



LAND
BRANDENBURG

Ministerium für Wirtschaft
und Energie

Außenwirtschaftskonzept für das Land Brandenburg

Inhaltsverzeichnis

- 1. Einleitung**

- 2. Bestandsanalyse der brandenburgischen Außenwirtschaft**
 - 2.1 Außenhandel
 - 2.2 Engagement ausländischer Unternehmen in Brandenburg
 - 2.3 Auslandsinvestitionen brandenburgischer Unternehmen

- 3. Handlungsfelder, Ziele und Instrumente**
 - 3.1 Markterschließung im Ausland
 - 3.2 Ausländische Investitionen / Betreuung internationaler Bestandsunternehmen
 - 3.3 innoBB plus/Clusterstrategie
 - 3.4 Standortmarketing
 - 3.5 International ausgerichtete Gründungen und Start-ups
 - 3.6 Fachkräftegewinnung im Ausland
 - 3.7 Regionale und überregionale Kooperation

- 4. Bewertung und Maßnahmen**
 - 4.1 Optimierung der Markterschließungsförderung brandenburgischer KMU im Ausland
 - 4.2 Fokussierung politisch begleiteter Unternehmerreisen
 - 4.3 Einzelbetriebliche Markterschließungsförderung länderoffen gestalten
 - 4.4 Weiterführung der Messförderung mit Fokus auf die Cluster
 - 4.5 Verbesserung der Transparenz der Außenwirtschaftsförderung
 - 4.6 Stärkung der Kooperationsfähigkeit von KMU
 - 4.7 Weiterführung und Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Kammern und Berlin
 - 4.8 Weiterer Ausbau der Zusammenarbeit mit Polen
 - 4.9 Systematische und fokussierte Weiterführung der Ansiedlungs- und Mutterhausstrategie
 - 4.10 Unterstützung der Internationalisierung von Start-ups
 - 4.11 Digitalisierungschancen nutzen: Außenwirtschafts- und Digitalisierungskompetenzen stärken
 - 4.12 Attraktivität für ausländische Fachkräfte erhöhen
 - 4.13 Unterstützung offener Märkte und des freien Handels

1. Einleitung

Mit dem vorliegenden Außenwirtschaftskonzept, welches die Konzeption aus dem Jahr 2008 fort-schreibt, wird der landesseitige Gestaltungs- und Handlungsrahmen für eine positive Entwicklung der Außenwirtschaftsaktivitäten in Brandenburg vorgegeben. Das Konzept gestaltet dabei den auf die Au-ßenwirtschaft bezogenen Teilbereich der Internationalisierungsstrategie sowie der Innovationsstrategie des Landes.

Die Außenwirtschaft ist auch in der laufenden Legislaturperiode 2014 - 2019 ein wichtiger Wachstums-träger der brandenburgischen Wirtschaft. Erklärtes Ziel der Landesregierung ist es daher, durch ihre Außenwirtschaftspolitik kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei der internationalen Markterschlie-ßung zu unterstützen, internationale Investitionen im Land Brandenburg zu stärken sowie die Internatio-nalisierung der Clusterbranchen zu fördern. Die Außenwirtschaft soll auch zukünftig wichtige Impulse zur Schaffung selbsttragender und moderner Wirtschaftsstrukturen im Land beisteuern und damit hei-mische Arbeitsplätze nachhaltig sichern.

Aufgrund der Synergien, welche bei den Fördermaßnahmen der klassischen KMU-bezogenen Außen-wirtschaftsförderung mit den Maßnahmen zur Akquisition von internationalen Investitionen und dem Standortmarketing entstehen, wird der Begriff Außenwirtschaft im vorliegenden Konzept weit gefasst. Er geht über die internationale Markterschließung brandenburgischer KMU hinaus und umfasst auch das Engagement ausländischer Unternehmen im Land. Wie in der Internationalisierungsstrategie der Lan-desregierung festgelegt, werden darüber hinaus in einem ganzheitlichen Ansatz auch Bezüge zu ande-ren Handlungsfeldern hergestellt, bei denen Synergieeffekte zur Außenwirtschaftsförderung entstehen. Zu nennen sind hier insbesondere die Clusterstrategie, die Gründungsförderung und die Fachkräftege-winnung im Ausland.

Ein zentraler Erfolgsfaktor für die Außenwirtschaftsförderung ist die weitere Ausgestaltung der engen Zusammenarbeit zwischen der Landesregierung, den brandenburgischen Wirtschaftskammern und der Wirtschaftsförderung (WFBB) des Landes. Das koordinierte, gemeinsame Handeln soll sich eng an den Bedarfen der heimischen Wirtschaft und Unternehmen ausrichten. Ein bedeutendes Gestaltungsele-ment ist ferner die bestehende enge wirtschaftliche und funktionale Verflechtung in der Hauptstadtregi-on Berlin-Brandenburg und die darauf bezogene partnerschaftliche Abstimmung und Zusammenarbeit der handelnden Institutionen.

2. Bestandsanalyse der brandenburgischen Außenwirtschaft

2.1 Außenhandel

Der brandenburgische Außenhandel hat sich seit dem Jahr 2006 (Bezugsjahr des Außenwirtschaftskonzeptes 2008) bis Ende 2017 sehr positiv entwickelt. Die Ausfuhren sind in diesem Zeitraum um 4,1 Mrd. Euro bzw. 47,3 % auf einen Wert von 12,9 Mrd. Euro gestiegen. Die gesamtdeutschen Ausfuhren verzeichneten im Vergleichszeitraum ein Wachstum von 43,2 %. Die brandenburgischen Einfuhren sind im gleichen Zeitraum um 6,3 Mrd. Euro bzw. 57,6 % auf einen Wert von 17,3 Mrd. Euro angewachsen. Deutschlandweit war ein Anstieg der Importe um 41,1 % zu verzeichnen. Bei der Ausfuhrentwicklung gab es nach dem Rekordjahr 2015 in den Jahren 2016 und 2017 Rückgänge, die zum größten Teil auf Schwankungen bei den beiden für den brandenburgischen Export wichtigsten Produktgruppen Luftfahrzeuge und Pharmazeutische Erzeugnisse zurückzuführen sind. Insgesamt hat die Bedeutung weniger Großunternehmen aus diesen Bereichen für den brandenburgischen Export seit 2006 jedoch weiter zugenommen. Die Entwicklung der Importwerte wird stark von den Preisen für Erdöl- und Erdgas beeinflusst, der - vor Luftfahrzeugen und Pharmazeutischen Erzeugnissen - mit großem Abstand wichtigsten Produktkategorie für die brandenburgischen Importe.

Der Außenhandel war in den vergangenen Jahren ein wichtiger Wachstumsträger insbesondere im Verarbeitenden Gewerbe. Trotzdem ist der Auslandsumsatz der brandenburgischen Wirtschaft im Vergleich zu den meisten anderen Bundesländern immer noch geringer ausgeprägt. Zwar konnten die Industrieunternehmen im Land die Auslandsumsatzquote von 26,2 % im Jahr 2006 auf 29,6 % im Jahr 2017 anheben. Dennoch liegt sie im Bundesländervergleich noch klar im hinteren Bereich. Bei der Exportquote (Warenausfuhr bezogen auf das BIP) gab es zuletzt sogar einen Rückgang. Dieser ist auf die o.g. Ausfuhrrückgänge bei den Produktgruppen Luftfahrzeuge und Pharmazeutische Erzeugnisse zurückzuführen.

Die Europäische Union ist die mit Abstand wichtigste Exportdestination für brandenburgische Produkte. Im Jahr 2017 gingen 63,8 % der brandenburgischen Exporte in Länder der Europäischen Union. Unter den wichtigsten 10 Ausfuhrländern des Landes Brandenburg finden sich 8 EU-Länder.

Wichtigste Exportdestinationen und Lieferländer des Landes Brandenburg im Jahr 2017*

Rang	Land	Warenausfuhr in Mio. Euro 2017*	Rang	Land	Wareneinfuhr in Mio. Euro 2017*
1	Polen	1.921	1	Russische Föderation	3.832
2	USA	1.683	2	Polen	3.100
3	Frankreich	975	3	Vereinigtes Königreich	982
4	Tschechische Republik	823	4	Frankreich	937
5	Niederlande	639	5	Niederlande	806
6	Italien	567	6	Volksrepublik China	757
7	Österreich	542	7	Italien	673
8	Vereinigtes Königreich	443	8	USA	612
9	Belgien	412	9	Österreich	519
10	Kanada	377	10	Spanien	463
	Gesamtausfuhr	12.899		Gesamteinfuhr	17.278

Quelle: destatis.de. *Vorläufige Werte. Stand: 29.05.2018

Polen, die USA und Frankreich sind seit Jahren die wichtigsten Absatzmärkte für brandenburgische Produkte. Wichtigstes Lieferland ist für Brandenburg aufgrund der hohen Erdöl- und Erdgaslieferungen noch vor Polen Russland, von wo 98 % der Lieferungen aus dieser Produktkategorie stammen. Außerhalb Europas und Nordamerikas dürften die Märkte Asiens und insbesondere China aus Sicht der Au-

ßenwirtschaft in Zukunft weiterhin an Bedeutung gewinnen. Die USA waren 2017 zwar zweitwichtigster Absatzmarkt für brandenburgische Produkte, das Spektrum der gelieferten Waren wird aber von wenigen Großunternehmen dominiert, deren Ausfuhren über die Jahre schwanken. Diese Dominanz von Großunternehmen ist beim Handel innerhalb der EU deutlich weniger ausgeprägt. Der EU-Binnenmarkt und die damit einhergehenden Grundfreiheiten beseitigen Zölle und sonstige Handelshemmnisse und machen es für KMU einfacher, Märkte in Europa zu erschließen als in Übersee. EU-Recht und Binnenmarkt sind damit wichtige Grundlagen für eine erfolgreiche brandenburgische Außenwirtschaft.

Im internationalen Handel werden nicht nur Waren ausgetauscht, sondern zunehmend auch immer mehr **Dienstleistungen**. Während auf Ebene der Bundesländer hierzu keine Statistiken verfügbar sind, machten die Dienstleistungen für Gesamtdeutschland im Jahr 2016 einen Anteil von 17,6 % der gesamten Ausfuhr von Waren und Dienstleistungen aus. Im Zeitraum zwischen 2006 und 2016 ist die deutsche Warenausfuhr um 42 % gestiegen, während die Einnahmen durch die Erbringung von Dienstleistungen im Ausland im gleichen Zeitraum um 76 % gestiegen sind. Die Bedeutung von Dienstleistungen im Außenhandel nimmt also weiter zu. Neben dem IT- und Medienbereich spielen auch produktbegleitende Dienstleistungen eine große Rolle im Außenhandel. Verstärkt werden diese Entwicklungen durch die zunehmende Verzahnung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien mit der industriellen Produktion (Stichwort Industrie 4.0).

Im Bereich von Handwerksunternehmen, welche in der Regel regional und auf den Inlandsmarkt ausgerichtet sind, machen Dienstleistungen sogar den Großteil der internationalen Aktivitäten aus. In der Außenwirtschaft aktive brandenburgische Handwerksunternehmen bevorzugen hierbei die Nachbarländer bzw. die deutschsprachigen Regionen.

Der Anteil der Dienstleistungsbereiche an der Bruttowertschöpfung ist in Brandenburg mit 71 % etwas höher als für Gesamtdeutschland (69 %). Das heißt, man kann für Brandenburg von einer ähnlich hohen und ebenfalls steigenden Bedeutung des Dienstleistungssektors für die Außenwirtschaft ausgehen.

Außenwirtschaftliche Stärken und Schwächen brandenburgischer KMU

Grund für die schwächere außenwirtschaftliche Verflechtung ist vor allem die historisch gewachsene Unternehmensstruktur des Landes. Insbesondere bei den Industrieunternehmen sind hier kleinere Betriebe im Verhältnis noch stärker vertreten als in anderen Bundesländern. Größere, exportstarke Industrieunternehmen, die klassischen Impulsgeber für den Außenhandel, sind in Brandenburg hingegen im Vergleich schwächer vertreten. Gleichzeitig wird der brandenburgische Außenhandel im Volumen von wenigen großen Unternehmen dominiert (s.o.). Für KMU, die mit den länderspezifischen Gepflogenheiten potentieller Marktregionen oft wenig vertraut sind, ist es deutlich schwieriger, außenwirtschaftliches Know-how, internationale Kontakte und Kooperationsbeziehungen aufzubauen. Dies eigenständig zu leisten, wird von vielen heimischen KMU noch als schwer zu überwindende Hürde angesehen. Ebenso sind Exportgeschäfte in der Regel vorzufinanzieren oder müssen verbürgt werden, wofür entsprechende Kredite oder Bürgschaften notwendig sind.

In der Vergangenheit hat sich immer wieder gezeigt, dass viele KMU nicht ausreichend über Möglichkeiten informiert sind, die sich ihnen für ihre Produkte und Dienstleistungen im Absatz sowie für Zuliefe-

rungen auf internationalen Märkten bieten. Viele mittelständische Unternehmen sind sich nicht darüber bewusst, dass ihre zukünftige Wettbewerbsfähigkeit auch davon abhängt, ob und wie gut sie sich auf internationalen Märkten positionieren können. Darüber hinaus kennen viele KMU das vielfältige auf den verschiedenen Ebenen verfügbare Förderangebot nicht und nutzen dieses daher nicht.

Eine Erleichterung stellen für KMU der EU-Binnenmarkt und die damit verbundenen Grundfreiheiten, wie die Warenverkehrs-, Dienstleistungs- und Kapitalverkehrsfreiheit sowie die Beseitigung von Zoll- und sonstigen Handelshemmnissen dar. Dagegen sind die vielfältigen tarifären und nichttarifären Handelshemmnisse der außereuropäischen Märkte für KMU oftmals nur schwer zu überwindende Hürden. Großen Unternehmen fällt es deutlich leichter, mit solchen Hemmnissen umzugehen und erfolgreich zu exportieren. Sie können z.B. Zölle in ihrer Kalkulation eher abfedern oder mit ihren personellen und finanziellen Ressourcen abweichende Regularien und Anforderungen leichter bewältigen.

Die fortschreitende Digitalisierung der Wirtschaft sowie die Entwicklung hin zu einer digitalen Vernetzung von Wirtschafts- und Produktionsprozessen (Stichwort Wirtschaft 4.0) führen auch in der Außenwirtschaft zu neuen Chancen und Herausforderungen gerade für KMU. So lassen sich durch die kostengünstige Verfügbarkeit neuer digitaler Werkzeuge z.B. die Kundschaft oder Bezugsquellen im In- und Ausland leichter in Wertschöpfungsbeziehungen einbinden und die Unternehmenskooperation wird erheblich erleichtert. Fehlende personelle und finanzielle Ressourcen fallen damit weniger ins Gewicht. Die Digitalisierung bietet KMU somit Chancen, strukturelle Nachteile, die gegenüber Großunternehmen bestehen, ein Stück weit auszugleichen. Die zumeist höhere Flexibilität und Anpassungsfähigkeit von KMU verstärkt diesen Effekt noch. Herausforderungen, die für KMU aus dieser Entwicklung entstehen, sind insbesondere in einem stärker werdenden Wettbewerbsdruck zu sehen. Wenn die Kundschaft auch im Ausland leichter erreicht werden kann, so profitieren davon auch Konkurrenz und Großunternehmen im In- und Ausland. Die Wettbewerbsfähigkeit von KMU wird somit in Zukunft noch wichtiger werden und zwar unabhängig davon, ob Märkte vorrangig national oder international gesucht werden. Gleichzeitig kommt der IT-Sicherheit eine immer stärkere Bedeutung zu. Durch die zunehmende Vernetzung auch von sensiblen Prozessen und immer größer werdende Datenströme steigt die Verwundbarkeit und die Angriffsflächen für Manipulation und Diebstahl von Daten weiten sich aus. Entsprechende IT-Sicherheitssysteme werden damit zunehmend an Bedeutung gewinnen. Dies kann wiederum gerade für KMU mit begrenzten Ressourcen zu einer ernstzunehmenden Herausforderung werden.

2.2 Engagement ausländischer Unternehmen in Brandenburg

Brandenburg hat sich zu einem attraktiven Standort für ausländische Investitionen entwickelt. Seit 2001 sind allein durch die WFBB 213 ausländische Unternehmen bei ihrer Ansiedlung in Brandenburg betreut worden. Damit verbunden ist die Schaffung von insgesamt mehr als 10.000 neuen Arbeitsplätzen. Die stärksten Quellregionen für ausländische Direktinvestitionen in Brandenburg waren in den Jahren 2001 bis 2017 neben den USA (28 Ansiedlungen durch die WFBB) die Schweiz (26 Ansiedlungen), Großbritannien (22 Ansiedlungen), die Niederlande (16 Ansiedlungen) und die skandinavischen Länder (insgesamt 16 Ansiedlungen). Neu hinzugekommen ist Polen, das bereits seit Jahren ein starker Handelspartner für brandenburgische Firmen ist und zunehmend auch Ansiedlungen (bisher 11) generiert.

Für internationale Investitionen attraktiv ist Brandenburg u.a. durch die gemeinsame Wirtschaftsregion mit der Hauptstadt Berlin, die Wissenschafts- und Forschungsstärke der Hauptstadtregion, die starken

Cluster, attraktive Fördermöglichkeiten, Fachkräfte mit hoher technischer Qualifikation, eine gute Verkehrsinfrastruktur sowie attraktive Lebensbedingungen. Hinzu kommt ein qualitativ hochwertiges Gewerbe- und Industrieflächenangebot.

Verbesserungspotenzial gibt es z.B. beim internationalen Bekanntheitsgrad des Standortes Brandenburg, insbesondere im Vergleich mit Berlin. Ein weiterer wichtiger Standortfaktor für ausländische Investitionen ist die internationale Kompetenz der brandenburgischen Fachkräfte, vor allem mit Bezug auf die Sprachkenntnisse. Gerade auch im Vergleich mit Standorten in den westlichen Bundesländern gibt es hier zum Teil noch deutlichen Verbesserungsbedarf. Die WFBB berät Unternehmen hier mit Bezug auf Förderprogramme zur Weiterbildung. In berlinfernen Regionen stellt sich im Flächenland Brandenburg die Frage der Erreichbarkeit. Wie in Deutschland generell, ist die flächendeckende Ausstattung mit Breitbandanbindungen auch in Brandenburg ein Standortfaktor, welcher im internationalen Vergleich verbessert werden muss. Letztlich ist trotz des guten Gewerbe- und Industrieflächenangebotes die Verfügbarkeit von direkt anmietbaren Büroflächen in Brandenburg noch verbesserungsfähig. Die WFBB kann hier häufig nicht ausreichend Angebote vermitteln. Insbesondere kleinere Unternehmen und Start-ups benötigen oft nur bereits anmietbare Büro- und Gewerbeflächen, nicht aber bebaubare Flächen.

2.3 Auslandsinvestitionen brandenburgischer Unternehmen

Neben Markterschließungsaktivitäten und Kooperationen sind brandenburgische KMU zunehmend auch investiv im Ausland tätig. Die Aktivitäten reichen hier von Vertriebsbüros über Joint Ventures bis hin zu Zweigstellen im Ausland. Diese Entwicklung ist Ausdruck der zunehmenden Internationalisierung heimischer KMU. Auch investive Aktivitäten im Ausland tragen zur Wettbewerbsfähigkeit von KMU bei und können somit helfen, Arbeitsplätze im Land zu schaffen, bzw. zu sichern. Im Rahmen der Außenwirtschaftsförderung steht diese Form der Internationalisierung von KMU allerdings nicht im Fokus.

Zusammenfassung: Stärken/Schwächen-Analyse der brandenburgischen Außenwirtschaft

<p><u>Stärken</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Hauptstadtregion im Zentrum Europas • Hochschul- und Forschungslandschaft • Cluster-Kompetenzen • Attraktive Fördermöglichkeiten • Attraktive Lebensbedingungen • Gute Verkehrsinfrastruktur • Gutes Gewerbe- und Industrieflächenangebot 	<p><u>Schwächen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Auslandsumsatz- und Exportquote relativ niedrig • Ausfuhr von wenigen Großunternehmen dominiert • Viele KMU nutzen Internationalisierungspotenzial nicht • Information von KMU über Chancen und Fördermöglichkeiten • Wenige exportstarke Industrieunternehmen • Internationale Bekanntheit des Wirtschaftsstandortes • Internationale Kompetenzen der Fachkräfte (Sprachen) • Digitale Infrastruktur • Verfügbarkeit anmietbarer Büroflächen
<p><u>Chancen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung von Arbeitsplätzen durch stärkere Internationalisierung • EU-Binnenmarkt und Freihandelsabkommen erleichtern Markteinstieg für KMU • Ausgleich struktureller Nachteile durch Digitalisierung • Gemeinsamer Auftritt als Hauptstadtregion 	<p><u>Gefahren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Rückgang/Wegfall von EU-Fördermitteln • Höherer Wettbewerbsdruck durch Digitalisierung • Verlust von Wettbewerbsfähigkeit durch mangelnde Internationalisierung

3. Handlungsfelder, Ziele und Instrumente

Das zentrale Anliegen der Außenwirtschaftsförderpolitik des Landes ist es, vorhandene strukturelle Schwächen zu überwinden. Ziel ist es, KMU, insbesondere in den Clustern, bei ihren Außenhandelsaktivitäten zu unterstützen und damit die Basis der international aktiven Unternehmen im Land zu verbreitern. In den letzten Jahren konnten hier bereits deutliche Fortschritte, insbesondere mit Bezug auf den europäischen Binnenmarkt, erreicht werden. Zusätzliches Wachstum lässt sich heute oft nur über internationale Märkte generieren. Langfristig wettbewerbsfähig werden nur die Unternehmen sein und bleiben, die in der Lage sind, sich sowohl dem internationalen Wettbewerb als auch den schneller werdenden Innovations- und Produktlebenszyklen erfolgreich zu stellen.

Weiterhin sind Anstrengungen erforderlich, um mehr internationale Investitionen für Brandenburg zu gewinnen. Einerseits wird damit die industrielle Basis verbreitert, andererseits generieren ausländische Investitionen auch wichtige Impulse für die Internationalisierung lokaler Zulieferunternehmen.

Im Folgenden werden die Handlungsfelder und Förderbereiche aufgezeigt, in denen mit entsprechenden Maßnahmen zu einer Stärkung der brandenburgischen Außenwirtschaft beigetragen werden kann. Besonders wichtig sind dabei die Synergien, die zwischen einzelnen Förderbereichen entstehen. Die Förderziele und -instrumente aus anderen Förderbereichen haben direkten Einfluss auf die Außenwirtschaftsstärke der brandenburgischen KMU und die Attraktivität des Standortes Brandenburg. Innovationsstarke, technologieorientierte mittelständische Unternehmen orientieren sich heute immer mehr in einem internationalen Kontext. Die Entwicklung und das Wachstum brandenburgischer KMU hin zu solchen Unternehmen werden durch Fördermaßnahmen außerhalb der klassischen Außenwirtschaftsförderung unterstützt. Zu nennen sind hier z.B. die Forschungs- und Technologie-, die Gründungs-, die GRW-Förderung sowie Finanzierungsprogramme für Wagnis- und Venturekapital. Mit diesen Maßnahmen bestehen darüber hinaus wichtige Anreize für die Akquisition ausländischer Investitionen.

Außenwirtschaftsförderung: Handlungsumfeld und Synergien mit anderen Förderbereichen



3.1 Markterschließung im Ausland

Das Heranführen von mehr heimischen KMU an internationale Märkte ist das zentrale Ziel der Markterschließungsförderung. Regelmäßig exportierende KMU weisen über alle Sektoren hinweg eine deutlich positivere Beschäftigungsentwicklung auf als nicht bzw. unregelmäßig exportierende Unternehmen. Darüber hinaus stellt der Zugriff auf kostengünstige ausländische Bezugsquellen und die Erschließung von internationalen Beschaffungsmärkten einen wichtigen Wettbewerbsfaktor für die brandenburgische Wirtschaft dar. In Brandenburg sind die meisten Erwerbstätigen in KMU beschäftigt. Durch die Förderung internationaler Markterschließung sollen neue Arbeitsplätze geschaffen und bestehende gesichert werden. Entsprechend der dargestellten Ausgangssituation ergeben sich folgende konkrete Teilziele:

- Sensibilisierung und Motivation noch nicht oder nicht entsprechend ihres eigentlichen Potenzials internationalisierter KMU
- Verbesserung der Information zu Fördermöglichkeiten und Internationalisierungschancen
- Stärkung und Aufbau außenwirtschaftlicher Kompetenz in den KMU
- Erleichterung und Unterstützung des Einstiegs in internationale Markterschließungsaktivitäten

Die staatliche Außenwirtschaftsförderung muss hierbei das im EU-Recht und in den WTO-Vertragstexten verankerte Verbot direkter Exportförderung berücksichtigen. Die finanzielle Förderung von Unternehmen muss sich im Außenwirtschaftsbereich auf indirekte Maßnahmen beschränken, wie z.B. die Förderung von Beratungsleistungen, Messebeteiligungen oder die Durchführung von Studien.

Instrumente der Außenwirtschaftsförderung auf EU-Ebene

Neben der Unterstützung durch die Strukturfonds bieten direkt verwaltete EU-Programme wie z.B. Horizont 2020 oder COSME sowie die verschiedenen Interreg-Programme Möglichkeiten für KMU sich international zu vernetzen und neue Märkte und Technologien zu erschließen. Hervorzuheben sind die Unterstützungsmöglichkeiten durch das **Enterprise Europe Network (EEN)**. Das EEN ist ein Instrument, um Unternehmen und wissenschaftliche Einrichtungen im Hinblick auf die o.g. Programme zu sensibilisieren, zu informieren und bei der Partnersuche und Umsetzung zu unterstützen. Trägereinrichtungen des EEN Berlin-Brandenburg sind die beiden Wirtschaftsfördergesellschaften der Länder Berlin und Brandenburg sowie die IHK Ostbrandenburg. Als regionales Konsortium für die Hauptstadtregion informiert und berät das EEN Berlin-Brandenburg über innovationsorientierte Entwicklungen, Initiativen und Programme der EU und hilft beim Knüpfen von Geschäfts- und Technologiekontakten. Das EEN wird insbesondere für Kooperationsbörsen auf internationalen Messen und Konferenzen sowie im Rahmen von Unternehmerreisen eingesetzt. Es ist eng mit den Instrumenten der gemeinsamen Innovationsstrategie Berlin-Brandenburg innoBB plus verzahnt und somit auch ein wichtiges Instrument zur Internationalisierung der Cluster und zur Stärkung der Zusammenarbeit mit Berlin.

Instrumente der Außenwirtschaftsförderung auf Bundesebene

Auf institutioneller Ebene sind hier insbesondere die **Auslandsvertretungen**, die bundeseigene Wirtschaftsfördergesellschaft Germany Trade and Invest (**GTAI**), die Auslandshandelskammern (**AHK**) sowie die vom Bundesministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), der Agentur für Wirtschaft und Entwicklung und der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) für die Unternehmen angebotenen Instrumente und Netzwerke zu nennen. Hervorzuheben sind hierbei die

AHK, welche aktuell in 90 Ländern als offizielle Vertretungen der deutschen Wirtschaft bestehen. Sie übernehmen vielfältige Aufgaben zur Pflege, Intensivierung und Verbesserung der gesamten Außenwirtschaftsbeziehungen zwischen dem jeweiligen Standortland und Deutschland.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) unterstützt mit verschiedenen Programmen unter der Dachmarke „Mittelstand Global“ die **Auslandsmarkterschließung** von deutschen KMU. Hierzu zählen Exportinitiativen in verschiedenen Branchen und das Markterschließungsprogramm des Bundes. Das **Auslandsmesseprogramm** der Bundesregierung ermöglicht Unternehmen, sich im Rahmen eines Gemeinschaftsstandes unter der Dachmarke "Made in Germany" auf attraktiven Märkten zu präsentieren. Das Programm "Junge innovative Unternehmen auf internationalen Leitmessen in Deutschland" richtet sich hier konkret an Start-ups.

Die Bundesregierung unterstützt deutsche Unternehmen bei der Umsetzung und Finanzierung von internationalen Projekten, u.a. mit Investitionsschutzverträgen, Finanzierungshilfen, **Exportkreditgarantien**, Investitionsgarantien und Garantien für ungebundene Finanzkredite. Die sogenannten **Hermesdeckungen** sind ein zentraler Baustein der deutschen Ausfuhrförderungs politik. Mit ihnen können heimische Unternehmen Exportgeschäfte gegen wirtschaftliche und politische Risiken absichern.

Markterschließungsförderung auf Landesebene

Die Markterschließungsförderung des Landes fokussiert auf finanzielle Anreize und ein umfassendes Informationsangebot. Das Ministerium für Wirtschaft und Energie (MWE) hat zwei Förderrichtlinien zur Markterschließung entwickelt, die aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) verstärkt werden. Beide Richtlinien unterstützen auf dem Gebiet der Internationalisierung aktiv die Clusterstrategie der Hauptstadtregion und tragen damit auch zur Stärkung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit von Berlin und Brandenburg bei.

Im Fokus der **Markterschließungsrichtlinie (MER)**¹ liegen insbesondere **Unternehmerreisen** und die **Messegemeinschaftsstände** unter der Dachmarke Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg. Für letztere erstellen die Länder Berlin und Brandenburg über die beratenden Gremien einen gemeinsamen Messenplan. Politisch begleitete Unternehmerreisen haben im Ausland eine anerkannt wichtige Türöffnerfunktion für KMU, die ohne Unterstützung von Regierungsmitgliedern deutlich weniger Chancen haben, vielversprechende Kontakte zu knüpfen als z.B. Großunternehmen. Darüber hinaus hat sich die regelmäßige Beteiligung von Hochschulen und Forschungseinrichtungen im Rahmen der Delegationsreisen als außerordentlich wirksam erwiesen, um im Ausland die Stellung der Hauptstadtregion als Hochschul- und Forschungsstandort zu verdeutlichen. Hierdurch werden auch Standortmarketing und Ansiedlungsakquisition nachhaltig unterstützt. Ebenso trägt die gemeinsame Durchführung von Projekten durch KMU und Wissenschaftseinrichtungen zu deren Vernetzung und zum Wissens- und Innovationstransfer bei und stärkt somit auch direkt die Cluster. Hierdurch entstehen Synergieeffekte zwischen Standortmarketing, Ansiedlungsakquisition und Markterschließungsaktivitäten der Unternehmen.

¹ Richtlinie des Ministeriums für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg zur Förderung von Gemeinschaftsprojekten wirtschaftsnaher Institutionen zur Markterschließung im gesamtwirtschaftlichen Interesse des Landes Brandenburg (Markterschließungsrichtlinie)

Ergänzt wird die Förderung durch die MER über die **M2-Richtlinie**² zur einzelbetrieblichen Beratungs- und Messförderung sowie zur Förderung von Unternehmensgruppen. Zum Förderspektrum gehören auch die Einstellung von Markterschließungsassistenten und -assistentinnen sowie Marktzugangspunkte mit mindestens fünf Unternehmen.

3.2 Ausländische Investitionen / Betreuung internationaler Bestandsunternehmen

Für die weitere Internationalisierung der brandenburgischen Wirtschaft und damit verbunden eine kontinuierliche Erhöhung der Exportquote ist zum einen die Stärkung der Außenwirtschaftskompetenz der bestehenden Unternehmen erforderlich. Zum anderen müssen neue außenwirtschaftsstarke Unternehmen aus dem Ausland in Brandenburg angesiedelt werden, die dann in die bestehenden Wertschöpfungsketten, insbesondere bei den Clustern integriert werden. Ziel ist neben den unmittelbaren Effekten für die Ansiedlungsstandorte auch die Steigerung des regionalwirtschaftlichen Nutzens für die schon im Land befindlichen Unternehmen. Die Ansiedlung innovationsorientierter Unternehmen trägt in besonderem Maße zum Aufbau selbsttragender Wirtschaftsstrukturen bei. Durch die Ansiedlung ausländischer Unternehmen kann ein internationales Umfeld geschaffen werden, das eine Eigendynamik freisetzt und eine stärker internationalisierte Wirtschaftsstruktur schafft.

Erreicht werden diese Ziele mit einer zweigleisigen Strategie, welche einerseits auf der Ansprache von Mutterhäusern von bereits in Brandenburg ansässigen ausländischen Unternehmen sowie andererseits von potenziellen neuen ausländischen Investoren und Investorinnen beruht. Um neue bzw. Erweiterungsinvestitionen aus diesen Zielgruppen zu generieren, werden unterschiedliche Instrumente angewandt.

Mutterhausstrategie und Betreuung internationaler Bestandsunternehmen

Die regelmäßige Beziehungspflege zu Unternehmen mit bereits bestehenden Tochtergesellschaften oder Niederlassungen in Brandenburg stellt eines der wichtigsten Akquisitionsinstrumente dar. Die Mutterhäuser werden motiviert, ihre Standorte zu erweitern oder neue Betriebsteile im Land anzusiedeln. Gerade bei weltweit agierenden Konzernen besteht hier tendenziell eine größere Wahrscheinlichkeit für neue internationale Investitionen. Hierbei spielen Unternehmensbesuche vor Ort, idealerweise mit politischer Begleitung, eine besonders wichtige Rolle. Im Rahmen dieser Besuche werden u.a. gezielt die Standortvorteile Brandenburgs hervorgehoben sowie auf das Mutterhaus zugeschnittene Unterstützungs- und Fördermöglichkeiten thematisiert. Gleichzeitig wird den Mutterhäusern vermittelt, dass bei der WFBB fachkundige, für ihr Unternehmen zuständige Kontaktpersonen zur Verfügung stehen, die bei Fragen und Problemen angesprochen werden können.

Anwerbung von neuen internationalen Investitionen

Die Ansprache von bisher nicht in Brandenburg tätigen Unternehmen (sog. Kaltakquisition) erfolgt gezielt für Länder und Regionen, aus denen bereits eine größere Zahl an Firmen in Brandenburg tätig ist, d. h. aus den sogenannten Quellländern (siehe 2.2). Eine gezielte Ansprache über gute Kontakte z. B. über bereits aktive Unternehmen des Ziellandes mit Unterstützung von „Testimonials“ ist hier ein wichti-

² Richtlinie des Ministeriums für Wirtschaft und Energie zur Förderung der Internationalisierung von KMU durch Markterschließung im Ausland und der Teilnahme an Messen im In- und Ausland (M2)

ges Instrument. Bereits etablierte Unternehmen empfehlen Brandenburg an noch nicht etablierte Unternehmen weiter. Insgesamt erfolgt eine Konzentration auf die Clusterbranchen und die Quellregionen für die Akquisitionsmaßnahmen werden von der WFBB clusterspezifisch festgelegt. Zur Anwerbung von neuen Investitionen bieten sich z.B. in Zusammenarbeit mit den Clustern geeignete internationale Leitmesse an. Die Messegemeinschaftsstände unter der Dachmarke „Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg“ werden hier zur Erhöhung der Aufmerksamkeit genutzt. Ebenso bieten sich Akquisitionsreisen mit politischer Begleitung an, um neue Investitionen für Brandenburg zu gewinnen. Je nach Land können hier Synergien zur Markterschließungsförderung genutzt werden, indem politisch begleitete Unternehmerreisen auch für Akquisitionsmaßnahmen genutzt werden. Letztlich nutzt die WFBB auch die Strukturen und Angebote der GTAI, welche u.a. auch spezielle Maßnahmen im Bereich Investitionswerbung sowie Standort- und Clustermarketing für die neuen Bundesländer anbietet.

3.3 innoBB plus / Clusterstrategie

In den vorangegangenen Abschnitten ist bereits deutlich geworden, dass es eine enge Verzahnung der Außenwirtschaftsförderung mit der Clusterpolitik gibt. Übergeordnetes Ziel der regionalen Innovationsstrategie innoBB plus ist eine integrierte Unterstützung und Förderung der brandenburgischen Unternehmen in den Clustern. Die Schwerpunkte der Aktivitäten einschließlich der Internationalisierung werden in den Masterplänen der Cluster festgelegt. Ziel ist die Initiierung und der Abschluss von länderübergreifenden, insbesondere europäischen Innovationskooperationen. Hier gibt es im Rahmen der Interreg-Programme u.a. bereits gute Kontakte im Ostseeraum. Die Clusterbildung schafft dabei strategische Vorteile für die Beteiligten:

- In einem größeren Verbund können das Kooperationsumfeld für KMU entlang der Wertschöpfungsketten gezielt verstärkt und etwaige Lücken geschlossen werden. Bessere Chancen für Systemangebote führen so zu einer Stärkung der Wettbewerbsposition der Clusterunternehmen.
- Mit einer Clusterbeteiligung können insbesondere KMU ihre Ressourcen optimal einsetzen. Sie können von einer verbesserten Arbeitsteilung bzw. Zulieferung im Cluster profitieren und sich so auf ihre jeweiligen Kernkompetenzen konzentrieren.
- Die Kompetenz und Reichweite des Clusters wird mit dem Wachstumsprozess systematisch erhöht. Unternehmen können so durch den Cluster schneller Markterschließung betreiben und zu internationaler Sichtbarkeit gelangen.
- Durch regionale Gemeinsamkeiten, wie etwa dem lokal verfügbaren Personal und seiner Qualifizierung sowie den Wissenschafts- und Transferangeboten ergeben sich verbesserte Voraussetzungen für gemeinsame Projektvorhaben, die auch internationalem Wettbewerb standhalten.
- Ein professionelles Management sorgt letztlich für einen strategischen Ausbau der Kooperations- und Projektstrukturen innerhalb des Clusters. Gleichzeitig begleitet es die Entwicklung und Abstimmung von länderübergreifenden Verbundprojekten und Fördervorhaben.

Die WFBB bietet den Clustern zu diesen Aktivitäten konkrete Unterstützung an. Mit dem EEN (siehe 3.1) ist eine inhaltliche und auch personelle Verknüpfung mit den Clustern gegeben, welches ein Paket konkreter Dienstleistungen bietet. Die Förderung der Cluster trägt damit auch direkt zur Förderung der Außenwirtschaft bei, so wie umgekehrt die Instrumente der Außenwirtschaftsförderung auch zur Unterstützung der Cluster beitragen (siehe 3.1 und 3.2).

3.4 Standortmarketing

Das Standortmarketing erfüllt eine wichtige Unterstützungsfunktion für die brandenburgische Außenwirtschaftsförderung. Sowohl für die Ansiedlungsakquisition im Ausland als auch für die Markterschließung durch KMU sind Bekanntheitsgrad und positives Image des Standortes Brandenburg von großer Bedeutung. Inhaltliche Schwerpunkte der Standortwerbung sind dabei das Hervorheben von

- branchenspezifischen komparativen Vorteilen Brandenburgs, wie z.B. qualifizierte Fachkräfte, die Hochschul- und Forschungslandschaft, Förderbedingungen, etc. (siehe 2.2)
- vorhandenen und entstehenden Clusterkompetenzen
- Alleinstellungsmerkmalen, besonderen Profilen und Stärken des Landes oder einzelner Standorte (insbesondere der Regionalen Wachstumskerne) im Wettbewerb mit anderen Bundesländern oder im internationalen Kontext.

Die entsprechenden Informationen werden für den internationalen Gebrauch in verschiedenen Sprachen und für verschiedene Medien aufbereitet. Eines der wichtigsten Instrumente ist hierbei der Brandenburg Business Guide (BBG). Mit dem BBG wurde ein in Europa bisher einzigartiges georeferenziertes clusterorientiertes Standortportal für an Investitionen interessierte Unternehmen und institutionelle Nutzerinnen und Nutzer geschaffen. Durch die Anbindung verschiedenster Daten, Dienste und Schnittstellen zu bestehenden Datenbanken der Landesverwaltung werden diese Informationen konsolidiert auf Kartenmaterial der Landesvermessung und Geobasisinformation (LBG) gebündelt und leicht zugänglich gemacht. Im BBG sind derzeit über 100.000 Unternehmen und Handwerksbetriebe in Brandenburg und Berlin an ihren jeweiligen Standorten raumbezogen abrufbar. Zudem beinhaltet die Plattform u.a. eine integrierte Datenbank mit sämtlichen Gewerbegebieten des Landes.

3.5 International ausgerichtete Gründungen und Start-ups

Gerade im Bereich innovativer, technologieorientierter Unternehmen stehen Unternehmensneugründungen oft in einem internationalen Kontext (Stichwort „born global“). Sei es, dass schon vor der Gründung internationale Kontakte oder Kooperationen bestehen oder dass internationale Partner direkt involviert sind. Ebenso können in vielen hochinnovativen Bereichen Unternehmen nur dann erfolgreich bestehen, wenn sie sich von Beginn an international aufstellen. Trotzdem sind knappe personelle oder finanzielle Ressourcen gerade auch bei Gründerinnen und Gründern ein Hindernis für die nachhaltige Etablierung internationaler Geschäftsbeziehungen.

Die Landesregierung unterstützt Neugründungen von innovativen Unternehmen durch aufeinander abgestimmte Instrumente der Gründungs-, der Investitions-, der Innovations-, der Fachkräfte- sowie der Marktzugangs- und Messesförderung. Neben der Förderung von Beratungsleistungen und der Kontaktvermittlung ist für Start-ups die Begleitung und Unterstützung durch Finanzierungsprogramme (Mikrokredit Brandenburg, Brandenburg Kredit Mezzanine, Frühphasen- und Wachstumsfonds) sowie die Vermittlung von internationalem Kapital (Venture Capital) wichtig. Von erheblicher Bedeutung sind der Wissenstransfer und das Erzielen von Synergieeffekten durch Vernetzung und Kooperation mit Forschungseinrichtungen und anderen Unternehmen. Dies geschieht auch branchenübergreifend (Cross-Cluster) z.B. mit Hilfe des EEN. Unterstützung bietet auch der Frühphasen- und Wachstumsfonds. Dieser befähigt kleine Unternehmen mit innovativer und technologischer Ausrichtung, sich am Wachstum der regionalen, nationalen und internationalen Märkte sowie am Innovationsprozess zu beteiligen.

Die Gründungs- und Unternehmensnachfolgestrategie der Landesregierung bildet den Gestaltungsrahmen für die landesseitige Unterstützung bei Existenzgründungen. Durch die Förderung von innovativen Neugründungen wird ein wichtiger Beitrag dazu geleistet, den Anteil von Unternehmen mit einer Befähigung für internationale Märkte im Land Brandenburg zu erhöhen. Umgekehrt profitieren Start-ups von der klassischen Außenwirtschaftsförderung im Rahmen der Marktzugangs- und Messförderung.

Neben der Entwicklung der landesseitigen Potenziale werden innovative Start-ups aus dem Ausland auf Brandenburg als Entwicklungs- und Produktionsstandort aufmerksam gemacht. Dies geschieht durch ein zielgerichtetes Standortmarketing z.B. in Potsdam-Golm, dem größten Hochschul- und Forschungsstandort in Brandenburg.

3.6 Fachkräftegewinnung im Ausland

Qualifizierte Fachkräfte sind eine wesentliche Voraussetzung für die Wachstums-, Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und damit für die Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen. Ebenso sind sie ein für die Ansiedlungsakquisition besonders wichtiger Standortfaktor. Die Sicherung und Entwicklung der Fachkräftebasis bleibt angesichts des demografischen Wandels und des technologischen Fortschritts (Stichwort Digitalisierung) eine zentrale Herausforderung für die brandenburgische Wirtschaft und für das Land insgesamt. Die Landesregierung sieht sich in der Verantwortung, hierfür entsprechende Rahmenbedingungen zu setzen und leistet ihren Beitrag, indem konzertierte Aktionen durch die jeweiligen Ressorts angestoßen und mit den wesentlichen Partnern gestaltet werden. Damit die Fachkräftesicherung und -entwicklung in den kommenden Jahren gelingt, wurde die strategische Ausrichtung der Landespolitik hierzu in der brandenburgischen Fachkräftestrategie unter dem strategischen Leitsatz „Fachkräfte bilden, halten und gewinnen“ formuliert. Hierbei spielen auch internationale Fachkräfte und Zuwanderung eine große Rolle.

Im Prozess der Regionalen Wachstumskerne (RWK) wurde der hohen Bedeutung der Fachkräfte u.a. dadurch Rechnung getragen, dass Fachkräfteentwicklung (neben Innovationsförderung und der Stadt-Umland-Kooperation) für alle RWK als Schwerpunktthema verpflichtend vorgegeben wurde.

Mit dem Fachkräfteportal bei der WFBB steht für die Gewinnung von ausländischen Fachkräften ein webbasiertes Welcome Center mit Informationen zu Arbeit und Leben in Brandenburg in derzeit sechs Sprachen zur Verfügung. Ein wichtiger Baustein zur Integration von ausländischen Fachkräften ist die Anerkennung ihrer Qualifikationen. Hierzu wurde mit dem Berufsqualifikationsfeststellungsgesetz (BQFG) auf Bundesebene und entsprechenden Landesgesetzen ein wichtiger Grundstein gelegt. Zur Anerkennung und Beratung hat das Land mit ESF-Bundesmitteln im Projekt „IQ Netzwerk Brandenburg“ umfassende Angebote entwickelt.

3.7 Regionale und überregionale Kooperation

Ein zentrales Handlungsfeld der Außenwirtschaftsförderung ist die strategische Zusammenarbeit mit den Nachbarregionen Brandenburgs. Beispielgebend sind die langjährigen positiven und engen Erfahrungen mit der Republik **Polen** und dem Land **Berlin**. Die Vertiefung der Zusammenarbeit mit anderen Regionen (z.B. mit dem **Ostseeraum** oder mit anderen Bundesländern) ist eine wichtige Zukunftsoption, um zentrale wirtschaftspolitische Handlungsfelder, wie die Innovations- und Clusterpolitik, den Strukturwandel in der Lausitz oder die Flughafenumfeldentwicklung auch über die Außenwirtschaft erfolgreich mitzugestalten.

Polen ist bereits aus historischen Gründen und aufgrund der langen gemeinsamen Grenze für Brandenburg ein wichtiges Partnerland. Sowohl bezogen auf die Ausfuhren als auch auf das Handelsvolumen insgesamt war Polen 2017 der wichtigste Handelspartner für das Land Brandenburg (siehe 2.1). Die wirtschaftlichen Verflechtungen mit Polen haben in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Hiervon zeugen die Niederlassungen sowohl von brandenburgischen Unternehmen in Polen als auch von polnischen Unternehmen in Brandenburg. Insbesondere im Nordosten Brandenburgs ist bereits ein grenzüberschreitendes wirtschaftliches Zusammenwachsen der Region zu erkennen, von dem auch Unternehmen und Arbeitsmarkt auf brandenburgischer Seite profitieren.

Die Zusammenarbeit mit Berlin und der gemeinsame internationale Auftritt als deutsche **Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg** ist eine der Säulen der brandenburgischen Außenwirtschaft, um im internationalen Wettbewerb der Wirtschaftsregionen erfolgreich agieren und Marktchancen für die heimischen Unternehmen generieren zu können. In der Außenwirtschaft ist die Zusammenarbeit beider Bundesländer etabliert und trägt der Tatsache Rechnung, dass die Region wirtschaftlich längst zu einer gemeinsamen Wirtschaftsmetropole zusammengewachsen ist.

Durch die gemeinsame Innovationsstrategie innoBB plus wurde die Zusammenarbeit mit Berlin auch im Bereich internationaler Kooperation auf eine neue Ebene gestellt. In den fünf gemeinsamen Clustern wird die internationale Kooperation zwischen Clustern und Clusterunternehmen von Berliner und brandenburgischen Beteiligten erfolgreich gemeinsam praktiziert. Auch das EEN Berlin-Brandenburg wird seit der Einrichtung im Jahr 2008 als gemeinsames Konsortium für die Hauptstadtregion geführt (siehe 3.1).

Seit mehr als 15 Jahren werden die Messeauftritte gemeinsam unter der Dachmarke „Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg“ durchgeführt. Ein verbindliches Corporate Design sorgt national und international für einen hohen Wiedererkennungswert der Hauptstadtregion. Auch bei den Unternehmensreisen ist die gegenseitige Beteiligung von KMU und wissenschaftlichen Einrichtungen seit Jahren gängige und erfolgreiche Praxis. Seit 15 Jahren wird die Außenwirtschaftskonferenz von einer großen Anzahl von KMU in Anspruch genommen, um erste Informationen zu Außenwirtschaftsthemen oder Märkten zu erhalten. Die Außenwirtschaftskonferenz Berlin-Brandenburg wird jährlich im Wechsel ausgetragen. Die Wirtschaftsverwaltungen beider Länder sowie die Wirtschaftskammern und -fördereinrichtungen stimmen ihre Außenwirtschaftsaktivitäten in der Arbeitsgemeinschaft Außenwirtschaft kontinuierlich ab.

4. Bewertung und Maßnahmen

Förderung von Innovation und Investition sind das Fundament für eine starke Außenwirtschaft. Aus der Nutzung von Synergien der sich gegenseitig ergänzenden Bereiche der Wirtschaftsförderung werden dabei auch in Zukunft wichtige Impulse für die Internationalisierung der brandenburgischen Wirtschaft, die Stärkung von deren Wettbewerbsfähigkeit und die Schaffung und den Erhalt von hochwertigen Arbeitsplätzen entstehen. Um die daraus entstehenden Potenziale gewinnbringend für eine starke Außenwirtschaft im Land Brandenburg erschließen zu können, lassen sich die in den folgenden Abschnitten dargestellten Handlungsbedarfe und Maßnahmen ableiten. Darüber hinaus leistet die kontinuierliche Pflege von Kontakten im Ausland durch Politik, Wirtschaftsförderung, Cluster, Netzwerke und Kammern einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Außenwirtschaftspolitik des Landes.

4.1 Optimierung der Markterschließungsförderung brandenburgischer KMU im Ausland

Das Land Brandenburg verfügt auch im Vergleich der Bundesländer über ein umfassendes Portfolio an Fördermaßnahmen für die Außenwirtschaft. Die Markterschließungs- sowie die M2-Richtlinie sind seit Jahren etabliert und haben sich als zentrale Förderinstrumente zur Unterstützung von KMU bewährt. Die M2-Richtlinie bzw. ihre Vorgängerrichtlinien wurden nach entsprechender Evaluierung in der Vergangenheit mehrfach den veränderten Anforderungen angepasst. Dieser Anpassungsprozess soll auch in Zukunft weitergeführt werden. Insbesondere sollen Möglichkeiten geprüft werden, Unterstützungsleistungen mit weniger bürokratischem Aufwand seitens der KMU anbieten zu können. Allerdings wird eine Förderung mit öffentlichen Mitteln nie ohne entsprechende Nachweise und Dokumentationen möglich sein. Wo entsprechende Anforderungen durch die EU vorgegeben sind, hat die Landesregierung nur eingeschränkten Spielraum.

Maßnahmen, die bereits vom Bund für alle deutschen KMU angeboten werden, können unter dem Aspekt der wirtschaftlichen Mittelverwendung und zur Vermeidung von Doppelförderungen nicht zusätzlich angeboten werden. Dies gilt insbesondere für Finanzierungsinstrumente wie Exportkreditgarantien und Bürgschaften, welche z.B. in Form von Hermesbürgschaften umfangreich auf Bundesebene angeboten werden. Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf eine in Zukunft voraussichtlich schwächere Ausstattung mit EU-Fördermitteln steht derzeit weniger die Neuentwicklung von Förderinstrumenten im Fokus. Der Spielraum hierfür ist aufgrund der Vorgaben seitens der EU und der WTO ohnehin eingeschränkt (siehe Kapitel 3). Vielmehr gilt es mittelfristig, die Kontinuität in der Außenwirtschaftsförderung für die brandenburgischen KMU mit Landesmitteln zu ermöglichen, wenn EU-Mittel wegfallen. Darüber hinaus sind Anpassungen und Optimierungen des vorhandenen Förderinstrumentariums im Außenwirtschaftsbereich in folgenden Bereichen zielführend:

- Optimierung der angebotenen Beratungsleistungen sowie Herstellung von mehr Transparenz bzgl. des Instrumentariums. Hierbei muss auch regelmäßig geprüft werden, ob sich Beratungs- und Unterstützungsleistungen optimal an den Bedürfnissen der KMU orientieren und durch welche Maßnahmen (z.B. durch die Einführung von Pauschalen bei der Förderung) dies verbessert werden kann.
- Bessere Nutzung von Synergien und Arbeitsteilung bei der Bereitstellung von Maßnahmen zwischen den Institutionen der Außenwirtschaftsförderung auf den verschiedenen Ebenen.

- Stärkere Vernetzung und Nutzung von Synergien mit anderen Fördergebieten (siehe Ausführungen oben zu innoBB plus und zur Ansiedlungsakquisition).

4.2 Fokussierung politisch begleiteter Unternehmerreisen

Die Zielländer für politisch begleitete Unternehmensreisen werden auch zukünftig in der Regel gemeinsam mit der WFBB bzw. den Kammern festgelegt. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass Prioritäten die von Seiten der Unternehmen und der Cluster bestehen, in die Planungen einfließen können. Des Weiteren erfolgt eine Konzentration auf die Destinationen, welche zu den Hauptwachstumsträgern und Potenzialregionen für die brandenburgische Außenwirtschaft und Ansiedlungsakquisition zählen. Dies gilt auch vor dem Hintergrund eines möglichst zielführenden Ressourceneinsatzes sowie in Hinblick auf die Erzielung nachhaltiger Ergebnisse. Über die Markterschließungsrichtlinie geförderte und politisch begleitete Unternehmensreisen werden daher grundsätzlich in Regionen führen, die für eine größere Anzahl von brandenburgischen KMU, insbesondere auch aus den Clustern, von Interesse sind. Hier sind die Märkte in Europa und Nordamerika und darüber hinaus Ostasien und hier vor allem die Volksrepublik China als vorrangige Zielregionen zu nennen.

4.3 Einzelbetriebliche Markterschließungsförderung länderoffen gestalten

Auf eine generelle Definition von Schwerpunktländern wird bei der einzelbetrieblichen Marktzugangsförderung im Gegensatz zu politisch begleiteten Unternehmensreisen und Akquisitionsmaßnahmen weiterhin verzichtet. Außenwirtschaftliche Aktivitäten sind langfristig nur dann erfolgreich, wenn unternehmerisches Interesse als Antriebskraft Grundlage und Motivation bilden. Umgekehrt muss das Unternehmen das Risiko für Fehlentscheidungen alleine tragen. Vor diesem Hintergrund kann nur jedes Unternehmen selbst für sein individuelles Produkt entscheiden, welche Länder als Märkte geeignet sind. Die Förderung soll helfen, strukturelle Nachteile auszugleichen, aber nicht lenken oder drängen.

4.4 Weiterführung der Messeförderung mit Fokus auf die Cluster

Nach mehr als 15 Jahren gemeinsamer Messeauftritte ist die Dachmarke Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg erfolgreich etabliert. Sie sichert national und international einen hohen Wiedererkennungswert, schafft damit erhebliche Synergieeffekte zum Standortmarketing und unterstützt somit auch die Ansiedlungsakquisition. Durch branchenspezifische Gemeinschaftsstände auf internationalen Leitmesse wird darüber hinaus die Internationalisierung der Cluster nachhaltig gefördert. Die Festlegung, dass pro Cluster mindestens zwei Messen in den Messeplan aufgenommen werden, hat sich dabei bewährt und soll weitergeführt werden. Ebenso sind erste Erfahrungen mit der aktuell verstärkten Einbeziehung der Netzwerke in die Messeplanung sehr vielversprechend. Durch die Einladung der Netzwerke in den Messebeirat kann deren Expertise besser genutzt werden und die Messförderung insgesamt profitieren. Die erfolgreiche Messförderung wird auch in der nächsten Förderperiode unabhängig von den dann zur Verfügung stehenden EU-Mitteln im Fokus der Außenwirtschaftsförderung stehen.

4.5 Verbesserung der Transparenz der Außenwirtschaftsförderung

Um mehr KMU an internationale Märkte heranführen zu können, müssen diese zunächst über Chancen und Fördermöglichkeiten informiert werden. Die Behebung von Informationsdefiziten zu Fördermöglich-

keiten und die Sensibilisierung und Motivation noch nicht oder nicht entsprechend ihres Potenzials internationalisierter KMU gehören daher zu den vordringlichen Handlungsbedarfen und Förderzielen. Mit einer konzertierten Informationsoffensive soll daher die Internationalisierung der brandenburgischen KMU stärker unterstützt werden. Hierbei handelt es sich um ein übergeordnetes Ziel, welches die wichtigsten Institutionen der Außenwirtschaftsförderung wie Landesregierung, Industrie- und Handels- sowie Handwerkskammern und die WFBB gemeinsam verfolgen müssen. Das MWE und die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe (SenWEB) auf Berliner Seite wollen vor diesem Hintergrund eine gemeinsame onlinebasierte Datenbank für Außenwirtschaft entwickeln und umsetzen lassen. Die Erstellung der digitalen Datenbank soll

- die KMU der Hauptstadtregion beim Aufbau ihrer Internationalisierungskompetenz unterstützen,
- die Qualität der Informationen, wie z.B. Aktualität, Zielgruppenausrichtung, spezifische Informationen zum Messeverlauf, etc. kundenorientiert verbessern,
- die Abstimmungsprozesse der beteiligten Institutionen (MWE, SenWEB, WFBB, BPWT, Wirtschaftskammern der Länder) optimieren und letztendlich die Evaluierung und Planung von Messe- und Außenwirtschaftsaktivitäten aus der Hauptstadtregion effektiver machen.

4.6 Stärkung der Kooperationsfähigkeit von KMU

Ein zentraler Aspekt der Internationalisierung von KMU ist deren Kooperationsfähigkeit mit anderen Unternehmen. Gemeinsam können KMU z.B. auf Beschaffungsmärkten bessere Konditionen verhandeln oder Ressourcen effizienter nutzen und damit Produktionskosten senken. Ferner fördert die Kooperation durch Ideenaustausch und gegenseitiges Lernen die Innovation und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Darüber hinaus gewinnt die Innovationskraft von KMU gerade auch durch die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Hierbei haben Clusterstrategie und EEN wichtige Unterstützungsfunktionen. Ebenso werden die Instrumente der Außenwirtschaftsförderung wie die M2- oder Markterschließungsrichtlinie auch zukünftig die Unterstützung von Unternehmenskooperationen im Fokus haben. In diesem Rahmen sollen Verbesserungsmöglichkeiten für die Netzwerkförderung geprüft werden. Landesseitiges Ziel ist es hierbei, die Potenziale für die Kooperation heimischer KMU mit nationalen und internationalen Unternehmen und Wissenschaftseinrichtungen nachhaltig zu stärken.

4.7 Weiterführung und Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Kammern und Berlin

Die Zusammenarbeit mit den Wirtschaftskammern, der WFBB und der Förderbank ILB sowie den entsprechenden Institutionen in Berlin wird z.B. bei der Beratung und Information von KMU sowie der Planung von Messen und Unternehmensreisen weiter ausgebaut. Ziel ist es, die Infrastruktur der Außenwirtschaft entsprechend den Bedürfnissen der heimischen Unternehmen weiterzuentwickeln. Den Kammern kommt hierbei eine Schlüsselstellung zu. Sie sind wichtige Partnerinnen des Landes, um das vorliegende Konzept im Sinne der brandenburgischen Unternehmen erfolgreich umzusetzen. Darüber hinaus sind sie wichtige Impulsgeberinnen, um neue Entwicklungstrends in die Außenwirtschaft einfließen zu lassen und so den Unternehmen des Landes eine optimale Unterstützung anbieten zu können.

Die Zusammenarbeit mit Berlin ist in der Außenwirtschaft seit vielen Jahren erfolgreich, etabliert und mit dem gemeinsamen Messeauftritt, dem gemeinsamen Außenwirtschaftsbeirat (AG Außenwirtschaft Ber-

lin-Brandenburg) und der gemeinsamen Außenwirtschaftskonferenz auch institutionalisiert. Ein erstes gemeinsames „Außenwirtschaftskonzept für die Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg“ ist vor diesem Hintergrund eine ernsthafte Handlungsoption für die Zukunft, die mit Berlin thematisiert werden soll.

4.8 Weiterer Ausbau der Zusammenarbeit mit Polen

In den kommenden Jahren sollen die bereits etablierten Netzwerkaktivitäten zwischen Polen und Brandenburg weiter ausgebaut werden. Diese reichen von einzelnen Kooperationsbeziehungen zwischen Unternehmen über gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsbemühungen bis hin zu Cluster-to-Cluster-Aktivitäten. Landesseitig werden diese Aktivitäten über die Instrumente der Messe- und Markterschließungspolitik aktiv befördert. Auch die beiden Interreg A Programme Mecklenburg-Vorpommern/Brandenburg – Polen und Brandenburg – Polen sollen zu wirtschaftsorientierten Netzwerkprojekten mit den benachbarten Wojewodschaften Lubuskie und Zachodniopomorskie genutzt werden. Ziel ist es dabei, die einzelbetriebliche Unterstützung mit den Netzwerkaktivitäten intelligent zu verzahnen und die Beteiligten untereinander besser zu verbinden. Hierbei unterstützen politisch begleitete Reisen die Netzwerkaktivitäten und wirtschaftlichen Kooperationen zwischen Polen und Brandenburg nachhaltig. Die Zielsetzung der Oder-Partnerschaft, die Strukturfonds für bilaterale transnationale Projekte zu öffnen, ist ein wichtiger Schritt, um die außenwirtschaftlichen Voraussetzungen zu verbessern und die Oder-Neiße-Region zu einem funktionalen Raum zu entwickeln. Die besondere Rolle Polens wird sich auch in Zukunft in regelmäßigen Reisen der Hausleitung widerspiegeln.

4.9 Systematische und fokussierte Weiterführung der Ansiedlungs- und Mutterhausstrategie

Das mit der Ansiedlungsakquisition im Ausland erreichte gute Niveau (siehe 2.2) soll auch in Zukunft gehalten und weiter ausgebaut werden. Hierzu ist es zum einen erforderlich, die Ressourcen konsequent auf die Cluster und die von der WFBB clusterspezifisch festgelegten Quellländer zu fokussieren. Hierbei werden auch in Zukunft wo immer möglich Bundesmittel für die Investitionswerbung im Ausland genutzt. Zum anderen muss die internationale Bekanntheit des Wirtschaftsstandortes Brandenburg weiter verbessert werden. Um dies zu erreichen und die internationale Sichtbarkeit Brandenburgs zu erhöhen, gilt es das Handeln der einzelnen Institutionen im Bereich der Standortwerbung stärker zu vernetzen und aufeinander abzustimmen. Dabei sollen die Möglichkeiten des EFRE-OP 2014-2020 verstärkt genutzt werden. Das systematische clusterbezogene Auftreten als gemeinsame Wirtschaftsregion mit dem international mehr im Fokus stehenden Berlin spielt hierbei eine wichtige Rolle. Hiervon profitieren nicht nur die Ansiedlungsakquisition sondern auch die KMU, die sich vor dem Hintergrund der dynamischen, innovativen und im Zentrum Europas liegenden Hauptstadtregion präsentieren können.

Aufgrund der bisher erzielten positiven Resonanz wird die Mutterhausstrategie konsequent weitergeführt und ausgebaut. Die gezielte Kontaktaufnahme mit der Entscheidungsebene in den Mutterhäusern – idealerweise im Rahmen von politisch begleiteten Reisen - festigt das Vertrauen der ausländischen Unternehmen in den Wirtschaftsstandort Brandenburg. So können auch Betriebserweiterungen initiiert werden. Die Mutterhausstrategie ist somit nicht zuletzt ein wichtiger Ansatz für die Akquisition neuer ausländischer Investitionen. Durch das gezielte Einbeziehen von Wissenschaftseinrichtungen in diese Strategie wird das Land darüber hinaus als innovative Wirtschafts- und Wissensregion positioniert.

4.10 Unterstützung der Internationalisierung von Start-ups

Es wird geprüft, inwieweit bestehende Instrumente der Außenwirtschafts- und Gründungsförderung im Hinblick auf die Internationalisierung von jungen Unternehmen und Gründungen optimiert werden können. Auf diese Weise sollen die besonderen Belange der Start-ups Berücksichtigung finden. Mit ihren innovativen Produkten und Dienstleistungen leisten Start-ups einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität des Standortes Brandenburg für ausländische Investitionen und Fachkräfte. Für ihr erfolgreiches Wachstum ist neben der Markterschließung im Ausland insbesondere auch die Gewinnung von ausländischem Kapital von Bedeutung. Für Start-ups sind internationale Aktivitäten aber häufig eine noch größere Herausforderung als für bereits etablierte KMU.

4.11 Digitalisierungschancen nutzen: Außenwirtschafts- und Digitalisierungskompetenzen stärken

Die Prozesse der Digitalisierung und Internationalisierung werden sich in Zukunft gegenseitig weiter verstärken. Durch die immer schneller werdenden Innovationszyklen im Bereich der digitalen Wirtschaft wird die Digitalisierungskompetenz von KMU immer wichtiger für deren zukünftige Wettbewerbsfähigkeit. Ebenso entstehen durch neue digitale Werkzeuge für KMU Chancen, Nachteile gegenüber Großunternehmen in der personellen und finanziellen Ausstattung auch mit Bezug auf die Außenwirtschaft ein Stück weit auszugleichen. Mit der zunehmenden internationalen Verknüpfung von Wirtschaftsprozessen steigen gleichzeitig die Anforderungen an die Internationalisierungs- und Sprachkompetenzen in den Unternehmen. Die Aus- und Weiterbildung von Fachkräften zur Stärkung der Digitalisierungs- und Internationalisierungskompetenzen sind somit entscheidende Voraussetzungen für den zukünftigen Erfolg der brandenburgischen Außenwirtschaft. Zum einen muss hier in regelmäßigen Abständen geprüft werden, ob die zur Verfügung stehenden Förderprogramme optimal auf die sich verändernden Bedingungen zugeschnitten sind. Zum anderen muss das Bewusstsein in den Unternehmen für die Bedeutung der entsprechenden Aus- und Weiterbildung geschärft werden.

4.12 Attraktivität für ausländische Fachkräfte erhöhen

Zuwanderung und Integration werden künftig wichtige Aspekte der Fachkräftesicherung der brandenburgischen Wirtschaft sein. Wer international wettbewerbsfähig bleiben möchte, muss zwingend über entsprechend ausgebildete Fachkräfte mit guten Sprachkenntnissen verfügen und diesen attraktive Bedingungen bieten können. Darüber hinaus können ausländische Fach- und Führungskräfte wichtige Internationalisierungskompetenzen in heimische Unternehmen bringen. Brandenburg und Deutschland insgesamt müssen für hochqualifizierte Zuwanderinnen und Zuwanderer noch interessanter werden, da der Fachkräftebedarf nicht allein national gedeckt werden kann. Brandenburg verfügt mit der Nähe zu Berlin und seiner starken Anziehungskraft sowie hervorragenden Lebensbedingungen über eine gute Ausgangsposition im internationalen Fachkräftewettbewerb. Ebenso wurde mit dem Bündnis für Gute Arbeit, welches auf attraktive und sichere Arbeitsbedingungen setzt, ein wichtiger Standortfaktor geschaffen. Aus außenwirtschaftlicher Sicht ist darüber hinaus ein modernes Einwanderungsrecht zwingend erforderlich. Rechtliche Rahmenbedingungen allein schaffen jedoch noch keine Zuwanderung. Erst eine Willkommenskultur mit beruflichen und familiären Perspektiven motiviert Fachkräfte, sich für eine Zukunft in Brandenburg zu entscheiden. Auch die Unternehmen tragen hier eine Eigenverantwor-

tung, indem sie Zuwanderinnen und Zuwanderern attraktive Arbeits- und Entlohnungsbedingungen und nachhaltige berufliche Perspektiven bieten.

4.13 Unterstützung offener Märkte und des freien Handels

Zölle und nichttarifäre Handelshemmnisse benachteiligen KMU im Verhältnis stärker als große Unternehmen. Gerade für Brandenburg, mit seiner deutlichen KMU-Dominanz, ist daher der Abbau von Hürden wie z.B. abweichenden Regularien besonders wichtig, um die Internationalisierung des Mittelstandes und damit dessen Wettbewerbsfähigkeit und die Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen voranzutreiben. Neue Barrieren und Protektionismus schaden der Internationalisierung von KMU. Aus Sicht der Außenwirtschaft sollten z.B. mit Großbritannien Lösungen angestrebt werden, die trotz Brexit reibungslose Wirtschaftsbeziehungen mit der EU ermöglichen. Besonders wichtig sind auch die Bestrebungen der EU, den Binnenmarkt weiter zu vertiefen und bzgl. des freien Warenverkehrs innerhalb der EU noch bestehende Hemmnisse weiter abzubauen. Diese Handelshemmnisse mindern den innergemeinschaftlichen Handel nach einer Studie im Auftrag des Europäischen Parlaments jährlich um mehr als 100 Mrd. Euro. Aus Sicht der Außenwirtschaft sollen auch weiterhin die Bemühungen der EU für ein regelbasiertes und offenes Welthandelssystem und gegen die Abschottung von Märkten unterstützt werden. Ebenso soll eine wertebasierte und stärker an Nachhaltigkeit orientierte Handelspolitik mit fairen Wettbewerbsbedingungen im Rahmen der neuen EU-Handelsstrategie unterstützt werden. Der multilaterale Prozess im Rahmen der WTO darf vor diesem Hintergrund nicht aus den Augen verloren werden. Der Schutz europäischer Standards in Bereichen wie Umwelt, Soziales, Gesundheit, Verbraucherschutz oder Arbeit sowie das Recht auf Regulierung können und müssen bei Freihandels- und Investitionsschutzabkommen gewährleistet werden und sind in den jeweiligen Verhandlungsmandaten der EU-Kommission festzuschreiben bzw. bereits festgeschrieben.