

# Das EU-Japan Wirtschafts- partnerschafts- abkommen

Erfahrungen im Japan-Geschäft und  
Erwartungen an das Abkommen der  
deutschen Unternehmen



Zusammenfassung der Ergebnisse der bundesweiten IHK-  
Umfrage

April 2019

## Inhalt

Wesentliche Ergebnisse und Empfehlung.....	2
Die Ergebnisse im Einzelnen.....	3
Teil I: Die Geschäftssituation auf dem japanischen Markt.....	3
Teil II: Erwartungen an das Abkommen.....	5
Teil III: Erfahrungen mit bisherigen Handelsabkommen .....	6
Informationen zum Profil der befragten Unternehmen .....	8



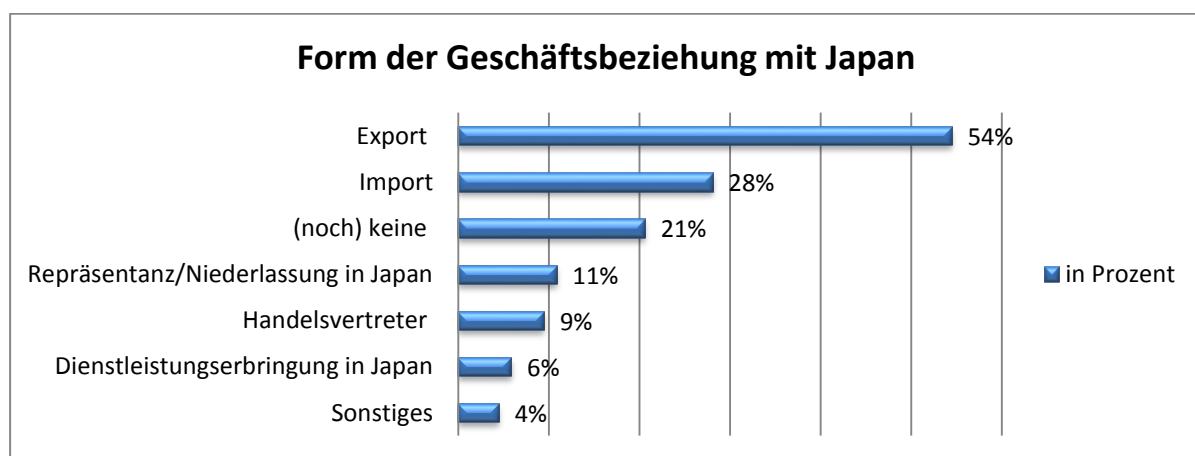
Das Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (EPA) zwischen der EU und Japan ist ein deutliches Signal für freien Handel und offene Märkte. Das EPA betrifft nahezu ein Drittel des globalen Bruttoinlandsprodukts und ist dadurch das größte Abkommen, das die EU je abgeschlossen hat. Aus diesem Grund wurde in Zusammenarbeit mit den IHK Japan Desks, der Auslandshandelskammer (AHK) Japan, dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und dem Ostasiatischen Verein (OAV) eine Umfrage erstellt, um die Erwartungshaltung der Unternehmen in Deutschland gegenüber dem Abkommen abzubilden. Verbreitet wurde die Umfrage außerdem mit Unterstützung von zahlreichen Industrie- und Handelskammern in Deutschland sowie dem Enterprise Europe Network (EEN). An der Befragung von Januar bis Februar 2019 nahmen bundesweit 539 Unternehmen teil.

Mit Hilfe einer Online-Umfrage wurden in Deutschland ansässige Unternehmen jeglicher Branchen und Betriebsgröße im Zeitraum vom 15. Januar bis 15. Februar 2019 befragt. Die Umfrage umfasste insgesamt (maximal) 17 Fragen der folgenden Themenblöcke:

- 1. Wie sieht die Geschäftssituation deutscher Unternehmen auf dem japanischen Markt aus?**
- 2. Wie sind die Erwartungen der Unternehmen mit Blick auf das Abkommen?**
- 3. Wie sind ihre Erfahrungen mit bisherigen Handelsabkommen?**

Japan ist ein wichtiger Handelspartner Deutschlands. 2018 führte Deutschland Waren im Wert von 20,4 Milliarden Euro (+ 4,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) nach Japan aus. Die Wareneinfuhr nach Deutschland aus Japan betrug 23,7 Milliarden Euro (+ 3,6 Prozent).

Ein Großteil der teilnehmenden Unternehmen unterhält bereits Geschäftsbeziehungen mit japanischen Partnern. Den größten Anteil nimmt dabei das Exportgeschäft ein. Neben den Japan-Erfahrenen gibt es aber auch ein Fünftel Japan-Unerfahrene. Es besteht die Chance, dass durch EPA die Anzahl aktiver deutscher Unternehmen auf dem japanischen Markt wächst und dadurch der deutsch-japanische Handel weiter beflügelt wird. Derzeit sind rund 12.000 deutsche Unternehmen im Japan-Geschäft tätig.



## Wesentliche Ergebnisse

- Die Mehrheit bewertet Japan-Geschäfte gut bis sehr gut. Über 2/3 Drittel der Teilnehmer erwarten einen positiven Effekt durch das Abkommen (verbesserte Geschäftsabwicklung, Expansion des Geschäfts, Zugang zum japanischen Markt).
- 54 Prozent der teilnehmenden Unternehmen sind im Export tätig, davon 28 Prozent im Import. 21 Prozent haben bisher kein Japan-Geschäft. Es werden vornehmlich Maschinen und Elektronikprodukte im- und exportiert.
- Es gibt eine große Zahl (nicht-tarifärer) Hemmnisse im japanischen Markt.
- Unternehmen wünschen sich generell eine Vereinfachung der Ursprungsregeln und –nachweise sowie mehr Transparenz.
- 65 Prozent der Teilnehmer gaben an, die nicht-tarifären Vorteile des Abkommens im Bereich öffentliche Ausschreibungen, Zertifizierungen etc. nicht zu kennen oder deren Aufwand als zu groß zu empfinden

## Empfehlung

Zur Erhöhung des Nutzungsgrades von Freihandelsabkommen tragen möglichst einfache und elektronisch abbildbare Ursprungsregeln bei. Wie die Ergebnisse dieser Umfrage zeigen, ist dies in Freihandelsabkommen immer noch nicht ausreichend berücksichtigt. Auch bei den präferenziellen Ursprungsnachweisen sollte die EU das Hauptaugenmerk auf die Handhabbarkeit und unbürokratische Verfahren legen. Die Rückmeldungen der letzten Wochen seit Inkrafttreten des EPAs bestätigen die Probleme in diesem Bereich.

Die EU sollte es gerade KMUs so einfach wie möglich machen. Dazu bietet sich ein Online-Ursprungsrechner an, um die präferenziellen Ursprungsregeln leicht handeln zu können und so Unterstützung im Zollbereich zu bieten.

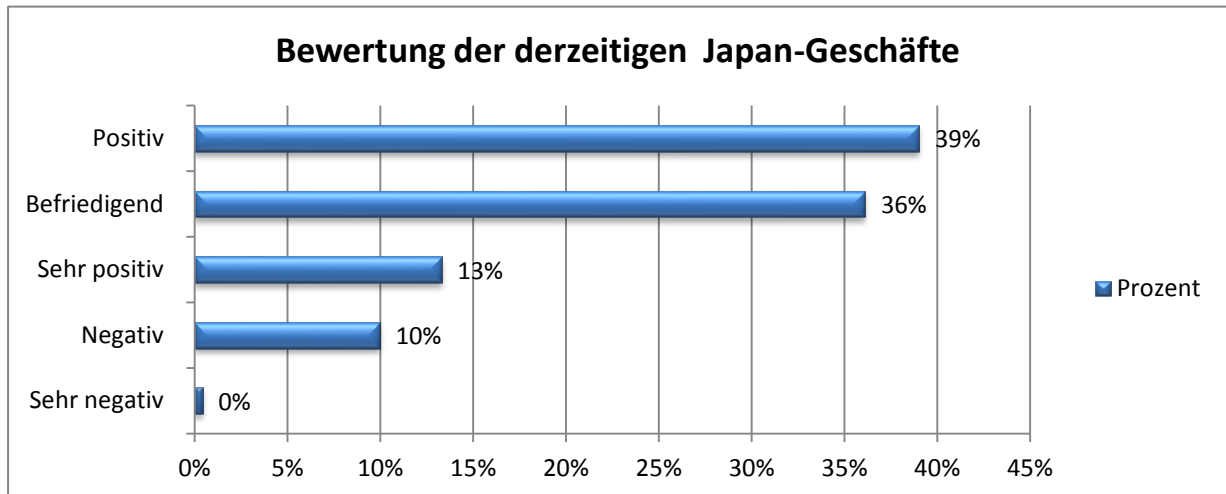
Der Abbau von nicht-tarifären Handelshemmnissen zwischen der EU und ihren Handelspartnern sollte forciert werden. Wie unsere Ergebnisse zeigen, bestehen auch mit Japan eine Vielzahl nicht-tarifärer Handelshemmnisse.

Moderne Handelsabkommen beinhalten neben dem Abbau tarifärer Hemmnisse eine Vielzahl weiterer Regelungen, die für Unternehmen von Interesse sein können. Vereinfachungen im Bereich Zertifizierungen, Investitionsschutz und öffentlicher Ausschreibungen sind Unternehmen nicht greifbar genug oder schlichtweg unbekannt. Die Europäische Kommission sollte verstärkt dafür werben und Unternehmen die Vorteile aufzeigen. Einfach verständliche Praxisinformationen können dazu beitragen.

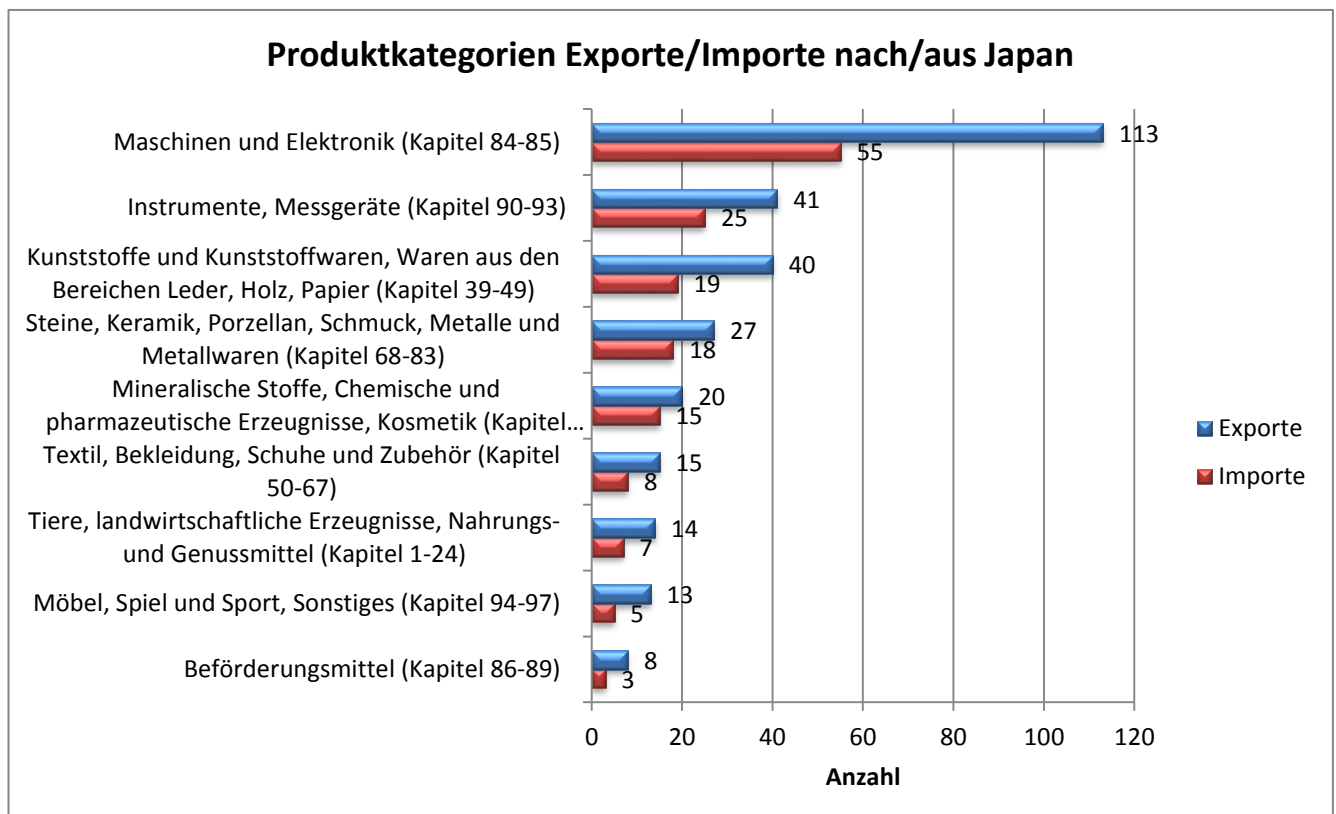
# Die Ergebnisse im Einzelnen

## Teil I: Die Geschäftssituation auf dem japanischen Markt

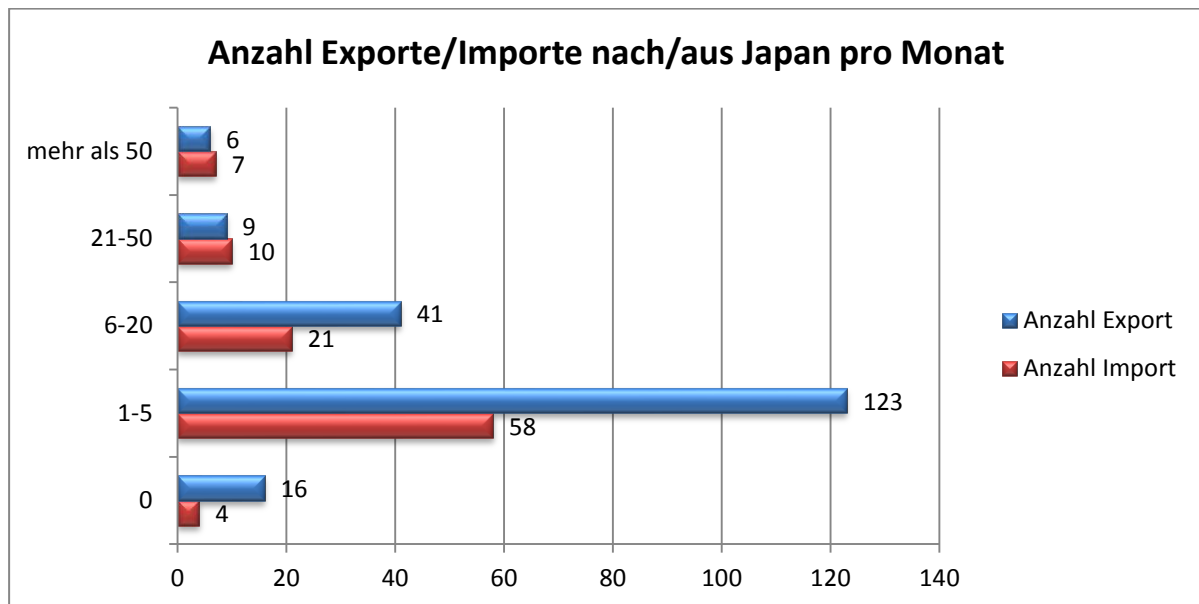
Die Mehrheit der Unternehmen (52 Prozent) bewertet ihr derzeitiges Japan-Geschäft positiv oder sehr positiv. Für über ein Drittel (36 Prozent) gibt es offenbar noch Verbesserungsbedarf. Gering ist der Anteil der teilnehmenden Unternehmen, die ihr Geschäft als negativ (10 Prozent) wahrnehmen.



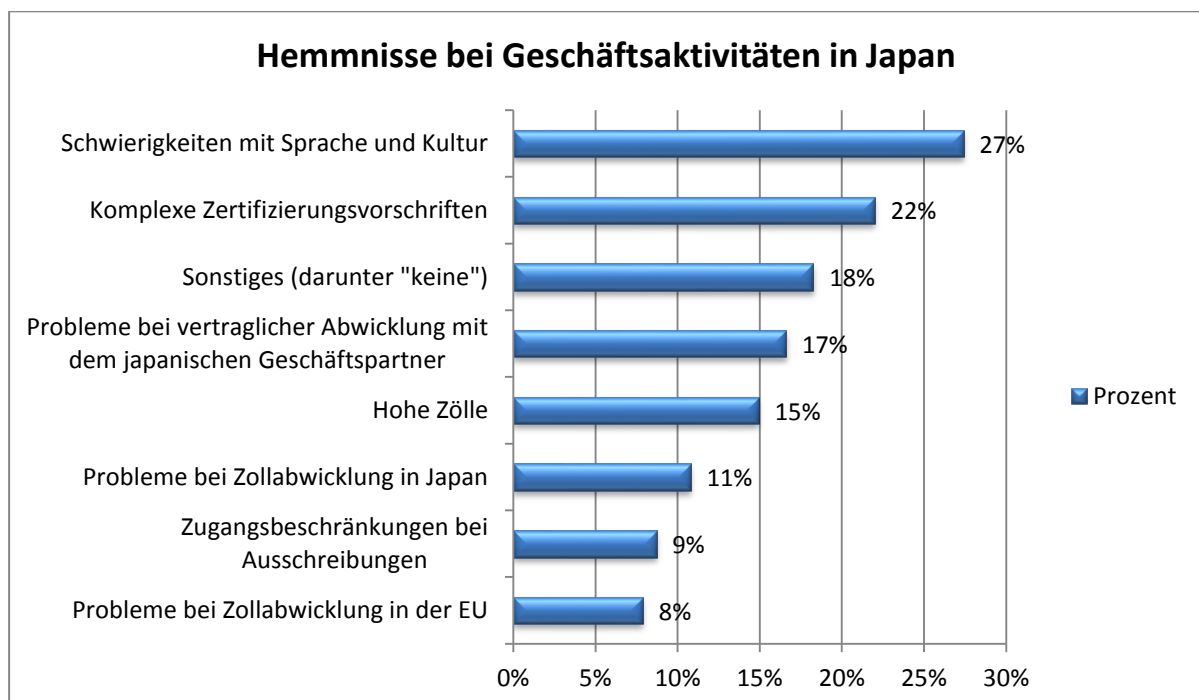
Die teilnehmenden Unternehmen mit Japan-Geschäft ex- bzw. importieren vorwiegend Maschinen- und Elektroerzeugnisse sowie Instrumente / Messgeräte und Kunststoffwaren.



Viele Unternehmen gaben an, wenige Ausfuhren pro Monat nach Japan zu tätigen. Daneben gibt es wenige Unternehmen mit vielen Ausfuhren pro Monat. Gleiches gilt für die Importe aus Japan.



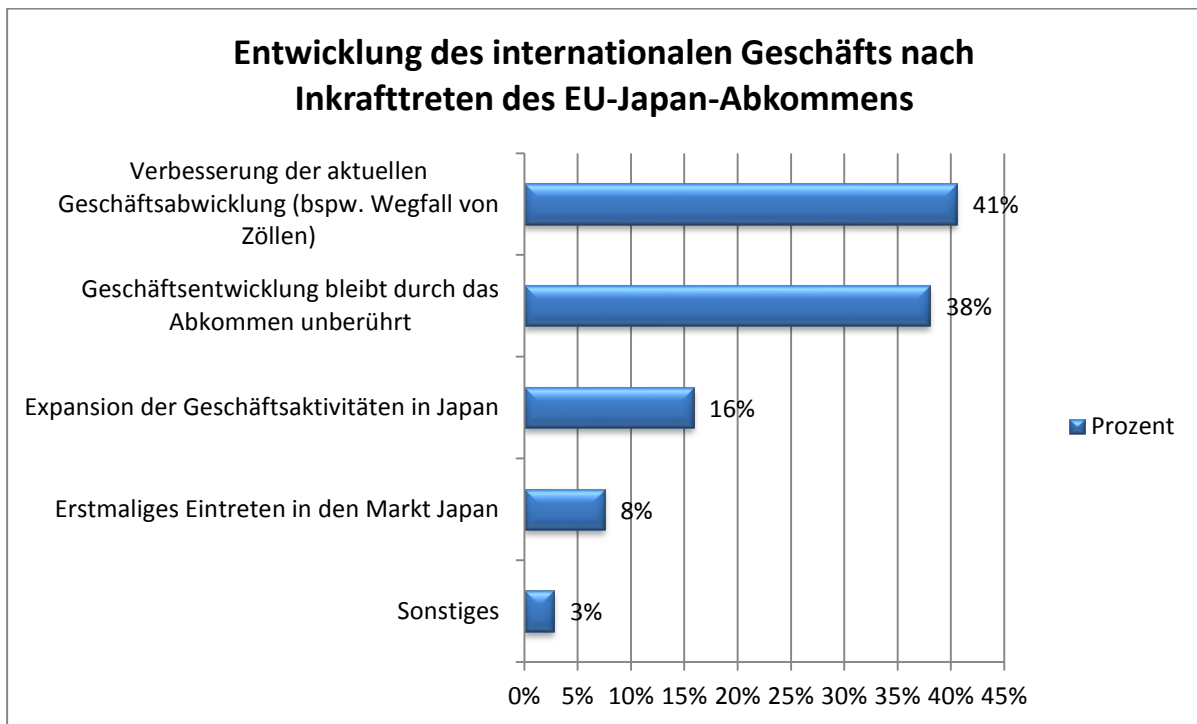
Für 27 Prozent der teilnehmenden Unternehmen stellt sich die japanische Sprache und Kultur als schwierig dar<sup>1</sup>. Daneben beurteilen 22 Prozent die Zertifizierungsvorschriften komplex und berichten von Problemen bei der vertraglichen Abwicklung (17 Prozent). Immerhin treffen rund 12 Prozent (Teilnehmer, die „Sonstiges“ angegeben haben) auf keinerlei Hemmnisse bei ihren Aktivitäten in Japan.



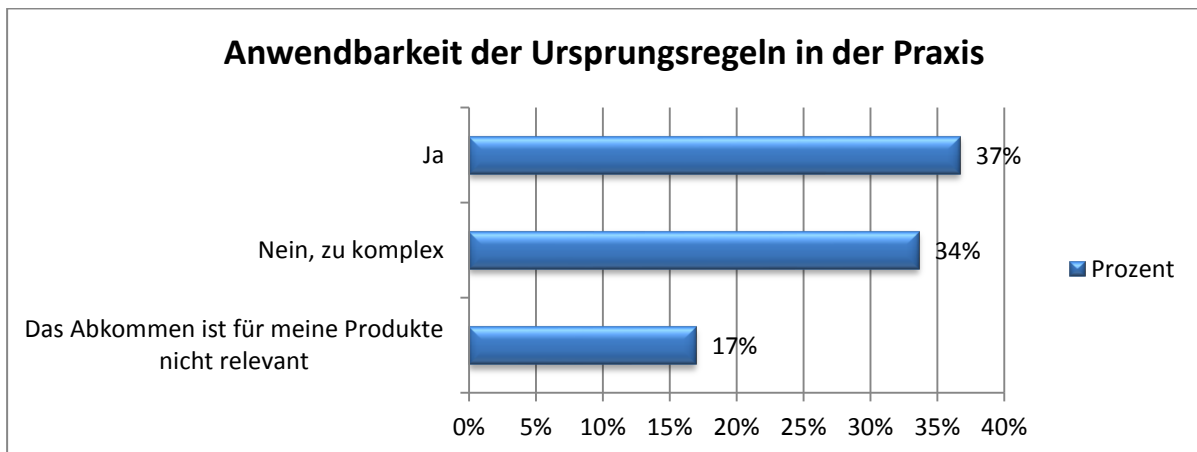
<sup>1</sup> Hinweis: Bei einigen Fragen waren Mehrfachantworten möglich, daher kann die Gesamtzahl 100 Prozent überschreiten.

## Teil II: Erwartungen an das Abkommen

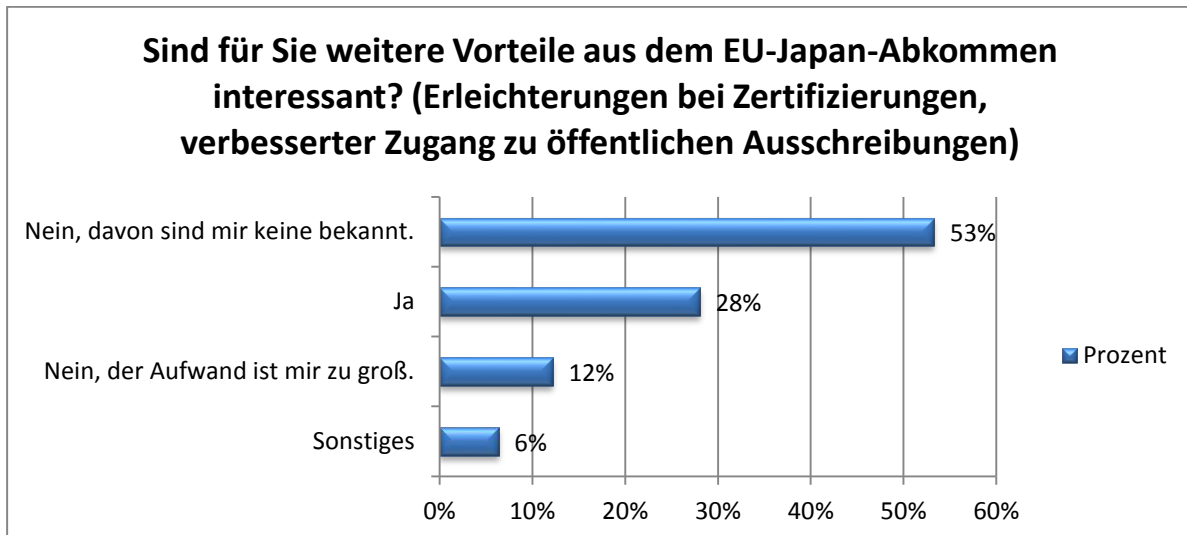
65 Prozent der teilnehmenden Unternehmen erwarten eine positive Beeinflussung auf das eigene Geschäft durch das EU-Japan Freihandelsabkommen. Insbesondere erwarten 41 Prozent der Befragten eine Verbesserung in der Geschäftsabwicklung und 16 Prozent der Unternehmen sehen einer Expansion der Geschäftsaktivitäten entgegen. Mehr als ein Drittel sieht dagegen derzeit noch keine Berührungspunkte mit dem Abkommen.



Je rund 1/3 der Teilnehmer findet die Ursprungsregeln in der Praxis für anwendbar oder zu komplex. Der relativ hohe Wert für „nein“ spiegelt unsere allgemeinen Erfahrungen mit Blick auf die Komplexität der Ursprungsregeln in anderen Freihandelsabkommen.

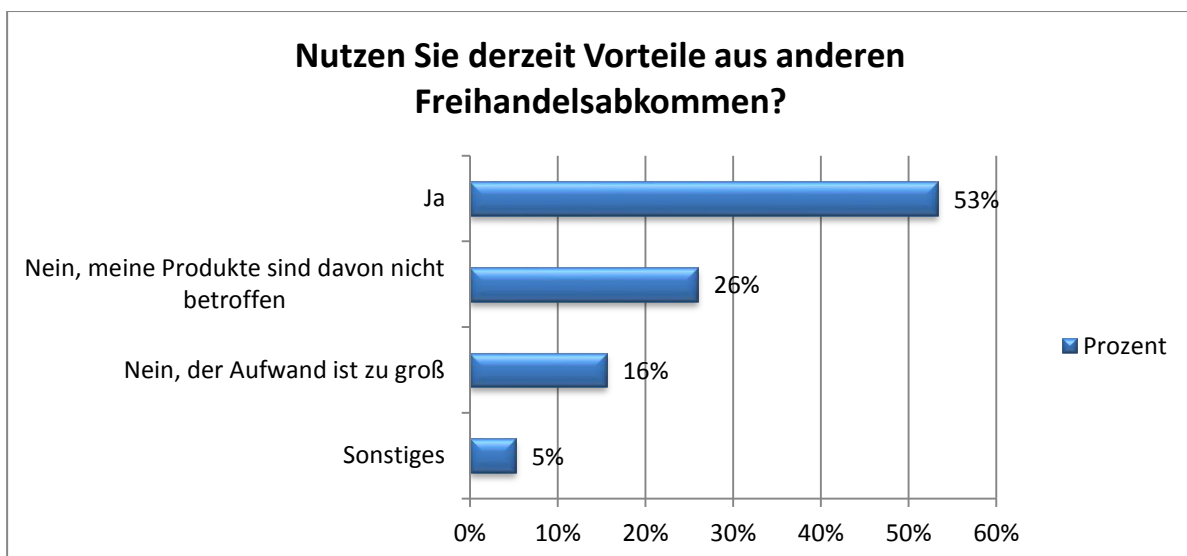


53 Prozent der Teilnehmer sind weitere Vorteile des Abkommens unbekannt. Mehr als ein Viertel der Umfrageteilnehmer ist über die weiteren Möglichkeiten informiert und sieht weitere Vorteile. Für 12 Prozent ist der zusätzliche Aufwand zu groß.

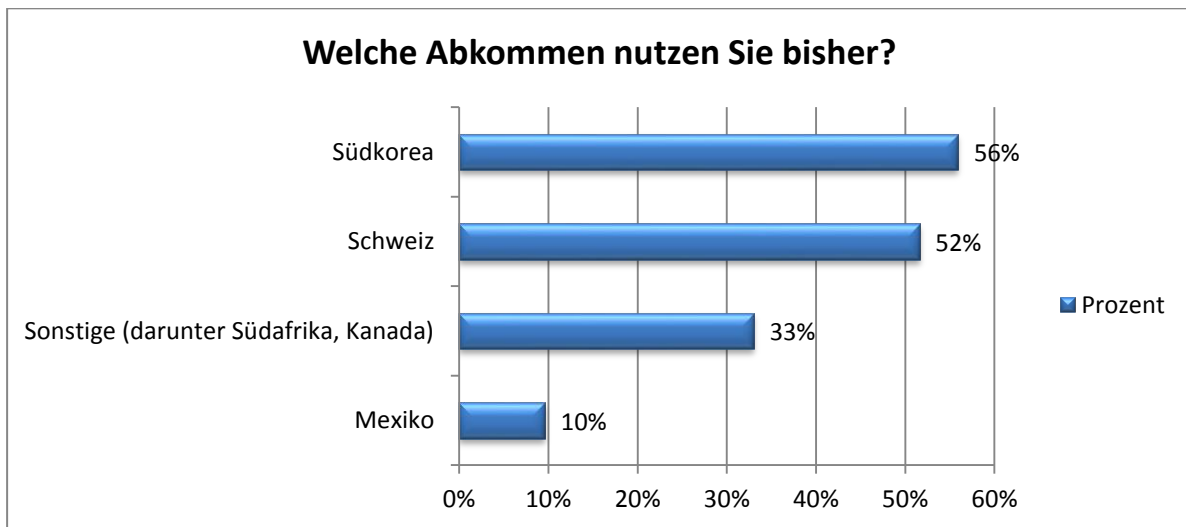


### Teil III: Erfahrungen mit bisherigen Handelsabkommen

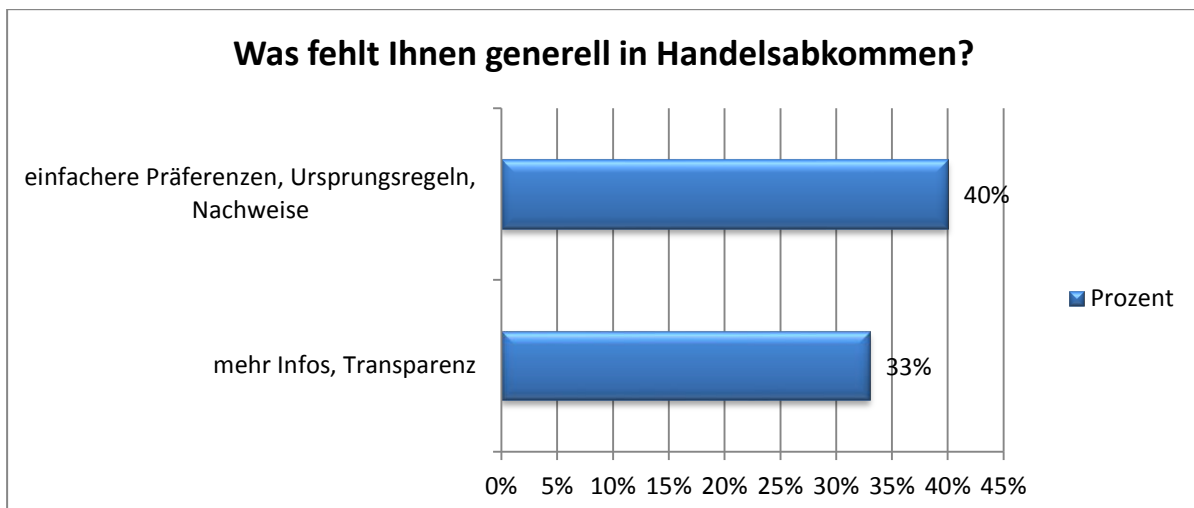
Über die Hälfte der Unternehmen nutzen die Vorteile anderer Freihandelsabkommen. Nur 16 Prozent finden den damit verbundenen Aufwand zu groß und sehen davon ab.



Die genutzten Freihandelsabkommen (vor dem EU-Japan Abkommen) sind vor allem die „klassischen“ Abkommen wie Südkorea (56 Prozent) und Schweiz (52 Prozent). Ein Drittel nutzt u.a die Abkommen mit Südafrika und Kanada (Ceta).



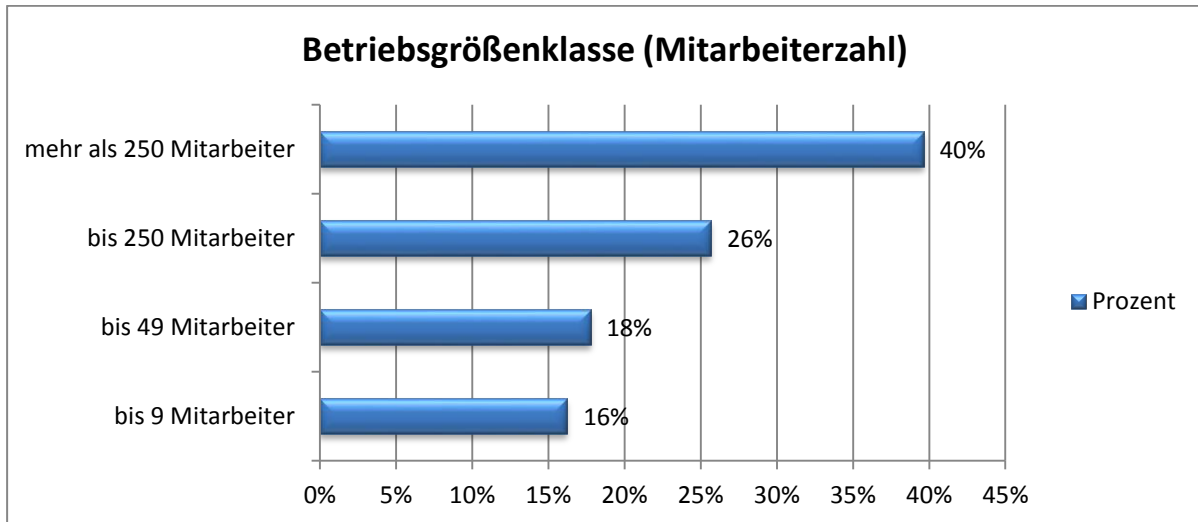
40 Prozent der Unternehmen wünschen sich einfachere Regelungen im Bereich Präferenzen, Ursprungsregeln und –nachweise. Ein Drittel aller Teilnehmer wünscht sich künftig mehr Informationen und Transparenz.



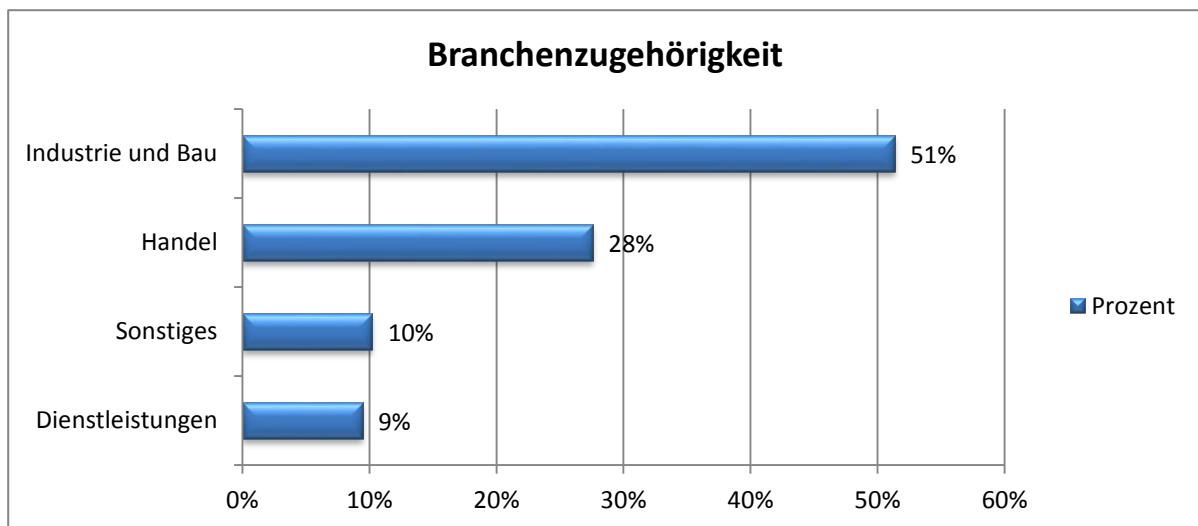


## Informationen zum Profil der befragten Unternehmen

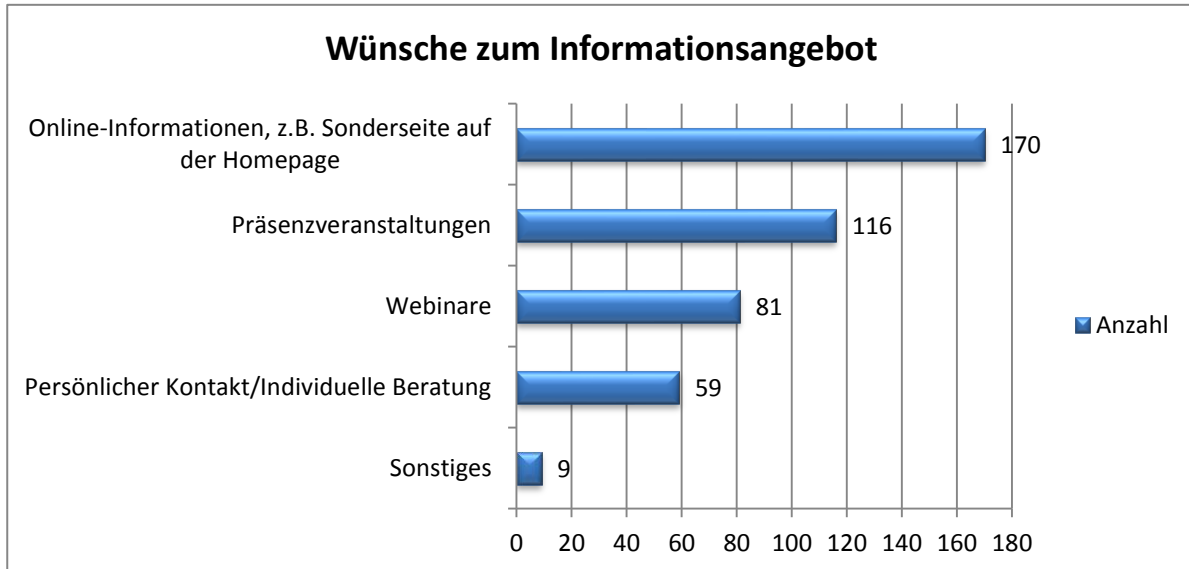
Mit knapp 40 Prozent stellten die Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern das Gros der Teilnehmer an unserer Umfrage dar.



Über die Hälfte der Teilnehmer ist in den Wirtschaftsbereichen Industrie und Bau aktiv. Rund 28 Prozent im Handel.



Zu guter Letzt war die Meinung zum Service-Angebot gefragt. Die Umfrageteilnehmer wünschen sich hauptsächlich Online-Informationen, Präsenzveranstaltungen und Webinare. Diese Wünsche nehmen wir gerne auf!



#### **Ansprechpartner bei der IHK Region Stuttgart:**

Kathrin Seitz  
Japan Desk  
Telefon 0711 2005-1325  
kathrin.seitz@stuttgart.ihk.de

Daniel Kamuf  
Int. Warenverkehr & Int. Handelspolitik  
Telefon 0711 2005-1378  
daniel.kamuf@stuttgart.ihk.de

**Weitere Ansprechpartner und Informationen** finden Sie auch auf den Seiten unserer Kooperationspartner:

- [IHK Düsseldorf](#)
- [Deutsche Industrie- und Handelskammer in Japan](#)
- [German Asia-Pacific Business Association \(OAV\)](#)

**An dieser Stelle möchten wir uns für die tolle Zusammenarbeit bei unseren Kooperationspartnern bedanken!**

Stand: April 2019