

sourcing asia

Hightech-Insel
High Tech Island

Taiwan



NEWS

Geschäftschancen in Macao
Business opportunities in Macau

LAW

AGB in China
GTCs in China

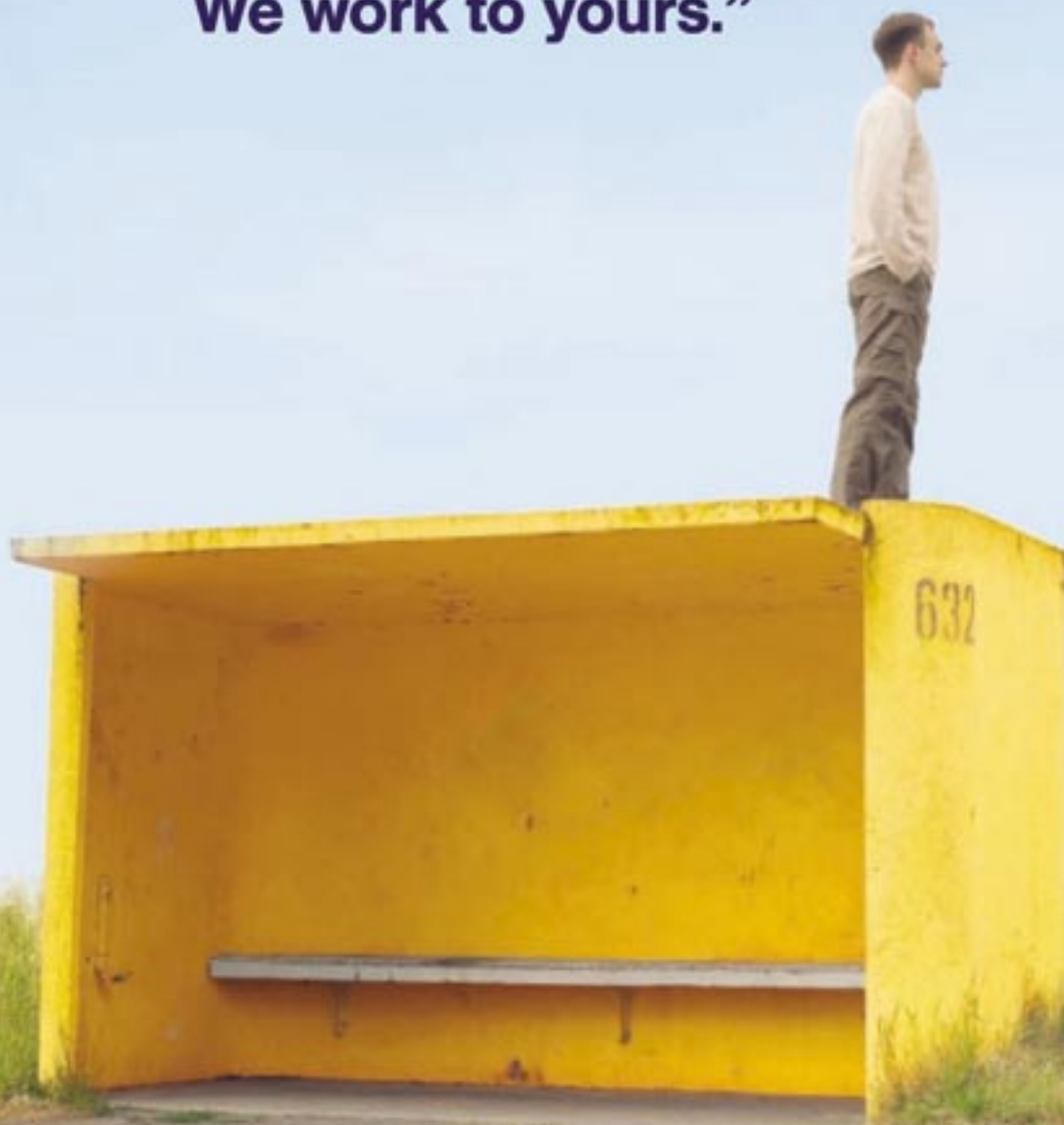
BEST PRACTICE

Risikomanagement in China
Risk management in China

BEST PRACTICE

Schutz geistigen Eigentums
Protection of intellectual property

**“Others go by a timetable.
We work to yours.”**



The Challenge:

Beaujolais Primeur for the
3rd Thursday in November to Japan

The Uplift:

Two Boeing 747, two MD 11, customised

Weltbühne CeBIT

World Stage CeBIT

Stefan Brunner

Redakteur Editor

Auch in diesem Jahr nutzen die asiatischen Hersteller von Informations- und Kommunikationstechnologie die CeBIT als Plattform, um ihre Produktneuerheiten vorzustellen. Vorne weg marschieren wieder die taiwanesischen Unternehmen. Die Insel im Pazifik vor der Küste Chinas wird mit etwa 750 Firmen zum wiederholten Male das ausstellerstärkste Gastland sein.

China, das laut der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) mit ausgeführten Waren im Gesamtwert von 180 Mrd USD im Jahr 2004 mittlerweile größte

IT-Exportnation ist, stellt seine Innovationen ebenso vom 9. bis 15. März 2006 in Hannover vor.

Die Deutsche Messe AG erwartet insgesamt mehr als 1.700 Aussteller aus der Region Asien/Pazifik – eine Zahl, die keine andere Messe dieser Art weltweit aufweist. „sourcing_asia“ beleuchtet in dieser Ausgabe die chinesische und taiwanesischen Hightech-Branche und zeigt Möglichkeiten zum Know-how-Transfer und Networking auf der CeBIT auf.

Unseren Lesern wünschen wir viel Spaß beim Eintauchen in die digitale Welt.

Asian information and communication technology manufacturers usually use CeBIT as platform for introducing their new products – this year is no exception to this rule. Up front are again the companies based in Taiwan. The Pacific island, situated off the east coast of China, will be represented by circa 750 firms and will again be the country with the most exhibitors.

China, having become the largest IT export nation with a total export volume of 180 billion USD in 2004 according to the OECD (Organisation for Economic Co-operation and Devel-

opment), will present its innovations from March 9 – 15, 2006 in Hanover as well.

The Deutsche Messe AG expects a total of 1,700 exhibitors from the Asia/Pacific region alone – a number no other trade fair in the world can pride itself of. With this edition, „sourcing_asia“ highlights the Taiwanese high-tech industry and shows opportunities for know-how transfer and networking at the CeBIT.

We hope that our readers will enjoy diving into the digital world.

IMPRESSUM IMPRINT

Herausgeber Publisher

local global GmbH

Marienstraße 5

D-70178 Stuttgart

Phone: +49 711/225588-0

Fax: +49 711/225588-11

redaktion@localglobal.de

Editorial Staff: Stefan Brunner, Inka Ziegenhagen

Layout: Christoph Schulz-Hamparian

DTP: Olga Lukomska

Print: J.F. Steinkopf Druck GmbH, Stuttgart

Cover Photos: istockphoto, R.O.C. Ministry of Transportation & Communications Tourism Bureau (Collage)

Kooperationspartner
In cooperation with





HIGHTECH-INSEL TAIWAN *HIGH TECH ISLAND TAIWAN*

06 Taiwan hat viele Produktionskapazitäten nach China verlagert, Forschung und Entwicklung werden aber im Land gehalten.
Taiwan has relocated much manufacturing capacity to China, while research and development are being kept in the country.

ASIA@CeBIT

- 06 Taiwan: Gastland mit den meisten Ausstellern [Taiwan: Guest Country with the Most Exhibitors](#)
- 08 Die taiwanesishe ICT-Industrie: Interview mit Konrad Chen
[The Taiwanese ICT Industry: Interview with Konrad Chen](#)
- 10 ITK-Industrie: „China kann nicht ignoriert werden“ [ICT-Industry: "China Cannot Be Ignored"](#)
- 11 Messeforen: Informationen zu Märkten und Kooperation
[Exhibition Forums: Information about Markets and Cooperation](#)

NEWS

- 12 Macao: Chancen für europäische Unternehmen
[Macao: Opportunities for European Companies](#)
- 13 Studie zum Automobilmarkt China
[Study of the Chinese Automotive Market](#)
- 15 In China mangelt es an Fachkräften
[China Lacking Skilled Labour](#)

LAW

- 17 Die deutschen AGB müssen in China angepasst werden
[German GTCs Should Be Adjusted in China](#)

BEST PRACTICE

- 19 Wie die Risiken von Investitionen in China minimiert werden können
[How the Risks of Investments in China Can Be Minimised](#)
- 29 Wie geistiges Eigentum in China geschützt werden kann
[How Intellectual Property in China Can Be Protected](#)



AGB IN CHINA GTCs IN CHINA

19 Es bestehen noch rechtliche Grauzonen.
Grey areas continue to exist in Chinese law.



UNBEKANNTE GEWÄSSER UNCHARTERED WATERS

19 Risiken im Chinesengeschäft können identifiziert, eingegrenzt und beurteilt werden.
Risks in the China business can be identified, narrowed down and evaluated.

SERVICE

- | | |
|---|---|
| 32 ARAIA:
Einkaufskompass Taiwan
Procurement Compass Taiwan | 41 GPS:
Global Sourcing: Strategie
umsetzen Implementing a Global
Sourcing Strategy |
| 34 Coface:
Standort Taiwan
Location Taiwan | 43 Incoterms |
| 36 costdata:
Produktkosten im Vergleich
Product Costs in Comparison | 43 Preise und Indizes
Prices and Indices |
| 37 BME:
Termine und Seminare | 45 Veranstaltungen zur Außenwirtschaft
Foreign Trade Events |
| 38 Global Sources:
Produkte im Fokus: CCTV-Systeme
aus Taiwan Product Focus:
CCTV Systems from Taiwan | 48 International Apparel Sourcing Fair |
| | 49 Taipei International Cycle Show:
"Think Bicycle, Think Taiwan!" |
| | 49 Hong Kong International Auto
Parts Fair |
| | 50 Termine |



BUSINESS, SCIENCE, NETWORKS

- | | |
|--|--|
| 25 EDITORIAL
„Asien-Pazifik verändert die Welt“
"Asia-Pacific: Changing the world" | 26 Berliner Sendetechnik für Südkorea
Broadcasting Technology from
Berlin for South Korea |
| | 28 Förderprogramme für Asien
EU Aid Programmes in Asia |

In Kooperation mit dem Asien-Pazifik-Forum Berlin (APFB)
[In cooperation with the Asia-Pacific-Forum Berlin \(APFB\)](#)



Vogelperspektive Taipeis mit dem Financial Center (Taipei 101), dem höchsten Wolkenkratzer der Welt. *Bird's-eye view of Taipei with the Financial Center (Taipei 101), the world's tallest skyscraper.*

CeBIT 2006

Taiwan: Gastland mit den meisten Ausstellern Taiwan: Guest Country with the Most Exhibitors

local global

Taiwan wird auf der diesjährigen CeBIT vom 9. bis 15. März 2006 zum wiederholten Male das ausstellerstärkste Gastland sein. Das Taiwan Trade Center, Düsseldorf, rechnet mit etwa 750 taiwanesischen Herstellern aus der ICT-Industrie (ICT=Information and Communications Technology).

Elektronische Geräte und Teile sind mit einem Anteil in Höhe von 32,2 Prozent an den Gesamtexporten die wichtigsten Ausfuhr Güter Taiwans. Hier liegt die Stärke des Landes, das nach Angaben des Global Competitiveness Reports 2005/2006 des World Economic

Forums bei der Wettbewerbsfähigkeit an fünfter Stelle liegt. Auf dem Weg dorthin hat die Insel weite Teile ihrer Produktionskapazitäten ins günstigere China verlagert. Heute ist dort der gesamte Hightech-Sektor Taiwans vertreten. Im Gegensatz dazu werden die wichtigen Gebiete der Forschung und Entwicklung (F&E), der Wissenschaften und der Hochtechnologie weiterhin im Land gehalten.

Im „TAITRA Pavilion“, auf den vom Taiwan External Trade Development Council organisierten Gemeinschaftsständen, werden dieses Jahr insgesamt 56 Firmen ausstellen. ►

At this year's CeBIT from March 9 - 15, 2006, Taiwan will once again be the guest country with the most exhibitors. The Taiwan Trade Center, Düsseldorf, estimates that circa 750 Taiwanese manufacturers from the ICT (Information and Communications Technology) industry will be present.

Electronic equipment and components are the most important export goods in Taiwan, representing 32.2 percent of the total exports. This is the strong point of the country, which takes fifth place in competitiveness according to the Global Competitiveness

Reports 2005/2006 of the World Economic Forum. Along this path, the island has relocated a major share of its manufacturing capacities to China as the cheaper country. Today, Taiwan's entire high-tech sector is present there. In contrast, the important areas in research and development (R&D), sciences and high technology are being kept in the country.

In the TAITRA Pavilion, joint booths organised by the Taiwan External Trade Development Council, 56 companies will present their exhibits this year. According to the Taiwan Trade Center, the division is as follows: 47 companies ►

ICT Industrial Forum

Haushaltsanwendungen und Autoelektronik im Fokus Focus on Household Applications and Automotive Electronics

local global

Spitzenvertreter der taiwanesischen und internationalen ICT-Branche (ICT=Information and Communications Technology), wie zum Beispiel Intel, BenQ oder Siemens VDO, nehmen am 10. März 2006 am ICT Industrial Forum auf der CeBIT teil. Der Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) erwartet im Convention Center, Saal 15/16, etwa 150 Fachbesucher, die sich über elektronische Haushaltsanwendungen und Automobilelektronik informieren.

Im Forum „Digital Home“ diskutieren die Experten über bestehende und zukünftige Lösungen sowie über die Schlüsselfaktoren für die erfolgreiche Einführung von Anwendungen in Haushalten. Welche Hauptvorteile die taiwanesischen ICT-Hersteller gegenüber der globalen Konkurrenz aufwei-

sen und wie europäische und globale Partner im Bereich „Digital Home“ von einer Ankurbelung der taiwanesischen Produzenten profitieren können ist ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung. Das Forum „Automotive Electronics“ beschäftigt sich mit den Lösungen aus der taiwanesischen Automobilelektronikbranche für europäische Anwender. Automobilunternehmen geben hier Auskunft über Telematik-Trends und diskutieren wie diese in die Lieferkette integriert werden können. Angaben des Veranstalters zufolge zählt dieser Industriezweig zu den zukünftig bedeutendsten der taiwanesischen ICT-Industrie. ☺

Top representatives of the Taiwanese and international ICT (Information and Communications Technology) industry, like Intel, BenQ, or Siemens VDO, participate in the ICT Industrial Forum on March 10, 2006, at the CeBIT. The Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) expects around 150 professional visitors in the Convention Center, Room 15/16, who will be able to get information on “Digital Home” and “Automotive Electronics” topics.

In the “Digital Home” forum, the experts will discuss existing and future solutions as well as the key factors for the successful introduction of such applications in households. Another focal point of the event will be the main advantages of the ICT manufacturers from Taiwan in comparison with their global competition, and how European and global

partners may benefit from market stimulation by the Taiwanese manufacturers in the “Digital Home” sector. The “Automotive Electronics” forum is going to involve itself with solutions developed by the Taiwanese automotive electronics industry for European users. The automotive industry will be informed about trends in telematics and discuss how these can be integrated in the supply chain. According to the organiser, this industry branch will be among the most significant of the Taiwanese ICT industry in the future. ☺

Kontakt Contact

Taiwan Trade Center, Düsseldorf
Juliane Hagen
Phone: +49 (0)211/781810
Fax: +49 (0)211/781839
dsdf1@taitra.org.tw

Elektronische Geräte und Teile sind die wichtigsten Ausfuhr Güter Taiwans.

Electronic equipment and components are the most important export goods in Taiwan.

Die Aufteilung ist laut Taiwan Trade Center wie folgt: 47 Firmen präsentieren sich in Halle 24 an den Ständen C24, D24, E23, E24 und E32. Sie stellen Computer und Zubehör, Verbraucherelektronik sowie elektronische Teile und Komponenten aus. Im Einzelnen sind dies: Tastaturen, Lautsprecher, Adapter, Netzteile, Digitalkameras und Videorekorder, Computergehäuse und -taschen, Audio- und Videoextender, Speicherkarten, Kartenlesegeräte, Bluetooth MP3, MP3/MP4-Player, KVM Drawer, Kühler, iPods mit Zubehör, Multimedia-Computerlernsysteme, LCD-Monitore und LED-Tastaturen.

Fünf Unternehmen sind in Halle 16 am Stand C10. Sie bieten Kommunikationsprodukte wie VoIP, XDSL, WIMAX, WLAN, Schalter, Konverter, kabellose Digitalsysteme oder Bluetooth an. In Halle 11 am Stand A46 präsentieren vier Firmen ihre Produkte aus dem Bereich Telematik und Navigation. Das sind Autonavigationssysteme, Ortungssysteme, Parksensoren, Fahrzeugalarmanlagen, Digitalfernsehgeräte und kabellose GPS-Empfänger. ☺

present themselves in hall 24 at the booths C24, D24, E23, E24, and E32. They show computers and peripherals, consumer electronics as well as electronic parts and components. This includes the following items: keyboards, speakers, adapter, power packs, digital cameras and VCRs, computer cases and bags, audio and video extenders, memory cards, card readers, bluetooth MP3/MP4 players, KVM drawers, coolers, iPods with accessories, multimedia computer learning systems, LCD monitors, and LED keyboards.

Five companies are located in hall 16 at booth C10. They offer communica-

tion products like VoIP, XDSL, WIMAX, WLAN, switches, converters, wireless digital systems or bluetooth. In hall 11 at booth A46, four companies present telematics and navigation products. These include car navigation systems, locating systems, parking sensors, car alarm systems, digital TVs, and wireless GPS receivers. ☺

„Abstriche werden nur bei den Kosten gemacht“

“Cutbacks Will Only Be Tolerated When It Comes To Costs”

Interview : Stefan Brunner



About the Person

Konrad Chen, Director,
Taiwan Trade Center, Düsseldorf

Qualität zu attraktiven Preisen – So lautet das Erfolgsrezept der taiwanesischen ICT-Industrie. „Um die Wettbewerbsfähigkeit auch in Zukunft zu erhalten, soll die Insel zu einem Zentrum für Produktneuheiten werden“, sagt Konrad Chen, Geschäftsführer des Taiwan Trade Centers, Düsseldorf, im Interview mit „sourcing_asia“.

Herr Chen, im ICT Industrial Forum auf der diesjährigen CeBIT stehen die Bereiche „Digital Home“ und „Automotive Electronics“ im Mittelpunkt. Warum?

Es wird allgemein erwartet, dass die Digital-Home-Branche vielversprechende Aussichten für Taiwans IT-Industrie bereithält. Wir glauben, dass Taiwan aufgrund seiner soliden Grundlagen in den Bereichen PCs, Halbleiter und FPD echte Chancen hat, einer der ganz großen globalen Lieferanten für die neuen Produkte zu werden. Wichtig ist uns vor allem der Aspekt der Verschmelzung von Verbraucherelektronik, Computertechnologie, Kommunikation und Home Entertainment. Weitere bedeutende Themen sind Mobilfunk- und Wireless-Technologien, Internetanwendungen und audiovisuelle Produkte. Was die Automobilelektronik betrifft, so haben es Taiwans Hersteller aufgrund ihrer gut entwickelten Technologien geschafft, in den globalen Markt vorzudringen, vor allem in den Bereichen Telematik, Navigation, Automobilkommunikationssysteme und Mitfahrer-Entertainment.

Worin liegt die Stärke der taiwanesischen ICT-Industrie?

Da der Wettbewerb und die Konkurrenz immer härter werden, haben vie-

le taiwanesischen Unternehmen ihre Produktionsstätten auf das chinesische Festland verlagert. Dies bringt einerseits erhebliche Vorteile was die Senkung von Material-, Produktions- und Personalkosten betrifft – Faktoren, die es ermöglichen, die Produkte zu attraktiven Preisen auf den Markt zu bringen. Andererseits konnte so ein direkter Eintritt in den Markt auf dem chinesischen Festland erfolgen, wo derzeit aufgrund des nach wie vor starken Wirtschaftswachstums ein genereller Aufschwung zu verspüren ist. Dabei wird trotzdem auf die gewohnt hohe Qualität geachtet, denn Abstriche sollen nur bei den Kosten gemacht werden. Für den Endkonsumenten in Europa bedeutet dies im Klartext: Er bekommt Hightech aus Taiwan zu besonders wettbewerbsfähigen Preisen. Um die Wettbewerbsfähigkeit auch in Zukunft erhalten zu können, soll sich Taiwans ICT-Industrie mit Unterstützung der Regierung immer mehr von der reinen Vertragsproduktion zu einem Zentrum für Produktneuheiten entwickeln.

Welche Produkte sind für europäische Einkäufer besonders interessant?

Im Bereich der Komponenten sind an erster Stelle die Chips zu nennen, die in Digitalkameras, DVD-Geräte und digitale Fernsehgeräte eingebaut werden. Außerdem verzeichnen die taiwanesischen LCD-Hersteller immer mehr Exporte. Treiberchips und DDR-DRAM-Chips, die in Verbindung mit Grafikkarten Verwendung finden, sind ebenfalls gefragt. Bei Verbraucherelektronik sind es vor allem die so genannten intelligenten Handheld-Geräte, des Weiteren Produkte wie Thin Clients, netTV oder

Quality and low prices at the same time – That is the Taiwanese ICT industry's formula for success. “In order to remain competitive in the future, the island is to become a centre for product innovations,” says Konrad Chen, Director of the Taiwan Trade Center in Düsseldorf, in an interview with “sourcing_asia”.

Mr. Chen, the “Digital Home” and “Automotive Electronics” areas will take centre stage at the ICT Industrial Forum at this year's CeBIT. Why is that so?

The public opinion is that the Digital Home industry will be a very promising field for Taiwan's IT industry. We think that Taiwan, due to its solid base in the PC, semiconductor and FPD areas, has a true chance to become one of the big global suppliers for the new products. For us, the aspect of combining consumer electronics, computer technology, communication, and home entertainment is very important. Other significant topics will be mobile communication and wireless technologies, internet applications and audiovisual products. As far as the automotive electronics is concerned, Taiwan's manufacturers have managed, thanks to their well-developed technologies, to enter the global market, mainly in the areas of telematics, navigation, car communication systems and passenger entertainment.

What is the strong point of the Taiwanese ICT industry?

With the competition becoming increasingly tough, many Taiwanese enterprises have relocated their manufacturing sites to the Chinese mainland.

On the one hand, this gives them the competitive edge in cutting material, production and labour costs – factors which enable them to market the products at attractive prices. On the other hand, this made it possible to directly enter the Chinese market where a general upswing prevails due to an economic growth that is still strong. High quality is nevertheless our top priority; cutbacks will only be tolerated when it comes to costs. And here is what this means for the end user in Europe: He gets high tech products from Taiwan at very economical rates. In order to maintain our competitiveness in the future, the goal of Taiwan's ICT industry is to gradually shift from contractual manufacturing to becoming a centre for product innovations, a move which is supported by the government.

What products are especially rewarding for European buyers?

Top of the list of components are computer chips used for digital cameras, DVD players and digital TVs. Moreover, the export figures of Taiwanese LCD manufacturers are going up. Driver chips and DDR DRAM chips, utilised in connection with graphics cards, are also in demand. In the consumer electronics field, it is mainly the so-called intelligent handhelds, to a lesser extent products like thin clients, netTV or video phones. In the computer sector there are motherboards, desktops, notebooks and servers that have contributed to substantial export increases. The producers of notebooks alone were able to sell 26 per cent more in 2004 and exported goods worth 27.7 billion USD. For 2006, this figure is

Malaysia

Korea

Vietnam

China

Japan

Thailand

Indonesien

Kom|mu| ni|ka|ti|on Fern|ost

Dr. Boesken & Partner
Ostasien Service GmbH

Büro Hamburg
Beimoorstr. 29
22081 Hamburg

Büro Stuttgart
Bopserstr. 8
70180 Stuttgart

Fon 040/20 94 84-0
Fax 040/20 94 84-74

Fon 0711/248 398 30
Fax 0711/248 398 55

post@ostasienservice.de

遠東服務

專業翻譯

Fachübersetzungen,
Technik, Wissenschaft,
Wirtschaft, Recht,
Urkundenübersetzung
und Beglaubigung

技術資料

Technische Dokumenta-
tion, Multilingualer Satz,
Layout für Print- und
Webmedien, CJK-Daten-
banken, Translation
Memory Tools

口譯

Fachdolmetschen,
Begleitung und Modera-
tion von Verhandlungen,
Geschäftsmissionen und
Delegationen

諮詢和培訓

Beratung und Schulung,
Asienseminare, Coaching,
Image und Werbung,
Interkulturelles Manage-
ment



www.ostasienservice.de

...näher dran am Fernen Osten!

Bildschirmtelefone. Im Computer-Bereich haben vor allem Motherboards, Desktop-Computer, Notebooks und Server zu erheblichen Exportsteigerungen beigetragen. Allein die Notebook-Hersteller konnten im Jahr 2004 Zuwächse von 26 Prozent aufweisen und exportierten Waren im Wert von 27,7 Mrd USD. Für das Jahr 2006 wird für diese Produktparte eine Exportsteigerung von 17,9 Prozent erwartet. Auch der taiwanische Software-Markt wuchs 2004 enorm – um 4,9 Mrd USD. Im Bereich der Kommunikationselektronik sind es vor allem die Bluetooth- und die IP-Telefone, die zunehmend das Interesse der internationalen Konsumenten erregen. Außerdem eine Unmenge von Produkten aus den Bereichen WLAN, VoIP und (x)DSL. Ein wichtiger Schwerpunkt liegt in Zukunft auf Breitband-Netzwerkprodukten.

Wie nehmen potenzielle Partner und internationale Einkäufer am besten

Kontakt mit den taiwanesischen Firmen auf?

Ganz klar, über den Taiwan External Trade Development Council (TAITRA). Wir sind Taiwans größte Handelsförderungsorganisation und arbeiten auf halbstaatlicher, nicht gewinnorientierter Ebene. Das bedeutet, dass der allergrößte Teil unseres Dienstleistungsangebots für die Unternehmen kostenlos ist. Unsere Arbeit umfasst alles, was den Handel fördert: Lieferantenvermittlung, Messearbeit in Taiwan und im Ausland, Hilfe bei der Organisation von Geschäftsreisen, Investitionsberatung und so weiter. Interessierte Firmen wenden sich am besten an das nächstgelegene Taiwan Trade Center. Dies sind die Überseebüros des TAITRA. Wir können neben der Anfragenbearbeitung auch entsprechende Internetportale empfehlen, die zur individuellen Produkt- und Lieferantensuche geeignet sind. ☺

expected to be 17.9 per cent higher for this product category. In addition, the Taiwanese software market grew enormously in 2004 – at 4.9 billion USD. In the communication electronics area, it is mainly bluetooth and IP phones which increasingly draw the attention of international consumers. Also, there are vast numbers of other products in the WLAN, VoIP and (x)DSL area. Another important group in the future will be broadband network products.

What is the best way for potential partners and international buyers to get in touch with Taiwanese companies?

TAITRA would doubtless be the first option. We, as a parastatal non-profit body, are Taiwan's biggest trade promotion organisation. This means that for the most part our service offerings are free of charge for companies. Our work encompasses everything that promotes trade: Mediation between buyer and supplier, exhibition work in Taiwan and abroad, support with the

organisation of business travel, investment consulting and so on. Interested parties may simply contact the nearest Taiwan Trade Center. These act as overseas offices of TAITRA. Along with processing inquiries addressed to us, we can recommend internet portals for individual product and supplier searches. ☺

Zusatz Addition

Mehr zum Standort Taiwan können Sie ab Seite 32 lesen.
More about Taiwan you can read from page 32 on.

„China kann nicht ignoriert werden“ „China Can't Be Left out“

Interview: Stefan Brunner

Der chinesische Markt für Informations- und Kommunikationstechnologie legt kräftig zu. Davon können auch deutsche Unternehmen profitieren. „Wachstumsstark sind im Reich der Mitte IT-Services, Software und Hardware. Die Bedeutung Chinas als Offshoring-Standort ist jedoch eher gering“, sagt Fabian Bahr, Leiter Internationale Angelegenheiten beim BITKOM, im Interview mit „sourcing_asia“.

Herr Bahr, welche Perspektiven bietet die deutsch-chinesische Zusammenarbeit in der Informations- und Kommunikationstechnologie?

Allein schon aufgrund seiner Einwohnerzahl, seiner Marktgröße und seiner dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung kann China nicht ignoriert werden. Mit steigender Kaufkraft der Bevölkerung und der Konvergenz zu westlichen Konsumtrends wird die Volksrepublik in einem sich weiter verbessernden ordnungs-, wirtschafts- und rechtspolitischen Rahmen für zahlreiche deutsche Unternehmen attraktiver. China wird zudem durch die relative Öffnung einiger Bereiche der ITK-Branche (ITK=Informations- und Kommunikationstechnologie) für ausländische Unternehmen interessant. Davon zeugen nicht zuletzt das Interesse, das zahlreiche chinesische Delegationen jedes Jahr der im BITKOM organisierten deutschen ITK-Wirtschaft entgegenbringen, sowie die starke Präsenz chinesischer Firmen auf der CeBIT.

Wie entwickelt sich der ITK-Markt im Reich der Mitte?

2006 wird für den Telekommunikationsmarkt ein Volumen von etwa 90 Mrd USD erwartet, für die Informationstechnologie wird bis 2007 mit einem Marktvolumen von 65,8 Mrd EUR gerechnet. Dies erscheint im Vergleich zum deutschen Markt, der nach Prognosen 2006 insgesamt 137 Mrd EUR ausmachen soll, nicht überwältigend. Unterstrichen wird das Potenzial Chinas jedoch durch die vergleichsweise hohen Wachstumsraten. Der Telekommunikationsmarkt wächst durchschnittlich um 16 Prozent pro Jahr, der IT-Markt um 19 Prozent. In Deutschland liegt die Wachstumsprognose für beide Märkte zusammen bei 2,4 Prozent für das Jahr 2006. Wachstumsstark sind in China insbesondere IT-Services, Software und Hardware. Im Bereich Telekommunikation ist der Mobilfunkmarkt mit vorhergesagten 360 Millionen Kunden im Jahr 2006 das bedeutendste Segment.

Welche Bedeutung hat China als Offshoring-Standort?

Die Bedeutung Chinas als Offshoring-Standort ist derzeit eher gering – vor allem im Vergleich mit seiner Stellung im industriellen Sektor. Allerdings wird das Thema insbesondere für die Unternehmen wichtiger, die bereits auf dem chinesischen Markt tätig sind und somit keine kulturellen Berührungsängste haben. Die Auslagerung geht dabei über reine Software-Entwicklung hinaus. China ist zum Standort für große Infrastrukturanbieter geworden, die ihre Kunden, darunter auch deutsche, von dort aus bedienen. ☉



„Der chinesische Telekommunikationsmarkt wächst durchschnittlich um 16 Prozent pro Jahr, der IT-Markt um 19 Prozent“, sagt Fabian Bahr. „The Chinese telecommunications market is growing each year by 16 per cent on average, the IT market by 19 per cent“, says Fabian Bahr.

The Chinese information and communication technology market is growing substantially. German companies are able to benefit from this. „IT services, software and hardware are growing strongly in the Middle Empire. The significance of China as an offshore location, though, is rather small“, says Fabian Bahr, Head of International Affairs at BITKOM, in an interview with „sourcing_asia“.

Mr. Bahr, what opportunities will the German-Chinese cooperation in information and communication technology provide?

Due to its population, market size and dynamic economic development alone, China can't be left out. With the spending power of the people rising and the approach heading towards western consumption trends, the People's Republic is becoming more and more attractive for German companies in an improving regulatory, economic and legal environment. Moreover, the opening of some areas of the ICT (information and telecommunication) industry to a certain degree makes China a target for foreign enterprises. The interest of numerous Chinese delegations every year in the German ICT industry (organised in BITKOM) and the strong presence of Chinese companies at the CeBIT give evidence of the convergence in this field.

How will the ICT market in China develop?

The telecommunication market in 2006 is expected to be approximately 90 billion USD in size, the information

technology market volume is estimated to grow to 65.8 billion EUR by 2007. These numbers appear to be nothing extraordinary, compared with the German market, which is forecast to reach 137 billion EUR in 2006. But the comparatively high growth rates emphasize the potential of the Chinese market. The telecommunications market is growing each year by 16 per cent on average, the IT market by 19 per cent. The growth forecasts for Germany for both markets combined are at 2.4 per cent for 2006. The driving forces in China are especially IT services, software and hardware. In the telecommunication sector the mobile phone market is the most significant segment with the number of customers predicted to reach 360 million.

What significance does China have as an offshoring location?

The significance of China as a location for offshoring activities is currently rather minor – especially, if compared with its role in the industrial sector. The topic tends to become more important for those companies, that are already operating in China and do not have any cultural reservations. Outsourcing, in these instances, is more than just software development. China has become a location for large infrastructure providers who serve their customers, also in Germany, from there. ☉

Deutsch-Chinesisches Forum **German Chinese Forum**Zukunftsmärkte Deutschland und China
Germany and China – Markets of the Future

local global

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) veranstaltet am **14. März 2006** im Convention Center auf der CeBIT ein Deutsch-Chinesisches Forum mit IT-Experten aus Ministerien, Verbänden und der Wirtschaft. Das Forum bietet den Teilnehmern laut BITKOM Informationen zum Eintritt in den deutschen beziehungsweise chinesischen Markt. Programmschwerpunkte seien Trends und Pers-

pektiven des deutschen und chinesischen Marktes für Informations- und Kommunikationstechnologie. Darüber hinaus würden Marktbesonderheiten, Erfolgsfaktoren sowie Best Practices diskutiert werden. ☉

On **March 14, 2006**, the **German Association for Information Technology, Telecommunications and New Media e.V.** (**Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und**

neue Medien e.V. (BITKOM) will organise a **German Chinese Forum** with **IT experts from governmental institutions, associations and the economy at the CeBIT Convention Center**. According to BITKOM, the forum offers the participants information about entering the German and the Chinese markets respectively. The focus of the programme would be on trends in and prospects for the German and Chinese information and communica-

Kontakt *Contact*

BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., Berlin

Fabian Bahr

Phone: +49 (0)30/27576-102

Fax: +49 (0)30/27576-400

f.bahr@bitkom.org

tion technology markets. Additionally, special market characteristics, success factors as well as best practices will be in the centre of discussion. ☉

China-EU Innovation & Technology Exchange Forum

Kooperationen mit Firmen aus Shenzhen
Cooperation with Enterprises from Shenzhen

local global

Das Shenzhen Bureau of Science, Technology and Information (SZSTI) tritt als Veranstalter des „China-EU Innovation & Technology Exchange Forum“ auf, das am **13. März 2006** zwischen 14:00 Uhr und 17:00 Uhr im Convention Center auf der CeBIT stattfindet. Hier kommen Aussteller aus Shenzhen zusammen, um Möglichkeiten für Partnerschaften auszuloten, mit Hilfe derer Unternehmen aus der Europäischen Union und aus China im jeweils anderen Markt erfolgreich sein können. Nach Angaben des SZSTI werden führende ICT-Unternehmen (ICT=Information and Communication Technology) aus Shenzhen ihre Strategien für ein erfolgreiches Auftreten auf ausländischen Märkten darlegen. Die Unternehmen präsentieren ihre neuesten Innovationen und Technologien, für die gute Chancen auf eine Partnerschaftsvereinbarung bestehen. Die Informationsbranche Chinas steht nach Erlösen mittlerweile an zweiter Stelle weltweit. Shenzhen hat das strategische Ziel, eine Hightech-Industrie und eine innovative Stadt aufzubauen.

Darüber hinaus ist Shenzhen nach Angaben des SZSTI ein wichtiges Finanz- und Logistikzentrum.

Nach Angaben der Zollbehörden in Shenzhen erreichten die Hightech-Exporte aus Shenzhen während der ersten beiden Monate 2005 den Wert von 4,44 Mrd USD, womit der entsprechende Vorjahreszeitraum um 20,4 Prozent übertroffen wurde. Diese Zahl lag um 4,2 Prozentpunkte höher als das gesamte Exportwachstum in Shenzhen und entsprach 45,2 Prozent der Gesamtexporte aus Shenzhen. Dies entspricht außerdem 17 Prozent der gesamten chinesischen Exporte von Hightech-Produkten. Unter diesen Produkten verzeichnete die Computer- und Kommunikationstechnologie ein Exportvolumen von 4,07 Mrd USD – Das stellt eine Steigerung von 21,8 Prozent dar. Die Exporte elektronischer Produkte erreichten 210 Mio USD, photoelektrische Produkte kamen auf 119 Mio USD, die computerintegrierte Fertigung auf 18,99 Mio USD und die Materialtechnologie auf 14,87 Mio USD. ☉

The **Shenzhen Bureau of Science, Technology and Information (SZSTI)** organizes the „China-EU Innovation & Technology Exchange Seminar“ on **March 13, 2006**, between 2 pm and 5 pm in the Convention Center of the CeBIT. It will bring together exhibitors from Shenzhen to explore partnership opportunities empowering EU and Chinese companies to succeed in each others' markets. According to SZSTI, leading Chinese ICT companies from Shenzhen will share their successful experience in overseas markets. Companies will be presenting their latest innovation and technology for partnership opportunities at the forum. China's revenue from the information industries has become the second largest in the world. Shenzhen has taken the strategic goal of developing hi-tech industry and constructing an innovative city. It is also known as an important financial and logistics centre, informs the SZSTI.

According to the Shenzhen Custom, high-tech product exports from Shenzhen reached USD 4.44 billion during

Kontakt *Contact*

Shenzhen Bureau of Science, Technology and Information Balland Messe-Vertrieb GmbH, Köln

Michaela Bräuer

Phone: +49 (0)221/948645-13

Fax: +49 (0)221/948645-9

m.braeuer@balland-messe.de

the first two months of 2005 increasing by 20.4 per cent year on year. The figure was 4.2 per cent points higher than the overall export growth in Shenzhen and accounted for 45.2 per cent of Shenzhen's total exports. It also made up 17 per cent of total high-tech product exports in China. Among the products, computer technologies and communications technologies registered an export volume of USD 4.07 billion which constitutes an increase of 21.8 per cent. Electronic product exports reached USD 210 million, photoelectric products USD 110 million, computer integrated manufacturing exports USD 18.99 million, and material technology exports USD 14.87 million. ☉



Casino in Macao.

Macao bietet Chancen für europäische Unternehmen

Macau Provides Opportunities for European Companies

presstext

China will in der ehemaligen portugiesischen Kolonie Macao 13 Mrd USD in den liberalisierten Glücksspielsektor investieren und das Las Vegas Asiens errichten. Das bietet nach Ansicht des Branchenexperten Johannes Wesemann große Chancen für europäische Unternehmen. Denn vor allem in den Branchen Infrastruktur, Konsumgüter, Verkehr, Freizeit und medizinische Versorgung wird in Zukunft investiert.

„Macao weist starke Lücken in der Infrastruktur auf, die es in den nächsten Jahren zu schließen beabsichtigt. Dazu kommt die verstärkte Nachfrage nach Konsumgütern und Markenartikeln im Zusammenhang mit dem steigenden Wohlstand“, so der China- und Macao-Experte Johannes Wesemann von We-

semann Weissel & Partner, Wien. Dies sei alles auf die boomende Glücksspiel- und Tourismuswirtschaft zurückzuführen. Der Aufschwung der ehemaligen portugiesischen Kolonie – nur knapp 60 Kilometer von Hongkong entfernt – hatte schon seit der Rückkehr zu China begonnen. Macao zählt derzeit weltweit zu den Regionen mit dem höchsten Wirtschaftswachstum. Nach einer Steigerung des Bruttoinlandsprodukts von 15,6 Prozent im Jahr 2003 ist die Wirtschaft in der chinesischen Sonderverwaltungszone 2004 sogar um 28 Prozent gewachsen.

„Macao ist nicht nur für seine Casinos bekannt, sondern zieht auch als wichtige wirtschaftsorientierte Dienstleistungsplattform im Pan-Pearl-River-Delta die Aufmerksamkeit internationaler

China intends to invest 13 billion USD in the liberalised gambling sector of the former Portuguese colony Macao and establish the “Las Vegas of Asia”. According to Johannes Wesemann, close observer of the gambling trade, this plan offers great opportunities for European companies. Above all, the infrastructure, consumer goods, transportation, recreation, and medical care industries need to invest in the future.

„Macao’s infrastructure has huge gaps, which need to be closed in the years to come. Moreover, there is a stronger demand for consumer goods and branded goods due to a rising standard of living“, says China and Macao expert Johannes Wesemann from Wesemann

Weissel & Partner, Vienna. This can entirely be attributed to the gambling and tourism industry. The comeback of the former Portuguese colony – located less than 60 kilometres away from Hong Kong – had already started when it was returned to China. Worldwide, Macao is one of the regions with the highest economic growth. After a GDP increase of 15.6 per cent in 2003, the economy in the Special Administrative Region has grown by nothing less than 28 per cent in 2004.

„Macao is not just famous for its casinos but is an important and business-oriented service platform in the Pan Pearl River delta, drawing the attention of international as well as Chinese companies. This region is populated by 450 million people, as many as in the

Macao will die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit dem Ausland fördern. Macau is keen on promoting the economic cooperation with foreign countries.

wie auch chinesischer Unternehmen auf sich. In dieser Region leben 450 Millionen Menschen, so viele wie in der ganzen Europäischen Union“, meint Wesemann. Die Regierung Macaos hat als eines der wesentlichen Ziele die Verbesserung und Entwicklung der Rahmenbedingungen für den Dienstleistungssektor definiert. Darunter werden speziell die Bereiche Management, Beratung, Wirtschaftsprüfung, Architektur, Immobilienentwicklung und -verwaltung, medizinische Versorgung, Einzel- und Großhandel sowie

Franchising, Reederei, Lagerung und Transportwesen verstanden. Des Weiteren werde großes Augenmerk auf die IT-Branche und Call Center gelegt. Macao ist bemüht, seine geografischen Vorteile zu nutzen und die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit dem Ausland zu fördern. Aufgrund noch relativ niedriger Standort- und Lebenshaltungskosten sowie günstiger Steuersätze bietet es sich für Firmenniederlassungen als interessante Alternative zu Hongkong oder dem Festland Chinas an. ☺

European Union“, Wesemann explains. Macau's government has defined the improvement and development of general conditions as being essential for the service industry. This encompasses especially the management, consulting, accounting, architecture, property development and maintenance, medical care, retail and wholesale trade areas as well as franchising, shipping, warehousing and transport. In addition, the IT industry and call centres are considered very important.

Macau is keen on using its geographic advantages and promoting the economic cooperation with foreign countries. Due to relatively low costs of living and location costs plus low tax rates, it is an interesting alternative for companies to put up their headquarters here instead of in Hong Kong or on the Chinese mainland. ☺

Studie zum Automobilmarkt China gibt Empfehlungen für deutsche Autohersteller Study on the automotive market China gives out recommendations to German car manufacturers

Entwicklungsvorsprung halten Maintain Leadership through Innovation

local global

Chinesische Automobilunternehmen haben gegenwärtig einen Entwicklungsrückstand gegenüber westlichen Anbietern von zehn bis 20 Jahren. Westliche Automobilhersteller sollten daher alles daran setzen, den aktuellen Entwicklungsvorsprung zu halten. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die vom IBM Institute for Business Value gemeinsam mit der University of Michigan realisiert wurde.

„Westliche Automobilhersteller sollten alles daran setzen, den aktuellen Entwicklungsvorsprung zu halten“, kommentiert Stefan Gumbich, Chefberater des IBM Institute for Business Value, die Ergebnisse der Studie. Dazu seien nicht nur gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter notwendig. Auch andere immaterielle Werte, die Entwicklung des Partner- und Zulieferernetzwerkes sowie die technische Infrastruktur, die diesen Entwicklungsvorsprung sichert,

sollten deutsche Automobilhersteller und -zulieferer ausbauen. Dass Joint Ventures zwischen chinesischen Herstellern und westlichen Automobilkonzernen sehr kontrovers beurteilt werden, legt die Studie ebenfalls offen. Insbesondere die chinesische Regierung erhoffe sich von den existierenden Joint Ventures einen wesentlich weiter gehenden Transfer von Know-how. Westliche Firmen seien jedoch ausgesprochen vorsichtig was die Weitergabe von Fachwissen anbelangt, insbesondere aus Furcht vor künftiger Konkurrenz aus dem Reich der Mitte. „Um verloren gegangenes Vertrauen wieder herzustellen, müssen Joint-Venture-Partner entweder die beiderseitige Rollenverteilung präziser definieren oder durch die gemeinsame Entwicklung neuen geistigen Eigentums das gegenseitige Vertrauen stärken“, erläutert Gumbich. „Langfristig dürfte sich die Wertschätzung für geistiges Eigentum in ►

Between Chinese car manufacturers and their western counterparts there is currently a technological gap of ten to 20 years. Western car manufacturers should therefore strive to maintain the current leadership. This is the result of a study, that has been conducted by the IBM Institute for Business Value in conjunction with the University of Michigan.

“Western car manufacturers should strive to maintain the current innovation leadership“, comments Stefan Gumbich, Head Consultant of the IBM Institute for Business Value, on the study outcome. In order to achieve this, it takes more than well-trained and motivated employees. German car manufacturers and suppliers also need to develop other immaterial assets, like the partner and supplier networks and the technical infrastructure which are necessary to secure the lead.

The study also reveals that joint ventures between Chinese manufacturers and Western automotive corporations trigger very controversial reactions. The Chinese government in particular expects a far more intensive transfer of know-how from the existing joint ventures. Western companies, though, are very wary as far as passing on professional knowledge is concerned because they are afraid of the future competition from China. “In order to re-establish the lost trustful relationship, joint venture partners either need to define each other's roles more precisely or strengthen the mutual trust by commonly developing new intellectual property“, explains Gumbich. In the long run, the appreciation for intellectual property in China ►

2007 wird China Deutschland als drittgrößten Automobilproduzenten ablösen. 2007 China will replace Germany as the number three of the biggest car making nations.

China erst dann festigen, wenn chinesische Hersteller und Zulieferer solches in eigener Initiative erworben haben und auf dieser Grundlage ein besseres Verständnis für die Notwendigkeit des Schutzes entwickeln können.“

Des Weiteren kommt die Studie zu folgenden Ergebnissen:

- Schon 2007 wird China Deutschland als weltweit drittgrößten Automobilproduzenten ablösen.
- Die chinesischen Firmen wollen in Zukunft verstärkt auf Entwicklungskooperationen, den Zukauf von Ingenieurs-Know-how und Übernahmen setzen.
- Chinesische Automobilhersteller werden sich dynamisch entwickeln und ihre Aktivitäten nicht nur auf China beschränken. Sie planen steigende Exporte, haben aber erkannt, dass Qualität und Reputation verbessert werden müssen.
- Das künftige Wachstum in China wird eher stetig als exponentiell sein

und hängt insbesondere von folgenden Faktoren ab: Verfügbarkeit von Finanzierungslösungen, Entwicklung der Exporte von Komponenten und Fahrzeugen, Entwicklung der Vertriebs- und Service-Infrastruktur in China, Entwicklung des Gebrauchtwagenmarktes.

- Eine Konsolidierung der chinesischen Automobilwirtschaft steht bevor. Chinesische Unternehmen werden in den nächsten zehn Jahren Ziele von Aufkäufen und Zusammenschlüssen.
- Bereits seit 2003 ist China der zweitgrößte Verbraucher von Mineralöl nach den Vereinigten Staaten. Das zu erwartende stetige Wachstum des chinesischen Automobilmarktes wird für eine weiter steigende Nachfrage nach Mineralöl sorgen und macht eine Entspannung bezüglich der aktuellen Benzinpreise unwahrscheinlich. ☉

will solidify only as soon as Chinese producers and suppliers have accumulated enough of their own and can develop a better understanding for the necessity of protecting it on this basis.

In addition, the study reaches the following conclusions:

- As early as 2007 China will replace Germany as the number three of the world's biggest car making nations.
- In the future, Chinese companies are determined to focus on development cooperations, the acquisition of engineering know-how and takeovers.
- Chinese car manufacturers will enjoy dynamic development and extend their activities beyond China. They are planning to increase exports but have realized, that quality and reputation need to improve.
- The future growth in China will be rather steady than exponential and

depends mainly on the following factors: Availability of financing solutions, development of exports of components and vehicles, development of sales and service infrastructure in China, development of a used car market.

- The consolidation of the Chinese automotive industry is imminent. Chinese companies will become the targets for takeovers and mergers during the next ten years.
- Already since 2003, China is the second largest mineral oil consumer after the United States. The expected steady growth of the Chinese car market will cause an increasing demand for mineral oil, which makes it unlikely that the current gas price level will go down. ☉

Anzeige

Herzlich willkommen im CHINA GATE BERLIN!

Als neue Begegnungsstätte für die Kooperation und den Informationsaustausch zwischen Chinesen und Deutschen nimmt das CHINA GATE BERLIN am 1. Oktober 2005 seine Arbeit auf.

Das CHINA GATE BERLIN ist eine Initiative der DIFA Deutsche Immobilien Fonds AG, Hamburg, die von der Union der Chinesen & Chinesischen Verbände in Deutschland e.V., dem INFRANEU Hauptverband e.V. sowie dem Verein Berlin China Cultural Bridges e.V.

mitgetragen wird. Geschäftsbesorger ist das Berliner Unternehmen STRATEGY CHINA.

Das CHINA GATE BERLIN wird eine Business-Plattform für den Austausch zwischen chinesischen und deutschen Unternehmen sein, aber auch für andere Interessierte eine Reihe von Dienstleistungen anbieten.

In den fünf Geschäftsbereichen Wirtschaft, Handel, Tourismus, Kultur und Wissenschaft organi-

siert das CHINA GATE BERLIN ein breites Veranstaltungsspektrum (Seminare, Workshops, Vorträge, Ausstellungen etc.), berät bei der Ansiedlung chinesischer Unternehmen in Berlin und bietet die Möglichkeit, Geschäftsbeziehungen auf hohem Niveau zu knüpfen, Kontakte zu Politik, Wirtschaft und Kultur zu intensivieren und das internationale Netzwerk zu nutzen.

Das CHINA GATE BERLIN residiert im CityQuartier Neues Kranzler Eck, das im Eigentum der DIFA steht.

Kontakt

CHINA GATE BERLIN
CityQuartier Neues Kranzler Eck
Kurfürstendamm 22
10719 Berlin
Tel.: + 49 (0) 30 88 77 26 – 60
Fax: + 49 (0) 30 88 77 26 – 61
info@china-gate-berlin.de
www.china-gate-berlin.de



CHINA GATE BERLIN

Deutschen Unternehmen in China gehen einheimische Fachkräfte aus

German Companies Experience a Lack of Domestic Skilled Labour in China



local global

Der Mangel an qualifiziertem Nachwuchs entwickelt sich zunehmend zu einer Gefahr für die chinesische Wirtschaft und das Wachstum internationaler Investoren auf dem asiatischen Zukunftsmarkt. Nur weniger als zehn Prozent der chinesischen Universitätsabsolventen, so eine aktuelle McKinsey-Studie, sind derzeit in international ausgerichteten Unternehmen einsetzbar.

Chinesischen Absolventen würden vor allem englische Sprachkenntnisse, aber auch die Fähigkeit zur Teamarbeit, das Wissen um Kundenbedürfnisse außerhalb ihrer Heimat sowie Kenntnisse sozialer und kultureller Besonderheiten westlicher Industrienationen fehlen. Auch die praxisferne Ausrichtung der chinesischen Hochschulen sei ein deutliches Manko.

Neben stark exportorientierten einheimischen Unternehmen seien davon besonders multinationale Konzerne

mit anspruchsvollen Dienstleistungsangeboten betroffen. „Will das Land sich vom Billiglohnstandort zu einem weltweit wettbewerbsfähigen Anbieter hochwertiger Güter und Dienstleistungen weiterentwickeln, muss es seine Talente besser ausbilden“, sagt Diana Farrell, Direktorin des McKinsey Global Institute (MGI) in Washington und verantwortlich für die Studie. Derzeit allerdings halte sie es für unwahrscheinlich, dass sich China schnell zum wichtigen Standort in den Bereichen IT und Dienstleistungen entwickeln könne. „Ehrgeizige chinesische Firmen werden es schwer haben, sich die lukrativen globalen Servicemärkte zu erschließen.“

In der Vergangenheit war dies laut McKinsey kein Nachteil. Niedrige Löhne und einfache Produkte hätten aus China die Fabrikationshalle der Welt gemacht. Doch seit sich ausländische und chinesische Unternehmen technologisch anspruchsvollen Gütern ►

The lack of qualified young professionals is becoming more and more of a threat for the Chinese economy and for the growth of international investors on the Asian market of the future. Just less than ten per cent of Chinese university graduates are currently fit to work in internationally focused companies, a recent study by McKinsey found.

Chinese graduates are characterized by a lack of knowledge of the English language, but also the capacity for teamwork, the knowledge of customer needs away from home as well as information on social and cultural behaviours in western industrial nations are poorly developed. The theoretical orientation of Chinese universities is another severe deficiency.

Beside strongly export-oriented domestic companies, particularly multinational corporations with complex service offerings suffer from this situa-

tion. „If the country is to develop from a low-cost location to a globally competitive supplier of high-quality goods and services, it will have to train its talents better“, says Diana Farrell, Director of the McKinsey Global Institute (MGI) in Washington, who is responsible for the study. Currently Farrell does not consider it feasible for China to rise to be an important IT and services location any time soon. Ambitious Chinese firms will have a hard time opening up to the profitable global service markets.

According to McKinsey, this has not been a downside in the past. Low wages and simple products have turned China into the factory floor of the world. Only since foreign and domestic companies began to offer more technologically complex goods and services have the weaknesses of the educational system become visible. According to McKinsey's estimates, China's expansion onto the world markets at the current speed requires up to 75,000 ►

China muss massiv in sein Bildungssystem investieren. In China massive investments in the educational system are necessary.

und Dienstleistungen zuwenden, würden die Schwächen des Ausbildungssystems zum Problem werden. Nach Schätzungen von McKinsey benötigt Chinas Expansion in die Weltmärkte bei aktuellem Wachstumstempo in den nächsten zehn bis 15 Jahren bis zu 75.000 international einsetzbare Führungskräfte. Aktuell stünden nur 3.000 bis 5.000 zur Verfügung. Die Rückkehr vieler noch im Ausland studierender Chinesen bringe wenig Entlastung. Oft fehlten Anreize für die Heimkehr. Erreichen kann Chinas Wirtschaft die ehrgeizigen Ziele auf Dauer nur mit massiven Investitionen in das Bil-

dungssystem, heißt es weiter in der McKinsey-Studie. Das Land werde sich nur dann erfolgreich vom Blue-Collar zum White-Collar-Standort entwickeln können, wenn mehr Geld in die Ausbildung von Spitzenkräften gesteckt werde. Trotz rapide steigender Gesamtinvestitionen für Bildung seien die Pro-Kopf-Ausgaben für Studenten zuletzt um fünf Prozent gesunken. Auch chinesische Unternehmen müssten lernen, Talente zu entwickeln und längerfristig zu binden. Betriebliche Ausbildung, Personalentwicklung und Talentmanagement würden jedoch noch in den Kinderschuhen stecken. ☉

internationally applicable managers in the next ten to 15 years. Currently only 3,000 to 5,000 are available. The return of the many Chinese students from abroad is not nearly sufficient. Often there is no incentive for them to go back home.

Massive investments in the educational system are necessary if China's economy is to achieve its ambitious goals, the study by McKinsey continues. A successful shift from a blue collar to a white collar location can only be completed if more money goes into the training of top executives. In spite of rapidly growing overall education

budgets, the per-capita expenditures for students decreased by five per cent recently. Also Chinese companies needed to learn how to develop talents and keep them in the long run. But training within the companies, human resource development and talent management were still found to be in its fledgling stages. ☉

COMPANY PROFILE

Anzeige

InWEnt – Internationale Weiterbildung und Entwicklung GmbH

InWEnt – Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH steht für Personal- und Organisationsentwicklung in der internationalen Zusammenarbeit. Ihre Angebote richten sich an Fach- und Führungskräfte und an Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft und erreichen jährlich rund 55.000 Personen.

Die Programme und Maßnahmen von InWEnt unterstützen Veränderungskompetenzen auf drei Ebenen. Sie

stärken individuelle Handlungskompetenzen, erhöhen die Leistungsfähigkeit von Unternehmen, Organisationen und Verwaltungen und verbessern die Handlungs- und Entscheidungsfähigkeit auf politischer Ebene. Neben face-to-face-Situationen in Bildungs-, Austausch- und Dialogveranstaltungen nimmt die Vernetzung durch E-Learning einen breiten Raum ein. Die Partner von InWEnt sitzen gleichermaßen in Entwicklungs-, Transformations- und Industrieländern.

Asien hat eine wichtige Bedeutung für das Portfolio von InWEnt. China ist dabei das Schwerpunktland mit dem größten Fördervolumen.

Die Schwerpunkte der Handlungsfelder von InWEnt in Asien bilden der Umwelt- und Ressourcenschutz, einschließlich der Förderung erneuerbarer Energien, die Förderung von Wirtschaftsreformen und der Aufbau der Marktwirtschaft, die Demokratisierung von Staat und Gesellschaft sowie die

Bereiche Krisenprävention, Ernährung, Landwirtschaft und Gesundheit.

Hauptgesellschafter von InWEnt ist die Bundesregierung, vertreten durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ).

InWEnt ist 2002 hervorgegangen aus der Carl Duisberg Gesellschaft (CDG) e.V. und der Deutschen Stiftung für internationale Entwicklung (DSE).



**InWEnt – Internationale
Weiterbildung und
Entwicklung gGmbH**

Tulpenfeld 5
53113 Bonn

Fon: +49 (0) 2 28 – 24 34 – 5
Fax: +49 (0) 2 28 – 24 34 – 766
www.inwent.org

Die regionale Koordination
bei InWEnt übernehmen:

Herr Kelbling für Asien
sebastian.kelbling@inwent.org
speziell für die Länder
Indien und China
Frau Grünhage
valeska.gruenhage@inwent.org

AGB in China **GTCs in China**

Die deutschen Regelungen müssen angepasst werden

German Regulations Should Be Adjusted

Anita Cicero
Rödl & Partner

Deutsche Unternehmen verwenden mittlerweile auch beim Abschluss von Waren- und Lieferverträgen mit chinesischen Partnern Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB). Die unternehmenseigenen, deutschen AGB sind dabei allerdings gründlich zu überarbeiten.

Viele Unternehmer fragen sich, ob die von ihnen verwendeten und in heimischen Geschäften bewährten AGB zugunsten eines Neuentwurfes von „chinesischen“ AGB aufgegeben werden müssen. Abgesehen davon, dass dies in hohem Maße von der Qualität und jeweiligen Geeignetheit der verwendeten AGB abhängt, ist rechtlich entscheidend, ob die Abwicklung des Vertrags chinesischem Recht unterliegt. Grenzüberschreitenden Lieferungen kann grundsätzlich auch deutsches Recht zugrunde gelegt werden. Es ist jedoch zu empfehlen, chinesisches Recht zu vereinbaren und ein chinesisches Schiedsgericht, zum Beispiel die in internationalen Rechtsstreitigkeiten sehr erfahrene CIETAC, anstelle der chinesischen oder deutschen ordentlichen Gerichtsbarkeit, zu bestimmen. Denn die tatsächlichen Geschehnisse laufen in China ab. Die Schiedsrichter des chinesischen Schiedsgerichtes kennen das chinesische Recht und eine eventuelle Zwangsvollstreckung beim chinesischen Geschäftspartner muss ohnehin nach chinesischem Recht erfolgen.

Vorrang der Individualabrede

AGB sind nach chinesischem Recht vorformulierte Klauseln für die wiederholte Verwendung im Geschäftsverkehr,

über welche bei Vertragsabschluss nicht verhandelt wird. Entscheidendes Kriterium dafür, ob AGB vorliegen oder eine Individualvereinbarung gegeben ist, ist also die auch im deutschen Recht nicht immer einfache Abgrenzung zum „Aushandeln“ der Klauseln. Zu beachten ist: Treffen die Parteien eine individuelle Vereinbarung, gilt diese vorrangig. Dies gilt grundsätzlich auch für mündliche Zusagen und Absprachen. Es ist nicht möglich, mit einer Bestimmung in den AGB die Wirksamkeit der inhaltlich abweichenden individuellen Vereinbarung im Voraus auszuschließen. Deshalb sollten auch über mündlich getroffene Vereinbarungen zwischen den Parteien schriftliche Bestätigungen gefertigt werden beziehungsweise Mitarbeitern genaue Anweisungen gegeben werden, bestimmte Abreden nicht, auch nicht mündlich, zu treffen.

Abwehrklauseln verwenden

Abwehrklauseln bereiten häufig Probleme bei der Verwendung von AGB. Sie sollen die Geltung der AGB der Gegenseite ausschließen. Verwenden beide Parteien Abwehrklauseln in ihren AGB, liegt ein Fall widerstreitender AGB vor, der jedoch den zugrunde liegenden Vertrag nicht unwirksam macht. Die jeweiligen Klauseln gelten nur, soweit sie übereinstimmen. Anstelle der widerstreitenden Klauseln gilt das Gesetz. Abwehrklauseln sollten in jedem Fall einbezogen werden, da so zumindest die einseitige Anwendung der AGB der Gegenseite verhindert wird. Über vertragswesentliche Rahmenbedingungen sollte eine Individualvereinbarung geschlossen werden. ►

German enterprises from time to time wish to include general terms and conditions (GTCs) in contracts concluded with Chinese manufacturers or suppliers of goods. However, GTCs used by companies in Germany for purely domestic purposes in general do not suffice and need to be thoroughly rewritten to be used in cross-border relations with China.

In principle, cross-border deliveries to and from China can be regulated by German Law as well. It may, however, depending on the legal situation, be advisable to agree on Chinese Law and on a Chinese arbitration court (e.g. CIETAC, which has extensive experience in international legal disputes). Enforcement of the agreement may likely take place in China subject to Chi-

Abwehrklauseln gehören unbedingt in die AGB

Defensive clauses should be necessarily used in GTCs



Many businessmen ask whether they have to abandon the GTCs, known to and used by them in Germany in favour of GTCs newly-designed according to Chinese law. Apart from the fact that the answer depends to a large extent on the quality and the adequacy of the GTCs employed, the decisive factor is in most cases whether the contract is intended to be executed subject to Chinese Law.

nese Law and the arbitrators in the Chinese arbitration system are quite familiar with the domestic legal provisions.

Individual agreement has priority

According to Chinese Law GTCs are clauses pre-formulated for the repeated use in business dealings and not negotiated at the time of conclusion of an agreement. Decisive for the question whether a set of GTCs or an individual ►

Es bestehen noch rechtliche Grauzonen in China. There are still grey areas in the Chinese law.

Wichtiges in Kürze *In a nutshell:*

- Klauseln über die vertrauliche Behandlung von Geschäftsgeheimnissen und sensiblen Informationen, insbesondere auf dem Gebiet des gewerblichen Rechtsschutzes
- Regelungen über die Produkthaftung
- Bei grenzüberschreitenden Vertragsbeziehungen eventuell Klauseln, die auf den Incoterms beruhen, dem offiziellen Regelwerk der Internationalen Handelskammer (ICC)
- Praktische Anpassung deutscher AGB (zum Beispiel Lieferzeiten)
- Chinesische Übersetzung für den Partner, da andernfalls die wirksame Einbeziehung der AGB in den Vertrag fraglich ist
- *Ensure the confidential treatment of business secrets and sensitive information and protect your industrial property rights*
- *Include provisions concerning product liability*
- *Consider the inclusion of clauses based on Incoterms, the official set of rules of the International Chamber of Commerce (ICC), in cross-border purchase and sales contracts*
- *Pay attention to the practical adjustment of German GTCs (for example the delivery times)*
- *Provide your partner with a Chinese translation of the GTCs. Otherwise the legality of the inclusion of the GTCs in the contract might be doubtful*

Es gibt Fälle, bei denen Verstöße gegen das chinesische Recht die Unwirksamkeit der Klauseln zur Folge haben. Der Verwender von AGB ist natürlich daran interessiert, die eigene Haftung möglichst zu beschränken. Von einer zu ausufernden Haftungsbeschränkung ist allerdings abzuraten. Einzelne Klauseln, die unter anderem die Haftung für Schäden an Leib und Leben beziehungsweise bei Vermögensschäden wegen Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit ausschließen und welche die Haftung der Gegenseite erhöhen oder deren Rechte bezüglich der Hauptleistung ausschließen, sind unwirksam. Bei der Formulierung solcher Haftungsbeschränkungen ist also Vorsicht geboten.

Prinzip der geltungserhaltenden Reduktion

In China kommt anders als in Deutschland das Prinzip der geltungserhaltenden Reduktion zum Tragen. Aufgrund von Wertungsunsicherheiten und gesetzlichen Lücken im chinesischen Recht bestehen noch rechtliche Grau-

zonen. Bestimmte Bedingungen können also getestet werden, wenn sie nicht gegen gesetzliche Verbote verstoßen oder unzulässige Haftungsbeschränkungen festsetzen. Klauseln mit unzulässigem Regelungsgehalt werden nicht zwangsläufig gestrichen, sondern können auf ihren (gerade noch) wirksamen Gehalt reduziert werden. Dieses Prinzip wird jedoch kontrovers diskutiert, da der Verwender auf diese Weise einseitige und mutige Klauseln in seine AGB setzen kann, ohne dass dies allzu nachteilige Folgen hat: Selbst wenn sich die Gegenseite gegen die einzelne Klausel wehrt, wird sie vor Gericht allenfalls auf ihren zulässigen Gehalt zurechtgeschnitten. Allerdings besteht immer noch die Gefahr, dass der Verwender ein zurechtgestutztes Ergebnis erhält, mit dem er womöglich vorher nicht gerechnet hat. Dies gilt insbesondere im Hinblick darauf, dass bei Streitigkeiten bezüglich der Auslegung von AGB, Klauseln, bei denen mehrere Auslegungsmöglichkeiten gegeben sind, zum Nachteil des Verwenders auszulegen sind. ☹

▼ agreement is in force, is the criterion of negotiation – a criterion also not always easily to be interpreted under German law. Here the rule is: If the parties concluded an individual agreement, it takes priority. In principle, this also applies to oral agreements and arrangements. A GTC clause can not overrule such agreements concluded between parties in advance. To avoid difficulties, oral agreements between parties should be confirmed in writing, and employees should be instructed clearly not to conclude agreements on specific issues – not even orally, if GTCs are intended to keep full validity.

Using defense clauses

Defense clauses often cause problems in the context of GTCs. These clauses are designed to exclude the operation of the GTCs of the other party. When GTCs of both parties contain defense clauses a case of conflicting GTCs is at hand. This, however, does not render the underlying agreement invalid. The respective clauses will be valid as far as they do not contradict each other. Where they are in conflict, statutory law will be binding. It is advisable to always include defense clauses in the own GTCs, as at least the unilateral use of the other party's GTCs can be prevented thereby. Fundamental or essential elements of the agreement should be negotiated and agreed between the parties.

There are situations in which violations of Chinese Law result in the invalidity of a complete clause. The user of GTCs is, naturally, looking to limit his liability to the largest extent. It is, however, not advisable to try to implement a limitation of liability which is too wide. Some clauses, which, among others, exclude the liability for damages caused to body and life and to property with intent, or gross negligence, and which increase the liability of the other party or exclude their right to the principle performance, are in principle invalid. Care should

thus be taken when formulating these kinds of liability-limiting clauses.

Principle of validity preserving reduction

However, unlike under German Law, the principle of validity preserving reduction still plays a role in China. Due to interpretation uncertainties and statutory gaps in Chinese Law there are still grey areas. Thus, certain conditions can be tested, as long as they do not violate statutory prohibitions or constitute inadmissible liability limitations. Clauses containing inadmissible limitations are not necessarily cancelled, but could be reduced to the parts which are in accordance with the Law. This principle is subject to some controversy, however, since it enables the user to include unilateral and bold clauses in his GTCs without having the risk of overly negative consequences: Even if the opposite side defends itself against these clauses, they will at best be reduced to their legal content by the court. Admittedly, the danger still exists for the user that he might end up with a trimmed result which he had not anticipated. This is especially relevant in disputes over the correct interpretation of GTCs containing clauses with more than one interpretation. Clauses may then be interpreted in a way disadvantageous to the user. ☹

Author

Anita Cicero
Rechtsanwältin
Rödl & Partner, Nürnberg
anita.cicero@roedl.de

Anita Cicero
Lawyer
Rödl & Partner, Nuremberg
anita.cicero@roedl.de

Risikomanagement von Investitionen im Chinageschäft

Risk management of investments in connection with business in China

Teil 1
Part 1



Länder- und Partnerrisiken minimieren

Minimise Country and Partner Risks

Article: Helmut Schönfelder

Senior Investment Manager, DEG – Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH, Köln

Nichts im Leben ist ohne Risiken – so auch nicht Investitionen in China. In den meisten Fällen können diese aber identifiziert, eingegrenzt und einer rationalen Entscheidung zugänglich gemacht werden. „sourcing_asia“ beschreibt in dieser und der nächsten Ausgabe, welchen Risiken Investoren im Reich der Mitte ausgesetzt sind und wie sie diesen begegnen können.

Viele deutsche Unternehmen haben in den vergangenen Jahren den Sprung nach China gewagt und eine Handelsbeziehung in einen Produktionsstandort fortentwickelt. Daraus ergeben sich naturgemäß andere Risiken als bei einem Liefergeschäft. Wer im Ausland investiert, ist neben dem eigentlichen unternehmerischen Risiko aus seiner Investitionsentscheidung auch mit spezifisch auslandsbezogenen Risiken, dem so genannten Länderrisiko, konfrontiert. Wenn sich ein deutscher Investor darüber hinaus entschließt, seine ausländische Investition zusammen mit einem – meist lokalen – Part-

ner zu betreiben, ergibt sich daraus ein weiteres Risiko: das so genannte Partnerrisiko.

Wer im Ausland Vermögenswerte hält, kann unter Umständen enteignet werden oder enteignungsähnlichen behördlichen Eingriffen ausgesetzt sein. Auch die im Ausland erzielten Erträge, zum Beispiel Dividenden, aber auch der Erlös aus einer Veräußerung an einen lokalen Käufer oder aus einer Liquidation, sind dem deutschen Investor nicht per se sicher: Sie müssen zunächst aus der lokalen Währung in EUR oder USD umgetauscht und anschließend nach Deutschland transferiert werden. Sowohl die Konvertierung als auch der Transfer bedürfen in China der Genehmigung oder zumindest Mitwirkung der lokalen Behörden.

Enteignung und Nichtdurchführung der Konvertierung oder des Transfers zählen neben Vermögensverlust durch Krieg zu den so genannten politischen Risiken, die auch als Länderrisiken im engeren Sinne bezeichnet werden. Daneben gibt es Länderrisiken im weiteren Sinne: Das sind alle darüber ►

Nothing in life is without a risk – neither are investments in China. In most cases, though, these risks can be identified, narrowed down and led towards a rational decision. “sourcing_asia” will describe in this and the next issue which risks investors in the Middle Empire are exposed to and how they can respond.

Many German companies have dared to make the leap to China in the past years and have developed a business relationship into a production location. Naturally, this involves much higher risk than a delivery transaction. An investment abroad will confront the investor not only with the business risk inherent in every investment decision but also with risks specifically linked with the country in which the investment is made, the so-called country risk. In addition, if a German investor is determined to make an investment abroad together with a

mostly local partner, another kind of risk results from such a construction: the so-called partner risk.

Whoever owns assets abroad may run the risk of being dispossessed or be subject to dispossessing actions by the authorities. Also profits made abroad, e.g. dividends or proceeds from a sales transaction with a local buyer or from a liquidation, are not per se secure for the German investor: These have to be converted from the local currency into EUR or USD and subsequently be transferred to Germany. In China, the conversion as well as the transfer is subject to approval or, at least, involvement of the local authorities.

Dispossession and failure to realize the conversion or the transfer are, along with loss of property at times of war, counted among the so-called political risks, which are also referred to as country risks in the narrow sense. Additionally, there are country risks in a broader sense: This term covers all further dangers for an investment abroad which result from specifically ►

Wer entpuppt sich aus dem Partnerunternehmen? In China ist es schwierig, an Informationen über die dahinter stehenden Personen heranzukommen.

▼

hinausgehenden, aus den spezifischen politischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Verhältnissen eines Landes resultierenden Gefahren für eine ausländische Investition.

Das Chinarisiko: sowohl positive als auch negative Faktoren

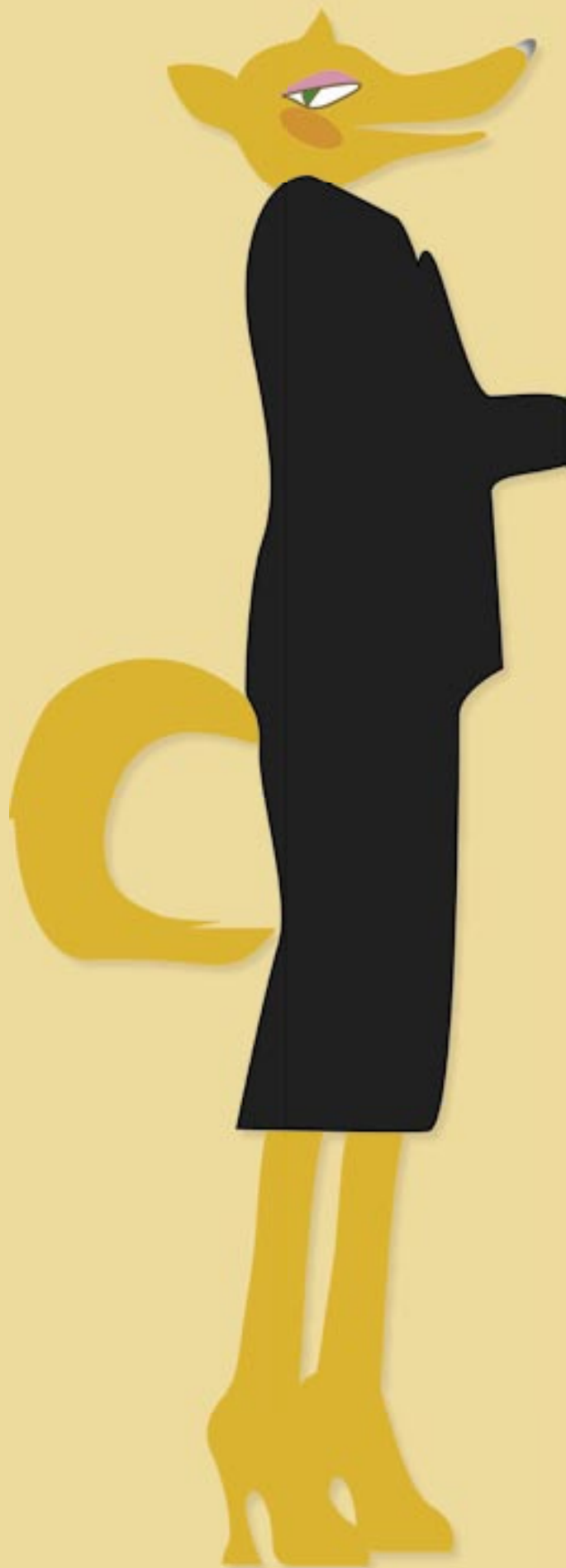
Zunächst das Positive: Die lokalen, politischen Verhältnisse erscheinen in China ziemlich stabil und auch die politischen Beziehungen zwischen dem Reich der Mitte und Deutschland sind gut. Die wirtschaftlichen Verhältnisse entwickeln sich positiv. Die Wirtschaftsordnung wird zunehmend liberalisiert, die Privatisierung staatlicher Betriebe ist eingeleitet. Der Inlandsmarkt wächst dynamisch und ist potenziell riesig. Es gibt, mit regionalen Unterschieden, ein großes Angebot an – allerdings nur gering qualifizierten – Arbeitskräften zu sehr niedrigen Löhnen. Die lokale Industrie ist inzwischen hoch diversifiziert und auf internationalem Niveau leistungsfähig. Die Besteuerung von Unternehmensgewinnen ist relativ mäßig. Für viele, insbesondere auch ausländisch beherrschte Unternehmen, bestehen attraktive Sonderregelungen wie ermäßigte Steuersätze und steuerfreie Jahre. In China erzielte Einkünfte sind in Deutschland von der Besteuerung freigestellt. Das Land hat – mit derzeit über 800 Mrd USD Reserven – alles andere als Devisenmangel. Vertraglich geregelte Zahlungen in das Ausland werden im allgemeinen pünktlich durchgeführt.

Nun zum Negativen: Es gibt zunehmend soziale Spannungen aus sich vergrößernden innergesellschaftlichen Wohlstandsdifferenzen, Probleme aus bislang völlig unzureichenden, nahezu nicht existenten Sozialsystemen (Altersversorgung, Krankenversiche-

rung), Infrastrukturprobleme (Energie- und Wasserversorgung, Verkehr) sowie Umweltbelastungen. Weitere landesspezifische Risiken ergeben sich aus den politischen Strukturen, rechtlichen und wirtschaftlichen Besonderheiten aus der kommunistischen Vergangenheit sowie aus außenpolitischen Spannungsfeldern. Aus Sicht eines ausländischen Investors kommt hinzu:

- unverändert vorherrschender Dirigismus des Staates (zum Beispiel hohe Auflagen hinsichtlich Know-how-Transfer und lokaler Wertschöpfung, Genehmigungsvorbehalt bei Anteilsveräußerungen)
- unzureichende Kreditaufnahmemöglichkeiten bei lokalen Banken
- noch unzureichender Schutz geistigen Eigentums
- ein ungeachtet der Zulässigkeit von Schiedsgerichtsverfahren insgesamt noch unterentwickeltes Rechtswesen
- Knappheit an qualifiziertem und bereits international erfahrenem Managementpersonal
- hohe Kommunikationsbarrieren für Ausländer aufgrund des nicht einfachen Zugangs zur chinesischen Sprache und Mentalität sowie der bislang sehr geringen Verbreitung des Englischen in der Bevölkerung.

Wie sind nun die genannten, sehr gegensätzlichen Fakten einzuschätzen? Die Antwort: China wird, nach mehreren Heraufstufungen in den vergangenen Jahren, in den aktuellen ►





© iStockphoto

Who emerges from the partner company? In China it is difficult to get information on the persons behind the undertaking.



political, economic, legal, and social circumstances in a country.

The China risk: positive and negative factors at the same time

Let's start with the positive side: The local political conditions in China appear to be rather stable and the political relationship between the Middle Empire and Germany is good. The economic conditions are developing in a positive manner. The economic order is increasingly liberalised, and the privatisation of state-run enterprises is taking off. The domestic market is growing dynamically and has an enormous potential. There is, with regional deviations, a huge workforce – if only with basic qualifications – for very low wages. The local industry is by now highly diversified and competitive at an international level. The taxation of company profits is relatively moderate. Many companies, especially those with foreign investment, enjoy attractive special regulations like low tax rates and tax-free years. Profits made in China are exempt from taxation in Germany. The country has huge foreign currency reserves – currently more than 800 billion USD. Contractual payment obligations to foreign business partners are normally honoured in time.

Here are the negative factors: An increasing wealth gap within the society, problems resulting from nearly non-existent social systems (pension schemes, health insurance), infrastructural problems (energy and water supply, traffic) and environmental strains lead to a higher level of social tension. Further country-specific risks result from political structures and legal and economic irregularities stemming from the communist past as well as from foreign policy conflict areas. Additional issues from the point of view of an investor are:

- unchanged statism in many areas (e. g. severe requirements in regard to know-how transfer and local value creation, authorisation commission for the sale of company shares)
- inadequate possibilities for the borrowing of money at local banks
- still inadequate protection for intellectual property
- underdeveloped legal system, regardless of the acceptance of arbitration
- lack of qualified and internationally experienced management resources
- high communication barriers for foreigners due to the difficult access to Chinese language and mentality, as well as the very low proliferation of the English language among the people.

What can be said now about the very conflicting facts mentioned above? The answer: The current ratings of the international rating agencies, published at the beginning of January of this year, still consider China as a country with a relatively low risk factor after a number of upgrades in the past few years (Moody's: A2, Standard and Poor's: A-, Fitch: A).

Bilateral contracts do not completely eliminate the country risk

In spite of the currently relatively low China risk a potential German investor might still want to ask this question: Should some protection be sought and, if yes, how can this be done? The exclusion of political country risks is the purpose of bilateral contracts, the so-called investment protection agreements or investment promotion contracts. Such a contract has existed between China and Germany since 1983; it is currently being revised. But this still does not ►

Der deutsche Partner muss seine technische Vorrangstellung im Stammhaus erhalten und weiterentwickeln.



Ratings der international tätigen Agenturen von Anfang Januar dieses Jahres als relativ niedriges Risiko eingestuft (Moody's: A2, Standard and Poor's: A-, Fitch: A).

Zwischenstaatliche Verträge schließen Länderrisiko nicht zu hundert Prozent aus

Trotz des derzeit als relativ niedrig einzuschätzenden China-Risikos stellt sich einem potenziellen deutschen Investor dennoch die Frage: Sollte man sich absichern und falls ja, wie kann man dies tun? Den politisch bedingten Länderrisiken wird durch zwischenstaatliche Verträge, den so genannten Investitionsschutzabkommen oder auch Investitionsförderverträgen, entgegengewirkt. Ein derartiger, gegenwärtig in Überarbeitung befindlicher Vertrag besteht seit 1983 auch zwischen China und Deutschland. Das bedeutet aber keine absolute Sicherheit. Ob Investitionsförderverträge eingehalten werden, ist neben der Vertragstreue stets auch von der politischen und wirtschaftlichen Entwicklung der beteiligten Staaten abhängig. Deshalb stehen deutschen Investoren für viele Länder, so auch für China, weitere, privatwirtschaftlich strukturierte Absicherungsmöglichkeiten zur Verfügung. Dazu zählen Investitionsgarantien des Bundes und Garantien der Weltbank-Tochter MIGA (Multilaterale Investitions-Garantie Agentur). Beide Sicherungsinstrumente sind jedoch mit Kosten verbunden. Es ist daher fallbezogen zu entscheiden, ob eine derartige zusätzliche Absicherung gegen politische Risiken notwendig ist, welchen Umfang die Deckung haben sollte und welche der verfügbaren Investitionsgarantien geeignet ist. Insbesondere in politisch und wirtschaftlich sensiblen Bereichen Chinas kommt eine Absicherung nach wie vor in Frage. Eine weitere Absicherung gegen willkürliche staatliche Eingriffe besteht darin, einen regierungsnahen ausländischen Partner wie zum Beispiel in Deutschland die DEG (Deut-

sche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH) in die Finanzierung einzubinden.

Die Partnerfrage: Drum prüfe, wer sich ewig binde

Auslandsinvestitionen werden überwiegend als rechtlich und wirtschaftlich eigenständige Projekte durchgeführt und finanziert. Der Projekterfolg hängt aber auch in diesen Fällen von der Erfahrung, der Vertrauenswürdigkeit sowie den technischen, finanziellen und personellen Ressourcen der dahinter stehenden Unternehmen und Personen, also des Projektponsors und der weiteren Partner, ab. Für Gemeinschaftsunternehmen mit Ausländern sind in China nur lokale Kapitalgesellschaften und nicht natürliche Personen als Partner zulässig. Wenn es sich hierbei nicht um eines der wenigen großen, börsennotierten Unternehmen handelt, ist es erfahrungsgemäß sehr schwierig, aussagefähige und verlässliche Informationen zu erhalten. Noch schwieriger ist es, an Informationen über die dahinter stehende Person oder Personengruppe heranzukommen. Hier spielen sprachliche und andere kulturelle Unterschiede, aber auch die noch unzureichende Berichtskultur, eine Rolle.

Natürlich besichtigt man zumindest den Betrieb des potenziellen Partners eingehend und kennt seine technischen Möglichkeiten, seine Erzeugnisse und vielleicht auch noch seine Position am Markt. Vielleicht erhält man auch noch einen nach lokalen Regeln aufgestellten Jahresabschluss, der aber im üblichen Kurzformat ohne Erläuterungen und Testat eines international tätigen Wirtschaftsprüfers wenig aussagefähig und nicht verlässlich ist.

Sofern der chinesische Partner mitspielt, ist mittels einer rechtlichen und wirtschaftlichen Prüfung durch eine international tätige, mit ausländischen wie chinesischen Mitarbeitern besetzte Anwaltskanzlei und eine entsprechend besetzte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zumindest in eingeschränktem Umfang Aufklärung

möglich. In Deutschland stehen hierfür einige auf China spezialisierte und auch lokal vertretene Kanzleien und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zur Verfügung. Hilfreich sind gegebenenfalls auch Wirtschaftsauskunfteien, eigene Recherchen am Markt sowie Anfragen bei Banken.

Auch bei einer positiven Beurteilung des chinesischen Partners bleiben jedoch häufig spätere Interessenskonflikte und Enttäuschungen nicht aus. Dazu ist die Interessenlage oft zu unterschiedlich: Der deutsche Investor sucht im Wesentlichen den Zugang zum chinesischen Markt und Unterstützung bei Behördengängen, der Standortauswahl und der Personalbeschaffung. Der chinesische Partner sucht über die deutsche Firma Zugang zu Kapital, modernen hochwertigen Maschinen und technischem Know-how und profitiert von der Einarbeitung des Personals und der technischen Unterstützung der Produktion. Damit liegen die Vorteile nach Abschluss der Projektimplementierung, das heißt nach Kapitaleinzahlung, Maschinenaufstellung, Übergabe der technischen Dokumentation, Training des Personals und Inbetriebnahme der Anlage, eher beim chinesischen Partner. Dieser kontrolliert unverändert den Marktzugang und verfügt über die Behördenkontakte und persönliche Beziehungen zu dem von ihm zuvor ausgesuchten und eingestellten Personal.

Innovationsvorsprung sichern

Gegen ein aus diesen gegensätzlichen Interessen resultierendes Heraus- oder Zurückdrängen des deutschen Investors schützen in der Praxis weniger die abgeschlossenen Verträge, als vielmehr die, hoffentlich vorliegenden, für ihn sprechenden tatsächlichen Verhältnisse. Eine fortwährende, auf eigener Innovationsstärke beruhende Technik- und Marktführerschaft ist dabei ebenso hilfreich wie eine möglichst weitgehende finanzielle Unabhängigkeit von kurzfristigen Erfolgen in China. Das deutet, dass der deutsche Partner seine technische Vorrangstellung im Stamm-

haus erhalten und weiterentwickeln muss. Er darf sich dem chinesischen Projektunternehmen oder lokalen Partner keinesfalls mit Haut und Haaren ausliefern, indem er zum Beispiel sämtliches Know-how nebst Forschung und Entwicklung sowie seine Rechte an Patenten, Logos und dem Firmennamen vollständig nach China transferiert. Der deutsche Investor sollte darüber hinaus aber unbedingt auch eigene Mitarbeiter in das Joint Venture entsenden und eigene Beziehungen zu Behörden und zum lokalen Management aufbauen. Auf diese Weise kann er sich zumindest ansatzweise aus der Abhängigkeit vom lokalen Partner lösen und ein gleichberechtigter Partner bleiben. Es empfiehlt sich auch, das gemeinsame Vorhaben durch regelmäßige Besuche aus Deutschland und ein Controlling zeitnah zu überwachen.

Gemeinschaftsunternehmen oder Tochtergesellschaft?

Nachdem es möglich geworden ist, in den meisten Wirtschaftszweigen ein zu hundert Prozent ausländisch beherrschtes Unternehmen zu gründen, entscheiden sich ausländische Investoren in China überwiegend für die eigene Tochtergesellschaft – und nur wenn es ohne lokalen Partner absolut nicht geht, noch für das Joint Venture. Dazu passt auch, dass in den vergangenen Jahren gelegentlich erfolgversprechende Joint Ventures nachträglich ganz vom jeweiligen deutschen Investor übernommen und die lokalen Partner ausgekauft worden sind. Der umgekehrte Fall, die nachträgliche Aufnahme eines lokalen Partners in ein ursprünglich rein ausländisch beherrschtes und bereits erfolgreiches Unternehmen, dürfte dagegen bisher eher selten vorgekommen sein. ☉

The German partner needs to maintain and develop its technical dominance back home.

mean absolute safety. The compliance with investment promotion contracts is, along with the question of reliability, always a matter of the political and economic development of the countries involved. Therefore, German investors have the opportunity to take advantage of a number of other private-sector protection measures for transactions with China and many other countries. Amongst others, these are investment guarantees of the Federal Government and of the World Bank subsidiary MIGA (Multilateral Investment Guarantee Agency). Both protection instruments, though, are not free of charge. Depending on the individual case the decision must be made, if an additional protection against political risks is necessary, how extensive the protection should be and which of the available investment guarantees is suitable. Especially in politically and economically sensitive areas in China, some kind of protection is an obvious option. Additional protection against governmental despotism would be the involvement of a foreign financing partner with good connections to the government, in the case of Germany this could be e.g. the DEG (Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH).

The partner: Therefore check, who wants to be bound forever

In the majority of cases, foreign investments are organised and financed as legally and economically independent projects. Even so, the success of the project will depend on the experience, trustworthiness as well as the technical, financial and human resources of the companies and people behind it, that is to say the sponsor of the project and other partners. In China, foreign investors can start joint ventures only with local corporations as partners, not with individuals. Unless the corporation in question is one of the few large listed companies, experience shows that it is very difficult to obtain competent and reliable information. It is even more difficult to get information on the person or group of persons behind the under-

taking. This is usually put down to language and other cultural differences, but also to the lack of functioning report structures.

Of course one will get the opportunity to thoroughly examine the potential partner's business and find out about the technical possibilities, the products and probably the position in the market. There may even be a chance to receive an annual statement set up according to the local rules, which will be in short form and without any remarks and without the certificate of an international chartered accountant – not really meaningful and reliable.

If the Chinese partner agrees, a legal and economic audit executed by an internationally operating law firm staffed with foreign and Chinese experts and a likewise organised accounting firm can at least provide some clarification of the hard facts. In Germany, there are some law firms and accounting firms available that are specialising in China and have subsidiaries on location. Credit agencies, self researches on the market as well as inquiries at banks can be very helpful, too, if necessary.

But even a positive evaluation of the Chinese partner is not a guarantee that there will be no conflicts of interest and disappointments at a later stage. The interests of the partners are often just too different: The German investor is basically looking for access to the Chinese market, support for approaching the authorities, location selection and recruitment. The Chinese partner wants the German firm to help him get access to capital, modern and high-quality machines and technical know-how, and gets the benefit from personnel training and the technical support of the production. After finalising the implementation of the project, i.e. after capital inpayment, setting up of the machines, handing over the technical documentation, personnel training and start of operation, the advantage on aggregate is with the Chinese partners. They still control the market access and have the contacts with the authorities plus the personal relationships with the

staff that they had previously selected and hired by them.

Secure advantage by innovation

In practice, an effective means against being disregarded due to conflicting interests will be the real circumstances, if these are in favour for the German company, rather than any signatures on a contract. A continuing technical and market leadership based on the company's own innovative strength is just as helpful as is a complete financial independence from short-term success in China. This is to say that the German partner needs to maintain and develop its technical dominance back home. He must under no circumstances surrender to the Chinese project company or any local partners by delivering for example all of his know-how along with research and development, patent rights, trademarks and company name to China. In addition, it is categorical for the German investor to have people of his own in the joint venture and to build his own relationships to the authorities and the local management. This way he can at least to some extent free himself from the local partner and remain an equal partner. It is further recommendable to inspect the common undertaking by means of regular visits from Germany and by installing a controlling department.

Joint venture or subsidiary?

Since it has become possible in most industry sectors to found completely foreign-invested companies, foreign investors for the most part do exactly that in China and decide on the subsidiary – only if there is no other option will they resort to a joint venture. It fits in that in recent years some of the most promising joint ventures have subsequently been taken over in full by the German investor and the local partners were paid off. The reverse, which is the subsequent admission of a local partner into an originally fully foreign-invested enterprise that had already operated successfully, has probably been a rather rare event so far. ☺

Alles bedacht?



Ihre Auslandsdienstleistungen organisieren wir durch. Von A-Z. Individuell, flexibel, professionell. Und das bei höchstem Serviceanspruch und fairen Konditionen. Damit Sie Ihr Ziel auch wirklich erreichen.

B • D • A • E

EXPAT SERVICES GmbH, Königstraße 30, 22767 Hamburg
 Fon +49-40-30 68 74 52, Fax +49-40-30 68 74 91
 expatconsult@bdae.de, www.bdae.de



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

ASIA IN BERLIN FEB.06

APFB
Asien-Pazifik-Forum Berlin

„Asien-Pazifik verändert die Welt“ “Asia-Pacific: Changing the world”

Editorial: Sven Harpering

Managing Director, Asia-Pacific Forum Berlin

Kaum sind die Asien-Pazifik-Wochen 2005 ausgeklungen, ist das Asien-Pazifik-Forum Berlin schon mitten in den Vorbereitungen für die Wochen in 2007 mit dem Thema „Asien-Pazifik verändert die Welt“.

Die APW 2007 werden sich nicht einem einzelnen Land sondern den Einflüssen aus der asiatisch-pazifischen Region auf die westliche Welt widmen.

Die Themenschwerpunkte liegen auf Kulturwirtschaft, Infrastruktur und Metropolen-Kooperation.

Im Bereich Kulturwirtschaft/Mode und Design hat Berlin viel zu bieten. Gerade sind die großen Modemessen Premium, Bread & Butter und 5th Floor in Berlin vorüber.

Immer mehr asiatische Marken und Firmen treten auch hier auf, viele der Einkäufer stammen aus Fernost. Japan ist in der Modebranche dort immer noch Vorreiter.

Die Produkte, die in Berlin angeboten werden, sind zum Teil schon in Asien gefertigt oder vorgefertigt. Oft wird nur das Design geliefert, die Produktion wird dann in Asien geordert.

Doch auch asiatische Firmen machen sich den europäischen Vorsprung im Bereich kreativen Designs zu Nutze. Noch sind es einige wenige Firmen, aber es

gibt sie schon. Chinesische Firmen mit eigener Designabteilung in Deutschland. Produktionsstandort: China.

Die einflussreichsten Trendfinder der Branche prophezeien den Niedergang der europäischen Textilbranche, wenn Europa sich nicht auf seine Fähigkeiten und Möglichkeiten konzentriert. Die Aufholjagd ist schon längst in vollem Gange. Es kann nur die Flucht nach vorn helfen. In der Textilwirtschaft heißt das: Einsatz und Erfindung modernster Technologie, um immer wieder neueste, hochwertigere, technisch anspruchsvollere und aufwendigere Stoffe zu produzieren, die ohne spezielle Maschinen und Know-how von asiatischen Produzenten nicht so schnell nachzumachen sind. In Italien hat man die Zeichen der Zeit erkannt. Die Anstrengungen, die dort gemacht werden, sind enorm.

Diese Branche ist nur ein Beispiel für den Wettlauf um Technologieführerschaft. Deutschland und Berlin täte und tut gut daran, diesen Weg weiter zu gehen. ☺

The Asia-Pacific Weeks in Berlin are hardly over, and already the Asia-Pacific Forum Berlin is busy preparing the 2007 Weeks with the title „Asia-Pacific: Changing the world“.

The APW 2007 will not focus on one single country but on the Asia-Pacific region's impact on the Western world. The main focus will be on creative industries, infrastructure, and metropolitan co-operation.

Fashion and design is where Berlin has a great deal to offer. The big Berlin fashion tradeshow „Premium“, „Bread & Butter“, and „5th Floor“ have just ended.

An increasing number of Asian brands and companies participate here. Many of the purchasing agents come from the Far East, where Japan continues to play a leading role in the fashion business.

A number of the products on offer in Berlin have been manufactured completely or partly in Asia. Often, only the design is supplied, the production of the product then being ordered in Asia. Likewise, Asian companies take advantage of Europe being ahead in creative design. Currently, these are few and far between but they exist: Chinese companies having their design department in Germany but doing manufacturing back in China.

The most influential trends of this sector forecast the fall of Europe's textile business should Europe not capitalise on its skills and opportunities. The hunt is on, Europe needs to seek refuge in attack. In the textile industry, this means using and inventing state-of-the-art technologies in order to continuously produce fabrics that are innovative, of higher quality, technologically advanced, and intricate – for the sake of making Asian competitors unable to copy without specialised machines and specific know-how. Italy's textile makers have understood their lesson very well and are making enormous efforts to this end.

This industry is only one example in the race for technological leadership. Germany and Berlin would be clever – and are clever – to continue along this path. ☺

Contact

Asia-Pacific Forum Berlin
c/o Berlin Town Hall
10871 Berlin
Phone: +49 (0)30/90262835
Fax: +49 (0)30/90262845
Sven.Harpering@SKZL.Verwalt-Berlin.de
www.apforum.com

Berliner Sendetechnik für Südkorea

Broadcasting Technology from Berlin for South Korea

Article: Elke Schulze / Jens Stockmann



© Rohde & Schwarz FTK GmbH

Die Rohde & Schwarz FTK GmbH, Berlin stattet das weltweit erste T-DMB-System in Südkorea mit Sendetechnik aus und beliefert dort alle sechs DMB-Provider. Mit DMB werden Fernsehprogramme auf mobile Empfänger wie Funktelefone, Handhelds oder Pocket-PCs übertragen. Die Informationen werden im Format MPEG4-AVC über den digitalen Rundfunk (DAB) ausgesendet.

Im Jahr 2000 begann alles mit dem Besuch einer südkoreanischen Delegation aus Vertretern des Informationsministeriums und des staatlichen Rundfunks, die auf Einladung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums nach Deutschland gekommen war. Eines der Wunscht Themen auf südkoreanischer Seite war der digitale Rundfunk (DAB). Jens Stockmann, Produktmanager von Rohde & Schwarz FTK, erinnert sich: „DAB in Südkorea? Das machte mich neugierig. Der DAB-Standard war in Europa in den achtziger Jahren entwickelt worden und zu diesem Zeitpunkt in Deutschland auf einem Tiefpunkt angelangt. Und nun interessierte sich Südkorea dafür?“

DMB war von Bosch bereits Mitte der neunziger Jahre in Deutschland erprobt worden. Der heimische Erfolg blieb aus, weil die Bedeutung seiner-

zeit nicht erkannt wurde und die Medienlandschaft und Politik für diese neue Technologie noch nicht reif waren. Die Südkoreaner adaptierten diese Idee und entwickelten sie auf der Basis neuer Codierungsverfahren weiter. Das Ergebnis war ein nationaler südkoreanischer Standard T-DMB, der nun sozusagen als Bumerang zurück kam. Jens Stockmann: „Beeindruckend für mich war, mit welcher breiter Unterstützung seitens der südkoreanischen Regierung diese Entwicklung vorangetrieben wurde.“ Der Standard war nahezu fertig, nun sollte ein Testbetrieb DAB in Seoul aufgebaut werden.

Von Anfang an dabei

Da konnten wir helfen, R&S war von Beginn an bei der Einführung von DAB involviert. Erfahrungen wie zum Beispiel mit dem IRT Institut für Rundfunktechnik und der BBC in Großbritannien lagen vor, Geräte sowie Know-how für die gesamte DAB-Übertragungsstrecke waren vorhanden. Mit den T-DMB-Sendern in einem breiten Leistungsspektrum und den flüssiggekühlten Sendern hoher Ausgangsleistungen mit minimalem Platzbedarf stand die richtige Technik bereit.

Rohde & Schwarz FTK GmbH, Berlin, has built the broadcasting equipment for the world's first T-DMB system in South Korea, supplying all six local DMB providers. DMB is the technology used to send television programmes to mobile receivers like mobile phones, handhelds, or pocket PCs. The information is being broadcast in MPEG4-AVC format via digital radio (DAB).

Everything began in 2000 when a South Korean delegation with representatives from the Ministry of Information and the national broadcasting corporation came to Germany, following an invitation by the Bavarian Ministry of Economics. One of the topics of choice for the South Koreans was digital radio (DAB). Jens Stockmann, Product Manager of Rohde & Schwarz FTK, recalls: “DAB in South Korea? That made me curious. The DAB standard had been developed in Europe in the Eighties. At the time of this visit, it had hit rock bottom in Germany. And now South Korea should be interested in it?”

DMB had been tested by Bosch in the mid-Nineties in Germany. Domestically it became a failure, because at the time no one realised the significance of this technology, and the media and politics were not mature enough for it. The South Koreans adapted the idea and

advanced it on the basis of new encoding techniques. The result was a national South Korean standard called T-DMB which now came back like some kind of boomerang. Jens Stockmann: “From my point of view, the broad support for this development from the South Korean government was just impressive.” The standard was really ready; now DAB was to prove its worth in a test run in Seoul.

On board from the beginning

This was the right task for us, as R&S had been involved in DAB since the very start. We also had some practical experience, e.g. with the Institut für Rundfunktechnik and the BBC in Great Britain, plus the technical appliances and the know-how for the entire DAB transmission line. The suitable technical devices were in place: T-DMB emitters in a broad power spectrum and liquid-cooled emitters with high output ratings and minimum required space. Relatively soon afterwards another small delegation, from KBS Korean Broadcasting System, came to see us. We had to learn, though, that South Koreans don't immediately place their bet, but engage in extensive research before making a decision. The delegation

„In unserer Branche ist eine lokale Vertretung vor Ort von besonderer Bedeutung.“ “In our business, a local representation is of special importance.”

Es folgte dann recht schnell der erste Besuch einer kleinen Delegation von KBS Korean Broadcasting System. Wir mussten lernen, dass Südkoreaner nicht sofort auf ein Pferd setzen, sondern erst sehr umfangreich recherchieren. Die Delegation bereiste ganz Europa und kontaktierte eine Reihe von Instituten, Firmen und Netzbetreibern, um sich ein umfassendes Bild von DAB und möglichen Partnern zu machen. Als Zeichen, dass wir gut angekommen waren, werteten wir wenig später einen weiteren Besuch durch KBS. Nun wurde tatsächlich über technische Spezifikationen und Budgets gesprochen.

Kommunikation mit „interkulturellem Vermittler“

Wir hatten mittlerweile unsere südkoreanische R&S-Vertretung personell erweitert und waren nun auch in der Lage, unsere neuen Kunden vor Ort zu betreuen. Es war ein kleiner Wettlauf, die Kompetenz unserer südkoreanischen Kollegen schneller aufzubauen als die unserer Kunden. In unserer Branche ist eine lokale Vertretung vor Ort von besonderer Bedeutung. Ein Rundfunknetzbetreiber, der 24 Stunden on air sein muss, braucht schnelle Kontakte zu einem Ansprechpartner für Support zur Ersatzteilbeschaffung.

Fast noch wichtiger ist ein Partner, der die Sprache und Kultur teilt. Zur Verbesserung der Kommunikation wurde eine Art „interkultureller Vermittler“ engagiert. Ein Mitarbeiter aus Südkorea kam nach Deutschland in unser Team. Wir konnten mit dem Kunden nun in seiner Sprache verhandeln. Er fühlte sich besser aufgehoben und alles ging einen Gang schneller.

Nach der erfolgreichen Testphase fiel in Südkorea die Entscheidung für den Netzausbau. Die erste Ausbaustufe war die Region Seoul. Dafür bestellte KBS flüssiggekühlte T-DMB-Sendesysteme mit einer Ausgangsleistung von 1,4 kW und 2,3 kW. Weiter Sender mit Luft- und Flüssigkühlung wurden für SBS Seoul Broadcasting System, YTN, KMMB

und MBC geliefert. Die DMB-Anlagen wurden vor Ort von von sehr kompetentem Fachpersonal aufgebaut. Die Supervision von Rohde & Schwarz war eigentlich gar nicht erforderlich.

Straffe Zeitpläne, umfassende Kundenbetreuung

Die Geschäftsabwicklung erfolgte auf hohem Niveau. Straffe Terminplanung, wie wir sie eigentlich uns Deutschen gern anheften, ist dort an der Tagesordnung. Verzögerungen werden wenig toleriert, es muss alles sehr schnell gehen. Schriftliche Abmachungen haben einen hohen Stellenwert. Wir haben während unseren fünfjährigen Geschäftsbeziehungen mit Südkorea gelernt, dass sich das Geschäftsverhalten von unserem europäischen unterscheidet. Eine wichtige Rolle spielt der Aufbau eines Vertrauensverhältnisses zum Kunden sowie eine stetige Kundenbetreuung vor Ort. Mit großem Einfühlungsvermögen sollten die Wünsche der Kunden erkannt und umgesetzt werden.

Wir haben viele Erfahrungen gesammelt, um uns auf diesen Markt einzustellen. Das Geschäft mit Südkorea hat uns auf dem asiatischen Markt ein großes Stück vorangebracht.

Der Elektronikkonzern Rohde & Schwarz ist ein führender Anbieter von technischen Lösungen für Messtechnik, Rundfunktendetechnik, Funküberwachung und -ortung sowie einsatzkritische Funkkommunikation. Vor mehr als 70 Jahren gegründet ist das Unternehmen mit seinen Dienstleistungen und einem engmaschigen Servicenetz in über 70 Ländern der Welt präsent. Die Tochterfirma Rohde & Schwarz FTK GmbH mit 80 Beschäftigten in Berlin ist auf Hörfunktendetechnik, Datacasting sowie Entwicklungsdienstleistungen spezialisiert. ☉

travelled through all of Europe and contacted a number of institutes, firms, and network providers in order to get a complete picture of DAB and possible partners. Another visit from the KBS people was a hint for us that we had made a good first impression. Then we really got down to talking about technical specifications and budgets.

Communication via an “intercultural mediator”

In the meantime we had added some more staff to our R&S representation in South Korea and had then enough people there to deal with our new customer on location. Building the competence of our colleagues in South Korea faster than that of our customer's was quite a challenge. In our business, a local representation is of special importance. A broadcasting station is on air 24 hours a day and needs a contact person that can be reached quickly in order to provide support and supply spare parts.

Almost more important is a partner that speaks the language and knows the culture. We hired someone as an “intercultural mediator” to improve communications with our customer. One of our colleagues in South Korea joined our team in Germany. We could now negotiate with the customer in their language. They felt better taken care of; the process shifted into the next gear.

After successfully completing the test run, South Korea decided in favour of a large-scale network. The initial expansion stage was the Seoul area. For this purpose, KBS ordered liquid-cooled T-DMB broadcasting systems with an output rating of 1.4 kW and 2.3 kW respectively. More emitters with air and liquid cooling were supplied to SBS Seoul Broadcasting System, YTN, KMMB, and MBC. These DMB systems were installed on location by very competent specialised staff. The supervision

provided by Rohde & Schwarz was in fact not really required at all.

Tight timelines, comprehensive customer care

The business transactions were executed in a very sophisticated manner. Tight time schedules, something that the Germans think they have invented, are quite normal there. Delays are not easily accepted, everything has to happen very quickly. Written agreements are truly significant. During the five years of doing business with South Korean partners we have learned that the business culture there is quite different from the European way of doing things. Building a trustful relationship with a customer and constant customer service on location are very important. The needs of the customers must be recognised and addressed with great empathy.

We have had to collect a great deal of experience in order to be properly prepared for this market. The deal with South Korea has put us in a much better position in the Asian market.

The Rohde & Schwarz group of electronics companies is a leading supplier of technical solutions for measurement technology, sound broadcasting technology, radio surveillance and locating as well as radio communication under critical conditions. Founded more than 70 years ago, the corporation offers its services and a tightly meshed service network in more than 70 countries worldwide. The subsidiary Rohde & Schwarz FTK GmbH, Berlin, with 80 employees is specialising in sound broadcasting technology, datacasting and engineering development services. ☉

Contact

Rohde & Schwarz FTK GmbH
 Wendenschloßstraße 168
 12557 Berlin
 Phone: +49 (0)30/65891132
 Fax: +49 (0)30/65550221
 Elke.Schulze@ftkrohde-schwarz.com
 www.rohde-schwarz.com

Förderprogramme für Asien EU Aid Programmes in Asia

Article: Anke Wiegand

EU consultant at the Euro Info Centre (ERIC BERLIN)



Die Beziehungen der EU zu Asien beruhen auf einem Strategierahmen für vertiefte Partnerschaft, der seit September 2001 die Grundlage für die Beziehungen Europas zu dem vielgestaltigen Kontinent bildet. Einen besonderen Stellenwert nehmen dabei die Länder Südasiens ein. Die wirtschaftlichen Impulse dieser Region verleihen auch der Ausgestaltung des Verhältnisses zur EU besondere Dynamik. Neben dem weiteren Ausbau der Handels- und Investitionsbeziehungen stehen insbesondere Fragen der regionalen Stabilität, der Armutsbekämpfung und die Stärkung der gegenseitigen Verständigung zwischen Europa und Asien auf der Prioritätenliste der gemeinsamen Themen.

Korea, das Schwerpunktland der diesjährigen Asien-Pazifik Wochen, und die EU arbeiten auf der Grundlage eines bilateralen Kooperationsabkommens in zahlreichen Gebieten zusammen. Bilaterale Kooperationsabkommen bestehen mit zahlreichen weiteren Ländern Asiens, wobei sich die finanzielle Unterstützung der EU an deren Bedarfssituation orientiert.

Für die regionale Zusammenarbeit mit Asien stellt die EU allein in den Jahren 2005 und 2006 fast 100 Mio EUR zur Verfügung, die vor allem in den folgenden Programmen zum Einsatz kommen:

→ Asia Invest: Dieses Programm unterstützt den Handels- und Wirtschaftsaustausch zwischen der EU und Asien zum Beispiel durch Veranstaltungen zur Anbahnung von Geschäftskooperationen.

→ Asia Pro Eco II: Das Programm für die Zusammenarbeit in Umweltfragen unterstützt Vorschläge zur Lösung von dringenden Umweltproblemen in urbanen Gebieten.

→ Asia Link: Dieses Programm zielt darauf ab, bestehende Partnerschaften im Bereich der Hochschulbildung zu stärken und die Entstehung neuer Netzwerke und Kompetenz-Cluster zu fördern.

Die Beantragung von Projekten ist in den Asienprogrammen der EU vorwiegend als Reaktion auf Aufrufe zur Einreichung von Vorschlägen möglich, die von der EU-Kommission im Amtsblatt der EU (Reihe C) veröffentlicht werden. Dabei sollten die Antragsteller bestimmte Voraussetzungen mitbringen: Bereits vorhandene EU-Erfahrungen oder Referenzprojekte, eine detaillierte Kenntnis der Bedarfssituation in Asien und die Zusammenarbeit mit asiatischen Partnern sind entscheidend für die erfolgreiche Teilnahme an EU-Projekten in Asien. ☉

Relations between the EU and Asia rest on a strategic framework for enhanced partnerships that has formed the basis of Europe's relations with the multifaceted continent since September 2001. The countries of Southeast Asia play a key role in this. The economic impulses of this region also shape relations with the EU in a very particular way. In addition to the ongoing expansion of trade and industrial ties, questions of regional stability, the battle against poverty, and the strengthening of mutual understanding between Europe and Asia dominate the list of common priorities in particular.

Korea – the focus of this year's Asia-Pacific Weeks – and the EU are working together in many fields on the basis of a bilateral cooperation agreement. Bilateral cooperation agreements have also been signed with many other Asian countries, although the level of EU financial support is based on individual needs.

In 2005 and 2006 alone the EU is setting aside nearly 100 million EUR for regional cooperation with Asia, aid that will mainly be handed out within the following programmes:

→ Asia Invest: This programme supports trade and business exchange between the EU and Asia through e.g. business-to-business matchmaking events.

→ Asia Pro Eco II: This programme for cooperation on environmental issues supports proposals for solutions to pressing environmental problems in urban areas.

→ Asia-Link: This programme is designed to reinforce existing partnerships between higher education institutions and promote the development of new networks and skills clusters.

Applications for funding for projects within the EU's Asian programmes are primarily made in response to calls for proposals published by the European Commission in the Official Journal (C series). Applicants must meet certain requirements. Previous experience of the EU or reference projects, detailed knowledge of the needs in Asia, and cooperation with Asian partners are decisive factors in determining successful participation in EU projects in Asia. ☉

Contact

**Euro Info Centre , ERIC Berlin
Berlin Partner GmbH**

Fasanenstraße 85
10623 Berlin

Phone: +49 (0)30/39980281
anke.wiegand@berlin-partner.de
www.berlin-partner.de

Impressum Imprint Asia in Berlin

Herausgeber Publisher
Asia-Pacific Forum Berlin
c/o Berlin Town Hall
10871 Berlin
Sven.Harpering@SKZL.Verwalt-Berlin.de
www.apforum.com

Redaktion Editorial Staff
(V.i.S.d.P.)
local global GmbH
Marienstraße 5
70178 Stuttgart
ziegenhagen@localglobal.de
www.localglobal.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung der Autoren wieder, nicht aber unbedingt die des Herausgebers.

Articles identified by name reflect the opinion of the authors, not necessarily those of the publisher.

Schutz geistigen Eigentums in China Protection of intellectual property in China

If You Can Make It, They Can Fake It!

Article: Klaus Koehler

Managing Director, Klako Group

Dies ist ein gebräuchlicher Satz in China, in einem Land, in dem allein durch Missachtung von Urheberrechten, Markenzeichen, Patenten und anderen Arten geistigen Eigentumsmissbrauchs Schaden in Höhe von schätzungsweise 24 Mrd USD pro Jahr entsteht. Die Bedeutung des geistigen Eigentumsschutzes für ausländische Investoren nimmt daher stetig zu.

Viele Unternehmer fragen sich, ob es ihnen auch weiterhin möglich ist, in China Geschäfte zu machen, ohne die Firma einem langwierigen und unangenehmen Rechtsstreit über geistige Eigentumsrechte auszusetzen. Fälschungen, sei es in Form von Software, Musik, Autos oder anderen Produkten, sind weltweit erhältlich. Zwei Drittel aller Plagiate stammen dabei aus China. Allein im Jahr 2004 beschlagnahmten die chinesischen Behörden 85 Millionen nachgemachte Produkte. Dabei erschwert die zunehmende Qualität der raubkopierten Produkte ihre Entlarvung als solche, was nicht zuletzt den Wettbewerb für ausländische Unternehmen nachhaltig verzerrt. Gemäß der Internationalen Zollorganisation (Worlds Customs Organization – WCO) nehmen gefälschte Produkte fünf bis sieben Prozent des weltweiten Warenhandels ein, was für das Jahr 2004 Umsatzeinbußen in einer Größenordnung von etwa 512 Mrd USD bedeutete. Für chinesische Hersteller hingegen stellt die Produktpiraterie eine gewinnbringende Strategie dar, die ihnen mangels Ausgaben für Markenbildung, Werbung, Forschung und Entwicklung nahezu direkte Gewinne liefert.

Die Haltung der chinesischen Regierung ist zwiespältig: Obgleich Raubkopien illegal sind, betrug der hierdurch erzielte Umsatz im Jahr 2004 immerhin fast acht Prozent des Bruttoinlandsprodukts. Weiterhin werden durch die Imitateproduktion in China Millionen von regionalen Arbeitsplätzen geschaffen sowie beachtliche Umsätze und Steuereinnahmen generiert.

Der Durchschnittsbürger findet Raubkopien ethisch nicht verwerflich

Überdies sieht der chinesische Durchschnittsbürger das Raubkopieren, im Gegensatz zum herkömmlichen Diebstahl, nicht als ethisch verwerflich an. Ein weiterer Grund für den inkonsequenten Umgang mit Urheberrechtsmissbrauch in China ist die direkte beziehungsweise indirekte Behördenbeteiligung. So ist auch zu verstehen, dass Marktschließungen der Behörden in Form von Einnahmeeinbußen gleichermaßen empfindlich treffen. Die chinesische Regierung versucht zwar mittlerweile, den florierenden Imitatehandel durch massiveres Durchgreifen einzudämmen, doch ist dies schwierig, da der schnelle Transfer von Know-how und die Nutzung billiger Arbeitskräfte insgesamt Konsequenzen der Globalisierung sind. Hinzu kommt, dass sich die Qualität der Imitate in manchen Bereichen dermaßen verfeinert hat, dass Original und Fälschung teilweise nur unter Zuhilfenahme wissenschaftlicher Unterstützung zu unterscheiden sind. Shanghai Mitsubishi Elevator Co. Ltd. gelang es beispielsweise nur dadurch, einen nachgemachten Aufzug zu entdecken, weil der Gebäudebesitzer von Mitsubishi einen Wartungsvertrag anforderte. ►

This is a common phrase used in China. The counterfeiting business accounts for approximately USD 24 billion in lost sales per year. Intellectual property rights is therefore an important issue for many foreign investors.

Many companies are concerned about intellectual property rights (IPR) issues. One of their many concerns is whether they should still do business in China without exposing their company to an intellectual property nightmare? While counterfeit products is a worldwide issue, it is most recognised in China, which is home to two-thirds of the world's fake and pirated goods. In 2004, China confiscated 85 million counterfeit publications, from books and movies to computer discs. The problem is that lately it has become more difficult to spot the fakes, causing a serious competitive threat to foreign companies. According to the World Customs Organization (WCO), counterfeiting accounts for five to seven per cent of global merchandise trade, equivalent to lost sales of as much as an estimated USD 512 billion in 2004. For the Chinese, pirating goods, manufacturing knock-offs and violating intellectual property rights is

a winning strategy as it allows them to save costs on brand building, advertising and R&D, leading directly into profit-making.

Although counterfeiting is illegal, the Chinese government is in a predicament because, to put it simply, fakes have been and continue to be good for the economy. Estimates indicate that in 2004, counterfeit products accounted for nearly eight per cent of the nation's Gross Domestic Product (GDP). Furthermore, the profits earned from counterfeiting and violations of intellectual property rights are critical to local economies. Counterfeiting absorbs large numbers of workers, generates substantial revenues and provides tax revenues.

Copying technologies is not seen as ethically wrong

The Chinese have a tendency to borrow, not steal, and copying technologies is not seen as ethically wrong. An important reason for the continuous problem in counterfeiting is that local governments are both directly and indirectly involved in the counterfeiting trade. Shutting down markets would also result in a direct loss of revenue for the local governments. However, the Chinese government is taking things more seriously. It is difficult to slow down or even prevent IPR infringements as the whole process of counterfeiting is a consequence of globalisation itself. As a result, many fakes are so good that even companies require forensic scientists to distinguish whether the goods are fake or not. For instance, Shanghai Mitsubishi Elevator Co. Ltd. discovered ►



© Robert Lincol, stock.xchng

▼ Ebenfalls auf die hohe Imitationsqualität ist es zurückzuführen, dass immer mehr Raubkopien exportiert werden. Dem Zoll in Shanghai gelang es trotzdem bei einer Fracht mit Motorrädern, die auf dem Gehäuse mit der Marke Honling versehen waren, unter den Gehäuseaufklebern den eingravierten Namen der Marke Yamaha zu entdecken. Fälscher zu finden ist keine schwierige Aufgabe, da viele Verkaufsorte touristische Anziehungspunkte sind und Imitate reihenweise auf offenen Märkten oder in Einkaufszentren angeboten werden. Während die Gewinne der Fälscher stetig steigen, geben Konzerne immer größere Summen aus, um genau dies zu unterbinden. Beispielsweise investierte LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton im Jahr 2004 insgesamt 16 Mio USD in Untersuchungen, Razzien und Patentschutz, während andere bekannte Markenunternehmen wie GM weltweit sieben und Pfizer asienweit fünf Inspektoren zur Aufdeckung von Produktpiraterie beschäftigen. Die Kooperation mit der chinesischen Seite ist eine der größten Herausforderungen. Doch längst nicht alle Fälle von Markenpiraterie stoßen bei den chinesischen Behörden auf taube Ohren. Vor allem wenn regionale Firmen vom Ur-

heberrechtsmissbrauch betroffen sind, greifen die verantwortlichen Behörden streng durch. So wurde der Verursacher gefälschten Milchpulvers zu acht Jahren Haft verurteilt, als 15 Kinder im Jahr 2004 nach dem Verzehr dieses – mit minderwertige Zutaten kopierten – Produkts starben. Die Reaktion der Behörden fällt hingegen weit weniger harsch und grundsätzlich in Form einer Geldstrafe aus, wenn es sich bei dem Geschädigten um ein ausländisches Unternehmen handelt. Dennoch kam es vereinzelt und vor allem in Fällen massiver Wiederholungstäterschaft gleichwohl vor, dass statt Geld- eine Haftstrafe verhängt wurde.

Die Vermeidung von Verletzungen geistigen Eigentums ist schwierig

Lösungen, die das intellektuelle Eigentum in China angemessen schützen, sind komplex und daher keinesfalls einfach. Empfehlenswert ist es in jedem Fall, Patente, Markenschutz oder Handelsmarken für die Produkte zu erlangen. Darüber hinaus ist die Zusammenarbeit mit Agenturen, die mit der Problematik der Intellectual Property Rights (IPR) in China vertraut sind, ebenso unerlässlich wie die Entwicklung von Geschäftsstrategien, die das

IP-Risiko ausreichend thematisieren.

Eine der Mindestanforderungen an den Schutz geistigen Eigentums ist es also, sicherzustellen, dass der Eintrag von Patenten und Handelsmarken in Übereinstimmung mit den inländischen Gesetzesanforderungen erfolgt. Die rechtlichen Vorgaben unterscheiden sich in einigen Gebieten von allgemein anerkannten Grundsätzen. So ist es nach chinesischem Recht durchaus zulässig, ohne grundlegende detaillierte Untersuchung, Patente auf der Basis von Gebrauchsmustern und Designs zu gewähren, obwohl eine solche Untersuchung gemeinhin als Merkmal für Patentanträge gilt. Zudem sollte man sich vor der in China vorherrschenden, so genannten „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“-Regel schützen. Dieser Grundsatz erlaubt es zuerst lokalen Unternehmen, Markennamen registrieren zu lassen, um so entweder Fälschungen zu produzieren oder die Konzerne später finanziell zu erpressen. Durch diese Maßnahmen überwinden Träger intellektueller Eigentumsrechte im Falle einer Urheberrechtsverletzung eine weitere Hürde. Im Falle eines gerichtlichen Vorgehens bedarf es dreier Dokumente. Die benötigten Unterlagen beinhalten den Beweis der geisti-

gen Eigentumsrechtsmissachtung, die Vollmacht eines Anwalts und das Registrierungszertifikat. Für Unternehmen ist daher der Kontakt zu folgenden IPR-Strafverfolgungsbehörden unentbehrlich:

- Administration of Industry and Commerce (AIC)
- Administration for Quality Supervision, Inspection and Quarantine
- General Administration of Customs
- Public Security Bureau

Welche der vier Behörden bei einer IPR-Verletzung zu kontaktieren ist, hängt vom jeweiligen Einzelfall ab. Besteht beispielsweise die starke Vermutung, dass gefälschte Produkte exportiert werden, ist es am effektivsten, sich mit den Zollbehörden in Verbindung zu setzen. Besitzt ein Lieferant Imitate, ist die AIC zuständig.

Seitdem das Rechtssystem für Handelsmarken im vergangenen Jahr nachgebessert wurde und zusätzlich das Markenbewusstsein in der Öffentlichkeit gestiegen ist, ist eine Zunahme der Registrierungen für Markennamen festzustellen. So lag ihre Anzahl im Jahr 2004 mit 588.000 bereits ein Drittel über dem Vorjahreswert.

Noch im gleichen Jahr konfiszierte und vernichtete die AIC 38.951.800 illegale Markenlogos, 280.000 Werkzeuge, wie zum Beispiel Druckplatten, sowie insgesamt 5.683,53 Tonnen Gegenstände, die dem Missbrauch geistiger Eigentumsrechte dienten. Außerdem wurden 96 Fälle, an denen insgesamt 82 Personen beteiligt waren, zwecks strafrechtlicher Verfolgung an die entsprechenden Organe weitergeleitet.

Für ausländische Unternehmen, die sich auf dem chinesischen Markt positionieren und etablieren möchten, ist es unerlässlich, alle geeigneten Vorsichtsmaßnahmen gegen mögliche IPR-Verletzungen zu treffen. Auch wenn die Registrierung der Patente und Handelsmarken noch keinen allumfassenden Schutz garantiert, ist dies dennoch ein wichtiger Schritt. ☉

2004 beschlagnahmten die Behörden in China 85 Millionen kopierte Produkte. In 2004, China confiscated 85 million counterfeit products.

▼
a counterfeit elevator after a building owner asked the company for a maintenance contract.

Due to the high quality of fakes they can even be exported. For example, Shanghai customs officials were inspecting a Dubai-bound shipment of motorcycles labeled with the brand name Honling. When the inspectors peeled back stickers on the machines, they found Yamaha engraved on the casting.

It is easy to find the counterfeiters. Many markets are tourist hotspots, and indoor or outdoor shopping markets offer row upon row of faked products. While the counterfeiters are piling up on profits, the multinationals are spending ever more on stopping them. LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton for example, spent USD 16 million in 2004 on investigations, busts and legal fees. GM has seven full-time investigators around the globe and Pfizer has five people working in Asia alone.

The biggest challenge is getting cooperation from China. For years the Chinese have always turned a blind eye, except when it concerned local companies. In 2004, 15 infants died from phony milk powder. The ringleader was sentenced to eight years in prison. The reaction of the authorities is however much less harsh and in principle

limited to a fine, if the aggrieved is a foreign company. In isolated instances and especially if a serial offender is concerned, a prison term may be imposed instead of a fine.

Protecting intellectual property in China is difficult

There is no single or simple solution to protecting intellectual property in China. The ideal checklist includes obtaining comprehensive local protection in the form of patents, copyrights or trademarks for the products, lobbying with the growing number of protection agencies, and developing sensible business strategies that take IP risk into account.

A minimum requirement for protecting intellectual property is to ensure that your patents, copyrights and trademarks are registered in conformity with China's domestic legal requirements, which differ in a few important areas from commonly accepted norms. For example, Chinese law allows patents to be granted on the basis of utility model and of design. Neither requires the detailed substantive examination that is generally regarded as the hallmark of patent applications. But both must be done to protect your rights. Also understand and protect yourself against the first-to-file rule in China. The rule means

the same trademark can be filed by a local company either for use in counterfeiting or as a tactic to squeeze a multinational for cash.

By doing this, IPR owners remove a procedural obstacle if legal action becomes necessary because enforcing copyright infringement requires proof in three forms – evidence of IPR infringement, a power of attorney (providing the applicant with the right to request such action on behalf of the multinational corporation) and the registration certificate. Companies that have been in China for some time know the importance of developing relationships with the four main enforcement agencies that oversee IPR infringements:

- Administration of Industry and Commerce (AIC)
- Administration for Quality Supervision, Inspection and Quarantine
- General Administration of Customs
- The Public Security Bureau

Determining which agency to turn to when there is an IPR violation depends on the circumstances.

For example, if counterfeit goods are being exported, contact the customs agency, if a distributor is carrying counterfeit goods, the AIC is supposed to take action.

About the Author

Klaus Koehler
Managing Director, Klako Group
info@klako.com

As improvements are made in the legal system concerning trademarks and as the general public's awareness about trademarks is heightened, applications for trademark registration in China have increased. In 2004, 588,000 applications were filed for trademark registration – 136,000 more than the previous year – and an increase of 30 per cent.

The AIC confiscated and disposed of 38,951,800 pieces of illegal trademark logos, confiscated 280,000 tools such as molds or press plates used for the infringement and confiscated and destroyed 5,638.53 tons of items that had been used for the infringement. It transferred to judicial organs 96 cases involving 82 people to pursue their criminal responsibilities.

Foreign companies who decide to establish their entity in China should take all precautions to avoid possible IPR infringements. If the companies register all their patents and trademarks, it does not necessarily mean they are safe but it is a step forward to being protected. ☉

Anzeige

Kontakt

Wir sind offizielle Mitglieds-Reiseagentur des Asien-Pazifik-Forum Berlin. Natürlich mit besonderem Know-How und besonderen Angeboten für die Asien-Pazifik-Region.

Sowohl für Ihre Geschäfts- als auch Urlaubsreise.

DERPART
Regionaldirektion Berlin
Steffen Butzko
Tel.: + 49 (0) 30 353 953 21
Fax: + 49 (0) 30 333 40 49
steffen.butzko@derpart.de

www.dts24.de
www.derpart24.de

Und? Wir sind einer der Größten. Und Besten. Testen Sie's.



ARAIA COMPASS

Taiwan - Key Sourcing Facts

ARAIA GmbH

Theatinerstraße 14

80333 Munich

Germany

Phone: +49 (0)89/52304130

Fax: +49 (0) 89/52304139

Amsterdam · Ankara · Barcelona · Chicago · Cologne · Hamburg · London · Los Angeles · Madrid · Milan · Mumbai · Munich · Paris · Seoul · Shanghai · Tokyo · Tunis · Vienna · Warsaw · Zurich

Taiwan Taiwan

Key Facts

Capital: Taipei

Population: 22,89 million (plus 0.4 per cent in 2004)

Area: 35.980 km² (~ 1/10 of Germany)

GDP share of export: 30 per cent

Main industrial areas: Hsinchu Science Park, Tainan Science Park

Business Languages: Chinese, English



Political Background

In 1895, military defeat forced China to cede Taiwan to Japan. Taiwan reverted to Chinese control after World War II. Following the Communist victory on the mainland in 1949, two million Nationalists fled to Taiwan and established a government using the 1946 constitution drawn up for all parts of China. Over the next five decades, the ruling authorities gradually democratized and incorporated the native population within the governing structure. In 2000, Taiwan underwent its first peaceful transfer of power from the Nationalist to the Democratic Progressive Party. Throughout this period, the island prospered and became one of East Asia's economic „Tigers“. The dominant political issues continue to influence the relationship between Taiwan and China – specifically the question of eventual unification – as well as domestic political and economical reforms.

Natural resources

small deposits of coal, natural gas, limestone, marble, and asbestos

Core competences

electronics, petroleum refining, armaments, chemicals, textiles, iron and steel processing, machinery, food processing, consumer products, pharmaceuticals

Main Export partners

China, including Hong Kong	37%
US	16%
Japan	7.7%
Singapore	3.7%
Korea (Rep.)	3.2%
Germany	2.5%
Hong Kong (2004)	7.2%

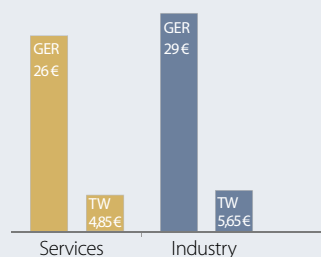
Infrastructure

- International Airports: Chiang Kai-shek (CKS) International Airport at Taoyuan, Kaohsiung International Airport
- Main harbors: Chi-lung (Keelung), Hua-lien, Kao-hsiung, Suao, Tai-chung

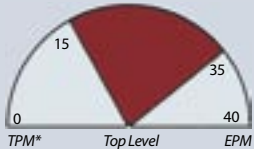
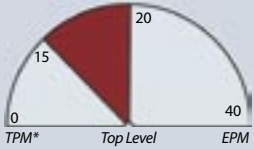
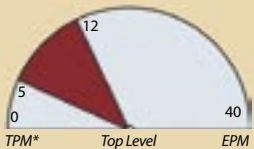
Main industries

- Information Technology, Textiles, Petrochemicals, Semiconductors, Flat-panel Displays, Biotechnology & Pharmaceuticals, Digital Content

Salary per hour



Wages/Month	1,000 EUR
Unemployment rate	4.4%

Commodity	Technology	Competitive advantage/ disadvantage in EPM*	Relative EPM Savings potential (in %)
Machine building	Design Sheet metals Machined parts Assembly Hydraulics/Pneumatics Motion & Control	+ Know-how/Experience Good supply chain Long time experience Good vertical production range - Labour Cost	
TFT/PDP Displays	Liquid crystal displays Plasma displays	+ Strong production capabilities Strong Experience Cheaper labour costs compared to South Korea	
Hand Workshop Tools	Forging Milling Hardening Grinding Assembly	+ Experience in low cost and high tech tools Optimized vertical range of production - Raw material supply, labour costs	
Plastic parts	Injection molding Blow molding	+ Good Equipment Knowledge of different raw materials Possibility of mid to low quantities batches - Compared high fixed costs	

* EPM: Emerging Procurement Markets, TPM: Traditional Procurement Markets

SWOT Analysis Taiwan

Strengths

- Knowledge & experience in industrial and high technological products
- Good reputation regarding IT-Hardware
- Qualitative high-value goods
- Member of WTO (World Trade Organisation)
- Good land, sea and air connections, good infrastructure

Opportunities

- Growing economical achievement because of the good business environment
- Fast specialization because of a high educational level
- Deregulation tends to an increasing competition
- R&D intensive activities

Weakness

- No own raw materials
- Relatively high wage level compared to other Asian countries
- High degree of government influence (instructions/barriers)

Threats

- Political background with PR of China
- No longer financial assistance from USA and Japan
- Corruption and informal markets "Guanxi"
- Cost advantage has decreasing tendency
- IP protection not always reliable

ARAIA Compass Taiwan

Sourcing Process

- Many small to medium sized enterprises (varies with needed product)
- Supplier market from outside view non transparent
- Inside the market transparency is high
- Need for personal contact and communication
- Time for building up relationship is advised

Audit

- Time for audit preparation is comparably low
- More than one meeting supports project success
- Often need for auditing outsourced prefabrication facilities as well
- All suppliers within Taiwan can be easily reached

Tendering

- Need for good documentation and description of RFQ documents
- Before giving confidential data NDA is strongly recommended
- European standards are known and accepted

Cultural Insight

- Need for cultural respect, although western traditions are mostly common
- Only few communication problems

Standort Taiwan Location Taiwan

„Taiwan bietet im IT-Bereich alles“ “Taiwan Offers Everything in IT”

Interview: Stefan Brunner

Aufgrund der geringen kulturellen Unterschiede zu China waren die taiwanesischen Firmen die ersten, die vor einigen Jahren begannen, ihre arbeitsintensive Produktion auf das Festland zu verlagern. Heute konzentrieren sich die Unternehmen auf wissensbasierte Bereiche, insbesondere im starken IT-Sektor der Insel. „Einkäufer aus dieser Branche finden hier alles, was sie suchen“, sagt Mindy Hung, Country Managerin bei der Coface Taiwan.

Anfangs der neunziger Jahre begannen viele taiwanesischen Firmen, die arbeitsintensiven Teile ihrer Produktion in die benachbarte Volksrepublik zu verlagern. Welche Stufe der Mehrwert-Leiter hat Taiwan denn inzwischen erklommen?

Taiwan verlagert seine Aufmerksamkeit weg von der arbeitsintensiven Produktion und hin zu wissens- und dienstleistungsbasierten Branchen. Dadurch behält es seine hohen Marktanteile in den Bereichen Telekommunikation und Elektronik, weil es bei den Preisen und der Produktqualität Vorteile hat. Darüber hinaus sind Unternehmen aus Taiwan nicht mehr nur OEMs (Original Equipment Manufacturer), sondern entwickeln sich weiter zu ODMs (Original Design Manufacturer) oder sogar zu OBMs (Original Brand Manufacturer), die eigene Markenprodukte hervorbringen wie zum Beispiel Acer oder BenQ. Sie gehen auf neue Emerging Markets wie Indien, um den Markenwert zu erhöhen.

Die Wirtschaftskraft Taiwans stützt sich vor allem auf seinen starken Bereich der

Informations- und Kommunikationstechnologie. Welche Produkte locken Einkäufer aus anderen Ländern an?

Taiwans IT-Bereich hat mit der Herstellung von Halbleiterwafern und Computerhardware angefangen. Dies war der Ausgangspunkt für den Erwerb des gesamten Fachwissens und der Produktionstechnologien. Heutzutage produzieren taiwanesischen Firmen alle Arten von Komponenten, Zubehör oder Ausrüstungen für Computer, Telekommunikations- und elektronische Geräte wie zum Beispiel PDAs, Mobiltelefone, PCs oder LEDs. Ausländische Einkäufer können Taiwan als eine vollständige IT-Wertschöpfungskette betrachten. Sie finden dort sämtliche Produkte, die sie kaufen wollen, auf ganz einfache Weise.

Gibt es andere Bereiche, in denen sich ein Engagement lohnt?

In den vergangenen Jahren hat die Regierung die Entwicklung weiterer Bereiche und entsprechende Investitionen forciert, zum Beispiel Nanotechnologie, Information Service, Digital Content, Computersoftware oder Bank- und Finanzdienste. Zusätzlich unterstützt die Regierung die Einrichtung von Gründerzentren, um damit den bestehenden Industriezweigen und den kleinen und mittleren Unternehmen unter die Arme zu greifen und ihnen neuen Schwung zu verleihen.

Für wen ist Taiwan als Unternehmensstandort interessant? Befinden sich Verkehrs- und Dienstleistungsinfrastrukturen auf internationalem Niveau?

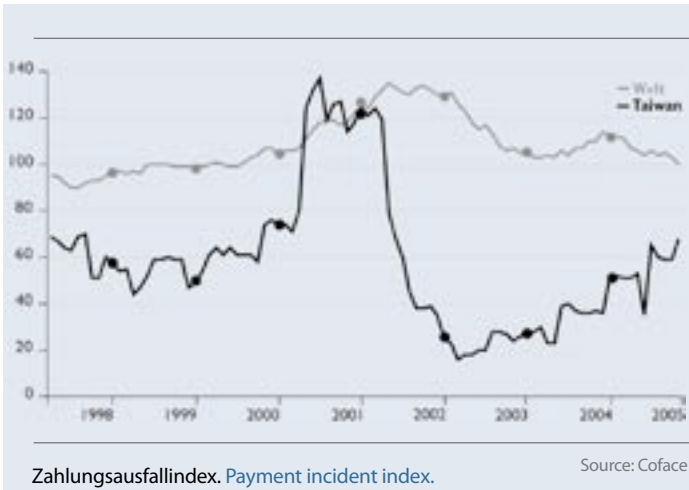


„Die taiwanesischen Unternehmen entwickeln sich von OEMs zu ODMs oder sogar zu OBMs weiter“, sagt Mindy Hung. „Taiwanese enterprises start to change from OEMs to ODMs, even OBMs“, says Mindy Hung.

Due to only minor cultural differences with China, Taiwanese companies were the first to start relocating labour-intensive manufacturing activities to mainland China. Today, enterprises focus on knowledge-based areas, especially in the island's strong IT sector. „Buyers from this industry find everything here that they need“, says Mindy Hung, Country Manager Coface Taiwan.

At the beginning of the nineties many Taiwanese companies began to shift their labour-intensive production to the neighbouring People's Republic. Which stage of the added value ladder has Taiwan reached by now?

Taiwan shifts its focus from labor-intensive production to knowledge-based and service driven industries. In doing so it maintains the leadership of market shares in the telecommunication and electronics sector thanks to the advantage of pricing and product quality. Moreover, Taiwanese enterprises start to change from Original Equipment Manufacturers to Original Design Manufacturers, even Original Brand Manufacturers by creating own brand products such as Acer, BenQ. They enter new emerging markets like India to enhance the brand equity.



Hochqualifizierte Menschen mit Unternehmerteilgeist, einem Gespür für zukunftssträchtige Innovationen, Marktorientierung und wirtschaftlicher Flexibilität zählen zu den Faktoren, die sicherlich zur hohen Wettbewerbsfähigkeit Taiwans beitragen. Darüber hinaus hat die Regierung viel in die Infrastruktur investiert. Nehmen Sie beispielsweise Taipei, wo sich die Menschen seit Dezember 2005 überall problemlos in das Internet einloggen können, weil die Regierung in der Stadt das weltgrößte WLAN aufgebaut hat. Taipei ist auch eine Transportdrehscheibe mit Verbindungen zu anderen Städten auf der Insel und in Asien. Aus politischer Sicht begrüßt Taiwan Investoren aus dem Ausland und unterstützt Investitionen in verschiedenen Industriezweigen. Für Investitionen sowie für Ausgaben in den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie Mitarbeiterschulung wurden sowohl steuerliche als auch steuerunabhängige Anreize geschaffen und Kredite mit Vorzugszinsen bereitgestellt.

In der Vergangenheit gab der taiwanische Bankensektor Anlass zur Besorgnis. Es verlautete, dass zu viele Institute auf dem Markt seien, die darüber hinaus auch mit hohen Schulden zu kämpfen hätten. Wie weit ist die Konsolidierung bislang vorangeschritten?

Es gab tatsächlich einen Zeitraum, in dem viele Finanzinstitute hoch verschuldet waren. In den vergangenen Jahren hat die Regierung Maßnahmen zur Reform des einheimischen Finanzmarktes, wie die Reduzierung der

Anzahl der Banken, Abschreibungsmöglichkeiten für notleidende Kredite für einheimische Banken sowie das Inkrafttreten eines neuen Gesetzes zu Finanzholdings, umgesetzt. Basierend auf den neuesten Zahlen der Financial Supervisory Commission haben 39 der insgesamt 47 einheimischen Bankinstitute den Anteil der notleidenden Kredite am Gesamtkreditvolumen auf unter fünf Prozent gedrückt, 18 konnten bereits den Wert von 2,5 Prozent unterschreiten.

Wie können Firmen, die mit Unternehmen in Taiwan in geschäftlichen Verbindungen stehen, ihre Risiken absichern? Und was verlangen andererseits Taiwans Lieferanten von Ihren Kunden? Jeder, der im internationalen Handel aktiv ist, sollte grundsätzlich eine Art Kreditwirtschaftssystem betreiben, um seine Handelsrisiken abzusichern. Bei neuen Kunden ist es erforderlich, diese zu überprüfen und vorsichtig mit der Kreditlinie umzugehen. Eine Zahlungsausfallversicherung kann auf jeden Fall gegen das Risiko der Nichtbezahlung schützen, falls Sie bei großen Transaktionen in Vorleistung treten müssen. Factoring-Geschäfte sind ebenfalls ein vielfach angewandtes Mittel. Das Factoring ist in Taiwan übrigens sehr gut eingeführt. Da viele Exporteure in Taiwan mit Zahlungsausfallversicherungen und Factoring arbeiten, um ihr Risiko abzusichern, genießen ausländische Einkäufer eine höhere Flexibilität bei den Zahlungsbedingungen. ☉

„Das Factoring ist in Taiwan sehr gut eingeführt.“ „Factoring is very mature in Taiwan market.“

Taiwan's economic power is based first of all on its strong information and communication technology sector.

Which products are attractive for overseas buyers?

Taiwan's IT sector started from making semi-conductor wafers and producing computer hardware. From there, it accumulated all the industry knowledge and techniques. Now Taiwanese companies produce all kinds of components, accessories, equipments in terms of computers and telecommunication and electronic devices, such as personal digital assistants, cellular phones, personal computers or light emitting diodes. Overseas buyers can see Taiwan as a complete IT supply chain. They can easily find all the goods they wish to purchase.

Are there other sectors in which it is worthwhile to engage?

In recent years, the government has encouraged development and investments in other areas, like nano-technology, information service, digital content industry, computer software or banking and financing service. In addition, the government supports the setup of incubation centers helping and upgrading traditional industries and small and medium-sized enterprises.

For whom is Taiwan attractive as company location? Do the traffic and service infrastructure meet international requirements?

A highly qualified workforce with entrepreneurial spirit, innovative foresight, marketing agility and business flexibility are the factors that certainly contribute to the high competitiveness of Taiwan. In addition, the government has much invested in the infrastructure. Take Taipei as an example, from December 2005, people can easily log on to wireless internet everywhere within Taipei as the government has built the world's largest WLAN in the city. Taipei is also a busy transportation hub linked to other cities on the island and in Asia. In the aspect of public policies, Taiwan's government welcomes overseas

investors and encourages investments in different industries. Tax incentives, preferential rate loans and other non-tax incentives have been created for capital investments, expenditures in research and development and personnel training.

In the past, the Taiwanese banking sector was cause for concern. It was said that there were too many institutes and plagued by bad debts. How has the consolidation proceeded so far?

Indeed there was a time with many finance institutes plagued by bad debts. In recent years, the government took actions in reforming the domestic financial market, such as reducing the numbers of banks, writing off the non performing loans (NPLs) in domestic banking institutes and launching a new financial holding company law. Based on the latest figures released by the Financial Supervisory Commission, among Taiwan's 47 domestic banks, 39 have already managed to cut their expanded NPLs ratios to below five per cent and 18 have reduced their ratios to lower than 2.5 per cent.

How can companies dealing with Taiwanese enterprises hedge their risks? On the other hand, what are Taiwanese suppliers demanding from their customers?

Everyone working in international trade should always implement some credit management system to hedge the trade risks. Checking your buyers, and be careful in granting credit limit are necessary when you work with new buyers. Credit insurances can definitely protect against non-payment risks if you need to provide credit for large deals. Factoring is also another common tool. In fact, factoring is very mature in Taiwan market. As many exporters in Taiwan use credit insurances and factoring to hedge their risk, this gives more flexibility in payment terms for overseas buyers. ☉



Produktkosten genau kalkulieren

Calculating Product Costs Accurately

Article: costdata

Die Ermittlung genauer Produktkostenkalkulationen wird von den meisten Unternehmen unterschätzt. Für die Gewinnmaximierung eines Unternehmens ist es aber wichtig, dass die Kalkulationsgenauigkeit immer im Rahmen der entsprechenden Umsatzrendite liegt. Ist dies nicht der Fall, können Einsparpotenziale nicht genau definiert und Chancen nicht realisiert werden. So kann es vorkommen, dass ein renditestarkes Produkt unerkant bleibt und es vom Vertrieb nicht ausreichend gefördert wird. Der Einsatz einer Kalkulationssoftware kann hier Abhilfe schaffen.

Für Einkäufer existieren heute hohe Anforderungen an genaue Produktkalkulationen. Reduzierte Gewinne zwingen Unternehmen verstärkt, Einsparpotenziale zu erkennen, zu bewerten und zu realisieren. Weiterhin steigen Entwicklungs- und Werkzeugkosten, müssen vermehrt Open-Book-Policies und Global-Sourcing-Entscheidungen getroffen werden. Hinzu kommt, dass Einflussfaktoren auf den Produktpreis heute dynamischer sind, die Auslastung oft erheblich schwankt und der Anteil von Zukaufteilen steigt. Diese Situation erschwert genaue Kostenausagen über das Produkt.

Viele Unternehmen haben zwar über ihre gesamte finanzielle Unternehmenssituation einen guten Überblick, ihnen ist es jedoch nicht möglich, an die aktuelle Situation angepasste differenzierte Gemeinkostensätze zu ermitteln und diese dem einzelnen Produkt zuzuordnen.

In der Praxis wird nicht präzise gerechnet

Produktkosten werden in vielen Firmen mit Mischkalkulationen berech-

net, bei denen Gemeinkostenfaktoren durch das ERP (Enterprise Resource-Planning)-System nur einmal im Jahr auf Basis der Vorjahresdaten ermittelt werden. Mithilfe einer von costdata entwickelten Kalkulationssoftware, der eine Benchmarkdatenbank mit etwa sechs Millionen Kostendatensätzen von 154 Regionen zugrunde liegt, können die tatsächlich entstehenden Kosten inklusive aller differenzierten Gemeinkosten genau kalkuliert werden. So können Selbstkosten von Produkten neu berechnet und mit den Eigenkalkulationen der Unternehmen verglichen werden.

In der Praxis weichen die Produktkostenkalkulationen in den Firmen um mehr als 15 Prozent von den tatsächlichen Werten ab. Ursache sind folgende Punkte:

- Die Produktkosten werden mit Maschinenstundensätzen berechnet.
- Die Gemeinkostensätze in der Zuschlagskalkulation bleiben über einen Zeitraum von einem Jahr unverändert.
- Die Zuschlagssätze für Verwaltung, Vertrieb, Logistik und Entwicklung werden auf Basis der Herstellkosten ermittelt.

Eine Kalkulationssoftware von costdata berechnet die genauen Produktkosten, schafft Kostentransparenz und bewertet Standorte, Lieferanten und Angebote weltweit, um sichere Einkaufsentscheidungen treffen zu können. „sourcing_asia“ stellt ausgewählte Benchmarkdaten verschiedener Branchen in Asien vor – in der zweiten Folge die Löhne von erfahrenen Fachkräften in der Kommunikationstechnikbranche. ☺

The evaluation of accurate product cost calculations is being underestimated by most companies. However, for the profit maximization of a company it is of major importance that the calculation accuracy is always in line with the profit margin. If this is not the case, saving potentials cannot be defined with the sufficient accuracy and chances will not be realized. Thus it may occur that a profitable product stays undiscovered and is not promoted by the sales department in a sufficient manner. Using a calculation software can be helpful.

Today, purchasers have to face increased requirements in obtaining better accuracy of product calculations. Due to reduced profits more and more companies are forced to recognize, to assess and to realize saving potentials. Furthermore, development and tool costs increase, and more open-book-policies and global sourcing decisions need to be taken. In addition, influencing factors of the product price are more dynamic, the utilization rate is unsteady and the amount of purchased parts is increasing. This situation makes it difficult to achieve exact cost calculations for the product. Although many companies maintain a good overview of their overall financial situation, it is not possible for them to detect differentiated overhead rates which are adapted to the current situation and to allocate them to the single product.

In practice it is not calculated precisely

Many companies calculate their product costs with mixed calculations, acquiring overhead factors via the ERP-System on an annual basis only, based

Wages in the communication technology sector by comparison (EUR/hour)	
Country/Region	Experienced skilled worker
West Germany (pay scale)	14,37
Taiwan	8,36
South Korea	7,62
India (Bombay)	1,10
Quelle: costdata AG	

on the previous year data. A calculation software from costdata, which is based on a benchmark database containing six million cost datasets for 154 regions, enables the exact calculation of the current emerging costs including all differentiated overhead for each corresponding product. Thus product costs were recalculated and compared to the own calculations of the companies. costdata realized that the inaccuracy of the product cost calculation in most companies exceeds 15 per cent, if

- product costs are calculated with machine-hour rates
- overhead rates stay unchanged over one year.
- overhead rates for administration, sales, logistics and development are calculated on top of the production costs.

A calculation software from costdata enables an exact product cost calculation, cost transparency and assessment of locations, suppliers and offers worldwide in order to take secure purchasing decisions. „sourcing_asia“ presents selected benchmark data of various branches in Asia – in the second chapter wages of experienced skilled workers of the communication technology sector. ☺

Beschaffungsmarkt China

www.bme-akademie.de

Das Seminar „Einkauf und Lieferantenmanagement in China“ am **17. Mai 2006** in **Köln** zeigt die Potenziale des chinesischen Beschaffungsmarktes auf. Die Teilnehmer lernen, wie sie ihre spe-

zifische Beschaffungsstrategie erarbeiten und effizient umsetzen, wie sie bei der Standortwahl vorzugehen haben und wie zuverlässige Lieferanten gefunden werden. ☉

Asien oder Zentraleuropa?

www.bme-akademie.de

Das Seminar „Strategische Lieferantenbeziehungen: Asien oder Zentraleuropa?“ vom **16. bis 17. November 2006** in **Hamburg** will die Teilnehmer in die Lage versetzen, eigene Strategi-

en des Lieferantenmanagements kritisch zu prüfen sowie neue Kosten- und Nutzenpotenziale in regionalen und internationalen Lieferketten zu identifizieren. ☉

Das internationale Einkaufsrecht

www.bme-akademie.de

Wie internationale Verträge optimal gestaltet werden und welche rechtlichen Aspekte dabei beachtet werden müssen, das ist der Schwerpunkt eines Seminars am **6. und 7. April 2006** in **Frankfurt am Main**. Die Teilnehmer gewinnen an Rechtssicherheit im Umgang mit internationalen Verträ-

gen, Vertragsklauseln und Allgemeinen Geschäftsbedingungen und können danach ihre vertraglichen Risiken besser abschätzen. Die Lerninhalte werden für Nicht-Juristen verständlich, auf der Basis von konkreten, in der Praxis vorkommenden Vertragsbeispielen, vermittelt. ☉

Beschaffungsmarktforschung Indien

www.bme-akademie.de

Aktuelle Fakten zum Beschaffungsmarkt Indien vermittelt das Seminar „Beschaffungsmarktforschung Indien“ am **3. Juli 2006** in **Hamburg**. Die Teilnehmer lernen die leistungsfähigsten Bezugsquellen für ihren Einkauf kennen. Die Referenten erteilen Hin-

weise, wie der indische Beschaffungsmarkt erschlossen werden kann, wie die Einkaufskosten gesenkt werden können, wie qualifizierte Informationen und Lieferanten recherchiert werden und wie bei der Marktanalyse vorzugehen ist. ☉

Global-Supply-Chain-Forum

www.bme-akademie.de

Die beschleunigte Globalisierung der Wirtschaft, die hohe Komplexität von Logistiksystemen sowie die gewachsenen Leistungsanforderungen stellen neue Herausforderungen an das Supply Chain Management (SCM). Auf dem „Global-Supply-Chain-Forum“ werden innovative Konzepte, Lösungen und Best Practices vorgestellt. Die Teilnehmer erfahren, wie globale Lieferketten effizient aufgebaut und geführt werden. Strategien, Methoden und Prozesse zur Steuerung, ausgewählte Instrumente des Supply-Chain-Controllings, Lieferantenintegration, Out- oder Insourcing sowie neue Technologien stehen deshalb im Mittelpunkt der viertägigen Veranstaltung vom **6. bis 9. März 2006** in **München**. Anhand von konkreten Praxisbeispielen lernen die Teilneh-

mer aus den Bereichen Logistik und Beschaffung, wie durch ein professionelles SCM die Kosten gesenkt und die Leistungen gesteigert werden. Experten geben Auskunft darüber, wie globale Lieferantenstrukturen erfolgreich aufgebaut und gesteuert werden, wie die Logistikkette effizienter und flexibler wird, wie die Potenziale des Collaborative Supply Chain Managements genutzt werden, wie Make- or Buy-Entscheidungen angegangen werden, wie ein SCM in Niedriglohnländern und aufstrebenden Märkten umgesetzt wird, wie globale Logistiknetzwerke und Plattformen aufgebaut werden und wie eine RFID-gestützte Lieferantenkette funktioniert. ☉

Englisch in globalen Unternehmen

www.bme-akademie.de

Mehr Überzeugungskraft und Selbstsicherheit im Umgang mit ausländischen Kollegen und Vorgesetzten, dazu möchte der Workshop „Englisch in globalen Unternehmen“, der vom **1. bis 2. Juni 2006** in **München** stattfindet, verhelfen. Das Englischtraining richtet sich an Fach- und Führungskräfte im Einkauf sowie an Lead Buyer, die an Schnittstellen internationaler Unternehmen agieren oder in internationalen Arbeitskreisen für bestimmte Materialgruppen und an globalen Projekten mitwirken. Besprochen werden effiziente Wege zu gutem Englisch, Kommunikation und Kulturfaktoren in internationalen Unternehmen, sprachliche und strukturelle Missverständnisse, die Arbeit in internationalen Unternehmen, wie internationale Präsentationen vorbe-

reitet werden, Argumentations- und Moderationstechniken für interne Besprechungen sowie methodische Fallbeispiele. ☉

Kontakt

Geschäftsstelle BME e.V.
Bolongarostr. 82
65929 Frankfurt am Main
Telefon: 069/30838-0
Telefax: 069/30838-199
www.bme.de

Produkte im Fokus: CCTV-Systeme aus Taiwan

Product focus: CCTV systems from Taiwan

Hsinchu ist der Motor der DVR-Produktion

Hsinchu Drives DVR Production

Article: global sources

global  sources

Die EMS- und SMT-Unternehmen aus Hsinchu, das bereits als Hightech-Standort bekannt ist, geben anderen Herstellern die Möglichkeit, durch das Outsourcing ihrer Produktion wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Branche der Hersteller digitaler Videorecorder in Taiwan setzt sich aus über 100 Firmen zusammen, deren Sortiment DVRs, Videokarten und Adapter sowie digitale CCTV-Karten und -Module umfasst. Die Produktion dieser Produkte findet vor allem in Hsinchu im nördlichen Teil der Insel Taiwan statt. Zu den Stärken dieses Standorts zählen nach Angaben der Hersteller die hohe Fertigungsqualität und gut ausgebildete Mitarbeiter. Neben Hsinchu existiert mit Wuku ein weiterer, bedeutender Produktionsstandort.

Aufgrund der relativ kleinen Produktionsmengen lassen fast alle DVR-Lieferanten in Taiwan bei einheimischen EMS-Providern produzieren und verzichten auf die Fertigung im eigenen Haus. Durch das Outsourcing können die Hersteller ihre Ressourcen auf die Bereiche Forschung und Entwicklung (F&E) sowie Marketing konzentrieren. „Da bei Aufträgen durch die Überwachungsindustrie nur kleine Stückzahlen geordert werden, wäre es nicht klug von Seiten der (DVR-)Hersteller, durch eine eigene Fertigung Überkapazitäten zu schaffen“, erläutert Asha Chang, Verkaufsmanager bei der Dentec Corp.

Nancy Lu, Vizepräsidentin und Verkaufsleiterin bei Rec Technology Co. Ltd, fügt hinzu: „Wir lagern unsere Fertigung zu EMS-Unternehmen aus,

um unseren Fokus stärker auf die Produktentwicklung und das Marketing verlagern zu können. Dies verschafft uns einen Vorsprung gegenüber unseren Wettbewerbern.“

Die Hersteller von DVR-Kartenlösungen lassen ihre Produkte ebenfalls bei EMS-Unternehmen fertigen. Tony Lien, F&E-Manager bei Chateau Technical Corp., meint: „Wir lagern unsere Fertigung aus, führen allerdings die Qualitätskontrolle hier bei uns durch, bevor wir die Produkte an unsere Kunden versenden.“ Durch das Outsourcing der Fertigung an Drittunternehmen haben Taiwans DVR-Lieferanten eine bessere Kontrolle über ihre Produktionskosten und halten die Fixkosten auf niedrigem Niveau. Diese Praxis gestattet es den taiwanesischen Herstellern, rentabel für die Überwachungsindustrie fertigen zu können.

Durch die dortige Konzentration von EMS- und SMT-Firmen ist der Standort Hsinchu die Kernzone der Produktion. Hier liegt der Hsinchu Wissenschaftspark, der im Jahre 1980 als Basis für anspruchsvolle F&E-Projekte der Hightech-Industrie aufgebaut wurde. Über 370 Unternehmen aus der Halbleiter-, Computer-, Optoelektronik- und Telekommunikationsbranche haben hier ihre Heimat gefunden. Über 300 dieser Hightech-Unternehmen sind einheimische Betriebe, während gut 40 Betriebe aus dem Ausland kommen.

Die Hersteller, die die Fertigung noch selbst durchführen, kaufen die Komponenten entweder direkt in Taiwan oder importieren sie aus Südkorea. Durch die Verwendung südkoreanischer

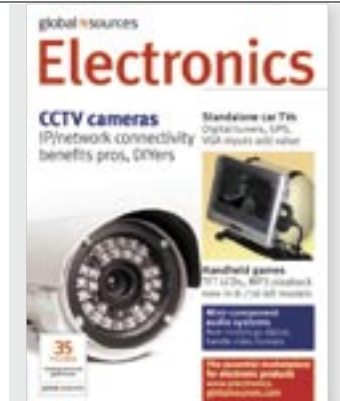
Known as a high-tech base, Hsinchu's EMS and SMT companies give makers an option to outsource production and stay competitive.

The digital video recorder industry in Taiwan consists of more than 100 companies whose products include DVRs, video capture cards and adapters, and CCTV digital cards and modules. Production takes place mostly in Hsinchu, on the northern part of the island. Interviewed makers say Hsinchu offers quality manufacturing and professional staff. Besides Hsinchu, Wuku is another manufacturing center.

Almost all DVR vendors in Taiwan outsource production needs to EMS providers on the island rather than undertake manufacturing in-house due to the relatively small volume of orders received. Outsourcing allows makers to allot more resources for R&D as well as market and customer development.

“Since, in the surveillance industry, orders usually come in small quantities, it would not be smart for (DVR) vendors to carry such high overhead by owning and running their own factories,” says Asha Chang, sales manager at Dentec Corp. Nancy Lu, vice president and head of sales at Rec Technology Co. Ltd, adds “We outsource our production needs to EMS, so we can focus more of our resources on product development and marketing. This gives us leverage over our competition.”

DVR card solution providers also outsource their production needs to EMS providers. Tony Lien, R&D manager



→ www.sourcing-asia.de/service

Hier können Sie jetzt alle Publikationen von Global Sources zu den Beschaffungsmärkten Asiens direkt und einfach im Internet bestellen.

at Chateau Technical Corp. says, “We outsource our production and QC our products in-house before we ship them to our customers.” By outsourcing their manufacturing needs to third parties, Taiwan’s DVR suppliers have better control over manufacturing costs and sustain low operation overheads. This allows Taiwan makers to remain competitive in the surveillance industry. Hsinchu is the production hub due to the concentration of EMS and SMT providers there. It is home to the Hsinchu Science Park, established in 1980 as a high quality R&D base for the high-technology industry. More than 370 companies in the semiconductor, computer, optoelectronics and telecommunications industries are based there. Of these high-technology companies, more than 300 are domestic, while some 40 are foreign-invested.

For those makers who undertake manufacturing in-house, components are sourced domestically from Taiwan suppliers or are imported from South



Fakten in Kürze *Fast Facts*

Anzahl der Hersteller von DVRs und verwandten Produkten in Taiwan (2005):

CCTV-DVRs: 100

Videokarten und Adapter: 31

Digitale CCTV-Videokarten und Module: 81

No. of Taiwan suppliers of DVRs and related products (2005):

CCTV DVRs: 100

Video capture cards and adapters: 31

CCTV digital video cards and modules: 81

→ Source: Global Sources

scher Universal-Boards sowie taiwanesischer Komponenten und Formteile können die Hersteller preisgünstige Lösungen für den Einstiegsbereich liefern. Zu diesen Herstellern gehören zum Beispiel AV Tech Corp. und EverFocus Electronics Corp. ☉

Korea. By using South Korea-made universal boards, Taiwan-made components and open molds, vendors are able to deliver low cost, entry-level solutions. AV Tech Corp. and EverFocus Electronics Corp. are among such makers. ☉

Anzeige

BEITEN BURKHARDT RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH

百达律师事务所

Deutsche Unternehmen gehören zu einer der größten Investorengruppen in China. Für ein erfolgreiches Auftreten am chinesischen Markt ist die Kenntnis der rechtlichen Rahmenbedingungen entscheidend. Im Geschäftsleben trägt juristische Beratung zum reibungslosen Ablauf und zur Optimierung von unternehmerischen Entscheidungen bei. Ob es um ein Investitionsvorhaben, die Vertragserstellung, den Schutz geistigen Eigentums oder um arbeitsrechtliche Fragen geht: Wir bieten Ihnen effiziente Problemlösungen. Sprechen Sie mit uns – auf Deutsch, Englisch oder Chinesisch – und erleben Sie, dass guter Rat nicht teuer, sondern wertvoll ist.

Kontakt:

Büro Beijing: Yvonne Zhang, Suite 3130, 31st Floor, South Office Tower, Beijing Kerry Centre, 1 Guang Hua Road, Chao Yang District, Beijing, Tel.: +86-10-85 29 81 10, Email: Yvonne.Zhang@bblaw.com

Büro Hong Kong: Ada Lee, 3rd Floor, 8 Queens Road Central, Hong Kong, Tel.: +852-25 24 64 68, Email: Ada.Lee@bblaw.com

Büro Shanghai: Rainer Burkhardt, Suite 3503, 35/F, The Center, 989 Chang Le Road, Xu Hui District, Shanghai, Tel.: +86-21-54 07 55 57, Email: Rainer.Burkhardt@bblaw.com

Beijing, Berlin, Brüssel, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hong Kong, Kiew, Köln, Leipzig, München, Moskau, Nürnberg, Shanghai, St. Petersburg, Warschau

www.bblaw.com

sourcingasia



Wirtschaftswunder am Han
Economic Miracle at the Han

Asien ändert alles Asia changes everything

Die Standorte Asiens verändern die Welt. Und vor allem die Industrieunternehmen hier: „sourcing_asia“ bilanziert diesen Wandel. Mit neuen Partnern und Inhalten liefert das monatlich erscheinende Magazin Informationen und Praxiswissen zu den Themen Beschaffung und Fertigung in Asien.

„sourcing_asia“ erscheint jetzt in deutsch und englisch und spricht so auch Ihr internationales Team in Management und Einkauf an.

Die Themen

_Industry Focus:

Strategien für Beschaffung, Fertigung, globale Supply Chain

_Procurement Markets:

Zahlen, Daten, Trends

_Law & Tax:

Risikomanagement und Kostensenkung

_Exhibitions:

Wo Sie Partner und Lieferanten finden

_Asia in Europe:

Die industrielle Präsenz asiatischer Unternehmen in Europa

_Debating Asia:

Die Zukunft des Kontinents, die Zukunft der Unternehmen

_Service:

Einkauf, Logistik, Qualitätssicherung, Finanzierung
Wie Dienstleister selbst zum „Global Player“ werden

_Global Sources:

Zugang zu den Supplier-Datenbanken Asiens

Jetzt abonnieren!

Probeabonnement

☐ Ich bestelle „sourcing_asia“ im Probeabonnement und erhalte per Post zwei Ausgaben für 19,90 Euro*

Jahresabonnement

Ich bestelle das monatlich erscheinende Magazin „sourcing_asia“ im regulären Jahresabo

☐ per Post: in Deutschland 166,- Euro*, in Europa 208,- Euro*, in Übersee 226,- Euro*

* Preise zzgl. MwSt., Versandkosten inklusive

* Und zum Jahresabonnement erhalte ich eine der folgenden Prämien:



Fons Tuinstra:
Der wilde Osten –
Fünfzehn Missverständnisse
über die Chinesen (266 Seiten)

☐


Wamser/Sürken:
Wirtschaftspartner Indien –
Ein Managementhandbuch
(240 Seiten)

☐


☐ Den kompletten Jahrgang 2004/2005 auf CD-Rom

Adresse

Name

Organisation

Abteilung

Straße/Postfach

Ort

Telefon/Fax

Ust-ID-Nr. (bei Bestellungen innerhalb der EU)

E-Mail

Datum und Unterschrift



www.sourcing-asia.de



Externe Aufgaben

External tasks

Global Sourcing: Strategie umsetzen

Global Sourcing: Implement Strategy

Article: Wilfried Krokowski Global Procurement Consulting

Den internen Anforderungen im Unternehmen, die auf dem Weg hin zu einer weltweiten Beschaffungsstrategie beachtet werden müssen (siehe Dezember-/Januarausgabe), folgt als zweiter Schritt das Lieferantenmanagement. Die Auswahl der Zulieferer erfolgt nach der Total-Cost-of-Ownership-Methode.

Wer weltweit beschafft, benötigt ausgezeichnete Instrumente, um die Risiken – und davon gibt es mehr als genug – möglichst transparent zu halten. Jedes Unternehmen muss entscheiden, ob es sich auf wenige Stammlieferanten verlässt oder eine breit gestreute Lieferantenstruktur zulässt. Hohe Lieferbereitschaft, optimale Zuverlässigkeit und Kostenminimierung werden auch in Zukunft die Hauptanforderungen an den Lieferanten sein. Daraus abgeleitet findet die Lieferantenauswahl unter dem Gesichtspunkt von Prozesskosten und einer permanenten Bewertung hinsichtlich Kosten, Liefertreue, Flexibilität, Qualität, Technologie, Länderrisiko und Marktbedingungen statt.

Folgende Arbeitsschritte fallen an:

- Lieferantenstrategie ausarbeiten
- Lieferanten auswählen
- Lieferanten bewerten
- Kosten kontrollieren

Hier ist eine ganzheitliche Betrachtungsweise vonnöten. Die Beschaffungsabteilung muss neben direkten Kostenfaktoren auch indirekte Kostenfaktoren wie Länderrisiko, Qualitätskosten, Kosten durch Lieferabweichungen, Lagerkosten, et cetera unbedingt in den Beurteilungs- und Entscheidungsprozess mit einbeziehen.

Mit der Entwicklung neuer Beschaffungsstrategien ändert sich im Unternehmen das gesamte logistische Umfeld. Der inner- und außerbetriebliche Materialfluss muss überdacht werden. Just-in-time-Anlieferungen und Sicherheitslager sind zu überprüfen. Neue Qualitätskonzepte zwischen dem Lieferanten und der eigenen Qualitätssicherung müssen entwickelt werden.

Das Lieferantenmanagement ist, gerade im Ausland, ein absolutes Muss. Warum sollte einem Lieferanten in China, Mexiko oder Osteuropa weniger Beachtung geschenkt werden als in Deutschland oder den Niederlanden? Im Gegenteil, aufgrund der Entfernung und der unterschiedlichen Kulturen bedarf ein ausländischer Lieferant mehr und intensivere Betreuung als ein lokaler Lieferant zu dem schon seit 20 Jahren oder länger eine Geschäftsbeziehung besteht. Ein zielgerichtetes und erfolgreiches internationales Lieferantenmanagement setzt folgende Punkte voraus:

- Enge Lieferantenabstimmung und Lieferantenbeziehung (abteilungsübergreifend)
- Überwachung des Lieferantenprozesses ►

Supply Management is the second step on the way towards a global purchasing strategy, following the internal requirements within the company (see December/January edition). The supplier selection is made according to the Total Cost of Ownership method.

Global purchasing requires excellent tools in order to keep the risks – of which there are more than enough – as transparent as possible. Every enterprise needs to decide if it relies on its regular customers or accepts a broad range of suppliers. High supply readiness, perfect reliability and cost minimisation will be the major requirements for suppliers – now and in future. Secondary factors for the supplier selection are process costs and a continuous evaluation of costs, supply readiness, flexibility, quality, technology, country risk, and market conditions.

The following procedure applies:

- Develop supplier strategy
- Select supplier
- Evaluate supplier
- Control costs

In order to follow this procedure, a holistic approach is needed. In addition to direct cost factors, the purchasing department must also take into account indirect cost factors like country risk, quality costs, costs caused by supply discrepancies, storage costs, et cetera when starting the evaluation and decision-making process.

With the development of new supply strategies, the entire logistic environment in an enterprise will change. The internal and external material flow must be reconsidered. Just-in-time deliveries and security stock have to be checked. New quality concepts for linking internal quality assurance with that of the supplier must be put into place.

Supply management is a must, especially abroad. Why should a supplier in China, Mexico or Eastern Europe deserve less attention than in Germany or the Netherlands? On the contrary, due to the distance and distinct cultures a foreign supplier needs more and more intense support than a local supplier with a supply history of 20 years or more. Following are the requirements for a goal-oriented and successful international supply management:

- Close cooperation and relationships with suppliers (all departments)
- Control of supply processes

Der Einkauf muss mit externen Dienstleistern zusammenarbeiten.

Purchasing must collaborate with external service providers.

- ▼
- Detaildiskussion mit den Lieferanten über die Teileanforderungen und Spezifikationen im Vorfeld einer Bestellung
- Den Aussagen des Lieferanten darf nicht blind vertraut werden. Sie sind kritisch zu hinterfragen
- Vereinbarung von Qualitätsstandards und Qualitätssicherungsverträgen
- Durchführung von Lieferantenaudits
- Wareenausgangsprüfungen (Source Inspections) für kritische Warenlieferungen

Die lokale Präsenz durch eigenes Personal oder durch Dienstleister vor Ort ist ein absolutes Muss. Wer diese Punkte berücksichtigt und im Vorfeld seine internen Hausaufgaben gut abgearbeitet hat, dem steht auf dem Weg zu einem erfolgreichen Global Sourcing nichts mehr entgegen. ☺

Global Procurement Consulting

Wilfried Krokowski - Executive Director
Haegerstieg 49
34346 Hann. Münden
Germany
Phone: +49 (0) 5541/31-220
Fax: +49 (0) 5541/31-231
krokowski@gps-logistics.com
www.gps-logistics.com

- ▼
- Detailed discussions with suppliers about part requirements and specifications prior to the order process
- Supplier statements cannot be trusted without checking. They must be critically questioned
- Agreement on quality standards and quality assurance contracts
- Execution of supplier audits
- Source inspections for important goods deliveries

The local presence with one's own staff or with subcontractors on location is an absolute must. If these issues are taken care of and if the internal homework in the preliminary stages has been done, global sourcing will become a successful undertaking. ☺

Partner



Dagmar Schultz
Leiterin Einkauf, Francotyp Postalia,
Birkenwerder
Head of Purchasing, Francotyp Postalia,
Birkenwerder

„Seit über zehn Jahren beschaffen wir erfolgreich in Asien. In der Anfangsphase waren es nur einfache Komponenten. Heute beziehen wir aus Asien nicht nur komplexe Baugruppen mit einem hohen Anspruch an Entwicklungsunterstützung, Logistik und Qualität, sondern wickeln auch umfangreiche Werkzeugbeauftragungen innerhalb kürzester Fristen mit fachkompetenter Unterstützung ab. Diese Prozesse benötigen eine enge Abstimmung in der Supply Chain und erfordern verlässliche Partner. GPS und sein exzellentes Netzwerk in Asien und Deutschland haben uns hierbei von Anfang an erfolgreich begleitet.“

“For more than ten years we have successfully purchased in Asia. In the beginning it was only simple components. Today, we do not only purchase complex assemblies with a highly demanding level of development support, logistics and quality, but also handle substantial tool orders in best time with professional competence. These processes require a close coordination within the supply chain and reliable partners. GPS with its excellent network in Asia and Germany has successfully gone this way with us from the very beginning.”

CONTITECH
VIBRATION CONTROL

Liebler

Mubea
engineering for mobility

GARDENA

KIRCHHOFF
GRUPPE

WESSEL-WERK

eppendorf

MEYRA
Die Metallwerke

PHOENIX CONTACT

KRONES

DORMA

Plannenberg

BEUMER

Miele

E+

F

Incoterms

local global

Die Incoterms (international commercial terms), herausgegeben von der Internationalen Handelskammer (International Chamber of Commerce - ICC), Paris, sind Regeln für die Auslegung der handelsüblichen Vertragsformeln. Die zur Zeit geltenden Incoterms 2000 regeln einheitlich die Vertrags- und Lieferbedingungen für den Außenhandel und werden von den nationalen Gerichten anerkannt.

Sie haben jedoch keinen Gesetzesstatus, müssen also in den entsprechenden Vertrag aufgenommen werden. Wichtige Fragen im Außenhandel, wie zum Beispiel „Wer zahlt den Transport?“ oder „Wer trägt wann welches Risiko?“ können mit Hilfe der Incoterms geklärt werden. Sie sind unterteilt in C-, D-, E- und F-Klauseln. ☉

Incoterms (international commercial terms) are published by the International Chamber of Commerce (ICC) in Paris as directives for the interpretation of terms in commercial contracts. Incoterms 2000, the directives which are currently valid, govern the contract and delivery conditions for foreign trade and are accepted by national courts. However, they have no statutory status and should there-

Gruppe E Abholklausel	EXW	ab Werk	Ex Works
Gruppe F Haupttransport vom Verkäufer nicht bezahlt	FCA FAS FOB	frei Frachtführer frei Längsseite Seeschiff frei an Bord	Free Carrier Free Alongside Ship Free On Board
Gruppe C Haupttransport vom Verkäufer bezahlt	CFR CIF CPT CIP	Kosten und Fracht Kosten, Versicherung und Fracht frachtfrei frachtfrei, versichert	Cost and Freight Cost, Insurance and Freight Carriage Paid To Carriage and Insurance Paid To
Gruppe D Ankunftsklauseln	DAF DES DEQ DDU DDP	geliefert Grenze geliefert ab Schiff geliefert ab Kai geliefert unverzollt geliefert verzollt	Delivered At Frontier Delivered Ex Ship Delivered Ex Quai Delivered Duty Unpaid Delivered Duty Paid

fore be written into a contract. Important questions on foreign trade, such as „Who pays the transport?“ or „Who

bears which risk?“ can be clarified with the help of Incoterms. They are subdivided in C, D, E and F clauses. ☉

Preise und Indizes Prices and Indices

Höchster Anstieg der Importpreise seit 2000 Highest Increase of Import Prices Since 2000

local global

Die Einfuhrpreise sind im Jahresdurchschnitt 2005 gegenüber dem Vorjahr kräftig, um 4,3 Prozent, gestiegen, nachdem die Steigerungsrate im Jahr 2004 noch bei einem Prozent lag. Dies war die höchste Jahresteuerrate seit 2000. Gegenüber November 2005 verteuerten sich die Importgüter um 0,3 Prozent. Das geht aus dem vom Statistischen Bundesamt, Wiesbaden, monatlich ermittelten Index hervor.

Danach habe der Preisanstieg für importierte Rohstoffe im Jahresdurchschnitt 35,8 Prozent und für Halbwaren 17,3 Prozent betragen. Insbesondere die überaus starken Preiserhöhungen für wichtige Primärenergieträger hätten einen erheblichen Preisdruck ausgeübt. Ohne Erdöl und Mineralölzeugnisse habe die Teuerung bei lediglich 1,3 Prozent gelegen.

Trotz gefallenem Euro-Kurs und der starken Teuerungen auf den Rohstoffmärkten seien Importe von Fertigwaren – sie gehen mit einem Gewicht von etwa 74 Prozent in die Berechnung des Einfuhrpreisindex ein – billiger als im Vorjahr (minus ein Prozent) gewesen. Ursachen seien die erneut starken Preisrückgänge bei Datenverarbeitungsgeräten und –einrichtungen (minus 20,2 Prozent), elektronischen Bauelementen (minus 23,3 Prozent) sowie nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen (minus fünf Prozent). Im Dezember 2005 betrug die Jahresteuerrate nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 6,8 Prozent. Dies sei im Vergleich zum Vorjahr der höchste Anstieg der Importpreise seit Dezember 2000 gewesen. ►

Import prices have risen by an annual average of 4.3 per cent in 2005 which is considerable compared with an increase in 2004 of only one percent. This was the highest annual rate of price increase since 2000. Compared with November 2005, import goods prices increased by 0.3 per cent. These figures were taken from the monthly index published by the Federal Statistical Office (Statistisches Bundesamt) in Wiesbaden.

According to the index, the annual average price increase for imported raw materials was 35.8 per cent and for semi-finished goods 17.3 per cent. Especially the extremely hefty price increases for important primary energy

sources put considerable pressure on the prices. Not counting crude oil and mineral oil products, the price increase was only 1.3 per cent.

In spite of the sinking value of the Euro and strong increases on the commodity markets, imports of finished goods – which make up circa 74 per cent of the import price index – were cheaper than in the previous year (minus one per cent). This was caused by substantial price drops for computers and computer equipment (minus 20.2 per cent), electronic components (minus 23.3 per cent) and telecommunication devices and equipment (minus five per cent). According to information from the Federal Statistical Office, the annual rate of price increases was 6.8 per cent in December 2005. This was the highest increase in import prices in consecutive years since December 2000. ►

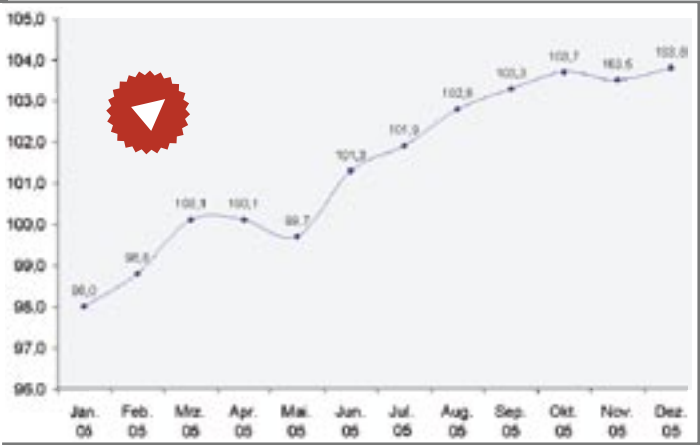
Importe von Fertigwaren sind billiger geworden.
Imports of finished products have become cheaper.

▼
Gegenüber November 2005 stieg der Einfuhrpreisindex um 0,3 Prozent, teilt die Behörde weiter mit. Im Vormonatsvergleich hätten sich vor allem Rohkupfer (plus 7,2 Prozent) und Rohaluminium (plus 6,5 Prozent) verteuert. Steinkohle sei dagegen billiger geworden (minus 1,8 Prozent). ☉

▼
The Federal Office further announced that, in comparison with November 2005, the import price index had risen by 0.3 per cent. In comparison with the previous month, the prices for raw copper (plus 7.2 per cent) and raw aluminium (plus 6.5 per cent) had gone up the most. Prices for hard coal had in contrast gone down (minus 1.8 per cent). ☉

Einfuhrpreisindex *Index of import prices*

Source: Statistisches Bundesamt



Zinc - Cash buyer (in USD/metric ton)

Source: LME



Copper - Cash buyer (in USD/metric ton)

Source: LME



Asian Stainless Steel Price Index
Cold Rolled Coil 304

Source: LME



Asian Carbon Steel Product Price Index
Cold Rolled Coil

Source: LME



Asien: Veranstaltungen zur Außenwirtschaft

Asia: Foreign Trade Events

Starttermin	Endtermin	Ort	Thema	Veranstalter	Link
07.03.06		Erfurt	Hongkong das Perlflussdelta – Chancen in Hongkong	IHK Erfurt	www.erfurt.ihk.de
08.03.06		Gießen	Erfolg in China	IHK Gießen-Friedberg	www.veranstaltungen.ihk.de
08.03.06		München	China: Kompetent für Verhandlungen	IHK München	www.akademie.ihk-muenchen.de
08.03.06	10.03.06	Shanghai	Pollutec China	NRW	www.efairs-nrw.de
08.03.06	12.03.06	Bangkok	TIFF Möbelmesse	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
10.03.06	12.03.06	Mumbai	HOSPIMedica INDIA 2006	ZVEI	www.zvei.org
13.03.06	16.03.06	Shanghai	Ispo China – Internationale Fachmesse für Sportartikel	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
13.03.06		Neuss	China Compulsory Certification	IHK Mittlerer Niederrhein	www.krefeld.ihk.de
13.03.06	17.03.06	Tokio	Information & Communication Technologies Trade Mission	DIHK	www.eugatewaytojapan.org
14.03.06	17.03.06	Peking	ISH China – International Trade Fair for Sanitation	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
14.03.06	15.03.06	Düsseldorf	Asia Days: Steuern in Asien	PwC	pwc-vm.oio.de
14.03.06	17.03.06	Tokio	FOODEX JAPAN 2006	CMA	www.cma.de
21.03.06	23.03.06	Shanghai	electronicaChina/Productronica China 2006	ZVEI	www.zvei.org
21.03.06	23.03.06	Shanghai	Semicon China – Fachmesse für Halbleitertechnik	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
21.03.06	23.03.06	Seoul	FOOD & HOTEL KOREA 2006	CMA	www.cma.de
24.03.06	26.03.06	Singapur	German Expo	AHK	www.sgc.org.sg
27.03.06	30.03.06	Kanton	International Woodworking Machinery	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
28.03.06	30.03.06	Shanghai	China Clean Expo	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
28.03.06	30.03.06	Peking	CHIC Clothing and Accessoires Fair	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
28.03.06	30.03.06	Shanghai	DOMOTEX asia/CHINAFLOOR	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
28.03.06	30.03.06	Peking	Intertextile Beijing	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
28.03.06	31.03.06	Shenzhen	Firmengemeinschaftsausstellung auf der Messe SIMM	Baden-Württemberg	event.bw-i.de
28.03.06	31.03.06	Hongkong	APLF – Asia Pacific Leather Fair Materials, Manufacturing	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
29.03.06		Bielefeld	Go Asia	IHK Bielefeld	www.ihk.de
01.04.06		Shanghai	Qualification China	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
03.04.06	05.04.06	Shanghai	R+T Asia/China Windoors	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
03.04.06		Neuss	Interkulturelle Kompetenz für China	IHK Mittlerer Niederrhein	www.krefeld.ihk.de
03.04.06		Augsburg	Indien-Tag	IHK Schwaben(Augsburg)	www.schwaben.ihk.de
04.04.06	07.04.06	Shanghai	NEPCON Shanghai	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
05.04.06	07.04.06	Tokio	SEA JAPAN – Internationale Schiffbaumesse	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
07.04.06	09.04.06	Singapur	IDEM – International Dental Exhibition and Meeting	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
11.04.06	14.04.06	Peking	CHINA MED - Medical Instruments and Equipment Exhibition	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
11.04.06	13.04.06	Shanghai	CHINA REFRIGERATION/CR EXPO	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
11.04.06	13.04.06	Peking	agriChina – Agricultural Technology Symposium	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
12.04.06	14.04.06	Tokio	ISF – International Shoes & Leather Goods Fair	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
12.04.06	17.04.06	Goyang/Seoul	SIMTOS – Seoul International Machine Tool Show	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
18.04.06	21.04.06	Peking	METALLURGY + METAL CHINA	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de
19.04.06	21.04.06	Shanghai	ICIF – International Chemical Industry Fair	Bundesmessebeteiligung	www.auma.de



Quelle: ixpos - Das Außenwirtschaftsportal - Weitere Terminhinweise: www.ixpos.de

Messen in Asien: die kommenden Events

Exhibitions in Asia: the Upcoming Events

Datum	Country/City Name of the Fair		
März 06	Indien/Kalkutta ILGF - International Leather Goods Fair	03.03.-06.03.06	Korea (Republik)/Seoul Cosmobeauty Seoul - International Cosmetic & Beauty Expo
März 06	China (VR)/Nanjing Nanjing Garmentech - International Garment Machinery, Material and Fabrics and Accessories Exhibition	03.03.-06.03.06	China (VR)/Xiamen Stone - China Xiamen International Stone Fair
März 06	Thailand/Pattaya Oil & Gas Thailand - International Oil & Gas Exploration Production Exhibition	06.03.-09.03.06	China (VR)/Hongkong/SVR Hong Kong International Jewellery Show
März 06	China (VR)/Peking C & US China - Internationale Messe für Bauwesen, Baumat- erial & Kommunale Dienstleistungen	06.03.-09.03.06	China (VR)/Kanton CHIFA - International Factory Automation & Instrument Exhibition
März 06	China (VR)/Peking China LIGHT - Internationale Beleuchtungsmesse	06.03.-09.03.06	China (VR)/Kanton METEX - International Measurement & Testing Exhibition
März 06	China (VR)/Shanghai Dessous China - International Trade Fair for Lingerie, Beachwear and Supplies	06.03.-09.03.06	China (VR)/Kanton PTG - International Power Transmission & Control Exhibition
01.03.-05.03.06	Thailand/Bangkok GEMS - Bangkok Gems & Jewelry Fair	06.03.-09.03.06	China (VR)/Kanton PVP - Internationale Fachmesse für Pumpen, Ventile und Rohre
01.03.-04.03.06	Vietnam/Hochiminh City MTA Vietnam - The International Machine Tools & Precision Engineering Event	06.03.-09.03.06	China (VR)/Kanton WATER CHINA - Internationale Fachmesse für Wasser, Ab- wasser und Wasserbehandlung/Pumpen, Ventile und Rohre
01.03.-03.03.06	China (VR)/Kanton Canton Textile - China (Guangzhou) International Textile Fair	07.03.-10.03.06	China (VR)/Kanton PFP EXPO-DRINKTEC CHINA/SINO PACK - International Beverage & Brewery Processing Technology Exhibition/ International Exhibition on Packaging Machinery & Materials
01.03.-04.03.06	Indien/New Delhi TEX-STYLES INDIA - International Fair for Fabrics, Yarns, Thread, Textiles, Made-Up and Home Textiles, Furnishings	07.03.-10.03.06	China (VR)/Kanton PFP EXPO-PRINTING SOUTH CHINA - International Exhibiti- on & Symposium on Prepress and Printing Industries
01.03.-06.03.06	China (VR)/Shanghai East China Fair	07.03.-11.03.06	Malaysia/Kuala Lumpur MIFF - Malaysian International Furniture Fair
01.03.-03.03.06	China (VR)/Shanghai MEDICAL - International Medical Equipment & Technology	07.03.-11.03.06	Philippinen/Manila Worldbex - World Building & Construction Exposition
01.03.-04.03.06	China (VR)/Shenzhen China International Gold, Jewellery & Gem Fair	07.03.-10.03.06	China (VR)/Peking W.M. Fair China/Furniwood China - International Exhibition on Woodworking Machinery and Furniture Accessories
01.03.-05.03.06	Singapur IFFS/AFS - International Furniture Fair with Asean Furniture Show	07.03.-09.03.06	China (VR)/Shanghai TRENCHLESS ASIA - Internationale Ausstellung und Konferenz für Grabenloses Bauen
01.03.-04.03.06	Usbekistan/Taschkent UzBuild - Internationale Fachmesse für Bau und Innenausbau	07.03.-10.03.06	Japan/Tokyo Fachmesse für Architektur und Baumaterial
01.03.-03.03.06	Japan/Tokyo Super Showcase - International Supermarket & Private Label Trade Show	07.03.-10.03.06	Japan/Tokyo Japan SHOP - International Exhibition for Shop Systems and Fixturing
02.03.-05.03.06	Singapur CAREER - Exhibition on Career Opportunity Development and Educational Advancement	08.03.-12.03.06	Thailand/Bangkok TIFF - International Furniture Fair
		08.03.-11.03.06	China (VR)/Dongguan International Textile & Clothing Technology and - Equipment Fair

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.



The database of the Association of the German Trade Fair Industry contains more than 5,000 profiles of international exhibitions. It supports exhibitors and visitors from Germany. Find detailed information at www.auma.de.

08.03.-12.03.06	Indien/New Delhi AAHAR - Internationale Fachausstellung Maschinen und Ausrüstungen für die Nahrungsmittelverarbeitung	14.03.-17.03.06	China (VR)/Peking ISH China - International Trade Fair for Sanitation, Heating and Air-Conditioning, Bath and Kitchen
08.03.-11.03.06	Korea (Republik)/Seoul aimex (KOFA) - Industrial Automation, Instrumentation & Measurement Exhibition	14.03.-17.03.06	Japan/Tokyo Caterex Japan - Japan Catering Equipment Show
08.03.-10.03.06	China (VR)/Shanghai Pollutec China	14.03.-17.03.06	Japan/Tokyo HOTERES JAPAN - International Hotel & Restaurant Show
08.03.-11.03.06	Taiwan/Taipei International Cycle Show	15.03.-17.03.06	Korea (Republik)/Daegu PREVIEW - Internationale Textilmesse
09.03.-11.03.06	China (VR)/Kanton Stadia China - China International Exhibition on Stadia & Arena and Sports and Leisure, Infrastructure Supplies	15.03.-18.03.06	Taiwan/Taipei TIFS - International Furniture Show
09.03.-11.03.06	Pakistan/Karachi Auto & Transport Asia	15.03.-17.03.06	Usbekistan/Taschkent WorldFood Uzbekistan - Internationale Fachmesse für Lebensmittel & Getränke, Lebensmittel- und Getränketechnik,
09.03.-11.03.06	Pakistan/Karachi Engineering Asia	16.03.-19.03.06	Korea (Republik)/Seoul KIMES - Internationale Ausstellung für Medizin, Kliniken und Krankenhäuser
09.03.-11.03.06	Pakistan/Karachi ITIF Asia / Agro Asia - International Trade and Industry Fair	18.03.-21.03.06	Pakistan/Karachi Textile Asia - Exhibition & Conference on Textile & Garment Industry & Accessories
09.03.-11.03.06	Pakistan/Karachi Oil, Gas & Power Asia	20.03.-23.03.06	China (VR)/Hongkong/SVR FILMART - International Film & TV Market
09.03.-11.03.06	China (VR)/Peking CISILE - China International Scientific Instrument and Laboratory Equipment Exhibition	20.03.-23.03.06	Indien/New Delhi Global Windpower
09.03.-11.03.06	Usbekistan/Taschkent Dental Salon Uzbekistan	20.03.-23.03.06	China (VR)/Ningbo ChinaMach - International Machinery Industry Exhibition
10.03.-13.03.06	China (VR)/Kanton Dental South China Expo & Conference - South China International Dental Equipment & Technology Expo & Conference	20.03.-23.03.06	China (VR)/Shanghai SIMTOF - Shanghai International Machine Tool & Mold Technology and Equipment Exhibition
10.03.-12.03.06	Indien/Mumbai (Bombay) HOSPIMedica INDIA - Internationale Fachmesse für Medizintechnik, Krankenhausausrüstungen, Zahnmedizin	21.03.-24.03.06	Korea (Republik)/Goyang/Seoul Korea PACK (SEOUL PACK) - Seoul International Packaging Exhibition
13.03.-16.03.06	China (VR)/Shanghai Ispo China - Internationale Fachmesse für Sportartikel und Sportmode	21.03.-24.03.06	Korea (Republik)/Goyang/Seoul Korea Pack (IPP) - International Exhibition of Machinery & Materials for Package Processing and Production
13.03.-15.03.06	China (VR)/Shanghai SpinExpo - Fachmesse für Garne, Fasern und Textildesign	21.03.-24.03.06	Korea (Republik)/Goyang/Seoul SEOUL FOOD - International Food Technology Exhibition
14.03.-17.03.06	Kasachstan/Almaty Central Asia Autoparts - International Exhibition for Autoparts, Garage Equipment & Petrol Station	21.03.-24.03.06	Malaysia/Kuala Lumpur ASIAWATER - International Water Exhibition
14.03.-17.03.06	Japan/Chiba/Tokyo FOODEX JAPAN - International Food & Beverage Exhibition	21.03.-23.03.06	Indien/Mumbai (Bombay) Frames - Global Convention on the Business of Entertainment
14.03.-17.03.06	China (VR)/Hangzhou IAIE - International Medical, Scientific, Education Equipment, Supplies & Technology Exhibition	21.03.-23.03.06	Indien/New Delhi Convergence India - Messe für Kommunikationstechnik
		21.03.-23.03.06	Korea (Republik)/Seoul FHK - Food & Hotel Korea

International Apparel Sourcing Fair

Neue Messe will Bekleidungshandel mit China erleichtern

New Exhibition Seeks To Ease Apparel Trade with China

local global

Dem starken Wachstum der chinesischen Bekleidungsexporte folgt die Weiterentwicklung der Handelsplattformen für Exporte von Bekleidung und Textilien. In **Guangzhou** wird vom **1. bis 3. März 2006** die „International Apparel Sourcing Fair“ erstmalig stattfinden. „Allein in der Provinz Guangdong gibt es mehr als 30.000 Textil- und Bekleidungsunternehmen mit über fünf Millionen Beschäftigten. Das Interesse in Europa und Amerika an einer genaueren Erkundung der Beschaffungsmöglichkeiten in China ist riesig“, sagt Max Hare, Vorstandsvorsitzender des Co-Veranstalters Business Media China AG (BMC) aus Stuttgart.

Die Provinz Guangdong hat nach Angaben von BMC die größte chinesische Bekleidungsindustrie gemessen an der Produktion. 2004 seien aus Guangdong Bekleidung im Wert von 18

Mrd USD in die Welt exportiert worden, allerdings überwiegend nach Hongkong, gefolgt von Japan und den USA. „Direkte Exporte nach Europa und zu mittelgroßen Kunden in die USA sind noch selten. Mit der zunehmenden Entwicklung der Systeme und des Marktes werden jedoch auch die direkten Kundenbeziehungen vielfältiger und die Apparel Sourcing Fair (ASF) wird das fördern“, ist Hare überzeugt. „Aber die chinesischen Bekleidungsunternehmen sind noch wenig bekannt und es benötigt Zeit und Informationen, um die Grundlagen für neue Beschaffungs- beziehungsweise Absatzstrukturen zu legen. Deshalb möchte BMC gute Vorab-Informationen über die ausstellenden Firmen liefern und auf der Messe einen Matchmaking-Service anbieten“, erklärt Hare weiter. ☉

Following the strong development in Chinese apparel exports, new trade platforms are now developing faster. From **1 to 3 March 2006** the **Guangzhou** International Convention & Exhibition Center will host a new event – the “International Apparel Sourcing Fair”. “The Guangdong province alone is home to over 30.000 apparel and textile companies employing over five million people”, says Max Hare, Chief Executive Officer (CEO) of Business Media China AG (BMC) – the co-organizer of the event.

According to BMC, Guangdong is the largest Chinese apparel industry centre. In 2004, apparel exports from the Guangdong province to the world amounted to over 18 billion USD. Main export destinations were Hong Kong (for re-export), followed by Japan and the USA. “Until recently, direct exports

to Europe and the US, especially to medium-sized customers have lagged somewhat behind. However, with the strong development of the market and its delivery systems, this is now changing rapidly with more and more medium and direct importers requiring direct contact with China”, is Hare convinced. “Many strong and competent Chinese apparel companies are still not presented in an ideal light to the world market and need assistance and information in order to lay the foundations for new sourcing and distribution channels.

Therefore, BMC intends to provide international apparel buyers with in-depth advance information about the exhibiting manufacturers as well as offering a unique matchmaking system”, explains Hare. ☉

Guangzhou International Lighting Exhibition + Electrical Building Technology China

Messe ebnet Weg in asiatischen Markt für Beleuchtungen

Trade Fair Paves Way for Lighting in Asian Market

local global

Der Süden der Provinz Guangdong ist das Zentrum der chinesischen Hersteller von Beleuchtungen. Hier haben 60 Prozent der etwa 7.000 Produzenten aus der Volksrepublik ihren Sitz. Aus Guangdong werden alle Arten von Beleuchtungen und entsprechendes Zubehör exportiert. Dies teilt die Messe Frankfurt (HK) Ltd. mit und veranstaltet vom **8. bis 11. Juni 2006** die „**Guangzhou** International Lighting Exhibition + Electrical Building Technology China“. Die Messe sei der bedeutendste Treffpunkt für die asi-

atische Beleuchtungs- und Gebäudeautomatisierungsindustrie. Für Ingenieure, Lieferanten, Gebäudeplaner und Architekten stelle sie eine wichtige Einkaufsplattform dar. 2005 hätten an der Veranstaltung etwa 41.000 Einkäufer teilgenommen, 8.000 davon aus dem Ausland. Neben guten Einkaufsbedingungen biete die Branche in China auch attraktive Absatzchancen. Die Importe von Beleuchtungen hätten im Jahr 2004 um 31 Prozent auf 8,5 Mrd USD zugenommen. ☉

The south of the province Guangdong is the centre of the manufacturers of lighting in China. Here about 60 per cent of the more or less 7,000 producers in the Peoples Republic have their head offices. From Guangdong all types of lighting and corresponding accessories are exported, says the Messe Frankfurt (HK) Ltd, presenter of the **Guangzhou** International Lighting Exhibition + Electrical Building Technology China from **8 to 11 June 2006**. This trade fair is the most significant meeting place for the Asian lighting

and building automation industry. For engineers, suppliers, building planners and architects it is an important occasion for buying. In 2005 about 41,000 buyers participated in the occasion, of which 8,000 were foreigners. Apart from good conditions for buying, the industry also offers attractive sales opportunities in China. In 2004 lighting worth 8.5 billion USD was imported into China – 31 per cent more than in 2003. ☉



© Siemens-Pressesbild

Taipei International Cycle Show

“Think Bicycle, Think Taiwan!”

local global

Bei der Veranstaltung im vergangenen Jahr hätten 650 Aussteller aus 27 Ländern ihre Produkte insgesamt 4.000 ausländischen Einkäufern und 30.000 inländischen Besuchern vorgestellt. Den Einkäufern bietet die Messe eine Reihe besonderer Dienstleistungen an. Beispielsweise können die Fahrräder im Freien getestet werden und über das Internet können Gesprächstermine mit Ausstellern vereinbart werden. ☉

les – 13 per cent more than in 2003. In the same period the total export value grew by 26.3 per cent from 580 million EUR to 720 million EUR, while the average price per bicycle rose by nine per cent. From 8 to 11 March 2006 TAITRA will present the Taipei International Cycle Show with „Think bicycle, think Taiwan!“ as the theme. Here the whole supplier chain will get together. At last year's show 650 exhibitors from 27 countries presented their products to a total of 4,000 foreign buyers and 30,000 local visitors. The trade fair will offer buyers a number of special services. For example, it will be possible to test bicycles outdoor and to arrange meetings with exhibitors on the internet. ☉

Asien ist das Produktionszentrum der Fahrradindustrie. Taiwan ist Spitzenreiter bei Design, Produktion und Marketing. Das teilt der Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) mit. 2004 habe die Inselrepublik 4,38 Millionen Fahrräder exportiert, 13 Prozent mehr als 2003. Das Exportvolumen sei

um 26,3 Prozent von 580 Mio auf 720 Mio USD gewachsen, der durchschnittliche Preis um neun Prozent angestiegen. Vom 8. bis 11. März 2006 veranstaltet der TAITRA unter dem Motto „Think bicycle, think Taiwan!“ die Taipei International Cycle Show und bringt die gesamte Zulieferkette der Branche zusammen.

Asia is the production centre of the bicycle industry and when it comes to design, production and marketing in the industry, Taiwan is the front-runner, says the Taiwan External Trade Development Council (TAITRA). In 2004 the island republic exported 4.38 million bicyc-

Hong Kong International Auto Parts Fair

Hongkongs erste Messe für Autoteile steht vor der Premiere Hong Kong's First Exhibition for Auto Parts Looks Forward to Première

local global

Die Global Player der Autoindustrie verlagern ihre Produktion mehr und mehr in die Nähe ihrer Absatzmärkte. So wollen sie den Marktzugang verbessern und Kosten reduzieren. In China steigt die Zahl der ausländischen Automobilzulieferer, die ihren Kunden folgen und Joint Ventures gründen.

Dieses günstige Marktumfeld wollen die Veranstalter der „Hong Kong International Auto Parts Fair“, die vom 8. bis 11 April 2006 zum ersten Mal ausge-

tragen wird, nutzen, um Hongkong als wichtige asiatische Handelsdrehscheibe für Autoteile und -zubehör weiter zu stärken.

„98 Prozent der gesamten Ausfuhren von Autoteilen sind Reexporte. Dies verdeutlicht die zentrale Rolle Hongkongs, insbesondere für den Handel mit dem chinesischen Festland“, sagt Benjamin Chau, Assistent des Geschäftsführers des Hong Kong Trade Development Councils (HKTDC), einem der Mitorganisatoren der Messe. ☉

In ever bigger numbers global players of the automobile industry are relocating their production facilities to be closer to their markets. It this way they hope to improve access to their markets and to reduce costs. In China the number of foreign automobile suppliers, following their clients and forming joint-ventures, is increasing.

The presenter of the Hong Kong International Auto Parts Fair, scheduled to take place from 8 to 11 April 2006 for the first time, wants to use this favour-

able environment to further strengthen the position of Hong Kong as an important trading hub for auto parts and accessories in Asia.

“As much as 98 per cent of all exports of auto parts are in fact re-exports. That indicates just how central a role Hong Kong plays, specifically in trade with the Chinese mainland“, says Benjamin Chau, assistant to the head of the Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), one of the co-organisers of the trade fair. ☉

Geschäftsmöglichkeiten in Malaysia

local global

Malaysia ist eines der dynamischsten Länder Südasiens mit einer hohen technologischen Entwicklung, einer guten Einbindung in den internationalen Handel und attraktiven Investitionsbedingungen. Durch die Integration im Rahmen der Association of South-East Asian Nations (ASEAN) und der Perspektive auf eine Freihandelszone der ASEAN mit China gewinnt das Land als

Zentrum für Handel, Logistik und Produktion zusätzliche Bedeutung. Das teilt der Ostasiatische Verein (OAV) mit und lädt am **2. März 2006** in **Hamburg** zu dem Seminar „Geschäftsmöglichkeiten in Malaysia“ mit der malaysischen Ministerin für Internationalen Handel und Industrie, Rafidah Aziz, ein. Die Ministerin werde von einer Wirtschaftsdelegation begleitet, die für Einzelgesprä-

Kontakt

Ostasiatischer Verein (OAV) e.V.
Hamburg
Mathias Haase
Telefon: 040/357559-29
haase@oav.de

che zur Verfügung stehe. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenlos. ☺

Bayern trifft Asien in Nürnberg

local global

Die Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken und das Außenwirtschaftszentrum Bayern (AWZ) veranstalten am **22. Februar 2006** in **Nürnberg** zum fünften Mal das „Asien-Pazifik-Forum Bayern“. Nach Angaben der Organisatoren zählt das Forum in Deutschland mittlerweile zu einem der größten mit Schwerpunkt Asien-Pazifik. 2005 sei es mit fast 600 Teilnehmern ausgebucht gewesen. Unternehmer, die in Asien aktiv sind,

würden über ihre Erfahrungen berichten. Die Geschäftsführer deutscher Auslandschamkammern aus Australien, China, Hongkong, Indien, Indonesien, Japan, Korea, Malaysia, Singapur, Taiwan, Thailand und Vietnam würden in Kurzvorträgen die wirtschaftlichen Entwicklungen in den einzelnen Regionen schildern und individuelle Beratungsgespräche führen. Darüber hinaus würden die Projekte der Bayerischen Staatsregierung für 2006 vorgestellt, der Be-

Kontakt

Industrie- und Handelskammer (IHK) Nürnberg für Mittelfranken
Simone Schneider
Telefon: 0911/1335-401
Telefax: 0911/1335-488
schneiders@nuernberg.ihk.de

schaffungsmarkt China beleuchtet und rechtliche Aspekte erörtert werden. Die Teilnahme kostet 150 EUR. ☺

Logistics in China

local global

Logistikprobleme in China machen Ersparnisse durch niedrige Personalkosten oft zunichte. Einige Hersteller verzichten deswegen darauf, ihre Aktivitäten ins Landesinnere auszudehnen. Vor diesem Hintergrund veranstaltet der China Supply Chain Council (CSCC) am **8. März 2006** in **Shanghai** die Konferenz „Logistics in China“. Dort soll erörtert werden, wie in China eine effektives

Transport- und Logistiksystem aufgebaut und geführt werden kann. Mit Hilfe von Analysen und praktischen Fallbeispielen werden nach Angaben des CSCC alle relevanten Aspekte rund um die Logistik in China besprochen: aktuelle Gesetzesänderungen, LKW-, Bahn-, Luft- und Wassertransporte, Frachtsicherheit, Best-practices führender Hersteller und Händler, et cetera. ☺

Kontakt

China Supply Chain Council (CSCC)
Sabina Wei
Telefon: +86 21/51021617
Telefax: +86 21/52583864
swei@supplychain.cn

Asia Days: Steuern in Asien

local global

Mit über drei Milliarden Menschen bietet Asien Investoren enorme Chancen. Wie Unternehmen durch den dortigen Regelungsdschungel steuern können, will das Seminar „Asia Days: Steuern in Asien“ von PricewaterhouseCoopers (PwC) am **14. und 15. März 2006** in **Düsseldorf** vermitteln. Die Referenten geben einen Überblick über die neues-

ten Entwicklungen im Steuerrecht, über Verrechnungspreisvorschriften und Risikomanagement. Die Teilnehmer lernen laut PwC, wie sie das Potenzial ihrer Investitionen voll ausschöpfen und ihre Konzernstruktur in Asien effizient organisieren. Neben Workshops zu Indien, China, Korea sowie Japan gebe es auch Informationen über Freihandelsabkom-

Kontakt

PricewaterhouseCoopers AG
Claus Schürmann
Telefon: 0211/981-7343
Telefax: 0211/981-3199
claus.schuermann@de.pwc.com

men im asiatisch-pazifischen Raum und zu Personalentsendungen. ☺

Kooperationen in Vietnam

local global

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) veranstaltet vom **25. bis 31. März 2006** eine „Deutsch-Vietnamesische Kooperationsbörse“ in **Hanoi**. Nach Angaben der ITM International Trade Marketing GmbH, die mit der Organisation betraut ist, soll die Initiative Unternehmen, Handelshäusern und Freiberuflern aus Deutschland einen Rahmen geben, um selbständig Kooperationen mit in Vietnam tätigen Wirtschaftsteilnehmern aufzubauen.

Dabei seien alle möglichen Formen der geschäftlichen Zusammenarbeit denkbar, zum Beispiel der Vertrieb und Export von in Vietnam benötigter Technik und Produkten, gemeinsame Projekte, die finanzielle Beteiligung an Unternehmen und Projekten, die technische Beratung vietnamesischer Firmen, die Unterstützung von Unternehmen durch deutsches Know-how oder die Kooperation in Forschung und Entwicklung. ☺

Kontakt

ITM International Trade Marketing GmbH
Telefon: 06172/7572-0
Telefax: 06172/7572-99
itmrheinmain@t-online.de



Shanghai

Erfolg in China hat ein Zuhause

Flexible Raumgestaltung in hochwertigem Umfeld

Umfassende Services im Business Centre

Direkter Informations- und Erfahrungsaustausch

Seit 1994 erfolgreich in China – jetzt im neuen Haus

Nutzen Sie Ihre Chancen in China!

www.germancentreshanghai.com

Das German Centre Shanghai ist eine weitläufige Anlage mit Atrium, Büroflügeln und viel Grünfläche im Zhangjiang Hi-Tech Park in Pudong – mit U-Bahnanbindung und in der Nähe des neuen Messezentrums (SNIEC). Die 33.000 m² Büro- und Gewerbeflächen sind flexibel nutzbar. Sie mieten Einheiten schon ab 58 m² netto bis über 1.000 m² netto. 16.000 m² Parkfläche sind im Tiefgeschoss. Zum Areal gehört ein 11.000 m² großes Club- und Apartmenthaus. Ein Business Centre und professionelle Infrastruktur runden das Angebot ab.

Mehr Informationen erhalten Sie im Internet unter www.germancentreshanghai.com



GERMAN CENTRE
FOR INDUSTRY AND TRADE

SHANGHAI

Mit JAL vergeht die Zeit wie im Flug



Tradition und Hightech - beidem fühlen wir uns verpflichtet. An Bord modernster Flugzeuge finden Sie die sprichwörtlich japanische Gastfreundschaft. JAL fliegt täglich nonstop mit B777-300 zwischen Frankfurt und Tokyo, in Business Class mit dem neuen Shell Flat Sitz, der sich zu einem bequemen Bett neigen lässt. Von 25 europäischen Städten bieten wir die meisten Flüge nach Japan.

Weitere Informationen im Reisebüro oder unter 0180 2 228 700.

www.jal.com

