

Exportförderung durch IPD – ein erfolgreiches Modell

Das vom Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA) und sequa durchgeführte Import Promotion Desk geht in die nächste Projektphase und setzt die erfolgreiche Arbeit konsequent fort.

Aus Sicht von Gunther Beger, Leiter der Abteilung Grundsatzfragen, Wirtschaft, Handel, ländliche Entwicklung im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), ist das Import Promotion Desk (IPD) ein richtungsweisendes Vorhaben. Warum das so ist, erläutert er im Interview.



Herr Beger, das BMZ unterstützt das Import Promotion Desk seit 2012, in diesem Sommer geht das IPD in seine dritte Projektphase. Welche Aufgabe übernimmt das IPD im developmentpolitischen Kontext?

Das IPD ist gleichermaßen Partner von Exporteuren aus Entwicklungs- und Schwellenländern und europäischen Importeuren. Es bereitet ausländische Exporteure auf den europäischen Markt vor und vermittelt ihnen Kontakte zu Importeuren. Kurz gesagt: Das IPD bringt die Produkte aus Entwicklungs- und Schwellenländern nach Europa und eröffnet somit kleinen und mittelständischen Produzenten einen neuen Absatzmarkt.

Welche Bedeutung kommt dabei der Privatwirtschaft zu?

Handel ist Wohlstandstreiber und Entwicklungsmotor. Und nachhaltiges Wirtschaftswachstum ist die Grundlage für Beschäftigung und Armutsreduzierung. Daher wollen wir die Partnerländer in den globalen Handel integrieren. Dafür ist das IPD ein gutes Beispiel. Das IPD hat sich der Anbahnung von Handelskontakten verschrieben. Mit Hilfe des IPD gewinnen Exporteure Abnehmer in Europa. Europäischen Importeuren werden wiederum neue Beschaffungsmärkte eröffnet. Es besteht also eine Win-Win-Situation für beide Partner – eine wichtige Voraussetzung für langfristige Geschäftsbeziehungen.

Was sind weitere Ansätze des IPD, um die Nachhaltigkeit der Importförderung und somit das nachhaltige Wirtschaftswachstum in den Partnerländern zu sichern?

Das IPD setzt an vielen Bereichen an: Es fördert hochwertige Angebote mit entsprechenden Zertifizierungen, es unterstützt Exporteure in den Partnerländern, ihre Handelskapazitäten auszuweiten. Und zudem baut das IPD gemeinsam mit lokalen Organisationen Angebote der Exportförderung auf.

Was ist wichtig, damit die Partnerländer eine nachhaltige Exportförderung verfolgen?

Für die Länder müssen sich Investitionen lohnen. Ein wesentlicher Aspekt der Arbeit des IPD ist daher die Nachfrageorientierung. Das IPD fördert gezielt den Export von Produkten aus Entwicklungs- und Schwellenländern, für die es auf dem europäischen Markt eine hohe Nachfrage gibt. So stellt das IPD sicher, dass die Unternehmen langfristig Absätze auf dem Exportmarkt erzielen. Das schafft wiederum den Anreiz für die Unternehmen, in ihre Produktionsanlagen zu investieren.

>> Fortsetzung auf Seite 3

Matchmaker IPD

Die über den BGA und sequa durchgeführte und vom BMZ geförderte Initiative Import Promotion Desk (IPD) bildet ein Scharnier zwischen kleinen und mittleren Unternehmen in ausgewählten Entwicklungs- und Schwellenländern und europäischen Importeuren. Das IPD soll die Partnerländer in den globalen Handel integrieren und damit einen Beitrag zur nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung leisten.

Aktuell ist das IPD in 13 Ländern tätig: Ägypten, Äthiopien, Ecuador, Elfenbeinküste, Ghana, Indonesien, Kirgistan, Kolumbien, Nepal, Peru, Sri Lanka, Tunesien und Ukraine. IPD fokussiert sich auf bestimmte Branchen: frisches Obst und Gemüse, natürliche Zutaten für Lebensmittel, Pharmazie und Kosmetik, Schnittblumen, technisches Holz und nachhaltiger Tourismus.

Produzenten in Entwicklungs- und Schwellenländern bereitet das IPD in Schulungen und Workshops auf den EU-Markt vor. Die Initiative informiert darüber, welche Regulierungen, Bedingungen und Qualitätsstandards für die Einfuhr von Produkten gelten. Das IPD bringt die exportfähigen Unternehmen auf Fachmessen; hier stellen sie ihre Produkte vor.

Europäischen Unternehmen eröffnet das IPD neue Bezugsquellen in den Partnerländern und unterstützt sie beim Sourcing. Zudem erhalten Importeure Informationen über Produkte, Märkte und Länder. Bei Fachmessen und Beschaffungsreisen vermittelt das IPD den direkten Kontakt zu sorgfältig ausgewählten Exporteuren.

Das IPD kooperiert eng mit nationalen Organisationen und Fachverbänden in den Partnerländern und unterstützt sie, ihre Angebote zur Exportförderung weiterzuentwickeln. Dadurch entstehen nachhaltige Strukturen zur Unterstützung der Exportunternehmen.

Info: Frank Maul
maul@importpromotiondesk.de

Nachhaltige Erfolgsgeschichte

Der Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) ist neben sequa einer der Träger des Import Promotion Desk. Die positiven Wirkungen der Initiative für Unternehmen im In- und Ausland erläutert im Interview Gregor Wolf, BGA-Hauptabteilungsleiter Außenwirtschaft.



»Das IPD hat bereits viele regelmäßige Lieferbeziehungen etabliert.« Gregor Wolf, BGA-Hauptabteilungsleiter Außenwirtschaft.

IPD in Zahlen

EU-Markt erschlossen:

122 Exportunternehmen aus Entwicklungs- und Schwellenländern nehmen am IPD-Programm teil.

Exportvolumen gesteigert:

Exporteure bauten mit dem IPD-Programm ihren Exportumsatz nach Europa um 31 Millionen Euro aus.

Erfolgreicher Wissenstransfer:

Das IPD qualifizierte knapp 500 Mitarbeiter von Exportunternehmen sowie von Business Support-Organisationen in den Partnerländern individuell für den Export nach Europa.

Großes Interesse:

1.418 Importeure und Exporteure haben die Leistungen des IPD angefragt.

Stand Juli 2018

Herr Wolf, an welche Unternehmen richtet sich das Import Promotion Desk?

Die Zielgruppen des Import Promotion Desk sind kleine und mittelständische Unternehmen aus Schwellenländern sowie europäische Importeure.

Wie erreicht das IPD diese Zielgruppen?

Die ersten Kontakte zu Importeuren erfolgen in der Regel über das Netzwerk unseres Verbandes sowie über Messebesuche. Die kleinen und mittelständischen Unternehmen in den Schwellenländern treten häufig über Partnerorganisationen des IPD mit unserer Initiative in Verbindung. Das IPD agiert in einem internationalen Netzwerk. Es besteht neben der deutschen verfassten Wirtschaft, also etwa den Auslandshandelskammern, auch aus europäischen Organisationen und Programmen zur Förderung von Im- und Export sowie Branchenverbänden in den jeweiligen Partnerländern.

Mit welchen konkreten Aktivitäten unterstützt das IPD deutsche Importeure?

Das IPD versorgt die Importeure mit Know-how, beispielsweise mit relevanten Marktstudien oder Brancheninformationen. Die wesentliche Leistung aber ist, dass die Importeure über das IPD Zugang erhalten zu ausgewählten und zuverlässigen Exporteuren. Dadurch sparen die Importfirmen Zeit und Geld. Wichtig ist dabei: Das IPD arbeitet ausschließlich mit Exporteuren zusammen, die die IPD-Fachleute eigenhändig geprüft haben. Diese Exporteure erfüllen die hohen Anforderungen des IPD. Das gezielte »Matchmaking« ist aus meiner Sicht ein entscheidender Grund für den Erfolg des Projektes.

Welche Anforderungen müssen denn die Exporteure erfüllen?

Neben der Qualität ihrer Produkte sind das die Produktionskapazitäten, die Fremdsprachenkompetenz und die interne Prozessdokumentation. Außerdem achtet das IPD darauf, dass die Exporteure hohe Qualitäts-, Sozial- und Umweltstandards einhalten.

In welcher Form unterstützt das IPD Exporteure aus dem Ausland?

Ausländischen Exporteuren hilft das IPD aktiv beim Eintritt ins europäische Geschäft. Das IPD vermit-

telt Kontakte mit Importeuren und berät beim Start in den EU-Markt und den ersten Schritten in diesem Markt. Die IPD-Experten zeigen den ausländischen Exporteuren auf, welche Standards sie beim Markteintritt erfüllen müssen und welche Regulierungen es zu beachten gilt.

Sie haben das IPD eine Erfolgsgeschichte genannt. Welchen Mehrwert konnte das Projekt denn bisher aus Ihrer Sicht für die verschiedenen Unternehmen erzielen?

Das Wichtigste für mich ist, dass unsere Mitglieder von dem Projekt begeistert sind und zahlreiche neue Lieferanten gefunden haben. Mit diesen Lieferanten haben sich regelmäßige Lieferbeziehungen etabliert. Darüber hinaus halte ich das Projekt auch für den erfolgreichsten mir bekannten Ansatz, Unternehmen aus Entwicklungsländern nachhaltig in die globalen Wertschöpfungsketten zu integrieren und insbesondere damit auch Arbeitsplätze in diesen Ländern zu schaffen.

Das IPD ist also vor allem auch eine nachhaltige Erfolgsstory?

Ja. Das IPD arbeitet nachfrageorientiert. Es fördert also gezielt den Export von Produkten, für die es auf dem europäischen Markt eine Nachfrage gibt. Dadurch können Unternehmen aus den Entwicklungs- und Schwellenländern ihre Produkte langfristig verkaufen. Dies legt wiederum eine Basis für Unternehmen, um in den Aufbau von Produktionsanlagen zu investieren. Für Importeure hat sich das IPD zum Ziel gesetzt, nur hochwertige Angebote aus den Partnerländern zu vermitteln. Importeure erhalten also einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu ausgewählten, qualitativen Produkten von marktgerecht vorbereiteten Lieferanten.



Umfangreiche Zusammenarbeit

Das Import Promotion Desk überzeugt durch vielfältige Vernetzung.

Als Initiative zur Importförderung ist das IPD ein wichtiger Partner für andere Projekte und Programme der Entwicklungszusammenarbeit sowie der Außenwirtschaft. Als Experte der »Letzten Meile« auf dem Weg zum europäischen Markt arbeitet das IPD eng mit der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) zusammen und ist Partner beim Kammer- und Verbandspartnerschaftsprogramm (KVP) der sequa. Die engen Kontakte zu deutschen und europäischen Importeuren bringt das IPD in das develoPPP.de-Programm ein.

IPD – GIZ

In Nepal unterstützen GIZ und IPD gemeinsam bei der Umsetzung der »Nepal Trade Integration Strategy« (NTIS), einem Programm mit dem das nepalesische Handelsministerium die Exportwirtschaft fördert. Die GIZ schafft die Grundlagen für bessere Vermarktungsmöglichkeiten von medizinischen und aromatischen Pflanzen; das IPD trägt dazu bei, den europäischen Markt für die nepalesischen Produkte zu öffnen. Auch in Kirgistan arbeitet das IPD gemeinsam mit der GIZ daran, die Wertschöpfungsketten vor Ort zu verbessern und die Produkte ohne Zwischenhändler auf den europäischen Markt zu bringen. In Serbien agiert das IPD zusammen mit der GIZ im Bereich der Lebensmittelwirtschaft. In Bosnien-Herzegowina unterstützen die beiden Partner Unternehmen im Holzsektor.

Immer häufiger agiert das IPD im Rahmen von Unteraufträgen für die GIZ. Mit ihrer Expertise helfen die IPD-Fachleute dabei, auch außerhalb der IPD-Partnerländer Exporteure auf den EU-Markt vorzubereiten und ihnen direkte Kontakte zu europäischen Importeuren zu vermitteln. So übernimmt das IPD zum Beispiel bei einem aktuellen GIZ-Projekt in Namibia, Mosambik und Botswana die Organisation der letzten Schritte in der Förderung von natürlichen Zutaten wie Marula, Baobab und Moringa.

IPD – develoPPP.de

Die Einblicke des IPD in die deutsche und europäische Importwirtschaft helfen bei der gezielten Ansprache von Importeuren für das develoPPP.de-Programm. Hier ergänzen sich beide Angebote für Unternehmen gut: IPD kennt die Bedar-



fe der Importeure und mit develoPPP.de lässt sich die Exportfähigkeit von lokalen Zulieferern verbessern. Auf diese Weise entstanden bereits Projekte in Partnerländern wie Tunesien, Indonesien und Kolumbien, sowie auch in Mexiko, Marokko und Honduras. In der Zusammenarbeit mit den Unternehmen können IPD-ExpertInnen die develoPPP.de-Projekte unterstützen und so Synergien für beide Programme erzeugen.

IPD – KVP

sequa nutzt die Erfahrungen und Kontakte des IPD auch für das Kammer- und Verbandspartnerschaftsprogramm (KVP). Seit 2015 gehört beispielsweise Äthiopien zu den Partnerländern des IPD. Mit der Ethiopian Horticulture Producers Exporters Association (EHPEA) hat das IPD erste Maßnahmen umgesetzt und dabei Potenziale für eine optimierte Verbandsarbeit identifiziert. Auf dieser Grundlage hat das IPD ein KVP-Projekt zwischen den beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) gGmbH und EHPEA angeregt, in das auch der deutsche Blumengroßhandelsverband (BGH) seine Expertise einbringt. Ziel des KVP-Projektes ist es, EHPEA als privatwirtschaftliche Sektorvertretung des Gartenbaus in Äthiopien zu professionalisieren, das heißt die Kompetenzen der Mitarbeiter zu entwickeln und das Dienstleistungsangebot des Verbandes zu erweitern. Davon profitiert auch IPD, da das Projekt EHPEA als strategischen Partner in der Exportförderung nachhaltig stärkt. In Ägypten und Tunesien sind KVP-Projekte der bfz und des Deutschen Reiseverband (DRV) in Planung, welche ähnliche Synergien mit dem IPD anstreben.

Info: Frank Maul
maul@importpromotiondesk.de



Aussteller auf Fachmessen: Das IPD trägt in unterschiedlichen Partnerländern maßgeblich dazu bei, den europäischen Markt für Produkte der jeweiligen Länder zu öffnen.

>> Fortsetzung von Seite 1

Welche Rolle übernimmt das IPD im Zusammenspiel mit anderen Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit?

Das IPD arbeitet unter anderem mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit in vielen Partnerländern zusammen. In den Projekten geht es zum Beispiel darum, effiziente Wertschöpfungsketten vor Ort aufzubauen. Das IPD unterstützt dann auf der »Letzten Meile«, damit Exportunternehmen auf dem EU-Markt Fuß fassen können.

Wie bewerten Sie die entwicklungspolitische Zwischenbilanz des IPD?

In den ersten beiden Projektphasen des IPD steigerten die Unternehmen in den Partnerländern ihre Exporte. Sie erweiterten beispielsweise Anbauflächen und Produktion und stellten weitere Mitarbeiter ein. Die Evaluation hat gezeigt, dass diese Form der Entwicklungszusammenarbeit die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung in den Partnerländern – insbesondere in entlegenen Regionen – fördert: Sie bekämpft Armut, schafft Einkommen und eröffnet Familien Zukunftsperspektiven im ländlichen Raum. Wir sind überzeugt, dass nachhaltige Geschäftsbeziehungen und die Einbindung der Länder in den globalen Handel Investitionen und Innovationen fördern.

Für



Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Iran: Seit dem 1. September 2018 engagiert sich sequa in einem Vorhaben zur beruflichen Qualifizierung afghanischer Flüchtlinge im Iran. Gemeinsam mit der iranischen Flüchtlingsbehörde und mit deutschen Handwerksorganisationen plant sequa, bis Anfang 2022 afghanische Flüchtlinge in der Hauptstadt Teheran sowie in Kerman und Mashhad in ausgewählten Berufen zu qualifizieren. sequa gründet dazu ein Büro in Teheran und stellt iranisches Personal ein. Experten aus Deutschland und anderen Ländern vermitteln Know-how zur beruflichen Ausbildung. Ziel des Vorhabens ist es, die berufliche und wirtschaftliche Kompetenz afghanischer Flüchtlinge sowie ihre Chancen für die Rückkehr und die Integration in die afghanische Gesellschaft zu erhöhen. Dazu dienen Aus- und Fortbildungsmaßnahmen sowie die marktorientierte Beratung und Kapazitätsentwicklung beteiligter Partnerorganisationen.
Info: Susann.Gerlach@sequa.de

develoPPP.de



Philippinen: Im September 2017 startete TÜV Asia Pacific Ltd. ein develoPPP.de-Projekt auf den Philippinen. TÜV Asia Pacific ist ein Unternehmen der deutschen TÜV NORD-Gruppe, einer der weltweit größten Organisationen für Inspektionen, Zertifizierungen und Tests. Ziel des Projektes ist es, philippinische Trainer im Lebensmittelhandel auszubilden, damit sie kleine und mittelgroße Unternehmen zu nationalen Standards und Audits für Lebensmittelsicherheit beraten können. TÜV Asia Pacific arbeitet Trainingsinhalte nach internationalen Standards aus, führt Training-of-Trainer-Maßnahmen durch und leitet die Experten praktisch an. Am Ende des Projektes sollen die Lebensmittelprüfer im Rah-

men von Food Consultancy Groups als registrierte Experten für TÜV Asia Pacific und andere Firmen arbeiten können. Im Zuge der Projektarbeit sollen die Experten mindestens 50 KMU aus dem Lebensmittelsektor in der Anpassung an internationale Standards begleiten und diese Firmen zum Teil eine Zertifizierung erhalten.
Info: Roland.Strohmeier@sequa.de

Brasilien: Im Juli 2018 startete das französische Unternehmen RDV Productions S.A.S. ein develoPPP.de-Projekt in Brasilien. RDV Productions importiert, verarbeitet und verpackt biologische und traditionelle Produkte aus Brasilien und exportiert sie in alle Welt, vor allem nach Europa und in die USA. Das Projektziel ist es, rund 75 Kleinbauern aus der Gemeinde Urcará den Verkauf biologisch angebaute höherwertiger Produkte auf internationalen Märkten zu ermöglichen. Zu diesen Produkten gehören beispielsweise Öle aus Kernen, Fruchtfleisch und Extrakte aus getrockneten Früchten. Dazu sollen die Bauern mit der lokalen Weiterverarbeitung etwa von Tucuman, Cupuaçu, Acai und Acerola beginnen. Zur Unterstützung führen Experten Trainingskurse zur korrekten Nutzung von Verarbeitungswerkzeugen sowie zur Verwaltung und Sammlung einheimischer Pflanzen durch. Um die Reichweite des Know-how-Transfers zu erhöhen, schulen lokale Trainer weitere circa 75 Produzenten aus anderen brasilianischen Bundesstaaten wie Rondonia und Matogrosso. Zusätzlich sollen rund 50 Studierende Kurse absolvieren, um das Interesse an einer Förderung der lokalen Wertschöpfung zu erhöhen und dadurch mögliche Initiativen zu unterstützen. Die lokale Kooperative Agrofrut plant, die Schulungen langfristig anzubieten und zu koordinieren.
Info: Matthias.Schoeneberger@sequa.de



Absatzförderung landwirtschaftlicher Produkte: In Brasilien unterstützt ein develoPPP.de-Projekt den Export biologischer und traditioneller Erzeugnisse in alle Welt.

Indien: Im Juni 2018 startete der deutsche Werkzeughersteller Gebr. Saacke GmbH & Co. KG ein develoPPP.de-Projekt in Indien. Ziel des Projektes ist es, die Aus- und Weiterbildung in der indischen Maschinenbauindustrie in Hyderabad zu modernisieren. Zu den Projektmaßnahmen gehören die Qualifizierung von Lehrkräften und betrieblichen Ausbildern, die Anpassung von Ausbildungsunterlagen sowie die praktische Ausbildung an modernen, umweltschonenden Technologien. Vor allem Auszubildende erhalten Einblicke in moderne Techniken im Metall- und Maschinenbauhandwerk. Sie lernen, Reparaturen und Wartungen an Maschinen eigenständig durchzuführen und den gesamten Produktionsprozess eines Maschinenbauunternehmens zu verstehen. Insgesamt sollen 30 BerufsschülerInnen, 200 Studierende, vier BerufsschullehrerInnen und DozentInnen, sechs betriebliche AusbilderInnen und rund 350 Fach- und Führungskräfte aus der Region Hyderabad die geplanten Qualifizierungsmaßnahmen durchlaufen.
Info: Anastasia.Thulke@sequa.de

Diese und weitere Projekte stellen wir ausführlich auf www.sequa.de vor.

Herausgeber: sequa gGmbH Alexanderstraße 10 53111 Bonn Telefon +49 (0) 228 982 38-0 Telefax +49 (0) 228 982 38-19 info@sequa.de www.sequa.de **V. i. S. d. P.:** Matthias Schöneberger matthias.schoeneberger@sequa.de

Redaktion und Gestaltung: Laycom PR und Medienagentur Troisdorf **Druck:** Druckerei Brandt Bonn **Fotos:** Seite 1 BMZ, Seite 2 BGA Seite 3 IPD und Seite 4 RDV Productions

Sie können den Bezug des sequaForums jederzeit mit einer Nachricht an den Herausgeber widerrufen.