



von Gabriele Bastian

Immer Mehrwert durch Innovation?

Innovation ist das Schlagwort der letzten Jahre. Noch nie tauchte das Wort in allen Medien aber auch in geschäftlichen und privaten Gesprächen häufiger auf. Alle wollen innovativ sein und bloß nicht als altmodisch gelten. Schließlich schläft die Konkurrenz bekanntlich nicht. Auch und gerade im Fruchtgeschäft wächst der Druck, sich durch gänzlich neue oder weiterentwickelte Obst- und Gemüsesorten und -arten aus der Masse der Anbieter hervorzuheben. Von dieser dynamischen Entwicklung zeugt bis heute eine gut sortierte Obst- und Gemüseabteilung im LEH mit über 400 verschiedenen Produkten. Der Verbraucher hat die Gunst, aber auch die Qual der Wahl. Der Konkurrenzkampf ist natürlich nicht allein Sache der Anbieter. Am Ursprung, also in der Forschung, übertreffen sich Wissenschaftler mit neuen Projekten, mit denen die Hoffnung auf Mehrwert durch Innovation verbunden ist. Im Fall der Kreuzung von Aprikosen und Pflaumen, den Plumcots oder Pluots trifft dies zu, denn die Nachfrage in Europa und den USA steigt rasant. Andere Produkte wie die Ananas-Erdbeere gelten auch einige Jahre nach Markteintritt immer noch eher als besondere Spezialitäten. Bereits seit 30 Jahren arbeiten Pomologen weltweit an Kreuzungen zwischen Äpfeln und Birnen. Anders als bei der japanischen Nashi, die zwar wie ein Apfel aussieht, aber doch eine Birne ist, soll der neue Mix, an dem Forscher der Uni Osnabrück seit langem arbeiten, eine echte Kreuzung zwischen den beiden Kernobstarten sein. Noch sind die Ergebnisse längst nicht befriedigend, doch sei man, so erklärten die Verantwortlichen gegenüber Medien, bereits auf gutem Weg. Es ist also ein vollkommen neues Obst, was da entsteht. Innovative Produkte benötigen aber auch ein innovatives Marketing entlang der gesamten Wertschöpfungskette und ganz besonders dort, wo sie letztendlich gekauft werden. Und da bin ich wieder beim Thema: Was nützt die beste Forschung, das beste Lizenzsystem und ein gutes Marketing bis hin zum LEH, wenn am Point of Sale der Verbraucher mit der neuen Frucht allein gelassen wird? Zwar verkaufen sich Plumcots inzwischen auch allein schon wegen ihrer hohen Qualität und ihres besonderen Geschmacks. Doch das ist eher die Ausnahme. Der Verbraucher muss sowohl auf die Neuheiten aufmerksam gemacht, als auch über den wirklichen Mehrwert informiert werden. Verantwortliche in der Obst- und Gemüseabteilung, sofern es sie überhaupt gibt, müssen auch einmal aktiv verkaufen – und dies über eine längere Zeit. Ich kann es einfach nur wiederholen: Es geht nicht ohne nachhaltige und Zielgruppen gesteuerte Promotion im LEH. Innovationen schaffen sonst eher selten auch Mehrwert für alle.

UNTERNEHMENSBERATUNG/ASIATISCHE MÄRKTE

Singapur bietet ein investorenfreundliches Klima

Das Fruchthandel Magazin berichtet von dieser Ausgabe an in loser Reihenfolge über die Wachstumsmärkte Asiens. Vor allem rechtliche Rahmenbedingungen, Handelsbestimmungen und Markteintrittschancen stehen im Vordergrund. Dabei arbeiten wir exklusiv mit dem globalen Netzwerk deutschsprachiger Wirtschaftskanzleien CBBL zusammen, das langjährige juristische Expertise und praxisnahe Beratung in und für diese Märkte anbietet.



Singapur gehört für internationale Investoren zu den attraktivsten Märkten weltweit.

Foto: © f11photo - Fotolia.com

Wir beginnen unsere Reihe mit Singapur und sprachen mit Dr. Andreas Respondek, Gründer und Managing Director von Respondek & Fan Pte Ltd darüber, worauf Unternehmen bei der Geschäftsanbahnung und beim Handel achten sollten. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen sehen sich in Asien häufig mit juristischen und steuerlichen Sachverhalten konfrontiert, die sehr stark von unseren wirtschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen abweichen können.

Fruchthandel Magazin: Dr. Respondek, könnten Sie zunächst kurz zusammenfassen, was das Anliegen und die Kernaufgaben der Organisation CBBL ist?

Dr. Andreas Respondek: „CBBL“ steht für „Cross Border Business Lawyers“ (www.cbbl-lawyers.de) und ist das erste und einzige weltweite Netzwerk deutschsprachiger Wirtschaftskanzleien im Ausland, deren Ziel die juristische und steuerliche Unterstützung mittelständischer Unternehmen im Ausland bzw. auf ihrem Weg ins Ausland ist. Die CBBL ist derzeit in 51 Ländern auf

allen fünf Kontinenten mit langjährig etablierten „German desks“ vertreten. Die Korrespondenz in deutscher Sprache ist für CBBL Kanzleien selbstverständlich. Die Jahrestagungen der CBBL, die alljährlich Anfang Juni alternierend immer in einer deutschen Großstadt stattfinden, behandeln auf deutschsprachige, mittelständische Unternehmen zugeschnittene Sachthemen und werden dementsprechend auch von Mittelständlern rege besucht. Dort besteht auch die Möglichkeit mit den Kollegen aus aller Welt persönlich zu sprechen.

FH-Magazin: Am wachsenden asiatischen Markt wollen auch immer mehr mittelständische und kleinere Unternehmen partizipieren. Was sind die wichtigsten rechtlichen Hürden, worauf müssen Unternehmen achten? Können Sie einige Punkte zusammenfassen?

Dr. A. Respondek: Singapur hat eine investorenfreundliche Regierung und gehört zu den liberalsten Märkten in Asien, wo es für ausländische Investoren fast keinerlei

rechtliche Hindernisse im Investitionsbereich gibt. Das investorenfreundliche Klima in Singapur wird dadurch unterstrichen, dass es bei Neugründung von Unternehmen sowie bei Beteiligungen an bestehenden Unternehmen praktisch keinerlei Beschränkungen hinsichtlich des prozentualen Anteils einer ausländischen Beteiligung gibt. Eine Mindestbeteiligung einheimischer Aktionäre, wie sie in einigen asiatischen Nachbarländern unverändert gesetzlich vorgeschrieben ist (z.B. in Malaysia und Thailand), ist in Singapur erfreulicherweise unbekannt. Daher bestehen auch keine rechtlichen Verpflichtungen, bei Neugründungen von Firmen lokale Partner mit in die Gesellschaft aufzunehmen. Ausländische Investoren können im Wesentlichen in sämtlichen Wirtschaftsbereichen (gewisse Beschränkungen bestehen allerdings im Finanzbereich) frei und ohne „Lokalquoten“ investieren. Allgemein gilt eine Gleichbehandlung in- und ausländischer Investoren.

FH-Magazin: Was bietet Singapur bzgl. Handelserleichterungen, z.B. durch Importlockerungen oder freien Handel?

Dr. A. Respondek: Singapur unterstützt aktiv den Freihandel. Nach dem „Doing Business 2014 Report“ der World Bank steht Singapur auf Platz 1 und ist damit „the world's easiest place to do business“ (Deutschland: Platz 21). Nach dem „Global Competitiveness Report“ des „World Economic Forum“ für 2014/2015 nimmt Singapur nach der Schweiz den 2. Platz ein (Deutschland: Platz 5). Laut diesem Report bietet Singapur ebenfalls nach der Schweiz weltweit die zweitbeste Infrastruktur. Ein umfassendes Netz von Freihandelsabkommen, Doppelbesteuerungsabkommen sowie diversen Investitionsgarantieabkommen spricht für sich. Aufgrund der überaus guten regionalen Verkehrsverbindungen eignet sich Singapur insbesondere auch als Sprungbrett für die Entwicklung anderer asiatischer Märkte sowie als Basis für regionales Business Development.

FH-Magazin: Gibt es durch ihr Netzwerk eine rechtliche oder betriebswirtschaftliche Checkliste, die Firmen vor der Aufnahme geschäftlicher Aktivitäten abarbeiten können?

Dr. A. Respondek: Die wirtschaftlichen Zielsetzungen der von uns beratenen Unternehmen sind äußerst verschieden. Daher erklärt sich auch, dass es eine allgemein

verbindliche Checkliste nicht gibt. Die sich ergebenden Fragestellungen richten sich je nach dem speziellen Investitionsprojekt und wir haben für jedes Projekt (Gesellschaftsgründung, Firmenkauf, Lizenzvertrag etc.) spezielle und detaillierte Checklisten, die wir dann jeweils mit unseren Mandanten im Einzelnen besprechen. So kann sichergestellt werden, dass in jedem Projekt sämtliche Aspekte umfassend berücksichtigt werden.

FH-Magazin: Sind auch Bonitätsprüfungen durch Partner-Kanzleien vor Ort in Asien z.B. möglich?

Dr. A. Respondek: Bonitätsprüfungen sind ein Bestandteil unseres täglichen Beratungsgeschäfts und es erstaunt immer wieder, wie viele Unternehmen in Geschäftsbeziehungen mit lokalen Firmen eintreten, ohne jegliche Bonitätsprüfung oder einen Background Check durchzuführen. Die erste Informationsquelle in Singapur ist immer das örtliche Handelsregister („ACRA“), das bereits eine Fülle von wertvollen Informationen enthält. Darüber hinaus ist das Internet eine wertvolle Informationsquelle. Weiterhin gibt es auch eine Anzahl professioneller „credit rating agencies“ in Singapur, die gegen Gebühr entsprechend detaillierte Berichte zur Bonität einer Firma erstellen. Ergänzend hat es sich auch oft als hilfreich erwiesen, die öffentlich zugängliche Liste

anhängiger Gerichtsverfahren einzusehen, um festzustellen, ob und ggf. in welchem Umfang ein potentieller Geschäftspartner Partei in einem Gerichtsverfahren ist.

FH-Magazin: In Deutschland haben wir ein Handelsrecht und andere den Wirtschaftsverkehr regelnde Gesetze (z.B. Haftungsrecht). Wie sieht das in Singapur aus? Gibt es eine Basisgesetzgebung, auf der dann individuelle Verträge zwischen den Handelspartnern abgeschlossen werden können?

Dr. A. Respondek: Als ehemalige britische Kolonie ist Singapur ganz wesentlich vom englischen „Common Law“ geprägt. Weite Teile des heutigen Rechts in Singapur sind mit dem englischen Recht im Wesentlichen identisch. Das englische Recht ist historisch geprägt vom sog. „Fallrecht“ („Case Law“), während das deutsche Recht in erster Linie

auf Kodifizierungen (BGB, HGB etc.) beruht. In der praktischen Rechtsanwendung gibt es u.a. bei Verträgen ganz maßgebliche Unterschiede: vereinfacht gesprochen können in einem deutschen Vertrag nur die Grundzüge eines Geschäfts geregelt werden, weil es in allen Bereichen Kodifizierungen gibt, die ergänzend eingreifen. In Singapur ist das nicht der Fall, so dass die vertraglichen Regelungen inhaltlich weiter gefasst werden müssen. Hinzukommt, dass Richter im „Common Law“ Rechtskreis grundsätzlich keinerlei Umstände in die Vertragsauslegung einbeziehen, die sich außerhalb des Vertrages befinden. Daraus folgt, dass Verträge in Singapur immer deutlich umfassender und voluminöser abgefasst werden müssen, als deutsche Verträge.

FH-Magazin: Was passiert im Falle von plötzlichen Liquiditätsproblemen des ausländischen Handelspartners? Gilt immer nur das Recht in dessen Land? Welche Möglichkeiten haben Anwälte zur Durchsetzung von Ansprüchen?

Dr. A. Respondek: Bei Liquiditätsproblemen des ausländischen Handelspartners gibt es nichts dem deutschen Mahnverfahren Vergleichbares. Gleichwohl empfiehlt sich insbesondere aus Kostengründen zunächst die Abfassung eines förmlichen Mahnschreibens mit Fristsetzung zur Zahlung, was in vielen Fällen bereits zum Erfolg führt. Fruchtet das Mahnschreiben nicht, ist die Klageerhebung der nächste Schritt. Singapurs Gerichte arbeiten schnell, zuverlässig und sind korruptionsfrei. Singapur erkennt grundsätzlich bei Verträgen die Freiheit der Rechtswahl an, d.h. es kann in der Regel auf alle Verträge auch deutsches Recht zur Anwendung kommen. Ausnahme sind lediglich solche Verträge, wo zwingend singapurisches Recht zur Anwendung kommen muss, wie z.B. bei Grundstückskaufverträgen.

FH-Magazin: Haben Sie Tipps für weiterführende Informationen?

Dr. A. Respondek: Unser Singapur Investitionsleitfaden enthält eine umfassende Darstellung der aktuellen Investitionsrahmenbedingungen und kann kostenlos angefordert werden.

g.b.



Dr. Andreas Respondek

In Singapur gilt
allgemein eine
Gleichbehandlung
in- und ausländischer
Investoren