

Fertigung günstiger als in Osteuropa

Die Kalkulation der Stückkosten spricht für China

Große westliche Unternehmen lassen in China seit Jahren günstig fertigen. In der Volksrepublik liegen die Kosten erfahrungsgemäß etwa 15 bis 25 Prozent unter dem Niveau Osteuropas. Darin sind die Transportkosten frei Werk nach Deutschland bereits enthalten.

Der chinesische Fertigungsstandort hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren rapide entwickelt – nicht zuletzt durch Tausende von Lizenzverträgen, durch chinesisch-ausländische Joint-Ventures und Wholly Foreign Owned Companies, die moderne Fertigungstechnologie und -einrichtungen ins Land transferiert haben. Während in Osteuropa wegen der Öffnung der Grenzen in den kommenden Jahren Kostensteigerungen zu erwarten sind, werden die Lohnkosten in China noch lange Zeit niedrig bleiben. Die Materialpreise entsprechen in China mittlerweile den Weltmarktpreisen, Kostenvorteile bieten daher vor allem lohnintensive Produkte.

Die Vorgehensweisen bei der Suche nach geeigneten Fertigungsbetrieben sind grundsätzlich dieselben wie in anderen Märkten. Die Alternativen sind: Internet, Messen, Delegationsreisen, Auslandshandelskammern oder der Einsatz eines qualifizierten Beraters, der die Firma kostengünstig und rasch ermittelt.

Wenn das Unternehmen qualifiziert ausgewählt wurde, besteht eine weitgehende Sicherheit für seine Eignung. Dabei spielt neben der technischen Eignung, dass heißt der erforderlichen technischen Ausstattung und der Qualität der Produkte auch ein qualifiziertes Management

eine wichtige Rolle. Zudem sind sowohl die entsprechenden Referenzen, zum Beispiel bei der Herstellung von Exportprodukten, als auch die Verkehrsanbindung von Bedeutung. Nicht zu vergessen ist dabei auch die sprachliche Qualifikation, das heißt die Frage, ob in der englischen Sprache kommuniziert werden kann.

Für die Implementierung der Auftragsfertigung, etwa einer Herstellung nach vorgegebenen Zeichnungen und Mustern, muss in der Regel ein Lernprozess mit einer entsprechenden Vorlaufzeit in Kauf genommen werden. Nach der Auswahl des Unternehmens und der grundsätzlichen Einigung über die Lohnfertigung sind folgende Schritte, je nach Komplexität des Produkts, einzuleiten: Zustellung der Zeichnungen, Materialspezifikation und Muster; Kostenvoranschlag (fob oder cif); Fertigung von Musterteilen; Nacharbeiten; Qualitätsabnahme; Aufnahme der Einzel- bzw. Serienfertigung.

Qualität erfordert Arbeitsaufwand

In der Regel muss für das Erreichen der geforderten Qualität in den ersten Schritten ein gewisser Aufwand betrieben werden, der von der Komplexität des Produkts abhängt. Ein einfacher Flansch, der in Einheiten von beispielsweise 20.000 Stück bezogen werden soll, wird nach einer vorgegebenen Zeichnung gefertigt. Die Qualitätsabnahme des gefertigten Musters kann beim Auftraggeber (etwa in Deutschland) erfolgen. Bei komplexeren Fertigprodukten hat sich gezeigt, dass die Qualitätsabnahme besser vor Ort erfolgt, da Einweisungen und der Transfer von Erfahrungen der Techniker des Auftraggebers erforderlich sind. Nachfolgend werden zwei Fälle aufgezeigt, bei denen eine Lohnfertigung für deutsche Firmen realisiert wurde: ein Fertigprodukt (a) sowie gedrehte Serienprodukte aus Metall und gefräste Einzelteile aus Aluminium (b).

► Fortsetzung Seite 2

aus dem inhalt

messen_

Furniture China 2004: Chancen in hochwertigen Möbelsegmenten

Seite 6

standort_

Yangzi-River-Delta: Wirtschaftliches Powerhouse Chinas

Seite 7

veranstaltung_

Asien-Pazifik-Konferenz: Deutsche Wirtschaft trifft sich in Bangkok

Seite 9

finanzierung_

Die Liberalisierung stagniert: Chinas Einstufung in Länderratings

Seite 11

messen_

export21 in Frankfurt/Main: Asien ist Chefsache

Seite 18

best_practice_

BMW Thailand - Produktionsleiter Frank Roesler im Interview

Seite 19

Kooperationspartner:


GLOBAL SOURCING PORTAL
www.supply-markets.com


Global Procurement Services
Worldwide

► Fortsetzung von Seite 1
„Die Kalkulation der Stückkosten ...“

Fall (a): Kostenfaktoren für das ausgewählte Fertigprodukt, Vorlaufkosten

Recherche von potenziellen Lieferanten/ Lohnfertigern durch Berater (Zeit, Reisekosten, externe Kosten):

- Vorgespräche, Verhandlungen
- Musterfertigung, Anpassung von Zeichnungen, Versendung der Musterkomponenten
- eventuell Übersetzungskosten (technische Zeichnungen)
- Abnahme der gefertigten Muster/ Erstlieferung (Zeiteinsatz, Reisen)

Kosten für Vertragsverhandlungen

- Vertragsgestaltung
- Reisen, Zeit, Verhandlungen

Kosten für die Implementierung

- Training
- Abnahme der Erstlieferungen vor Ort
- Laufende Betreuungskosten (Reisen, Kontaktpflege und so weiter)

Beispiel für eine Stückkostenkalkulation bei Fertigung in einem chinesischen Unternehmen (frei Werk Deutschland)

Material / Leistung	Kosten in USD
Metall (Rohprodukt)	220,00
Schweißen	10,00
Zubehör A	108,00
Zubehör B	19,60
Sonstiges	24,00
Overhead	19,08
Verpackung	15,00
Versicherung prod Stück	2,00
Transport	26,40
Kosten Drittlieferanten	40,00
Material- u. Transportkosten	351,98
Verarbeitungskosten	48,00
Gewinn Hersteller	58,00
Buying price Harbour Europe	942,06
Import tax	35,80
Local transport Germany to factory	4,80
Gesamtkosten frei Haus	982,65

- Qualitätssicherung (insbesondere bei einer Modifikation des Produkts)

Die externen Kosten für Vorlauf und Vertragsverhandlungen belaufen sich auf insgesamt etwa 35.000 EUR, zuzüglich der Kosten für drei jeweils einwöchige Reisen des mittelständischen Unternehmens nach China. Die Zeitdauer vom Recherche- bis zum Lieferungsbeginn beträgt insgesamt etwa acht Monate. Die gesamten externen und internen Kosten haben sich mit der Lieferung der ersten zehn Container nach zehn Monaten amortisiert. Grundlage dieser Berechnung sind die Fertigungskosten in der Höhe, wie sie zuvor in Osteuropa angefallen waren. Die zusätzliche Gewinnerwartung im Vergleich zur Fertigung in Osteuropa liegt bei drei bis vier Mio EUR pro Jahr.

Fall (b)

Fertigung von Werkstücken (Serienfertigung und Einzelfertigung):

- Recherche geeigneter Unternehmen durch den Berater
- Bereitstellung von technischen Zeichnungen, Materialangaben
- Musterfertigung
- Abnahme der Muster
- Serienfertigung

Die externen Kosten für die Recherche eines geeigneten Unternehmens liegen bei unter 3.000 EUR. Der Zeitaufwand zwischen dem Auftrag für die Recherche und der Abnahme des gefertigten Modells beträgt acht Wochen. Die Kosteneinsparungen im Vergleich zur Fertigung in Deutschland liegen, einschließlich der Transportkosten, bei 40 bis 50 Prozent.

Die Globalisierung wird weiter zunehmen und auch mittelständische und kleinere Unternehmen zwingen, kostengünstige Fertigungsstandorte zu nutzen. China wird auf absehbare Zeit ein großes Potenzial an kostengünstigen Fertigungsstätten bieten. Geeignete Unternehmen lassen sich finden – auch in China, wo der Neuling zunächst auf eine Reihe von Barrieren trifft.

Dr. Kurt Wiesegart
 Managing Director der
 Pacific Consult GmbH, Hirschberg

medien für neue märkte



In den Wachstumsmärkten China und Russland unterstützt local global Ihre Kommunikation im Markt:

multilinguale Websites:

Konzept, Design, Programmierung

Redaktionssystem:

webbasiert, global einsetzbar

professionelles DTP:

PC-basiert (Adobe Indesign) incl. Schulungen

e-Mailings:

Mailserver für elektronische Mailings

Adressverwaltung und -pflege:

Recherche, Dublettenkontrolle, Abgleich, Einpflege

Datenbankentwicklung:

MySQL, MS Access

Database to Print/Internet

kostenoptimale Anbindungen von Katalogen

Archive und Dokumentation:

Konzept und Aufbau

Wir haben Topreferenzen:
 Fordern Sie Unterlagen an!

local global
 Business Medien
 0711 22 55 88 0
 service@localglobal.de



local global
 business medien

news

Unternehmen begehen in China immer wieder dieselben Fehler

Nur zwei Drittel haben langfristig Erfolg

Für viele westliche Unternehmen erweist sich die Volksrepublik China nicht als der erhoffte Wachstumsmarkt. Etwa 40 Prozent dieser Firmen arbeiten im Reich der Mitte zu wenig profitabel. Das geht aus einer Analyse von Booz Allen Hamilton hervor, die die internationale Management- und Technologieberatung Mitte September in München vorgestellt hat. Nur gut zwei Drittel der Unternehmen werde in China langfristig erfolgreich sein. Der Rest werde nicht zu den Gewinnern gehören und das Land in den kommenden fünf bis zehn Jahren gegebenenfalls wieder verlassen.

„Die Zeit schneller Profite für so genannte ‚First Mover‘ ist in den meisten Branchen vorbei“, sagte Peter von Hochberg, Partner bei Booz Allen Hamilton. „Unternehmerischer Erfolg in China verlangt zukünftig noch klarer ein Long-Term-Investment.“ Obwohl der chinesische Markt mittlerweile gereift sei, wiederholten westliche Unternehmen bei der strategischen Planung und dem Aufbau lokaler Organisationen häufig die Fehler der ersten Expansionswelle.

Nach der Analyse von Booz Allen Hamilton ist manches ausländische Unternehmen in der Vergangenheit vom

eigenen Wachstumstempo überfordert worden. „Sie tendierten oft zu der extremen Lösung ‚Alle Macht der Zentrale‘“, sagte Steffen Schick, Principal bei der Beratungsgesellschaft. Dies habe neben einer niedrigen Reaktionsgeschwindigkeit auch eine Bürokratie erzeugt, die zur Frustration bei den Mitarbeitern führe. Zudem werde der Einfluss kultureller Unterschiede im Westen nach wie vor unterschätzt.

Booz Allen Hamilton empfiehlt daher, Strategien für China nur mit profundem Verständnis des dortigen Marktes und dessen Wirkung auf das eigene Geschäft zu entwickeln. Eine bloße Kopie der Headquarter-Strategie zu verfolgen, führe in den Misserfolg. Es gelte vielmehr, den richtigen lokalen Partner auszuwählen, gegenseitiges Vertrauen und echte gemeinsame Ziele zu entwickeln. Zudem sollten die Organisationsstruktur und die Personalausstattung von Beginn an auf ein aggressives Wachstums- und Profitabilitätsziel hin ausgerichtet sein. Lokale Top-Talente seien für den Erfolg in China unerlässlich. Wichtig sei auch eine klare Vision bei der Produktpositionierung, Eintrittsgeschwindigkeit, den Wettbewerbsvorteilen und dem Schutz des geistigen Eigentums. (lg)

Degussa mit neuem Partner in Korea

Die Degussa AG, Düsseldorf, und die LG Chem, Ltd., Seoul, haben sich auf gemeinsame strategische Forschung an der nächsten Generation hochfunktionaler Materialien für Elektronik- und Informationstechnologie verständigt. Wie die Degussa mitteilt, besteht das Ziel in der Entwicklung von Produkten und Systemlösungen für und mit dem koreanischen Chemieunternehmen LG Chem.

„Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette, etwa mit Partnern wie LG Chem, machen es möglich, wissenschaftliches Know-how schnell in marktreife Produkte und Technologien umzusetzen“, erläutert Alfred Oberholz, im Degussa Vorstand verantwortlich für Forschung und Entwicklung. Insbesondere in technologiegetriebenen Märkten mit schnellen Innovationszyklen sei eine gemeinsame Entwicklung von Lösungen für Kunden schon in einem sehr frühen Stadium notwendig. Generell seien strategische Allianzen ein Schlüssel, um im weltweiten Wettbewerb neue Marktpositionen zu erobern beziehungsweise zu sichern.

Nach eigenen Angaben will Degussa ihre Forschungsaktivitäten in Asien beträchtlich ausweiten. So soll auch Korea in das globale F&E-Netzwerk des Konzerns eingebunden werden. (lg)

Investition in neuen Standort zur Produktion von Polyurethan-Spezialitäten geplant

BASF will in Pudong Kunststoff herstellen

Mit der geplanten Investition in einen neuen Standort zur Herstellung von Polyurethan-Spezialitäten in Pudong, Shanghai, erweitert die BASF ihre Aktivitäten bei Polyurethan-Kunststoffen in Asien. Wie das Unternehmen mitteilt, sollen ab 2007 in Pudong, eng an den Bedürfnissen der chinesischen Kunden orientiert, Polyurethan-Spezialitäten hergestellt werden. Das Projekt liege derzeit den Behörden in

Shanghai zur Genehmigung vor. Mit den Bauarbeiten soll im kommenden Jahr begonnen werden.

Zu dem Investitionsvorhaben würden ein Polyurethan-Systemhaus, ein Zentrum für Produktentwicklung sowie eine Anlage zur Herstellung Thermoplastischer Polyurethane (TPU) gehören. Der neue Standort profitiere von den Kostenvorteilen des regionalen Polyurethan-Produktionsverbun-

des. Die für die Spezialitäten-Herstellung in Pudong notwendigen Grundprodukte MDI (Diphenylmethandiisocyanat) und TDI (Toluoldiisocyanat) würden aus Caojing, Shanghai, kommen. Dort nehme die BASF im Jahr 2006 gemeinsam mit Partnern eine entsprechende World-Scale-Anlage in Betrieb.

Nach Angaben von BASF, wird der Markt für Polyurethane in China in den kommenden zehn Jahren um etwa 10 Prozent pro Jahr wachsen und bis 2015 der größte Markt der Welt sein. Besonders Produktinnovationen würden zu diesem überproportionalen Wachstum beitragen. (lg)

news

Investitionen in Höhe von 1 Mrd USD im Rahmen des Joint-Venture geplant

Infineon eröffnet Werk in Suzhou

Die Infineon Technologies hat im Rahmen eines Joint Venture mit der China-Singapore Suzhou Industrial Park Co. sein neues Werk im Industriepark von Suzhou, achtzig Kilometer westlich von Shanghai, eröffnet. In dem neuen Unternehmen, das unter dem Namen Infineon Technologies Suzhou Co., Ltd. firmiert, können nach Angaben des Münchener Halbleiterproduzenten bis zu 1 Milliarde Chips pro Jahr hergestellt werden. Der Ausbau des neuen Werkes erfolge, abhängig von Wachstum und Entwicklung des weltweiten Halbleitermarktes, in mehreren Stufen. Insgesamt seien für dieses Projekt Investitionen von 1 Mrd USD geplant.

„Mit dieser Kooperation bauen wir unsere Präsenz im Zukunftsmarkt China konsequent aus“, erklärt Peter Bauer, Executive Vice President der Infineon Technologies AG. Die strategischen Partnerschaften mit chinesischen Unternehmen entwickeln sich gut. Wir sind sehr zufrieden mit dem Ausbau unserer R&D-Kapazitäten in Shanghai und Xian.“

Gleichzeitig hat Infineon ein neues IT Development Center in Suzhou eingeweiht, das sich auf den Bereich Fertigungsprozesse konzentrieren wird. Es soll die Backend-Produktion in Suzhou unterstützen und zum weltweit operierenden IT Manufacturing Center of Competence gehören. (lg)

McKinsey: Internationale Konzerne verpassen Chancen in China

Wohlstand führt zu Konsumrevolution

Nach Ansicht von McKinsey & Company profitieren im Gegensatz zu chinesischen Unternehmen internationale Konzerne von dem rasanten Kaufkraftanstieg in China nicht in dem Maß, wie sie es könnten. Dies läge an unzureichenden Marktkennntnissen und die zu hohen Preise ihrer Produkte.

Untersuchungen der Unternehmensberatungsgesellschaft zufolge, steht China vor einer Konsumrevolution: Bis 2010 werde sich die Zahl der Chinesen mit einer Kaufkraft von 25.000 USD und mehr auf 50 Millionen vervielfachen. Dies lasse vor allem die Märkte für Mobiltelefone, Autos, Computer, Bier, alkoholfreie Getränke und Kosmetika boomen. „Es werden vor allem junge Menschen sein, die über mehr Geld verfügen: Ein Fünftel der 25- bis 34-Jährigen hat ein jährliches Pro-Kopf-Einkommen von mindestens 600 Dollar“, sagte Stefan Albrecht, McKinsey-Partner aus dem Peking Büro. Das entspreche

in China einem Spitzeneinkommen. Alle älteren Bevölkerungsschichten würden weniger als 240 Dollar im Jahr verdienen. „Junge Chinesen sind sehr markenbewusst, wie die Erfolge der Café-Kette Starbucks oder der Handy-Hersteller Nokia und Samsung zeigen“, sagte Albrecht.

Bereits heute betrage die Zahl der wohlhabenden Bevölkerungsklasse insgesamt rund zwei Millionen Menschen. Mit einem Vermögen von durchschnittlich einer halben Million Dollar würden sie 70 Prozent des chinesischen Barvermögens besitzen.

Internationale Konzerne könnten nach Ansicht von McKinsey noch weitaus mehr am chinesischen Markt profitieren: „Sie unterschätzen immer noch den äußerst fragmentierten Markt und das Verhalten der chinesischen Konsumenten“, sagte Albrecht. Außerdem seien die Produkte für chinesische Verhältnisse immer noch zu teuer und dadurch nicht konkurrenzfähig. (lg)

Logistikkosten steigen wieder

Aufgrund fortschreitender Globalisierung und wachsender Prozesskomplexität werden die Logistikkosten nach jahrzehntelangem Rückgang bis 2008 um durchschnittlich acht Prozent jährlich ansteigen. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie „Europäische Lieferketten 2004“ der European Logistics Association (ELA) und der Managementberatung A.T. Kearney.

Galt die Logistik in der Vergangenheit branchenübergreifend stets als einer der zentralen Bereiche für Kostenreduzierungen, gaben nun mehr als drei Viertel der für die Studie befragten Unternehmen an, in Zukunft mit stagnierenden oder gar steigenden Logistikkosten zu rechnen. „Der stete Anstieg der Supply Chain-Komplexität fordert seinen Tribut und wird den jahrzehntelangen Trend fallender Logistikkosten ins Gegenteil umkehren“, sagt Bernhard Rieder, einer der Initiatoren der Studie und Vice President bei A.T. Kearney. Seiner Meinung nach sind der hohe Einkaufsanteil außerhalb Westeuropas und die von den Kunden erwartete hohe Quote fehlerfreier Auslieferungen die größten Komplexitätstreiber. Aber auch immer kürzere Durchlaufzeiten, die ständig steigende Anzahl lagerhaltiger Artikel sowie auf Kundenseite die Nachfrage nach immer komplexeren Service-Levels, stelle die Logistik vor immer größere Herausforderungen.

Von dieser Entwicklung besonders betroffen seien vor allem jene Industrien, in denen die Logistikkosten einen hohen Umsatzanteil ausmachen: „Dieser beträgt aktuell im Bereich Maschinenbau 7,5 Prozent, in der Prozessindustrie 6,8 Prozent und im Segment Konsumgüter & Medien 6,3 Prozent. Vergleichsweise weniger betroffen ist der Pharma-Bereich, in dem lediglich 2,5 Prozent des Umsatzes für Logistik aufgewendet werden“, so Rieder. (lg)

news

Ausfuhren aus China unterliegen einem Umsatzsteuersatz von null Prozent**Neue Fristenregelung für Rückerstattung**

Aus China exportierende Steuerzahler kommen gegenüber jenen mit ausschließlichen Inlandsumsätzen in den Genuss einer Vorzugsbehandlung im Rahmen der Umsatzbesteuerung. Das teilt die Wirtschaftsprüfungs-, Steuerberatungs- und Rechtsanwaltskanzlei Rödl & Partner, Nürnberg, in ihrem aktuellen Auslandsbrief mit. Exporte unterlägen einem Umsatzsteuersatz von null Prozent, zusätzlich könnten Exporteure eine Steuerrückerstattung für zuvor entrichtete Umsatzsteuer im Zusammenhang mit den exportierten Waren beantragen.

Zu beachten sei, dass eine am 21. Mai dieses Jahres verkündete Mitteilung der State Administration of Taxation (SAT) das Verfahren zur Geltendmachung der Rückerstattung durch eine neue Fristenregelung erheblich verschärft habe. Werden die Fristen verpasst, habe dies zur Folge, dass der Exportverkauf als Inlandsverkauf behandelt werde und damit lediglich die

Vorsteuer von der geschuldeten Umsatzsteuer abziehbar wäre und keine Rückerstattung mehr gewährt werden würde.

Um in den Genuss der Rückerstattung zu kommen, ist nach Angaben von Rödl & Partner, der Exportabsatz innerhalb von 90 Tagen nach der Zollerklärung beim Finanzamt zu registrieren und ein Antrag auf Rückerstattung der Vorsteuer zu stellen. Darüber hinaus habe das Unternehmen innerhalb von 180 Tagen nach der Zollerklärung den Nachweis zu erbringen, dass es vom Kunden die Zahlung des Kaufpreises erhalten hat. Diese Frist könne jedoch entsprechend einer abweichenden Regelung der Zahlungsfristen im Kaufvertrag unter der Voraussetzung, dass das Kaufvertragsdokument innerhalb von 60 Tagen nach der Zollerklärung eingereicht wird, von der State Administration of Foreign Exchange (SAFE) bis zu einer Höchstdauer von zwei Jahren verlängert werden. (lg)

Jenoptik stärkt Präsenz in Asien

Der Jenoptik-Unternehmensbereich Photonics stärkt mit einer Beteiligung an der südkoreanischen Telstar Engineering Co., Ltd. seine Marktpräsenz in Asien. Wie der internationale Technologiekonzern mitteilt, übernehmen die Hommelwerke GmbH, innerhalb der Jenoptik Spezialist für hochpräzise berührende und berührungslos-optische Messtechnik, zum 1. September dieses Jahres ein Drittel an dem südkoreanischen Unternehmen. Telstar Engineering mit Hauptsitz in Seoul entwickle, produziere und vertreibe Messmaschinen, Mehrstellenmesstechnik und Messnormteile, die auf Basis der berührenden (taktile) Messtechnik arbeiten. Über ein weit verzweigtes Vertriebsnetz beliefere Telstar in Korea Unternehmen der Automobilindustrie und des Maschinenbaus. Mit rund 40 Mitarbeitern hätte das Unternehmen, das künftig unter dem Namen Telstar-Hommel firmiere, im Geschäftsjahr 2003 einen Umsatz von umgerechnet rund acht Mio EUR erzielt. (lg)

impressum_

sourcing_asia erscheint in Kooperation mit:
Global Sourcing Portal und
Global Procurement Services

Produktion:
local global GmbH
business medien
D 70178 Stuttgart
Marienstraße 5
Tel.: +49 711 22 55 88-0
Fax: +49 711 22 55 88-11
redaktion@sourcing-asia.de
www.sourcing-asia.de

Redaktion:
Matthias Jung
Stefan Brunner

Layout:
Heinz-Peter Fothern

DTP:
Angela Keller
Olga Lukomska

Druck:
Document Center Kästl, Ostfildern

Abonnentenservice:
service@sourcing-asia.de

Neue Hauptgeschäftsstelle von TNT China in Shanghai eröffnet**TPG N.V. investiert kräftig in China**

Das Post-, Express- und Logistikunternehmen TPG N.V. hat seine neue Hauptgeschäftsstelle von TNT China in Shanghai eröffnet. TPG hat bereits vor einigen Monaten Pläne bekannt gegeben, in den kommenden Jahren bis zu 200 Mio EUR zu investieren. Nach Angaben des niederländischen Unternehmens basiert der Business Case auf einer umfassenden Marktanalyse und einem stufenweisen Wachstum. TPG kalkuliere mit Schätzungen, denen zufolge China bis 2010 zum weltweit zweitgrößten Markt für Personautos und zum sechstgrößten Markt für Expressdienstleistungen heranwachsen soll. Ferner gehe man davon aus, dass auch der Postmarkt rapide expan-

dieren und ein großes Geschäftspotenzial im Direct Mail Segment bieten werde. Auf Basis der derzeitigen Wachstumszahlen werde sich internen Berechnungen zufolge die Zahl der Mitarbeiter bis zum Jahr 2010 verzehnfachen. Gleichzeitig werde sich bis zu diesem Zeitpunkt das Netzwerk in China auf über 100 Geschäftsstellen ausweiten.

Wie das Unternehmen weiter mitteilt, betreibt TNT derzeit sieben Gateways in China - in Peking, Shanghai, Guangzhou, Dalian, Hangzhou, Xiamen und Shenzhen. Aufgrund des Joint Venture mit ANJI habe sich TNT in China zum größten Logistikdienstleister für die Automobilindustrie entwickelt. (lg)

„Green Card“ für China erhältlich

Ausländer, die in der Volksrepublik China leben, können seit dem 15. August 2004 unter bestimmten Umständen eine zehn Jahre gültige Aufenthaltsgenehmigung erhalten. Diese Genehmigung ersetzt sowohl das Visum wie auch die bisher nur ein Jahr währende Aufenthaltserlaubnis, teilt die Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) in ihrem Newsletter „Ausland aktuell“ mit. Die Bearbeitungszeit werde mit sechs Monaten angegeben. Antragsberechtigt seien folgende Personen: Ausländer, die seit mindestens vier Jahren in einer Führungsposition bei einem in China registrierten ausländischen Unternehmen arbeiten; ausländische Investoren, die hohe Direktinvestitionen in der Volksrepublik tätigen; ausländische Staatsbürger, die einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Landes leisten; sowie Ausländer, die seit mindestens fünf Jahren mit einem chinesischen Staatsbürger verheiratet sind. (lg)

Kein Vergleich

Hier stellen wir Zahlen nebeneinander, die nichts miteinander zu tun haben. Zumindest auf den ersten Blick...

Problem Verstädterung?

2,3

mal höher ist der Urbanisierungsgrad in Deutschland im Vergleich zu China. In der Bundesrepublik leben 87,3 Prozent der Menschen in Städten, in der Volksrepublik hingegen nur 38,7 Prozent.

4,1

mal weniger Einwohner hat Deutschlands größte Stadt im Vergleich zu der Chinas. In Berlin leben etwa 3,4 Millionen Menschen, die Metropole Shanghai zählt um die 14 Millionen Einwohner.

messen

Furniture China 2004

Exportoffensive verändert die Möbelmärkte

Das Shanghai New International Expo Centre war bei der „Furniture China 2004“ vom 15. bis 18. September außerordentlich gut besucht. Die chinesische Möbelbranche befindet sich mit ihrer Qualitätsoffensive auf Expansionskurs. Das verändert die Rahmenbedingungen für die europäischen Hersteller.

Ein Teil der Aussteller auf der führenden chinesischen Möbelmesse musste auf zwei riesige Zelte ausweichen. Weitere Anbieter zeigten ihre Kollektionen in zahlreichen Spezialläden in einem großen Einkaufszentrum. Deutsche Anbieter ließen sich dabei an einer Hand abzählen. Für europäische Einkäufer war die Messe jedoch ein Eldorado. Noch mehr als die Größe des Angebots erstaunten die Qualitätssprünge, welche die Branche in China vorgelegt hat.

Einfuhren aus Asien bereiten der deutschen Branche zunehmend Sorgen

Das steigende Handelsvolumen chinesischer Möbelhersteller verändert die gesamte Möbelbranche weltweit. „Die rasant steigenden Einfuhren aus Asien geben zunehmend Anlass zur Besorgnis“, sagte Dirk-Uwe Klaas, Hauptgeschäftsführer des Hauptverbandes der Deutschen Holz und Kunststoffe verarbeitenden Industrie (HDH), bei der Vorstellung der Halbjahresbilanz seiner Organisation. „In den ersten sechs Monaten kamen allein aus China ein Drittel mehr Möbel als im Vorjahr. Die Unternehmer, die umgekehrt Asien mit hochwertigen Möbeln versorgen wollen, werden auch dort produzieren müssen“, erklärte Klaas.

Diese rasanten Veränderungen in der Produktion und in den Einkaufsbeziehungen der internationalen Möbelbranche

waren auf der „Furniture China 2004“ deutlich zu erkennen. Große internationale Marken hatten ihre Präsentation zu einem großen Teil gegenüber neugierigen Blicken abgeschirmt. „Wir lassen hier nur internationale Einkäufer herein. Unsere chinesische Konkurrenz muss draußen bleiben“, erklärte die Sprecherin eines großen amerikanischen Möbelanbieters in Shanghai. „Das Design unserer hauptsächlich in den USA verkauften hochwertigen Ledermöbel müssen wir vor Kopien schützen. Dies ist auch der Grund, wieso wir unsere Kollektionen zwar in China produzieren, hier aber nicht verkaufen.“ Offener stellten die chinesischen Konkurrenten ihre Produkte vor. Die Palette reichte hier vom kleinen Spezialanbieter bis hin zum Großkonzern mit modernen, international ausgerichteten Möbelkollektionen.

Geschäftsmöglichkeiten bei technischen Inneneinrichtungen

Gute Geschäftsmöglichkeiten für ausländische Unternehmen bestehen in China bei der technischen Inneneinrichtung wie etwa hochwertigen Küchen. Hier präsentierte beispielsweise Nolte Küchen hochwertige Komplettangebote. Gleich mehrere Anbieter hochwertiger Möbel für Kinderzimmer vertrat die Mercatus GmbH aus Hamburg. „Dies ist unser erster Auftritt in China, wir sind voll zufrieden“, freute sich Barbara Lesinak von Mercatus. „Die durch uns vertretenen Marken ‚Paida‘ und ‚Kinderwelten‘ sind qualitativ hochwertig und technologisch perfekt verarbeitet. Daher haben wir vor Kopien weniger Angst. Wir stellen unsere Möbel beispielsweise aus massivem Buchenholz her. Allein der nötige Import der Vormaterialien nach China wäre zu teuer.“ Da im oberen Qualitäts- und Preisbereich wenig Konkurrenz herrsche, habe man eine rege Nachfrage von verschiedenen potenziellen Kunden verzeichnet. „Als nächsten Schritt möchten wir jetzt in Shanghai und in Beijing einen Ausstellungsraum in einem Einkaufszentrum eröffnen. Damit testen wir dann den chinesischen Markt“, erklärte Lesinak.

Dr. Thomas Kiefer

standort

Südchinesische Boomregionen (Teil 2)

Yangzi-River-Delta: Powerhouse Chinas

Die pulsierende Metropole Shanghai steht wie keine andere Stadt für den derzeitigen wirtschaftlichen Boom Chinas. Seit mehr als zehn Jahren verzeichnet die Stadtprovinz konstant zweistellige Wachstumsraten und zieht ausländische Investoren wie ein Magnet an. Shanghai ist allerdings nur der „Kopf“ von Chinas dynamischster Region, dem Delta des Yangzi-Flusses (YRD).

Das YRD ist der Ausläufer des drittlängsten Flusses der Erde, des „Yangtze Kiang“. Aus dem tibetanischen Hochland kommend, mündet er nach 6.300 Kilometer nördlich von Shanghai in die ostchinesische See. Neben Shanghai umfasst das YRD den Südtel von Jiangsu sowie den Norden von Zhejiang. Insgesamt zählt man 15 größere Städte, alle unter den am meisten entwickelten Chinas: Neben der 16-Millionen-Metropole Shanghai gehören die Provinzhauptstadt Nanjing und der schnell wachsende Industriegürtel Suzhou-Wuxi-Changzhou (alle Jiangsu) sowie die Provinzhauptstadt Hangzhou, Huzhou und Ningbo (alle Zhejiang) zu den Hauptwirtschaftszentren der Region. In diesem Ballungsgebiet, welches mit circa 100.000 Quadratkilometern der Fläche von Bayern und Baden-Württemberg zusammen entspricht, leben 75,6 Millionen Menschen, die mehr als ein Fünftel von Chinas Bruttoinlandsprodukt erwirtschaften. Im Jahr 2002 waren das über 231 Mrd USD (12,6 Prozent Wachstum gegenüber dem Vorjahr).

Das Yangzi-Delta ist das industrielle Herz Chinas; ein Viertel der industriellen Produktion wird hier erwirtschaftet (334 Mrd USD), vor allem in Shanghai (102,4 Mrd USD), Suzhou (41,9 Mrd USD), Wuxi (29,5 Mrd USD), Nanjing (23,8 Mrd USD) beziehungsweise in den Städten Hangzhou (29 Mrd USD) und Ningbo (24,2 Mrd

USD). Das Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukt der Region beträgt im Durchschnitt 3.056 USD und ist mit 4.911 USD in Shanghai am höchsten (Angaben 2002).

Eine der Antriebskräfte für das Wachstum sind die Auslandsinvestitionen (Foreign Direct Investment - FDI): 17,8 Mrd USD wurden 2002 im YRD getätigt, das entspricht mehr als einem Drittel von Gesamtchinas FDI. Hauptanziehungspunkte sind Shanghai und Suzhou. Entsprechend findet man im YRD zahlreiche multinationale Unternehmen, von denen mehrere ihre regionalen Headquarters in der Region haben (zum Beispiel Siemens, General Electric, AMD).

Über ein Drittel der gesamten Auslandsinvestitionen landen im YRD

Bedeutende Investoren sind taiwanesischen Firmen, die ihre Produktion verstärkt ins kostengünstigere YRD verlagern. Die taiwanesischen Investments konzentrieren sich vornehmlich auf Kunshan, Suzhou sowie Wuxi und dabei auf High-tech-Produkte wie zum Beispiel PCs, Halbleiter, Integrated Circuits, Digitalkameras und LCD-Monitoren.

Neben dem Perfluss-Delta (PRD) ist die Region Chinas wichtigste Exportbasis - ein Drittel von Chinas Ausfuhren stammt aus dem YRD (92,3 Mrd USD), mit steigendem Anteil. Genau wie das PRD verfügt die Region zudem über einen hoch entwickelten Privatsektor und ist die Heimat von mehr als 800.000 privaten Unternehmen.

Das schnelle wirtschaftliche Wachstum geht allerdings auch mit steigenden Preisen einher - hinsichtlich der gewerblichen Grundstückspreise zählt Shanghai mittlerweile zu den teuersten Städten der Welt. Als Folge daraus wandern immer mehr Firmen in die angrenzenden Provinzen Zhejiang und Jiangsu ab. Die durchschnittlichen Löhne für Management/Arbeiter sowie die Landpreise liegen beispielsweise in Ningbo oder Wuxi bis zu 50 Prozent unter denen in Shanghai.

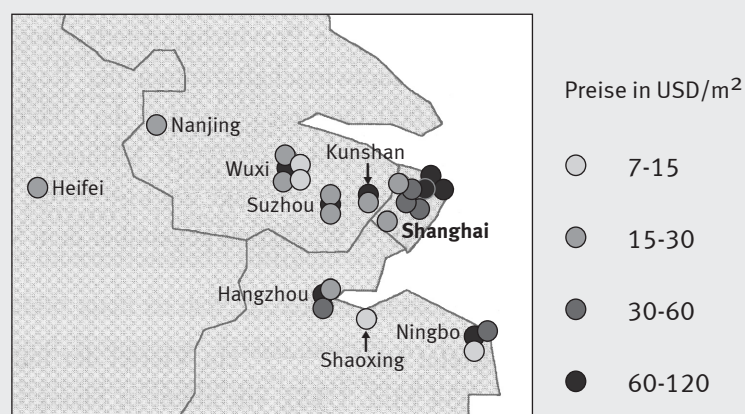
Teilweise geht dieser Prozess sogar bereits über die Grenzen des YRDs hinaus: So haben sich in der Provinz Anhui (Provinzhauptstadt Hefei) große multinationale Konzerne wie Unilever, Coca Cola und ABB angesiedelt.

Große Anzahl an industriellen Zulieferbetrieben

Während sich das PRD in Südchina vor allem auf das Montieren von Leicht- und Konsumgütern konzentriert, ist das Yangzi-River-Delta die Heimat der Schwerindustrie. In der Region finden sich zahlreiche Unternehmen aus der Stahlindustrie (zum Beispiel Baosteel Shanghai), aus dem Maschinenbau und der Fahrzeugindustrie (zum Beispiel Shanghai Volkswagen, Shanghai General Motors sowie mehr als 180 internationale Zulieferbetriebe in der Shanghai International Autocity). Weitere Standbeine der Region sind die Textilindustrie und

► Fortsetzung Seite 8

Preise für Landnutzungsrechte ausgewählter YRD-Entwicklungszonen



Quelle: Kracht/Kriegeskorte

► Fortsetzung von Seite 7
 "Yangzi-River-Delta ..."

die Chemieindustrie (zum Beispiel Bayer Shanghai, BASF Nanjing). Grundsätzlich gibt es im YRD eine große Anzahl an industriellen Zulieferbetrieben, die ein breites Angebot an Roh- und Grundstoffen, Zwischenprodukten und verschiedensten Investitionsgütern/Produktionsmitteln sicherstellen. Ein weiteres Standbein der Region sind Hochtechnologieunternehmen - zahlreiche ausländische Unternehmen aus der PC-, Elektronik- und Telekommunikationsindustrie haben hier ihren Stützpunkt (zum Beispiel Motorola, Nokia, Toshiba, IBM).

Infrastruktur des YRD wird durch hohe Investitionen massiv ausgebaut

Mit seiner vorteilhaften geographischen Lage und seiner hoch entwickelten Infrastruktur ist Shanghai der größte Transport-Hub des Festlands und verschifft auch den Großteil der Güter, die im YRD hergestellt werden. Über zehn Millionen TEUs (das entspricht mehr als 80 Prozent aller abgefertigten Container im Yangzi-Delta) wurden im vergangenen Jahr in Shanghai abgefertigt, in Ningbo waren es immerhin noch 1,5 Millionen TEUs (plus 50 Prozent im Vergleich zu 2002). Von der Zentralregierung gefordert, wird die Infrastruktur des YRD massiv ausgebaut, allein für 2002 werden die Investitionen für Infrastruktur der Provinzen Shanghai, Jiangsu und Zhejiang auf 35 Mrd USD geschätzt.

Da die Meerestiefe vor Shanghai kaum für Containerschiffe der dritten und vierten Generation ausreicht, entsteht 30 Kilometer vor der Küste auf einer Inselgruppe im Gelben Meer der größte Tiefsee-Containerhafen der Welt: Der erste Teil des Yangshan-Tiefseehafens soll 2005 eröffnet werden; bei Fertigstellung im Jahr 2020 soll der Hafen dann 25 Millionen Container pro Jahr bearbeiten.

Ein ganzes Netzwerk an Schnellstraßen (Gesamtstreckenlänge 3.500 Kilometer) verbindet die größten Städte im YRD. Um die Fahrtzeiten weiter zu verringern, soll das Netz bis zum Jahr 2008 auf

insgesamt 7.800 Kilometer ausgebaut werden.

Ende 2005 wird es schätzungsweise 36 Flughäfen an der Ostküste Chinas geben, die meisten davon im YRD. Der Shanghai Pudong International Airport kann jährlich bis zu 20 Millionen Reisende abfertigen, im Jahr 2007 soll noch ein neues Terminal dazukommen, dann soll sich die Kapazität um weitere 40 Millionen Gäste erhöhen.

Shanghai zählt zu den wichtigsten Messe- und Ausstellungszentren in Asien. 2002 wurden in der Stadtprovinz insgesamt 278 internationale Messen und Ausstellungen mit mehr als 4,8 Millionen Besuchern abgehalten, Tendenz steigend.

Die drei Messegesellschaften Hannover-Messe, Messe Düsseldorf und Messe München haben in einem Gemeinschaftsunternehmen mit der Stadt Shanghai das Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) gebaut. Schon jetzt umfasst das Ausstellungszentrum in Pudong 80.000 Quadratmeter, nach Fertigstellung soll es mit 250.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche das größte Asiens werden. Zu weiteren wichtigen Ausstellungszentren in Shanghai gehören das Everbright Convention & Exhibition Centre, das Shanghai Mart und das Shanghai International Exhibition Centre.

In Shanghai und Umgebung sind zahlreiche Messen ansässig

Wichtige Messen in Shanghai und Umgebung sind die Shanghai International Optics Fair (SIOF), die East China Fair, die International Medical Equipment & Technology Exhibition (MEDICAL), die Asia Gifts Stationery and Houseware Show, die Expo Build China, die International Lighting Exhibition (ILE), die China Sourcing Fair: Electronics & Components sowie die China Sourcing Fair: Gifts & Home Products, die CeBIT asia, die ProPak China, die Furniture China und die China International Industry Fair (CIF).

Neben Messen und Ausstellungen wurde von der Shanghaier Stadtregierung der größte Ganzjahres-Handelsplatz in China gegründet, das so genannte Shanghai International Merchandising Center (IMC). Auf einer Fläche von 280.000 Quadratmetern sind über 700 permanente Aussteller zu finden. Weiter findet auf der IMC jährlich eine Global Sourcing Conference statt, bei der westliche Einkäufer auf chinesische Zulieferer treffen.

16-Millionen-Einwohner-Stadt Shanghai - das Paris des Ostens

Die 16 Millionen Einwohner zählende Stadt ist mit Abstand die führende Industrie-, Finanz- und Wirtschaftsmetropole des Festlandes. Einen Schub nahm die Entwicklung Shanghais in den 90er Jahren, als die Zentralregierung unter dem Einfluss der so genannten Shanghai Clique (zu der unter anderen der damalige Präsident Jiang Zemin und der damalige Premier Zhu Rongji gehörten) massive Investments in Shanghai tätigte.

Der beschiffbare Yangzijiang fließt nördlich von Shanghai in den Pazifik, aufgrund dieser vorteilhaften geographischen Position konnte sich Shanghai zum wichtigsten See- und Flusshafen des chinesischen Festlands entwickeln, der Zugang zum Hinterland Chinas bietet. Weiter bietet Shanghai Investoren und ausländischen Geschäftsleuten einen westlichen Lebensstandard, ein gutes Angebot an chinesischen Fachkräften, ein investorenfreundliches Klima sowie eine gute Infrastruktur.

In den kommenden Jahren stehen in Shanghai eine Reihe von spektakulären Projekten an: Die Eröffnung des Universal Studios mit Kinos und Themenparks (2006), die Organisation des olympischen Fußballturniers (2006) und als Krönung die Ausrichtung der Weltausstellung (2010). Diese bevorstehenden Ereignisse bewirken zusätzliche Anstrengungen.

*Jürgen Kracht und Patrick Kriegeskorte
 Fiducia Management Consultants*

Der Text ist im Buch „BME/Bogaschewsky (Hrsg.): Einkaufen und investieren in China“ erschienen. Er wurde „sourcing asia“ in gekürzter Fassung zur Verfügung gestellt.

veranstaltung

Asien-Pazifik-Konferenz 2004

Die deutsche Wirtschaft trifft sich in Bangkok

Die asiatisch-pazifische Wachstumsregion macht deutschen Investoren und deutschen Beschaffungsunternehmern attraktive Angebote. Ein für europäische Verhältnisse niedriges Kostengefüge, insbesondere Lohnniveau, qualifizierte lernwillige Arbeitskräfte sowie unternehmerisches Denken der asiatischen Eliten sind die maßgeblichen Faktoren für ein Engagement seitens deutscher Unternehmer in diesem Raum.

Die vom 18. bis 19. November 2004 in Bangkok stattfindende Asien-Pazifik-Konferenz der Deutschen Wirtschaft ist das maßgebliche Informations- und Motivationsforum für die Führungskräfte der deutschen Wirtschaft mit Interesse an der asiatisch-pazifischen Region. Für deutsche Unternehmen mit Interesse am Bezug von Waren und Dienstleistungen oder an Investitionen vor Ort ist eine Teilnahme besonderes interessant. In einem eigenen Workshop „Handel: Asien als Bezugsmarkt“ wird beleuchtet, wie sich deutsche Unternehmer erfolgreich in der asiatisch-pazifischen Region platziert haben und welche Chancen und Risiken in den verschiedenen Ländern beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen oder bei örtlichen Investitionen beachtet werden müssen.

Bislang liegen der veranstaltenden Deutsch-Thailändischen Handelskammer 450 feste Anmeldungen zur Konferenz vor. Weitere 150 – 200 Anmeldungen werden erwartet. Hotelzimmer sind bereits knapp, eine Folge der guten Wirtschaftslage in Thailand und der üblichen Reiseaktivitäten in der bevorstehenden kühleren Jahreszeit ins „Land des Lächelns“.

Die in Zweijahresabständen stattfindende Asien-Pazifik-Konferenz der Deutschen Wirtschaft wurde erstmalig im Jahre 1986 in Tokio ausgetragen. Sie geht auf eine Initiative des damaligen Außenministers

Hans-Dietrich Genscher sowie des Bundeswirtschaftsministeriums zurück. Bereits zuvor fand die Tagung einmal in Bangkok statt, nämlich 1994, die 5. Asien-Pazifik-Konferenz der Deutschen Wirtschaft. Damals nahmen „nur“ 206 Teilnehmer aus Wirtschaft und Politik an der Konferenz teil. Zwischenzeitlich hat die Konferenz erhebliche Bedeutung und Status gewonnen. Heute hat die Konferenz einen festen Platz im Kalender deutscher Asien-Pazifik-Manager erhalten.

Ein eigenes Vorbereitungskomitee, bestehend aus den Trägerverbänden des Asien-Pazifik-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft, dem Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI), dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dem Ostasiatischen Verein e.V. (OAV), dem Bundesverband des Deutschen Gross- und Aussenhandels e.V. (BGA) und dem Bundesverband deutscher Banken (BdB), den einschlägigen Ministerien, dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA), dem Auswärtigen Amt (AA) sowie der Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfa) und der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH (GTZ) und des örtlichen Veranstalters, der Deutsch-Thailändischen Handelskammer, hat in mehreren Vorbereitungssitzungen Programminhalte und Sprecher ausgewählt.

Enormes Potenzial in Wachstumsregion gilt es vermehrt zu nutzen

Unter dem Motto „Wachsende Märkte stärker nutzen!“ wird in vier Plenarsitzungen, 15 Länder-Roundtables sowie sechs Branchen- und Themenworkshops darüber diskutiert, wie das derzeitige Engagement der deutschen Wirtschaft in der asiatisch-pazifischen Region in den nächsten Jahren weiter merklich gestärkt werden kann.

Der Anteil des gesamtdeutschen Handels mit der asiatisch-pazifischen Region hat sich von elf Prozent im Jahr 2001 auf 13 Prozent im Jahr 2003 erhöht. In ähnlicher Weise sind die deutschen Investitionen in der asiatisch-pazifischen Region von 4,5 Prozent im Jahr 1999 auf sieben Prozent im Jahr 2003 gestiegen. Dies sind Erfolge, die auch auf die Beschlüsse der Vorkonferenzen zurückgehen. Dennoch ist das derzeitige Engagement der deutschen Wirtschaft

angesichts des enormen Potenzials und andauernden erheblichen Wachstums in der Region zu niedrig. Die Teilnehmer der Konferenz werden daher diskutieren, was getan werden muss, um dieses niedrige Engagement in den nächsten Jahren merklich zu erhöhen.

In der ersten Plenarveranstaltung, die gewissermaßen den internationalen Teil der Konferenz darstellt und in Englisch gehalten wird, geht es um „Thailand and Southeast Asia: New chances of a single market?“. Hier diskutieren Vertreter deutscher, in Asien tätiger Herstellerfirmen mit dem Generaldirektor der Asiatischen Entwicklungsbank, Rajat Nag, dem Generalsekretär des ASEAN-Sekretariats, Dr. Ong Keng Yong, sowie dem Vorsitzenden der Federation of Thai Industries, Praphad Phodhivorakun. Es geht darum festzustellen, in welchen Bereichen der gemeinsame ASEAN-Markt noch nicht verwirklicht ist und bis wann mit einer einheitlichen und der EU entsprechenden Wirtschaftszone in den zehn Ländern der ASEAN-Staatengemeinschaft zu rechnen ist. Dabei wird auch beleuchtet, inwieweit die derzeitige Euphorie – oder soll man es Manie nennen – der ASEAN-Mitgliedsländer in Bezug auf den Abschluss von bilateralen Freihandelsverträgen diesem Ziel nützlich oder abträglich ist. Ist ASEAN im Begriff, das Juwel einer einheitlichen ASEAN-Wirtschaftszone gegen eine mit bilateralen Freihandelsabkommen gefüllte Büchse der Pandora einzutauschen?

Forum 2, die zweite Plenarveranstaltung, befasst sich mit Ausbildung und Training. Dadurch kommt zum Ausdruck, welche Bedeutung die deutsche Wirtschaft diesen Themen beimisst. Deutsche Firmen in der asiatisch-pazifischen Region sind täglich mit den Defiziten ihrer lokalen Arbeiter sowie Fach- und Führungskräften konfrontiert. Sie werden anderen Teilnehmern mitteilen, wie sie die Defizite in den Griff bekommen haben und werden Vorschläge machen, welche Maßnahmen seitens der Wirtschaft und Politik zur Erziehung und Ausbildung lokaler Mitarbeiter notwendig sind.

In einem dritten Forum geht es um das politische Umfeld und den unternehmeri-

► Fortsetzung Seite 10

tipp

Global Sourcing Symposium (GSS)

Alles Wissenswerte rund um Einkauf und Produktion in Asien

Immer mehr deutsche Unternehmen verlagern ihre Produktion ins Ausland oder entwickeln internationale Einkaufsstrategien. Die Volksrepublik China ist einer der interessantesten Beschaffungsmärkte der Welt. Insbesondere für den Mittelstand bietet der Beschaffungsmarkt China noch ungenutzte Chancen, Kostenvorteile im internationalen Wettbewerb zu nutzen.

Das teilt die Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH (KMK) mit, die vom **7. bis 9. März 2005** im Kongresszentrum **Karlsruhe** einen zweitägigen Kongress mit anschließender, eintägiger Seminarreihe veranstaltet. „Unternehmer, Geschäftsführer und Verantwortliche für globale Einkaufs- und Produktionsstrategien erfahren hier, wie sie ihren internationalen Einkauf optimal organisieren“, sagt Peter Hermany, Geschäftsbereichsleiter Kongresse von der KMK. Der Austausch praktischer Erfahrungen bei der Suche

und Auswahl geeigneter Lieferanten stehe hierbei im Mittelpunkt.

Auf der begleitenden Fachausstellung könnten sich Dienstleistungsunternehmen rund um das Thema Sourcing, Fachmedien, Verbände und Organisationen präsentieren und mit kompetenten Entscheidern und Einkäufern ins Gespräch kommen.

Einen besonderen Rahmen bilde zudem eine Kontaktbörse mit chinesischen Lieferanten, das heißt der Besucher könne bereits bei der Veranstaltung in direkten Kontakt zu potenziellen Herstellern treten.

Je nach Interessenlage und Stand der jeweiligen China-Aktivitäten könnten die Teilnehmer am dritten Tag in interaktiven Seminaren Themenfelder intensivieren. Praxisnähe und Handlungsorientierung seien Maxime der Veranstaltung und fänden ihre konsequente Fortführung in einer geplanten Einkäuferreise nach China im Nachgang zur Veranstaltung. (lg)

i Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH (KMKG)
Valentina Mudersbach
Festplatz 9
76137 Karlsruhe
Telefon 0721/3720-2136
Telefax 0721/3720-2109
valentina.mudersbach@kmsg.de
www.kmsg.de

► Fortsetzung von Seite 9 „Die deutsche Wirtschaft ...“

schen Erfolg. Die Deutschen Botschafter in China, Indien, Japan und Thailand diskutieren mit deutschen Unternehmern das politische Umfeld in ihren Ländern und unterstützende Maßnahmen seitens der deutschen Auslandsvertretungen besonders bei Großprojekten. Den Konferenzteilnehmern wird aufgezeigt, in welchen Ländern der Region politische Stabilität und eine unternehmerfreundliche Wirtschaftspolitik praktiziert werden und daher ein unternehmerisches Engagement besonders interessant ist.

Die große Mehrheit der Wirtschaftsbeziehungen deutscher Unternehmer mit der asiatisch-pazifischen Region wird von der deutschen Klein- und Mittelindustrie

geknüpft. Diese Unternehmer besitzen eine hohe Effizienz und einen hohen Grad technischer Fähigkeiten. Ihnen fehlt es jedoch an Planungsstäben, internationalem Marketing-Know-how und Erfahrungen in unbekannten fremden Märkten. Sie sind auf objektive qualifizierte Hilfe vor Ort angewiesen, der seit Jahren erfolgreiche Tätigkeitsbereich der deutschen Auslands-handelskammern sowie der deutschen Banken. Vertreter deutscher Auslandshandelskammern vor Ort mit langjähriger Erfahrung sowie ein Vertreter einer deutschen Geschäftsbank werden über ihre Tätigkeiten berichten und Beispiele geben, wo sie in welcher Weise deutschen anfragenden Unternehmern ins Geschäft verholfen haben.

Der bereits anfangs angesprochene Workshop „Handel: Asien als Bezugsmarkt“



Risikomanagement

Information und Service zu den Risiken im Asiengeschäft

- *Ausführungsgewährleistungen des Bundes*
- *Länderstudien der Coface: Ratings, Risiken und Zahlungsverhalten*
- *Finanzdaten von Dun&Bradstreet zu 6 Millionen Unternehmen in Asien - ohne Abo, ohne Registrierungsgebühr: Abrechnung einzelner Dokumente über Ihre Telefonrechnung*
- *@rating-Check: Bis zu 100% Forderungsausfallrisiko gegenüber Unternehmen - per Mausklick*

Risiken minimieren:

www.localglobal.de/service



wird moderiert von dem Präsidenten des Bundesverbands des Deutschen Groß- und Außenhandels. Diskussionsteilnehmer sind erfahrene Mitarbeiter deutscher und ausländischer Beschaffungsunternehmen, die über ihre Tätigkeit und Erfahrungen in der Region berichten. Den Workshop-Teilnehmern wird mitgeteilt, was zu beachten ist, um kostspielige Fehler zu vermeiden.

Weitere Informationen zur Konferenz gibt es auf der Internetseite www.apk-bangkok.org mit einem Anmeldeformular zum Ausdruck oder zur Online-Anmeldung. Anmeldeschluss ist der 31. Oktober 2004.

Dr. Paul Strunk,

*Direktor der Asien-Pazifik-Konferenz,
Rechtsanwalt und Geschäftsführer der
Deutsch-Thaiändischen Handelskammer*
 www.apk-bangkok.org

finanzierung

Wirtschaftliche Liberalisierung stagniert

Chinas Einstufung in Länderratings

Politische und wirtschaftliche Instabilitäten erhöhen das strategische Risikopotenzial für international tätige Unternehmen. Die Einschätzung des Länderrisikos eines Beschaffungsmarkts oder Investitionsstandorts ist sehr schwierig, da zahlreiche quantitative und qualitative Einflussfaktoren mit zum Teil hoher Unsicherheit den Risikograd von internationalen Engagements bestimmen. Gerade Asien hat erfahren müssen, wie verheerend sich finanzpolitische Missstände auf die Realwirtschaft auswirken.

Die im Folgenden dargestellten Länderrisikobewertungen stellen die Volksrepublik China aus unterschiedlichsten Blickwinkeln dar. Die Gegenüberstellung mit anderen Emerging Markets in den einzelnen Länderbewertungen ermöglicht eine gewisse „objektive“ Positionierung Chinas zu diesen Vergleichsländern.

Sovereign Risks

Das Bonitätsrisiko eines Staates „Sovereign Risk“ gibt Aufschluss über die Ausfallwahrscheinlichkeit der Zahlungen eines Staates. Diese entsteht, wenn ein Staat seinen Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen „möchte“ (zum Beispiel politische Aspekte) oder nicht nachkommen „kann“ (volkswirtschaftliche Aspekte). Beide Arten von Risiken sind nicht scharf voneinander zu trennen und interdependent. Politische Instabilität kann zu einem wirtschaftlichen Abschwung führen und ein wirtschaftlicher Abschwung zu politischer Instabilität.

Das Bonitätsrisiko folgt aus der Beurteilung beider Bereiche, wobei die schlechtere Bewertung eines Bereichs einen stärkeren Einfluss auf das endgültige Rating ausübt. Das heißt, der instabile dominiert immer den stabilen Bereich.

Wichtigste Bewertungskriterien bei den politischen Risiken sind beispielsweise das politische System, Qualität der Regierungsarbeit, Arbeitsmarktstabilität, soziale und demographische Aspekte und Außenpolitik. Ökonomische Risiken hinsichtlich der Solidität eines Staates basieren etwa auf Wirtschaftswachstum, Zinsniveau/-entwicklung, Wechselkursentwicklung, Staats- und Auslandsverschuldung und Wirtschaftspolitik. Die Tabelle 1 stellt die Standardklassifizierungen der Ratingagenturen Standard & Poor's, Moody's und Fitch für die Bonität von Staatsanleihen dar und ordnet die entsprechenden Symbole bestimmten Ausfallwahrscheinlichkeiten zu.

Aufgrund unterschiedlicher Kriterien und Gewichtungen der Ratingagenturen bei der Risikobewertung kann es zu kleinen Abweichungen kommen, die sich aber in der Regel nur im Rahmen einer Bewertungsstufe bewegen, zum Beispiel AA- statt AA. China steht im Vergleich zu vielen Emerging Markets im vorderen Mittelfeld, was den soliden Finanzstatus der Volksrepublik widerspiegelt.

Global Competitiveness Report

Die Beurteilung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit eines Landes basiert beim Global Competitiveness Report (GCR) des World Economic Forum maß-

geblich auf der Fähigkeit eines Landes, auf der Basis geeigneter Rahmenbedingungen seine Ressourcen derart zur Entfaltung zu bringen, dass eine nachhaltige positive Wirtschaftsentwicklung und eine Erhöhung des Wohlstands erreicht werden. Die Bewertung findet auf makropolitisch-er Ebene - Growth Competitiveness Index (GCI) - und mikropolitisch-er Ebene - Business Competitiveness Index (BCI) - statt. Zahlreiche mikro- und makroökonomische Faktoren (qualitative und quantitative) werden dabei zunächst zu Teil- und dann zu Gesamtindizes komprimiert. Der GCR ist somit eine mehrdimensionale Darstellung der Wettbewerbsfähigkeit eines Landes.

Der GCI setzt sich aus drei Teilindizes zusammen, mit denen vor allem die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft abgebildet werden soll: Technologie-Index (Innovationsindex, Informations- und Kommunikationsindex, Technologie-Transfer-Index), makroökonomische Rahmenbedingungen (makroökonomische Stabilitätsindex, Länder-Kreditranking, Staatsausgaben) und öffentlicher Institutionen-Index (Gesetze und Verträge, Korruptionsindex). Der BCI setzt sich aus zwei Teilindizes zusammen und versucht primär, die aktuelle Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft abzubilden. Qualität der

► Fortsetzung Seite 12

Tabelle 1: Länderbewertungen von Ratingagenturen

Land	Standard & Poor's ¹		Moody's ²		Fitch ³	
	Rating	Outlook	Rating	Outlook	Rating	Outlook
Deutschland	AAA	Stable	Aaa	Stable	AAA	Stable
Tschechien	A-	Stable	A1	Stable	A-	Stable
Ungarn	A-	Stable	A1	Stable	A-	Negative
Estland	A-	Stable	A1	Stable	A-	Positive
Litauen	A-	Stable	A3	Positive	BBB+	Positive
China	BBB+	Positive	A2	Stable	A-	Positive
Lettland	BBB+	Positive	A2	Stable	BBB+	Positive
Polen	BBB+	Stable	A2	Stable	BBB+	Stable
Südafria	BBB	Stable	Baa2	Positive (m)	BBB	Stable
Indien	BB	Stable	Baa3	Stable (m)	BB+	Stable
Türkei	B+	Positive	B1	Stable (m)	B+	Stable
Brasilien	B+	Positive	B2	Stable	B+	Stable

¹ Stand: 01.06.2004 <http://www.standardandpoors.com> (kostenlose Registrierung)

² Stand: 31.05.2004 <http://www.moody.com> (kostenlose Registrierung)

³ Stand: 27.12.2003 <http://www.fitchratings.com>

Tabelle 2: Growth und Business Competitiveness Ranking*

Land	Growth Competitiveness Ranking ¹			Land	Business Competitiveness Ranking ⁴		
	Tendenz	2003 ²	2001		Tendenz	2003	2001
Finnland	←	1	2	Finnland	←	1	1
Deutschland	↖	13	17	Deutschland	←	4	4
Estland	↑	22	29	Südafrika	↙	27	25
Ungarn	↓	33	28	Estland	←	28	28
Lettland	↑	37	47	Lettland	↑	29	41
Tschechien	↙	39	37	Brasilien	↙	34	30
Litauen	↖	40	43	Tschechien	←	35	34
Südafrika	↓	42	34	Indien	←	37	36
VR China³	↓	44	39	Ungarn	↓	38	27
Polen	↓	45	41	Litauen	↑	40	-
Mexiko	↓	47	42	VR China³	↙	45	43
Brasilien	↓	54	44	Polen	↖	47	42
Indien	←	56	57	Mexiko	↑	48	52
Türkei	↓	65	54	Türkei	↓	52	35
Russische F.	↓	70	63	Russische F.	↓	66	56

* Global Competitiveness Report 2003-2004 (www.weforum.org)

¹ 102 einbezogene Länder in 2003 (2002: 80; 2001: 74), die ca. 97,8% des weltweiten BIP entsprechen

² Neubewertung des Index in 2003. Innerhalb des Macroeconomic Environment Index wurde die Variable „Anteil der Staatsausgaben am BIP“ durch die Variable „Öffentliche Verschwendung“ ersetzt.

³ ohne Hong Kong und Taiwan

⁴ auf Basis von konstant 80 Ländern seit 1998

Da jedes Jahr neue Länder einbezogen wurden, ist ein Rang-Jahresvergleich im GCI für ein Land bzw. zwischen mehreren Ländern nur eingeschränkt möglich.

► Fortsetzung von Seite 11 „Chinas Einstufung ...“

Unternehmensführungsindex und der Qualität des mikroökonomischen Geschäftsumfeldsindex.

Die unbefriedigende Platzierung der Volksrepublik China im Mittelfeld der beiden Indizes resultiert aus dem unterdurchschnittlichen Abschneiden im Technologie- und öffentlichen Institutionenindex beim GCI und dem lediglich durchschnittlichen Rang in den beiden Komponenten des BCI. Nur bei den makroökonomischen Rahmenbedingungen (GCI) kann sich das Reich der Mitte weiter vorn platzieren. Gründe des Rückgangs beim GCI und BCI liegen vorrangig in einer schlechteren Einschätzung der Qualität der öffentlichen Institutionen, zum Beispiel Korruption, unabhängigen Rechtsprechung, Handelsbarrieren etc. Das relativ schlechte Abschneiden beim Public Institution Index (Rang 52) und Technology Index (65) verhindert eine bessere Platzierung, die durch die gute Platzierung beim Macroeconomic Environment Index möglich gewesen wäre.

Corruption Perception Index

Der Corruption Perception Index (CPI) ist ein aus bis zu 17 unterschiedlichen Studien von 13 unabhängigen Institutionen zusammengesetzter Index. Die Zielgruppe der Befragung soll eine möglichst breite und objektive Basis von Personen gewährleisten, die unmittelbar Betroffene und Entscheider im Bereich Investition und Handel sind und somit Betroffene von Korruption sein können. Unter Korruption wird die Ausnutzung öffentlicher Ämter zum eigenen Vorteil verstanden. Der CPI gibt das Ausmaß der wahrgenommenen oder erfahrenen Korruption mit Politikern und/oder Behörden an.

China steht im Mittelfeld der 133 untersuchten Länder und klar hinter vielen Emerging Markets. Es zeigt sich ein leicht positiver Trend. Das Hauptproblem Chinas liegt in den öffentlichen Institutionen. Wie in autoritären Systemen üblich, wurden wichtige Positionen in der Staatsverwaltung primär aufgrund von Beziehungen, Linientreue und Parteizugehörigkeit vergeben und weniger wegen der Qualifikation. Zudem ist die Rechtsprechung nicht völlig unabhängig.

Der allgemeine gesellschaftliche und wirtschaftliche Transformationsprozess im riesigen China überlastet die kontrollierenden und überwachenden öffentlichen Institutionen. Der Anreiz, Ämter zum eigenen Vorteil auszunutzen, ist verlockend, zum Beispiel in der öffentlichen Auftragsvergabe oder bei Genehmigungsverfahren. Chinas Regierung versucht, der Korruption durch strengere Gesetze sowie Kontrollen der öffentlichen Institutionen Herr zu werden - mit ersten Erfolgen.

Index of Economic Freedom

Seit 1995 bildet der Index of Economic Freedom jährlich das Konstrukt „wirtschaftliche Freiheit“ anhand 50 unabhängiger Variablen ab, die sich in zehn Gruppen subsumieren lassen. Außenhandelspolitik (1), Staatsquote und steuerliche Belastung (2), Einmischung des Staates in das Wirtschaftsgeschehen (3), Geld- und Währungspolitik (4), Kapitalverkehr und ausländische Investitionsbedingungen (5), Banken- und Finanzwesen (6), Löhne und Preise (7), Eigentums-/Verfügungsrechte (8), Regulierungen im Wirtschaftsgeschehen (9) und Schwarzmärkte (10). Es wird angenommen, dass diese Faktoren einen maßgeblichen Beitrag zur freien wirtschaftlichen Entfaltung von Wirtschaftssubjekten leisten, die als Basis für die Steigerung des Wohlstands und der Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft angesehen wird. Die wirtschaftliche Freiheit eines Landes ist umso höher, je geringer der Staatseinfluss auf das Wirtschaftsgeschehen ist beziehungsweise je besser der Staat Fehlentwicklungen, die den marktwirtschaftlichen Regulierungsmechanismus unterwandern verhindert.

Im Index of Economic Freedom von 2004 wird an China die zurückhaltende Liberalisierung der Wirtschaft bemängelt. Es werden auch starke Bedenken an der Glaubhaftigkeit der von der Regierung veröffentlichten Wirtschaftsstatistiken angeführt, die mit Aussagen internationaler Banken belegt werden. Die Mehrzahl der Emerging Markets konnte sich in den vergangenen Jahren verbessern, während China auf hohem Niveau stagniert. ►

- In den für international tätige Unternehmen besonders wichtigen Kategorien wie Außenhandelspolitik, Kapitalverkehr und direkte Auslandsinvestitionen, staatliche Eingriffe in das Wirtschaftsgeschehen sowie Eigentumsrechte schneidet China durchweg schlecht ab. Protektionistische Maßnahmen in der Außen- und Binnenwirtschaft (zum Beispiel Einfuhr-, Ausfuhr- und Investitionsbestimmungen), die Verflechtung der Regierung im Wirtschaftsgeschehen durch noch immer große und zahlreiche Staatsbetriebe (etwa 150.000 Betriebe mit 50 Millionen Beschäftigten), korruptionsanfällige Verwaltungen sowie eine schwache und regierungsabhängige Justiz werden als Hauptgründe für das relativ schlechte Abschneiden Chinas aufgeführt.

Foreign Direct Investment Confidence Index

Der Foreign Direct Investment (FDI) Confidence Index wird jährlich von A.T.

Rang	Land	FDI
1 (1)	China	1,971
2 (2)	USA	1,627
3 (9)	Mexiko	1,058
4 (11)	Polen	1,058
5 (4)	Deutschland	1,056
6 (15)	Indien	1,036
7 (3)	Großbritannien	1,024
8 (17)	Russland	0,993
9 (13)	Brasilien	0,943
10 (7)	Spanien	0,94
11 (5)	Frankreich	0,908
12 (6)	Italien	0,907
13 (14)	Tschechische Rep.	0,883
14 (8)	Kanada	0,87
15 (12)	Japan	0,846
16 (20)	Thailand	0,832
17 (16)	Ungarn	0,822
18 (21)	Südkorea	0,812
19 (10)	Australien	0,719
20 (24)	Taiwan	0,696
21 (33)	Vietnam	0,693
22 (18)	Hong Kong	0,686
23 (42)	Malaysia	0,667
24 (29)	Türkei	0,659
25 (31)	Indonesien	0,636

(FDI) Confidence Index® Ranking 2003
0-3 Skala (low – high confidence)

Tabelle 3: Corruption Perceptions Index (CPI)

Rang ¹	Land	Tendenz	CPI-Wert ² 2003 Skala von 0-10	CPI-Wert 2002	CPI-Wert 2000	Berücksichtigte Studien in 2003
1	Finnland	↙	9,7	9,7	10,0	8
16	Deutschland	↗	7,7	7,3	7,6	11
33	Estland	↙	5,5	5,6	5,7	12
40	Ungarn	↓	4,8	4,9	5,2	13
41	Litauen	↑	4,7	4,8	4,1	10
48	Südafrika	↓	4,4	4,8	5,0	12
54	Brasilien	↔	3,9	4,0	3,9	12
54	Tschechien	↓	3,9	3,7	4,3	12
57	Lettland	↑	3,8	3,7	3,4	7
64	Mexiko	↑	3,6	3,6	3,3	12
64	Polen	↓	3,6	4,0	4,1	14
66	VR China	↑	3,4	3,5	3,1	13
77	Türkei	↓	3,1	3,2	3,8	14
83	Indien	↔	2,8	2,7	2,8	14
86	Russische F.	↑	2,7	2,7	2,1	16

¹ 133 untersuchte Länder
² von „0 = sehr korrupt“ bis „10 = korruptionsfrei“

Kearneys Global Business Policy Council ermittelt und basiert auf der Befragung von Vorständen und Führungskräften der weltweit 1.000 größten Firmen. Zusätzlich wird auf die Datenbasis internationaler Organisationen zurückgegriffen.

Die weltweit grenzüberschreitenden Investitionen gingen im vergangenen Jahr um weitere 21 Prozent (Rückgang 2002: 41 Prozent) von 824 Mrd USD auf 651 Mrd USD zurück. Big Emerging Markets wie die Volksrepublik China, Russland, Brasilien sowie Emerging Markets aus Osteuropa konnten deutlich zulegen. Die Bundesrepublik Deutschland belegt unter den Ländern der Europäischen Union mit 38,1 Mrd USD erstmals den ersten Platz.

Klarer Spitzenreiter bei internationalen Investoren war wieder einmal China. Gut ein Drittel der befragten Personen beurteilten Chinas Aussichten auf internationale Investments positiver als im Vorjahr. Erstmals seit 1998 stellen Emerging Markets (China, Mexiko, Polen, Indien, Russland, Brasilien) die Mehrzahl der zehn attraktivsten Investitionsländer. Diese Entwicklung spiegelt sehr gut den Trend zur Auslagerung von Unternehmensaktivitäten an günstigere Standorte, die auch als Brückenköpfe zur Bearbeitung neuer Ländermärkte dienen. (Potenzielle) China-Investoren führen

folgende Standortvorteile an: langfristige Wachstumsaussichten der Wirtschaft, steigendes verfügbares Pro-Kopf-Einkommen, WTO-Beitritt, das schier unerschöpfliche Arbeitskräfteangebot mit steigender Arbeitskräftequalität und die zunehmende Öffnung des chinesischen Marktes für ausländische Unternehmen (zum Beispiel die Gründung von Wholly Foreign Owned Enterprises).

Ingo Stetter

CfSM - Centrum für Supply Management GmbH

Der Text ist im Buch „BME/Bogaschewsky (Hrsg.): Einkaufen und investieren in China“ erschienen. Er wurde „sourcing asia“ zur Verfügung gestellt



Asien lernen: Veranstaltungen zur Außenwirtschaft

Termin	Ort	Thema	Veranstalter
01.11.2004	Shanghai	SIF 2004	Schleswig-Holstein http://www.wsh.de
01.11.2004	offen	Firmengemeinschaft-Beteiligung	Bayern http://www.bayern-international.de
01.11.2004	HhoChiMinh Stadt, Hanoi	Branchenübergreifende Kontakt- und Kooperationsbörsen	Baden-Wuerttemberg http://www.gwz.de
01.11.2004 - 05.11.2004	Kunming	China Medical Equipment Fair 2004	Bayern http://www.bayern-international.de
01.11.2004	Berlin	„Schutz des geistigen Eigentums in China“	BMW - Forschungsk Kooperation http://www.forschungskoop.de
01.11.2004	Seoul	Kooperationsförderung technischer Dienstleister und innovativer Unternehmen - Korea	BMW - Technische Dienstleister http://www.bmw.de
01.11.2004	Seoul	Deutsch-Koreanisches Kooperationstreffen	BMW - Forschungsk Kooperation http://www.forschungskoop.de
02.11.2004	Köln	Go Mid East	IHK Koeln http://www.veranstaltungen.ihk.de
03.11.2004	Bielefeld	Japan und China - Konkurrenten im südostasiatischen Raum?	IHK Bielefeld http://www.veranstaltungen.bielefeld.ihk.de
05.11.2004 - 12.11.2004	Tokio	Unternehmerreise für Maschinenbau-Unternehmen und Automobil-Zulieferer	Sachsen http://www.sachsen.de
09.11.2004	Bonn	Intensivsprechttag Hongkong	IHK Bonn http://www.ihk-bonn.de
10.11.2004 - 17.11.2004	Beijing, Shanghai	Professionals in Dialogue: „Bauen in China“	VBI http://www.vbi.de
10.11.2004 - 17.11.2004	Peking, Shanghai	Informations- und Kontaktveranstaltung China	BMW - Informations- und Kontaktveranstaltung http://www.ixpos.de
13.11.2004 - 20.11.2004	Shenzhen, Bangkok	Unternehmerreise nach China und Thailand	IHK Nuernberg //
13.11.2004 - 21.11.2004	Shanghai, Xiamen, Guangzhou, Hongkong	Unternehmerreise nach China	Ostasiatischer Verein http://www.oav.de
14.11.2004 - 19.11.2004	New Delhi, Hyderabad, Bangalore	Kontakt- und Kooperationsbörse Indien	Baden-Wuerttemberg http://www.gwz.de
15.11.2004 - 17.11.2004	Taipei, Hsinchu	Unternehmerreise Taiwan	Sachsen http://www.sachsen.de
15.11.2004 - 16.11.2004	Changsha (Provinz Hunan)	EU-Hunan Asia-Interprise 2004 (EU-Kooperationsbörse)	EIC http://www.eic-trier.de
18.11.2004 - 19.11.2004	Bangkok	10. Asien-Pazifik-Konferenz	AHK http://www.ahk-china.org
18.11.2004 - 19.11.2004	Bangkok	10. Asien-Pazifik Konferenz der Deutschen Wirtschaft	Ostasiatischer Verein http://www.oav.de
20.11.2004 - 27.11.2004	Ho Chi Minh Stadt, Hanoi	Technisches Symposium Vietnam	Baden-Wuerttemberg http://www.gwz.de
22.11.2004 - 26.11.2004	Tokio	Environmental Technologies Wastec Trade Fair	DIHK http://www.eugatewaytojapan.org
22.11.2004	Bielefeld	Zertifizierung, Normung und Standardisierung in China	IHK Bielefeld www.veranstaltungen.bielefeld.ihk.de
22.11.2004	Bielefeld	Lieferantenmanagement	IHK Bielefeld www.veranstaltungen.bielefeld.ihk.de

Geschäftsanhaltung in China

Mit den richtigen Unterlagen zum Erfolg

Auf dem Weg zu einer strategischen, für beide Seiten nutzenstiftenden Geschäftsbeziehung mit chinesischen Partnern sind einige wesentliche Besonderheiten und Voraussetzungen zu berücksichtigen. Einkäufer aus westlichen Industrienationen müssen sich in der Volksrepublik auf vollkommen andere Marktverhältnisse als auf ihren Heimatmärkten einstellen. Bewegt man sich in den hoch entwickelten Volkswirtschaften, einmal von wenigen Ausnahmen abgesehen, auf Käufermärkten, sind im boomenden China meist die Anbieter in der komfortableren Position: Qualitativ hochwertige Waren produzierende Zulieferbetriebe haben sich einen Namen gemacht, ihre Kapazitäten sind gut ausgelastet. Die internationalen, auf Kostenreduzierung bedachten Einkäufer sind es, die miteinander im Wettbewerb stehen und die die ersten Mühen der Geschäftsanhaltung tragen müssen. Hierbei werden viele Fehler begangen, oft mit fatalen Folgen, denn die Weichen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit werden gleich zu Beginn gestellt.

So sind Anfragen aus Deutschland ohne Kontaktaufnahme vor Ort von vornherein zum Scheitern verurteilt. Sie führen erfahrungsgemäß entweder zu keiner Angebotsabgabe, zur Abgabe eines unvollständigen Angebots oder zu überhöhten Preisen. Aus diesem Grund ist eine gute Infrastruktur

vor Ort ein absolutes Muss. In der Praxis aber werden häufig die Vertriebsmitarbeiter zusätzlich mit dem Einkauf betraut. Dabei unterschätzen die Unternehmen, dass originäre Einkäufer viel professioneller arbeiten und dass Vertriebsleute Lieferanten kaum objektiv bewerten können. Deswegen sind unbedingt Einkaufsprofis zu engagieren, entweder eigene Leute oder Dienstleister.

Was die Verhandlungen angeht, sind Abschlüsse unter Zeitdruck zu vermeiden. Da die Chinesen auf den Zeitfaktor setzen, gehen Schnellschüsse auf Kosten eines günstigen Preises. Außerdem besteht die Gefahr, dass Produktspezifikationen ungenügend ausgetauscht werden.

Die Beziehungspflege erfordert viel mehr Kommunikation als im Westen

Glauben Sie nicht, wenn die Verträge erstmal geschlossen sind, dass die wichtigsten Punkte nun fest vereinbart seien. Auch ein Vertrag ist für den Chinesen immer noch verhandelbar. Das ist genauso Ausdruck seiner Mentalität wie wenn er Wünsche, Anliegen oder Fragen meist nie mit „Nein“ beantwortet. Sein Gesicht zu wahren, hat für den Chinesen oberste Priorität, Schweigen ist dann nicht mit Zustimmung gleichzusetzen. Ständiges Hinterfragen kann in diesem Zusammenhang Missverständnissen vorbeugen - überhaupt verlangt die Beziehungspflege, nicht nur zu Geschäftsleuten, viel mehr Kommunikation als in unseren Breitengraden. Nur so wird das nötige Vertrauen zwischen unterschiedlichen Kulturen aufgebaut. Vertrauen wiederum ist die eine Sache, Kontrolle aber ist besser. Referenzlisten, die zum Beispiel Sie-

Grundlagen einer erfolgreichen Anfrage

- Anfrage einschl. Spezifikation in Englisch
- Bezug zu internationalen Normen
- interessante Stückzahl
- Anfang mit stabilen Produkten
- Abklärung der Qualität der Vormaterialien und Unterlieferanten
- Keine reinen Automatenteile/Baugruppen mit interessanter Fertigungstiefe
- Zeitraum bis zur ersten Freigabe 6-12 Mon.
- Individuelle Qualitätsvereinbarungen erstellen
- Internationale Kaufverträge
- Einbeziehung aller internen Stellen
- Zahlungsweise mit Hausbank absprechen (L/C, Währungsrisiko)
- Abwägung aller Risiken nach dem Total Cost of Ownership Modell
- Mut zur Risikobereitschaft

mens als Kunden vorgaukeln, sind keine Einzelfälle.

Aufgrund dieser Besonderheiten im chinesischen Beschaffungsmarkt geht GPS für seine Kunden Schritt für Schritt vor (siehe Abbildung unten). Zunächst findet ein Pre-Scanning statt, bei dem die in Frage kommenden Lieferanten auf ihre technologische Ausstattung hin überprüft werden. Gibt es eine F&E-Abteilung, kommen Werkzeugmaschinen zum Einsatz und so weiter, lauten in diesem Stadium die entscheidenden Fragen. Eine konkrete Anfrage mit spezifizierten Teilen wird erst nach dieser Vorauswahl gestartet. Dabei ist es wichtig, die Spezifikation zunächst sehr allgemein zu halten, da detaillierte Anfrageunterlagen erst später beachtet und hinterfragt werden. Wo noch keine Geschäftsbeziehung besteht, möchten Chinesen nicht fünfzig Seiten Spezifikationen lesen. Jetzt ist der Chineser am Zug: Er macht sein erstes Preisangebot, das aber nur als Richtschnur dienen kann. Der endgültige Preis, auch belastbarer Preis genannt, wird erst in den folgenden Verhandlungsrunden ausgehandelt. Bis zur Aufnahme der Geschäftsbeziehung vergehen somit drei bis sechs Monate. Netto-Einsparungen durch Beschaffung in China lassen sich nach unseren Erfahrungen nach 24 bis 36 Monaten erzielen. Dafür sollte man ein anfängliches Budget von etwa 50.000 EUR einplanen.

Tactics to reach our Targets





Service

Procurement

Consulting

www.gps-logistics.com

Quality

Logistics

Sales support

**World class service
from strategic locations
in Asia with concept.**

in cooperation with:

gic / AHK / BME

GPS in Zahlen

Gegründet: 1996 in Frankfurt /
1997 in Singapore

Bürostandorte: Deutschland, Singapo-
re, Shanghai, Ningbo und Guangzhou
Mitarbeiter: 20 feste zzgl. Projektmit-
arbeiter

GPS-Kompetenzen

- Einkaufsoptimierung durch den Einsatz von Global Sourcing
- Erstellung von Produkt- und Lieferantenportfolios
- Sourcing in Asien
- Beschaffungsmarktforschung
- Erstellung von Marktanalysen
- Lieferantenmanagement und qualifizierung
- Gesamtbetreuung des Einkaufs (Auftragsabwicklung und Terminverfolgung)
- Preis- und Vertragsverhandlungen
- Unterstützung bei Target Costing und Re-Design/Engineering-Programmen
- Erarbeitung und Umsetzung von Logistikkösungen (z. B. produktions synchrone Anlieferverfahren)
- Trouble Shooting
- Erstellung und Einsatz von eProcurement Lösungen
- Potenzialanalysen und strategische Unternehmensberatung
- Konzeption und Implementierung von neuen Produktions- und Vertriebsstrukturen in Asien
- Projektmanagement
- Unterstützung und Durchführung von Engineering-Projekten
- Realisierung von Supply-Chain-Management-Netzwerken zwischen asiatischen Lieferanten und europäischen Kunden
- Suche und Betreuung von asiatischen Partnerfirmen

i Global Procurement Consulting
Wilfried Krokowski - Executive
Director
Haegerstieg 49
D-34346 Hann. Münden
Tel.: +49 (5541) 31 220
Fax: +49 (5541) 31 231
E-Mail germany@gps-logistics.com
Internet: www.gps-logistics.com

Automobilindustrie in China

Die meisten großen Hersteller der Automobilindustrie und deren direkte Zulieferer haben die Volksrepublik als den Wachstumsmarkt schlechthin erkannt und planen weitere Investitionen. Dies teilt die Management Circle AG, Eschborn, mit. Volkswagen allein plane in den nächsten zwei Jahren zusätzliche Investitionen in Höhe von insgesamt sechs Mio EUR. Das vor nicht allzu langer Zeit noch autofreie Land sei in kürzester Zeit zum viertgrößten Automobilmarkt herangewachsen. Auf seiner am **6. und 7. Dezember 2004** in **Frankfurt/Main** stattfindenden Konferenz „Automobilmarkt China. Der Zukunftsmarkt für Automobilhersteller und -zulieferer“ vermittelt der Spezialist für berufliche Weiterbildung von Fach- und Führungskräften das notwendige Hintergrundwissen, um auf dem Automobilmarkt China Fuß zu fassen oder die Präsenz auszubauen.

Am ersten Tag würden sich die Teilnehmer mit den Rahmenbedingungen für den Aufbau einer Produktionsstätte in China, insbesondere mit Fragen zu Markteintritt, Gesetzen und Organisationsformen, auseinandersetzen. Am darauf folgenden Tag stünden Logistik- und Einkaufsstrukturen im Mittelpunkt der Diskussion. Außerdem würde besprochen, wie ein Qualitätsmanagement implementiert werden könne. Die Teilnahmegebühr für die zweitägige Konferenz beträgt 1.545 EUR. Am Folgetag bietet Management Circle die Ergänzungsseminare „Chinesische Lieferanten: Ihr Leitfaden für Auswahl, Bewertung und Kooperation“ und „Next Step Automobilmarkt Indien? Ein Vergleich: Indien - China“ an. Die Seminare sind jeweils getrennt buchbar. (lg)

i Management Circle AG, Eschborn
Iris Krämer
Telefon 06196/4722-688
kraemer@managementcircle.de
www.managementcircle.de

39. Symposium „Einkauf und Logistik“

Nach Jahren der Konsolidierung und Kostensenkung gehen die Unternehmen wieder auf Wachstumskurs. Profitables Wachstum kann es jedoch ohne Innovationen nicht geben, wie der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) mitteilt. Im Fokus stünden daher neue Produkte, weiterentwickelte Produkt- und Verfahrenstechnologien aber auch neuartige Systeme und Strukturen. Hierzu bedürfte es nicht nur höherer Investitionen für Forschung und Entwicklung, sondern auch gemeinsamer Anstrengungen aller Unternehmensbereiche und der Einbeziehung innovativer Lieferanten und Dienstleister.

Aus diesem Grund veranstaltet der BME vom **15. bis 17. November 2004** sein 39. Symposium „Einkauf und Logistik“ in **Berlin**. In Plenumsvorträgen, 20 Fachkon-

ferenzen, Morning-Specials, Workshops und begleitender Ausstellung würden die Teilnehmer einen Einblick erhalten, wie Einkauf und Logistik zu einem von Innovationen getragenen profitablen Wachstum beitragen und wie Innovationsnetzwerke mit den besten Lieferanten und Dienstleistern aufgebaut und geführt werden können. Außerdem erfahre man, unter anderem durch Best Practices, wie Unternehmen Einkauf und Logistik nutzen, um ihre Agilität zu erhöhen und wie sie durch intelligentes Sparen den finanziellen Spielraum für Innovation und Wachstum nachhaltig erweitern. (lg)

i Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V.
Silvia Hamann
Telefon 0 69/ 30 83 8 -120
silvia.hamann@bme.de
www.bme.de

Fit für Geschäfte in der Volksrepublik

China wird 2015 das Land mit der höchsten Kaufkraft und einer der bedeutendsten strategischen Märkte sein. Dies teilt die Management Circle AG, Eschborn, mit und bietet daher am **12. und 13. Oktober 2004** in **Frankfurt/Main** das Seminar „Fit for China. Ihr Leitfaden zum Aufbau Ihrer Geschäftsbeziehungen nach China“ an. Auf der Veranstaltung lerne man, wie der Einstieg in den Wachstumsmarkt erfolgreich gelingt und wie die neuen Wirtschaftsbeziehungen optimal abgesichert werden. Wiederholt wird die Veranstaltung am **9. und 10. November** in **München** und vom **30. November bis 1. Dezember** in **Köln**. (lg)

i Management Circle AG, Eschborn
Evelin Todt
Telefon 06196/4722-0
todt@managementcircle.de
www.managementcircle.de

Einkauf in China: Chancen und Risiken

Der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik in Österreich (BMÖ) richtet am 18. Oktober 2004 in der Industriellenvereinigung in Wien den Kongress „Einkauf in China“ aus. Dabei sollen die Teilnehmer über die Chancen und Perspektiven des Geschäfts in China sowie über mögliche Risiken und rechtliche Fragen informiert werden. Wie der BMÖ weiter mitteilt, geht es dabei im Einzelnen um die Suche und Bewertung potenzieller Lieferanten, die Qualitätsprüfung und den richtigen Umgang mit chinesischen Geschäftspartnern. Zudem werden Erfahrungsberichte österreichischer Unternehmen angeboten. (lg)

i Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik in Öst. (BMÖ)
Tanja Korn
Telefon 0043-(0)1-409563114
sekretariat@bmoe.at

messen

„export21“ in Frankfurt/Main

Asien ist Chefsache

Eine neue Veranstaltung konzentriert sich ganz auf die Zukunft der mittelständischen Exportunternehmen in Deutschland und stellt darum die Erschließung der asiatischen Märkte in den Vordergrund. Am 7. und 8. Dezember 2004 findet auf dem Frankfurter Messegelände erstmals „export21“ statt, die führende Kongressmesse zu den Themen Export und Direktinvestitionen. Der neue Unternehmer-Event bietet einen attraktiven Rahmen für den Erfahrungsaustausch und für die Strategiediskussion der international tätigen Mittelständler in Deutschland.

„Asien ist Chefsache“ ist die programmatische Botschaft der neuen Veranstaltung, die der weltgrößte Messeveranstalter Reed Exhibitions im Land der „Exportweltmeister“ durchführt. Im Kongress und auf der Messe, in den Plenarveranstaltungen, in den Workshops und Themen-Arenen wird diskutiert, wie sich die mittelständischen Unternehmen in der Unternehmensorganisation in Deutschland ebenso wie bei der Präsenz auf den wichtigen Zielmärkten auf neue Herausforderungen einstellen. Wesentliche Bedingung für den nachhaltigen Erfolg von Asien-Projekten sind ausreichende Management-Ressourcen sowie der sprichwörtliche „lange Atem“.

Wie die entsprechenden Voraussetzungen im Unternehmen effizient organisiert werden können, wie langfristig zu definierende Konzepte beim Informationsmanagement, in der Personalentwicklung und bei der Steuerung von Auslandsniederlassungen und Kooperationen greifen – all dies stellt export21 vor allem an Unternehmensbeispielen dar. „Von den Besten lernen“ ist die Zielsetzung der Veranstaltung, in der

die mittelständischen Champions des Auslandsgeschäfts eigene Erfolgskonzepte vorstellen und Top-Dienstleister aus den Bereichen Beratung, Finanzierung und Logistik regionales Know-how präsentieren.

Ein weiterer Themenschwerpunkt ist die Beschaffung und industrielle Kooperation in Asien: Hier werden auf der Veranstaltung Erfahrungen und Konzepte diskutiert, wie bei Fertigung und Sourcing in Asien das enorme Kostensenkungspotenzial genutzt und gleichzeitig eine weltmarktfähige Qualität gesichert werden kann.

Asiatische Partner, wie zum Beispiel Industrieverbände aus Taiwan und China, unterstützen die Partnerbörse von export21. Inländische Besucher der Veranstaltung können in einer Partnerbörse Kooperationspartner und potenzielle Lieferanten adressieren, die dann zu einem Erstgespräch nach Frankfurt anreisen werden.

Partnerbörse für den Einkauf hilft Synergien zu nutzen

Mittelständische Unternehmen können über die export21-Börse aber auch in Deutschland fündig werden: Gerade bei Asien-Projekten sind die Kosten und Risiken möglicherweise auch dadurch einzugrenzen, dass Unternehmen Ressourcen teilen: Vom gemeinsamen

Themen-Highlights

- „Mittelständische Weltfabriken: Erfolgskonzepte für Supply Chain und Distribution in Asien“, Michael Korn, Schenker Deutschland AG
- „Unternehmensentwicklung und Steuerung von Auslandsniederlassungen“, Monika Kastl, Rödl&Partner
- „Integrierte Prozesse im Mittelstand: Fertigung an verteilten Standorten“, Dr. Michael Schmitt, SAP Deutschland AG & Co. KG
- „Die Rolle internationaler Beschaffungsmärkte“, Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky, Universität Würzburg

In eigener Sache

Ihre Vorteile

„sourcing asia“ unterstützt export21 als offizieller Medienpartner, weil die Veranstaltung die Themen Beschaffung, Outsourcing und Produktion in den asiatischen Märkten zum Thema macht und weil die Organisatoren unseren Abonnenten handfeste Vorteile bieten:

- kostenloser Eintritt zur Messe
- kostenlose Teilnahme an der Partnerbörse
- gezielte Ansprache potenzieller Lieferanten durch die ausländischen export21-Partner aus China, Taiwan und anderen Ländern
- Bereitstellung umfangreichen Dokumentationsmaterials über die Veranstaltung
- Kleiner Empfang durch die Redaktion von local global

Marktauftritt bis zur gemeinsamen Ansiedlung, von der gemeinsamen Nutzung von Management-Ressourcen über die Mengenbündelung im Einkauf bis zur Organisation eines gemeinsamen Kundendienstes – anonym gestaltete Suchprofile in der export21-Börse im Internet gestatten es, potenzielle Partner für Asien-Projekte kennenzulernen. In dem für hochrangige Unternehmer-Meetings ausgelegten Ambiente des Forums der Messe Frankfurt können auf der Veranstaltung erste vertrauliche Sondierungsgespräche geführt werden. Ein internationaler Unternehmerabend rundet den auf die Begegnung und den Erfahrungsaustausch der Unternehmer untereinander angelegten Kongress ab.

Ausstellende Unternehmen sind die HypoVereinsbank, die KfW IpeX, AK Coface, Rödl&Partner, Schenker und Lufthansa, die mit ihrer Expertise und global ausgelegten Services den Internationalisierungsprozess mittelständischer Unternehmen begleiten. Das Ticket für den zweitägigen Besuch von Kongress und Messe wird für 250 Euro angeboten.

Praxis

BMW hat sich für das südostasiatische Königreich als Standort entschieden

„Thailändische Tradition und moderne Arbeitsanforderungen passen zusammen“

In der thailändischen Provinz Rayong unterhält BMW seit Mai 2000 sein drittes Montagewerk im Ausland und das erste in Asien. Jährlich werden dort bis zu 10.000 Autos für den ASEAN-Raum produziert. Im Interview erklärt der Produktionsleiter von BMW in Thailand, Frank Roesler, was für den Standort spricht und was bei einem Engagement beachtet werden muss.

Herr Roesler, aus welchen Gründen hat sich BMW für Thailand als Produktionsstandort in Asien entschieden und beispielsweise nicht für den großen Wachstumsmarkt China?

Wir haben 1998 eine fundierte Standortanalyse durchgeführt, bei der wir alle Länder Südasiens ausführlich unter die Lupe genommen haben. Nach Berücksichtigung der Faktoren Infrastruktur, Entwicklung der Automobilindustrie, Liberalisierungsgrad, Lieferantenstruktur, Marktgröße, Arbeitsmarktbedingungen und Standortkosten führte an der Entscheidung, unser Montagewerk in Thailand zu etablieren, kein Weg mehr vorbei. Dass wir darüber hinaus von der ASEAN Free Trade Area (AFTA) profitieren, bekräftigte uns weiter in dem Entschluss. Wenn der ASEAN-Prozess in allen Mitgliedsländern implementiert sein wird, können wir Vorteile durch unser Produktionsnetzwerk innerhalb der AFTA nutzen. In China, das nicht Mitglied der AFTA ist, wäre dies nicht möglich.

Wie ist die Zuliefer-Situation in Thailand?

Thailand gilt als weltgrößter Hersteller von 1-Tonnen light pick up trucks. Neben den Japanern produzieren hier auch US-Hersteller wie GM oder AAT diese Art von Fahrzeugen. Über die Hälfte davon geht in den Export. Da auch alle namhaften japanischen PKW-Her-

steller in Thailand Fahrzeuge produzieren, hat sich die Zulieferindustrie natürlich sehr stark auf die entsprechenden Anforderungen und Spezifikationen hin entwickelt.

Resultieren für BMW daraus Probleme, geeignete Lieferanten zu finden?

Nein, da wir überwiegend mit Tochtergesellschaften oder Joint Ventures der als Global Player bekannten OEM-Lieferanten zusammenarbeiten. Nur um ein paar Beispiele zu nennen: LEAR, Johnson Controls, ZF Lemförder, Dräxlmaier, GKN, Autoliv, Asahi Glass, Michelin, Bridgestone oder Bader Leder. Mit einigen thailändischen Firmen arbeiten wir auch zusammen. Diese sind in der Lage, den hohen technischen und qualitativen Anforderungen von BMW gerecht zu werden, vor allem wenn sie technische Kooperationsabkommen mit OEM-Lieferanten haben. Rein deutsche Zulieferer behaupten sich in Thailand hauptsächlich als Lieferanten für BMW und DaimlerChrysler.

Besteht in Thailand eine Local-content-Anforderung?

Die derzeit bei BMW Thailand produzierten Fahrzeuge erfüllen die Local-content-Vorgaben der AFTA-Regularien. Alle Fahrzeuge sind exportfähig (Basis: 40 Prozent Local-content). Aufgrund der relativ günstigen Lohnkosten ist der Standort Thailand für Komponenten mit hohem manuellen Aufwand, wie zum Beispiel Achsen, Sitze und so weiter, interessant.

Bereitet das Thema Qualitätssicherung besondere Probleme?

Wir stehen vor keinem Qualitätsproblem. Es fällt kein zusätzlicher Aufwand diesbezüglich an, und es gibt auch keine spezifischen Probleme bei den Lieferanten.

Ist die logistische Infrastruktur in Thailand ausreichend?

Die logistische Infrastruktur befindet sich auf einem für die Region überdurchschnittlichen Niveau. Die Kapazitäten hinsichtlich Transport, Lagerflächen und logistischen Dienstleistungen sind ausreichend und richten sich nach dem Markt und kundenspezifischen Anfragen.

Gibt es genügend Arbeitskräfte, die ausreichend qualifiziert sind?

Hier muss zwischen Ingenieuren und Facharbeitern unterschieden werden: Der Ausbildungsstand bei Ingenieuren ist gut, entspricht jedoch nicht immer dem deutschen Niveau, vor allem nicht in der Bearbeitung komplexer Themen und bezüglich der Praxiserfahrung während des Studiums. Da kein Ausbildungssystem zum Facharbeiter beziehungsweise Handwerker vorhanden ist, gibt es auf dem thailändischen Arbeitsmarkt „nur“ angelegte Arbeitskräfte, die durch ein Training-on-the-job an die jeweiligen Anforderungen herangeführt werden; diese aber mit großer Sorgfalt und Engagement umsetzen. Thailändische Tradition und Modernität leben und funktionieren hier miteinander.

Wie besetzen Sie Ihr Top-Management in Thailand: Deutsch oder deutsch-thailändisch gemischt?

Das Top-Management ist deutsch-thailändisch gemischt, da es Bereiche wie zum Beispiel das Personalwesen oder die Produktion gibt, bei denen es erforderlich ist, dass die thailändische Mentalität, Kultur, Sprache und Denkweise verstanden und in der richtigen Weise respektiert und umgesetzt werden. Auf der anderen Seite gibt es Funktionen (Qualität, Einkauf und Prozessplanung), bei denen der Fokus auf dem Verständnis der Philosophie der Muttergesellschaft und der korrekten Umsetzung der Prozessvorgaben liegt und auch das Netzwerk zu den Fachstellen der Muttergesellschaft notwendig ist.

Das Gespräch führten Matthias Jung und Stefan Brunner

Messen in Asien: die kommenden Events

NOVEMBER 2004	Japan/Chiba/Tokyo Energy Solution World - Energy Solution World	09.11.- 11.11.2004	China (VR)/Kanton CHINACOAT - China International Exhibition for Coatings, Printing Inks & Adhesives
NOVEMBER 2004	Indien/Mumbai (Bombay) Beauty & Health - Internationale Messe für Parfümerie-, Toiletten-, Kosmetik-, Friseur- und Gesundheitsartikel	09.11.- 11.11.2004	China (VR)/Kanton SF CHINA - China International Exhibition for Surface Finishing & Coating Products
NOVEMBER 2004	Korea (Republik)/Seoul CHAINSTORE - International Chainstore Show	09.11.- 12.11.2004	Japan/Kobe TECHNO-OCEAN - International Ocean and Coastal Development Exhibition and Symposium
NOVEMBER 2004	Korea (Republik)/Seoul ENVIRO - Technology for Environmental Protection International Trade Fair	09.11.- 12.11.2004	China (VR)/Peking BUILDING CHINA - International Exhibition on Building Materials & Building Services and Interior Decoration
NOVEMBER 2004	Korea (Republik)/Seoul KAPAS - Korea International Auto Parts & Accessories Show	09.11.- 12.11.2004	China (VR)/Peking Building Materials Machinery Expo (formerly CTC)
NOVEMBER 2004	Korea (Republik)/Seoul KOREA TECHNOMART - International Technology Symposium & Exhibition	10.11.- 12.11.2004	China (VR)/Dalian China OTC+Healthcare - International Exhibition of OTC Drugs and Healthcare Products
NOVEMBER 2004	Korea (Republik)/Seoul Satellite Broadcast Korea	10.11.- 12.11.2004	China (VR)/Hongkong/SVR COSMOPROF ASIA - Asia Pacific Beauty Fair
01.11.- 05.11.2004	China (VR)/Kunming CMEF Autumn - Fachmesse für medizinische Geräte	10.11.- 13.11.2004	China (VR)/Peking BEIJING ESSEN WELDING - International Welding and Cutting Fair
01.11.- 08.11.2004	Japan/Tokyo JIMTOF - Japan International Machine Tool Fair	10.11.- 14.11.2004	China (VR)/Peking Beijing Jewellery - International Jewellery Fair
01.11.- 07.11.2004	China (VR)/Zhuhai AIRSHOW CHINA/AIRPORT CHINA - International Aviation and Aerospace Exhibition/ International Aircraft Maintenance, Airport Equipment and Services Exhibition	10.11.- 12.11.2004	China (VR)/Shanghai Tubetec China - International Conference and Exhibition for Production of Tube, Pipe and Tubular Products
02.11.- 05.11.2004	Japan/Chiba/Tokyo TOKYO MOTOR SHOW - Internationale Ausstellung für Nutzfahrzeuge und Zubehör	10.11.- 12.11.2004	China (VR)/Shanghai WIRE ASIA - International Conference and Exhibition for Production of Wire, Cable and Wire Products
02.11.- 05.11.2004	Korea (Republik)/Seoul SIEF - Seoul International Electric Fair	10.11.- 12.11.2004	Japan/Tokyo MICROMACHINE - Exhibition MICROMACHINE
03.11.- 05.11.2004	China (VR)/Hongkong/SVR Hong Kong Optical Fair - Hong Kong Optical Fair	10.11.- 11.11.2004	Japan/Tokyo TSF - Tokyo Shoe Fair
03.11.- 05.11.2004	Indien/Mumbai (Bombay) INDIA CHEM - International Exhibition & Conference on Chemicals, Petrochemicals & Pharmaceuticals	11.11.- 14.11.2004	Philippinen/Manila Women's World - Jewelry & Watches, Fashion & Frills, Health & Fitness, Gifts & Houseware, Travel & Lifestyle
03.11.- 05.11.2004	China (VR)/Peking IG CHINA - International Exhibition on Gas Technology, Equipment and Application	12.11.- 17.11.2004	Korea (Republik)/Seoul SIEMSTA - Seoul International Exhibition of Machinery, Science & Technology for Agriculture
03.11.- 05.11.2004	China (VR)/Peking KICO Kid's Cosmos - China International Trade Fair for Children's Wear and Goods	14.11.- 27.11.2004	Indien/New Delhi IITF - India International Trade Fair
03.11.- 05.11.2004	China (VR)/Shanghai Pollutec China - Pollutec China	16.11.- 18.11.2004	China (VR)/Hongkong/SVR Real Facility Expo Asia Pacific - Asia Pacific's Industry Event for Corporate Real Estate and Facility Management
04.11.- 09.11.2004	China (VR)/Shanghai SIF - Shanghai International Industry Fair	16.11.- 19.11.2004	China (VR)/Shanghai Bauma China - Internationale Messe für Baumaschinen, Baufahrzeuge und Zubehör
04.11.- 07.11.2004	Taiwan/Taipei MEDIPHAR - International Medical Equipment & Pharmaceuticals Show	16.11.- 19.11.2004	Japan/Tokyo JAPAN HOME & BUILDING SHOW - International Building Materials & Interiors Show
08.11.- 10.11.2004	China (VR)/Shanghai Quality and Control CHINA	17.11.- 22.11.2004	Indien/Mumbai (Bombay) Times Images - International Expo for Cosmetics, Toiletries, Perfumery and Personal Care Industry
09.11.- 13.11.2004	Vietnam/Hanoi Vietnam Telecomp - International Exhibition on Communication, Computer, Office System & Broadcasting Equipment		

17.11.- 20.11.2004	China (VR)/Peking CIP - China International Packaging Technology Exhibition
17.11.- 20.11.2004	China (VR)/Peking China-Pharm - China International Pharmaceutical Industry Exhibition
17.11.- 20.11.2004	China (VR)/Peking MeatExpo - International Meat Processing, Refrigerating Machinery, Technology and Products Exposition
17.11.- 21.11.2004	China (VR)/Shanghai Shanghai Art Fair
18.11.- 21.11.2004	Thailand/Bangkok Thai Metalex - International Machine Tools and Metalworking Machinery Trade Exhibition for Asia
18.11.- 21.11.2004	Thailand/Bangkok Welding Thailand - Welding Technology, Equipment Tools, Component & Accessory Trade Exhibition (im Rahmen der Manufacturing Technology Thailand)
18.11.- 21.11.2004	Philippinen/Manila Phil Construct - International Trade Fair for Construction Machinery & Building Materials with Philippines Mega Infrastructure Show
18.11.- 21.11.2004	Taiwan/Taipei Taipei International Travel Fair
20.11.- 14.12.2004	Japan/Sapporo German Christmas Market Sapporo
22.11.- 29.11.2004	China (VR)/Kanton Auto Guangzhou - China (Guangzhou) International Automobile Exh.
22.11.- 24.11.2004	China (VR)/Shanghai B & H - International Housing & Building Expo
23.11.- 26.11.2004	Japan/Chiba/Tokyo WASTEC - Waste Control & Recycling Technology Exhibition
23.11.- 26.11.2004	Indien/Mumbai (Bombay) ET-Power India - Energiemesse
23.11.- 25.11.2004	Singapur LABELXPO ASIA - Labelling Supplies & Equipment Exhibition
23.11.- 26.11.2004	China (VR)/Xiamen GARMENTEC CHINA - International Garment Machinery and Technology Exhibition for China
24.11.- 27.11.2004	Indien/Kalkutta IMME - International Mining Machinery Exhibition
24.11.- 26.11.2004	China (VR)/Kanton Bicycle China - Internationale Fahrradmesse
24.11.- 27.11.2004	China (VR)/Peking Fenestration China - Fachmesse für Fenster und Türen sowie Innenausbau
24.11.- 27.11.2004	Japan/Tokyo IFFT - International Furniture Fair
25.11.- 27.11.2004	Indien/Mumbai (Bombay) ANALYTICA-ANACON - Internationale Fachmesse und Konferenz für analytische Instrumente, Biotechnologie, Labor- technik und Dienstleistungen
29.11.- 02.12.2004	China (VR)/Shanghai CIF - China International Industry Fair
30.11.- 02.12.2004	China (VR)/Shanghai PPP - Internationale Fachmesse für die Kunststoffindustrie

DEZEMBER 2004	China (VR)/Kanton Auto South China - International Fachmesse für Kraftfahrzeuge, Autowerkstätten und Autoersatzteile und -zubehör
DEZEMBER 2004	Korea (Republik)/Seoul Kibex - Internationale Bauausstellung
01.12.- 03.12.2004	Japan/Chiba/Tokyo SEMICON Japan - Fachmesse für Halbleitertechnik
02.12.- 04.12.2004	China (VR)/Shanghai Automechanika Shanghai
03.12.- 06.12.2004	Indien/Chandigarh AGRO TECH - Agro Technology Fair
03.12.- 05.12.2004	Indien/Kalkutta Pharmaceutical Expo - Messe für pharmazeutische Produkte
03.12.- 06.12.2004	Kambodscha/Phnom Penh Cambodia Trade Fair - Exhibition on Mechanical Products, Industrial Equipment & Consumer Products
03.12.- 26.12.2004	Korea (Republik)/Seoul German Christmas Market Seoul
04.12.- 11.12.2004	Indien/Mumbai (Bombay) INDIA ITME - International Textile Machinery Exhibition
07.12.- 09.12.2004	China (VR)/Peking ICIF - International Chemical Industry Fair
07.12.- 10.12.2004	Singapur OSEA - Offshore South East Asia Conference and Exhibition
07.12.- 10.12.2004	Singapur RLP Asia - International Refining, LNG & Petrochemical Technology Exhibition
08.12.- 11.12.2004	Vietnam/Hochiminh City Building & Construction Vietnam - International Exhibition on Building & Construction
08.12.- 11.12.2004	Vietnam/Hochiminh City EP Vietnam - Vietnam International Exhibition on Power, Electrical Equipment & Contractors' Supplies
08.12.- 11.12.2004	Indonesien/Jakarta CIL - Chemical, Instrument, Laboratory Indonesia (im Rahmen der MANUFACTURING INDONESIA)
08.12.- 11.12.2004	Indonesien/Jakarta Environment Technology Indonesia - Environment Technology Indonesia inc. Watertech Indonesia
08.12.- 11.12.2004	Indonesien/Jakarta MANUFACTURING INDONESIA - International Manufacturing Machinery, Equipment, Materials and Services Exhibitions
08.12.- 11.12.2004	Indonesien/Jakarta Machine Tool Indonesia - Machine Tool
08.12.- 11.12.2004	Indonesien/Jakarta PROPAK Indonesia - International Food Processing and Packaging Machinery and Materials Exhibition (im Rahmen der Manufacturing Indonesia)
08.12.- 11.12.2004	Indonesien/Jakarta Plastics and Rubber Indonesia

Mit freundlicher Genehmigung des Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V.
Detailinformationen unter www.auma.de



messe-vorschau

Textilindustrie der ASEAN-Staaten stellt sich parallel zur Interstoff Asia vor

„Source It“ 2005 wieder in Hongkong

Nach ihrem Debut im März 2004 kehrt die „Source It“ vom **21. bis 23. März 2005** in das **Hong Kong Convention & Exhibition Centre** zurück. Die Messe, auf der Stoffe und Bekleidung aus der ASEAN (Association of Southeast Asia Nations) -Region präsentiert werden, ist Teil der von der ASEAN Federation of Textile Industries (AFTEX) organisierten Aktivitäten, um die Länder als Schlüsselregion für Einkäufer von Textilien und Kleidungsstücken vorzustellen. Das teilt der Veranstalter, die Messe Frankfurt (HK) Ltd., mit.

Mit dem von der Welthandelsorganisation (WTO) verhängten, zum Januar 2005 in Kraft tretenden Verbot von Export- und Importkontingenten auf Textilien werde der Wettbewerb auf den Weltmärkten zunehmen. Obwohl die meisten ASEAN-Mitgliedstaaten davon ausgingen, dass die Abschaffung von Textilquoten positive Rückwirkungen auf die Textilindustrie der Region haben werde, müssten die An-

bieter in diesem dynamischen Markt noch mehr dafür tun, um auf sich aufmerksam zu machen.

„Source It“ verschaffe den Herstellern aus der ASEAN-Region die Gelegenheit, die Vorteile der in der ASEAN wirtschaftlich integrierten Staaten als Sourcing-Standort herauszustellen. Die Region biete eine breite Palette an Produkten an. Neben Fasern, Stoffen und Kleidungsstücken könnten auch Maschinen sowie Dienstleistungen eingekauft werden, erklärt die Messe Frankfurt (HK) Ltd.

Hongkong sei als Standort für die Messe ausgewählt worden, weil die Stadt als Drehscheibe für die Einkäufer der Branche fungiere. Von dort würden alle wichtigen Märkte, sowohl die im Osten als auch die im Westen, bedient. Zu der parallel zur Interstoff Asia stattfindenden „Source It“ seien bei der Premiere 2004 insgesamt 120 Aussteller und 10.203 Besucher aus 65 Ländern gekommen. (lg)

Messe für Büroautomatisierung und Schreibwaren

„Paperworld“ zieht es ins Reich der Mitte

China ist mit über 3.000 Herstellern der weltweit größte Produzent und Exporteur von Bürobedarf. Dies teilt die Messe Frankfurt (HK) Ltd. mit, die vom **15. bis 17. November 2005** zum ersten Mal die „Paperworld China - China International Stationery & Office Supplies Exhibition“ im Shanghai New International Expo Centre in **Pudong** veranstaltet. Die Messe werde ihren Schwerpunkt sowohl auf Büroautomatisierung (Drucker, Computer und Multimedia-Geräte), als auch auf traditionelle Produkte wie Stifte, Papier und Lehrmaterial legen. „Wir glauben, dass die ‚Paperworld China‘ Ausstellern und Einkäufern viele neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen wird und dass die Messe sich zu einem der wichtigsten

Branchentermine entwickeln wird“, sagt Ruth Lorenz, Vize-Präsidentin der Messe Frankfurt GmbH.

Die meisten der über 3.000 produzierenden Betriebe sind Exporteure sowie OEM- und ODM-Hersteller, wie die Messe Frankfurt (HK) Ltd. weiter erklärt. Viele von ihnen seien um Shanghai im Yangzi-River-Delta angesiedelt. Die Branche produziere jährlich Waren im Gesamtwert von über drei Mrd USD. Seit 2000 würden die Exporte jedes Jahr zweistellige Zuwachsraten verzeichnen. Europa, Nordamerika und Südostasien seien die wichtigsten Abnehmerregionen.

Design und Qualität würden bei den Produkten eine immer größere Rolle spielen. Zudem wandle sich die herkömm-

SIF soll Innovationen vorstellen

IT für verarbeitende Industrie

Unter dem Motto „informatization brings along industrialization“ steht die vom **4. bis 9. November 2004** im Shanghai New International Expo Center, **Pudong**, zum sechsten Mal ausgetragene Messe „Shanghai International Industry Fair“ (SIF). Nach Angaben der Veranstalter, darunter einige Ministerien, entwickelt sich die Messe zu einem Ausstellungs- und Geschäftszentrum für Hightech-Produkte. Als Marktplatz der Ideen solle diskutiert werden, wie traditionelle Industriezweige durch neueste Technologien restrukturiert werden können. Neben Shanghai kämen die aus China vertretenen Unternehmen aus 28 Provinzen und würden Produkte aus den Bereichen Informationstechnologie, Automatisierung, Energieversorgung, Fahrzeugkomponenten, Logistik, Druck und Verpackung sowie Forschung und Entwicklung anbieten. (lg)

liche Büroausstattung. Der Einsatz von Computern und Webtechnologie ziehe eine riesige Nachfrage nach neuen Anwendungen im Büro nach sich.

Nach Meinung des Veranstalters ist Shanghai der ideale Standort für die Premiere der „Paperworld China“. Mit der höchsten Kaufkraft in der Volksrepublik sei die Stadt nicht nur eine Finanzdrehscheibe, sondern auch ein Handelszentrum. Shanghai habe die am besten entwickelte Einzelhandelsstruktur aller chinesischen Städte. Die großen Handelsketten, Supermärkte, Franchise-Läden, unabhängige Geschäfte, Internetshops - alle seien sie vertreten.

Zur Premiere der „Paperworld China“ werden etwa 400 Aussteller auf 23.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche erwartet, eine Besucherzahl von 15.000 wird angestrebt. (lg)



Exhibition Market China.

Der Boom in China hält ungebremst an. Die dynamische Entwicklung des Messemarkts spiegelt das gigantische Angebots- und Nachfragepotenzial in der Volksrepublik. Das Buch gibt eine Übersicht über die Entwicklung des Messestandorts China.

Dort treffen auf zahlreichen regionalen und zum Teil konkurrierenden Branchenveranstaltungen chinesische und internationale Veranstalter aufeinander. Wie sich Aussteller und Messebesucher eine Übersicht über die Qualität der Fachmessen verschaffen können und wie die deutschen Veranstalter im Markt agieren, ist Thema in „Exhibition Market China“.

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.



„Exhibition Market China 2004/2005“

256 Seiten (deutsch/englisch)

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

Bestellungen unter 0711 - 22 55 88 0

Oder besuchen Sie uns auf unserer Internetseite:



www.localglobal.de/messen



Kostensenkung in Fernost

Internationale Beschaffung hat einen höheren Stellenwert für die Unternehmensentwicklung gewonnen: Die Nutzung von Kostenvorteilen durch Beschaffung, Auslagerung und eigene Fertigung im Ausland verlangt eine strategische Präsenz auf den wichtigen Beschaffungsmärkten.

Der Einkauf wird so zur Triebfeder der Internationalisierung: Konzeption und Steuerung globaler Produktionsverbünde auch im Mittelstand, die Auswahl und Qualifizierung von Zulieferern auf entfernten Märkten, die Organisation einer weltweit effizienten Logistik, sich verändernde Rahmenbedingungen für den Re-Import - das sind die Themen des neuen Informationsdienstes.

Der monatlich erscheinende Newsletter Sourcing Asia fokussiert den Beschaffungsmarkt mit den größten Potenzialen für Kostensenkung und Wachstum. Sourcing Asia will auch den Erfahrungsaustausch der Einkäufer-Community sowie die Befassung mit Outsourcing-Konzepten anregen. Der Newsletter erscheint in Kooperation mit GPS.

Online liefern wir Ihnen auf www.sourcing-asia.de Links zu Lieferanten und Beschaffungsplattformen, einen Terminkalender, Checklisten zum Download.

Zum Abonnieren nutzen Sie nebenstehendes Bestellformular, oder besuchen Sie uns auf unserer Internetseite:



www.sourcing-asia.de

Fax: +49 711 225588 11

- ☐ Ich bestelle Sourcing Asia im regulären Jahresabo für 148,- Euro zzgl. MwSt.
- ☐ Ich bestelle Sourcing Asia im Halbjahresabo für 78,- Euro zzgl. MwSt.
- ☐ Ich bestelle kostenlos 2 Ausgaben Sourcing Asia zum Test
- ☐ per Post ☐ per E-Mail als PDF

Adresse

Name

Organisation

Abteilung

Straße/Postfach

Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Datum und Unterschrift