



# SIND DIE DEUTSCHEN VERBÄNDE SO PRÄSENT UND SO EFFIZIENT IN BRÜSSEL, WIE ES DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFTS- KRAFT ENTSPRICHT?

Interview mit Jan Eggert, Hauptgeschäftsführer der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE)

„Der interessierte Mensch auf der Straße möchte mehr Transparenz und mehr Mitsprache haben“, meint Jan Eggert im Gespräch mit Henning von Vieregge. Darauf müssten sich Politik und Verbände einstellen, fordert er und redet mit Greenpeace und Oxfam über Mindeststandards bei der Produktion von Waren für Deutschland. Eggert setzt Maßstäbe für den Leistungsanspruch an Verbandsmanager.

**Verbändereport:** Die AVE als die „ausgelagerte Außenwirtschaftsagentur“ für den Einzelhandel hat Firmen- und Verbandsmitglieder. Wie sieht dieser Mix aus, wie funktioniert er?

**Jan Eggert:** Es gibt sowohl Verbandsmitglieder als auch Firmenmitglieder, beides nebeneinander. Wir haben sogar Firmenmitglieder, die auch über ihre Verbände Mitglied sind. Der aktivere Part sind die Firmenmitglieder. Dieses sind vor allem große Einzelhandelsunternehmen, die selbst internationales Geschäft haben. Bei den Verbänden sind es die Spitzenverbände des deutschen Einzelhandels, die bei uns Mitglied sind.

**VR:** Und der Verband ist in seinem 62. Jahr.

So ist es. Der Verband ist seinerzeit von großen deutschen Einzelhandelsunternehmen gegründet worden, weil ihre Mitgliedsverbände sich mit außenwirtschaftlichen Themen nicht beschäftigen wollten.

**VR:** Eine Ihrer zentralen Botschaften lautet: „Import von Handelsgütern stärkt den Wohlstand und hilft bei Export.“

Was viele Jahre das Credo der deutschen Außenwirtschaftspolitik war, ist ein bisschen in Vergessenheit geraten: „Wer exportieren will, muss auch importieren“. Mittlerweile ist diese Aussage angesichts der internationalen Verflechtungen der Wirtschaft etwas zu relativieren. Dennoch ist Import ein ganz wichtiger Bestandteil unserer Volkswirtschaft. Beim Einzelhandel bestehen die Importe im Wesentlichen aus Konsumgütern. Auch

hier hat sich die Produktion immer mehr in andere Länder verlagert, die meistens zu günstigeren Konditionen produzieren können. Heute sind es vor allem die asiatischen Länder, allen voran China. Unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg spielte Osteuropa – also der RGW – als Lieferregion eine wichtige Rolle. Später gewann Südamerika an Bedeutung. Heute ist die bei Weitem wichtigste Lieferregion jedoch Asien.

**VR:** Ein Beispiel aus Ihrer Arbeit: Antidumpingzölle bei Schuhen aus China, Vietnam und Macao. Sie rechnen Ihrer Lobbyarbeit zugute, dass diese Antidumpingzölle nach Länge und Umfang nach und nach verringert wurden und nun ausgelaufen sind. Ich könnte mir vorstellen, dass es in Deutschland Verbände gab, etwa der deutschen Schuhindustrie, die gar nicht unfroh waren über diese Antidumpingzölle.

Bei der Konsumgüterindustrie muss man differenzieren. Viele Hersteller von Konsumgütern können aus Kostengründen hier gar nicht mehr wettbewerbsfähig produzieren. Bei der Schuhindustrie war es damals schon so, dass eine wettbewerbsfähige Industrie für billige Schuhe gar nicht mehr existierte. Die hochwertige Schuhindustrie, die es hier noch gibt, war von diesen Antidumpingzöllen jedoch gar nicht betroffen.

**VR:** Ist Ihr Verband generell gegen Handelshemmnisse?

Ja, wir sind nicht nur gegen Handelshemmnisse bei Importen, sondern sind auch dafür, dass die Exporte frei fließen

können. Wir befürworten nicht Handelshemmnisse der Chinesen oder der Inder, in keinem Fall. Wir setzen uns auch dafür ein, dass auch dort Grenzen stärker geöffnet werden, als sie es im Moment werden.

**VR:** Gefährdet freier Handel nicht Arbeitsplätze?

Handelsunternehmen würden in Deutschland oder den benachbarten Ländern einkaufen, wenn die Konditionen entsprechend sind. Man hätte kurze Transportwege und weniger Risiken im Hinblick auf die Produktionsbedingungen. Aber die internationale Konkurrenz zwingt dazu, in Entwicklungsländer zu gehen, gerade bei den arbeitsintensiven Industrien. Die haben sich aufgrund geringerer Löhne und anderer Kosten, teilweise sicher auch aufgrund schlechterer Arbeitsstandards, wettbewerbsfähig entwickelt. Aber wenn es eine gute Alternative im europäischen Raum gibt, vor allem in Südeuropa in Ländern wie Portugal oder Bulgarien, Länder, die durchaus auch heute noch in bestimmte Bereiche liefern, dann wird die wahrgenommen. Niemand ist für Importe aus Entwicklungsländern um jeden Preis.

**VR:** Sollte die EU Reindustrialisierung unterstützen?

Solange das unter freien Wettbewerbsbedingungen geschieht, indem man die Entwicklung von leistungsfähigeren, vielleicht auch kapitalintensiveren Industrien unterstützt, dann ist das durchaus in Ordnung.



Jan A. Eggert, Hauptgeschäftsführer  
© Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V.

## JAN A. EGGERT

- Studium an den Universitäten Freiburg, Paris, Berlin und Köln
- Danach mehrere Jahre in deutschen Unternehmen in den Bereichen Organisation und Controlling angestellt
- 1981 bis 1985 und von 1989 bis 2000 beim Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) im Bereich Außenwirtschaft tätig – zuerst als Referent, später als Leiter der Abteilung Außenwirtschaftspolitik
- 1985 bis 1989 Managing Director bei der Deutsch-Amerikanischen Handelskammer in Atlanta/Georgia
- Seit dem Jahr 2000 Hauptgeschäftsführer der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels (AVE) in Köln und zugleich Director General der Foreign Trade Association (FTA) in Brüssel

**VR:** Die EU wird kritisiert, wenn in der EU produzierte Waren übermäßig gegen außereuropäischen Wettbewerb geschützt werden.

Sie wird kritisiert, wenn sie gegen die Prinzipien freihändlerischer Politik verstößt. Das sehen wir ähnlich wie die Industrie. Ich war ja selber lange Jahre für den BDI tätig und weiß, dass der BDI die europäische Agrarpolitik sehr stark kritisiert. Die Subventionen in der Agrarpolitik verhindern Fortschritte in der WTO sowie bei bilateralen Abkommen, weil Nicht-EU-Länder mehr Lebensmittel in die EU exportieren wollen, als sie es zurzeit können.

**VR:** Ja, WTO, da sind Sie ja unmittelbar beteiligt, persönlich dabei gewesen bei der letzten Handelskonferenz in Bali 2013. Da ist von 159 Mitgliedsländern die Rede. Da ist die Rede, dass manchmal internationale Lösungsansätze das wären, was hilft. Können Sie erklären, was damit gemeint ist?

Wir meinen, dass die multilaterale Ebene, die für alle WTO-Mitglieder gilt, effizienter ist als eine Vielzahl von bilateralen oder regionalen Freihandelsabkommen. Ein international tätiges Unternehmen müsste andernfalls bei jeder Transaktion nachprüfen, welches Abkommen jetzt gerade anwendbar ist.

**VR:** Sie sprechen vom Fortschritt in Bali. Worin besteht der?

Der wichtigste Fortschritt für uns ist, dass man eine Einigung zu dem Thema Trade Facilitation erzielt hat. Dabei geht es u. a. um Zoll-Procedures und praktische Abfertigungsfragen an den Grenzen. Es hat weiterhin eine ganze Reihe kleinerer Vereinbarungen gegeben zugunsten der Entwicklungsländer, die ja im Rahmen der Doha-Runde besonders begünstigt werden sollen. Der Fortschritt ist vor allem darin zu sehen, dass es überhaupt zu einem Ergebnis gekommen ist. Denn eigentlich sind die meisten Regierungen wohl mit der Erwartung nach Bali ge-

fahren, dass ein Ergebnis nicht erzielbar ist und die WTO damit weiter blockiert bliebe.

**VR: Sie haben dort nicht nur als Hauptgeschäftsführer der AVE, sondern auch der Foreign Trade Association, also FTA, in Brüssel agiert. Ein Vorteil?**

Ja, durchaus. Die FTA hat zur Europäischen Kommission sehr viel engere Beziehungen. Als Teil der offiziellen Delegation waren wir zum Beispiel täglich zu speziellen Kommissions-Briefings eingeladen, sodass wir sehr viel direkter über den Verhandlungsstand informiert waren.

**VR: Sie sind nicht der einzige deutsche Verbandsmanager in einer solchen Doppelfunktion, also Geschäftsführer des deutschen und des europäischen Verbandes. Woher kommt die Dominanz deutscher Verbandsmanager in internationalen Führungsgremien?**

Das hängt wohl damit zusammen, dass Verbände in Deutschland eine relativ große Rolle spielen, vielleicht eine stärkere als in vielen anderen Ländern, und sich früh auf der europäischen Ebene etabliert haben mit eigenen Büros oder über die Gründung europäischer Verbände. Außerdem ist die deutsche Wirtschaft stärker international verflochten als manche andere und sie musste sich früh auf der europäischen Ebene umtun.

**VR: Sind die deutschen Verbände so präsent und so effizient in Brüssel, wie es der deutschen Wirtschaftskraft entspricht?**

Die großen Verbände sind relativ gut in Brüssel aufgestellt. Für meinen früheren Arbeitgeber, den BDI, kann ich das durchaus sagen. Ich denke aber, insgesamt müssten deutsche Verbände sehr viel präsenter in Brüssel sein. Also die Antwort auf Ihre Frage: eher nein!

**VR: Was sollte sich ändern?**

Es ist wichtig, dass deutsche Verbände eine eigene Antenne in Brüssel haben,

denn der europäische Verband nimmt nicht immer auch die Interessen unter nationalen Gesichtspunkten ausreichend wahr. Nicht zufällig sind die deutschen Spitzenverbände in Brüssel auch selbstständig vertreten, sie verlassen sich nicht nur auf den europäischen Verband. Für kleinere Verbände ist es wichtig, dass sie frühzeitig für sie wichtige Informationen bekommen und einzelne Themenbereiche, die wichtig sind, stärker verfolgen oder sogar mitbeeinflussen können.

**VR: So wie die einzelnen Bundesländer auch?**

Im Prinzip ja. Die deutschen Bundesländer sind ausgesprochen gut vertreten in Brüssel, viel besser als die Regionen anderer Länder. Eine ganze Reihe Landesminister bzw. auch die Ministerpräsidenten selbst kommen regelmäßig nach Brüssel.

**VR: Führt dieser Prozess der Differenzierung nicht zu einer enormen Unübersichtlichkeit?**

Ja, das Terrain ist sehr weit und die Strukturen auf der EU-Ebene mit Parlament, Kommission, Rat sind sehr viel anspruchsvoller als auf nationaler Ebene. National kennt man die Regierung und das Parlament und weiß einigermaßen, wie die miteinander agieren. In Brüssel wissen viele Leute nicht, wie die Institutionen zusammenspielen. Mit dem Lissabon-Vertrag hat sich das Gewicht in Richtung Parlament verschoben. Jetzt nach der Wahl kommen im Parlament etwas unübersichtlichere Verhältnisse hinzu. Die eurokritischen oder sogar EU-gegnerischen Kräfte sind sehr viel stärker geworden.

**VR: Sind das Gesprächspartner für Sie?**

Man wird sich als Verband auch mit den eurokritischen Kräften auseinandersetzen müssen. Ich kann mir schon vorstellen, dass wir auch mit der AFD bzw. einzelnen Repräsentanten in Zukunft reden werden. Wir müssen im Prinzip mit all denen sprechen, die Einfluss haben und Einfluss nehmen.

**VR: Gelten auch keine Berührungspunkte auf der entgegengesetzten Seite?**

Das wird man sehen. Wir reden mit den Grünen ohnehin bereits, punktuell auch mit den Linken, wenn die sich in einem für uns wichtigen Thema besonders exponieren.

**VR: Gibt es bei den Themen, die Sie bewegen, ideologische Scheuklappen?**

Im letzten Europaparlament, und ich befürchte, im jetzigen noch mehr, gibt es doch immer wieder deutlich die Forderung, sich stärker abzuschotten, stärker den eigenen Garten zu pflegen. Und das ist natürlich eine Herausforderung für uns.

**VR: Wer steht denn für solche Abschottungspositionen?**

Vor allem die „linken“ Fraktionen. Aber selbst die EVP ist nicht immer ein Hort des Freihandels. Die setzen auf der europäischen Ebene manchmal andere Akzente als auf der deutschen Ebene die CDU. Bei den Gewerkschaften ist es vor allem VERDI, bei der Textilindustrie haben wir es vor allem mit der IG Metall zu tun, die in Deutschland die Arbeiter in der Textilindustrie vertritt. Die sind eher für Abschottung und Protektion der hiesigen Industrie. Ihre Mitglieder sind ja hier und nicht in Indien. Die sind an dem Wohlergehen der Industrie hier interessiert. Wir sehen allerdings auch, dass teilweise die internationalen Gewerkschaften gemerkt haben, dass ihre Textilindustrie zum großen Teil in Bangladesch oder ähnlichen Ländern sitzt und sie sich um diese Länder auch kümmern sollten. Das gilt auch für für IndustrieAll, einem neueren gewerkschaftlichen Zusammenschluss mit Sitz in der Nähe von Genf.

**VR: Lassen die sich als Allianzpartner gewinnen?**

Wir sind mit ihnen intensiv im Gespräch. Dabei geht es vor allem um das Thema Sozialstandards in der Lieferkette, da sind sie wichtige Gesprächspartner.

**VR: Sie haben eine Business Social Compliance Initiative – BSCI – gegründet. Durch das große Brandunglück in Bangladesch im April 2013 in einer Textilfabrik hat das Thema einen Schub bekommen. Wir müssen dieses Thema wirklich ernst nehmen, schreiben Sie.**

Ja! BSCI hat eigentlich einen deutschen Ursprung, ist heute jedoch unter dem Dach der Foreign Trade Association (FTA) in Brüssel angesiedelt. Unterstützt wurden wir – die AVE – damals vom Entwicklungshilfeministerium und der Gesellschaft für technische Zusammenarbeit, heute GIZ. Die Idee war, ein gemeinsames System zu schaffen, mit dem der Handel sich nicht nur einen Code of Conduct gibt, sondern auch etwas bewegt und umsetzt. Das war die Geburtsstunde des AVE-Sektorenmodells Sozialstandards bzw. BSCI seit dem Jahre 2003.

**VR: Warum dieser Eifer?**

Die Einzelhandelsunternehmen, die sehr nahe am Kunden dran sind, sind extrem sensibel, was Ruf und Rufschädigung anbetrifft. Da waren Kampagnen von Gewerkschaften und NGOs, unterstützt durch die Medien, nicht gerade hilfreich für unsere Mitglieder. Deswegen war die Herausforderung zu versuchen, auf die Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern positiv einzuwirken. Unglücke, grobe Verstöße gegen die Arbeitssicherheit, Kinderarbeit, nicht hinnehmbare Arbeitszeiten, schlechte Löhne oder Nichtzahlungen von gesetzlichen Lohnbestandteilen sollten nicht mehr vorkommen. Wir wollen mit BSCI den Ruf und die Reputation der Handelsunternehmen schützen.

**VR. Sind wir Deutschen bei diesen Themen speziell sensibel?**

Ja, aber es ist nicht nur eine deutsche Sensibilität. Wir haben Initiativen dieser Art schon seit vielen Jahren in Frankreich gehabt, ebenso in England. Alle sind etwa

zur gleichen Zeit entstanden. In den USA gibt es auch eine Initiative für bessere Arbeitsbedingungen im Textilbereich. Es ist schon so, dass der Druck und damit die Aufmerksamkeit in bestimmten Ländern stärker ist als in anderen; in Südeuropa ist es ein bisschen weniger; in Skandinavien, Schweiz, Holland und Deutschland spielt das Thema eine sehr viel größere Rolle. Dort sind die Aktivitäten der Wirtschaft, insbesondere des Handels, sehr viel ausgeprägter. Die Idee war, mit BSCI nicht nur eine deutsche Initiative zu haben, sondern zu versuchen, sich mit den anderen Initiativen zu verlinken und eine europäische oder sogar darüber hinausgehende internationale Initiative zu schaffen. Auf diesem Wege sind wir nach wie vor.

**VR: Das heißt, im Grunde reagiert die Wirtschaft auf Medien und NGOs?**

Ja. Das ist teilweise Reaktion. Aber auch Aktion, also Unternehmer, die einfach nicht wollen, dass es solche kritikwürdigen Zustände an ihren Produktionsstandorten gibt. Andere Unternehmen lassen sich mehr treiben. Aber man kann feststellen, dass der Handel heute auf breiter Front, und zwar nicht nur in Deutschland, verstanden hat, dass man sich um die Sozialstandards in der internationalen Lieferkette kümmern muss, weil es ein erhebliches Risikopotenzial dort gibt.

**VR: Leicht gefordert, schwieriger zu verabreden und am schwersten umzusetzen, nicht wahr? Wie geht das praktisch?**

Zum einen lassen wir durch externe Prüffirmen Sozialaudits durchführen, wir machen die nicht selber. Weiterhin führen wir Trainings für die Produzenten durch, um sie zu unterstützen. Schließlich reden wir mit Regierungen, Unternehmerverbänden, Gewerkschaften und anderen gesellschaftlichen Kräften in den Lieferländern im Rahmen eines strukturierten Dialogs. Die Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit mög-

lichst klein zu halten, das ist wirklich eine Herausforderung. Rana Plaza in Bangladesch hat auch sehr drastisch gezeigt, dass wir nicht alles beeinflussen können. Da fällt z. B. ein Gebäude zusammen. Die BSCI macht aber keine statischen Prüfungen. Unsere Einflussmöglichkeiten sind begrenzt. Da sind die staatlichen Strukturen in den jeweiligen Ländern gefragt. Aber wie können wir die dazu bringen, dass sie ihre Verantwortung übernehmen? Das ist nicht einfach. Deshalb verlangen wir von der hiesigen Politik eine stärkere Flankierung unseres Vorgehens. Sie muss, wenn nötig, auf diese Länder stärkeren Druck ausüben.

**VR. Über die komplizierter werdende Struktur der europäischen Institutionen hatten wir schon gesprochen. Wie verändern sich die Dinge aus Ihrer Sicht?**

Die europäischen Institutionen sind vielfältiger geworden, ebenso wie die Beziehungen zwischen ihnen schwieriger geworden sind. Auch die Interessenvertretungen sind vielfältiger geworden und das Feld der Akteure ist sehr viel breiter geworden. So zum Beispiel beim Thema Handelspolitik: Früher haben sich weder Gewerkschaften noch NGOs oder die Kirchen für Handelspolitik interessiert. Wenn Sie die Diskussion um das europäisch-amerikanische Freihandelsabkommen sich ansehen, interessiert sich jeder mittlerweile dafür – zwar mit negativer Meinung, aber immerhin. Und jeder äußert sich auch. Die Europäische Kommission, aber auch das Parlament muss auf eine ganz andere Weise auf die Stakeholder reagieren.

**VR. Was bedeutet das für wirtschaftliche Interessenvertretung?**

Die gewachsene Konkurrenz der Interessenvertreter absorbiert die Aufmerksamkeit der Entscheider. Es ist für Wirtschaftsverbände sehr viel schwieriger geworden, übrigens auch auf der nationalen Ebene, Aufmerksamkeit zu bekommen. Das hat auch etwas mit den Medien

zu tun, die solche Themen mittlerweile breiter transportieren, häufig mit negativer Tendenz und nicht so im Sinne der Wirtschaft. Darüber hinaus haben wir als Interessenvertreter der Wirtschaft wachsende Konkurrenz bekommen von Anwaltskanzleien, Consultants usw.

**VR: Zählen Sie die Unternehmensdirektvertretung auch zu den Konkurrenten?**

Das kann Konkurrenz sein, aber unsere Erfahrungen sind eher positiv. Wenn ein Unternehmen eine eigene Vertretung hat, dann ist das nicht unbedingt gegen die Verbände gerichtet. Das Unternehmen nimmt dann auch die Verbände stärker in Anspruch. Das ist durchaus in unserem Sinne. Wir können dadurch sehr viel stärker, sehr viel qualifizierter und sehr viel zielgenauer auf Themen reagieren, weil auf der Unternehmensseite auch fachkundige Ansprechpartner sitzen. Die Unternehmen, die auf unsere Themen nicht vorbereitet sind, stellen häufig gar keine Fragen und beteiligen sich auch nicht an Gesprächen, die wir mit der Kommission oder dem Parlament organisieren. Das ist durchaus kein Vorteil.

**VR: Ist in Unternehmen die Aufmerksamkeit gegenüber Brüsseler Entwicklungen und Prozeduren gestiegen? Meine Erfahrung ist, dass sehr viel geschimpft und geredet, aber ziemlich wenig in die mühselige Kärnerarbeit investiert wird.**

Das ist mit Sicherheit so, hat aber auch mit den Kapazitäten in den Unternehmen zu tun. Ich beobachte seit vielen Jahren, dass wir zu wenig kompetente Gesprächspartner in den Unternehmen haben, die auf politische Sachverhalte zumindest auf einem gewissen Level ansprechbar sind. Deswegen sind mir Unternehmen, die in Brüssel oder Berlin direkt vertreten sind, sehr viel lieber – dort habe ich eben auch Gesprächspartner. Es gibt viele Unternehmen, bei denen es für Verbände keine Ansprechpartner gibt, und da ist die Wahrnehmung von Europa immer noch sehr diffus.



*„Ohne den Bezug ausländischer Waren sähe es in unseren Warenhäusern, Bau- und Elektronikmärkten sowie insbesondere bei den großen Textilhändlern sehr übersichtlich aus.“*

© Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V.

Dort wird bemerkt, es tut sich mehr auf der europäischen Ebene, aber man weiß nicht so recht, was man will und was man auch durchsetzen könnte.

**VR: Haben Sie auch, wie manche Beobachter des Brüsseler Politikbetriebs, den Eindruck, dass NGOs automatischer geglaubt wird als Verbänden? Weil sie im Gewand der ethischen Überlegenheit agieren?**

Das ist in der Tat häufig der Fall. Nehmen Sie eine Initiative wie BSCI: Die einen ethischen Hintergrund hat, selbst wenn es wirtschaftliche Motive sind, die für ihre Entstehung verantwortlich sind.

Häufig wird jedoch assoziiert: Das ist ja eine Wirtschaftsinitiative, das kann ja nichts Vernünftiges sein. Das ist dann nicht besonders ermutigend.

**VR: Sie lassen sich aber nicht entmutigen.**

Nein – im Gegenteil. Wir bieten unseren Gesprächspartnern zuweilen auch an, uns in eines der Lieferländer zu begleiten, und wir zeigen Ihnen einmal, wie so ein Projekt abläuft. Hin und wieder wird dieses Angebot auch angenommen. Ein Grünen-Abgeordneter hat jüngst einen Besuch mit einem Handelsunternehmen

→ Weiter auf Seite 14



# DIE AVE IM PROFIL: VERSORGUNGSSICHERHEIT UND WOHLSTAND

Jeden Morgen nur Malzkaffee zum Frühstück, kein Handy, kein Computer und nichts zum Anziehen: Ohne importierte Konsumgüter wäre unser Alltag ganz schön trist. Von den negativen Folgen für unsere Kaufkraft und unseren wirtschaftlichen Wohlstand einmal ganz zu schweigen. Die „Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V.“ (AVE) setzt sich deshalb dafür ein, dass der Import wichtiger Konsumgüter reibungslos funktioniert.

Wir alle trinken Kaffee, Tee oder Kakao, wir tragen Schuhe, Hosen, Röcke und warme Winterkleidung, benutzen Mobiltelefone und Fernseher, arbeiten mit Computern und schenken unseren Kindern Spielzeug zu Weihnachten. So gut wie keines dieser Güter wird heute noch in Deutschland hergestellt. Dennoch gibt es sie ganz selbstverständlich in den Regalen unserer Einzelhändler. Dort sind diese Waren nicht nur ständig verfügbar, sondern auch preisgünstig. „Der importierende Einzelhandel sichert nicht nur unsere Versorgung mit Waren, auf die wir nicht oder nur schwer verzichten können“, betont Jan Eggert, Geschäftsführer der AVE. „Er trägt auch maßgeblich zu unserem Wohlstand bei.“

## STARKER ANWALT FÜR DEN IMPORTIERENDEN EINZELHANDEL

Sosehr wir uns als Konsumenten an die ständige Verfügbarkeit alltäglicher Konsumgegenstände gewöhnt haben: Selbstverständlich ist dies noch immer

nicht. Das Feld der internationalen Handelspolitik ist extrem konfliktträchtig. Handelshemmnisse wie z. B. Straf- und Antidumpingzölle, Einfuhrquoten und protektionistische Einflussnahme durch Regierungen und Interessengruppen bedrohen ständig den ungehinderten Warenverkehr. Und weil die Wirtschafts- und Warenströme aufs Engste miteinander verzahnt sind, haben Störungen schnell empfindliche Auswirkungen auf Händler und Verbraucher.

## HANDELSHEMMNISSE ABBAUEN

Hier setzt die Arbeit der AVE an. Durch konsequente Aufklärung und die Zusammenarbeit mit Regierungen, EU-Organen und NGOs engagiert sich die AVE dafür, die rechtlichen und praktischen Bedingungen für einen reibungslosen Importhandel mit Konsumgütern zu gewährleisten und zu verbessern. „Uns geht es darum, Planungssicherheit, Transparenz und eine einfache Abwicklung des Warenverkehrs für die importierenden Händler zu erreichen“, so Eggert. „Das nützt nicht nur dem Einzelhandel, sondern es kommt auch im Portemonnaie des Endverbrauchers an.“

So plante die EU beispielsweise 2005, die Einfuhr von Schuhen aus China und Vietnam für fünf Jahre mit einem hohen Antidumpingzoll zu belasten. Durch intensive Überzeugungsarbeit konnte die

AVE eine erhebliche Senkung des Zolls und seine Begrenzung auf zwei Jahre erreichen. Somit gelang es, den Einstandspreis und damit auch die Verkaufspreise seit über zehn Jahre im Schuhhandel annähernd konstant zu halten. Besonders wichtig ist auch akutes Krisenmanagement wie z. B. die Verhandlungen um die Freigabe vom Zoll blockierter Waren oder Musterklagen gegen Handelshemmnisse seitens des Verbandes.

## Hohe Kaufkraft durch Import

Die Auswirkungen eines funktionierenden Importhandels auf die Wohlfahrtsentwicklung werden deutlich, wenn man sich den Anstieg der Kaufkraft in der Bundesrepublik betrachtet. Parallel zum Anstieg der Importrate ist seit fünfzig Jahren auch die Kaufkraft der Deutschen enorm gestiegen: Musste vor fünfzig Jahren ein Arbeitnehmer z. B. für einen Fernseher im Schnitt noch rund 350 Stunden arbeiten gehen, sind es heute gerade einmal noch 13 Stunden. Das Institut der Deutschen Wirtschaft hat ermittelt, dass unsere Löhne in den letzten fünfzig Jahren insgesamt um den Faktor zehn gestiegen sind, das Preisniveau in Deutschland hingegen nur um den Faktor vier. „Das günstige Preisniveau in Deutschland und die dadurch gestiegene Kaufkraft sind ganz entscheidend auf die Einfuhr preisgünstiger Importware zurückzuführen“, so Eggert.

## IMPORT GLEICH EXPORT

Der Import kommt jedoch nicht nur unmittelbar den Verbrauchern und dem Einzelhandel zugute. Er nützt auch der Volkswirtschaft insgesamt. „Ohne Importe keine Exporte“ lautet eine volkswirtschaftliche Binsenweisheit. Mit anderen Worten: Länder wie China, Indien oder die Türkei sind nicht nur wichtige Importländer. Sie sind auch wichtige Abnehmerländer für Maschinen, Autos und Investitionsgüter, die in Deutschland produziert werden. „Der Wohlstand, den diese Länder durch Export generieren, kommt uns so wieder zugute“, betont

Eggert. So wären etwa die steigenden Exportraten deutscher Automobilhersteller nach China in den letzten Jahren ohne Import nicht möglich.

## GLOBALISIERUNG NACHHALTIG GESTALTEN

Ein weiterer Schwerpunkt der AVE ist die Verbesserung von Sozial- und Umweltstandards in den Lieferländern. Um diese Aktivitäten zu bündeln, gründete die AVE im Jahre 2003 gemeinsam mit der Foreign Trade Association (FTA) die „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI). Deren Mitglieder, Handelsunter-

nehmen und Importeure, unterwerfen sich einem verbindlichen Verhaltenskodex, der strenge Maßstäbe anlegt und dessen Einhaltung in regelmäßigen externen Audits überprüft wird. „Der Start der Initiative war nicht ganz einfach, weil wir dazu Wettbewerber für ein gemeinsames Ziel in ein Boot holen mussten“, erläutert Eggert. „Der Großteil der Einzelhändler und Importeure hat aber erkannt, dass es inzwischen keine Alternative zu einer nachhaltigen Unternehmenspolitik gibt.“ Zu den Mitgliedern der BSCI zählen inzwischen über 600 namhafte Unternehmen weltweit. ■

# AVE-Fakten: starker Partner für den Einzelhandel

Die Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE) vertritt seit über 50 Jahren die außenwirtschaftlichen Interessen des deutschen Einzelhandels, der im Rahmen seiner weltweiten Einkaufspolitik auf eine reibungslose Einfuhr von Konsumgütern aller Art angewiesen ist. Mit der stetig zunehmenden Internationalisierung des Einzelhandels wächst für die AVE jedoch auch die Bedeutung des Marktzugangs in Ländern außerhalb der Europäischen Union. Darüber hinaus engagiert sich die AVE für eine strikte Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards in den Lieferländern.

## DIE AVE ...

- tritt ein für eine weltoffene, liberale Handelspolitik
- bekämpft Handelshemmnisse und Protektionismus
- fördert den Ausbau internationaler Handelsbeziehungen
- engagiert sich für die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette

- unterstützt ihre Mitglieder in allen Fragen rund um den Warenimport

## HANDLUNGSFELDER

Oberstes Ziel der AVE ist es, funktionierende Rahmenbedingungen für einen reibungslosen Importhandel mit Konsumgütern zu gewährleisten und ständig zu verbessern. Zu den wichtigsten Handlungsfeldern der AVE gehören:

- Handelspolitik
- Zoll- und Außenwirtschaft
- Anti-Dumping
- Schutz geistigen Eigentums
- Umwelt- und Verbraucherschutz
- Unternehmensverantwortung

## MITGLIEDER

Die AVE vertritt nahezu alle bedeutenden deutschen Einzelhändler, die in ihrem Sortiment Importwaren anbieten. Insgesamt stehen AVE-Mitglieder für einen jährlichen Gesamtumsatz von rund 230 Milliarden Euro. AVE-Mitgliedsunternehmen sind:

- adidas
- Anson's Herrenhaus KG

- bonprix
- C&A Mode KG
- E. Breuninger GmbH & Co
- Elégance, Rolf Offergelt GmbH
- Esprit Europe GmbH
- Galeria Kaufhof GmbH
- Deichmann SE
- Heinrich Heine GmbH
- HR Group
- Josef Witt GmbH
- Karstadt Warenhaus GmbH
- Lidl
- Madeleine Mode GmbH
- Metro Group
- OBI Bau- und Heimwerkermärkte GmbH & Co.
- Otto Group
- Peek & Cloppenburg KG
- Peter Hahn GmbH
- Praktiker Deutschland GmbH
- Puma AG
- real- SB Warenhaus GmbH
- REWE Group
- Schwab Versand GmbH
- SportScheck GmbH
- Tchibo GmbH
- Versandhaus Walz GmbH



in Bangladesch gemacht, und dann merkt man doch einen Aha-Effekt. Wir müssen sehr viel offensiver auftreten gegenüber Politikern, der interessierten Öffentlichkeit einschließlich Gewerkschaften und NGOs und natürlich den Medien. Auf die veränderte Situation haben Verbände noch zu wenig reagiert. Wir stellen immer wieder fest, wir müssen sehr viel offensiver in die Öffentlichkeit gehen, vor allem in die Medien.

**VR: Wobei Sie Dankbarkeit oder nur Anerkennung nicht erwarten können, denn die NGOs sind strukturell auf die Forderung ausgerichtet, und wenn Sie die erfüllen, dann stellen die eine neue.**

Das sehe ich auch so. Dennoch habe ich das Gefühl, dass beim Thema Sozialstandards ein bisschen mehr Gesprächsbereitschaft und Realismus eingekehrt ist. Freilich schließt das nicht aus, dass es dann eine neue NGO gibt, die mit neuen Forderungen kommt.

**VR: Sie sagten, Verbände müssen mit und über Medien stärker arbeiten.**

Ja, wir müssen unsere Position in den Medien klarer machen. Dabei geht es nicht nur um die NGOs, die sind die Speerspitze von gewissen politischen Strömungen. Für den Handel ist wichtig: Was denkt der normale Konsument, was denkt der Durchschnittsbürger, der zu uns in den Laden kommt und ein gewisses Image mit dem Unternehmen verbindet?

**VR: Teilen Sie die Kritik, dass die klugen, bohrenden, sachkundigen Ansprechpartner im Journalismus weniger werden und die Skandalisierung zunimmt, oder haben Sie andere Erfahrungen?**

Eine Tendenz gibt es ganz sicher, und die ist ganz gravierend: nämlich dass im Journalismus Kapazitäten erheblich abgebaut werden. Ich weiß definitiv von einigen Zeitungen, wie sehr Korrespondentennetze ausgedünnt werden. Das

führt dazu, dass der einzelne Journalist sehr viel mehr thematisch abdecken muss und dass er sehr viel weniger in Detailthemen arbeiten kann. Es wird mehr übernommen, was Agenturen schreiben. Es gibt Zeitungen, die sind voll mit Agenturmeldungen. Das kann aus unserer Interessenlage ein Vorteil sein, aber auch ein Nachteil, je nachdem, was die Agentur verbreitet. Aber prinzipiell gilt: Es wird sehr viel weniger recherchiert und in die Tiefe gegangen.

**VR: Wenn Sie bei Medien erfolgreich sind, schafft Ihnen dies Aufmerksamkeit in der Politik?**

Durchaus, ja. Die Politik hat ja auch manchmal ein Kapazitätsproblem und lässt sich von den Medien leiten. Wenn eine Wirtschaftszeitung NGOs zitiert und der Politiker liest, dass die NGOs das und das hinsichtlich der Sozialstandards in Bangladesch richtig finden. Warum soll der Politiker denn etwas anderes glauben? Ich denke schon, dass gute Präsenz in den Medien für Verbände eine erhebliche Rolle spielt. Es hilft bei direkten Gesprächen mit Politikern. Ich rede einerseits über Handelspolitik, andererseits auch darüber, wie die Situation in Bangladesch ist und sich der Handel dazu aufstellt.

**VR Die EU und die USA verhandeln derzeit über ein Handelsabkommen. Was ist daran wichtig?**

Die Bedeutung dieses Abkommens liegt darin, dass die EU und die USA etwa 50 Prozent des Welthandels bestreiten. Wenn die sich auf ein Freihandelsabkommen einigen, hat das ein Riesengewicht für den Welthandel insgesamt. Es hat auch eine Ausstrahlung auf die WTO und es wird Druck auf die WTO ausgeübt, schneller voranzugehen. Es wird auch die Position von großen Akteuren wie China, Russland, Indien, die in der Handelspolitik eine wichtige Rolle spielen, beeinflussen. Wichtig ist vor allem, die Angleichung von technischen Stan-

dards voranbringen. Das würde zu einem ungeheuren Treibsatz für die Produktivität werden, wenn amerikanische Firmen nicht auch noch europäische Standards produzieren müssten und umgekehrt.

**VR: Die Verhandlungen werden kritisch begleitet.**

Wir beobachten ja schon seit einigen Jahren, dass es eine sehr viel stärkere Forderung nach Transparenz in der Handelspolitik gibt. Das hat nicht nur mit einzelnen Handelsabkommen zu tun, sondern meiner Ansicht nach auch ein bisschen mit einem Misstrauen der Politik gegenüber.

**VR: Was wird getan, um das Misstrauen abzubauen?**

Schon seit vielen Jahren führt die Europäische Kommission einen sogenannten Civil Society Dialogue durch. Dort präsentiert sie regelmäßig ihre verschiedenen Politikfelder. Da ist nicht nur die Wirtschaft dabei, sondern auch die Gewerkschaften, die Kirchen, die NGOs und die Tierschützer. Auch andere internationale Organisationen machen Ähnliches, so veranstaltet die WTO zum Beispiel jedes Jahr ein Public Forum für Stakeholder. Der interessierte Mensch auf der Straße möchte mehr Transparenz haben, mehr Einblick haben und mehr Mitsprache. Es ist eine Herausforderung an die Politiker, die sich fragen lassen müssen: Warum passiert das so und so und warum trifft ihr diese und jene Entscheidung?

**VR: Vermutlich auch ein Lernfeld für Verbände?**

Richtig. Ich stelle bei Verbänden erhebliche Berührungspunkte gegenüber kritischen Stakeholdern fest. Wir haben aber keine Alternative zum Dialog. Zum Thema corporate social responsibility muss man mit Organisationen wie OXFAM und Greenpeace reden. Das ist nicht immer nur erfreulich. Man kommt aber durchaus immer wieder einmal zu gemeinsamen Positionen.

**VR:** Die Themenbreite dessen, was ein Verbandsmanager mit Ihrem Aufgabenzuschnitt abzudecken hat, ist nochmals breiter geworden. Sehen Sie das so?

Ja! Das hat sich im Laufe der Jahre entwickelt, ist jedoch vielleicht nicht bei jedem Verband so. Ich kann nur sagen, dass bei uns mittlerweile Pressearbeit und Medienpräsenz ein ganz entscheidendes Thema geworden ist. Wir arbeiten deswegen auch mit einer Agentur zusammen, die für uns die Pressearbeit macht und die Nachhaltigkeitsthemen steuert. Mit denen bereiten wir auch Interviews vor und andere Medienaktivitäten vor wie zum Beispiel eine Talkshow. Das ist dann eine neue Qualität. Wer von uns ist schon gewohnt, in einer Talkshow zu sitzen?

**VR:** Wird man in zehn Jahren feststellen, dass noch mehr dazugekommen ist? Und wenn ja, was?

Ein Verbandsgeschäftsführer in einem Verband wie unserem muss heute sehr stark in der Kommunikation sein, die ganze Handelspolitik beherrschen und die CSR-Diskussion kennen, das ist für den Handel das Nonplusultra.

**VR:** Steht noch ausgeprägte Internationalität auch auf der Pflichtagenda?

Für jeden Verband spielt mittlerweile die europäische Dimension eine ganz große Rolle, weil circa 80 Prozent unserer Gesetzgebung in Brüssel gemacht werden. Man muss zumindest einen Link zu einem Dachverband haben. Unser Verband beschäftigt sich ja ausschließlich mit internationalen Themen, die finden

vor allem in allen Teilen dieser Welt statt und wir müssen eine globale Sichtweise haben. Wenn man sich als Verbandmanager nicht ein bisschen in diesen Ländern auskennt, wenn man da nicht schon mal gewesen ist, vielleicht gelebt hat, dann ist es schwierig, mit unseren Mitgliedern zu kommunizieren, deren Einkäufer ja auch in allen diesen Ländern unterwegs sind. Ich muss als Verbandsmann zumindest in der Lage sein, über einige dieser Länder vernünftig reden zu können, muss die wirtschaftliche und die politische Entwicklung kennen. Das erwarten meine Mitglieder von mir. ■

**Weiterführende Informationen:**

→ [www.ave-international.de](http://www.ave-international.de)

→ [www.vonvieregge.de](http://www.vonvieregge.de)



[www.verbaendeseminare.de](http://www.verbaendeseminare.de)

## Grundlagen des Gesetzgebungsprozesses Den Lobbyprozess richtig vorbereiten Lobbygespräche richtig führen



### Erfolgreiches Lobbying auf Bundes- und Landesebene

Ihr Einstieg in die politische Interessenvertretung

- Rahmenbedingungen politischen Lobbyings auf Bundes- und Landesebene
- Was Lobbying leisten kann – Welchen Einfluss Ihr Verband wirklich nehmen kann

**Mittwoch, 26. November 2014, Berlin**

Sie erreichen uns telefonisch unter (02 28) 93 54 93-20 oder per E-Mail [info@verbaendeseminare.de](mailto:info@verbaendeseminare.de)

Kooperationspartner



**Verbände**report  
Das Fachmagazin für die Führungskräfte der Verbände