

GLOBAL BUSINESS MAGAZINE

OPENING DOORS AND MARKETS

Partnerland Russland: Alle Termine und Themen
Guest Nation Russia: All Meetings and Topics

Niedersachsen: Drehscheibe in Europa
Niedersachsen: Hub for Eastern Europe

Global Business Forum: Fokus Beschaffung
Global Business Forum: Focus on Sourcing

EU und b2fair: Kooperationsbörse
EU and b2fair: Matchmaking

Pakistan: Schwellenland im Aufbruch
Pakistan: A New Emerging Market

Subcontracting: Global Village der KMU
Subcontracting: The Global Village of SME

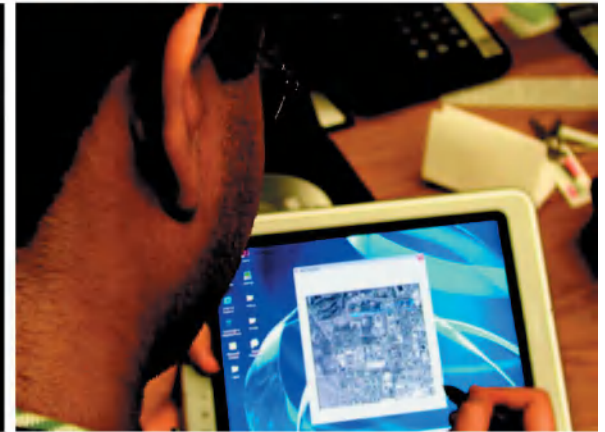
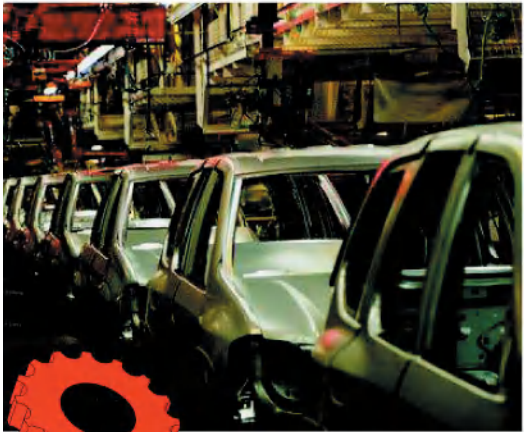
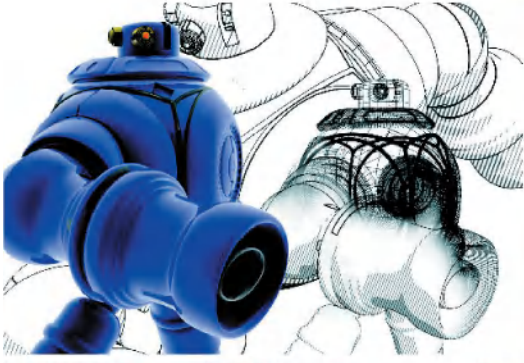
11–15 APRIL 2005



**HANNOVER
MESSE**
11.–15. APRIL 2005

One place to be

INDUSTRIAL PAKISTAN ON THE MOVE



THE RIGHT PLACE. THE RIGHT TIME

***Make Pakistan your choice destination
for engineering manufactured goods
of exceptional international quality
standards.***

Pakistan is one of the fastest growing industrialized countries of the developing world. There is rapid industrialization and profound transformation everywhere. The engineering sector with its technical expertise, skilled manpower and quality standards is ready to fulfil your requirements for top-quality manufactured goods.

www.engineeringpakistan.com

There's more to Pakistan than its unique international image. Backed by an empowered engineering industry, we welcome you to visit the Engineering sites of Pakistan, source it to your advantage and make the right choice. It's the right place and the right time.

COME TO . . .


**industrial
PAKISTAN**
The right place. The right time.

Editorial: Plattform für internationale Geschäftskontakte Your Platform for International Business Leads



Neue Kunden und Lieferanten in internationalen Märkten identifizieren, den Erstkontakt aufnehmen, sich zum persönlichen Gespräch treffen, mit bestehenden Partnern aus dem Ausland neue Lösungen ins Auge fassen und dabei den weltweiten Wettbewerb im Auge behalten: Wer diese Aufgabe in fünf Tagen effizient angehen und den gewaltigen Recherche- und Reiseaufwand für eine tatsächlich globale Marktbeobachtung und -bearbeitung reduzieren will, der ist auf der HANNOVER MESSE genau richtig.

Von einem ganz besonderen Mehrwert, den Ihnen das weltweit größte Technologieereignis bietet, ist in diesem Magazin ausführlich die Rede: Die HANNOVER MESSE schafft für Aussteller und Besucher einen zusätzlichen Nutzen, den keine lokale Fachmesse und schon gar nicht andere Kommunikationskanäle so einfach und direkt leisten. 6.000 Aussteller aus mehr als 70 Ländern verwandeln das Messegelände in Hannover in das sprichwörtliche „Global Village“ der Industrie. Der weltweite Beschaffungsmarkt für die Fertigung ist in Hannover komplett abgebildet.

Gerade internationale Partnerschaften werden heute unter strategischen Aspekten eingegangen: Sie sichern Zukunft und Handlungsfähigkeit auf neuen Märkten. Ob kleine und mittlere Unternehmen oder Weltkonzern – die Strategie ist Chefsache. Die HANNOVER MESSE ist der herausragende jährliche Meeting Point des industriellen Managements. Sie hat dafür neue und spezielle Formate der Kommunikation eingerichtet. Die moderne Industriepäsentation des Partnerlands Russland in Halle 13, das Matchmaking im EU-Rahmen, das Global Business Forum in Halle 6, die Global Business Days im Convention Center und natürlich die hochinteressanten nationalen und regionalen

Gemeinschaftsstände der Subcontracting: Hier gewinnen Unternehmer aus erster Hand Informationen und Kontakte in neue Märkte. Internationaler Austausch auf Führungsebene und auch direkte Gespräche mit wirtschaftspolitischen Repräsentanten – nirgendwo finden sich so zahlreiche und gute Gelegenheiten wie auf der HANNOVER MESSE.

Das GLOBAL BUSINESS MAGAZINE, das wir gemeinsam mit unserem langjährigen Partner local global erstmals herausgeben, liefert den roten Faden durch Events und Ausstellungsbereiche, in denen Sie speziell Ihre internationalen Kontakte ausbauen können. Das Magazin will Ihnen eine bessere Orientierung durch die globale Plattform der HANNOVER MESSE geben. Sie finden so leichter die Partner, Impulse und Informationen, die Sie für Wachstum auf den internationalen Märkten brauchen.

Finding new customers and suppliers in international markets, generating new leads, holding face-to-face meetings and working out new solutions with existing partners from abroad — all while keeping track of the international competition. If you ever wanted to accomplish all this in just five days, while reducing your outlays for truly global market observation and intervention, then the HANNOVER FAIR is just the place for you.

This magazine provides you with detailed information on the added value you can get from attending the world's biggest technology event. The HANNOVER FAIR offers fast, directly accessible benefits in a way that no specialised local exhibition, or any other communication channel, can match.

6,000 exhibiting companies from 70 different countries at the event combine to make the Hannover Exhibition Center an industrial "global village".

International partnerships in particular are based on strategic considerations, like making an enterprise future-proof and ensuring its future freedom of action. Whether it's a small or medium-sized enterprise or a worldwide conglomerate, strategy is always a top priority, reserved for a company's top management. And the HANNOVER FAIR is the outstanding meeting place for industrial management, which is why we have created a number of special new communication formats, including an up-to-the-minute industrial presentation by Partner Country Russia in Hall 13, the EU's matchmaking program, the Global Business Forum in Hall 6, the Global Business Days at the Convention Center and, last but not least, the highly relevant national and regional group pavilions within the "Subcontracting" sector of the show, where visiting entrepreneurs can not only get a look at the latest products and innovations, but also acquire first-hand information and new leads in new markets. At the HANNOVER FAIR you'll encounter numerous, first-rate opportunities to network with other managers from around the world and even speak directly with economic policymakers.

This first issue of the GLOBAL BUSINESS MAGAZINE, which we are jointly producing with our long-time partners at "local global," gives you an overview of the events and exhibition sectors where you can expand your network of international contacts. It is designed to help you navigate through the global platform of the HANNOVER FAIR. Use it as a handy aid to finding the right partners, ideas and information to help your company flourish in the international marketplace.

*Wolfgang Pech
Geschäftsbereichsleiter / Director
Deutsche Messe AG*

GLOBAL BUSINESS MAGAZINE

Opening Doors and Markets



Russland



Russia

Partnerland Russland: Alle Termine und Themen

Guest Nation Russia: All Meetings and Topics

Seite | Page 6

Niedersachsen

Niedersachsen

Seite | Page 14

2. Niedersächsischer Außenwirtschaftstag

2nd Niedersachsen Foreign Trade Conference

Seite | Page 15

Global Business Forum

Global Business Forum

Fokus auf Sourcing und Kooperation

Focus on Sourcing and Cooperation

Seite | Page 16

GBF: Programmübersicht

GBF: Programmes

Seite | Page 18

EU and b2fair: Die Partner der Kooperationsbörse

EU and b2fair: Partner for Matchmaking

Seite | Page 20

BME Einkäufertag:

BME: Sourcing Day

Seite | Page 22

Produktion in China: Welcher Standort ist der richtige?

Production in China: Which Location is the Right One?

Seite | Page 24

Pakistan: Schwellenland im Aufbruch

Pakistan: A New Emerging Market

Seite | Page 26

Global Business Days

Global Business Days

Die Wirtschaftskonferenzen im Convention Center

Business Conferences in the Convention Center

Seite | Page 30

Libyen: Neue Chancen am Mittelmeer

Libya: New Opportunities in North Africa

Seite | Page 32

Tunesien: Produzieren in Nordafrika

Tunisia: Manufacturing in North Africa

Seite | Page 33

Serbien: Reformen eröffnen Chancen

Serbia: Reforms Open Doors

Seite | Page 34

Rumänien: Ein verlässlicher Partner

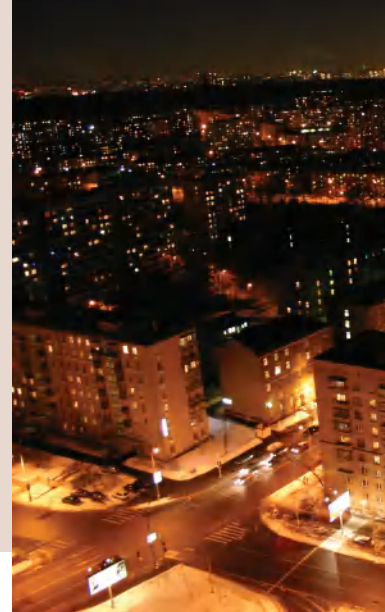
Romania: A Dependable Partner

Seite | Page 35



Subcontracting		Subcontracting	
Treffpunkt der internationalen Zulieferindustrie	Global Suppliers Meet	Seite Page	36
Heilbronn-Franken: Regionale Wirtschaftsförderung mit globaler Reichweite	Heilbronn-Franken: Regional Economic Development with a Global Scope	Seite Page	39
Schweiz: KMU treiben Internationalisierung voran	Switzerland: SMEs promote Internationalisation	Seite Page	40
Spanien: Zulieferer suchen europäischen Markt	Spain: Subcontractors are Looking for the European Market	Seite Page	42
Profile		Profiles	
International Moscow Bank: Ihr Partner in Russland	International Moscow Bank: Your Partner in Russia	Seite Page	48
claret clover: Management von Unternehmenskooperation	claret clover: Managing Business Collaboration	Seite Page	50
Total Translations Company: Marken in neue Märkte	Total Translations Company: Brands to New Markets	Seite Page	52
iXPOS – Das Außenwirtschaftsportal: Ihr Wegweiser im Auslandsgeschäft	iXPOS – The Gateway to International Business	Seite Page	58
Service		Service	
Business Events: Liste der Redner	Business Events: List of Speakers	Seite Page	60
Hallenplan, Impressum		Seite Page	62

Partnerland Russland Guest Nation Russia



Hannover: Plattform für den globalen Auftritt der russischen Industrie

Messeeröffnung durch Präsident Putin und Bundeskanzler Schröder, 6.000 Quadratmeter Ausstellung in Halle 13, dabei Präsenz der größten und weltbekannten russischen Unternehmen, täglich hochrangig besetzte Unternehmerforen und ein riesiges internationales Medieninteresse: Russland ist 2005 das Partnerland der HANNOVER MESSE.

Die russischen Unternehmen nutzen gemeinsam die Plattform der HANNOVER MESSE, um Innovationen und die starken Ressourcen in Forschung und Entwicklung einer industriellen Weltöffentlichkeit zu präsentieren. Russlands wirtschaftspolitische Spitze wirbt vom Messeplatz Hannover um Investitionen und industrielle Partnerschaften.

Die russische Beteiligung sorgt dafür, dass aus der HANNOVER MESSE in diesem Jahr ein außergewöhnlich stark beachteter Wirtschaftsevent wird. Aber auch in Russland sorgte die von der Führungsspitze des Landes angeregte Präsenz auf der Messe schon im Vorfeld für öffentliches Aufsehen. Als Messechef Heckmann Ende Januar in einer Pressekonferenz das neue Partnerland-Konzept der Deutschen Messe AG verkündete, wurde die Rolle der HANNOVER MESSE als Startrampe für die dauerhafte Erschließung neuer Märkte durch die russische Industrie sehr deutlich.

Dass Russlands Industrie in der Lage ist, mit Innovationen und wettbewerbsfähiger Technologie auf internationalen Märkten zu bestehen, das soll in einer modernen Art der

Industrieschau deutlich gemacht werden: Nicht mehr das alte Ambiente der Staatswirtschaft, sondern moderne Präsentationsformen und Kommunikationsangebote bestimmen die Atmosphäre in der Halle 13. In der Ausstellung und im begleitenden Industrieforum zeigt die dynamische russische Wirtschaft, dass sie sich mit Hochtechnologieprodukten, ungewöhnlich starken Ressourcen in Forschung und Entwicklung sowie auf Nachhaltigkeit angelegten Kooperationsprojekten als Partner der Industriewelt positionieren will.

Dass die russischen Riesenunternehmen wie zum Beispiel Gazprom, Suchoi, Jugansneftogas mehr zu bieten haben als riesige Energielieferungen und modernste Rüstungsgüter, wird im Russischen Industrieforum sehr deutlich.

Die fortlaufende Modernisierung und Entwicklung von Russlands interessantesten Industriebranchen schafft Chancen für Technologie aus dem Westen. Deutschlands Unternehmen haben sich bereits mit Erfolg auf die neue russische Wirtschaft eingestellt und dabei über Kooperationen hervorragende Positionen im Markt besetzt. Das wird in mehreren hochrangig besetzten Unternehmer-Veranstaltungen deutlich. Auf dem deutsch-russischen Wirtschaftstag und in den Veranstaltungen mit den Industrieverbänden ZVEI und VDMA stehen Erfahrungen, die Unternehmen wie Siemens, ZF Sachs, oder Festo im russischen Markt machen, im Vordergrund.

Russland ist also als Standort für Kooperation in den Mittelpunkt des Interesses gerückt. Welche Chancen für Ansiedlungen bestehen, wie der in der Vergangenheit

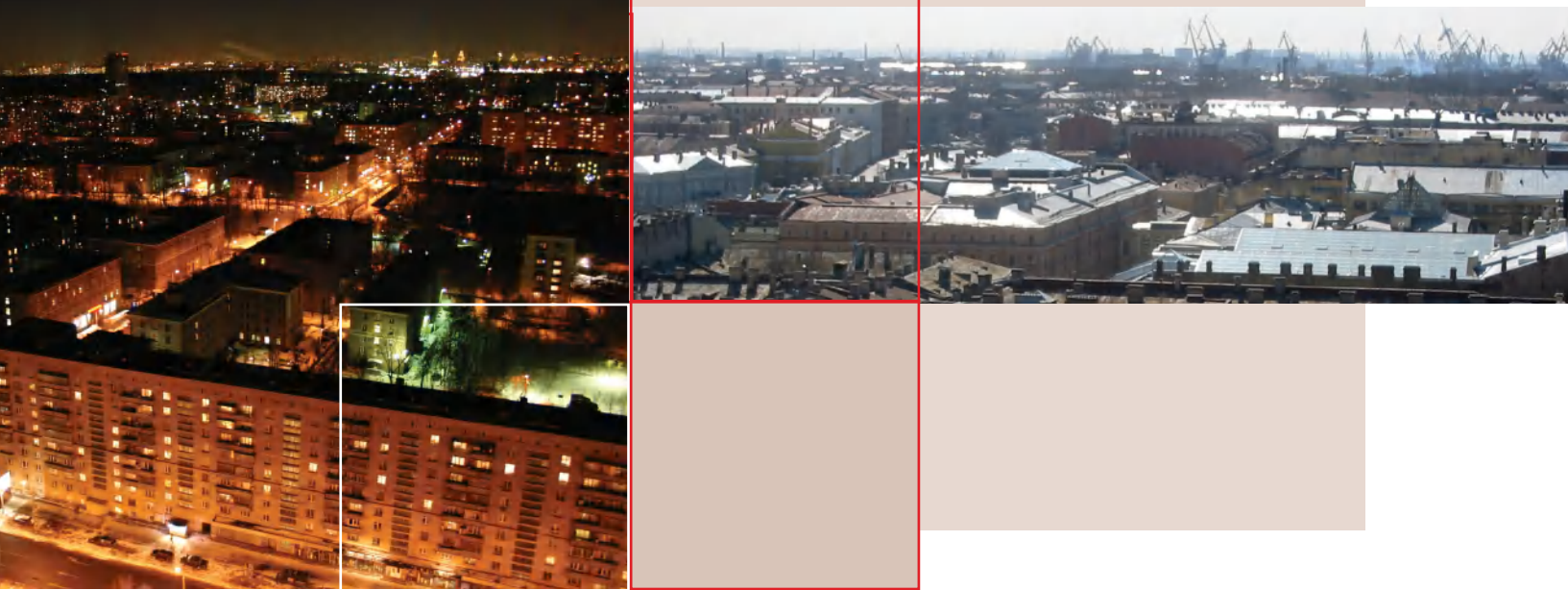
nicht immer klare rechtliche Rahmen für Investitionen künftig aussieht, welche Chancen für industrielle Partner bei der Weiterentwicklung von Zukunftstechnologien und -branchen in Russland bestehen – das erläutern Präsident Putin und Russlands wirtschaftspolitische Führungsspitze dem in Hannover versammelten westlichen Industriepublikum aus allererster Hand.

Hanover: Platform for the Global Presentation of Russia's Industry

Exhibition opening by President Putin and Chancellor Schröder, 6,000 sqm showcase in Hall 13, participation of the largest and world-famous Russian companies, high-profile business forums and a huge interest from international media: Russia is the HANNOVER FAIR Guest Nation for 2005.

The Russian companies jointly use the HANNOVER FAIR platform to present their innovations and strong resources in research and development to the world's industry public. Russian business leaders use Hanover to promote investment and industrial partnerships.

The Russian participation makes the HANNOVER FAIR an enormously attractive economic event this year. The presence at the fair, which was initiated by the country's leadership, caused a stir in Russia well before the event. When CEO Heckmann held a press conference to announce the new Guest Nation concept of the Deutsche Messe AG in late January, the



Russland-Events | Russia Events HANNOVER MESSE 2005

11 - 15 April	Partnerland Russland: Guest Nation Russia:	Halle 13
11 April	Russisch-Deutscher Wirtschaftstag Russian-German Business Day	CC
	Kaliningrader Gebiet – Region der Zusammenarbeit in Europa Kaliningrad Region – Region for Cooperation in Europe	CC
12 - 15 April	Russisches IndustrieForum Russian Industry Forum	Halle 13
12 April	2. Niedersächsischer Außenwirtschaftstag Russlands Regionen 2nd Niedersachsen Foreign Trade Conference Russian Regions	NordLB
	Tage der Region Krasnodar Days of the Krasnodar Region	CC
12 April	Finanzierungen für das Russland-Geschäft Financing for doing Business with Russia	GBF, Halle 6
13 April	KPMG-Seminar: Investieren in Russland KPMG-Seminar: Investing in Russia	Halle 2

The experiences of companies like Siemens, ZF Sachs, and Festo in the Russian market are the main points of discussion in the German-Russian Business Symposium and in the ZVEI and VDMA events.

Russia has also become the centre of attention as a location for cooperation. The opportunities for establishing subsidiaries; the legal conditions for investments that have not always been clear in the past; opportunities for industrial partners planning to further develop future technologies and sectors in Russia – President Putin and Russia's business leaders will provide a firsthand account to the industrial audience gathering in full force in Hanover.

role of the HANNOVER FAIR as the launching pad for the opening up of new markets by Russian industry became very obvious.

Russia intends to use this modern kind of industry show to demonstrate the ability of Russian industry to stand its ground on international markets with innovations and competitive technology. Not the old air of state-planned economy but modern forms of presentation and communication are the prevailing elements in Hall 13.

The exhibition and the accompanying Industry Forum prove that Russian businesses are trying to position themselves as a partner of the industrial world by highlighting their exceptionally strong resources in research and development, cooperation

projects based on sustainability, and high-tech products.

The Russian Industrial Forum demonstrates explicitly that the giant Russian corporations like Gazprom, Suchoi and Jugansneftegas have a lot more to offer than just enormous energy resources and cutting edge military hardware.

The continuing modernisation and development of Russia's most interesting industrial sectors creates opportunities for Western technologies. German companies have already successfully adjusted to the new Russian economy and been able to get into first-class positions in the markets with the help of cooperations. This is evident in a number of high-profile business events.

Alle Aussteller und das Programm des Russischen Industrieforums in Halle 13 im Offiziellen Katalog:

All exhibitors and the program of the Russian Industry Forum in Hall 13 in the Official Catalogue:



Deutsch-Russischer Wirtschaftstag Montag, 11. April 2005, CC

German-Russian Business Day
Monday, 11 April, 2005, CC



Programm (Stand 20. 03. 2005)

ab 9.00

Registrierung

10.00 – 10.15

Eröffnung und Begrüßung

Dr. Klaus Mangold

Vorsitzender des Ost-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft, Berlin
Executive Advisor to the Chairman of DaimlerChrysler AG, Stuttgart

Präsident Vladimir V. Putin

Moskau

Bundeskanzler Gerhard Schröder

Berlin

10.15 – 12.30

Russland als Wirtschaftsstandort

Moderation.

Dr. Klaus Mangold

Vorsitzender des Ost-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft, Berlin
Executive Advisor to the Chairman of DaimlerChrysler AG, Stuttgart

Teilnehmer.

Viktor Christenko

Minister für Industrie und Energie der Russischen Föderation, Moskau

German Gref

Minister für wirtschaftliche Entwicklung und Handel
der Russischen Föderation, Moskau

Dr. Bernd Pfaffenbach

Staatssekretär, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Berlin

Dr. Burckhard Bergmann

Vorsitzender des Vorstandes, E.ON Ruhrgas AG, Essen

Aleksej Mordaschow

Generaldirektor, OAO Severstal, Tscherepowez

Nikolas W. Knauf

Geschäftsführender Gesellschafter, Knauf Gips KG, Iphofen

12.30 – 14.00

Mittagessen

Auf Einladung von E.ON Ruhrgas AG und OAO Gazprom

14.00 – 15.30

Podiumsdiskussion

Praktische Erfahrungen in der bilateralen Zusammenarbeit

Moderation.

Prof. Dr. Edward Krubasik

Präsident, ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik- und
Elektronikindustrie e. V., Frankfurt am Main

Aleksej Mordaschow

Generaldirektor, OAO Severstal, Tscherepowez

Teilnehmer.

Rudi Lamprecht

Mitglied des Zentralvorstandes, Siemens AG, München

Reinier Zwitterloot

Vorsitzender des Vorstandes, Wintershall AG, Kassel

Dr. Hans-Joachim Körber

Vorsitzender des Vorstandes, METRO AG, Düsseldorf

Dr. Heinrich Weiss

Vorsitzender der Geschäftsführung, SMS GmbH, Düsseldorf

Alexej Miller

Vorsitzender des Vorstandes, OAO Gazprom, Moskau

Wladimir Jewtuschenkow

Vorsitzender des Direktorenrates, OAO AFK Sistema, Moskau

Sergej G. Nedoroslew

Präsident, GK Kaskol, Moskau

Andrei Birukov

Präsident, „Yarovit“ Firmengruppe, Moskau

15.30 – 16.00

Kaffeepause

16.00 – 17.30

Finanzierungsfragen – deutsche und russische Experten zu aktuellen Themen

Moderation.

Dr. Tessen v. Heydebreck

Mitglied des Vorstandes, Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main

Teilnehmer.

Andrei L. Kostin

Vorsitzender, Vneshtorgbank, Moskau

Dr. Andrej I. Kasmin

Vorsitzender des Vorstandes, Sberbank, Moskau

Dr. Michael Kruse

Ministerialdirigent, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Berlin

Klaus Michalak

Global Head of Structured Trade and Export Finance, Deutsche Bank AG,
Frankfurt am Main

Ralf Steger

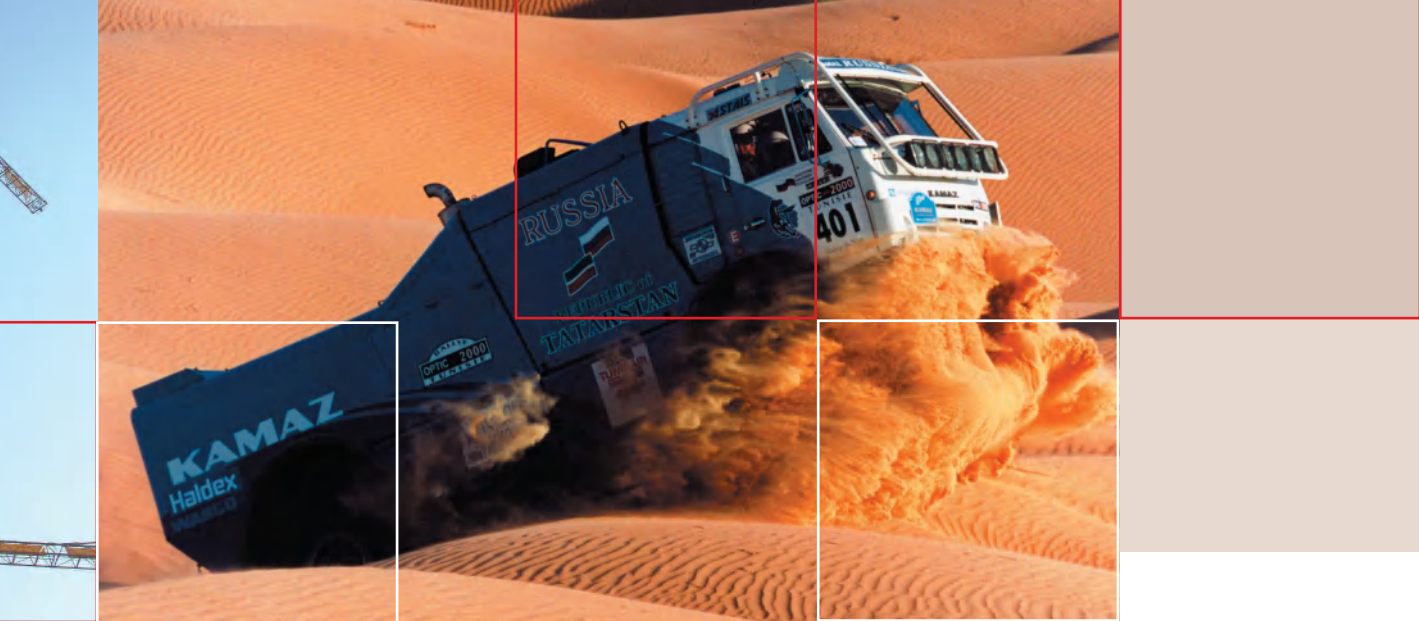
Head of Global Financial Services, Heidelberger Druckmaschinen AG,
Heidelberg

18.00 Empfang

Auf Einladung des Partnerlandes Russland

Mit freundlicher Unterstützung von:

Delegation der Deutschen Wirtschaft in der Russischen Föderation,
E.ON Ruhrgas AG, OAO Gazprom



Aussteller / Exhibitors	Partnerland Russland / Guest Nation Russia,	Halle / Hall 13
Admiralty Shipyards FSUE	Keldysh Institute for Applied Mathematics	Severstal-Group CJSC
All-Russian Institute of Aviation Materials	Krasnodar Region Administration	Sevkabel-Holding JSC
Anet Soft	Kristall GosNII FGUP	Ship Electrical Engineering & Technology Research Institute
ARSENAL Design Bureau FSUE	Krylov Shipbuilding Research Institute	Stel-Computer Systems Ltd.
Arsenal Machine-building Plant, JSC	LASER CENTER JSC	Surgutneftegas Open JSC
Astrophysica SPA RF SRC SUE	LENEXPO, JSC	Taganrog State University of Radioengineering
AutoMechanics, Inc.	LENINETZ - HOLDING COMPANY	TASMO Bit, Ltd.
Avangard JSC	Micran Ltd.	Technological Centre MIET – State Research Centre of Russian Federation Scientific and Manufacturing Complex
Blagovest-Istra JSC	Moscow Chamber of Commerce and Industry	Technologiya – Federal State Unitary Enterprise Obninsk Research and Production Enterprise
Central Aerohydrodynamic Institute	Moscow Institute of Electronics and Mathematics	Television Research Institute
Central Institute of Aviation Motors	Moscow State Institute of Steel and Alloys (Technological University)	Tochmash FSUE VPA
Central Research Institute for Materials	NAMI - Russian State Automotive Scientific Centre	Tomsk Polytechnic University
Committee for Economic Development, Industrial Policy and Trade of St.-Petersburg	NT-MDT	Top Systems
Compressor JSC	Perm Motors Group	Tradition Co. Ltd.
Concern of Medium and Small Tonnage Shipbuilding	Perm Regional Administration	Transmashholding CJSC
Controlling Chaos Technologies	POWER MACHINES	Ural Optical & Mechanical Plant FSUE
Elecard Devices Ltd.	RAO UESR - Unified Energy System of Russia	Uralmashzavod
Electropult Plant JSC	RC Module	Ust-Luga Company JSC
Elektropribor SRC of Russia FSUE CSRI	Research Institute of Applied Mathematics and Certification	VITANET
EleSy Inc.	ROSOBORONEXPORT State Corporation	Vneshtorgbank
EURECA Ltd.	RUSELPROM	VSMPO-AVISMA Corporation
Federal Information System on Products and Services	RUSSIAN INSTITUTE OF RADIONAVIGATION AND TIME	Yuzhpolymetal-Holding JSC
Fraunhofer IZFP and IMTP Vladivostok	Russian National Multimedia Centre	
GAZPROM JSC	Russian Post	
GLOBAL EXPO – Exhibition Company	Russian Satellite Communications Company	
GosNII mash FSUE	Russian Society of Telemedicine	
Institute for Information Transmission Problems	RYAZAN STATE INSTRUMENT-MAKING ENTERPRISE	
Institute for Mathematical Modeling	Saturn NPO JSC	
Institute for Robotics and Technical Cybernetics	SBERBANK (Savings Bank of the Russian Federation)	
International Science and Technology Center	Scientific Research Institute of Multiprocessor Computer Systems	
International Union of Instrument and ITT Engineers	SDL of Laser technology	
IRKUT Corporation	SENSORIKA Laboratory, KIAM	
Joint SuperComputer Center RAS		
KAMAZ Inc.		

Investieren in Russland

Investing in Russia



KPMG-Seminar: Investieren in Russland 13. April, Halle 2, Saal MOSKAU

15.30 Uhr	Begrüßung
15.40 Uhr	Wirtschaftliche Lage und Investitionsklima in Russland
16.00 Uhr	Russland – wichtige, praxisbezogene Themen für Ihre erfolgreiche Geschäftstätigkeit • Steuerliches und rechtliches Umfeld • Grundzüge der russischen Rechnungslegung • Typische Herausforderungen bei der Umsetzung von Investitionsvorhaben
17.15 Uhr	Kaffeepause
17.30 Uhr	Erfahrungen deutscher Unternehmen in Russland Gastvortrag: Dr. Stephan Stein Leiter der Außenstellen St. Petersburg und Kaliningrad der Delegation der Deutschen Wirtschaft in der Russischen Föderation
17.55 Uhr	Diskussionsforum: Unsere Referenten stehen Ihnen für Fragen und zur Diskussion zur Verfügung.
18.25 Uhr	Zusammenfassung
ab 18.30 Uhr	gemeinsamer Imbiss

🇷🇺 Russland wird von deutschen Unternehmern mehr denn je als eine attraktive Plattform für geschäftliche Aktivitäten gesehen. Die stetige positive Entwicklung der Wirtschaft in Russland seit Amtsantritt von Präsident Putin, die niedrigen Steuersätze wie auch die niedrigen Arbeitslöhne haben zur Verbesserung des Investitionsklimas beigetragen. Die Verlockungen des riesigen Binnenmarktes, den Russland darstellt, steigern zusätzlich das Interesse an einem Engagement in diesem Land.

🇩🇪 German companies are increasingly seeing Russia as an attractive platform for business activities. The investment climate has improved due to the steady, positive development of the Russian economy since President Putin's inauguration, low tax rates as well as the low cost of labour. Investors have also been attracted by the huge domestic market.

Tage der Region Krasnodar, 12. April, CC, Halle 1+2

08.30 Uhr	Business Breakfast des Gouverneurs SAS Radisson Hotel, Expo Plaza
10.00 – 13.00 Uhr	Plenarsitzung Convention Center, Saal 2
13.00 – 15.00 Uhr	Mittagsbuffet Convention Center, Foyer
15.00 – 17.00 Uhr	Runde Tische • Convention Center (Säle Saal 2, Bonn 1 & Bonn 2) • Hall 1 (Säle Paris, Brüssel, Madrid) • Halle 2 (Galerie)

🇩🇪 Im Rahmen der HANNOVER MESSE veranstaltet die Region Krasnodar (Russische Föderation) ihr 3. Internationales Wirtschaftsforum. Im Rahmen von runden Tischen besteht die Möglichkeit, Kontakte mit potenziellen Partnern zu knüpfen.

🇩🇪 During the HANNOVER FAIR, the Region Krasnodar (Russian Federation) is conducting its 3rd International Economic Forum. During business round tables, contacts with potential partners can be established.

Kaliningrader Gebiet – Region der Zusammenarbeit in Europa. 11. April, CC, Saal 18

13.00 – 14.00	Ameldung
14.00 – 14.10	Begrüßung durch die Organisatoren
14.10 – 14.30	„Konsequente und zukunftsorientierte Reformpolitik – die Gewähr der erfolgreichen Wirtschaftsentwicklung der Region.“ W. Egorov, Gouverneur des Kaliningrader Gebietes
14.30 – 14.40	„Kaliningrader Gebiet – Region der Zusammenarbeit in Europa.“ V. Shmelkov, 1. Vorsitzender der Deutsch-Russischen Wirtschaftsallianz e.V.
14.40 – 14.50	„Deutsche Wirtschaft im Kaliningrader Gebiet“ Stefan Stein, Leiter des Kaliningrader Büros der Vertretung der deutschen Wirtschaft in der Russischen Föderation.
14.50 – 15.30	Diskussion
15.30 – 16.00	Persönliche Gespräche



Einkaufen und Investieren in Russland



Leitfaden Internationale Beschaffung, Band 3

Mit dem vorliegenden dritten Band der Beschaffungsleitfadenreihe „Einkaufen und Investieren in Russland“ wird – nach Südafrika (Band 1) und China (Band 2) – nun der russische Beschaffungsmarkt vorgestellt.

Die Potenziale des russischen Beschaffungsmarktes sind insbesondere aufgrund der seit geraumer Zeit stabilen politischen Verhältnisse unbestritten. Die großen Rohstoffvorkommen machen Russland

auf den ersten Blick zunächst für Branchen interessant, deren Nachfrage auf Öl, Metallen oder chemischen Produkten fußt. Aber Russland lockt auch mit niedrigen Lohnkosten, die vergleichbar mit denen von China sind, wobei die Zusammenarbeit mit Lieferanten bzw. die Verlagerung der Produktion nach Russland aufgrund der geographischen und kulturellen Nähe tendenziell weniger Risiken in sich birgt. Und nicht zuletzt ist Russland aufgrund der ehemals stark ausgeprägten Rüstungsindustrie auch im High-Tech-Sektor präsent.

Der Leitfaden soll eine erste Orientierung geben, was Interessenten in Russland erwartet und wie sie ihr Beschaffungs- bzw. Investitionsvorhaben am besten durchführen. Hierzu wurden 23 Beiträge von Experten, die in Russland intensive Erfahrungen haben und auch vor Ort tätig sind, zusammengestellt. Im Mittelpunkt steht dabei die Durchführung von Beschaffungs- und Investitionsaktivitäten. Darüber hinaus runden Ausführungen zur Wirtschaft, zum Recht, zur politischen Lage sowie zu Land und Leuten die Darstellung ab.

Herausgeber:

Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. und

Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky

Mai 2005, ca. 280 Seiten, Paperback/17x24cm, 68 EUR zzgl. MwSt. und Versandkosten

Information und Bestellung:

www.localglobal.de/shop

Messen in Osteuropa

Startrampe zu Wachstumsmärkten



Im Osten geht die Sonne auf – geographisch und ökonomisch. Mit Wachstumsraten in Mittel- und Osteuropa von 4-5 Prozent pro Jahr kann die deutsche Wirtschaft derzeit kaum konkurrieren. Messen im jeweiligen Zielland sind dabei – insbesondere für Mittelständler – der wichtigste Zugang zu den neuen Märkten. Wie Messen den unternehmerischen Erfolg in den Nachbarländern unterstützen können, diskutiert das neue Messebuch „Exhibition Market Central and Eastern Europe“ sehr praktisch und anschaulich. In zahlreichen Länderberichten werden die wichtigen Messestandorte und -veranstaltungen in Osteuropa vorgestellt. Checklisten, Fallstudien und Praxistipps von auf den Osten spezialisierten Firmen erklären dann, wie der Messeauftritt oder -besuch effizient geplant und durchgeführt werden kann.

Erschienen in Kooperation mit dem Ausstellungs- und Messeausschuß der Deutschen Wirtschaft (AUMA).

Exhibition Market Central and Eastern Europe 2005/2006
280 Seiten, deutsch/englisch, 34,80 Euro zzgl. Versandkosten

Bestellung: www.localglobal.de/shop

Russland: Finanzierung im Wandel

Russia: Innovative Financing Solutions

Innovative Finanzdienstleistungen im Außenhandel sind gefragt

In Folge von politischen und wirtschaftlichen Reformprozessen in Russland waren zuletzt die über viele Jahrzehnte manifestierten und manchmal vielleicht auch lieb gewonnenen Geschäfts- und Nachfragestrukturen einem massiven Wandel unterworfen. Die Dominanz des Staates im Außenhandel ging zurück, während der private Sektor seine Bedeutung erheblich ausbauen konnte. Diese strukturellen Veränderungen in Kombination mit einem dynamischen Wachstum in zentralen Industriesektoren Russlands erforderten neue und innovative Risikomanagement- und Finanzierungslösungen, um den grenzüberschreitenden Handel effizient unterstützen zu können. Internationale Finanzdienstleister wie die HVB Group haben zwischenzeitlich ihre Produktpaletten und Organisationen an die neuen Herausforderungen angepasst und begleiten die deutschen und europäischen Mittelstandsunternehmen und Konzerne auf ihrem Weg nach Osten.

Ein Schwerpunkt von international tätigen Banken liegt unverändert im Bereich der Zahlungsabwicklung und des Risikomanagements. Ohne effiziente Absicherungsinstrumente ließen sich viele Import- und Exportgeschäfte nicht realisieren. Optimierte Zahlungsflüsse sowie die umfängliche Absicherung von Handelsforderungen unterstützen Firmenkunden beim Management von Liquidität, Kosten und Bilanzstrukturen. Zusätzlich beschleunigen

komplexe, integrierte e-Banking-Lösungen Zahlungsflüsse, reduzieren papierbasierte Transaktionen und erhöhen die Effizienz im Unternehmen.

Auch bei den mittel- und langfristigen Exportfinanzierungen entwickelt sich die Nachfrage als Reflektion des guten Geschäftsklimas und einer starken Exportkonjunktur in der Investitionsgüterindustrie sehr dynamisch. Staatlich versicherte (ECA-gedekte) Bestellerfinanzierungen unter Rahmenkreditvereinbarungen mit privaten russischen Banken oder Importeuren sind trotz der beschriebenen Strukturveränderungen ein weiterhin wesentliches Erfolgskriterium beim Abschluss von Exportgeschäften. In diesem Segment ist eine beinahe lückenlose Versorgung durch die im Außenhandel aktiven Banken gegeben. Mindestanforderungen hinsichtlich Betrag und Struktur können im Einzelfall jedoch abweichen, wobei mittelstandsorientierte Anbieter auch kleinere Liefergeschäfte unterstützen.

Im Gegensatz zu kleineren und mittelgroßen Finanzierungen erfordern Großprojekte im zwei- bis dreistelligen Millionenbereich im Infrastruktur-, Energie- und Telekommunikationssektor immer komplexere Finanzierungs- und Strukturierungstechniken. Die ECA-gedekte Bestellerfinanzierung ist dabei häufig ein zentraler Baustein. Allerdings wächst die Nachfrage nach ungedeckten bzw. alternativ besicherten Finanzierungstranchen. Aufgrund von Unsicherheiten im rechtlichen Umfeld sind in Deutschland übliche Besicherungen (z.B. Sicherungsübereignung)

nur schwer bewertbar. Abgetretene Zahlungsströme aus Rohstofflieferungen sind hingegen eine effiziente und häufig in komplexen Exportfinanzierungen vorzufindende Strukturierungstechnik. Auch privat versicherte Finanzierungsteile gewinnen weiterhin an Bedeutung, wenngleich diese Produktvariante auf absehbare Zeit nur eine Nische darstellen wird. Politische Risikoabsicherungen sind zwar in ausreichendem Umfang verfügbar, das Angebot an Policen zur Besicherung von kommerziellen Risiken im stark wachsenden Firmenkundensegment ist jedoch nach wie vor limitiert.

Mit der fortschreitenden Diversifizierung in der Handels- und Exportfinanzierung mit Russland kommt der lokalen Präsenz von Banken mit operativen Einheiten unter dem „Know-Your-Customer-Aspekt“ eine zentrale Bedeutung zu. Die Einschätzung, das Management und die Übernahme von Kreditrisiken sowie die operative Unterstützung in der Strukturierung und Administration von Finanzierungen lassen sich dadurch effizienter und kundenorientierter gestalten. Viele Banken haben die Erfordernisse erkannt und sind mit Filialen oder Tochterbanken präsent – darunter auch die HVB Group mit ihrer Mehrheitsbeteiligung an der International Moscow Bank. In einem von Wandel geprägten Umfeld ist somit eine wettbewerbsgerechte Versorgung der deutschen und europäischen Wirtschaft mit allen Finanzierungs- und Risikomanagementprodukten gewährleistet.



Innovative Financial Services Wanted in Foreign Trade

As a consequence of political and economic reform processes in Russia, business and demand structures that have been manifested over decades and familiar to everyone, have undergone massive changes. The dominance of the state in foreign trade declined while the private sector was able to considerably increase its importance. These structural changes, combined with a dynamic growth in central industry sectors in Russia, required new and innovative solutions in the areas of risk management and financing in order to support cross-border trade efficiently. International financing service providers like the HVB Group have in the meantime adjusted their range of products and their organisation to the new challenges and escort the German and European SMEs and corporate groups on their way east.

One of the focal points of internationally operating banks is and has been the area of risk management and handling payments. Without efficient risk management techniques many import and export deals could not be realised. Optimised payment flows as well as comprehensive cover for trade receivables provide clients with support for managing their cash flows, costs and balance sheet structures. Complex integrated e-banking solutions further accelerate payment flows, reduce paper-based transactions and raise efficiency within a company.

With medium-term and long-term export financing, the demand is developing very dynamically as a reflection of the good business climate and strong export activities in the capital goods industry. State-insured (ECA-covered) buyer loans concluded under framework agreements with private Russian banks or importers are, in spite of the structural changes described earlier, still an essential criteria for success when trading with foreign countries. This segment sports an almost complete penetration by banks active in foreign trade. Minimum requirements, as far as loan amount and structure, may differ in single cases, with SME-oriented banks providing support for smaller transactions.

In contrast to small and medium-sized financing, large projects requiring tens or even hundreds of million Euro in the areas of infrastructure, energy or telecommunication are characterised by ever more complex financing and structuring techniques. A buyer loan covered by an ECA is often the central element. Still the demand for uncovered or alternatively covered financing tranches is growing. Down to legal uncertainties, securitisations that are common in Germany (e.g. pledge on equipment), are hard to assess. Assigned payment flows from commodity deliveries, though, are an efficient structuring technique which can often be found in complex export financing transactions. Also privately insured financing tranches are gaining in importance, although this product version will only

be a niche product in the foreseeable future. Political cover is readily available but policies for insuring commercial risks in the rapidly growing field of corporate lending are still limited.

The continuing diversification of trade and export financing with Russia will contribute to strengthening the importance of locally present banks with operative units, following the "Know Your Customer" aspect. The evaluation, management and acceptance process of credit risks as well as the operative support in structuring and administration financings can be redesigned to be more efficient and customer-oriented. Many banks have realised the demands and have branches or subsidiary banks on location – among which there is the HVB Group with its majority stake in the International Moscow Bank. In an environment ruled by transition, a competitive supply of the German and European economy with all financing and risk management products is assured.

Werner Schmidt
Managing Director
Emerging Debt Capital Markets
& Trade Finance
Head of Trade Risk Advisory

Vortrag / Lecture GBF, Halle 6

12 April

15.00 - 17.00

www.gbf-online.de

Fokus auf Sourcing und Kooperation

Focus on Sourcing and Cooperation

 Das Global Business Forum hat sich in den vergangenen Jahren zu einer zentralen Anlaufstelle für den Ausbau internationaler Geschäftskontakte entwickelt. Das Forum ist eine gelungene Kombination von Ausstellung, Vortrags-event und organisierter Kontaktbörse plus Matchmaking in Kooperation mit dem Projekt b2fair der Europäischen Kommission.

Unternehmen finden im Global Business Forum Ansprechpartner für nahezu alle Fragen, die sich bei der Ausweitung internationaler Aktivitäten stellen. Das Vortragsprogramm organisiert zu den Bereichen Vertrieb, Beschaffung, Fertigung und vor allem Kooperation das entsprechende Angebot. In der Ausstellung präsentieren Dienstleistungsunternehmen, Verbände, Kammern und staatliche Einrichtungen ihr Know-how und helfen beim Aufbau neuer Kontakte in den Zielmärkten der Unternehmen. Diesem Ziel dient auch die neue Kooperationsbörse, mit der die HANNOVER MESSE ihren Besuchern und Ausstellern ein Mehr an internationalen Kontakten verschafft. Für die Wirtschaftspolitik vieler Länder ist das Global Business Forum eine der wichtigsten Plattformen, um nicht nur Unternehmen in Deutschland anzusprechen und für die eigene Industrie zusätzliche Kommunikationsfenster in den Weltmarkt zu öffnen. Government to Business – oder Business to Business: Beide Kommunikationsziele werden in Hannover erreicht.

Ausstellung

Der Ausstellungsbereich „Global Business Forum – Exhibition“ in Halle 6 ist der Ausweitung internationaler Kontakte und Geschäftsmöglichkeiten gewidmet. Hier spre-

chen Aussteller mit ihren Dienstleistungen die Zielgruppe der international agierenden Industrieunternehmen an.

Kooperationsbörse plus Matchmaking

Die Kooperationsziele von Unternehmen kennen zu lernen und sie miteinander ins Gespräch zu bringen, ist das Ziel der Kooperationsbörse. Sie wurde via Web vorbereitet und findet im Global Business Forum statt.

2005 wird das Matchmaking der HANNOVER MESSE erstmals von der Europäischen Kommission mit dem Projekt B2Fair unterstützt. B2Fair wird vom Euro Info Centre Netzwerk (EIC) organisiert. Das Europäische Netzwerk der EICs indentifiziert international kooperationsbereite Unternehmen und führt diese zu Gesprächen auf der HANNOVER MESSE im Global Business Forum während des Matchmaking-Events zusammen.

Konferenz und Vorträge

Die Vorträge und Präsentationen des Forums liefern zudem Informationen und Praxiswissen für den Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen. Das Vortragsprogramm stellt interessante Zielmärkte in den Vordergrund. Das Global Business Forum wird vom BME, Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V., Frankfurt am Main, auch mit der Organisation des Einkaufertages am Messe-Mittwoch unterstützt. .

 Over the past few years the Global Business Forum has developed into an important location for the establishment of international business contacts and the initiation of business

Global Business Forum Halle 6 / Hall 6

- **Ausstellung internationaler Dienstleister und Partner**
- **Exhibition of international Service Providers and Partners**
- **Durchgängiges Vortragsforum zum Thema Sourcing, Kooperation, Investition**
- **Permanent Lecture Programme on Sourcing, Investment and Cooperation**
- **Kooperationsbörse und Matchmaking: Datenbank-recherche, 1:1-Gespräche**
- **Cooperation exchange, Matchmaking, Database research, 1:1 Meetings**

agreements. Effectively, the forum is a successful combination of exhibition, lecture program and an exchange, or platform, for contacts and matchmaking. It is further enhanced by the fact that it is within the remit of the B2fair project of the European Commission.

Companies find that the Global Business Forum is the right place to make



contacts who can help identify means of expanding international operations and locate promising business partners. This is complemented by a wide-ranging program of talks and lectures focussing on sales/distribution, procurement and buying, manufacturing and cooperation/joint ventures. At the exhibition, companies offering related services, trade associations, professional bodies, chambers of industry and commerce, public bodies and government organisation offer their know-how and assist companies in the search for suitable business partners in targeted markets. This is the primary aim of the new Cooperation Exchange at the HANNOVER FAIR, which is designed to further facilitate the exchange between visitors and exhibitors and promote more international contacts. For many countries, not just Germany, it offers a useful window on the global market. Whether Government to Business or Business to Business – Hannover is the place for this dialogue and it succeeds admirably in this respect.

Global Business Forum – Exhibition

The exhibition within the context of the Global Business Forum is located in Hall 6 and takes a close look at ways of consolidating international business contacts and business cooperation. Exhibitors can use this opportunity to showcase their services and meet their target groups – major industrial players and companies with international operations.

Cooperation Exchange plus Matchmaking

The primary goal of the Cooperation Exchange is to help companies outline their needs and match them with suitable partners for cooperation or joint ventures. This matchmaking process involves talks held at the Fair, as well as preparation and initial contacts online. The websites www.b2fairs.com and www.hannovermesse.de/koop are valuable instruments in initiating the meetings that will be held in the Global Business Forum. In 2005 the matchmaking activities of the HANNOVER FAIR will be supported for the first time by the European Commission as part of the B2Fair project. B2Fair is organized by the network of Euro Info Centres (EICs) in Luxembourg, Stuttgart and Berlin. The European network of EICs identifies companies interested in international cooperation and arranges meetings within the Global Business Forum during the HANNOVER FAIR.

Conference and Lectures

The series of lectures and presentations at the Forum provide in-depth information and practical insights into how to develop international business relations. In particular, these lectures will highlight interesting new markets. The Global Business Forum is supported by the German Industry Association BME, Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V., Frankfurt am Main, who also provides valuable assistance in the organisation of the Buyer's Symposium

Aussteller GBF

Atradius	Deutschland
Beijing Oumai	China
Belinter Expo	Belarus
BME	Deutschland
CONTOR	Deutschland
Deutsche Messe AG (ORG-STAND)	Deutschland
Dow Jones	Deutschland
EIC	Deutschland
EU Turkey Business	Türkei
FIPA-TUNISIA	Deutschland
Hypo Vereinsbank	Deutschland
IHK Hannover	Deutschland
Juragent	Deutschland
KMB Bank	Russland
iXPOS	Deutschland
Konradin Verlag	Deutschland
local global GmbH	Deutschland
Ministerium für Industrie und Handel der Tschechischen Republik	Tschechien
Ontario	Kanada
OWC Verlag	Deutschland
Pakistan (Export Promotion B.)	Pakistan
Promadrid	Spanien
RAK Free Trade Zone	Vereinigte Arabische Emirate
Senior Experten Service	Deutschland
Slovak Chamber of Commerce	Slowakei
TCE	Deutschland
The Republic Information-Exhibition Center CJSC RIVC	Kasachstan
The Total Translation	Deutschland
WBC	Brasilien

on the Wednesday of the Fair. This event features an informative program of lectures on procurement issues.

www.hannovermesse.de/koop_e
www.b2fair.com

GLOBAL BUSINESS FORUM

HANNOVER MESSE 2005, HALLE 6

Monday, April 11

Go for New Horizons – European Business Cooperation with the EIC Network

10.00 – 13.00	Eröffnung / Begrüßung	Jürgen Schäfer, b2fair Jean Luc Abrivard, DG Enterprise, Europäische Kommission
	Das Projekt b2fair - ein erfolgreiches Beispiel für internationale Kooperationsvermittlung	Sabrina Sagamola, b2fair
	Kooperationsverträge und rechtliche Rahmenbedingungen für Geschäfte in MOE	Ulrich Hartmann, Rechtsanwalt Stuttgart
	Investment Opportunities in the New EU Markets: Poland	Henning von Zanthier, Zanthier & Schulz, Berlin
	Public Procurement / Öffentliches Auftragswesen	Rein Eijbroek, EIC Gent

Standorte für Kooperation und Investition in Europa

13.00 – 13.30	Standortsicherung – Nutzung autonomer Produktionsstandorte in Osteuropa als kompetente Kooperationspartner	Dr.-Ing. Christian Klimmek, Technology Channel Europe GbR
13.30 – 14.00	Standortvergleich: Stellung Deutschlands und Österreichs in der EU	Henner Lüttich, Contor GmbH
14.00 – 14.30	Vorstellung IIC, Automobil- und Maschinenbauindustrie in Ostdeutschland	Christian Blank, IIC, Invest in Eastern Germany
14.30 – 15.00	www.ixpos.de - Ihr Wegweiser zum Erfolg im Europageschäft	Thomas Pieper, iXPOS
15.00 – 15.30	Slowakische Republik: Investitionsmöglichkeiten in der Treciner Region	Tana Mrlianova, Marian Kolinek, Trencin Regional Chamber of Commerce
15.30 – 16.00	Tschechische Republik: Partner für industrielle Kooperation. Erfolgreiche deutsche Investitionen in die Automobil- und Maschinenbauindustrie	Ing. Jiri Bruza, Ministerium für Industrie und Handel
16.00 – 17.00	Stadt Wroclaw/ Breslau: Staatliche und städtische Fördermöglichkeiten für ausländische Investoren	Dr. Rafał Dutkiewicz, Oberbürgermeister Wroclaw/ Breslau

Tuesday, April 12

Pakistan - Investment Opportunities in a New Emerging Market

10.00 - 10.05	Welcome Address by Organisers	
10.05 - 10.10	Introductory Remarks	Mr. Asif Ezdi, Ambassador
10.10 - 10.20	An Introduction to Pakistan - a documentary	
10.20 - 10.45	Investment Opportunities in Pakistan	Mr. Waseem Haqqi, Chairman Board of Investment, Government of Pakistan
10.45 - 11.05	Siemens's Experience in Pakistan KSB Experience in Pakistan	
11.05 - 11.20	Engineering Goods Industry of Pakistan	Imtiaz Rastgar
11.20 - 11.40	Keynote speech by Jahangir Khan Tareen, Federal Minister for Industries, Production and Special Initiatives, Government of Pakistan	
11.40 - 11.50	Address by Dr. Dittmar Staffelt, Parliamentary State Secretary (Deputy Minister), Federal Ministry for Economy and Labour, Germany	
11.50 - 12.00	Q&A Invitation to reception by Ambassador Mr. Asif Ezdi (12:15 - 14:00 Reception in Room Paris/ Brussels)	

Euro Info Centre – Pressekonferenz

12.00 – 13.00	Pressekonferenz Euro Info Centre	
---------------	----------------------------------	--

Turkey: European Partnership and Business Opportunities

13.00 – 14.35	EU-Partner Turkey: Brief Project Presentation Competitive Advantage of Turkey: Best Practice: European Entrepreneurs in Turkey	Dr. Serap Oguz Mr. Idat Erdener Mr. Selcuk Tanatar
---------------	--	--

Investieren in Kanada

14.35 – 15.00	Ontario, Kanada – Die Zukunft ist schon hier	George Hanus, Ontario Ministry of Economic Development and Trade
---------------	--	---

Finanzierung für das Russland-Geschäft

15.00 – 17.00	Einführung/Begrüßung	Peter O. Kölle, Chairman of the Board of Directors International Moscow Bank, Managing Director CIS, HypoVereinsbank AG
	Dynamik in der strukturierten Exportfinanzierung am Beispiel Russland	Gabriela Vetter, Director, Emerging Debt Capital Markets & Trade Finance Herr Baumeister, Euler Hermes Kreditversicherungs- AG
	How to Deal with Russian Regions	Iakov Vlasov, Deputy Head of Customer Relations and Regional Development Division, International Moscow Bank
	Russland für Mittelständler	Thorsten Vogt, Business Development Russia/Ukraine, HypoVereinsbank AG
	Aktuelle Entwicklungen im Auslandszahlungsverkehr mit Russland	Ewa Zetterer, Emerging Debt Capital Markets & Trade Finance, HypoVereinsbank AG



Wednesday, April 13

Einkaufertag: In Kooperation mit dem Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME)

10.00 – 10.30	Aktuelle Trends im Einkauf – Was sind die Herausforderungen für die Zukunft?	Dr. Robert Fieten, Management-Forschungs-Team Köln, BME-Bundesvorstand
10.30 – 11.00	Global Sourcing: Chancen und Risiken des Einkaufs in Osteuropa und Asien	Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky, Universität Würzburg, BME-Bundesvorstand
11.00 – 11.30	Beschaffung deutscher Maschinenbauunternehmen in China	Dr. Li Song, Referent im Strategischen Einkauf, Bosch Rexroth AG, Lohr a.M.
11.30 – 12.00	Beschaffungsplattform für den Mittelstand	Manfred Tubach, Vorstand Skill Portal AG, Betreiberin von fairpartners.com
12.00 – 12.30	Strategische Wertschöpfungspartnerschaften: Von der Zulieferbeziehung zum Partnernetzwerk	Christine Chelius, Global Purchasing Manager for Special T Elastomers, Continental AG, Hannover
12.30 – 13.00	Mittagspause	
13.00 – 13.30	Gezielter Einsatz von Beschaffungsdienstleistern – Ungenutzte Wertschöpfungspotentiale heben	Stephan Haupt, Leiter Supply Chain Accenture GmbH, Düsseldorf
13.30 – 14.00	Der Einkauf als zentrales Optimierungsinstrument im Unternehmen – Potenzial vs. Realität	Dr. Norbert F. Fischer, Central European Head of Sourcing/ eProcurement/SRM, Capgemini Deutschland GmbH, Offenbach
14.00 – 14.30	Beschaffungslogistik ohne Brücken: Integration und Steuerung von Lieferanten und Logistikdienstleistern	Holger Klöß, Key Account Manager, AXIT AG, Frankenthal
14.30 – 15.00	catpilot - Austausch elektronischer Produktkataloge in der Praxis	Lars-Torsten Heine, Produktmanager BMEnet GmbH, Frankfurt/M.

Global Sourcing Market – Pakistan

15.00 - 15.05	Welcome Address by Organisers	
15.05 - 15.20	Supply Chain Possibilities in Pakistan	Almas Hyder, Chairman TUSDEC (Technology Upgradation & Skills Development Council)
15.20 – 15.50	Keynote speech by Jahangir Khan Tareen, Federal Minister for Industries, Production and Special Initiatives, Government of Pakistan	
15.50 – 16.00	Q&A session	

Investieren in China

16.00 – 16.30	Invest in China (Economy, Investment Environment, Analysis of FDI)	Juliana Gu, SinoEco Deutschland GmbH
---------------	--	--------------------------------------

Thursday, April 14

World Factory China

10.00 – 10.30	Beijing East – Modern Manufacturing Industry Prospering	Zhao Zhengsheng, Beijing Tongzhou District Management Council
10.30 – 11.00	Sourcing Opportunities in China International Sourcing Conference, Shanghai	Ms. Yao Zheng, Shanghai International Merchandising Center Co. Ltd.
11.00 – 11.30	Develop National Environmental Protection Industry Zone, Create Green Beijing Olympics	Hou Shouzhong, Beijing National Environmental Protection Industry Zone (CEP), President
11.30 – 12.00	Invest in China, Focus on Opto-Mechatronics	Wang Chen, Beijing Opto-Mechatronics Industrial Park
12.00 – 12.30	Produktionsaufbau und Standortanalyse China	Wilfried Krokowski, Global Procurement Services

Investment and Cooperation in Europe

13.30 - 13.30	Investment Opportunities in the New EU Markets: Poland	Henning von Zanthier, Rechtsanwalt Zanthier & Schulz, Berlin
13.30 – 14.00	Public Procurement	Rein Eijlsbroek, EIC Gent

Information und Kooperation im Auslandsgeschäft

14.00 – 14.30	www.ixpos.de – Ihr Wegweiser zum Erfolg im Europageschäft	Martin Ries, ixPOS
14.30 – 15.00	Collaboration Management – Unternehmensstrategien für das Globalisierungszeitalter	Dr. Clemens R. Odendahl, claret clover collaboration management ag
15.00 - 15.30	Innovative Formen der Zusammenarbeit in der Projektabwicklung und Finanzierung	Mathias Bahr, LINCAS Electro Vertriebs- Gesellschaft m.b.H.

Sourcing und Logistik

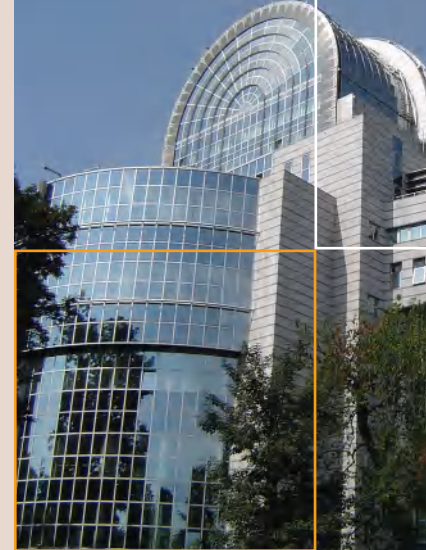
15.30 - 16.00	Sourcing and Investment Opportunities in Kasachstan	Kasachstan
16.00 – 16.30	Naher Osten: Infrastruktur, Logistik, Zulieferung – Wachstum in neuen Absatzmärkten	In Kooperation mit zenith business
16.30 – 17.00	Brasilien: Standort für weltweite Exportproduktion	N.N.

Friday, April 15

10.00 – 10.30	Bedeutung der klaren Kommunikation in internationalen Märkten	Ralph Livesey-Wardle, The Total Translation Company Ltd
10.30 – 11.00	Senior Experten Service: Einsatz von Expertenwissen	Herbert Watermann, Senior Experten Service, Hannover
11.00 – 11.30	Medien für Messen: Wie Verbände und Wirtschaftsförderer erfolgreich auf Leitmessen in Deutschland kommunizieren	Hans Gäng, local global GmbH
11.30 – 12.00	Messen und Märkte: China	Thomas Kiefer, local global GmbH
12.00 – 12.30	Messen und Märkte: Osteuropa	Inka Ziegenhagen, local global GmbH

EU and b2fair: Die Partner der Kooperationsbörse

EU and b2fair: Partner for Matchmaking



HANNOVER MESSE: **Kooperation leicht gemacht**

Das Euro Information Centre Netzwerk (EIC), das die Kontakte von über 300 EICs in 42 Ländern vereint, organisiert mit der Deutschen Messe AG auf der HANNOVER MESSE die EU-Kooperationsbörse b2fair (business to fair). Kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) werden Kontakte zu potenziellen Partnern vermittelt. Projektleiter Jürgen Schäfer vom EIC Stuttgart im Gespräch.

Die Europäische Kommission finanziert das Kooperationsprojekt b2fair. Was verbirgt sich hinter diesem Namen?

Mit b2fair helfen wir KMUs aus der EU, dauerhafte Wirtschaftsbeziehungen aufzubauen, insbesondere zwischen alten und neuen Mitgliedsstaaten. Um das Ziel zu erreichen, wird die Methode der Kooperationsvermittlung auf großen Industriemessen angewandt, um Unternehmen entsprechend ihrer individuellen Bedürfnisse und Fähigkeiten zusammenzubringen. So können wir europäischen KMUs helfen, die richtigen Partner zu finden, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und neue Märkte in ganz Europa zu erschließen.

Welche Ziele verfolgen Sie mit diesem Projekt? Inwieweit hat dieses einen „europäischen Charakter“?

Nicht ohne Grund wird dieses Projekt von der Generaldirektion Erweiterung kofinanziert. Obwohl der Erweiterungsprozess zahlreiche Chancen sowohl für west- als auch osteuropäische Firmen bietet, steigt der Wettbewerbsdruck. Im Gegensatz zu großen Unternehmen mangelt es KMUs oft an Ressourcen, um ohne Unterstützung in fremden Märkten passende Partner zu finden. Hier setzt b2fair ein und wirkt als Kata-

lysatoren zur Marktintegration durch KMUs in einer erweiterten Europäischen Union.

Sind nicht-europäische KMUs also ausgeschlossen, da es sich hier um ein EU-Projekt handelt?

Natürlich ist dieses Projekt offen gegenüber allen interessierten Unternehmen, unabhängig von ihrem Standort. Wir bieten Mittelständlern nicht nur europäische, sondern weltweite Wirtschaftskontakte.

Wie genau funktioniert b2fair?

Die Europäische Kommission arbeitet eng mit 32 europäischen Partnern zusammen, um b2fair zu realisieren. Das Netzwerk besteht aus Messeorganisatoren und den Euro Info Centern in 20 europäischen Ländern. Unser Ziel ist es, mindestens 2.000 KMUs und über 10.000 Erstkontakte an fünf zentralen Industriemessen zusammen zu bringen. Um die Chancen für effektive und dauerhafte Wirtschaftsbeziehungen zu verbessern, werden zunächst Profile der Unternehmen erstellt und diese mit Informationen über den mittelosteuropäischen Markt versorgt. Basierend auf diesen Profilen und den individuellen Anforderungen der Unternehmen werden auf den Industriemessen Treffen zwischen potenziellen Kooperationspartnern organisiert.

Auf welchen Messen sind Sie vertreten?

b2fair wird an den fünf führenden internationalen Industriemessen im Metallsektor präsent sein. Bisher haben wir erfolgreich auf der AMB im September 2004 in Stuttgart gearbeitet und auf der Midest letzten Dezember in Paris. Anfang April 2005 kommt dann die HANNOVER MESSE. In der zweiten Hälfte 2005 werden wir unsere Arbeit auf der HI Industriemesse in Herning im September und auf der Elmia Subcontractor Messe in Jönköping im November fortsetzen. Danach planen wir,

b2fair fortzuführen und möglicherweise auf Messen in Mittel- und Osteuropa auszudehnen. Auf mittlere Sicht möchten wir b2fair als Markenzeichen für erfolgreiche Kooperationsvermittlung auf Industriemessen etablieren.

Ich bin nun Geschäftsführer eines kleinen oder mittelgroßen Unternehmens in Europa. Wie bekomme ich Zugang zu b2fair?

Sie können ihr regionales EIC kontaktieren oder direkt zur Website gehen – www.b2fair.com – und sich dort für eine oder mehrere Messen anmelden. Am wichtigsten ist das detaillierte Ausfüllen ihres Unternehmensprofils, um das Matchmaking so erfolgversprechend wie möglich zu machen. Hierbei werden Sie vom EIC unterstützt. Abschließend müssen Sie nur noch eine kleine Aufwandsentschädigung zahlen und erhalten dafür Messeeintritt, Beratung und natürlich wertvolle Wirtschaftskontakte.

Es gibt Industriemessen und Kooperationsbörsen. Was ist das besondere an b2fair?

b2fair kombiniert nicht nur die Stärken dieser beiden Methoden, sondern bietet KMUs intensive Beratung vor, während und nach den Messen. Wir helfen den Unternehmern, die richtigen Kontakte zu finden und unterstützen sie dabei, diese bestmöglich auszunutzen.

Koordination / Coordination

Sabrina Sagromola

Coordination of the b2fair Matchmaking Event
Chamber of Commerce of Luxembourg
L-2981 Luxembourg
Tel.: +352 42 39 39 – 333/334
hannovermesse@b2fair.com

Peter Siebert

Coordination of the b2fair Marketing
Berlin Business Development
Fasanenstraße 85, D-10623 Berlin
Tel.: +49 30 3 99 80 – 278
hannovermesse@b2fair.com



A project co-financed by the European Commission and implemented by the EIC-Network



HANNOVER FAIR: Cooperation Made Easy

The Euro Info Centre Network (EIC) network is the hub of contacts of over 300 EICs in 42 countries. Together with Deutsche Messe AG it is co-organiser of the EU cooperation forum b2fair (business to fair) at the HANNOVER FAIR. b2fair finds potential partners for small and medium-sized enterprises (SMEs). We have talked to the b2fair project leader, Mr. Schäfer from the EIC Stuttgart, about goals and opportunities:

The European Commission is currently financing the project b2fair. What is the basic idea behind it?

With b2fair – meaning business to fair – we are trying to help small and medium-sized enterprises from different EU countries establish lasting business connections, especially between old and new member states. In order to reach this goal, we apply the matchmaking method to main trade fairs and bring enterprises together while taking into consideration their specific abilities and needs. Thus we can help European SMEs find the right partners to increase their competitiveness and gain access to new markets in the whole of Europe.

What is the aim of this project and what constitutes its 'Europeanness'?

It was for a reason that this undertaking is co-financed by the DG Enlargement. Though the enlargement process opens up new market opportunities both for businesses in Western and Eastern Europe, it also increases competition. Unlike large companies, SMEs often lack the resources to find the

right partners in these 'unknown' markets without any support from outside. It is here that b2fair steps in and facilitates the market integration of SMEs in an enlarged European Union.

So, as this is an EU project, are there only European SMEs involved?

Of course the project will be open to all SMEs interested, independent of their location. Thus, we offer not only European but also worldwide business contacts.

How does b2fair work?

In order to realise b2fair, the European Commission works in close cooperation with 32 European partners, a network consisting of trade fair organisations and Euro Info Centres in 20 European countries. Our target is to rally at least 2,000 SMEs and organise over 10,000 business talks at five large trade fairs in 2004 and 2005. To optimise chances for lasting business cooperation, the SMEs are profiled beforehand and fed with information about these new markets. Based on their specific profile and the companies' individual needs they will be matched together and meetings will be arranged in these fairs.

At which fairs will you be present?

b2fair will be present at the five leading international trade fairs of the metal industry. We have already worked successfully together with the AMB fair in Stuttgart in September 2004 and the Midest fair in Paris last December. In early April, we will offer the b2fair programme at the HANNOVER FAIR. In the second half of 2005 we will continue our so far very successful work at the HI industry fair in Herning (Sep-

tember 2005) and in the Elmia Subcontractor fair in Jönköping next November.

Now, I'm the CEO of some small or medium-sized enterprise in Europe. How do I get involved in this project?

You either contact your regional Euro Info Centre or visit the project's website – www.b2fair.com – and register yourself for one or more of the trade fairs. Most important is that you fill in your profile, possibly with assistance of the EIC, as detailed as you can, so that the matchmaking can be most accurate. After that, all you have to do is pay a very small fee, for which you receive consultation beforehand, entrance as well as matchmaking at the fair and ongoing help with using your new contacts to create lasting partnerships afterwards.

What distinguishes b2fair from fairs and cooperation exchanges?

b2fair not only combines the strengths of both of them, we also offer the SMEs consultation before, during and after the trade fairs. We help them find the best suiting partners and support them.

Termine

11.04. ab 18.00 Uhr
Abendempfang / Evening Reception „Wider Europe“,
Halle 6, GBF

12.04. 12.00 Uhr
Pressekonferenz / Press Conference, Halle 6, GBF

Seminarblöcke „European Business Cooperation with the EIC Network

11.04. 10 - 13.00 Uhr, Halle 6, GBF

14.04. 13 - 14.00 Uhr, Halle 6, GBF

BME: Einkaufertag

BME: Purchaser's Day



Einkaufertag für alle Branchen

In Kooperation mit der Deutschen Messe AG, Hannover, führt der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) im Rahmen der HANNOVER MESSE am 13. April 2005 im Global Business Forum in Halle 6 einen Einkaufertag mit aktuellen Themen und Trends aus Einkauf und Logistik durch. An diesem Messe-Mittwoch werden die Einkäufer aller Branchen – über alle Leitmesen hinweg – zusammengeführt.

Beschaffungsdienstleister

Die Bedeutung von Einkaufsdienstleistern steigt. Sie werden immer öfter komplette Leistungsbereiche abdecken und damit Wertschöpfungsreserven heben, die den heutigen erwirtschafteten Nutzen um das Zehnfache übersteigen. Das Gesamtmarktvolumen für Beschaffungsdienstleistungen in Deutschland liegt derzeit bei etwa 4,2 Mrd Euro und damit deutlich höher als bisher angenommen. (Referent: Stephan Haupt, Accenture)

Global Sourcing: China

Beschaffungsprodukte aus China weisen einen absoluten Preisvorteil gegenüber denen aus dem Westen und ebenfalls denen aus Osteuropa auf. Auch in Folge des wirtschaftlichen Wachstums seit nunmehr 25 Jahren ist ein großer Preissprung in China nicht in Sicht. Beschaffung in China bietet aber nicht nur Chancen, sondern auch Risiken: Etwa Verlust der Kontrol-

le über technisches Know-how, erhöhtes Lieferterminrisiko sowie fehlende Markttransparenz. Aber: Die Gefahr, durch Fernbleiben den Anschluss an die Entwicklung eines dynamischen Marktes zu verlieren, ist erheblich höher als das Risiko eines Engagements in China. (Referent: Dr. Li Song, Bosch Rexroth)

Elektronische Produktkataloge

Der reibungslose Austausch von Produktkatalogen ist eine weitere Herausforderung für Einkäufer und Anbieter im Rahmen des E-Business. Der BME bietet mit catpilot eine internationale Plattform zum Austausch elektronischer Produktkataloge im BMecat-Format an. catpilot ermöglicht einen reibungslosen Transfer der Produktkataloge vom Lieferanten zum Kunden. Lieferanten können ihren Produktkatalog einstellen und europaweit den Bedarfsträgern zum Download anbieten. (Referent: Lars-Torsten Heine, BMEnet GmbH)

Beschaffung im Mittelstand

Noch viel zu wenige mittelständische Unternehmen nutzen die Möglichkeiten der internetbasierten Beschaffung und die damit verbundenen Einsparpotenziale. Grund: Die meisten Lösungen sind technisch überfrachtet, zu teuer und zu komplex in der Bedienung. Dem will fairpartners vorbeugen. Die internetbasierte, branchenübergreifende Beschaffungsplattform wird von Einkäufern zur Beschaffung von Waren und Dienstleistungen aller Art, für Preisanfragen und Ausschreibungen und Auktionen

(E-Sourcing) genutzt. Verkäufer präsentieren auf fairpartners ihr Angebot und gewinnen Aufträge im Rahmen von Ausschreibungen oder Auktionen. Das rund 2.500 Unternehmen umfassende zentrale Firmenregister unterstützt bei der Beschaffungsmarktforschung und der Lieferantenauswahl. (Referent: Manfred Tubach, Skill Portal AG)

Purchaser's Day for All Branches

In cooperation with Deutsche Messe AG, Hannover, and within the framework of the HANNOVER FAIR, the Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) organises a purchaser's day with current topics and trends from purchasing and logistics. On this Wednesday at the fair, purchasers of all branches and all sub-exhibitions meet.

Purchasing Service Providers

The importance of Purchasing Service Providers is rising. More and more frequently, they cover complete service areas and create added value about ten times as high as today's. The overall market volume for purchasing services in Germany is currently around 4.2 billion Euro which is considerably higher than previously estimated. (Speaker: Stephan Haupt, Accenture)

Global Sourcing: China

Purchasing products in China is, in absolute numbers, cheaper than purchasing



the same products in Western countries or even in Eastern Europe. And although China has had record growth for 25 years, a large price leap is not expected. Purchasing in China, though, is not entirely about opportunities, but also about risks: loss of control over technical know-how, risk of not meeting delivery schedules, lack of market transparency etc. But: The risk to keep up with the development of a dynamic market is much higher than the risk of an engagement in China. (Speaker: Dr. Li Song, Bosch Rexroth)

Electronic Product Catalogues

The smooth exchange of product catalogues is another challenge for purchasers and suppliers active in e-business. The BME's catpilot offers an international platform for the exchange of electronic product catalogues in the BME-cat format. Catpilot facilitates a smooth transfer of product catalogues from supplier to customer. Suppliers may present their product catalogue and offer it to every European customer for downloading. (Speaker: Lars-Torsten Heine, BME-net GmbH)

Purchasing in Medium-Sized Companies

Far too few medium-sized companies use the opportunities of web-based purchasing which can save money. Reason: Most solutions are technically overloaded, too expensive and too complex to operate. This is what fairpartners seeks to avoid. The web-based multidisciplinary pur-

Programm 13 April, Halle 6

10.00	Aktuelle Trends im Einkauf – Was sind die Herausforderungen für die Zukunft? Dr. Robert Fieten, Management-Forschungs-Team Köln, BME-Bundesvorstand
10.30	Global Sourcing: Chancen und Risiken des Einkaufs in Osteuropa und Asien Prof. Ronald Bogaschewsky, Universität Würzburg, BME-Bundesvorstand
11.00	Beschaffung deutscher Maschinenbauunternehmen in China Dr. Li Song, Referent im Strategischen Einkauf, Bosch Rexroth AG, Lohr a. M.
11.30	fairpartners – Beschaffungsplattform für den Mittelstand Manfred Tubach, Vorstand Skill Portal AG, Betreiberin von fairpartners.com
12.00	Strategische Wertschöpfungspartnerschaften: Von der Zulieferbeziehung zum Partnernetzwerk Christine Chelius, Global Purchasing Manager for Special T Elastomers, Continental AG, Hannover
12.30	Mittagspause
13.00	Gezielter Einsatz von Beschaffungsdienstleistern Ungenutzte Wertschöpfungspotenziale heben Stephan Haupt, Leiter Supply Chain, Accenture GmbH, Düsseldorf
13.30	Der Einkauf als zentrales Optimierungsinstrument im Unternehmen: Potenzial vs. Realität! Dr. Norbert F. Fischer, Central European Head of Sourcing/eProcurement/ SRM, Capgemini Deutschland GmbH, Offenbach
14.00	Beschaffungslogistik ohne Brüche: Integration und Steuerung von Lieferanten und Logistkdienstleistern Holger Klöß, Key Account Manager, AXIT AG, Frankenthal
14.30	catpilot – Austausch elektronischer Produktkataloge in der Praxis Lars-Torsten Heine, Produktmanager BME-net GmbH, Frankfurt/Main
15.00	Ende

chasing platform will be used by buyers for purchasing goods and services of all kinds, for price requests, tenders and auctions (e-sourcing). Suppliers present their offers on fairpartners and receive orders by winning tenders or auctions. The cen-

tral register of companies, containing approx. 2,500 entries provides support in researching purchasing markets or selecting suppliers. (Speaker: Manfred Tubach, Skill Portal AG)

Produktion in China: Welcher Standort ist der richtige?

Production in China: Which Location is the Right One?

 **Beijing, Tianjin, Qingdao, Waigaoqiao, Suzhou, Wuxi, Taicang, Kunshan, Songjiang, Ningbo, Xiamen oder Shenzhen / Guangzhou: Welche Stadt oder Region in China ist der richtige Produktionsstandort für das zukünftige Unternehmen?**

Mit dieser Frage befassen sich viele deutsche Mittelständler. Der richtige Standort ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor im China-Geschäft. Wie aber trifft man die richtige Wahl? Basierend auf den Rahmenbedingungen des Kunden in Deutschland müssen die einzelnen Standorte analysiert, die Durchführbarkeit des Projekts überprüft und die Umsetzung vor Ort organisiert werden. Vor allem eine faire Bewertung des Standorts und eine saubere Analyse der Rahmenbedingungen intern und extern sind wesentliche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Marktanalyse. Auf die Erfahrungen deutscher Unternehmen vor Ort sollte zurückgegriffen werden. Denn nur sie können über die wirklichen Vor- und Nachteile eines Standorts qualifiziert Auskunft geben.

Weltbank bewertet Standorte

Eine Untersuchung der Weltbank Ende 2003 hat 23 chinesische Städte auf zahlreiche Parameter bewertet. Infrastruktur, Marktzugang, Flexibilität des Arbeitsmarkts und internationale Verflechtungen waren dabei wichtige Kriterien. Nach einer genauen Begutachtung wurden Hangzhou, Shanghai und Guangzhou am besten bewertet und erhielten die Note A+. Die Region Beijing lag dagegen abgeschlagen im Mittelfeld. Diese Bewertung spiegelt auch

die Verfügbarkeit an ausgebildeten Lieferanten wider. Die Regionen Hangzhou (inklusive Ningbo), Shanghai (inklusive der Regionen Suzhou, Taicang und Kunshan) sowie das Perlfloss-Delta von Guangzhou bis Shenzhen sind die richtige Wahl bei der Suche von geeigneten Lieferanten für die eigene Produktion in China.

Faktor Zeit – bei Lieferanten-suche oft unterschätzt

Leider wird der Aufbau einer lokalen Supply-Chain in China oft vernachlässigt. Erst wenn die Produktion steht, werden die Einkäufer aktiv und es werden hektisch lokale Lieferanten gesucht. Die wertvolle Zeit vor dem Produktionsaufbau lassen viele Firmen verstreichen.

 **Beijing, Tianjin, Qingdao, Waigaoqiao, Suzhou, Wuxi, Taicang, Kunshan, Songjiang, Ningbo, Xiamen or Shenzhen/Guangzhou: Which city or region in China is the right production location for a future company?**

Many German medium-sized companies are asking this question. The right location is an essential success factor in the China business. But how to make the right choice? Based on the overall conditions of the client in Germany the locations must be individually analysed, the feasibility of the project checked and the realisation organised on the spot. Most of all, a fair evaluation of the location and an analysis of the basic internal and external conditions are essential for a successful market analysis. German companies already in China have valuable experience that should be used. Only those companies have qualified information about the pros and cons of a specific location.

rience that should be used. Only those companies have qualified information about the pros and cons of a specific location.

World Bank Evaluates Locations

A World Bank survey published at the end of 2003 rated 23 Chinese cities on a large number of parameters. Important criteria were infrastructure, market access, flexibility of the labour market and international integration. After a close examination, Hangzhou, Shanghai and Guangzhou were rated highest and classified A+. In contrast, the Beijing region ranks far behind in the middle of the table. This ranking also reflects the availability of trained suppliers. The regions Hangzhou (incl. Ningbo), Shanghai (incl. the Suzhou, Taicang, and Kunshan regions) as well as the Pearl River Delta from Guangzhou to Shenzhen are the right choice when looking for suitable suppliers for production in China.

The Time Factor – Often Underestimated When Searching for Suppliers

Unfortunately, the building up of local supply chains in China is often neglected. Only when production is ready to start, a frantic search for local suppliers begins. Many companies waste valuable time before production build-up.

*Wilfried Krokowski
Global Procurement Services, Münden*



Vortrag / Lecture: Global Business Forum

14 April

11.00

Veranstaltungen Chinas auf der HANNOVER MESSE / Chinese Events During the HANNOVER FAIR

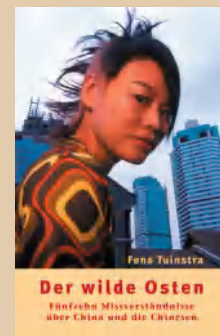
13 April	Beijing Business Inviting Conference, Hall 1, Room EUROPA
10.30 - 11.00	Welcome drink and visitors access
11.00 - 12.00	Presentation, discussion and communication
12.00 - 12.30	Lunch
12.30 - 14.30	Discussion about cooperation opportunities
14 April	Presentation in the Global Business Forum, Hall 6
10.00 - 10.30	Beijing East – Modern Manufacturing Industry Prospering, Zhao Zhengsheng, Beijing Tongzhou District Management Council, Director
10.30 - 11.00	Sourcing in China – International Sourcing Conference, Shanghai, Yao Zheng, Shanghai International Merchandising Center Co. Ltd.
11.00 - 11.30	Develop National Environmental Protection Industry Zone, Create Green Beijing Olympics, Hou Shouzhong, Beijing National Environmental Industrial Park, General Manager
12.00 - 12.30	Produktionsaufbau und Standortanalyse China, Wilfried Krokowski, Global Procurement Services

China ist ein attraktiver Beschaffungsmarkt

China ist unbestritten eine der günstigsten Einkaufsquellen der Welt. Auf der HANNOVER MESSE stellt sich das Reich der Mitte nicht nur als Produktionsstandort, sondern unter anderem auch als attraktives Sourcing-Zentrum dar. China boomt und bietet ausländischen Unternehmen attraktive Konditionen. Das gesamte Exportvolumen der Volksrepublik ist inzwischen auf mehr als 2,7 Mrd. US-Dollar gestiegen. In arbeitsintensiven Branchen ist Chinas Wettbewerbsvorteil unbestritten, doch auch in kapitalintensiven Branchen holt das Land auf. In einigen Schlüsselindustrien wie Telekommunikation, Gebrauchsgüter, Kraftfahrzeugen und IT ist China bereits heute die Nummer eins auf dem Weltmarkt. Standardprodukte wie Spielzeug, Textilien, Schuhe und Uhren stehen auf den Listen westlicher Einkaufsmanager an vorderster Stelle. Aus China importierte Komponenten kosten amerikanische und europäische Unternehmen zwischen zehn und 50 Prozent weniger als vergleichbare Inlandsprodukte. Bei Hochtechnologiegütern hat die chinesische Wettbewerbsfähigkeit in den vergangenen Jahren deutlich zugelegt – bei Technologien wie Mobiltelefonen oder Bildschirmen steht China vor dem Sprung auf die nächst höhere Stufe.

China – Attractive for Sourcing

China is without a doubt one of the most inexpensive sourcing locations in the world. During the HANNOVER FAIR, the Middle Kingdom presents itself not only as a production location, but also as an attractive Sourcing-Centre. The economic boom in China offers foreign companies attractive conditions. The total export volume of the People's Republic has risen to 2.7 billion US-Dollar. In labour-intensive sectors, China's competitive advantage is uncontested, but the country is also catching up in capital-intensive sectors. In some key industries such as telecommunication, consumer goods, and IT, China already is the market leader. Standard products such as toys, textiles, shoes and watches are at the top of the list of purchasing managers. Components imported by American and European companies from China are between ten to 50 percent less expensive than comparable domestic products. China's ability to compete in the market for high-tech products has increased significantly in recent years. In the mobile telephone and computer display industry, China is ready to jump to the next level.



China ist und bleibt anders

Warum scheitern so viele westliche Unternehmen im chinesischen Markt? Der vollmundigen Ankündigung einer Investition folgt oft ein überraschend schneller und stiller Rückzug aus dem

Land der scheinbar unbegrenzten Möglichkeiten. Der Niederländer Fons Tuinstra, seit mehr als zehn Jahren Auslandskorrespondent in Schanghai, fahndet nach den Ursachen.

268 Seiten, 19,80 Euro, zzgl. Versandkosten

Kostensenkung in Fernost



Der monatlich erscheinende Newsletter Sourcing Asia fokussiert den Beschaffungsmarkt mit den größten Potenzialen für Kostensenkung und Wachstum. Sourcing Asia will auch den Erfahrungs-

austausch der Einkäufer-Community sowie die Befassung mit Outsourcing-Konzepten anregen. Der Newsletter erscheint in Kooperation mit GPS und dem BME. Jahresabonnement 148,- Euro



Messewissen kompakt

Experten und Praktiker des internationalen Messewesens stellen konkrete Wege vor, wie Unternehmen über die neuen Messe-Plattformen eine nachhaltige Erschließung des riesigen chinesischen Marktes erreichen können. Das Buch liefert Praxiswissen und Checklisten für Aussteller, Einkäufer und Dienstleister.

Erschienen in Kooperation mit dem Ausstellungs- und Messeausschuß der Deutschen Wirtschaft (AUMA). 256 Seiten, deutsch/englisch, 26,75 Euro, zzgl. Versandkosten

Information und Bestellung:
www.localglobal.de/shop
oder Halle 6, Stand J44

Pakistan: Schwellenland im Aufbruch

Pakistan: A New Emerging Market



🇩🇪 Pakistan profitiert in den letzten Jahren von einer dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung. So stieg das pakistanische BIP im Finanzjahr 2003/04 um 6,4 Prozent. Ein Erlahmen des Aufschwungs ist nicht in Sicht, und Pakistan gelingt es endlich, seine Schulden in den Griff zu bekommen. Im Oktober 2004 verzichtete die Regierung auf die letzten beiden Raten eines IWF-Kredits. Premierminister Shaukat Aziz erklärte hierzu: „Pakistan hat die Bettlerschale zerbrochen. Wir sind nicht länger auf IWF-Kredite angewiesen.“ Privatisierung und Liberalisierung zeigen ihre Wirkung. Hans Seidenstücker sprach mit dem pakistanischen Industrieminister Jahangir Khan Tareen.

🇬🇧 In recent years, Pakistan has benefited from dynamic economic development. During fiscal 2003/04 the GDP rose by 6.4 percent. A weakening of growth is not in sight and Pakistan finally succeeds in reducing its debt. Thus, in October 2004, Pakistan was able to reject the last two tranches of an IMF loan. Prime Minister Shaukat Aziz stated: "Pakistan has broken the begging bowl. We are no longer dependent on IMF loans." Privatisation and liberalisation show results. Hans Seidenstücker spoke with Pakistan's Minister for Industries Jahangir

🇩🇪 *Wir haben viel über die wirtschaftliche Wende gehört, die Pakistan in den vergangenen Jahren vollzogen hat. Wie sicher sind Sie, dass dies auch langfristig so bleiben wird?*

Ja, die Wirtschaftswende war erstaunlich und wird an den makro-ökonomischen Indikatoren deutlich, die sich in den vergan-

genen Jahren alle verbessert haben. Vor einigen Jahren war das Land kurz vor dem wirtschaftlichen Zusammenbruch. Jetzt aber ist es auf dem Weg zu Wachstum und schneller Industrialisierung. Es hat sich ein Konsens entwickelt, dass Pakistan nur entwickelt und industrialisiert werden kann, wenn wir die Kosten senken können und unsere Wirtschaft durch Liberalisierung und Privatisierung öffnen. Trotz der Regierungswechsel ist die Wirtschaftspolitik konsequent weiter verfolgt worden. Des Weiteren arbeiten die demokratischen Institutionen normal. Lokalwahlen werden dieses Jahr abgehalten. Die Provinz- und Nationalwahlen folgen 2007. Aufgrund des Konsenses hinsichtlich der nationalen Politik sowie der Existenz demokratischer Institutionen bestehen in Bezug auf die langfristige Nachhaltigkeit unserer Politik keine Zweifel.

Welche Anreize bietet Pakistan ausländischen Investoren?

Wir wollen Pakistan zu einer Drehscheibe für die Wirtschaft machen. Neben dem großen Markt, den Pakistan aufgrund seiner 150 Millionen Einwohner bietet, ist das Land ideal gelegen, um eine Basis für das produzierende Gewerbe sowie den Handel mit Afghanistan und ganz Zentralasien zu werden. Die Regierung versucht, ausländische Investitionen zu fördern, indem es eine Politik der offenen Tür verfolgt, die sicher stellt, dass ausländischen Investoren alle Wirtschaftsbereiche offen stehen und die 100 Prozent ausländisches Eigenkapital zulässt. Die Rückführung von Kapital, Gewinnen, Dividenden und technischen Gebühren etc. unterliegt keinerlei Beschränkungen. In dieser Hinsicht ist Pakistan Teil

des globalen Kapitalmarkts. Die Regierung hat darüber hinaus zahlreiche Maßnahmen zur Förderung des Wachstums durchgeführt. Neue Industrieparks sind gegründet worden. Dabei kooperieren der öffentliche und private Sektor: Der öffentliche Sektor stellt das Kapital zur Verfügung, während der Privatsektor die Verantwortung für die Entwicklung und das Management der Industrieparks übernimmt. Diese Industrieparks stellen Investoren Dienstleistungen aus einer Hand bereit und fungieren als Brücke zwischen privaten Unternehmern und dem öffentlichen Sektor. In der Sonderwirtschaftszone im Hafen von Gwadar werden hervorragende Einrichtungen geschaffen. So entsteht am persischen Golf ein idealer Umschlagplatz für die ganze Region inklusive Zentralasien.

In welchen Branchen sehen Sie die besten Chancen für ausländische Investitionen und Joint Ventures?

Pakistan ist ein Land der bislang unentdeckten Möglichkeiten. Pakistan begrüßt ausländische Investitionen in allen Wirtschaftsbereichen. Die wichtigsten sind der Maschinen- und Anlagenbau, der Öl- und Gassektor, Infrastruktur, sowie Bergbau und Mineralien. Dabei steht ersterer im Blickpunkt der pakistanischen Regierung. Pakistan hat die notwendige physische Infrastruktur, zahlreiche und gut qualifizierte Ingenieure und, wichtiger noch, den Willen, Teil der globalen Zulieferkette im Maschinenbau zu sein.

Trotz der Fortschritte bleibt Pakistan ein politisch instabiles Land mit zahlreichen Debatten in der politischen und gesell-



schaftlich-religiösen Führungsschicht hinsichtlich des zukünftigen Kurses. Wie hoch schätzen Sie das politische Risiko im Pakistan im Vergleich zu seinen Konkurrenten ein?

Es ist eine grundlegende Fehleinschätzung, dass Pakistan politisch instabil sei. Pakistan hat eine offene Gesellschaft, in der unterschiedliche Denkrichtungen existieren, und jeder hat das Recht, diese zu äußern. Trotz dieser Diskussionen zwischen den unterschiedlichen Interessengruppen existiert inzwischen ein Konsens, dass Pakistan ein demokratisches und fortschrittliches Land sein soll. Pakistan kann sich im Hinblick auf seine politische Stabilität und wirtschaftliche Leistungskraft mit jedem Land der Region messen. Dies schlägt sich auch in den hervorragenden Bonitätseinstufungen internationaler Kreditagenturen nieder.

Pakistan ist als „Textilland“ bekannt. Wurde der Maschinenbau bislang vernachlässigt oder ist dies ein absichtlicher Richtungswandel?

Ja, es ist ein zutreffender erster Eindruck, dass Pakistan ein „Textilland“ ist. Dies lässt sich im Wesentlichen auf die Tatsache zurück führen, dass Pakistan über Rohbaumwolle verfügt und es deshalb zunächst die Entwicklung des Textilsektors vorantrieb. Die Textilindustrie ist weiterhin die wichtigste Branche. Jedoch hat in letzter Zeit ein Politikwechsel stattgefunden, denn man hat erkannt, dass produzieren des Gewerbe in jedem Land angesiedelt werden kann, das über die grundlegende Infrastruktur und Know-how verfügt. Pakistan bietet für die Ansiedlung produzie-

renden Gewerbes geradezu ideale Rahmenbedingungen. Pakistan möchte aus diesen Möglichkeiten Profit schlagen.

Was hoffen Sie durch Ihre Präsenz auf der HANNOVER MESSE zu erreichen?

Die HANNOVER MESSE ist die größte Industriemesse der Welt. Unser erstes Ziel ist es, die verschiedenen Produkte des pakistanischen Maschinen- und Anlagenbaus dem weltweiten Publikum in Hannover vorzustellen. Wir möchten unseren Maschinen- und Anlagebauern darüber hinaus die Möglichkeit bieten, Kontakte mit potenziellen Kunden, Zulieferern und Rohstofflieferanten zu knüpfen. Deshalb haben wir uns entschieden, unsere Produkte in Halle 4 zu präsentieren. Dies eröffnet viele Möglichkeiten für die Interaktion zwischen pakistanischen und europäischen Geschäftsleuten. Die Beteiligung an der Messe bietet uns ferner die Möglichkeit, neue Technologien und Produktionsverfahren kennen zu lernen, sowie Abkommen über Lizenzproduktion und Joint Ventures abzuschließen, um so in die globalen Zulieferketten eingebunden zu werden. Zahlreiche pakistanische Firmen tun dies bereits und wir streben an, das Ausmaß zu vergrößern.

 *We have heard a lot about the recent turnaround in Pakistan. How certain are you about its long-term sustainability?*

Yes, the turnaround has been amazing and is evident from the fact that all the macro-economic variables have improved across the board. A few years ago, the country was on the verge of economic collapse but is now steaming ahead on



*Minister of Industries
Jahangir Khan Tareen*

course to rapid industrialisation and development. A consensus has developed that Pakistan can only develop and industrialise if we bring down the cost of doing business and open up our economy through liberalisation and privatisation. Despite changes in governments, economic policies have remained consistent. Furthermore, democratic institutions are working normally. We are holding local elections this year and national and provincial elections in 2007. With consensus in national policies, and democratic institutions in place, there is no doubt about the long-term sustainability of policies in the country.

What incentives does Pakistan offer foreign investors?

We want to make Pakistan a hub of economic activity. In addition to its large market of 150 million people, it is ideally

Pakistan: Schwellenland im Aufbruch

Pakistan: A New Emerging Market

located to be a base for manufacturing and trade with Afghanistan and the whole of Central Asia. The government has tried to facilitate foreign investment in the country by providing an enabling environment and an open door policy which ensures that all economic sectors are open for FDI and 100 percent foreign equity is allowed. Remittance of capital, profits, dividends, and technical fees etc. is fully allowed. In that sense, Pakistan is part of the global capital market. The government has also taken many steps to open new avenues for growth. New Industrial Parks have been established based on the concept of public-private partnership, with the public sector providing equity and the private sector entrusted with the responsibility of developing and managing them. These industrial parks provide a one window operation to the investors and act as a bridge between private entrepreneurs and the public sector. The Special Economic Zone, which is being developed in Gawadar Port on the Persian Gulf, will provide excellent transshipment facilities for the whole region including Central Asia.

In which sectors do you see the best opportunities for foreign investment and partnerships for foreign companies?

Pakistan is a land of opportunities which has remained undiscovered so far. Pakistan welcomes foreign investment in all sectors of the economy. The most important ones are engineering, oil & gas, infrastructure, mining & minerals. It is the first which has

been the focus of this government. Pakistan has the essential physical infrastructure, engineering base and more importantly, the will to be the part of the Global Supply Chain in the Engineering sector.

Despite the progress, Pakistan remains a politically unstable country with much debate in leading political and socio-religious circles regarding the future course. How would you compare Pakistan with its competitors in terms of political risk?

There is a basic misperception about Pakistan being politically unstable. Pakistan is an open society where different streams of thoughts exist, and each and everyone has a right to express himself. Despite discussion between interest groups, a consensus has emerged from the belief that Pakistan should be a democratic and progressive country. Pakistan is comparable to any country in the region in terms of political stability and economic performance. This is reflected in excellent credit ratings which Pakistan has received from different international credit rating agencies.

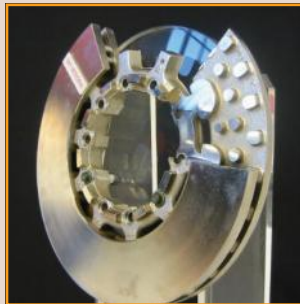
Pakistan is known as a "Textile country"? Was the Engineering sector so far neglected or is it a deliberate change of direction?

Yes, it is true that the first impression of Pakistan is that it is a textile country. It was primarily because of ready availability of domestic raw cotton that Pakistan initially focused on the textile sector. Textile

still is the largest industrial sector in the country. However, recently there has been a shift in policies. This was whetted by realisation at the global level that manufacturing can be located in any country with basic infrastructure, skills and expertise. Pakistan matches the description of an ideal country which can serve as a manufacturing base for the world. Pakistan wants to capitalise on this opportunity.

What do you hope to accomplish with your presence at the Hannover Fair?

HANNOVER FAIR is the largest engineering fair in the world. The first and foremost objective to attend this fair is to display the various manufacturing and engineering capabilities of our engineering sector to the global audience available at Hannover. We also wish to provide an opportunity to our manufacturing and service sector in the engineering trade to come into contact with potential customers and raw materials sources at the Messe. Therefore, we have chosen our location in Hall 4. This means a large interface for human interaction between Pakistani businessmen and the EU business community to build bridges for business to business interaction. Participation in this fair also provides us with an opportunity to be exposed to new technologies and manufacturing practices and the possibility of entering into licensing arrangements, joint ventures and link into global supply chains. Many Pakistani firms are already doing this and we are striving to increase that scale.



Program 12th April 2005, Tuesday

09.30-10.00	Welcome Coffee at Hall 6 Pakistan Pavilion
10.00-12.00	Presentation on Pakistan
10.00-10.05	Welcome Address by Organisers
10.05-10.10	Introductory Remarks by Ambassador Asif Ezdi
10.10-10.20	An Introduction to Pakistan – Documentary
10.20-10.45	Investment Opportunities in Pakistan by Waseem Haqqie, Chairman Board of Investment
10.45-11.05	Siemens' Experience in Pakistan Markus Berger, Siemens KSB Experience in Pakistan Arif Ijaz, CEO KSB Pakistan
11.05-11.20	Engineering Goods Industry of Pakistan by Imtiaz Rastgar, CEO Engineering Development Board
11.20-11.40	Keynote speech by Jahangir Khan Tareen, Federal Minister for Industries, Production and Special Initiatives, Pakistan
11.40-11.50	Address by Dr. Ditmar Staffelt, Parliamentary State Secretary (Deputy Minister) , German Federal Ministry for Economy and Labour
11.50-12.00	Q&A
12.00	Invitation to reception by Ambassador Asif Ezdi
12.15-14.00	Reception / Individual Meeting in Hall 1, 1st floor Room Paris/Brussels

Program 13th April 2005, Wednesday

15.00-16.00	Presentation Sourcing from Pakistan Global Forum – Hall 6
15.00 – 15.05	Welcome Address
15.05 – 15.20	Supply Chain Possibilities in Pakistan – by Almas Hyder, Chairman TUSDEC (Technology Upgradation Skills Development Company)
15.20- 15.45	Keynote speech by Jahangir Khan Tareen, Federal Minister for Industries, Production and Special Initiatives
15.45 – 16.00	Q&A Session

Exhibitors Pakistan

Adam jee Engineering	Hall 4, Stand E64
agriauto Industries	Hall 4, Stand E64
Alsons Auto Parts	Hall 4, Stand E64
Atlas Battery	Hall 4, Stand E64
Bahawalpur Engineering	Hall 4, Stand E64
Baluchistan Engineering Works	Hall 4, Stand E64
Baluchistan Wheels	Hall 4, Stand E64
Bolan Castings	Hall 4, Stand E64
Comcept	Hall 4, Stand E64
Descon Engineering	Hall 4, Stand E64
EMCO Industries	Hall 4, Stand E64
Excel Engg.	Hall 4, Stand E64
Export Promotion Bureau	Hall 6, Stand H21
Ezzie Engineering	Hall 4, Stand E64
HMC III	Hall 4, Stand E64
Infinity Engg.	Hall 4, Stand E64
Infinity Engineering	Hall 5, Stand C52
Innovative Automation & Engineering	Hall 4, Stand E64
International Polymer Industries	Hall 4, Stand E64
Kad Kam Technology	Hall 4, Stand E64
Mannan Shahid Forgings	Hall 4, Stand E64
Metaline Industries	Hall 4, Stand E64
Millat Tractors	Hall 4, Stand E64
Noor Engineering Services	Hall 4, Stand E64
NUST Consultancy	Hall 4, Stand E64
Pakistan/Gemeinschaftsstand	Hall 4, Stand E64
Power Wheels	Hall 4, Stand E64
Procon Engg	Hall 4, Stand E64
Rastgar Engg.	Hall 4, Stand E64
Ravi Autos	Hall 4, Stand E64
Research & Development Engineering	Hall 4, Stand E64
Rubatech Manufacturing	Hall 4, Stand E64
Sohail Engg	Hall 4, Stand E64
Synthetic Products Ent.	Hall 4, Stand E64
Tesla Industries	Hall 4, Stand E64
Thermosole	Hall 4, Stand E64
Transmission Engineering Industries	Hall 4, Stand E64

Die Wirtschaftskonferenzen im Convention Center

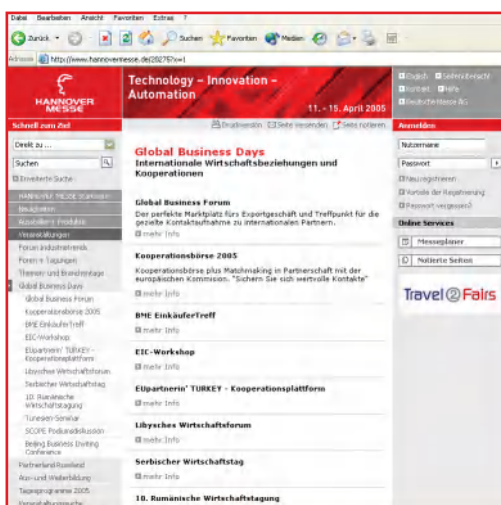
The Business Conferences in the Convention Center



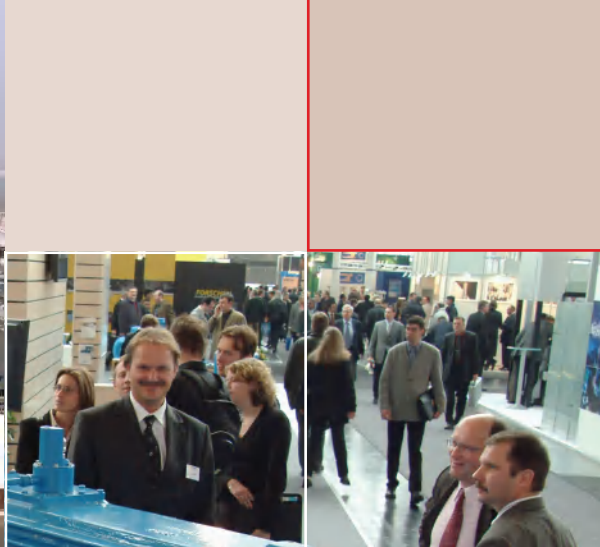
Das Convention Center (CC) liegt im Herzen des Messegeländes: Es ist der Platz für die hochrangigen Wirtschaftskonferenzen und Events der HANNOVER MESSE. Das CC und die Veranstaltungsräume in den Hallen 1 und 2 sowie das NORD/LB Forum sind auch die Orte, an denen sich Politik und Wirtschaft begegnen. Die Eröffnung des Deutsch-Russischen Wirtschaftstags durch Russlands Präsidenten Putin und Bundeskanzler Schröder am ersten Messetag ist sicher das Highlight der diesjährigen HANNOVER MESSE. Mit Themen der internationalen Wirtschaft befassen sich aber auch zahlreiche andere Veranstaltungen: Sie firmieren jetzt unter dem Begriff der Global Business Days und werden hier vorgestellt.

Internationale Wirtschaftsthemen im CC

Montag, 11. April 10.00 - 17.00 Uhr CC, Saal 2	Deutsch-Russischer Wirtschaftstag	Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft und Deutsche Messe AG
Montag, 11. April 14.00 - 16.00 Uhr CC, Saal 18	Kaliningrader Gebiet – Region der Zusammenarbeit in Europa. Fünf Jahre stabiles Wirtschaftswachstum.	Administration des Kaliningrader Gebiets und die Deutsch-Russische Wirtschaftsallianz, Kontaktbüro russischer Regionen und Unternehmen e.V.
Dienstag, 12. April 10.00 - 13.00 Uhr CC, Saal 3A	EU-Partnerin Türkei – Kooperationsplattform	EU-TURKEY BUSINESS CENTRE/ ABIGEM Kocaeli
Dienstag, 12. April 10.00 - 15.00 Uhr CC, Saal 1	Libysches Wirtschaftsforum	Deutsch-Arabische Industrie- und Handelskammer, Büro für Handel und Industrie, Tripolis/Libyen
Dienstag, 12. April 14.00 - 18.00 Uhr Halle 1, Saal ROM	Serbischer Wirtschaftstag	GTZ/WBF Serbien in Zusammenarbeit mit dem Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft
Dienstag, 12. April 15.00 - 20.00 Uhr NORD/LB Forum, Messegelände	2. Niedersächsischer Außenwirtschaftstag	Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
Dienstag, 12. April 15.30 - 17.00 Uhr CC, Saal DRESDEN	EIC-Workshop	Euro Info Centre Netzwerk der Europäischen Kommission
Mittwoch, 13. April 10.00 - 14.30 Uhr Halle 1, Saal EUROPA	Beijing Business Inviting Conference	SinEco Deutschland GmbH
Mittwoch, 13. April 14.00 - 18.00 Uhr Halle 1, Saal ROM	10. Rumänische Wirtschaftstagung	IBD/GTZ-Programm für Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung in Zusammenarbeit mit dem Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft
Mittwoch, 13. April 14.30 - 17.30 Uhr CC, Saal BERLIN	Tunesien-Seminar	FIPA-Tunisia
Mittwoch, 13. April 15.30 - 18.30 Uhr Halle 2/Galerie, Saal MOSKAU	KPMG-Seminar: Investieren in Russland	KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft AG



Den Besuchern des Konferenzbereichs der HANNOVER MESSE bietet der Veranstalter zwei zusätzliche und ergänzende Hinweise zu den Vorträgen, Tagungen und Seminaren. Tagesaktuelle Informationen und Hinweise auf die Lokation sind auch auf den Bildschirmen im CC.



 The Convention Center (CC) is located in the heart of the fairgrounds. It is the place for high-level economic conferences and events of the HANNOVER FAIR. The CC, the conference rooms in Hall 1 and 2 as well as the NORD/LB Forum are the locations, where politics and business meet. The opening of the German-Russian Business Symposium by the Russian President Putin and German Chancellor Schröder during the first day of the fair is certainly one of the highlights of this year's HANNOVER FAIR. Numerous other events also have international business as their topic: They are now brought together under the headline Global Business Days and are presented in this magazine.

Day	Title	Organiser
Monday, 11 April 10.00 a.m. - 5.00 p.m. CC, Room 2	German-Russian Business Symposium	Committee on Eastern European Economic Relations and Deutsche Messe AG
Monday, 11 April 2 p.m. - 4 p.m. CC, Room 18	Kaliningrad Region – Region of Cooperation in Europe. Five Years of Stable Economic Growth	Administration of the Kaliningrad Region and the „Deutsch-Russische Wirtschaftsallianz, Kontaktbüro russischer Regionen und Unternehmen e.V.“
Tuesday, 12 April 10.00 a.m. - 1.00 p.m. CC, Room 3A	EU Partner Turkey – Cooperation Platform	EU-TURKEY BUSINESS CENTRE / ABIGEM Kocaeli
Tuesday, 12 April 10.00 a.m. - 3.00 p.m. CC, Room 1	Libyan Business Forum	German-Arab Chamber of Industry and Commerce, Office for Trade and Industry, Tripoli/Libya
Tuesday, 12 April 2.00 p.m. - 6.00 p.m. Hall 1, Room ROM	Serbian Business Forum	GTZ/WBF Serbien in collaboration with the Committee on Eastern European Economic Relations
Tuesday, 12 April 3.00 p.m. - 8.00 p.m. NORD/LB Forum, Messegelände	2nd Niedersachsen Foreign Trade Conference	Lower Saxony's Ministry of Economic Affairs, Labour and Transport
Tuesday, 12 April 3.30 p.m. - 5.00 p.m. CC, Room DRESDEN	EIC-Workshop	EIC International Department
Wednesday, 13 April 10.00 a.m. - 1.30 p.m. Hall 1, Room EUROPA	Beijing Business Inviting Conference	SinEco Deutschland GmbH
Wednesday, 13 April 2.00 p.m. - 6.00 p.m. Hall 1, Room ROM	10th Romanian Business Conference	IBD/GTZ program for the promotion of business and employment in collaboration with the Committee on Eastern European Economic Relations
Wednesday, 13 April 2.30 p.m. - 5.30 p.m. CC, Room BERLIN	Tunisia Seminar	FIPA – Tunisia Office for the Promotion of Foreign Investments
Wednesday, 13 April, 3.30 p.m. - 5.30 p.m.	KPMG Seminar: Investing in Russia	KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft AG

In the conference area of the HANNOVER FAIR, the organisers provide additional details regarding lectures, conferences, and seminars. Up-to-date information and details of the locations are also provided on the monitors in the CC.

Libyen: Neue Chancen am Mittelmeer

Libya: New Opportunities in North Africa

Libyan Business Day, 12 April, CC Room 1

09.00	Registration
10.00	Welcome Address Stephan Ph. Kuehne Member of the Board Deutsche Messe AG Moderator: Dr. Peter Goepfrich CEO German-Arab Chamber of Industry and Commerce Keynote address: Master Plan of the Libyan Economy (tentative) Guest of Honour: H.E. Saif El Islam el Gaddafi Chairman of the Gaddafi International Foundation for Charity Associations of Libya Status and Perspectives of German-Libyan Economic Relations (tentative) Dr. Ditmar Staffelt Parliamentary State Secretary, Federal Ministry of Economics and Labour Libya – Government policies for Trade and Investment (tentative) H.E. Mohamed Sialla Assistant Secretary, General People's Committee for Foreign Liaison and International Cooperation Doing Business in Libya Eng. Abdallah M. Fellah General Commissioner, Libyan Businessmen Council Bernhard Schmidt Member of the Board and President Exploration and Production, Wintershall AG N. N., Siemens AG RWE Dea's Upstream Position in North Africa and i.e. Libya Eckart Hoffman Senior Vice President North Africa/Middle East
12.00-12.30	Break
12.30	Opportunities for new Business and Investment in Libya: Now & in the Future Moderator: Dr. Hakim Al-Nagah Coordinator Office for German Industry and Trade, German Embassy Tripoli Dr. Mahmud Ahmed Al-Fatise (t.b.c.) Secretary, The General Board of Ownership Transfer of Public Companies and Economic Units Ahmed Abdul Karim Chairman, Libyan Oilinvest The Financial Framework for Doing Business in Libya Mohamed H. Layas Libyan Arab Foreign Bank, Chairman The Legal Framework of Investment and Doing Business in Libya Dr. Saleh Zahef Zahaf & Partners/Barrister & Legal Consultations Bureau RA Dr. Florian Amereller Krauss Amereller Henkenborg (t.b.c.)
14.00	Lunch Buffet
15.00	Match Making/Individual B2B business meetings with the Libyan Delegation
17.00	End of the Libyan Business Symposium



Libyen: Massiver Investitionsbedarf

Erstmals seit Jahrzehnten investiert das auf Grund seines Öl- und Gasreichtums mit erheblichen finanziellen Ressourcen ausgestattete Land massiv in seine Infrastruktur. Der äußere und innere Wandel eröffnet neue Chancen für in Libyen tätige ausländische Unternehmen, sowie für Firmen, die eine Rückkehr planen oder die sich erstmals für den Markt interessieren. Deutsche Firmen waren in der Vergangenheit im Öl- und Gassektor sowie im Handel erfolgreich aktiv. Der Modernisierungsbedarf in nahezu allen Teilen der Wirtschaft bietet allen gute Möglichkeiten.

Libya: Massive Need for Investment

For the first time in decades, Libya which possesses significant financial assets due to its oil and gas resources, invests massively in its infrastructure. The internal and external change taking place in the past few years provides opportunities for companies already active in Libya as well as those thinking about returning or those who show an interest in the Libyan market for the first time. In the past, German companies have been successful in the oil and gas sector as well as in commerce. The need for modernisation provides good opportunities for everyone.

Tunesien: Produzieren in Nordafrika

Tunisia: Manufacturing in North Africa

Tunesien-Seminar, 13. April, CC Saal Berlin

14.30	Begrüßung und Moderation Herr Walter Englert Afrika-Verein e.V. Grußwort S. E. Herr Moncef Ben Abdallah, Botschafter der Republik Tunesien in Deutschland Produktionsstandort Tunesien Herr Abdessalem Mansour Generaldirektor der FIPA-Tunisia Chancen für die deutsche Industrie in Tunesien Frau Dagmar Spantzel Geschäftsführerin der Deutsch-Tunesischen Industrie- und Handelskammer, Tunis Erfahrungsbericht eines deutschen Tunesien-Investors Round-Table Diskussion
17.30 Uhr	Kaltes Buffet auf Einladung der FIPA-Tunisia

Standort Tunesien

Dank der wirtschaftlichen Öffnung und Liberalisierung hat Tunesien neben seiner langjährigen sozialen und politischen Stabilität überzeugende wirtschaftliche Erfolge erzielt. Seit Ende der 80er Jahre erreicht das Land ein Wirtschaftswachstum von fünf bis sieben Prozent jährlich, wodurch ein Anwachsen des Pro-Kopf-Einkommens von mehr als drei Prozent pro Jahr ermöglicht wurde. Durch das Assoziierungs- und Freihandelsabkommen mit der EU sowie mehr als 30 weiteren Abkommen mit Nachbarländern ist Tunesien darüber hinaus Drehpunkt für den Zugang zu diesen verschiedenen Märkten. Tunesien bietet auch ein hervorragendes Investitionsklima. Über 2.600 ausländische Unternehmen oder solche mit ausländischer Beteiligung aus allen Industrie- und Dienstleistungsbereichen haben sich bereits im Land angesiedelt, darunter ca. 280 deutsche Firmen.

Location Tunisia

Thanks to its economic opening and liberalisation, Tunisia has achieved convincing economic successes as well as social and political stability over a long period of time. Since the end of the '80s the country reaches growth rates of five to seven percent annually, which led to increases in per capita income by more than three percent per year. In addition, Tunisia has signed an association and free trade agreement with the EU and more than 30 agreements with neighbouring countries. It has thus become a hub with access to all those markets. Tunisia also offers an excellent investment climate. Over 2,600 foreign companies or companies with partial foreign ownership from all industrial and service sectors have already established themselves in the country, among them approximately 280 German companies.

neu:

Wirtschaftsmagazin für die Regionen Nordafrika und Mittlerer Osten

zenithbusiness beleuchtet die wirtschaftlichen Entwicklungen in den Regionen Nordafrika und Mittlerer Osten. Es zeigt auf, wo Chancen für die deutsche Wirtschaft liegen und wie diese genutzt werden können.

new:

Business magazine for the Middle East and North Africa

zenithbusiness examines the economic developments in the Middle East and North Africa. It shows the opportunities available to German companies and how to make use of them.

Jetzt einfach testen / Try it:

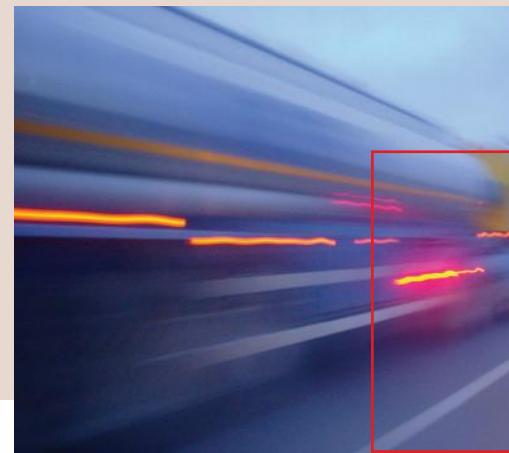
3 Ausgaben für 24 Euro / 3 issues for 24 Euro

www.localglobal.de/shop



Serbien: Reformen eröffnen Chancen

Serbia: Reforms Open Doors

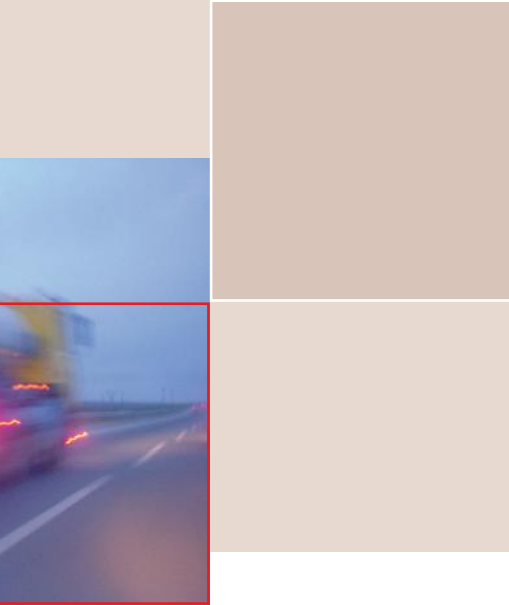


🇩🇪 Nach der Unterbrechung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Serbien und Deutschland im vergangenen Jahrzehnt will Serbien an die früheren sehr guten Verbindungen anknüpfen. Deshalb hat die serbische Regierung eine Reihe von Gesetzen mit dem Ziel eines positiven Wirtschaftsklimas auf den Weg gebracht. Hochrangige Politiker, Unternehmer, Wirtschaftsfachleute und Investoren berichten über die neue Situation (Privatisierung, rechtliche Rahmenbedingungen, Investitions- und Kooperationsmöglichkeiten). Da die serbische Industrie bei der HANNOVER MESSE auch mit einem Gemeinschaftsstand in der Subcontracting vertreten ist (Halle 4, A58), können Sie auf allen Ebenen Kontakte aufnehmen.

🇬🇧 During the last decade the excellent long-standing economic relations between Germany and Serbia broke down. Following several years of political change and reform, Serbia is keen to resume this relationship. The Serbian government has introduced legislation to improve the business climate and foster good economic relations with other countries. This event provides information on the new situation (privatisation, legal conditions, opportunities for investment, joint ventures and cooperation). Top politicians, business leaders, economists, business consultants and investors will report on the business environment. Serbian industry will also be represented with a joint display at the trade show "Subcontracting" (Hall 4, A58) within the HANNOVER FAIR. Thus, numerous opportunities exist to contact potential clients and partners.

Serbischer Wirtschaftstag / Serbian Business Day 12 April, Hall 1, Conference Area

14.00-14.30	Begrüßung / Words of welcome Oliver Wieck, Geschäftsführer des Ost-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft Director, Committee on Eastern European Economic Relations Miroslav Labus, Stellv. Premierminister, Republik Serbien Deputy Prime Minister of the Republic of Serbia N.N., Ministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BRD) Spokesperson from the Ministry for Economic Cooperation and Development, Germany Dr. Ditmar Staffelt, Staatssekretär, Wirtschaftsministerium (BRD) State Secretary of the Ministry for Economic Affairs, Germany
14.30-14.50	Ausländische Investitionen in Serbien / Foreign Investment in Serbia Dr. Milan Parivodi, Minister, Ministerium für Außenwirtschaftliche Beziehungen Ministry for Foreign Trade and Business Relations
14.50-15.10	Privatisierung in Serbien / Privatisation in Serbia Dr. Predrag Bubalo, Minister, Ministerium für Wirtschaft Ministry for Economic Affairs, Serbia
15.10-15.30	Wirtschaftliche Entwicklung in Serbien / Developments in the Serbian Economy Dr. Slobodan Milosavljevi, Präsident, Industrie und Handelskammer Serbien President, Serbian Chamber of Industry and Commerce
15.30-16.00	Kaffepause / Coffee Break
16.00-16.15	Rechtliche Rahmenbedingungen für Investitionen in Serbien / Legal Conditions Affecting Investment in Serbia Dr. Radivoje Petriki, Rechtsanwaltskanzlei CMS Reich-Rohrwig Hasche Sigle Legal practice CMS Reich-Rohrwig Hasche Sigle
16.15-16.30	Finanzierung und Bankwesen in Serbien / Financing and Banking in Serbia Ivica Langauer, Länderreferent Mittel- und Osteuropa, Commerzbank AG Advisor to Commerzbank AG on Central and Eastern Europe
16.30-17.30	Erfahrungsberichte über Investitionen in Serbien / Report on Investment Projects and Activities in Serbia METRO C&C (angefragt / invited) Loher GmbH (angefragt / invited) Henkel Merima (angefragt / invited)
17.30-18.00	Deutsche Unterstützung der serbischen Wirtschaft / German Economic Support for Serbia Martin Knapp, DIHK / German Chamber of Industry and Commerce Wolfgang Limbert, Programmkoordinator, GTZ/WBF Serbien und Montenegro Program Coordinator, GTZ/WBF Serbia and Montenegro



Rumänien: Ein verlässlicher Partner

Romania: A Dependable Partner

 Bereits zum zehnten Mal findet auf der HANNOVER MESSE ein rumänischer Wirtschaftstag statt. Das Land präsentiert sich mit Vorträgen aus Politik und Wirtschaft. Referenten informieren Sie über wichtige Aspekte auf dem Weg der rumänischen Industrie in die EU, insbesondere über Chancen der deutschen Wirtschaft auf dem rumänischen Markt.

Im Anschluss laden wir Sie zu einem Empfang mit rumänischen Spezialitäten und Spitzenweinen in Halle 5, Stand B52 ein, um das zehnjährige Jubiläum dieser Veranstaltung auf der HANNOVER MESSE zu feiern.

 For the tenth time, Romania will have a dedicated business forum at the HANNOVER FAIR. The country presents itself with lectures on politics and the economy. Speakers inform you of important aspects of Romanian industry on its path towards EU membership, especially regarding opportunities for German companies on the Romanian market.

Following the Business Conference, you are invited to join us for a reception in Hall 5, Stand B52. Romanian delicacies and wines will be served, celebrating the tenth anniversary of this event at the HANNOVER FAIR.

10. Rumänischer Wirtschaftstag, 13. April, Halle 1, Saal Rom

Moderation: Oliver Wieck, Geschäftsführer, Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

14.00	Eröffnung George Cristodorescu, IBD/GTZ Rumänien, Programmkoordinator Ion Serban, Berater, Rumänisches Ministerium für Wirtschaft und Handel, Leiter des Rumänien-Standes Karl-Josef Baum, Präsident der Deutsch-Rumänischen AHK Grußworte Susanne Kastner, Vizepräsidentin des Deutschen Bundestages, MdB, Vorsitzende des Deutsch-Rumänischen Forums e.V., Berlin Adrian Vierita, Rumänischer Botschafter, Berlin
14.30	Die rumänische Industrie auf dem Weg in die EU Minister Codrut Seres, Minister für Wirtschaft und Handel
14.50	Ausländische Investitionen in Rumänien Präsident, Rumänische Agentur für Ausländische Investitionen
15.10	Rumänien im Aufwind Peter Simon, Präsident des Deutschen Wirtschaftsclubs und Präsident von ABB Rumänien
15.30	Wettbewerbssteigerung der rumänischen Industrie Iosif Valceanu, Arbeitgeberverband der Maschinenbauindustrie
15.50	Erfahrungsberichte deutscher Unternehmen Dr. Frank Schillinger, Managing Director, Firma Harting Electric GmbH & Co. KG
16.10	Kaffeepause
16.30	Erfahrungsberichte deutscher Unternehmen Werner Heer, Sprecher des Vorstandes, Firma Dürkopp Adler AG
16.50	Rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen für Investitionen in Rumänien Dr. Michael Brenscheidt, Leiter der Arbeitsgruppe Recht und Steuern im Deutsch-Rumänischen Kooperationsrat Kanzlei Niebaum - Kohler - Punge - Söder, Dortmund, Bukarest, Timisoara
17.10	Finanzierungsmöglichkeiten für Projekte in Rumänien Dr. Peter Thimme, DEG, Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH
17.30	Chancen der deutschen Wirtschaft auf dem rumänischen Markt Michael Harms, Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, Geschäftsführer Länderarbeitskreis Rumänien
17.50	Dienstleistungsangebot des IBD/GTZ-Programms für Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung in Rumänien George Cristodorescu, Programmkoordinator IBD/GTZ Rumänien

Subcontracting: Treffpunkt der internationalen Zulieferindustrie

Subcontracting: Where Global Suppliers Meet

Dachmarken ermöglichen starken Auftritt

Die Internationalität der HANNOVER MESSE wird auf der „Subcontracting“ besonders deutlich. Mehr als 1.500 Aussteller aus 50 Nationen bieten hier Teile und Komponenten für den Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbau. Der regionale oder nationale Auftritt im Ausstellungsbereich ist mit den neuen Kontakt- und Kommunikationsformaten der HANNOVER MESSE verbunden. Das schafft neue Chancen, sehr effizient Partner für internationale Industrieprojekte zu identifizieren.

Die großen Gemeinschaftsstände der Subcontracting wirken als Schaufenster auf die Leistungsfähigkeit ganzer Nationen. Engagierte Wirtschaftsförderer aus zahlreichen Nationen unterstützen effektiv und kostengünstig den internationalen Auftritt ihrer vorwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen. Diese profitieren zunächst von den Services bei der praktischen Organisation des sehr oft ersten Messeauftritts im Ausland. Ein großer und deutlich wahrnehmbarer Gemeinschaftsstand verschafft den Unternehmen der Zulieferindustrie zudem einen starken Auftritt unter einer regionalen oder nationalen „Dachmarke“.

Immere stärkere Resonanz – und zwar bei Besuchern und Ausstellern – finden auch die neuen Formate für die Kommunikation und für den Aufbau von neuen

internationalen Geschäftskontakten, die die HANNOVER MESSE anbietet und die hier im Magazin vorgestellt werden. Sei es der Empfang von ausländischen Besucherdelegationen, die Kooperationsbörse, die Organisation von Matchmakings und 1:1-Gesprächen, Einkaufertage, die Diskussion von Sourcing-Möglichkeiten und gemeinsame Zulieferer-Präsentationen im Global Business Forum – alle diese Möglichkeiten finden auch räumlich in nächster Nähe zum Ausstellungsbereich der Subcontracting statt.

Mit diesem Angebot ist die HANNOVER MESSE für den tiefgreifenden Wandel in den internationalen Lieferbeziehungen gut vorbereitet. Dort kommt dem strategischen Einkauf eine immer größere Bedeutung zu: Wer bald im Ausland fertigen will, kann hier mögliche Lieferanten frühzeitig identifizieren. Ob diese den weitgesteckten technologischen Anforderungen auch unternehmerisch gewachsen sind, ob am neuen Standort ausreichend Lieferanten vorhanden sind, ob im nationalen industriellen Cluster auch Bereitschaft und Ressourcen für lokale Entwicklung vorhanden sind – nirgends lässt sich die Recherche so einfach betreiben wie an den Ständen der Subcontracting.

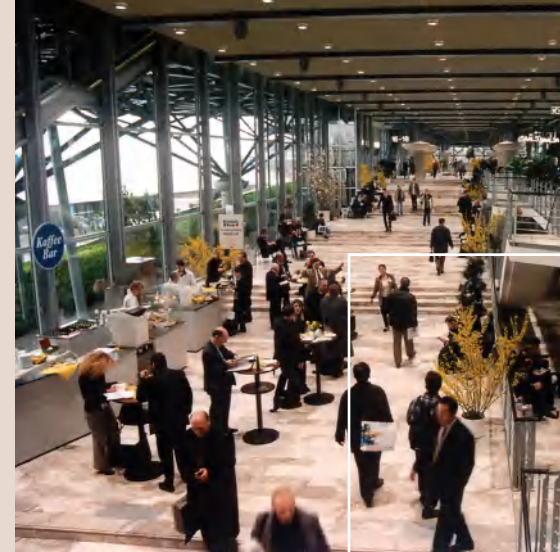
Strong Brand, Strong Presentation

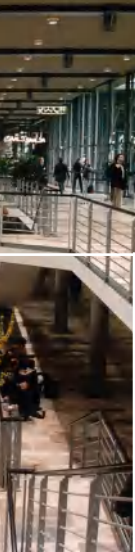
Where the internationality of the HANNOVER FAIR becomes particularly apparent is at the „Subcontracting“.

More than 1,500 exhibitors from 50 nations offer automotive and industrial parts and components. The regional or national presence in the exhibition area is linked to the new contact and communication formats of the HANNOVER FAIR. This provides for excellent opportunities to efficiently identify partners for international industrial projects.

The large joint presentations at the „Subcontracting“ function as shop windows presenting the capabilities of whole nations. Dedicated economic promotion organisations from numerous countries support the international presence of their predominantly small and medium-sized companies very effectively and efficiently. These profit primarily from services related to the practical organisation of what is often their very first trade fair appearance abroad. A large and striking joint presentation also provides companies from the subcontracting sector with a strong profile under a regional or national „covering brand“.

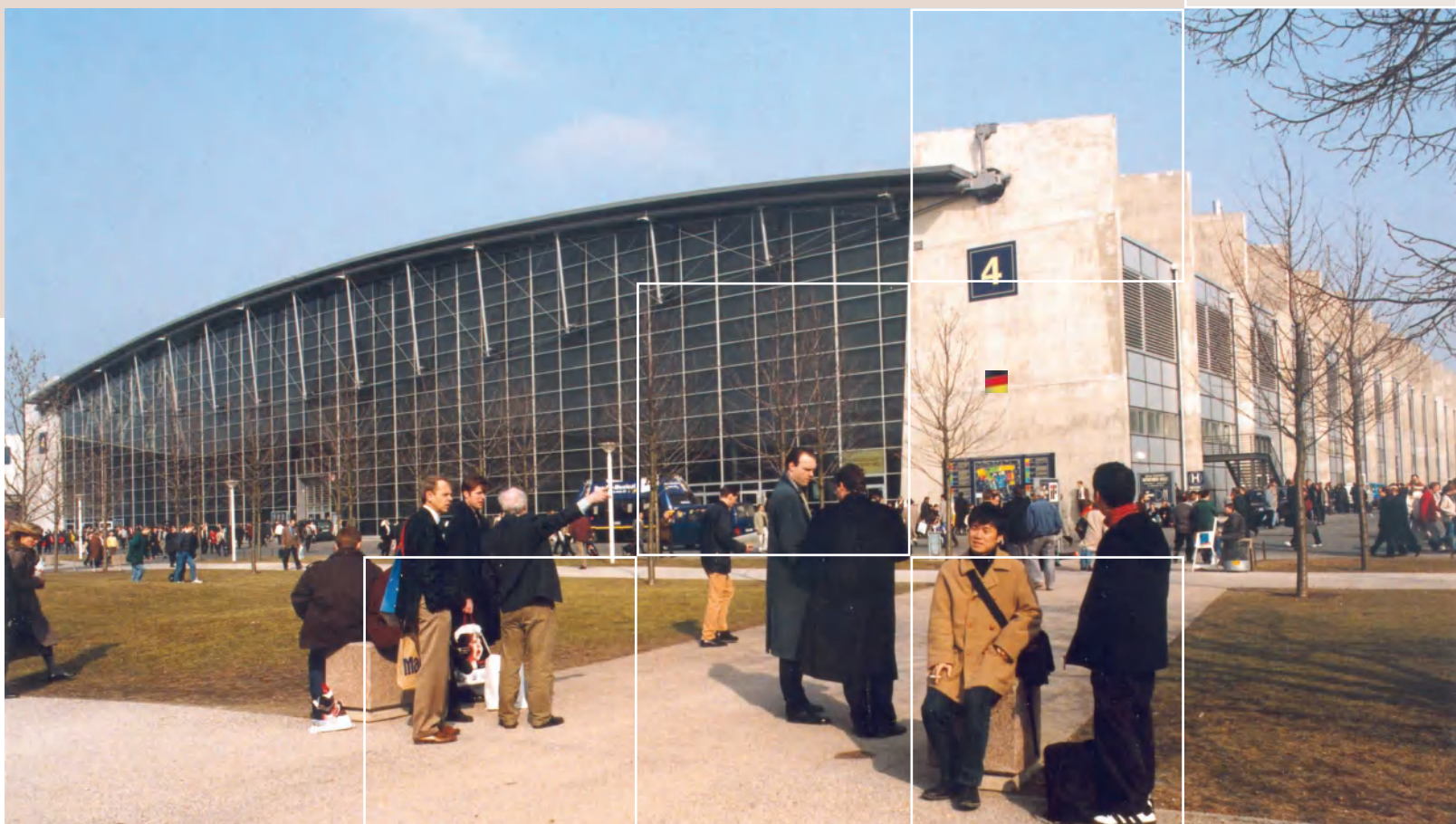
Also, the new formats for communication and for the establishment of new international business contacts, offered by the HANNOVER FAIR and presented in this magazine, are enjoying an ever stronger resonance among visitors and exhibitors alike. Whether it is the reception of foreign visitors, the cooperation exchange, the organisation of matchmakings and one-on-one discussions, the purchaser





Subcontracting: Treffpunkt der internationalen Zulieferindustrie

Halle 2	Halle 3	Halle 3:	
		Bulgarien: E19, A40 China: A10, A14, A16, A20, B10, B16, B19, C08, C10, C15, C16 Dänemark: A46, D30 Deutschland: D26, D56, E56 Frankreich: C20, D16, E16 Großbritannien: F19 Indien: E54 Italien: D62, E28	Litauen: A51 Niederlande: D36, D38, E35, E36, E37, E38, E42, E44, F35, F37, F41, F43 Spanien: C62, D55 Taiwan: D06, E06 Türkei: F14, F26 Tschechische Republik: E30, F25
IC	Halle 4	Halle 4:	
		Brasilien: D52 Bulgarien: A72 Deutschland: A42, B12, C34, D34, D42, E04, E12, E24, E29, E34, E40, E42, F24, F64, G12, G24, G34 Frankreich: C52, C58 Großbritannien: A04, A12 Indien: F60 Italien: B40 Lettland: H22 Litauen: H67	Malaysia: F09 Pakistan: E64 Polen: C02 Portugal: C42 Schweden: B52 Schweiz: C12, C24, C64 Serbien-Montenegro: A57 Spanien: F10, F12, F16, F22, G09, G10, G22 Türkei: A52, A64, B64 Tunesien: G64
CC	Halle 5	Halle 5:	
		Brasilien: C48 Deutschland: A32, A44, B16 B34, B44, C44, E44, F44, G44 Indien: B48 Luxemburg: D04	Niederlande: C52 Österreich: A48, A50, F04 Rumänien: B52 Spanien: G20 Thailand: A15 Ukraine: A59
	Halle 6	Halle 6:	
		Global Business Forum	Kasachstan: H46



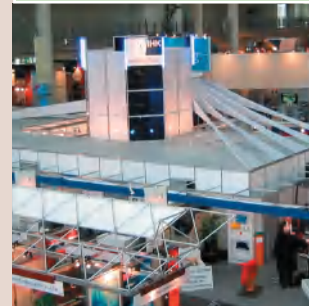
Country/ Region	Exhibitors	Area	Hall/ Stand
Turkey	52	1.066	3: F06, F14, F26; 4: A52, A64, B64
Switzerland	67	903	4: C12, C24, C64
Netherlands	26	750	3: D36, E36, E42; 5: C52
Spain	49	737	4: F10, F12, F16, F22, G09, G10, G22; 5: G20; 3: C62, D55
Italy	66	712	3: E28; 4: B40, D62
France	48	660	3: C20, D16, E16; 4: C52, C58
Austria	30	651	5: A48, A50, F04
China	62	640	3: A10, A14, A16, A20, B10, B16, B19, C08, C10, C15, C16
Pakistan	36	603	4: E64
India	59	487	4: F60; 3: E54 5: B48
Czech Republic	28	409	3: E30, F25
Taiwan	29	357	3: D06, E06
Denmark	34	326	3: A46, D30
Sweden	12	258	4: B52
United Kingdom	9	251	3: F19
Luxembourg	8	238	5: D04
Ukraine	18	204	5: A59
Brazil	16	195	4: D52; 5: C48
Rumania	24	181	5: B52

days, the discussion of sourcing possibilities and common supplier presentations in the Global Business Forum – all these opportunities located in the vicinity of the "Subcontracting" exhibition area.

With this offering, the HANNOVER FAIR is prepared for a profound change in international sources of supply. For the development of a company, strategic purchasing is increasing in importance: anyone planning to manufacture abroad in the near future can easily identify possible suppliers in advance. Whether potential partners are up to the most advanced technological requirements including in organisational terms, whether sufficient suppliers are present at the new location, whether readiness and resources for local development exist in the national industrial cluster - nowhere can research be carried out as simply as in the "Subcontracting" located in Halls 3, 4 and 5.

Heilbronn-Franken: Regionale Wirtschaftsförderung mit globaler Reichweite

Regional Economic Development With a Global Scope



Die Technologieregion Heilbronn-Franken:

Eine starke deutsche Industrieregion spricht von Hannover aus die Welt an – mit Erfolg und seit genau 25 Jahren. Die Technologieregion Heilbronn-Franken präsentiert auch in diesem Jahr erneut 64 Unternehmen und Institutionen auf der HANNOVER MESSE. Als Organisator feiert die IHK Heilbronn-Franken das Jubiläum mit einem der größten Gemeinschaftsstände der Subcontracting: Die Baden-Württemberger zeigen in Halle 4, Stand E12, mit 459 Quadratmetern erneut Flagge.

Mit einfachen Services hat die Kammer es ihren KMU ermöglicht, sich voll und ganz auf Produkt und Kontakte zu konzentrieren: „In der Regel sind es nicht die Kosten, die Unternehmen von einer Messepräsentation abhalten“, so Dr. Helmut Kessler, der mit seinem IHK-Team das Projekt leitet: „Vielmehr sind es der Organisationsaufwand sowie insbesondere bei jungen Unternehmen fehlende Erfahrungen mit Messebeteiligungen.“ Kein Mitaussteller ist sich selbst überlassen, jeder kann vom anderen lernen, fehlende Kenntnisse werden im Vorfeld der Messe vermittelt, aufwendige und zeitraubende Organisationsleistungen seitens der Mitaussteller entfallen und zudem ist der gemeinsame Auftritt noch insgesamt kostengünstiger. Mitaussteller Dr. Rolf Busch, Geschäftsführer der Nordheimer Armaturenfabrik Franz Schneider GmbH & Co. KG, unterstreicht: „Deshalb ist der Gemeinschaftsstand für mittelständische Unternehmen interessant, die keine Mitarbeiter speziell für eine Messenvorbereitung abstellen können. Denn die Organisation einer Messe muss neben dem Tagesgeschäft laufen.“

Auf dem Gemeinschaftsstand liefert die Kammer darüber hinaus mit ihrem „Wer liefert was?“-Service gleichzeitig Informationen für alle Unternehmen, die gezielt neue Geschäftskontakte suchen. Auch Standortvorteile werden vorgestellt. Zudem ist der Gemeinschaftsstand Treffpunkt und Kommunikationszentrum für alle Besucher aus der Region. Promintester Gast: Baden-Württembergs Wirtschaftsminister Ernst Pfister.

Heilbronn-Franken: A German Technology Region

A strong German industrial region steps out into the world in Hanover for the 25th time – with great success. This year, the technology stronghold Heilbronn-Franken presents itself at the HANNOVER FAIR with 64 companies and institutions. As an organiser, the Heilbronn-Franken Chamber of Commerce celebrates the anniversary with one of the largest joint presentations on the Subcontracting: Being part of Baden-Württemberg, we nail our colours to the mast again in Hall 4, Stand E12, on 459 sqm.

By providing the basic services, the Chamber has made it possible for their SMEs to fully concentrate on their product and service offerings. “Usually it is not the costs that keep a company from presenting itself at an exhibition”, says Dr. Helmut Kessler, who is in charge of the IHK project team: It is above all the organisational effort and the lack of experience in trade fair participation, especially among young companies. But none of our co-exhibitors is left alone; everyone can learn from everyone else. We find out before the

exhibition starts what kind of knowledge is missing and provide it; elaborate and time-consuming preparations on the part of our co-exhibitors can be omitted, and the joint presentation also saves money. Co-exhibitor Dr. Rolf Busch, General Manager of the Nordheimer Armaturenfabrik Franz Schneider GmbH & Co. KG, points out: “This is why the joint presentation is very rewarding for medium-sized companies that do not have the resources to assign people for exhibition preparations. Organising an exhibition has to be done along with the regular business.”

In addition, the Chamber of Commerce can help all companies that search for contacts in a specific business area with a database service directly at the joint presentation stand. Another goal is to present the advantages of the location. And last but not least, the stand acts as a meeting point and communication centre for all visitors from the home region. The most prominent guest: Ernst Pfister, Minister of Economic Affairs of Baden-Württemberg.

IHK Heilbronn-Franken at the HANNOVER Fair, Hall 4, E12

11 April, 17.30 Empfang/Reception

12 April, 10.30 Pressekonferenz/ Press
Conference

Contact

Name: **Industrie- und Handelskammer
Heilbronn-Franken**
Address: **Ferdinand-Braun-Straße 20
74074 Heilbronn**
Phone: **+49 (0) 7131-9677 0**
Fax: **+49 (0) 7131-9677 199**
Mail: **Helmut Kessler
kessler@heilbronn.ihk.de**
Web: **www.heilbronn.ihk.de**

Schweiz: KMU treiben Internationalisierung voran

Switzerland: SMEs Promote Internationalisation

Die Schweiz auf der HANNOVER MESSE 2005

Osec Business Network Switzerland ist der operative Außenwirtschaftsförderer der Schweiz und unterstützt Schweizer Unternehmen auf ihrem Weg in internationale Märkte. Er gehört zu den traditionellen Partnern der HANNOVER MESSE.

Schweizer Firmen nutzen seit Beginn der hannoverschen Messeaktivitäten im Jahr 1947 diese erfolgreiche Kommunikationsplattform. Aus Fachbesuchersicht sind die Messen der Deutschen Messe AG ein ideales Schaufenster, um sich von der Angebotsbreite, Innovationskraft und internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Industrie zu überzeugen.

Etwa 150 bis 200 Schweizer Unternehmen beteiligen sich jedes Jahr an der HANNOVER MESSE. Die Zahl der Schweizer Fachbesucher liegt zwischen 2.200 und 4.000. Ein großer traditioneller Schweizer Gemeinschaftsstand, der jedes Jahr von der OSEC, dem offiziellen Schweizer Exportförderer, organisiert wird, befindet sich in Halle 4. Ein weiterer Gemeinschaftsstand ist bei der Leitmesse „Research & Technology“ in Halle 2 angesiedelt. Die überwiegende Zahl der Schweizer Aussteller beteiligt sich an der Subcontracting, der Internationalen Leitmesse für Zulieferung und Werkstoffe für den Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbau.

Messen genießen nach aktuellen Umfragen unter Unternehmen höchste Priorität: Die Messe ist im Vergleich zu anderen Marke-

tinginstrumenten die beste Informations- und Kommunikationsplattform, um Geschäftskontakte aufzubauen und zu intensivieren. Wesentlicher Grund hierfür sind der unmittelbare persönliche Dialog zwischen Anbietern und Interessenten sowie Produkte und Dienstleistungen zum Anfassen. Hinzu kommen ideale Gelegenheiten, das Konkurrenzumfeld in Augenschein zu nehmen. Der Messeplatz Hannover gilt als der international renommierteste, wenn es darum geht, in den zentralen Investitionsgüterbereichen den „State of the art“ kennen zu lernen. Schließlich vereint Hannover eine große Zahl von internationalen Leitmessen, die in ihren Branchen jeweils weltweit führend sind und für Aussteller wie Fachbesucher ein absolutes Muss darstellen – so wie die HANNOVER MESSE und die CeBIT.

Switzerland's participation in the HANNOVER FAIR 2005

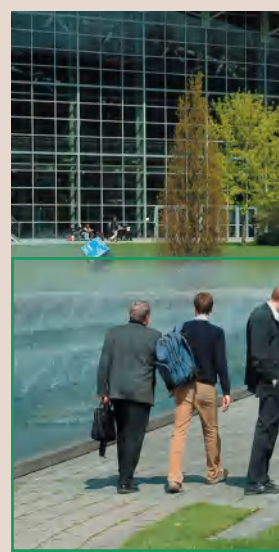
Osec Business Network Switzerland, as the operational foreign trade promotion agency of Switzerland, supports Swiss SMEs on their way to international markets. Osec has been a long-standing partner of the HANNOVER FAIR.

Since 1947 when trade fair activities in Hanover started, Swiss companies make use of this successful communication platform. From the trade visitor's perspective, the fairs of the Deutsche Messe AG are ideal "shop windows" to find out about the wide range of products, the innovative power and the international competitiveness of Swiss industry.

In recent years, the number of Swiss companies participating in the HANNOVER FAIR has fluctuated between 150 and 200. The number of trade visitors varies from 2,200 to almost 4,000. A large Swiss joint presentation with some tradition which is organised each year by the OSEC, the official Swiss export promoter, is located in Hall 4. Another joint presentation is located at the flagship fair "Research & Technology" in Hall 2. Most Swiss exhibitors take part, inter alia, in "Subcontracting", the leading international trade fair for subcontracting services and materials for mechanical engineering, the automotive industry and plant engineering.

The trade fair in general enjoys the highest priority as a marketing tool. According to recent surveys of companies: Significantly outplay all other instruments including the Internet. Trade fairs offer the best platform for information and communication, for improving existing contacts and making new ones. An important reason for this is the direct personal dialogue between producer and potential buyer as well as easily accessible products and services. In addition, a fair is the ideal place to see what the competition has to offer.

Hanover is the most renowned trade fair location world-wide when it is essential to see state of the art technology in all key investment goods industries. Finally, Hanover brings together a large number of international flagship shows that are global leaders in their respective areas and an absolute must for exhibitors and trade visitors alike. The best-known fair brands are HANNOVER FAIR and CeBIT.





Firma	Halle/Stand
AccurTec	4 A40
ADAX	4 D04
ALINOX	5 B16
Alme	4 A40
ALUWAG Gebr. Wagner	5 B34
Bartholet Metallbau	5 B34
Beijing Yiyang Magnetic	5 B16
Benninger Guss	4 C12
biennaform-Walzprofil (WAG)	5 B16
BONTEC	5 B34
Broder	5 B34
Buser Oberflächentechnik	5 B16
Christen, Hans	4 A40
CNC Mechanik	4 C24
Cobinet	5 B34
Diener	4 C24
Distec	4 C12
E. Affolter	3 F47
elatron	5 B34
ETA	3 C63
EUROTEC VNU Business Media	4 C01
Federtechnik Kaltbrunn	4 C12
Fischer Reinach	4 A40

Firma	Halle/Stand
Flumec	5 B34
Générale Ressorts	4 C12
Glutz	4 C12
Gysi, R.	4 A40
Härterei Gerster	4 C12
HBB Biegetechnik	4 C12
HME Technologies	5 B16
Innotool	4 C24
IonBond	4 C12
KELAG	5 B34
Keller A.B.M.	4 A40
KIF PARECHOC	4 C12
Knoepfel	4 C12
m+s Industrielle Automation	4 C24
Mecanovis	4 C24
METOXIT	5 F44
Micropool	5 B34
mobil Werke	4 C12
Montagen	5 B34
Osec Business Network Switzerland	4 C12
Osec Business Network Switzerland	4 C24
Parmaco Metal Injection Moldin	4 C12
PERO - MECH	4 C12

Firma	Halle/Stand
PSA - Paul Schilling	4 C12
Roundtech	4 C12
ROVET	4 A02
Satrotec	4 C12
SAXONIA	4 A40
Schär Engineering	4 C24
Schiess, Fritz	4 C12
Schlegel + Frischknecht	5 B34
Schmiedewerk Stooss	4 C24
Sintec - HTM	3 C60
SIPPO SWISS Import Promotion	4 C64
SMA SPEZIAL-MECHANIK	4 C24
SMZ	4 C12
Styner + Bienz FormTech	4 C12
Suhner, Otto	4 C12
Sulzer Markets and Technology	4 C24
Swissmetal UMS Schweizerische	4 A51
TYP	5 A34
Virtuelle Fabrik Euregio Bodensee	4 C24
Wenka Karl Wenger	4 C12
Wirtschaftsförderung St. Gallen	5 B34
WKK Kaltbrunn	4 C12

europa_plus

Ein Plus für Europa

europa_plus ist ein Wirtschaftsmagazin für kleine und mittelständische Unternehmen:

Die Länderhefte zu den großen Märkten in Europa sowie den angrenzenden Regionen fokussieren Chancen für die wichtigsten Exportbranchen und liefern Tipps für Markterschließung, Beschaffung und industrielle Kooperation. Die einzeln zu beziehenden Magazine enthalten auch Porträts erfolgreicher Mittelständler sowie Praxiswissen zu Firmengründung, Partnerwahl und Messebeteiligung.

Bereits erschienen: Frankreich (März 2005), Schweiz (Februar 2005), in Kürze: Türkei (Juni 2005), Spanien (September 2005)

Info und Bestellung: www.localglobal.de/shop



Spanien: Zulieferer suchen europäischen Markt

Spain: Subcontractors are Looking for the European Market



Spaniens Zulieferindustrie und vor allem die Gießereien sind erfolgreich auf dem Kurs der Internationalisierung. Warum das so ist und wie Spanien mit der Präsenz in Hannover seine Position auf den internationalen Märkten verbessern will, erklärt Aitor Guerra, Chef von Fundigex, dem Exportverband der spanischen Gießereien.

Spanien ist eine der dynamischsten Volkswirtschaften im ‚alten‘ Europa. Wie trägt dazu die Zulieferindustrie des Landes bei?

1986 trat Spanien der EU bei, mit einer von der Außenwelt drei Jahrzehnte abgeschotteten und rückständigen Industrie. Wir bauten damals auf traditionelles Know-how, mit dem wir Qualitätsprodukte zu enorm wettbewerbsfähigen Preisen bieten konnten. Damit fingen unsere Lieferbeziehungen mit Europa an. In den 90er Jahren erst begannen wir den Weg ins Ausland. Damit wir nicht aufgekauft wurden, mussten wir draußen selber verkaufen lernen. Wir hatten zwar reichlich Verspätung, aber wir kamen Jahr für Jahr auf diesem Weg voran. Mit der industriellen Restrukturierung in den 80er Jahren konnte eine solide Basis für ausländische und inländische Investoren geschaffen werden. Nehmen wir z. B. die Fahrzeugindustrie. Praktisch alle Hersteller bauten Werke in unserem Land, das zu einem der wichtigsten Automobilproduzenten der Welt wurde. Und alle waren mit ihren Gewinnen zufrieden. Aber um die zu erhalten, war ein Cluster wettbewerbs- und entwicklungsfähiger Zulieferbetriebe notwendig. Und den hatten wir. Umstrukturierung und auslän-

dische Investitionen trugen zur Entwicklung der Zulieferindustrie bei, und diese umgekehrt zur gesamten Entwicklung.

Wie sehen Sie die Exportperspektiven der spanischen Zulieferindustrie?

Den stärksten Impuls verdanken wir den europäischen Unternehmen, die in unser Land kamen und damit bewiesen, dass es bei uns industrielle Cluster mit großen Möglichkeiten gab. Das war die beste Werbung für unseren Export. Heute sind unsere Zulieferbetriebe wichtiger Teil der Beschaffungslandschaft in Europa. Und wir sind dafür bekannt, dass wir bei adäquaten Preisen Qualität und Zuverlässigkeit bei Design, Werkzeugen und Dienstleistungen bieten.

Ist Spaniens Zulieferindustrie auf den internationalen Wettbewerb genügend vorbereitet? Wo sucht sie ihre Märkte?

Unsere Firmen fertigen Teile in hoher Qualität. Die Anforderungen der Industriekunden in Spanien haben das Überleben der Unternehmen begünstigt, die sich am stärksten auf die Prozesse und Produkte einlassen. Unsere Unternehmen sind bereit, sich in neue Netzwerke und in die Wertschöpfungskette der Kunden zu integrieren. Der Hauptmarkt für Qualitätsprodukte sind die großen Industriestaaten Europas, wo wir 85 Prozent unserer Auslandsverkäufe absetzen. Aber auch in Osteuropa, Mexiko und Brasilien sind spanische Firmen aktiv.

Spanien ist in der Subcontracting eines der wichtigsten Länder. Warum?

Spanien ist eine Referenz für Einkäufer und Vertragspartner, die Zuverlässigkeit, Service und Qualität zu wettbewerbsfähigen

Preisen suchen. Unser Rückstand in der Vergangenheit sorgt dafür, dass wir noch einen weiten Weg auf neue Märkte zu gehen haben, bis unsere Position im Wettbewerb unschlagbar ist. Darum haben sich rund 100 Unternehmen entschlossen, sich auf der größten Industriemesse der Welt bekannt zu machen. Nicht zu vergessen ist dabei die Vorarbeit der sie begleitenden Handelskammern, Branchenverbände und öffentlichen Institutionen.

Spain's subcontracting industry and above all its foundry industry are successfully on track towards internationalisation. Why that is so and how Spain intends to improve its position in international markets with its presence in Hanover is explained by Aitor Guerra, the head of Fundigex, the export association of the Spanish foundries.

Spain is one of the fastest growing economies in ‚old‘ Europe. How does the country's subcontracting industry contribute to this?

Spain joined the EU in 1986 with an underdeveloped industrial sector, isolated from the outside world for three decades. At the time we built on traditional know-how, with which we could offer quality products at highly competitive prices. That was how our supplier relationships with Europe started. It was not until the 1990's that we embarked on the road abroad. To avoid being bought up, we had to learn to sell ourselves abroad. We were late starting, but made progress every year. With the industrial restructuring in the 1980s, a solid basis for foreign and domestic investment was created. Let us



take the automotive industry as an example. Practically all the manufacturers built factories in our country, which has become one of the most important car producers in the world. They were all pleased with their profits. However, in order to achieve these, a cluster of competitive and promising subcontractors was required. And we had them. Restructuring and foreign investment contributed to the development of the subcontracting industry, the latter conversely to overall development.

How do you view the export prospects of the Spanish subcontracting industry? We owe the strongest stimulus to the European companies, who came to our country and proved that we have industrial clusters with great possibilities. This was the best passport for our exports. Today our subcontractors are an important part of purchasing decisions in Europe. We are known for maintaining quality and reliability in design, tools and services at suitable prices.

Is Spain's components industry sufficiently prepared for international competition? Where does it look for its markets?

Our companies produce high quality components and parts. The demands of the industrial customers in Spain have helped the survival of those firms most involved in the processes and products. Our firms are prepared to integrate into new networks and into the value-added chain of the customers. The main market for quality products are the large industrial countries in Europe, where we market 85 percent of our foreign sales. However,

Spain's entrepreneurs have also found niches in other markets with a flourishing industrial sector, such as Eastern Europe, Mexico and Brazil.

Spain is one of the most important countries for subcontracting. How did this come about?

Spain is a yardstick for buyers and contracting parties, who are seeking reliability, service and quality at competitive prices. Our slow progress in the past means that we still have a long way to go in new markets until our position among our competitors is unbeatable. Approximately 100 companies have therefore decided to present themselves at the biggest industrial trade fair in the world. Nor should we forget the preliminary work of the chambers of commerce, the trade associations and the public bodies accompanying them.

Aussteller	Halle/Stand
Aceros Moldeados Alaveses	3 C62
Aleaciones Estampadas	4 G10
Alumitran	4 F22
AMES	4 G10
Arrieta	4 G22
Asturfeito	4 F10
AUXIM	4 F16
Bolsa de Subcon., Vigo	4 G09
Bolsa de Subcontratacion	4 G09
Bolsa de Subcon. de Catalunya	4 G09
Böttcher Iberica	5 F24
Bultzaki	4 G22
Caesa	4 F12
Camara Com. Indu. Madrid-Bolsa	4 G09
CAMARA DE COMERCIO	4 F10
CAMARA DE COMERCIO	4 F12
CAMARA DE COMERCIO	4 F16
CAMARA DE COMERCIO	4 F22

Firma	Halle/Stand
CAMARA DE COMERCIO	4 G09
CAMARA DE COMERCIO	4 G10
CAMARA DE COMERCIO	4 G22
CAMARA DE COMERCIO	5 G20
Camara de Comercio e Industria	4 F16
Camara de Comercio e Industria	4 G09
Cauchopren	5 F24
Consorcio nacional	5 F24
Consuegra	4 F16
CSC Electronic	4 F22
ECRIMESA	3 D55
Estampaciones Cusam	4 H45
Farguell Industrias Metalicas	4 F10
Fastenex	4 F10
Feria Internacional de Bilbao	4 F12
Forging Products	4 F10
Forjas de Berriz	4 F10
Fundicion En Cascara	3 C62
Fundiciones Ocariz	3 C62
Fundiciones San Vicente	3 C62
FUNDIGEX	3 C62
FUNDIGEX	3 D55
I.A.C.P. Jevsa	5 F24
IESAL	4 G22
Imcas Matriceria	4 F12
Insyte	4 F22
Jegan	4 G22
Jesus Onate y Hermanos	4 G22
Klein - Euroexport Siscomp	5 G20
L. Oliva Torras	4 F12
Laminados Losal	4 G10
Lesol	5 F24
Likale	5 F24
Matz-Erreka	4 G22
MIMECRISA	3 D55
Portumetal	3 C62
Prefimetal	4 F16
SAGOLA	4 G10
Segura Hnos	4 F22
Siliconas Silam	5 F24
SINARD	4 F12
Sistemas Forjados de Precision	4 F10
STADLER	4 G22
STAHLCOFIX	4 G22
TECMIM	3 C62
TECNICA DEL DECOLETAJE	4 F22
Tecnodin	4 G09
TKG - Traid Villarroja	5 B37
U. H. Alvarez	4 F16

Türkei: KMU drängen nach Europa Turkey: SMEs – Entering the EU Market

Starke türkische Präsenz auf der Subcontracting

Die Wirtschaft in der Türkei boomt. Ein Wirtschaftswachstum von zwölf Prozent hat kein anderes Land in Europa vorzuweisen. Treiber des rasanten Wachstums beim neuen EU-Beitrittskandidaten sind die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Das dynamische junge Unternehmertum in der Türkei drängt auf die europäischen und weltweiten Märkte für Zulieferung. Die HANNOVER MESSE wird auch von der Türkei aus als herausragender Startplatz für den Erfolg auf internationalen Märkten gesehen. So ist die Türkei – gemessen an der Zahl ihrer Aussteller und an der gemieteten Fläche – zu einem der bedeutendsten Player in der Subcontracting geworden.

Die türkischen Unternehmer sind schon in Europa angekommen: Zumindest und ganz speziell gilt dies für die Kfz-Zulieferindustrie: Mehr als 70 Prozent ihrer Exporte gehen in die EU. Alleine Deutschland nimmt schon fast ein Viertel der türkischen Exporte auf. Teile und Komponenten für die Fahrzeugproduktion werden von rund 2.500 Unternehmen hergestellt. Ein starker regionaler Schwerpunkt bei den Zulieferern liegt eindeutig in der Region direkt am Bosphorus und am Marmara-Meer. Ganz in der Nähe der Städte Istanbul, Bursa und Kocaeli sind nach einer Schätzung der Istanbul Handelskammer rund 85 Prozent der Kfz-Zulieferindustrie der Türkei niedergelassen.

Es verwundert nicht, dass die türkische Präsenz auf der HANNOVER MESSE durch diese Region initiiert wurde.

Für einen starken Auftritt des Landes sorgen mehrere Partner. Die Istanbul Handelskammer, mit fast 100.000 Mitgliedern eine der größten Wirtschaftsorganisationen der Türkei, organisiert seit vielen Jahren einen erfolgreichen Auftritt ihrer Unternehmen in Hannover. Die Hannover-Messe International, selbst mit eigenen Veranstaltungen erfolgreich im Boom-Markt Türkei präsent, hat ebenfalls türkische Unternehmen mitgebracht. Und schließlich trifft im Global Business Forum eine größere Besucherdelegation aus der Zuliefermetropole Kocaeli ein. Sie wird vom europäischen Kooperationsprojekt ABIGEM organisiert.

Veranstaltungen der Türkei

Dienstag, 12. April
10.00-13.00
EUpartnerin` TURKEY – Kooperationsplattform
Convention Center (CC), Saal 3A
Veranstalter: ABiGEM Kocaeli
E-Mail: kocaeli@abigem.org

Dienstag, 12. April
13.00-14.35
Turkey: European Partnership and Business Opportunities
Halle 6, Global Business Forum

Strong Turkish Presence at the "Subcontracting"

The Turkish economy is booming. No other country in Europe can boast a growth rate of twelve percent. And the drivers of this fast-paced development in the new EU accession candidate are the small and medium-sized companies (SMEs). Dynamic young entrepreneurs press onto the European and world markets for supply. The HANNOVER FAIR is, also from a Turkish point of view, in a pole position for success in international markets. No other interpretation is possible of the fact that Turkey – judging by the number of exhibitors and rented floor space – has become one of the leading players at the "Subcontracting".

Turkish entrepreneurs have already arrived in Europe. At least and particularly this is true for the automotive supply industry: More than 70 percent of its exports go to the EU, Germany alone takes up almost one quarter of the Turkish export. Around 2,500 companies produce automotive parts and components. These companies are primarily located in the Bosphorus region and in the Marmara Sea region. About 85 percent of the Turkish automotive supply industry is located in the vicinity of the cities of Istanbul, Bursa and Kocaeli, according to an estimate of the Istanbul Chamber of Commerce. It is not really surprising that the Turkish presence at the HANNOVER FAIR was initiated by this region.



A number of partners ensure Turkey's powerful presence. For many years, the Istanbul Chamber of Commerce, one of the largest economic associations in Turkey with almost 100,000 members, has managed to organise a successful presentation of its member companies. The Hannover-Messe International which has

its own successful events in the boom market Turkey, convinced more Turkish companies to come to Hanover. Last but not least, the Global Business Forum will host a large delegation from the supply stronghold Kocaeli. This event will be organised by the European cooperation project ABiGEM.

Firma	Halle/Stand
dc	3 D42/1
Akmetal Demir Celik Döküm	3 F14
ALFA DÖKÜM	4 A64
Al-Form Alüminyum Otomotiv	3 F26
Anadolu Döküm Sanayi	3 F26
ANAR MAKINA	4 A64
AS Celik Döküm	3 E10
Aydokum Makina	4 A52
Ayhan Metal Pres Döküm San.	3 F26
Bimed Kablo Elemanlari	4 A64
Cefleks Kaucuk Otomotiv	4 A52
Destek Otomotiv Yan Sanayi	4 H51
DIRINLER DÖKÜM UE YEDEK PARCA	3 F26
Egemet Ege Metal Dovme	4 A52
Emek Percin ve Metal	3 A61
ENTIL ENDUSTRI YATIRIMLARI	3 F26
Forging Metal Doume	3 F26
Gedik Dokum VeVana	3 F26
Gersan Elelrik	4 A52
Girgin Makina	4 B64
GÜRMETAL INVESTMENT CASTING	3 F14
Haci Ayvaz	4 C60
HANNOVER-MESSE International	3 F14
HANNOVER-MESSE International	3 F26
Hisarlar Makina	4 A64
Imortas Oto Yedek Parca Imalat	4 A52
Istanbul Chamber of Commerce	4 A52

Firma	Halle/Stand
Istanbul Chamber of Commerce	4 A64
Istanbul Chamber of Commerce	4 B64
Kartal Otomotiv	4 G58
Kilic Otomat	4 A64
Kocersan Makina Metal Otomotiv	4 A64
Las-Par Kaucuk Y. Parca	4 A52
Mesan Kilit Ve Yedek Parca	4 A52
Mete Plastik	4 A52
MSK Celik Dovme	4 A52
OGE-PIPSAN	4 B64
OMTAS OTOMOTIV TRANSMISYON	4 B64
Ozgun Makina	4 A52
PARSAN MAKINA PARCALARI	4 B64
Pinar Döküm Sanayi Ve Ticaret	3 F26
Piston	4 A52
PRESSAN MADENİ ESYA	4 G52
Sarbak Metal	4 A52
SENKUR OTOMOTIV	4 F56
Sinter Metal Imalat Sanayi	4 B30
Sümer Ceuk Döküm	3 F26
Tekin Makina	4 A64
Terbay Makina Endustri	4 A52
Torun Bakir Alasimlari Metal	3 F26
Turkay Sac Kesim ve Konstruksi	4 B64
Yazkan Muhendislik	4 A52
Yenal Vasilfli Celik ve Tarim A	4 B64
ZIMAS	4 A64



Boom am Bosphorus

Das neue Magazin zeigt Chancen für Beschaffung, Kooperation und Investition in der Türkei. Es erscheint im Juni. Bei Vorbestellung und Anzeigenbuchung wenden Sie sich an uns.

The Bosphorus Boom

The new magazine presents opportunities for sourcing, cooperation, and investment in Turkey. It will be published in June 2005. Contact us for advance orders and advertisement bookings.

İlan ve redaksiyonel haber kombine fiyatları

Türkiye sayinin özel PR bölümünde ilan ve redaksiyonel kombinasyonu sunuyoruz. Bu teklif kapsamında 4 C formatındaki bir ilan ücretine % 50 zam eklenerek, ilana ek olarak redaksiyonel haber lanse edilebilir. Enformasyon, danışma:

Bestellungen / Orders:
local global, Halle 6, Stand J44:
Annina Gratzky
Tel. +49 711 - 22 55 88 24
Fax +49 711 - 22 55 88 11
marketing@localglobal.de

Asien: Zulieferer der Welt Asia: Suppliers to the World

Asiatische Unternehmen spielen eine immer wichtigere Rolle in der Zulieferkette für den Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbau. Der Umfang der Lieferungen nimmt stark zu, gleichzeitig steigt die Qualität der Produkte. Immer mehr Forschungs- und Entwicklungsleistungen übernehmen die asiatischen Unternehmen selbst, der Trend geht hin zum Bezug kompletter Bauteile. Auf der diesjährigen Subcontracting der HANNOVER MESSE wird jedoch deutlich, dass die einzelnen asiatischen Länder sehr unterschiedliche Produkte präsentieren und besondere Stärken zeigen. Bis auf Taiwan gelten die auf der Leitmesse für Zulieferungen und Werkstoffe für den Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbau vertretenen asiatischen Länder als Entwicklungsländer.

INDIEN

Die Wirtschaft des indischen Subkontinents modernisiert sich, und immer mehr indische Unternehmen streben mit günstigen Produkten auf den Weltmarkt. In Halle 3 präsentieren sich zwölf Unternehmen, überwiegend mit bereits bekannten Produkten aus der Gießereibranche. In Halle 4 stellen 19 Firmen ihre Produkte der Blechbearbeitung sowie Metallkonstruktionen aus. 25 Unternehmen zeigen in Halle 5 hauptsächlich Gummi- und Kunststoffteile. Hierbei überwiegen, wie auch bei den anderen Angeboten aus Indien, eher einfachere und kostengünstige Teile. Aber verglichen mit den indischen Produkten, die in den vergangenen Jahren in Hannover zu sehen waren, ist ein deutlicher Trend zu höherwertigen und komplexeren Teilen zu erkennen.

PAKISTAN

Pakistan hat mit über 600 Quadratmetern in Halle 4, E64 nach China den größten Gemeinschaftsstand. 37 Unternehmen sind überwiegend mit Blech- und Metallteilen anwesend. Ein neuer Produktschwerpunkt pakistanischer Firmen sind kostengünstige, arbeitsintensive Autoteile.

CHINA

In Hannover sind dieses Jahr bereits 322 Aussteller aus der Volksrepublik zu finden. Die Unternehmen möchten die Vermarktung ihrer Produkte weltweit selbst in die Hand nehmen. Durch den Wegfall des Zwischenhandels sind viele chinesische Produkte noch günstiger zu beziehen.

In Halle 3 präsentieren sich 71 Aussteller. Einige dieser Unternehmen sind große Konzerne. Im Angebot ist Zubehör für Schiffe und Automobile. Aber auch viele der neuen dynamischen Privatbetriebe sind hier zu finden. Vielfältig ist außerdem das Angebot an Blechteilen, elektrischem Zubehör und technischen Mineralien.

Über chinesische Verbände und Standortförderer sind Informationen über weitere Unternehmen und zu Fragen der praktischen Geschäftsabwicklung mit chinesischen Firmen zu bekommen. Die Messeabteilung der China National Machinery & Equipment Import & Export Corporation (www.cmice.com.cn) unterhält in Halle 3, A10 einen großen Gemeinschaftsstand. Mit dem Hunan Provincial Department of Commerce, Nanjing Overseas Trading, dem Shanghai Institute of Machine Building Technique



und dem Kreis Shaogang aus Guangdong sind einige der weltweit wichtigsten Produktionsbasen für Waren rund um das Thema Subcontracting in Halle 3 zu finden.

TAIWAN

Taiwan ist ein moderner Industrie- und Dienstleistungsstandort. In Halle 3 präsentieren 15 Unternehmen Metall- und Blechteile. Neun Firmen stellen in Halle 4 technologisch höherwertige Maschinenteile vor. Taiwans Wirtschaft hat sich weitgehend von der Fertigung einfacher Produkte verabschiedet und produziert jetzt hauptsächlich komplette Maschinen und Hochtechnologieprodukte. Insgesamt sind 135 Unternehmen aus der kleinen Inselrepublik in Hannover vertreten.

Taiwans Entwicklungsweg ist jüngst auch auf dem chinesischen Festland zu erkennen. Chinesische Unternehmen entwickeln schnell immer höherwertige Produkte und versuchen weltweit ihre eigenen Marken zu etablieren. China verabschiedet sich davon, zu kopieren. Mit intensiven Forschungs- und Entwicklungsanstrengungen schafft das Reich der Mitte seine eigene Technologie und eine unabhängige Produktentwicklung. Dies ist die eigentliche Herausforderung für den Weltmarkt. Doch für europäische Unternehmen besteht die Chance, an dieser Entwicklung durch eine verstärkte Zusammenarbeit zu profitieren. Die HANNOVER MESSE bietet dafür ausgezeichnete und unkomplizierte Zugänge.



🇬🇧 Asian companies are playing an increasingly important role in the supply chain for the automotive industry, for mechanical and industrial engineering. The supply spectrum is increasing considerably, as is the quality of the products. Asian companies are carrying out more and more research and development work themselves. There is a trend towards purchasing complete components. However, at this year's "Subcontracting" at the HANNOVER FAIR individual Asian countries are presenting very different products and display special strengths. Except for Taiwan, the Asian countries represented at the leading trade fair for supplies and materials for the automotive industry and for mechanical and industrial engineering are categorised as developing countries.

INDIA

The economy of the Indian sub-continent is being modernised and an ever increasing number of Indian companies are making their way with attractive products onto the world market. Twelve companies are present in Hall 3, mainly with familiar products from the foundry sector. 19 firms are exhibiting their sheet metal working and metal structures products in Hall 4. 25 companies exhibit mainly rubber and plastic components in Hall 5. Simpler and cost-effective components tend to predominate as in the case of other offerings from India. However, compared with those Indian products, which were on display in Hanover in past years, there is a clear trend

towards higher quality and more complex components.

PAKISTAN

With over 600 square metres in Hall 4, E64, Pakistan has the largest joint presentation after China. Thirty-seven companies are present, mainly with sheet and metal components. A new focus of Pakistani companies are cost-effective, labour-intensive automotive parts.

CHINA

322 exhibitors from the People's Republic have already registered for the HANNOVER FAIR this year. The companies want to undertake the worldwide marketing of their products themselves. By cutting out the middle man, many Chinese products can be purchased at even lower prices.

71 exhibitors are profiling themselves in Hall 3. Some of these companies are large corporate groups. Accessories for ships and automobiles are on offer. However, many of the new fast-growing private businesses are also located here. In addition, the supply of sheet metal components, electrical accessories and technical minerals is wide-ranging. Information about other companies the practicalities of doing business with Chinese firms can be obtained through Chinese associations and location promoters. The trade fair section of the China National Machinery & Equipment Import & Export Corporation (www.cmec.com.cn) has a large joint presentation in Hall 3. Some of the most important production

centres worldwide for goods associated with subcontracting are located in Hall 3 with the Hunan Provincial Department of Commerce, Nanjing Overseas Trading, the Shanghai Institute of Machine Building Technique and the Region of Shaogang and Guangdong.

TAIWAN

Taiwan is a modern industrial and services location. 15 companies are exhibiting metal and sheet components in Hall 3. Nine firms are presenting high-tech machine components in Hall 4. Taiwanese companies have largely withdrawn from the manufacturing of simple products and now produce mainly complete machines and high-tech products. A total of 135 companies from the small island nation are represented in Hanover.

Taiwan's path of development is now being emulated on the Chinese mainland. Chinese companies are quickly developing increasingly complex products and are trying to establish their own brands worldwide. China is moving away from copying. By means of intensive research and development efforts the Middle Kingdom is creating its own technology and independent product development. This is a real challenge for the world market. However, European companies can profit from this development by increasing cooperation. The HANNOVER FAIR offers excellent and easy access.

International Moscow Bank: Ihr Partner in Russland

International Moscow Bank: Your Partner in Russia

Chance Russland: Handel oder auch Direktinvestitionen?

Die wirtschaftliche Entwicklung Russlands schlägt sich in beeindruckenden Zahlen nieder: Die Währungsreserven Russlands sind in den ersten zwei Monaten dieses Jahres um zehn Milliarden US-Dollar gestiegen. Sie betragen Anfang März 134,2 Mrd. US-Dollar. Russland hat im dritten Quartal 2004 beim Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) unter den Industriestaaten der Welt den ersten Platz eingenommen (+7,1 Prozent). Die Ausgaben für den Konsum stiegen im gleichen Zeitraum um 12,1 Prozent (zum Vergleich: Deutschland -0,8 Prozent). Der Anstieg der Industrieproduktion 2004 ist mit 6,1 Prozent der höchste unter den Industriestaaten.

Diese Nachrichten allein der letzten Tage verdeutlichen die wirtschaftliche Attraktivität Russlands. Neben den ohnehin guten Exportmöglichkeiten stellt sich für viele Unternehmen die Frage, direkt in Russland zu produzieren, um so von günstigeren Arbeitskosten, der Nähe zum Kunden und der Vermeidung von Importzöllen zu profitieren. Die Gesamtsumme von 40,5 Mrd. US-Dollar an ausländischen Direktinvestitionen in 2004 sprechen für sich. Der norwegische Konzern Orkla kaufte die Süßwarenholding SladKo und die holländische Firma Heineken drei Bierbrauereien. Weitere Namen zu nennen wäre problemlos möglich. Damit eine Direktinvestition ein Erfolg wird, sind Partner erforderlich. „Russland ist anders“ und „an Russland muß man

glauben“ sind bekannte Charakterisierungen der Besonderheiten des russischen Marktes. Erforderlich ist daher ein Partner mit langjähriger Erfahrung vor Ort, der auch schwierigere Zeiten erfolgreich überstanden hat. Mit 15 Jahren Erfahrung hat die International Moscow Bank (IMB) hervor. 1989 wurde sie als erste private Bank gegründet. Mit einer Bilanzsumme von 3,6 Mrd. US-Dollar ist sie die größte Auslandsbank.

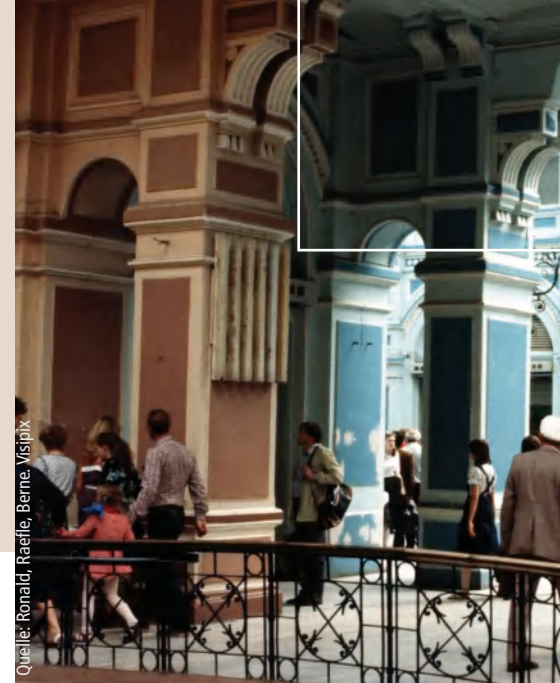
Die IMB ist nicht nur in Moskau und St. Petersburg präsent, sondern auch in zahlreichen weiteren russischen Städten. Egal in welchem wirtschaftlichen Zentrum investiert oder exportiert werden soll, die IMB ist entweder schon da oder zumindest in der Nähe. Über den größten Aktionär (mit 52,88 Prozent die HypoVereinsbank AG neben der Nordea Gruppe mit 26 Prozent) gehört sie zur HVB Group, die in mehr Staaten Osteuropas vertreten ist als jede andere Bank. Die HVB unterstützt die IMB mit Produktspezialisten und bietet durch die lokale Dienstleistungskompetenz der IMB ihren Kunden in den Heimatmärkten (Deutschland, Österreich und MOE) einen wesentlichen Mehrwert. Die IMB verfügt über eine weite Produktpalette (Zahlungsverkehr, Dokumentengeschäft, langfristige Kredite, Immobilienfinanzierung, Leasing, Geld- und Kapitalmarkttransaktionen, etc.), moderne Kommunikationsmittel und eine zuverlässige Abwicklung von Transaktionen. Für die Qualität der Transaktionsabwicklungen wurde die IMB mit dem

Elite Quality Recognition Award von JP Morgan Chase ausgezeichnet. Die hohe Reputation der IMB drückt sich auch in ihrem internationalen Rating (BB-) aus. Bei Direktinvestitionen darf sich eine Bank nicht auf die Rolle des Fremdkapitalgebers beschränken. Die IMB betrachtet daher die Gesamtkapitalstruktur und arbeitet mit renommierten Eigenkapitalgebern zusammen. Ihre Vorschläge setzen immer auf eine ausgewogene Kombination aus Eigenkapital, lang- und kurzfristigen Fremdmitteln.

Über die IMB Leasing können Sie nicht nur selbst vorteilhaft Sachanlagegüter leasen, sondern Ihnen steht auch ein weiteres Mittel der Absatzfinanzierung für Ihre Kunden zur Verfügung. Egal für welche Form des Russlandgeschäfts Sie sich entscheiden, die Direktinvestition oder den Export, die IMB ist Ihr zuverlässiger und erfahrener Begleiter in Russland. Über 105.000 Kunden, davon gut 800 Unternehmen allein aus Deutschland, Österreich und MOE haben sich bereits davon überzeugt, neben 8.000 russischen Unternehmen, die Ihre Partner oder Kunden in Russland sind oder es werden könnten.

*Thorsten Vogt
Business Development Russia/Ukraine
HypoVereinsbank*

INTERNATIONAL MOSCOW BANK  МЕЖДУНАРОДНЫЙ МОСКОВСКИЙ БАНК



Quelle: Ronald Raelle, Berne, Visipix



Opportunities in Russia: Trade or Direct Investment?

Impressive numbers underline Russia's dynamic economic development. Russia's monetary reserves have increased by ten billion US-Dollar in the first two months of 2005. In early March they are at 134.2 billion US-Dollar. Russia has taken first place in the GNP growth rate category among the world's industrial nations for the third quarter of 2004 (+7.1 percent). Consumer spending in the same period rose by 12.1 percent (in comparison: Germany -0.8 percent). The increase of the industrial production in 2004 is the highest of all industrial states at 6.1 percent.

These news, all published in the past few days, demonstrate how economically attractive Russia is. Besides the very good export opportunities, the current question for many companies is whether it is advisable to manufacture directly in Russia. Advantages would be lower labour costs, short distances to the clients and the avoidance of import duties. A total of 40.5 billion US-Dollar of foreign direct investments in 2004 speaks for itself. The Norwegian group Orkla acquired the confectionery holding SladKo, and the Dutch company Heineken bought three breweries. And these are just two examples out of a long list. In order to make a direct investment a success story, it is necessary to have partners. "Russia is different" and "you have to believe in Russia" are well-known charac-

terisations of the Russian market. Therefore, any investor needs a partner with many years of in-country experience who has mastered difficult times. Of these potential partners the International Moscow Bank (IMB) with its 15 years of experience stands out. In 1989 it was the first private bank to be founded. With a balance sheet of 3.6 billion US-Dollar, it is the largest foreign bank.

IMB has subsidiaries not only in Moscow and St. Petersburg but also in many other Russian cities. No matter, in which economic centre one wishes to invest or export goods, the IMB is either already there or not far away. It is part of the HVB Group as the HVB is its largest shareholder (52.88 percent of the shares belong to HypoVereinsbank AG, 26 percent belong to Nordea Group). The HVB Group is present in more countries in Eastern Europe than any other bank. The HVB supports the IMB by means of product specialists; and it offers its customers in the home markets (Germany, Austria, and CEE) local service competence through the IMB. The IMB has a broad product portfolio (payment transactions, document transactions, long-term credit, financing of properties, leasing, money and capital market transactions etc.), modern means of communication and a reliable transaction service. The quality of transaction services was acknowledged when the IMB won the Elite Quality Recognition Award by JP Morgan Chase. The excellent reputation of the IMB may also be seen in



its international rating (BB-). With direct investments, a bank can not limit itself to be the borrower of money. The IMB considers the entire capital structure and cooperates with renowned providers of equity. A proposal will always be a well-balanced combination of equity, short-term and long-term capital.

With the help of IMB Leasing you can not only dispose of fixed assets at favourable conditions but also use another means of factoring for your customers. No matter which kind of business you go for when doing business in Russia, be it direct investment or export, the IMB is your reliable and experienced assistant in Russia. More than 105,000 customers, among them over 800 companies from Germany, Austria and CEE, have already been convinced of the quality of our services – plus 8,000 Russian companies which already are or could be your customers in the future.

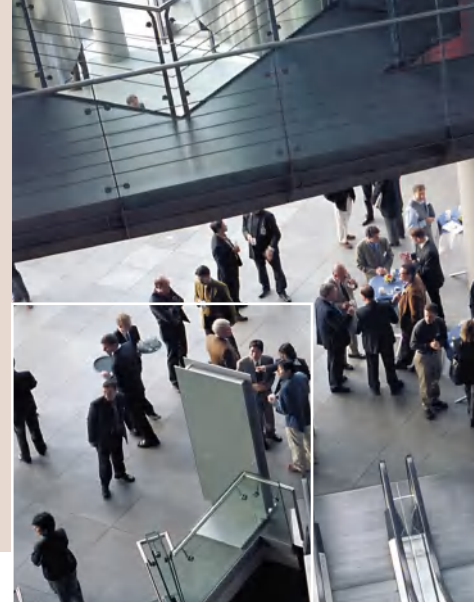
Thorsten Vogt
Business Development Russia/Ukraine
HypoVereinsbank

Contact

Name: International Moscow Bank
Address: Prechistenskaya Emb. Moscow 119034 Russian Federation
Mail: Martin Meesmann: Mmeesmann@imbank.ru
Thorsten Vogt: Thorsten.vogt@hvb.de
Web: www.imb.ru/en

claret clover: Management von Kooperation

claret clover: Managing Collaboration



Kernkompetenz Kooperationsmanagement

Die claret clover collaboration management ag ist die konsequente Umsetzung der Arbeiten des Gründers Dr. Odendahl im Bereich Collaborative Business und lässt sich mit zwei Worten beschreiben: Kernkompetenz Kooperationsmanagement. Mit den entsprechenden Konzepten, Methoden und Werkzeugen ausgerüstet steht claret clover als unabhängiger Kooperationsmanagementanbieter für die optimale Planung, Organisation und Durchführung von Unternehmenskooperationen. Für Firmen, die mit anderen Marktteilnehmern oder innerhalb der eigenen Organisation Kooperationen aufbauen oder intensivieren wollen, gibt es drei Hauptargumente für das Collaboration Management von claret clover:

1. Steigerung der Erfolgsquote

40 - 60 Prozent aller Unternehmenskooperationen scheitern oder bleiben wesentlich hinter den Erwartungen der Teilnehmer zurück. Die vielfältigen Ursachen des Scheiterns reichen vom Aufeinandertreffen unterschiedlicher Management- und Unternehmenskulturen über Kommunikationsprobleme bis zu Machtkämpfen innerhalb der Kooperation. Über das Collaboration Management von claret clover kann die Erfolgsquote von Kooperationen entscheidend gesteigert werden. Die Basis hierfür bildet das zugrunde liegende Vorgehensmodell,

die eingesetzten Kooperationsstrategien, -methoden und -werkzeuge sowie die Anwendung von Referenzprozessen. Ferner können Kooperationen durch die von claret clover eingesetzte Methodik des Collaborative Fit bereits im Vorfeld hinsichtlich der Eignung der Kooperationspartner sowie der Chancen und Risiken der Zusammenarbeit analysiert, bewertet und optimiert werden.

2. Reduktion der Kooperationskosten

Ob unternehmensübergreifend oder unternehmensintern, durch das Kooperieren entstehen Aufwände und Kosten. Diese werden in der Praxis oftmals nicht ausreichend betrachtet und folglich falsch bewertet – meist zu niedrig. Werden die tatsächlichen Kooperationskosten erst vollständig erfasst, wenn sie bereits entstanden sind, kann es zu spät sein. Gilt die einfache Formel

$$\text{Kooperationsgewinn} \\ - \text{Kooperationskosten} > 0$$

nicht mehr, verliert jede Kooperation ihre Berechtigung. Wurden zu diesem Zeitpunkt bereits Ausgaben getätigt, sind Verluste unvermeidbar. Mittels der eingesetzten Methoden und Werkzeuge ist claret clover in der Lage, zunächst die erforderliche Transparenz bei den Kooperationskosten zu erreichen. Durch die Umsetzung des Kooperationsmanagements im Kerngeschäft reduziert claret clover die Kooperationskosten. Über das Erzielen von Skalen- und Verbundeffekten, der Funktion

als organisatorische Clearingstelle und der Optimierung der Kooperationsprozesse realisiert claret clover Kostenvorteile, die eine Kooperation für alle Beteiligten zu einer interessanten Option macht.

3. Reduktion der Zeit bis zum Produktivbetrieb

Die Planung und der Aufbau einer Kooperation beanspruchen einen beachtlichen Zeitaufwand. Abgesehen von den Kosten ergibt sich hieraus ein zeitlicher Overhead, der die Produktivität einer Kooperation belastet. Mit Beendigung einer Kooperation gehen Kooperationsinfrastruktur und -wissen weitestgehend verloren, so dass der Aufbau von Folgekooperationen mit nahezu gleichem Overhead für Planung und Aufbau belastet wird.

Durch die Umsetzung des Kooperationsmanagements im Kerngeschäft verstetigt claret clover Kooperationswissen und -infrastruktur. Dokumentiert in Referenzprozessen und strukturiert im Vorgehensmodell steht das Erfahrungswissen und die organisatorische Infrastruktur folgenden Kooperationen zur Verfügung. Hierdurch reduziert sich die Zeit vom Bedarf bis zum Produktivbetrieb einer Kooperation merklich. Zudem werden Unternehmenskooperationen nicht nur reaktiver – die Kooperationspartner können sich durch das Collaboration Management von claret clover vollständig auf ihre im Verbund zu erbringende Leistung konzentrieren. Und dies macht Kooperationen zu echten Best-of-Everything-Organisationen.



feel the collaborative *power.*



Core Competence Collaboration Management

The company claret clover collaboration management ag represents the consistent implementation of the work of its founder Dr. Odendahl in the field of Collaborative Business. It can be summarised in four words: Core Competence Collaboration Management. Equipped with the appropriate concepts, methods and tools, claret clover stands as an independent collaboration management provider for the optimal planning, organisation and execution of business collaborations. For businesses wanting to build cooperative relations with other market players or within their own organisations, or service existing ones, there are three main arguments for using the collaboration management of claret clover:

1. Rise in the Success Rate

40-60 percent of all business collaborations fail or fall considerably below the expectations of the collaborators. Reasons for failure vary and range from a clash of different management and corporate cultures through communication issues to power struggles within the collaboration. By applying claret clover's collaboration management, the success rate of collaborations can be improved significantly. Our underlying process model forms the basis of this, as well as the applied cooperation strategies, methods and tools, plus the use of reference processes. Furthermore, using the claret clover collaborative fit methodology, collaborations can as early as the

run-up be analysed, assessed and optimised regarding the suitability of the collaborators, as well as the opportunities and risks of the collaboration.

2. Reduction in Collaboration Costs

Whether inter-organisational or intra-organisational, collaborations cause costs and expenses. In practice, collaboration costs are often not given enough consideration, leading to flawed estimates – usually underestimates. If collaboration costs are only fully registered once they have occurred, it may already be too late. If the simple formula

$$\begin{aligned} &\text{Benefit of Collaboration} \\ &- \text{Costs of Collaboration} > 0 \end{aligned}$$

no longer applies, the continuation of any collaboration can no longer be justified. If an outlay has been made up to this point, losses cannot be avoided. Using its methods and tools, claret clover is able to provide the necessary transparency in collaboration costs from the outset. Collaboration management being claret clover's core business, collaboration costs are significantly reduced. Via the achievement of economies of scale and scope, its function as organisational clearinghouse and the optimisation of cooperation processes, claret clover realises cost benefits making cooperation an attractive option for all concerned.

3. Reduction in Time to Operation

The planning and set up of a collaboration requires a considerable amount of

time. Aside from costs, a time overhead is incurred putting substantial pressure on the productivity of a collaboration. At the end of a collaboration, infrastructure and knowledge built up during the course of the collaboration are almost always lost. Hence, the development of subsequent collaborations is burdened with a similar overhead for planning and setup.

Since collaboration management is claret clover's core business, the collaborative know-how and infrastructure are permanently perceived. Know-how and organisational infrastructure are documented in reference processes and structured in a process model, meaning they are available for use in subsequent collaborations. This results in a significant reduction in time between the need for a collaboration and its productive operation. Moreover, due to claret clover's collaboration management, business collaborations do not only tend to be more reactive but also offer the advantage for participants to focus on their specific tasks within the joint project. This turns collaborations into real best-of-everything-organisations.

Contact

Name: **claret clover collaboration management ag**
Address: **Pastor-Mueller-Str. 12
66271 Auersmacher**
Phone: **+49 (0) 6805-2070 780**
Fax: **+49 (0) 6805-2070 781**
Mail: **info@claret-clover.de**
Web: **www.claret-clover.de**

Total Translations Company: Marken in neue Märkte

Total Translations Company: Brands to New Markets



Übersetzen mit Perfektion

The Total Translations Company (TTC) gehört zu den führenden Fremdsprachendienstleistern Großbritanniens. Aber wir sind mehr als nur eine Übersetzungsagentur. Zusätzlich zu unserem weiten Angebot an Übersetzungsdiensten, welche alle Sprachen und Fachgebiete abdeckt (bei uns sind über 3.000 Übersetzer registriert), sind wir auch Profis in der sprachlichen und kulturellen Marktforschung für internationales Marketing.

Es ist kein Geheimnis, dass der Erfolg einer jeden Marketingkampagne in erheblichem Maße von der Qualität vorangegangener Marktforschung abhängt. Dies ist vor allem bei Geschäften in ausländischen Märkten der Fall.

Wenn Ihr Unternehmen im Rahmen seiner Marktforschung Fragebogen einsetzt und diese zum Gebrauch im Ausland übersetzt haben möchte, ist es extrem wichtig, dass dies absolut korrekt geschieht. Ein sorgfältig aufgesetzter Fragebogen, der von einer unausgebildeten oder unerfahrenen Person übersetzt wird, kann Ihrer Firma leicht ungenaue, irreführende oder sogar korruptierte Informationen über den jeweiligen Auslandsmarkt liefern.

Nur wenige Unternehmen investieren den Aufwand, die Namen ihrer Produkte beziehungsweise deren Wirkung in bestimmten Teilen der Welt wirklich nachzuforschen. Oft musste man erkennen, dass es sehr teuer wird, wenn diese elementare Forschung nicht gründlich durchgeführt wurde.

TransCheck, eine TTC-Abteilung, verfügt über eine große Zahl von Länderexperten auf der ganzen Welt. Deshalb können wir die Eignung von Markennamen, sprachliche Probleme (zum Beispiel schwierige Aussprache, Ähnlichkeit mit Konkurrenznamen und so weiter) und potenzielle Desaster mit bestimmten Namen prüfen.

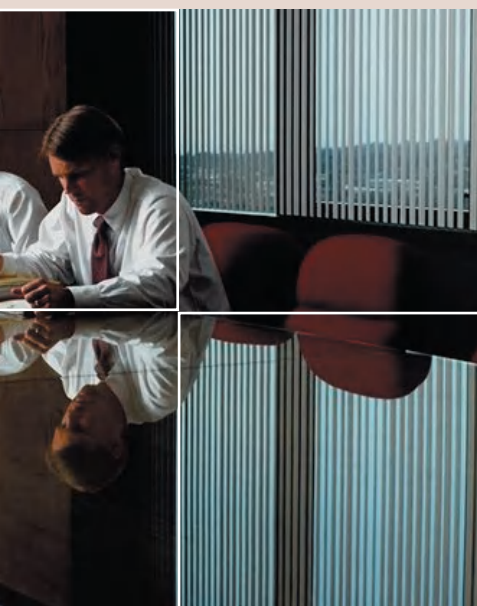
Das Budget für eine internationale Produkteinführung beträgt meist mehrere tausend Euro. Eine kleine aber wichtige Investition in den richtigen Namen zu Beginn kann sich letztendlich groß auszahlen. Hunderte von Projektmanagern mussten erkennen, oft zu spät, dass der Name oder die Vermarktung ihres Produktes eine anstößige Wirkung auf einen Kunden im Zielmarkt hat.

Eine große internationale Bank wollte zum Beispiel nach Japan expandieren. Der Name dieser Firma war mit einer westlichen Aussprache völlig akzeptabel, aber wenn ein Japaner ihn aussprach,

klang er ähnlich einem Slangwort, das in Japan für Menschen einer sehr niedrigen Klasse benutzt wird. Der Name der Firma wurde entsprechend geändert, aber nur leicht abgewandelt, und sie hat eine ausgezeichnete Geschäftsbasis in Japan entwickelt.

Es gibt legendäre Beispiele von schlechten oder unpassend gewählten Markennamen – Autos, die vermutlich nicht fahren, Getränke die auf keinen Fall getrunken werden sollten und Nahrungsmittel, die regelrecht grob auf ihren Käufern wirken! Schlechte Markenbildung kann sich auch auf den Slogan ausweiten. Ein großer europäischer Haushaltswaren-Hersteller verkaufte sehr erfolgreich in der ganzen Welt außer in den USA. Dort verwendete man den Slogan „sucks like nothing else“, was für jeden Amerikaner heißt, dass es absolut nutzlos ist!

Sich gegen solche Probleme abzusichern ist einfach und relativ günstig. Nehmen Sie Kontakt zu uns auf. Besuchen Sie uns in Halle 6, Stand J 23 oder schauen Sie bei www.totaltranslations.com rein.



Translating with Perfection

The Total Translation Company (TTC) is a Translation Company with a difference. As well as providing translations into all languages and covering all subjects – we also specialise in linguistic and cultural research into all aspects of international branding.

It's no secret that the success of any marketing campaign relies heavily on good quality market research. This is especially true when doing business in a foreign market.

If your company uses questionnaires as part of its market research and would like them translated for use abroad, it is essential that the translations are done accurately. A skilfully designed questionnaire translated by an unqualified or inexperienced translator can quite easily provide your company with inaccurate and misleading, even corrupt, information about a foreign market.

Few Companies bother to really research their products' brand names or investigate their effects in certain countries. As many organisations have found, not undertaking this basic yet essential research properly can cost them dearly.

Transcheck, a division of TTC, has many linguistic cultural experts resident worldwide. We check brand acceptability, linguistic concerns and potential product name disasters. We provide detailed reports and advise on formulating suitable questionnaires.

An international product launch usually costs thousands. A little investment at the start on getting the name right can pay large dividends at the end. The brand aspirations of many Product Managers have been reduced to zero after the discovery, often too late, that the product's name or branding is offensive to consumers in the target market(s). However the problem may be more obscure, as the brand name itself may seem innocuous, but its local pronunciation can cause serious problems.

A good example here is when a large bank wanted to open an operation in Japan. The company's name when spoken in a Western accent was entirely acceptable, but when pronounced by a native Japanese speaker became closely associated with the Japanese slang term for people of lowly status. This would clearly have had a negative effect on the company's image and future business. Accordingly, the name was altered slightly and they went on to develop an excellent business platform.

Obvious examples of bad or unfortunate labelling are legendary - cars that supposedly won't go, drinks that should never be drunk and food products that are downright rude! Bad branding also extends to slogans. One European manufacturer of household goods sold successfully throughout the world, failed in the US, when it unwittingly told its US market through its slogan that its product "sucks like nothing else" - meaning it was totally useless!

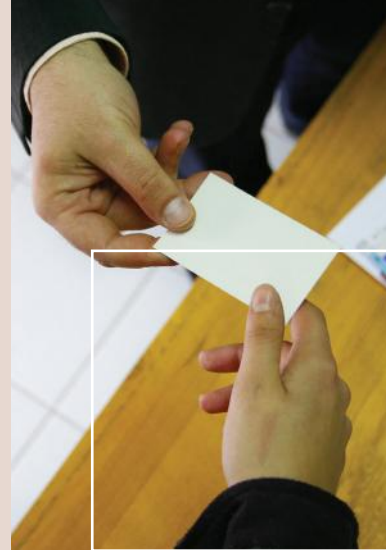
Preventing such disasters is easy and relatively inexpensive. The exercise starts with the simple premise that for a brand to be successful it must be totally acceptable to its target market. So, if you want to ensure that your brand succeeds internationally, then please visit TTC at booth J23/Hall6 or www.totaltranslations.com.

Contact

Name: **The Total Translations Company Ltd**
Deutschland
 Address: **Mainzer Landstraße 49**
60329 Frankfurt/Main
 Phone: **+49 (0) 69-308 550 27**
 Fax: **+49 (0) 69-308 551 00**
 Mail: **anfrage@TotalTranslations.com**
 Web: **www.totaltranslations.com**

local global: Anregungen für das Auslandsgeschäft

local global: Focus on International Business



Internationalisierung im Fokus

Die Herausforderungen, die sich den Unternehmen bei der Internationalisierung stellen, sind der Ausgangspunkt unserer redaktionellen Services, Medien und Plattformen. Das mehrsprachige Team der local global GmbH entwickelt eigene Verlagsprodukte ebenso wie überzeugende Publikationslösungen für Unternehmen und Organisationen.

Anregungen für das Auslandsgeschäft

Für den nachhaltigen Erfolg auf Auslandsmärkten ist Information entscheidend. Mit eigenen Publikationen und Plattformen liefert local global News, Anregungen und Praxiswissen für das Auslandsgeschäft. Kernzielgruppe der Verlagspublikationen von local global ist der international agierende Mittelstand im deutschsprachigen Raum.

Medien für Ihre Kommunikation

Wenn international agierende Unternehmen zu Ihren Kunden zählen, ist local global erste Wahl bei Konzeption und Realisierung von Publikationsprojekten. Aus der Analyse Ihre Ziele und Zielgruppen entwickeln wir Medien und geeignete Formate. Wir bringen Ihre Publikationen in Form: Sie erhalten Text, Gestaltung und technische Umsetzung aus einer Hand. Zudem unterstützen wir Sie bei Vertrieb und Refinanzierung. Denn wir übernehmen auch verlegerisches Risiko und stellen Ihnen unsere Expertise bei der Entwicklung und

Vermarktung von Anzeigen- und Sponsoringformaten zur Verfügung.

Mehrwert für Aussteller und Besucher

Messen sind für Unternehmen das wichtigste Instrument, sich ein Bild von den Chancen auf internationalen Märkten zu machen. local global kooperiert mit Wirtschaftsförderung und Messewirtschaft: Unsere Messepublikationen begleiten Aussteller und Besucher auf dem Weg in neue Märkte im Ausland.

The challenges companies face within the context of internationalisation, are the starting point for our editorial services, media and platforms. The multi-lingual team at local global GmbH produces its own publications as well as convincing publishing solutions for companies and organisations.

Stimulating International Sales

To achieve lasting success in foreign markets, information is key. With its own publications and platforms, local global supplies news, advice and practical knowledge for foreign business. The primary target group for local global's publications are internationally active medium-sized companies from German-speaking countries.

Your Communication in Germany

If internationally active companies are your clients, then local global should be your first choice for the design and realisation of publishing projects. Based

on prior analysis of your goals and target groups, we design the media and appropriate formats. We bring out the best in your publications: you get text, layout and technical implementation all from a single source. Furthermore we support you with distribution and refinancing. For we also assume some publishing risk and put our expertise in the development and marketing of advertising and sponsoring formats at your disposal.

Added Value for Exhibitors and Visitors

Exhibitions are the most important instrument for companies to build up a picture of the opportunities in international markets. local global works together with business development organisations and with the exhibition industry: our exhibition publications accompany exhibitors and visitors on their way into new markets abroad.

Kontadresse: Stand Halle J44

Contact

Name: **local global GmbH
Business Medien**
Address: **Marienstraße 5
D-70178 Stuttgart**
Mail: **marketing@localglobal.de**
Web: **www.localglobal.de**
Tel: **+49 711 - 22 55 88 0**



LINCAS

experts for exports

Company profile:

First founded in 1912, LINCAS has been specialised as a service provider for exports, logistics and financial services, warehousing and consulting for more than 40 years. In 2003 LINCAS was incorporated into the Siemens Group and employs a staff of approx. 75.

Scope of services:

- Export order processing for suppliers from Germany and overseas incl. handling letters of credit
- Financial solutions, incl. ECA cover and finance management for projects, as well as processing them incl. Logistics and Export (FLEx)
- Order processing and consolidation of purchases made by international companies in Germany and world wide
- Logistics consulting, warehousing services

Your benefits:

- Cost-effective and efficient project financing models
- Optimised logistics, short turnaround times
- Reduced processing times, lower costs

Project references:

- Kuyumcukent: Shopping & Jewellery Center, Istanbul, Turkey
- NUH Cimento: Clinker Production Line, Hereke, Turkey
- Konya Hilton: Hotel, Konya, Turkey

Contact at the Hannover Trade Fair:

Hall 6, Booth J43 in the Global Business Forum

Contact:

LINCAS Electro
Vertriebs-Gesellschaft m.b.H.
Adenauerallee 3-6
20097 Hamburg
Germany
www.lincas.com

Contact person:

Mr. Rudolf Angeli
Phone:
+49 (40) 2 48 47-333
r.angeli@lincas.de
Mr. Andreas Grunst
Phone:
+49 (40) 2 48 47-455
a.grunst@lincas.de

LINCAS GmbH
Türkiye Temsilciligi
Eski Büyükdere
Caddesi 22 - Park
Plaza, Kat. 3
TR-34398 Maslak –
Istanbul, Turkey

Contact person:

Mr. Matthias Bahr
Phone:
+90 (212) 345-1055
m.bahr@lincas.de

iXPOS – Das Außenwirtschaftsportal: Ihr Wegweiser im Auslandsgeschäft

iXPOS:
The Gateway to
International Business



Außenwirtschafts- informationen aus einer Hand

In Deutschland befassen sich mehr als 300 Organisationen mit der Förderung von Auslandsgeschäften. Darunter befinden sich Fachverbände, Kammern, Ministerien und Fördergesellschaften von Bund und Ländern, Vereine, Stiftungen, Finanzierungsinstitutionen und einige mehr. Dies ist im Sinne eines föderativen Systems, einer dezentralen fachlichen Struktur und einer Teilung der Aufgaben zwischen Staat und Wirtschaft auch so gewollt und wichtig. Unter anderem die dadurch entstehenden Wettbewerbsvorteile in Punkto Informationsvielfalt sowie Praxis- und Zielgruppennähe gegenüber zentralen Systemen wie etwa in Frankreich oder England verhelfen deutschen Unternehmen zu der vielfach zitierten und wohlstandsstützenden Exportstärke.

Doch das dezentrale System der Außenwirtschaftsförderung hat auch Schwächen: Mangel an Transparenz, ein schwer durchschaubarer Dschungel an Informationen, Kompetenz- und Zuständigkeitsprobleme, unzureichende Zugangsmöglichkeiten. Um deutschen Unternehmen auf Ihrem Weg durch den „Dschungel“ der deutschen Außenwirtschaftsförderung zu unterstützen, wurde auf Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) im Jahr 2001 das Außenwirtschaftsportal iXPOS ins Leben gerufen. Als zentrale Internetplattform repräsentiert iXPOS den virtuellen Zusammenschluss der wichtigsten Akteure der deut-

schen Außenwirtschaftsförderung zum „Serviceverbund Außenwirtschaft“. Unter dem Dach dieses Serviceverbundes treffen sich neben dem BMWA, dem Auswärtigen Amt und weiteren Bundesministerien auch die Bundesländer, die Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfa), die Spitzenverbände und das Kammernetz der deutschen Wirtschaft, Ländervereine sowie zahlreiche weitere Organisationen, Einrichtungen und Verbände. Die Service- und Informationsangebote der Mitglieder des Serviceverbundes werden durch iXPOS zentral auf einer Internetplattform gebündelt. Als „Wegweiser zum Erfolg im Auslandsgeschäft“ führt iXPOS strukturiert durch die Vielfalt der verschiedenen Instrumente, Dienstleistungen und Informationen, die von den einzelnen staatlichen und halbstaatlichen Akteuren angeboten werden. Die eigentliche Informations- sowie Fachkompetenz verbleibt dabei weiterhin bei den einzelnen Akteuren des Netzwerkes. Auf diese Weise sorgt iXPOS nunmehr seit über vier Jahren für Transparenz in der deutschen Außenwirtschaftsförderung. Das Modell hat Erfolg. Die monatlichen Besucherzahlen übersteigen mittlerweile die Marke 50.000 gezählter Visits bei weitem – mit steigender Tendenz. Doch nicht nur als zentrale Informationsplattform wird iXPOS seinem Auftrag gerecht. Die wichtigste Aufgabe des Portals, als Drehscheibe innerhalb der deutschen Außenwirtschaftsförderung für die gezielte Weiterleitung von Nutzern auf die Serviceangebote der Mitglieder

zu sorgen, wird beispielhaft erfüllt: Von nahezu 200.000 Link-Weiterleitungen auf externe Internet-Seiten im Jahr 2004 führten mehr als drei Viertel auf Seiten der iXPOS-Mitglieder.

Neben den Informations- und Serviceangeboten der Mitglieder bietet iXPOS auch eine Fülle eigener Informationen, angefangen von tagesaktuellen News, über allgemeine Länder- und Brancheninformationen bis hin zu redaktionellen Specials über internationale Märkte. Unter zahlreichen Stichworten zum Thema Außenwirtschaft kann sich der Nutzer informieren, welche Organisationen in Deutschland Förderprogramme anbieten, in Fragen des ausländischen Steuerrechts Auskunft geben oder bei Zahlungsproblemen weiterhelfen. Projektinformationen, Spezialthemen und umfangreiche Linklisten runden das Angebot ab.

Eines der wichtigsten Instrumente des Portals ist der „iXPOS-Kalender“, eine zentrale Termindatenbank mit allen außenwirtschaftsrelevanten Veranstaltungen der iXPOS-Mitglieder. Im Jahresverlauf wird darin auf ca. 3.500 Termine im In- und Ausland hingewiesen. Angelehnt an dieses Modell soll 2005 eine zentrale Publikationsdatenbank auf iXPOS eingerichtet werden, die alle Publikationsangebote der iXPOS-Mitglieder zum Thema Außenwirtschaft enthält.

iXPOS – das Außenwirtschaftsportal präsentiert sich auf der HANNOVER MESSE 2005 im Global Business Forum, Halle 6, Stand B29.



One-Stop-Shop for Foreign Trade Information

In Germany there are more than 300 organisations dealing with trade promotion. Among those there are trade associations, chambers, federal and state ministries and promotional bodies, financing bodies and other institutions. This structure is important and intentional in the sense that it supports the federative system, the decentralised professional structure and the sharing of responsibilities between the public and the private sector. The competitive advantages created by this structure which are, among others, diversity of information and closeness to practice and target groups, give German companies an edge over more centralised systems such as in France or England and support the often cited export strength.

This decentralised trade promotion system, though, also has its weaknesses: lack of transparency, a mass of information that is difficult to control, competence problems, and poor access. In order to support German companies on their way through the dense jungle of German foreign trade promotion, the German Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA – Federal Ministry of Economy and Labour) initiated in 2001 the founding of the foreign trade portal iXPOS: As a central internet platform, iXPOS represents the virtual combination of the most important players in German foreign trade promotion.

The iXPOS service network is formed by the Federal Ministry of Economy and Labour, the Ministry of Foreign Affairs, the German Office for Foreign Trade (bfai), the umbrella organisations and the chamber network of the German economy, country-specific business organisations and numerous other organisations, institutions, and associations.

All service and information offers from the parties involved are bundled and centrally displayed in the internet on the iXPOS portal. iXPOS, the "link to success in the foreign trade business", structures the offers and informs about offers, services and information by all its state-run or semi-independent members. The actual informational and professional competence remains with the individual players in the network. Thus, iXPOS has made the German foreign trade promotion more transparent for over four years now.

This model has proven successful. Monthly visitor numbers have climbed to well over 50,000 visits – and the upward trend continues.

iXPOS fulfills its role as a central information platform very well but is much more than that. The most important task of the portal which is to act as a hub for German foreign trade promotion, directing users to the service offers of the individual network members, is fulfilled in an exemplary fashion: Out of almost 200,000 forwardings to external internet pages in 2004, more than three quarters led to websites of iXPOS members. Apart from members' information and

service offers, iXPOS also offers plenty of exclusive information such as up-to-the-minute news, general information on countries and branches, and editor's specials on international markets. The site has a keyword search function which enables the user to find German organisations offering promotion programmes or to get help with foreign tax laws, payment problems etc. To round it all off, project information, special subjects and detailed link lists can also be found here.

One of the most important instruments on the portal is the "iXPOS-Calendar", a central database listing all events with relevance to foreign trade that are organised by iXPOS members. In the course of one year, approx. 3,500 domestic and foreign events will appear in the database. A similar central database which will list all foreign trade publications offered by iXPOS members, is planned for 2005.

iXPOS – the Foreign Trade Portal presents itself at the HANNOVER FAIR 2005, Global Business Forum, Hall 6, Stand B29.

Contact

Name: **Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai)
Stabsstelle Serviceverbund
Außenwirtschaft / iXPOS**

Address: **Agrippastraße 87-93
50676 Köln**

Mail: **ixpos@bfai.de**

Web: **www.iXPOS.de**

Business Events

Liste der Redner

List of Speakers



Speaker	Institution / Enterprise		
Albers, Hermann	Bundesverband Windenergie e.V. (BWE)	D	DENA
Al-Fatise, Dr. Mahmud Ahmed	General Board of Ownership Transfer of Public Companies and Economic Units	LAR	GBD
Aljoschin	Investment Agency of the Russian Federation	RUS	RIF
Amereller, Dr. Florian	Krauss Amereller Kenkenborg	D	GBD
Back, Michael	Drilltec GUT GmbH	D	DENA
Balavina, Dr. R.	Zentrum für Pulverbeschichtung RADAR	RUS	RIF
Bartels-Hetzler, Dr. Sibylle	KPMG	D	KPMG
Baum, Karl-Josef	Deutsch-Rumänisches AHK	D	GBD
Baumeister, Hubert	Euler Hermes Kreditversicherungs-AG	D	GBF
Becker, Daniel	Deutsche Energie-Agentur GmbH	D	DENA
Bkervordersandforth, Prof. Dr. Christian	E.ON Ruhrgas AG	D	RIF
Bergmann, Dr. Bruckhard	E.ON Ruhrgas AG	D	WTR
Bertram, Lars	KPMG	D	KPMG
Beswerchnyj, Sergej	IKRUT	RUS	WTR
Bin-Abdallah, Moncef	Republik Tunesien in Deutschland	TN	GBD
Birjukov, A.Ju.	Ausstellungen und Präsentationen +BOSCH	RUS	RIF
Birukov, Andrei	„Yarovit“ Fimengruppe	RUS	WTR
Blank, Chistian	iic, Invest in Eastern Germany	D	GBF
Bludau, Dr. Dirk	IBS_inergy Betriebs- und Servicegesellschaft mbH	D	DENA
Bogaschewsky, Prof. Ronald	Universität Würzburg	D	BME
Bogdanov, Vladimir	Surgutneftegas	RUS	WTR
Brenscheidt, Dr. Michael	Deutsch-Rumänischer Kooperationsrat	D	GBD
Brockmeyer, Dr. Ansgard	Siemens AG	D	RIF
Bubalo, Dr. Predrag	Wirtschaftsministerium BRD		GBD
Bußmann, Werner	Geothermische Vereinigung	D	DENA
Cervantes, Pascal	IBC Solar AG	P	DENA
Chabot, Bernard	ADEME	F	DENA
Chelius, Christine	Continental AG	D	BME
Chen, Guoqing	Tongzhou Bureau of Industrial Development	CN	GBF
Christenko, Viktor	Ministerium für Industrie und Energie	RUS	WTR
Cristodorescu, George	IBD/ GTZ Rumänien	RO	GBD
Drücke, Oliver	door2energy	D	DENA
Dunkel, Dr. Gunter	NORD/LB	D	R-NS
Düser, Andreas	Enercon GmbH	D	DENA
Dutkiewicz, Dr. Rafal	Stadt Wroclaw/ Breslau	PL	GBF
Egorov, W.	Gebiet Kaliningrad	RUS	RIF
Eichler, Andreas	Vestas Deutschland GmbH	D	DENA
Englert, Walter	Afrika-Verein e.V.	D	GBD
Falkner, Dr. Jutta	Ost-West Contact	D	R-NS
Fellah, Abdallah M.	Lybischer Wirtschaftsrat	LAR	GBD

Speaker	Institution / Enterprise		
Fernández-Liebrez Rosa, Fernando	Sociedad para el Desarrollo Energético de Andalucía	E	DENA
Ferreira de Matos, Dr. Tiago	URIA & MENÉNDEZ	P	DENA
Fieten, Dr. Robert	Management-Forschungs-Team Köln	D	BME
Fischer, Dr. Norbert F.	Capgemini Deutschland GmbH	D	BME
Fischer, Dr.-Ing. Joachim	Deutscher-Energie-Pellet-Verband e.V.	D	DENA
Fleck, Olaf	Sunset Energietechnik GmbH	D	DENA
Fröding, Véronique	Gide, Loyrette et Nouel	F	DENA
Gaddafi, Saif El Islam	International Foundation for Charity Association	LAR	GBD
Gäng, Hans	local global GmbH	D	GBF
Ganzhin, V.A.	OAO AK Lyswenskij Metallurgiebetrieb	RUS	RIF
Gleue, Dr.	ETC Berlin	D	RIF
Goehrmann, Prof. Dr. Klaus E.	Industrie- und Handelskammer Hannover	D	R-NS
Goepfrich, Dr. Peter	Deutsch-Arabische Industrie- und Wirtschaftskammer	D	GBD
Gontscharow	Rittal	RUS	RIF
Gottschau, Dr.-Ing. Thorsten	Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V.	D	DENA
Gref, German	Ministerium für wirtschaft. Entwickl. u. Handel	RUS	WTR
Grotz, Claudia	Bundesverband Windenergie e.V. (BWE)	D	DENA
Gu, Juliana	SinoEco Deutschland GmbH	D	GBF
Gumerov, I.F.	OAO „KAMAZ“	RUS	RIF
Gursch, Andreas	Deutsches Wirtschaftsbüro	D	DENA
Haase, Mathias	OAV - German Asia-Pacific Business Association	D	DENA
Hanus, George	Wirtschafts- und Handelsministerium Ontario	CDN	GBF
Harms, Michael	Länderarbeitskreis Rumänien; Ost-Ausschuss	D	GBD
Härter, Hans-Georg	ZF Sachs	D	RIF
Haslauer, Dr. Florian	AT Kearny Austria	A	RIF
Haupt, Stephan	Supply Chain Accenture GmbH	D	BME
Heer, Werner	Dürkopp Adler AG	D	GBD
Heine, Lars-Torsten	BME.net GmbH	D	BME
Hennig, Dr. Peter	Commerzbank AG	LAR	GBD
Herbers, Birgit	F.F.Sistemas Energias Alternativas Portugal, Lda. Aljezur	D/P	DENA
Hirche, Walter	Land Niedersachsen	D	R-NS
Hoffmann, Eckart	RWE	D	GBD
Holodova, Elena	Ministerium für wirtschaftl. Entwicklung	RUS	DENA
Hou, Shouzhong	CEP	CN	GBF
Hüppe, Dr. Reinhard	ZVEI - Fachverband Automation	D	RIF
Janovski, A.B.	Ministerium für Industrie und Energie, Frankreich	F	RIF
Jansen, Hans	United Nations Economic Commission for Europe	CH	DENA
Jewtuschenkow, Wladimir	OAO AFK Sisterna	RUS	WTR
Kaier, Dr. Ulrich	EC Bioenergie GmbH	D	DENA

Kein unbeschriebenes Blatt

Ein seriöser Geschäftspartner, oder?

Die HADDEX-Sanktionslisten bieten Ihnen kontinuierlich geänderte Namenslisten von terroristischen Organisationen und verdächtigen Personen unter Berücksichtigung der EG-Verordnungen in den Amtssprachen der EU.

Die Aktualisierung der Sanktionsliste erfolgt nach Installation der CD-ROM über Ihren persönlichen Zugangscode im Internet. So erhalten Sie immer das neueste Datenmaterial.

200,- € Einzelplatzlizenz; Mehrfachlizenzen auf Anfrage

Bezieher des HADDEX oder der TARIFE-Vollversion erhalten 20 % Preisnachlass auf diese CD-ROM



**Bundesanzeiger
Verlag**

Ihr Informationsvorsprung



Ihr Wegweiser zum Erfolg im Auslandsgeschäft

www.iXPOS.de

iXPOS - Das Außenwirtschaftsportal ist eine gemeinsame Internetinitiative aller Akteure der deutschen Außenwirtschaftsförderung.

Als zentrale Adresse im Internet für Außenwirtschaft und Wegweiser für das Auslandsgeschäft bietet iXPOS:

- ▶ **Informationen zu den wichtigsten Weltmärkten, Ländern und Branchen**
- ▶ **Monatliche Themenspecials, Links und aktuelle Außenwirtschafts-News**
- ▶ **Leistungsstarke Suchmaschine, Zugang zu Datenbanken, Ansprechpartnern und Kontaktadressen**
- ▶ **iXPOS-Kalender mit allen außenwirtschaftsrelevanten Terminen und Veranstaltungen**

Speaker	Institution / Enterprise		
Karim, Ahmed Abdul	Libyan Oilinvest	LAR	GBD
Karpov, A.S.	OAo Pojot	RUS	RIF
Kasmin, Dr. Andrej I.	Sberbank	RUS	WTR
Kastner, Susanne	Deutscher Bundestag	D	GBD
Khalturina, Natalia	Nationale Bioenergie Stiftung	RUS	DENA
Kiefer, Thomas	local global GmbH	D	GBF
Kilburg, Sebastian	Centrales Agrar-Rohstoff-Marketing und Entwicklungsnetzwerk e.V.	D	DENA
Klepsch, Ulrich	WSB Vertrieb GmbH & Co KG	D	DENA
Klimmek, Dr.-Ing. Christian	Technology Channel Europe GbR	D	GBF
Klöß, Holger	AXIT AG	D	BME
Knapp, Martin	Deutsche Industrie- und Handelskammer	D	GBD
Knauf, Nikolas W.	Knauf Gps KG	D	WTR
Knott, Dr. Guido	E.ON Energy	D	DENA
Kohler, Stephan	Deutsche Energie-Agentur GmbH	D	DENA
Kolinek, Marian	Trencin Regional Chamber of Commerce	SK	GBF
Kölle, Peter O.	International Moscow Bank	D	GBF
Köpke, Ralf	E&M	D	DENA
Körber, Dr. Hans-Joachim	METRO AG	D	WTR
Körner, Ing. Thomas	Schüco International KG	D	DENA
Korolev, Dr. Igor	ABB Industrial Building & Systems Ltd.	RUS	RIF
Kostin, Andrei L.	Vneshtorgbank	RUS	WTR
Kramer, Laurent-Baudoin	Boreas	D	DENA
Kress, Viktor	Tomsk	RUS	RIF
Krohn, Julia	Deutsche Energie-Agentur GmbH	D	DENA
Krokowski, Wilfried	Global Procurement Services	D	GBF
Krubasik, Prof.Dr. Edward	ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.	D	WTR
Kruse, Dr. Michael	Ministerium für Wirtschaft und Arbeit	D	WTR
Kuehne, Dr. Stephan	Deutsche Messe AG	D	GBD
Kurziel, Markus	Deutsche Energie-Agentur GmbH	D	DENA
Labus, Miroljub	Republik Serbien	YU	GBD
Lamprecht, Rudi	Siemens AG	D	WTR
Langauer, Ivica	Commerzbank AG	D	GBD
Lasutkina, E.V.	NTZ	RUS	RIF
Lawrie, Nicholas	Ambene Desarollos Energéticos Sostenibles S.L.	E	DENA
Layas, Mohamed H.	Libyan Arab Foreign Bank	LAR	GBD
Lee, Joo Yeol	LAHMEYER International GmbH	ROK	DENA
Li, Dr. Song	Bosch Rexroth AG, Lohr a.M.	CN	BME
Limbert, Wolfgang	GTZ/ WBF Serbien Montenegro	YU	GBD
Livesey-Wardle, Ralph	The Total Translation Company Ltd.		GBF
Lokotkov	Elektropult	RUS	RIF
Loktev, G.I.	ZAO Poselektronprom Holding	RUS	RIF
Lüttich, Henner	Contor GmbH	D	GBF
Madeesuksatid, Narim	Deutsch-Thaiändische Handelskammer	T	DENA
Makarenko, S.L.	technisches Zentrum OAo Morion	RUS	RIF
Mangold, Dr. Klaus	Ost-Ausschuss der Deutsch. Wirtsch.	D	WTR
Mansour Abdessalem	FIPA-Tunisia	TN	GBD
Mayrizkij, Dr. V.I.	OAo ZAGI	RUS	RIF
Mendes, Farinha	Sociedade Portuguesa de Energia Solar	P	DENA
Mengede, Dr. Berthold	Zent-Frenger Gesellschaft für Gebäudetechnik mbH	D	DENA
Michalak, Klaus	Deutsche Bank AG	D	WTR
Mihm	Revival Express GmbH	D	RIF
Miller, Alexej	OAo Gazprom	RUS	WTR
Milosavljevi, Dr. Slobodan	Industrie- und Handelskammer Serbien		GBD

Speaker	Institution / Enterprise		
Mitrofovitch, V.V.		RUS	RIF
Mordaschow, Aleksej	OAo Severstal		WTR
Mrlanova, Tana	Trencin Regional Chamber of Commerce	SK	GBF
Nedorolew, SergejG.	GK Kaskol	RUS	WTR
Neff, Philipp	iic, Invest in Eastern Germany	D	GBF
Nüßle, Fritz	Zent-Frenger Gesellschaft für Gebäudetechnik GmbH	D	DENA
Odendahl, Dr. Clemens R.	claret clover collaboration management ag	D	GBF
Opitz, Dr. Petra	Deutsche Energie-Agentur GmbH	D	DENA
Orischitsch, Prof. A.M.	Institut für theoretische angewandte Mechanik	RUS	RIF
Oseewskij, Michael E.	Gebiet St. Petersburg	RUS	RIF
Parivodi, Dr. Milan	Ministerium für Aussenwirt. Bezieh.	YU	GBD
Peters, Christoph	Institut Català d'Energia	E	DENA
Petriki, Dr. Radivoje	Anwaltskanzlei CMS Reich-Rohrwig Hasche Sigle		
Petrov, Georgy	Handels- und Industriekammer Russland	RUS	RIF
Pfaffenbach, Dr. Bernd	Ministerium für Wirtschaft und Arbeit	D	WTR
Pieper, Thomas	iXPOS	D	GBF
Povarov, Oleg A.	Geothermischer Energieverband	RUS	DENA
Putin, Vladimir V.	Russland	RUS	WTR
Quilisch, Dr. Tobias	Thümmel, Schütze & Partner	D	DENA
Raudszus, Oliver	Deutsch-Portugisische Industrie- und Handelskammer	P	DENA
Renström, Ulla	EIC Örebro	S	GBF
Ries, Martin	iXPOS	D	GBF
Sagramola, Sabrina	EIC Luxembourg	L	GBF
Sanner, Dr. Burkhard	Geothermische Vereinigung e.V.	D	DENA
Saplatkin, Ju.Ju.	FGUP ZNIlwerkstoffe	RUS	RIF
Saue, Dr. Gerd	Europä. Bank für Wiederaufbau und Entwicklung	D	R-NS
Schäfer, Volkmar	ETA Energieberatung GbR	D	DENA
Schillinger, Dr. Frank	Harting Electric GmbH & Co. KG	D	GBD
Schmeing, Bernhard	ABB Stotz-Kontakt GmbH	D	RIF
Schmid, Roland	KPMG	D	KPMG
Schröder, Dr. Gerhard	BRD	D	RIF
Schulze, Stephan	Gamesa Wind GmbH	D	DENA
Semenova	Phenix Contact		RIF
Semjonow, Viktor G.	Nichtkommerzielle Vereinigung Russische Wärmeversorgung	RUS	RIF
Serban, Ion	Wirtschafts- und Handelsministerium, Rumänien	RO	GBD
Seres, Codrut	Wirtschafts- und Handelsministerium, Rumänien	RO	GBD
Shmelkow, V.	Deutsch-Russische Wirtschaftsallianz e.V.	RUS	RIF
Sialla, Mohamend	General People's Committee for Foreign Liaison and International Cooperation	LAR	GBD
Siellet, Marc	Renault/ Daciagroup	F	RIF
Simon, Peter	Deutsch. Wirtschaftsclub; ABB Rumänien	D	GBD
Skibin, Prof.Dr. V.A.	ZNIAM	RUS	RIF
Sobjanin, Sergej S.	Gebiet Tjumen	RUS	RIF
Spantzel, Dagmar	Deutsch-Tunesische Industrie- und Handelskammer	D	GBD
Staffelt, Dr. Ditmar	Ministerium für Wirtschaft und Arbeit	D	GBD
Steger, Ralf	Heidelberger Druckmaschinen AG	D	WTR
Stein, Dr. Stepfan	Vertretung deut. Wirtschaft in der Russischen Föderat.	D	RIF
Struk, V.K.	OAo Morion		RIF
Stryi-Hipp, Gerhard	Bundesverband Solarindustrie	D	DENA
Sulirnov, D.D.	OAo Aviadvigatel, UK, Permsker Motorbauwerk	RUS	RIF
Tareen, Jahangir Khan	Industrie- und Handelskammer Pakistan	PK	GBF
Tchirkunow, Oleg A.	Gebiet Perm	RUS	RIF
Tetjuchin, V.V.	OAo VSMPO-AVISMA	RUS	RIF

Speaker	Institution / Enterprise		
Theilen, Dipl.-Ing. Volker	Energiekontor AG	D	DENA
Thimme, Dr. Peter	Deutsch. Invest.- und Entwickl.gesellschaft mbH	D	GBD
Tietze, Dr. Sepp Ernst	Siemens Libya	D	GBD
Tkachov, Alexander	Gebiet Krasnodar	RUS	R-NS
Tolokonskij, Viktor	Gebiet Novosibirsk	RUS	RIF
Trittin, Jürgen	Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit	D	DENA
Troitzkij, Prof.Dr. O.A.	Russ. Akad. der Wissenschaften	RUS	RIF
Tsarev, Mikhail	KPMG	RUS	KPMG
Tschirikov, S.V.	3AO	RUS	RIF
Tubach, Manfred	Skill Portal AG	D	BME
Urbanczyk	Zanthier	PL	GBF
v. Engelbrechten, Götz	Unternehmensverbände Niedersachsen	D	R-NS
v. Heydebreck, Dr. Tessen	Deutsche Bank AG	D	WTR
v. Menges, Dr. Klaus	Deutsch-Russisches Forum e.V.	D	RIF
Valceanu, Iosif	Arbeitgeberverband der Maschinenbauindustrie	RO	GBD
Veit, Dr. Eberhard	Festo AG	D	RIF
Vetter, Gabriela	Emerging Debt Capital Markets & Trade Finance	D	GBF
Vierita, Adrian	Rumänien	RO	GBD
Vlasov, Iakov	International Moscow Bank	RUS	GBF
Vogt, Thorsten	HypoVereinsbank AG	D	GBF
Walligford, Bob	KPMG	RUS	KPMG
Weidemann, Michael	Enercon GmbH	D	DENA
Weiss, Dr. Heinrich	SMS GmbH	D	WTR
Wieck, Oliver	Ost-Ausschuss der Deutsch. Wirtsch.	D	GBD
Wiegmann, Dirk	Conergy AG	D	DENA
Wittig, Detlev	Volkswagen PKW	D	R-NS
Wrage, Thorsten	Wirtschaftsförderungsg der Kanarischen Inseln	E	DENA
Wulff, Chistian	Land Niedersachsen	D	R-NS
Zahaf, Dr. Saleh	Zahaf&Partners/ Barrister&Legal Consultations Bureau	LAR	GBD
Zakrzhevsky, Vladimir	Univrsität St. Petersburg	RUS	DENA
Zetterer, Eva	HypoVereinsbank AG	D	GBF
Zhao, Zengsheng	Tongzhou Bureau of Industrial Development	CN	GBF
Ziegenhagen, Inka	local global GmbH	D	GBF
Zwitsersloot, Reinier	Wintershall AG	D	WTR

Legende Who is Who

GBD	Global Business Days
GBF	Global Business Forum
RIF	Russian Industry Forum
WTR	Wirtschaftstag Russland
DENA	Deutsche Energie-Agentur GmbH
R-NS	Russland-Niedersachsen



-  **INTERKAMA+**
Internationale Leitmesse der Prozessautomation (Hallen 7-9, 11, 14-17)
-  **Factory Automation**
Internationale Leitmesse der Fertigungsautomation + Robotics Special (Hallen 7-9, 11, 14-17)
-  **MDA – Motion, Drive & Automation**
Internationale Leitmesse der Antriebstechnik und Fluidtechnik (Hallen 17, 19-26, FG)
-  **Digital Factory**
Internationale Leitmesse für integrierte Prozesse und IT-Lösungen (Halle 16)
-  **MicroTechnology**
Internationale Leitmesse der angewandten Mikrosystemtechniken und Nanotechnologien (Hallen 14, 15)
-  **Research & Technology**
Innovationsmarkt Forschung und Entwicklung (Halle 2)
-  **Energy**
Internationale Leitmesse der Energietechnik, erneuerbaren Energien und Energiewirtschaft (Hallen 11-13, FG)
-  **ComVac**
Internationale Leitmesse der Druckluft- und Vakuumtechnik (Halle 27)
-  **SurfaceTechnology mit Powder Coating Europe**
Internationale Leitmesse der Oberflächentechnik (Halle 6)
-  **Subcontracting**
Internationale Leitmesse der Zulieferung und Werkstoffe für den Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbau (Hallen 3-5)
-  **Industrial Services & Equipment**
Fachmesse für industrielle Dienstleistungen, Outsourcing und Ausrüstung (Halle 27)

Herausgeber

Deutsche Messe AG

Messegelände
D-30521 Hannover
Tel. +49 (0) 511 89-0
Fax +49 (0) 511 89-3 26 26
www.messe.de

und

local global GmbH

Marienstr. 5
D-70178 Stuttgart
Tel. +49 (0) 711 22 55 88-0
Fax +49 (0) 711 22 55 88-11
redaktion@localglobal.de

Redaktion:
local global GmbH

Konzeption:
Hans Gäng

Redaktionelle Koordination:
Hans Seidenstücker

Redaktion:
Stefan Brunner, Inka Ziegenhagen

Übersetzung:
Erich Petricevic,
The Total Translations Company

Gestaltung und Satz:
Angela Keller

Fotos/Grafiken:
Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai)
Commercial Division, Consulate of Pakistan
Deutsche Messe AG,
Kamaz Inc.
local global GmbH
www.photocase.de
www.pixelquelle.de
www.stock.de.hu
www.visipix.com

Anzeigen:
Katarina Vrbjarova

Druck:
J.F. Steinkopf Druck GmbH, Stuttgart

Niedersachsen

... finden Sie auf einen Klick die interessantesten Informationen und Kontakte zum Thema Außenwirtschaft:

n-export.de

www.n-export.de

Ein Beispiel:

Der 2. Niedersächsische Außenwirtschaftstag am 12. April 2005 auf dem Messegelände, (NORD/LB-forum).

In diesem Jahr präsentiert sich Russland mit einigen seiner interessantesten Regionen. Aus gutem Grund: Mit 17 Mio. km² Landesfläche, rund 145 Mio. Einwohnern und seinen beträchtlichen Rohstoffvorkommen ist Russland ein bedeutender Markt für die gesamte deutsche Wirtschaft. Seit Jahren ist Russland ein wichtiger und zuverlässiger Handelspartner, zu dem Niedersachsen gute Beziehungen unterhält.



Niedersachsen
wo sonst!



»Lassen Sie sich keine Crossborder-Finanzierung ohne GUS-Know-how verkaufen.«

Unternehmen, die die Chancen eines größeren Europas nutzen wollen, kommen irgendwann an den Punkt, wo ihre Aktivitäten finanziert werden müssen: Exporte zum Beispiel, aber auch die Gründung von Niederlassungen oder die Beteiligung an ausländischen Firmen.

Spätestens dann ist die HVB Group als Partner die erste Wahl. Sie ist das führende überregionale Banken-
netzwerk in Zentral- und Osteuropa, ist Marktführer bei Akkreditiven sowie bei der Exportfinanzierung
und verfügt über solide Kenntnisse der regionalen Märkte. Wovon auch Sie profitieren können.

www.hvb.de/aussenhandel

Mit Europa wachsen.

HVB Group

HypoVereinsbank

Bank Austria
Creditanstalt

HVB Splitska banka

HVB Bank Biochim

Bank BPH

HVB Bank

INTERNATIONAL
MOSCOW BANK