

Vorerst nur Warenlieferungen betroffen

Indien führt Mehrwertsteuer ein

Zum 1. April 2005 ist in 21 von 28 Bundesstaaten Indiens ein Mehrwertsteuersystem eingeführt worden. Es wird erwartet, dass damit das Preisniveau im Land grundsätzlich sinken und der Verwaltungsaufwand für den Steuerzahler deutlich reduziert wird. Allerdings scheinen erhebliche Nachbesserungen unausweichlich zu sein.

Zunächst sollen nur die Lieferungen von Waren der Mehrwertsteuer (VAT-Value Added Tax) unterliegen. Allerdings schließt das offizielle Weißbuch („A White Paper on State-Level Value Added Tax“) die Besteuerung bestimmter Waren aus. Zum Beispiel unterliegen die Lieferung von Spirituosen und Kraftstoffen (etwa Benzin oder Diesel) und verbrauchssteuerepflichtige Waren wie Zucker, Textilien oder Tabak nicht der Umsatzbesteuerung. Davon ausgeschlossen sind zunächst auch alle Importe von Waren sowie alle Dienstleistungen. Eine zentrale Bestimmung des neuen Mehrwertsteuersystems ist die Möglichkeit eines Abzugs der VAT, die auf Vorprodukte anfällt. Dieser „Input Tax Credit“ ist unserem Vorsteuerabzug ähnlich. Warenverkäufe unterliegen dann laut offiziellem Weißbuch im Rahmen der VAT der „Output Tax“ (ähnlich unserer Umsatzsteuer) in Höhe von einem, vier oder 12,5 Prozent.

„Input Tax Credit“ nur für Vorprodukte aus Bundesland des Steuerpflichtigen

Beim „Input Tax Credit“ wird jedoch eine Einschränkung gemacht. Er ist nur für Vorprodukte möglich, die von Lieferanten aus dem indischen Bundesland bezogen wurden, in dem der Erwerber zur Umsatz-

steuer registriert ist. Im Ergebnis dürfte daher die „Input Tax“, die bei Einkäufen aus anderen indischen Bundesländern anfällt, nicht abzugsfähig sein. Grundsätzlich ist der Abzug von „Input Tax“, die auf Anlagegüter anfällt, möglich. Allerdings kann diese nur schrittweise (das heißt pro rata) geltend gemacht werden. Als Zeitraum hierfür sind bis zu 36 Monate vorgesehen. Die Bundesstaaten können diesen Zeitraum nach ihren Bedürfnissen individuell bestimmen. Ein „Input Tax“-Block ist für eine Reihe von fest definierten Waren vorgesehen, die allerdings nicht in dem Weißbuch aufgeführt sind.

Überschussbetrag wird erst zum Ende des zweiten Wirtschaftsjahres erstattet

Ergibt sich für einen Abgabezeitraum ein Überschuss der „Input Tax“ über die „Output Tax“, wird dieser nicht sofort erstattet. Der Erstattungsbetrag wird bis zum Ende des darauf folgenden Wirtschaftsjahres vorgetragen. Das Weißbuch führt aus, dass eine Erstattung des Überschusses erst zum Ende des zweiten Wirtschaftsjahres erfolgt, sollte der Überschuss (oder ein Teil des Überschusses) dann noch bestehen. Weitere Ausführungen zur Erstattung des Überschusses sind im Weißbuch nicht enthalten. Es ist allerdings möglich, dass vorgesehen ist, den vorgetragenen Überschuss mit laufend anfallenden VAT-Zahlungen zu verrechnen. Eine Ausnahme besteht für „Input Tax“, die im Zusammenhang mit Exporten (das heißt mit Lieferungen in Drittstaaten außerhalb Indiens) stehen. Eine Erstattung dieser Beträge soll innerhalb von drei Monaten erfolgen. Zudem können Lieferungen an Unternehmen in „Special Economic Zones“ und „Export Oriented Unit Schemes“ steuerfrei getätigt werden, oder die „Input Tax“ kann innerhalb von drei Monaten erstattet werden.

► Fortsetzung Seite 2

aus dem inhalt

praxis_

Unternehmensführung in China: Was läuft falsch, wie geht's besser?

Seite 5

standort_

Deutschlandjahr in Japan: die Inselrepublik ist Trendsetter

Seite 7

standort_

Sichuan: Die Provinz im Westen Chinas drückt aufs Tempo

Seite 12

veranstaltung_

Chinas Autoindustrie stellt ihre Zukunftskonzepte vor

Seite 16

interview_

Industrieminister Tareen: Pakistan bietet mehr als Textilien

Seite 18

Kooperationspartner:



► **Fortsetzung von Seite 1**
„Indien führt Mehrwertsteuer ein“

Die Registrierungsschwelle liegt bei ungefähr (umgerechnet) 8.700 EUR Jahresumsatz. Das Weißbuch lässt allerdings offen, ob diese Schwelle auf zwölf fortlaufende Monate, das Kalenderjahr oder das jeweilige Wirtschaftsjahr des Steuerpflichtigen angewendet werden soll. Unternehmen, die die Registrierungsschwelle nicht überschreiten, müssen sich nicht zur VAT registrieren; jedoch besteht die Möglichkeit einer freiwilligen Registrierung.

Des Weiteren können Unternehmen, die eine Umsatzgrenze von ungefähr (umgerechnet) 87.000 EUR nicht überschreiten, ihre Umsätze im Rahmen eines vereinfachten Verfahrens anmelden. Die VAT ergibt sich dabei aus einem laut Weißbuch „niedrigen“ Prozentsatz, der auf den Bruttoumsatz angewendet wird. Dieses vereinfachte Verfahren schließt allerdings den „Input Tax“-Credit aus. Es ist vorgesehen, dass die Registrierungsschwelle von Bundesstaat zu Bundesstaat innerhalb einer vorgegebenen Toleranz schwanken kann. Nach erfolgter Registrierung wird eine „Tax Payers Identification Number“ zugeteilt.

Pflicht zur Dokumentation und Aufbewahrung

Jedes registrierte Unternehmen, das Lieferungen ausführt und eine gewisse Umsatzgrenze überschreitet, muss an seine Kunden eine „Tax Invoice“ (Steuerrechnung) ausstellen. Diese „Tax Invoices“ müssen unter anderem laufend nummeriert sein, und der Unternehmer oder ein Angestellter als Vertreter des Unternehmers muss diese Rechnung datieren und unterzeichnen. Des Weiteren muss der Unternehmer sie in Kopie aufbewahren. Bei Zuwiderhandlungen können Strafzuschläge festgesetzt werden.

Die Umsatzsteuererklärungen und gegebenenfalls fälligen Zahlungen werden monatlich beziehungsweise vierteljährlich fällig. Die einzelnen Bundesstaaten dürfen jeweils bestimmen, welche Abgabe- und Zahlungszeiträume für ihr Territorium zutreffen. Aus dem

Weißbuch ist nicht ersichtlich, ob auch eine Jahreserklärung abgegeben werden muss. Grundsätzlich wird die Umsatzsteuer von registrierten Unternehmen selbst festgesetzt. Laut Weißbuch werden die zuständigen Behörden stichprobenartig VAT-Prüfungen vornehmen. Darüber hinaus ist geplant, dass die zuständigen Behörden auch digitale Prüfungen durchführen. Dies soll Steuerhinterziehungen verhindern und zur Sicherung des VAT-Aufkommens beitragen.

Nur der erste Schritt zu einem einheitlichen VAT-System

Das Weißbuch ist sicherlich ein erster Schritt zur Einführung eines einheitlichen VAT-Systems in Indien. Allerdings sind noch erhebliche Verbesserungen notwendig, um einen „Steuerwettkampf“ zwischen den Bundesstaaten zu vermeiden und Preise zu senken. Ein effektives VAT-System muss auch die Behandlung von Lieferungen zwischen den Bundesstaaten regeln und die Besteuerung von Dienstleistungen mit einbeziehen.

Die Lieferungen in einen anderen Bundesstaat unterliegen der VAT und sind – anders als etwa die innergemeinschaftlichen Lieferungen in der EU – nicht steuerbefreit. Der Erwerber kann im anderen Bundesstaat keinen „Input Tax Credit“ bezüglich dieser Lieferung geltend machen. Es ist daher wahrscheinlich, dass Unternehmen ihre Vorprodukte im eigenen Bundesstaat beziehen werden. Dies dürfte sich nachteilig auf die Wettbewerbssituation der Firmen im Land auswirken.

Der Ausschluss aller Dienstleistungen und Importe von der VAT-Besteuerung ist bedenklich. Zunächst unterliegen diese weiterhin den herkömmlichen „Sales Taxes“ beziehungsweise den Einfuhrabgaben, die ähnlich wie eine Einfuhrumsatzsteuer anfallen. Da diese nicht als „Input Tax Credits“ geltend gemacht werden können, gehen sie zwangsläufig in die Bemessungsgrundlage für den Verkauf der Waren an den Endverbraucher mit ein. Das Resultat ist eine Steuer auf eine Steuer („a Tax on a Tax“), was ja gerade durch die Einführung des VAT-Systems vermieden werden soll.



Risikomanagement

Information und Service zu den Risiken im Asiengeschäft

- *Ausfuhrgewährleistungen 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



Aus dem Weißbuch selbst geht hervor, dass Verbesserungen und Änderungen des VAT-Systems im Lauf der Zeit sicherlich vonnöten sein werden. Mit Blick auf die Umsatzbesteuerung von Inter- (Bundes-)Staaten-Lieferungen sowie von Importen und Dienstleistungen darf man gespannt sein. Beratungen werden zurzeit über die Umsatzbesteuerung der von der Besteuerung ausgenommenen Waren und allen Dienstleistungen geführt. Ziel ist es grundsätzlich, die Besteuerung im Rahmen des neuen VAT-Systems im zweiten Jahr nach dessen Einführung vorzunehmen.

*Gerhard Riepl
 Rödl & Partner, Nürnberg,
 Indirekte Steuern*

news

Studie zur Werkzeugbeschaffung der Automobilindustrie im Reich der Mitte**Chinesen gehen High-End-Bereich an**

Chinesische Hersteller von Werkzeugen für die Automobilindustrie nehmen mit ihren Produkten mehr und mehr den High-End-Bereich in Angriff. Das ist das Ergebnis der Studie „Werkzeugbeschaffung in China – Chancen für die Automobilindustrie“, die von der Kerkhoff Consulting GmbH, Düsseldorf, und dem Forum China, Köln, erstellt wurde. Werkzeuge aus dem Low-End-Bereich könnten bereits vollständig und ohne Qualitätsverluste in der Volksrepublik eingekauft werden. Teilweise gelte das auch für Mid-End-Produkte, wie Kerkhoff weiter mitteilt. Einige Automobilzulieferer würden bereits mehr als 80 Prozent ihres Bedarfs in China decken.

Im Reich der Mitte dominiere derzeit mit einem Anteil von 40 Prozent die Produktion von Stanzwerkzeugen gefolgt von Spritzgusswerkzeugen (39). Der Rest verteile sich auf Guss- (11) und weitere Werkzeuge (10). Zudem würden die Produkte im Ausland mehr und mehr akzeptiert werden. Die Exporte von Werkzeugen hätten sich in den vergangenen zehn Jahren um 1.000 Prozent erhöht.

Die Geschäftsbeziehungen mit chinesischen Lieferanten würden aber auch Gefahren und das Risiko von Rückschlä-

gen beinhalten. Die häufigsten Probleme zwischen Beschaffungs- und Lieferunternehmen würden sich aus Defiziten in der Kommunikation und Qualität ergeben.

Für die Studie seien mehr als 400 potenzielle chinesische Werkzeughersteller befragt worden. Zudem seien zahlreiche Interviews mit chinesischen und internationalen Unternehmen der Automobilbranche geführt worden. Ziel der Untersuchung sei es gewesen, Potenziale für produzierende Unternehmen in Europa und Asien aufzuspüren. Die Ergebnisse ließen sich für eigene Beschaffungen in China, aber auch für spezifische Wettbewerbsanalysen nutzen.

Die Studie liefere außerdem detaillierte Profile zahlreicher potenzieller Werkzeughersteller aus der Volksrepublik. Zudem würden die Lieferanten in Bezug auf ihre Erfahrung mit der Automobilindustrie sowie ihrem Qualitätsstandard klassifiziert. Dies ermögliche dem Leser die direkte Kontaktaufnahme mit einem Lieferanten seiner Wahl. (lg)

i Kerkhoff Consulting GmbH,
Düsseldorf
Telefon 0211/6218061-0
Telefax 0211/6218061-22
www.kerkhoff-consulting.com

Umbruchphase in Chinas Automarkt

Der chinesische Automobilmarkt befindet sich in einer entscheidenden Umbruchphase. Das geht aus einer neuen Studie des Münchener Research- und Consulting-Unternehmens Concline AG hervor. Danach gehe der Trend zu kleineren, preisgünstigeren Fahrzeugen chinesischer beziehungsweise asiatischer Marken. Einen Grund dafür sieht Concline zum einen in der zurückgehenden Nachfrage von Unternehmen nach Limousinen aufgrund der Regierungsmaßnahmen zur Begrenzung des überhitzten Wachstums. Zum anderen steige wegen finanzieller Restriktionen die private Nachfrage nach günstigen Kleinwagen von häufig einheimischen Herstellern. Außerdem seien die Möglichkeiten zur Kreditaufnahme für Pkw-Käufe beschränkt worden. Concline erklärt weiter, dass durch die Einführung einer Kraftstoffsteuer die Nachfrage nach kleineren Fahrzeugen auch in Zukunft steigen werde.

Der Pionier Volkswagen hat laut der Studie durch Defizite bei Produkt-, Preis- und Vertriebspolitik zunehmend an Marktanteilen verloren, aber auch der Verfolger General Motors stagniere derzeit bei etwa zehn Prozent. Aufsteiger seien asiatische Konkurrenten wie Hyundai oder Honda. Von der internationalen Automobilindustrie noch zu wenig beachtet seien chinesische Hersteller wie etwa Chery oder Geely, die mit einem Kleinwagenangebot zu attraktiven Preisen weiter an Boden gewinnen würden und mit Exportplänen bereits in den Startlöchern stünden.

Zwei Drittel der Pkw-Exporte im Jahr 2004 lassen sich laut Untersuchung den beiden Herstellern Chery und Geely zuschreiben. Chery habe mit 23 Staaten Exportverträge für komplette Fahrzeuge abgeschlossen, darunter für die Modelle Fengyun, Qiyun, QQ, und Dongfang Zhizi. Geely exportiere überwiegend die Modelle Haoqing, Mery und Huapu, vor allem in den Mittleren Osten und nach Afrika. (lg)

Chinas starkes Wachstum hält auch 2005 an

Die chinesische Wirtschaft ist im ersten Quartal 2005 um 9,5 Prozent gewachsen. Dies teilt das National Bureau of Statistics of China, Peking, mit. Getrieben worden sei das Wachstum durch eine Zunahme der Wertschöpfung in allen Sektoren der Wirtschaft – im primären Sektor um 4,6 Prozent, im sekundären um 11,3 und im tertiären Sektor um 7,6 Prozent. Im Industriesektor sei die Schwerindustrie um 16,3 Prozent gewachsen, die Leichtindustrie hätte um 16 Prozent zugelegt.

Analysiert nach Produkten würden Mikrocomputer mit plus 57,5 Prozent, Faxgeräte (plus 34,1) sowie Mobiltelefone (plus 23,9) hohe Outputzuwächse verzeichnen. Zudem sei der Export ein Motor für das Wachstum gewesen, wie die Statistikbehörde weiter erklärt. Er sei im Vorjahresvergleich um 34,9 Prozent auf 155,9 Mrd USD geklettert und hätte der Volksrepublik China einen Handelsüberschuss im ersten Quartal in Höhe von 16,6 Mrd USD beschert. (lg)

news

Neues Systemhaus in Indien, höhere Produktionskapazität in China**Bayer weitet Polyurethan-Geschäft aus**

Die Bayer MaterialScience AG gründet in der Nähe von Neu Delhi ihr erstes integriertes Polyurethan-Systemhaus auf dem indischen Subkontinent. Hauptkunden der in dem neuen Systemhaus formulierten Polyurethan-Systeme werden nach Angaben des Leverkusener Unternehmens die Automobil-, Hausgeräte- und Schuhindustrie sein. Die Inbetriebnahme sei für Anfang 2006 geplant. „Mit dem neuen Systemhaus wollen wir am viel versprechenden Wachstumsmarkt Indien partizipieren, dessen Polyurethan-Bedarf mit über zehn Prozent jährlich wächst“, sagt Joachim Dohm, Vice President Global Systemhouse Integration im Geschäftsbereich Polyurethanes bei Bayer MaterialScience. „Im Großraum Neu Delhi sind viele unserer Kunden in Indien ange-

siedelt. Mit der Gründung des neuen Systemhauses werden wir künftig in der Lage sein, diese Kunden noch individueller und flexibler beliefern zu können“, erklärt Dohm weiter.

Wie das Chemieunternehmen außerdem bekannt gibt, wird die Bayer Jinling Polyurethane Co., Ltd., ein Joint Venture der Bayer AG und der Sinopec Jinling Petrochemical Corp. mit Sitz im chinesischen Nanjing, bis Ende 2005 ihre Jahresproduktionskapazität verdoppeln. Die dort hergestellten Produkte würden in China unter anderem in zahlreichen Anwendungen in der Automobilindustrie eingesetzt werden, außerdem als Isoliermaterial für Kühlsysteme, in der Bauindustrie, im Containerbau und für Fernheizungsrohre. (lg)

Bosch eröffnet technisches Zentrum

Die Bosch-Gruppe stärkt ihre Entwicklungs- und Applikationsaktivitäten in China. Das Unternehmen habe in Suzhou, etwa 80 Kilometer westlich der Metropole Shanghai, ein neues „Technisches Zentrum“ eröffnet, teilte der Stuttgarter Autozulieferer mit. Die Gesamtinvestition hierfür betrage etwa 50 Mio EUR. 220 Mitarbeiter würden vor Ort an neuesten Entwicklungen, insbesondere auf den Gebieten Automobilelektronik und Bremsensysteme, arbeiten. Das Zentrum soll bis 2008 kontinuierlich erweitert werden und dann etwa 300 Mitarbeiter beschäftigen.

„Neben dem Anspruch an Sauberkeit und Sparsamkeit wird in China künftig vor allem auch das Sicherheitsbedürfnis stärker wachsen. Deswegen rechnen wir uns gute Chancen für unser elektronisches Stabilitätsprogramm aus“, sagte Rudolf Colm, Mitglied der Geschäftsführung der Bosch-Gruppe. (lg)

Nokia baut Werk im indischen Chennai

Nokia plant, eine Produktionsstätte für Mobiltelefone im indischen Chennai zu errichten. Nach Angaben des finnischen Unternehmens werde man zu diesem Zweck schätzungsweise 100 bis 150 Mio USD investieren. „Wir haben uns für den Standort Chennai aufgrund der dort verfügbaren, gut ausgebildeten Arbeitskräfte, des freundlichen Geschäftsumfelds, der Unterstützung der Regierung, der guten Logistikinfrastruktur und der günstigen Kostensituation entschieden“, sagte der Vorstandsvorsitzende von Nokia, Pekka Ala-Pietila.

Die Bauarbeiten beginnen nach Mitteilung von Nokia im April, mit der Produktion wolle man im ersten Halbjahr 2006 starten. Wegen der starken Nachfrage nach Mobiltelefonen im asiatisch-pazifischen Raum habe man sich für den Standort Indien entschieden, der im Herzen dieser Region liegt. (lg)

Indien: Motorola baut Forschung aus

Motorola hat im indischen Bangalore ein Labor für angewandte Forschung eröffnet und damit sein in Indien bestehendes Forschungs- und Entwicklungsteam von etwa 1.700 Ingenieuren vergrößert. Ziel des Labors ist es nach Angaben des US-amerikanischen Telekommunikationsunternehmens, angewandte Forschung auf Gebieten wie zum Beispiel konvergierende Netzwerke, Unternehmensanwendungen, Embedded Systems und Physik zu betreiben.

„Mit diesem Labor bekennen wir uns zu Indien als wachsendem Forschungs- und Entwicklungsstandort für Engineering und Produktentwicklung“, sagt Padmasree Warrior, stellvertretende Vorstandsvorsitzende und zuständig für den Bereich Technologie bei Motorola. „Da es in Indien weltweit führende Wissenschaftler und Ingenieure gibt und hier die Zusammenarbeit mit hervorragenden Universitäten und Instituten möglich ist, glauben wir, dass der Subkontinent den idealen Markt für angewandte Forschung und Softwareentwicklung darstellt“, fügt Warrior hinzu. (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

praxis

Unternehmensführung in China**Schwache Kontrolle
fördert kriminelle
Machenschaften**

Fehlverhalten oder sogar kriminelle Aktivitäten kommen in ausländischen Unternehmen in der Volksrepublik China immer wieder vor. Häufig hängen die Probleme mit der mangelhaften Führung und der unzureichenden Kontrolle durch den Investor zusammen. Dahinter stehen oft Fehler bei der Gründung und der Projektstruktur sowie überzogene Erwartungen der Muttergesellschaft. Nicht selten endet das in Betrug und Haftstrafen.

Viele kleine und mittlere Unternehmen kommen nach China mit der Vorstellung, dass die Eröffnung eines Vertriebsbüros, einer Gesellschaft mit ausschließlich ausländischer Beteiligung (Wholly Foreign Owned Enterprise – WFOE) oder gar eines Joint Ventures eine einfache und schnelle Angelegenheit ist. Doch nach Abschluss des Gründungsprozesses, dem Anwerben des Personals vor Ort und der ersten Betriebsphase lautet das Fazit der ausländischen Investoren meist: „In China dauert alles viel länger als erwartet und nichts hat sich so entwickelt, wie man es sich vorgestellt hat.“

**Verzögerungen in der Anfangszeit
sollten im Voraus einkalkuliert werden**

Die Probleme in ausländisch investierten Unternehmen (Foreign Invested Enterprises – FIEs) reichen von eindeutig kriminellen Aktivitäten bis hin zu tiefgreifenden Zuwiderhandlungen. Vieles davon ist zwar vorhersehbar, tritt aber wegen mangelhafter Unternehmensführung und unzureichender Kontrolle durch die Investoren dennoch häufig auf und endet nicht selten mit Geld- und auch Haftstrafen.

Viele Probleme in FIEs lassen sich auf Fehler bei der Unternehmensgründung sowie auf die Projektstruktur zurück-

führen. Die Unterschiede zwischen den immensen Erwartungen des Investors aus dem Ausland und der Realität stehen oft nicht in Relation zueinander. Darüber hinaus werden die vom Investor mitgebrachten Mitglieder des Managements zusätzlich unter Druck gesetzt, um die unrealistischen Erwartungen zu erfüllen.

Wenn Sie eine Firma in China gründen wollen, ist es empfehlenswert, einen detaillierten Geschäftsplan zu erstellen, um den Prozess reibungslos zu gestalten. Stellen Sie sich auf unerwartete Zwischenfälle und Verzögerungen während der Anfangszeit ein. Welche Faktoren tragen zu Betrugsfällen und mangelhafter Unternehmensführung bei?

**Viele Unternehmen versäumen es, sich
über die Rechtsfragen zu informieren**

Viele ausländische Unternehmen denken, es sei ausreichend, ein oder zwei Mal jährlich einen Vertreter der Mutterfirma in die Filiale zu entsenden. Bei der Mehrheit unserer Kunden war dies so. Besuche sind selten, und in der Mehrzahl der Fälle können die Geschäftsführer des Tochterunternehmens schalten und walten, wie sie wollen. Aufgrund von Sprachproblemen kommt es auch kaum zu telefonischer oder E-Mail-Kommunikation, um die Vorgänge zu kontrollieren. Gleichzeitig werden die Finanzberichte normalerweise ausschließlich in chinesischer Sprache erstellt, womit der ausländische Investor die ihm präsentierten Zahlen nicht interpretieren kann.

Viele Firmen holen sich als erstes einen Manager aus der Zielregion, der die Firmengründung organisieren soll. Nach drei oder vier Jahren stellen diese Firmen dann fest, dass ihre Tochtergesellschaft nie registriert worden ist und sie die einheimischen Arbeitskräfte illegal beschäftigt haben. Viele ausländische Firmen versäumen es, sich über die rechtlichen Voraussetzungen in China zu informieren oder eine funktionierende Unternehmensführung in ihren Filialen zu installieren, die solche Probleme nicht zulässt.

Viele Unternehmen aus dem Ausland denken, dass ihre geschäftlichen Aktivitäten geringeren moralischen Ansprüchen

genügen müssen als im Herkunftsland, weil diese ja in China stattfinden und man hier schon damit durchkommen werde. Diesem Gedanken liegt eine falsche Vorstellung von China zugrunde. Dennoch beschäftigen sehr viele ausländische Firmen illegale einheimische Mitarbeiter. Vertriebsbüros melden ihre Beschäftigten nicht wie vorgeschrieben bei den Regierungsbehörden an. Sie bezahlen Ihre Mitarbeiter in bar, damit diese keine Lohn- oder Einkommensteuer zahlen müssen. Auf diese Weise mögen die Kosten geringer sein, aber wenn einem Beschäftigten gekündigt wird oder er den Betrieb verlässt, wird er in der Mehrzahl der Fälle den ausländischen Arbeitgeber bei den Behörden anzeigen und eine höhere Abfindung als gesetzlich vorgesehen verlangen. Dadurch ergibt sich eine höhere Kostenbelastung, als wenn der Arbeitgeber sich pflichtgemäß verhalten hätte.

**Der Gründungsprozess muss Schritt für
Schritt überwacht werden**

Sehr oft findet man in China junge Abgesandte des ausländischen Investors, die direkt nach ihrem Studium nach China geschickt werden, um dort die Niederlassung zu gründen. Solches Personal ist verhältnismäßig günstig im Vergleich zu erfahrenen Managerkollegen, die sich darüber beschwerten, dass das Leben in China sehr beschwerlich sei.

Zweifelloos ist China keine einfache Aufgabe. Komplikationen treten bei jedem Geschäftsabschluss auf, und obwohl der junge Manager durch seine Erfahrungen lernen wird, zieht er doch mehr Gewinn aus der Situation als der Unternehmer, der eher an schneller Expansion interessiert ist. Das Aushandeln von Arbeitsverträgen mit in China lebenden Ausländern kann allerdings zeitraubend sein und vom Training und dem Festlegen der Geschäftsziele in China ablenken.

Normalerweise wird der ausländische Investor sich sehr intensiv mit den Dokumenten beschäftigen, die für die Registrierung eines Unternehmens benötigt werden. So sind oft Rechtsanwälte aus

► Fortsetzung Seite 6

► **Fortsetzung von Seite 5**
“Schwache Kontrolle fördert ...”

China und dem jeweiligen Heimatland an Verhandlungen zur Gründung eines Joint Ventures oder der Formulierung der Gesellschaftsstatuten beteiligt. Obwohl die damit verbundene Zeit sehr gut investiert ist, wird der gleiche Investor oftmals den weiteren Ablauf nicht mehr so genau verfolgen, um zu erfahren, welche Version des ausgehandelten Vertrags letztlich freigegeben wurde oder welche Statuten von den Regierungsbehörden genehmigt wurden. In der Mehrzahl der Fälle werden Vertrag oder Gesellschaftsstatuten wohl in einer Schublade landen. Aus Sicht eines ausländischen Unternehmens ist es wichtig, den Gründungsprozess der Gesellschaft Schritt für Schritt zu überwachen, um sicherzustellen, dass keine Änderungen gemacht wurden und die Registrierung vollzogen wurde. Bei der Gründung eines Unternehmens kann man sich bei der State Administration of Industry and Commerce (SAIC) ohne Wissen des chinesischen Partners oder des chinesischen Managers erkundigen, welche Version der Gründungsdokumente letztlich gebilligt und registriert wurde.

Vor einem Joint Venture sollte ein Audit des chinesischen Partners stehen

Bei der Gründung eines Joint Ventures sollte ein internes Audit der chinesischen Partnerfirma durchgeführt werden, um dem ausländischen Investor die Beurteilung der aktuellen Situation zu ermöglichen, was mögliche Schulden oder Kredite betrifft. Ein Audit kann auch bestätigen, wer der rechtmäßige Eigentümer von Grundstücken und Gebäuden ist, wer der tatsächliche beziehungsweise registrierte Eigentümer oder Nutzer ist und woraus das Anlagevermögen des Unternehmens besteht.

Ob nun die chinesische Partnerfirma oder der persönliche Hintergrund des chinesischen Partners einem Audit unterzogen wird: Dem ausländischen Investor ist in jedem Fall anzuraten, ein externes Unternehmen mit regelmäßigen Überprüfungen zu beauftragen (Perspektive

von außen), zum Beispiel auf vierteljährlicher Basis vor dem Abgabetermin für die Steuererklärung. Sehr oft stellt der Investor aus dem Ausland mittels eines Audits fest, dass der chinesische Partner falsche Rechnungen ausgestellt hat, um die Steuerlast zu vermindern, oder auch Bilanzen und Kapitalflussrechnungen verändert hat, um Gewinn und Verlust nach seinen Bedürfnissen darzustellen, ohne Rücksicht auf die Bedürfnisse des ausländischen Investors. Die bei internen Audits gefundenen Besonderheiten führen oft zu weiteren Entdeckungen.

Die Funktionen Vorstand und Geschäftsführer sollte man trennen

Geschäftsführung beziehungsweise Geschäftsführender Direktor – Die Geschäftsführung ist die oberste Entscheidungsinstanz, solange das Unternehmen (wie zum Beispiel ein WFOE) nicht im Besitz eines einzelnen Eigentümers ist, der optional selbst Geschäftsführender Direktor sein kann, womit er dann gleichzeitig Geschäftsführer ist. Allerdings gibt es keine rechtliche Vorgabe, wonach der Geschäftsführer auch dem Vorstand angehören muss. Es ist sogar besser, diese Funktionen voneinander zu trennen.

Unabhängiges Mitglied der Geschäftsführung (Option) – ein seltener Fall, aber vielleicht ist die Aufnahme einer unabhängigen, mit China vertrauten Person in den Vorstand nützlich. Diese Person ist nicht vollständig unabhängig, jedoch in der Lage, während der Anlaufphase eine objektive Sichtweise der geschäftlichen Praxis in China zu liefern.

Es muss an dieser Stelle gesagt werden, dass man von vielen Beratern, Anwälten und anderen unabhängigen Quellen auch viele unterschiedliche Meinungen über die Bedingungen in China hört. Deshalb raten wir dazu, immer eine zweite Meinung einzuholen. Wählen Sie einen Berater, Anwalt oder eine unabhängige Person, der Sie Ihre China-Pläne guten Gewissens anvertrauen können.

Aufsichtsratssitzungen – Die Erfahrung zeigt, dass regelmäßige Aufsichtsratssitzungen zu einer geringeren Anzahl von Betrugsfällen führen. Obwohl ein Auf-

sichtsrat nicht unbedingt die operative Kontrolle im Unternehmen ausüben sollte, sollte er seiner Überwachungsfunktion gerecht werden. Es wird empfohlen, dass Aufsichtsratssitzungen in der Anlaufphase drei bis vier Mal pro Jahr stattfinden, anstatt, wie vorgeschrieben, einmal jährlich. Darüber hinaus ist es wichtig, dass der Investor seine Mitarbeiter nach China schickt, um unangemeldete Stichprobenkontrollen durchzuführen. Dadurch werden die chinesischen Partner und Manager auf Trab gehalten.

Vorsitzender der Geschäftsführung – Er ist wichtig, da er von Rechts wegen der gesetzliche Vertreter des Unternehmens ist. In den Augen der Behörden hält er die höchste Position innerhalb eines Joint Ventures oder WFOEs. Im Fall einer Krise ist der Vorsitzende der Geschäftsführung die entscheidende Figur.

Lebensläufe prüfen: Fast jeder in China scheint eine Art Manager zu sein

Geschäftsführer – Der Geschäftsführer ist der Unternehmensführung gegenüber verantwortlich. Im Unterschied zu vielen anderen Ländern ist der Geschäftsführer nicht der gesetzliche Vertreter in einem Joint Venture oder WFOE, obwohl er die operativen Entscheidungen für das Unternehmen trifft. Betrugsfälle treten häufiger in WFOEs auf als in Joint Ventures, weil der chinesische Partner die Aktivitäten des vom Investor berufenen Geschäftsführers viel stärker überwacht. In der Regel will ein chinesischer Geschäftsführer auch gesetzlicher Vertreter des Unternehmens sein, so dass er seine Entscheidungsgewalt im Unternehmen auch durch seine Nennung als gesetzlicher Vertreter in der Unternehmenslizenz demonstrieren kann.

Generalbevollmächtigter – Dies ist die Position des gesetzlichen Vertreters in einem Vertriebsbüro. Hierzu gelten die obigen Anmerkungen.

Management – Überprüfen Sie den beruflichen Hintergrund jedes Bewerbers, da die Lebensläufe stark beschönigt werden. Nahezu jeder arbeitende Mensch in China scheint Geschäftsführer, Bereichsleiter oder Abteilungsleiter zu sein. ►

- Es ist wichtig, nicht nur Lebenslauf und Referenzen zu überprüfen, sondern den früheren Arbeitgeber nach Einzelheiten zu befragen. Besonders trifft dies für die Positionen des Geschäftsführers beziehungsweise Generalbevollmächtigten zu.

Mitarbeiterregeln aufstellen – Viele Probleme eines FIE beruhen auf unklaren Anweisungen dessen, was erlaubt ist und wie Dinge abzulaufen haben. Am besten wirken firmeninterne Richtlinien des Managements („management by-laws“).

Der Arbeitsvertrag ist wichtig für die allgemeine Sicherheit des Unternehmens. Wie immer kann man sich jedoch nicht allein auf den Vertrag verlassen. Verträge sollten Klauseln zu Vertraulichkeit und Konkurrenzverbot enthalten und von chinesischen Anwaltskanzleien aufgesetzt werden. Ein Mitarbeiterhandbuch sollte allen Beschäftigten gegeben werden. Ausländische Manager sollten über die relevanten Arbeitnehmergesetze in China Bescheid wissen.

Lernen Sie jeden Mitarbeiter kennen, denn jeder Fall von Inkompetenz, Betrug oder vorsätzlicher Zuwiderhandlung ist einem Mitarbeiter bekannt, der Auskunft geben möchte. Es ist wichtig für die ausländischen Investoren, nicht nur mit dem Geschäftsführer oder den Abteilungsleitern in Kontakt zu bleiben.

Fälle von Betrug und Zuwiderhandlung sind in vielen FIEs ein schwerwiegendes Problem, meistens haben die Unternehmen bereits einen Verdacht. Verlässliche Anzeichen hierfür sind ungewöhnliche Geschäftsabläufe, hohe Fluktuation (oder in manchen Fällen auch gar keine Fluktuation), eine unregelmäßige Buchhaltung und ausbleibende Gewinne über ungewöhnlich lange Zeiträume et cetera.

Es wäre nicht richtig, jede einzelne Entscheidung des chinesischen Managements in Frage zu stellen. Es wäre genauso falsch zu erwarten, dass in China alles so funktionieren würde wie zu Hause. Es ist jedoch erst recht ein Fehler, dem Management blind zu vertrauen und alle aufkommenden Probleme mit dem Spruch „Das ist in China halt so“ abzutun.

*Klaus Köhler
Managing Director, Klako Group*

standort

Viele Kooperationsmöglichkeiten

„Deutschland in Japan“: positives Image verstärken

Am 4. April 2005 hat in Japan offiziell das Deutschlandjahr begonnen. In 750 Veranstaltungen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur wird sich die Bundesrepublik bis März 2006 in all ihren Facetten präsentieren. Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) in Japan geht davon aus, dass die Imagekampagne auch dabei hilft, in Deutschland die Aufmerksamkeit wieder mehr auf die zahlreichen Chancen in dem Inselstaat zu lenken.

„Made in Germany“ steht in Japan unverändert für hohe Qualität und Zuverlässigkeit. Im Rahmen von „Deutschland in Japan“ will die deutsche Wirtschaft zeigen, dass sie darüber hinaus auch innovativ und kreativ ist. Damit will sie neue Zielgruppen ansprechen und einen nachhaltigen Ausbau der Wirtschaftsbeziehungen zwischen beiden Ländern erreichen. Der Schwerpunkt des Deutschlandjahres in Japan liegt zwar in der Kultur, wie die DIHK Japan mitteilt, trotzdem werde auch von Seiten der Wirtschaft ein hoher Einsatz zur Stärkung der traditionell engen partnerschaftlichen Beziehungen geleistet. Unternehmen würden viele Kulturprojekte sponsern, an verschiedenen Kollektivmaßnahmen teilnehmen und das Deutschlandjahr mit einer Reihe hochinteressanter Eigenprojekte begleiten.

Die DIHK Japan geht davon aus, dass die Kampagne dabei hilft, auch in Deutschland wieder mehr Aufmerksamkeit auf die sich hier bietenden Chancen zu lenken. Außerordentlich erfreulich sei es, dass bereits vor Beginn des Deutschlandjahres ein beachtlich gestiegenes Interesse der japanischen Medien an Deutschland zu beobachten sei. Darüber hinaus sei eine deutliche Zunahme der Aufmerksamkeit bei den verschiedensten

Stellen und Institutionen in Japan auch außerhalb der Medien zu spüren. Die Zahl der Wünsche und Anfragen von japanischer Seite nach Informationen über Deutschland und Partner für eine Kontaktaufnahme habe deutlich zugenommen.

Japan ist laut der DIHK Japan unverändert der größte Markt in Asien. Er weise die mit Abstand stärkste Kaufkraft und die lukrativsten Margen auf. 60 Prozent des asiatischen Bruttosozialprodukts würden hier erwirtschaftet werden. Selbst die Teilmärkte seien beachtenswert: Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) Kantos (Großraum Tokio) entspreche dem Chinas und Koreas zusammen, das BIP des Kansai (Region Osaka) sei größer als das Kanadas.

Auch branchenbezogen zähle Japan oft zu den größten Märkten weltweit. In wenigen Ländern könnten vergleichbare Gewinnmargen erzielt werden. Eine Studie der DIHK Japan gemeinsam mit Roland Berger belegt das eindrucksvoll: 94 Prozent der Tochtergesellschaften der befragten Unternehmen erwirtschaften danach einen Bruttogewinn, 76 Prozent einen Vorsteuergewinn bis zu zehn Prozent. Trotz hoher Anlaufkosten wird der Break-Even meist schon in drei Jahren erreicht. Nur wenige Zahlungsausfälle und eine hohe Zahlungsmoral bei zuverlässigen Rahmenbedingungen und stabilem politischen Umfeld würden langfristige Geschäftserfolge erleichtern.

Japan ist Trendsetter und erstrangige Innovationsquelle

Als erstrangige Innovationsquelle und Trendsetter ist Japan nach Meinung der in Tokyo ansässigen DIHK kaum zu ignorieren. Deutsche und japanische Unternehmen und Institutionen suchten häufig nach Lösungen für ähnliche Probleme. Wenn auch oft Wettbewerber im Weltmarkt, biete sich Japan immer wieder als Kooperationspartner an. Synergien oder die Nutzung komplementärer Aktivitäten würden helfen, die Zukunft erfolgreich zu gestalten. 16,6 Prozent der weltweiten Patentanmeldungen stammten aus Japan (12,4 Prozent aus Deutschland), 3,12 Prozent des BIPs (131,7 Mrd EUR)

► Fortsetzung Seite 8

► Fortsetzung von Seite 7
„Deutschland in Japan ...“

würden für Forschung und Entwicklung ausgegeben werden (2,5 Prozent beziehungsweise etwa 53 Mrd EUR in Deutschland). Ob in der Nanotechnologie oder bei der Entwicklung von Brennstoffzellen, Medizin- oder Umwelttechnologie – die Regierung fördere gezielt die Entwicklung von Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft. Japan, in vielen Bereichen Referenzmarkt für Asien, sei ständig auf der Suche nach Produktneuheiten. Qualitätsbewusstsein und Dynamik sowie eine weitverbreitete Bereitschaft, Neuheiten auszuprobieren und anzunehmen, prägen das Umfeld.

Die innerasiatischen Beziehungen wachsen rasant, erklärt die DIHK Japan. China sei für japanische Unternehmen mindestens genauso wichtig wie für deutsche. Immer mehr Freihandelsabkommen würden die Märkte Ost- und Südasiens verbinden. Dies habe Folgen für die deutsche Wirtschaft. Neue Chancen böten sich, neue Herausforderungen müssten gemeistert werden. Strategien, Konzepte und Organisationen müssten angepasst werden. Erste gemeinsame Aktivitäten deutscher und japanischer Unternehmen in China zeigten, wie neue Bedingungen erfolgreich genutzt werden können.

Newcomer sind nach Auskunft der DIHK Japan aber gut beraten, sich gründlich auf einen Markteintritt vorzubereiten. Fremde Spielregeln, mangelnde Sprachkenntnisse und hohe Kosten könnten sonst schnell zum Problem werden. Trotz Globalisierung und Mediengesellschaft sei die Nachfrage nach persönlichen Kontakten ungebrochen. Nur so komme man zu zuverlässigen Informationen und vermeide, sich von Vorurteilen leiten zu lassen. Das Vorurteil, dass ein Ausländer in Japan zu viele Hindernisse zu überwinden hat, um erfolgreich zu sein, gehöre jedenfalls längst der Vergangenheit an. (lg)

i DIHK Japan
Regine Dieth
Telefon +81/3 5276-8827
rdieth@dihkj.or.jp
www.dihkj.or.jp

„Attraktives Zielland“: deutsche Maschinenbauer und Automobilzulieferer in Japan

Nähe zum Kunden und Service vor Ort

Die Development Bank of Japan (DBJ) hat untersucht, welche Bedeutung der japanische Markt für deutsche Unternehmen aus den Branchen Automobilzulieferer und Maschinenbau hat. In ihrer Studie „Automobilzulieferindustrie in Deutschland und ihre Japanpräsenz“ weist die DBJ darauf hin, dass Japan für 21 Prozent der global tätigen Unternehmen ein attraktives Zielland ist. Dies sei bei der Konkurrenz zu den Billiglohnländern vor allem durch die räumliche Nähe zu den großen japanischen Automobilherstellern zu erklären.

Mehr als 90 deutsche Zulieferer hätten eine Niederlassung in Japan, um in der Nähe von deren Forschungs- und Entwicklungszentren zu sein. Die Einfuhr von Fahrzeugteilen aus Japan ist nach Angaben der DBJ im Jahr 2003 nahezu auf dem Niveau von 2002 (plus 0,2 Prozent) geblieben, sei jedoch 2004 um 26 Prozent angestiegen.

Die deutsche Maschinenbaubranche hat trotz ihrer Krise im Jahr 2001 ihre Investitionstätigkeit in Japan nicht redu-

ziert, sondern sogar gesteigert. In ihrer Studie „Der deutsche Maschinenbau in Japan“ kommt die DBJ zu dem Ergebnis, dass 2001 insgesamt 446 Mio EUR nach Japan direkt investiert worden sind, was einen Anteil von 2,8 Prozent des Gesamtvolumens des Auslandsinvestments der Branche ausmache. Das Volumen liege noch über dem Investitionswert nach China.

Da Kundennähe, Vertrieb und Service in Japan besonders wichtig seien, hätten viele große Firmen vor Ort eine eigene Repräsentanz. So hätte eine Untersuchung bei knapp 300 großen Maschinenbauern (ab einem Jahresumsatz von 125 Mio EUR) ergeben, dass 148 Firmen, also mehr als die Hälfte, in Japan ein Büro oder eine Fertigungsstätte unterhalten.

Im Anhang beider Analysen steht eine Liste der deutschen Unternehmen mit einer Japanpräsenz einschließlich deren Adressen in Japan zur Verfügung. Die Analysen können aus dem Internet heruntergeladen werden. (lg)

📄 www.dbjffm.de/s/research.htm

Handel mit Japan kommt in Schwung

Die Importe aus Japan nach Deutschland sind im vergangenen Jahr erstmals seit 2000 wieder gewachsen. Das teilt das Statistische Bundesamt, Wiesbaden, anlässlich des Deutschlandjahres mit. Eingeführt worden seien 2004 Waren im Wert von 21,1 Mrd EUR, 7,2 Prozent mehr als 2003. Unter den wichtigsten Partnerländern auf der Importseite liege Japan damit auf dem zehnten Platz. Haupteinfuhr Güter seien Nachrichtentechnik, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie elektronische Bauelemente, Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeugteile, Datenverarbeitungsgeräte und Maschinen. Auch die deutschen Exporte nach Japan seien mit 6,8 Prozent im Vorjahresvergleich erstmals seit 2000 gewachsen. (lg)

Kein Vergleich

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

Japan: unbeliebt, obwohl sicher?

42

Prozent mehr Unternehmensinsolvenzen gab es im Jahr 2003 in der Bundesrepublik Deutschland (39.320) im Vergleich zu Japan (16.624).

2

mal mehr ausländische Direktinvestitionen flossen 2003 in die Bundesrepublik Deutschland (12,9 Mrd USD) im Vergleich zu Japan (6,3 Mrd USD).

interview

Deutsche Tochtergesellschaften erwirtschaften überwiegend Gewinne

„Japan ist das Entscheidungszentrum“

Als kostengünstige Produktionsbasis taugt Japan nicht. Das Land übernimmt vielmehr die Rolle eines Trendsetters im wirtschaftlich zunehmend integrierten Asien. Doch aufgrund von „Unkenntnis und Vorurteilen“ bleiben viele ausländische Unternehmen fern, sagt Joachim Friedrich von der Coface Japan.

Herr Friedrich, die japanische Exportwirtschaft profitiert von der Nähe zu den asiatischen Wachstumsmärkten. Warum sollten deutsche Unternehmen ihre Asien-Niederlassung eher in Japan gründen als in Ländern wie China oder Indien?

In einem integrierten Asien wird es immer wichtiger, auf allen Märkten und vor allem im Entscheidungszentrum Japan vertreten zu sein. Ist man im hochwertigen Konsumartikelbereich tätig, dient die japanische Präsenz zum einen dazu, Gewinne zu erzielen, zum anderen, Konsumtrends, die später in anderen asiatischen Ländern auftreten werden, zu entdecken. Ist man Zulieferer des produzierenden Gewerbes, hilft die Niederlassung, die Kaufentscheidungen vieler Joint Ventures in Indien oder China zugunsten eigener Produkte zu beeinflussen. Indien und China kommen ausschließlich für deutsche Unternehmen in Frage, die entweder kostengünstig produzieren möchten oder mit Massenkonsumartikeln, die in Japan nicht wettbewerbsfähig sind, im Markt vertreten sind.

Trotzdem zieht Japan im Vergleich zu anderen OECD-Ländern relativ wenig ausländische Direktinvestitionen an (2003: 6,3 Mrd USD). Ist Japan nicht attraktiv für Investitionen aus Übersee?

Im Gegenteil, Japan ist sehr attraktiv, wie eine gemeinsame Studie von der Deutschen Industrie- und Handelskammer in Japan (DIHK) und Roland Berger Strategy Consul-

tants zeigt. Danach erzielten 94 Prozent der deutschen Töchter eine positive Bruttogewinnspanne, 80 Prozent arbeiten nach drei bis fünf Jahren gewinnbringend. Auch die Herbstumfrage unter allen ausländischen Tochterunternehmen zeigt, dass Japan ein lukrativer Markt ist. Die geringe Investitionsrate liegt vor allem an Unkenntnis und Vorurteilen über Japan.

In welcher Form berücksichtigen japanische Lieferanten das Zahlungsausfallrisiko beziehungsweise die Zahl der Insolvenzen bei ihren Geschäften mit ausländischen Unternehmen?

Viele japanische Exporteure nutzen die Kreditversicherung. Bis zum 1. April 2005 lag diese allein in staatlichen Händen – beim staatlichen Exportversicherer NEXI. Etwas weniger als 20 Prozent der Exporte sind über eine Kreditversicherung abgesichert. NEXI hat sich vergangenen September entschieden, das Bewertungssystem „@rating“ der Coface zu nutzen. Seit April öffnet sich dieser Markt auch für die private Versicherungswirtschaft und Coface Japan bietet auch den Versicherungsschutz für Exporte an. Die europäischen Vertriebsgesellschaften der Japaner besitzen oft eine Kreditversicherung für ihre Kunden. Ein Großteil der Exporte aus Asien sind zur Zeit noch mit L/C abgesichert, asiatische Kunden (inklusive chinesische und indische) verlangen jedoch immer öfter, dass japanische Zulieferer Lieferantenkredite gewähren.

Das Gespräch führte Stefan Brunner

coface-rating

Steigende Exporte erwartet – Aussichten für Hightech-Branchen am günstigsten

Leichte wirtschaftliche Erholung

Sollte die Auslandsnachfrage weiterhin hoch bleiben und der Yen keine Aufwertung erfahren, dürfte die japanische Wirtschaft im laufenden Jahr moderat wachsen. Trotz des schwachen Wachstums erwartet man steigende Exporte dank Investitionen im Industriesektor. Dienstleistungsunternehmen und der öffentliche Dienst, der unter hohen Schulden und Defiziten leidet, werden jedoch ihre Investitionen weiter reduzieren. Der Deflationsdruck dürfte abnehmen und

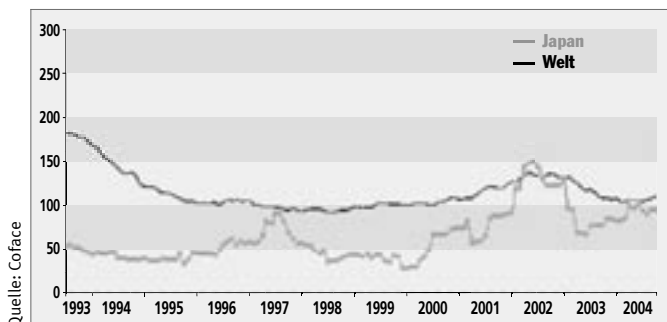
zum ersten Mal seit 1998 könnten die Preise wieder steigen.

Restrukturierungsmaßnahmen und wirtschaftliche Erholung bringen nun vielen Unternehmen in Japan höhere Gewinne. Vor allem Branchen, die Zwischenprodukte, Hightech- und Kapitalgüter exportieren, profitieren in besonderem Maße von dem günstiger werdenden Umfeld. Der Bausektor, der Einzelhandel sowie kleine Unternehmen bewegen sich jedoch weiterhin auf schwierigem Terrain.

Der Zahlungsausfallindex der Allgemeinen Kredit Coface bewegt sich stabil unter dem Welt-durchschnittswert. Die Zahl der Insolvenzen ging in Japan 2004 zum zweiten Mal nacheinander zurück.

AK Coface

Entwicklung der Zahlungsausfälle



Asien lernen: Veranstaltungen zur Außenwirtschaft

Termin	Ort	Thema	Veranstalter
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
05.06.2005 - 10.06.2005	Shanghai, Hangzhou	Unternehmerreise nach China	Schleswig-Holstein http://www.wtsh.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
09.06.2005 - 10.06.2005	Bad Saarow	Contact - Erfolg auf Auslandsmärkten für Architektur, Engineering und Industrie durch strategische Allianzen	VBI http://www.vbi.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
13.06.2005 - 17.06.2005	Thailand	Geschäftsreiseprogramm Erneuerbare Energien	dena http://www.exportinitiative.de
14.06.2005	Villingen-Schwenningen	Die Kunst ihr Unternehmen in Asien bekannt zu machen	IHK Villingen http://www.veranstaltungen.ihk.de
14.06.2005	Hamburg	Vortragsveranstaltung von DJJV, HK Hamburg und OAV mit dem deutschen Botschafter in Tokio, Henrik Schmiegelow	Ostasiatischer Verein http://www.oav.de
16.06.2005	München	Steuerfragen und Rechnungslegung im China-Geschäft - Personalmanagement in China: Entsendung oder Neueinstellung?	IHK München http://www.bayern-international.de
16.06.2005	Münster	Rechtliche Rahmenbedingungen für Werbung in China	IHK Nord Westfalen Münster http://www.ihk-nordwestfalen.de
23.06.2005	Stade	Erfolg in China - Interkulturelles Training für die VR China	IHK Stade http://www.veranstaltungen.stade.ihk24.de
25.06.2005 - 02.07.2005	Hanoi, Ho Chi Minh City	Firmenkontaktreise nach Vietnam	IHK Köln http://www.veranstaltungen.ihk.de
26.06.2005 - 30.06.2005	Bangkok, Phom Penh	Informations- und Kontaktveranstaltung Thailand/Kambodscha	BMWA - Informations- und Kontaktveranstaltung http://www.gtcc.org
26.06.2005 - 01.07.2005	Bangkok, Phnom Penh	Kooperationsbörse Thailand/Kambodscha	AHK http://www.gtcc.org
28.06.2005 - 29.06.2005	Ludwigshafen	China: Kommunikation & Verhandlungsführung	IHK Ludwigshafen Pfalz http://www.veranstaltungen.ihk.de
30.06.2005	Detmold	Erfahrungsbericht China	IHK Detmold http://www.detmold.ihk.de

GATEo5: Elektronik und Halbleitertechnik

Die zweite Auflage der „Global Asia Trade Exchange“ (GATE) will im kommenden Herbst in **Singapur** erneut regionale Lieferanten von Qualitätsprodukten der Elektronik und Halbleitertechnik mit globalen Einkäufern zusammenbringen. Für die Einkäufer bietet die GATEo5 im Stadtstaat am **25. und 26. Oktober 2005** die Gelegenheit, zielgerichtet Lieferanten zu treffen, deren Produkte für ihr Unternehmen interessant sind. Das teilt die ausrichtende Organisation International Enterprise Singapore (IE) mit.

Für die Lieferanten sei die Veranstaltung eine gute Gelegenheit, Zugang zu den globalen Spitzeneinkäufern und potenziellen Geschäftspartnern zu bekommen. Die Profile der Teilnehmer würden mit den Anforderungen der Beschaffer abgeglichen. Auf dieser Basis erhielten die Lieferanten dann persönliche Gesprächstermine mit den Einkäufern.

Bei der GATEo4 im Juli des vergangenen Jahres seien 30 weltweit tätige Einkäufer mit einer Vielzahl regionaler Lieferanten zusammengetroffen, teilt IE weiter mit. An den damals fünf Veranstaltungstagen seien etwa 400 Gespräche geführt und dabei über Geschäfte in Höhe von geschätzten 3,4 Mrd SGD verhandelt worden.

Die früher unter dem Namen Singapore Trade Development Board (TDB) bekannte International Enterprise Singapore (IE) ist eine führende Agentur für die Weiterentwicklung der Exportwirtschaft Singapurs. Sie soll das Wachstum und die Internationalisierung der Unternehmen im Stadtstaat fördern. (lg)

i Global Asia Trade Exchange,
Singapore
Telefon +65/6337-6628
Telefax +65/6337-6898
enquiry@iesingapore.gov.sg
www.gate.gov.sg

Immobilien in der Volksrepublik China

China zeichnet sich nicht nur durch wirtschaftliches Potenzial aus, sondern birgt für ausländische Investoren eine Reihe von Risiken. Wie die Baubild Immobilienmarketing AG mitteilt, gilt dies insbesondere für den Immobilienbereich. Deshalb veranstaltet sie in Zusammenarbeit mit der SynFront Consulting GmbH am **1. Juni** in **Hamburg**, am **3. Juni** in **Berlin**, am **7. Juni** in **München** sowie am **8. Juni 2005** in **Frankfurt/Main** „Immobilien in China“, eine Konferenz für Investoren und Dienstleister. Neben immobilienpezifischen Themen würden auch übergreifende Aspekte behandelt werden. (lg)

i Baubild Immobilienmarketing AG
Ralf Haase
Telefon 030/29044826
Telefax 0711/29044827
www.baubild.ag

Studienreise nach China und Indien

Länderübergreifende Wertschöpfungsprozesse in Produktion und Dienstleistungsbranchen sind längst nicht mehr nur Alltag in internationalen Großkonzernen, sondern halten raschen Einzug in kleinere und mittlere Unternehmen. Das teilt das Fraunhofer Institut Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO), Stuttgart, mit. Wie sich die Zusammenarbeit im Spannungsfeld von Globalisierung, Kooperation und Wettbewerb in China und Indien gestaltet, darüber könnten die Teilnehmer auf der vom Institut veranstalteten „Office 21-Studienreise“ in die Boomregionen **Shanghai, Mumbai, Pune** und **Bangalore** vom **23. bis 30. Oktober 2005** einen Einblick gewinnen. Innerhalb von nur einer Woche lernten die Reisenden zwei der am schnellsten wachsenden Regionen dieser Erde intensiv kennen.

Die wissenschaftlich begleitete Studienreise zielt laut Fraunhofer IAO darauf

ab, im direkten Austausch mit deutschen Managern und Vertretern lokaler Unternehmen Lösungsmodelle für das vernetzte und verteilte Arbeiten zu entwickeln. Im Vordergrund stünden dabei Fragen zu infrastrukturellen Voraussetzungen, Kostenstrukturen, Arbeitszeitmodellen und Schlüsselqualifikationen.

Vor-Ort-Besuche bei herausragenden Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor, der Informations- und Kommunikationstechnologie, aber auch bei produzierenden Unternehmen, die bereits seit Jahren Kostenvorteile im internationalen Verbund nutzen, seien geplant. Die Teilnahme ist auf 15 Personen beschränkt. (lg)

i Fraunhofer IAO, Stuttgart
Stefan Rief
Telefon 0711/970-5479
Telefax 0711/970-5461
stefan.rief@iao.fraunhofer.de

Delegation aus Jilin in Wolfsburg

Eine chinesische Wirtschaftsdelegation aus der Provinz Jilin wird vom **31. Mai bis 4. Juni 2005** Deutschland besuchen. Das teilt die Industrie- und Handelskammer (IHK) Hannover mit. Die Delegationsmitglieder kämen überwiegend aus den Branchen Autobau, Erdölchemie, Landwirtschaft und Maschinenbau. Am **2. Juni** finde im Holiday Inn **Wolfsburg** City Center eine Informationsveranstaltung statt, in der Schlüsselprojekte der Provinz und die Investitionspolitik Jilins vorgestellt werden sowie Unternehmen die Kontaktabnähung und Vertiefung der Zusammenarbeit ermöglicht werde. (lg)

i Förderverein für Deutsch-Chinesische Kooperation e.V.
Beijing Büro
Yan Wang
Telefax 0086 10 51 669 772-260
wangyan@fdck.cn

standort

Provinz Sichuan hinkt der wirtschaftlichen Entwicklung im Osten Chinas hinterher

„Hier müssen Sie noch Pioniergeist zeigen“

Die zentralchinesische Provinz Sichuan bietet oftmals bessere Investitionsbedingungen als der weiter entwickelte Osten. Aber auch hier sollte ein Engagement sorgfältig von Deutschland aus vorbereitet werden. Das war das Ergebnis eines Treffens des Arbeitskreises China der Industrie- und Handelskammer (IHK) Region Stuttgart Anfang April.

Die am Oberlauf des Yangzi-Flusses liegende, 87 Millionen Einwohner zählende Provinz Sichuan kann mit der Wirtschaftskraft Ostchinas noch nicht mithalten. Die Region ist noch vorwiegend agrarisch geprägt, die Regierung bemüht sich allerdings um eine aktive Wirtschaftspolitik und hat in Chengdu und Mianyang Sonderwirtschaftszonen eingerichtet. Zur Zeit werden laut Thomas Gerberich, Generalkonsul des deutschen Generalkonsulats in Chengdu, etwa ein Viertel des Bruttoinlandsprodukts im Agrarsektor erwirtschaftet. Dort seien 60 Prozent der Arbeitskräfte Sichuans beschäftigt. Entsprechend seien Nahrungsmittel der wichtigste Posten in der Ausfuhrbilanz Sichuans: Sie machten 20 Prozent der Exporte aus. Auch die Investitionen aus Deutschland hätten sich bisher auf diesen Bereich konzentriert.

Zukünftig werden die Automobilbranche (Volkswagen denkt über ein Engagement nach), die Baumaternalindustrie sowie Wirtschaftszweige, die sich in der Volksrepublik generell im Aufschwung befinden, wie etwa der Energie-, Verkehrs- und Umweltsektor, an Bedeutung gewinnen, berichtete Gerberich weiter.

Das Drei-Schluchten-Staudamm-Projekt sei natürlich das größte Vorhaben in der Provinz, aber auch andere Projekte seien bereits angestoßen worden. Das Wichtigste davon sei die bis zum Jahre 2013 geplante Fertigstellung einer U-Bahn in Chengdu. Die Stadt sei an der Beteiligung deutscher Unternehmen an

dem Bauvorhaben sehr interessiert und habe eine öffentliche Ausschreibung angekündigt, an der ausländische Firmen partizipieren könnten. Zur Sicherung der Finanzierung stünde die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) bereits in Kontakt mit den Behörden in Chengdu.

Ein weiteres bedeutendes Infrastrukturprojekt ist die Verlagerung des größten Krankenhauses in einen Außenbezirk Chengdus, teilte Gerberich weiter mit. Auch für dieses Fünf-Millionen-Euro-Projekt favorisiere die Stadtregierung deutsche Auftragnehmer. Siemens habe bereits sein Interesse bekundet.

Auch Sichuan baut oder plant große Infrastrukturprojekte

Darüber hinaus sind in Sichuan wie in ganz China große Infrastrukturvorhaben in Transport und Logistik im Gange oder geplant. Chengdu ist der wichtigste Eisenbahnknotenpunkt in Chinas Westen. Die Verbindungen mit den anderen Landesteilen laufen nach Norden über Baoji nach Xi'an, nach Westen über Chongqing und nach Süden über Xichang nach Kunming. Um dem steigenden Frachtaufkommen Herr zu werden, soll nach Angaben von Gerberich ein neuer Container-Terminal gebaut werden. Der internationale Flughafen Chengdus sei der fünftgrößte Chinas, etwa elf Millionen Passagiere seien 2004 abgefertigt worden. Eine neue Rollbahn soll die Kapazitäten erweitern.

Zur Frage, ob und warum denn nun aber Chengdu einem Standort an der entwickelteren Küstenregion Chinas vorzuziehen ist, bemerkte ein bayerischer Unternehmer, der in Chengdu eine Verarbeitungsfabrik errichten möchte: „Im Westen ist das Preisniveau wesentlich niedriger, in Shanghai müssten wir für unsere eingekauften Waren mindestens 30 Prozent mehr bezahlen.“

Die Kosten seien jedoch nur ein Aspekt unter vielen, die in der Standortfrage

zu berücksichtigen seien. Der wichtigste Erfolgsfaktor im Reich der Mitte seien vielmehr Mitarbeiter mit guten Verbindungen. So entschied sich der bayerische Unternehmer für den Umzug nach Chengdu auch deshalb, weil er in seiner Fabrik in einer anderen Provinz massive Probleme bekam, nachdem sein dortiger vertrauter Mitarbeiter das Unternehmen verlassen hat. „Die Arbeitnehmer haben das Büro fortan mehr als Schlafstelle benutzt denn als Ort zum Arbeiten.“ Insofern handelte es sich also um ein sehr individuelles Problem, das es für den bayerischen Unternehmer zu lösen galt. Genauso wie es eine für ihn unter den Bedingungen in der Firma sowie im Umfeld individuell bewusste Entscheidung war, nach Chengdu zu gehen.

Die Provinz Sichuan kann deswegen auch nicht als neuer Super-Standort in der Volksrepublik China angesehen werden. Susanne Volpers von Baden-Württemberg International (bw-i), der Wirtschaftsfördergesellschaft des Landes Baden-Württemberg, ist der Meinung: „Jeder muss für sein spezielles Produkt seine Nische finden. In China hat sich eine starke Clusterbildung vollzogen. So hat sich beispielsweise die Kunststoffindustrie im Süden des Landes angesiedelt.“ Was Chengdu angeht, resümiert Gerberich: „Hier müssen Sie auf jeden Fall noch Pioniergeist zeigen.“

Es gilt also, den Gang nach China detailliert zu planen. Im Vorfeld müssen Fragen geklärt werden wie etwa: Wo haben sich die wichtigen Zulieferunternehmen angesiedelt? Wo kann ich meinen Bedarf nach qualifizierten Arbeitskräften am ehesten decken? Wo finde ich die für mich am besten zugeschnittene Infrastruktur? Wo ist das günstigste Angebot an Büro- und Fabrikkomplexen?

Aber gerade diese Informationsphase im Rahmen von China-Projekten macht vor allem kleinen und mittelständischen Unternehmen zu schaffen. Ihnen fehlen oft die dazu notwendigen finanziellen und zeitlichen Ressourcen, sagt Gerberich. Hier aber sei das Generalkonsulat gerne behilflich.

Stefan Brunner

Frustration bei Anfragen in Asien

„Wir haben keine Angebote erhalten“

Immer wieder ist in Diskussionsrunden mit Einkäufern festzustellen, dass große Frustration oder teilweise sogar Resignation herrscht, wenn nach den Erfahrungen mit Anfrageaktionen in Asien gefragt wird. Häufig wird geantwortet:

- „die abgegebenen Preise sind unvollständig und in sich nicht schlüssig“,
- „die angebotenen Preise sind viel zu hoch“ oder
- „wir haben keine Angebote erhalten“.

Dies ist für Insider im Asiengeschäft kein Wunder. Bevor eine Anfrageaktion gestartet wird, sollte der Einkäufer genau überlegen, welche Teile er anfragen möchte. Im Vorfeld muss er die Kostenunterschiede zwischen Europa (hier Westeuropa) und Asien (hier China) betrachten (siehe Abbildung unten). Zur Verwunderung vieler sind die Beschaffungspreise für Rohmaterialien, besonders für solche von internationaler Güte, in Asien höher als in Europa. Stähle (Bandstähle, Bleche et cetera) sind in Asien in der Regel teurer als in Europa. Kunststoffgranulate unterliegen ebenfalls dem Weltmarktpreisniveau. Bei Komponenten sollte man mit der Entwicklungsabteilung abklären, ob asiatische Alternativen für namhafte westliche Hersteller freigegeben werden können. Einen europäischen Stecker zum Beispiel

in Asien einzukaufen macht in der Regel wenig Sinn, eine asiatische Alternative zum europäischen Stecker in Asien zu sourcen, erscheint durchaus sinnvoll.

Bei reinen Automatenteilen, wie zum Beispiel Dreh- oder Stanzteilen, die nicht weiterverarbeitet werden, macht eine Anfrage in Asien keinen Sinn. Sie lohnt sich bei Teilen mit einer hohen Wertschöpfungstiefe (Baugruppen) oder mittelgroßen Serien (Rüstkostenvorteile). Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass die in Asien eingesetzten Bearbeitungsmaschinen nicht immer die gleiche Effizienz haben wie die in Westeuropa verwendeten. Daher kann die Kalkulation schnell ins Negative ausschlagen, und Preise, die um den Faktor 2 bis 3 höher sind als in Europa, sind keine Seltenheit.

Für eine erfolgreiche Anfrage sind einige Hausarbeiten zu erledigen. Immer wieder ist mit Schrecken festzustellen, dass die Zeichnungen und Spezifikationen unvollständig und nur in deutscher Sprache vorliegen. Da wir es in Asien mit einem Verkäufermarkt zu tun haben, sind die allerwenigsten asiatischen Lieferanten bereit, auf dieser Basis ein solides Angebot zu erstellen. Die Unterstützung durch lokale Partner oder ein eigenes Einkaufsbüro ist wichtig, vielleicht sogar unabdingbar, um gute und verlässliche Angebote zu erhalten. Wir empfehlen folgende Grundlagen zu beachten:

- Anfrage einschließlich Spezifikation in englisch
- Bezug zu internationalen Normen
- interessante Stückzahlen

- Anfang mit stabilen Produkten
- Abklärung der Qualität der Vormaterialien und Unterlieferanten
- keine reinen Automatenteile
- Baugruppen mit interessanter Fertigungstiefe
- Zeitraum bis zur ersten Freigabe: sechs bis zwölf Monate
- individuelle Qualitätsvereinbarungen erstellen
- internationale Kaufverträge
- Einbeziehung aller internen Stellen
- Zahlungsweise mit Hausbank absprechen (L/C, Währungsrisiko)
- Abwägung aller Risiken nach dem Total Cost of Ownership-Modell
- Mut zur Risikobereitschaft

Kooperation mit BME-Arbeitskreis

Der Arbeitskreis BME-Region Siegen hat in Zusammenarbeit mit der Industrie- und Handelskammer (IHK) Siegen eine Kooperation mit GPS geschlossen. Sie sieht die gemeinsame Nutzung des neuen Büros in Ningbo, China, vor, das GPS gemeinsam mit der Auslandshandelskammer Shanghai nutzt. Die Region Ningbo ist ähnlich strukturiert wie die Region Siegen. Sie ist eine Hochburg der Metallverarbeitung, der Automobilzuliefererindustrie und des Werkzeugbaus. Ferner ist Ningbo interessant durch seinen Hafen und seine Nähe zu Shanghai (etwa 300 Kilometer von Shanghai entfernt und ab 2007 durch eine Brücke über die Bucht von Shanghai/Ningbo miteinander verbunden). Ziel der Kooperation ist es, mittelständischen Firmen in Form eines Firmenpools die Beschaffungsregionen Ningbo und südliches Shanghai zu erschließen.

i Global Procurement Services
Wilfried Krokowski - Executive Director
Telefon +49 (5541) 31 220
germany@gps-logistics.com
www.gps-logistics.com;
Gerhard Adema
Arbeitskreis BME/IHK Siegen
gerhard.adema@t-online.de

Kostenfaktor	Europa	China
Lohnkosten	(- -) Eindeutige Nachteile	(+ +) Eindeutige Vorteile
Lohnnebenkosten	(- -) Eindeutige Nachteile	(+ +) Eindeutige Vorteile
Materialkosten	(+ / -) gleich evtl. (+) Vorteil	(+ / -) gleich evtl. (-) Nachteil
Materialgemeinkosten	~ 13 %	~ 3 - 5 %
Maschine		
Invest	(+ / -) gleich	(+ / -) gleich
Service/Kapazität	(-) Nachteil	(+) Vorteil
Overhead		
R&D, Marketing, PR, Vertrieb et cetera	(- -) Eindeutige Nachteile	(+ +) Eindeutige Vorteile
Facility und FM	(- -) Eindeutige Nachteile	(+ +) Eindeutige Vorteile
Profit	(+ / -) gleich	(+ / -) gleich



The advertisement features a central graphic with a world map background. At the top, a globe icon is connected by a dashed line to a rounded rectangle labeled 'Worldwide'. Below this, another rounded rectangle contains the text 'Global Procurement Services'. The main body of the graphic lists services: 'Service', 'Procurement', 'Consulting', 'Quality', 'Logistics', and 'Sales support', each in a large, bold, sans-serif font. The website 'www.gps-logistics.com' is displayed in a smaller font. At the bottom, a dark grey banner contains the text 'in cooperation with: gic / AHK / BME'.

Worldwide

Global Procurement Services

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 Logistiklösungen (z. B. produktions synchrone Anlieferverfahren)
- Trouble Shooting
- Erstellung und Einsatz von eProcurement Lösungen
- Potenzialanalysen und strategische Unternehmensberatung
- Konzeption und Implementierung von neuen Produktions- und Vertriebsstrukturen in Asien
- Projektmanagement
- Unterstützung und Durchführung von Engineering-Projekten
- Realisierung von Supply-Chain-Management-Netzwerken zwischen asiatischen Lieferanten und europäischen Kunden
- Suche und Betreuung von asiatischen Partnerfirmen



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

studie
Niedrige Produktionskosten sind nicht allein ausschlaggebend

Ein Fünftel der EU-Textilien aus China

China geht gestärkt aus dem Wettbewerb der Textilproduzenten hervor. Das Einkaufsvolumen aus dem Reich der Mitte wächst seit Jahren überproportional und stellt heute mit rund 20 Prozent den mit Abstand größten Posten der gesamten EU-Textilimporte dar. Das geht aus der Global Sourcing Reference hervor, welche die Unternehmensberatung Kurt Salmon Associates (KSA) gemeinsam mit apparel commerce herausgegeben hat.

„Drei bis vier Prozentpunkte“, sagt Wolfgang Wanning, Partner bei KSA und Leiter der Studie, „ließen sich durch Beschaffungsoptimierung gewinnen und tragen in vollem Umfang zum Ergebnis bei. Das geht aber nicht ohne China. Die professionelle Beschaffung im Reich der Mitte wird ein Muss für Handelsunternehmen, die wettbewerbsfähig bleiben wollen.“

Doch auch in Osteuropa und der Türkei bieten sich laut Untersuchung gute Gelegenheiten für Händler, den „Speed to Market“, also die Geschwindigkeit, mit der neue Kollektionen in die Läden gebracht werden, kostengünstig zu erhöhen. Allerdings gerieten die Hersteller in Osteuropa zunehmend unter Effizienzdruck. Die Unternehmen, die es verstünden, rechtzeitig die vorhandenen, teilweise erheblichen Rationalisierungspotenziale zu realisieren, würden sich zu strategischen Lieferanten mit erweiterten Serviceleistungen entwickeln. „Gegenüber Asien kann sich Osteuropa nur dann behaupten, wenn die Betriebe sich auf ihre Stärken – geografische Nähe, Schnelligkeit und vernünftige Kosten – konzentrieren“, meint Andreas Novak, Geschäftsführer von apparel commerce und Co-Autor der Studie.

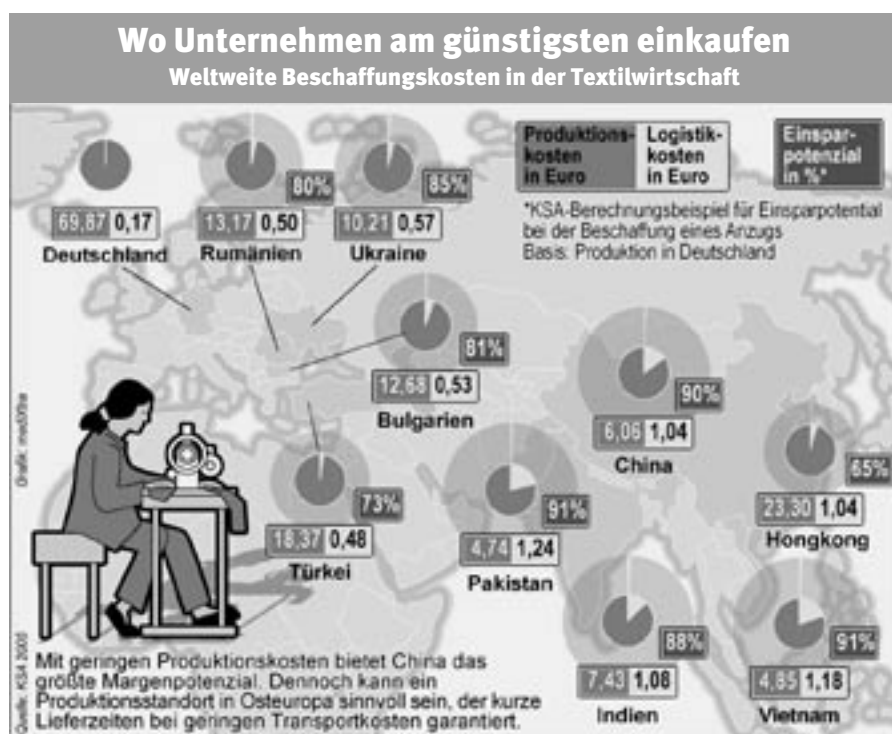
Die China-Euphorie lässt sich am Einkaufsvolumen aus dem Reich der Mitte ablesen: Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass 20 Prozent der gesamten EU-Textilimporte aus der Volksrepublik

stammen. Es folgen Mittel- und Osteuropa (zehn Prozent), das restliche Asien (6,8 Prozent, ohne Südkorea und Taiwan mit gemeinsam 1,4 Prozent) und die Türkei (8,6 Prozent).

Die Verfasser des weltweiten Beschaffungswegweisers weisen außerdem darauf hin, dass die Rahmenbedingungen für Direct Sourcing, den in Eigenregie organisierten Einkauf von Waren beim Produzenten, heute viel besser als noch vor wenigen Jahren sind. Zwar bestünden in einigen Beschaffungsregionen politische Risiken; der Abbau von Handelsschranken, zum Beispiel durch Chinas WTO-Beitritt und infolgedessen der Abbau von Quoten, machten dies jedoch wett. Das verschärfe den Wettbewerb der Produzenten. Die Folge sei, dass es zu besseren Preis-/Leistungsverhältnissen und zur Verkürzung von Vorlaufzeiten (Lead Times) komme. Weltweite Überkapazitäten würden die Mindestordergrößen purzeln lassen, wovon vor allem kleinere und mittlere Unternehmen profitierten.

Zudem machen die Autoren der Studie einen Trend zu kurzen Lead Times, also Vorlaufzeiten aus. Die Vororder-Beschaffung werde zunehmend durch andere Formen abgelöst, die es erlaubten, rascher auf sich ändernde Konsumentenbedürfnisse zu reagieren. Nach Untersuchungen von KSA und apparel commerce hat der Anteil von „Quick Response“ mit Lead Times von nur noch drei bis acht Wochen von acht Prozent 1997 auf geschätzte 40 Prozent im Jahr 2004 zugenommen.

Weniger als einzelne Aspekte der Beschaffung gilt es den Prozess insgesamt zu optimieren, meinen die Experten von KSA und apparel commerce. Das könne im Einzelfall für einen teureren Produktionsstandort den Ausschlag geben, der geografisch günstiger gelegen und flexibler ist und kurze Lead Times bei gleichzeitig geringen Transportkosten garantiert. Folgendes Beispiel verdeutlicht dies: Ein einminütiger Arbeitseinsatz eines chinesischen Textilarbeiters koste 0,04 EUR, in Nicaragua fielen für die gleiche Leistung nur 0,03 EUR an. Dennoch sei China die günstigere Sourcing-Region. In Nicaragua ließe sich zwar billiger produzieren, doch das Reich der Mitte biete günstigere Transportkosten und mache den Unterschied damit mehr als wett. (lg)



veranstaltung

Kooperation mit Chinesen ist sinnvoll**Autozulieferer aus China gehen in die Exportoffensive**

Die Beschaffung von chinesischen Automobilteilen wird einfacher. Das versprechen die Zukunftskonzepte der Lieferanten aus Fernost, die sie auf der vom Forum China veranstalteten „China Zulieferer Synergiebörse“ am 5. und 6. April 2005 in Ludwigsburg vorgestellt haben. Danach wollen sie sich mit Niederlassungen in Europa und mit Hilfe von Vertriebs- und Technologiepartnerschaften stärker um westliche Kunden bemühen.

In Ludwigsburg zeigte die neue Zulieferbranche aus der Volksrepublik ihr dynamisches Gesicht. Jörg Buchholz, Vorstandsvorsitzender des chinesischen Zulieferers Sinoc Automotive Technology Co., Ltd., erklärte auf der „China Zulieferer Synergiebörse“, dass sein Unternehmen Kooperationen und Joint Ventures mit Unternehmen aus Europa suche. Umgekehrt könne seine Firma Europäer in China beim Marktzugang unterstützen. Das 1996 gegründete Unternehmen der Zhou Dynasty International Group, die 2003 über 240 Mio USD Umsatz erwirtschaftete, tritt weniger als chinesisches als vielmehr internationales Unternehmen auf. Die schnelle Internationalisierung setze europäische Unternehmen weiter unter Druck, sich ebenfalls bei der Produktion und Beschaffung zu internationalisieren, meint Buchholz. Zusammen könnten Unternehmen aus beiden Kontinenten die zukünftigen Herausforderungen am besten meistern. „Diese sind enorm. 2010 werden wahrscheinlich schon zwei Drittel des Umsatzes mit chinesischen Kraftfahrzeugteilen im Export erwirtschaftet“, sagte Buchholz.

Mit Robert Cao, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Jingyin Mould Plastic Group, war ein Vertreter eines in

Düsseldorf bereits mit einer Niederlassung ansässigen chinesischen Zulieferers anwesend. „Von hier aus können wir den europäischen Markt am besten bearbeiten“, erklärte Cao. „Wir suchen Vertriebs- und Technologiepartner.“

Die Firma Meiban, ein chinesischer Spezialist für Konstruktion und Kunststoffbau, wurde durch die Nürtinger VipTech GmbH vertreten. „Durch unsere Niederlassung in Deutschland können unsere Kunden maßgefertigte Teile schnell und günstig beziehen“, sagte Ralf Zimmermann von VipTech.

Aber es sind nicht nur Autoteile aus China, die zunehmend auf dem Weltmarkt zu finden sind. „Der chinesische Werkzeugmaschinenbau entwickelt sich rasant“, erklärte Gerd Kerkhoff, geschäftsführender Gesellschafter der Kerkhoff Consulting GmbH. Die Exporte würden dabei schneller ansteigen als die Importe. „Werkzeuge im Low-End-Bereich und teilweise im Mid-End-Bereich können von Automobilzulieferern bereits vollständig in China gesourct werden. Einige Zulieferer beschaffen 80 Prozent ihres Bedarfs in China. Der High-End-Bereich wird von chinesischen Werkzeugbauern in Angriff genommen. Dies zeigt unsere aktuelle Studie zum chinesischen Werkzeugmarkt“, fügte Kerkhoff hinzu (siehe auch Beitrag Seite 3).

Teilebranche hat große Probleme mit Qualität, Vertrieb und Marketing

Auf der einen Seite kommen die chinesischen Zulieferer den westlichen Abnehmern vermehrt mit Niederlassungen und Partnerschaften in deren Herkunftsländern entgegen, auf der anderen Seite spielt die Musik für die europäischen Autobauer bei der Beschaffung längst in China. So verlegte zum Beispiel die Volkswagen Gruppe China ihre Einkaufsentscheidungen für Asien in die Volksrepublik. „Durch die Bündelung des Einkaufs in der China Sourcing Group gelingt es uns, das Preisniveau in China unter das europäische zu führen“, sagte Rüdiger Koch, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Volkswagen Group China und zuständig für den Bereich

Purchasing. Ähnliche Tendenzen stellten auch die Vertreter von BMW und DaimlerChrysler fest: Die Einkaufsentscheidungen werden verstärkt in China getroffen. Die Zielvorgabe lautet dabei, schnell die Kosten zu senken.

Trotz der gewaltigen Fortschritte der chinesischen Unternehmen darf allerdings nicht übersehen werden, dass die Teilebranche weiter große Probleme bei der Qualität, beim Vertrieb und im Marketing hat. Unternehmen aus Europa haben somit weiterhin große Chancen im expandierenden chinesischen Markt. Des Weiteren bestehen in China bei der Logistik noch große Probleme, die den Bezug günstiger Teile oft erschweren beziehungsweise verteuern. „In Westchina sind zwar die Löhne günstiger als in den Küstenregionen, doch ist der Transport oft so aufwendig, dass diese Kostenvorteile hinfällig werden. Daher ist es für Zulieferer wichtig, verlässliche und preisgünstige Logistikketten aufzubauen“, bemerkte Markus Leutner, Leiter des Competence Centers China bei DHL.

Nicht nur chinesische Teile, auch Fahrzeuge gehen nun in den Export

Ein weiterer Trend, der auf der Synergiebörse auszumachen war, sind die wachsenden Marktanteile der chinesischen Automarken und die Exportpläne ihrer Produzenten. „Als Geely 1997 begann, Autos zu bauen, erklärten uns alle für verrückt“, sagte Yu Xueliang, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Geely Holding Group. „Bis Ende 2004 haben wir bereits 300.000 Autos verkauft. Seit zwei Jahren exportieren wir auch, den europäischen Markt möchten wir jetzt ebenso beliefern. Schon bald soll Geely eine international bekannte Marke sein.“

Einige der etwa 200 an der Synergiebörse teilnehmenden Geschäftsführer und Manager aus der Automobilbranche resümierten, dass es aufgrund der in China weiter sehr schnell ablaufenden Entwicklung nur zwei Perspektiven gebe: entweder diesen Wandel mit chinesischen Partnern aktiv mitzugestalten oder aber weltweit den Anschluss zu verlieren.

Thomas Kiefer

Das Top-Ereignis des Jahres 2005

40. Symposium Einkauf und Logistik

Bei der traditionellen Topveranstaltung des BME, die in diesem Jahr vom **7. bis 9. November** in **Berlin** stattfindet, werden in Plenumsvorträgen, rund 20 Fachkonferenzen, Morning-Specials und Workshops Best Practices der unternehmerischen Veränderungen vorgestellt und diskutiert. Über 100 Referenten aus der Praxis liefern Expertenwissen pur zu Top-Themen wie zum Beispiel Lieferantenmanagement, Global Sourcing, Logistikprozesse, Einkaufs-Controlling, Risikomanagement, Dienstleistungseinkauf, Kostenmanagement oder eSourcing/eProcurement.

Bei der begleitenden Fachausstellung präsentieren rund 100 Unternehmen ihre Konzepte und Lösungen für die Kostenoptimierung der Beschaffungs- und Logistikprozesse. Aktuelle Informationen unter:

 www.bme.de

Erfurter Logistiktage 2005

Die Erfurter Logistiktage stehen in diesem Jahr unter dem Motto: Logistik braucht Partner - Wertschöpfung in der Supply Chain. Vom **15. bis 16. Juni 2005** werden Varianten aufgezeigt, um die Supply Chain effizienter zu gestalten. Konstruktive Kooperationen sind dabei ein zentraler Aspekt. Denn verstehen sich Kunden und Anbieter, ja sogar Mitbewerber in Teilen der Wertschöpfungskette, als Partner, so entstehen Win-Win-Situationen, die vorher nicht denkbar waren. Best Practice-Beispiele bieten den Teilnehmern die Gelegenheit, ihr Wissen auf diesem Gebiet auf den neuesten Stand zu bringen. Im Länderfokus steht Indien. Beleuchtet werden neben den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die Stolpersteine und Chancen des indischen Marktes. Weitere Informationen unter:

 www.erfurter-logistiktage.de

Den Beschaffungsmarkt kennen lernen und Wettbewerbsvorteile erschließen

Erfolgreicher Einkauf: der BME China-Tag

China gewinnt als Beschaffungsmarkt für deutsche Unternehmen immer mehr an Bedeutung. Der BME richtet deshalb am **7. Juli 2005** in **Bad Nauheim** den „BME China-Tag“ aus, der umfassend über die Chancen des China-Geschäftes informiert. Einkaufs- und Logistikexperten präsentieren Best-Practice-Beispiele und zeigen auf, wie Einkaufsstrategien ausgerichtet werden können und Global Sourcing erfolgreich umgesetzt wird, wie Wettbewerbsvorteile in Einkauf und Logistik erschlossen werden, wie Qualität bewertet und nachhaltig gesichert wird, wie Fallstricke entlang der Supply Chain erfolgreich umgangen werden,

wie erfolgreich eine Repräsentanz in der Volksrepublik China aufgebaut wird und wie geeignete Lieferanten gefunden und gebunden werden.

Der „BME China-Tag“ bietet die Möglichkeit, den chinesischen Beschaffungs- und Logistikmarkt optimal kennen zu lernen, Wettbewerbsvorteile zu erschließen und für die Unternehmensziele effektiv einzusetzen. Der chinesische Beschaffungs- und Logistikmarkt offeriert hohe Einsparpotenziale.

Die Teilnahme am BME China-Tag kostet 295 EUR pro Person. Weitere Informationen unter:

 www.bme.de

Strategien entwickeln und Potenziale nutzen - China und Indien im Fokus

Seminarreihe Global Sourcing

Der BME bietet mit seiner Seminarreihe „Global Sourcing“ praxisnahes Know-how für den globalen Einkaufserfolg. Im Fokus des asiatischen Marktes stehen China und Indien. Im Seminar „Einkauf und Lieferantenmanagement in China“ am **19. Juli 2005** in **Kassel** sowie am **11. Oktober 2005** in **Frankfurt/Main** erfahren die Teilnehmer, wie sie ihre chinaspezifische

Beschaffungsstrategie aufbauen und umsetzen können.

Auf der Veranstaltung „Erfolgreich Einkaufen in Indien“ am **20. Juli 2005** in **Kassel** sowie am **12. Oktober 2005** in **Frankfurt/Main** wird aufgezeigt, wie die Potenziale des indischen Marktes genutzt werden können. Informationen unter:

 www.bme-akademie.de

Innovations- und Wissenschaftspreis

Als Nahtstelle zwischen internen Bedarfsträgern und externen Lieferanten gewinnen Einkauf und Logistik an strategischer Bedeutung. Kompetente Lösungen sichern die globale Wettbewerbsfähigkeit und sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor für ein Unternehmen. Der BME prämiiert innovative Leistungen und Konzepte, die die Effizienz von Einkauf und Logistik dauerhaft steigern und dadurch das Unternehmensergebnis deutlich verbessern.

Zur Förderung der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Bereich Beschaffung lobt der BME außerdem

seinen Wissenschaftspreis aus. Hier qualifizieren sich Wissenschaftler mit einer Habilitationsschrift oder Dissertation, die eine herausragende Leistung auf dem Gebiet von Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik darstellt sowie Verfasser vergleichbarer wissenschaftlicher Arbeiten. Die Arbeit muss theoretisch fundiert und für die Praxis relevant sein.

Einsendeschluss der Arbeiten ist der **15. Juli 2005**. Die Preisverleihung findet während des 40. BME-Symposiums in Berlin statt. Weitere Informationen unter:

 www.bme.de

interview

Regierung fördert Investitionen und betont Chancen im produzierenden Gewerbe

„Pakistan hat unentdeckte Möglichkeiten“

Dieses Jahr präsentierte sich Pakistan erstmals auf der Hannover Messe. Vor allem Automobilzulieferer warben für ihre Produkte und machten deutlich, dass das Land am Indus mehr zu bieten hat als Textilprodukte. Die Delegation, die sich insgesamt mit der Resonanz zufrieden zeigte, wurde vom Industrieminister Jahangir Khan Tareen angeführt. Im Gespräch mit „sourcing asia“ erklärt er, wie Pakistan „zu einer Drehscheibe für die Wirtschaft“ werden soll.

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

Ja, die Wirtschaftswende war erstaunlich und wird an den makroökonomischen Indikatoren deutlich, die sich in den vergangenen Jahren alle verbessert haben. Vor einigen Jahren war das Land kurz vor dem wirtschaftlichen Zusammenbruch. Jetzt aber ist es auf dem Weg zu Wachstum und schneller Industrialisierung. Es hat sich ein Konsens entwickelt, dass Pakistan nur entwickelt und industrialisiert werden kann, wenn wir die Kosten senken können und unsere Wirtschaft durch Liberalisierung und Privatisierung öffnen. Aufgrund des Konsenses hinsichtlich der nationalen Politik sowie der Existenz demokratischer Institutionen bestehen in Bezug auf die langfristige Nachhaltigkeit unserer Politik keine Zweifel.

Welche Anreize bietet Pakistan ausländischen Investoren?

Wir wollen Pakistan zu einer Drehscheibe für die Wirtschaft machen. Neben dem großen Markt, den Pakistan aufgrund seiner 150 Millionen Einwohner bietet, ist das Land ideal gelegen, um eine Basis für das produzierende Gewerbe sowie den Handel

mit Afghanistan und ganz Zentralasien zu werden. Die Regierung verfolgt eine Politik der offenen Tür, die sicher stellt, dass ausländischen Investoren alle Wirtschaftsbereiche offen stehen und die 100 Prozent ausländisches Eigenkapital zulässt. Die Rückführung von Kapital, Gewinnen, Dividenden und technischen Gebühren et cetera unterliegt keinerlei Beschränkungen. Die Regierung hat darüber hinaus zahlreiche Maßnahmen zur Förderung des Wachstums durchgeführt. Neue Industrieparks sind gegründet worden, die Investoren Dienstleistungen aus einer Hand bereit stellen und als Brücke zwischen privaten Unternehmern und dem öffentlichen Sektor fungieren. In der Sonderwirtschaftszone im Hafen von Gawadar werden hervorragende Einrichtungen geschaffen. So entsteht am persischen Golf ein idealer Umschlagplatz für die ganze Region inklusive Zentralasien.

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

Pakistan ist ein Land der bislang unentdeckten Möglichkeiten. Wir begrüßen ausländische Investitionen in allen Wirtschaftsbereichen. Die wichtigsten sind der Maschinen- und Anlagenbau, der Öl- und



„Wir können uns mit jedem Land der Region messen“, sagt Jahangir Khan Tareen.

Gassektor, Infrastruktur, sowie Bergbau und Mineralien. Dabei steht ersterer im Blickpunkt der pakistanischen Regierung. Pakistan hat die notwendige physische Infrastruktur, zahlreiche und gut qualifizierte Ingenieure und, wichtiger noch, den Willen, Teil der globalen Zulieferkette im Maschinenbau zu sein.

Trotz der Fortschritte gilt Pakistan als ein politisch instabiles Land. Wie hoch schätzen Sie das politische Risiko in Pakistan im Vergleich zu seinen Konkurrenten ein?

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

Pakistan ist als „Textilland“ bekannt. Wurde der Maschinenbau bislang vernachlässigt?

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

*Das Gespräch führte
Hans Seidenstücker*

Beschaffungskonzferenz in Shanghai

ISC: Keine Gebühren für Einkäufer

Einkäufer auf der vom **26. bis 28. September 2005** in **Shanghai** stattfindenden „International Sourcing Conference“ (ISC) bezahlen keine Standgebühren. Nach Angaben eines Mitveranstalters, der Shanghai International Merchandising Center Co., Ltd., sollen mit diesem Angebot internationale Einkäufer, vor allem kleine und mittlere Unternehmen, angelockt werden und die Entwicklung Shanghais zu einem bedeutenden Sourcing-Zentrum weiter forciert werden. Die Konferenz bilde eine optimale Plattform sowohl für Einkäufer als auch für Lieferanten, um erfolgreich zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten. Das Signal, das von der „International Sourcing Conference“ ausgehe, heiße: „Win-win-Kooperation mit wechselseitiger Entwicklung“. Bis heute hätten bereits etwa 200 multinationale Konzerne ihre Beschaffungsabteilungen in Shanghai angesiedelt.

Wie das Shanghai International Merchandising Center weiter mitteilt, haben seit 2002 etwa 300 ausländische Einkäufer und 20.000 qualifizierte Lieferanten an der „International Sourcing Conference“ teilgenommen. Das Beschaffungsvolumen hätte 2002 einen Gesamtwert von etwa 30 Mrd USD ausgemacht, in diesem Jahr, bei der vierten Ausgabe, rechne man mit 50 Mrd USD.

Der Ausstellungsbereich sei unterteilt in Konsumgüter wie zum Beispiel Haushaltsgeräte, Textilien und Bekleidung, Spielwaren, Geschenke und Kunsthandwerk, Möbel und Baumaterial, Nahrungs- und Genussmittel, Sport- und Freizeitartikel, Gesundheits- und Kosmetikprodukte, Konsumelektronik, Gartenbedarf, Mobilfunkteile, Agrarprodukte, Produkte zur Lebensmittelverarbeitung et cetera und Industriegüter wie Autoteile, elektronische Komponenten, IT-Komponenten, Hardwarezubehör, Instrumente und Messgeräte, chemische Rohherzeugnisse und andere. (lg)

interview

Lieferanten dürfen nur ausstellen, wenn sie hohe Qualitätsanforderungen erfüllen

„Bei uns bauen die Einkäufer Stände auf“

Auf der ISC kommen die Lieferanten zu den Einkäufern – das ist Teil des Konzepts des Beschaffungsevents. Wollen Zulieferer trotzdem einen eigenen Stand aufbauen, dann müssen sie „hohe Qualitätsstandards erfüllen“, sagt Yao Zheng, Marketing Department Managerin beim Shanghai International Merchandising Center, im Interview mit „sourcing asia“.

Frau Zheng, in China gibt es mittlerweile viele Sourcing-Veranstaltungen. Warum sollten internationale Einkäufer gerade die „International Sourcing Conference“ in Shanghai besuchen?

In der Tat bietet der chinesische Beschaffungsmarkt eine Fülle von Sourcing-Terminen. Auf den meisten Veranstaltungen müssen die Einkäufer leider ein dichtes Gedrängel an den Ständen in Kauf nehmen, wenn sie wie zehntausende ihrer Kollegen nach qualifizierten Lieferanten Ausschau halten. Die „International Sourcing Conference“ (ISC) hingegen hilft, Kosten und Mühen zu sparen, indem durch unseren Pre-Matchmaking-Service geeignete Zulieferer bereits vor der Veranstaltung identifiziert werden. Das

Besondere an der ISC liegt im Übrigen darin, dass sie speziell für die Bedürfnisse der Einkäufer konzipiert wurde: Bei uns bauen die Einkäufer Stände auf, die Lieferanten besuchen die Konferenz. Shanghai als Wirtschaftszentrum Chinas stellt darüber hinaus den optimalen Austragungsort für die ISC dar.

Heißt das, dass die anwesenden Lieferanten keine eigenen Repräsentationsflächen nutzen?

Nein. Um die Kommunikation zwischen den Einkäufern und den Lieferanten zu erleichtern, stellen wir zusätzlich einen Konsumgüter- und einen Industriegüterbereich zur Verfügung, in denen die Hersteller ihre Produkte ausstellen können.

Qualität ist für Einkäufer ein wichtiger Aspekt? Wie schließen Sie aus, dass auf der ISC Produkte minderer Qualität angeboten werden?

Die Lieferanten, die einen Stand bei uns mieten wollen, werden nach strengen Regeln überprüft. Sie müssen hohe Standards bezüglich Exporterfahrung, Jahresumsatz, Zertifikate et cetera erfüllen. Der bereits angesprochene Pre-Matchmaking-Service hilft ebenso in diesem Zusammenhang: Er sorgt dafür, dass Einkäufer die für sie in Frage kommenden Lieferanten identifizieren und evaluieren können.

Was sind ihre Ziele für zukünftige Ausgaben der „ISC“?

Mehr Ausstellungsfläche und ein verbessertes Dienstleistungsangebot. Außerdem wollen wir, dass die „ISC“ neben der „East China Export Commodities Fair“ und der „Shanghai Industrial Exhibition“ zur dritten Shanghaier Marke für Veranstaltungen dieser Art wird.

Das Gespräch führte Stefan Brunner



„Die ISC soll zu einer Shanghaier Marke werden“, sagt Yao Zheng.

Messen in Asien: die kommenden Events

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 NETWORL + 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/Process Automation 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
21.06.- 24.06.2005	China (VR)/Kanton CHINAPLAS - International Exhibition on Plastics and Rubber Industries
22.06.- 25.06.2005	Korea (Republik)/Seoul Welding Korea - International Welding Show
22.06.- 24.06.2005	Japan/Tokyo DMS - Design Engineering & Manufacturing Expo and Conference
25.06.- 28.06.2005	China (VR)/Peking POWER EXPO - International Electric Power Supply Equipment & Power Network Technology Expo
28.06.- 30.06.2005	China (VR)/Peking FHC Beijing - International Exhibition for the Food, Drinks, Hospitality, Foodservice, Bakery and Supermarket Industries
28.06.- 30.06.2005	China (VR)/Shanghai CRC - China Retail Conference & Exposition
28.06.- 30.06.2005	China (VR)/Shanghai Gourmet China (Chinafood)
28.06.- 30.06.2005	China (VR)/Shanghai TME - Tests & Measurement Expo

29.06.- 02.07.2005	Korea (Republik)/Seoul KISS - International Safety and Security Exhibition
JULI 2005	China (VR)/Peking Wind Power Asia - Asian Wind Energy Exhibition & Conference
01.07.- 04.07.2005	Taiwan/Taipei INTERWOOD TAIPEI - International Woodworking Machinery & Supplies Show
05.07.- 08.07.2005	China (VR)/Hongkong/SVR Summer Sourcing Show for Gifts, Houseware & Toys
05.07.- 08.07.2005	China (VR)/Peking MODERN RAILWAYS - International Exhibition on Modern Railway Equipment and Technology
06.07.- 09.07.2005	China (VR)/Kanton CBD - Internationale Fachmesse für Bau, Innenausbau und Heimtextilien
06.07.- 09.07.2005	Japan/Tokyo ISOT - International Stationery & Office Products Fair Tokyo
07.07.- 10.07.2005	Japan/Tokyo TIBF - International Book Fair
12.07.- 15.07.2005	China (VR)/Hongkong/SVR Hong Kong Fashion Week
13.07.- 15.07.2005	Japan/Chiba/Tokyo InterOpto - International Opto-Electronics Exhibition
13.07.- 16.07.2005	China (VR)/Shanghai PSC - Pumps & Systems, Valves & Piping, Turbomachinery and Filtration, Water & Waste Water Treatment Systems China
13.07.- 15.07.2005	Japan/Tokyo EXPO COMM & WIRELESS Japan - International Telecommunications Equipment & Technology Exhibition
13.07.- 15.07.2005	Japan/Tokyo THERMOTEC - Industrieöfenausstellung
14.07.- 17.07.2005	China (VR)/Peking B I Jewel - Beijing International Jewellery Fair
14.07.- 17.07.2005	China (VR)/Shanghai Imaging Expo China / Interphoto Shanghai
15.07.- 18.07.2005	Taiwan/Taipei Taipei Telecom - International Telecommunications and Networking Show
18.07.- 21.07.2005	China (VR)/Kanton GZIMTE - Guangzhou International Machine Tools Exhibition
19.07.- 21.07.2005	Japan/Tokyo Tokyo Toy Show
20.07.- 25.07.2005	China (VR)/Hongkong/SVR Hongkong Book Fair
20.07.- 22.07.2005	Japan/Tokyo IFF - International Fashion Fair
26.07.- 28.07.2005	China (VR)/Shanghai Bevtek & Brewtek China - International Brewing & Beverage Production, Bottling and Packaging Technology and Supplies Exhibition
26.07.- 28.07.2005	China (VR)/Shanghai MetalPak China - International Canmaking and Canning Technology Exhibition and Supplies Exhibition
26.07.- 28.07.2005	China (VR)/Shanghai PharmaPak China - International Exhibition for Pharmaceutical and Cosmetic Technology

26.07.- 28.07.2005	China (VR)/Shanghai PlasPak China - International PET & Plastic Packaging Technology and Material Exhibition
26.07.- 28.07.2005	China (VR)/Shanghai ProPak China - International Processing, Packaging and Printing Exhibition
26.07.- 29.07.2005	China (VR)/Shanghai SIME - Shanghai International Machine Tool & Mold Technology and Equipment Exhibition
AUGUST 2005	China (VR)/Hongkong/SVR Filasia - Fashion Yarn Exhibition
AUGUST 2005	Korea (Republik)/Seoul COMDEX KOREA - International Computer-Fachmesse
AUGUST 2005	Korea (Republik)/Seoul SICHEM - Seoul International Chemical Industry Exhibition
11.08.- 15.08.2005	China (VR)/Hongkong/SVR Food Expo
11.08.- 14.08.2005	Taiwan/Taipei TATE - Aerospace Technology Exhibition
18.08.- 21.08.2005	China (VR)/Kanton Cliff - International Furniture Fair
18.08.- 21.08.2005	China (VR)/Kanton Hometextile China
23.08.- 25.08.2005	China (VR)/Shanghai Intertextile Shanghai Home Textiles
25.08.- 27.08.2005	China (VR)/Hongkong/SVR Print + Pack Expo - International Printing & Packaging Machinery & Materials Exhibition for Asia
27.08.- 30.08.2005	China (VR)/Shanghai Pet Fair Asia - International Trade Event For Pet and Aquatic Products & Services
30.08.- 02.09.2005	China (VR)/Shanghai CISMA - International Sewing Machinery Show
30.08.- 03.09.2005	China (VR)/Shenyang CIEME - Internationale Messe für Industrieausrüstung
30.08.- 02.09.2005	China (VR)/Shenzhen NEPCON South China
31.08.- 02.09.2005	Japan/Chiba/Tokyo JAIMA - Japan's Exposition of Analytical Instruments and Solutions
01.09.- 03.09.2005	Japan/Tokyo JJF - Japan Jewellery Fair
02.09.- 04.09.2005	Korea/Seoul KDX - Korea International Dental Exhibition & Conference
03.09.- 05.09.2005	Indien/Kalkutta ILGF - International Leather Goods Fair
06.09.- 09.09.2005	Japan/Tokyo TIGS - International Gifts Show

Die Datenbank des Ausstellungs- und Messeausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) enthält mehr als 5.000 Profile internationaler Messeveranstaltungen. Der AUMA unterstützt damit Aussteller und Fachbesucher aus Deutschland. Detailinformationen unter www.auma.de



Steigende Ausstellerzahlen zur dritten Auflage im Oktober 2005

Gute Vorzeichen für Practical World Asia

Die Practical World Asia, die vom **11. bis 13. Oktober 2005** zum dritten Mal parallel zur China International Hardware Show (CIHS) in **Shanghai** stattfindet, befindet sich weiter auf Wachstumskurs. Monate bevor die Messe ihre Tore öffnet, sind bereits 30 Prozent mehr Ausstellungsfläche als im Vorjahr vermietet worden, wie der Veranstalter, die Kölnmesse International, mitteilt. Mehr als 100 Aussteller aus etwa 20 Ländern würden in diesem Jahr erwartet werden. Bisher betrage der Anteil der Neuaussteller rund 65 Prozent.

Gezeigt werden laut Kölnmesse Produkte und Dienstleistungen rund um die Bereiche Haus, Garten und Freizeit in den Angebotsbereichen „World of Tools“, „World of Security“, „Locks and Fittings“, „World of Home Improvement/DIY“ und erstmals auch im neuen Segment „World of Gardening“. Dass dieser neue Bereich bereits auf positive Resonanz stößt, zeigen die aktuellen Anmeldezahlen. China

sei ein Wachstumsmarkt für Produkte aus dem Gartenbereich wie zum Beispiel Pflanzen, Lichter oder Wasser- und Teichsysteme.

Insgesamt erwartet die Kölnmesse auf den beiden Messen Practical World Asia und CIHS über 1.500 Unternehmen (2004: 1.300), die eine Brutto-Ausstellungsfläche von knapp 56.000 Quadratmetern (2004: 46.000 Quadratmeter) in fünf Messehallen im Shanghai New International Expo Center belegen sollen. Die Internationalität der Aussteller soll wieder bei weit mehr als 90 Prozent liegen.

Chinas Wirtschaft im Allgemeinen, so der Veranstalter, boome immer noch. Mit einer Wachstumsrate von 9,5 Prozent im Jahr 2004 sei die chinesische Wirtschaft sogar stärker gewachsen als um die vorhergesagten 8,5 Prozent. Weitere positive Vorzeichen lägen in dem weiterhin hohen Niveau der ausländischen Direktinvestitionen und den Exportzuwächsen. (lg)

Spiele, Geschenke und Haushaltswaren

Summer Sourcing Show in Hongkong

Hongkong hat sich in den vergangenen drei Jahrzehnten besondere Stärken in der Produktion und der Entwicklung von Spielwaren, Geschenkartikeln und Haushaltswaren angeeignet und stellt nun eine gute Bezugsquelle in diesem Bereich dar. Vor diesem Hintergrund sowie aufgrund der sich immer rascher ändernden Nachfrage nach neuen Produkten möchte der **Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)** mit seiner „Summer Sourcing Show for Gifts, Houseware & Toys“ zur Jahresmitte eine Lücke im Orderkalender der Einkäufer füllen. Die Messe findet vom **5. bis 8. Juli 2005** statt.

Nach Angaben des HKTDC bestätige der Erfolg der Premiere im vergangenen Jahr den Wunsch nach diesem zusätzlichen Termin im Sommer. „Dieser Event im Juli gibt uns die Möglichkeit, die neuesten Produktrends zu sehen und sie zum Weihnachtsgeschäft zu Hause anzubieten. Wir haben zwar nicht die traditionelle Saison für den Einkauf, aber im Sommer zu ordern gibt uns die Möglichkeit, den Stress zu Beginn des Jahres ein wenig zu verringern“, sagte die Fachbesucherin O’Leary aus Australien auf der „Summer Sourcing Show 2004“.

2004 führte die Erstveranstaltung laut HKTDC 1.316 Aussteller aus 19 Ländern und 33.288 Fachbesucher zusammen. Aus Deutschland seien etwa 200 Besucher anwesend gewesen. Auch in diesem Jahr erwarte man wieder mehr als 1.300 Aussteller. Zum jetzigen Zeitpunkt hätten sich Unternehmen aus 26 Ländern angemeldet. Zeitgleich zur „Summer Sourcing Show“ findet die „Hong Kong Licensing Show“ statt. Wie der HKTDC mitteilt, können auf diesem Forum Besucher mit Interesse am Lizenzgeschäft neueste Informationen sammeln und unter anderem an einer internationalen Konferenz zum Thema Lizenzen teilnehmen. (lg)

Förderung der Industrie im Nordosten Chinas wirkt sich positiv auf CIEME 2005 aus

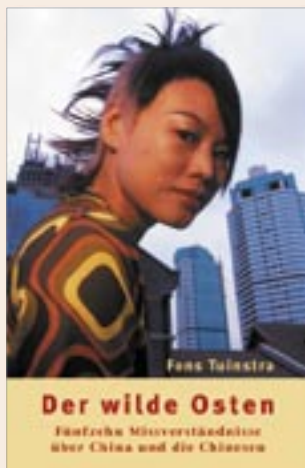
Beschaffung von Ausrüstungsgütern

Die diesjährige, vierte Ausgabe der CIEME (China International Equipment Manufacturing Exposition) wird im Vergleich zum Vorjahr mit mehr Ausstellungsfläche und Geschäftsmöglichkeiten aufwarten. Dies ist nach Angaben der Veranstalter der vom **30. August bis 3. September 2005** stattfindenden Messe für Ausrüstungsgüter für die verarbeitende Industrie auf die von der Regierung vorangetriebene Wiederbelebung der alten Industriezone im Nordosten Chinas zurückzuführen. Veranstalter sind das chinesische Wirtschaftsministerium, die chinesische Außenhandelsförderungsgesellschaft CCPIT und die Regierung der Provinz Liaoning.

An den fünf Ausstellungstagen im **Shenyang International Exhibition Center**

würden die Hersteller von Werkzeugmaschinen, Zubehör, Universalwerkzeugen, Spezialgeräten, Automatisierungstechnik und anderen Ausrüstungsgütern ihre neuesten Produkte präsentieren. Die CIEME sei damit eine One-stop-Sourcingplattform für Produktinnovationen der Branche. Im vergangenen Jahr hätte sie eine Ausstellungsfläche von 60.000 Quadratmetern eingenommen, auf denen 2.400 Stände aufgebaut gewesen seien. Die Veranstalter teilen weiter mit, dass ein Handelsvolumen von 12,9 Mrd RMB erreicht worden ist und Investitionen in Höhe von 4.460 Mio USD für insgesamt 215 Joint Venture-Projekte, darunter Auslandsinvestitionen im Wert von 3,58 Mrd USD, vereinbart worden sind. (lg)

Anregung für Ihr Asiengeschäft



China ist und bleibt anders

Warum scheitern so viele westliche Unternehmen im chinesischen Markt? Der vollmundigen Ankündigung einer Investition folgt oft ein überraschend schneller und stiller Rückzug aus dem Land der scheinbar unbegrenzten Möglichkeiten. Der Niederländer Fons Tuinstra, Herausgeber des Online-Wirtschaftsdienstes cbiz.cn und seit mehr als zehn Jahren Auslandskorrespondent in Schanghai, fahndet nach den Ursachen.

“Oft wird für das Scheitern das komplizierte China verantwortlich gemacht. Häufiger ist es jedoch das westliche Unvermögen, den sich ständig ändernden chinesischen Verhältnissen anzupassen.”

China ist anders – und zwar immer wieder und vor allem anders, als man im Westen denkt: Den von ihm hautnah erlebten “Zusammenprall der Kulturen” beschreibt Tuinstra jedoch nie lehrmeisterlich, sondern stets ironisch und geistreich - und mit einer schier unerschöpflichen Zahl von Beobachtungen im Alltag, im Geschäftsleben und auch in der Politik.

Ein Muss für gestresste China-Manager.

Fons Tuinstra: Der wilde Osten - Fünfzehn Missverständnisse über China und die Chinesen

268 Seiten, 19,80 Euro zzgl. Versandkosten



Messewissen kompakt

Der Boom in China hält ungebremsst 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.

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

Exhibition Market China 2004/2005

256 Seiten, deutsch/englisch, 26,75 Euro zzgl. Versandkosten

Bestellung: www.localglobal.de/shop

local global GmbH · Marienstraße 5 · 70178 Stuttgart · Telefon: +49 711 225588-0 · Fax: +49 711 225588-11 · www.localglobal.de



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