wirtschaftskooperation zwischen der IHK Essen und der Stadt Kunshan in der Partnerprovinz Jiangsu gefestigt. Neben Kunshan und Suzhou stand auch Shanghai auf dem Programm. Dort organisierte die Außenhandelskammer das Programm. Der Abteilungsleiter Außenwirtschaft und der Referatsleiter Asien/Pazifik nutzten die Reise zu zusätzlichen Gesprächen mit der Provinzregierung Jiangsu beispielsweise über das Stipendiatenprogramm. Ein Treffen ehemaliger Stipendiaten sowie Gespräche mit der Zentralregierung standen dann auf dem Programm bei der Weiterreise nach Vietnam. (Reisedauer: 19.02. bis 01.03.2005)

Vom 26.02. bis 03.03.2005 begleitete das damalige MWA eine Reise des MVEL nach China (Shanghai, Haikou, Guangzhou und Hongkong) zur Unterstützung der Bemühungen um weitere Direktflugverbindungen von China nach Nordrhein-Westfalen.



März 2005

Im März 2005 stand erneut das Reha- und Pflegeseminar in Kawasaki (Japan) auf dem Programm. In enger Kooperation mit der IHK Düsseldorf wurden vier NRW-Unternehmen von der Stadt Kawasaki eingeladen, sich zu präsentieren und ein Unternehmensmatching durchzuführen. Die Begleitung durch das MWME wurde zudem dazu genutzt, zukünftige Maßnahmen im Rahmen der Kooperation zu besprechen, zum Beispiel die Ausrichtung des Seminars in 2006 als Bestandteil des japanischen Deutschland-Jahres 2005/2006 durch das Land Nordrhein-Westfalen.

Vom 19.03. bis 25.03.2005 begleitete das damalige MWA eine China-Delegationsreise aus den Bereichen Umwelt- und Ernährungswirtschaft unter Leitung der Umweltministerin Höhn. Es fanden politische Gespräche in Wuxi, Nanjing und Suzhou sowie Workshops mit anschließenden Firmenmatchings zu beiden Branchen statt.

April 2005

Vom 04.04. bis 10.04.2005 begleitete das MWA unter Leitung des Staatssekretärs Dr. Walter-Borjans eine Delegationsreise des VDMA (Schwerpunkt Bergbaumaschinen) in die Bergbauprovinz Shanxi (China).

Mai 2005

Am 22.05.2005 veranstaltete die Provinzregierung Sichuan (China) ein Treffen aller Partnerregionen. Aufgrund der zeitgleich stattfindenden Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen konnte lediglich eine Delegation auf Arbeitsebene an diesem Treffen teilnehmen. Vertreten waren die Staatskanzlei, das MUNLV und das damalige MWA, außerdem die GfW Nanjing und InWent. Es gelang am Rande der Veranstaltung, gemeinsam mit der niederländischen Delegation und InWent ein EU-Projekt für Sichuan zu verabreden.

Juni 2005

Ausdruck der engen Zusammenarbeit mit der IHK-Schwerpunktkammer Köln war die Begleitung einer IHK-Reise nach Vietnam vom 28.06. bis 04.07.2005.

Juli 2005

Ganz im Zeichen der Vorbereitungen für das NRW-Forum als zentrale Veranstaltung der NRW-Präsentation im japanischen Deutschland-Jahr stand eine Reise nach Japan vom 05.07. bis 13.07.2005.

August 2005

Gemeinsam mit dem VDMA begab sich das MWME vom 28.08. bis 02.09.2005 auf eine Fact-Finding-Tour nach Shaanxi (China). Shaanxi ist auch Bergbauprovinz, aber nicht identisch mit der Partnerprovinz Shanxi. Es ergaben sich eine Reihe von positiven Anknüpfungspunkten vor allem für die Branchen Bergbauzulieferer und Maschinenbau, die weiter verfolgt werden sollen.

Oktober 2005

Eine Delegationsreise führte nach Vietnam (01.10. bis 05.10.). Die Begleitung der China Coal and Mining und die Führung politischer Gespräche standen im Mittelpunkt der ersten Chinareise von Frau Ministerin Thoben vom 24.10. bis 27.10.2005.

November 2005

Vom 07.11. bis 11.11.2005 fand in Tokio das NRW-Forum als Hauptveranstaltung Nordrhein-Westfalens im Rahmen des Deutschland-Jahres in Japan 2005/2006 statt. Neben Herrn Breuer, Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten, nahmen verschiedene Staatssekretäre teil, so auch Staatssekretär Herr Dr. Baganz, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie. Neben den Seminaren standen vor allem Gespräche mit der Regierung, mit Unternehmen und Energieinstitutionen auf dem Programm. Es schlossen sich weitere Programmpunkte in Nagasaki und Kitakyushu an.

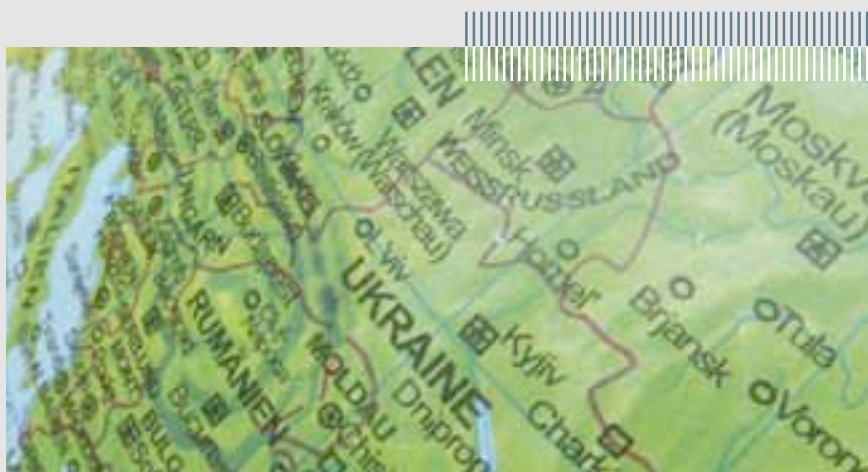
Bei der Weiterreise des Referatsleiters Asien/Pazifik, Herrn Dr. Scholz, mit einer kleinen Delegation der Essener Wirtschaftsförderung nach Vietnam bis zum 20.11.2005 konnten in hochrangigen Gesprächen in Ho-Chi-Minh-City und Hanoi neue Ansatzpunkte für eine Kooperation mit der Essener und NRW-Wirtschaft verabredet werden.

Den Abschluss des Jahres bildete vom 18.11. bis 27.11.2005 eine weitere Fact-Finding-Tour, die nach Sichuan (China) und damit in eine Partnerprovinz führte. Diese von Vertretern des Bundesverbandes Junger Architekten und der Kreis-Handwerkerschaft Dortmund durchgeführten Reise hatte eine neue Zielgruppe im Visier. Gerade im noch nicht so stark bebauten Chengdu eröffnen sich attraktive Potenziale für diese Branche, die im laufenden Jahr verfolgt werden sollen.

Weitere Auslandsreisen in 2006

Delegationsreise nach Moskau

Unter Leitung von Herrn Ministerialdirigent Bütöf reiste eine 12-köpfige Unternehmer-Delegation aus Nordrhein-Westfalen in der Zeit vom 08.08. bis



11.08.2006 zur Internationalen Bauwoche der Region Moskau nach Russland. Die russische Bauwirtschaft boomt seit einiger Zeit, die Nachfrage ist ungebrochen. Da die heimische Branche nicht alles bedienen kann, bieten sich auch Chancen für ausländische Unternehmen – vor allem auch für deutsche Unternehmen und Produkte, die dort einen guten Ruf haben.

Delegationsreise nach Washington, Philadelphia und New York

Unter Leitung von Staatssekretär Dr. Baganz reiste eine Delegation der Staatskanzlei und des MWME in der Zeit vom 10.09. bis 16.09.2006 an die Ostküste der USA. Schwerpunkte der Reise waren Energiethemen und die Vorbereitung der späteren Reise von Herrn Ministerpräsident Dr. Rüttgers. Zur weiteren Festigung der Partnerschaft zwischen Nordrhein-Westfalen und dem US-Bundesstaat Pennsylvania unterzeichnete Dr. Baganz mit der Umweltministerin von Pennsylvania ein Memorandum of Understanding für den Bereich Energie/Energietechnik.

In Washington fanden Gespräche bei der Weltbank zum Aufbau eines Informationsnetzwerkes für die KMU-Förderung und mit US-Regierungsvertretern statt. Daneben wurden auch die Kontakte zu NRW-Unternehmen in den USA bzw. zu den Muttergesellschaften von US-Unternehmen in Nordrhein-Westfalen gepflegt (z. B. Amgen, Qiagen, Altana und Bayer).

Reise in die Türkei nach Ankara und Istanbul

In der Zeit vom 30.10. bis 02.11.2006 reiste Ministerin Thoben nach Ankara und Istanbul. In Ankara traf sie sich zu politischen Gesprächen mit dem Minister für Industrie- und Handel, Herrn Coskun, dem Verkehrsminister, Herrn Yildirim, dem Vorsitzenden des parlamentarischen Ausschusses der Türkei für Energie, Wirtschaft, Wissenschaft und Technologie, Herrn Aksoy, und führte ein Gespräch mit dem Präsidenten der Energie-Regulierungsbehörde (EMRA), Herrn Günay. Zum Programm der Ministerin gehörten die Besichtigung des Atatürk-Mausoleums, eine Kranzniederlegung und ein Eintrag in das dortige Gedenkbuch.

In Istanbul eröffnete die Ministerin gemeinsam mit dem türkischen Energieminister, Herrn Dr. Güler, das dritte deutsch-türkische Symposium zu erneuerbaren Energien und Energieeffizienz.

Im Rahmen der Reise wurde die positive Entwicklung der langjährigen freundschaftlichen Beziehungen beider Länder gewürdigt, das gemeinsame Interesse an der wirtschaftlichen Zusammenarbeit vor allem im Bereich Energie inklusive der sachgerechten Weiterentwicklung und Nutzung erneuerbarer Energien unterstrichen, die Förderung der Zusammenarbeit und Unterstützung von türkischen KMU bei Messen in Deutschland sowie ein Besuch der Ministerin anlässlich der Hannovermesse 2007 (die Türkei ist das Partnerland) vereinbart. Darüber hinaus wurden weitere Kooperationsmöglichkeiten, vor allem im kulturellen Bereich bezogen auf Essen und Istanbul als Weltkulturhauptstädte 2010, in Aussicht gestellt.

Markterschließungsreisen nach Asien 2006

Auch im Jahr 2006 fanden keine vom MWME federführend organisierten und durchgeführten Delegationsreisen nach Asien statt. Die Attraktivität dieser Märkte ist weiterhin so groß, dass es zahlreiche Delegationsreisen von einer Vielzahl von Institutionen und Akteuren der nordrhein-westfälischen Außenwirtschaftsszene gab. Bei diesen Reisen wurden auf Wunsch der Partner durch Beteiligung des MWME politische Flankierung geleistet und Synergieeffekte erzielt. Diese Reisen sind nicht in den vorgenannten Übersichten erfasst.

Februar 2006

Zu Beginn des Jahres wurden nochmals Veranstaltungen des Jahres „Deutschland in Japan 2005/2006“ durchgeführt. Im Februar fanden zwei Veranstaltungen der Event-Tour des NRW-Programms zum Thema Medizintechnik in Osaka und Kawasaki statt. In Zusammenarbeit mit der IHK Düsseldorf präsentierten sich dabei fünf Medizintechnik- und Hilfsmittelanbieter aus Nordrhein-Westfalen dem japanischen Fachpublikum.

März 2006

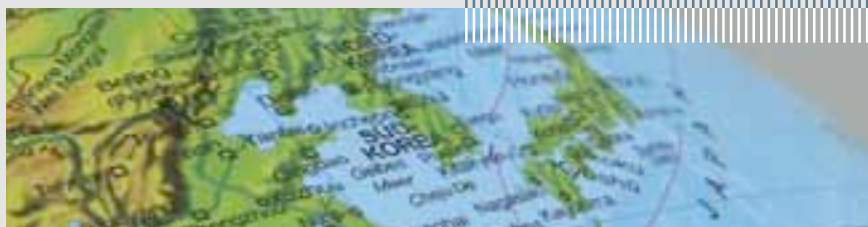
Im März reiste Frau Ministerin Thoben in der Delegation von Herrn Bundeswirtschaftsminister Glos nach Japan. Zudem gab es die beiden letzten Veranstaltungen des Deutschland-Jahres in Japan: Bei einer Konferenz mit begleitender Ausstellung präsentierte das Design-Zentrum NRW mit einigen Designern und Designunternehmen Nordrhein-Westfalen als den herausragenden Designstandort Deutschlands. In Yokohama stand bei einem Seminar der Maschinen- und Anlagenbau bzw. die Ingenieurkunst aus Nordrhein-Westfalen im Mittelpunkt.

Mai 2006

Im Mai reiste Staatssekretär Dr. Baganz als einziger Ländervertreter in der Delegation von Bundeskanzlerin Merkel (mit den Bundesministern Glos und Tiefensee) nach China und nahm in Beijing am Deutsch-Chinesischen Hochtechnologie-Forum teil. Darüber hinaus stand ein Besuch in der nordrhein-westfälischen Partnerprovinz Jiangsu auf dem Programm. Nahezu zeitgleich führte der VDMA eine Delegationsreise von Bergbauzulieferern nach China und in die Mongolei durch, die vom MWME begleitet wurde. Im gleichen Zeitraum flog eine vom MWME begleitete Delegation aus dem Baubereich unter Leitung der Kreishandwerkerschaft Dortmund nach China.

September 2006

Im September 2006 präsentierte sich die Mikro- und Nanotechnologie Nordrhein-Westfalens mit Unterstützung des Bundesforschungsministeriums und des MWME in Korea.



November 2006

Verbunden mit einem Auftritt auf einer Bergbaumesse in Beijing präsentierte sich die Energiewirtschaft Nordrhein-Westfalens in Beijing und in der Partnerprovinz Shanxi. Im Mittelpunkt dreier Symposien standen neben der Bergbautechnik vor allem die Nutzung von Grubengas sowie Fragen des CDM-Prozesses.

Die Industrie- und Handelskammern des Ruhrgebiets führten eine Fact-Finding-Tour nach Indien durch. Dieser Delegation schloss sich das MWME an, um Kontakte zu knüpfen und die Reise von Ministerin Thoben mit einer großen Delegation der NRW-IHKs im März 2007 vorzubereiten.

Staatssekretär Dr. Baganz reiste gemeinsam mit Minister Breuer (MBEA) sowie den Staatssekretären Dr. Stückradt (MIWFT) und Prof. Winter (MAGS) nach Japan, um der Präsentation Nordrhein-Westfalens während des Deutschland-Jahres Gewicht zu verleihen. Dabei wurde deutlich, wie sehr das Jahr den sowieso schon hervorragenden Beziehungen Nordrhein-Westfalens zu Japan genutzt hat. Staatssekretär Dr. Baganz reiste dann weiter nach China, um in Chengdu, der Hauptstadt der Partnerprovinz Sichuan, als Leiter der Deutschen Delegation am EU-China-Partenariat teilzunehmen.



3.3 Inlandsmessen: Auslandskontakte schon im Inland machen

Als exportorientierter Unternehmer muss man nicht unbedingt nur im Ausland auf Kundensuche gehen. Auch auf großen internationalen Fachmessen im Inland können die ersten Schritte ins Auslandsgeschäft gut vorbereitet oder schon getan werden. Mit den NRW-Gemeinschaftsständen auf internationalen Fachmessen im Inland ermöglicht das Land Nordrhein-Westfalen vor allem kleinen und mittleren Unternehmen eine hochwertige Messebeteiligung.

Abbildung 23

Firmengemeinschaftsstände im Inland 2005

Messenname	Messeort	vom	bis	Messethema	Unternehmen
CeBIT	Hannover	10.03.	16.03.2005	Informationstechnik	16
E-world energy & water	Essen	15.03.	17.03.2005	Energietechnik	25
Hannover-Messe Industrie	Hannover	11.04.	15.04.2005	Fabrikautomation	17
Hannover-Messe Energy	Hannover	11.04.	15.04.2005	Energietechnik	14
AERO	Friedrichshafen	21.04.	24.04.2005	Luft- und Raumfahrttechnik	19
transport logistic	München	31.05.	03.06.2005	Verkehrstechnik	22
IAA	Frankfurt	15.09.	25.09.2005	Automobile	14
BIOTECHNICA	Hannover	18.10.	20.10.2005	Biotechnologie	53
MEDICA	Düsseldorf	16.11.	19.11.2005	Medizintechnik, Life Science	52
Unternehmen:					232

In 2005 waren es neun Messen (siehe Abb. 23), an denen sich 232 Unternehmen innerhalb der vom Land Nordrhein-Westfalen geförderten Firmengemeinschaftsstände beteiligten.



Abbildung 24
Firmengemeinschaftsstände im Inland 2006

Messenname	von	bis	Messethema	Unternehmen
E-world energy & water	14.02.	16.02.2006	Energiewirtschaft	21
CeBIT	09.03.	15.03.2006	Informationstechnik	11
Hannover-Messe Industrie	24.04.	28.04.2006	Fabrikautomation	15
Hannover-Messe Energy	24.04.	28.04.2006	Energiewirtschaft	20
ILA	16.05.	21.05.2006	Luft- und Raumfahrttechnik	10
Entsorga	24.10.	27.10.2006	Umwelttechnik, Wassertechnik, Entsorgung	13
MEDICA	15.11.	18.11.2006	Medizintechnik, Gesundheit	40
Haus & Wohnen	23.11.	26.11.2006	Bautechnik, Innenausbau, Elektrotechnik	12
Unternehmen:				102

Im Jahr 2006 war das Land auf acht Fachmessen (siehe Abb. 24) vertreten. Dort zeigten 102 Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen ihre exportfähigen Produkte und Dienstleistungen. Der überwiegende Teil der teilnehmenden Firmen sind kleine und mittlere Unternehmen (2005: 83%; 2006: 80%).

Bei den größeren Firmen bzw. Institutionen handelt es sich entweder um namhafte Unternehmen, die auch zur öffentlichkeitswirksamen Unterstützung gewonnen werden konnten, oder um Forschungs- bzw. Landeseinrichtungen, die im Rahmen der E-government-Initiativen teilgenommen haben.

Eine große Zahl der Unternehmen war mit der Messebeteiligung zufrieden (2005: 41%; 2006: 52%). 75 Prozent der beteiligten Firmen im Jahr 2005 (2006: 80%) wollen sich im Folgejahr wieder präsentieren.

Wer auf Messen ausstellt, sucht Kontakte – in diesem Fall Kontakte zu Entscheidern und Kooperationspartnern im jeweiligen Auslandsmarkt.

Die Auswertungen zeigen, dass mit 3.120 Kontakten im Jahr 2005 und mit 2.428 im Jahr 2006 die Zielvorgaben der Unternehmen erreicht wurden. Im statistischen Mittel ergaben sich somit pro Unternehmen 22 fundierte Kontakte im Jahr 2005 sowie 25 im Jahr 2006.

4. Außenwirtschaftsportal-NRW: Nur ein Klick bis ins Ausland!

In Deutschland befassen sich mehr als 300 Organisationen mit der Förderung von Auslandsgeschäften. Darunter befinden sich unter anderem Fachverbände, Kammern, Ministerien und Fördergesellschaften von Bund und Ländern, Vereine, Stiftungen und Finanzierungsinstitutionen.

Mit Blick auf unser föderatives System, der dezentralen fachlichen Struktur und der Teilung der Zuständigkeit zwischen Staat und Wirtschaft in unserem Lande sind diese vielfältigen Informationswege durchaus sinnvoll und auch gewollt.

Unumstritten sind die dadurch entstehenden Wettbewerbsvorteile gegenüber zentralen Systemen, wie man sie beispielsweise in Frankreich oder England vorfindet. Unser System, ausgestattet mit großer Informationsvielfalt sowie ausgeprägter Praxis- und Zielgruppennähe bei der Informationsaufbereitung, unterstützt deutsche Unternehmen auf ihrem Weg zur bekannten Exportstärke.

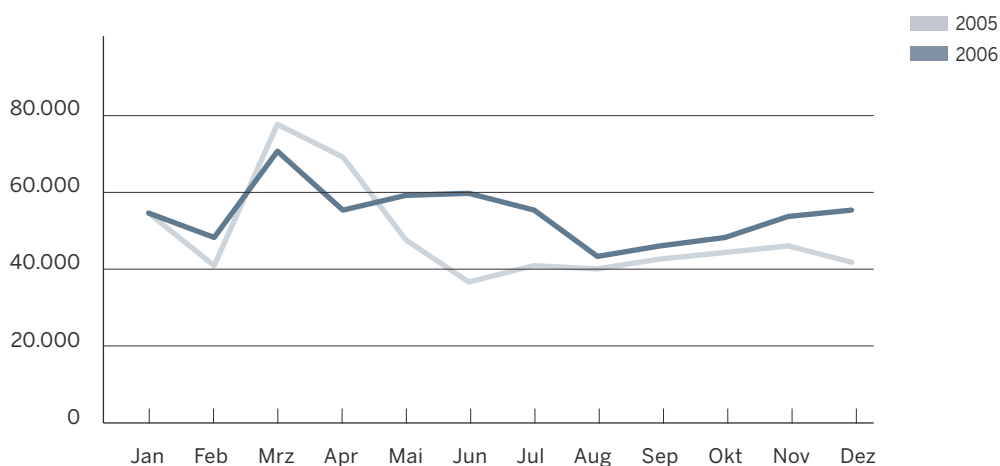
Wie fast alles, bringt aber dieses dezentrale System der Außenwirtschaftsförderung auch Nachteile mit sich: Mangel an Transparenz, ein schwer durchschaubarer Dschungel an Informationen, Kompetenz- und Zuständigkeitsprobleme, unzureichende Zugangsmöglichkeiten usw.

Hier setzt das Außenwirtschaftsportal-NRW an. Es lotst Unternehmer durch die vorhandene Informationsflut, und das ziel- und praxisorientiert. Es beantwortet Fragen der Unternehmer, und das schnell und qualifiziert.

Unternehmer, die den Weg ins Ausland gehen wollen, haben eine Vielzahl von Fragen: Wo finde ich Informationen über den ausländischen Markt und das Umfeld? Was wird von wem gefördert? Wie sind die Verfahren? Ansprechpartner und Kooperationsbörsen? Finanzierung und Ausschreibungen? Welche konkreten Programme kann man nutzen? Gibt es Länderscouts und Mentoren?

Im Jahr 2003 hat das NRW-Wirtschaftsministerium mit den Akteuren der Außenwirtschaft in Nordrhein-Westfalen das Kooperationsprojekt Außenwirtschaftsportal-NRW www.nrw-export.de aufgebaut. Die Informationen, Datenbanken, Veranstaltungskalender, aktuellen News und Termine der Kooperationspartner fließen im **Außenwirtschaftsportal-NRW**, einem **zentralen Internetportal**, zusammen.

Abbildung 25
Besucher im Außenwirtschaftsportal in den Jahren 2005/2006



Im Jahr 2005 wurden insgesamt **552.313 Visits** gezählt. In 2006 waren es bereits **622.554** (siehe Abbildung 25). Dies ergibt eine Steigerung der Zugriffe um 19,19 Prozent. Die Tendenz bei den monatlichen Portalbesuchen entwickelt sich weiterhin positiv in Richtung 50.000 bis 60.000.

Weiter vertieft hat sich die enge und bewährte Kooperation mit dem Landesamt für Verfassungsschutz und dessen Länderexperten im Bereich **Firmen-Know-How-Schutz bei Auslandsgeschäften**. Oft scheitern gut vorbereitete Auslandsgeschäfte an der auf internationalen Märkten drohenden Wirtschaftskriminalität (Konkurrenzausspähung durch Wettbewerber) und an Wirtschaftsspionage (Nachrichtendienste anderer Länder) durch z. B. Abhörung von Handyanrufen, Überspeichern von Festplatten, Abhören von Geschäftsgesprächen. Hier beraten die Experten des Landesamtes für Verfassungsschutz die NRW-Experteure kostenlos.

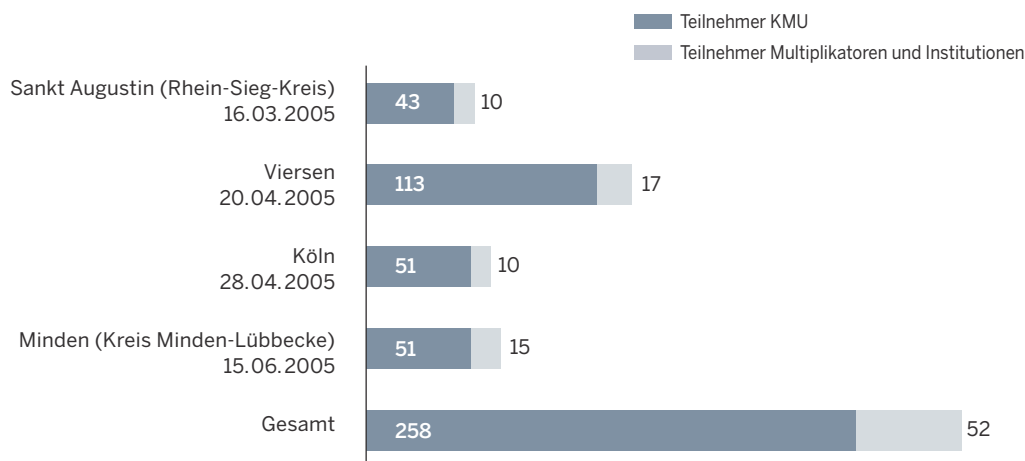
5. Außenwirtschaftskampagne NRW – „Ihr Weg ins Ausland“ Informationstournee wird zur Erfolgsgeschichte

Der Startschuss zur Außenwirtschaftskampagne des Landes Nordrhein-Westfalen fiel im Jahr 2001. In zahlreichen Regionalveranstaltungen wurden Vertretern aus mittelständischen Unternehmen verschiedene Möglichkeiten der Öffnung und Festigung ausländischer Märkte sowie die Wege dorthin vorgestellt. Die Experten informierten praxisnah über das „Handwerkszeug“ des Außenwirtschaftsgeschäftes und über innerbetriebliche Entscheidungskriterien wie die Qualifikation der Mitarbeiter und die wirtschaftliche Situation des Unternehmens. Themen wie Finanzierung und Risikoabsicherung, die Suche nach Geschäftspartnern, die fremde Landessprache, die andere Wirtschaftskultur und länderspezifische Besonderheiten werden angesprochen.

In den ersten beiden Jahren 2001 und 2002 fanden jeweils neun Veranstaltungen statt. Aufgrund des großen Erfolges wurden acht weitere Termine in 2003 sowie sechs in 2004 in verschiedenen NRW-Regionen realisiert.

Abbildung 26

Veranstaltungen im Rahmen der Außenwirtschaftskampagne NRW 2005



Zu den vier Veranstaltungen im Jahr 2005 kamen insgesamt 310 Teilnehmer. Aus der Kernzielgruppe nahmen 258 Vertreter von kleinen und mittleren Unternehmen teil. Durchschnittlich informierten sich 65 Unternehmensvertreter pro Regionalveranstaltung über den richtigen Weg ins Ausland. Auch bei den vier Veranstaltungen in 2005 wurden die Unternehmensvertreter gebeten, einen Fragebogen auszufüllen. 74 Bögen wurden ausgefüllt und ausgewertet. Mit der Umstrukturierung der Außenwirtschaft und der neu geschaffenen NRW.International soll auch das Instrument der Außenwirtschaftskampagne auf eine noch breitere Basis gestellt werden. Die NRW.International entwickelt dazu derzeit ein neues Konzept, in das auch die zahlreichen Außenwirtschaftsinformationsveranstaltungen von Kammern, Wirtschaftsförderern, Verbänden, Banken etc. einfließen werden, die auch nach Beendigung der Außenwirtschaftskampagne regelmäßig flächendeckend organisiert wurden.

Größe der teilnehmenden Unternehmen

Die Ergebnisse zeigen deutlich auf, dass die Kampagne ihre Zielgruppe erreicht hat. Nahezu alle Teilnehmer sind der Gruppe der kleinen und mittleren Unternehmen zuzuordnen, die ohne eigene Export- und Außenwirtschaftsabteilungen auskommen müssen.

Kampagne liefert die Informationen zielgenau und ohne großen Streuverlust

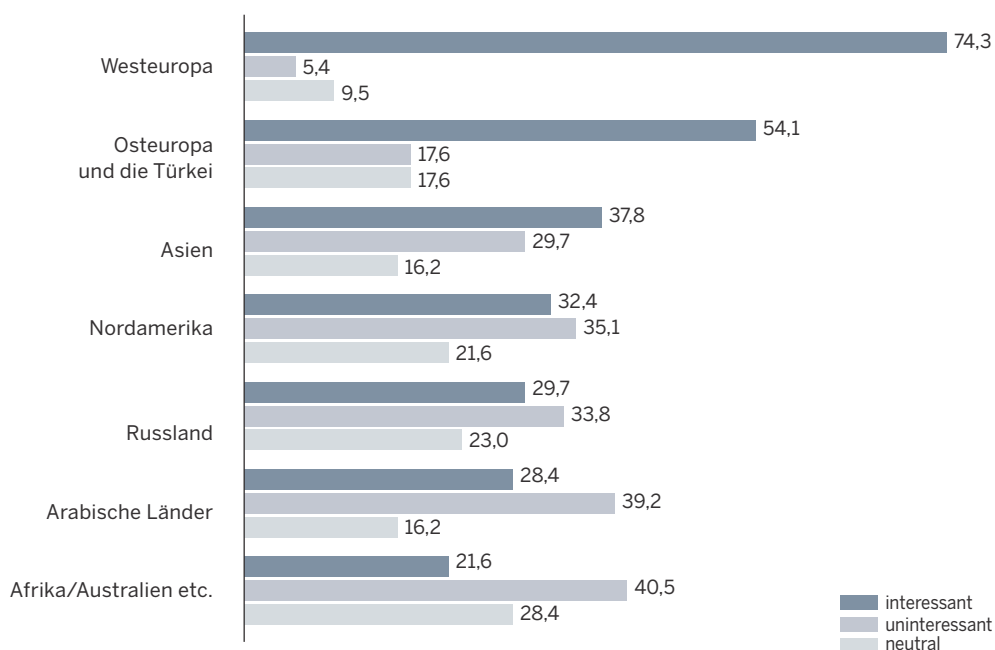
Die steigende Akzeptanz der Kampagnen-Veranstaltungen und auch die Umfrage-Ergebnisse bestätigen den enormen Bedarf an Außenwirtschaftsinformationen in der Zielgruppe der KMUs. Für mehr als 78 Prozent der Befragten im Jahr 2005 war die Kampagnenveranstaltung die erste Infoveranstaltung zum Thema „Außenwirtschaft“. Knapp 72 Prozent planen auf ausländischen Märkten, aktiv zu werden. Über 48 Prozent sind bereits geschäftlich im Ausland aktiv.

West- und Osteuropa besonders im Fokus der Unternehmen

Das größte Interesse der Befragten lag bei Westeuropa mit über 74 Prozent (siehe Abb. 27). Großes Interesse besteht auch an Auslandsaktivitäten in osteuropäischen Ländern und der Türkei (54,1%). Auf Rang drei folgt mit knapp 38 Prozent der asiatische Raum.

Abbildung 27

Interesse der beteiligten Unternehmen an Wirtschaftsräumen



Unternehmen wollen noch mehr Informationen

Die Auswertung zeigt auch deutlich, dass noch weiterer Informationsbedarf zum Themenkomplex „Außenwirtschaft“ besteht. Die Unternehmen wünschen sich noch mehr Informationen zu Märkten, Ländern und Regionen (72%), zu NRW-Förderprogrammen (72%) sowie zu Kooperationsbörsen (70%).

Ebenso auf dem „Wunschzettel“ der Unternehmer stand eine verstärkte Marketingunterstützung für die Unternehmen (66%). 73 Prozent der befragten Unternehmensvertreter würden eine Veranstaltung dieser Art noch einmal besuchen.

Die Entwicklung der Kampagne in den Jahren 2001 – 2005

Die bisherigen 36 Veranstaltungen besuchten rund 2.460 Teilnehmer. Etwa 1.860 Vertreter kamen aus der Kernzielgruppe der kleinen und mittleren Unternehmen.

Die durchschnittliche Teilnehmerquote bezogen auf die Gruppe der kleinen und mittelständischen Unternehmen lag in 2001 bei 43, in 2002 ebenfalls bei 43. Die höchsten Durchschnittsteilnehmerzahlen gab es in den Jahren 2003 mit 62, 2004 mit 57 sowie 2005 mit 65. Insgesamt lag die durchschnittliche Besucherzahl bei 52 Teilnehmern pro Veranstaltung.

Mit den höchsten Teilnehmerzahlen konnten folgende drei Kampagnenveranstaltungen aufwarten: Die Veranstaltung am 20.04.2005 in Viersen zählte 113 Unternehmensvertreter, bei der Talkrunde in Kevelaer am 27.03.2003 informierten sich 110 Teilnehmer. Den dritten Platz nimmt die Regionalveranstaltung in Wesel am 14.07.2004 ein. Dort kamen 99 Unternehmer zu der Außenwirtschaftsveranstaltung.

Ansprechpartnerin:

NRW.INVEST GmbH
Völklinger Straße 4
40219 Düsseldorf
Frau Petra Heller-Keusen
Telefon: 02 11 130 00-152
Telefax: 02 11 130 00-154
E-Mail: heller-keusen@nrwinvest.com

6. Weitere übergreifende Außenwirtschaftsaktivitäten

Zusammenarbeit mit den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE)

Im Essener Messe- und Kongress-Zentrum fand vom 11.05. bis 13.05.2005 das UAE-Germany Partnership Forum statt. Eine Partnership-Veranstaltung, die nach Foren unter anderem in Japan und Italien im Mai 2005 erstmals in Nordrhein-Westfalen durchgeführt wurde. Durchführungspartner waren die Messe Essen, das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit sowie die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung NRW.



Unternehmen aus ganz Deutschland informierten sich in einer Ausstellung und im Kongressprogramm über Investitions- und Geschäftsmöglichkeiten am Standort am Persischen Golf. Zum Höhepunkt wurde der Abendempfang mit 400 Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik, unter anderem mit den Ehrengästen Bundeskanzler Gerhard Schröder und dem Kronprinzen von Abu Dhabi, Sheikh Hamid bin Sultan al Nahyan.

Zuständig für Erstkontakte: Das Russland Support Center NRW

Das Russland Support Center (RSC) war ein seit Juli 2000 existierendes Projekt des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen (MWA), mit dem Ziel, an Russland interessierten NRW-Unternehmen Erstkontakte zu potenziellen Gesprächspartnern zu vermitteln. Projektträger war seit 01.01.2005 die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung NRW mbH. Das Land Nordrhein-Westfalen pflegt Partnerschaften zu folgenden Regionen in Russland: Nischnij Nowgorod, Kostroma, Samara und Rostow am Don. Seit einiger Zeit rückt auch die Region Moskau in den Blickpunkt.



Das Russland Support Center NRW verfügte über ein breites Spektrum von Dienstleistungsangeboten:

- Bereitstellung von wirtschaftlicher Basisinformation aus den russischen Partnerregionen
- Herstellung von Erstkontakten mit Unternehmen aus den russischen Regionen
- Hilfestellung und Begleitung einzelner NRW-Unternehmenskontakte in russische Regionen
- Auswertung von Unternehmensfragen aus russischen Regionen, Weiterleitung an NRW-Unternehmen
- Organisation von Ausstellungen („Wirtschaftstage“) und Unternehmerreisen nach Nordrhein-Westfalen und in die Russische Föderation
- Betreuung branchenbezogener und politischer Delegationen aus Russland
- Realisierung von Qualifizierungsmaßnahmen

Im Zuge der Neuordnung der Außenwirtschaftsaktivitäten des Landes, der Neugründung von NRW.International und der Umstrukturierung der GfW zur NRW.INVEST mit einem veränderten Aufgabenprofil wurde das RSC zum 31.12.2006 eingestellt.



Germany goes Japan

Die traditionell guten Wirtschafts- und Wissenschaftsbeziehungen zu Japan waren der Grund dafür, dass sich die Landesregierung Nordrhein-Westfalen am Bundesprojekt „Deutschland in Japan 2005/2006“ aktiv mit einem eigenen Beitrag beteiligt hat.

Die nordrhein-westfälische Präsentation sollte einen Beitrag dazu leisten, Nordrhein-Westfalen als eine wirtschaftlich leistungsstarke Region in Deutschland und Europa zu positionieren. Die Bedeutung als Wirtschaftspartner und Kultur-land, aber auch als moderner Bildungs-, Forschungs- und Investitionsstandort sollte hervor-gehoben werden. In über 40 Einzelveranstaltungen zu den unterschiedlichsten Themenfeldern wurde der Blick Japans auf die Vielseitigkeit des Landes Nordrhein-Westfalen gelenkt.

Um das angestrebte Bild in der japanischen Öffentlichkeit zu verankern, wurden zahlreiche unterstützende Marketing- und Werbe-Maßnahmen umgesetzt, unter anderem wurde ein eigenes NRW-Deutschland-Jahr-Logo kreiert sowie ein viel beachteter Internetauftritt realisiert.

Der Erfolg des einwöchigen, thematisch breit gefächerten NRW-Forums als Kernveranstaltung des Landes im November 2005 ist auf die Kombination von aktuellen Themen aus Wirtschaft und Wissenschaft, der Präsentation herausragender Innovationen aus Nordrhein-Westfalen und der hochrangigen politischen Begleitung aus Nordrhein-Westfalen zurückzuführen.

Nordrhein-Westfalen präsentierte sich nicht nur in der Hauptstadt Tokio, sondern auch bei fünf Event-Tour-Tagen und bei wissenschaftlichen und kulturellen Einzelprojekten in verschiedenen, für Nordrhein-Westfalen wichtigen japanischen Präfekturen und Regionen.

Das Deutschland-Jahr war die erste Präsentation der Bundesrepublik im Ausland, die durch die Einbeziehung der Bereiche Wirtschaft und Wissenschaft über eine reine Kulturveranstaltungsreihe hinausging und über einen langen Zeitraum der japanischen Bevölkerung ein facettenreiches Deutschlandbild präsentierte. Nordrhein-Westfalen hat sich dieser Herausforderung erfolgreich gestellt und konnte so seine langjährig gewachsene Bedeutung für die deutsch-japanischen Beziehungen weiter manifestieren.

7. Brancheninitiativen zeigen Präsenz im Ausland

7.1 EnergieAgentur.NRW



Seit dem 01.01.2007 existiert die neue EnergieAgentur.NRW als ein Zusammenschluss aus der alten Energieagentur NRW und der Landesinitiative Zukunftsenergien NRW. Die nachfolgend beschriebenen Leistungen und Projekte wurden von den Mitarbeitern und Netzwerkpartnern der Landesinitiative Zukunftsenergien NRW erbracht.

Im Arbeitsgebiet Außenwirtschaft werden die Interessen der Netzwerkpartner der EnergieAgentur.NRW an den Auslandsmärkten im Bereich effizienter und innovativer Energietechniken und Dienstleistungen gebündelt. Der Informationsaustausch in der Arbeitsgruppe und auf den reisespezifischen und länder-spezifischen Foren trägt dazu bei, in den NRW-Unternehmen das Thema Auslandsmärkte besser vorzubereiten und neue Projekte anzustoßen.

Von der EnergieAgentur.NRW wurden in zahlreichen Ländern NRW-Energiesymposien mit Kooperationsbörsen organisiert. Interessierte Unternehmen und Institutionen haben im Rahmen der Fachsymposien ihre Produkte und Leistungen präsentiert.

Unternehmen aus den Netzwerken der EnergieAgentur.NRW haben hierdurch einen durch das Land Nordrhein-Westfalen flankierten Markteinstieg erhalten und konnten Kontakte aufbauen oder vertiefen.

Beispiele für NRW-Symposien zum Thema erneuerbare Energien und effiziente Energienutzung sowie effiziente und innovative Energietechnologien:

In **Bangkok** bei der GTS05 (German Technology Symposium) und in **Hanoi** im Herbst 2005 fanden Energiesymposien zusammen mit NRW-Unternehmen statt. Die Vielzahl der durchgeführten Kooperationsgespräche der beteiligten NRW-Unternehmen und der große Informationsbedarf der thailändischen und vietnamesischen Partner zeigten das starke Interesse an nordrhein-westfälischer Energietechnologie.

In 2005 besonders hervorzuheben war die Beteiligung im Rahmen des Deutschland-Jahres in Japan. Hier wurde anlässlich der NRW-Woche in **Tokio** im Herbst 2005 ein Konferenztage zum Thema „energieeffiziente und erneuerbare Energietechnologie“ von den Netzwerkpartnern der EnergieAgentur.NRW mitgestaltet.

In 2005 und 2006 wurden die sehr guten Kontakte nach **Korea** ausgebaut und gefestigt. Vor allem durch den Besuch der Messe ENCONEX in Seoul in den Jahren 2005 und 2006, der Messe Green Energy Expo in Deagu in 2006, einem gemeinsamen Energiesymposium von Nordrhein-Westfalen und der koreanischen Energiebehörde KEMCO in 2006 sowie Gegenbesuchen koreanischer Gäste zur E-world energy & water in Essen im Jahr 2006.

Darüber hinaus haben zahlreiche Delegationen aus diversen Provinzen und Städten aus Südkorea Nordrhein-Westfalen besucht, um sich unter anderem im NRW-Wirtschafts- und Energieministerium und bei der EnergieAgentur.NRW über das Thema „Erneuerbare Energien, effiziente und innovative Energietechnologien“ zu informieren.

In **Istanbul** fand Anfang November 2006 aufbauend auf frühere Veranstaltungen das 3. Deutsch-Türkische Symposium zum Thema „Erneuerbare Energien und effiziente Energienutzung“ zusammen mit 22 NRW-Unternehmen statt. Der türkische Minister für Energie und Bodenschätze Dr. Hilmi Güler und die NRW-Wirtschafts- und Energie-Ministerin Christa Thoben eröffneten gemeinsam das Energie-Symposium, das mehr als 200 Besucher zählte. Die Studie „Der Markt für erneuerbare Energien in der Türkei“ gibt einen ersten Überblick über die türkische Energiewirtschaft allgemein sowie über die Potenziale für die Nutzung erneuerbarer Energiequellen.

Erstmalig in 2006 wurden mit dem US-Bundesstaat **Pennsylvania** und mit **Indien** neue Märkte und neue Regionen für die Branche von der EnergieAgentur.NRW vorbereitet. Im Rahmen eines „Memorandum of Understanding“ zwischen dem Land Nordrhein-Westfalen und dem US-Bundesstaat Pennsylvania wurden Informationsveranstaltungen zum Thema unterstützt und weiterführende Projekte vorbereitet.

Effizienten, innovative und erneuerbare Energietechnologien in und für Indien waren Themen einer internationalen Konferenz des **Wissenschaftsparks Gelsenkirchen** im Herbst 2006.

Die Auslandssymposien mit den Kooperationsbörsen, die vorbereitende Information sowie die Betreuung ausländischer Delegationen in Nordrhein-Westfalen waren für die Netzwerkpartner der EnergieAgentur.NRW gute Instrumente, um für die NRW-Energiewirtschaft geeignete Auslandskontakte aufzubauen. Die Geschäftspotenziale insbesondere der KMUs aus Nordrhein-Westfalen konnten im Export weiterentwickelt werden und die Energietechnologien aus Nordrhein-Westfalen im Ausland bekannt gemacht werden.

Ansprechpartner bei Fragen zur EnergieAgentur.NRW:

Stephanus Lintker
 Projektleiter Außenwirtschaft
 EnergieAgentur.NRW
 c/o Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie
 des Landes Nordrhein-Westfalen
 Haroldstraße 4
 40213 Düsseldorf
 Telefon: 0211 86642-0
 Telefax: 0211 86642-22
 E-Mail: info@energieagentur.nrw.de
 Internet: www.energieagentur.nrw.de

7.2 Fachverband für Mikrotechnik IVAM



IVAM, der Fachverband für Mikrotechnik mit Sitz in Dortmund, ist eine internationale Interessengemeinschaft von Unternehmen und Instituten aus der Mikrosystemtechnik, der Nanotechnologie und den neuen Materialien. Derzeit sind 240 Unternehmen und Institute aus acht europäischen Ländern, Korea, Japan und den USA Mitglied bei IVAM.

Als kommunikative Brücke zwischen Anbietern und Anwendern von mikro-technischen Produkten und damit verbundenen Dienstleistungen vermarktet IVAM Wettbewerbsvorteile durch Technologiemarketing. Lobbyarbeit für kleine und mittelständische Unternehmen, Aus- und Weiterbildungsprojekte und weltweites Networking runden das Tätigkeitsprofil von IVAM ab.

Kooperationen erwünscht: IVAM stieß bei Taiwan-Aufenthalt auf großes Interesse/14.11.2005

IVAM hat in Taipeh das Symposium „Hightech made in Germany with Micro- and Nanotechnology“ zusammen mit ITRI, dem wichtigsten Forschungsinstitut in Taiwan, veranstaltet. Acht KMU aus der Mikro- und Nanotechnologie präsentierten sich dem taiwanesischen Fachpublikum. Taiwan hat nach seinem über dreißigjährigen Aufstieg vom Agrar- zum Hightech-Standort heute einen großen Innovationsdruck zu meistern. Da viele Produktionsstätten im Bereich der Elektronikindustrie nach China verlagert wurden, versucht Taiwan verstärkt, eigene Marken aufzubauen und neue Produkte zu entwickeln. Angestrebt wird, in der Wertschöpfungskette vom OEM (Original Equipment Manufacturer) verstärkt bis hin zum ODM (Original Design Manufacturer) aufzusteigen. Bei einem Besuch sprach IVAM mit ITRI über Kooperationsmöglichkeiten, die über die Messe Taiwan Nanotech hinausgehen. Das große Interesse an einer Kooperation mit IVAM und seinen Mitgliedern zeigte die starke Nachfrage nach dem IVAM-Mitgliederverzeichnis MEMS-Directory auf der Taiwan Nanotech. Die chinesischsprachigen IVAM-Broschüren waren bei ITRI und auf der Messe stark nachgefragt.

IVAM-Mitglieder spüren Aufwind in Japan – erfolgreicher Workshop in Tokio mit über 100 Teilnehmern/17.11.2005

Von japanischer Seite waren unter anderem Prof. Fujita von der University of Tokyo und Georg Yokoi von Olympus als Redner vertreten. Die Veranstaltung wurde von der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen, der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung NRW und der NRW Japan K.K. organisiert. Als Mitorganisator des Workshops zum Thema Mikro- und Nanotechnik hatte der IVAM seine Mitglieder zur Beteiligung eingeladen. Anschließend fand in Tokio die 16. Micromachine Exhibition mit rund 250 Unternehmen statt. Elf Mitglieder des IVAM stellten aus. Die Messe war in diesem Jahr ausgebucht. Daher wird über eine Verlegung der Micromachine – etwa ins größere Tokyo Forum – nachgedacht.

Chancen in Korea für Hightech „Made in Germany“ /06.10.2006

Von LG Electronics bis zur Seoul National University of Technology: Mehr als 60 koreanische Teilnehmer aus Industrie und Forschung nahmen am 31. August in Seoul am Workshop „Hightech made in Germany – Applications with Micro- and Nanotechnology“ teil. Elf deutsche Unternehmen und Institute wie Nanofocus, Jenoptik und Amo präsentierten hier aktuelle Produkte und Entwicklungen. Unterstützt vom Programm „Forschungsmarketing Korea“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, wurde der Workshop vom IVAM organisiert. Für seine Bemühungen um den wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Austausch wurde IVAM auf der Rahmenveranstaltung NanoKorea mit dem NanoKorea-Award ausgezeichnet. Geschäftsführer Dr. Uwe Kleinkes nahm den Preis stellvertretend für alle IVAM-Mitglieder in Seoul entgegen.

Japanischer Nanotech-Markt soll um Faktor 25 wachsen – IVAM organisiert Mikro-/Nano-Workshop in Tokio/25.10.2006

Das Nomura Research Institut (NRI) prognostiziert, dass der innerjapanische Markt für Produkte auf nanotechnologischer Basis bis zum Jahr 2015 auf 23 Milliarden Yen wachsen wird. Diese im Vergleich zu 2004 um den Faktor 25 gewachsene Zahl entspricht in neun Jahren einem Marktvolumen von 150 Millionen Euro. Eine wachsende Rolle werden Konsumgüter, Maschinenbau, Automobil- und Messtechnik spielen. Insbesondere die Bereiche Elektronik, Medizintechnik und Beleuchtung sollen sehr schnell wachsen.

Um für seine über 180 Mitglieder weitere Kanäle für einen Marktzugang zu öffnen, intensiviert der IVAM seine Aktivitäten in Japan. Im Rahmen der Micro-machine Exhibition in Tokio führte IVAM am 6. November zusammen mit der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen und dem nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium einen Workshop zur Mikro- und Nanotechnologie durch. 16 Unternehmen, Institute und politische Institutionen präsentieren hier Hightech-Entwicklungen aus Europa.

Außerdem nahm IVAM zusammen mit zehn Mitgliedsunternehmen wie Bartels Mikrotechnik, Micronit Microfluidics, FRT, Nanofocus und Technotrans an der MicroMachine Exhibition vom 7. bis zum 9. November im Tokyo International Forum teil.

Ansprechpartner IVAM:

Dr. Uwe Kleinkes
Geschäftsführer
Emil-Figge-Straße 76
44227 Dortmund
Telefon: 0231 9742-148
Telefax: 0231 9742-150

7.3 Wasserwirtschaftsinitiative NRW



Die Wasserwirtschaft ist eine der leistungsstärksten Branchen Nordrhein-Westfalens. Rund 600 öffentliche und private Trinkwasserversorger und etwa 400 öffentliche und private Abwasserentsorger, elf Wasser- und Abwasserverbände und weit mehr als 1.000 kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Bereich der Zulieferer, Planungs- und Konstruktionsbüros bieten knapp 100.000 Menschen in Nordrhein-Westfalen eine Beschäftigung.

Zu ihrer Unterstützung gründete die Landesregierung im Jahr 2002 die Wasserwirtschaftsinitiative NRW (WWI). Sie ist die Informations- und Netzwerkplattform der nordrhein-westfälischen Wasser- und Abwasserwirtschaft.

Ziel der Initiative ist es, die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen sowie von Forschungseinrichtungen zu steigern. Vor allem auf dem internationalen Markt gilt es, die herausragenden wasserwirtschaftlichen Leistungen der NRW-Unternehmen stärker zu positionieren.

WWI International: Ziele und Zielregionen

Ein vorrangiges Ziel der WWI ist es, die voranschreitende Internationalisierung der Wasserwirtschaftsbranche zu unterstützen.

Dabei fokussiert die WWI ihre Maßnahmen und Angebote für KMU bewusst auf eine Auswahl der Zielmärkte, um eine effiziente und nachhaltige Markterschließung für KMU zu ermöglichen. Folgende Regionen und Länder stehen im Fokus der Aktivitäten der WWI:

- Mittel- und Osteuropa: Rumänien, Bulgarien, Ungarn, Slowakei, Tschechische Republik, Polen, GUS, Türkei
- Mittlerer und Naher Osten: VAE, Saudi-Arabien, Katar, Kuwait, Bahrain
- Ostasien: ausgewählte Provinzen in China: Jiangsu (Shanghai), Sichuan, Shandong, Guangdong (Hongkong), Zhejiang (Shanghai), Shanxi, Hebei (Peking)
- Nordafrika: Marokko, Tunesien
- Süd- und Westeuropa: Spanien, Portugal, Frankreich

Außenwirtschaftliche Maßnahmen

Die außenwirtschaftlichen Maßnahmen der WWI reichen von Marktstudien über WWI-Gemeinschaftsstände und Delegationsreisen bis zu Markterschließungsmaßnahmen wie der Identifizierung von konkreten wasserwirtschaftlichen Projekten in den Zielländern und dem Matching dieser Projekte.

Marktstudien

Für den ersten Schritt eines außenwirtschaftlichen Engagements, der Marktinformation, erstellte die WWI im Jahr 2006 wasserwirtschaftliche Studien zu den internationalen Märkten. Diese Länderstudien informieren über Marktpotenziale und Marktentwicklungen. Bislang liegen Studien für die Länder Bulgarien, Rumänien, Polen, Tschechien, Ungarn, Slowakei, die Russische Föderation sowie die Türkei vor. 2007 veröffentlicht die WWI die Marktstudien China und VAE.

Delegationsreisen und Messen

Im November 2005 nahm die WWI an einer Delegationsreise des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie nach Rumänien teil. Unter der Leitung von Staatssekretär Dr. Baganz führte die Delegation Gespräche auf höchster politischer Ebene, um ein Netzwerk für die Wasser- und Abwasserwirtschaft aufzubauen. Dabei ermittelte die Delegation in Gesprächen mit dem rumänischen Ministerium für Umwelt und Wassermanagement mögliche Projektansätze für die NRW-Wasserwirtschaft bei der Rehabilitation von stillgelegten Industriegebieten. Ebenfalls im November 2005 nahm die WWI an der Delegationsreise zur „Pollutec“ in Paris unter der Leitung von Staatssekretär Dr. Baganz teil.

Die WWI ermöglichte in den Jahren 2005 und 2006 auf zahlreichen internationalen Fachmessen NRW-Unternehmen die vergünstigte Teilnahme auf einem Gemeinschaftsstand. Im Jahr 2005 nahm die WWI auf der „Environment“ in Abu Dhabi (Vereinigte Arabische Emirate) sowie auf der „Expo Apa“ in Bukarest (Rumänien) jeweils mit einem eigenen Gemeinschaftsstand teil. Insgesamt neun Firmen aus Nordrhein-Westfalen stellten auf den beiden WWI-Gemeinschaftsständen aus. Zudem stellte die WWI die NRW-Wasserwirtschaft auf der „Pollutec“ in Paris sowie auf der „Water Middle East“ (Bahrain) vor.

2006 präsentierte die WWI sich auf der „Aqua Civitas“ in Sibiu (Rumänien), der „Ecwatech“ in Moskau (Russische Föderation), der „IFAT“ in Shanghai (China) sowie der „Pollutec“ in Lyon (Frankreich). Mit einem Gemeinschaftsstand unterstützte die WWI 2006 insgesamt 14 NRW-Unternehmen auf der „Expo Apa“ in Bukarest (Rumänien) sowie auf der „Ökotech“ in Budapest (Ungarn).

Die WWI beteiligte sich im Zuge ihrer Messeteilnahmen auch an Fachkongressen. Unter anderem verantwortete die WWI bei der „Aqua Civitas 2006“ und bei der „Water Middle East 2005“ als Mitveranstalter das Programm. Begleitend zur „IFAT 2006“ in Shanghai führte die WWI die „Membrane Technology Conference“ durch.

Auch auf den im Berichtszeitraum stattgefundenen internationalen Leitmes- sen in Deutschland war die WWI mit Gemeinschaftsständen vertreten. Dies betraf im Mai 2005 die „IFAT München“, im April 2006 die „Wasser Berlin“ und im Oktober 2006 die „Entsorga-Enteco“ in Köln. Dabei wurden insgesamt 28 ausstellende NRW-Unternehmen durch die WWI unterstützt.

Kooperation Wirtschaft & Wissenschaft

In Brüssel präsentierte die WWI im Juni 2006 in der Landesvertretung NRW die Kompetenzen der NRW-Wasserwirtschaft im Bereich der Membrantechnologie. Die WWI positionierte Nordrhein-Westfalen als das europäische Kompetenzzentrum für die Technologie in den Zielgruppen im politisch-administrativen sowie im wissenschaftlichen Bereich.

Internationales Marketing

Die WWI hat 2005 und 2006 mehrere Marketinginstrumente herausgegeben. Die mehrsprachige Datenbank „Unternehmen & Produkte“ bietet auf der Webseite der WWI Interessenten die Möglichkeit, zielgenau die richtigen Anbieter für jeden Bereich der Wasser- und Abwassertechnologie zu finden. Ende 2006 haben sich bereits 170 Unternehmen der NRW-Wasserwirtschaft eingetragen. Das „Kompetenzhandbuch Wasserwirtschaft NRW“ gibt einen Überblick über die Unternehmen der NRW-Wasserwirtschaft. Die WWI vertreibt das Kompetenzhandbuch auf internationalen Veranstaltungen. Info-Flyer informieren über den WWI-Service für ausländische Interessenten, insbesondere bei der Suche nach Projektpartnern aus NRW. Sie werden auch auf internationalen Veranstaltungen mit WWI-Beteiligung vertrieben.

In den Jahren 2005 und 2006 erweiterte die WWI ihr außenwirtschaftliches Maßnahmenspektrum erheblich und etablierte in den Zielländern inzwischen ein Netzwerk mit Ansprechpartnern. Die Begleitung der Unternehmen von der Phase der Marktinformation bis zu den ersten Schritten auf dem Markt führte vor allem in Osteuropa zu zahlreichen Aufträgen für NRW-Unternehmen.

Ansprechpartner WWI:

Prof. Dr.-Ing. Max Dohmann
Wasserwirtschaftsinitiative Nordrhein-Westfalen
Dr.-Detlev-Karsten-Rohwedder-Straße 70
47228 Duisburg
Telefon: 02065 9068-0
Telefax: 02065 9068-28
E-Mail: dohmann@wasser.nrw.de
Internet: www.wasser.nrw.de



7.4 ZiMit – Zukunftsinitiative Möbelindustrie Nordrhein-Westfalen

Die Internationalisierung der Möbelindustrie Nordrhein-Westfalens als Handlungsfeld der Zukunftsinitiative (ZiMit) wird im Wesentlichen durch die Export-Marketinggesellschaft der Holz- und Möbelindustrie Westfalen-Lippe geleitet.

Als branchenspezifisches Beratungsunternehmen ist die Export-Marketinggesellschaft seit 1999 mit Unterstützung des Landes in der Möbelindustrie eingeführt.

Die Aktivitäten der vorangegangenen Jahre konzentrierten sich auf die Einrichtung und den Betrieb von verschiedenen Dienstleistungszentren in den vorher definierten Zielregionen Russland, Mittlerer Osten, Asien und Nordamerika. In Ländern dieser Regionen ist es besonders schwierig, für kleine und mittlere Unternehmen aus eigener Kraft einen Markt aufzubauen.

Durch die Veränderungen der Marktsituation in den beschriebenen Regionen, vor allem durch die höhere Transparenz auf den internationalen Beschaffungsmärkten, waren erhebliche Anpassungen an diese neuen Situationen notwendig. Produkte der deutschen Möbelindustrie sind in einem höheren Preissegment angesiedelt als die der asiatischen Mitbewerber. Dies liegt zum einen an den stark abweichenden Qualitätsanforderungen der Halbfertigprodukte, zum anderen an den höheren Gemeinkosten. Gleichzeitig mit der Veränderung der Warenströme im internationalen Handel verändern sich auch die Absatzwege. Mehr und mehr schlüsselfertiges Wohnen in abgegrenzten „Compounds“ macht die Möbelindustrie zum direkten Zulieferer der Bauindustrie – vor allem in der Golfregion, in Indien und Asien.

Diese zwei wesentlichen Veränderungen sind von erheblicher Bedeutung für die deutsche Möbelindustrie, die fast ausschließlich auf die Vermarktung durch den örtlichen Fachhandel ausgerichtet ist. Bislang haben nur wenige Unternehmen darauf reagiert. Die westfälische Küchenmöbelindustrie hat jedoch eine erhebliche Ausweitung in Ländern dieser Regionen erfahren, weil sie nicht nur allein auf den Fachhandel gesetzt hat. Die Exportquote der Küchenmöbelindustrie außerhalb der Eurozone ist heute erheblich höher als die der übrigen Möbelindustrie.

Die Unterstützung der Handelspartner und Mitarbeiter vor Ort durch die in Deutschland ausgebildeten Marketingmitarbeiter der Zentren ist als wichtigste Erfolgskomponente anzusehen.

Durch die aktive Beteiligung der Export-Marketinggesellschaft am Auslandsmesseprogramm des Bundes konnte in den Jahren 2005 und 2006 die Zahl der teilnehmenden Unternehmen als Aussteller fast verdoppelt werden.

Die Beteiligung an Fach-Messen in den Zielregionen ist nach wie vor ein wichtiger Baustein in der Summe der Marketingmaßnahmen zur Erschließung dieser Märkte. In den beiden vergangenen Jahren wurden die angekündigten Marktstudien über die Länder der Golfregion realisiert, Ende 2006 wurde eine Studie über den indischen Markt erstellt.

Damit wurde auch gleichzeitig der Prozess eingeleitet, ein weiteres Dienstleistungszentrum auf dem indischen Subkontinent einzurichten. Zur IMM 2007 wurde den NRW-Unternehmen diese neue Einrichtung sowie das indische Partnerunternehmen vorgestellt. Dieser riesige, noch unstrukturierte Markt ist gerade erwacht, und anders als insbesondere in China ist die Importbereitschaft für europäische Produkte wesentlich größer. Indien wird als Absatzmarkt für Möbel zukünftig das höchste Wachstum weltweit erzielen.

Für die Möbelindustrie in NRW wird sich in Kürze zeigen, welche Unternehmen die Marktveränderungen erkannt haben und sich darauf einstellen werden. Vertriebsaktivitäten können heute nicht mehr aus Deutschland in diese entfernten Regionen hineinbetrieben werden. Nur die Unternehmen, die permanent vor Ort vertreten sind und gleichzeitig einen erstklassigen Auslands-Kundenservice bieten, können von der Entwicklung profitieren.

Als Phase der Weiterentwicklung in einer Region ist die Einrichtung eines zweiten Stützpunktes in der Golfregion zu sehen. Geplant ist ein permanentes Handelszentrum mit Ausstellungs- und Lagerkapazität in den Vereinigten Arabischen Emiraten, als Verbindungsbüro für die ganze Region sowie als Unterstützung für die Unternehmen bei der Bearbeitung von Ausschreibungen.

Ansprechpartner ZiMit:

Zukunftsinitiative Möbelindustrie NRW

Export-Marketing GmbH

Bernhard Beckermann

Goebenstraße 4-10

32057 Herford

Telefon: 05221 1265-0

Telefax: 05221 1265-65

E-Mail: bb@furniture-export.de

Internet: www.homefurnishings.de

Impressum

Herausgeber

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen
Referat 221
40190 Düsseldorf
E-Mail: poststelle@mwme.nrw.de
Internet: www.wirtschaft.nrw.de

Ansprechpartnerin

Ute Ackermann-Mundt
E-Mail: ute.ackermann@mwme.nrw.de
Telefax: 0211 837-2751

Dieser Bericht kann im Internet abgerufen werden unter
www.wirtschaft.nrw.de und www.nrw-international.de oder bestellt werden:

telefonisch: 02131 9234-600

schriftlich: GWN GmbH
Schriftenversand
Am Henselsgraben 3
41470 Neuss
Telefax: 02131 9234-699

Gestaltung:

CP/COMPARTNER, Essen

Druck

JVA Druck + Medien, Geldern

© 2007 MWME/0026

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen
Haroldstraße 4, D-40213 Düsseldorf
www.wirtschaft.nrw.de



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds
für Regionale Entwicklung