



Außenwirtschaft kompakt
Analysen – Projekte – Perspektiven
Außenwirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen
2010/2011

Inhalt

| | |
|---|----|
| Nordrhein-Westfalens Wirtschaft überzeugt durch Exportstärke | 2 |
| NRW.International – wirtschaftsnah vernetzt | 3 |
| Handelspartner Frankreich Gute Beziehungen als wichtigster Erfolgsfaktor im Nachbarland | 4 |
| Instrumente und Ergebnisse des Programms 2010 | 6 |
| Auslandsmesse-Programm | 8 |
| Kleingruppen auf Auslandsmessen | 12 |
| Unternehmerreisen | 14 |
| Das Netzwerk von NRW.International Starke Akteure, die sich in Ihren Stärken ergänzen | 18 |
| Handelsbilanz und Handelspartner 2010 | 20 |
| Exportentwicklung 2010 – Länder und Güter | 21 |
| Zahlen zur Außenwirtschaftsförderung des Landes Nordrhein-Westfalen | 23 |
| Zahlen zur Außenwirtschaftsförderung des Landes Nordrhein-Westfalen 2010 | 24 |
| Zahlen zur Außenwirtschaftsförderung des Landes Nordrhein-Westfalen 1. Quartal 2011 | 30 |
| Zahlen zur Handelsbilanz des Landes Nordrhein-Westfalen | 33 |
| Zahlen zur Handelsbilanz 2010/1. Quartal 2011 des Landes NRW | 34 |
| Kontaktstellen zur Außenwirtschaft in Nordrhein-Westfalen | 38 |
| Impressum | 41 |

Nordrhein-Westfalens Wirtschaft überzeugt durch Exportstärke

Wachstumsstrategie Internationalisierung – mittelständische Unternehmen profitieren von nachhaltiger Außenwirtschaftsförderung

Die nordrhein-westfälische Wirtschaft setzt 2011 wieder auf Wachstum. Die Stimmung im Mittelstand ist gut – und sogar besser als im Bundesdurchschnitt. Die enorme Exportstärke unserer Unternehmen hat an diesen positiven Signalen maßgeblichen Anteil.



Ob auf nachhaltigen Leitmärkten, als Hidden Champion bei Spitzentechnologien oder als Kleinunternehmer mit besonders kundennahen Lösungen: Unser innovativer Mittelstand zeigt sich hervorragend aufgestellt, um auf den neuen Wachstumsmärkten weltweit dauerhaft zu bestehen. Gleichzeitig ist eine Internationalisierung gerade für Spezialisten heute oftmals die einzige Wachstumsstrategie.

Mit einer vernetzten, effizient und nachhaltig angelegten Außenwirtschaftsförderung wollen wir deshalb die Potenziale des Mittelstands gezielt stärken und kleine und mittlere Unternehmen weiter unterstützen, damit sie sich im globalen Wettbewerb behaupten und ihre Positionen weiter ausbauen können.

NRW.International kommt hierbei ein besonderes Gewicht zu. Die zu je einem Drittel von der Vereinigung der Industrie- und Handelskammern, dem Westdeutschen Handwerkskammertag und der NRW.BANK getragene Gesellschaft steht für ein wirtschaftsnahes – in ihren schlanken Strukturen inzwischen bewährtes – Konzept der Außenwirtschaftsförderung. NRW.International hat 2010 wieder ein anspruchsvolles Programm speziell für kleine und mittlere Unternehmen entwickelt und gemeinsam ebenso flexibel wie erfolgreich umgesetzt. Dies dokumentiert der vorliegende Bericht für die Jahre 2010/2011.

Das Programm 2011 zeigt sich genauso nah am Bedarf der Unternehmen: Es eröffnet den wichtigen Branchen Nordrhein-Westfalens den Zugang zu klassischen Exportregionen wie dem europäischen Raum sowie zu globalen Wachstumsmärkten der Zukunft – insbesondere in den Schwellenländern in Asien und Lateinamerika.

Ich wünsche NRW.International und allen Akteuren weiterhin viel Erfolg!

Harry K. Voigtsberger

Minister für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen

NRW.International – wirtschaftsnah vernetzt

Gemeinsam zum Erfolg auf neuen Märkten

Seit der Gründung von NRW.International im Jahr 2007 bis heute haben rund 2.700 Unternehmen die fast 300 Angebote der Außenwirtschaftsförderung als Startbahn zu globalen Märkten genutzt. Allein im vergangenen Jahr beteiligten sich 648 Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen an insgesamt 80 geförderten Messen und Unternehmerreisen.

Die Nutzer des Programms bestätigen uns immer wieder: Ohne diese Starthilfe hätten sie den Schritt ins Ausland nicht gewagt und die Umsetzung oft nicht so leicht – und erfolgreich – geschafft.

Die NRW-Unternehmen profitieren hierbei von dem abgestimmten Mit-einander erfahrener Partner im Netzwerk Außenwirtschaftsförderung, das von NRW.International koordiniert wird. Der beste Beweis: die anspruchsvollen Jahresprogramme 2010 und 2011 mit ihren vielfältigen, attraktiven Angeboten. Beide wurden erneut als „Projekte in Partnerschaft“ erarbeitet – gemeinsam mit Kammern, Verbänden und den Landes-Clustern.

Ein Höhepunkt 2010: die Unternehmerreise „NRW goes to China“ anlässlich der NRW-Woche auf der Expo in Shanghai – politisch flankiert von Wirtschaftsminister Harry K. Voigtsberger und Umweltminister Johannes Remmel.

Schwerpunkte in diesem Jahr sind erneut die europäischen Länder sowie die GUS-Staaten. Schließlich sind diese Regionen für zwei Drittel der NRW-Exporteure nach wie vor die wichtigsten Märkte. Breiten Raum im Programm fanden auch Wachstumsländer wie die Türkei, Brasilien, Indien und Polen. Diese Märkte werden für hiesige Unternehmen zunehmend attraktiver. Nur ein Beispiel: Fast ein Fünftel aller Unternehmen, die in den letzten drei Jahren mit NRW.International in dieser Region unterwegs waren, haben als Zielland die Türkei gewählt, um dort Geschäfte anzustoßen oder auszubauen.

Die gemeinsam mit unseren Partnern erreichten Erfolge stehen für ein effizientes und transparentes Konzept der Außenwirtschaftsförderung. An dieser Leitlinie wird sich NRW.International auch im fünften Jahr seiner Arbeit orientieren. Alle Akteure der Außenwirtschaftsförderung sind eingeladen, sich wieder aktiv einzubringen und damit neue Maßstäbe für die mittelständische Wirtschaft in Nordrhein-Westfalen zu setzen.



Almut Schmitz
Geschäftsführerin
NRW.International GmbH



„Das Geheimnis des Erfolgs ist die Beständigkeit des Ziels.“

Benjamin Disraeli

Handelspartner Frankreich

Gute Beziehungen als wichtigster Erfolgsfaktor im Nachbarland

Entscheidend für den Markterfolg in Frankreich sind aus Sicht deutscher Unternehmer vor allem:

1. ein guter Kundenservice
2. die Kenntnis der Mentalität des Kunden
3. die Qualität der Produkte und des Services
4. wettbewerbsfähige Preise

Handelspartner Frankreich 2010

NRW-Exporte nach Frankreich

- Volumen: 14,8 Milliarden Euro
= plus 16 Prozent
- Exportanteil: 9,1 Prozent
= Rang 2

Deutsche Exporte nach Frankreich

- Volumen: 90,7 Milliarden Euro
= plus 11,5 Prozent
- Exportanteil: 9,5 Prozent
= Rang 1

Quellen: IT.NRW + destatis

Nordrhein-westfälische Unternehmen schätzen Frankreich seit jeher. Für sie ist der Nachbar der zweitwichtigste Markt – direkt nach den Niederlanden und mit großem Abstand zu den anderen Staaten der Europäischen Union. Für die Bundesrepublik ist das Land sogar bereits seit 1961 wichtigster Handelspartner.

Eine aktuelle Studie der Deutsch-Französischen Industrie- und Handelskammer über deutsche Unternehmen in Frankreich liefert aufschlussreiche Antworten auf wichtige Fragen für alle, die ein Engagement auf diesem Markt planen oder dort bereits aktiv sind.

Welche Faktoren entscheiden über den Erfolg auf dem französischen Markt?

Die Erfahrung der deutschen Unternehmen zeigt: Wer in Frankreich Erfolg haben will, braucht nicht nur gute Produkte, sondern muss auch ein Gespür für die Mentalität der Kunden besitzen – und ihnen einen herausragenden Service bieten. Nach ihrer Einschätzung sind Aufbau und Pflege dauerhafter Beziehungen zu Kunden und Partnern der Schlüssel für stabile Geschäfte im Nachbarland.

Der generell hohe Stellenwert persönlicher Beziehungen in Frankreich hat in den beiden vergangenen Jahren sogar noch an Bedeutung gewonnen. 2010 lösten die „Beziehungsaspekte“ den Faktor „Preis“ als wichtigstes Erfolgskriterium der 2008er-Umfrage ab.

Die hohe Einschätzung eines guten Kundenservices unterscheidet offenbar Unternehmen, die mit einer Tochtergesellschaft oder Niederlassung auf dem französischen Markt agieren von Exporteuren. Das legen zumindest die Ergebnisse der Umfrage nahe.

Die Deutsch-Französische Industrie- und Handelskammer hat im Sommer 2010 zum zweiten Mal 2.000 deutsche Unternehmen in Frankreich zu ihrer Einschätzung der Geschäftslage, ihren Erwartungen sowie zu Standort- und Erfolgsfaktoren befragt. Die Antworten liefern interessierten Unternehmen und politischen Institutionen wichtige Informationen sowie Planungs- und Entscheidungshilfen. Schließlich geben diese Erfahrungen einen Einblick aus erster Hand. Die Publikation „Deutsche Unternehmen in Frankreich: Geschäftslage und Erwartungen 2010“ kann angefordert werden unter: www.francoallemmand.com

Bemerkenswert und konsequent zugleich: Aus Sicht der Befragten ist es für den Markterfolg von deutschen Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren wichtiger geworden, in Branchennetzwerke eingebunden zu sein. Der höhere Bedarf an Koordination und Kooperation kann als „Lehre aus der Krise“ verstanden werden. Schließlich verschaffen Netzwerke einen besseren Zugang zu Informationen und zum Markt.

Welche Standortstärken sehen deutsche Unternehmer in Frankreich?

Der Standort Frankreich bietet aus Sicht deutscher Unternehmen zahlreiche Vorteile. Geschätzt wird der Nachbar im Westen vor allem wegen

- seiner gut ausgebauten Infrastruktur,
- seiner politischen Stabilität sowie der
- guten Lebensbedingungen für ausländische Führungskräfte.

In den beiden vergangenen Jahren deutlich verbessert hat sich die Zahlungsmoral der Kunden. Kritisch sehen die deutschen Unternehmen nach wie vor die Themen Arbeitsrecht und Gewerkschaften, die hohe Last der Steuern und Abgaben sowie die Löhne und Lohnnebenkosten – vor allem im Vergleich zu anderen europäischen Ländern.

Wie zufrieden sind deutsche Unternehmen generell mit ihrem Engagement und der Geschäftslage in Frankreich?

Die Wirtschaftskrise ist für die meisten der befragten deutschen Unternehmen überwunden. Entsprechend erfolgreich stufen sie ihr Engagement in Frankreich derzeit ein: 28 Prozent bewerten ihre derzeitige Geschäftslage als positiv, 51 Prozent als zufriedenstellend. Mit den Ergebnissen ihres Engagements in Frankreich im Allgemeinen zufrieden sind 78 Prozent aller Unternehmen.

Für 2011 erwarten mehr als die Hälfte der Unternehmen noch eine Verbesserung ihrer Geschäftslage; bis zum Jahr 2014 sogar fast 70 Prozent. Als Gründe genannt werden eine sich wieder belebende Binnennachfrage und eine steigende Exportquote.



Jörn Bousselmi

Hauptgeschäftsführer

Deutsch-Französische Industrie- und Handelskammer

Veranstaltungen von NRW.International im Partnerland Frankreich

Auslandsmessen 2010

- Pollutec Horizons
Branchen: Wasser-, Luft-, Lärm-, Abfalltechnik sowie Erneuerbare Energien

Kleingruppen auf Auslandsmessen 2010

- maison & object | Frühjahr + Herbst
Branchen: Kunst + Druckerzeugnisse
- Première Classe
Branchen: Design, Mode
- JEC Composites Show
Branchen: Leichtbau, Verbundwerkstoffe, Luft- und Raumfahrttechnik

Unternehmerreisen 2010

- Marktsondierungsreise zum „Salon des Energies Renouvelables“
Branchen: Erneuerbare Energien, Energiegewinnung
- Unternehmerreise zur SIAL/IPA
Branche: Nahrungsmitteltechnologie
- Marktsondierungsreise „Côte d'Azur“
Branche: Gehobener Innenausbau

Auslandsmessen 2011

- JEC Composites Show
Branchen: Leichtbau, Verbundwerkstoffe, Luft- und Raumfahrttechnik
- Pollutec Horizons
Branchen: Wasser-, Luft-, Lärm-, Abfalltechnik sowie Erneuerbare Energien

Unternehmerreisen 2011

- Marktsondierungsreise „Côte d'Azur“, Teil 2
Branche: Gehobener Innenausbau

Instrumente und Ergebnisse des Programms 2010

Praxisnaher Einstieg auf neuen Märkten weltweit

NRW.International koordiniert und betreut als landesweite Plattform federführend die Außenwirtschaftsförderung in Nordrhein-Westfalen. Hierzu gehören die drei Programme „Gemeinschaftsbeteiligungen“ sowie „Kleingruppen“ auf Auslandsmessen und „Unternehmerreisen“.


2010 wurden 648 kleine und mittlere Unternehmen durch insgesamt 80 attraktive Veranstaltungen dabei unterstützt, ihre Chancen auf Märkten im Ausland zu ergreifen oder auszubauen.

Akteure und Angebote sinnvoll vernetzt

Eines der zentralen strategischen Ziele von NRW.International ist die konsequente Vernetzung der Akteure und Angebote. Seit ihrer Gründung 2007 hat die Gesellschaft in diesem Punkt überzeugende Fortschritte erzielt:

- So entstanden die Programme 2010 und 2011 erneut gemeinsam mit Kammern, Clustern und Verbänden als „Projekte in Partnerschaft“ – moderiert von NRW.International.
- Beachtenswert ist folgende Entwicklung: 2007 – also beim Start – wurden rund 80 Prozent der Veranstaltungen von einem Partner allein umgesetzt. Jahr für Jahr ist es NRW.International gelungen, weitere Partner einzubinden: Im Programm 2011 – also 2010 erarbeitet – sind bei weit über der Hälfte der Angebote bereits drei und mehr Akteure gemeinsam im Boot; davon bei einem Viertel der Veranstaltungen sogar fünf und mehr Partner.
- Zudem konnte die Gesellschaft den Kreis der aktiven Partner stetig erweitern. Für das Programm 2011 wurden bereits 48 Partner gewonnen – darunter auch 9 Landes-Cluster.

Fazit: Die Kooperation von öffentlichem Sektor und Privatwirtschaft hat sich bewährt und gewährleistet einen effizienten Einsatz der Landesmittel bei schlanken Strukturen in der Außenwirtschaftsförderung.



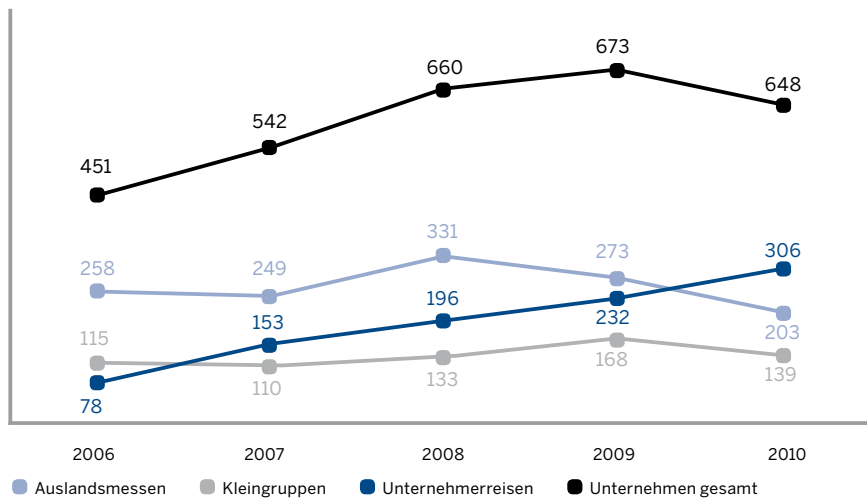
Die Bilanz der Außenwirtschaftsförderung 2010/1. Quartal 2011

- 648 Unternehmen insgesamt
- 80 Veranstaltungen insgesamt – davon:
 - 11 Auslandsmessen mit 203 Ausstellern
 - 41 Messen im Ausland mit 139 Ausstellern als Kleingruppe
 - 28 Unternehmerreisen, Kooperationsbörsen und Fachsymposien mit 306 Teilnehmern

Bilanz 1. Quartal 2011

- 196 Unternehmen bei 23 Veranstaltungen

Interesse der nordrhein-westfälischen Unternehmen am Angebot sehr hoch Beteiligung von Unternehmen an Instrumenten der Außenwirtschaftsförderung



Quelle: NRW.International 2011

Mehr zu den einzelnen Instrumenten unter www.nrw-international.de und zum Förderprogramm Kleingruppen unter www.kgf.nrw-international.de

Weitere Daten zur Außenwirtschaftsförderung in Nordrhein-Westfalen 2010 und zum 1. Quartal 2011 finden Sie ab Seite 24.

Außenwirtschaftsförderung bleibt wichtiger Impulsgeber für nordrhein-westfälische Unternehmen

Die Bereitschaft des nordrhein-westfälischen Mittelstands, neue Märkte zu erobern, ist hoch – auch wenn die Beteiligung am Programm 2010 leicht rückläufig war. So erfreulich das erreichte Niveau des Förderangebots ist: Die zurückliegende Wirtschaftskrise hat bei den kleinen und mittleren Unternehmen offenbar Spuren hinterlassen – ebenso wie die aktuellen Umbrüche in bisher attraktiven Wachstumsregionen.

Umso wichtiger ist für die hiesigen Firmen eine verlässliche Außenwirtschaftsförderung, die sie nah an ihrem aktuellen Bedarf begleitet. Nur dann können auch kleinere und mittlere Unternehmen das hohe Potenzial ihrer Spitzenprodukte auf den dynamischen Märkten in Zukunft erfolgreich nutzen.

Auslandsmesse-Programm

Professionelle Bühne für den internationalen Auftritt

„Es ist ein großer Vorteil, ein ‚Zugpferd‘ wie NRW.International an seiner Seite zu haben. Auf einem NRW-Gemeinschaftsstand erzielt jedes Unternehmen einen ganz anderen Magneteffekt“, beschreibt ein Teilnehmer den – von Ausstellern geschätzten – Begleiteffekt dieses „Klassikers“ der Außenwirtschaftsförderung.

Das Instrument zielt aber weiter: Messen und Ausstellungen im Ausland bieten Einsteigern eine ideale Möglichkeit, neue Geschäftskontakte zu knüpfen und die eigenen Produkte und Dienstleistungen vor Fachpublikum zu präsentieren. Doch gerade kleine und mittlere Firmen könnten den Auftritt ohne entsprechende Unterstützung oft nicht stemmen.

Hier setzt das Förderangebot an. Ob Firmengemeinschaftsstand oder Info-Service-Center auf Messen mit Bundesbeteiligung: Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen bieten sie eine ideale Bühne für ihre Qualitätsprodukte und Innovationen.

Ziele und Themen an Bedarf und Stärken der Unternehmen orientiert

Das Programm 2010 bot den Unternehmen eine passgenaue Navigationshilfe auf ihrem Weg in neues Terrain. Neben Klassikern wie der Pollutec in Frankreich und dem Mobile World Congress in Barcelona, auf denen Nordrhein-Westfalen bereits eine feste Größe ist, gab es gleich vier neue Messen: die TurkeyBuild und die Renex in der Türkei sowie die Ecwatech und die RUSNANOTECH in Russland. Sie sollen nordrhein-westfälischen Firmen das Entree auf den beiden wichtigen Wachstumsmärkten erleichtern.



Hintergrund: Firmengemeinschaftsstände

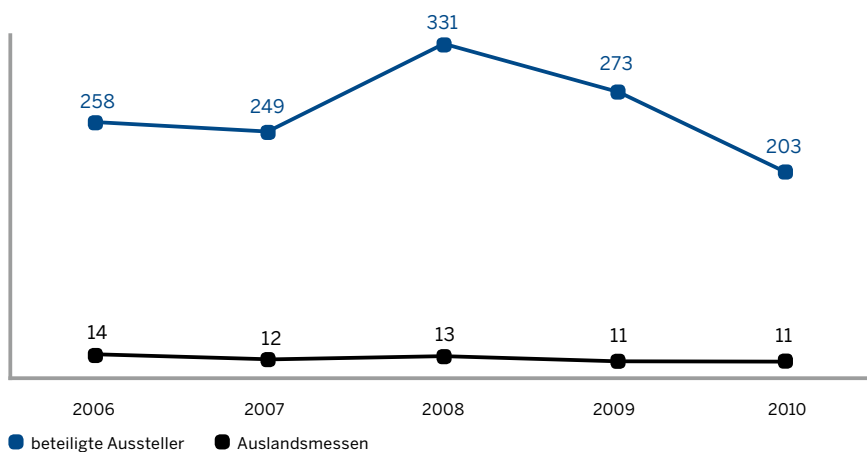
Diese offizielle Messebeteiligung des Landes Nordrhein-Westfalen bietet Firmen eine ideale Plattform, um Dienstleistungen und Produkte in ihren Zielmärkten zu präsentieren – angemessen und zu günstigen Konditionen. Vorbereitet und umgesetzt werden sie von Messedurchführungsgesellschaften.

Info-Service-Center

An ausgewählten Fachmessen mit Bundesbeteiligung im Ausland beteiligt sich das Land mit einem NRW-Pavillon. Die Aussteller werden von einem Landesinformanten vor Ort betreut.

2010 haben insgesamt 203 Unternehmen das Angebot genutzt. Dieser Rückgang gegenüber dem Vorjahr entspricht der allgemeinen Entwicklung bei Messebeteiligungen, wie aktuelle Umfragen bestätigen. Die Gründe hierfür: Zum einen bindet der Aufholprozess nach der Wirtschaftskrise bei den Firmen Kapazitäten. Zum anderen favorisieren Unternehmen derzeit häufig die Erneuerung von Kundenbeziehungen anstelle eines Engagements auf Messen – zumal dieses langfristiger geplant werden muss.

Programm Auslandsmessen 2010: Beteiligung der Unternehmen Auf hohem Niveau – doch Wirtschaftskrise hinterlässt Spuren



Die komplette Übersicht aller geförderten Auslandsmessen 2010 sowie für das 1. Quartal 2011 finden Sie auf Seite 25.

Passgenaues Angebot ergänzt eigene Aktivitäten im Ausland

Praxisnähe – für eine zukunftsgerichtete Außenwirtschaftsförderung bedeutet dies: die Nachfrage der Wirtschaft treffen und gleichzeitig für Chancen auf neuen Leitmärkten sensibilisieren. Diese Balance ist NRW.International mit dem Messeprogramm 2010 gelungen.

Am Bedarf der Firmen orientiert, zielten 2010 rund zwei Drittel des Angebots auf Märkte im Großraum Europa. Hier lohnt ein genauer Blick auf das Nutzerverhalten. Weit über die Hälfte der Messeteilnehmer in dieser Region konzentrierte sich auf die Türkei und Russland – also Ländern mit hohem Potenzial. Die „neuen Bühnen“ im Messeprogramm entsprachen offenbar dem Bedarf der Unternehmen und lieferten zugleich wichtige Impulse.

Bilanz Auslandsmessebeteiligungen 2010 im Überblick

- 203 Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen haben sich an 11 Messen in 7 Ländern beteiligt.
- Für 37 Prozent der Firmen war es der erste Auftritt auf dieser Messe.
- Größte Nutzergruppe: Unternehmen mit weniger als 49 Mitarbeitern mit 38 Prozent; Unternehmen mit einem Jahresumsatz unter 7 Millionen Euro mit 37 Prozent.
- Schwerpunktregionen für die Unternehmen: Europa sowie die Vereinigten Arabischen Emirate. Weitere Ziele: Messen in Asien und Amerika.
- 80 Prozent der Unternehmen melden: „Messeziele erreicht.“

1. Quartal 2011

- 93 Aussteller zeigten Spitzenprodukte „Made in NRW“ auf 5 Messen in 5 Ländern auf dem Podium Auslandsmesse.

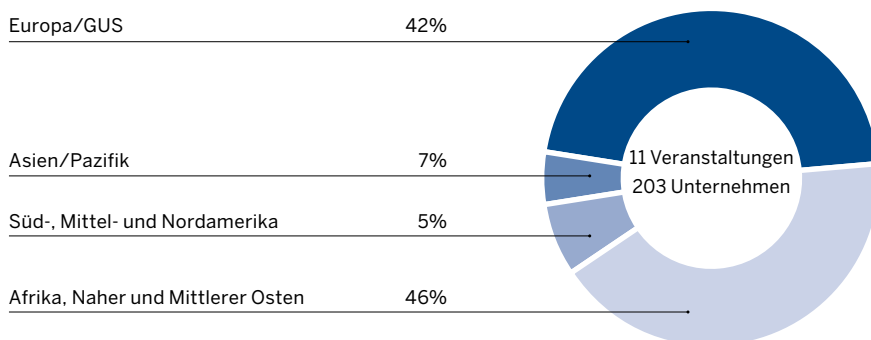
**Dienstleistungsexport:
Kooperationsprojekt NL – NRW**

Seit 2008 informiert eine Workshop-Reihe Unternehmen aus den Bereichen Architektur, Ingenieurwesen und Kommunikation/Medien über Chancen und Wege einer grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. Umgesetzt wird das Angebot vom Generalkonsulat der Niederlande sowie NRW.International.

Fachliche Partner sind die Ingenieurkammer Bau Nordrhein-Westfalen, die Architektenkammer Nordrhein-Westfalen sowie das Cluster Medien.NRW.

2010 beteiligten sich rund 450 Firmen aus beiden Ländern an 9 Workshops. Den Auftakt 2011 bildete ein Workshop mit 88 Architekten und Ingenieuren auf der diesjährigen Messe BouwBeurs in Utrecht.

**Programm Auslandsmessen 2010 – Aussteller nach Wirtschaftsräumen:
Großraum Europa weiter vorn – Russland und Türkei im Fokus**



Quelle: NRW.International 2011

Nordrhein-westfälischer Mittelstand: bereit für neue Wachstumsmärkte

Die Anstrengungen des Netzwerks, den Blick des nordrhein-westfälischen Mittelstands auf Zukunftsmärkte zu lenken, zeigen weitere Erfolge: In den Fokus gerückt sind vor allem die potenzialstarken BRIC-Länder Brasilien, Russland, Indien und China. Den Boom-Markt China sowie die Türkei hatten 2010 bereits doppelt so viele Firmen „auf dem Radar“ wie im Vorjahr.

Natürlich spiegeln sich die neuen Interessenschwerpunkte im Messeprogramm 2010 ebenso wie im aktuellen Angebot 2011.

Erfolge, die zählen – für Unternehmen und Programm-Macher

Ob Unternehmen mit einer Messe eher „konkrete“ oder „weiche“ Ziele verbinden, wird stark vom wirtschaftlichen Umfeld geprägt. Dies bestätigte sich 2010. Hieß es im Vorjahr noch für die meisten „am Ball bleiben“, zeigte sich die Mehrheit der Aussteller wieder selbstbewusst und wollte neue Kunden gewinnen. Erfreulich: Die gesteckten Ziele wurden in besonders hohem Maße erreicht.

Die fünf wichtigsten Messeziele der Teilnehmer am Programm Auslandsmessen

Vergleich: Angestrebte Ziele und Grad der Zielerreichung

| Messeziele 2010 | Ziel angestrebt | Ziel erreicht* |
|---|-----------------|----------------|
| Imagewerbung | 62 Prozent | 93 Prozent |
| Neukundengewinnung | 62 Prozent | 77 Prozent |
| Einführung von Produkten/Dienstleistungen | 52 Prozent | 86 Prozent |
| Vertreterbesuche | 26 Prozent | 61 Prozent |
| Vertragsabschlüsse/Auftragserteilung | 25 Prozent | 62 Prozent |

* erreicht/teilweise erreicht – Mehrfachnennungen möglich

Quelle: NRW.International 2011

Gute Noten für professionelle Organisation

Die Zufriedenheit der Aussteller mit der Organisation und Durchführung der Messen ist ein aussagekräftiger Gradmesser für eine unternehmensgerechte Gestaltung des Angebots. NRW.International betraut mit dieser Aufgabe jeweils Messedurchführungsgesellschaften.

Das Votum der Firmen in diesen Punkten sprach – wieder – für sich: Fast durchgängig gute und sehr gute Noten gab es vor allem für die Betreuung vor Ort.

Für viele Teilnehmer ein willkommenes Plus sind Begleitveranstaltungen des Landes Nordrhein-Westfalen rund um eine Messe – oftmals mit Repräsentanten aus der Politik. Diese „Events“ steigern aus Sicht der Firmen den Stellenwert der eigenen Messebeteiligung deutlich.

Blick in die Praxis

„Das NRW-Angebot ist gut abgestimmt auf den Bedarf kleinerer und mittelständischer Unternehmen.“

Für uns wäre eine Teilnahme ansonsten schwieriger zu bewerkstelligen – nicht nur aufgrund der Kosten, sondern auch unter dem Aspekt der damit verbundenen umfangreichen Organisation. Beim NRW-Gemeinschaftsstand bekommt man ein Komplettpaket angeboten. Das ist gut gemacht und von Jahr zu Jahr besser geworden. Und der NRW-Stand liegt sehr zentral. Folglich bleiben dort viele Interessenten stehen, woraus teilweise sehr lohnende Gespräche resultieren. Im nächsten Jahr bin ich mit Sicherheit wieder dabei. Erst wenn ein Unternehmen das dritte oder vierte Mal auf einer Messe ist, wird es als Spezialist für ein bestimmtes Thema von Besuchern und Mitausstellern bewusst wahrgenommen.“

Wolfgang Straßer, Geschäftsführer
@-yet GmbH, Leichlingen bei Düsseldorf
www.add-yet.com

Kleingruppen auf Auslandsmessen

Flexible Starthilfe mit individuellem Zuschnitt

„Das Programm hilft unserer kleinen, noch jungen Firma sehr. Ohne die Unterstützung hätten wir nicht an der Messe teilnehmen können.“ Die Aussage dieses Ausstellers bringt das Ziel des Instruments „Kleingruppen auf Auslandsmessen“ auf den Punkt: speziell kleineren Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen einen Auftritt auf einer Messe im Ausland zu ermöglichen.

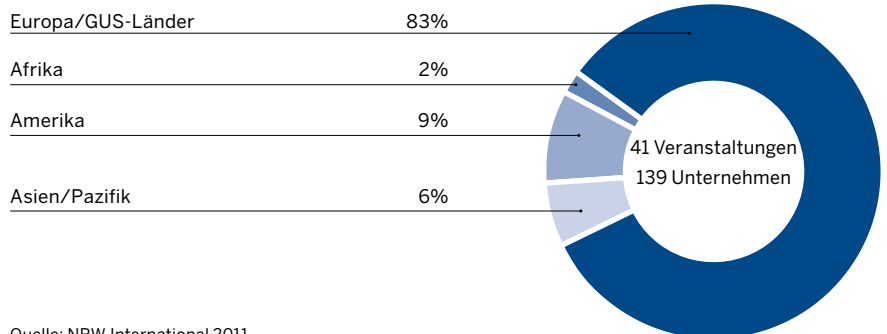
Diese Chance haben 139 Unternehmen 2010 genutzt. Die Beteiligung liegt damit leicht über dem Niveau von 2008, aber deutlich unter den Zahlen des Vorjahres. Unternehmen dieser Größe scheinen auf die Erfahrungen der zurückliegenden globalen Wirtschaftskrise besonders sensibel zu reagieren. In das Bild passt, dass der Anteil der „Einsteiger“ auf Auslandsmessen mit 29 Prozent 2010 eher niedrig lag.

Wachstumsmarkt Russland – zunehmend attraktiv

Zwei Drittel der Nutzer peilten mit ihrem Messeauftritt eine Ausweitung ihres Geschäfts in West-, Süd- und Osteuropa an – in dieser Reihenfolge. An Attraktivität gewonnen hat vor allem der russische Markt. Hierhin zog es doppelt so viele Aussteller wie im Vorjahr. Steigerungsfähig bleibt das Engagement in den künftigen Wachstumsregionen der Welt.

Kleingruppen-Programm 2010: Geförderte Unternehmen auf Auslandsmessen nach Wirtschaftsräumen

Angaben in Prozent



Quelle: NRW.International 2011

Die komplette Übersicht der geförderten Messen 2010 sowie für das 1. Quartal 2011 finden Sie ab Seite 26.

Bilanz der Kleingruppenförderung im Überblick:

2010

- 139 Unternehmen haben sich als Kleingruppe auf 41 Messen in 18 Ländern präsentiert.
- 83 Prozent der teilnehmenden Unternehmen beschäftigen weniger als 50 Mitarbeiter; 89 Prozent erzielen einen Jahresumsatz unter 10 Millionen Euro; davon mehr als drei Viertel weniger als drei Millionen Euro.
- 29 Prozent waren „Einsteiger“ auf der Auslandsmesse.
- 98 Prozent der Unternehmen wollen wieder an einer Messe im Ausland teilnehmen. Dies zeigt, dass das Instrument seinen angestrebten Zweck erfüllt.

1. Quartal 2011

- 38 Unternehmen präsentierten sich bislang auf 12 Messen in 8 Ländern als Kleingruppe.

Mit System zum Erfolg

Viele Aussteller erkennen: Systematische Vorbereitung zahlt sich aus. So steigerten die Firmen ihr Engagement im Vorfeld der Messen 2010 deutlich. Über vier Fünftel der Aussteller haben Termine mit Kunden vereinbart oder Anzeigen geschaltet.

Mit Erfolg, denn ihre Bilanz kann sich sehen lassen:

Fast alle Unternehmen kamen ins Gespräch mit Entscheidern. Nahezu zwei Drittel sehen ihre Erwartungen erfüllt oder sogar übertroffen. Gut zwei Drittel konnten einen oder mehrere Kooperationspartner finden; viele sogar drei und mehr. Jedes zweite Unternehmen erwartet ein gutes oder sehr gutes Nachmessegeschäft.

Blick in die Praxis

Stimmen der Teilnehmer zum Instrument Förderung von Kleingruppen

„Das Programm funktioniert sehr gut!“

„Die Unterstützung des Auslandsauftritts ist eine sehr gute und unersetzliche Hilfe zum Ausbau unserer Aktivitäten im Ausland.“

„Durch die Förderung haben wir uns entschlossen, an der Messe teilzunehmen. Wir sind sehr zufrieden mit der Frequenz und der Qualität der Messe.“

Messeziele 2010: Hohe Erwartungen mehr als erfüllt

| Messeziele 2010 | Ziel angestrebt | Ziel erreicht* |
|---|-----------------|----------------|
| Neukundengewinnung | 76 Prozent | 94 Prozent |
| Imagewerbung | 60 Prozent | 93 Prozent |
| Marktbeobachtung | 58 Prozent | 98 Prozent |
| Einführung von Produkten/Dienstleistungen | 52 Prozent | 93 Prozent |
| Vertragsabschlüsse/Auftragserteilung | 52 Prozent | 83 Prozent |

* erreicht/teilweise erreicht – Mehrfachnennung möglich

Quelle: NRW.International 2011

Für die hohe Akzeptanz und Praxisnähe dieses speziellen Instruments aus Sicht der Unternehmen spricht, dass die Zufriedenheit der Aussteller mit dem Antragsverfahren und den Beteiligungsbedingungen mit jeweils 86 Prozent ausgesprochen hoch und in den vergangenen Jahren sogar kontinuierlich gestiegen ist.

Hintergrund: Kleingruppen auf Auslandsmessen

Das Instrument ist auf den besonderen Bedarf von kleinen und mittleren Unternehmen zugeschnitten: Eine Kleingruppe aus mindestens drei Firmen kann sich auf einer Messe eigener Wahl präsentieren. Planung, Organisation und Kosten werden so auf mehrere Schultern verteilt. Den Auftritt setzt die Kleingruppe in Eigeninitiative um. Das Instrument wird von NRW.International koordiniert – in enger Zusammenarbeit mit seinen Partnern.

Unternehmerreisen

Idealer Türöffner für Spitzenunternehmen auf anspruchsvollen Märkten

„Bei den von NRW.International angebotenen Unternehmerreisen bekommt man sehr viele nützliche Kontakte zu nationalen Unternehmen und den Organisationen vor Ort.“ Das Fazit dieses Unternehmers zeigt: Dieses Instrument der Außenwirtschaftsförderung ist besonders exklusiv.

Je nach Bedeutung des Ziellandes wird das Angebot politisch flankiert. Selbst kleinen und mittleren Spitzenunternehmen aus Nordrhein-Westfalen öffnen sich so die Türen zu hochrangigen Vertretern aus Politik und Wirtschaft.

Die Plattform NRW.International hat das Programm 2010 im Rahmen eines Ideenwettbewerbs gemeinsam mit den Partnern aus Kammern und Verbänden zusammengestellt und umgesetzt. Ideal ergänzt wird das Angebot durch vielfältige Seminare der Kammern, Cluster, Verbände und Wirtschaftsförderungsgesellschaften.

Weitere Synergien in der Außenwirtschaftsförderung erzielt

2010 konnte NRW.International erstmals alle Reisen mit Besuchen von Firmen und Messen, Projektbesichtigungen oder Vorträgen und Seminaren kombinieren – ergänzend zu den Kooperationsbörsen, die inzwischen quasi zum Standard gehören. Die Termine sind oftmals an Fachmessen gekoppelt, auf denen Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen auf einem Firmengemeinschaftsstand oder im Rahmen des Kleingruppenprogramms vertreten sind.



Unternehmerreisen: Rahmenprogramm 2010 wirtschaftsnah erweitert

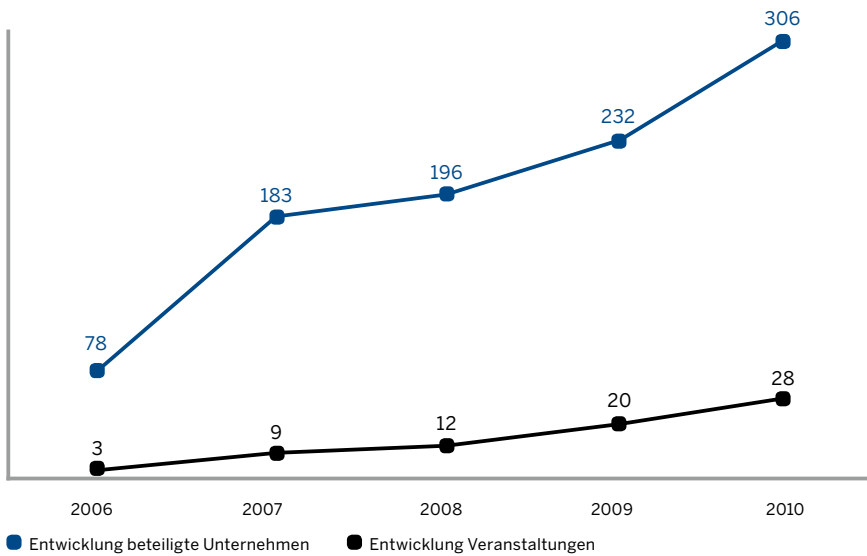
Die besondere Stärke des Instruments: Es bietet eine ideale Plattform für qualifizierte Kontakte zu potenziellen Geschäftspartnern und hochrangigen Repräsentanten eines Ziellandes. Ein fester Bestandteil – fast – jeder Reise sind **Kooperationsbörsen**. Bei den Unternehmen ebenso geschätzt sind **Fachsymposien**, auf denen sich die Firmen in Fachvorträgen einem ausgewählten Kreis präsentieren.

Um den Mehrwert für die Teilnehmer weiter zu erhöhen, hat NRW.International mit seinen Fachpartnern das Rahmenprogramm 2010 systematisch ausgebaut – unter anderem durch **Besuche von Messen, Besichtigungen von Projekten und Firmen sowie Vortragsveranstaltungen, Seminare und Workshops**.

Unternehmerreisen 2010: hochwertig – zukunftsorientiert – passgenau

Das Angebot, qualifizierte Geschäftskontakte auf einer Unternehmerreise zu knüpfen, wurde vom nordrhein-westfälischen Mittelstand 2010 so intensiv genutzt wie nie zuvor. Die Beteiligung ist um fast ein Drittel auf 306 Firmen gestiegen. Damit war es das am stärksten nachgefragte Instrument der Außenwirtschaftsförderung.

Programm Unternehmerreisen 2010: So stark genutzt wie nie zuvor



Bilanz der Unternehmerreisen im Überblick

2010

- 306 Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen knüpften neue Geschäftskontakte auf insgesamt 28 Unternehmerreisen in 18 Ländern.
- Nutzerstruktur: Fast zwei Drittel der teilnehmenden Unternehmen beschäftigen weniger als 50 Mitarbeiter; 61 Prozent erzielen einen Jahresumsatz unter 7 Millionen Euro.
- 61 Prozent der Firmen nutzten das Angebot erstmals. Für rund jedes zweite Unternehmen ist das Reiseziel ein neuer Markt. Ein knappes Viertel besitzt noch gar keine Erfahrung im Ausland.

1. Quartal 2011

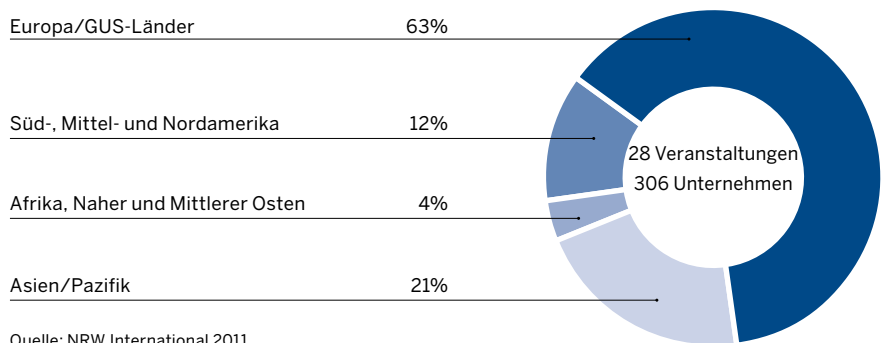
- Auf 6 Veranstaltungen erkundeten 65 Unternehmen Chancen neuer Märkte in 6 Ländern.

Die komplette Übersicht aller Unternehmerreisen 2010 sowie für das 1. Quartal 2011 finden Sie ab Seite 28.

Zuschnitt des Instruments und ausgewählte Ziele optimal

Geschätzt wird die Türöffnerfunktion der Unternehmerreisen von den Firmen offenbar gerade auf Märkten, die sich derzeit aus den unterschiedlichsten Gründen komplex gestalten: So lieferte das Programm 2010 der nordrhein-westfälischen Wirtschaft vor allem gezielte Impulse zur Erschließung künftiger Leitmärkte mit hohem Wachstumspotenzial.

Instrument Unternehmerreisen 2010: Unternehmen nach Wirtschaftsräumen



Positive Bilanz der Unternehmer bei den Zielen spricht für Qualität des Angebots

Unternehmerreisen zielen vor allem darauf, Chancen und Risiken eines neuen Marktes auszuloten und erste Kontakte zu knüpfen. Dies spiegelt sich in der Nutzerstruktur 2010: Für rund jedes zweite Unternehmen war das Ziel der Reise „Neuland“. Zwei Drittel der Teilnehmer brachten zumindest Erfahrungen auf anderen Auslandsmärkten mit.

Erfreulich: Die Firmen haben 2010 den ersten Schritt auf den neuen Markt gründlicher als bisher vorbereitet – sei es in einem Vorbereitungs-Workshop oder durch gezielte Ansprache potenzieller Partner. Für dieses Engagement kommen mehrere Gründe in Betracht: die besondere Situation als „Einsteiger“ ebenso wie die Erfahrung als „Wiederholer“, der anspruchsvolle Charakter vieler Märkte sowie die gezielte Motivation durch die Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern, Cluster und Verbände.

Dass die Unternehmen trotz guter Vorbereitung 2010 die „Neukundengewinnung“ als Hauptziel im Gepäck hatten – für das Instrument eher untypisch –, lässt auf eine langfristige Perspektive der Unternehmen bei den geäußerten Erwartungen schließen.

Die wichtigsten Ziele der Teilnehmer am Programm Unternehmerreisen Ziele in überaus hohem Maße erfüllt – Erwartungen deutlich übertroffen

| Ziele 2010 | Ziel angestrebt | Ziel erreicht* |
|---|-----------------|----------------|
| Neukundengewinnung | 43 Prozent | 68 Prozent |
| Einführung von Produkten/Dienstleistungen | 37 Prozent | 76 Prozent |
| Imagewerbung | 32 Prozent | 91 Prozent |
| Vertragsabschlüsse/Auftragserteilung | 30 Prozent | 41 Prozent |
| Finden von Kooperationspartnern | 11 Prozent | 82 Prozent |
| Marktbeobachtung | 10 Prozent | 98 Prozent |

* erreicht/teilweise erreicht – Mehrfachnennung möglich

Quelle: NRW.International 2011

Professionelle Teamarbeit des Netzwerks fand hohen Zuspruch

Die enge Zusammenarbeit von NRW.International und den Fachpartnern hat aus Sicht der Unternehmen im Ergebnis überzeugt. Dafür sprechen drei Beispiele:

- Zwischen 92 und 97 Prozent der Firmen sind mit der Gesamtorganisation und der Betreuung vor Ort „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ – ein ohnehin erfreulich hoher Wert, der sich gegenüber dem Vorjahr erneut verbessert hat.
- 80 Prozent der Befragten beurteilen Qualität und Nutzen der vorbereiteten Informationen und Unterlagen als „sehr gut“ oder „gut“. Auch in diesem Punkt ist eine erhebliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr zu verbuchen.
- 94 Prozent der Unternehmen wollen an einer weiteren Reise teilnehmen, wenn sich die Chance dazu ergibt.

Blick in die Praxis

„Ich empfehle jedem Unternehmer, an einer von NRW.International angebotenen Reise teilzunehmen.“

Ein Blick in die Programme zeigt: Da haben sich Leute Mühe gegeben und Gedanken darüber gemacht, wie eine solche Reise wirklich erfolgreich wird.

Wir haben Technologieparks besucht, große Firmen, kleine Betriebe, haben mit deutschen und indischen Unternehmern vor Ort gesprochen und viele fürs Alltagsgeschäft hilfreiche Organisationen kennengelernt – uns also in der ganzen Bandbreite informieren können.

Da waren viele auch noch für mich neue und nützliche Hinweise dabei. Und ich habe gemerkt: Wenn es zu Beginn meiner Indien-Aktivitäten schon eine solche Unternehmerreise gegeben hätte, wären mir viel Zeit und Arbeit erspart geblieben.“

Dr. Dimitrios Tzalis, Geschäftsführer
Taros Chemicals GmbH & Co. KG in Dortmund
www.taros.de

Starke Akteure, die sich in ihren Stärken ergänzen

Drei Fragen an die Partner von NRW.International

Eine Grundlage der erfolgreichen Außenwirtschaftsförderung durch das Land Nordrhein-Westfalen ist der Public Private Partnership-Ansatz, dem die Gesellschaft NRW.International folgt. Das folgende Interview zeigt, wie öffentlicher Sektor und Privatwirtschaft in diesem Netzwerk erfolgreich kooperieren:

Die aktuelle DIHK-Studie „Going International 2010“ zeigt: Für jedes zweite Unternehmen bilden verlässliche Marktinformationen die zentrale Grundlage für strategische Entscheidungen im Auslandsgeschäft. Diese Leistungen gehören zu den besonderen Stärken, die die 16 Industrie- und Handelskammern in das Netzwerk Außenwirtschaftsförderung einbringen. Welche Bilanz ziehen Sie für 2010?

Dr. Ralf Mittelstädt: Fast 140 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der 16 Industrie- und Handelskammern in NRW unterstützen unsere Mitgliedsunternehmen sehr umfassend beim Auf- und Ausbau ihres Engagements im Ausland:


In 134.450 Fällen haben sie im Jahr 2010 aktuelle, fundierte Informationen zur Verfügung gestellt – davon 38.450 Mal zu den Themen Märkten, Marketing, Investitionen und Niederlassungsrecht im Ausland.

Ein weiterer Schwerpunkt sind Dokumente wie Ursprungszeugnisse, Bescheinigungen und Carnets für das Auslandsgeschäft. Unter anderem wurden 324.500 Ursprungszeugnisse ausgestellt, darunter 51.500 elektronisch.

Zusätzlich haben sie mit rund 350 Veranstaltungen und Seminaren landesweit Unternehmen über die vielfältigen Facetten der Internationalisierung informiert. Zu den Höhepunkten 2010 gehörte der „6. IHK-Außenwirtschaftstag NRW“ in Münster mit 830 Teilnehmern. Die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen haben außerdem Länderschwerpunkte entwickelt. Diese spezialisierten „Schwerpunkt-IHKs“ liefern den Unternehmen tiefer gehende Fakten zu den jeweiligen Märkten.

Innovative, oft hochspezialisierte Betriebe aus dem Handwerk erobern heute Märkte in Euro-Ländern und der ganzen Welt. Doch gerade für kleinere Betriebe ist bereits ein Engagement im Ausland „nebenan“ bereits ein enormer Kraftakt. Ihr Ziel als Partner von NRW.International: Noch viel mehr Handwerker international erfolgreich zu machen. Wie sieht Ihre aktuelle Bilanz aus?

Reiner Nolten: Die Außenwirtschafts-Berater im Netzwerk „Handwerk International“ und die „Zukunftsinitiative Handwerk Nordrhein-Westfalen“ begleiten Betriebe aus dem Handwerk mit vielfältigen Leistungen ins Ausland. Allein 2010 haben sie in über 1.000 Gesprächen unsere Mitglieder dabei unterstützt, dass diese den Weg auf diese Märkte schneller finden und dort erfolgreicher agieren.



Ergänzende Angebote der Außenwirtschaftsförderung zum Programm von NRW.International

Nordrhein-Westfalen

- Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern: Beratungen zu Ländern, Märkten, Zollfragen, Dokumentengeschäft
- IHK-Außenwirtschaftstag NRW
- Zukunfts-Initiative Handwerk Nordrhein-Westfalen
- EU- und Außenwirtschaftsförderung der NRW.BANK

Stetig steigend ist der Stellenwert des Programms der Außenwirtschaftsförderung, bei dem wir uns als Partner von NRW.International in allen Phasen einbringen – bis hin zur Motivation der Betriebe durch unsere Berater.

Besonders wirkungsvoll ist die Kleingruppenförderung. Die Zahl der Nutzer aus dem Handwerk hat sich hier von 2007 bis 2010 vervierfacht. Immer mehr Betriebe schätzen auch den hohen Mehrwert von Unternehmerreisen: Das Angebot wurde 2010 von dreimal so vielen Firmen in Anspruch genommen wie noch 2007. Positiv wirkt sich hier sicher aus, dass viele Projekte im europäischen Ausland angeboten werden.

Trotz guter Stimmung und erfreulicher Exportbilanz: Geschäfte mit dem Ausland sind für den Mittelstand alles andere als ein Selbstläufer. Und das Umfeld vieler Märkte wird anspruchsvoller. Für Exporteure stehen daher das Finanzieren und Absichern von Auslandsgeschäften ganz oben auf der Agenda. Wie unterstützt die NRW.BANK die Unternehmen hierbei?

Ingrid Hentzschel: Die NRW.BANK ergänzt die Außenwirtschaftsförderung des Landes hier durch verschiedene Instrumente: Zur Finanzierung von Auslandsaktivitäten stehen das Darlehen „NRW.BANK.Ausland Invest“ sowie die Rückgarantien aus dem Programm „NRW.BANK.Ausland Export“ zur Verfügung. Letztere erleichtern Unternehmen den Zugang zu Exportgarantien. Zentrale Anlaufstelle für Unternehmen ist die Abteilung EU- und Außenwirtschaftsförderung der NRW.BANK.

Zum Service der NRW.BANK gehört auch die Beratung über öffentliche Finanzierungsinstrumente vom Land, Bund und der EU. Wir recherchieren für Unternehmen, welche konkreten Förderprogramme für ihr Auslandsprojekt in Frage kommen. Das Themenspektrum ist breit: Es reicht von der EU-Strukturfondsförderung und nationalen Fördermitteln in den verschiedenen EU-Ländern, über Fördermöglichkeiten in Beitritts- und Drittländern bis hin zu europaweiten Aktionsprogrammen der EU.

Zugleich vermitteln wir Kontakte und Ansprechpartner zu Wirtschaftsförderinstitutionen vor Ort. Die Kontakte bezieht die NRW.BANK durch das Projekt NRW.Europa, ein seit 2008 bestehendes Konsortium mit der ZENIT GmbH. NRW.Europa ist Partner im Enterprise Europe Network (EEN) der Europäischen Kommission mit über 600 Mitarbeitern in Wirtschaftsförderagenturen, Industrie- und Handelskammern oder Förderbanken in ganz Europa und darüber hinaus.

Interviewpartner

Dr. Ralf Mittelstädt, IHK NRW – Die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen e. V.

Reiner Nolten, Westdeutscher Handwerkskammertag

Ingrid Hentzschel, NRW.BANK

Unsere Partner

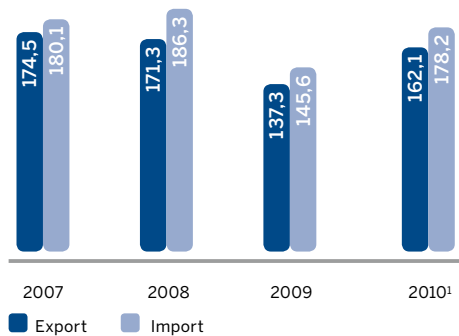
- 16 Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen
- 7 Handwerkskammern in Nordrhein-Westfalen
- Cluster NRW
- Wirtschaftsförderungsgesellschaften NRW
- Verbände
- Landesinitiativen

Handelsbilanz und Handelspartner 2010

Nordrhein-Westfalens Wirtschaft aus Poleposition durchgestartet

Außenhandel von Nordrhein-Westfalen: Internationale Geschäfte auf Wachstumskurs

Angaben in Milliarden Euro



¹ vorläufige Ergebnisse

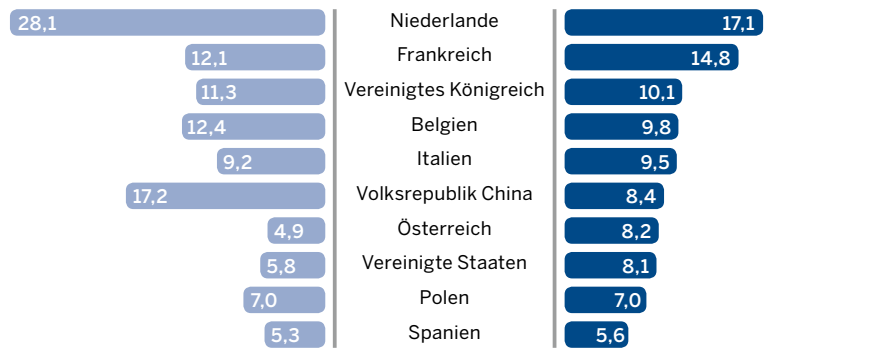
Quelle: NRW.International, zusammengestellt nach Angaben von IT.NRW 2011

Breit aufgestellt in puncto Märkte und Produkte, hat die nordrhein-westfälische Wirtschaft 2010 besonders vom weltweiten Aufschwung profitiert. Die Metropolregion ist einer der größten Marktplätze Europas. Das beweist ein Gesamtvolumen von 340,3 Milliarden Euro bei den Ein- und Ausfuhren im Jahr 2010. Entsprechend positiv sind die Impulse des Außenhandels für das bevölkerungsreichste Bundesland.

Die Geschäfte nordrhein-westfälischer Unternehmen mit dem Ausland legten 2010 mit 20,3 Prozent wieder deutlich zu. Besonders erfolgreich bei den hiesigen Firmen ist der Austausch von Waren mit Partnern in der Europäischen Union. Er erzielte einen Wert von 216 Milliarden Euro. Wichtigster Partner für Exporte und Importe bleibt der Nachbar Niederlande.

Die wichtigsten Handelspartner Nordrhein-Westfalens 2010 TOP-Markt weiter Europa – Partner China rückt auf

Angaben nach Handelsvolumen in Milliarden Euro



■ Export ■ Import

Quelle: NRW.International 2011, zusammengestellt nach Angaben von IT.NRW

Weitere Daten zur Entwicklung der Exporte und Importe der nordrhein-westfälischen Wirtschaft finden Sie ab Seite 34.

Exportentwicklung 2010 – Länder und Güter „Deutschlands Exportmeister heißt NRW“

Diese und ähnliche Schlagzeilen aus dem Frühjahr 2011 unterstreichen die erneut führende Position Nordrhein-Westfalens im deutschen Ländervergleich.

2010 exportierten die nordrhein-westfälischen Unternehmen Produkte im Wert von 162,1 Milliarden Euro. Dieses „satte“ Plus von 18,1 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr machte den drastischen Rückgang im Krisenjahr 2009 fast wieder wett. Bemerkenswert: Dies entspricht dem stärksten Anstieg seit 1974.

In Europa zu Hause – und offen für neue Potenziale

Im Fokus der nordrhein-westfälischen Unternehmen steht traditionell Europa. 2010 stiegen die Ausfuhren nach Europa und in die GUS-Staaten auf einen Gesamtwert von 121,2 Milliarden Euro. Damit gingen fast 75 Prozent aller Exporte in diese Region. Die Lieferungen an Partner in der Europäischen Union – EU – kletterten auf einen Wert von 104,3 Milliarden Euro.

Der europäische Binnenmarkt bleibt damit Hauptabnehmer von Waren aus Nordrhein-Westfalen. Der leicht rückläufige Anteil dieser Region auf inzwischen 64 Prozent zeigt: Mehr und mehr Unternehmen richten ihren Blick auf außereuropäische Märkte mit hohen Wachstumspotenzialen.

In das Bild passt der beachtliche Anstieg von Ausfuhren in die Türkei um fast 46 Prozentpunkte. Der wichtige Brückenmarkt zwischen Europa und Asien rückte damit auf Rang 14 der wichtigsten Exportpartner für hiesige Unternehmen.

Steigendes Engagement auf attraktiven Wachstumsmärkten

Die Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen bauen ihr Engagement in den Wachstumsregionen der Welt systematisch aus – vor allem in den sogenannten BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China.

Besonders dynamisch entwickelten sich die Exporte in die Russische Föderation mit einem Plus von 31 Prozent. Das Boomland China ist von 2008 bis 2010 unter den TOP-Ten der beliebtesten Zielmärkte um vier Plätze gestiegen und belegt nun Rang sechs. Zwei überzeugende Beispiele, wie attraktiv diese Länder wegen ihrer Wirtschafts- und Kaufkraftpotenziale für hiesige Unternehmen sind.

Außenhandel Nordrhein-Westfalen Kennzahlen 2010/1. Quartal 2011 im Überblick

- Außenhandelsvolumen
Nordrhein-Westfalen 2010:
340,3 Milliarden Euro
(= plus 20,3 Prozentpunkte)
- Exporte**
 - Exportquote des Bruttoinlandsprodukts 2010
von Nordrhein-Westfalen:
29,9 Prozent (= plus 3,6 Prozentpunkte)
 - Exportvolumen 2010:
162,1 Milliarden Euro
(= plus 18,1 Prozentpunkte)
Anteil NRW an BRD: 16,9 Prozent
 - Exportvolumen 1. Quartal 2011:
44,1 Milliarden Euro
(= plus 18,2 Prozentpunkte)
Anteil NRW an BRD: 16,9 Prozent
- Importe**
 - Importquote des Bruttoinlandsprodukts 2010
von Nordrhein-Westfalen:
32,8 Prozent (= plus 5 Prozentpunkte)
 - Importvolumen 2010:
178,2 Milliarden Euro
(= plus 22,4 Prozentpunkte)
Anteil NRW an BRD: 22 Prozent
 - Importvolumen 1. Quartal 2011:
50,7 Milliarden Euro
(= plus 25,8 Prozentpunkte)
Anteil NRW an BRD: 22,9 Prozent

Zuwächse der Exporte aus Nordrhein-Westfalen in Wachstumsmärkte der BRIC-Staaten 2010

- **Brasilien**
Exportvolumen 1,9 Milliarden Euro
Plus gegenüber Vorjahr: 19,1 Prozentpunkte
- **Russische Föderation**
Exportvolumen 4,9 Milliarden Euro
Plus gegenüber Vorjahr: 31,0 Prozentpunkte
- **Indien**
Exportvolumen 2,3 Milliarden Euro
Plus gegenüber Vorjahr: 9,9 Prozentpunkte
- **China**
Exportvolumen 8,4 Milliarden Euro
Plus gegenüber Vorjahr: 19,7 Prozentpunkte

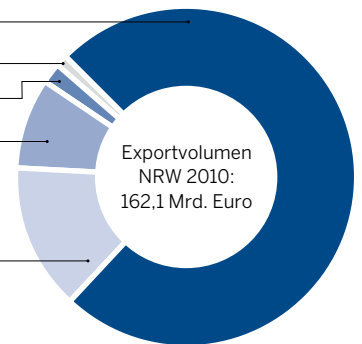
Die drei wichtigsten Exportgüter aus Nordrhein-Westfalen 2010

- **Chemische Erzeugnisse**
Exportvolumen: 26,5 Milliarden Euro
= Anteil am Gesamtexport: 16,3 Prozent
- **Maschinen**
Exportvolumen: 25,5 Milliarden Euro
= Anteil am Gesamtexport: 15,7 Prozent
- **Metalle**
Exportvolumen: 18,7 Milliarden Euro
= Anteil am Gesamtexport: 11,5 Prozent

Exportregionen 2010

Trend setzt sich fort: Potenzialmärkte Asiens locken immer mehr Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen

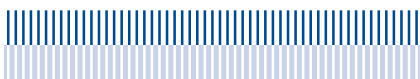
| | | |
|-------------------------------|-----------------|-------|
| Europa/GUS-Länder | 121,2 Mrd. Euro | 74,8% |
| Australien/Ozeanien | 1,2 Mrd. Euro | 0,8% |
| Afrika | 3,0 Mrd. Euro | 1,8% |
| Nord-, Mittel- und Südamerika | 13,6 Mrd. Euro | 8,4% |
| Asien/Pazifik | 23,1 Mrd. Euro | 14,2% |



Quelle: NRW.International, zusammengestellt nach Angaben von IT.NRW 2011

Exportgüter: Weltweit gefragt – Innovative Technologien für nachhaltige Zukunftslösungen

Als mit Abstand wichtigste Exportgüter behaupteten sich 2010 wieder klassische Branchen der nordrhein-westfälischen Wirtschaft wie chemische Erzeugnisse, Maschinen, Metalle sowie Kraftwagen und Kraftwagenteile. Diese „Exportschlager“ teilen sich die Hälfte des gesamten Exportvolumens untereinander auf. Der Blick auf konkrete Produkte unterstreicht die starke Position des Landes im Bereich globaler Zukunftstechnologien: So sind Energie- und Umwelttechnik, Klimaschutz, Energieeffizienz oder Wasserversorgung vielfach auf modernste Maschinenbautechnik und Chemieerzeugnisse angewiesen.



Zahlen zur Außenwirtschaftsförderung des Landes Nordrhein-Westfalen

Zahlen zur Außenwirtschaftsförderung des Landes Nordrhein-Westfalen 2010

Instrumente der Außenwirtschaftsförderung – Entwicklung 2006 bis 2010

| Instrument | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 1. Quartal 2011 | |
|--------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|
| | Veranstaltungen | Aussteller/Unternehmer | Veranstaltungen | Aussteller/Unternehmer | Veranstaltungen | Aussteller/Unternehmer | Veranstaltungen | Aussteller/Unternehmer | Veranstaltungen | Aussteller/Unternehmen | Veranstaltungen | Aussteller/Unternehmen |
| Auslandsmessen, davon | 14 | 258 | 12 | 249 | 13 | 331 | 11 | 273 | 11 | 203 | 5 | 93 |
| Firmengemeinschaftsstand | 4 | | 4 | 44 | 4 | 92 | 4 | 70 | 7 | 92 | 3 | 46 |
| Info-Service-Center | 10 | | 8 | 203 | 9 | 239 | 6 | 203 | 4 | 111 | 2 | 46 |
| + 1 Katalogmesse | | | | | | | | | | | | |
| Kleingruppen | 28 | 115 | 30 | 110 | 36 | 133 | 41 | 168 | 41 | 139 | 12 | 38 |
| Delegationsreisen | 3 | 78 | 9 | 183 | 12 | 196 | 20 | 232 | 28 | 306 | 6 | 65 |
| Gesamt | 45 | 451 | 51 | 542 | 61 | 660 | 72 | 673 | 80 | 648 | 23 | 196 |

Quelle: NRW.International 2011

Beteiligung der Unternehmen 2010 am Programm der Außenwirtschaftsförderung nach Unternehmensgröße – nach Zahl der Mitarbeiter

| Förderinstrument | Zahl der Mitarbeiter (Beteiligung in Prozent) | | | | | |
|---------------------------|---|-------|--------|---------|---------|-------|
| | 0–9 | 10–49 | 50–100 | 101–250 | 251–499 | > 500 |
| Firmengemeinschaftsstände | 17 | 21 | 12 | 15 | 35 | – |
| Kleingruppenförderung | 52 | 31 | 9 | 8 | – | – |
| Unternehmerreisen | 29 | 36 | 15 | 10 | 10 | – |

Quelle: NRW.International 2011

Beteiligung der Unternehmen 2010 am Programm der Außenwirtschaftsförderung nach Unternehmensgröße – nach Jahresumsatz

| Förderinstrument | Jahresumsatz in Mio. Euro (Beteiligung in Prozent) | | | | | |
|---------------------------|--|-----|------|-------|-------|------|
| | < 3 | 3–7 | 7–10 | 10–20 | 20–50 | > 50 |
| Firmengemeinschaftsstände | 26 | 11 | 3 | 13 | 17 | 30 |
| Kleingruppenförderung | 68 | 17 | 5 | 6 | 4 | – |
| Unternehmerreisen | 46 | 15 | 6 | 10 | 9 | 14 |

Quelle: NRW.International 2011

Programm der Außenwirtschaftsförderung 2010: Beteiligung nach Erstnutzern

| Förderinstrument | Unternehmen (in Prozent) | |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | nimmt erstmals teil | nimmt wiederholt teil |
| Firmengemeinschaftsstände | 37 | 63 |
| Kleingruppenförderung | 29 | 71 |
| Unternehmerreisen | 61 | 39 |

Quelle: NRW.International 2011

Bilanz 2010 – Instrument Auslandsreisen

11 Veranstaltungen in 7 Ländern mit 203 Ausstellern

| Wirtschaftsregion/Zielland | Veranstaltung | Messethema | Termin | FGS ¹ | ISC ² | Aussteller |
|--|------------------------------|--|----------------------------|------------------|------------------|--|
| Europa/GUS-Länder | | | | | | |
| Frankreich | Pollutec | Umwelttechnologien | November/ Dezember 2010 | • | | 9 |
| Russland | Ecwatech | Umwelt-/ Wassertechnik | Juni 2010 | • | | 7 |
| Russland | RUSNANOTECH | Nanotechnologie | November 2010 | • | | 12 |
| Spanien | Mobile World Congress | Mobile Anwendungen | Februar 2010 | • | | 25 |
| Türkei | WIN II | Automation/ Elektrotechnik | Februar 2010 | | • | 8 |
| Türkei | TurkeyBuild | Bauwirtschaft | Mai 2010 | • | | 5 |
| Türkei | Renex 2010 | Erneuerbare Energien | Dezember 2010 | • | | 20 |
| | | | | | | 7 Veranstaltungen 86 |
| Asien/Pazifik | | | | | | |
| China | CIEI | Bergbau, Energietechnik | September 2010 | • | | 14 |
| | | | | | | 1 Veranstaltung 14 |
| Afrika, Naher und Mittlerer Osten | | | | | | |
| Vereinigte Arabische Emirate VAE | Arab Health | Gesundheitswirtschaft | Januar 2010 | | • | 48 |
| Vereinigte Arabische Emirate VAE | Big 5 Show | Mehrbranchen, insbes. Bauwirtschaft | November 2010 | | • | 45 |
| | | | | | | 2 Veranstaltungen 93 |
| Amerika | | | | | | |
| USA | BIO International Convention | Biotechnologie | Mai 2010 | | • | 10 |
| | | | | | | 1 Veranstaltung 10 |
| | | | | | | Auslandsmessen 2010 11 |
| | | | | | | Aussteller/Unternehmen 2010 203 |

¹ Firmengemeinschaftsstand

² Info-Service-Center

Quelle: NRW.International 2011

Bilanz 2010 – Instrument Kleingruppenförderung

41 Messen in 18 Ländern mit 139 Ausstellern

| Wirtschaftsregion/ Zielland | Veranstaltung | Messthema | Termin | Aussteller |
|--------------------------------|-----------------------------------|---|---------------------------|------------|
| Europa/GUS-Länder | | | | |
| Belgien | Indigo | Werbung, Marketing | September 2010 | 6 |
| Frankreich | maison & objet | Konsumgüter | Januar 2010 | 4 |
| Frankreich | maison & objet | Kunst, Antiquitäten, Bücher, Druckerzeugnisse, Bibliotheken | September 2010 | 3 |
| Frankreich | Première Classe | Designmesse, Mode, Zubehör, Geschenkartikel | Januar 2010 | 6 |
| Frankreich | JEC Composites Show | Zulieferwirtschaft, Luft- und Raumfahrttechnik, Flughafenbau | April 2010 | 4 |
| Frankreich | Eclat de Mode – BijorHCA | Geschenkartikel | September 2010 | 3 |
| Frankreich | FIAC | Kunst, Antiquitäten | Oktober 2010 | 3 |
| Frankreich | Piscine | Körperpflege | November 2010 | 3 |
| Frankreich | Paris Photo | Foto, Film, Kino, AV | November 2010 | 3 |
| Großbritannien | Spring Fair Birmingham | Hausrat, Glas, Keramik, Geschenkartikel, Uhren, Schmuck, Kunsthandwerk, Festartikel | Februar 2010 | 3 |
| Großbritannien | Dentistry Show | Medizintechnik | März 2010 | 4 |
| Großbritannien | BDA Dental Congress an Exhibition | Medizintechnik | Mai 2010 | 3 |
| Großbritannien | Cycle Show London | Sportartikel | Oktober 2010 | 3 |
| Italien | Cosmoprof | Freizeit, Hobby, Sportartikel | April 2010 | 5 |
| Italien | Mifur | Bekleidung/Accessoires | März 2010 | 4 |
| Italien | Marmoracc | Naturstein-Industrie | September 2010 | 3 |
| Italien | Salone Internazionale del Mobile | Möbelfertigung | April 2010 | 3 |
| Italien | Macef | Hausrat, Glas | September 2010 | 5 |
| Italien | Abilmente Autunno | Freizeit, Hobby | Oktober 2010 | 3 |
| Italien | AF – L'Artigiano in Fiera | Geschenkartikel, Uhren, Schmuck, Kunsthandwerk, Festartikel | Dezember 2010 | 5 |
| Kasachstan | AgriTec Astana | Landwirtschaft | März 2010 | 3 |
| Kasachstan | MinTek | Bergbau | Juni 2010 | 3 |
| Kosovo | Expokos | Bautechnik | Mai 2010 | 3 |
| Österreich | Blickfang Wien | Werbung, Marketing | Oktober 2010 | 3 |
| Russland | Flowers | Mehrbranchen – Konsumgütermessen | September 2010 | 3 |
| Russland | UGOL ROSSIL & Mining | Bergbau | Juni 2010 | 9 |
| Schweiz | Swiss Plastic | Kunststoff | Januar 2010 | 3 |
| Spanien | ARCO | Technologien, Erfindungen, Innovationen | Februar 2010 | 3 |
| Spanien | orto + Pro Care España | Medizintechnik | September 2010 | 3 |
| Ukraine | UGOL & Mining | Bergbau | September 2010 | 3 |
| Tschechien | MSV Brünn | Maschinenbau | September 2010 | 3 |
| | | | 31 Veranstaltungen | 115 |

Fortsetzung: Bilanz 2010 – Instrument Kleingruppenförderung
41 Messen in 18 Ländern mit 139 Ausstellern

| Wirtschaftsregion/ Zielland | Veranstaltung | Messethema | Termin | Aus- steller |
|--|--------------------------|-------------------------------|--|-----------------|
| Asien/Pazifik | | | | |
| China | Aluminium China | Gießerei | Juni 2010 | 3 |
| Korea | KIAF | Kunstmesse | September 2010 | 4 |
| Japan | ISOT | Büroausstattung | Juli 2010 | 1 |
| | | | 3 Veranstaltungen | 8 |
| Afrika, Naher und Mittlerer Osten | | | | |
| Vereinigte Arabische Emirate (VAE) | ME Pool Show | Freizeit | September 2010 | 3 |
| | | | 1 Veranstaltung | 3 |
| Süd- und Nordamerika | | | | |
| Brasilien | Expo Elevador | Bautechnik | August 2010 | 3 |
| USA | ICFF | Möbelfertigung | Mai 2010 | 3 |
| USA | Lotusphere | Telekommunikation | Januar 2010 | 4 |
| USA | National Stationery Show | Büroausstattung, Bürobedarf | Mai 2010 | 1 |
| USA | CHA | Kunsthandwerk und Hobby-Messe | Januar 2010 | 1 |
| USA | CHA | Kunsthandwerk und Hobby-Messe | Juli 2010 | 1 |
| | | | 6 Veranstaltungen | 13 |
| | | | Veranstaltungen 2010 insgesamt | 41 |
| | | | Ausstellende Unternehmen 2010 insgesamt | 139 |

Quelle: NRW.International 2011

Bilanz 2010: Instrument Unternehmerreisen – Delegationsreisen, Kooperationsbörsen, Fachsymposien 28 Veranstaltungen in 18 Ländern mit 306 Unternehmen

| Wirtschaftsregion/ Zielland | Veranstaltung | Rahmenprogramm neben Kooperationsbörsen | Branchen | Termin | Unter- nehmen |
|--------------------------------|--|---|--|----------------------------|------------------|
| Europa/GUS-Länder | | | | | |
| Belgien/ Deutschland | Unternehmerreise zur „E-Word Energy & Water“, Deutschland/Essen | Projektbesichtigungen, Firmenbesuche, Messebesuch | Energie- und Wasserwirtschaft | Februar 2010 | 28 |
| Belgien | Marktsondierungsreise „Bau und Ausbau“ zur Messe Batibouw | Projektbesichtigungen, Messebesuch | Bau- und Ausbaugewerbe | Februar 2010 | 10 |
| Belgien | Marktsondierungsreise Simplify your Life Teil 2, Fortsetzung Batibouw | Vortragsveranstaltung | Bau- und Ausbauhandwerk | November 2010 | 9 |
| Belgien | Unternehmerreise zur Messe „Intérieur 2011“, Kortrijk | Firmenbesuche, Messebesuch | Innenausbau | Oktober 2010 | 13 |
| Frankreich | Marktsondierungsreise zum „Salon des Energies Renuvelables“ | Projektbesichtigungen, Messebesuch | Erneuerbare Energien, Energiegewinnung | Juni 2010 | 2 |
| Frankreich | Unternehmerreise zur Messe SIAL/IPA, Paris | Firmenbesuche, Messebesuch, Fachsymposium | Nahrungsmittel- technologie und -herstellung | Oktober 2010 | 8 |
| Frankreich | Marktsondierungsreise „Côte d'Azur“ | Projektbesichtigungen | Gehobener Innenausbau | Dezember 2010 | 14 |
| Großbritannien | Unternehmerreise Großbritannien „Bau und Denkmalschutz“ | Projektbesichtigungen | Bauwirtschaft, Denkmalpflege | November 2010 | 18 |
| Großbritannien | Unternehmerreise „Creatives go UK“ | Projektbesichtigungen, Fachsymposium | Medienwirtschaft, Kreativwirtschaft | November 2010 | 12 |
| Italien | Unternehmerreise Italien „Erneuerbare Energien“ | Projektbesichtigungen, Firmenbesuche, Messebesuch | Umwelt- und Ergietechnik, Erneuerbare Energien | November 2010 | 6 |
| Niederlande | Markterkundungsfahrt „Gevel“ | Messebesuch | Bauwirtschaft | Januar 2010 | 2 |
| Niederlande | Unternehmerreise | Seminar, Geschäftslunch | Ausbaugewerbe | Juni 2010 | 12 |
| Schweiz | Einkäuferreise Schweiz für Hotellinnenausbau in NRW | Workshops | Gehobener Innenausbau | November 2010 | 6 |
| Spanien | Marktsondierungsreise zur Messe „Smagua“, Zaragoza | Projektbesichtigungen, Kongress- und Messebesuch | Wasserwirtschaft, Effizienztechnologien | März 2010 | 5 |
| Spanien | Unternehmerreise zur Messe „Orto + ProCare“ | Firmen- und Projektbesichtigungen, Messebesuch | Orthopädie, Rehabilitation, Altenpflege | September/ Oktober 2010 | 3 |
| Türkei | Delegationsreise zur WIN I, Istanbul | Messebesuch | Maschinen- und Anlagenbau, Metallbearbeitung | Februar 2010 | 12 |
| Türkei | Unternehmerreise Türkei zur Messe „Renex“ 5. Deutsch-Türkisches Energiesymposium | Symposium, Fachvorträge, Messebesuch | Recycling- und Umwelttechnologien, Kraftwerkstechnologie, Solar-/Windenergie, Geothermie | Dezember 2010 | 12 |
| Tschechien/ Slowakei | Einkäuferreise zur Messe „MSV“ | Workshops | Maschinenbau, Metallverarbeitung, Automobilindustrie | November 2010 | 7 |
| Ungarn | Unternehmerreise mit Sachverständigen | Firmen- und Projektbesichtigungen | Holzwirtschaft | September 2010 | 14 |
| | | | 19 Veranstaltungen | | 193 |

**Fortsetzung: Bilanz 2010: Instrument Unternehmerreisen – Delegationsreisen, Kooperationsbörsen, Fachsymposien
28 Veranstaltungen in 18 Ländern mit 306 Unternehmen**

| Wirtschaftsregion/ Zielland | Veranstaltung | Rahmenprogramm neben Kooperationsbörsen | Branchen | Termin | Unter- nehmen | |
|--|---|--|--|----------------------------|---------------------------------------|------------|
| Asien/Pazifik | | | | | | |
| China | Delegationsreise mit Wirtschaftsminister Harry K. Voigtsberger NRW goes to China, Expo 2010, Shanghai | Besuch der Expo 2010, Firmen- und Projektbesichtigungen, Workshops | Gebäudetechnik/ Bergbau, Energie/Umwelt, Maschinenbau/ Automobil | September 2010 | 51 | |
| Indien | Unternehmerreise zur Messe „Bangalore BIO“ | Firmenbesichtigungen, Messebesuch | Biotechnologie, Labortechnik | Juni 2010 | 3 | |
| Vietnam | Unternehmerreise Vietnam | Firmenbesichtigungen, Workshops | Mehrbranchenreise | September 2010 | 9 | |
| | | | | | 3 Veranstaltungen | 63 |
| Afrika, Naher und Mittlerer Osten | | | | | | |
| Südafrika | Unternehmerreise zur „Interbuild Afrika“, Johannesburg | Firmen- und Projektbesichtigungen, Messebesuch | Bauwirtschaft, Architektur, Ingenieure | September 2010 | 6 | |
| Tunesien | Unternehmerreise Tunesien | Workshops, Symposien | Medizintechnik, Gesundheitswirtschaft | September/ Oktober 2010 | 6 | |
| | | | | | 2 Veranstaltungen | 12 |
| Nord- und Südamerika | | | | | | |
| Chile | Unternehmerreise zur Messe „Expomin“, Santiago de Chile | Workshops, Messebesuch | Maschinen- und Anlagenbau, Geodäsie und Geoinformation | April 2010 | 9 | |
| Chile | Unternehmerreise Chile Deutsch-Chilenische Wirtschaftstage | Workshops | Ressourcen- management | Oktober 2010 | 14 | |
| USA | Unternehmerreise zur „Bio International Convention“ | Firmen- und Projektbesichtigungen, Messebesuch | Biotechnologie | Mai 2010 | 13 | |
| USA | Unternehmerreise zur „Greenbuild International“, Chicago | Messebesuch | Bauwirtschaft, Nachhaltiges Bauen | November 2010 | 2 | |
| | | | | | 4 Veranstaltungen | 38 |
| | | | | | Veranstaltungen 2010 insgesamt | 28 |
| | | | | | Unternehmen | 306 |

Quelle: NRW.International 2011

Zahlen zur Außenwirtschaftsförderung des Landes Nordrhein-Westfalen 1. Quartal 2011

Bilanz 1. Quartal 2011: Instrument Auslandsreisen 5 Veranstaltungen in 5 Ländern mit 93 Ausstellern

| Wirtschaftsregion/Zielland | Veranstaltung | Messethema | Termin | FGS ¹ | ISC ² | Aussteller |
|--|-----------------------|--|--------------|------------------|---------------------------------------|------------|
| Europa/GUS-Länder | | | | | | |
| Frankreich | JEC Composites Show | Zulieferwirtschaft, Luft- und Raumfahrt- technik, Flughafenbau | März 2011 | • | | 21 |
| Niederlande | Bouwbeurs | Bau- und Ausbau | Februar 2011 | • | | 10 |
| Spanien | Mobile World Congress | Mobile Anwendungen | Februar 2011 | • | | 16 |
| Türkei | WIN II | Automation/ Elektrotechnik | März 2011 | | • | 8 |
| | | | | | 4 Veranstaltungen | 55 |
| Asien/Pazifik | | | | | | |
| - | - | - | - | | | - |
| | | | | | Veranstaltung | - |
| Afrika, Naher und Mittlerer Osten | | | | | | |
| Vereinigte Arabische Emirate VAE | Arab Health | Gesundheitswirtschaft | Januar 2011 | | • | 38 |
| | | | | | 1 Veranstaltungen | 38 |
| Amerika | | | | | | |
| - | - | - | - | | | - |
| | | | | | Veranstaltung | - |
| | | | | | Auslandsmessen 1. Quartal 2011 | 5 |
| | | | | | Aussteller 1. Quartal 2011 | 93 |

¹ Firmengemeinschaftsstand

² Info-Service-Center

Quelle: NRW.International 2011

Bilanz 1. Quartal 2011: Instrument Kleingruppenförderung 12 Messen in 8 Ländern mit 38 Ausstellern

| Wirtschaftsregion/ Zielland | Veranstaltung | Messthema | Termin | Aus- steller |
|---|-------------------------------|--|--------------------------|-----------------|
| Europa/GUS-Länder | | | | |
| Frankreich | Maison & Objet – Frühjahr | Mehrbranchen – Konsumgütermessen | Januar 2011 | 4 |
| Frankreich | Première Classe/Eclat de Mode | Geschenkartikel, Uhren, Schmuck, Kunsthandwerk, Festartikel | Januar 2011 | 4 |
| Frankreich | CREATIVA | Freizeit, Hobby | Februar 2011 | 3 |
| Italien | Mifur | Bekleidung, Mode | März 2011 | 4 |
| Italien | Cosmoprof | Körperpflege, Kosmetik | März 2011 | 4 |
| Österreich | Creativ Salzburg | Mehrbranchen – Konsumgütermessen | März 2011 | 1 |
| Schweiz | Ornaris | Mehrbranchen – Konsumgütermessen | Januar 2011 | 1 |
| Schweden | PRomotion EXPO | Werbung, Marketing, Messen, Kongresse, Events | Januar 2011 | 3 |
| Spanien | ARCO | Kunst, Antiquitäten | Februar 2011 | 3 |
| | | | 9 Veranstaltungen | 27 |
| Asien/Pazifik | | | | |
| - | - | - | - | - |
| | | | Veranstaltung | - |
| Afrika, Naher und Mittlerer Osten | | | | |
| Vereinigte Arabische Emirate (VAE) | AEDC Dubai 2011 | Dentalmedizin, Dentaltechnik | Februar 2011 | 4 |
| | | | 1 Veranstaltung | 4 |
| Süd- und Nordamerika | | | | |
| USA | Lotusphere | Telekommunikation | Januar/ Februar 2011 | 3 |
| USA | VOLTA NY fair | Kunst, Antiquitäten | März 2011 | 4 |
| | | | 2 Veranstaltungen | 7 |
| Veranstaltungen 1. Quartal 2011 insgesamt | | | | 12 |
| Ausstellende Unternehmen 1. Quartal 2011 insgesamt | | | | 38 |

Quelle: NRW.International 2011

**Bilanz 1. Quartal 2011: Instrument Unternehmerreisen – Delegationsreisen, Kooperationsbörsen, Fachsymposien
6 Veranstaltungen in 6 Ländern mit 65 Unternehmen**

| Wirtschaftsregion/ Zielland | Veranstaltung | Rahmenprogramm neben Kooperationsbörsen | Branchen | Termin | Unter- nehmen | |
|--|---|---|--|--------------------------|--|-----------|
| Europa/GUS-Länder | | | | | | |
| Belgien | Marktsondierungsreise Belgien Bau anlässlich der Messe Batibouw 2011 | Projektbesichtigungen, Messebesuch | Bau- und Ausbaugewerbe | Februar 2011 | 8 | |
| Großbritannien | Marktsondierungsreise Großbritannien anlässlich der Messe Ecobuild | Projektbesichtigungen, Messebesuch | Erneuerbare Energien, energieeffizientes Bauen und Sanieren, Umwelttechnologien | März 2011 | 5 | |
| Niederlande | Unternehmerreise Niederlande Gesundheitswirtschaft anlässlich der Messe Zorgtotaal 2011 | Firmen- und Projektbesichtigungen, Messebesuch | Pflege- und Krankenhausbedarf, Medizintechnik | März 2011 | 10 | |
| Spanien | Unternehmerreise anlässlich des Mobile World Congress 2011 | Messebesuch, ShowStoppers, Presse-Event | Informationstechnik, Mobile Computing, Telekommunikation | Februar 2011 | 1 | |
| | | | | 4 Veranstaltungen | 24 | |
| Asien/Pazifik | | | | | | |
| China | Chinareise von Minister Harry K. Voigtsberger | Workshops, Gespräche mit hochrangigen Vertretern aus Regie- rung, Verwaltung und Wirtschaft | Mehrbranchenreise | März/April 2011 | 23 | |
| Indien | NRW goes to India | Firmen- und Projektbesichtigungen, Messebesuch | Mehrbranchenreise | Februar 2011 | 18 | |
| | | | | 2 Veranstaltungen | 41 | |
| Afrika, Naher und Mittlerer Osten | | | | | | |
| - | - | - | - | - | - | |
| | | | | Veranstaltung | - | |
| Nord- und Südamerika | | | | | | |
| - | - | - | - | - | - | |
| | | | | Veranstaltung | - | |
| | | | | | Veranstaltungen 1. Quartal 2011 insgesamt | 6 |
| | | | | | Unternehmen | 65 |

Quelle: NRW.International 2011



Zahlen zur Handelsbilanz des Landes Nordrhein-Westfalen

Zahlen zur Handelsbilanz 2010/1. Quartal 2011 des Landes NRW

Außenhandel von Nordrhein-Westfalen: Entwicklung Exporte – Importe 2004 bis 2010 im Überblick

| Jahr | Exporte ¹ | | | Importe ² | | |
|---------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| | Mio. Euro | Anteil ³ in % | Veränderung ⁴ in % | Mio. Euro | Anteil ³ in % | Veränderung ⁴ in % |
| 2004 | 133.886 | 18,3 | + 10,9 | 138.389 | 23,9 | + 6,7 |
| 2005 | 144.811 | 18,4 | + 8,2 | 150.086 | 23,8 | + 8,5 |
| 2006 | 159.577 | 17,9 | + 10,2 | 169.822 | 23,0 | + 13,2 |
| 2007 | 174.454 | 18,1 | + 9,3 | 180.050 | 23,3 | + 6,0 |
| 2008 | 171.294 | 17,4 | - 1,8 | 186.329 | 23,0 | + 3,5 |
| 2009 | 137.277 | 17,1 | - 19,9 | 145.555 | 21,8 | - 21,9 |
| 2010* | 162.097 | 16,9 | + 18,1 | 178.225 | 22,0 | + 22,4 |
| 1. Quartal 2011* | 44.064 | 16,9 | + 18,2 | 50.650 | 22,9 | + 25,8 |

¹ Spezialhandel – ² Generalhandel – ³ Anteil NRW an der Bundesrepublik Deutschland –

⁴ Veränderung zum Vorjahreszeitraum – * vorläufige Zahlen

© IT.NRW 2011

Außenhandel von Nordrhein-Westfalen: Exporte – Importe 2010 nach Wirtschaftsregionen

| Wirtschaftsregion (in Mrd. Euro) | Exporte ¹ | Anteil ³ in % | Veränderungen ⁴ in % | Importe ² | Anteil ³ in % | Veränderungen ⁴ in % | Gesamt- volumen |
|----------------------------------|----------------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------|-----------------------------|------------------------------------|--------------------|
| Europa/GUS-Länder | 121,2 | 74,8 | + 18,4 | 127,7 | 71,6 | + 20,7 | 248,9 |
| Asien/Pazifik | 23,1 | 14,2 | + 16,7 | 34,8 | 19,5 | + 25,6 | 57,9 |
| Nord-, Mittel- und Südamerika | 13,6 | 8,4 | + 20,5 | 12,1 | 6,8 | + 30,0 | 25,7 |
| Afrika | 3,0 | 1,8 | + 7,7 | 2,8 | 1,6 | + 35,2 | 5,8 |
| Australien/Ozeanien | 1,2 | 0,8 | + 14,5 | 0,8 | 0,5 | + 24,9 | 2,0 |
| Gesamt 2010* | 162,1 | | + 18,1 | 178,2 | | + 22,4 | 340,3 |

¹ Spezialhandel – ² Generalhandel – ³ Anteil NRW an der Bundesrepublik Deutschland –

⁴ Veränderung zum Vorjahreszeitraum – * vorläufige Zahlen

Quelle: NRW.International 2011, zusammengestellt nach Angaben von IT.NRW 2011

Außenhandel von Nordrhein-Westfalen: Exporte – Importe 1. Quartal 2011 nach Wirtschaftsregionen in Mrd. Euro

| | Exporte ¹ | Importe ² | Gesamt- volumen |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| Europa/GUS | 33,3 | 36,6 | 69,9 |
| Asien/Pazifik | 6,1 | 9,4 | 15,5 |
| Nord-, Mittel- und Südamerika | 3,7 | 3,5 | 7,2 |
| Afrika | 0,7 | 0,9 | 1,6 |
| Australien/Ozeanien | 0,3 | 0,3 | 0,6** |
| Gesamt 1. Quartal 2011* | 44,1 | 50,7** | 94,8** |

¹ Spezialhandel – ² Generalhandel – * vorläufige Zahlen – **geringfügige Abweichung durch Rundung

Quelle: NRW.International, zusammengestellt nach Angaben von IT.NRW 2011

Anteil und Veränderung der Hauptausfuhrgüter am Export Nordrhein-Westfalens – insgesamt

| Hauptausfuhrgüter ¹ | 2010* | | | 1. Quartal 2011* | | |
|---|-----------|-------------|------------------|------------------|-------------|------------------|
| | Mio. Euro | Anteil in % | Veränderung in % | Mio. Euro | Anteil in % | Veränderung in % |
| Chemische Erzeugnisse | 26.471,6 | 16,3 | + 24,8 | 7.593,2 | 17,2 | + 23,1 |
| Maschinen | 25.461,9 | 15,7 | + 5,9 | 6.698,5 | 15,2 | + 21,6 |
| Metalle | 18.680,3 | 11,5 | + 25,2 | 5.418,6 | 12,3 | + 29,6 |
| Kraftwagen und Kraftwagenteile | 15.717,0 | 9,7 | + 28,8 | 4.439,7 | 10,1 | + 14,1 |
| Elektrische Ausrüstungen | 9.501,6 | 5,9 | + 13,6 | 2.508,4 | 5,7 | + 11,2 |
| Metallerzeugnisse | 8.949,2 | 5,5 | + 7,5 | 2.436,8 | 5,5 | + 20,3 |
| Nahrungsmittel und Futtermittel | 7.690,9 | 4,7 | + 4,0 | 1.888,5 | 4,3 | + 5,4 |
| Datenverarbeitungsgeräte, elektrische und optische Erzeugnisse | 6.395,2 | 3,9 | + 9,2 | 1.596,8 | 3,6 | + 10,5 |
| Gummi- und Kunststoffwaren | 5.987,7 | 3,7 | + 14,0 | 1.613,2 | 3,7 | + 17,4 |
| Papier, Pappe und Waren daraus | 4.329,0 | 2,7 | + 17,0 | 1.041,7 | 2,4 | + 6,3 |

¹ Spezialhandel – Hauptausfuhrgüter nach dem Güterverzeichnis für die Produktionsstatistiken (Stand: 1. 1. 2009) – * vorläufige Zahlen
© IT.NRW Informationssystem Außenhandel 2011

Anteil und Veränderung der Haupteinfuhrgüter am Import Nordrhein-Westfalens – insgesamt

| Haupteinfuhrgüter ¹ | 2010* | | | 1. Quartal 2011* | | |
|---|-----------|-------------|------------------|------------------|-------------|------------------|
| | Mio. Euro | Anteil in % | Veränderung in % | Mio. Euro | Anteil in % | Veränderung in % |
| Metalle | 19.228,7 | 10,8 | + 49,0 | 5.470,3 | 10,8 | + 49,1 |
| Datenverarbeitungsgeräte, elektrische und optische Erzeugnisse | 17.866,7 | 10,0 | + 20,0 | 4.165,6 | 8,2 | + 12,4 |
| Chemische Erzeugnisse | 15.340,1 | 8,6 | + 27,1 | 4.199,6 | 8,3 | + 18,7 |
| Erdöl und Erdgas | 14.335,0 | 8,0 | + 22,1 | 5.216,4 | 10,3 | + 43,4 |
| Kraftwagen und Kraftwagenteile | 13.260,2 | 7,4 | - 1,2 | 3.806,3 | 7,5 | + 30,5 |
| Maschinen | 9.842,0 | 5,5 | + 7,2 | 2.754,3 | 5,4 | + 21,6 |
| Nahrungsmittel und Futtermittel | 8.685,8 | 4,9 | - 1,6 | 2.173,2 | 4,3 | + 4,7 |
| Kokereierzeugnisse und Mineralölerzeugnisse | 8.346,8 | 4,7 | + 49,6 | 2.671,1 | 5,3 | + 33,7 |
| Elektrische Ausrüstungen | 7.238,6 | 4,1 | + 16,8 | 1.863,6 | 3,7 | + 11,7 |
| Bekleidung | 6.600,2 | 3,7 | + 7,2 | 1.830,6 | 3,6 | + 20,3 |

* Generalhandel – Haupteinfuhrgüter nach dem Güterverzeichnis für die Produktionsstatistiken (Stand: 1. 1. 2009) – * vorläufige Zahlen
© IT.NRW Informationssystem Außenhandel 2011

Ausfuhr (Spezialhandel) Nordrhein-Westfalen 2010 und 1. Quartal 2011 nach den wichtigsten Ländern

| Land | Nordrhein-Westfalen 2010* | | | | Nordrhein-Westfalen 1. Quartal 2011* | | | |
|---------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | Mio. Euro | Ver- änderung ¹ in % | Export-Anteil NRW in % | Anteil NRW an BRD in % | Mio. Euro | Ver- änderung ¹ in % | Export-Anteil NRW in % | Anteil NRW an BRD in % |
| Niederlande | 17.147,3 | + 19,5 | 10,6 | 27,1 | 4.714,7 | + 21,8 | 10,7 | 27,9 |
| Frankreich | 14.798,2 | + 16,0 | 9,1 | 16,3 | 4.206,1 | + 17,1 | 9,5 | 16,6 |
| Vereinigtes Königreich | 10.110,3 | + 16,4 | 6,2 | 17,0 | 2.757,6 | + 14,4 | 6,3 | 16,5 |
| Belgien | 9.775,1 | + 18,9 | 6,0 | 21,1 | 2.820,0 | + 23,0 | 6,4 | 22,8 |
| Italien | 9.513,1 | + 17,0 | 5,9 | 16,3 | 2.653,3 | + 12,5 | 6,0 | 16,4 |
| Volksrepublik China | 8.381,5 | + 19,7 | 5,2 | 15,6 | 2.560,9 | + 41,2 | 5,8 | 16,3 |
| Österreich | 8.235,6 | + 16,8 | 5,1 | 15,3 | 2.140,6 | + 15,6 | 4,9 | 14,8 |
| Vereinigte Staaten | 8.082,1 | + 18,8 | 5,0 | 12,3 | 2.208,7 | + 20,8 | 5,0 | 12,6 |
| Polen | 6.952,2 | + 22,4 | 4,3 | 18,3 | 1.885,6 | + 19,9 | 4,3 | 17,8 |
| Spanien | 5.571,4 | + 5,6 | 3,4 | 16,2 | 1.532,0 | + 8,6 | 3,5 | 16,8 |
| Schweiz | 5.234,4 | + 16,8 | 3,2 | 12,5 | 1.447,8 | + 18,0 | 3,3 | 12,4 |
| Russische Föderation | 4.897,7 | + 31,0 | 3,0 | 18,6 | 1.251,3 | + 26,2 | 2,8 | 17,0 |
| Tschechische Republik | 4.297,5 | + 20,5 | 2,7 | 15,9 | 1.150,5 | + 17,0 | 2,6 | 15,6 |
| Türkei | 3.822,6 | + 45,8 | 2,4 | 23,6 | 1.136,5 | + 42,8 | 2,6 | 21,9 |
| Schweden | 3.410,4 | + 28,1 | 2,1 | 17,4 | 976,6 | + 34,6 | 2,2 | 17,7 |
| Dänemark | 2.469,5 | + 8,9 | 1,5 | 17,4 | 610,9 | + 8,4 | 1,4 | 16,7 |
| Ungarn | 2.285,9 | + 19,2 | 1,4 | 16,0 | 637,9 | + 20,9 | 1,4 | 16,4 |
| Indien | 2.260,8 | + 9,9 | 1,4 | 24,4 | 603,8 | + 8,8 | 1,4 | 22,9 |
| Brasilien | 1.917,8 | + 19,1 | 1,2 | 18,4 | 497,8 | + 23,8 | 1,1 | 19,1 |
| Republik Korea | 1.737,3 | + 11,9 | 1,1 | 16,9 | 375,3 | - 9,7 | 0,9 | 13,3 |
| Japan | 1.603,8 | + 12,9 | 1,0 | 12,2 | 413,4 | + 12,2 | 0,9 | 11,3 |
| Finnland | 1.602,8 | + 22,5 | 1,0 | 20,5 | 427,7 | + 39,0 | 1,0 | 19,9 |
| Slowakei | 1.329,4 | + 35,1 | 0,8 | 15,1 | 391,6 | + 37,3 | 0,9 | 15,2 |
| Luxemburg | 1.318,2 | + 29,1 | 0,8 | 22,9 | 378,1 | + 21,8 | 0,9 | 23,7 |
| Rumänien | 1.274,9 | + 18,7 | 0,8 | 17,2 | 316,4 | + 14,6 | 0,7 | 15,9 |
| Mexiko | 1.221,3 | + 39,4 | 0,8 | 17,6 | 315,5 | + 26,1 | 0,7 | 17,8 |
| Taiwan | 1.141,2 | + 61,6 | 0,7 | 18,9 | 280,7 | + 16,0 | 0,6 | 17,5 |
| Australien | 1.073,8 | + 14,2 | 0,7 | 13,7 | 257,5 | + 1,8 | 0,6 | 13,2 |
| Südafrika | 992,1 | + 22,1 | 0,6 | 12,9 | 259,2 | + 7,2 | 0,6 | 12,7 |
| Islamische Republik Iran | 987,6 | + 8,1 | 0,6 | 26,0 | ** | ** | ** | ** |
| Portugal | 976,1 | + 17,2 | 0,6 | 12,4 | 259,9 | + 15,0 | 0,6 | 13,7 |
| Griechenland | 910,5 | - 5,6 | 0,6 | 15,3 | 225,2 | - 5,7 | 0,5 | 17,5 |
| Saudi-Arabien | 875,6 | + 6,2 | 0,5 | 15,2 | 222,1 | + 28,7 | 0,5 | 14,2 |
| Norwegen | 875,3 | + 1,0 | 0,5 | 11,9 | 233,4 | + 11,4 | 0,5 | 12,6 |
| Vereinigte Arabische Emirate | 873,8 | + 6,3 | 0,5 | 11,5 | 246,9 | + 9,3 | 0,6 | 16,6 |
| Kanada | 776,2 | + 13,3 | 0,5 | 12,1 | 210,1 | + 27,4 | 0,5 | 11,4 |
| Ukraine | 775,3 | + 20,5 | 0,5 | 17,6 | ** | ** | ** | ** |
| Übrige Länder | 12.588,2 | + 12,9 | 7,8 | 14,6 | 3.458,1 | + 4,2 | 7,8 | 14,5 |
| Insgesamt | 162.096,9 | + 18,1 | 100 | 16,9 | 44.063,8 | + 18,2 | 100 | 16,9 |

¹ Veränderung zum Vorjahr beziehungsweise Vorjahreszeitraum
© IT.NRW 2011
Alle Rechte vorbehalten.

* vorläufige Zahlen
** abweichende Berechnungsbasis 2010/2011;
Land daher hier nicht aufgeführt

Einfuhr (Generalhandel) Nordrhein-Westfalen 2010 und 1. Quartal 2011 nach den wichtigsten Ländern

| Land | Nordrhein-Westfalen 2010 | | | | Nordrhein-Westfalen 1. Quartal 2011* | | | |
|------------------------|--------------------------|---------------------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | Mio. Euro | Ver- änderung ¹ in % | Export-Anteil NRW in % | Anteil NRW an BRD in % | Mio. Euro | Ver- änderung ¹ in % | Export-Anteil NRW in % | Anteil NRW an BRD in % |
| Niederlande | 28.065,1 | + 21,0 | 15,7 | 40,8 | 8.604,8 | + 23,6 | 17,0 | 43,8 |
| Volksrepublik China | 17.224,6 | + 30,4 | 9,7 | 22,2 | 4.390,5 | + 20,8 | 8,7 | 22,7 |
| Belgien | 12.397,4 | + 22,9 | 7,0 | 36,8 | 3.278,9 | + 20,7 | 6,5 | 36,0 |
| Frankreich | 12.143,1 | + 14,4 | 6,8 | 19,7 | 3.485,3 | + 26,7 | 6,9 | 21,6 |
| Vereinigtes Königreich | 11.255,3 | + 18,5 | 6,3 | 29,2 | 2.999,6 | + 17,2 | 5,9 | 28,0 |
| Italien | 9.227,2 | + 19,2 | 5,2 | 21,1 | 2.557,9 | + 24,1 | 5,1 | 21,6 |
| Polen | 6.958,6 | + 28,5 | 3,9 | 24,5 | 1.873,6 | + 19,3 | 3,7 | 24,1 |
| Vereinigte Staaten | 5.845,6 | + 22,0 | 3,3 | 12,7 | 1.607,5 | + 26,2 | 3,2 | 13,6 |
| Japan | 5.787,2 | + 18,8 | 3,2 | 24,9 | 1.531,2 | + 14,2 | 3,0 | 24,5 |
| Russische Föderation | 5.595,0 | + 68,7 | 3,1 | 17,7 | 1.738,1 | + 54,2 | 3,4 | 18,4 |
| Spanien | 5.300,3 | + 17,9 | 3,0 | 23,8 | 1.617,5 | + 24,9 | 3,2 | 27,3 |
| Österreich | 4.855,8 | + 24,8 | 2,7 | 14,2 | 1.290,9 | + 14,4 | 2,5 | 14,1 |
| Tschechische Republik | 4.210,3 | + 14,8 | 2,4 | 14,2 | 1.165,5 | + 20,4 | 2,3 | 14,4 |
| Schweiz | 3.281,0 | + 12,6 | 1,8 | 10,0 | 1.006,9 | + 30,1 | 2,0 | 11,6 |
| Norwegen | 2.842,2 | + 13,2 | 1,6 | 16,6 | 937,3 | + 19,4 | 1,9 | 17,4 |
| Brasilien | 2.785,2 | + 75,2 | 1,6 | 29,8 | 782,3 | + 60,0 | 1,5 | 30,3 |
| Schweden | 2.692,1 | + 21,6 | 1,5 | 20,3 | 799,4 | + 23,6 | 1,6 | 23,1 |
| Türkei | 2.526,3 | + 16,4 | 1,4 | 25,5 | 799,7 | + 46,6 | 1,6 | 27,3 |
| Dänemark | 2.389,6 | + 4,3 | 1,3 | 21,5 | 691,1 | + 35,1 | 1,4 | 24,9 |
| Ungarn | 2.193,7 | + 2,8 | 1,2 | 13,1 | 622,6 | + 34,2 | 1,2 | 13,6 |
| Irland | 1.897,2 | + 36,0 | 1,1 | 13,5 | 516,0 | + 35,8 | 1,0 | 15,1 |
| Taiwan | 1.707,5 | + 43,5 | 1,0 | 26,4 | 477,6 | + 57,6 | 0,9 | 26,8 |
| Indien | 1.689,5 | + 22,5 | 0,9 | 26,8 | 567,6 | + 62,2 | 1,1 | 28,6 |
| Finnland | 1.562,9 | + 6,7 | 0,9 | 25,9 | 470,3 | + 40,6 | 0,9 | 27,3 |
| Rumänien | 1.425,3 | - 0,9 | 0,8 | 21,3 | 408,6 | + 33,0 | 0,8 | 21,6 |
| Slowakei | 1.369,7 | + 21,6 | 0,8 | 14,7 | 317,2 | + 5,8 | 0,6 | 12,5 |
| Republik Korea | 1.353,2 | + 2,0 | 0,8 | 12,1 | 402,5 | + 33,7 | 0,8 | 15,2 |
| Kanada | 1.055,5 | + 35,8 | 0,6 | 25,0 | 418,6 | + 66,9 | 0,8 | 34,8 |
| Thailand | 950,8 | + 25,9 | 0,5 | 25,6 | 274,8 | + 29,3 | 0,5 | 25,3 |
| Portugal | 945,4 | + 20,9 | 0,5 | 22,8 | 245,5 | + 13,7 | 0,5 | 20,9 |
| Südafrika | 937,1 | + 16,2 | 0,5 | 17,4 | 272,4 | + 26,4 | 0,5 | 17,3 |
| Indonesien | 919,9 | + 17,0 | 0,5 | 25,5 | 293,7 | + 52,6 | 0,6 | 24,7 |
| Australien | ** | ** | ** | ** | 244,6 | + 94,0 | 0,5 | 36,1 |
| Slowenien | ** | ** | ** | ** | 236,2 | + 51,9 | 0,5 | 22,3 |
| Malaysia | 828,0 | + 23,8 | 0,5 | 14,4 | 234,8 | + 8,6 | 0,5 | 14,0 |
| Übrige Länder | 14.007,4 | + 26,9 | 7,9 | 19,0 | 3.489,0 | + 24,9 | 6,9 | 17,7 |
| Insgesamt | 178.224,8 | + 22,4 | 100 | 22,0 | 50.650,1 | + 25,8 | 100 | 22,9 |

¹ Veränderung zum Vorjahr beziehungsweise Vorjahreszeitraum
© IT.NRW 2011
Alle Rechte vorbehalten.

* vorläufige Zahlen
** abweichende Berechnungsbasis 2010/2011;
Land daher hier nicht aufgeführt

Kontaktstellen zur Außenwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

NRW.International GmbH
Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf
Almut Schmitz
Tel.: +49 211 710671-10
Fax: +49 211 710671-20
info@nrw-international.de
www.nrw-international.de

NRW.BANK
EU- und Außenwirtschaftsförderung
der NRW.BANK
Kavalleriestraße 22
D-40213 Düsseldorf
Ingrid Hentzschel
Tel.: +49 211 91741-1474
Fax: +49 211 91741-6218
ingrid.hentzschel@nrwbank.de
www.nrwbank.de

Industrie- und Handelskammern

Industrie- und Handelskammer Aachen
Theaterstraße 6–10
D-52062 Aachen
Frank Malis
Tel.: +49 241 4460-223
Fax: +49 241 4460-149
frank.malis@aachen.ihk.de
www.aachen.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer
Hellweg-Sauerland zu Arnsberg**
Königstraße 18–20
D-59821 Arnsberg
Klaus Wälter
Tel.: +49 2931 878-141
Fax: +49 2931 878-241
waelter@arnsberg.ihk.de
www.ihk-arnsberg.de

**Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld**
Elsa-Brändström-Straße 1–3
D-33602 Bielefeld
Harald Grefe
Tel.: +49 521 554-230
Fax: +49 521 554-5230
h.grefe@bielefeld.ihk.de
www.bielefeld.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer
Mittleres Ruhrgebiet**
Ostring 30–32
D-44787 Bochum
Dr. Hans-Peter Merz
Tel.: +49 234 9113-133
Fax: +49 234 9113-333
merz@bochum.ihk.de
www.bochum.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg
Bonner Talweg 17
D-53113 Bonn
Karl Reiners
Tel.: +49 228 2284-166
Fax: +49 228 2284-225
reiners@bonn.ihk.de
www.ihk-bonn.de

Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold
Leonardo-da-Vinci-Weg 2
D-32760 Detmold
Andreas Henkel
Tel.: +49 5231 7601-21
Fax: +49 5231 7601-8021
henkel@detmold.ihk.de
www.detmold.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund
Märkische Straße 120
D-44141 Dortmund
Wulf-Christian Ehrich
Tel.: +49 231 5417-246
Fax: +49 231 5417-144
w.ehrich@dortmund.ihk.de
www.dortmund.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf
Ernst-Schneider-Platz 1
D-40212 Düsseldorf
Dr. Gerhard Eschenbaum
Tel.: +49 211 3557-220
Fax: +49 211 3557-378
eschenbaum@duesseldorf.ihk.de
www.duesseldorf.ihk.de

**Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg**
Mercatorstraße 22–24
D-47051 Duisburg
Dr. Thomas Hanicke
Tel.: +49 203 2821-284
Fax: +49 203 285349-284
hanicke@niederrhein.ihk.de
www.ihk-niederrhein.de

**Industrie- und Handelskammer für Essen,
Mülheim an der Ruhr, Oberhausen zu Essen**
Am Waldthausenpark 2
D-45127 Essen
Veronika Lühl
Tel.: +49 201 1892-243
Fax: +49 201 1892-16
veronika.luehl@essen.ihk.de
www.essen.ihk24.de

**Südwestfälische Industrie- und Handelskammer
zu Hagen**
Bahnhofstraße 18
D-58095 Hagen
Frank Herrmann
Tel.: +49 2331 390-220
Fax: +49 2331 390-354
herrmann@hagen.ihk.de
www.hagen.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Köln
Unter Sachsenhausen 10–26
D-50667 Köln
Victor Vogt
Tel.: +49 221 1640-550
Fax: +49 221 1640-559
victor.vogt@koeln.ihk.de
www.ihk-koeln.de

**Industrie- und Handelskammer Mittlerer
Niederrhein Krefeld-Mönchengladbach-Neuss**
Friedrichstraße 40
D-41460 Neuss
Roland Meißner
Tel.: +49 2131 9268-540
Fax: +49 2151 635-44540
meissner@neuss.ihk.de
www.mittlerer-niederrhein.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen
Sentmaringer Weg 61
D-48151 Münster
Prof. Dr. Bodo Risch
Tel.: +49 251 707-298
Fax: +49 251 707-257
risch@ihk-nordwestfalen.de
www.ihk-nordwestfalen.de

Industrie- und Handelskammer zu Siegen
Koblenzer Straße 121
D-57072 Siegen
Manuela Haase
Tel.: +49 271 3302-154
Fax: +49 271 3302-44154
manuela.haase@siegen.ihk.de
www.ihk-siegen.de

**Industrie- und Handelskammer
Wuppertal-Solingen-Remscheid**
Heinrich-Kamp-Platz 2
D-42103 Wuppertal (Elberfeld)
Hugo Sattler
Tel.: +49 202 2490-500
Fax: +49 202 2490-999
h.sattler@wuppertal.ihk.de
www.wuppertal.ihk24.de

Handwerkskammern und Fachverbände

Handwerkskammer Aachen
Sandkaulbach 21
D-52062 Aachen
Friedrich Wilhelm Weber
Tel.: +49 241 471-129
Fax: +49 241 471-103
wilhelm.weber@hwk-aachen.de
www.hwk-aachen.de

**Handwerkskammer
Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld**
Oberstraße 48
D-33602 Bielefeld
Kerstin Naumann
Tel.: +49 521 5608-414
Fax: +49 521 5608-199
kerstin.naumann@handwerk-owl.de
www.handwerk-owl.de

Handwerkskammer Dortmund
Ardeystraße 93–95
D-44135 Dortmund
Gabriele Röder-Wolff
Tel.: +49 231 5493-406
Fax: +49 231 5493-405
gabriele.roeder-wolff@hwk-do.de
www.hwk-do.de

Handwerkskammer Düsseldorf
Handwerkszentrum Ruhr
Mülheimer Straße 6
D-46049 Oberhausen
Marie-Theres Lütje
Tel.: +49 208 82055-58
Fax: +49 208 82055-33
luetje@hwk-duesseldorf.de
www.hwk-duesseldorf.de

Handwerkskammer zu Köln
Heumarkt 12
D-50667 Köln
Bernd Krey
Tel.: +49 221 2022-347
Fax: +49 221 2022-9347
krey_hwk_koeln@yahoo.de
www.hwk-koeln.de

Handwerkskammer Münster
Bismarckallee 1
D-48151 Münster
Dr. Willi Quandt
Tel.: +49 251 5203-208
Fax: +49 251 5203-235
willi.quandt@hwk-muenster.de

**Handwerkskammer Münster
in der Emscher-Lippe Region**
Vom-Stein-Straße 34
D-45894 Gelsenkirchen-Buer
Martin Hellmich
Tel.: +49 209 38077-31
Fax: +49 209 38077-99
martin.hellmich@hwk-muenster.de
www.hwk-muenster.de

Handwerkskammer Südwestfalen
Brückenplatz 1
D-59821 Arnsberg
Ulrich Dröge
Tel.: +49 2931 877-116
Fax: +49 2931 877-2438
ulrich.droege@hwk-suedwestfalen.de
www.hwk-suedwestfalen.de

Kreishandwerkerschaft Borken
Europaplatz 17
D-46399 Bocholt
Hildegard Bongert-Boekhout
Tel.: +49 2861 89209-15
Fax: +49 2861 89209-19
h.bongert@kh-borken.net
www.kh-borken.de

Fachverband Metall Nordrhein-Westfalen
Ruhrallee 12
D-45138 Essen
Tel.: +49 201 89647-0
Fax: +49 201 2525-48
fvm@metallhandwerk-nrw.de
www.metallhandwerk-nrw.de

**Fachverband des Tischlerhandwerks
Nordrhein-Westfalen**
Kreuzstraße 108–110
D-44137 Dortmund
Christoph Korte
Tel.: +49 231 912010-29
Fax: +49 231 912010-10
korte.nrw@tischler.de
www.tischler-nrw.de

NRW-Cluster

NRW Clustersekretariat
c/o VDI Technologiezentrum GmbH
VDI-Platz 1
D-40468 Düsseldorf
Dr. Bernhard Hausberg
Tel.: +49 211 6214-590
Fax: +49 211 6214-168
hausberg@exzellenz.nrw.de
www.exzellenz.nrw.de

**Automotive – Fahrzeugbau und Zulieferer
AutoCluster.NRW**
c/o agiplan GmbH
Kölner Straße 80–82
D-45481 Mülheim/Ruhr
Lothar Schneider
Tel.: +49 208 9925-500
Fax: +49 208 9925-571
schneider@autocluster.nrw.de
www.autocluster.nrw.de

**Biotechnologie
BIO.NRW**
Merowingerplatz 1
D-40225 Düsseldorf
Dr. Bernward Garthoff
Tel.: +49 211 385469-9202
Tel.: +49 211 385469-9220
b.garthoff@bio.nrw.de
www.bio.nrw.de

**Chemie
Chemie.NRW**
c/o Verband der Chemischen Industrie e.V.
Landesverband NRW
Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf
Prof. Dr. Michael Droscher
Tel.: +49 211 67931-43
Fax: +49 211 67931-49
michael.droscher@evonik.com

**Energieforschung und forschungsintensive
Energietechnologien CEF.NRW**
Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf
Dr. Frank-Michael Baumann
Tel.: +49 211 896-4610
Fax: +49 211 896-4611
info@cef.nrw.de
www.cef.nrw.de

**Energiewirtschaft und
anwendungsorientierte Energietechnik
EnergieRegion.NRW**
Roßstraße 92
D-40476 Düsseldorf
Dr. Frank-Michael Baumann
Tel.: +49 211 86642-0
Fax: +49 211 86642-22
baumann@energieregion.nrw.de
www.energieregion.nrw.de

**Ernährung
Ernährung.NRW**
c/o AFC Management Consulting AG
Dottendorfer Straße 82
D-53129 Bonn
Dr. Otto A. Strecker
Tel.: +49 228 985790
Fax: +49 228 9857979
www.afc.net, www.food-nrw.de

**Gesundheitswirtschaft und
anwendungsorientierte Medizintechnologien
CGW.NRW**
c/o ZIG – Zentrum für Innovation in der
Gesundheitswirtschaft OWL
Jahnplatz 5
D-33602 Bielefeld
Brigitte Meier
Tel.: +49 521 543272
Fax: +49 521 543289
info@gesundheitswirtschaft-nrw.de
www.gesundheitswirtschaft-nrw.de

**Informations- und Kommunikationstechnik
IKT.NRW**
FTK Forschungsinstitut für
Telekommunikation
Martin-Schmeißer-Weg 4
D-44227 Dortmund
Prof. Dr.-Ing. Ingo Wolff
Tel.: +49 231 975056-0
Fax: +49 231 975056-10
cluster@ikt-nrw.de
www.ikt-nrw.de

**Kultur- und Kreativwirtschaft
CREATIVE.NRW**
Hofaue 63
D-42103 Wuppertal
Christian Boros, Werner Lippert
Tel.: +49 202 24843-20
Fax: +49 202 24843-19
info@creative.nrw.de
www.creative.nrw.de

Kunststoff

Kunststoff.NRW

kunststoffland NRW e.V.
Grafenberger Allee 277-287
D-40237 Düsseldorf
Dr. Bärbel Naderer
Tel.: +49 211 210 940-0
Fax: +49 211 210 940-20
naderer@kunststoffland-nrw.de
www.kunststoffland-nrw.de

Logistik

Logistik.NRW

c/o SCI Verkehr GmbH
Vor den Siebenburgen 2
D-50676 Köln
Peter Abelmann
Tel.: +49 231 5417-193
Fax: +49 231 5417-387
p.abelmann@sci.de
Dr. Christoph Kösters
Tel.: +49 251 6061410
Fax: +49 251 6061414
verband@vwwl.de
www.sci.de, www.logistik.nrw.de

Maschinenbau/Produktionstechnik

ProduktionNRW

Mörsenbroicher Weg 200
D-40470 Düsseldorf
Hans-Jürgen Alt
Tel.: +49 211 6877-4816
Fax: +49 211 6877-4850
hans-juergen.alt@vdma.org
www.produktion.nrw.de

Medien

MEDIEN.NRW

Hohenzollernring 75-77
D-50672 Köln
Marc Ziegler
Tel.: +49 221 949910-0
Fax: +49 221 949910-19
marc.ziegler@medien.nrw.de
www.medien.nrw.de

NanoMikro+Werkstoffe NMW.NRW

Merowingerplatz 1
D-40225 Düsseldorf
Harald Cremer
Tel.: +49 211 385459-0
Fax: +49 211 385459-19
info@nmw.nrw.de
www.nmw.nrw.de

Umwelttechnologien

Umwelttechnologien.NRW

c/o Roland Berger Strategy Consultants
Karl-Arnold-Platz 1
D-40474 Düsseldorf
Ralph Büchele (Roland Berger Strategy
Consultants), Dr. Heinrich Herbst (Grontmij
Deutsche Projekt Union GmbH)
Tel.: +49 211 4389-2183
Fax: +49 211 9702-2183
info@umweltcluster-nrw.de
www.umweltcluster-nrw.de

Messegesellschaften

Koelnmesse International GmbH

Messeplatz 1
D-50679 Köln
Tel.: +49 221 821-0
Fax: +49 221 821-2092
kmi@koelnmesse.de
www.koelnmesse-international.de

Messe Düsseldorf GmbH

Messeplatz, Stockumer Kirchstraße 61
D-40474 Düsseldorf
Tel.: +49 211 4560-01
Fax: +49 211 4560-668
info@messe-duesseldorf.de
www.messe-duesseldorf.de

MESSE ESSEN GmbH

Norbertstraße
D-45131 Essen
Tel.: +49 201 7244-0
Fax: +49 201 7244-248
info@messe-essen.de
www.messe-essen.de

Messe Westfalenhallen Dortmund

c/o Westfalenhallen Dortmund GmbH
Strobelallee 45
D-44139 Dortmund
Tel.: +49 231 1204-521
Fax: +49 231 1204-678
info@westfalenhallen.de
www.westfalenhallen.de

Weitere Verbände und Institutionen

Aussenhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V.

Achenbachstraße 28
D-40237 Düsseldorf
Andreas Mühlberg
Tel.: +49 211 66908-28
Fax: +49 211 66908-40
info@ahvnrw.de
www.ahvnrw.de

NRW.Europa

ZENIT GmbH – Zentrum für Innovation und Technik in NRW

Bismarckstraße 28
D-45470 Mülheim an der Ruhr
Peter Wolfmeyer
Tel.: +49 208 30004-0
Fax: +49 208 30004-87
nrweuropa@zenit.de
www.zenit.de

NRW.INVEST GmbH

Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf
Petra Wassner
Tel.: +49 211 13000-0
Fax: +49 211 13000-154
nrw@nrwinvest.com
www.nrwinvest.com

VDMA

Fachverbände Bau- und Baustoffmaschinen und Bergbaumaschinen

Lyoner Straße 18
D-60528 Frankfurt am Main
Joachim Schmid
Tel.: +49 69 6603-1261
Fax: +49 69 6603-2261
joachim.schmid@vdma.org
www.vdma.org

VDMA – Landesverband Nordrhein-Westfalen

Mörsenbroicher Weg 200
D-40470 Düsseldorf
Jürgen Alt
Tel.: +49 211 687748-17
Fax: +49 211 687748-50
hans-juergen.alt@vdma.org
www.vdma.org

Impressum

Herausgeber

NRW.International GmbH
Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf
Tel.: +49 211 710 671-10
Fax: +49 211 710 671-20
info@nrw-international.de
www.nrw-international.de

V.i.S.d.P.

Almut Schmitz, Geschäftsführerin NRW.International GmbH

Ansprechpartnerin

Alexandra Aulbach
Referat Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: +49 211 710 671-18
Fax: +49 211 710 671-20
alexandra.aulbach@nrw-international.de

Konzeption und Redaktion

Wirtschaftskommunikation
Dr. Roswitha Theis
Am Kornberg 100
D-57076 Siegen
Tel.: +49 271-79 09 69
info@ihre-kommunikation.de

Gestaltung

valido marketing services GmbH
Alt-Pempelfort 15
D-40211 Düsseldorf
Tel.: +49 211 175417-10
Fax: +49 211 175417-17
mail@valido-ms.de
www.valido-ms.de

Druck

Medienhaus Ortmeier, Saerbeck

Stand

Mai 2011

© NRW.International GmbH

Diese Publikation können Sie im Internet unter www.nrw-international.de
in der Rubrik „Service – Publikationen“ herunterladen.

Kontakt

NRW.International GmbH
Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf
Tel.: +49 211 710 671-10
Fax: +49 211 710 671-20
info@nrw-international.de
www.nrw-international.de

