

IHK-INFOS JUNI 2021

(Druckbare Vollversion)

INHALT	Seite
1. Standort Ostbelgien	
1.1. Firmengründungen	3
1.2. Konkurse	5
1.3. Information unseres Mitgliedsunternehmens Euregio.Net	6
1.4. Information unseres Mitgliedsunternehmens Kloster Heidberg	7
2. IHK aktuell	
2.1. Neue Verrechnungstarife ab 01.02.2021	8
2.2. Neue IHK-Mitglieder	9
2.3. CCI wallonnes : une certification en développement durable pour les entreprises	10
2.4. Praktisches Handbuch erschienen „The GDPR made simple(r) for SMEs“	12
3. Gesetzgebungen	
3.1. Gesetzestexte der Deutschsprachigen Gemeinschaft	13
3.2. Übersetzte Gesetzestexte anderer belgischen Institutionen	13
4. Veranstaltungen / Webinare	
4.1. Informationsveranstaltungen und Webinare des Verbunds der wallonischen IHKn (NEU)	14
4.2. Veranstaltungsreihe „Digital. Praktisch. Nah. – Virtuelle Roadshow“	15
5. Aus- und Weiterbildung	
5.1. Seminare der IHK in deutscher Sprache	16
5.2. Seminare der IHK in französischer Sprache	16
5.3. Weiterbildungen des ZAWM Eupen	16
5.4. Weiterbildungen des ZAWM St. Vith	16
5.5. Vorstellung Seminarreihe „Nachwuchsführungskräfte – entwickeln“	17
5.6. Die CCIW-Zertifizierung für nachhaltiges Unternehmertum	19
6. Wirtschaftsinfos und –recht	
6.1. Indexentwicklungen	21
6.2. Neue MwSt.-Vorschriften für den E-Commerce – ist Ihr Unternehmen bereit?	22
6.3. Quelles conséquences de la réforme du droit des contrats sur la relation avec vos partenaires	26
6.4. Attirer de nouveaux clients sur votre site grâce à l’Inbound Marketing	27
6.5. Werkstoffmarkt – wohin geht die Reise?	29
6.6. Das professionelle Auftreten in virtuellen Verhandlungen	31
6.7. Avez-vous déjà pensé à la certification ISO 50001 ?	33
6.8. Quid de l’impact du Covid-19 dans le calcul de la valeur de votre entreprise ?	34
7. Sozialgesetzgebung und Tarifpolitik	
7.1. Beiträge zum Landesamt für Soziale Sicherheit 2. Quartal 2021	37
8. Außenwirtschaft	
8.1. Weiterbildungen im Bereich Außenhandel	40
8.2. Auslandssprechtage der Wallonischen Region	41
8.3. L’équipe AWEX – Retrouver les CEC de l’AWEX	42
8.4. BREXIT : règles de localisation de transport de bien en matière de TVA et conséquences en matière douanière	43
8.5. Comment aborder le marché brésilien ?	50

9. Arbeitsmarkt	
9.1. Arbeitslosenzahlen der DG per 30.04.2021	51
9.2. Sommer-Schnupperwochen des IAWM vom 28. Juni bis 16. Juli 2021	53
9.3. Was Hochschulabsolventen wirklich wollen!	54
10. Innovation und Umwelt	
10.1. Europäische Innovations- und Technologiebörse	57
10.2. Innovationsnachrichten – Newsletter des Deutschen Industrie- und Handelskammertages	57
10.3. Renouvellement permis d’environnement et obligation générée par le Décret sol	58
10.4. Chercheurs et entreprises : deux univers qui changent notre monde !	59
11. Steuern, Finanzen und Beihilfen	
11.1. Einstellungs- und Ausbildungsbeihilfen in der Deutschsprachigen Gemeinschaft	61
11.2. Beihilfen für Unternehmen in der Wallonischen Region	62

1. Standort Ostbelgien

1.1. Firmengründungen vom 01.03.2021 bis 31.05.2021

Firma	Straße	PLZ - Ort	Unternehmens-Nr.	Tätigkeit	Beschluss vom
PIETRI SRL	Rue Saint-Aubin 30	4960 MALMEDY	0764.427.504	Schreinerei	02/03/2021
TRANSPORT LOUIS HEINEN GMBH	Stockem 45	4700 EUPEN	0764.421.762	Transportunternehmen	02/03/2021
ATELIER LEYDER GMBH	Gewerbestraße 31A	4731 EYNATTEN	0764.493.424	Wand- und Bodenbeläge	03/03/2021
MMCA CONSTRUCTION SRL	Rue des Tchenas 12	4950 SOURBRODT	0764.698.807	Bauinstallationen	09/03/2021
LES TERRASSES DE J.H. CAVENS SRL	Avenue de Norvège 4	4960 MALMEDY	0764.745.822	Immobilien	10/03/2021
OUANALAO FILM PRODUCTIONS SRL	Rue du Triquet 6/A	4950 WAIMES	0764.792.045	Filmproduktionen	10/03/2021
KDS-K9 KAISER'S DOG SERVICE GMBH	Unter den Linden 5	4750 ELSNBORN	0764.865.883	Haustierbedarf	15/03/2021
RM AUTOMOTIVE GMBH	Molkereiweg 16	4770 AMEL	0764.995.943	KFZ-Handel	16/03/2021
KRAFT NICO GMBH	Hergenrather Str. 70	4730 RAEREN	0765.141.146	Metallkonstruktionen	16/03/2021
MECAIMMO GMBH	Zur Domäne 57	4750 BUTGENBACH	0765.141.245	Immobilien	16/03/2021
MULTI GROUP INVEST SRL	Grand Rue 54	4960 MALMEDY	0765.267.444	Hôtel, Restaurant	19/03/2021
PASCAL EXTRA GMBH	Steinkaulstraße 56	4720 KELMIS	0765.349.794	Bauarbeiten	22/03/2021
CONREAL GMBH	Langenbend 8/A	4730 RAEREN	0765.377.015	Beratung, Consulting	22/03/2021
JS CONCEPTION SRL	Rue de la Crope 9	4950 FAYMONVILLE	0765.429.176	Heizung, Lüftung	23/03/2021
T. MGT GmbH	Schmitzgasse 53	4780 ST. VITH	0765.594.472	Buchhaltung	26/03/2021
AZT GMBH	Am Stein 20	4780 RECHT	0765.594.076	Buchhaltung	26/03/2021
K. QUETSCH SRL	Rue des Francs 22	4950 WAIMES	0765.579.725	Buchhaltung	26/03/2021
A. MERTENS SRL	Al Gofe 13	4960 MALMEDY	0765.579.032	Buchhaltung	26/03/2021
E. SCHAUS SRL	Rue de la Gare 15A/1	4960 MALMEDY	0765.621.295	Buchhaltung	26/03/2021
ORCEG SRL	Sous Bernister 32A	4960 MALMEDY	0765.701.172	Consulting, Beratung	30/03/2021
AUX SAVEURS D'ITALIE SRL	Rue d'Eupen 20	4950 WAIMES	0766.301.285	Horecabetrieb	07/04/2021

CASA CAPITOL GMBH	Klosterstraße 36	4780 ST. VITH	0766.403.730	Immobilien-gesellschaft	08/04/2021
WARIMAD GMBH	Hochstraße 34	4700 EUPEN	0766.565.759	Versicherungen	13/04/2021
IMMA+ GMBH	Gartenstraße 24	4750 ELSNBORN	0766.839.438	Immobilien	20/04/2021
NEAM GMBH	Stockem 49	4700 EUPEN	0766.893.480	Unternehmensberatung	21/04/2021
HIG GMBH	Lanzerath 66	4760 BÜLLINGEN	0766.867.548	Beteiligungsgesellschaft	21/04/2021
DIWERA GMBH	Patronagestraße 3D	4720 KELMIS	0766.945.445	Horecabetrieb	22/04/2021
PEPINIERES GABRIEL SRL	Planche 26/Bte A	4960 MALMEDY	0766.922.283	Gartengestaltung	22/04/2021
GR-IMMO-KA GMBH	Breite Wege 11	4730 RAEREN	0767.390.952	Immobilien	26/04/2021
IMMO WAYS SRL	Rue de la Vieille Ferme 6A	4960 MALMEDY	0767.452.617	Immobilien	27/04/2021
TORTECHNIK HEEREN GMBH	Lascheterfeld 61	4700 EUPEN	0767.451.330	Tore und Schranken	27/04/2021
UKKONEN GMBH	Am Hertogenwald 11	4700 EUPEN	0767.454.694	Dienstleistungsunternehmen	27/04/2021
PIANZO GMBH	Knippweg 5	4700 EUPEN	0767.458.852	Managementberatung	27/04/2021
L'ADAMRE SRL	Place Albert Ier 38	4960 MALMEDY	0767.711.151	Horecabetrieb	04/05/2021
JULIEN BOVEROUX GMBH	Neundorfer Straße 241/1	4780 ST. VITH	0767.788.652	Gartengestaltung	06/05/2021
EDISON CONSULTING GMBH	Schönefelderweg 89/08	4700 EUPEN	0767.928.016	Beratung, Consulting	10/05/2021
IMMO RÖHL AG	Messeweg 22	4761 ROCHERATH	0767.949.691	Immobilien	11/05/2021
DANDOO CORPORATE GMBH	Stockem 19	4700 EUPEN	0768.269.296	Immobilien	12/05/2021
BAJO CONSTRUCT GMBH	Kirchstraße 4/0002	4700 EUPEN	0768.256.133	Bauunternehmen	12/05/2021
GUT STESTERT TERRA GMBH	Stestertstraße 31	4731 EYNATTEN	0768.388.864	Immobilien	17/05/2021
OBECK ESTATE GMBH	Eupener Straße 61	4731 EYNATTEN	0768.382.035	Immobilien	17/05/2021
OBECK BELGIUM GMBH	Eupener Straße 61	4731 EYNATTEN	0768.382.530	Verpackungsmaterial	17/05/2021
J.E.C. SOLUTIONS SRL	Champagne 77	4950 WAIMES	0768.608.006	Consulting, Beratung	25/05/2021
T & P JACOBS GMBH	Hagbenden 35	4731 EYNATTEN	0768.720.446	Unternehmensberatung	27/05/2021
HAGA GMBH	Steinerberg 1	4780 ST. VITH	0768.712.429	Unterhaltsprodukte	27/05/2021
G-INVEST GMBH	Bornstraße 7A	4750 BÜTGENBACH	0768.811.310	Finanzdienstleistungen	31/05/2021

1.2. Konkurse vom 01.03.2021 bis 31.05.2021

<u>Firma</u>	<u>Tätigkeit</u>	<u>Datum</u>	<u>Motif</u>	<u>Konkursverwalter</u>	<u>Kommissarischer Richter</u>
AB&S TRADING SPRU Rue de la Gare 1/1 4700 EUPEN	Einzelhandel	04/03/2021	Auf Ladung	ORBAN	MARAITE
A.W.Z. GMBH Heppenbach, Honsfelder Straße 16 4770 AMEL	Gipsarbeiten	11/03/2021	Auf Geständnis	KURTH	RAUW
CHRISTOF KONZE GARTEN & LANDSCHAFTSBAU PGMBH Breberesweg 67 4710 LONTZEN	Gartenanlagen	01/04/2021	Auf Geständnis	KURTH	WEYNAND
PRO LEATHER S.A. Industriestraße 26 4700 EUPEN	Lederwaren	01/04/2021	Auf Geständnis	DUYSTER	EMONTS-GAST
METMA GMBH H.-Reulandt-Straße 1 4780 ST. VITH	PKW-Reparatur	06/05/2021	Auf Ladung	RANSY	EMONTS-GAST
TRANS GLOBE OUTDOOR UND FREIZEIT MARKT GMBH Aachener Straße 212 4730 RAEREN	Kleidergroßhandel	06/05/2021	Auf Ladung	RANSY	EMONTS-GAST
SPARTAN SPORTS GMBH Malmedyer Straße 22D 4780 ST. VITH	Fitnesscenter	20/05/2021	Auf Geständnis	HABETS	HUGO



Domains Webhosting Consulting Development Marketing

Euregio.Net AG

Wirtzfeld, Zur Holzwarche 29
B-4760 Büllingen
info@euregio.net
www.euregio.net

- ✓ redundante Server in belgischen Rechenzentren
- ✓ 24/24h Überwachung der Internet-Infrastruktur
- ✓ professionelle Spam- und Antivirus-Firewall
- ✓ Websites, Shops, Buchungssysteme, Foren
- ✓ LAMP Stack (Linux, Apache, MySQL, PHP)
- ✓ Hosted Exchange & Windows .NET Server
- ✓ SEO-Optimierung, Reichweitenmessung
- ✓ Responsive Web Design

Einige Kunden-Beispiele



TOLL! Belgium: Gewächshäuser, Pavillons, Hochbeete...
Firmen- und Produktpräsentation
www.tollbelgium.com



ANIMALVith Tierarztpraxis
Online Visitenkarte
www.animalvith.be

WordPress Webhosting seit 2005



Managed WordPress, auf Wunsch inklusive

- ✓ Cloudflare CDN
- ✓ Redis, Varnish oder Memcached
- ✓ WPML (WordPress Multilingual)
- ✓ WP-Rocket Beschleuniger
- ✓ Elementor Pro Page Builder
einschl. 300+ Designvorlagen



Goldschmied Marc Siquet
Firmenportrait und Kreationen
www.siquet.be



Beverly Weekend Ferienwohnungen
Präsentation und Buchungssystem
www.beverlyweekend.com



A SPECIAL PLACE FOR SPECIAL EVENTS

Für all Ihre Betriebs- oder Privatevents

- 38 Einzel- & Doppelzimmer, davon eins barrierefrei
- 5 Seminar- und Tagungsräume von 30 m² von 285 m²
- Kapazität bis zu 300 Personen
- Tageslicht in jedem Tagungsraum
- Umfangreiche moderne Tagungstechnik
- Privatparkplatz für 80 PKWs
- WLAN Internet
- Vollständig barrierefrei



Kloster Heidelberg
Bahnhofstraße 4 | B-4700 Eupen
Tel.: +32 (0) 87 / 39 22 50 | info@klosterheidelberg.be

www.klosterheidelberg.be

2. IHK aktuell

2.1. Neue Verrechnungstarife

TARIFLISTE – NEU (gültig ab 01. Februar 2021)

Dienstleistung	Mitgliedsfirma	Nicht-Mitglied
Beglaubigungen:		
1. Ursprungszeugnisse digital:	15,76 €	idem
Ursprungszeugnisse auf Papier:	18,02 €	idem
- pro Kopie	1,97 €	idem
2. Rechnungen mit oder ohne UZ		
- Original	44,67 €	44,67 €
- pro Duplikat:	14,04 €	14,04 €
3. Verträge, Bescheinigungen, ...		
- Original	57,42 €	57,42 €
- pro Duplikat	14,04 €	14,04 €
4. Bescheinigung auf IHK-Papier		
- Original	57,42 €	57,42 €
- pro Duplikat	14,04 €	14,04 €

2.2. Neue IHK-Mitglieder

HR OSSEMANN Talent Management

Latenbau 18
4711 WALHORN

Unterstützung von Unternehmen von der Personaleinstellung über die Talententwicklung bis hin zum Leistungsmanagement

rachel@hr-osseman.be

www.hr-osseman.be

I.P.S. BELGIUM SPRL

Grünthal 17
4728 HERGENRATH

Allgemeine Lufttechnik, Luftreiniger auch gegen Viren, Verkauf und Wartungen, Ventilatoren

info@ips-belgium.net

SEALTECH S.A.

Industriezone Rovert – Hagbenden 39 A
4731 EYNATTEN

www.sealtech.be

Vertrieb von hydraulischen Dichtungen

Fabrication et commerce de joints hydrauliques

2.3. CCI wallonnes : une certification en développement durable pour les entreprises



Conférence de presse de CCI Wallonie du 30 mars 2021

PROGRAMME DE CERTIFICATION EN DEVELOPPEMENT DURABLE

Philippe Barras, Président de CCI Wallonie

CCI wallonnes : une certification en développement durable pour les entreprises...

C'est une première en Wallonie !

Les Chambres de Commerce & d'Industrie wallonnes proposent une **certification en développement durable**, en partenariat avec le **CIFAL**, antenne régionale de l'UNITAR (« The United Nations Institute for Training and Research » - agence de l'ONU en charge du développement durable).

Le **programme commun des CCI s'adresse à toute entreprise active en Wallonie** ; mené en trois ans, il débouche donc sur un certificat validé qui témoigne que le récipiendaire a officiellement couvert 17 Objectifs de Développement Durable épinglés par les Etats membres des Nations unies, groupés en 5 catégories (les 5 « P » : « planet », « people », « prosperity », « peace », « partnership »).
Fixés en 2015, les ODD devraient être atteints d'ici 2030.

Le développement durable : incontournable !

« L'approche développement durable devient véritablement incontournable, a insisté Philippe Barras, Président des CCI Wallonie, lors d'une conférence de presse donnée ce 30 mars 2021. La tendance à l'inclure dans les critères de sélection des marchés publics se renforce d'ailleurs ». Et de poursuivre : « En ce qui concerne la Région wallonne, le SPW a créé un comité de pilotage ODD avec les entreprises en vue d'assurer une cohérence des actions qui regroupe, entre autres, des représentants de l'UWE, des CCI, de l'AWEX, la Sowalfin, ... »

Un programme sur 3 ans...

Le nouveau service aux entreprises des CCI s'appuie sur une méthodologie éprouvée par VOKA/KVK, inscrits depuis 2018 dans un partenariat avec le CIFAL.

« L'approche, la méthode, la valeur de la certification seront les mêmes pour toute la Belgique* », a accentué Philippe Barras.

Concrètement, l'entreprise qui aura mené à bien un programme d'actions de 10 sous-objectifs couvrant 4 « P » différents, la première année, se verra attribuer une certification provisoire des CCIW.

Pour les années 2 et 3, ce même nombre de cibles atteintes est requis pour un renouvellement de cette certification par les CCIW.

Si, à l'issue des 3 années, les 17 ODD ont été couverts, l'entreprise décrochera alors une certification UNITAR par le biais du CIFAL, reconnaissance internationale, et le titre SDG Pioneer. C'est encore le CIFAL qui effectuera les contrôles les 3 années suivantes...

En progressant davantage encore, l'entreprise pourra prétendre au titre SDG Champion et, cerise sur le gâteau, SDG Ambassador.

« 88 entreprises sont déjà au stade de SDG Pioneer en Flandre ! » indique Philippe Barras. La formule séduit donc nos voisins du Nord et l'intérêt pour cette reconnaissance est de plus en plus prononcé.

Pour ce dernier, si les grandes entreprises ont été les plus réactives sur la question, les PME, elles aussi, manifestent leur souhait d'en connaître davantage sur l'initiative des CCI. « La première année, une approche de type coaching et la mobilisation de l'entreprise sur ce qui peut être directement mis en œuvre est d'autant plus aisée à réaliser dans ces structures de type PME ».

Trajet de certification...

Mais quelles démarches la société intéressée par cette certification doit-elle entreprendre ?

Dans un premier temps, elle est invitée à prendre contact avec sa CCI locale qui recueillera sa marque d'intérêt et ses coordonnées.

Plus tard, lors d'une réunion de lancement de projet, sera analysé son respect des législations et normes sociales et environnementales. S'il est jugé insatisfaisant, l'entreprise disposera alors d'un an pour se mettre en ordre. Un diagnostic des actions en développement durable déjà mises en place dans l'entreprise sera aussi effectué.

« L'entreprise pose déjà une série d'actions dans ce sens, parfois toutes simples et qu'elle ne pense peut-être pas à répertorier, comme l'installation d'ampoules LED ou de fontaines de distribution d'eau », illustre le président des CCI Wallonie.

Dans un troisième temps, les échanges se poursuivront autour de l'élaboration d'un programme d'actions pour les années 1,2 et 3, à faire valider par un comité d'évaluation (ndlr : représentants SPW-ODD, UWE, CCIW, AWAC, SPGE, APEFE, ainsi que 3 experts dont Olivier de Schutter, rapporteur spécial des Nations Unies sur l'extrême pauvreté et les droits humains) avant sa mise en œuvre et son évaluation, à mi-parcours dès la première année. Enfin, à l'issue du trajet de certification et en supposant que les objectifs soient remplis, la société accède au « Graal » et décroche le certificat.

Le coût de la participation en vue de couvrir les frais : de 1500 à 3600 euros/an...

Mais quels bénéfices pour l'entreprise certifiée !

« Les entreprises qui sont déjà inscrites dans des actions RSE y trouvent une poursuite logique de leur démarche, sur une échelle plus large, transversale. Elles introduisent davantage encore le DD dans la culture d'entreprise, renforçant également au passage leur image d'entreprise responsable et dynamique. Celle-ci contribue à attirer et retenir leurs collaborateurs. Et on sait combien les Millennials y sont sensibles. Les projets de DD vont mobiliser l'ensemble de l'entreprise et ses stakeholders, actionnaires, fournisseurs, clients... C'est une évolution vers un nouveau business model incontournable. Enfin, au sein du vaste réseau créé, les échanges de bonnes pratiques vont largement circuler ! », conclut Philippe Barras.

Sie sind interessiert?

Weitere Informationen finden Sie auf Seite 19

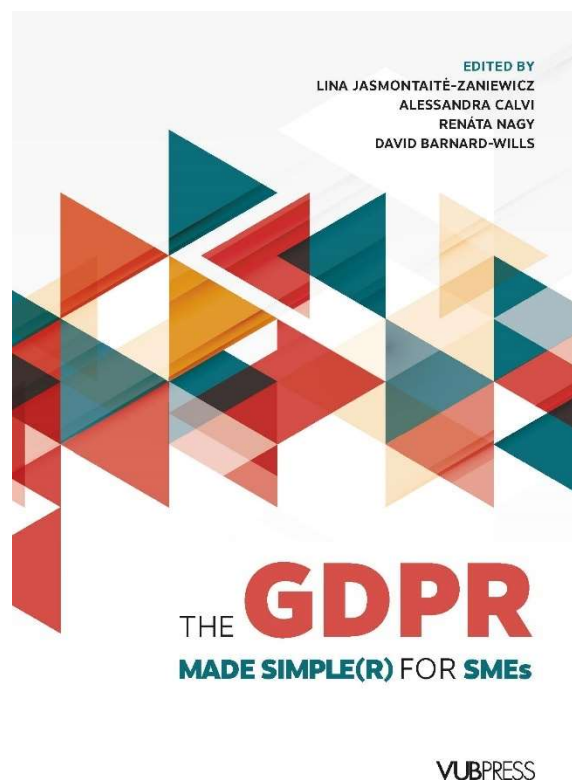
2.4. Praktisches Handbuch erschienen „The GDPR made simple(r) for SMEs“

Wir berichteten bereits vormals z.B. anlässlich unserer Informationsveranstaltung Anfang 2018 über die Auswirkungen der Datenschutz-Grundverordnung für Unternehmen. Nun ist zu dieser Thematik ein Handbuch in englischer Sprache erschienen.

Das praktische Handbuch beinhaltet sowohl die erforderliche Anleitung wie auch praktische Orientierungshilfen für kleine und mittelständische Unternehmen in Sachen GDPR (General Data Protection Regulation).

Das Nachschlagewerk vermittelt einen Überblick sowohl über den rechtlichen Kontext als auch über die wichtigsten Anforderungen an KMU bei der Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung (DS-GVO) die seit dem 25. Mai 2018 in der gesamten europäischen Union unmittelbar gelten.

Wir erhielten hiervon einige Exemplare in unserer IHK. Nach Rücksprache mit uns (Tel. 087/555963 oder E-Mail info@ihk-eupen.be) können Sie gerne ein kostenloses Exemplar erhalten.



3. Gesetzgebung

3.1. Gesetzestexte der Deutschsprachigen Gemeinschaft

3.2. Übersetzte Gesetzestexte anderer belgischen Institutionen

4. Veranstaltungen / Webinare

4.1. Informationsveranstaltungen und Webinare des Verbunds der wallonischen IHKn

Die Industrie- und Handelskammern der Wallonie haben gemeinsam beschlossen, ihre zukünftigen Webinare und Informationsveranstaltungen allen Mitgliedsunternehmen ihres Kammernetzes zu öffnen.

Hierbei handelt es sich sowohl um kostenfreie als auch um kostenpflichtige Veranstaltungen, die zum größten Teil in französischer Sprache angeboten werden.

Auch unsere Mitgliedsunternehmen werden also zukünftig von diesem Angebot profitieren können.

Als IHK-Mitglied gilt für Ihr Unternehmen hierbei der angegebene Vorzugspreis (tarif pour les membres). Die anschließende Kostenabrechnung im Falle einer Teilnahme erfolgt durch unsere IHK.

Einige unserer Mitgliedsfirmen haben bereits in den vergangenen Wochen von dem Angebot profitiert, indem Sie an Webinare der Chambre de Commerce et d'industrie du Brabant Wallon zum Vorzugspreis teilgenommen haben.

Wir werden regelmäßig über zukünftige Veranstaltungen und Webinare aus dieser Reihe via IHK-Kurzinfos informieren.

Aktuelle Angebote aus dieser Reihe finden Sie ab sofort über nachfolgenden Link auf unsere Homepage vor: https://www.ihk-eupen.be/de/03_veranstaltungen/05_franzoesisch.html

Herzliche Einladung!

Für Rückfragen stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.

info@ihk-eupen.be

4.2. Veranstaltungsreihe „Digital. Praktisch. Nah. – Virtuelle Roadshow

Für mittelständische Unternehmen ist die Umsetzung und das Vorantreiben der Digitalisierung eine wichtige Voraussetzung, um im nationalen und internationalen Wettbewerb zu bestehen.

Vor diesem Hintergrund laden verschiedene Akteure, wie das Kompetenzzentrum „Digital in NRW“, die IHK Aachen und digital HUB Aachen e.V. zu der kostenfreien Veranstaltungsreihe **„Digital. Praktisch. Nah. Virtuelle Roadshow“** ein.

Ziel der Veranstaltungsreihe ist es, spezifische Problemstellungen digitaler Transformationsprozesse entlang der Wertschöpfungskette von KMU zu behandeln.

Nachfolgend die Angaben der nächsten Veranstaltungen, die in digitaler Form stattfinden:

18. Juni 2021: Digitalisierung und KI in der Lasertechnik

Digitales Unternehmerfrühstück: Erleben Sie digitale Anwendungen in der Lasertechnik bei der LUNOVU GmbH und im Fraunhofer ILT inklusive Live-Rundgänge und Demos:

Freitag, 18. Juni 2021, 08:15 bis 10:15 Uhr

Die Anmeldung zur Teilnahme erfolgt über diesen Link:

www.digital-in-nrw.de/lasertechnik

23. Juni 2021: Digitale Transformation erleben!

Unternehmen in Transformation aus dem digitalHUB Aachen:

Mittwoch, 23. Juni 2021, 12:30 bis 14:30 Uhr

Die Anmeldung zur Teilnahme erfolgt über diesen Link:

www.digital-in-nrw.de/digitale-transformation

Aufgrund der strukturierten Zusammenarbeit unserer IHK mit der IHK Aachen steht diese Veranstaltungsreihe natürlich auch unseren Mitgliedsfirmen kostenfrei offen.

Herzliche Einladung!

5. Aus- und Weiterbildung

5.1. Seminare in deutscher Sprache – siehe IHK-Webseite
Veranstaltungen -> Weiterbildung

5.2. Seminare in französischer Sprache – siehe IHK-Webseite
Veranstaltungen -> Weiterbildung

5.3. Weiterbildungen des ZAWM Eupen:
<https://www.levelup-akademie.com/>

5.4. Weiterbildungen des ZAWM St. Vith:
www.weitermitbildung.be

5.5. Vorstellung der Seminarreihe „Nachwuchsführungskräfte – entwickeln“ vom 4.5.2021

Sehr geehrte Damen und Herren,
wertes Mitglied!

Möchten Sie als Betriebsleiter(in), Unternehmer(in) oder Personalleiter(in) in Ostbelgien wirksam Ihre Nachwuchsführungskräfte **entwickeln** und sie **nachhaltig begleiten**? Am 4. Mai 2021 fand die Online-Vorstellung des neuen Konzepts und des Rahmens der nun entwickelten Seminarreihe für Nachwuchsführungskräfte statt. Das Dozententeam wurde ebenfalls vorgestellt.

Dies ist eine gemeinsame Initiative der LevelUp Akademie, der IHK-Eupen-Malmedy-St.Vith, des Arbeitgeberverbands AVED und wird vom Fachkräftebündnis Ostbelgien unterstützt.



Nachwuchsführungskräfte – *entwickeln*

Vorstellung der Seminarreihe, 04. Mai 2021

Benno Dunkmann

Kooperation :



Partner:



Rahmen & Seminarreihe 2021

Umfang:

- 10 Seminartage - 1x pro Monat - jeweils der zweite Mittwoch (Sept21-Juni22)
- 2 individuelle Coaching-Termine, 20 Min. pro Teilnehmer
- Maximum 15 Teilnehmer
- Durchführung im ZAWM Eupen, Vollverpflegung
- **Voraussetzung** zur Teilnahme: der Kandidat hat bereits, bzw. übernimmt vor Ende September 2021 **Führungsverantwortung** im Unternehmen.

- **Info & Anmeldung**, online unter: www.levelup-akademie.com/leadership

Einschreibegebühr: 3.900€ / Person

Zuschüsse durch die DG möglich*:

- Bildungsurlaub der DG - 1.704€
- BRAWO der DG - 1.000€
- Restbetrag: 1.196€

*Für die Antragsteller und Firmen gelten die Bedingungen der DG. Die genannten Zuschüsse sind nur unter Umständen kumulierbar. Angaben der Beträge sind tagesaktuell und somit ohne Gewähr. Die Seminarreihe ist zugelassen und erfüllt die Bedingungen für beide Zuschüsse.

Benno Dunkmann - Leiter Weiterbildung
ZAWM - 04.Mai 2021

Zentrum für Aus- und Weiterbildung
des Mittelstandes Eupen V.o.G.
www.zawm.be



Seminartage 1 bis 5

Modul	Inhalt
(1) Mindset & Strategie in der Führungsrolle <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vom Kollegen zum Chef: Die eigene Rolle finden und selbstbewusst abgrenzen ✓ Grundprinzipien guter zeitgemäßer Führung beherrschen ✓ Strategisch führen mit klaren Zielen und gemeinsamen Werten
(2) Delegieren und Eigenverantwortung fördern <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verantwortung übertragen und Rückdelegation verhindern ✓ Lösungsorientiertes Denken und Handeln fördern ✓ Digital auf Distanz versus physisch vor Ort führen
(3) Stärken und Talente entwickeln <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Unterschiedliche Persönlichkeitstypen gezielt einsetzen ✓ Potentiale erkennen und Komfortzone erweitern ✓ Vertrauensvorschuss gewähren und Fehlerkultur leben
(4) Souveränes (kritisches) Feedback geben <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Führen über Fragen statt Ratschläge ✓ Lob und Kritik richtig anwenden ✓ Mitarbeitergespräche führen
(5) Gekonnt kommunizieren und moderieren <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 Regeln erfolgreicher Kommunikation beherrschen ✓ Effiziente Meetings halten (online und offline) ✓ Zeitmanagement betreiben (digitale Tools, Automatisierung)



Benno Dunkmann - Leiter Weiterbildung
ZAWM - 04.Mai 2021

Zentrum für Aus- und Weiterbildung
des Mittelstandes Eupen V.o.G.
www.zawm.be



Seminartage 6 bis 10

Modul	Inhalt
(6) Stress-Management <i>(1 Tag, U. Meiborg)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Was Stress bedeutet und wann es gefährlich ist ✓ Förderliche Denkweisen und Einstellungen entwickeln ✓ Stress-Situationen wahrnehmen, annehmen und verändern
(7) Konflikte lösen <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mit „schwierigen“ Menschen zielführend arbeiten ✓ Beobachten statt Bewerten ✓ Konstruktiv Kritik ohne zu demotivieren
(8) Veränderungen erfolgreich meistern <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Strategisch mit Bedacht planen, Ängste ernst nehmen ✓ Flexibilität im Geiste und der Organisation gewährleisten ✓ Mitarbeiter auf der Reise mitnehmen (auch die Skeptiker)
(9) Mitarbeiter finden und binden <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Attraktiv als Arbeitgeber auftreten (Employer Branding) ✓ Gezielt passende Personen ansprechen (statt Stelle besetzen) ✓ Generationen Y und Z gewinnen und motivieren
(10) Am Ball bleiben und proaktiv vernetzen <i>(1 Tag, D. Gerigk)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mit Konsequenz und Ausdauer Ziele und KPIs erreichen ✓ Netzwerke bilden, Rückfall in Verhaltensmuster verhindern ✓ Proaktiv Feedback und Coaching erfragen und geben



Benno Dunkmann - Leiter Weiterbildung
ZAWM - 04.Mai 2021

Zentrum für Aus- und Weiterbildung
des Mittelstandes Eupen V.o.G.
www.zawm.be



Weitere Infos finden Sie hier: <https://www.levelup-akademie.com/leadership>

5.6. Die CCIW-Zertifizierung für nachhaltiges Unternehmertum der Industrie- und Handelskammer der Wallonischen Region (CCIW)



Die CCIW-Zertifizierung für nachhaltiges Unternehmertum der Industrie- und Handelskammer der Wallonischen Region (CCIW), der auch unsere IHK angehört, ermöglicht Ihrem Unternehmen die praktische Umsetzung des nachhaltigen Unternehmertums.

Jedes Unternehmen kann sich, unabhängig der Tätigkeitsart und der Betriebsgröße, für ein ständiges nachhaltiges Unternehmertum mit eigenen Zielen und anhand eines optimierten Aktionsplans entscheiden. Die **17 Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung** stellen den zu befolgenden universellen Rahmen dar. Das teilnehmende Unternehmen unterbreitet nach einer einjährigen praktischen Umsetzung seine Resultate einem Ausschuss von unabhängigen Experten und erhält, im Falle einer positiven Bewertung, das **CCIW-Zertifikat**.



Im Anschluss an das Gipfeltreffen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen unterzeichneten 193 Staats- und Regierungschefs Ende September 2015 in New York die Erklärung „**Transformation unserer Welt**“. Schlüsselement dieser Vereinbarung ist ein Paket von 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs), die es bis 2030 zu erreichen gilt. Die Agenda 2030 ist zugleich ehrgeizig und innovativ: die Rolle der Unternehmen ist entscheidend und wird in den Vordergrund gerückt. Die „SDGs“ erlauben bestens eine kritische Betrachtung der Unternehmensstrategien und der zukunftsgerichteten Geschäftspläne. Sind unsere Industrie-, Handels- und Dienstleistungsaktivitäten Teil des Problems oder Teil der Lösung? Inwieweit fügen sich unsere betrieblichen Aktionen im Rahmen der sozialen Verantwortung in dieses neue Programm für nachhaltiges Unternehmertum ein?

Die CCIW ist der festen Überzeugung, dass die Unternehmen einen bedeutenden Beitrag zur Verwirklichung dieser Ziele leisten können und nutzt diese als universellen Rahmen für das im Herbst 2020 gestartete Zertifizierungsprogramm für nachhaltiges Unternehmertum.

BASISPRINZIPIEN

Jedes Unternehmen, das sich für das **Programm zur Zertifizierung für nachhaltiges Unternehmertum** entscheidet, verpflichtet sich:

- die betriebliche Nachhaltigkeit proaktiv in seine Unternehmenspolitik zu integrieren;
- Zielsetzungen und konkrete Aktionen, die mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen kompatibel sind, festzulegen;
- die erreichten Resultate dem Bewertungsausschuss vorzulegen;
- in seiner externen Kommunikation die umgesetzten Aktionen zu integrieren;
- im ständigen Respekt gegenüber den Umwelt-, Sozial- und Wirtschaftsgesetzgebungen zu arbeiten.

WER KANN TEILNEHMEN ?

Jedes Unternehmen und jede Organisation kann die Teilnahme beantragen und dies unabhängig der Betriebsgröße, der Personalstärke oder der Tätigkeitsart. Die einzige Vorabbedingung ist die, die Umwelt-, Sozial- und Wirtschaftsgesetzgebungen zu respektieren und in der Folge einen Aktionsplan zu erstellen und umzusetzen.

BEWERTUNGS-AUSSCHUSS

Die Bewertung der teilnehmenden Unternehmen erfolgt durch den vom Vorsitzenden der CCIW geleiteten Bewertungsausschuss, der sich aus unabhängigen Fachleuten, Vertretern verschiedener öffentlicher Dienste, von Organisationen und Unternehmen zusammensetzt. Der Bewertungsausschuss ist kein Kontrolldienst, sondern unterstützt in konstruktiver Weise die Unternehmen bei der Umsetzung ihrer Ziele für nachhaltiges Unternehmertum. Die Mitglieder des Bewertungsausschusses verpflichten sich dazu, alle seitens der teilnehmenden Unternehmen erhaltenen Informationen vertraulich zu behandeln und diese ausschließlich für die Bewertung mit dem Ziel der Erteilung des Zertifikats für nachhaltiges Unternehmertum zu nutzen.

Sie wünschen weitere Informationen ? Kontaktieren Sie Ihre lokale Industrie- und Handelskammer.

Herbesthaler Str. 1A, B-4700 Eupen • +32 87 55 59 63 • www.ihk-eupen.be • volker.klinges@ihk-eupen.be



ZUSAMMENFASSUNG DES ZERTIFIZIERUNGSPARCOURS (ARBEITSMETHODIK)



Jedes Jahr: Erteilung eines CCIW-Zertifikats.

Falls das CCIW-Zertifikat dreimal innerhalb von 5 Jahren erteilt und für jedes der 17 Ziele zumindest eine Aktion erfolgreich durchgeführt wurde: Erteilung des UNITAR-Zertifikats.

VORAB-AUDIT

- Bilanz der Ist-Situation im Bereich der nachhaltigen Entwicklung;
- Überprüfung der Einhaltung der Finanz-, Sozial- und Umweltverpflichtungen;
- Austausch über mögliche Aktionen.

AUSARBEITUNG DES AKTIONSPANS

- Auswahl von 10 Aktionen, die dem Unternehmen zugeschnitten und im Einklang mit den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen sind;
- Die Aktionen und Ziele werden „SMART“ formuliert (SMART = spezifisch-messbar-akzeptabel und zukunftsgerichtet-realisierbar-zeitbegrenzt);
- Bereits gestartete Aktionen (diese werden optimiert) und Machbarkeitsstudien sind als Aktionen im Rahmen des Parcours zulässig.

VALIDIERUNG DURCH DEN BEWERTUNGS-AUSSCHUSS

- Falls Nicht-Konformitäten im Rahmen des Vorab-Audits identifiziert wurden, müssen Korrekturmaßnahmen eingeleitet werden;
- Der Ausschuss validiert oder nicht den Aktionsplan des Unternehmens;
- Der Aktionsplan berücksichtigt die Betriebsgröße und die Tätigkeitsart.

UMSETZUNG DES AKTIONSPANS

- Das Unternehmen setzt den Aktionsplan während einer Laufzeit von 12 Monaten um.

BEGLEITUNG ZWISCHENDURCH

- Die Begleitung zwischendurch seitens des Bewertungsausschusses erfolgt entweder per E-Mail oder anlässlich eines Firmenbesuchs.

ENDBEWERTUNG

- Besprechung der Aktionen und Resultate;
- Nachverfolgung eventueller Nicht-Konformitäten;
- Die Bewertungsausschuss berät und macht Vorschläge.

CCIW-Preisverleihung

- Erteilung der CCIW-Zertifizierung auf Basis der Endbewertung des Berichts des Bewertungsausschusses;
- Preisverleihung im Juni anlässlich einer öffentlichen Veranstaltung;
- Bereitstellung verschiedener Kommunikationsmittel für das Unternehmen (Logo, Banner, Zertifikate, usw.).



UNITAR-ZERTIFIKAT

Diejenigen Unternehmen, die das Zertifikat der CCIW dreimal innerhalb eines Zeitraums von max. fünf Jahren erhalten und die zumindest eine Aktion für jedes der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen durchgeführt haben, erhalten zusätzlich das UNITAR-Zertifikat. Dieses Zertifikat wird durch die Regionalantenne CIFAL-UNITAR erteilt. www.unitar.org
CIFAL bewirbt die Erklärungen und Prinzipien der Vereinten Nationen, und insbesondere die Ziele für nachhaltige Entwicklung. CIFAL, als eines der 15 Bildungszentren von UNITAR, ist Teil eines internationalen Netzes. Es verpflichtet sich darüber hinaus, (lokale) Behörden, Institutionen, Organisationen und den Privalsektor bei der Integration der Ziele für nachhaltige Entwicklung in die Betriebs- oder Organisationsstrategie zu unterstützen. www.cifal-flanders.org



Herbesthaler Str. 1A, B-4700 Eupen • +32 87 55 59 63 • www.ihk-eupen.be

6. Wirtschaftsinfos- und -recht

6.1. Indexentwicklungen

Nachstehend überreichen wir Ihnen eine Tabelle mit der Entwicklung der Verbraucherpreise, die zum Zeitpunkt der Erstellung des Dokumentes bekannt sind (Quelle: Belgisches Staatsblatt). Ab Januar 1994 wurde seitens der Regierung der sogenannte "Gesundheitsindex" eingeführt, der die Basis für die Einkommenserhöhungen, Mieterhöhungen, ... darstellt. Für Fragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Mai 2021	111,05	110,99	108,50
April 2021	110,88	110,93	108,35
März 2021	110,51	110,56	108,09
Februar 2021	110,21	110,39	107,93
Januar 2021	109,97	110,35	107,86
Dezember 2020	109,49	109,88	107,72
November 2020	109,46	109,91	107,80
Oktober 2020	109,64	110,11	107,86
September 2020	109,42	109,78	107,85
August 2020	109,83	110,20	107,92
Juli 2020	109,76	110,16	107,93
Juni 2020	109,52	110,05	107,88
Mai 2020	109,45	110,10	107,84
April 2020	109,53	110,22	107,74
März 2020	109,53	109,96	107,49
Februar 2020	109,71	109,87	107,25
Januar 2020	109,69	109,72	107,04
Dezember 2019	109,04	109,18	106,76
November 2019	108,90	109,00	106,73
Oktober 2019	108,83	108,98	106,75
September 2019	108,44	108,58	106,76
August 2019	108,94	109,07	106,83
Juli 2019	108,96	109,07	106,81
Juni 2019	108,87	109,02	106,80
Mai 2019	108,93	108,89	106,74
April 2019	108,91	108,98	106,65
März 2019	108,85	109,04	106,52
Februar 2019	108,52	108,78	106,38
Januar 2019	108,17	108,50	106,25
Dezember 2018	108,22	108,45	106,01
November 2018	108,48	108,48	105,79
Oktober 2018	108,31	108,26	105,54
September 2018	107,58	107,52	105,23
August 2018	107,58	107,55	105,10
Juli 2018	107,43	107,44	104,94
Juni 2018	107,02	107,01	104,76
Mai 2018	106,91	106,99	104,65
April 2018	106,69	106,89	104,49
März 2018	106,37	106,71	104,31
Februar 2018	106,22	106,54	104,10
Januar 2018	106,06	106,37	103,93
Dezember 2017	105,75	106,15	103,72
November 2017	105,55	105,85	103,61
Oktober 2017	105,41	105,84	103,55
September 2017	105,11	105,51	103,42
August 2017	105,22	105,68	103,39

6.2. Neue Mehrwertsteuervorschriften für den E-Commerce-Sektor ab 1. Juli 2021 – ist Ihr Unternehmen bereit?

Neue Mehrwertsteuervorschriften für den E-Commerce-Sektor ab 1. Juli 2021: fortan schnellere Mehrwertsteuerpflichten im Ausland, aber Möglichkeit zur Verschlankung der Compliance - ist Ihr Unternehmen bereit?

Auch wenn dieses in den heutigen wirtschaftlich schwierigen Zeiten für viele Unternehmen keine Priorität ist, ist es an der Zeit einen genaueren Blick auf die neuen Mehrwertsteuerregeln für den elektronischen Handel zu werfen. Diese ändern sich demnächst. Ziel dieser neuen Vorschriften ist es, den administrativen Aufwand und die Kosten für die E-Commerce-Branche zu verringern und gleiche Wettbewerbsbedingungen für EU- und Nicht-EU-Unternehmen zu schaffen. Heute berechnen Nicht-EU-Verkäufer oft keine EU-Mehrwertsteuer auf ihre Verkäufe in der EU. Die Essenz der neuen Regeln ist, dass der Verkäufer bei Fernverkäufen (fast) immer die Mehrwertsteuer des Mitgliedstaates des Käufers berechnen muss. Dies ist grundsätzlich auch dann der Fall, wenn die Ware aus einem Drittland stammt und also vorher eingeführt wird.

Ursprünglich für den 1. Januar 2021 geplant, wurde das Inkrafttreten durch Corona-Krise auf den 1. Juli 2021 verschoben. Belgien hat die durch Europa festgelegten Regeln bereits in nationales Recht umgesetzt. Obwohl es zweifelhaft erscheint, dass alle EU-Mitgliedstaaten rechtzeitig fertig sein werden, sollte man darauf vorbereitet sein, Folgendes ab dem 1. Juli 2021 korrekt anzuwenden:

- **Abschaffung der bestehenden Schwellenwerte für innergemeinschaftliche Fernverkäufe an Nichtunternehmer und Einführung einer Vereinfachungsmaßnahme für solche Fernverkäufe**

„Fernverkäufe“ sind Verkäufe von Gegenständen an Nichtunternehmer, wenn die Gegenstände durch oder für Rechnung des Verkäufers aus einem anderen Staat als dem EU-Mitgliedstaat, in dem die Beförderung an den Erwerber endet, versandt werden.

Nach der bisherigen Versandhandelsregelung darf der Verkäufer auf diesen grenzüberschreitenden innergemeinschaftlichen Fernverkäufen weiterhin die Mehrwertsteuer seines Ansässigkeitsstaates berechnen, solange sein Umsatz im Mitgliedstaat des Käufers einen bestimmten Schwellenwert nicht überschreitet (z.B. 35.000 EUR in Belgien).

Diese Schwellenwerte werden nun abgeschafft. Sofern der innergemeinschaftliche Umsatz des Verkäufers aus den Fernverkäufen (und aus Telekommunikations-, Rundfunk- sowie elektronisch erbrachte Dienstleistungen) den jährlichen Schwellenwert von 10.000 EUR übersteigt, muss er sofort die Mehrwertsteuer des Mitgliedstaates des B2C-Kunden in Rechnung stellen. Von nun an kann der Verkäufer jedoch seine gesamten Compliance-Verpflichtungen über das OSS-Portal („One-Stop-Shop“ oder „einzige Anlaufstelle“) erledigen. Eine separate Mehrwertsteuer-Identifikationsnummer in jedem einzelnen Mitgliedstaat ist nicht mehr erforderlich, außer in den Mitgliedstaaten, in denen man einen Sitz oder Warenlager hat. Auch Verkäufer, die nicht in der EU ansässig sind, können dieses Verfahren nutzen. Sobald sich ein Unternehmen für die Anwendung des OSS entscheidet, müssen alle Verkäufe in Mitgliedstaaten, in denen man nicht über ein Warenlager verfügt unter Verwendung des OSS erfolgen. Die Anwendung des OSS-Verfahrens ist jedoch keine Verpflichtung. Man kann sich immer noch dafür entscheiden, alles weiterhin über lokale Mehrwertsteuer-Identifikationsnummern und -Erklärungen abzuwickeln.

- **Einführung von Vereinfachungsmaßnahmen für Fernverkäufe aus Drittländern**

Neben der Anpassung der Regeln für innergemeinschaftliche Fernverkäufe ist eine neue Regelung für den Fernverkauf von Waren aus Drittländern vorgesehen, die vor der Lieferung an den B2C-Kunden in der EU eingeführt werden müssen.

Bisher muss das normale Einfuhrverfahren angewendet werden, d.h. (i) entweder führt der Verkäufer in seinem eigenen Namen ein und nimmt danach einen innergemeinschaftlichen Fernverkauf vor, wofür lokale Mehrwertsteuer-Identifikationsnummern und Einhaltung der Compliance-Verpflichtungen erforderlich sind, um die Einfuhrumsatzsteuer und die Mehrwertsteuer im EU-Mitgliedstaat des Kunden zu entrichten, (ii) oder der Verkäufer lässt dies außer Acht und der Kurier holt sich die Einfuhrumsatzsteuer (und die Zölle) vom Privatkunden zurück.

Ab dem 1. Juli 2021 können Einfuhren und anschließende Verkäufe an B2C-Kunden von Sendungen mit einem Wert von höchstens 150 EUR über zwei vereinfachte Mehrwertsteuerregelungen abgewickelt werden:

- Über die IOSS („Import One Stop Shop“) Einfuhrregelung

Diese impliziert, dass die Mehrwertsteuer, die auf Fernverkäufen aus Drittländern im EU-Mitgliedstaat, in dem die bestellten Gegenstände geliefert werden fällig ist, über das IOSS-Portal gemeldet und abgeführt werden. Die Einfuhr dieser Waren ist von der Mehrwertsteuer befreit und die Zollverfahren sind vereinfacht. Dazu muss jedoch die IOSS-Mehrwertsteuer-Identifikationsnummer des Verkäufers den Zollbehörden mitgeteilt werden. Der Verkäufer muss sich daher vorher bei der IOSS registriert haben.

- Über die nicht-IOSS Sonderregelung für die Erklärung und Entrichtung der Mehrwertsteuer bei der Einfuhr

Sofern die Überführung der Waren in den zollrechtlich freien Verkehr in dem EU-Mitgliedstaat erfolgt, in dem die Waren an den Endverbraucher geliefert werden, kann auch diese zweite Vereinfachung angewendet werden. Diese besteht darin, dass Postbetreiber, Kurierdienstleister oder andere Zollagenten die Einfuhrformalitäten erledigen und die Mehrwertsteuer im Namen des Käufers abführen. So kann der Verkäufer eine lokale Mehrwertsteuerregistrierung vermeiden.

Natürlich kann in den oben genannten Fällen weiterhin das Standardverfahren für die Erhebung der Mehrwertsteuer bei der Einfuhr in Anspruch genommen werden. Dieses bleibt außerdem zwingend anwendbar, wenn die Voraussetzungen für die Anwendung der o.g. Einfuhrsonderregelungen nicht erfüllt sind (z. B. wenn der Sachwert der eingeführten Waren 150 EUR übersteigt).

- **Abschaffung der Mehrwertsteuerbefreiung für die Einfuhr von Kleinbetragsendungen bis 22 EUR**

Zusätzlich zur Einführung der vereinfachten Einfuhrverfahren für Warensendungen mit einem Sachwert von höchstens 150 EUR, wie oben erläutert, wird auch die Mehrwertsteuerbefreiung für Sendungen bis zu 22 EUR abgeschafft. Dieses sollte verhindern, dass Nicht-EU-Unternehmen weiterhin mehrwertsteuerfrei in die EU liefern und von einem eindeutigen Handelsvorteil gegenüber ihren in der EU ansässigen Wettbewerbern profitieren können.

- **Neue umsatzsteuerliche Pflichten für elektronische Schnittstellen wie Webshops, Marktplätze, und Plattformen**

Auch für elektronische Marktplätze und Verkäufer, die über diese Marktplätze verkaufen, wird sich einiges ändern, zumindest wenn im Zusammenhang mit diesen Online-Verkäufen

- i. Sendungen mit einem Sachwert von höchstens 150 EUR in die EU eingeführt werden (unabhängig davon, ob der zugrunde liegende Verkäufer innerhalb oder außerhalb der EU ansässig ist), oder
- ii. der zugrunde liegende Verkäufer nicht in der EU ansässig ist (in diesem Fall spielt es keine Rolle, ob die Waren aus einem Lager innerhalb oder außerhalb der EU stammen, und welchen Wert diese haben).

In beiden Fällen wird bei Betreibern einer elektronischen Schnittstelle, beispielsweise einen Marktplatz oder eine Plattform, fiktiv davon ausgegangen, dass diese die Waren selbst vom Verkäufer erhalten und anschließend an den Kunden verkauft haben. Dies gilt sowohl für elektronische Schnittstellen die innerhalb als auch außerhalb der EU ansässig sind.

Als „fiktiver Verkäufer“ müssen diese Mehrwertsteuer auf diese Verkäufe einheben und abführen im Land des Endverbrauchers. Zu diesem Zweck können die elektronischen Schnittstellen auch das OSS und IOSS-Verfahren nutzen.

- **Erweiterung der bestehenden MOSS-Regelung auf Dienstleistungen**

Ein „Mini-OSS“ (MOSS) existiert bereits seit 2015, und zwar zur Erklärung und Entrichtung von Mehrwertsteuer für Telekommunikations-, Rundfunk-, Fernseh- und elektronisch erbrachte Dienstleistungen (d.h. weitgehend automatisierte Dienstleistungen, ohne oder mit wenig menschliches Zutun) an B2C-Kunden in der EU. Durch die Erweiterung des Anwendungsbereichs des MOSS zu einem OSS (nicht mehr mini), kann ab dem 1. Juli 2021 auch für andere B2C-Dienstleistungen, die gemäß den Sonderortsbestimmungsregeln der Mehrwertsteuer unterliegen im EU-Mitgliedstaat wo der B2C-Kunde ansässig ist (z.B. Vermietung von Transportmittel, Dienstleistungen im Zusammenhang mit Immobilien und Veranstaltungen usw.) die Mehrwertsteuer erklärt und entrichtet werden.

Seit dem 1. April 2021 kann man sich in den meisten Mitgliedsstaaten bereits für den (I)OSS vorregistrieren, wenn man diese Regelungen nutzen möchte. Bitte beachten Sie, dass durch die neuen "Vereinfachungsmaßnahmen" auch zusätzliche Buchhaltungsanforderungen und Komplexitäten entstehen können. So muss in vielen Fällen das ERP-System angepasst werden, um sofort den korrekten Lieferort, die richtigen lokalen Mehrwertsteuersätze, die unterschiedlichen Währungen, usw. zu erfassen. Unternehmen, die den OSS nutzen um ihre Fernverkäufe oder (elektronischen) Dienstleistungen zu deklarieren, müssen wohl nicht mehr die Rechnungsstellungsvorschriften des Mitgliedstaates des Kunden berücksichtigen. Stattdessen gelten von nun an die Regeln des Mitgliedstaates der OSS-Identifizierung.

Fazit:

Ob all diese Maßnahmen wirklich die erhofften Vereinfachungen bringen, lässt sich erst beurteilen, wenn alles in Kraft getreten ist und die ersten Unternehmen diese neuen Verfahren nutzen. Die Schwierigkeit für Unternehmen wird oft darin bestehen, zu entscheiden was in der periodischen Mehrwertsteuererklärung und was in der (I)OSS-Erklärung zu melden ist, insbesondere wenn diese als Online-Verkäufer Lagerbestände in verschiedenen Ländern halten (z.B. bei Logistikpartnern). Eine andere Frage ist auch, ob alle EU-Mitgliedstaaten rechtzeitig bereit sein werden...

Zum Autor:

Wir sind erfreut mitteilen zu können, dass Thomas Hermie seit dem 1. Februar 2021 Teil unseres Teams ist. Er ist bereits seit 10 Jahren Rechtsanwalt und der Brüsseler Rechtsanwaltskammer angeschlossen. Während seiner Ausbildung und zu Beginn seiner beruflichen Karriere eignete er sich die Kenntnisse des allgemeinen Steuerrechts an.-Seit nunmehr 8 Jahren verlagerte sich sein Fokus auf Umsatzsteuer und weitere indirekte Steuern. Thomas ist gebürtiger Flame, aber hat mehr als 17 Jahre in der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens und Deutschland gelebt. Deutsch wurde zu seiner zweiten Muttersprache. Er studierte Jura und Steuerrecht an der Universität Gent und vollendete sein Studium mit einem LL.M. im internationalen Steuerrecht an der Uni Leiden. Bevor er zu uns stieß, war Thomas beruflich tätig bei Tiberghien Anwälte und K law / KPMG, wo er Ansprechpartner für Umsatzsteuer/indirekte Steuern im German Desk war. Thomas war auch insgesamt ein Jahr bei jeweils KPMG München und Düsseldorf aktiv.

Thomas deckt bei uns das gesamte Spektrum der indirekten Steuern ab, hat jedoch während seiner bisherigen Laufbahn einen besonderen Schwerpunkt entwickelt für E-Commerce, Webshops und digitale Wirtschaft, Bauindustrie, Real Estate / Immobilienverwaltung, Automotive (inkl. Zulieferer), Schwerindustrie, Produktions- und Industrieanlagenprojekte, Pharma- und Medizinindustrie und generell umsatzsteuerliches Management von Supply-Chain-Problematiken. Nebst seiner umfangreichen Mehrwertsteuer Kenntnisse verfügt er auch über langjährige Expertise im Bereich des Zollrechts, der Verbrauch-, Energie-, Grunderwerb-, Fahrzeug- und Umweltsteuern (z.B. CO2-Steuern und Rücknahmeverpflichtungen für Händler und Hersteller von Verpackungen, Elektronikgeräte, Batterien und andere 'umweltschädliche' Materialien).

Thomas ist in Belgien der einzige Deutschsprachige, der über dieses Fachwissen im Bereich der indirekten Steuern verfügt. Wenn Sie in diesem Bereich professionell und auf Deutsch beraten werden möchten, ist er Ihr idealer Ansprechpartner.

THG kann jetzt eine Gesamtlösung für Ihre steuerlichen Problematiken anbieten die im Regelfall nur ein 'Big 4' liefern kann, und dies zu einem angemessenen Preis.



Thomas Hermie
LL.M.
Head Indirect Tax
T + 32 (0) 2 352 31 37
M + 32 (0) 499 24 07 81
thermie@thg.be



Rue de Crayer 7
1000 Brussels
Belgium

www.thg.be  



The Digital Solution

[Conditions générales](#) - [Politique GDPR](#)

6.3. Quelles conséquences de la réforme du droit des contrats sur la relation avec vos partenaires

Knock-out ! Les conditions générales contradictoires au tapis...

La première situation que nous souhaitons souligner est l'applicabilité de vos conditions générales à vos partenaires. En pratique, dans les relations commerciales entre entreprises, il n'y a souvent pas d'accord écrit. Au contraire, on travaillera généralement avec les conditions générales des deux parties simultanément. En conséquence, l'accord en tant que tel prend généralement forme lors de l'échange des quelques e-mails communiqués entre les parties. Tant que la coopération entre les partenaires se déroule sans heurts, la base juridique de leur relation commerciale est généralement peu étudiée.

Cependant comme vous le savez, lorsque des différends surviennent, les réflexions quant aux règles qui régiront un éventuel litige font surface. Tant votre partenaire commercial que vous-même essaieriez probablement de faire prévaloir vos propres conditions générales. Vous n'êtes pourtant pas sans savoir qu'une seule des deux parties pourra en principe opposer ses propres conditions générales à la partie adverse.

Le législateur émet naturellement une préférence pour appliquer l'accord tel qu'il a été négocié et signé. Cela paraît logique, de cette manière il existe un consensus clair entre les parties prenant la forme d'un contrat signé par celles-ci, régissant l'ensemble de leur collaboration. Force est toutefois de constater que les accords écrits et signés ne sont pas toujours légions. Le législateur a donc tenté d'y remédier.

Depuis cette réforme, et en vue de protéger les entreprises et notamment la partie faible, l'accord est en l'absence d'écrit entre les parties - généralement régi par les conditions générales des deux parties. Vous êtes en droit de vous demander si « ce système n'entraînera-t-il pas trop de confusion ? ».

La loi prévoit également que les éventuelles dispositions contradictoires contenues dans les conditions générales respectives des parties seront automatiquement exclues.

Le lecteur inquiet peut-il se rassurer de cela ? Qu'advient-il si les conditions sont à ce point contradictoires qu'il ne reste au final presque aucune disposition ? Une nouvelle fois, le législateur apporte une solution. Etant donné que les règles en matière de droit contractuel revêtent souvent un caractère supplétif (lisez : sont d'application si et seulement si les parties n'en ont pas convenu autrement), les dispositions légales ordi-aires seront d'application afin de pallier à ces points d'interrogation.

Si vous ne voulez pas vous retrouver soumis à des conditions de collaboration auxquelles vous n'avez pas adhéré, veillez à accorder une attention plus particulière au processus d'élaboration des contrats qui régissent les relations avec vos fournisseurs et des clients personne morale. Les accords négociés entre entreprises deviendront la nouvelle norme. Dans le cas contraire, vous pourrez bien être surpris par les dispositions qui régiront votre collaboration.

JUSQU'AU POINT DE NON-RETOUR ?

Le législateur confirme toutefois que la liberté contractuelle reste la norme, vous restez donc libre de négocier. Cependant, cette négociation ne sera pas sans conséquences puisqu'elle sera contraignante pour l'ensemble de votre collaboration. Concrètement, vous ne pourrez pas donner l'impression qu'un accord (pris unilatéralement après avoir récolté toutes les informations utiles) sera conclu avec certitude, pour ensuite rompre unilatéralement et sans motif valable les négociations. Il sera tenu compte du contexte dans lequel l'accord a été négocié et conclu.

Soyez donc prudent lors de vos échanges électroniques (entre autres) avec vos partenaires, qui supposeraient l'existence d'un accord entre vous. Si vous désirez que l'accord soit soumis à certaines conditions, nous vous recommandons de toujours veiller à mettre ces dernières en lumière par le biais d'une convention de collaboration et de conditions générales. De cette manière, vous éviterez d'être lié par un accord que vous ne souhaitiez pas conclure (ou, du moins, pas à ces conditions).

Mathilde Boucquiau
Legal Consultant **DELOITTE PRIVATE**
AIHE REVUE Nr. 232 – Février-Mars 2021

6.4. Attirer de nouveaux clients sur votre site grâce à l'Inbound Marketing

Comment faire connaître son site, augmenter sa notoriété et sa visibilité en ligne ?

QU'EST-CE QUE L'INBOUND MARKETING ?

L'Inbound Marketing est une stratégie de création de contenu qui a pour but, dans un premier temps, d'attirer et guider les visiteurs sur votre site web, et dans un second, de les convaincre d'acheter vos produits.

En d'autres termes, vous créez une série d'articles sur votre site en lien avec votre activité et les problématiques de vos clients et vous mettez tout en œuvre pour les inciter à passer à l'action.

POURQUOI OPTER POUR UNE STRATÉGIE D'INBOUND MARKETING EN E-COMMERCE ?

- Améliorer votre notoriété
- Instaurer la confiance avec vos clients
- Augmenter la visibilité de votre site sur les moteurs de recherche
- Accompagner vos clients tout au long de leur parcours d'achat

COMMENT METTRE EN PLACE VOTRE STRATEGIE D'INBOUND MARKETING ?

1) Définir et comprendre votre clientèle

Il est essentiel de savoir qui sont vos clients et comment ils interagissent sur internet lors d'un achat en ligne. L'objectif consiste à analyser et comprendre vos clients afin d'identifier du contenu qui pourrait répondre à leurs attentes et leurs besoins.

2) Créer et publier du contenu

La création de contenu vous permet d'une part, d'améliorer votre visibilité sur internet et d'autre part, d'instaurer la confiance avec vos clients, notamment grâce à des conseils et bonnes pratiques. En effet, la majorité des internautes vont chercher à s'informer avant d'acheter en ligne. Il s'agit par conséquent d'un bon moyen de montrer votre expertise en proposant du contenu de qualité et pertinent.

Nous vous conseillons de rédiger du contenu en fonction des différentes phases du parcours d'achat :

Phase 1 : découverte

L'internaute réalise qu'il a un problème, un besoin et il commence à vouloir trouver une solution. Il va s'informer sur internet. Proposez-lui du contenu général qui répondra à ses questions.

Par exemple, vous vendez un logiciel pour envoyer des emails automatiquement à vos clients, vous pourriez publier des articles tels que : "Comment envoyer des emails automatiquement ?" ou "les avantages et inconvénients d'automatiser ses emails ».

Phase 2 : considération

L'internaute a compris son problème, il veut maintenant le résoudre et recherche sur internet les différentes solutions possibles pour y arriver. Vous devez lui proposer du contenu plus spécifique pour l'aider à faire son choix : "Quel outil utiliser pour automatiser mes emails ?" ou "Les critères d'un bon logiciel d'emailing" Dans ce cas-ci, vous pouvez également proposer une version d'essai du logiciel.

Phase 3 : décision

L'internaute a fait toutes les recherches nécessaires et est maintenant prêt à finaliser son achat. Il est assez mature pour recevoir une proposition de devis ou rencontrer un commercial.

Vous venez d'acquérir un nouveau client. Restez en contact avec lui et répondez à toutes ses questions. Un client satisfait est un client qui revient.

3) Mettre en place un site optimisé

Votre site doit offrir une expérience unique et personnalisée à vos clients et être orienté conversion ! Il est par conséquent nécessaire d'identifier les personnes qui consultent votre site et ce qu'ils recherchent. Pour y arriver, vous pouvez mettre à disposition du contenu téléchargeable à grande valeur ajoutée (livre blanc, tutoriel, guide pratique, ...).

En échange de ce document, vos visiteurs devront laisser leurs informations personnelles (nom, email, etc.). Vous pourrez ensuite leur envoyer des emails afin de capter leur attention, de les informer et au moment voulu de les inciter à acheter sur votre site, en envoyant par exemple un bon de réduction.

4) Utiliser un logiciel de marketing automation

Le marketing automation est un outil puissant vous permettant d'analyser les personnes qui visitent votre site et d'automatiser certaines actions marketing (principalement l'envoi d'emails). Vous pouvez ainsi envoyer un email de remerciement, de bienvenue ou relancer automatiquement les paniers abandonnés. Plusieurs logiciels existent sur le marché, comme par exemple:

- Hubspot (www.hubspot.com),
- Marketo (fr.marketo.com),
- ou Plezi (www.plezi.co/fr/).

CONCLUSION

L'Inbound Marketing est une stratégie de contenu permettant d'attirer, d'identifier, de convertir et de fidéliser vos clients. Nous vous conseillons d'établir un plan d'action en détaillant les contenus que vous allez publier et les actions que vous allez entreprendre à chaque étape du parcours client. Enfin, il est primordial d'analyser constamment les interactions avec vos clients sur votre site afin d'identifier ce qui fonctionne et d'accentuer vos actions marketing dessus.

Dylan Antoine
Consultant en e-commerce pour
RETIS
AIHE REVUE NR. 232 FVRIER-MARS2021

6.5. Werkstoffmarkt – wohin geht die Reise?

Corona hat deutliche Spuren auf den Roh- und Werkstoffmärkten hinterlassen. Und die Pandemie wird das Marktgeschehen weiter beeinflussen. Was das für die Beschaffung bedeutet und was es braucht, um in Zukunft eine effiziente wie resiliente Materialversorgung in der komplexen Welt industrieller Fertigung sicherzustellen, analysiert Frank Thelen von Thyssenkrupp Materials Services.

Nach dem coronabedingten, drastischen Nachfragerückgang im Frühjahr 2020 und dem damit verbundenen Preisverfall zeichnet sich seit dem vierten Quartal 2020 eine spürbare Belebung der Werk- und Rohstoffnachfrage ab. Ein zusätzlicher Treiber dieser Entwicklung ist Indien. Die fünftgrößte Volkswirtschaft der Welt ist schon heute ein bedeutender Importeur von Edelstahlscrrott und wird ihren Bedarf auch künftig nicht aus dem nationalen Recyclingprozess decken können. Mit China tritt seit Jahresbeginn zudem ein weiterer Nachfragegigant in Erscheinung: Die Volksrepublik hat zum 1. Januar 2021 ihre Importbeschränkungen für Stahlscrrott aufgehoben und mischt die globalen Märkte mit zusätzlicher Nachfrage auf.

Nachfrage- und Angebotsschock

Die wachsende Nachfrage stößt auf ein weitgehend unverändertes Angebot. Die verzögerte Reaktion der Angebotsseite ist typisch für den Werkstoffmarkt, denn ruhende Produktionsanlagen lassen sich nicht „mal eben“ hochfahren. Signifikante Preissteigerungen sind die Folge. Befeuert wird der Preisauftrieb durch den aktuellen Boom börsengehandelter Metalle wie Aluminium, Kupfer und Nickel. So stieg etwa der Nickelpreis seit Beginn der Corona-Pandemie bis zum Februar 2021 um mehr als 75 Prozent. Analysten sehen in der Preisentwicklung den Beginn eines neuen Rohstoff-Superzyklus. Preistreibend wirkt außerdem die pandemiebedingte Behinderung der internationalen Transportwege. Die Branche erholt sich nur langsam, was die Werkstoffknappheit verschärft.

Blick in die Zukunft

Die Kluft zwischen Angebot und Nachfrage wird sich bis Ende 2021 voraussichtlich nicht schließen. Wann die Märkte wieder ins Gleichgewicht kommen, hängt vor allem von der Entwicklung der Corona-Pandemie ab. Solange sich die Lage durch Impfungen weiter entspannt und keine resistenten Mutationen auftreten, wird sich die Industrie wieder erholen. Doch bis sie ihr Vor-Krisen-Niveau erreicht, wird es noch dauern. Indes sind die meisten Werkstoffproduzenten bis Mitte 2021 ausgebucht, sodass eine Angebotssteigerung bis Ende des Jahres nicht zu erwarten ist. Entscheidend ist außerdem, wie schnell sich der internationale Transportmarkt von der Krise erholt. Auch die Frage, ob der Rohstoff-Superzyklus tatsächlich eintritt, spielt eine Rolle. Denn selbst wenn dessen reale Auswirkungen erst nach 2021 spürbar werden, befeuern Spekulationen schon heute die Preisspirale an den internationalen Rohstoffbörsen.

Was bedeutet das für den Einkauf?

Die geschilderten Zusammenhänge lassen vermuten, dass die Beschaffungssituation für Werkstoffe auch Ende 2021 angespannter sein wird als vor der Corona-Krise. Beschaffungsverantwortliche stehen vor komplexen Herausforderungen, insbesondere beim Supply Chain Management: Unternehmen, die für kritische Vormaterialien internationale Lieferketten aufgebaut und dabei auf Single Sourcing gesetzt haben, müssen ihre Strategie hinterfragen. Denn eine einseitige Kostenoptimierung der Lieferkette zulasten des Risikoprofils kann zum Abriss der Supply Chain führen. Es empfiehlt sich deshalb, Risikoaspekte wieder stärker zu berücksichtigen, Stichwort Multi Sourcing. Zudem gilt es, die Lieferkette angesichts eines möglichen Rohstoff-Superzyklus gegen Preissteigerungen abzusichern und krisenbedingten Lieferausfällen mithilfe einer intelligenten Warehousing-Strategie vorzubeugen. All diese Herausforderungen sind für mittelständische Unternehmen nur mit erheblichem Aufwand zu bewältigen. Hier intern aufzurüsten, erfordert oft große Investitionen. Vor diesem Hintergrund ist es ökonomisch sinnvoller, Spezialisten in die Beschaffung einzubinden.

Beschaffung Hand in Hand

Globale Werkstoffhändler wie Thyssenkrupp Materials Services mit ihren internationalen Beschaffungs-Netzwerken, lokalen Experten und langjährigen Lieferantenbeziehungen sind die strategischen Partner für eine effiziente und resiliente Beschaffung.

Sie leisten mehr als das reine Bereitstellen von Werkstoffen - zum Kerngeschäft gehört die Optimierung internationaler Lieferketten in puncto Effizienz, Kosten und Risiken mit dem Ziel, die Partner zuverlässig mit Werkstoffen zu versorgen. Wie wichtig effektives Supply Chain Management ist, um dieses Ziel zu erreichen, zeigt sich besonders in globalen Krisen wie der Corona-Pandemie. Auch regionale Veränderungen erfordern rasches Handeln, zum Beispiel Veränderungen in der Zollpolitik einzelner Länder oder militärische Konflikte. Spezialisierte Werkstoffhändler haben solche Risiken im Blick. Auch das Risiko von Preisschwankungen wird durch den Beschaffungspartner abgedeckt. So schützt Thyssenkrupp Materials Services seine Lieferketten durch Rohstoffhedging vor Schwankungen an den Börsen und bietet seinen Partnern damit Preissicherheit. Ein weiterer Vorteil: Unternehmen können die kostenintensive Lagerhaltung an den Werkstoffhandel ausgliedern. Strategisches Supply Chain Management ist der Game Changer im Werkstoffmarkt. Bei Thyssenkrupp Materials Services haben wir uns mit unserer Strategie „Materials as a Service“ darauf ausgerichtet. So können Sie sich voll auf das Wesentliche konzentrieren: Ihr Kerngeschäft.

Thyssenkrupp Materials Services

... ist der größte werksunabhängige Werkstoffhändler und -dienstleister der westlichen Welt. Das Unternehmen bietet hochwertige Roh- und Werkstoffe in Verbindung mit technischen Dienstleistungen und entwickelt intelligente Prozesse in den Bereichen Automatisierung, Extended Supply Chain sowie Lager- und Bestandsmanagement. Mit 480 Niederlassungen in 40 Ländern und rund 18.800 Mitarbeitern erwirtschaftete Thyssenkrupp Materials Services 11,3 Mrd. Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2019/2020.

www.thyssenkrupp-materials-services.com

Frank Thelen
Head of Governance and Procurement bei
Thyssenkrupp Materials Services

Beschaffung aktuell» 05/2021

6.6. Das professionelle Auftreten in virtuellen Verhandlungen

Tipps, wie man online von sich überzeugt

Laut einer Metastudie der Hochschule Niederrhein rollt eine Welle der Preiserhöhungen auf den Einkauf zu. Dies bedeutet jede Menge Verhandlungen, um Erhöhungen abzublocken und sogar Preisnachlässe zu fordern. Heutzutage finden Verhandlungen vermehrt im virtuellen Rahmen statt. Dieser Artikel gibt praktische Tipps für ihren professionellen Online-Auftritt.

Wie richte ich meinen onlinefähigen Arbeitsplatz ein? Wie präsentiere ich mich vor meiner Kamera? Wie bringe ich meine Überzeugungen auch über dieses Medium „rüber“, ohne meinem Gesprächspartner nur gegenüber zu sitzen? Das sind nur einige der Fragen, die sich viele Einkäufer nun stellen.

Es ist wichtig, sich mit den Besonderheiten virtueller Verhandlungen auseinanderzusetzen und sich der Möglichkeiten der eigenen virtuellen Präsenz bewusst zu werden. Denn je besser Sie sich selbst und die Regeln von Kamera und Mikrofon kennenlernen, desto überzeugender können Sie virtuell, verhandeln. Ein paar grundlegende Besonderheit vorab: Jeder Beteiligte kann sich seinen Raum so gestalten, dass er sich wohlfühlt. Jeder Verhandler hat also die Möglichkeit, sich bewusst zu inszenieren und damit die Geschichte, die er erzählen will, zu gestalten. Dadurch, dass sich jeder in seiner eigenen Wohlfühlatmosphäre befindet, werden virtuelle Verhandlungen oftmals mehr auf Augenhöhe geführt, da man sich selbst viel besser 'von seinem Gegenüber und dem möglichen Druck abgrenzen kann.

In virtuellen Verhandlungen sind nicht alle Details der Körpersprache sichtbar - dadurch gehen viele Informationen über den Partner verloren, die wir von der Live-Präsenz gewöhnt sind. Kamera und Mikrofon nutzen wir ja erst seit Kurzem - hier gilt es zu lernen und dann aktiv zu gestalten: Wie möchte ich meine Geschichte erzählen? Wie möchte ich mich inszenieren?

Der ideale Arbeitsplatz

Im Idealfall investieren Sie in eine externe Kamera und ein professionelles Mikrofon oder Kopfhörer (am besten mit Rauschunterdrückung) ...Die Kamera sollte auf Augenhöhe ausgerichtet sein, nur so können Sie sich optimal präsentieren. Zudem ist es hilfreich, zwei Bildschirme zu nutzen: Auf dem einen Bildschirm sehen Sie alle Teilnehmer und auf dem anderen Ihre Unterlagen - dies hilft Ihnen auch dabei, richtig in die Kamera zu schauen.

Tipp: Eine Kamera ist oftmals etwas leblos, wenn es Ihnen also schwerfällt, in die Kamera zu lächeln, nehmen Sie ein Foto eines lieben Menschen und befestigen es direkt auf oder hinter der Kamera!

Der Hintergrund sollte ordentlich und möglichst senkrecht sein - eine simple Wand ohne Bilder oder auch Schrankwände eignen sich gut. Gerne können Sie auch aufrollbare Leinwände nutzen, hier können Sie zusätzlich auch ein Firmenbanner im Hintergrund präsentieren.

Was bedeutet das eigentlich - virtuelle Präsenz erlangen? Nun, Sie können nur mit dem wirken, was im Bild zu sehen ist. Dementsprechend müssen Sie sich so in Szene setzen, dass Ihre Präsenz das unterstreicht, was Sie erreichen wollen.

Bleiben wir zu Beginn bei dem eigentlichen Bildausschnitt. Üblicherweise handelt es sich hierbei um eine halbnaher Einstellung. Dabei sind Ihr Kopf und Oberkörper bis etwa zum fünften Knopf Ihres Hemdes oder Ihrer Bluse sichtbar. Dies erlaubt Ihnen, Ihre Aussagen auch durch Ihre Körpersprache zu unterstützen. Auch die Kamera-Achse ist von entscheidender Bedeutung. Zeigen Sie auf Ihre Kamera, wird Ihr Zeigefinger ganz dick oder verdeckt er das Bild. So wissen Sie, in welche Richtung Sie sprechen sollten, um Ihre Aussagen erfolgreich Ihrem Gegenüber anzutragen.

Technisch gesehen macht eine Kamera aus einem dreidimensionalen Bild immer ein zweidimensionales – dies gilt es zu beachten, wenn Sie sich vor der Kamera bewegen. Seitliche Bewegungen können dadurch schnell hektisch und unruhig wirken, probieren Sie das ruhig aus und vergleichen Sie - wie wirkt das Bild, wenn Sie sich von rechts nach links bewegen, oder wenn Sie sich auf die Kamera zu und von ihr wegbewegen? Auch in einer realen Unterhaltung bewegen Sie sich dynamisch mit Ihrem Gegenüber - übertragen Sie dieses Prinzip auf die Kamera-Achse und bewegen sich auf sie zu und weg: Ihr Bild wird lebendig. Zudem wirken Sie weitaus souveräner, je sicherer Sie mit der Kamera und Ihrer Präsenz spielen können.

Das Gegenüber: die Kamera

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Höheneinstellung Ihrer Kamera. Achten Sie darauf, dass Ihre Kamera auf Augenhöhe ausgerichtet ist, entweder mit einem Laptopständer oder mit einer externen Kamera mit Stativ. Letzteres hat den Vorteil, dass eine externe Kamera qualitativ besser und meist auch nachjustierbar ist und je besser und schärfer Ihr Bild, desto besser können Sie Ihre Aussagen überbringen.

Achten Sie auch darauf, dass Sie gut ausgeleuchtet sind, kein Fenster im Hintergrund haben und dass das Licht von seitlich-vorne kommt, um Spiegelungen und Unschärfe zu vermeiden. Ebenso sollten Sie auf den Winkel achten, indem Sie in die Kamera schauen. Wussten Sie, dass Ihre beiden Gesichtshälften unterschiedlich wirken? Probieren Sie es aus, decken Sie abwechselnd eine Gesichtshälfte zu und fotografieren Sie sich selbst. Es kann sehr gut sein, dass Sie zwei völlig unterschiedliche Geschichten erzählen - ohne überhaupt etwas gesagt zu haben.

Des Weiteren spielt der Blickwinkel, den Sie zur Kamera einnehmen, eine Rolle: Vergleichen Sie, wie Sie wirken, wenn Sie senkrecht zur Kamera schauen oder Ihre Stirn nach vorne oder hinten kippen. Sie werden sehen, wie unterschiedlich Sie wirken können.

Je sicherer Ihr Bewusstsein für Ihre eigene Wirkung ist, desto selbstsicherer werden Sie. Schließlich können Sie nun entscheiden, welche Ihrer Seiten Sie für das jeweilige Gespräch zeigen wollen! Dies bringt Bestimmtheit und Sicherheit in Ihr Auftreten. Und das wirkt sich automatisch auf die Wirkung Ihrer Stimme aus. Auch Ihre Kleidung kann dies unterstreichen - wählen Sie einfarbige Kleidung, die im Kontrast zum Hintergrund steht, Sie wollen ja schließlich auffallen und sich nicht tarnen.

Betrachten Sie nun als nächstes Ihre Mimik und Gestik: Beides überträgt sich über die Kamera drei- bis fünfmal intensiver. Und wie bereits genannt - Sie sollten selbst entscheiden, wie Sie sich selbst präsentieren wollen, wählen Sie also klug.

Nutzen Sie Ihre Stimme

Und nun zu einem der wichtigsten Punkte: Ihre Stimme. Ihre Stimme sorgt für Ihre akustische Präsenz. Wenn Sie in ein externes Mikrofon investieren, erlangen Sie eine natürlichere Stimmenqualität. Ihr Stimmenklang wird weniger komprimiert, allein schon, weil die Membran des Mikros mehr Frequenzen auffangen und übertragen kann. Durch die kleinere Distanz zwischen Mikrofon und Ihnen schwingt außerdem der Raumhall nicht so mit und es kann Ihnen leichter fallen, Ihre Stimme ins Mikrofon zu senden.

Sie müssen Sender Ihrer Botschaft sein. Stellen Sie sich Ihre Stimme und Worte als Energie-Impuls vor, der durch das Mikro, aus den Boxen des Endgerätes Ihres Gegenübers den Weg, bis dessen Ohr finden muss. Genau gezielt, können dann Ihre Hörer entscheiden, welcher Teil der Botschaft für den Kopf, fürs Herz oder den Bauch gedacht ist. Allein die Vorstellung, dass Sie Ihren Impuls bis ins Ohr des Gegenübers senden, macht übrigens bereits eine Veränderung in der Stimmfärbung aus.

Planen und entscheiden Sie also genau, wie Sie wirken wollen. Verstehen Sie, wie die virtuellen, akustischen und optischen Aspekte Ihrer Präsenz effektiv über die Kamera wirken und wie Sie diese gewinnbringend einsetzen können.

Christoph Hilger
Professor für medienpezifisches Sprechen.
Schwerpunkt: mediale Auftritte vor und hinter der Kamera.

Jörg Köck
Geschäftsführender Gesellschafter der BSCC
Better Solutions Coachingconsultjng GmbH in Locarno.

Beschaffung aktuell 05/2027

6.7. Avez-vous déjà pensé à la certification ISO 50001 ?

Nous vous parlons régulièrement en ces pages des différents moyens de maîtriser, voire de réduire, vos consommations énergétiques. L'audit, et plus récemment encore le monitoring énergétique, font partie des moyens et outils de conscientisation à cette matière aujourd'hui devenue primordiale que nous avons tout récemment abordée par l'exemple dans cette rubrique énergie.

Pour rappel, l'audit vous donne une image de vos consommations sur une période donnée, le monitoring permettant, lui, un suivi plus ou moins dynamique de la période en question. In fine, vous l'aurez compris il s'agit toujours d'identifier les pistes d'amélioration à mettre en œuvre en ayant un regard pertinent quant au retour sur investissement, le fameux ROI.

Amélioration continue...

Mais au-delà de cette volonté quelque peu économique, la maîtrise énergétique de vos bâtiments et outils de production peut aussi s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue ISO (Organisation Internationale de Normalisation). En entreprise, on n'a pas besoin de vous le dire, les certifications ISO font référence en matière d'organisation du travail et couvrent l'ensemble des processus en œuvre. Parmi les plus courantes, on pointera entre autres l'ISO 9001 pour le management de la qualité et l'ISO 14001 pour le management environnemental.

50001, c'est l'énergie !

Il en est encore une autre, certes moins connue, mais qui est spécifiquement dédiée au management de l'énergie. Reposant sur les mêmes principes d'analyse, de contrôle, et surtout d'évolution que ses sœurs, elle vise à définir et à mettre en œuvre un ensemble de procédures permettant d'assurer une amélioration continue de l'efficacité énergétique au sein des entreprises.

Quels en sont les principaux éléments ?

Concrètement, on peut dire que le socle de base repose en l'occurrence, et comme souvent, sur les engagements et objectifs de la direction. Car c'est bien elle qui va définir la politique énergétique de l'entreprise. Celle-ci tiendra bien évidemment compte d'un contexte, d'un environnement, ainsi que des réglementations régionales, nationales et internationales en la matière... mais l'input viendra toujours de l'interne ! Ensuite, c'est l'évidence, il s'agira d'impliquer - et de responsabiliser ! - un ou plusieurs membres de l'équipe en place pour mettre en œuvre la politique décidée. Sur le terrain, l'ensemble du personnel sera néanmoins régulièrement sensibilisé à cette thématique, par divers biais et notamment la publication de réalisations et résultats, ainsi qu'aux objectifs internes. Dans les faits, les salariés pourront par exemple intervenir lors des consultations ou audits internes organisés.

Et concrètement ?

Ces éléments de base mis en place, il faudra, à partir de consommations énergétiques de référence, identifier et évaluer les pistes d'amélioration.

Il conviendra aussi de mettre en place et de suivre des indicateurs de performance énergétique, ainsi que d'organiser l'information et la collaboration entre les différents services pour assurer l'efficacité des mesures prises vis-à-vis des objectifs attendus.

Course de longue haleine... Rappelons encore, pour ceux qui l'auraient oublié, que l'engagement ISO est - un processus continu et à long terme, ce qui signifie qu'il doit être régulièrement revu. Par ailleurs, comme tout système de management, celui qui assure l'efficacité énergétique de l'entreprise entend une appropriation du modèle au travers d'une logique comprenant engagement, responsabilité, suivi, support, communication, compétences et maîtrise.

Ne pas avoir peur de s'engager !

Cela étant, l'ISO 50001 n'est pas une montagne hors d'atteinte. Non, c'est certes un cadre global et rigoureux, mais qui ne doit aucunement faire peur, bien au contraire. Rationnelle et professionnelle, elle aide les entreprises dans leur développement permettant d'intégrer des améliorations énergétiques en rapport avec la réalité de l'entreprise.

Plus d'infos : Service énergie – Mathieu Barthélemy Tél. : 061 29 30 65
mathieu.barthelemy@ccilb.be

Entreprendre aujourd'hui - N214 - Mars 2021

6.8. Quid de l'impact du Covid-19 dans le calcul de la valeur de votre entreprise ?

Dans le cadre de la semaine de ta transmission, en novembre dernier, en collaboration avec le cabinet de cession-acquisition Best-Value, nous avons organisé un webinaire sur l'évaluation des entreprises en période de crise. Ce sujet étant toujours d'actualité aujourd'hui, il nous semblait intéressant de vous en toucher un mot car tout Le monde aime être informé de la valeur des choses, surtout s'il s'agit de son entreprise, le fruit de ses investissements et de son travail. Mais qu'entend-on exactement par-là...

Concrètement, valoriser une entreprise, c'est calculer sa valeur financière en tenant compte des données comptables passées et de son potentiel de développement dans le futur. C'est un exercice complexe, qui nécessite de prendre en compte une multitude de paramètres. D'autant plus en 2021, avec toutes les évidences économiques et financières de la crise du Covid-19 qui se trouvent nécessairement dans les chiffres actuels et dans les projections.

Parlons tout d'abord de la valeur des entreprises...

Avant d'entrer dans le vif du sujet, et au niveau de la terminologie, il convient déjà de bien faire la différence entre la valeur et le prix. Eh oui, on confond souvent ! Pour rappel, la valeur est le montant estimé par les experts sur base de méthodes qui ont fait leurs preuves, alors que le prix est la valeur définitive que le cédant percevra, sur base d'une négociation sonnante et trébuchante avec l'acheteur. Mais penchons-nous immédiatement sur les fameuses méthodes de valorisation qui sont nombreuses, on l'a dit. Les plus connues sont les flux de trésorerie actualisés, l'EBITDA, l'actif net réévalué, la méthode des rendements, celle des Anglo-saxons, celles des praticiens, la méthode d'achat des résultats annuels, la rente abrégée du goodwill... Nous avons choisi de vous expliquer les principales. Attention quand même qu'il conviendra, avant d'appliquer les méthodes en question, d'analyser de manière attentive les résultats afin de normaliser les choses (ex : on pourrait avoir, dans une première société, un gérant qui ne se rémunère pas et, dans une seconde, un gérant très bien rémunéré et qui a pris en surplus une grosse assurance groupe, via back-service, la dernière année...).

LE DCF (DISCOUNTED CASH-FLOW) > LES FLUX DE TRÉSORERIE ACTUALISÉS

Dans cette méthode, on va tout d'abord estimer, sur base d'un plan financier, les flux de revenus que la société va ramener dans le futur. Pour tenir compte de ces flux de trésorerie, à côté des rentrées et dépenses courantes liées à l'activité (auxquelles on peut penser de manière naturelle), il faudra également tenir compte de l'impôt à payer (sur ces flux), des modifications au niveau du besoin en fonds de roulement (car qui dit augmentation, par exemple au niveau des flux, dit également bien souvent aussi plus de créances en attente et plus de besoins de trésorerie), et des besoins de réinvestissement dans le futur.

La durée prise en compte pour le calcul des flux peut aller de 4 à 10 ans, avec souvent une durée moyenne de l'ordre des 5 ans. Ensuite, une fois les flux futurs estimés, il va falloir les actualiser, pour les ramener à la valeur d'aujourd'hui. Le taux d'actualisation utilisé sera le WACC (en français, coût moyen pondéré du capital). En gros, ce taux calcule la part des fonds propres et la part de la dette dans le financement de l'entreprise. Il va encore après cela falloir déterminer le coût des fonds propres et le coût des dettes, et faire la moyenne de ces coûts en pondérant sur base de la part que représentent les fonds propres et les dettes dans l'entreprise.

Par rapport au coût de la dette, c'est assez simple à calculer. Par rapport au coût des fonds propres, il faut partir du taux sans risque et ajouter notamment une prime de risque (on n'investit pas dans une entreprise comme on investit dans une obligation d'Etat), et également une prime liée à la petite taille de l'entreprise (la liquidité est moins élevée dans une PME locale que dans une entreprise comme Colruyt, par exemple).

Sans trop rentrer dans les détails, notons également qu'au terme de la durée d'actualisation, on ajoutera encore une valeur terminale (qui sera le flux de trésorerie stabilisé au terme de la période qu'on actualisera à l'infini et qu'on ramènera à la valeur d'aujourd'hui). Enfin, on ajoutera à cette valeur obtenue la situation nette de trésorerie (ou on la soustraira si elle est négative).

LE MULTIPLE EBITDA

(Earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization => en français, l'ebitda, c'est en gros le résultat d'exploitation auquel vous ajoutez vos amortissements, réductions de valeur et provisions). Pour tout dire, c'est une des méthodes les plus couramment utilisées pour valoriser une entreprise.

L'avantage de Cette formule est qu'elle est relativement simple et qu'elle permet de comparer assez facilement avec un échantillon composé de sociétés cotées positionnées dans des domaines d'activité proches et qui sont des concurrents directs de l'entreprise à valoriser. Concrètement, les sociétés doivent avoir un certain nombre de similitudes en termes d'activité (produits, clientèle, secteur géographique, risques conjoncturels ou systémiques), de structure de financement et de taille, de perspectives de croissance, de niveau de marge et de modèle économique. En Bourse, cette méthode de valorisation est fréquemment utilisée. Les investisseurs considèrent que le résultat doit le plus souvent être compris entre 8 et 10. Pour une petite entreprise non cotée, le multiple se situe en général plutôt entre 4 et 6. Notons qu'ici aussi, on ajoutera à cette valeur, la situation nette de trésorerie pour connaître la valeur totale des parts de la société.

L'ACTIF NET RÉÉVALUÉ

Dans cette méthode, la valeur de l'entreprise se calcule en soustrayant la valeur de toutes les dettes et provisions à la valeur de tous les actifs. Si on s'arrête là, il s'agit en fait d'une notion de fonds propres de la structure. Ces fonds propres doivent toutefois être corrigés, soit par des corrections à la hausse (ex : immeubles ou biens d'équipements totalement amortis dans les comptes, stock sous-évalué...) ou à la baisse (ex : créances non récupérables, frais d'établissement...) au niveau des actifs.

Au niveau du passif, certaines corrections peuvent également être nécessaires, notamment pour provisionner certaines dépenses liées à des litiges en cours. À ces corrections doivent venir s'ajouter des ajustements au niveau fiscal, notamment pour tenir compte du fait que le repreneur ne pourra pas amortir les plus-values dont on a tenu compte sur les actifs. Cette méthode de valorisation, contrairement aux autres, a l'inconvénient d'être statique, ce qui signifie qu'elle ne tient compte ni de l'évolution des résultats, ni des perspectives futures.

Et, maintenant, quid du prix final retenu ?

Une fois la valeur établie, et le prix déterminé..., il faut encore vendre. Ben oui, rappelez-vous que c'est l'idée de départ. Et c'est là aussi, souvent, que tout se complique, peut-être davantage encore aujourd'hui d'ailleurs. En temps normal, un cédant souhaite non seulement que le prix de cession de sa société se rapproche le plus possible de la valeur estimée, mais également que celui-ci soit fixé de manière définitive et invariable au moment du closing (c'est-à-dire à la signature). En effet, le cédant préfère le plus souvent clôturer les choses en une fois, et empocher ce faisant la majeure partie du montant en un seul versement. Sauf que le covid est passé par là, et que certaines choses ont (un peu) changé ! Soyons francs, la situation actuelle risque de mettre le cédant dans une position plus fragile qu'hier parlant de négociation.

Les jours à venir ne seront sans doute pas Les meilleurs pour céder

Pour nous, la crise laissera des traces, à tout le moins momentanées. Déjà, nombre d'entreprises vont disposer d'une trésorerie plus 'light' en restant mesuré. En gros, elles risquent d'avoir moins de cash, plus d'endettement financier, des résultats moindres, voire des pertes. Sans compter que, pour d'autres, les marchés futurs risquent également d'être impactés. Or, dans toutes les méthodes que nous avons abordées, ces réalités moins 'sexy' débouchent également sur une diminution de la valorisation. Pour être précis, la prime de risque, c'est-à-dire le rendement supplémentaire que l'investisseur vous demandera pour placer l'argent dans votre PME plutôt que dans un placement sans risque (ex : obligation d'Etat), sera également susceptible d'augmenter.

Défendre la valeur de votre entreprise

Dans la négociation entre un cédant et un acquéreur, tous ces éléments auront forcément un impact. Et, malheureusement, en tout cas si vous êtes cédant potentiel, les arguments vont peser en faveur de l'acheteur. Certes, en tant que cédant, vous essayerez probablement de justifier la situation par son caractère passager. Mais le repreneur, lui, sa prise de conscience du risque sera dorénavant plus prégnante. Et son impact par rapport à votre proposition sera réel. Ce qui était vrai jusqu'en février 2020 ne le sera ainsi plus forcément dans un avenir à moyen terme.

Faire des concessions

La réalité que nous venons de décrire est sans doute un peu cinglante au soir d'un engagement de patron. Et pourtant, vous cacher la vérité n'aurait pas de sens. Nous pensons en effet qu'un patron averti est plus aguerré pour réagir. Vous ne devez donc rien ignorer de ce qui fait la valeur de votre outil pour faire face à un potentiel acquéreur. Mieux, il nous semble important de vous ouvrir les yeux sur le fait qu'il vous faudra peut-être, bon gré mal gré, accepter certaines concessions si vous souhaitez défendre la valeur de votre entreprise. Les concessions en question ne seront peut-être pas simples à « digérer », nous en avons pointés deux parmi d'autres, à savoir le crédit vendeur et les clauses d'earn out.

LE CRÉDIT VENDEUR

Dans cette formule, le prix est fixe mais vous acceptez que l'acquéreur de votre entreprise, n'aille chercher qu'une partie du financement nécessaire lors de la reprise. Par exemple, si le dossier vaut 1.000.000 d'euros, on pourrait imaginer que le repreneur amène 200.000 euros en fonds propres, qu'il aille voir la banque pour 500.000 euros et qu'il vous propose de vous payer les 300.000 euros qui restent au bout de la première ou de la deuxième année d'activité. Dans cette option, vous acceptez de partager un certain risque avec votre acquéreur. En effet, le paiement des tranches additionnelles sera, d'une part, conditionné au fait que l'entreprise devra faire de bons résultats futurs et, d'autre part, vous n'aurez plus voix au chapitre par rapport aux décisions de l'entreprise. De plus, en cas de problème de paiement, le crédit que vous avez octroyé à votre acquéreur arrivera après les créanciers privilégiés de l'entreprise. Le risque est donc bien présent...

LES CLAUSES D'EARN OUT

Ici, vous acceptez qu'une partie du prix de l'entreprise puisse être variable. Par exemple, et pour le même dossier d'1.000.000 d'euros, on pourrait imaginer que 300.000 euros soient liés à des clauses de maintien et/ou d'augmentation de chiffre d'affaires, ou de résultat d'exploitation. Pour le cédant, il existe ici plusieurs types de risques sur la partie variable. Tout d'abord, il se pourrait que les chiffres prévus pour le futur ne puissent jamais être atteints, notamment à cause de facteurs externes (ex. : une potentielle crise sanitaire). D'autre part, n'ayant pas de contrôle au niveau de l'activité d'exploitation, il se pourrait que l'acquéreur ne déclare pas tout son chiffre, repousse volontairement de la facturation sur les exercices ultérieurs, ou encore gonfle certains frais (ex : rémunération de l'acquéreur) pour faire diminuer les chiffres et, in fine, le complément de prix variable devant être payé au repreneur.

Pour conclure...

Ces deux mécanismes (qui ne sont pas les seuls) vont à l'encontre des souhaits habituels d'un cédant. Ils impliquent en effet du risque et/ou de la variabilité au niveau de la valeur. Cependant, pour le cédant, ça peut être une solution pour tenter de conserver des chances de se rapprocher au maximum de la valeur initiale de l'entreprise. C'est le 'jeu' de toute négociation, dans lequel chacun doit lâcher un peu de lest pour conclure. Les deux formules expliquées ci-dessus peuvent être une manière pour un cédant d'afficher sa bonne volonté et démontrer qu'il croit au potentiel de son entreprise.

Vous vous posez des questions par rapport à la transmission de votre entreprise ? Vous ne savez pas par où commencer ? Contactez notre service transmission, il pourra aborder le sujet avec vous avant de faire appel à de l'expertise externe, en cas de besoin spécifique.

Plus d'infos :
Service d'accompagnement financier et transmission
Benoît Lescrenier
Tél. 061/29 30 47
benoit.lescrenier@ccilb.be

Entreprendre aujourd'hui - N°214 - Mars 2021

7. Sozialgesetzgebung/Tarifpolitik

7.1. Beiträge zum Landesamt für Soziale Sicherheit - 2. Quartal 2021

Bereiche	ARBEITER			ANGESTELLTE		
	in % des Bruttolohnes zu 108 %			in % des Bruttogehaltes		
	Arbeitn.	Arbeitg. (1)	Gesamt	Arbeitn.	Arbeitg.	Gesamt
<i>Globaler Beitrag</i>						
Altersrente	7,50	8,86	16,36	7,50	8,86	16,36
Krankheit-Invalidität						
* Pflege	3,55	3,80	7,35	3,55	3,80	7,35
* Entschädigung	1,15	2,35	3,50	1,15	2,35	3,50
Arbeitslosigkeit	0,87	1,46	2,33	0,87	1,46	2,33
Arbeitsunfall		0,30	0,30		0,30	0,30
Berufskrankheiten		1,00	1,00		1,00	1,00
Familienzulagen		7,00	7,00		7,00	7,00
Bezahlter Bildungsurlaub		0,05	0,05		0,05	0,05
Begleitplan		0,05	0,05		0,05	0,05
Kinderbetreuung		0,05	0,05		0,05	0,05
Tax-shift 2016		-5,04	-5,04		-5,04	-5,04
Total Teil 1	13,07	19,88	32,95	13,07	19,88	32,95
<i>Sonstige allgemeine Beiträge</i>						
Jahresurlaub (2)		5,57	5,57			
Asbestfonds		0,01	0,01		0,01	0,01
Arbeitsunfall		0,02	0,02		0,02	0,02
Arbeitslosigkeit (zeitw., ältere)		0,10	0,10		0,10	0,10
Lohnmäßigung		5,12	5,12		5,12	5,12
<i>Beitrag Arbeitslosigkeit</i>						
* ab 10 Arbeitnehmer		1,60	1,60		1,60	1,60
* Lohnmäßigung		0,09	0,09		0,09	0,09
<i>Betriebsschließung</i>						
Klassische Mission						
* 1-19 Arbeitnehmer		0,12	0,12		0,12	0,12
* Lohnmäßigung		0,01	0,01		0,01	0,01
* ab 20 Arbeitnehmer		0,17	0,17		0,17	0,17
* Lohnmäßigung		0,01	0,01		0,01	0,01
Teilarbeitslosigkeit						
* Beitrag		0,13	0,13		0,13	0,13
* Lohnmäßigung		0,01	0,01		0,01	0,01
Gesamtes Total						
* 1-9 Arbeitnehmer	13,07	30,97	44,04	13,07	25,40	38,47
* 10-19 Arbeitnehmer	13,07	32,66	45,73	13,07	27,09	40,16
* ab 20 Arbeitnehmer	13,07	32,71	45,78	13,07	27,14	40,21

(1) Aufgrund der Staatsreform, Einführung eines Arbeitgeber-Basisbeitrages von 24,92%

(2) nicht inbegriffen der Beitrag von 10,27 % der Bruttolöhne zu 108 % des letzten Jahres, zu zahlen spätestens am 30/04.

Im Vergleich zum 1. Vierteljahr 2021 sind zwei Änderungen zu verzeichnen: der Beitrag für die Teilarbeitslosigkeit steigt und beläuft sich 2021 auf 0,14%. Die zweite Änderung betrifft den Asbestbeitrag in Höhe von 0,01% der im ersten und im zweiten Quartal erhoben wird.

Zur Erinnerung:

- *Tax shift: Senkung auf 25%*

Ab dem 1. Januar 2018 wird der Beitrag für Arbeitnehmer der Privatwirtschaft auf 25% festgelegt. Die schrittweise Senkung der Arbeitgeberbeiträge auf 25% ist ab dem zweiten Quartal 2016 gestartet. Die Senkung auf 25% wird durch eine schrittweise Senkung des **Basis-Arbeitgeberbeitrags** und des **Beitrags zur Lohnmäßigung** erzielt. Der Basis-Arbeitgeberbeitrag für Arbeitnehmer der Kategorie 1 (Privatwirtschaft) des Artikels 330 des Programmgesetzes vom 24. Dezember 2002 wird von 22,65% auf 19,88% gesenkt. Die Senkung betrifft ebenfalls den Beitrag zur Lohnmäßigung der von 7,35% auf 5,12% festgelegt wird.

- *Beitrag für Betriebsschließung*

Die Beitragssätze für die klassische Mission werden auf das Vorjahresniveau behalten: 0,12% für Unternehmen mit weniger als 20 Arbeitnehmern und 0,17% für Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern. Der Beitrag für 2021 wird auf 0,13% (exklusive Lohnermäßigung) und auf 0,14% (inklusive Lohnermäßigung) festgelegt.

- *Beitrag für den Asbestfonds*

Im Rahmen der Revision bezüglich der Finanzierung des Asbest-Fonds bleibt der Beitrag auf 0,01% der Löhne/Gehälter festgelegt, die für die Berechnung der Sozialversicherungsbeiträge in Betracht gezogen werden. Der Beitrag wird in den ersten beiden Quartalen des Jahres erhoben. Im dritten und vierten Quartal ist der Beitrag nicht fällig.

- *Jahresurlaub für Arbeitnehmer*

Der Beitrag für den Jahresurlaub der Arbeiter sinkt schrittweise seit 2015. Diese Beitragssenkung wird auf den Quartalsbeitrag berechnet, der sich seit jeher auf 6% belief. Zum 1. Januar 2018 wird dieser Beitrag ein letztes Mal verringert und wird nach ständiger Senkung von 5,61% auf 5,57% festgelegt. Der Jahresbeitrag in Höhe von 10,27% bleibt unverändert.

Nachfolgende Beiträge wurden in dieser Tabelle nicht aufgenommen. Es handelt sich um:

- * den Sonderbeitrag zur sozialen Sicherheit seit 1. April 1994;
- * den Beitrag in Höhe von 8,86 % auf die Arbeitgeberleistungen im Rahmen einer übergesetzlichen Pensionsabsicherung;
- * den Beitrag in Höhe von 10,27 % zur Finanzierung des Jahresurlaubs von Arbeiter, berechnet auf 108 % der Lohnmasse des vorhergehenden Jahres und im Laufe des Monats April zu zahlen;
- * da bis zu diesem Tag kein branchenübergreifendes Abkommen getroffen wurde, ist weiterhin unklar, ob der Beitrag für die Ausbildung und die Beschäftigung von Risikogruppen um weitere zwei Jahre verlängert wird. Der Beitrag ist von den abgeschlossenen sektoriellen Vereinbarungen

abhängig. Falls keine sektorielle Vereinbarung hinterlegt wurde, wird der Beitrag auf 0,10% festgelegt.

Dieser Beitrag ist fällig für die Arbeitgeber, für die diesbezüglich bis zum 1. Oktober des genannten Jahres kein Kollektivabkommen bei der zuständigen Kanzlei des Beschäftigungsministeriums hinterlegt wurde;

* die durch das L.S.S. erhobenen Beiträge für die Existenzsicherheitsfonds;

* die „Decava“-Sonderbeiträge für Arbeitslosenregelungen mit Betriebszuschlag und „Canada dry“ (Zuschlag zum Vollzeit-Arbeitslosengeld).

* der Sonderbeitrag in Höhe von 48,53% (eventuell verdoppelt) auf Zuschläge zum Zeitkredit auf Vollzeit- oder Halbzeitbeschäftigung auf Basis von Einzel- oder Betriebsvereinbarungen oder in Anwendung von sektoriellen Abkommen, die vor dem 30. September 2005 vereinbart wurden;

* der Beitrag auf Firmenfahrzeuge und auf Mobilitätsbeihilfen;

* die Solidaritätsabgabe von 8,13 % bezüglich der Einstellung von Studenten, die nicht der Sozialen Sicherheit unterworfen sind: 5,42 % zu Lasten des Arbeitgebers, 2,71 % zu Lasten des Arbeitnehmers. Zum 1. Januar 2012 wurden die verschiedenen Beitragssätze, bezüglich der Beschäftigung eines Studenten während der Sommerferien oder während des Schuljahres, ersetzt durch einen einzigen Beitragssatz für das gesamte Jahr ersetzt;

* die Solidaritätsabgabe von 33 % seit 01/01/2009 auf die Zahlung oder Rückerstattung des Arbeitgebers von Verkehrsbußen des Arbeitnehmers;

* der Sonderbeitrag auf verschiedene übergesetzliche Renten, oder Beitrag „Wijninck“.

* der neue Aktivierungsbeitrag des Programmgesetzes vom 21. Dezember 2017. Dieser Beitrag gilt ab dem 1. Januar 2018 für Arbeitgeber, die ältere Arbeitnehmer in Nichtaktivität versetzen. Der Betrag liegt zwischen 10% und 20% des Bruttogehalts. Der Prozentsatz hängt vom Alter des betroffenen Arbeitnehmers ab und der Tatsache, ob vom Arbeitgeber eine Weiterbildung angeboten wird.

Die Tabelle zeigt für jeden Sektor der Sozialen Sicherheit den Prozentsatz der sowohl für die Arbeiter als auch für die Angestellten zu leistenden persönlichen Beiträge und Arbeitgeberbeiträge an. Ferner werden in der Tabelle die Gesamtbeträge je nach Anzahl der beschäftigten Arbeitnehmer aufgeführt. Für beitragspflichtige Arbeitgeber und Arbeitnehmer sämtlicher Sektoren der Sozialen Sicherheit wurden die separaten Beiträge pro Sektor durch einen globalen Beitrag ersetzt.

8. Außenwirtschaft

8.1. IHK-Weiterbildungen im Bereich Außenhandel – Termine 2021

09.09.2021 – Die Incoterms ®: der optimale Einsatz im internationalen Warenverkehr – Aachen – 300,- Euro (*)

13.09.2021 – Warenursprung und Präferenzen - Ausfuhr in Drittländer - passive Veredlung - Aachen - 240,- Euro (*)

27.09.2021 – Zollverfahren und deren Abwicklung bei der Ein- und Ausfuhr - Aachen - 240,- Euro (*)

12.10.2021 – Exportkontrollrecht in der Praxis – Aachen – 280,- Euro (*)

Das Einschreibeformular für die Weiterbildungen finden Sie im nachfolgenden Link:
http://www.ihk-eupen.be/de/02_info/infos1409/EINSCHREIBEFORMULAR_NEU.pdf

(*) Für Nicht-Mitglieder der IHK Eupen-Malmedy-St. Vith wird zusätzlich zum angegebenen Entgelt eine Verwaltungsgebühr von 40 Euro pro Teilnehmer bzw. 10 Euro ab dem zweiten Teilnehmer desselben Betriebes für dieselbe Veranstaltung erhoben.

8.2. Auslandssprechtage der Wallonischen Region: siehe IHK-Webseite - Veranstaltungen - Exportsprechtage

AWEX-Veranstaltungen

Etats-Unis : Salon/Congrès AACC 2021 **26-30 septembre 2021, Atlanta**



L'American Association for Clinical Chemistry (AACC) est l'association professionnelle la plus importante aux Etats-Unis dans le secteur de la biologie/chimie clinique. Elle compte environ 10.000 membres dont près d'un tiers d'étrangers originaires de 105 pays. Pour la 19ème année consécutive, l'Agence Wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers (AWEX) organisera une participation groupée à ce salon, le plus important dans le domaine du diagnostic médical sur le continent américain.

Vu l'actualité liée au COVID, ce salon AACC 2021 à Atlanta promet donc une affluence internationale exceptionnelle. De plus, et ce grâce à notre ancienneté, sachez que le stand de l'AWEX bénéficiera pour cette édition 2021 d'une excellente localisation ! Clôture des inscriptions 15 juin 2021.

Infos et inscription via

<https://www.awex-export.be/fr/agenda/american-association-for-clinical-chemistry-aacc-2021>

Etats-Unis : Mission économique princière **2-9 octobre 2021, Atlanta, Boston, New York**



L'Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers (AWEX) vous invite à participer à une mission économique conjointe qui se déroulera aux Etats-Unis du 2 au 9 octobre 2021, sous la présidence de S.A.R. la Princesse Astrid.

Cette mission organisée par l'Agence pour le Commerce extérieur, les agences régionales du commerce extérieur et le SPF Affaires étrangères se rendra successivement à Atlanta, Boston et New York. L'AWEX mettra particulièrement l'accent sur les secteurs life sciences, digital, agro-alimentaire et logistique-transport. Nos conseillers économiques et commerciaux aux Etats Unis organiseront un programme de rendez-vous sur mesure pour les entreprises participantes. Parallèlement, des rencontres officielles, des visites d'entreprises, des séminaires sectoriels et des réceptions de networking seront au programme.

Infos et inscription via

<https://www.awex-export.be/fr/agenda/etats-unis-mission-economique-belge-presidee-par-sar-la-princesse-astrid>

8.3. L'équipe AWEX – Retrouver les CEC de l'AWEX

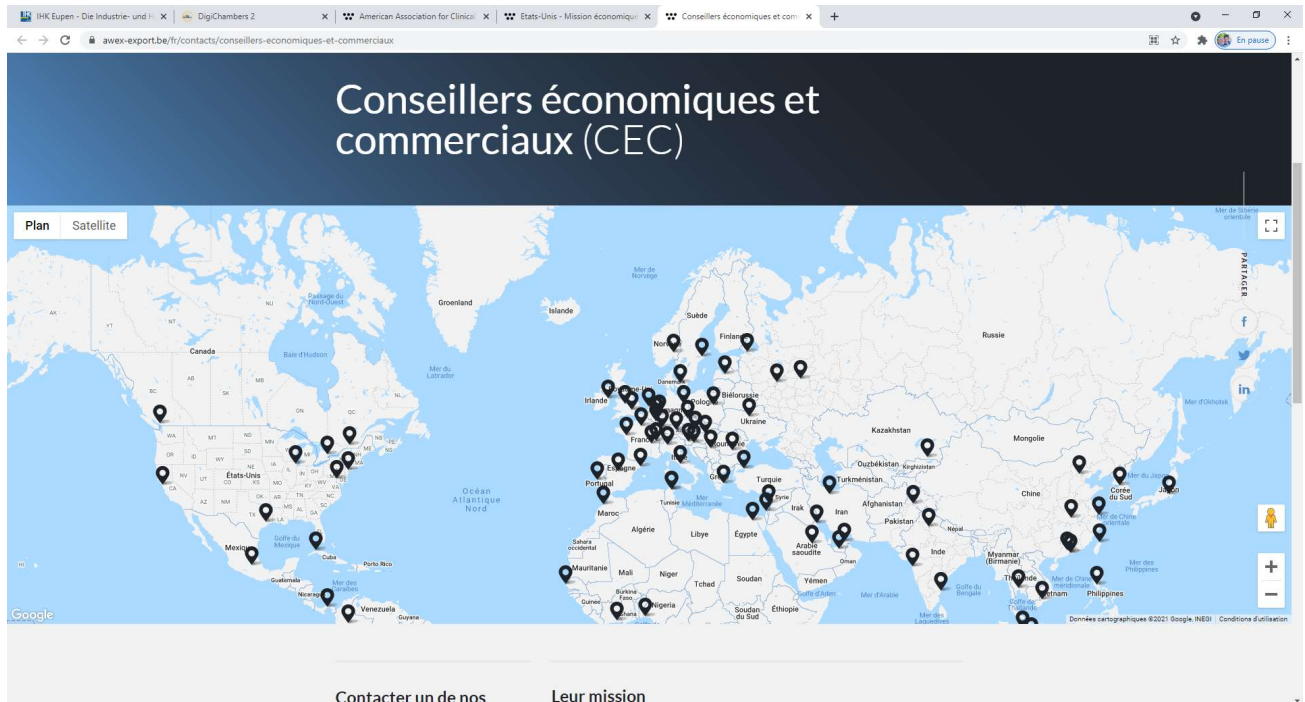
Retrouver le réseau des Conseillers économiques et commerciaux (CEC) de l'AWEX. Ils sont vos premiers interlocuteurs sur place.

Nos plus de 90 postes de représentation économique et commerciale sont répartis sur les 5 continents.

Nos CEC assurent notamment des missions de représentation de la Wallonie à l'international, d'information, de veille et de conseils sur les marchés étrangers, d'études de marchés, d'aides à la prospection, d'assistance des entreprises sur le terrain...

Contactez-les via

<https://www.awex-export.be/fr/contacts/conseillers-economiques-et-commerciaux>



The screenshot displays a web browser window with the URL [awex-export.be/fr/contacts/conseillers-economiques-et-commerciaux](https://www.awex-export.be/fr/contacts/conseillers-economiques-et-commerciaux). The page features a dark header with the text "Conseillers économiques et commerciaux (CEC)". Below the header is a world map with numerous black pins indicating the locations of CECs. The map includes labels for various countries and regions, such as Canada, États-Unis, Europe (including France, Germany, Italy, Spain, etc.), Africa (including Morocco, Algeria, Egypt, etc.), Asia (including India, China, etc.), and Oceania. At the bottom of the map, there are two buttons: "Contacter un de nos" and "Leur mission".

Source : AWEX - Amercia@courriel - Juin 2021

8.4. BREXIT : règles de localisation de transport de biens en matière de TVA et conséquences en matière douanière

Depuis le 1^{er} janvier 2021, le Royaume-Uni a définitivement quitté l'Union européenne. Les règles européennes applicables aux relations avec le Grande-Bretagne, notamment en matière de TVA et de douanes, sont désormais les règles appliquées aux relations avec un Etat tiers à l'Union européenne. Quel est l'impact de cette sortie du Royaume-Uni de la Communauté en matière de transport de biens ?

CONTEXTE

Le 30 décembre 2020 a marqué la signature entre l'Union européenne et le Royaume-Uni d'un accord de commerce et de coopération. Cet accord détermine les règles applicables aux relations entre le Royaume-Uni et l'Union européenne dans un certain nombre de domaines, et notamment en matière de TVA et de douanes.

Le Royaume-Uni est donc devenu, depuis le 1^{er} janvier 2021, un « Etat tiers », entraînant de ce fait une modification du traitement TVA et douanier applicable aux opérations réalisées sur le territoire anglais et/ ou avec des entreprises anglaises. Il en va notamment ainsi pour les règles de localisation des prestations de transport de biens en matière de TVA ainsi que pour les formalités douanières à respecter concernant le transport de biens depuis/vers le Royaume-Uni.

1) RÈGLES APPLICABLES EN MATIÈRE DE TVA

Les prestations de transport de biens

Nous nous limiterons dans cet article aux prestations de transport à destination de clients assujettis TVA (au sens large).

Principes

En matière de TVA, les prestations de services sont en principe localisées au lieu où le preneur de services est établi dans un contexte B2B (« règle générale B2B »). Cette règle est en vigueur depuis 2010 et s'applique aux transports de biens lorsque le client est un assujetti.

Lorsque le prestataire n'est pas établi dans le pays du preneur et que ce dernier est un assujetti établi dans un autre Etat Membre de l'Union Européenne, le mécanisme d'autoliquidation est applicable.

Par exemple, lorsqu'un transporteur belge effectue un transport entre Anvers et Hambourg pour une entreprise allemande, l'opération sera soumise à la TVA allemande. Celle-ci sera acquittée par le client allemand. Le transporteur belge adressera une facture sans TVA avec la mention « Autoliquidation - Article 196 de la Directive 2006/112/CE ». Il déclarera l'opération en grille 44 de sa déclaration TVA et dans le listing intracommunautaire (code S).

Exception Use & Enjoyment

La TVA étant un impôt destiné à taxer les biens et services au lieu de leur consommation effective, la Directive TVA prévoit la possibilité pour les Etats membres de l'Union de déroger à la règle générale de localisation B2B et de taxer les services au lieu de leur utilisation effective (règle du « use and enjoyment »).

Le législateur belge a saisi cette opportunité pour instaurer deux exceptions à la règle générale B2B en ce qui concerne uniquement les prestations de transport de biens dans son Arrêté Royal n°57.

Cette règle est applicable dans deux situations :

° aux transports de biens (et prestations accessoires) pour un preneur assujetti belge lorsque le trajet est effectué en dehors de la Communauté ;

° aux transports de biens (et prestations accessoires) pour un preneur assujetti établi en dehors de la Communauté lorsque le trajet est effectué en Belgique.

1. Qualité du preneur de services

Afin d'appliquer la règle du « use and enjoyment », le preneur des services de transport doit être considéré comme un assujetti au sens de la TVA.

À cet égard, est considéré comme un assujetti non seulement la personne qui effectue, dans l'exercice d'une activité économique, d'une manière habituelle et indépendante des livraisons de biens ou des prestations de services au sens TVA, mais également la personne morale non assujettie, identifiée à la TVA en raison de ses acquisitions intracommunautaires de biens ou tenue de l'être.

2. Prestations de services visées

La règle « use and enjoyment » est applicable aux transports de biens ainsi qu'aux prestations accessoires à ces transports.

Est considérée comme un transport de biens l'opération qui consiste à déplacer des choses, d'un endroit à un autre endroit déterminé, quel que soit le moyen de transport utilisé.

Constituent notamment des moyens de transport les véhicules terrestres motorisés ou non (e.g. camions, automobiles, wagons de chemins de fer, bateaux, aéronefs, etc.).

Une prestation accessoire au transport de biens est une prestation qui se rapporte directement au bien transporté, qui possède un lien direct avec le transport et qui ne modifie aucunement la nature de ces biens (e.g. chargement, déchargement, manutention, protection contre les intempéries, emballage, réemballage et déballage des biens pour autant que ces opérations soient nécessaires au transport des marchandises, etc.).

Sont dès lors exclues les prestations de location de courte durée de moyens de transport, les services de transport de personnes et services accessoires à ces transports, les prestations d'entreposage et services accessoires à ces prestations.

3. Etendue géographique

La règle belge du « use and enjoyment » est applicable dans deux hypothèses :

1. 1) lorsque le transport est effectué entièrement en dehors de la Communauté pour le compte d'un assujetti établi en Belgique et
2. 2) lorsque le transport est effectué entièrement en Belgique pour le compte d'un assujetti établi en dehors de la Communauté.

a. Transport en dehors de la Communauté

En ce qui concerne la première hypothèse, la prestation de transport de biens sera localisée en dehors de l'Union d'un point de vue TVA lorsque l'ensemble du trajet est effectué en dehors de la Communauté, pour le compte d'un preneur assujetti belge, et si cette prestation est normalement localisée en Belgique suivant la règle générale B2B évoquée ci-avant (i.e. localisation au lieu du preneur de services).

Par exemple, un transporteur russe effectue un transport depuis Moscou jusqu'à Oslo sur ordre d'une entreprise belge. Le transporta lieu en dehors de l'Union conformément à la règle « use and enjoyment ». Aucune TVA belge ne sera due sur cette opération. L'entreprise belge reprendra ce service dans sa déclaration en case 82 (biens et services) uniquement.

b. Transport en Belgique

Lorsque l'ensemble du trajet est effectué en Belgique et qu'il est facturé à un preneur assujetti établi hors de l'Union, la prestation de transport de biens sera localisée en Belgique d'un point de vue TVA.

À titre d'exemple, lorsqu'un transporteur belge transporte des biens de Bruxelles à Anvers sur ordre d'une entreprise américaine, le transport est soumis à la TVA belge suivant la règle « use and enjoyment ». Le transporteur facturera en principe la TVA belge, à moins qu'une exemption puisse être invoquée (par exemple lorsque le transport est directement lié à l'exportation des biens en dehors de la Communauté à partir de la Belgique).

Conséquences du Brexit

Depuis le 1er janvier 2021, le Royaume-Uni est considéré d'un point de vue TVA comme un Etat tiers, en dehors de l'Union Européenne. Auparavant, les prestations de transport effectuées par un transporteur belge pour un client assujetti anglais étaient soumises à la TVA anglaise avec report de paiement.

Une facture était adressée au client sans TVA avec la mention « Autoliquidation - Articles 44 et 196 de la Directive 2006/112/CE » par le transporteur belge. Cette opération était reprise dans la déclaration TVA du transporteur en grille 44 et dans le listing intracommunautaire.

TABLEAU RÉCAPITULATIF			
Preneur	Transport (de ... vers ...)	Localisation	Règle
Etabli en Belgique	Belgique - Belgique	En Belgique	Générale B2B
	UE - UE UE - hors UE Hors UE - UE	En Belgique	Générale B2B
	Hors UE - hors UE	En dehors de l'Union	Use and enjoyment
Etabli dans l'Union	Belgique - Belgique	Dans l'Union	Générale B2B
	UE - UE UE - hors UE Hors UE - UE	Dans l'Union	Générale B2B
	Hors UE - hors UE	Dans l'Union	Générale B2B
Etabli en dehors de l'Union	Belgique - Belgique	En Belgique	Use and enjoyment
	UE - UE UE - hors UE Hors UE - UE	Hors Union	Générale B2B
	Hors UE - hors UE	Hors Union	Générale B2B

A partir du 1^{er} janvier 2021, l'opération n'est plus une prestation intra-communautaire. Il convient dès lors de s'informer quant aux règles TVA applicables au Royaume-Uni (TVA due ? Redevable ?).

Du point de vue belge, on doit distinguer les transports localisés au lieu du preneur par application de la règle B2B et les prestations de transport relevant de la règle « use and enjoyment » dans les cas où (1) l'entièreté du trajet est en Belgique ou (2) l'entièreté du trajet est hors UE (par exemple au Royaume-Uni).

Lorsque la prestation de transport ne relève pas de la règle « use and enjoyment », le transporteur belge adresse à son client assujetti anglais une facture sur laquelle il indique la mention « Prestations hors Belgique – Article 44 de la Directive 2006/112/CE » (ainsi que les éventuelles mentions et TVA requis par la législation anglaise). L'opération est déclarée en grille 47 de la déclaration TVA (et bien entendu, il n'y a plus de listing intracommunautaire à introduire par rapport à cette opération).

1. Transport effectué en Belgique

Un transporteur belge est chargé de transporter des biens pour le compte d'un assujetti agissant en tant que tel établi à Londres. Les biens sont transportés de Liège à Bruxelles. Le transport des biens est localisé en Belgique d'un point de vue TVA suivant la règle « use and enjoyment ». De la TVA belge est dès lors due sur la prestation de transport. Le transporteur belge déclarera cette opération en cases 03 (base à 21%) et 54 (TVA due).

2. Transport effectué au Royaume-Uni

Un transporteur anglais est chargé de transporter des biens pour le compte d'un assujetti établi à Namur. Les biens sont transportés de Brighton à Manchester.

Puisque le preneur de services est établi en Belgique et que l'entièreté du transport est effectué en dehors de la Communauté, le transport des biens est localisé en dehors de l'Union d'un point de vue TVA suivant la règle « use and enjoyment ». Le transport est dès lors taxé suivant les règles locales anglaises. Ce service sera uniquement repris en grille 82 (service) dans le chef du client belge.

2) RÈGLES APPLICABLES EN MATIÈRE DOUANIÈRE

Le secteur de la logistique subit un impact significatif suite à la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne. Les difficultés majeures rencontrées par le secteur concernent entre autres le délai d'attente à la douane et la capacité des transporteurs à fournir les documents nécessaires au passage à la douane.

Les implications du Brexit varient suivant le secteur logistique concerné. Nous nous limiterons dans cet article à fournir un aperçu des documents qui doivent pouvoir être présentés à la douane en cas de transport routier de biens entre l'Union européenne et le Royaume-Uni.

Documents relatifs au transporteur

1. Permis de conduire

Les transporteurs « européens » peuvent conduire au Royaume-Uni s'ils sont en possession d'un permis de conduire délivré par une autorité européenne et spécifique à la catégorie de véhicule qu'ils conduisent.

2. Visa, passeport et carte d'identité

Avant le 1^{er} octobre 2021, les transporteurs « européens » peuvent entrer sur le territoire du Royaume-Uni avec un passeport ou une carte d'identité nationale.

A partir du 1^{er} octobre 2021, ces mêmes transporteurs devront être en possession d'un passeport afin de pouvoir entrer au Royaume-Uni.

Ceci ne s'appliquera néanmoins pas aux transporteurs dont les droits sont protégés par les accords de retrait, en ce compris les travailleurs frontaliers, qui pourront toujours faire usage de leur carte d'identité nationale jusqu'au 25 décembre 2025 au plus tard.

Documents, licences et permis

1. Accès au Royaume-Uni

Les transporteurs européens peuvent entreprendre des déplacements à durée illimitée au Royaume-Uni, avec un maximum de 2 opérations de cabotage au Royaume-Uni à condition qu'elles soient effectuées après un trajet en provenance de l'Union européenne et dans les 7 jours suivant le déchargement au Royaume-Uni.

2. Licence communautaire

Le transporteur doit être titulaire d'une licence communautaire (LTC) pour le véhicule utilisé, requise pour le parcours du territoire des Etats situés en dehors de l'Union européenne.

3. Assurance du véhicule

Le transporteur européen entrant au Royaume-Uni doit être muni d'une preuve d'assurance automobile du véhicule et de la remorque. La carte verte et autre preuve d'assurance automobile sont reconnues au Royaume-Uni.

Documents à présenter lors du passage en douane

Il existe plusieurs façons de faire entrer des marchandises au Royaume-Uni (1) notification préalable, (2) convention CTC, (3) convention ATA et (4) convention TIR.

1. Notification préalable

Lors de la collecte des marchandises, le transporteur doit recevoir toutes les informations et documents douaniers pertinents.

Il doit confirmer que le fournisseur a achevé les procédures d'exportation depuis l'Union et que l'exportateur satisfait à toutes les exigences au Royaume-Uni en matière d'importations.

Jusqu'au 1^{er} juillet 2021 :

° les marchandises contrôlées requièrent des déclarations en douane. Le transporteur doit donc être en possession du numéro de référence du mouvement (MRN) lors du transport de ces marchandises ;

° pour les marchandises non contrôlées, l'importateur pouvant effectuer une déclaration dans les 6 mois suivant l'importation, le transporteur doit être en possession du MRN ainsi que du numéro d'identification de l'opérateur économique (EORI) du fournisseur lors du transport de ces marchandises.

Pour les marchandises importées depuis l'Union Européenne au Royaume-Uni, une déclaration ENS de sécurité-sûreté doit être fournie par le transporteur aux autorités douanières britanniques avant l'arrivée des marchandises.

Un document administratif unique (DAU) doit être présenté par le transporteur aux autorités européennes afin de valider l'exportation des marchandises.

2. Convention CTC

Si les marchandises sont transportées dans le cadre de la Convention de Transit Commun (CTC), le transporteur devra être en possession, avant de quitter l'Union :

- soit du document d'accompagnement transit (TAD) du fournisseur qui devra confirmer au transporteur que le transport est autorisé au titre de procédure de transit ;
- soit un numéro de référence local (LRN) ou un TAD qui n'a pas encore été validé pour la procédure de transit qui devra être présenté aux autorités de l'Etat membre concerné qui libéreront alors les marchandises et remettront le TAD au transporteur.

À l'arrivée au Royaume-Uni, le transporteur doit lier tous les numéros de référence TAD en un numéro de mouvement de biens (GMR) pour chaque remorque de transport.

3. Convention ATA

Si les marchandises sont transportées dans le cadre de la Convention ATA (Admission Temporaire/Temporary Admission), le transporteur doit se voir remettre le carnet ATA du fournisseur avant de quitter l'Union européenne.

Ce carnet doit être présenté aux autorités douanières de l'Union qui vont l'estampiller. À son arrivée au Royaume-Uni, le chauffeur doit présenter le carnet ATA aux autorités britanniques.

4. Convention TIR

Enfin, si les marchandises sont transportées dans le cadre de la convention Transit International Routier (TIR), le transporteur doit, avant de quitter l'Union, obtenir une autorisation TIR dans son Etat membre et le véhicule qui transporte les marchandises doit avoir un certificat d'agrément de véhicule routier pour le transport de marchandises sous scellé douanier.

La société de transport doit :

- fournir au transporteur le Carnet TIR ;
- s'assurer que les dispositions nécessaires ont été prises pour déclarer le transport dans le nouveau système de transit informatisé (NSTI ou NCTS) et avoir les numéros de référence nécessaires (LRN et/ou MRN), donner au transporteur des instructions afin d'emmener les marchandises et le Carnet TIR dans un bureau de d'exportation de l'Union.

À la frontière de l'Union, le transporteur doit présenter aux autorités européennes le Carnet TIR qui sera estampillé.

A la frontière britannique, le transporteur devra présenter le Carnet TIR aux autorités douanières qui procéderont aux vérifications nécessaires et apposeront un cachet sur la page correspondante du carnet.

3) RÈGLES SPÉCIFIQUES RELATIVES À L'IRLANDE DU NORD

Contexte

L'Accord de retrait signé entre le Royaume-Uni et l'Union européenne prévoit un statut spécial en matière de TVA pour l'Irlande du Nord. Ce statut spécial a donc également un impact en matière douanière et de TVA.

Le délai d'application du protocole sur l'Irlande et l'Irlande du Nord prendra fin au terme d'une période de transition de 4 ans, à savoir le 31 décembre 2024.

Nous nous limiterons ici à présenter les règles en matière de transactions entre assujettis.

Statut de l'Irlande du Nord

Du point de vue du droit de l'Union, bien que le Royaume-Uni soit devenu un état tiers depuis le 1^{er} janvier 2021, l'Irlande du Nord continue à être soumise à la législation TVA applicable au sein de l'Union européenne concernant les livraisons de biens.

En revanche, en ce qui concerne les services, l'Irlande du Nord est bien considérée comme un Etat tiers.

Du point de vue britannique cependant, les transactions avec l'Irlande du Nord sont considérées comme des transactions locales.

Impact sur les règles en matière de transport

1. En matière de TVA

L'Irlande du Nord est considérée comme se situant en dehors de l'Union européenne pour les transactions relatives aux prestations de services.

Pour ce qui concerne les prestations de transport de biens et la règle « use and enjoyment », l'Irlande du Nord est donc considérée comme se situant en dehors de la Communauté.

Dès lors, lorsqu'un transporteur d'Irlande du Nord effectue un transport depuis Londres jusque Belfast sur ordre d'une entreprise belge, le transport a lieu en dehors de l'Union.

Aucune TVA belge ne sera due sur cette opération qui sera reprise en case 82 de la déclaration TVA de l'entreprise belge.

À l'inverse, lorsqu'un transporteur belge effectue un transport de biens depuis Liège jusqu'à Bruxelles sur ordre d'une entreprise établie en Irlande du Nord, le transport est soumis à la TVA belge suivant la règle « use and enjoyment ». Le transporteur facturera alors en principe la TVA belge à son client à moins qu'une exemption puisse être invoquée.

2. En matière douanière

L'Irlande du Nord étant considérée comme faisant partie de l'Union pour les transactions liées aux biens, la livraison de biens depuis un Etat membre de l'Union vers l'Irlande du Nord (et inversement) est considérée comme une livraison intra-communautaire.

Aucune formalité d'exportation/ importation ne doit donc être observée à cet égard.

CONCLUSION

L'impact du Brexit en matière de TVA et de douanes est retentissant. Outre l'adaptation au niveau des règles de transport et plus particulièrement, la règle « use and enjoyment », l'ensemble des transactions opérées avec des assujettis établis au Royaume-Uni ont été modifiées le 1^{er} janvier dernier. Les livraisons/acquisitions intracommunautaires sont devenues des exportations/importations d'un point de vue TVA et les règles en matière douanière sont devenues applicables au franchissement de la frontière européenne.

Il est dès lors essentiel que les entreprises européennes concernées prennent les dispositions nécessaires afin de continuer leur commerce avec les sociétés établies au Royaume-Uni.

Florence Thielens
Senior/Tax & Legal Services/Indirect taxes
BDO Liège
florence.thielens@bdo.be
Tel : 087 69 30 00
www.bdo.be

UPTR NON-STOP 2021-02 AVRIL-MAI

8.5. Comment aborder le marché brésilien ?

Le bureau économique et commercial de l'AWEX à São Paulo vient de réaliser une note d'information sur l'approche du marché brésilien, un outil indispensable pour tout exportateur.

Le Brésil, pays à la taille d'un continent, est notre premier client en Amérique latine. Il s'agit toutefois d'un marché difficile à aborder et constitue un défi logistique pour les exportateurs wallons. C'est en outre un état fédéral et qui dit état fédéral, dit au moins deux niveaux de réglementation et de taxation.

En outre, en raison de sa taille gigantesque et son statut d'état fédéral, il convient de considérer le Brésil, non pas comme un pays homogène, mais comme une mosaïque.

Cela implique par conséquent un comportement du consommateur différent selon les régions, voire aussi selon le groupe social auquel il appartient.

D'une manière générale, les Brésiliens apprécient les produits étrangers et certainement européens. L'Europe est en effet considérée comme un continent avec des standards élevés, un très bon niveau de qualité de ses produits et du niveau de vie.

Il conviendra également de se pencher à un moment ou l'autre sur le type de partenariat à envisager, voire même de ne pas écarter d'emblée la création d'une entité sur place.

La note dans son intégralité peut être obtenue, sur simple demande, auprès de l'AWEX Bruxelles (s.vanbocquestal@awex.be) ou auprès de l'AWEX São Paulo (saopaulo@awex-wallonia.com).



9. Arbeitsmarkt

9.1. Arbeitslosenzahlen der DG per 30.04.2021

Arbeitsamt
der Deutschsprachigen
Gemeinschaft Belgiens

Ostbelgien 

Arbeitsmarkt - Info

Kommentar zum Stand der Arbeitslosigkeit im April 2021

Weiterer Rückgang der Arbeitslosigkeit in Ostbelgien im April

Ende April 2021 waren in Ostbelgien 2.209 Vollarbeitslose gemeldet. Dies sind 58 Personen (-2,6%) weniger als im März. Im Vergleich zum Vorjahr sind fast 7% weniger Arbeitsuchende gemeldet.

Insgesamt waren nach Angaben des Arbeitsamtes Ende April 1.139 Männer (-24 im Vergleich zu März) und 1.070 Frauen (-34) als Arbeitsuchende ohne Beschäftigung eingetragen. Dies entspricht insgesamt einem Rückgang um 2,6%. Die Arbeitslosenrate Ende April beträgt 6,0%. Im Norden Ostbelgiens liegt sie bei 8,2%, in den Eifelgemeinden bei 2,7%.

Nach dem saisonalen Anstieg im Winter setzt sich somit der Rückgang der Zahlen im Frühjahr weiter fort. Auch in den anderen Regionen des Landes sinken die Zahlen weiter. Insgesamt sind in Belgien Ende April rund 467.600 unbeschäftigte Arbeitsuchende gemeldet (knapp 6.600 Personen weniger als im März). Die Arbeitslosenrate Belgiens liegt bei 9,0%. In Wallonien beträgt sie 12,7%, in Flandern 5,8% und in Brüssel 16,9%.

Auch im Vergleich zum Vorjahr sind in Ostbelgien wie schon im März sinkende Arbeitslosenzahlen zu verzeichnen. Im Vergleich zu April 2020 sind 163 Personen weniger gemeldet, was einem Rückgang um 6,9% entspricht. Hierbei ist natürlich anzumerken, dass im April letzten Jahres aufgrund der Corona-Krise bereits erhöhte Arbeitslosenzahlen vorlagen.

Auch in den anderen Regionen sind Ende April weniger Arbeitsuchende gemeldet als im Vorjahr. Auf Landesebene beträgt der Unterschied -6,4% (rund 32.000 Personen). Besonders ausgeprägt ist der Rückgang mit -11,7% in Flandern, in Wallonien sind rund 5% weniger Arbeitsuchende gemeldet. Nur in Brüssel ist ein leichter Anstieg zu verzeichnen.

Wie schon im März ist der Rückgang in Ostbelgien vor allem bei den Jugendlichen festzustellen, in geringerem Maß auch bei den über 50-Jährigen. Hinsichtlich der Dauer der Arbeitslosigkeit sieht man, dass der größte Rückgang in der Gruppe der Person vorliegt, die weniger als 6 Monate arbeitslos sind.

Bei den Personen, die zwischen 1 und 2 Jahre lang ohne Beschäftigung sind, ist dahingegen ein Anstieg festzustellen, was vor allem auf die COVID-Krise zurückzuführen sein dürfte, da sich bei vielen Personen, die im Frühjahr 2020 arbeitslos wurden, die Eintragung zum ersten Mal gejhärt hat.

Weitere Informationen und Grafiken im Internet unter www.adq.be und www.ostbelgienstatistik.be

Vollarbeitslose in der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens – April 2021

Arbeitslose nach Geschlecht	Apr 21	Anteil in %	Mär 21	Apr 20	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
Männer	1.139	51,6%	1.163	1.236	-24	-7,8%
Frauen	1.070	48,4%	1.104	1.136	-34	-3,0%
Gesamt Arbeitslose	2.209	100%	2.267	2.372	-68	-2,8%

Arbeitslosenrate	Männer	Frauen	Gesamt
aktive Bevölkerung (Stand 2017) *	19.847	17.102	36.949
Deutschsprachige Gemeinschaft	5,7%	6,3%	6,0%
Kanton Eupen	8,0%	8,4%	8,2%
Kanton St. Vith	2,6%	2,9%	2,7%
Arbeitsuchende < 25 Jahre	7,2%	6,4%	6,8%
Arbeitsuchende > 50 Jahre	6,1%	7,4%	6,7%



Arbeitslose nach Regionen **	Apr 21	AL-Rate	Mär 21	Apr 20	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
Deutschsprachige Gemeinschaft	2.209	6,0%	2.267	2.372	-68	-2,8%
Wallonische Region (ohne DG)	197.856	12,7%	200.711	208.007	-2.855	-1,4%
Fländische Region	178.230	5,8%	183.207	201.757	-4.977	-2,7%
Region Brüssel-Hauptstadt	89.319	16,9%	91.018	87.271	-1.699	-1,9%
Belgien	467.614	9,0%	477.203	499.407	-9.589	-2,0%

Kategorien	Männer	Frauen	Gesamt	Anteil in %	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
Arbeitsuchende Anwärter auf AL-Geld	772	693	1.465	66,3%	-21	-1,4%
Schüler/innen in Berufseingliederungsjahr	82	59	141	6,4%	-7	-4,7%
Bonstige arbeitslose Arbeitsuchende	239	246	485	22,0%	-8	-1,6%
davon: über ÖGHZ eingetragene	192	211	403	18,2%	-10	-2,4%
Freiwillig eingetragene Arbeitslose	46	72	118	5,3%	-22	-15,7%

Altersgruppen	Männer	Frauen	Gesamt	Anteil in %	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
unter 25 Jahre	151	103	254	11,5%	-9	-3,4%
25-29 Jahre	118	117	235	10,6%	-20	-7,8%
30-39 Jahre	223	231	454	20,5%	-19	-4,0%
40-49 Jahre	213	185	402	18,2%	-10	-2,4%
über 50 Jahre	434	430	864	39,1%	0	0,0%

Dauer der Arbeitslosigkeit	Männer	Frauen	Gesamt	Anteil in %	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
< 6 Monate	330	281	611	27,7%	-72	-10,5%
6-12 Monate	200	175	375	17,0%	+20	+5,6%
1-2 Jahre	221	188	409	18,5%	-15	-3,5%
2-5 Jahre	184	195	379	17,2%	+9	+2,4%
> 5 Jahre	204	231	435	19,7%	0	0,0%
> 1 Jahr	609	614	1.223	55,4%	-6	-0,5%

Ausbildungsniveau	Männer	Frauen	Gesamt	Anteil in %	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
Primärschule	260	195	455	20,6%	-3	-0,7%
Abgeschl. Lehre	111	76	187	8,5%	-11	-5,6%
Bekunder Unterstufe	286	296	582	26,3%	+14	+2,5%
Bekunder Oberstufe	246	305	551	24,9%	-31	-5,3%
Hochschule / Universität	144	136	280	12,7%	+9	+3,3%
Bonst. Ausbildung / Ausland	92	61	153	6,9%	-36	-19,0%

Gemeinden / Kantone	Männer	Frauen	Gesamt	AL-Rate	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
Amel	23	26	49	1,8%	+7	+16,7%
Büttingen	36	40	76	2,9%	-4	-5,0%
Burg Reuland	28	23	51	2,6%	+1	+2,0%
Bütgenbach	45	35	80	2,9%	-2	-2,4%
Bank St. Vith	81	73	154	3,1%	-19	-11,0%
Kanton Bank St. Vith	218	187	410	2,7%	-17	-4,0%
Eupen	482	448	930	10,1%	-15	-1,6%
Kelmis	227	208	435	8,8%	+2	+0,5%
Lontzen	82	88	170	6,0%	-6	-3,4%
Raeren	135	125	264	5,3%	-22	-7,7%
Kanton Eupen	828	878	1.788	8,2%	-41	-2,2%

Entwicklung	Männer	Frauen	Gesamt	AL-Rate	Vgl. zu Vormonat	Vgl. zu Vorjahr
April 2000	531	840	1.371	4,5%	-1	-0,1%
April 2005	1.002	1.220	2.222	6,8%	-28	-1,2%
April 2010	1.313	1.293	2.606	7,7%	-62	-2,3%
April 2015	1.327	1.311	2.638	7,8%	-58	-2,2%
April 2018	1.183	1.110	2.293	6,8%	-30	-1,3%
April 2019	1.078	1.027	2.105	5,8%	-84	-3,8%
Januar 2020	1.190	1.104	2.294	6,2%	-10	-0,4%
Februar 2020	1.197	1.125	2.322	6,3%	+26	+1,2%
März 2020	1.199	1.119	2.318	6,3%	-4	-0,2%
April 2020	1.236	1.136	2.372	6,4%	+54	+2,3%
Mai 2020	1.271	1.136	2.407	6,5%	+36	+1,5%
Juni 2020	1.297	1.151	2.448	6,6%	+41	+1,7%
Juli 2020	1.404	1.369	2.773	7,5%	+325	+13,3%
August 2020	1.370	1.373	2.743	7,4%	-30	-1,1%
September 2020	1.267	1.229	2.496	6,8%	-247	-9,0%
Oktober 2020	1.236	1.205	2.442	6,6%	-54	-2,2%
November 2020	1.200	1.154	2.354	6,4%	-66	-2,6%
Dezember 2020	1.206	1.135	2.341	6,3%	-13	-0,6%
Januar 2021	1.228	1.143	2.369	6,4%	+28	+1,2%
Februar 2021	1.251	1.164	2.415	6,5%	+46	+1,9%
März 2021	1.163	1.104	2.267	6,1%	-148	-6,1%
April 2021	1.139	1.070	2.209	6,0%	-58	-2,6%

* Berechnung: Ostbelgienstatistik ** Angaben: FORSTAT, ISTAT, JARIS / Berechnung ohne Berücksichtigung der Regionen: Statistiques Belges (Stand 2019)

SOMMER
SCHNUPPERWOCHEN
vom 28. Juni bis 16. Juli 2021

**EINFACH MAL
PROBIEREN !**



www.iawm.be/ausbildungsangebot/sommerschnupperwochen



Zukunft.Chancen.
Duale Ausbildung

Nutze die ausgedehnten Sommerschnupperwochen und teste dein Talent!

Du bist mindestens 15 Jahre alt oder wirst es dieses Jahr noch? Du möchtest herausfinden, ob ein bestimmter Beruf zu dir passt? Dann probier's einfach mal aus und lerne den Beruf deiner Wahl richtig kennen.

Wie funktioniert's? Ganz einfach und unkompliziert!

Die Seite mit allen Sommerschnupperbetrieben und einen Überblick über alle Ausbildungsberufe und -unternehmen findest du auf:

<http://www.iawm.be/ausbildungsangebot/sommerschnupperwochen/>. Bewirb dich einfach spontan oder ruf den oder die Betriebe deiner Wahl kurz an. Der Betrieb meldet dich bei uns an. Du hast mit Papierkram also nichts zu tun!

Den Flyer mit weiteren Infos findest du unter <https://bit.ly/3teVjnC>.

ACHTUNG: In den Sommerschnupperwochen haben alle noch anstehenden schulischen Aktivitäten Vorrang und müssen wahrgenommen werden! In den Betrieben sind die Hygiene- und Schutzmaßnahmen der jeweiligen Sektoren zur Eindämmung des Coronavirus einzuhalten.

Betriebe können sich direkt an das IAWM wenden, um sich anzumelden.

Infos hierzu auf www.iawm.be

INFOBLOCK

IAWM

Vervierser Straße 4A

4700 Eupen

iawm@iawm.be

Tel: 087/30 68 80

Fax: 087/89 11 76



9.3. Was Hochschulabsolventen wirklich wollen!

Young Professionals. Einkaufsabteilungen haben auf der Suche nach qualifizierten Talenten einen ganzen Katalog an Erwartungen, die ihre zukünftigen Mitarbeiter erfüllen sollen. Doch um Top-Kandidaten für sich zu gewinnen, ist es entscheidend, deren Erwartungen zu verstehen.

Was müssen Arbeitgeber liefern, um die besten Talente für sich zu begeistern? Schon 1997 verkündete die Unternehmensberatung McKinsey & Company den „War for Talents“ und drehte damit den Blickwinkel um 180 Grad vom Bewerbermanagement zum Talentmarketing. Auch wenn das vor bald 25 Jahren war, ist das Thema vor dem Hintergrund der digitalen Transformation und der damit verbundenen neuen Anforderungen an Mitarbeiter aktueller denn je - auch für den Einkauf. Aus diesem Grund haben der Stiftungslehrstuhl für Procurement der Universität Mannheim und die Hochschule Pforzheim im November 2020 dazu eine Umfrage unter 113 Studierenden der Betriebswirtschaftslehre (Universität Mannheim) und des Wirtschaftsingenieurwesens (Hochschule Pforzheim) durchgeführt.

Attraktivität des Einkaufs.

Auf die Frage bezüglich der Attraktivität von verschiedenen Unternehmensfunktionen für den Karrierestart (gemessen auf einer Rating-Skala von 1 = „überhaupt nicht“ bis 7 = „sehr hoch“) wurden Einkauf (Mittelwert 5,33), Logistik (5,21) und Produktion (5,13) am höchsten bewertet. Im Allgemeinen wird der Einkauf von Frauen als attraktiver bewertet (5,39) als von Männern (5,24) und eher von Kaufleuten (5,52) als von Studierenden des Wirtschaftsingenieurwesens (5,26).

Die hohen Werte für „Operations Management“-Funktionen müssen vor dem Hintergrund gesehen werden, dass alle Umfrageteilnehmer mindestens eine Vorlesung mit Fokus auf Einkauf und Beschaffung gehört haben. Damit zeigt sich aber auch, dass Studierende, die im Laufe ihres Studiums mit Einkaufsthemen in Kontakt kommen, eine entsprechende Begeisterung entwickeln können. Für Unternehmen und wirtschaftswissenschaftliche Fakultäten ist es daher wichtig, diese Berührungspunkte herzustellen, um die berufliche Orientierung für die wichtigen „Operations Management“-Funktionen zu ermöglichen. Talentmarketing und Recruiting beginnen schließlich mit den Themen im Hörsaal.

Weniger harte Verhandler.

Die Persönlichkeit der Befragten wurde mithilfe des in der Psychologie etablierten Fünf-Faktoren-Modells („Big Five“) gemessen. Die Befragten, die den Einkauf überdurchschnittlich attraktiv finden, sind demzufolge gewissenhaft und arbeiten effektiv und organisiert. Zudem zeichnen sie sich durch Selbstsicherheit und Ruhe aus. In unbekanntem Situationen sind sie erfinderisch und neugierig. Sie sind gesellig und gegenüber anderen Personen kooperativ, mitfühlend und freundlich. Hier besteht sicherlich ein „Fit“ mit den Anforderungen an Mitarbeiter für strategische Tätigkeiten und Themen im modernen Einkauf. „Harte“ Einkaufsverhandlungen passen zu diesen Persönlichkeitsmerkmalen jedoch eher weniger.

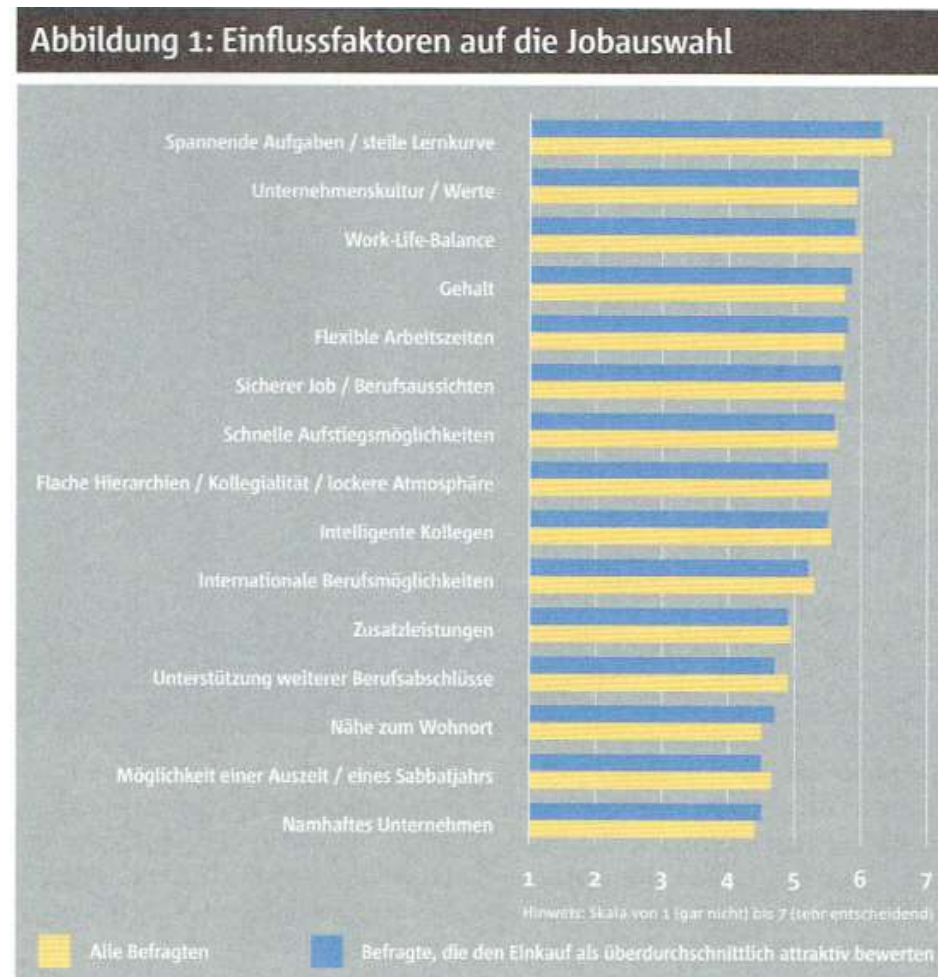
Im Vergleich der Branchen gibt es wenig Überraschung. Die Befragten bewerten die Automobilindustrie als die attraktivste (5,44). Es folgen die Elektronikbranche (5,32) und Unternehmensberatungen (5,01). Abgesehen von Funktion und Branche gibt es jedoch weitere interessante Faktoren, die Hochschulabgänger in ihrer Jobauswahl beeinflussen. Diese sind in Abbildung 1 dargestellt.

An erster Stelle steht dabei das Versprechen von interessanten Aufgaben und einer steilen Lernkurve (6,31). Die Unternehmenskultur und die Werte, die das Unternehmen vertritt, folgen an zweiter Stelle (5,98), dicht gefolgt von einer ausgeglichenen Work-Life-Balance (5,96). Erst danach kommen die Faktoren Gehalt (5,93) und Arbeitszeit (5,82). Hier zeigt sich, dass für die aktuelle Generation von Hochschulabgängern eher „weiche“ Jobfaktoren entscheidend sind und nicht mehr traditionelle Jobfaktoren wie Gehalt und Status einer „Gordon Gekko“-Generation der 1980er- und 1990er-Jahre. „Sinn ist wichtiger als Prestige“ lässt es sich zusammenfassen.

Image zählt weniger.

Im Hinblick auf Einstiegsgehalt und wöchentliche Arbeitszeit haben die Befragten die folgenden Erwartungen: Die durchschnittlichen Gehaltsvorstellungen belaufen sich auf 53.558 Euro pro Jahr bei einer Wochenarbeitszeit von 41,81 Stunden im Schnitt. Die Gehaltsvorstellung von Frauen (46.419 Euro) fällt dabei um 18,1 Prozent geringer aus als die der Männer (56.671 Euro), bei nur 5,8 Prozent geringerer erwarteter Wochenarbeitszeit (Frauen: 40,07 Stunden; Männer: 42,5 Stunden).

Hier liegt unter Umständen auch eine Ursache für das geschlechtsspezifische Lohngefälle („gender pay gap“), da der Verhandlungserfolg in Gehaltsgesprächen natürlich auch vom selbstbewussten Erstangebot abhängt.



Die am wenigsten wichtigen Entscheidungskriterien für die Befragten sind ein namhaftes Unternehmen (4,33), die Möglichkeit, sich eine Auszeit beziehungsweise ein Sabbatjahr zu nehmen (4,45) und die Nähe des Arbeitsgebers zum eigenen Wohnort (4,65). Für einen attraktiven Job sind die Studierenden demnach bereit, auf ein prestigeträchtiges Unternehmen zu verzichten und von ihrem Wohnort wegzuziehen.

Für die Teilnehmer der Umfrage, die den Einkauf als überdurchschnittlich attraktiv bewerten, sind einige Faktoren entscheidender und andere weniger entscheidend als für den Durchschnitt der Befragten. Dies ist ebenfalls in Abbildung 1 dargestellt. „Harte“ Jobfaktoren sind demnach für Studierende, die den Einkauf überdurchschnittlich attraktiv finden, noch weniger wichtig als für die übrigen Befragten. Auch ein namhaftes Unternehmen und die Nähe zum Wohnort sind unterdurchschnittlich wichtig.

Gleichzeitig haben sie ein höheres Interesse an der persönlichen Weiterentwicklung: Unterstützung bei weiteren Berufsabschlüssen, schnelle Aufstiegsmöglichkeiten, internationale Berufsmöglichkeiten und eine steile Lernkurve sind ihnen wichtiger als dem Durchschnitt der Befragten.

Halten, was man verspricht.

Wenn alle Rahmenbedingungen stimmen und die zukünftigen Hochschulabgänger sich zwischen zwei ansonsten gleichwertigen Jobs entscheiden müssten, geben den finalen Ausschlag eine positive Unternehmenskultur (5,48), eine klare Bedeutung der Arbeit (4,99) und die Möglichkeit zum Lernen und zur Weiterentwicklung (4,73). Demzufolge streben die zukünftigen Hochschulabgänger einen Job an, der einen positiven Einfluss sowohl auf ihr Umfeld als auch auf ihre eigene Entwicklung hat. Der soziale Status des Jobs hat den geringsten Einfluss (1,55).

Bei den Befragten, für die der Einkauf überdurchschnittlich attraktiv ist, sind eine klare Bedeutung der Arbeit, selbstständiges Arbeiten, aber auch der soziale Status, die Anerkennung für harte Arbeit und die Möglichkeit zum Lernen und zur Weiterentwicklung entscheidender als für den Durchschnitt der Befragten. Eine positive Unternehmenskultur, klare Aufstiegsmöglichkeiten, das Arbeitsumfeld und Jobsicherheit sind andererseits unterdurchschnittlich entscheidend im Vergleich zweier ansonsten identischer Jobs.

Im Hinblick auf alle Motive der künftigen Hochschulabsolventen, einen Job anzunehmen, sollte berücksichtigt werden, dass negative Abweichungen von den Erwartungen als deutlich stärker wahrgenommen werden als positive Abweichungen („losses born larger than gains“). Dies geht zurück auf die mit einem Nobelpreis gewürdigte Arbeit von Daniel Kahnemann und Amos Tversky („Prospect Theory“), die besagt, dass die Realität immer in Bezug zu einem Referenzpunkt bewertet wird. Dieser wird unter anderem von den Erwartungen der zukünftigen Hochschulabgänger bestimmt. Dementsprechend ist es für Unternehmen wichtiger, einen Großteil der Erwartungen zu erfüllen als wenige Erwartungen zu übertreffen, um gute Bewerber zu überzeugen.

Direkten Kontakt suchen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Generation zukünftiger Hochschulabgänger postmaterialistische Faktoren bei der Jobauswahl wichtiger sind als Gehalt und Prestige. Um Talente zu gewinnen und in der Organisation zu halten, müssen Arbeitgeber hier mit einem klaren Profil auftreten und mit ehrlichen Versprechen überzeugen.

Zudem lässt sich beobachten, dass zukünftige Absolventen ein hohes Interesse am Einkauf entwickeln, wenn sie mit diesem im Curriculum in Berührung kommen. Demzufolge sollten Unternehmen den direkten Kontakt zu Hochschulabgängern suchen, um sie für geeignete Positionen im Einkauf zu begeistern.

Prof. Christoph Bode, Inhaber des
Stiftungslehrstuhls für Procurement,
Universität Mannheim

Ruth Schültken, wissenschaftliche Mitarbeiterin
am Stiftungslehrstuhl für Procurement,
Universität Mannheim

Prof. Moritz Peter, Fakultät für Technik,
Hochschule Pforzheim

BIP 3 – 2021, 12. Jahrgang

10. Innovation und Umwelt

10.1. Europäische Innovations- und Technologiebörse – unter www.ihk-eupen.be -> Information -> Börsen

10.2. Innovationsnachrichten – Newsletter des Deutschen Industrie- und Handelskammertages – unter <http://www.dihk.de/themenfelder/innovation-und-umwelt/info/innonachrichten>

10.3. Renouvellement permis d'environnement et obligation général par le Décret sol

Le décret du 1^{er} mars 2018 relatif à la gestion et à l'assainissement des sols a défini divers faits générateurs d'obligations dans la procédure de permis d'environnement et/ou unique.

Intéressons-nous à un fait générateur auquel certaines entreprises risquent d'être confrontées : l'exploitation d'une activité/installation à risque pour le sol.

Une activité/installation à risque pour le sol est une installation et activité classée considérée comme ayant un impact environnemental sur le sol pouvant engendrer une pollution.

En pratique, c'est l'annexe 1 de l'Arrêté du Gouvernement wallon du 4 juillet 2002 arrêtant la liste des projets soumis à étude d'incidences et des installations et activités classées qui précise parmi les activités celles à risque (présence d'une croix dans la colonne correspondante).

Par exemple, un dépôt de mazout dont la capacité est supérieure à 25000 L est considéré comme à risque pour le sol. Une Installation de stockage temporaire de déchets dangereux lorsque la capacité de stockage est supérieure à 1 T est également considérée comme à risque pour le sol.

Lors d'une demande de renouvellement d'un permis d'environnement pour une activité à risque pour le sol, le demandeur devra procéder à une étude d'orientation des sols. Cette étude a pour objectif de vérifier la présence éventuelle d'une pollution. Le périmètre du terrain qui fait l'objet de l'étude doit, dans tous les cas, correspondre à l'emprise du périmètre objet de la demande de renouvellement de permis.

Par ailleurs, au sein de ce périmètre, l'ensemble des sources potentielles de pollution doit faire l'objet d'investigation, même si certaines de ces sources potentielles de pollution ne relèvent pas de la définition d'activité à risque pour le sol.

En conséquence, lorsqu'une étude introduite dans le cadre d'un renouvellement de permis ne répond pas aux éléments visés ci-dessus, celle-ci sera déclarée non conforme. Il est toujours possible, sous certaines conditions, de demander une exemption de l'obligation de réaliser une l'étude d'orientation auprès de la Direction de l'Assainissement des Sols.

La réalisation d'une étude des sols doit obligatoirement être réalisée par un expert sol agréé de la Région wallonne.

Cette étude aura des répercussions financières et temporelle. En effet, à défaut d'anticipation, l'entreprise risque de se trouver en situation d'un permis d'environnement actuel périmé et d'une procédure de renouvellement de permis toujours pas arrivée à son terme.

Il est donc important pour une entreprise de connaître si certaines de ces activités/installations sont à risque pour le sol.

Renaud Godenne,
Directeur environnement **QUALIBEL – SOGESAL**

AIHE REVUE NR. 232 FÉVRIER-MARS 2021

10.4. Chercheurs et entreprises : deux univers qui changent notre monde !

Les chercheurs et les entreprises ont beaucoup à se raconter pour avancer et améliorer notre quotidien, que ce soit dans le domaine de l'agriculture, de la santé, de la technologie, de la culture, de l'apprentissage ... LiEU (Liaison Entreprises-Universités) assure cette passerelle entre les deux mondes. Rencontre avec Olivier Vande Vyver, directeur opérationnel, et Fabienne Hocquet, coordinatrice de la stimulation des échanges entreprises/recherche.



POURRIEZ-VOUS DECRIRE LA MISSION DE LIEU EN QUELQUES MOTS ?

Olivier Vande Vyver et Fabienne Hocquet

Nous sommes une interface entre le monde de la recherche universitaire et celui des entreprises. Le premier service du réseau est de faire connaître aux entreprises ce que font les universités et les mettre en relation. Il s'agit d'un transfert de connaissances. Quand on sait que les universités belges forment ensemble une communauté de 10000 chercheurs répartis dans quelque 250 laboratoires, il est aisé d'imaginer leur force de frappe. Toutefois, pour qu'une entreprise puisse s'y retrouver et mobiliser rapidement les compétences dont elle a besoin pour avancer, des moyens sont nécessaires. Ces 15 dernières années, notre réseau LiEU s'y est attelé en relayant les demandes des entreprises vers les laboratoires pertinents. Tout cela en chapeautant les différents types de partenariats.

QUELLE EST LA FINALITÉ DE CETTE MISE EN RELATION CHERCHEURS/ENTREPRISES ?

L'objectif est de répondre aux besoins de la société dans son quotidien. Le fruit des collaborations universités/entreprises permet de toucher des secteurs aussi variés que l'alimentaire, l'enseignement, la détection des maladies, des dictionnaires pour traduire la langue des signes, les besoins logistiques de la mobilité avec en toile de fond la protection de l'environnement ... Cela peut sembler étonnant, mais nous sommes très proches des petits actes journaliers de la population Celle-ci en a toutefois rarement conscience.

EST-CE QUE VOTRE ACTION A ÉTÉ MODIFIÉE SOUS L'IMPULSION DU COVID-19 ?

Oui, tout d'abord parce que nous avons dû trouver de nouvelles façons de fonctionner, et mettre en avant d'autres modes d'interactions et de connexion entre les chercheurs et les entreprises. Les besoins de ces dernières se sont aussi modifiés sous l'impulsion de la crise sanitaire : ils sont devenus immédiats et spécifiques. Cela a permis aux chercheurs de faire émerger des idées : comme ils sont forgés pour trouver des solutions qui n'existent pas encore, ils étaient certes sous pression, mais dans leur élément. Ils ont pu concrétiser leurs innovations sur le terrain ... Tout cela dans un contexte sans précédent.

UN EXEMPLE PRATIQUE ?

Oui, les chercheurs ont mis en place un test d'auto-prélèvement salivaire pour détecter le Covid-19. Il s'agit du fruit d'une collaboration entre des médecins, des vétérinaires et des ingénieurs. Il s'agit d'un bon exemple de réactivité durant la crise. Les chercheurs ont aussi donné des réponses en termes d'immunité et de problèmes psychologiques en un temps record. Cette prouesse a été rendue possible parce que de nombreux échanges ont été organisés afin de pouvoir diagnostiquer au mieux le virus. On pense souvent que la recherche est déconnectée de la réalité, qu'elle demeure dans les laboratoires et ne concerne que des domaines bien spécifiques comme les sciences et techniques. Mais il n'en est rien : les interactions universités/entreprises donnent lieu à des solutions concrètes aussi bien dans le secteur du divertissement que de l'éducation, la nutrition, les sciences sociales...

QUELQUES IDÉES DE RÉALISATIONS NÉES DE COLLABORATIONS LABORATOIRES DE RECHERCHE/ENTREPRISES ?

Il y en a énormément ... Mais nous pouvons par exemple vous parler de Domobios, un produit naturel pour tuer les acariens et autres bêtes domestiques, ou encore de Unisensor, des tests rapides pour la détection de contaminants dans l'industrie agro-alimentaire, sans oublier Flowchase, qui aide à la prononciation des langues étrangères. Skalup, de son côté, est un conseiller virtuel pour l'achat en ligne, tandis que ShareABike est un système de partage de vélos verrouillable via une application smartphone. Comme vous le voyez, les domaines touchés sont aussi divers que variés.

COMMENT PARVEZ-VOUS À METTRE EN CONTACT LES « BONS » CHERCHEURS AVEC LES « BONNES ENTREPRISES » ?

Cela exige une bonne connaissance de nos chercheurs et de leur expertise, mais aussi une collaboration étroite avec les entreprises de la région. La force de notre réseau est de comprendre le besoin de l'entreprise, d'identifier le bon partenaire et de trouver la meilleure forme pour que le projet se concrétise. La collaboration apparaît aussi en fonction du contexte particulier, comme par exemple le cas du Covid-19 : nous devons alors nous tenir prêts à réagir rapidement. Ensuite, nous gérons tout ce qui a trait à la propriété intellectuelle, le cadre juridique de la collaboration.

CERTAINES UNIVERSITÉS POSSÈDENT AUSSI LEURS PROPRES POINTS FORTS

Oui, tout à fait ... Par exemple, dans le cadre de la crise sanitaire, les laboratoires de recherche sont très complémentaires : l'ULB et la KUL excellent dans la recherche de vaccins et possèdent des équipements spécifiques à la recherche fondamentale dont les entreprises ne disposent pas. Les universités de Liège et de Namur sont de leur côté très actives dans le domaine des protocoles de diagnostic. L'UCL s'est quant à elle mobilisée pour mettre à disposition des respirateurs. L'Université de Mons, enfin, a étudié les troubles de l'odorat et du goût (anosmie/dysgueusie) chez les patients infectés par le virus. Tout cela s'est bien entendu effectué en étroite collaboration avec le monde entrepreneurial.

Communication
© La Libre.be, le 9 décembre 2020
RÉSEAU LIEU

AIHE REVUE NR. 232 FÉVRIER-MARS 2021

11. Steuern, Finanzen und Beihilfen

11.1. Einstellungs- und Ausbildungsbeihilfen in der Deutschsprachigen Gemeinschaft

Einstellungs- und Ausbildungsbeihilfen: <http://www.adg.be/desktopdefault.aspx/tabid-5339/>

11.2. Beihilfen für Unternehmen in der Wallonischen Region

Nachfolgend finden Sie den Link vor zu den Unternehmensbeihilfen in der Wallonie (MIDAS):

http://www.aides-entreprises.be/Midas_web/de/index.awp