

Wandel im Beschaffungsmanagement Vom Kostensenker zum Werttreiber

Weltweit geben Top-Manager führender Unternehmen dem Beschaffungsmanagement einen neuen Auftrag. Gemäß der Studie „Assessment of Excellence in Procurement“ (AEP) der Managementberatung A.T. Kearney, Chicago, tritt neben die Senkung der Einkaufskosten in hohem Maße das Ziel der Wertsteigerung. „Das haben bisher aber nur wenige Unternehmen erreicht“, sagt Manuel Backhaus, Vice President bei A.T. Kearney.

Der Anteil an Unternehmen, die ihren Einkäufern konkrete Wertsteigerungsziele vorgeben, ist laut Studie von 28 Prozent im Jahr 1999 auf 66 Prozent angestiegen. Zwei Drittel der Unternehmen würden auf Vorstandsebene zumindest einen Beschaffungsmanager besitzen, wohingegen es 1999 nur 40 Prozent waren. „Es ist für Einkaufsorganisationen nicht länger ausreichend, mit traditionellen Einkaufsstrategien Kosten zu senken“, meint Manuel Backhaus, Vice President bei A.T. Kearney mit Schwerpunkt Beschaffungsmanagement und einer der Autoren der Studie. „Das Top-Management erwartet einen echten Wertbeitrag von den Lieferanten ihrer Unternehmen: Innovationsstärke, Qualität, Flexibilität, Sicherheit – und das alles zu günstigen Kosten. Dies sicherzustellen ist Aufgabe des Beschaffungsmanagements. Doch nur wenige Unternehmen können heute von sich behaupten, dies bereits erreicht zu haben – aber die führenden Unternehmen unter den Teilnehmern an unserer Studie haben in den vergangenen drei Jahren gewaltige Fortschritte gemacht.“

Drei Viertel der in der Studie analysierten Unternehmen nutzen die

Innovationsfähigkeit ihrer Lieferanten zur Wertsteigerung und definieren ihre Kunden-Lieferantenbeziehung neu. Eine bedeutende Maßnahme dafür ist laut A.T. Kearney die frühzeitige Einbindung von Lieferanten in den Produkt- und Dienstleistungsentwicklungsprozess. Über 50 Prozent der befragten Unternehmen der Automobilindustrie würden zum Beispiel ihre Schlüssellieferanten umfassend in die frühe Entwicklungsphase einbinden, verglichen mit lediglich 20 Prozent im Durchschnitt aller übrigen Branchen.

In Zeiten, in denen sich Unternehmen immer mehr auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren, wird nach Meinung der Autoren der Untersuchung das professionelle Management von Wertschöpfungsnetzwerken umso wichtiger. Aber nur 61 Prozent der Unternehmen würden bereits bei der Gestaltung von Outsourcing-Vorhaben und der Identifizierung möglicher Partner auf ihre Beschaffungsorganisation vertrauen. 30 Prozent würden sie erst nutzen, wenn es darum ginge, mit Outsourcing-Partnern zu verhandeln und Verträge zu gestalten.

Werttreiber und -vernichter müssen vom Unternehmen identifiziert werden

Auch beim Management von Lieferketten gebe es noch viel zu tun: Während über 70 Prozent der führenden Unternehmen eine systematische Entwicklung ihrer Lieferantennetzwerke betreiben würden, beispielsweise in funktions- und firmenübergreifenden Teams, tue dies nur etwa ein Drittel der übrigen Unternehmen.

Da Unternehmen, die im Verlauf der Jahre einen immer stärkeren Preisdruck auf ihre Lieferanten ausgeübt haben, nun an die Grenzen weiterer Kostensenkungen stoßen, betonen die Macher der Studie die Erforderlichkeit von Techniken des fortgeschrittenen Ausgabenmanagements. Diese würden ein stärkeres Maß

► Fortsetzung Seite 2

aus dem inhalt

best_practice_

Sartorius AG: Aufbau einer Tochtergesellschaft in China

Seite 6

hannover_messe_

Einkaufertag des BME am 13. April 2005

Seite 8



recht_

Expatriates in China: Recht, Steuern und Sozialversicherung

Seite 14

logistik_

Hohe Logistikkosten in China: Auf die Wahl des Partners kommt es an

Seite 16

standort_

Großes Marktpotenzial: Das Auto fährt in Indien auf der Überholspur

Seite 18

Kooperationspartner:



► Fortsetzung von Seite 1
“Vom Kostensenker zum Werttreiber”

an interner wie externer Integration erfordern, um erfolgreich zu sein. Einen formalisierten Prozess zur Reduzierung von Komplexität und Variantenvielfalt gebe es bei 83 Prozent der führenden, aber nur bei 36 Prozent der übrigen Unternehmen. Die gemeinschaftliche Suche nach Kostensenkungspotenzialen mit Lieferanten (Collaborative Cost Reduction), inklusive Risiko- und Erfolgsteilung, werde von 78 Prozent der führenden, aber nur von 31 Prozent der übrigen Unternehmen angewendet.

Zwischen der Erzielung von Einkaufserfolgen und nachweisbaren Ergebnisverbesserungen liege außerdem oft ein weiter Weg. Mehr als 70 Prozent der Unternehmen hätten ein Reporting von Einkaufserfolgen, aber weniger als die Hälfte der Unternehmen verfüge über einen geschlossenen Ausgabenmanagementprozess (Closed Loop Spend Management), der alle Werttreiber und -vernichter identifiziert, bewertet und steuert. „Bei der Transparenz des Einkaufsgeschehens besteht für viele Unternehmen und insbesondere für große, dezentral strukturierte Konzerne noch gewaltiges Optimierungspotenzial“, meint Backhaus.

Risikomanagement hat strategische Bedeutung erlangt

Das Chicagoer Beratungsunternehmen weist außerdem darauf hin, dass durch die Optimierung von Logistikketten, Lieferantenbereinigung, Global Sourcing und Just-in-Time-Konzepte die Effizienz in der Versorgungskette in den vergangenen Jahren enorm angestiegen ist, zugleich diese aber auch wesentlich störanfälliger geworden ist. Viele hätten noch keine klare Vorstellung, wie sie damit umgehen sollten. Während 90 Prozent aller Unternehmen dem Risikomanagement in ihren Lieferketten höchste strategische Bedeutung beimessen würden, hätten bislang nur etwa 40 Prozent der Unternehmen das Thema Geschäftskontinuität in ihre Beschaffungsstrategien integriert und mehr als die Hälfte habe für ihre

strategisch wichtigen Beschaffungsumfänge nach wie vor keine Notfallpläne parat. „Unternehmen müssen sich dieser Herausforderung stellen und Notfallpläne für Risiken erstellen“, fordert Backhaus. „Dies gilt für kritische Beschaffungsgruppen genauso wie für neuralgische Beschaffungsregionen oder Logistikrouten.“

Niedriglohnländer sind weiter auf dem Vormarsch

Des Weiteren kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass bis 2009 insgesamt 72 Prozent der Unternehmen China, Indien oder Osteuropa als Beschaffungsmarkt nutzen werden, gegenüber nur 30 Prozent im Jahre 1999. A.T. Kearney stellt fest, dass europäische Unternehmen dann mehr Güter aus China beziehen werden als aus irgendeinem anderen nicht-europäischen Land.

Heute bereits würden zahlreiche Unternehmen angeben, nicht ausreichend auf den weiteren Anstieg der Beschaffung aus Niedriglohnländern vorbereitet zu sein. Nur 41 Prozent würden die Entwicklung spezieller Fähigkeiten für diese neuen Märkte, wie beispielsweise Sprachkenntnisse, mit hoher Priorität für ihre Beschaffungsorganisation anführen. Nur 53 Prozent hätten Beschaffungsgruppen-Strategien formuliert, die auf einem tief greifenden Verständnis der Logistikkette und ihrer Kosten in den neuen Märkten beruhen. Und lediglich 39 Prozent hätten konkrete Pläne über die Ausweitung des Beschaffungsvolumens aus Niedriglohnländern.

„Führende europäische Unternehmen suchen aktiver denn je nach Einsparungen durch Beschaffungsaktivitäten in Niedriglohnländern. Unzureichend vorbereitet riskieren sie erhebliche Verluste“, sagt Backhaus. „Ein präziseres Verständnis der neuen Märkte ist erforderlich. Wer zu lange wartet, die richtige Strategie und die erforderlichen Fähigkeiten zu entwickeln, riskiert es, den Zugang zu knappen Beschaffungsquellen und den qualifiziertesten Lieferanten zu verpassen.“

Resümierend halten die Berater von A.T. Kearney fest, dass das stete Bemühen um weitere Kostensenkungen ein



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



Muss für alle Beschaffungsorganisationen bleibt. Die aktuelle Herausforderung für das Beschaffungsmanagement liege jedoch in der langfristigen Wertsteigerung. „Da in einer funktional ausgerichteten Organisationsstruktur der Einkauf rasch an die Grenzen seiner Möglichkeiten stößt, sind neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Einkauf und Forschung und Entwicklung, Marketing und Vertrieb erforderlich. Die alte funktionale Aufgabenteilung in den Unternehmen ist grundsätzlich in Frage zu stellen“, fordert Backhaus und prognostiziert: „Die Innovationsfähigkeit der Lieferanten und wie man sich diese für seinen eigenen Wettbewerbsvorteil sichern kann, ist künftig der wichtigste Erfolgsfaktor.“ (lg)

news

Exporte nach China wachsen erstmals seit 1999 geringer als die Importe

Weiter Spitzenplatz für Maschinen

Die deutschen Importe aus China sind im vergangenen Jahr um 26,4 Prozent auf 32,5 Mrd EUR gestiegen und damit erstmals seit 1999 wieder stärker gewachsen als die Exporte in die Volksrepublik. Die Ausfuhren haben 2004 um 15 Prozent auf einen Wert von 21 Mrd EUR zugelegt, teilte das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mit.

Das Reich der Mitte habe 2004 bei den Exporten auf Platz zehn der wichtigsten Handelspartner Deutschlands gelegen, bei den Importen sei es der sechste Rang gewesen. In der Handelsbilanz mit China habe es aus deutscher Sicht erneut Einfuhrüberschüsse gegeben. Für 2004 habe der negative Saldo 11,5 Mrd EUR betragen, im Jahr davor 7,4 Mrd EUR.

Bei den Einfuhren hätten Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und -einrichtungen mit 6,4 Mrd EUR oder 19,8

Prozent der Gesamtimporte die wichtigste Warengruppe gebildet, teilte das Amt weiter mit. Knapp dahinter seien mit 19,7 Prozent (6,4 Mrd EUR) Produkte der Nachrichtentechnik, Fernseher, Radiogeräte und elektronische Bauteile gekommen. Einen Anteil von 9,1 Prozent (3,0 Mrd EUR) hätten Geräte der Elektrizitätserzeugung ausgemacht.

Bei den Exporten hätten Maschinen 2004 mit 35,5 Prozent (7,5 Mrd EUR) ihre Spitzenposition aus dem Vorjahr gehalten. Dahinter hätten mit 13,2 Prozent Fahrzeuge und Fahrzeugteile (2,8) und mit 8,4 Prozent Geräte der Elektrizitätserzeugung und -verteilung (1,8) gelegen. Dabei habe der Anteil von Fahrzeugen und Fahrzeugteilen stark abgenommen. 2003 habe er noch bei 19,6 Prozent gelegen, hieß es in der Mitteilung des Statistischen Bundesamts weiter. (lg)

Editorial: Neue Partnerschaft

Erstmals in dieser Ausgabe, nun aber regelmäßig, erscheint in „sourcing asia“ ein Hinweis auf die internationalen Aktivitäten des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME). Der wichtigste Zusammenschluss der Einkäufer in Deutschland befasst sich sehr fundiert mit dem Thema Global Sourcing. Bei der Hannover Messe ist der BME Partner des „Einkäufertags“. Dort, wo mehr als 20.000 Einkäufer aus der ganzen Welt mit ihren Lieferanten ins Gespräch kommen, ist der Verband besonders gefragt – als Ansprechpartner und als Organisator eines Workshops zu aktuellen Themen im internationalen Beschaffungsmanagement. Wir freuen uns über den BME als neuen Partner von „sourcing asia“ – und über die Möglichkeit, Sie als Leser nun gemeinsam über Chancen und Risiken auf den globalen Beschaffungsmärkten informieren zu können.

Die Redaktion

Bosch investiert weiter in Indien

Zwischen den Jahren 2004 und 2007 will die Bosch-Gruppe etwa 180 Mio EUR in Indien investieren. Wie der Stuttgarter Automobilzulieferer bekannt gab, ist ein Großteil davon, rund 100 Mio EUR, für den Aufbau von Entwicklung, Fertigung und Applikation von Common-Rail-Direkteinspritzsystemen in Bangalore und Nashik vorgesehen. „Die Abgasgesetze in Indien werden weiter verschärft“, sagt Albert Hieronimus, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Tochtergesellschaft Motor Industries Co. Ltd. (Mico). Bosch erwartet, dass in den kommenden acht bis zehn Jahren 60 Prozent der Dieselmotoren in Indien mit Common-Rail-Einspritztechnik ausgestattet sein werden. Zurzeit liege die Ausstattungsrate im einstelligen Prozentbereich. (lg)

Perspektiven für Windenergiefirmen

Ende Februar hat der Nationale Volkskongress der Volksrepublik China ein Gesetz zur Förderung erneuerbarer Energien verabschiedet. Das teilt die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH (GTZ), Eschborn, mit. Damit sei ein wichtiger Meilenstein zur Erfüllung der ehrgeizigen Ziele für erneuerbare Energien in China erreicht. Sie lägen bis 2020 bei 20.000 Megawatt. Mit der Schaffung verlässlicher Rahmenbedingungen werde China für die internationale Windenergiebranche interessant, erklärt Paul Suding, GTZ-Programtleiter in Peking. Der GTZ-Energie-Experte Rolf Posorski sagt, zur Erreichung der Ziele sei qualifiziertes Personal insbesondere bei Produzenten von Windkraftanlagen, Windparkentwicklung und -betreibern erforderlich. (lg)

Chinas Währung wird konvertibler

Um den Aufwertungsdruck auf die chinesische Währung zu verringern, hat Chinas Devisenbehörde (SAFE) einen weiteren kleinen Schritt hin zur freien Konvertibilität des CNY getan. Für in China registrierte Import- und Export- sowie produzierende Unternehmen ist ab dem 1. März die Obergrenze bei Guthaben auf Leistungsbilanz-Fremdwährungskonten, die dem Zahlungsverkehr dienen, entfallen. Dies gelte bei Firmen, die ihre gesamten Deviseneinkommen für die Abwicklung des Außenhandels benötigten, wie die Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) in ihrem Newsletter „Ausland aktuell“ weiter mitteilt. Die Obergrenze habe bisher bei 30 beziehungsweise 50 Prozent der Deviseneinkommen der Unternehmen im vorausgegangenen Jahr gelegen. (lg)

news

China geht stärker gegen die Verletzung geistigen Eigentums vor

Schwelle zur Strafbarkeit wurde gesenkt

China will stärker gegen die Verletzung gewerblicher Schutzrechte vorgehen. Die seit 22. Dezember 2004 geltende Auslegung des Obersten Volksgerichts und der Obersten Staatsanwaltschaft der Volksrepublik spiegelt die Absicht wider, den Schutz geistigen Eigentums zu vertiefen und damit den Zusagen des Landes im Rahmen des Beitritts zur Welthandelsorganisation (WTO) zu entsprechen, schreiben die Rechtsanwälte von Rödl & Partner, Nürnberg, in ihrem „Auslandsbrief“. Es bleibe aber abzuwarten, ob die neue Auslegung das geistige Eigentum tatsächlich stärker schützen werde.

Die drei wichtigsten Punkte der neuen Auslegung seien die Ausweitung des Tatbestands auf Online-Piraterie, die Formulierung der Mittäterschaft und die Absenkung der Strafbarkeitsschwelle. Bestimmte Markenrechtsverstöße durch eine natürliche Person würden nun schon bei Verletzungserlösen von 50.000 RMB strafrechtlich relevant, bisher seien es 200.000 RMB gewesen. Bei juristischen

Personen sei der Betrag von einer Mio RMB auf 150.000 RMB gesenkt worden.

Strafbar sei nun auch die Verletzung von Urheberrechten durch die Verbreitung oder den Handel über das Internet mit geschützten Schrift- und Musikwerken, Film-, Fernseh- und Videoaufzeichnungen, Software und sonstigen Zeichnungen. Zudem sei auch die Mittäterschaft ausdrücklich unter Strafe gestellt worden. Darunter falle beispielsweise die Stellvertretung bei Import- und Exportgeschäften mit Waren, die unter Verstoß gegen das Urheberrecht erworben wurden.

Zwischen Januar 2000 und November 2004 hätten sich die chinesischen Volksgerichte laut Oberstem Volksgericht und Oberster Staatsanwaltschaft in 1.710 Fällen mit der Verletzung von gewerblichen Schutzrechten beschäftigt. Dies sei zwar weiter eine geringe Verfolgungsdichte, bedeute aber einen deutlichen Anstieg gegenüber den Vorjahren, schreiben Rödl & Partner weiter. (lg)

Taiwan: Kunststoffe auf Nanotechbasis

Einige taiwanesischen Chemieunternehmen haben erfolgreich Kunststoffe auf der Basis von Nanotechnologie entwickelt. Dazu gehören die Formosa Chemical & Fibre Corp. (FCFC), eine Tochtergesellschaft des Kunststoffriesen Formosa Plastics Group, und Jan-Yuan Nano Tech Co. Das gibt das Industrial Development and Investment Center, eine Investitionsfördergesellschaft des taiwanesischen Wirtschaftsministeriums, bekannt. FCFC würde nanotechbasierte, antibakterielle Substanzen in der Herstellung von Kunststoffchips einsetzen, um die antibakterielle Resistenz zu erhöhen. Nach Angaben von FCFC werden diese Substanzen für Gehäuse von Haushaltsgeräten und Produkten der Informationstechnologie verwendet.

Jan-Yuan erklärte, es habe Zusatzstoffe für Beschichtungen aus Nanogold entwickelt, die für Benzinmotoren geeignet seien. Diese könnten laut dem Mingchi Institute of Technology den Kraftstoffverbrauch um 15,33 Prozent verringern und die Leistung um 9,46 Prozent erhöhen. (lg)

Impressum

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

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

DTP:
Angela Keller

Druck:
Document Center Kästl, Ostfildern

Abonnentenservice:
service@sourcing-asia.de

OAV begrüßt Vietnam-Abkommen

Der Ostasiatische Verein (OAV), Hamburg, hat die Ratifizierung des Marktzugangsabkommens zwischen der Europäischen Union und Vietnam begrüßt. Das Early-Harvest-Abkommen, das der Europäische Rat am 3. März genehmigt habe, würde deutschen Unternehmen weitere Erleichterungen in Vietnam bringen. Ein wesentlicher Punkt sei die Gleichbehandlung der EU-Staaten mit den USA und Japan nach deren bilateralen Abkommen mit Vietnam. Das Land habe unter anderem Einzelgenehmigungen für die Gründung 100-prozentiger Tochterfirmen von europäischen Unternehmen angekündigt. (lg)

Kein Vergleich

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

Interesse vor allem am Handel

1,7

Prozent aller Übernachtungen ausländischer Gäste in Deutschland entfallen auf chinesische Besucher.

7,1

Prozent der von der Volksrepublik China insgesamt exportierten Waren und Dienstleistungen gehen in die Bundesrepublik Deutschland.

Asien lernen: Veranstaltungen zur Außenwirtschaft

Termin	Ort	Thema	Veranstalter
02.05.2005 - 05.05.2005	Indien	Geschäftsreiseprogramm Erneuerbare Energien	dena http://www.exportinitiative.de
04.05.2005	Hamburg	Wirtschaftstag Korea	Ostasiatischer Verein http://www.oav.de
07.05.2005 - 13.05.2005	Singapur, Shanghai	Unternehmerreise für Unternehmen der Branchen Maschinenbau und Metallverarbeitung	Brandenburg http://www.zab-brandenburg.de
09.05.2005 - 13.05.2005	Tokio	Information and Communications Technologies	DIHK http://www.eugatewaytojapan.org
11.05.2005	Wuppertal	Beschaffungsseminar China	IHK Wuppertal http://www.veranstaltungen.ihk.de
12.05.2005	München	Erfolgreich einkaufen in China: Lieferantenauswahl, Qualitätsmanagement, Transportsituation	IHK München http://www.bayern-international.de
12.05.2005	Bonn	Ländersprechtag Thailand	IHK Bonn http://www.ihk-bonn.de
13.05.2005	Münster	Workshop zu Rechts- und Finanzierungsfragen im Chinageschäft	IHK Nord Westfalen Münster http://www.ihk-nordwestfalen.de
23.05.2005 - 25.05.2005	Peking	Unternehmerreise zur CHITEC 2005	BMWA - Forschungskooperation http://www.intec-online.net
30.05.2005	Wiesbaden	Taiwan Sprechtag	IHK Wiesbaden http://www.veranstaltungen.ihk.de
31.05.2005	Würzburg	Malaysia Ländersprechtag	IHK Würzburg http://www.bayern-international.de
31.05.2005	Würzburg	Taiwan Ländersprechtag	IHK Würzburg http://www.bayern-international.de
31.05.2005	Würzburg	Thailand Ländersprechtag	IHK Würzburg http://www.bayern-international.de
01.06.2005 - 01.02.2006	Tokio	„Deutschland in Japan“	AHK http://www.dihkj.or.jp
01.06.2005	Braunschweig	Erfolgreiche Geschäfte in China: Verkaufen - Einkaufen - Produzieren	IHK Braunschweig http://www.braunschweig.ihk.de
02.06.2005	München	Investitionsboom in China - Strohfeuer oder Langfristperspektive?	IHK München http://www.bayern-international.de
02.06.2005	Braunschweig	Erfolgreiches Auftreten in China - Mentale Vorbereitung, „Kriegslisten“ erkennen und nutzen	IHK Braunschweig http://www.braunschweig.ihk.de
02.06.2005 - 03.06.2005	Sätra Brunn	Kooperationsbörse REHTEC II 2005	EIC http://www.eic-magdeburg.de
06.06.2005	Würzburg	Roundtable-Gespräch Indien	IHK Würzburg http://www.bayern-international.de
09.06.2005 - 10.06.2005	Aschheim	China-Geschäfte erfolgreich managen	Bundesverband betriebliche Weiterbildung http://www.vdi.de
09.06.2005	Ludwigshafen	Aufbaukurs Verhandlungsführung in der VR China	IHK Ludwigshafen Pfalz http://www.veranstaltungen.ihk.de
11.06.2005 - 19.06.2005	Jakarta, Colombo	Delegationsreise nach Indonesien und Sri Lanka	Bayern http://www.bayern-international.de
13.06.2005 - 14.06.2005	Hamburg	Auslandsbeschäftigung von Mitarbeitern in der VR China	Bundesverband betriebliche Weiterbildung http://www1.dgfp.com
14.06.2005	Villingen-Schwenningen	Die Kunst, ihr Unternehmen in Asien bekannt zu machen	IHK Villingen http://www.veranstaltungen.ihk.de

best practice**Sartorius AG: Erfolgreiche Tochter in China**

Der Manager als Scharnier zwischen Ost und West

Viele deutsche Firmen sind wegen der niedrigen Kosten und der guten Qualifikation des Personals mit einer eigenen Fertigung nach China gegangen. Die Göttinger Sartorius AG hat seit Mitte der 90er Jahre ein Produktionswerk in Peking, das sie systematisch ausbaut. Ihren Erfolg hat die Beijing Sartorius Instrument and System Engineering Co., Ltd. (BSISL) durch eine Anpassung an die landesspezifischen Gegebenheiten erreicht. „Chinesisch denken“ heißt das Rezept bei Sartorius. Dazu gehört auch, dass der Manager ein Inlandschinese mit Berufserfahrung in Deutschland ist.

Die börsennotierte Göttinger Sartorius AG wurde 1870 gegründet und hat im Laufe der folgenden 135 Jahre das Kerngeschäft der Waagenfertigung durch die industrielle Herstellung von Separations- und Filtertechnik sowie die Gleitlagerfertigung ergänzt. Zum Ende des vergangenen Jahres waren weltweit rund 3.750 Mitarbeiter im Konzern beschäftigt. Sartorius ist heute ein international führender Labor- und Prozesstechnologie-Anbieter mit den Segmenten Biotechnologie und Mechatronik.

Im Geschäftsbereich Mechatronik (Wägetechnik) gibt es neben der Konzernzentrale in Göttingen noch weltweite Fertigungsstandorte in Denver, Colorado (USA), in St. Petersburg (Russland) und in Peking (China). In China erfolgt die Fertigung der Produkte unterhalb des High-End-Segmentes für den asiatischen Markt, im amerikanischen Werk werden außerdem Messgeräte für die Wasseranalytik hergestellt.

Warum China? Am 1. Dezember 1995 wurde in Peking die „Beijing Sartorius Instrument and System Engineering Co., Ltd.“ (BSISL) als Tochtergesellschaft der

Sartorius AG gegründet. Viele Argumente sprechen dafür, sich als Unternehmen mit einem eigenen Fertigungsstandort in China zu engagieren:

- Der wichtigste Grund ist das enorme Entwicklungspotenzial, das der chinesische Markt auch für die Zukunft erwarten lässt. Das jährliche Wirtschaftswachstum in China war in den vergangenen Jahren im Durchschnitt knapp zweistellig. Durch die hohe Bevölkerungszahl und den in der Breite noch niedrigen Technologiestand in China ist Wachstum in Zukunft fast unvermeidlich.
- Des Weiteren hat die Erfahrung gezeigt, dass in China nur diejenigen Unternehmen erfolgreich sind, die dort eine eigene Fertigungsstätte betreiben. Sowohl emotionale (Chinesen kaufen bei Chinesen), als auch rationale Gründe (Marktpresenz) spielen dabei eine große Rolle.
- Die geringen Lohnkosten sind ein wichtiges und für viele Unternehmen zentrales Argument für ein China-Engagement. Die Lohnkosten liegen mit einem Faktor von 1:15 für ungelernete Arbeiter und 1:10 für Ingenieure deutlich unter dem deutschen Niveau. Hinzu kommen die etwas höhere Wochenarbeitszeit (mindestens 40 Stunden) und der deutlich geringere Urlaub mit etwa zehn Tagen im Jahr.
- Ein weiterer Grund für den Aufbau einer eigenen Fertigung in China liegt bei den (noch) hohen Einfuhrzöllen für Waren, die in das Land importiert werden. Der Export nach China wird durch die Reglementierung ungleich schwerer.

Der chinesische Manager hat zuvor fünf Jahre in Braunschweig gearbeitet

Mit dem Aufbau einer eigenen chinesischen Fertigungsstätte allein ist es nicht getan, es bedarf weiterer Voraussetzungen, um im Reich der Mitte am Wachstum teilhaben zu können.

Eine für den Erfolg auf dem chinesischen Markt wichtige Frage lautet: Welches Management soll das Werk in China leiten? Sartorius hat sich dabei für eine Lösung mit einer längeren Vorbereitungszeit entschieden: Der Leiter des Peking Werkes, Dr. Zhao, hat eine besondere Ausbildung erfahren. Zhao ist in China

geboren und hat dort die Universität besucht. Nach fünf Jahren Tätigkeit bei der Physikalisch-Technischen Bundesanstalt in Braunschweig wurde er in der Sartorius AG systematisch auf seine spätere Rolle als General Manager für BSISL in China vorbereitet. Inhalt und Ablauf dieses Trainee-Programmes wurden vom Unternehmen selbst ausgearbeitet, da weder Institute noch andere Unternehmen zu diesem Zeitpunkt mit Erfahrungen Pate stehen konnten.

Im Rahmen seiner Ausbildung hat Zhao eineinhalb Jahre lang Erfahrungen in den verschiedenen Fachabteilungen von Sartorius gesammelt. In zwei weiteren Jahren des Trainees wurde das Joint Venture mit einem Partner in Peking vorbereitet. Dieser Abschnitt beinhaltete Machbarkeitsstudien, die Erarbeitung eines Joint Venture-Vertrags und die Ausarbeitung einer Satzung. Hinzu kam die Vorbereitung der konkreten Unternehmensgestaltung, im Vordergrund die Vorbereitung der Fertigung.

Die Peking Tochtergesellschaft ist Marktführer in der Laborwägetechnik

Im November 1996 wurde die Produktion von Waagen in einem Übergangsquartier in Peking aufgenommen. In den nächsten zwei Jahren wurde das Unternehmen nach der DIN ISO 9002 zertifiziert und die Herstellung der ersten Waagengeneration aufgenommen, die speziell für den chinesischen Markt konstruiert war. In den Jahren 2000 und 2001 erfolgte der Umzug in ein neues Produktions- und Verwaltungsgelände sowie die Grundsteinlegung für einen Erweiterungsbau.

Mittlerweile ist BSISL auf dem chinesischen Markt die Nummer eins in der Laborwägetechnik und nimmt bei der Herstellung von Analyseinstrumenten einen Spitzenplatz ein. Die positive Entwicklung von BSISL in China lässt sich anhand einer Zahl nachvollziehen: Der Umsatz hat sich in der Spanne von 1997 bis 2004 mehr als verdreifacht.

Für Sartorius war die wesentliche Herausforderung, die Tochtergesellschaft in dem fremden Land unter Berücksichtigung dortiger kultureller und landestypischer

- Merkmale zu führen. Frühzeitig setzte sich deshalb die Erkenntnis durch, dass der Geschäftsführer von BSISL ein Inlandschinese sein muss. Anfängliche Versuche, den Posten mit internationalen Managern zu besetzen, scheiterten an der unzureichenden Kenntnis der chinesischen Besonderheiten.

Mit Zhao konnte zum richtigen Zeitpunkt ein Inlandschinese die Verantwortung übernehmen, dem nicht nur die Mentalität der Chinesen außerordentlich vertraut ist, sondern auch die völlig andere Mentalität der Manager aus der deutschen Muttergesellschaft. Ein Verbindungsglied zwischen zwei Welten, das passender nicht hätte gewählt werden können. Beispielhaft seien einige der Vorteile des chinesischen Managements mit deutscher Ausbildung aufgeführt:

- Von großer Wichtigkeit sind die Kontakte des lokalen Managements in das gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Umfeld der Standortregion. Eine enge Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und lokalen Entscheidungsträgern ist eine wichtige Voraussetzung, um als Partner im chinesischen Wirtschaftsleben akzeptiert zu werden.

Qualifizierung und Selbstverantwortung reduzieren die Personalfuktuation

- Die Führung der inzwischen 110 Mitarbeiter orientiert sich an westlichen Vorbildern und setzt auf Qualifizierung und Selbstverantwortung. Grund für dieses überraschende Vorgehen ist in erster Linie der große Mangel an qualifiziertem Fachpersonal. Damit lässt sich die Personalfuktuation minimieren.
- Qualitätsbewusstsein und Teamarbeit spielen ebenfalls eine große Rolle. Ein wichtiger Punkt der Personalführung war von Anfang an die Gewöhnung der Mitarbeiter an Disziplin. Anfangs waren bei einem vereinbarten Arbeitsbeginn von 8:30 Uhr kaum Mitarbeiter pünktlich da.

Dass Erfolg sehr eng mit Toleranz verbunden ist, ist die wichtigste Erfahrung aus der bisherigen Aktivität von Sartorius in China. Der einfache Transfer von Produkten und Personen von Deutschland nach China reicht nicht aus. Will man dort

erfolgreich sein, müssen die Produkte in China gefertigt werden. Will man eine Fertigungsstätte erfolgreich leiten, braucht man jemanden, der die Besonderheiten des Landes kennt.

Eine weitere Erkenntnis, die auf andere Unternehmen übertragbar ist, bezieht sich auf die Produkte. Ihre Herstellung muss den Möglichkeiten und Anforderungen in China entsprechen. Sartorius hat für die Fertigung in China eigene Produktreihen entwickelt, die den Anforderungen des Marktes entsprechen. Die technologische Ausstattung und das Leistungsvermögen der Produkte liegen unterhalb europäischer Anforderungen. Das liegt nicht an den fehlenden Möglichkeiten, in China High-End-Produkte herzustellen. Vielmehr werden hochentwickelte Produkte (gemeint ist zum Beispiel eine Uhr als Applikation in einer Waage, wo der Benutzer doch selbst eine Armbanduhr trägt) dort nicht nachgefragt.

Für den Aufbau einer Kunden-Lieferanten-Beziehung in China ist es wichtig, einen verlässlichen chinesischen Partner als „Mittelsmann“ aufzubauen. Die Sartorius AG hat diesen Erfolgsfaktor durch die Tochtergesellschaft BSISL in Peking realisiert. Über einen verlässlichen Partner kann man in bestehende Strukturen einsteigen und die Vorteile in kurzer Zeit nutzen. Auf der anderen Seite vermeidet man die vielen unnötigen Fehler, die Europäer im Zusammenspiel der Kulturen bei ihren Firmenkontakten mit Asiaten machen.

Sartorius beschafft bislang vorwiegend Stanz- und Biegeteile aus Blech sowie Gussteile in China, und dank einem mit dem Lieferanten abgestimmten Qualitätsprüfkonzept hat es bisher kaum Beanstandungen gegeben. Die Blechteile zum Beispiel werden bei unserer chinesischen Tochter auf Qualität geprüft. Sollte es dort zu Beanstandungen kommen, gibt es eine schnelle Reklamationsbearbeitung, da Zeiten und Wege vor Ort sehr kurz sind. Erstmusterprüfungen erfolgen grundsätzlich in China und in Göttingen, worauf die Freigabe der Muster aus Göttingen erfolgt. Insgesamt entspricht die Ware voll und ganz unseren hiesigen Qualitätsansprüchen.

Das gesamte Einkaufsvolumen der Sartorius-Gruppe auf dem chinesischen Einkaufsmarkt liegt aktuell bei knapp einer Mio EUR. Etwa 60 Prozent der Kaufteile werden bei der chinesischen Tochter verarbeitet, rund 40 Prozent beschaffen wir für Sartorius in Göttingen. Das Ziel ist eine jährliche Verdoppelung des Volumens.

Die Beschaffung für die Sartorius AG läuft nahezu ausschließlich über BSISL in Peking. Dazu gehören auch die Vertragsverhandlungen, die Abschlüsse und die anschließenden Bestellvorgänge. Verträge werden wie in Europa über Einkaufsbestellungen abgewickelt. Dazu gehört die Papierform und für Erstbestellungen auch die entsprechende Zeichnung. Sartorius schließt mit den meisten der chinesischen Zulieferer noch Einzelverträge mit Mindestabnahmemengen, da die Beziehungen noch in der Aufbauphase und Rahmenverträge damit verfrüht sind.

Die Lieferantenbeziehungen nach China werden weiter ausgebaut

Gelegentliche persönliche Besuche der Beschaffungsverantwortlichen in China sind sehr wichtig. Die Entwicklung ist in diesem Land rasant, und nur wer selbst mal hinschaut, der kann sich ein Bild von den Möglichkeiten machen. Was vor wenigen Jahren noch als „in China kaum machbar“ galt, ist heute eine der leichtesten Übungen. Bei Sartorius werden wir auf Vorschlag unserer chinesischen Tochter die Lieferantenbeziehungen nach China weiter ausbauen.

Der Erfolg eines deutschen Unternehmens in China hängt also von einigen wesentlichen Faktoren ab: Andere Produkte werden nachgefragt, Entscheidungswege verlaufen anders und die Menschen reagieren nach anderen Verhaltensmustern. Am wichtigsten aber ist: Man muss in China chinesisch denken. Die Übertragung mitteleuropäischer Strukturen auf einen chinesischen Standort garantiert eine Bruchlandung. Ein chinesisches Management mit Kenntnis europäischer Strukturen ist ein Meilenstein zum Erfolg.

Dieter Lubach

*Intercompany Group/Mechatronik,
Sartorius AG, Göttingen*

veranstaltung

BME auf der Hannover Messe**Einkäufertag für alle Branchen**

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

Beschaffungsdienstleister

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

Global Sourcing: China

Beschaffungsprodukte aus China weisen einen absoluten Preisvorteil gegenüber denen aus dem Westen und aus Osteuropa auf. Auch ein großer Preissprung als Folge des wirtschaftlichen Hochwachstums seit 25 Jahren ist in China nicht in Sicht. Beschaffung in China bietet aber auch Risiken: etwa Verlust der Kontrolle über technisches Know-how, erhöhtes Lieferterminrisiko sowie fehlende Markttransparenz. Aber: Die Gefahr, durch Fernbleiben den Anschluss an die Entwicklung eines dynamischen Marktes zu verlieren, ist erheblich höher als das Risiko eines Engagements in China. (Referent: Dr. Li Song, Bosch Rexroth)

Elektronische Produktkataloge

Der reibungslose Austausch von Produktkatalogen ist eine weitere Heraus-

forderung für Einkäufer und Anbieter im Rahmen von E-Business. Der BME bietet mit catpilot eine internationale Plattform zum Austausch elektronischer Produktkataloge im BMEcat-Format an. catpilot ermöglicht einen reibungslosen Transfer der Produktkataloge vom Lieferanten zum Kunden. Lieferanten können Produktkataloge einstellen und europaweit den Bedarfsträgern zum Download anbieten. Die Kataloge werden nach Standard BMEcat 1.2 zertifiziert und auf in der Praxis bewährte Anforderungen geprüft. (Referent: Lars-Torsten Heine, BMEnet GmbH)

Beschaffung im Mittelstand

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

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

Der BME ist auf der Hannover Messe vom **11. bis 15. April 2005** mit einem Stand als Info- und Kontaktplattform vertreten (Halle 6, Global Business Forum, Stand H 26). Darüber hinaus unterstützt der BME im Rahmen der Hannover Messe die Kooperationsbörse (Matching industrieller Aussteller mit Hilfe der Europäischen Kommission), den „Beschaffungsmarkt Frankreich“ (60 Aussteller) und die „Initiative Wertschöpfungspartnerschaft“ (ContiTech).

BME
Achim Plener
Telefon 069/30838-133
achim.plener@bme.de
www.bme.de

Vortragsprogramm Einkäufertag Hannover Messe 2005

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

messen

Subcontracting auf der Hannover Messe

Aus Fernost kommen immer mehr hochwertige Produkte

Asiatische Unternehmen spielen eine immer wichtigere Rolle in der Zulieferkette des Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbaus. Der Umfang der Lieferungen nimmt stark zu, gleichzeitig steigt die Qualität der Produkte. Auch in der Forschung und Entwicklung übernehmen die Asiaten immer mehr Leistungen selbst. Der Trend geht zum Bezug kompletter Bauteile, wie auch auf der „Subcontracting“ im Rahmen der Hannover Messe zu sehen ist.

Auf der „Subcontracting“, die im Rahmen der Hannover Messe vom 11. bis 15. April 2005 in den Hallen 3, 4 und 5 stattfindet, wird jedoch deutlich, dass die einzelnen asiatischen Länder sehr unterschiedliche Produkte präsentieren und besondere Stärken zeigen. Bis auf Taiwan gelten die auf der Leitmesse für Zulieferungen und Werkstoffe für den Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbau vertretenen Staaten als Entwicklungsländer. Zu den besonderen Bedingungen, die in diesen Ländern bei Outsourcing-Projekten beachtet werden sollten, gibt es am Montag, den 11. April 2005, von 13.40 bis 14.00 Uhr im Convention Center die Veranstaltung „Outsourcing in Entwicklungsländer, warum und wie?“. Anschließend geht es in der Veranstaltung „Outsourcing für den Mittelstand nach Entwicklungsländern“ um spezielle Strategien, wie mittelständische Unternehmen aus dem Metallbereich geeignete Lieferanten finden können. Auch auf fast allen anderen Veranstaltungen sind auf der Hannover Messe immer mehr Asiaten zu sehen.

Deutlicher Trend in Indien: Die Teile werden komplexer

Die Wirtschaft des indischen Subkontinents modernisiert sich, und immer mehr

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

Pakistan: kostengünstige und arbeitsintensive Autoteile

Pakistan hat mit über 600 Quadratmetern in Halle 4 (E63) nach China den größten Gemeinschaftsstand. 37 Unternehmen sind überwiegend mit Blech- und Metallteilen anwesend. Ein neuer Schwerpunkt pakistanischer Firmen sind kostengünstige, arbeitsintensive Autoteile.

China: Firmen nehmen die Vermarktung selbst in die Hand

Aussteller aus der Volksrepublik China waren bis vor wenigen Jahren in Hannover kaum vertreten. Gemäß der Devise der chinesischen Regierung „geht hinaus in die Welt“ drängen Unternehmen aus dem Reich der Mitte jetzt auf die großen internationalen Leitmessen. In Hannover sind in diesem Jahr bereits 322 Aussteller aus der Volksrepublik zu finden. Die Unternehmen möchten die Vermarktung ihrer Produkte weltweit selbst in die Hand nehmen. Durch den Wegfall des Zwischenhandels sind viele chinesische Produkte noch günstiger zu beziehen.

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

Über chinesische Verbände und Standortförderer sind Informationen über weitere Unternehmen und zu Fragen der praktischen Geschäftsabwicklung mit chinesischen Firmen zu bekommen. Die Messeabteilung der „China National Machinery & Equipment Import & Export Corporation“ (www.cmicex.com.cn) unterhält in Halle 3 (A10) einen großen Gemeinschaftsstand. Dort sind mit dem Hunan Provincial Department of Commerce, Nanjing Overseas Trading, dem Shanghai Institute of Machine Building Technique und dem Kreis Shaogang aus Guangdong auch einige der weltweit wichtigsten Produktionsbasen für Waren rund um das Thema „Subcontracting“ zu finden.

Taiwan produziert vor allem komplette Maschinen und Hochtechnologie

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

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

Thomas Kiefer

messen

Asia Styles: CCPIT schafft in Nürnberg Plattform für chinesische Konsumgüter**„Wir fokussieren Markenhersteller“**

Der China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) veranstaltet zusammen mit der Nürnberg Global Fairs GmbH vom 29. bis 31. August 2005 eine rein asiatische Konsumgütermesse in Nürnberg. Im Gespräch mit sourcing asia erklärt Kezhong Sha, Direktor des CCPIT, welches Konzept der „Asia Styles“ zugrunde liegt.

Herr Sha, was ist das Neue und Besondere der „Asia Styles“?

Die „Asia Styles“ ist unsere erste eigenveranstaltete Fachmesse in Europa. Um die Bedürfnisse der chinesischen Unternehmen in Europa zu befriedigen, haben wir uns entschlossen, eine eigene Messe im Konsumgüterbereich durchzuführen. China hat sich in den vergangenen Jahren zum weltweit größten Produktionszentrum für Konsumgüter entwickelt und ist einer der weltweit größten Exporteure in diesem Marktsegment. Selbstständige chinesische Unternehmer und Fabriken hatten bis dato keine Chance, sich in Europa adäquat zu präsentieren. Darüber hinaus waren wir mit der Situation der bestehenden Messeplätze unzufrieden. Die Fläche, die für chinesische Unternehmen zur Verfügung stand, hat die Bedürfnisse bei weitem nicht gedeckt.

Das Konzept der „Asia Styles“ ist ein Novum in Deutschland und Europa. Gibt es schon ähnliche Konzepte des CCPIT in anderen Ländern, und sind diese dort erfolgreich?

Wie Sie sagen, ist die Veranstaltung eine Neuheit in Deutschland und Europa. Allerdings haben wir bereits ähnliche Veranstaltungen wie die China Trade Fair oder die Chinese Trade Show beispielsweise in Afrika, Südostasien oder Lateinamerika erfolgreich durchgeführt.

Was ist Ihre Zielgruppe?

Wir wollen all die erreichen, die sich mit asiatischen Produkten beschäftigen: Einkäufer, Bulk-Buyer, Importeure und Vertriebsprofis.

Warum haben Sie den Messeplatz Nürnberg gewählt?

Nürnberg liegt im Zentrum Europas, vor allem mit der direkten Nähe zu Süd- und Osteuropa ist der Standort die erste Wahl. Mit Nürnberg Global Fairs haben wir einen flexiblen, schnell handelnden und erfahrenen Partner an unserer Seite.

Sie wollen auf der „Asia Styles 2005“ hochwertige Qualitätsprodukte zu günstigen Preisen präsentieren. Was genau verstehen Sie darunter?

Der CCPIT kann nicht die Qualität der Produkte beurteilen, aber wir werden die besten Firmen auswählen und ihnen die Empfehlung geben, nach Nürnberg zu kommen. Markenhersteller, die hochwertige Produkte anbieten, sind in jedem Fall unser Fokus für die „Asia Styles“. Das werden Hersteller sein, die in China be-



„Wir wollen ein klares Signal gegen Plagiate setzen“, sagt Kezhong Sha

reits Brands sind. Wir verstehen es als unsere Aufgabe, diese Unternehmen auch in Europa zu Marken zu machen.

Welche Schwerpunkte setzt die Messe? Sind beispielsweise Sonderschauen geplant?

Geschenke und Haushaltswaren sind die Schwerpunkte der „Asia Styles 2005“. Im August erwartet die Fachbesucher Ware mit typisch asiatischem und chinesischem Flair. Das Portfolio reicht von Besteck über Geschirr zu Arts & Crafts, Schreibwaren bis hin zu Accessoires. Als besonderes Highlight wird es eine Premium Area für besondere Brands und Sonderschauen einzelner Staaten und chinesischer Provinzen geben. Beispielsweise hat das „größte Schaufenster Chinas“, die Stadt Yiwu, mit einem Gemeinschaftsstand zugesagt, an dem unterschiedliche Unternehmen vorwiegend hochwertige Light-Industry-Produkte präsentieren. Im Gespräch ist auch die Provinz Hunan, die für ihre hervorragende Porzellanmanufaktur bekannt ist.

Das Problem mit Plagiaten wird in Deutschland zurzeit in den Medien thematisiert und diskutiert. Wie werden Sie mit der Produktpiraterie auf der „Asia Styles“ umgehen?

Wir werden unseren Ausstellern im Vorfeld klar mitteilen, dass keine Plagiate ausgestellt werden dürfen. Das Recht auf geistiges Eigentum muss geschützt werden. In den Ausstellerunterlagen werden diese Punkte festgeschrieben. Der CCPIT distanziert sich von Plagiaten, seitens der Regierung werden Plagiate nicht gefördert. Wir wollen ein klares Signal gegen das Kopieren von Waren setzen.

Wie sieht Ihre Vision zur „Asia Styles“ aus?

Ich bin sehr zuversichtlich, dass sich die Messe etablieren wird. Wir planen in jedem Fall langfristig und mit einem jährlichen Turnus in Nürnberg.

Das Gespräch führte Stefan Brunner



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

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

Auswahl lokaler Lieferanten schwierig

Sourcing in Asien nimmt weiter zu

Aus der Sicht Europas bekommt der asiatische Lieferantenmarkt einen höheren Stellenwert. Das geht aus einer vom Lehrstuhl Logistik der Technischen Universität (TU) Berlin unter Federführung von Prof. Baumgarten und Dipl.-Ing Wilfried Krokowski durchgeführten Studie „Trends and Strategies in International Procurement – A Comparison between Asia and Europe“ hervor. Danach werden die befragten europäischen Unternehmen ihr Einkaufsvolumen in Fernost von zehn auf rund 15 Prozent steigern (siehe Abbildung unten). Ferner ist eindeutig sichtbar, dass heute der Aufbau einer lokalen Lieferkette (Local Content) der treibende Faktor ist.

Während Europa den weltweiten Bezug weiter von durchschnittlich 40 Prozent auf 49 Prozent erhöht, werden die Einkaufsabteilungen in Asien ihren Global Sourcing-Anteil von heute rund 60 Prozent auf 54 Prozent reduzieren. In einigen Jahren werden sich die Werte angleichen und beide Regionen bei rund 50 Prozent Global Sourcing-Anteil liegen.

Keine Überraschung ist für Kenner des asiatischen Lieferantenmarktes die unterschiedliche Einbindung und Betrachtung der Unterlieferanten. Während die Asiaten ihre Lieferanten als reine Erfüllungshelfer in Sachen Preis und Lieferung betrachten, haben bei westlichen Unternehmen die Lieferanten einen wesentlich höheren Stellenwert.

Die Sourcing-Strategien westlicher und asiatischer Einkaufsabteilungen unterscheiden sich sehr voneinander. Während europäische Einkäufer versuchen, die Lieferantenzahl durch eine Dual- oder Single-Sourcing-Politik (Stichwort: strategische Partnerschaften) zu reduzieren, ist der asiatische Ansatz ein anderer. Hier gilt es, aus einer möglichst großen Anzahl von Unterlieferanten zu schöpfen. Dieses Verhalten hat natürlich auch Auswirkungen auf die Prozessqualität und Zuverlässigkeit der angelieferten Teile und Baugruppen.

Als Tipp aus der Praxis kann folgerichtig nur gelten: Bei der Lieferantenauswahl in Asien gilt es, ein besonderes Augenmerk auf die Auswahlprozesse der dortigen lokalen Zulieferer zu legen. Falls Interesse an diesen Dienstleistungen und Erfahrungen besteht, so kann man sich mit GPS in Deutschland in Verbindung setzen.

GPS – zehn Jahre erfolgreich am Markt

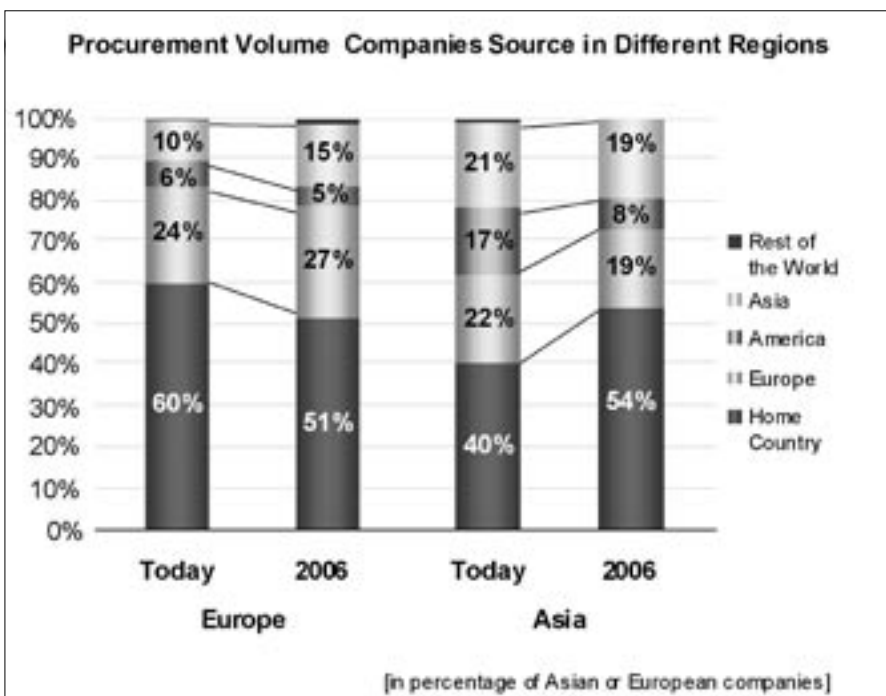
Global Procurement Services (GPS) feiert in diesem Jahr mit seinen Kunden und Mitgliedern sein zehnjähriges Bestehen. Die Erfolgsstory von GPS, Dienstleister im Bereich International Procurement und Logistik, begann im Januar 1995 mit der ersten Reise des Bundesverbandes Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) nach Taiwan, Hongkong, Singapur und Malaysia. Das Projekt wurde von Wilfried Krokowski, heute Geschäftsführender Gesellschafter von GPS, und dem BME unter der damaligen Führung von Herrn Jekewitz (Geschäftsführer) und Herrn Lensing von der BME-Akademie initiiert.

Noch heute, zehn Jahre nach der ersten Reise, bilden die Firmen Dorma, Wessel-Werk und Frankotyp-Postalia den Kernbereich der Mitglieder der Organisation. Ein Jahr später folgten Contitech VC und Miele. Heute verfügt die Organisation über fünf Büros in Asien (vier in China und das Hauptbüro Singapur) mit 24 festen Mitarbeitern und vier Büros in Deutschland. Im Jahr 1999 wurden die Kooperationsverträge mit den Auslandshandelskammern in Hongkong, Guangzhou und Shanghai unterschrieben.

Im Mai finden in Shanghai und Singapur die öffentlichen Feierlichkeiten im Rahmen der Kunden und Partner der GPS statt. Bei dieser Gelegenheit wird GPS sein eigenes Dragon-Boat in Singapur zu Wasser lassen.

GPS arbeitet mit der AHK/gic China, FedEx, Müller & Partner International Logistics, der local global GmbH und weiteren kompetenten Partnern zusammen.

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



Produkt- und Markenpiraterie in China

Trotz aller Bemühungen, die chinesische Regierung zur Umsetzung ihrer Verpflichtungen zu veranlassen, werden sich Unternehmen im China-Geschäft weiterhin gegen Produktpiraterie schützen müssen. Das teilt die Industrie- und Handelskammer (IHK) Hannover mit. Eine vom Aktionskreis Deutsche Wirtschaft gegen Produkt- und Markenpiraterie e. V. (APM) in Zusammenarbeit mit dem Ostasiatischen Verein e.V., der Deutschen Handelskammer in China sowie dem Markenverband am **26. April 2005** in **Berlin** organisierte Veranstaltung beleuchtet

den Stand der deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen, die politischen und gesellschaftlichen Voraussetzungen der Produktpiraterie in China und gibt eine Bestandsaufnahme dieses Problems. Der zweite Schwerpunkt der Veranstaltung liegt laut IHK Hannover in der Unterstützung für Unternehmer bei der Vorbeugung und Schadensbegrenzung. (lg)

i APM
Susanne Kieffer
Telefon 030/20308-2719
Telefax 030/20308-2718
kieffer.susanne@berlin.dihk.de

Automobilzulieferer in Thailand

Die thailändische Wirtschaft hat sich in den vergangenen Jahren mit dynamischem Wachstum zurückgemeldet. Nach Angaben des Ostasiatischen Vereins e.V. (OAV) entwickelt sich auch der Außenhandel mit Deutschland positiv. Nach zuletzt negativen Werten hätten sowohl die Ex- als auch die Importe 2004 gegenüber dem Vorjahr um etwa sieben Prozent zugelegt. Der Automobilsektor gehörte dabei zu den Schlüsselbranchen. Hier versuche sich Thailand, als Produktionsbasis für die Region und darüber hinaus zu positionieren. Die weitere Integration im Rahmen der ASEAN und bilaterale Freihandelsabkommen würden den Markt, der von Thailand aus bedient werden kann, vergrößern. In diesem Jahr sollen zum ersten Mal mehr als eine Million Fahrzeuge vom Band rollen. Neben dem positiven wirtschaftlichen Umfeld locke Thailand deutsche Unternehmen auch mit im regionalen Vergleich günstigen Investitionsbedingungen.

Die Informationsveranstaltung und Kontaktbörse „Automobilzulieferer Thailand“, die der OAV am **21. April 2005** in **Frankfurt am Main** gemeinsam mit dem Thailand Board of Investment (BOI) und dem Verband der Automobilindustrie (VDA) organisiert, gibt deutschen Unternehmen aus der Automobilbranche einen Überblick über die Chancen und Entwicklungen in dem südostasiatischen Königreich. Laut OAV stehen darüber hinaus sieben thailändische Unternehmen für Kooperationsgespräche zur Verfügung. Einen Erfahrungsbericht gibt Paul Josef Nauth, Geschäftsführender Gesellschafter der Klebstoffwerke Collodin Dr. Schulz & Nauth GmbH, Frankfurt am Main. (lg)

i Verband der Automobilindustrie (VDA)
Angela Mans
Telefon 069/97507-236
Telefax 069/97507-261
mans@vda.de
www.vda.de

Einkauf und Auftragsfertigung in China

Die Beschaffung aus der Volksrepublik China nimmt zu. Zahlreiche chinesische Unternehmen fertigen inzwischen Komponenten gemäß den Vorgaben westlicher Auftraggeber oder liefern Fertigprodukte auch in qualitativ höherwertigen Bereichen, wie es in einer Mitteilung der IHK Pfalz heißt. Allerdings könne das Sourcing in China auch riskant sein. Die Lieferung eines makellosen Musterstücks sei nicht automatisch die Gewähr dafür, dass die Ware letztendlich den Verein-

barungen entspricht. Vor diesem Hintergrund richtet die IHK am **14. Juni 2005** in **Ludwigshafen** den Workshop „Einkauf & Auftragsfertigung in China“ aus. Er stelle die Möglichkeiten dar, die China für Einkauf und Auftragsfertigung biete. (lg)

i IHK Pfalz
Geschäftsbereich International
Beate Neber
Telefon 0621/5904-911
beate.neber@pfalz.ihk24.de
www.pfalz.ihk24.de

Rechtsprobleme im Reich der Mitte

Seit Chinas Beitritt zur WTO im Dezember 2001 hat sich das rechtliche Umfeld für ausländische Investoren radikal geändert. Das teilt der Ostasiatische Verein e.V. (OAV), Hamburg, mit. Neben der Einführung der Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) seien vor allem die Zollsenkungen, die schrittweise Öffnung verschiedener Wirtschaftssektoren für ausländische Investitionen sowie die Liberalisierung der Außenhandelsgesetzgebung und Distributionsvorschriften für das Inland von Bedeutung.

Mit einem Ganztagesseminar wollen deshalb die Deutsch-Chinesische Juristenvereinigung (DCJV), der OAV und die Wirtschaftsförderung Berlin International GmbH am **22. April 2005** in **Berlin** auf Basis von Expertenvorträgen und Praxisberichten über die rechtliche Situation in China sowie die noch anstehenden Reformen informieren. (lg)

i Wirtschaftsförderung Berlin
International GmbH
Telefon 030/39980-246
Telefax 030/39980-239

recht

Mitarbeiter-Entsendung nach China**Recht, Steuer,
Sozialversicherung**

Mit dem stärkeren Engagement deutscher Unternehmen in China gehen auch mehr deutsche Mitarbeiter in die Volksrepublik. Die Entsendung von „Expatriates“ bringt für die Personalabteilungen der Firmen besondere Herausforderungen mit sich. In diesem Beitrag werden die rechtlichen Aspekte beim typischen Entsendungsfall geschildert, nicht aber diejenigen bei den immer häufigeren Anstellungen von „Expats“ nach chinesischem Arbeitsrecht.

Zu beachten sind nicht nur die ausländer- und arbeitsrechtlichen Vorschriften der Volksrepublik China. Wegen der zwischenstaatlichen Vereinbarungen sind auch steuer- und sozialversicherungsrechtliche sowie gesellschaftsrechtliche Sachverhalte von Bedeutung.

Für die Arbeitsaufnahme in China benötigen Ausländer ein Arbeitsvisum und eine Arbeitserlaubnis. Die Formalitäten zur Erlangung der Arbeitserlaubnis, insbesondere die erforderliche „offizielle Einladung“, werden in einem ersten Schritt üblicherweise von der lokalen Anstellungsgesellschaft erledigt. Mit der Arbeitserlaubnis beantragt der ausländische Arbeitnehmer dann bei der zuständigen chinesischen Botschaft oder dem Konsulat im Heimatland das Z-Visum. Bei Führungskräften ist es möglich, mit einem Besuchsvisum einzureisen und das Arbeitsvisum danach in China zu beantragen.

Die Formalitäten sind zwar umfangreich und zeitraubend, aber für ausländische Fach- und Führungskräfte bei bereits bestehendem oder anlaufendem Investment in China kein wesentliches Hindernis. Besonders der früher gefürchtete „Health-Check“ kann zwischenzeitlich, gerade in den großen Städten, in Hospitälern mit speziellen, besser ausgestatteten Ausländerabteilungen durchgeführt werden. In arbeitsrechtlicher Hinsicht ist

in Entsendungsfällen danach zu differenzieren, ob ein Mitarbeiter in Deutschland ausschließlich für die Tätigkeit in der Volksrepublik China rekrutiert wurde und die Entsendungsvereinbarung die einzige bestehende arbeitsrechtliche Vertragsgrundlage ist. Oder ob es sich wie im Regelfall um einen bereits seit längerem beschäftigten Mitarbeiter handelt, der vorübergehend nach China entsandt wird.

Für den materiellen Vertragsinhalt kann deutsches Recht vereinbart werden

Obwohl sich die vertraglichen Abmachungen voneinander unterscheiden, gilt für beide Fälle grundsätzlich, dass für den materiellen Inhalt des Vertrages deutsches Recht vereinbart werden kann. Das chinesische internationale Privatrecht enthält keine Bestimmung, derzufolge auf einen in China praktizierten Arbeitsvertrag zwingend chinesisches Arbeitsrecht ganz oder teilweise anwendbar ist. Auch nach den ausländerrechtlichen Vorschriften muss über die Entsendungsvereinbarung hinaus kein chinesischer Arbeitsvertrag bei einer chinesischen Gesellschaft abgeschlossen werden. Wegen der Vorschriften zum Ausländer-, Steuer- und Sozialversicherungsrecht muss allerdings eine chinesische Übersetzung der für das Arbeitsverhältnis maßgeblichen Vereinbarung vorgelegt werden.

Wird ein Mitarbeiter über einen längeren Zeitraum nach China entsandt, verfügt er vor Ort bald über ein spezifisches Wissen, das auch für andere dort engagierte Unternehmen interessant sein kann. Da es gelegentlich zu Abwerbungsversuchen erfahrener China-Mitarbeiter kommt, könnte vor der Entsendung die Vereinbarung eines nachvertraglichen Wettbewerbsverbots und spezifischer Geheimhaltungsregelungen sinnvoll sein.

Bei der Vergütung sollte wegen des für chinesische Joint Venture wohl weiter geltenden Grundsatzes „equal pay for equal work“ darauf geachtet werden, die Gehaltsbestandteile, die im Zusammenhang mit der besonderen Entsendungssituation bezahlt werden (zum Beispiel Reisekosten, Umzugskosten, Unterbringung, Schulungskosten, Fahrkosten et cetera), genau zu

definieren und sie damit dem Vergleichsmaßstab zu entziehen. Sonst besteht die Gefahr, dass die chinesischen Manager des Joint Venture eine vergleichbare Vergütung wie der „Expat“ verlangen.

Eine solche Regelung ist auch für den zu entsendenden Mitarbeiter von Bedeutung. Denn im Wiedereingliederungsfall nach der Entsendung müssen die Sonderleistungen ohne Änderungskündigung beendet werden. Ohnehin empfehlen sich in der Entsendungsvereinbarung klare Regelungen zur Rückkehr und Wiedereingliederung des Mitarbeiters. Dies gilt auch für den Fall einer Kündigung des Arbeitsverhältnisses während der Entsendung, zum Beispiel wegen eines Fehlverhaltens. Hier entspricht es im Regelfall Treu und Glauben, den Arbeitgeber auf eine Rückholung - allerdings ohne Weiterbeschäftigung - zu verpflichten, auch wenn der Arbeitnehmer einen Beendigungstatbestand setzt.

Das Unternehmen sollte einen klaren Verhaltenskodex vorgeben

Ein weiterer wichtiger Bestandteil einer Entsendungsvereinbarung für China ist eine Klausel, die den Mitarbeiter verpflichtet, sich über die im Land gültigen Regelungen, insbesondere die jeweils aktuellen gesetzlichen Bestimmungen, stets zu informieren und sie zu beachten. Gerade wegen der in China nicht seltenen geschäftlichen Gepflogenheiten, die den Gesetzen widersprechen (Stichwort: Korruption, internationales Strafrecht), ist es zur Vermeidung einer Mithaftung der Gesellschaft und der Gesellschaftsorgane erforderlich, klare Verhaltensregelungen vorzugeben und auch auf deren Einhaltung zu achten. Ansonsten besteht die Gefahr, dass sich das lokale (entsandte) Management verselbstständigt und die Gesellschaft sowie die Gesellschaftsorgane straf- und zivilrechtlich haften. Üblicherweise beinhalten vertragliche (Entsendungs-) Vereinbarungen daher auch einen Verhaltenskodex, zum Beispiel als Teil eines „Employee Handbooks“.

Das Sozialversicherungsrecht ist ein wesentlicher Regelungsgegenstand in der Entsendungsvereinbarung. Hier ist das seit 4. April 2002 geltende Deutsch-Chinesische Sozialversicherungsabkommen ►

- maßgeblich, das erste Abkommen dieser Art zwischen China und einem ausländischen Staat. Das Abkommen betrifft ausschließlich die Renten- und Arbeitslosenversicherung, also nicht die Kranken-, Pflege- und Unfallversicherung. Nach den Grundsätzen des Abkommens ist der Beschäftigungsort entscheidend, das heißt bei einer Beschäftigung in China besteht auch die Versicherungspflicht grundsätzlich im Reich der Mitte.

In China erworbene Rentenansprüche werden nicht angerechnet

Ausnahmen gelten für entsandte Mitarbeiter zunächst für die Dauer von 48 Monaten. Bei Vorlage einer Bescheinigung, die vor der Entsendung eingereicht werden muss, kann eine Befreiung von der chinesischen Versicherungspflicht zugunsten einer weiter bestehenden

vom chinesischen Joint Venture getragen wird. Bei der zeitlichen Begrenzung gibt es keine Obergrenzen, nur darf es keine unbefristete Entsendung sein.

In erster Linie muss das entsendende Unternehmen jedoch mit dem Mitarbeiter abklären, welche Regelung dieser für seine Arbeitslosen- und Rentenversicherung bevorzugt. Möglicherweise ist es dem Mitarbeiter gar nicht recht, in der deutschen Sozialversicherung zu verbleiben, obwohl ein Entsendungstatbestand vorliegt, da er lieber die geringeren chinesischen Beiträge zahlt und/oder er sich darüber hinaus privat absichern möchte. Zu berücksichtigen ist nämlich, dass ein Teil der in China geleisteten Arbeitnehmerbeiträge – zumindest nach der Theorie des Gesetzes – bei der Ausreise des Ausländers wieder ausbezahlt wird, eine Anrechnung von in China erworbenen

machen. Dies gilt umso mehr, als auch der Arbeitgeberbeitrag deutlich geringer ausfällt als in Deutschland, so dass über eine entsprechende (teilweise) Anpassung der Vergütung zusätzliche Vorteile für beide Parteien erzielt werden können.

Zwischen Deutschland und China besteht ein Doppelbesteuerungsabkommen, so dass im Regelfall bei der Beschäftigung in China (ab 183 Tage) eine Steuerpflicht in der Volksrepublik besteht. Die derzeitigen Steuersätze sind der untenstehenden Tabelle zu entnehmen. Die Berechnung der Steuer ergibt sich aus folgender Formel: Steuer = (zu versteuerndes Einkommen * Steuersatz) minus Festabzug. Beispiel: Herr A arbeitet für eine ausländische Investment-Firma in China. Sein Einkommen beträgt im Januar 10.000 RMB. Seine individuelle Steuerschuld berechnet sich wie folgt: zu versteuerndes Einkommen = monatliches Einkommen minus Freibetrag; also: 10.000 RMB – (800 RMB + 3.200 RMB) = 6.000 RMB; zu zahlende Steuer = zu versteuerndes Einkommen * Steuersatz – Festabzug = (6.000 RMB * 20 Prozent) – 375 RMB = 825 RMB.

Der „Expatriate“ sollte steuerlich qualifiziert beraten werden

Zu warnen ist vor dem Modell, den Behörden einen Teil des Einkommens zu verschweigen, etwa über die Konstruktion eines zusätzlichen Beratervertrags oder sonstiger Zusatzvereinbarungen. Solche Konstruktionen können als Steuerhinterziehung gesehen werden. Ohnehin müssten die Bezüge, wenn nicht in China, dann andernorts, versteuert werden. Eine Steuerbefreiung tritt jedenfalls nach keinem Abkommen ein.

Ohnehin erscheint es aus Sicht des Unternehmens ratsam, den künftigen „Expatriate“ steuerlich qualifiziert zu beraten, um Bedenken gegen den Auslandseinsatz entgegenzutreten und die steuerlich saubere Handhabung des Auslandseinsatzes zu gewährleisten. Sie ist letztlich auch im Interesse des Unternehmens.

Roland Falder

Rechtsanwalt und Partner der Sozietät

Taylor Wessing

deutschen Versicherungspflicht erreicht werden. Die Voraussetzung ist allerdings, dass überhaupt eine Entsendung im Sinne des Sozialversicherungsabkommens vorliegt. Dies ist nur dann der Fall, wenn ein Arbeitnehmer im Rahmen eines in Deutschland bestehenden Beschäftigungsverhältnisses auf Weisung und für Rechnung des deutschen Arbeitgebers nach China entsandt wird und die Entsendung in Folge ihrer Eigenart oder vertraglich im Voraus zeitlich begrenzt ist.

Alle drei Voraussetzungen müssen kumulativ erfüllt sein. Deshalb fällt zum Beispiel die Beschäftigung von Deutschen, die sich bereits in China befinden, nicht unter den Entsendungsbegriff. Gleiches gilt, wenn das Gehalt vom deutschen Arbeitgeber nicht als Betriebsausgabe angesetzt werden kann, etwa weil es

Rentenansprüchen in Deutschland aber gerade nicht möglich ist. Im Übrigen würde nach 15 Jahren Einzahlung ein Rentenanspruch in China bestehen – allerdings in wohl äußerst geringer Höhe.

Im Regelfall besteht in China eine Steuerpflicht des Beschäftigten

Die Beiträge (Stand 1. April 2005/ Shanghai) betragen bei einer Höchstbemessungsgrenze von 6.099 RMB/Monat für den Arbeitnehmer derzeit circa 500 RMB in die Rentenversicherung und circa 70 RMB in die Arbeitslosenversicherung, also insgesamt circa 570 RMB. Dies entspricht etwa 57 EUR/Monat. Daraus wird deutlich, dass in China wesentlich geringere Beiträge zu zahlen sind. Das könnte das Modell einer Sozialversicherungspflicht in China bei eigener Altersvorsorge attraktiv

Logistik**Hohe Kosten in China**

Logistikpartner: Auswahl entscheidet über den Erfolg

Das Thema Logistik wird im Rahmen von China-Strategien oft nicht berücksichtigt. Ein fahrlässiges Verhalten, gilt die Infrastruktur Chinas doch als Haupt-„Bottleneck“. Ein nachhaltiger Unternehmenserfolg kann in der Volksrepublik nur dann erzielt werden, wenn neben der sorgfältigen Vorbereitung der Produktion auch die Logistik inklusive signifikanter Kostenkalkulationen einbezogen wird.

Drei wichtige Indikatoren sprechen für eine wachsende Bedeutung der Volksrepublik China als Drehscheibe internationaler Wirtschaftsbeziehungen. In den vergangenen vier Jahren lag die durchschnittliche Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts in China bei 11,3 Prozent, der Außenhandelsumsatz stieg zwischen den Jahren 2000 und 2004 jährlich um 23,4 Prozent. Das dritte Kriterium sind die ausländischen Direktinvestitionen, die sich im selben Zeitraum um 10,2 Prozent pro Jahr erhöht haben.

Chinas Logistikmarkt ist stark fragmentiert

Diese Indikatoren führen zu permanent steigenden Herausforderungen für den chinesischen Transport- und Logistiksektor. Eine Vielzahl der Global Player der Logistikbranche ist bereits heute in China präsent. Der Fragmentierungsgrad dieses Sektors ist hoch. Auf dem chinesischen Logistikmarkt bieten mehr als drei Millionen Unternehmen, die einen maximalen Marktanteil von zwei Prozent erreichen, ihre Dienstleistungen an. Durch den WTO-Beitritt Chinas profitieren die ausländischen Transportunternehmen, während die lokalen Anbieter sich auf einen stärkeren Wettbewerb einstellen müssen. Ausländische Unternehmen betätigen

sich unter anderem aus Rechtsgründen vorwiegend im internationalen Transport, insbesondere in der Luft- und Seefracht. Die inländischen Services befinden sich im Aufbau, denn nach wie vor wird der Lkw-Transport von lokalen Unternehmen dominiert.

Das Straßennetz in China umfasst 1,8 Millionen Kilometer (Stand: 2002). Hiervon zählen nur etwa drei Prozent zu den Kategorien „Expressway“ und „Class 1 Road“, die beide vergleichbar mit Autobahnen beziehungsweise Bundesstraßen in Deutschland sind. Dementsprechend beträgt die Straßendichte, das heißt der Faktor Straßenkilometer pro Quadratmeter Fläche, in China durchschnittlich nur 0,18 (Deutschland: 1,82). Zudem kann die bestehende Infrastruktur (Straßen, Schienen, Hafenanlagen) derzeit noch nicht die Anforderungen an eine zuverlässige Abwicklung des Transportaufkommens zur nachhaltigen Sicherung des Wirtschaftswachstums in China erfüllen – lokale Transportengpässe sind eher die Regel als die Ausnahme.

Die dominante Verkehrsebene in der Logistik in China ist die Wasserstraße. Im Durchschnitt werden mit Schiffen Transportdistanzen von 1.855 Kilometern zurückgelegt. Der Anteil des Flugverkehrs am gesamten Logistikmarkt nimmt nur ein Prozent ein, die Defizite bei den Flugverbindungen sind evident. Der Schienenverkehr wird für Transportdistanzen von durchschnittlich 768 Kilometern benutzt. In China genießen Kohletransporte Priorität im Schienenverkehr.

Das Dienstleistungsverständnis lässt zu Wünschen übrig

Weiterhin erschweren regional spezifische Richtlinien und unterschiedliche Kostenstrukturen für den einzelnen Investor den Aufbau einer flächendeckenden nationalen Logistikstruktur. Die chinesische Regierung hat bereits in ihrem zehnten Fünfjahresplan auf die infrastrukturellen Probleme reagiert und fordert den verstärkten Ausbau der Infrastruktur und des Logistikwesens.

Gravierender als die infrastrukturellen Probleme wirkt sich in einigen Berei-

chen das Dienstleistungsverständnis der chinesischen Logistikunternehmen auf eine effektive Umsetzung der Transportdienstleistung in der Praxis aus. Oft treten Missverständnisse bei Transportkapazitäten auf, die schließlich zu einer Überladung der Transportmittel führen. Unterschiedliche Auffassungen hinsichtlich Personalkapazitäten führen zu häufigen Überstunden der Fahrer und damit zur Erhöhung des Unfallrisikos.

Auch der Liefertermin kann zu Missverständnissen führen: anders als in Europa, wo in der Regel ein dichtes Netz von Transport-Hubs vorhanden ist, wird in China die Entfernung zwischen den größten Wirtschaftszentren oft unterschätzt.

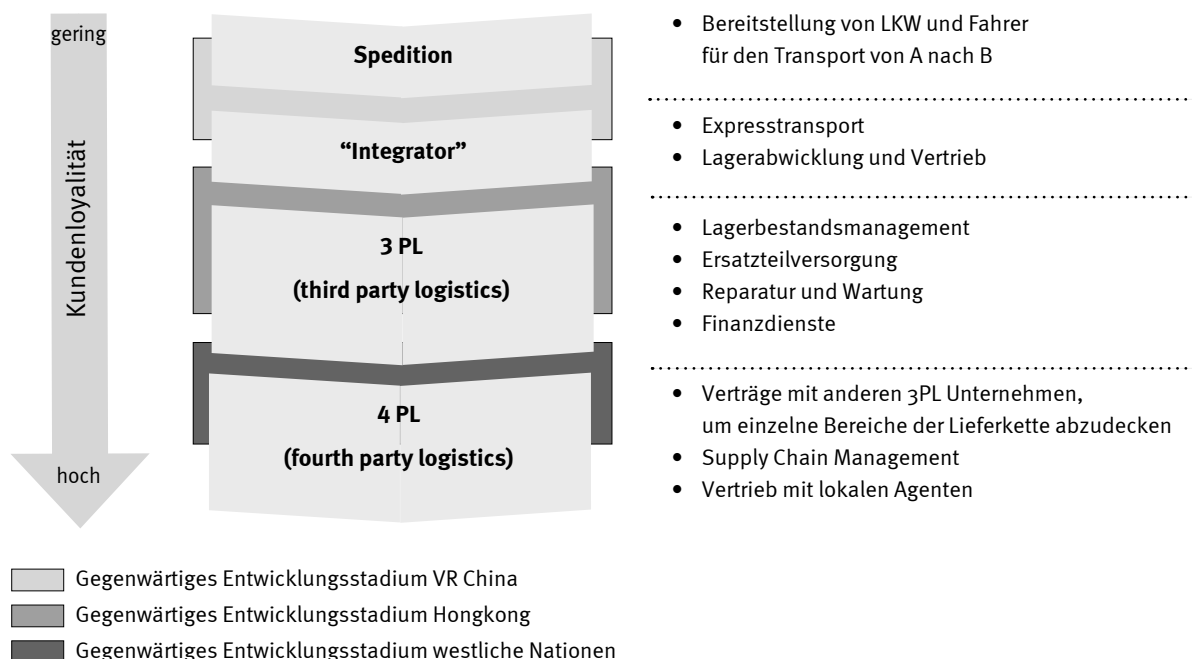
Des Weiteren besteht die Gefahr vertragskonträrer und nicht produktgerechter Verpackungen für den Transport sowie Frachtverlust („Fall-of-the-truck“-Phänomen). Zudem entstehen Fehler beim Ausführen der Dienstleistung durch den Einsatz von unterentwickelten Technologiesystemen, eine geringe Automatisierung und in der Regel eine relativ geringe Qualifikation des Personals.

Die Logistikanbieter sind äußerst unterschiedlich qualifiziert

Missverständnissen und Risiken kann durch einen detaillierten Vertrag vorgebeugt werden, in dem möglichst umfangreiche Konditionen spezifiziert werden. Zusätzlich sollte mit dem Logistikpartner eine Frachtverlustversicherung abgeschlossen werden. Ein weiteres Mittel zur Risikominimierung kann eine Vereinbarung von Zahlungszielen darstellen. Somit ist eine vertragskonforme Auftragsdurchführung sichergestellt.

Die chinesische Logistikbranche befindet sich noch immer in einer frühen Entwicklungsphase. Die Qualifikation der möglichen Anbieter schwankt erheblich zwischen einfachen Spediteuren bis hin zu einigen neu etablierten Third-party-logistics-Anbietern, deren Marktanteil jedoch erst drei Prozent beträgt. Die Logistikbranche in Hongkong hingegen befindet sich in einem fortgeschrittenen Stadium. Dies ist ein Grund für einige Investoren, ihre Warentransfers nach

Zukünftige Entwicklung: Hoffnungsträger "3rd-party"-Etablierung



Quelle: EAC

► wie vor über Logistik-Hubs in Hongkong zu realisieren. Denn Third-party-Unternehmen bieten tiefergehende Supply-Chain-Managementaufgaben an: zum Beispiel die Ersatzteilversorgung und Wartung. Aber auch Hongkong ist noch nicht auf westlichem Niveau, den sogenannten Fourth-party-logistics.

Entscheidend für den Erfolg in China ist die detaillierte Auswahl der Logistikpartner. Im internationalen Vergleich ist der Anteil der Logistikkosten am Umsatz mit 13,7 Prozent in Asien deutlich höher als in Europa (10,4 Prozent). Die Ursachen für die erhöhten Kosten in Asien sind vielfältig. Frachtverlust beziehungsweise -schaden, Lieferverzug, Kapazitätsplanungen et cetera gelten als Hauptkostentreiber. Durch die Auswahl eines geeigneten Logistikpartners können diese Kosten vermieden werden. Grundsätzlich besteht der Auswahlprozess aus drei Schritten:

- Präzise Definition von Anforderungen an das Logistikunternehmen
- Vorauswahl von potenziellen Partnern
- Auswahl und Vertragsabschluss mit einem Logistikpartner

Zu Beginn sind die Anforderungen bei der Auswahl des Logistikpartners mit hohem Detaillierungsgrad zu präzisieren. Die Priorisierung der technischen Anforderungen ist dabei unerlässlich. Hierzu zählen zum Beispiel Vorgaben zur Art des Transports und spezielle Anforderungen der zu transportierenden Fracht.

In China ist auch die Beachtung der Wertschöpfungstiefe und die Verfügbarkeit der erforderlichen Lizenz von besonderer Wichtigkeit. Der technische Anspruch sollte nicht mit dem hohen europäischen Niveau identisch sein. Erst dann sollten die Qualität des Logistikpartners, Verpackungsanforderungen und ein Preisvergleich in die Bewertung einbezogen werden.

Verträge sollten von unabhängigen Übersetzern geprüft werden

Im zweiten Schritt werden potenzielle Logistikpartner durch die Prüfung der technischen und Management-Fähigkeiten untersucht. In dieser Prozessphase werden die Anforderungen aus dem ersten Prozess präzise mit dem Angebot der Logistikpartner verglichen.

Das Partnerunternehmen sollte unter anderem eine geeignete Infrastruktur bieten und nach Möglichkeit flexibel und exklusiv die Dienstleistung erbringen. Falls bei den Vertragsverhandlungen Komplikationen auftreten, ist es von Vorteil, neben dem geeigneten Top-Kandidaten eine „Fall-back-option“ zu haben.

Beim Vertrag ist zu beachten, dass gemäß chinesischem Gesetz lediglich die chinesische Version Gültigkeit besitzt. Es ist ratsam, zusätzlich zur offiziellen Vertragsprüfung eine unabhängige Prüfung durch einen vertrauenswürdigen Übersetzer durchführen zu lassen.

Der Nachweis von Vertragsbrüchen ist in China sehr schwierig, da die Nachweispflicht beim Auftraggeber liegt und üblicherweise nur materielle Schäden ersetzt werden, nicht aber Umsatzausfälle oder Vertragsstrafen bei verspäteten Lieferungen des Transportunternehmens an seine Kunden. Das Problem, qualifizierte und vertragstreue externe Logistikpartner zu finden, hat bei MNC's zur Bildung von Inhouse-Logistikkapazitäten geführt.

Daniela Bartscher-Herold, Alexander Fuchs, EAC PartG München/Shanghai

standort

Pkw-Markt mit großem Potenzial**Die Inder steigen um: das Auto auf der Überholspur**

Indien rückt mehr und mehr in die Gruppe der großen Automobilnationen auf. Und die Kfz-Branche hat erkannt, dass die größte Demokratie der Welt schon heute zu den dynamischsten Wachstumsmärkten für ihre Produkte zählt.

Wenn Sie heute durch Indien reisen, werden viele der Klischees und Vorurteile über dieses Land bestätigt: die atemberaubende Meisterleistung indoislamischer Kunst - das Taj Mahal; die exotischen Gerüche und Gerichte; schöne, stolze Menschen; aber auch die beklemmende Armut, in der 24 Prozent der Bevölkerung noch heute leben. Und viele werden es auch künftig tun.

Doch gleichzeitig sieht der Reisende auch ein modernes Indien. Die gegensätzlichste Stadt ist für mich Bangalore: heilige Kühe auf den Straßen, die durch das „Silicon Valley“ Indiens führen, vorbei am „Who-is-who“ der globalen Industrie. Nicht nur die führenden IT-Unternehmen und Banken der Welt sind präsent, auch immer mehr große Automobilunternehmen betreiben dort Forschungszentren. Die dynamische Verbindung von Tradition und Zukunft macht Indien interessant.

Großes Potenzial durch stabiles Wachstum und geringe Fahrzeugdichte

Mit einem starken, stabilen und mittelfristig auf etwa sieben Prozent geschätzten Wirtschaftswachstum und einer im Weltvergleich noch relativ geringen Fahrzeugdichte von sieben Autos pro 1.000 Einwohner bietet der indische Pkw-Markt langfristig ein großes Potenzial. Stetig steigende Haushaltseinkommen und Menschen, die vom Zweirad auf das Auto umsteigen und Automobilbesitz vor allem als Zeichen von Fortschritt, Leistung

sowie persönlichem Status sehen, haben den Pkw-Absatz rapide ansteigen lassen. Im vergangenen Jahr hat er erstmals die Millionengrenze überschritten.

Steuersenkungen und attraktive Finanzierungsbedingungen unterstützen diesen Trend, der März 2005 war bereits ein weiterer Rekordmonat. Bis 2014 sehen Prognosen den Markt um durchschnittlich elf Prozent pro Jahr auf gut drei Millionen Fahrzeuge ansteigen. Indien würde dann auf Platz fünf der Weltrangliste stehen – hinter den USA, China, Japan und Deutschland. Ein Paradigmenwechsel in der globalen Automobilindustrie kündigt sich an – jetzige „emerging markets“ etablieren sich.

Eine breite Produktpalette ist künftig der Schlüssel zum Erfolg

Heute wird der indische Pkw-Markt vor allem durch das indisch-japanische Joint Venture Maruti-Suzuki (42 Prozent Marktanteil), dem lokalen Hersteller Tata Motors (18) und Hyundai (14) dominiert. Zu beachten: die ausländischen Marken wie Suzuki, Hyundai, Toyota, Ford, Honda und Chevrolet behaupten schon heute gemeinsam 70 Prozent des Pkw-Marktes.

Über 90 Prozent der heute verkauften Fahrzeuge kosten weniger als 20.000 USD – auch in den kommenden Jahren wird das Klein- und Kompaktsegment dominieren. Der Markt wird sich jedoch durch steigendes Marken- und Qualitätsbewusstsein der indischen Kunden zugunsten der höherwertigen Autos und der gehobenen Preisklasse entwickeln.

Neben der klassischen Limousine besteht auch bei den indischen Kunden der Wunsch nach Individualisierung. Fahrzeuge wie Familien-Vans, Geländewagen sowie flexible Innenraumkonzepte finden mehr und mehr Interessenten. Indische wie auch die ausländischen Marken stellen sich auf diesen Trend ein und ergänzen entsprechend ihr Portfolio.

Ein singulärer Produktansatz hat vor einigen Jahren allenfalls zum Markteintritt genügt – Hyundai und Toyota haben sich so in Indien etabliert. Heute und vor allem in der Zukunft ist ein breites Produktportfolio der Schlüssel zum Erfolg.

Die indischen wie auch ausländischen OEM's haben sich zusammen mit ihrer Zulieferinfrastruktur auf drei automobile Zentren konzentriert: die Kerngebiete um Neu Delhi im Norden, wo etwa 50 Prozent des gesamten Pkw-Volumens produziert werden; Mumbai im Westen und Bangalore im Süden, die sich die restlichen 50 Prozent etwa gleichmäßig aufteilen.

Land soll Produktionsstandort für Klein- und Kompaktfahrzeuge werden

Die indische Regierung hat jüngst die Automobilindustrie als Schlüsselbranche erklärt und sich drei Ziele für die weitere Entwicklung gesetzt:

- Aufbau einer global wettbewerbsfähigen Komponentenindustrie
- Etablierung Indiens als globaler Standort für die Produktion von Klein- und Kompaktfahrzeugen
- Unterstützung und Intensivierung der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Land

Die Initiativen zur Umsetzung sehen folgendermaßen aus:

- Möglichkeit zur Investition von 100 Prozent ausländischem Kapital für OEM's und Zulieferer
- Weitergehende Steuer- und Zollsensungen
- Förderung von Forschung und Entwicklung durch Steuerentlastungen
- Weitere Investitionen in Infrastruktur

Gerade bei den Herstellern von Klein- und Kompaktfahrzeugen haben wirtschaftliche Vorteile zum Aufbau einer vollwertigen lokalen Produktion und breiten Wertschöpfung geführt. 90 Prozent aller in Indien verkauften Fahrzeuge werden heute im Land gefertigt. Das Mittel- und Oberklassensegment wird ausschließlich durch ausländische Marken abgedeckt, die Fahrzeuge werden in einer lokalen CKD-Montage gefertigt – neun Prozent des indischen Marktvolumens. Der indische Kunde ist bereit, für die höhere Verzollung und Besteuerung letztendlich zu bezahlen. CBU-Importe (62 Prozent Importzoll, eine Reduzierung auf 52 Prozent ist ab 2007 zu erwarten) ergänzen bei

► Mittel- und Oberklasse-Fahrzeugen das Produktportfolio.

Mit dem steigenden Inlandsabsatz und dem wachsenden Exportvolumen ergeben sich weitere „economies-of-scale“ für die Volumenhersteller – auch als globaler Produktionsstandort. Beispiele für die OEM's: Hyundai – 1996 ohne lokalen Partner in den Markt eingetreten und heute erfolgreichster internationaler Hersteller – beliefert mit dem Santro schon jetzt die Welt aus Indien. Die gesamte Kapazität von Hyundai in Indien beträgt heute 250.000 Fahrzeuge pro Jahr, ab 2007 können durch eine zweite Fabrik (Investition von 500 Mio USD) mehr als 400.000

Vor 1985 war die indische Automobil- wie auch die Komponentenindustrie durch hohe Zölle geschützt und damit international nicht wettbewerbsfähig. Erst Joint Ventures mit japanischen Unternehmen brachten ab 1991 notwendige Technologien und wichtige Investitionen ins Land. Durch wirtschaftliche Vorteile setzen heute die ausländischen Hersteller auf eine zunehmende Lokalisierung – so bestehen die Volumenmodelle von Suzuki-Maruti, Hyundai und Ford bis zu 90 Prozent aus lokalen Komponenten, wobei Indien grundsätzlich keine Mindestsätze für Local Content fordert. Auch qualitativ hat die indische Komponentenindustrie in

Zu den weiteren Vorteilen zählen:

- Bestens ausgebildete Mitarbeiter
- Englischkenntnisse landesweit
- Niedrige Kosten bei erfahrenen Fachkräften
- Gutes Managementpotenzial
- Stabiles Rechtssystem zum Schutz des geistigen Eigentums

Die Komponentenindustrie: Indiens nächste Chance nach IT?

In der Automotive Components Manufacturers Association of India (ACMA) sind heute bereits über 400 Komponentenhersteller organisiert. Die ACMA ist auch darauf eingerichtet, ausländische Interessenten und Investoren zu beraten und zu unterstützen. Die Komponentenindustrie ist seit 2000 um jährlich 15 bis 20 Prozent gewachsen. Ein Strategiepapier der ACMA erwartet einen Anstieg des Exportvolumens von etwa einer Mrd USD im Jahr 2003 auf 20 bis 25 Mrd USD 2015. Ist die Komponentenindustrie also Indiens nächste große Chance nach IT und Software?

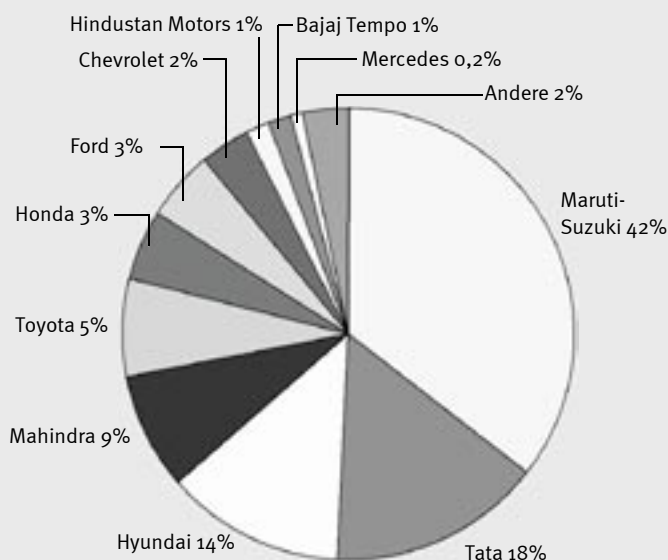
Aus dem zuvor Beschriebenen geht hervor, dass sich Indien seinen Platz auf der automobilen Weltkarte gesichert hat. Das Vertrauen der Konsumenten und Investoren ist hoch. Das Land steht aber noch vor großen Herausforderungen: In der Infrastruktur müssen Verkehrsprobleme bewältigt werden, eine Verschärfung der Umweltgesetzgebung (Abgas/Emission) sowie fiskalpolitische Entscheidungen sind nötig. Höhere Ölpreise und eine trockene Monsunperiode könnten einen Inflationsdruck hervorbringen.

Die indische Regierung hat erkannt, welches Potenzial die Automobilindustrie für die wirtschaftliche Entwicklung des südasiatischen Landes bieten kann, um ausländische Investitionen ins Land zu holen und um Indien als Exportnation zu etablieren. Das ist eine Chance und zugleich eine Herausforderung auch für die deutsche Industrie.

Michael Emrich

Leiter Regionalstrategie für den Bereich Indien im Vorstandsbereich Corporate Development/Corporate Strategy der DaimlerChrysler AG, Stuttgart

Pkw-Marktanteil in Indien 2004



Quelle: DaimlerChrysler

Einheiten im Land produziert werden. Maruti-Suzuki exportiert nach Europa. Das Joint Venture wurde 1985 gegründet, der Anteil von Suzuki beträgt heute 54 Prozent. Ford exportiert CKD-Sätze des „Ikon“ in Übersee-Märkte. Toyota (seit 1999 mit einer Produktion in Indien, der indische Partner ist mit einem Prozent beteiligt) steuert ein mechanisches Schaltgetriebe „Made in India“ in seinen globalen Produktionsverbund ein. Alle präsenten Volumenhersteller investieren in Kapazitätsausweitungen, neue kommen hinzu: VW hat kürzlich beschlossen, in Indien ein neues Werk zu bauen.

einigen Bereichen bereits Weltstandard erreicht.

Heute haben 40 Prozent der großen und mittelständischen Zulieferer ausländische Partner, wodurch das technische Know-how kontinuierlich ausgebaut wurde. 80 Prozent der indischen Komponentenhersteller haben bereits eine ISO-Zertifizierung, und TQM, „quality circles“ sowie „quality rooms“ sind keine Fremdwörter mehr. Allein im vergangenen Jahr haben fünf Zulieferer den renommierten Deming-Preis für Qualität erhalten, der bisher nur an japanische Unternehmen verliehen wurde.

Messen in Asien: Die kommenden Events

MAI 2005	China (VR)/Kanton CITEX - China International Import Exhibition	17.05.- 19.05.2005	China (VR)/Shanghai Bakery China - International Trade Fair for Bakery and Confectionery Industry in China
MAI 2005	China (VR)/Peking Agro-Foodtech China - International Exhibition for Agriculture, Animal Breeding and Food Processing	18.05.- 21.05.2005	Japan/Osaka JIAM - Japan International Apparel Machinery Trade Show
04.05.- 07.05.2005	Korea (Republik)/Seoul Seoul International Consumer Goods Fair	18.05.- 20.05.2005	China (VR)/Peking GaLaBau China - International Trade Fair for Urban Green and Landscaping Design-Construction-Maintenance
04.05.- 07.05.2005	China (VR)/Shanghai China Cycle - International Bicycle & Motor Fair	18.05.- 21.05.2005	Korea (Republik)/Seoul EXPO COMM & IT KOREA - Presentation of the Leading Telecommunications, Computer & Wireless Technology Exhibition & Conference
08.05.- 10.05.2005	China (VR)/Shanghai WTEF - World Toilet Expo & Forum	18.05.- 21.05.2005	Korea (Republik)/Seoul KOBA - International Broadcast, Audio & Lighting Equipment Show
09.05.- 11.05.2005	China (VR)/Peking China Clean Expo	18.05.- 20.05.2005	China (VR)/Shanghai PACKTECH & FOODTECH - Packaging and Food Processing International Exhibition
09.05.- 11.05.2005	Japan/Tokyo Beautyworld Japan (former Esthe & Cosmetic Expo) - International Trade Fair for Cosmetics, Perfumery, Toiletries, Hairdressers and Health Care	18.05.- 20.05.2005	China (VR)/Shanghai SIAL CHINA - International Food Product Trade Show
10.05.- 13.05.2005	China (VR)/Hongkong/SVR Hofex - International Exhibition of Hospitality Equipment, Supplies & Technology, Food & Drink	18.05.- 20.05.2005	China (VR)/Shanghai SITL China - International Transport & Logistics Show in China
10.05.- 13.05.2005	Korea (Republik)/Seoul Kibex - Internationale Bauausstellung	18.05.- 20.05.2005	Japan/Tokyo Bio Expo Japan
11.05.- 13.05.2005	China (VR)/Kanton INMEX China - International Maritime Expo	18.05.- 20.05.2005	Japan/Tokyo INTERPHEX JAPAN - International Pharmaceutical, Cosmetic and Detergent Manufacturing Technology Expo and Conference
11.05.- 15.05.2005	China (VR)/Peking CHINAPRINT - International Printing Technology Exhibition	19.05.- 22.05.2005	China (VR)/Hongkong/SVR COMPUTER - International Computer Expo for Asia
11.05.- 13.05.2005	Korea (Republik)/Seoul KEPES - Korea Electronic Parts & Equipment Show	19.05.- 21.05.2005	Japan/Kobe IJK - International Jewellery Fair
11.05.- 14.05.2005	China (VR)/Shanghai CeBIT asia - International Trade Fair f. Information Technology, Telecommunications, Software & Service for China and the Asian/ Pacific Region	23.05.- 27.05.2005	China (VR)/Peking CHITEC (formerly CBHT) - China Peking Internationale High-Tech Expo
11.05.- 14.05.2005	China (VR)/Shanghai Qualification China	23.05.- 27.05.2005	China (VR)/Peking REAsia - Asian Renewable Energy Fair and Conference
12.05.- 15.05.2005	Korea (Republik)/Seoul German World - The German High Tech Fair	24.05.- 27.05.2005	China (VR)/Shanghai International Building & Construction Trade Fair
12.05.- 15.05.2005	China (VR)/Shanghai International Jewellery Fair (formerly Shanghai Jewel)	24.05.- 27.05.2005	China (VR)/Shanghai Kitchen & Bath China - Fachmesse für Küchen- und Badausstattung
13.05.- 16.05.2005	Taiwan/Taipei AMPA - International Auto & Motorcycle Parts & Accessories Show	24.05.- 27.05.2005	China (VR)/Shanghai WOOD CHINA - International Wood, Forestry Conference & Exhibition
15.05.- 18.05.2005	China (VR)/Kanton CERAMICS CHINA - International Ceramics Industry Exhibition	24.05.- 27.05.2005	Japan/Tokyo NEXPO - Neue Umweltmesse
16.05.- 20.05.2005	China (VR)/Harbin CMEF Spring - China Medical Equipment Fair	25.05.- 29.05.2005	Korea (Republik)/Busan BUTECH - Internationale Fachmesse für Maschinenbau
16.05.- 19.05.2005	Korea (Demokratische Volksrepublik)/Pyongyang PITF - Pyongyang International Trade Fair	25.05.- 28.05.2005	China (VR)/Dalian Dalian Fair - China Dalian Import & Export Commodities Fair
16.05.- 17.05.2005	China (VR)/Shenyang Qualification China	25.05.- 28.05.2005	China (VR)/Kanton Machinery South China - International Machinery & Materials Exhibition
16.05.- 20.05.2005	Japan/Tokyo TSF - Tokyo Shoe Fair		
17.05.- 20.05.2005	Korea (Republik)/Seoul IPP - International Exhibition of Machinery & Materials for Package Processing and Production		
17.05.- 20.05.2005	Korea (Republik)/Seoul SEOUL FOOD - International Food Technology Exhibition		

25.05.- 28.05.2005	China (VR)/Kanton Plastics South China - International Plastics & Packaging Exhibition
25.05.- 28.05.2005	China (VR)/Shanghai BEIJING ESSEN WELDING - International Welding and Cutting Fair
25.05.- 27.05.2005	Japan/Tokyo ifia JAPAN - International Food Ingredients & Additives Exhibition and Conference
26.05.- 29.05.2005	Korea (Republik)/Seoul PHOTO & IMAGING/OPTICS - International Photo & Imaging/Optics Industry Show
28.05.- 30.05.2005	Macao SPIEL - International Gaming & Entertainment Expo
31.05.- 03.06.2005	China (VR)/Kanton SHOES & LEATHER - International Shoes & Leather Exhibition
31.05.- 03.06.2005	China (VR)/Peking CALM EXPO - International Exhibition of Pro Audio, Light, Music & Technology
31.05.- 06.06.2005	China (VR)/Peking HOTEL CHINA - International Exhibition for Hotel & Restaurant Facilities, Equipment & Services, Food & Beverages
31.05.- 04.06.2005	Taiwan/Taipei COMPUTEX - International Computer Show
JUNI 2005	Taiwan/Taipei EnPEC - International Environmental Protection & Energy Show
JUNI 2005	Taiwan/Taipei Wine & Spirits Taipei - International Wine & Spirits Show
03.06.- 08.06.2005	Korea (Republik)/Seoul International Book Fair
03.06.- 06.06.2005	Korea (Republik)/Seoul KOTFA - Korea World Travel Fair
03.06.- 07.06.2005	China (VR)/Shanghai ShanghaiTex - International Exhibition on Textile Industry
06.06.- 09.06.2005	China (VR)/Peking Sino Dental - International Dental Equipment and Affiliated Facilities Exhibition
07.06.- 10.06.2005	China (VR)/Peking CIEPEC - International Environmental Protection Exhibition and Conference
07.06.- 10.06.2005	China (VR)/Shanghai Bearing - International Bearing Industry Exhibition
07.06.- 10.06.2005	China (VR)/Shanghai Gear China - International Gear Technology Exhibition for China
07.06.- 10.06.2005	China (VR)/Shanghai Machine Parts - International Machine Parts Industry Exhibition for China
08.06.- 11.06.2005	Korea (Republik)/Busan Korea Railways & Logistics Fair
08.06.- 10.06.2005	Japan/Fukuoka FIGS - Fukuoka International Gift Show
08.06.- 10.06.2005	Japan/Fukuoka FITF - International Trade Fair
08.06.- 11.06.2005	China (VR)/Kanton Guangzhou Lighting/Electrical Building Technology - Guangzhou International Lighting Exhibition and Electrical Building Technology China

08.06.- 10.06.2005	Taiwan/Taipei FPD Taiwan (Display Taiwan) - International Flat Panel Exposition
08.06.- 11.06.2005	Taiwan/Taipei OPTO - Internationale Messe für Optoelektronik
08.06.- 10.06.2005	Japan/Tokyo INTERIOR LIFESTYLE JAPAN/Ambiente Japan - GERMAN LIVING
08.06.- 10.06.2005	Japan/Tokyo INTERIOR LIFESTYLE JAPAN/Heimtextil Japan - International Trade Fair for Consumer Goods and Home Fashion
08.06.- 10.06.2005	Japan/Tokyo INTERIOR LIFESTYLE JAPAN/Home Design
08.06.- 10.06.2005	Japan/Tokyo NETWORLD + INTEROP - Fachmesse für Netzwerktechnik
09.06.- 12.06.2005	China (VR)/Hongkong/SVR AIE - Asian Industrial Expo
09.06.- 12.06.2005	China (VR)/Hongkong/SVR ITE - International Travel Expo
09.06.- 11.06.2005	Korea (Republik)/Seoul IPG KOREA - International Petroleum & Gas Industry Exhibition in Korea
10.06.- 12.06.2005	Korea (Republik)/Seoul SIDEX - Seoul International Dental Exhibition
13.06.- 15.06.2005	China (VR)/Peking METRO - International Exhibition on Metro, Light Rail Transit & Hi-Speed Rail Transit
13.06.- 16.06.2005	Korea (Republik)/Seoul ENVEX - International Exhibition on Environmental Technologies
13.06.- 15.06.2005	China (VR)/Shanghai Powder & Bulk - International Powder/Bulk Conference & Exhibition
14.06.- 17.06.2005	China (VR)/Peking FA/PA - International Exhibition of Modern Factory/ProcessAutomation Technology and Equipment
14.06.- 16.06.2005	China (VR)/Shanghai Cphl China - International Exhibition on Pharmaceutical Ingredients
15.06.- 18.06.2005	Korea (Republik)/Seoul SIMEX - International Sewing Machinery Exhibition
16.06.- 19.06.2005	China (VR)/Hongkong/SVR June Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair
16.06.- 19.06.2005	China (VR)/Hongkong/SVR June Hong Kong Jewelry & Watch Fair
16.06.- 19.06.2005	Taiwan/Taipei Foodtech Taipei - International Food Machinery Show
16.06.- 19.06.2005	Taiwan/Taipei TAIPEI PACK - International Packaging Industry Show
16.06.- 19.06.2005	Taiwan/Taipei Taipei Food - International Food Show
20.06.- 23.06.2005	China (VR)/Shanghai SportShow Summer - China International Sporting Goods Show

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



messe-vorschau

Neuer Sourcing-Bereich ausschließlich mit chinesischen Produkten**CeBIT Asia setzt auf Einkäufer aus Übersee**

Auf der fünften Ausgabe der „CeBIT Asia“, die vom **11. bis 14. Mai 2005** im **Shanghai New International Expo Center** stattfindet, wird es erstmals einen separat ausgewiesenen Bereich für internationale Einkäufer geben, in dem sich chinesische Exporteure der ICT-Branche vorstellen. Das teilt der Veranstalter der Messe, Hannover Fairs China Ltd., Shanghai, mit. „Sourcing@CeBIT Asia“ lege den Schwerpunkt sowohl auf IT-Hardware, Elektronikteile und -komponenten als auch auf chinaspezifisches Beschaffungs-Know-how und -dienstleistungen sowie Outsourcing.

Der neu gestaltete Bereich, der auf die steigende Zahl von Händlern zugeschnitten sei, die nach Produkten aus der asiatisch-pazifischen Region Ausschau halten, erfahre von Beginn an eine positive Resonanz. „Das chinesische Festland ist ein bedeutender IT-Einkäufermarkt.

Die Nachfrage aus Übersee nach Software und Dienstleistungen nimmt kontinuierlich zu. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht. Von den vielen Einkaufsveranstaltungen in China hat sich keine auf die ICT-Branche spezialisiert“, sagt Jörg Schomburg, bei der Deutschen Messe AG, Hannover, zuständiger Direktor für die weltweiten CeBIT-Veranstaltungen.

Nach Angaben der Hannover Fairs China seien die verfügbaren Stände beinahe ausverkauft. Aussteller aus der Provinz Guangdong, des führenden chinesischen ICT-Standortes, würden dabei besonders breiten Raum einnehmen. Die lokalen Exporteure präsentierten sich auf insgesamt 5.000 Quadratmetern. Zugelassen zum Handel seien Einzelhändler, Großhändler, Importeure sowie Einkäufergruppen. Nach etwa 10.000 ausländischen Besuchern im vergangenen Jahr rechne man dieses Mal mit über 15.000. (lg)

Jubiläumsausgabe der Computex Taipei**Sourcing in Taiwans starker IT-Branche**

Die „Computex Taipei“ feiert Jubiläum. Vom **31. Mai bis 4. Juni 2005** findet die 25. Ausgabe der internationalen IT-Messe im **Taipei World Trade Center** statt. Nach Angaben des Veranstalters, des Taiwan External Trade Development Council (TAITRA), hat sich die Veranstaltung zum weltweit zweitgrößten Handelsplatz für die Computerindustrie entwickelt. Nachdem im vergangenen Jahr über 120.000 Besucher, davon 26.000 aus dem Ausland, präsent gewesen seien, rechne man in diesem Jahr mit 130.000 Gästen. Die Zahl der von Ausstellern genutzten Stände soll sich von 2.828 auf etwa 2.900 erhöhen.

Taiwan und speziell die „Computex Taipei“ ist Asiens wichtigstes Sourcing-Zentrum für IT-Produkte, wie der TAITRA weiter mitteilt. Allein im Jahr 2003 hätte die Hardwareindustrie des Landes Produkte im Gesamtwert von 57,1 Mrd USD hergestellt. Im Vergleich zum Vorjahr bedeute dies eine Zunahme von 17,9 Prozent. Für 2004 gehe man von einem Produktionsvolumen in Höhe von 67,6 Mrd USD aus. Dieser weitere Anstieg könne vor allem durch die starke Position Taiwans bei Notebooks, Hauptplatinen und FPD-Monitoren realisiert werden.

Die „Computex Taipei 2005“ ist in vier Bereiche unterteilt. In Halle 1, der mit 1.627 Ständen größten, werden Kommunikationsprodukte, Software, Komponenten und Teile sowie Peripherie- und Speichergeräte ausgestellt. Halle 2 ist ausschließlich für Systeme, Hauptplatinen und Add-on cards reserviert. Mit 364 Ständen bietet die Halle 3 den Anbietern von optoelektronischen Bildschirmen, Digital-, Audio- und Videotechnik, Linuxsystemen und Sicherheitssoftware Platz. In Halle 4 des Taipei International Convention Center stellen bekannte Unternehmen wie zum Beispiel Intel, AMD, Albatron und Tatung aus. (lg)

Die Taipei International Auto/Motorcycle Parts & Accessories Show**Fahrzeugteile aus Taiwan sind gefragt**

Hightech-Navigationssysteme, Kameras, Hybridmotoren, Sensoren – das moderne Automobil ist mindestens ebenso abhängig von Elektronikteilen wie vom Benzin und von mechanischen Elementen. Auf der einundzwanzigsten Ausgabe der „**Taipei International Auto/Motorcycle Parts & Accessories Show**“ (TAIPEI AMPA 2005), die vom **13. bis 16. Mai 2005** in Taiwans Hauptstadt stattfindet, können die Besucher aus der Fahrzeugindustrie auf der in Asien größten Messe dieser Art Hightech-Produkte einkaufen.

Nach Angaben des Veranstalters, dem Taiwan External Trade Development Council (TAITRA), basiert die hohe Qualität der aus Taiwan stammenden Fahrzeugteile vor allem auf der starken, örtlichen IT-Branche. Im Jahr 2003 hätte

Taiwan Fahrzeugteile und -zubehör im Gesamtwert von etwa 330 Mio USD exportiert. Das bedeute eine Zunahme von 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Produktion, die Forschung, das Design sowie die Qualität und Technologie in Taiwan würden dem internationalen Standard entsprechen. Die Produkte würden aber zu einem Bruchteil des in Westeuropa üblichen Preises angeboten werden.

Wie der TAITRA weiter mitteilt, seien auf der Veranstaltung im vergangenen Jahr 827 Aussteller, 5.000 internationale Einkäufer sowie insgesamt 16.000 Besucher aus aller Welt gezählt worden. In diesem Jahr rechne man mit 850 Ausstellern, die sich in 2.200 Ständen präsentieren, 6.000 ausländischen Einkäufern sowie insgesamt 20.000 Besuchern. (lg)



Exhibition Market China.

Der Boom in China hält ungebrems 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

- ☐ per Post
in Deutschland 166,- Euro*
in Europa 208,- Euro*
in Übersee 226,- Euro*
- ☐ als PDF-Datei 148,- Euro*

Ich bestelle zum Test die nächsten 2 Ausgaben Sourcing Asia für 14,- Euro*

☐ per Post ☐ per E-Mail als PDF

*Preise zzgl. MwSt., Versandkosten inklusive

Adresse

Name

Organisation

Abteilung

Straße/Postfach

Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Datum und Unterschrift