

Der US-Markt ist und bleibt gigantisch für Made-in-Germany-Produkte

Management-Seminare in Stuttgart: 1. und 2. April



Die Skyline von New York mit der Freiheitsstatue im Vordergrund. Foto: dpa

Für Unternehmen, die über einen Markteintritt in den USA nachdenken oder schon eine US-Tochter gegründet haben, bietet die German American Trade Association (GATA) in Stuttgart zwei Varianten von Management-Seminaren mit allen relevanten Themen – komprimiert an einem Tag.

Trotz unterschiedlichster Einflüsse – gerade auch der Politik auf das Geschäftsleben in Nordamerika – bleiben die Vereinigten Staaten für viele Unternehmen, besonders auch Mittelständler, ein äußerst attraktiver Markt. Welche Chancen bieten sich und welche Herausforderungen gilt es zu meistern? Ein Markteintritt ist viel unkomplizierter und mit geringerem finanziellen Aufwand umsetzbar als zunächst vermutet, erklärt Mittelstandsberater und deutsch-amerikanischer Jurist Henry Roske, der für die GATA seit 2003 einer der Hauptreferenten ist.

Antworten liefern U.S. Entry Meetings

Detaillierte Antworten darauf liefern die U.S. Entry Meetings der GATA, die seit mittlerweile fast 20 Jahren sowohl junge als auch etablierte Unternehmen beim Eintritt in den US-Markt unterstützt. Als kompetenter Partner konnte die GATA bereits zahlreichen Unternehmen für einen problemlosen Eintritt in den US-Markt helfen. reich zur Seite stehen.



Henry Roske.

Die U.S. Entry Meetings informieren komprimiert an einem Tag über alle relevanten Aspekte zum Thema Markteintritt in den USA und wie man diesen möglichst risikolos vollzieht – von Firmengründung, Rechtsform, Produkthaftung, Visa, Versicherung bis zum Employment. Oft ist der Schritt in die USA weitaus unkomplizierter als gedacht. Die U.S. Entry Meetings richten sich an Firmen, die einen Markteintritt in den USA in Betracht ziehen oder bereits dorthin liefern, jedoch noch keine Tochtergesellschaft etabliert haben. Henry Roske warnt hier vor: Vor dieser Alternative sei aus Haftungsgründen und wegen der steuerrechtlichen „Branch Office Thematik“ dringend abzuraten, weshalb die U.S. Entry Meetings als Teil der USA-Seminare dem Thema Firmengründung weiten Raum geben. Die Executive Management Meetings (EMM) richten sich an diejeni-

gen Unternehmen, die bereits eine amerikanische Tochtergesellschaft etabliert haben. Es wird informiert, wie die US-Tochter korrekt zu führen ist – Stichwort: Corporate Governance. Außerdem dienen die EMMs dem Schutz der Organe der US-Tochter vor persönlicher Haftung, indem sich diese in denjenigen operativen Bereichen adäquat schulen, in denen sie Management-Verantwortung tragen. Das Risiko einer persönlichen Inanspruchnahme des Managements werde dadurch erheblich reduziert. Außerdem entfalle das häufig vorgebrachte Argument, die deutschen Manager hätten vom USA-Geschäft keine Kenntnisse, daher sei die US-Tochter eigentlich nur eine Scheinfirma, und in Wahrheit solle die deutsche Muttergesellschaft einsteigen – Stichwort: Haftungsdurchgriff/Veil Piercing. Die EMMs sind so strukturiert, dass alle haftungsrelevanten Bereiche abgedeckt werden. Es bleibt also kaum ein Thema übrig, über das sich die Manager zusätzliche Gedanken machen müssten. Unter anderem werden die Themen Produkthaftung, Transfer Pricing, Corporate Governance, Insurance, Employment und Contractual Risk Management abgedeckt.

US-Markt auch für Mittelständler äußerst attraktiv – trotz Trump?

Die GATA wurde im Jahre 2003 auf Initiative verschiedener Wirtschafts- und Industrieverbände als Not-for-Profit-Organisation gegründet. Sie verfolgt das Ziel, deutschsprachige Unternehmen bei ihrem Einstieg in den amerikanischen Markt zu unterstützen und solche mit bestehendem USA-Geschäft durch effektives Corporate Risk Management vor Haftung zu schützen.

Die Beziehungen zu den USA haben sich mit der Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten allerdings verändert. Zunächst habe sich das Interesse des deutschen Mittelstands aufgrund der „etwas eigenen Art und Optik“ sowie der Unberechenbarkeit Trumps zurückgehalten, wie die Koordinatorin der GATA in Deutschland, Luisa Blumfeld, erklärt: „Anfangs sind deshalb weniger Firmen in die USA gegangen.“ Doch mittlerweile würden die immensen wirtschaftlichen Möglichkeiten des riesigen amerikanischen Absatzmarktes wieder deutlich in Betracht gezogen, insbesondere aufgrund der geän-



dernten wirtschaftlichen Lage in anderen Ländern. Denn, so betont die Expertin: „Deutsche Produkte sind nach wie vor begehrt und vielfach einzigartig in Ausführung und Qualität.“

Auch viele baden-württembergische Firmen gehören dazu und gelten laut Roske als „Hidden Champions“, da ihre Produkte oft so speziell sind, dass man sie fast als preisneutral ansehen könne. Es bilde sich zudem eine zweite Gruppe von Firmen, die an den USA Interesse haben, und das seien jüngere Unternehmen im Bereich IT, Internet und E-Commerce. Roske stellt klar: „Für diese gebe es keine Alternative zum US-Markt, weil Amerika in diesen Branchen führend und Startkapital leichter zu finden ist.“ Er geht sogar noch weiter und sagt, dass es nahezu ein „Management-Fehler“ sei, sich auf dem größten Markt der Welt nicht zu engagieren.

Handelseinschränkungen, Haftungsfragen und Hausaufgaben

Muss man sich beim Thema Zölle und anderen Handelseinschränkungen in der Ära Trump Sorgen machen? Roske weiß, dass viele Importfragen momentan zu unnötiger Verunsicherung beitragen: Welche Genehmigungen brauche ich für den US-Import? Was geschieht, wenn der Zoll Waren festhält? Doch zentrale Themen rund um den grenzüberschreitenden Handel, von der günstigsten Zoll-

berechnung bis zu Compliance-Vorschriften, können seiner Ansicht nach mit geringem Aufwand abgearbeitet werden. Auch die Angst vieler Unternehmer in Sachen Haftung sei unbegründet: Es geht dabei um die sogenannte Durchgriffhaftung auf die Muttergesellschaft in Europa und Punitive Damages – bestes Beispiel dafür sei die Klage einer alten Dame, die sich an zu heißem Kaffee verbrüht hatte. „Doch dieses Risiko lässt sich um 95 Prozent reduzieren, wenn man seine überschaubaren Hausaufgaben macht“, sagt Roske. Punitive Damages hätten Strafcharakter und seien in Deutschland nicht durchsetzbar. Wenn die US-Tochter korrekt geführt werde, finde auch kein Durchgriff auf die Zentrale in Europa statt.

Und was ist mit der Produkthaftung? Der Begriff betreffe den Fall, dass sich die deutsche Muttergesellschaft in den USA einer Klage stellen muss, weil sie „Hersteller“ ist. Roske weiß, dass das ein wenig erfreuliches Szenario sei, denn dort urteile dann eine Jury aus dem Dorf oder der Stadt des Verletzten, die mit anderer Leute Geld gern großzügig umgehe. Doch: „Um dem vorzubeugen, muss man den richtigen Aufbau wählen, korrekte Terminologie und Warnschilder.“

Am Ende müsse die Neufassung ins Spanische übersetzt werden, und wenn man in die Region Quebec exportiert, auch ins Französische. Der Jurist verbringe rund 30 Prozent seiner Zeit mit diesen Anpassungen und weiß, „99 Prozent aller deutschen Bedienungsanleitungen sind zu technisch und falsch strukturiert“. Das Visum ist die größte Hürde. Die meisten Unternehmen entsenden gern jemanden, der Stallgeruch hat und die Produkte kennt. Da werde die Visa-Thematik praxisrelevant. Im Prinzip gelte: Alles, was mit Firmen zu tun hat, ist in den USA schnell und preiswert. Es gibt kein Handelsregister, keinen Notar und kein Mindestkapital. Ein Firmenaufbau sei in zehn Tagen erledigt und koste mit allem deutlich unter 5000 Dollar. Visa zu bekommen ist dagegen überaus schwierig geworden. Die Ablehnungsquote wurde erhöht, und die Anforderungen an die inhaltliche Qualität der Antragsunterlagen sind enorm. Man kann den Unternehmen nur raten, an vielem zu sparen, nur nicht bei den Visa.

Auf die Frage, ob man überhaupt eine Firma

» INFO

Veranstaltungen am 1. und 2. April im Waldhotel Degerloch

Bei beiden ganztägigen **Management-Meetings** geben Referenten mit jahrelanger Erfahrung im **europäisch-amerikanischen Geschäft** und Wirtschaftshintergrund ihr Wissen an interessierte Firmen weiter, räumen aber auch individuellen Fragen bewusst Raum und Zeit ein. Für die wichtigen Fragen der Haftung referieren zudem deutschsprachige Fachanwälte aus New York.

Das Programm ist nachzulesen auf www.american-trade.org/agenda, die Teilnahmegebühr beträgt 1150 Euro. Anmeldung online unter: www.american-trade.org/anmeldung. Die Veranstaltungen sind auf Gruppen von 20 bis 40 Personen begrenzt und werden auf Deutsch gehalten.

gründen sollte, wenn man Produkte auch ohne US-Tochter exportieren könne, hat Roske eine klare Antwort: „Selbstverständlich, das geht. Aber die Nachteile der Kosten einer Firmengründung sind im Vergleich zu ihren Vorteilen zu vernachlässigen.“ Einen unmittelbaren Handlungszwang für deutsche Unternehmen sieht Henry Roske nicht: „Die USA waren, sind und bleiben auf absehbare Zeit ein gigantischer Markt für Produkte made in Germany – mit oder ohne Trump. Die Abschwächung der Konjunktur in China unterstreiche das. Überhaupt hätten die politischen Ereignisse weniger Auswirkungen auf das Engagement deutscher Firmen in Amerika, als viele denken. Der Absatzmarkt, der starke Dollar, die niedrigen Unternehmenssteuern – alles sei noch da. Und das deutsch-amerikanische Steuer- und Sozialabkommen ebenfalls.“