EBNER STOLZ

#DONALD TRUMP – LOHNT SICH FÜR DEN DEUTSCHEN MITTELSTAND EIN US-INVESTMENT?

DOES IT MAKE SENSE FOR GERMAN MIDSIZE COMPANIES TO INVEST IN THE UNITED STATES?

Zahlreiche mittelständische Unternehmen aus Deutschland sind in den USA bereits aktiv oder planen ein US-Engagement. Viele verfolgen mit eher skeptischen Blicken die aktuellen politischen Entwicklungen in den Vereinigten Staaten. Zu Recht?

Noch im Herbst des vergangenen Jahres zeigte sich der deutsche Mittelstand in Bezug auf die künftigen Wirtschaftsbeziehungen zu den USA gelassen. Zwischenzeitlich sehen die Unternehmer klarer - und US-Präsident Donald Trump vertritt seine „America First"-Strategie des wirtschaftspolitischen Protektionismus, wie sein kürzlich vorgelegtes Steuerkonzept zeigt. Doch ist bei der aktuellen US-Regierung nichts in Stein gemeißelt. Und der zunächst angeschlagene forsche Ton wurde schon milder, wie die Nachbesserungen an dem Steuerkonzept zeigen.

Doch welche Folgen hat dies in der Praxis für den deutschen Mittelstand, der in den USA bereits mit einer Tochtergesellschaft, einer Zweigniederlassung oder einer Vertretung engagiert ist oder eine solche Investition plant? Kann der deutsche Mittelstand mit diesem Auf und Ab leben?

Numerous midsize companies from Germany are currently doing business in the United States or are planning to set up shop there. But many are skeptical about the current political trends in the „Land of Opportunity." Should they be?

In the autumn of last year the German Mittelstand still seemed quite calm about future business relations with the United States. In the meantime, business owners can see the situation more clearly - and US President Donald Trump is advocating his „America First" strategy of economic protectionism, as his recently presented tax plan shows. But nothing with the current US government is set in stone. And the initially harsh tone has become increasingly mild, as the subsequent modifications of the tax plan show.

But what practical consequences will this have for German Mittelstand companies that already have a subsidiary, a branch office or a representative office in the United States or plan to make this kind of investment? Can a German Mittelstand company live with these ups and downs?

„AMERICA FIRST“ ALS INVESTITIONS-ANTRIEB

Fakt ist: Losgelöst von den täglichen Twitter-Nachrichten aus dem Weißen Haus ist auf Arbeitsebene ein starker Wille zur Intensivierung der Zusammenarbeit auf beiden Seiten des Atlantiks deutlich spürbar. So stehen in politisch herausfordernden Zeiten die Unternehmen, Verbände und Organisationen zusammen. Zwar kann alles, was die letzten Jahrzehnte für selbstverständlich angesehen werden konnte, wie freier Handel und freier Zugang zu Ressourcen, Kapital und Arbeitskräften, gegenwärtig nicht mehr für selbstverständlich gehalten werden.

Aber dennoch: vielleicht handelt es sich für den deutschen Mittelstand gerade jetzt um das goldene Zeitalter zum Aus- oder Aufbau seiner US-Aktivitäten. Denn „America First“ bedeutet im Umkehrschluss, dass Investitionen in den USA so willkommen sind wie selten zuvor. Der unbändige Wille zur Zusammenarbeit und zur Intensivierung der freundschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und den USA ist ein Eindruck, der sich wie ein roter Faden durch zahlreiche Gespräche von Henning Günther Wind LL.M., Steuerberater, Diplom-Finanzwirt und Partner bei Ebner Stolz bei seinen Besuchen in den USA und nicht zuletzt auf einer hochkarätigen „100-Days-of-Trump“-Veranstaltung in New York mit mittelständischen Unternehmen sowie Vertretern von Verbänden, Kammern und Wirtschaftsförderern zieht.

„AMERICA FIRST“ AS A DRIVER OF INVESTMENTS

The fact is: Apart from the daily Twitter messages from the White House a strong will to increase cooperation is clearly noticeable on both sides of the Atlantic. Companies, associations and organizations are standing together in these politically challenging times. It is true that we can no longer take for granted the things that were a given in the past few decades, such as free trade and free access to resources, capital and labor.

But still: right now might actually be a golden age for German Mittelstand companies to invest or expand their activities in the United States. Because when you look at it the other way around, „America First“ means that investments in the US are more welcome than ever before. The boundless willingness to cooperate and increase friendly relations between Germany and the United States is an impression that ran like a thread through the countless discussions held by Henning Günther Wind LL.M., a tax advisor, finance graduate and partner at Ebner Stolz, during his visits to the United States, including at a high-caliber „100 Days of Trump“ event in New York with mid-sized companies and representatives of associations, chambers and business promotion offices.

DEUTSCHER MITTELSTAND IN DEN USA – BEISPIEL CHARLOTTE

Vor Ort ist der deutsche Mittelstand aufgrund der Trump-Administration nicht verunsichert. Das verdeutlichen die Eindrücke in der Region Charlotte, North Carolina, wo sich allein über 300 mittelständische Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum angesiedelt haben. Allerdings kommt es jetzt zum Lackmus-Test: Können unternehmensinterne Prozesse so auf die lokalen Erfordernisse angepasst werden, dass diese auf beiden Seiten des Atlantiks nahtlos Hand in Hand laufen? Kann die erforderliche „qualified workforce“ rekrutiert oder ausgebildet werden? Die administrativen Kapazitäten bei den Tochtergesellschaften in den USA sind gerade im Mittelstand ungleich geringer als im deutschen Stammsitz. Hier verpuffen Synergien oft „lost-in-translation“ - ein großes Wachstumshindernis. Die Einbeziehung lokaler Expertise ist von entscheidender Bedeutung, um alle Ressourcen zielgerichtet einsetzen zu können. Aus Beratersicht hat sich hier die Zusammenarbeit mit unseren Partnern aus dem Nexia-Verbund bewährt; in Charlotte ganz konkret mit CliftonLarsonAllen (CLA).

„ENGINEERED IN GERMANY“ ABER „MADE IN USA“

Erfreut sich die deutsche Kundschaft an „Made in Germany“ und nahezu endloser Möglichkeiten der Individualisierung, ist es für einen amerikanischen CEO entscheidend, dass er sofort kaufen kann – mit sofortiger Lieferung. Dabei nimmt er Abstriche bei der Ausstattung oder dem Grad der Individualisierung der bestellten Ware hin. Für ihn ist der Service rund um den Kauf von entscheidender Bedeutung. Damit ist in den USA eine ganz andere Infrastruktur (Logistik, Lagerhaltung und sehr schnell reagierende Serviceabteilung) erforderlich, als in Deutschland üblich. „Engineered in Germany“ ist in den USA gerne gesehen, aber es muss schon „Made in USA“ sein. Der deutsche Mittelstand kommt nicht umhin, sich den lokalen Gepflogenheiten mit lokalen Mitarbeitern anzupassen.

Und hier liegt der Dreh- und Angelpunkt für ein Engagement: Auch wenn das Investitionsklima gerade freundlich ist, berichten viele Mittelständler vor Ort von ihrer Schwierigkeit, „qualified workforce“ zu bekommen. Diese Lücke kann in Zeiten restriktiver Visa- und Work Permit-Handhabung in den USA auch nur schwer durch den verstärkten Einsatz von Expatriates, also vom deutschen Mutterhaus entsandter Fachkräfte, kompensiert werden. So war auch das Thema Ausbildung eines der Top-Themen der letzten USA-Reise der Bundeskanzlerin. Alle Zeichen stehen derzeit so, dass das deutsche Ausbildungssystem flächendeckend in den USA ausgerollt werden soll, um die so dringend erforderlichen Fachkräfte zu bekommen.

GERMAN MITTELSTAND IN THE UNITED STATES – CHARLOTTE, NC

On the ground in the United States, the Trump Administration has not caused German Mittelstand companies to lose their confidence. This was confirmed by the impressions gathered in the Charlotte, North Carolina region, where more than 300 Mittelstand companies from the German-speaking countries have set up shop. But now it is time for the litmus test: Can internal procedures at companies be adapted to local requirements so that they operate seamlessly on both sides of the Atlantic? Is it possible to recruit or train a qualified workforce? The administrative capacities at subsidiaries in the United States, particularly at Mittelstand companies are much smaller than at the German headquarters. Synergies often get „lost in translation“ – and that can get in the way of growth. It is critical to bring in local expertise so that all resources can work towards a common goal. From the consulting standpoint, our partnership with colleagues in the Nexia network has proven invaluable; specifically in Charlotte we have partnered with CliftonLarsonAllen (CLA).

„ENGINEERED IN GERMANY“ BUT „MADE IN USA“

While German customers prefer goods that are „Made in Germany“ with practically endless possibilities for customization, what American CEOs want is to be able to purchase right away – with immediate delivery. They are willing to put up with fewer features or a lower degree of customization of the ordered goods. What is decisive for them is the service associated with the purchase. This means that a completely different infrastructure is required in the United States (logistics, warehouse and a highly responsive service department) than is customary in Germany. „Engineered in Germany“ is popular in the United States, but it still has to be „Made in the USA.“ There is no way of getting around it: German Mittelstand companies must adapt to local customs with local employees.

And this is where the crux of the matter for an investment lies: even if the investment climate is downright friendly, many Mittelstand companies in the US report that it is very difficult to find a qualified workforce there. And it is difficult to close this gap in an age of restrictive visas and work permits in the United States by bringing in more qualified expat workers, i.e., from the German parent company. Accordingly the issue of education and training was one of the top items on the agenda during Angela Merkel’s last trip to the United States. Everything currently indicates that the German training system is to be rolled out across the board in the United States in order to produce the workforce that is so urgently needed.

VOR-ORT-UNTERSTÜTZUNG FÜR US-ENGAGEMENTS

In der Gesamtschau ist festzustellen: Die Türen in den USA stehen offen. Die dortige deutsch-amerikanische Community ist mehr als bereit, Hilfestellung zu leisten und Expandierende oder Neuankömmlinge mit offenen Armen zu empfangen und an den eigenen Erfahrungen teilhaben zu lassen. Auch und gerade in Zeiten des „America First" bieten sich Chancen, das eigene US-Engagement auszubauen oder zu begründen.

Henning Günther Wind, LL.M.
Steuerberater, Dipl.-Finw.
und Partner bei Ebner Stolz
in Stuttgart

ON-SITE SUPPORT FOR US INVESTMENTS

Overall the bottom line is clear: the United States is open for business. The German-American Community is more than willing to assist newcomers and companies that want to expand their business there, will welcome them with open arms and are happy to share their own experiences with them. Even and especially in times of „America First" there are excellent opportunities to invest in the US or expand operations there.

Henning Günther Wind, LL.M.
Tax Consultant and
Partner at Ebner Stolz
in Stuttgart

EINSCHÄTZUNG AUS SICHT DER WIRTSCHAFT

Für deutsche Unternehmen und insbesondere auch den deutschen Mittelstand sind die USA einer der wichtigsten Märkte. Dies spiegelt sich in zahlreichen Tochtergesellschaften, Niederlassungen oder Vertretungen wieder. Dabei hat sich die Metropolregion Charlotte als Magnet für mittelständische Unternehmen aus Deutschland entwickelt. Bereits rund 300 Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum haben sich dort angesiedelt. Dem trägt auch die Chamber of Commerce in Charlotte Rechnung. Sven Gerzer, Vizepräsident der Kammer, ist dort Hauptansprechpartner für deutsche und europäische Unternehmen. Sein Hauptfokus: Die Unterstützung deutscher Unternehmen beim Aufbau ihres US-Standorts. Wir fragen Herrn Gerzer, wie sich die Rahmenbedingungen und das Klima seit der Präsidentschaftswahl im November 2016 vor Ort in Charlotte verändert haben.

Herr Gerzer, die Charlotte Chamber of Commerce hilft deutschen Unternehmen bei der Ansiedlung in den USA, konkret in der Metropolregion Charlotte. Wie können Sie unterstützen?

Wir helfen bei allen Aspekten der Ansiedelung und Wachstum in Charlotte. Im ersten Schritt stellen wir alle Daten zum Standort Charlotte zur Verfügung: Von Daten und Statistiken zu Steuern, Kosten, Mitarbeiterqualifikationen und Lohnkosten über Informationen zu Gewerbeflächen bis hin zu Verzeichnissen verschiedener Industrien haben wir alle Informationen, die für eine Standortanalyse benötigt werden. Im zweiten Schritt organisieren wir einen Besuch vor Ort mit Terminen bei Dienstleistern, anderen ansässigen deutschen Firmen, Gewerbeflächen und individuellen Wohnmöglichkeiten. Der dritte Schritt umfasst dann einen Service zur Ansiedelung und Unterstützung zum Wachstum mit Einbindung in vorhandene Netzwerke. Vertraulich und kostenlos.

Welches sind die typischen Themen, die auf deutsche Investoren in den USA zukommen?

Die ersten Fragen sind in der Regel, wie man in den USA investiert und wie hoch sich die Kosten belaufen. Als zweite Priorität kommen dann Themen wie Produkthaftung, Visafragen, Steuern, Logistik und Mitarbeiterentsendung. Da es aber in Charlotte, sowie in den restlichen USA, ein sehr gutes Supportnetwork gibt, sind diese Themen relativ schnell abgearbeitet und Investoren können sich ihrer Hauptaufgabe, der Kundenakquirierung, widmen.

„America first", Wirtschaftsprotektionismus, Grenzkontrollen und Steuerreform - um nur ein paar der aktuellen politischen Themen in den USA zu nennen. Wie wirken sich diese aus Ihrer Sicht auf das Investitionsklima in Charlotte aus? Ist seither die Anzahl der Neuansiedlungen zurückgegangen oder eher angestiegen?

ASSESSMENT FROM THE VIEWPOINT OF THE ECONOMY

The United States is one of the most important markets for German companies in general and for the German Mittelstand in particular. This is reflected by the numerous German subsidiaries, branch offices and representative offices in that country. The Charlotte metropolitan area has become a magnet for German Mittelstand companies. More than 300 companies from the German-speaking countries have set up shop there. This is also borne out by the Chamber of Commerce in Charlotte. Sven Gerzer, the Vice President of the Chamber, is the primary contact person for German and other European companies. His main focus is on assisting German companies set up their US location. We asked Mr. Gerzer how the economic conditions and climate have changed in the Charlotte area since the presidential elections in November 2016.

Mr. Gerzer, the Charlotte Chamber of Commerce helps German companies set up shop in the United States, specifically in the Charlotte metropolitan area. How can you help?

We can assist with all aspects of setting up shop and growing your business in Charlotte. We can first provide all information about Charlotte as a place to do business: from data and statistics to taxes, costs, employee qualifications and wage costs to information on real estate and lists of various industries, we have all the information needed to evaluate the Charlotte area as a business location. We then organize a visit to Charlotte, with appointments with service providers, other local German companies, and commercial and residential real estate agents. The third step includes assistance with setting up shop and growth, including integration into existing networks. It is all confidential and free of charge.

What are the typical issues facing German investors in the United States?

The first questions are usually how to invest in the United States and how much it will cost. The second priority is then issues such as products liability, visa issues, taxes, logistics and employee relocation. But because there is an excellent support network in Charlotte, as in the rest of the United States, these issues can be dealt with relatively quickly so that investors can focus on their main task, which is acquiring new customers.

„America first," economic protectionism, border controls and tax reform – just to name a few of the hot political topics in the United States. How do you think they will affect the investment climate in Charlotte? Has the number of new businesses settling in the region decreased or increased?

Soweit hat sich die neue US Regierung noch nicht auf die deutsche Gemeinschaft sowie Neuansiedelungen ausgewirkt. Viele der Themen, die US-Präsident Trump angesprochen hat, sind entweder durch die Gerichte oder den US-Kongress gestoppt worden – oder Präsident Trump hat zwischenzeitlich seine Meinung geändert. Beispiele hierzu sind: die Gesundheitsreform – gestoppt vom Kongreß und Neuverhandlungen; das Visumsverbot für sieben muslimische Länder – von den Gerichten gestoppt; die Mauer an der Grenze zu Mexico – vom Kongress kein Budget erhalten; die Auflösung von NAFTA – auf Neuverhandlung von Präsident Trump abgemildert; die Auflösung von NATO – 180-Grad-Wende von Präsident Trump. Hierzu gibt es noch viele Beispiele. Bisher ist aber alles nur Rhetorik und hat keine großen Auswirkungen auf deutsche Firmen in den USA. Eine Steuerreform wird kommen, allerdings wird diese wohl nicht so groß ausfallen, wie von den Medien berichtet. Diese ist allerdings positiv für deutsches Investment in den USA, da die Steuerlast sinken wird.

In welchen Bereichen stehen ausländische und insb. deutsche Unternehmen vor größeren Herausforderungen als bisher?

Die größte Herausforderung wird die größere Unvorhersehbarkeit sein. Wie wird sich die Politik in der Zukunft auf Unternehmen auswirken und was wird noch alles kommen, sind die großen Fragen, die momentan niemand beantworten kann.

Wie können sich Unternehmen hierauf einstellen?

Planung und seine Hausaufgaben erledigen sind hier das A und O. Wenn man gut vorbereitet ist, alle nötigen Informationen gesammelt hat und ein gutes Team aus Dienstleistern zusammengestellt hat, sollte man eigentlich bereit sein, die zusätzlichen Herausforderungen zu meistern.

Thus far the new administration in the US has not had any effect on the German community or the number of German companies setting up shop in the region. Many of the issues raised by President Trump have either been stopped by the courts or the Congress, or President Trump has changed his mind in the meantime. Examples of this include healthcare reform – stopped by Congress and being renegotiated, the prohibition on visas for seven Muslim countries – stopped by the courts; the wall on the border to Mexico – not funded by the Congress; the dissolution of NAFTA – toned down by President Trump in renegotiations; the dissolution of NATO – a 180 degree turn by President Trump. There are many more examples like these. So far it is nothing more than rhetoric and has had no major effects on German companies in the United States. There will certainly be a tax reform, but it will not be as comprehensive as reported by the media. But this is a positive factor for German investments in the United States, since it will reduce their tax burden.

In what areas are foreign companies in general and German companies in particular now faced by greater challenges than before?

The biggest challenge is probably the lack of predictability. How politics will affect companies in the future and what else will happen are big questions that no one can currently answer.

How can companies prepare for this?

Making plans and doing your homework are key points. When you are well prepared, have gathered all necessary information and put together a good team of providers, you should be prepared to master the additional challenges.

Angesichts dieser eher unruhigen Zeiten, was raten Sie deutschen Unternehmen? Jetzt investieren oder eher abwarten?

Der amerikanische Markt war, ist und wird auch künftig ein sehr großer Markt für deutsche Unternehmen bleiben. Das amerikanische System der Gewaltenteilung funktioniert und Medienberichten sollte nicht zu viel Aufmerksamkeit geschenkt werden. Es ist zwar wichtig, informiert zu bleiben, aber der Medienhype sollte keine Auswirkungen auf geschäftliche Interessen haben. Wer in den USA investiert, investiert dort, weil der Markt, bzw. der potentielle Markt dort vorhanden ist und nicht aus politischen Gründen. Ich würde mich jedenfalls nicht von einzelnen Politikern abschrecken lassen, sondern nach dem Leitsatz handeln: Business is Business und die existierenden Hilfen von Dienstleistern und Wirtschaftsförderungsgesellschaften annehmen.

Sven Gerzer
Vizepräsident der Chamber of Commerce in Charlotte, USA

In view of these rather unsettled times, how would you advise German companies? Invest now, or wait awhile?

The American market was, is and will be a very large market for German companies. The American system of separation of powers works, and it is important not to pay too much attention to media reports. It is certainly important to remain informed, but the media hype should not have any effect on business interests. Someone who invests in the United States does so because the market or potential market is present, not for political reasons. In any event I would not let a few politicians scare me off, but would instead follow the motto „business is business“ and would rely on the assistance of suppliers and business promotion agencies.

Sven Gerzer
Vice President of the Chamber of Commerce in Charlotte, USA